

## UTJECAJ POSLOVNOG OKRUŽENJA NA RAZVOJ INDUSTRIJE TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

**Ante Peroš**, struč. spec. oec.  
Europska poslovna škola Zagreb  
Selska cesta 119, 10110 Zagreb, Hrvatska  
Tel: +385 (0)91 3092 927; e-mail: ante.peros1@gmail.com>

dr. sc. **Ivica Katavić**, prof. v .š u trajnom zvanju  
Visoka škola za sigurnost  
Veslačka 2 A, 10000 Zagreb, Hrvatska  
Tel: + 385 (0)99 3695 585; e-mail: ivica.katavic@vss.hr

### SAŽETAK

*Rad analizira utjecaje poslovnog okruženja na razvoj turističke industrije. Usjeni neizvjesnosti pandemijskog COVID-19 razdoblja uzima se očuvan kontekst kontinuuma proizvoda i usluga za primjer opstanka civilizacije u svijetu. Problem koji je potaknuo ovo istraživanje je konflikt nedovoljne održivosti postojećeg oblika turizma i nemogućnosti provedbe inovativnih oblika turizma. Stoga je glavni cilj istraživanja bio utvrditi kako i koliko pojedini čimbenici poslovnog okruženja utječu na razvoj turizma u Republici Hrvatskoj. U radu se provelo istraživanje anonimnim anketnim upitnikom na populaciji korisnika turističkih usluga, a veličina uzorka je bila 60 (N=60) ispitanika. Rezultati istraživanja pokazuju da su prije i tijekom pandemije uočene pojave koje sugeriraju promjenu sadašnjeg modela upravljanja na nove strateške nakane. Obrazlažu se konkurentske strategije i inovativni modeli, s ciljem održivosti ostalih sektorskih industrija. Komparativne prednosti industrija s ulaganjima uz turizam doprinose razvoju MSP RH. Provode se sinergije strategija i taktika na unapređenje proizvoda i usluga u industriji turizma, sporta i slobodnog vremena. Iniciraju se zakoni i mjere ostanka stanovništva, koje su ujedno programi povratka iseljeničtva u RH.*

**Ključne riječi:** utjecaji; poboljšava; unapređuje; okružuje; održivo; cjelogodišnje

## 1. UVOD

Aktualno poslovno okruženje u gospodarstvu Republike Hrvatske (RH) ima obilježje krize i otežanog poslovanja prouzročeno razdobljem pandemije COVID-19, u svim sektorima, a osobito u turističkoj industriji. Nedavno spajanje sektora sporta, odnosno Državne uprave za sport s Ministarstvom turizmom u RH daje dodatnu zanimljivost ovoj tematici. Također, aktiviranje sukoba između Rusije i Ukrajine utječe na poslovni svijet, posebice na industriju turizma. Zanimanje za rješavanje aktualnih tema u razdoblju pandemije COVID-19 postoji, a pokazuju ga mnogi volonteri, angažirani stručnjaci raznih profila, kao i interesi financijskih korporacija, znajući da nepoznanice i neizvjesnost nanose teške posljedice civilizaciji, gospodarstvu i napose turizmu.

Značaj održivog turizma od velike je važnosti za sadašnjost i budućnost gospodarstva RH. Ostale industrije i strategije nisu dale očekivane rezultate. Imaju ograničene rezultate rasta u odnosu na ulagano preko EU fondova od 2014. do 2020. Loše upravljanje glede strukturnih i tranzicijskih aspekata razvoja doprinijelo je neprilagođenosti turističke ponude uvjetima pandemije COVID-19. Kada se tome doda negativni demografski trend, posljedice takvog upravljanja osjećat ćemo u desetljeću koje je pred nama. Temeljem gore navedenih činjenica, fokus ovog istraživanja bio je na identifikaciji čimbenika iz poslovnog okruženja, onih koji utječu na održivi razvoj industrije turizma. Rezultati istraživanja omogućit će identifikaciju područja i mjera za poboljšanje održivog razvoja turizma u RH. Zdravlje, mir, posao, sport i kvalitetno upravljanje slobodnim vremenom pretpostavke su održivosti turizma te zaustavljanja daljnjeg pada već negativnog prirodnog prirasta stanovništva u RH.

### 1.1. Pojmovno određenje poslovnog okruženja i turizma

Određivanje poslovnog okruženja turizma neizostavno je povezano s održivim razvojem. Jedan od ključnih indikatora uspjeha u industriji turizma je inicijativa za postizanje pametnog i održivog rasta svih članica Europske unije, a koju Europska komisija potvrđuje u svojoj strategiji Europa 2020. Poslovno okruženje u kontekstu turizma elaboriralo je nekoliko ključnih autora koji istražuju predmetnu temu. Tablica 1. sumira ključne autore i pojmovno određenje poslovnog okruženja turizma.

**Tablica 1. Pojmovno određenje poslovnog okruženja turizma**

Autor(i)	Pojmovno određenje poslovnog okruženja i turizma
Pende (2013.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>„u cilju stvaranja preduvjeta za pokretanje novog (kvalitativnog) ciklusa razvoja hrvatskoga turizma potrebna je promjena paradigme razmišljanja i upravljanja“</li> <li>„učinkovito stvaranje i iskazivanja korporacijskog i destinacijskog identiteta u globaliziranom svijetu važan je i percipirani identitet države/nacije u kojoj se korporacija i destinacija nalazi“</li> </ul>
Vurnek, Hodak i Bengez (2018.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>svojim radom žele „ukazati na potrebu uspostavljanja kvalitetnog i efikasnog institucionalnog okruženja kojom bi se oblikovao poticajan ambijent za uspješno odvijanje ekonomskih aktivnosti radi unapređenja konkurentnosti RH, kako bi za ekonomski rast i održivi razvoj bili stvoreni dugoročno stabilni i održivi uvjeti“ (str. 79.).</li> </ul>
Senge i sur. (2003.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>definiiraju poslovno okruženje kao održivi razvoj koji je oblikovan prirođenim uvažavanjem sustava, osobito uzajamno međuovisnim uzročnim odnosima među gospodarstva, ekološkim i društvenim sferama. Akcije kojima je svrha ostvariti ciljeve u jednoj od tih sfera utječe na druge sfere tako što im pomažu ili odmažu</li> </ul>
Čavlek i sur. (2011.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potražnja individualnijeg pristupa organizaciji putovanja i odmora te teži ostvarenju jedinstvenog doživljaja na odmoru (str. 75).</li> </ul>
Perić., Oberman-Peterka i Delić (2016.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>navode da „društveno odgovorno poslovanje veže za sebe koncept održivosti jer ovakvo poslovanje zahtjeva odgovornost prema budućnosti i budućim članovima društva dok veliki broj definicija pretpostavlja i njihovu neusklađenost“</li> </ul>
Agarwald i Sikri (1996.), Anholt (2007.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>„Imidž države stvoren na osnovi njezinih postojećih proizvoda i usluga snažno utječe na mogućnost i razvoj novih proizvoda i identiteta te države“</li> </ul>
Byersa, Dorfa i Nelsona (2015.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>navode „Premošćivanje jaza. Prijelaz od prvih usvojitelja noviteta do većinskog usvajanja noviteta je težak, jer zahtjeva privlačenje pragmatika“</li> </ul>

Izvor: rad autora

## 1.2. Turizam u Republici Hrvatskoj prije i za vrijeme COVID-19

Podaci turističkih dolazaka u 2019. U odnosu na 2021., s obzirom na okolnosti u 2020., zadovoljavajući su, a spajanje resornog ministarstva sa sektorom sporta ima čvrsta uporišta. U skladu sa zdravstvenim uputama radi pandemije COVID-19 sugerira se nastavak svih dosadašnjih tradicionalnih aktivnosti i poticanje inovativnih projekata s obnavljanjem nekadašnjih događanja u turizmu i sportu, i s kvalitetnim upravljanjem slobodnim vremenom, osobito tamo gdje postoji interes.

Pende (2013.) obrazlaže rezultate istraživanja: „posljednjih desetljeća hotelijerstvo obilježava veći stupanj internacionalizacije i standardizacije. Velik je broj funkcionalno identičnih proizvoda i organizacija koje proizvode/prodaju, što pred hotelski menadžment postavlja izazov glede planiranja novih proizvoda, stvaranja i iskazivanja prepoznatljivog korporacijskog identiteta prema unutarnjoj i vanjskoj javnosti. Proces globalizacije sve više će naglašavati važnost stvaranja pozitivnog identiteta te će marginalizirati kompanije čije poslovanje nije prilagođeno zahtjevima globalnoga tržišta“ (str. 184.).

U godini 2019. dominirao je nekadašnji oblik ekonomije s turističkim proizvodom sa sačuvanim osobitostima destinacije. Dogodio se značajan razvoj i rast turističke industrije RH, na čemu su zaslužne sve prethodne turističke godine s neizmerno puno ulaganja svih ciljnih skupina, što se ne može vrednovati samo financijskim iznosima. Za vrijeme COVIDA-19 dogodili su se značajni napori na očuvanju svijeta kakvog poznajemo i odraza na industriju turizma RH te je važno spomenuti doprinos svih nas, a posebno znanstvenika i liječnika koji su postigli mnogo s deklaracijom u Barringtonu (Kulldorff, Gupta i Bhattacharya, 2020).

**Tablica 2. Kontinuum proizvoda i usluga**

▪ Proizvodi	▪ Sustavi za pohranu podataka
▪ Hrana	▪ Ključne usluge
▪ Kemijski spojevi	▪ Hoteli
▪ Minerali	▪ Aviokompanije
▪ Ključni proizvodi	▪ Pružatelji Internet usluga
▪ Uređaji	▪ Usluge-Sveučilišta-Zdravstvo-Investicije

Izvor: Rad autora prema Barković, D. (2011). *Uvod u operacijski management (II. dopunjeno izdanje)*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.

Do 16. siječnja 2014. kategoriziran je 851 turistički objekt, odnosno na sami početak aplikativnog razdoblja EU fondova od 2014. do 2020. Ukupan broj smještajnih kapaciteta raste, i službeno je u 2019. zabilježeno 1089 kategoriziranih turističkih objekata poput hotela, „boutique“ & „heritage“ hotela, modernih hostela, apart-hotela, pansiona, apartmana i ostalih oblika smještajnih kapaciteta. Daljnjem osiguravanju investicijskih pomaka doprinijet će nekoliko zakona. Tu su prije svega Zakon o pomorskom dobru i Zakon o turističkom zemljištu, a donekle će poduprijeti konkurentnost novi Zakon o trgovačkim društvima, Zakon o sportu, Zakon o elektroničnim medijima i Zakon o zaštiti potrošača. Važno je napomenuti da od 30-ak preostalih dostupnih ozbiljnijih ulagača i turističkih kompanija samo ih je nekoliko od 2013. do sada stiglo investirati u RH.

Početakom 2020. dogodio se COVID-19 Delta, potresi i slične elementarne nepogode, koje su izazvale određene šokove, što sve skupa rezultira smanjenjem broja posjetitelja, turista i gostiju. Bernstein (2020) jasno pojašnjava s uputama za pandemijska razdoblja: „držite prednost. Krizni menadžment uglavnom se temelji na sprječavanju krize. No, ako kriza izbije, onda se temelji na reagiranju na nju tako da se smanji šteta za organizaciju. Krizni menadžeri moraju biti u tijeku s novitetima u komunikacijskoj tehnologijama. No dok se sredstva za komunikaciju možda mijenjaju, načela ostaju ista. Budite brzi, suosjećajni, iskreni, informativni, i javljajte se dionicima. To radite, i bez obzira na to koje će nove tehnologije sutra biti izumljene, bit ćete u prednosti“ (str. 157.).

### 1.3. Izazovi i perspektive razvoja turizma u Republici Hrvatskoj

U svezi uloge javnih politika EU, središnje države RH, jedinica lokalne i regionalne samouprave Republike Hrvatske, koje s vremenom mogu osigurati razvoj inovativnih modela održivog turizma u RH, navodi se citat iz knjige Berman, Bowman i suradnici (2019): „kada vlasti raspoložu s pravim ljudima, s ispravnim sustavom te ispravnim namjerama, moguće je postići mnoge dobre stvari. Kvaka je u tome da ih treba pronaći.“ (str. 11.).

Demografska kretanja nisu zadovoljavajuća, a migracije stanovništva iz RH, osobito radno sposobnog stanovništva, učestala su, što ostavlja negativne učinke na demografske pokazatelje, dok se ostale posljedice očituju na ljudskim potencijalima, na radnoj snazi, na zdravlju<sup>1</sup>, na svim resursima i gubitku povjerenja u matičnu zemlju. Problem mortaliteta<sup>2</sup> zajednički je, i inicira moguće rješavanje u RH ili unutar grupe zemalja u EU, uz provedbu rezolucija, programa i direktiva<sup>3</sup>. Negativne demografske trendove imamo u članicama EU poput Rumunjske, Bugarske i Latvija, zatim Poljske, Grčke, Mađarske, Portugala, i posljednje dvije godine Italije. Estonija je 2016. smanjila mortalitet i od tada ima demografski rast. Izvan EU, primjerice u UK, nakon najtežeg razdoblja Covid 19 nastavljaju se pozitivni demografski trendovi započeti prije 2020.

Značajan je demografski profil populacije koja se nalazi u predškolskom odgoju i obrazovnom sustavu, za koju se procjenjuje da raspolaže većom dostupnosti slobodnog vremena. Naglašavaju se sve ciljne skupine domicilnog stanovništva svih uzrasnih kategorija, koje preko službenog i neslužbenog programa školskih i izvanškolskih aktivnosti mogu koristiti usluge sporta, slobodnog vremena i turizma. Doseg izračuna ukupne populacije na metrikama aplikacija podataka međunarodnih institucija nešto je veći nego kod matičnih institucija u RH. Evidentiran podatak popisa stanovnika u aplikaciji na dan 8.9.2022. za RH je 4.050.149. stanovnika.

Rezultat popisa stanovništva DZS-a u RH 14.1.2021. iznosi 3.888.529. stanovnika, dok se s druge strane pri HZZO vodi čak 209 tisuća osoba više od ukupnog i popisanog broja stanovnika, koje posjeduju zdravstveno osiguranje, što sugerira nužnost uvođenja registra broja stanovnika u DZS RH. Berman, Bowman i suradnici (2019.) izdvajaju „Doktrinu suverenosti“ (eng. doctrine of sovereignty) koja daje svojevrsnu znanstvenu stručnu podlogu upravljanju hijerarhijama vlasti koja „smatra da su tijela vlasti odgovorna zaštititi sve interese društva“ (str. 487.) Hisrich, Peters i Shepard (2013.) naglašavaju da je „na razini društva sve veći interes za „vlastiti rad“ pod vlastitim uvjetima.

Nova potraga za smislom uz uključenje nestrpljivosti, prouzrokovala je više nezadovoljstva unutar organizacije nego ikad prije“ (str. 68.). Hodak i sur. (2010.) pojašnjavaju da se „moderna ekonomska analiza prava razvija u više smjerova i da njezin predmet postaje sveobuhvatan, a metoda kombinira načela više znanstvenih područja, od sociologije, prava, političkih znanosti, do ekonomske analize, ekonomske politike, političke ekonomije i financijske znanosti“ (str.499.). Knežević i Žiljak (2018.) u radu pojašnjavaju da se „Najpoznatije istraživanje poduzetničke aktivnosti diljem svijeta provodi u okviru „Global Entrepreneurship Monitor“ (GEM) istraživanja, a kojeg je dio RH. U okviru tog istraživanja za utvrđivanje poduzetničke aktivnosti koriste se pokazatelji potencijalnih poduzetnika, novih poduzetnika, „odraslih“ poduzetnika, i poduzetničke aktivnosti zaposlenika. Sučević

<sup>1</sup> Hrvatski zavod za javno zdravstvo (2021). Europska zdravstvena anketa u Hrvatskoj 2019. - Osnovni pokazatelji. 2021. Preuzeto s: <https://www.hzjz.hr/medunarodna-istrazivanja/europska-zdravstvena-anketaehis-u-hrvatskoj-2019-osnovni-pokazatelji/> (20.02.2022.)

<sup>2</sup> Hrvatski zavod za javno zdravstvo. Izvješće o umrlim osobama u Hrvatskoj u 2020. godini .2021. (prvi rezultati). Preuzeto s :[https://www.hzjz.hr/wpcontent/uploads/2021/10/Bilten\\_Umrli-2020.pdf](https://www.hzjz.hr/wpcontent/uploads/2021/10/Bilten_Umrli-2020.pdf) (20.2.2022.)

<sup>3</sup> Europski Parlament. Strateška komunikacija EU za borbu protiv propagande koju protiv nje provode treće strane (2016/2030(INI)). 2022. Preuzeto s: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441\\_HR.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_HR.html) (20.2.2022.)

(2016.) tvrdi da su vitalne pogreške nečinjenja nedostatno praćenje tržišnih promjena i nedostatak operativnih kontrola, dok su vitalne pogreške činjenja: prebrzi rast i preveliko zaduženje. Od 2016. u RH djeluje Uprava za sport, a od 2020. ista se pripaja Ministarstvu turizmu i mijenja ime u Ministarstvo turizma i sporta. Aktualna situacija u sektoru turizma i sporta čini izazov u budućnosti. Od apliciranja na međunarodna natjecanja do potencijala za tržište globalnih sportova i sektore industrije slobodnog vremena.

#### 1.4. Modeli i strateške nakane cjelogodišnjeg održivog turizma u RH

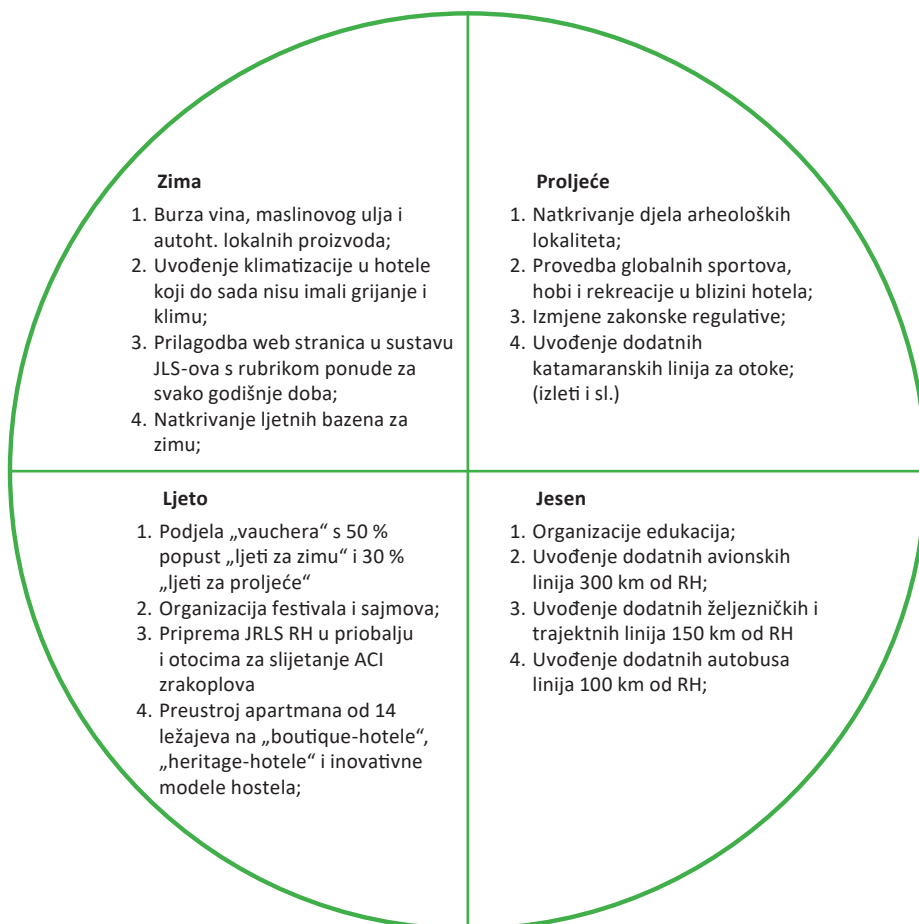
Kružnicom, mapom održivog cjelogodišnjeg turizma, inicira se provedba jednostavnih i kompleksnih mjera s operativnim rješenjima, koje u kratko vrijeme mogu polučiti dobre rezultate, koji su od neizmjerne važnosti za turiste, posjetitelje, goste, osoblje, menadžment i ostale građane u sektoru turizma, sporta i kvalitetnog upravljanja slobodnim vremenom, tijekom cijele godine. Institucionalni dionici upravljanja strateškim nakanama u RH mogu biti od Središnje države RH, jedinica lokalne, regionalne samouprave, do tržišnih ulagača koji investiraju, apliciraju na ostale izvore financiranja, uključujući EU fondove.

**Tablica 3. Mapa „Turizma 12 mjeseci“**

R.br.	Naziv mjere	Obilježavanje posvećenih dana ili mjeseci u svijetu, EU, RH, JLS, RLS i RH
1.	Provedba nacionalnih planova upravljanja cjelogodišnjim održivim turizmom u RH	Sij
2.	Provedba akcijskih planova regionalne samouprave s ciljem održivog turizma u RH	Velj
3.	Provedba taktika i strategija lokalne samouprave u svrhu održivog turizma u RH	Ožu
4.	Postupno praćenje provedbe planova planinskog, ski i turizma snježnih radosti RH	Tra
5.	Donošenje zakona radi produljenja triju sezone i logistike nautici četvrtoj sezoni u RH	Svi
6.	Organizacija ribolovnih manifestacija i vodenih sportova u RH	Lip
7.	Digitalna podrška prodaje ljetnih festivalima, koncertima u RH	Srp.
8.	Posjet Marijanskim svetištima u skladu s vjerskim uzusima ponašanja u RH i BIH	Kol
9.	Intenzivnija promocija lječilišnog turizma za razdoblje van početka i kraja PPS-a u RH	Ruj
10.	Organizacija međunarodnih kongresa, IT-festivala i znanstvenih skupova u RH	Lis
11.	Organizacija događanja u kulturi, folkloru, umjetnosti, književnosti u RH	Stu
12.	Organizacija sportskih, rekreativnih i misaonih događaja s turnirom četiri grada RH/EU	Pro

Izvor: rad autora prema obradi dostupnih izvora 2022. u okviru akcijskog istraživanja (6.3.2022.)

U tablici 4. nalazi se opis mjera, programa i prijedloga strateške nakane „Turizma 12 mjeseci“ s taktikom i strategijom upravljanja „mjesec za mjesec – tijekom kalendarske godine“.

**Tablica 4. Popis prijedloga mjera za održivi turizam tzv. „kružnice turizma četiri sezone“ u RH**

Izvor: rad autora prema Peroš A. (2014.) *Tranzicijski prelazak sa sezonskog na cjelogodišnje turističko poslovanje u RH*

### 1.5. Problem, predmet i ciljevi istraživanja te istraživačka pitanja

**Problem istraživanja** nedovoljna je održivost postojećeg oblika turizma i nemogućnost provedbe inovativnih oblika turizma: „turizma 4 sezone“ ili „turizma 12 mjeseci“, u sadašnjem neizvjesnom, nesigurnom i dinamičnom poslovnom okruženju uslijed prijetnji vanjskih čimbenika, poput pandemije COVID-19, negativnih demografskih trendova i ostalih čimbenika. **Predmet istraživanja** je teorijski okvir utjecaja poslovnog okruženja na održivi razvoj postojećeg i moguće oblike turizma u RH. **Objekt istraživanja** su čimbenici poslovnog okruženja koji utječu na održivi razvoj turizma u RH.

**Glavni cilj istraživanja** bio je utvrditi kako i koliko pojedini čimbenici poslovnog okruženja utječu na razvoj turizma u RH. Pomoćni ciljevi istraživanja (P. C. I.) su:

- P. C. I. 1.: Istražiti teorijski okvir utjecaja poslovnog okruženja na održivi razvoj turizma u RH.
- P. C. I. 2.: Analizirati i ocijeniti čimbenike poslovnog okruženja koji doprinose održivom razvoju turizma u RH.
- P. C. I. 3.: Identificirati područja i mjere za poboljšanje održivog razvoja turizma u RH.

### **Istraživačka pitanja (I. P.) su:**

- I. P. 1.: Kako poslovno okruženje utječe na održivi razvoj turizma?
- I. P. 2.: Koji i koliko čimbenici poslovnog okruženja doprinose održivom razvoju turizma u Republici Hrvatskoj?
- I. P. 3.: Koja su područja i mjere za poboljšanje održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj ?

## **2. METODE ISTRAŽIVANJA**

U ovom kvalitativnom istraživanju podaci su prikupljeni iz primarnih i sekundarnih (dodatnih) izvora podataka. Podaci iz primarnih izvora prikupili su se metodom anketiranja. Populacija za anketiranje su stručnjaci i menadžment raznih profila koji su i korisnici turističkih usluga, a veličina uzorka je 60 (N=60) ispitanika.

Podaci iz sekundarnih (dodatnih) izvora prikupili su se iz relevantnih znanstvenih i stručnih radova te dostupne službene dokumentacije iz turističkog sektora. Za analizu podataka dobivenih iz intervjua koristila se metoda analize sadržaja, a za analizu podataka dobivenih iz sekundarnih izvora koristit će se metoda deskriptivne (opisne) statistike. Za prikupljanje sekundarnih podataka i informacija koristila se analiza literature, e-knjiga, znanstveno-stručnih članaka, web-tražilice, relevantne web stranice, novine (primjerice: online izdanja) i e-metrika. Metoda koja se koristi u radu induktivne je naravi, s kojom se od zasebnih rezultata dolazi do općih.

Kvantitativnim istraživanjem deduktivne prirode te korištenjem znanstveno stručnih metoda poput „analize organizacijskog diskursa“ i „eksperimenta“, uz dostupne poslovne analize, dolazi se do općih, spoznajnih i egzaktnih podataka, koje metodom deskripcije iskazuju „korelacijskim“ istraživanjem.

Kvalitativnim istraživanjem znanstveno stručnih metoda poput „promatranja iz stvarnog života“ (eng. „real life observation“) sa sintezom postojećih ograničenja „teorije sustava“ metodom „racionalizacije“ razrađuju se inovativne ideje, dok se metodom „apstrakcije“ izdvaja bitno, što stvara prilike razvijajući nove teorije otvorene za perspektivu sudionika istraživanja i rješenja za ciljne skupine na koje se odnose.

### **Instrumenti i postupak prikupljanja podataka**

Istraživanje se provelo Anketom - anketnih upitnika u dostupnom programu „Word- a“, zatim e-anketa, odnosno online anketama analitičke aplikacije „QuestionPro“. Anketa -anketni upitnici poslani su na 445 kontakata (e-mail adresa, socijalnih mreža i ostalo). Istraživanje je trajalo 30 dana od dana poslani posljednje ankete.



## Analiza podataka

Analiza prikupljenih podataka iz primarnih izvora obrađena je deskriptivnom statistikom. Podaci iz sekundarnih izvora obrađeni su, a analizom sadržaja podataka obavila se e-obrada od prikupljenih 10 anketnih upitnika u Word programu s 50 online e-anketa ispunjenih preko analitičke aplikacije. U ovom radu su prikazani rezultati istraživanja, odnosno odgovori na anketu od 5. – 11. pitanja koja imaju veći broj ispitanika od ukupno kompletno ispunjenih online i anketa u word dokumentu od 1-15 pitanja.

## 3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

Rezultati istraživanja prezentirani su deskriptivnom statistikom u tabličnom i grafičkom obliku. Također, provedena je evaluacija, rasprava i interpretacija rezultata istraživanja.

### 3.1. Rezultati istraživanja

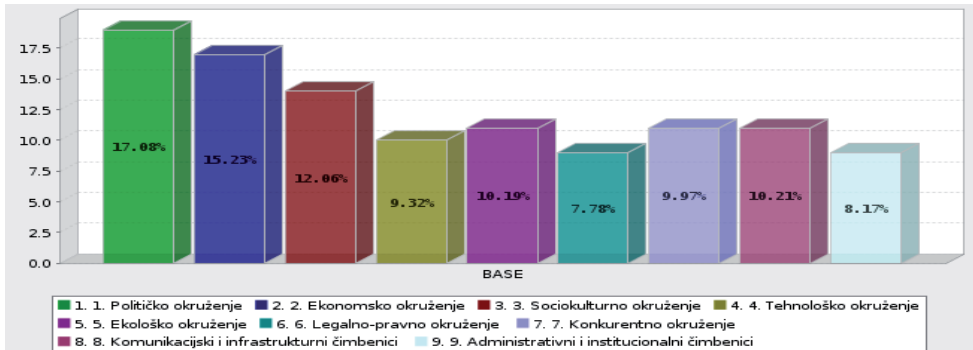
Aspekti analize poslovnog okruženja

**Tablica 5. Analize poslovnog okruženja utjecaja na održivi razvoj turizma (PESTEL & PESTEC) u RH**

Redni broj	Odgovor	Računati s:	Izraženo u postotcima %
1.	Političko okruženje	19	17,08 %
2.	Ekonomsko okruženje	17	15,23 %
3.	Sociokulturno okruženje	14	12,06 %
4.	Tehnološko okruženje	10	9,32 %
5.	Ekološko okruženje	11	10,19 %
6.	Legalno-pravno okruženje	9	7,78 %
7.	Konkurentno okruženje	11	9,97 %
8.	Komunikacijski i infrastrukturni čimbenici	11	10,21 %
9.	Administrativni i institucionalni čimbenici	9	8,17 %
	<b>Ukupno:</b>	111	100 %
Značenje: 4.436	Pouzdanost intervala: 3.950 – 4.921	Standardna devijacija: 2.669	Standardna pogreška: 0.248

Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzete s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U tablici 5. navode se aspekti analize poslovnog okruženja (PESTEL & PESTEC) s ostalim utjecajima na održivi razvoj turizma u RH, u kojem ispitanici u istraživanju doprinose polaznim podacima, koji daju jasan smjer ravnomjernom razvoju, smanjivanju razlika i klimatskih promjena. Slika 1. prikazuje grafički prikaz metoda i analiza (PESTEL i PESTEC i ostalo) utjecaja održivog poslovnog okruženja turizma u RH.

**Slika 1. Grafička obrada analize održivog poslovnog okruženja turizma u RH**

Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzete s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

Iz slike 1. proizlaze odgovori ispitanika u istraživanju na pitanje o sinergiji čimbenika u kojem njih 17,68% navodi da je najvažnije političko okruženje, zatim ekonomsko 15,23%, a onda slijede ostali utjecaji na održivi turizam RH. Tablica 6. prikazuje stupanj poboljšanja procesa kojeg treba učiniti s ciljem ravnomjernog razvoja i održivog turizma u središnjoj državi i JLRS RH.

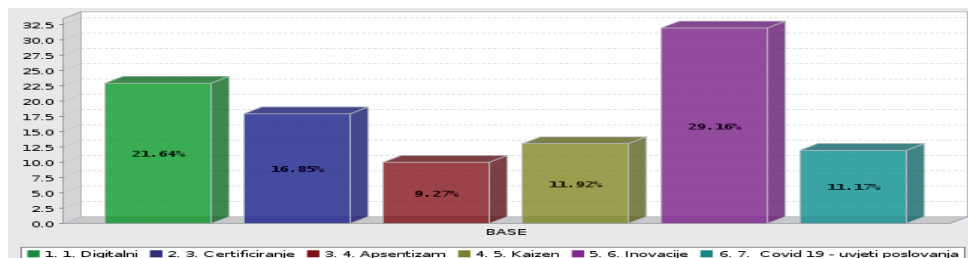
**Tablica 6. Struktura odabira ispitanika istraživanja u odnosu na stupanj poboljšanja procesa u odnosu na ravnomjerni i održivi razvoj turizma u središnjoj i JLRS RH**

Redni broj	Odgovor	Računati s:	Izraženo u postotcima (%)
1.	Digitalni	23	21,64 %
2.	Certificiranje	18	16,85 %
3.	Apsentizam	10	9,27 %
4.	Kaizen	13	11,92 %
5.	Inovacije	32	29,16 %
6.	COVID-19 poslovanje	12	11,17 %
	Ukupno:	108	100 %
Značenje: 3.436	Interval pouzdanosti : 95 % 3.104-3.768	Standardna devijacija: 1.779	Standardna pogreška: 0.169

Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ (2022.) preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U tablici 6. navode se akcijski planovi s taktikama unapređenja i poboljšanja procesa održivog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg turizma u RH. Slika 2. prikazuje grafičku obradu istraživanja poboljšanja procesa središnje države i JLRS RH s ciljem ravnomjernog razvoja održivog turizma u RH.

**Slika 2. Poboljšanje procesa središnje države i JLRS RH s ciljem ravnomjernog razvoja održivog turizma u RH**



Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzeto [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

Iz Slike 2. proizlazi da su za cilj održivog turizma važni utjecaji inovacija od 29,16% i digitalnih 21,64%, a ispitanici u istraživanju smatraju da je za daljnje poboljšanje procesa u organizacijama nužno certificiranje 16,85%, provedba COVID-19 uvjeta poslovanja 11,17%, zatim slijedi pospješivanje proizvoda i usluga Kaizen pristupom 11,92% i Apsentizmom 9,27%. Tablica 41. prikazuje udjel odgovora ispitanika istraživanja na pitanja u odnosu na opasnosti i prijetnje izazova u sigurnosti RH nasuprot globalnom svijetu.

**Tablica 7. Opasnosti prijetnji sigurnosnog izazova u RH nasuprot globalnom svijetu**

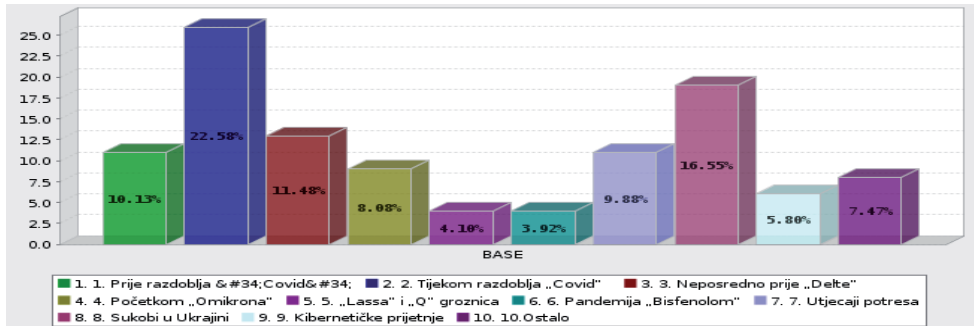
Redni broj:	Odgovor	Računati s:	Izraženo u postocima: (%)
1.	Prije razdoblja „COVID-19“	11	10,13 %
2.	Tijekom razdoblja „COVID-19“	26	22,58 %
3.	Neposredno prije „Delte“	13	11,48 %
4.	Početak „Omikrona“	9	8,08 %
5.	„Lassa“ i „Q-groznica“	4	4,10 %
6.	Pandemija „Bisfenolom“	4	3,92 %
7.	Utjecaji potresa	11	9,88 %
8.	Sukobi u Ukrajini	19	16,55 %
9.	Kibernetičke prijetnje	6	5,80 %
10.	Ostali	8	7,47 %
	Ukupno:	111	100 %
Značenje s: 4.945	Interval pouzdanosti 95 %: 4.398-5.492	Standardna devijacija: 2.998	Standardna pogreška: 0.279

Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U tablici 7. nalaze se aspekti opasnosti i prijetnji poslovnom okruženju turizma kao sigurnosnog izazova u RH nasuprot događanjima u globalnom svijetu. Ispitanici su u istraživanju odgovorili na pitanja opasnosti i prijetnji iz neposredne prošlosti prije razdoblja COVID-19 na koji se odnosi 10,13%, utjecaji potresa 9,88%, kibernetičke prijetnje 5,80%, pandemije

bisfenolom 3,92% i Lassa & „Q-groznice“ 4,10% kao čimbenika rješavanja problematike za nastavak turističkog poslovanja današnjice. Slika 3. prikazuje obrade grafičkog istraživanja utjecaja pandemija na sigurnosni izazov RH nasuprot globalnom svijetu.

**Slika 3. Utjecaj sigurnosnoga izazova pandemija u RH nasuprot globalnom svijetu**



Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

Na slici 3. nalaze se odgovori na pitanja prema kojima čak 22.58% ispitanika smatra da mogu pospješiti rješavanje sigurnosnih izazova poslovnog okruženja turizma i smanjiti posljedice koje se odnose na utjecaje tijekom COVID-19 razdoblja, njih 11,48% smatra da se situacija može pospješiti prije početka Delte, a 8,48% prije početka Omikrona. Za njih 16,55% bitan je utjecaj rata u Ukrajini. Kao ugroze domicilnog stanovništva, turista i posjetitelja od virusnih oboljenja prepoznaje 50,16% ispitanika, a obilježja razdoblja prije početka i tijekom COVID-19 s kasnijim potresima, kibernetičkim prijetnjama, sukobu u Ukrajini i ostale sigurnosne prijetnje čine 49,84%. Tablica 8. prikazuje strukturu odabira ispitanika u istraživanju na utjecaje i poslovne procese u turizmu RH.

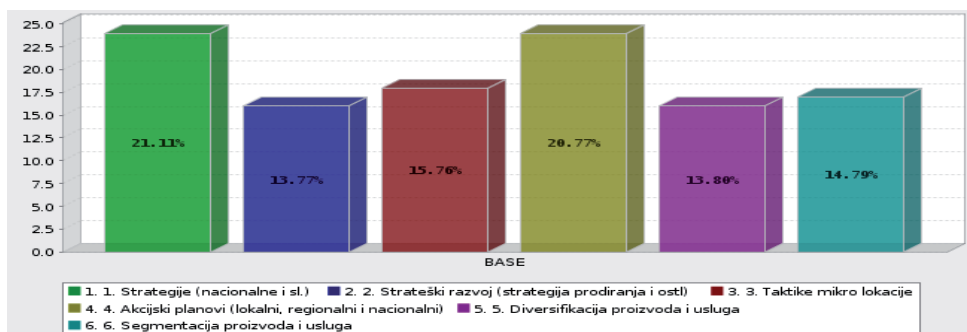
**Tablica 8. Udjel odabira ispitanika u istraživanju na utjecaja i poslovne procese u turizmu RH**

Redni broj	Odgovor	Računati s:	Izraženo u postotcima
1.	Strategije	24	21,11 %
2.	Strateški razvoj (strategija prodiranja)	16	13,77 %
3.	Taktike mikro-lokacije	18	15,76 %
4.	Akcijski planovi (lokalni regionalni i nacionalni)	24	20,77 %
5.	Diversifikacija proizvoda i usluga	16	13,80 %
6.	Segmentacija proizvoda i usluga	17	13,80 %
	<b>Ukupno:</b>	115	100 %
Značenje s: 3.367	Interval pouzdanosti 95 %: 3.055-3.680	Standardna devijacija: 1.721	Standardna pogreška: 0.159

Izvor: rad autora prema analitike aplikacije „Questionpro“ 2022. preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U tablici 8. stoji da su ispitanici u istraživanju za razvoj poslovnog okruženja u turizmu naveli provedbe sinergije strategija što može doprinijeti poboljšanju poslovnih procesa RH. Slika 4. prikazuje obradu grafičkog istraživanja poslovnih procesa koje doprinose održivom turizmu u RH.

**Slika 4. Grafička obrada sinergije strategija utjecaja na poslovno okruženje industrije turizma**



Izvor: rad autora prema analitici aplikacije 2022. i preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U slici 4. navodi se odabir ispitanika u istraživanju od 21,11% koje se odnosi na provedbu nacionalnih strategija, zatim lokalnih, regionalnih i nacionalnih akcijskih planova 20,77%, strateškog razvoja 13,77% i taktika mikro lokacije 15,76%, dok organizacije i institucije trebaju provoditi diversifikaciju 13,89% i segmentaciju proizvoda i usluga 14,79%, što će zajedno doprinijeti poslovnom okruženju i održivom turizmu RH. Tablica 9. prikazuje odabir udjela ispitanika u istraživanju u odnosu na sinergiju industrija s utjecajem na poslovno okruženje u turizmu u RH.

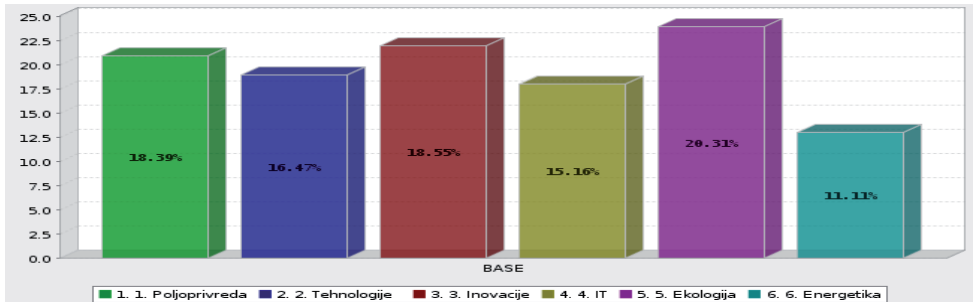
**Tablica 9. Struktura ispitanika u istraživanju i sinergija industrija s utjecajima na poslovno okruženje u turizmu u RH**

Redni broj	Odgovor	Računati s QP	Izraženo u postotcima (%)
1.	Poljoprivreda	21	18,37 %
2.	Tehnologije	19	16,47 %
3.	Inovacije	22	18,55 %
4.	I&R IT	18	15,16 %
5.	Ekologija	24	20,31 %
6.	Energetika	13	11,11 %
	<b>Ukupno:</b>	117	
Značenje s: 3.359	Interval pouzdanosti: 3.060-3657	Standardna devijacija: 1.661	Standardna pogreška: 0.152

Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

Iz tablice 9. proizlazi da su ispitanici u istraživanju detektirali utjecaje sinergije industrije u kojem su čimbenici ekologije sa 20,31%, inovacija 18,55% i poljoprivrede 18,37% među prvim odabirima utjecaja na razvoj poslovnog okruženja u turizmu RH. Slika 5. prikazuje sinergiju industrija i udjel odabira ispitanika istraživanja s utjecajima na poslovno okruženje u RH.

**Slika 5. Grafički prikaz sinergija industrija s utjecajima na poslovno okruženje industrije turizma u RH**



Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzete [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U slici 5. navode se rezultati istraživanja koje su ispitanici ispunili u svrhu pronalaženja rješenja u odnosu na sinergiju industrija istraživši utjecaje razvoja poslovnog okruženja u turizmu RH. Tehnologije, inovacije, IT, istraživanja i razvoj zauzimaju 50,18% u odnosu na međuovisnost sinergije industrija, očuvanja klimatskih promjena poput ekologije, i poljoprivrede i energetike s 49,79% utjecaja održivosti turizma u RH. Tablica 10. prikazuje odabir udjela ispitanika istraživanja na čimbenike uzrokovane pandemijom i ratom u Ukrajini i utjecajem na turizam u RH.

**Tablica 10. Tablica strukture odgovora ispitanika na pitanje u istraživanju o čimbeniku uzroka pandemijom i sukoba u Ukrajini i utjecaj na turizam u RH**

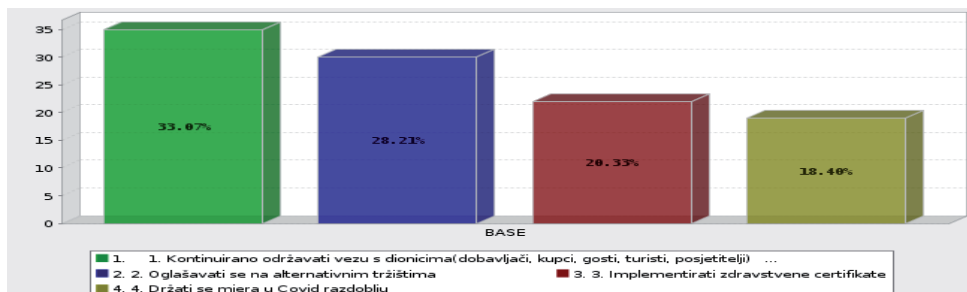
Redni broj	Odgovori	Računati s:	Izraženo u postocima (%)
1.	Kontinuirano održavati vezu s dobavljačima	35	33,87 %
2.	Oglašavati se na alternativnim tržištima	30	28,21 %
3.	Implementirati zdravstvene certifikate	22	20,33 %
4.	Držati se mjera u COVID-19 razdoblju	19	18,40 %
	Ukupno:	106	100 %
Značenje s: 2.241	Interval pouzdanosti: 95 % 2.032-2.449	Standardna devijacija: 1.106	Standardna pogreška: 0.106

Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U tablici 10. ispitanici navode čimbenike koji zajedno s utjecajima daju preporuke za daljnja postupanja u hitnim situacijama koje imaju obilježje neizvjesnosti poput COVID-19 i

ostalim virusnih oboljenja te sukoba u Ukrajini, a mogu znatno utjecati na turizam u RH. Slika 6. prikazuje grafičku obradu istraživanja koji se odnose na čimbenike neizvjesnosti uzrokovane pandemijom COVID-19 i rata u Ukrajini.

**Slika 6. Tablica čimbenika uzrokovanih pandemijom COVID-19 i sukobima u Ukrajini**



Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzete s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

33,87% ispitanika drži da je najvažnije držati vezu s dionicima u poslovnim procesima, zatim njih 28,21% oglašavati se na alternativnim tržištima, a 20,33% žele implementirati zdravstvene certifikate (zdravstvo, turizam i gospodarstvo) te pridržavati se mjera u COVID-19 razdoblju. Tablica 11. prikazuje strukturu odabira odgovora ispitanika istraživanja na pitanje o predloženim mjerama i programa s ciljem poboljšanja održivog turizma u RH.

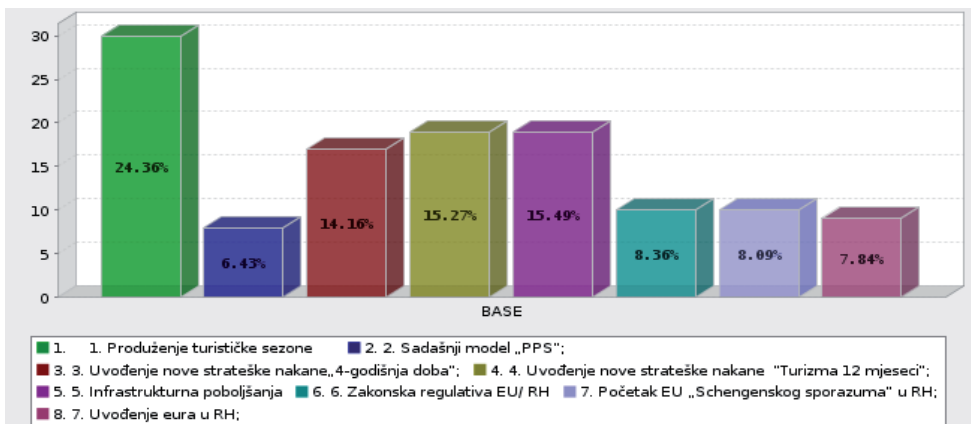
**Tablica 11. Tablica predloženih mjera i programa s ciljem poboljšanja održivog turizma u RH**

Redni broj	Odgovor	Računati s QP I WP	Izraženo u postotcima (%)
1.	Produljenje turističke sezone	30 plus rezultati Word	24,36 %
2.	Sadašnji model PPS	8	6,43 %
3.	Uvođenje nove strateške nakane „4-godišnja doba“	17	14,16 %
4.	Uvođenje nove strateške nakane „turizma 12 mjeseci“	19	15,27 %
5.	Infrastrukturna poboljšanja	19	15,49 %
6.	Zakonska regulativa	10	8,36 %
7.	Početak Schengenskog sporazuma u RH	10	8,09 %
	Uvođenje eura u RH	9	7,84 %
	Ukupno:	122	100 %
Značenje sa 3.877	Interval pouzdanosti 3.484-4.270	Standardna devijacija 2.256	Standardna pogreška: 0.201

Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ 2022. preuzeto s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

Iz tablice 11. proizlaze rezultati istraživanja u kojem su ispitanici odgovorili na pitanja koja se odnose na promišljanje kakav turizam RH treba imati. Strukturu odabira odgovora ispitanika inovativnih strateških nakana cjelogodišnjeg modela i koncepata održivog turizma RH čini 29,43%, dok održavanje sadašnjeg stanja i produljenje sezone podržava njih 30,79%. Utjecaje poput infrastrukturnih poboljšanja naglašava 15,49%. Uređenje zakonske regulative, početak Schengenskog sporazuma u RH i uvođenja eura naglašava njih 24,29%. Slika 7. prikazuje grafičku obradu istraživanja koje se odnosi na područja i mjere poboljšanja održivog turizma u RH

**Slika 7. Područja i mjere poboljšanja održivog turizma u RH**



Izvor: rad autora prema aplikaciji „Questionpro“ (2022.) preuzete s [questionpro.com/a/listSurveys.do](https://questionpro.com/a/listSurveys.do) (12.5.2022.)

U slici 7. vidljivo je da su ispitanici dali odgovore na pitanja u istraživanju koja se odnose na mjere, programe i područja koja teže poboljšanju procesa održivog turizma. Najmanji utjecaj sadašnjeg modela „PPS“ sa 6,43% nakon čega je utjecaj uvođenja eura 7,48% i ulazak RH u „Schengenski sporazum“ 8,09%. Uvođenje novih zakonskih regulativa naglašava njih 8,36%. Odabir ispitanika za produljenom turističkom sezonom je 24,36%, a uvođenjem nove strateške nakane „4 godišnja doba“ naglašava 14,16%, za model „Turizam 12 mjeseci“ izjasnilo se 15,27% ispitanika, Dobili smo realan odraz stvarnog stanja turizma u odnosu na onaj koji želimo imati u RH.

### 3.2. Rasprava

Rezultati istraživanja pokazuju potrebu uvođenja aktivnosti poput predlaganja učinkovitih programa, mjera i zakona prema središnjoj državi RH, EU fondovima, JLRS RH, velikim korporativnim poduzetnicima, MSP i mikro poduzetnicima u RH, a sve u svrhu kako održivog i cjelogodišnjeg turizma, tako i demografije, s ciljem ostanka populacije te povratka radno sposobnog iseljenog stanovništva i starijih generacija RH.

Također, nužan je aktivni i sveobuhvatni pristup u provedbi javnih politika, prije svega smanjivanjem korupcije, aktivnih poreznih politika u svrhu stimuliranja povratka i ostanka



obitelji u ruralnim sredinama i na otocima. Isto tako, nužno je povećanje porodiljinih naknada, uz prilagodbu na turističke potrebe u smislu cjelogodišnjeg zapošljavanja, s olakšicama za stanovništvo poput subvencioniranja cijene vrtića i sl.

Nadalje, rezultati istraživanja sugeriraju potrebu za ograničavanjem državnog intervencionizma, za poboljšanje poreznih politika te inovativno oporezivanje i porezno rasterećenje cijene rada za cjelogodišnja radna mjesta ili stalne sezonce. Daje se važnost značaju turističke infrastrukture, boljoj povezanosti s digitalizacijom, usklađenosti sustava i zakonskim regulativama za što očekuju znatno produljenje turističke sezone. Potiču rad na promociji turizma RH u svijetu, turističkih destinacija i destinacijskom menadžmentu. Ispitanici se izjašnjavaju za zadržavanje nacionalne valute hrvatske kune. Naglašavaju potrebu i nužnost korištenja raznih konzultantskih usluga za unapređenje i poboljšanje turističkih politika. Iniciraju prilagođavanje i smanjivanje poreza s nametima i ostalim mjerama politika zapošljavanja poput konkurentskih zemalja te ciljano i pojednostavljeno odobravanje sredstva iz EU fondova.

Rezultati istraživanja upućuju na potrebu prezentacije i prilagodbe autohtonih proizvoda za potrebe našeg turizma i ugostiteljstva, sa odgovarajućim širenjem distributivnih mreža i poslovanja, i usklađivanjem tržišta glede kvalitete proizvoda i usluge koje se nude. Sugeriraju poticanje daljnjeg ulaganja i investicijskih ciklusa u izgradnji vodenih parkova poput zabavnog parka (npr. „water world“) na području SDŽ i RH te iskorištavanje nekih od napuštenih privrednih objekata uz more, adrenalinskih i povećanih kategorija HoReBa preko velikih i korporativnih poduzetnika s mikro poduzetnicima i MSP-ovima u RH. Smatraju da su nedovoljno iskorištene prilike iz EU fondova i traže jednostavnije kriterije.

Potrebno je učiniti više po pitanju povezivanja tzv. „zelene i plave magistrale“ o čemu se godinama raspravlja, no to nikada nije zaživjelo u okvirima postojećih mogućnosti. Povezanost poljoprivrede i turizma, pokretanje turizma s projektima u poljoprivredi, poput suradnje u Slavoniji i Baranji. Potreban je veći fokus na agroturizmu u kontinentalnim dijelovima Hrvatske. Ponudom „domaćih“ prehrambenih proizvoda stvorila bi se dodana vrijednost turističke gastro ponude. Ulagati u proizvodnju hrane koristeći principe biološki uzgojene hrane bez genetski modificiranih organizama, oblikovati nove i atraktivne turističke proizvode uz konkurentne cijene.

Konačno, rezultati istraživanja pokazuju nužnost pojednostaviti administrativne postupke i ubrzati procese rješavanja dozvola i problema s kojima se pojedinci susreću. Poticaj turističkom sektoru kroz smanjenje parafiskalnog nameta kako bi se sredstva locirala u povećanje kvalitete usluga. Otvaranje novih radnih mjesta, poticaji poduzetnicima, te omogućiti posebne ponude za domaće goste u niskoj sezoni. Zbog postizanja razine optimizacije troškova države navodi se reforma javne uprave i daljnje povlačenje sredstava iz EU fondova za obnovu i razvoj infrastrukture. Inovativni proizvodi - korištenje IT (interaktivne izložbe) i uvođenje inovacija (vezano za IT tehnologije) – to su aktivnosti koje trebaju biti preciznije kreirane. Poticati korištenje Internet digitalnih vještina i znanja poput web marketinga i sl. Dionici bi trebali aktivnije voditi brigu o ekologiji i održivom razvoju u samoj turističkoj destinaciji, a uz povlačenje više sredstava poboljšala bi se poduzetnička klima. Eno gastronomski turizam odnosi se na „friendly experience“ posebice u proizvodnji domaće hrane, suvenira.

## 4. ZAKLJUČAK

Glavni cilj istraživanja bio je utvrditi kako i koliko pojedini čimbenici poslovnog okruženja utječu na razvoj turizma u RH. Istraživačka su pitanja usmjerila istraživanje, a odgovori na njih potvrđuju da adekvatno upravljanje ekonomskim, ekološkim, socijalnim i društveno odgovornim komponentama značajno utječe na održivi razvoj turizma.

### I. P. 1.: Kako poslovno okruženje utječe na održivi razvoj turizma?

Utjecaj i blizina ukrajinsko-ruskog sukoba doprinosi neizvjesnosti i prepreka je miru i stabilnosti u turizmu RH. Neposredna komunikacija s klijentima i pravovremena javljanja izbjegla su i izbjeći će veće smanjivanje aranžmana. Ulaskom RH u „Schengenski sporazum“ sigurnosna perspektiva trebala bi promijeniti i razviti svijest na bolje o važnosti doprinosa izvozu, turizmu, gospodarstvu i sigurnosti. Izgradnjom infrastrukture u sportu, turizmu, upravljanjem industrijom slobodnog vremena, utjecaj na zdravlje čovjeka, reguliranost poduzetništva i individualnih načina zapošljavanja populacije bez prihoda, indikatori su ekonomskog oporavka.

### I. P. 2.: Koji čimbenici poslovnog okruženja doprinose održivom razvoju turizma u Republici Hrvatskoj ?

Čimbenici koji doprinose održivom razvoju turizma u RH su investitori u turizam, sportsko-stadionska, dvoranska i turistička infrastruktura. Izgradnjom infrastrukture u sportu, turizmu, upravljanjem industrijom slobodnog vremena, utjecaja na zdravlje čovjeka, reguliranost poduzetništva i individualnih načina zapošljavanja populacije bez prihoda, čimbenici su ekonomskog oporavka. Potencijalna ulaganja u izgradnju turističke, sportsko-stadionske, preostale dvoranske i ostale infrastrukture ispunjavanja slobodnog vremena preko države RH, EU ili tržišnih predvodnika, Realan brži rast izgradnje vjerojatno će se djelomično ostvariti.

### I. P. 3.: Koja su područja i mjere za poboljšanje održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj ?

Provedba inovativnih mjera poput kružnice „turizma četiri godišnja doba“ i mape „turizma 12 mjeseci“ s aktivnostima organiziranog procesa za cjelogodišnji i održivi turizam, a sve u skladu s ciljevima očuvanja klimatskih promjena poboljšava industriju turizma. Mjere za nastavak poticanja demografije u RH, kao provedba globalnih, sportskih i kulturoloških upoznavanja u RH i u svijetu, doprinosi razvoju turizma u RH.

Nadalje, upravljanjem znanja upotpunit će se ponude s inovativnim globalnim sportovima, rekreativnim, misaonim, virtualnim te nedostupnim i nepoznatim kulturama s naglaskom na korištenja resursa u blizini hotelskih lanaca, putničkih i turističkih agencija. Uz demografske podatke, obilježje i posljedica razdoblja identičnog modela upravljanja 2012.-2022. negativan su prirast stanovnika RH s nedostatkom radne snage i smanjenja konkurentnosti poduzetnika. Konačno, novo promišljanje socijalno tržišnog gospodarstva od strane svih dionika s daljnjim mogućnostima osnivanja inovativnih organizacijskih oblika pravnih i fizičkih osoba te bolja reguliranost u unutarnjem dugovanju u svrhu kontinuiteta proizvodnosti, omogućit će održivi razvoj turizma.

## THE INFLUENCE OF THE BUSINESS ENVIRONMENT ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF CROATIA

**Ante Peroš**, MSc.

European Business School Zagreb

Selska cesta 119, 10110 Zagreb, Croatia

Phone: +385 (0)91 3092 927; e-mail: ante.peros1@gmail.com>

**Ivica Katavić**, PhD

University College for Security

Veslačka 2 A, 10000 Zagreb, Croatia

Phone: + 385 (0)99 3695 585; e-mail: ivica.katavic@vss.hr

### **ABSTRACT**

*The paper analyzes the effects of the business environment on the development of the tourism industry. In the atmosphere of uncertainty of the pandemic COVID-19 period, the preserved context of the continuum of products and services is taken as an example of the survival of civilization in the world. The problem that prompted this research is insufficient sustainability of the existing form of tourism and the impossibility of implementing innovative forms of tourism. Therefore, the main goal of the research was to determine how and to what extent certain factors of the business environment influence the development of tourism in the Republic of Croatia. In the paper, research was conducted using an anonymous questionnaire on the population of users of tourist services, and the sample size was 60 (N=60) respondents. The results of the research show that before and during the pandemics, phenomena were observed that suggest a change in the current management model to new strategic intentions. Competitive strategies and innovative models aimed at the sustainability of other sectoral industries are explained. The comparative advantages of industries with investments in addition to tourism contribute to the development of SMEs in the Republic of Croatia. Synergies of strategies and tactics are implemented to improve products and services in the tourism, sports and leisure industries. Laws and measures for the stay of the population have been initiated, which are also programs for the return of emigrants to the Republic of Croatia.*

**Keywords:** *impacts; improves; advances; environment; sustainable; year- round*

## LITERATURA

1. Agarwal, S. & Sikri, S. (1996). Country image: consumer evaluation of product category extensions. *International Marketing Review*, 13, str. 23 – 39.
2. Anholt, S. (2007). The Theory of Competitive Identity. In: *Competitive Identity*. London: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9780230627727\\_2](https://doi.org/10.1057/9780230627727_2)
3. Barković, D. (2011). *Uvod u operacijski management* (2. dopunjeno izd.). Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
4. Berman, E. M., Bowman S. J., West, J. P. i Van Wart, M. R. (2019). *Upravljanje ljudskim potencijalima u javnoj službi*. Zagreb: Mate d.o.o.
5. Bernstein, J. (2020). *Krizni menadžment*. Zagreb: Mate d.o.o.
6. Byers, T. H., Dorf, R. C., Nelson, A. J., Senci, V., Nenadić, V. i Tomašević, F. (2015). *Tehnološko poduzetništvo: od ideje do tvrtke*. Zagreb: Tehničko veleučilište
7. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i sur. (2011). *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga
8. Europski Parlament. Strateška komunikacija EU za borbu protiv propagande koju protiv nje provode treće strane (2016/2030(INI)). 2022. Preuzeto s [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441\\_HR.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_HR.html)
9. Hisrich, R. D., Peters, M. P. i Shepard, D. A. (2013). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o.
10. Hodak, Lj. M. (2010). *Pravno okružje poslovanja*. Zagreb: Mate d.o.o.
11. Hrvatski zavod za javno zdravstvo (2021). Europska zdravstvena anketa u Hrvatskoj 2019.: osnovni pokazatelji. Preuzeto s <https://www.hzjz.hr/medunarodna-istrazivanja/europska-zdravstvena-anketaehis-u-hrvatskoj-2019-osnovni-pokazatelji/>
12. Hrvatski zavod za javno zdravstvo (2021). Izvješće o umrlim osobama u Hrvatskoj u 2020. godini (prvi rezultati). Preuzeto s :[https://www.hzjz.hr/wpcontent/uploads/2021/10/Bilten\\_Umrli-\\_2020.pdf](https://www.hzjz.hr/wpcontent/uploads/2021/10/Bilten_Umrli-_2020.pdf)
13. Knežević, D. i Žiljak, N. (2018). Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj i usporedba s izabranim zemljama svijeta. *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, 8(2), str. 179 – 189. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/213877>
14. Kulldorff, M., Gupta, S. & Bhattacharya, J. (Oct. 4, 2020). *The Great Barrington Declaration*. Preuzeto s <https://gbdeclaration.org/>
15. Pende, H. (2013). *Hrvatski turizam*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
16. Perić, J., Oberman-Peterka S. i Delić, A. (2016.) *Poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
17. Peroš A. (2014). *Tranzicijski prelazak sa sezonskog na cjelogodišnje turističko poslovanje u RH* (s dvije vršne sezone).
18. Senge, P. (2003). *Ples promjene – Izazovi u razvoju učećih organizacija*. Zagreb: Mozaik knjiga d.o.o.
19. Sučević, D. (2016). *Krizni menadžment*. Zagreb: Visoko učilište Effectus Visoka škola za financije i pravo.
20. Vurnek, D., Hodak, Z. i Bengesz, A. (2019). Konkurentnost gospodarstva Republike Hrvatske. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 9(1), str. 79 – 93. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/221251>