Analiza povezanosti turizma i hotelijerstva kroz povijest i preporuke za razvoj hrvatskog turizma

Vučelić, Filip

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **VERN University / Sveučilište VERN**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:146:449430

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

VERN' University Repository





SVEUČILIŠTE VERN'

Zagreb

Studij Turizam

ZAVRŠNI RAD

ANALIZA POVEZANOSTI TURIZMA I HOTELIJERSTVA KROZ POVIJEST I PREPORUKE ZA RAZVOJ HRVATSKOG TURIZMA

Filip Vučelić

Zagreb, 2021.

SVEUČILIŠTE VERN'

Preddiplomski stručni studij

Studij Turizam

ZAVRŠNI RAD

ANALIZA POVEZANOSTI TURIZMA I HOTELIJERSTVA KROZ POVIJEST I PREPORUKE ZA RAZVOJ HRVATSKOG TURIZMA

Mentorica: dr.sc. Amelia Tomašević, prof.

Student: Filip Vučelić

Zagreb, svibanj 2021.

SVEUČILIŠTE VERN'
Zagreb, Palmotićeva 82/1
Studij turizma

Broj: 4059

ZADATAK ZAVRŠNOGA RADA

Student: Filip Vučelić

Zadatak: Analiza povezanosti turizma i hotelijerstva kroz povijest i preporuke za razvoj hrvatskog turizma

U radu je potrebno razraditi sljedeće:

- Definirati pojmove turizma i hotelijerstva
- Prikazati povijest razvoja turizma od antičkih do modernih vremena
- Prikazati povijest razvoja hotelijerstva od antičkih do modernih vremena
- Prikazati i analizirati međusobnu povezanost turizma i hotelijerstva
- Prikazati povijest razvoja turizma i hotelijerstva u Hrvatskoj
- Definirati zaključke i preporuke

Napomena: *Pri izradi završnoga rada kandidat/kinja ima obvezu pridržavati se i uvažavati primjedbe, sugestije i naputke mentora/ice, koristiti i primjenjivati znanja i umijeća stečena tijekom studija, upotrebljavati informacije i podatke prikupljene vlastitim istraživanjem te spoznaje i činjenice iz odgovarajuće znanstvene i stručne literature uz ispravno navođenje korištenih izvora.*

Zadatak zadan 08. 05. 2020.

Rok predaje: 12. 05. 2021.

Mentorica:

dr. sc. Amelia Tomašević, prof. v. š.

Pročelnica studija:

Martina Majić, pred., prof.

REPUBLIKA HRVATSKA
2
ZAGREB
SVEUČILIŠTE VERN

SADRŽAJ

SAŽETAK I

ABSTRACT II

1. UVOD 1

2. DEFINIRANJE POJMOVA TURIZMA I HOTELIJERSTVA 2

2.1. Turizam 2

2.2. Hotelijerstvo 3

3. POVIJEST RAZVOJA TURIZMA 5

3.1. Antika 5

3.2. Industrijski period razvoja turizma 7

3.2.1. Razvoj transporta i Thomas Cook 9

3.2.2. Razvoj morskog prometa 11

3.3. Moderni turizam 13

4. POVIJEST HOTELIJERSTVA 16

4.1. Antika 16

4.2. Srednji vijek 18

4.3. Ekonomski, industrijski i društveni razvoj u 19., 20. stoljeću 19

4.4. Razvoj hotelijerstva u 21. stoljeću 21

5. MEĐUSOBNA POVEZANOST RAZVOJA TURIZMA I RAZVOJA HOTELIJERSTVA 24

6. RAZVOJ TURIZMA I HOTELIJERSTVA U HRVATSKOJ KROZ POVIJEST 26

7. PREPORUKE ZA RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ 29

7.1. Trenutno stanje hrvatskog turizma 29

7.2. Razvoj novih turističkih proizvoda 32

8. ZAKLJUČAK 35

LITERATURA 36

POPIS SLIKA 42

POPIS TABLICA 43

SAŽETAK

Tema ovog završnog rada je analiza razvoja turizma i hotelijerstva kroz povijest te preporuke za razvoj hrvatskog turizma. U radu su prikazani razvoj turizma i hotelijerstva od samih početaka, u Hrvatskoj i svijetu, kao i njihova međupovezanost. Teza je rada da bez razvoja turizma nema razvoja hotelijerstva i obrnuto. Stavljanjem razvoja turizma i hotelijerstva u vremenski kontekst te isticanjem međusobnog utjecaja i međuovisnosti turizma i hotelijerstva kroz povijest teza je u potpunosti potvrđena. Turizam i hotelijerstvo od samih početaka imaju veliki utjecaj na gospodarstvo svake države, kao i na svjetsko gospodarstvo. Ubrajaju se u jedne od najrazvijenijih industrija svijeta što znači da države koje se žele razvijati trebaju ulagati značajna sredstva u njihov razvoj i promociju u svijetu. Svaka je država kroz povijest, ovisno o svom geografskom položaju, prirodnim ljepotama i mogućnostima, razvijala i ulagala u turizam i hotelijerstvo, a očito je da su najveći utjecaj na razvoj turizma i hotelijerstva oduvijek imali događaji (npr. ratovi i ekonomske krize), i otkrića (npr. parni stroj i električna struja) te socijalne i političke pojave. Naglasak u radu je na turizam i hotelijerstvo na području Hrvatske. SWAT analizom detaljnije je prikazano trenutno stanje turizma u Hrvatskoj, posebno je izvedena analiza broja noćenja prema vrsti smještajnih objekata.

Kako bi se razumjele ove dvije industrije te uvidjelo na koje načine se one mogu razvijati u Hrvatskoj, prikazan je razvoj hotelijerstva i turizma u Hrvatskoj te su izneseni prijedlozi na koje načine se u budućnosti može poboljšati turistička ponuda i utjecati na daljnji razvoj turizma u Hrvatskoj.

Ključne riječi: turizam, hotelijerstvo, razvoj, Hrvatska

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM AND HOSPITALITY THROUGHOUT HISTORY AND RECOMMENDATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF CROATIAN TOURISM

The topic of this final paper is the analysis of the development of tourism and hospitality throughout history and recommendations for the development of Croatian tourism. The paper presents the development of tourism and hospitality from the very beginning, in Croatia and the world, as well as their interconnection. The thesis of the paper is that without the development of tourism there is no development of the hotel industry and vice versa. By placing the development of tourism and hospitality in the time context and emphasizing the mutual influence and interdependence of tourism and hospitality throughout history, the thesis is fully confirmed. From the very beginning, tourism and hospitality have had a great impact on the economy of every country, as well as on the world economy. They are one of the most developed industries in the world, which means that countries that want to develop should invest significant resources in their development and promotion in the world. Historically, each country has been developing and investing in tourism and hospitality, depending on its geographical location, natural beauty and opportunities, and what is obvious is that the greatest impact on the development of tourism and hospitality have always had events (e.g. wars and economic crises), inventions (e.g. steam engine and electricity) as well as social and political events. The emphasis in the paper is on tourism and hospitality in Croatia. Current state of Croatian tourism is presented via SWOT analysis, separately analysis of number of overnight stays by the type of accommodation facilites is brought out.

To understand these two industries and to see how they can be developed in Croatia, the development of hotel industry and tourism in Croatia is presented and suggestions are made on how to improve the tourist offer in the future and influence the further development of tourism in Croatia.

Key words: tourism, hotel industry, development, Croatia

1. UVOD

Tema ovog završnog rada je razvoj turizma i hotelijerstva kroz povijest i njihov međusobni utjecaj te preporuke za razvoj turizma u Hrvatskoj. Cilj je rada prikazati i analizirati razvoj turizma i hotelijerstva te odrediti međusobnu povezanost.

Pri izradi ovog završnog rada korišteni su različiti materijali s brojnih internetskih izvora, iz stručne literature vezane uz razvoj turizma i hotelijerstva, razvojni planovi turizma Republike Hrvatske, te stručni radovi i stručni članci povezani s temom. Pretežno je korištena metoda desk istraživanja, dok su podaci obrađivani metodama usporedbe, analize i opisivanja. Rad se sastoji od sedam poglavlja.

U prvom poglavlju definirani su pojmovi turizma i hotelijerstva, navode se obilježja turizma i hotelijerstva te objašnjava tko su sudionici u turizmu i hotelijerstvu.

U drugom poglavlju opisuje se razvoj turizma od najranijih vremena pa sve do suvremenog doba. Navode se događaji i objekti koji su bili najvažniji za razvoj turizma. Prikazuje se društveno-ekonomski kontekst.

U trećem poglavlju analizira se razvoj hotelijerstva kroz povijest. Prikazuje se direktan i indirektan utjecaj raznih društvenih i ekonomskih čimbenika na razvoj hotelske industrije.

U četvrtom poglavlju povlači se paralela između razvoj turizma i hotelijerstva. Potvrđuje se teza kako je razvoj hotelijerstva usko povezan s razvojem turizma te da bez razvoja turizma nema razvoja hotelijerstva i obratno.

Peto poglavlje bavi se razvojem turizma i hotelijerstva u Hrvatskoj, navedeni su neki od najvažnijih događaja i pojava za njihov razvoj, te se donosi pregled trenutnog stanja, trendova i predviđanja, uzimajući u obzir današnja ograničenja uzrokovana pandemijom.

U zaključku se navodi cilj rada te se sumira sve napisano i istraženo u radu. Izneseni su prijedlozi za razvoj turizma u Hrvatskoj. Na kraju rada navedena je literatura, a zatim i popis slika i tablica.

2. DEFINIRANJE POJMOVA TURIZMA I HOTELIJERSTVA

U ovom poglavlju definiran je pojam turizma, navedena su obilježja turizma i objašnjeni su svi sudionici turizma. Također, definiran je pojam hotelijerstva i navedena su njegova obilježja.

Na samom početku, prije nego se objasne pojmovi turizma i hotelijerstva potrebno je istaknuti važnost koju hotelijerstvo i turizam imaju za svijet i svjetsko gospodarstvo. Naime, s obzirom da su industrije hotelijerstva i turizma među najkorištenijim i najrasprostranjenijim industrijama diljem svijeta može se zaključiti da su to industrije u koje kontinuirano treba ulagati i razvijati. To potvrđuje i Raza (2006, str. 1) koji ističe kako „hotelijerstvo i ugostiteljstvo te turizam zajedno znače najveću svjetsku industriju". To su industrije u kojima se godišnje uloži i potroši više od bilijun američkih dolara te industrije koje su izrazito kompetitivne.

2.1. Turizam

Na samom početku potrebno je definirati turizam. Definicije nekoliko autora navest će se u nastavku:

- „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s njime nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost." (Marković, 1967, prema Vukonić, 2010, str. 15).
- „Turizam su sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju." (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 1999).

Nadalje, „turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom dvosmjernom putovanju" (Cohen, 1974, prema Čavlek i sur., 2011, str. 27). UNWTO turista definira kao „posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje" .

Karakteristike turizma su, prema Čavlek i sur. (2011, str. 30) sljedeće:

- „turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima;
- putovanje i boravak moraju se zbivati izvan uobičajene sredine;
- privremeni boravak u turističkom odredištu znači da se turizam zasniva na dvosmjernom, odnosno kružnom putovanju koje ima definiran vremenski interval u kojem se događa;
- svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i/ili uz zapošljavanje;
- u turističkom odredištu turisti troše, ali ne privređuju".

Ujedinjeni narodi su u svojim „Smjernicama za turističke statistike" 1994. godine odredili tri oblika turizma:

- tuzemni turizam, koji uključuje rezidente zemlje u kojoj se vrši putovanje;
- dolazni turizam, koji uključuje ne rezidente koji posjećuju ili putuju kroz zemlju;
- odlazni turizam, koji uključuje rezidente koji putuju ili borave izvan svoje matične zemlje.

Brojne su definicije turizma, a ove su neke od najvažnijih i najprihvaćenijih.

2.2. Hotelijerstvo

Od početaka ljudske civilizacije ljudi su odlazili s jednoga mjesta na drugo, a prilikom odlaska na nova mjesta tražili su gdje mogu prenoćiti/ provesti kraći vremenski period ili pak smjestiti se na duže razdoblje/ nastaniti. U prošlosti su se na putovanjima smještali u šatore, prenoćišta ili nastambe napravljene od različitih materijala. Danas, u suvremenom svijetu, prilikom odlaska na putovanje, putnici se odlučuju na boravak u jednom od različitih vrsta smještaja koji im se nude na području u koje putuju. Među najpopularnije smještajne objekte danas spadaju hoteli.

„Od skromnih početaka kada su obitelji i zemljoposjednici svoje domove otvorili putnicima namjernicima, hotelijerstvo se razvilo do golemih suvremenih hotelskih građevina s tisućama gostinskih soba. (…) Hotelska je industrija, prije svega, uslužna djelatnost. Stav ili odnos prema pružanju usluga gostima ključan je za ostvarenje uspjeha u hotelskoj industriji." (Hayes i Ninemeier, 2005, str. 02).

Hotelijerstvo je ugostiteljska djelatnost koja se prvenstveno bavi pružanjem usluga smještaja, prehrane te posluživanja pića domaćim i stranim gostima. Jedna je od najvećih i najrazvijenijih industrija u svijetu što potvrđuju i Kotler, Bowen i Makens (2010, str. 10) koji ističu da je „(…) industrija ugostiteljstva i hotelijerstva jedna od najvećih svjetskih industrija. U Sjedinjenim Američkim Državama ta je industrija najveći poslodavac. U više od polovice od pedeset država radi se o najvećoj industriji.”.

Specifičnosti hotelijerstva su prolaznost usluga, nedodirljivost usluga, istovremena konzumacija i proizvodnja usluga, raznovrsnost usluga, odnos povjerenja hotelijera i gosta, sudjelovanje gosta u uslužno - proizvodnom procesu.

3. POVIJEST RAZVOJA TURIZMA

Turizam je danas sveprisutan diljem svijeta. Počeci turizma sežu puno prije nego se počeo koristiti pojam „turizam" krajem 19. stoljeća. Za upoznavanje s najranijim počecima turizma potrebno se vratiti u najranije dane razvitka ljudske civilizacije.

3.1. Antika

Već u prapovijesno doba čovjek je putovao kako bi osigurao svoj opstanak. Putovalo se u potrazi za hranom i sigurnosti. Razvitkom društva mijenjali su se i motivi za putovanja pa se tako kasnije putovalo radi trgovine, zbog zdravstvenih razloga te zbog stjecanja novih znanja. U Egiptu početke turizma u najširem smislu riječi povezuje se s piramidama. Egipćani su u velikom broju posjećivali piramide te organizirali i festivale na kojima se osiguravao smještaj i posluživala hrana.[1]

U zapadnim dijelovima svijeta prva turistička putovanja povezana su s antičkom Grčkom i Rimom. Grci i Rimljani prvi su počeli putovati organizirano i s motivom zadovoljstva. Putovali su na mjesta od velikog značaja za njihovu povijest i kulturu. Tako su Grci putovali na Olimpijske igre i u proročište u Delfima (Slika 3.1.),

Slika 3.1. Proročište Delfi



Izvor: znanje.org. Preuzeto *https://www.znanje.org/i/i25/05iv06/05iv0628/Prorocista.htm* (20.06.2020.)

[1] Turizam kroz povijest, predturističko razdoblje. Preuzeto s: http://bioci.hr/turizam-kroz-povijest/ (01.12.2020.)

a Rimljani su često putovali na gladijatorske borbe u razne dijelove carstva od kojih je najpoznatiji naravno Kolosej u Rimu (Slika 3.2.).

Slika 3.2. Kolosej u Rimu



Izvor: Wanted in Rome. Preuzeuto s : https://www.wantedinrome.com/news/italy-colosseum-is-ready-to-reopen-on-16-january.html (01.04.2021.)

Osim prethodno navedenih odredišta putovanja, u antici se putovalo kako bi ljudi vidjeli i upoznali se sa starim svjetskim čudima. Sedam svjetskih čuda antike su:

- Keopsova piramida,
- Viseći vrtovi Babilona,
- Zeusov kip,
- Artemidin hram u Efezu,
- Muzej u Halikarnasu,
- Kolos sa otoka Roda,
- Aleksandrijski svjetionik.[2]

Vjerska su putovanja u prošlosti bila, a i danas su, od velikog značaja za turizam. Uz zapadne narode koji su već spomenuti, s vjerskim se putovanjima povezuje i narode s istoka. Iako je teško u potpunosti razlikovati putovanja svećenika od onih uistinu turističkih putovanja, pretpostavlja se da su prva turistička putovanja na lokacije važne za budiste započela prije čak

[2] Čuda svijeta. *7 svjetskih čuda antike.* Preuzeto s: https://cudasvijeta.weebly.com/7-svjetskih-269uda-starog-vijeka.html (01.12.2020.).

2 000 godina. Slično je i s putovanjima u sveti grad islama Meku. Također, važno je istaknuti putovanja kršćana u Svetu zemlju i na Isusov grob.

Glavna obilježja turizma u antici su manji broj putnika koji su uglavnom bili istraživači, a glavni motiv za putovanja je bila razmjena dobara i usluga. Za razliku od antike, danas je najveći motiv za putovanja ljudi odmor i uživanje.

Sa srednjim vijekom i padom Rimskog carstva dolazi do gubitka sve tradicijske i kulturne tekovine te nastupa izrazito mračno razdoblje za turizam. U tom periodu turizam ne samo da nije napredovao nego je uvelike i nazadovao. Najbliže turističkim putovanjima u tom periodu su bila vjerska hodočašća. Primarni razlog zašto ljudi nisu putovali bio je strah o nepoznatog.

Kraj sedamnaestog i početak osamnaestog stoljeća označava ponovni procvat u turizmu. Naime, smanjenje ratova dovodi do toga da se narodi počinju obrazovati, osjećaju se sigurnije te počinju istraživati i putovati na nova mjesta. Može se reći da se strah od nepoznatog transformirao u znatiželju te se kod ljudi počinje razvijati potreba za istraživanjem i upoznavanjem novih dijelova svijeta.

Najpoznatije putovanje u to je doba bio „Grand Tour". Sorcinelli (2009, prema Kocković Zaborski, 2018, str. 24) ovako piše o tome: „Običaj pod nazivom ‚grand tour', odnosno tradicionalno putovanje Europom grupe mladića više klase postalo je popularno oko 1660. godine, a popularnost je zadržalo sve do dolaska željeznice u 19. stoljeću, koja je promijenila dotadašnji način putovanja. U 17. stoljeću razvila se ideja o putovanju radi učenja i spoznaje pod utjecajem opće prihvaćenog mišljenja Johna Lockea, britanskog filozofa i liječnika, koji je tvrdio da čovjek usvaja znanje na taj način da je fizički stimuliran i izložen onome o čemu uči. Putovanje je bilo neophodno da bi se proširilo znanje o svijetu. Grand tour je bio svojevrstan rite de passage za mladiće više britanske klase, ali slične poduhvate su poduzimali i protestantski mladići iz sjeverne Europe, a kasnije, polovinom 18. stoljeća i bogati mladi Amerikanci."

3.2. Industrijski period razvoja turizma

Koncept turizma kakvim ga se danas poznaje pojavljuje se sredinom 19. stoljeća i usko je povezan s razvojem transporta i industrijskim razvojem zapadnjačkih društava. Upravo se zbog toga Europa i Sjeverna Amerika smatraju odgovornima za rast i razvoj turizma. Industrijska je

revolucija donijela velike promjene u načinu života. Dovela je do pojave velikih i malih industrijskih gradova, sve više ljudi napušta sela i doseljava u gradove kako bi radili u velikim tvornicama. Rad je to u jako lošim uvjetima s velikim brojem sati i s vrlo malo vremena za odmor i uživanje zbog čega se kvaliteta života i zdravlje ljudi uvelike narušava. Sve to dovodi do potrebe za odlaskom na odmor u odmorišta izvan velikih gradova. Bhatia (2002).

Nadalje, industrijalizacijom se povećava i materijalno bogatstvo ljudi, razvijaju se odmorišta te se oni imućniji sve češće odlučuju za odlaske na odmor. Mnoga moderna odmorišta koja su popularna i danas svoju su popularnost stekla već u tim najranijim danima modernog turizma.

Slika 3.3. Cannes



Izvor: Comfort cars. Preuzeto s: *https://comfort-cars.fr/product/dispo-chauffeur-service-cannes/* (20.06.2020.)

Tako su neke od najpopularnijih destinacija u to doba bile Francuska rivijera, Cannes (Slika 3.3.), Monte Carlo i Talijanska rivijera. Najpoželjnija ciljana skupina tada bili su bogati Britanci, a kasnije i bogati Amerikanci. Bhatia (2002).

3.2.1. Razvoj transporta i Thomas Cook

Razvoj željezničkog prometa jedna je od najvećih prekretnica u povijesti turizma. Željeznički se promet putnika prvi put pojavio 1830. u Engleskoj i to na relaciji Liverpool – Manchester (slika 3.4.), a prvi organizirani prijevoz putnika pojavio se tek 1841. godine. Bhatia (2002).

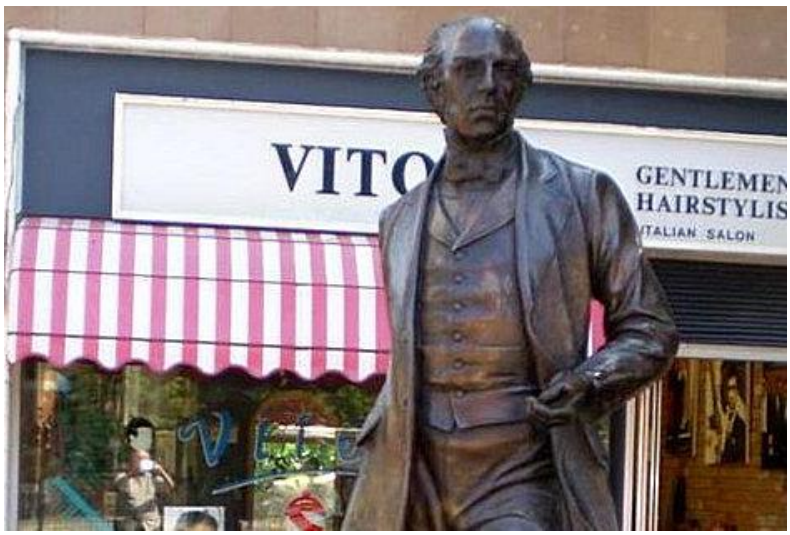
Slika 3.4. Ruta Manchester Liverpool



Izvor: Stampaday.wordpress. Preuzeto s: https://stampaday.wordpress.com/2018/09/15/liverpool-and-manchester-railway/ (01.04.2021.)

Organizator tog putovanja bio je Thomas Cook (Slika 3.5.). Naime Velikom Britanijom je vladao veliki pokret protiv alkoholizma, a Cook je smatrao upravo alkoholizam najvećim problemom Britanskog društva u to doba. Tako mu je jednom prilikom putujući iz Market Harborougha, mjesta u kojem je živio, do Leicestera, mjesta gdje se održavao sastanak članova pokreta, sinula ideja kako bi mogao organizirati prijevoz ljudi na sastanke antialkoholičara i to upravo željeznicom.

Slika 3.5. Spomenik Thomasu Cooku



Izvor: Putovnica.net. Preuzeto s: *https://www.putovnica.net/plus/portret/prica-o-thomasu-cooku-ili-turizmu-kakvog-danas-poznajemo*
(20.06.2020.)

Kada je stigao na spomenuti sastanaka u Leicester predložio je prevoženje pristalica pokreta na okupljanje u obližnji Loughborough. Njegova ideja bila je prihvaćena s oduševljenjem. Cook je s ljudima iz Midland Counties Railwaya dogovorio angažiranje posebnog vlaka. Samo nekoliko tjedana kasnije bilo je prevezeno čak 570 putnika na relaciji Loghborough – Leicester. Uz prijevoz, Cook je u cijenu karte od jednog šiling (današnja vrijednost oko 2,2 britanske funte) uključio i jedan mali obrok. (Sinfield, 2017).

Iz prethodno navedenog može se primijetiti da je to svojevrstan oblik paket aranžmana kakve i danas nude različiti prijevoznici i ugostitelji. S vremenom Cook je širio svoj posao, ali je to radio više iz volonterskih razloga kako bi obrazovao narod i borio se protiv alkoholizma, tako da nije ostvarivao značajniji profit. Velika prekretnica Cookovog poslovanja bila je organizacija dotad za njega najduljeg putovanja. Putovalo se do 150 kilometara udaljenog Liverpoola. Na tom su putovanju prvi put korištene i brošure koje je dobio svaki putnik, ispostavilo se da su odlična promocija jer su ih putnici pokazivali svojim prijateljima kada su se vratili s putovanja. Te se brošure smatraju pretečom današnjih brošura.

Nakon što je pokorio Veliku Britaniju, Cook je odlučio proširiti svoje poslovanje na ostatak kontinenta. Između ostaloga organizirao je putovanja do Bruxellesa, Kölna i Pariza.

Slika 3.6. Agencija Thomas & Son



Izvor: Stafford Shire live. Preuzeto s: *https://www.staffordshire-live.co.uk/news/history/life-times-thomas-cook-holidays-189534* (20.06.2020.)

Kasnije se njegovom poslovanju pridružio sin, osnovali su agenciju Thomas Cook & Son

(Slika.3.6.), proširili su poslovanje i na druge kontinente, a 1872. godine organizirali su put oko svijeta. [3]

3.2.2. Razvoj morskog prometa

Ljudi su oduvijek putovali vodom, a splavi i preteče današnjih brodova korišteni su čak 6000 godina prije Krista. U 19. stoljeću izumom parobroda dolazi do velike prekretnice i razvitka morskog prometa. Bhatia (2002).

Slika 3.7. Promocija putovanja parobrodom kompanije Cunard



Izvor: Cruiseline history. Preuzeto s: *https://www.cruiselinehistory.com/history-of-the-cunard-line/* (20.06.2020.)

Zahvaljujući napretku tehnologije „Cunard" parobrodska tvrtka 1838. godine organizirala je prvo redovno putovanje parobrodom preko sjevernog Atlantika (Slika 3.7.), jedino što je prekidalo putovanja bili su Svjetski ratovi. [4]

Nakon Drugog svjetskog rata nastavljaju s organiziranim putovanjima, a pojavljuju se veliki brodovi koji su mogli prevesti i do 1000 putnika. Na brodovima se pojavljuju mnogi oblici razonode kao što su bazeni, kina, kasina i ostalo. Putovanje brodom bio je jedini oblik prekomorskog prijevoza sve do sredine 20. stoljeća.

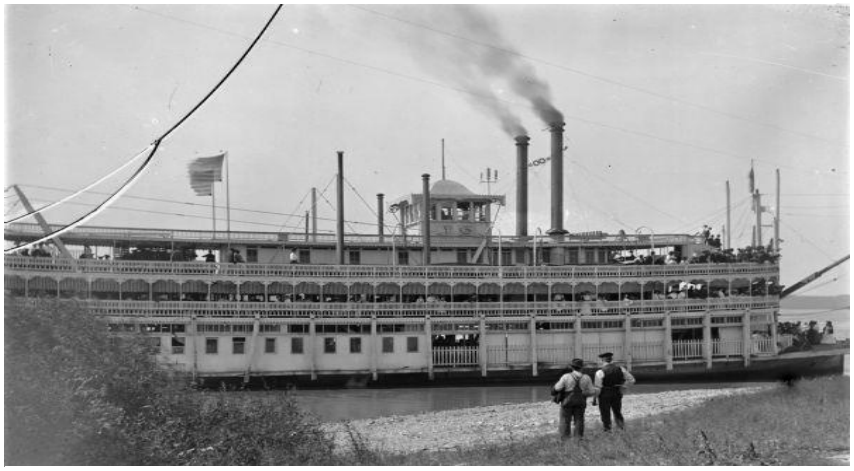
Danas je morski transport najzastupljeniji u obliku krstarenja, koja su izuzetno popularna, što potvrđuje i činjenica da su ista rasprodana i po nekoliko mjeseci unaprijed, te u obliku trajektnog prijevoza koji povezuje kopno sa otocima. Prva tvrtka koja je uvela krstarenja bila je P&O Cruises. Oni su 1844. godine uveli krstarenje od Engleske do Mediterana koje je bilo prvo putovanje te vrste. Coulter (2020)

[3] Priča o Thomasu Cooku ili turizmu kakvog danas poznajemo. Preuzeto s: https://www.putovnica.net/plus/portret/prica-o-thomasu-cooku-ili-turizmu-kakvog-danas-poznajemo (01.12.2020.

[4] History of the Cunard line. Preuzeto s: https://www.cruiselinehistory.com/history-of-the-cunard-line/ (02.12.2020.)

Također, treba spomenuti i riječni prijevoz koji je u neki dijelovima svijeta izrazito važan za turizam. Rijeka Mississippi je još od dolaska prvih doseljenika popularno mjesto za riječna krstarenja (Slika 3.8.). U Europi treba svakako spomenuti krstarenja Rajnom i Dunavom.

Slika 3.8. Kruzer na rijeci Mississippi



Izvor: Wisconsin history. Preuzeto s: https://www.wisconsinhistory.org/Records/Image/IM94166 (20.06.2020.)

Sljedeća velika prekretnica za turizam je pojava plaćenih godišnjih odmora. Krajem 19. stoljeća određeni broj tvornica odlučio je dati svojim radnicima plaćeni godišnji odmor. Prva zemlja koja je povezana sa uvođenjem redovitih plaćenih godišnjih odmora je Engleska. U Velikoj Britaniji je 1939. godine pravo na plaćeni godišnji odmor imalo čak 11 milijuna ljudi. Danas je pravo na plaćeni godišnji odmor postalo univerzalna praksa. U većini zemalja traje tri tjedna, u nekima četiri, a razmatra se i uvođenje petog tjedna plaćenog godišnjeg odmora. Bhatia (2002).

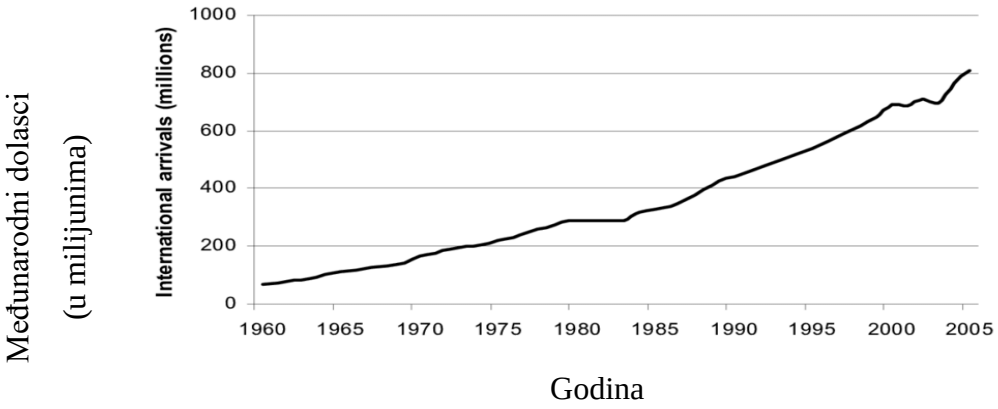
Upravo se pojava plaćenih godišnjih odmora smatra početkom modernog masovnog turizma. Naime odlazak na odmor prestaje biti povlastica viših staleža budući da srednja i radnička klasa također dobivaju mogućnost odlaska na dulja putovanja i odmore.

Od tada sve do danas turizam je u sve većem i bržem porastu. Sve više ljudi ostvaruje dovoljan dohodak kako bi si oni i njihove obitelji mogli priuštiti barem jedno putovanje godišnje. Jedine pojave koje su u ovom periodu usporavale rast i razvoj turizma su ratovi.

Prvi svjetski rat donio je blagi pad u turističkim putovanjima, što je i razumljivo. Drugi svjetski rat je za turizam i turističku industriju donio je nešto pozitivno, a to razvoj zračnog prijevoza i zračnih letjelica. Naime tijekom rata su se razvijale letjelice kako bi prevozile vojnike na udaljena bojišta na drugim kontinentima, kasnije su te letjelice prilagođene civilnoj upotrebi pa je tako 1957. godine izrađen prvi Airbus.

U periodu poslije Drugog svjetskog rata životni standard ljudi, pogotovo u Sjevernoj Americi i Europi, nastavlja rasti. Sve veći broj ljudi ima mogućnosti i odlučuje se na duža putovanja. Razvija se i cestovni promet, grade se moderne, sigurnije i brže prometnice. Pojava zrakoplova za komercijalna putovanja na mlazni pogon 1958. godine donijela je potpuno novu dimenziju brzine. Upravo je njihova pojava dovela masovni turizam do današnjih razina. Bhatia (2002).

Tablica 3. 1. Broj međunarodnih dolazaka 1960. – 2005.



Izvor: International tourist arrivals. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/figure/International-tourist-arrivals-between-1960-and-2005-Source-World-Tourism-Organisation_fig1_259785274 (20.06.2020.)

U Tablici 3.1. vidljivo je da od 1960. godine do danas zračni prijevoz bilježi veliki rast. Pojavili su se i čarter letovi s puno manjim cijenama od normalnih letova što je dodatno populariziralo putovanja zrakoplovom. Također, dolazi i do pojave low-cost avionskih kompanija, prvom takvom avionskom kompanijom smatra se Pacific Southwest Airlines koja je prve takve profitabilne letove počela ostvarivati 1973. godine. Low-cost kompanije su iznimno popularne i sada, a neke od najuspješnijih su: Ryanair, Easyjet i Norwegian.[5]

3.3. Moderni turizam

U modernim vremenima bilježi se konstantan rast turizma i turističkih putovanja. Jedino što sputava i zaustavlja rast na neko vrijeme su ekstremne situacije poput prirodnih katastrofa, ratova, pandemija i gospodarskih kriza.

Ekonomska kriza 2008. godine imala je do tada neviđene razmjere i pogodila je sve oblike privrede pa tako i turizam. Što se tiče turizma, uz sve ostalo, vrlo je veliki problem bio što je

[5]Low-cost Airlines History: How It All Got Started. Preuzeto s: https://www.budgetairlineguide.com/low-cost-airlines-history-how-it-all-got-started/ (01.04.2021.)

kriza pogodila najbogatije zemlje, a upravo su one izvor najveće turističke potražnje. Kriza je dovela do smanjenja plaća, otkaza i straha za egzistencijom. Smanjila se kupovna moć potencijalnih turista, a samim time smanjena je i turistička aktivnost. Kriza se ponajviše osjetila u sferi poslovnih putovanja jer su kompanije koje su izdvajale novac za poslovna putovanja prestale to činiti kako bi što manje okrznute prošle kroz ovo teško razdoblje.

Zbog svega prethodno navedenoga, međunarodni prihodi od turizma za 2009. godinu bili za skoro 6 % manji od prihoda za 2008. Europa i Amerika su osjetile najveći pad. No turizam se oporavio mnogo brže nego što se očekivalo i već je 2010. i 2011. godine došao do zadovoljavajućih brojki.[6]

Najveći rast turizma bilježi se u razvijenim, industrijaliziranim zemljama. U tim zemljama turizam je postao način života i gotovo je nezamislivo da osoba ne ode na odmor barem jednom godišnje. Tako Europljani i Amerikanci čine 78 % svih turističkih dolazaka.

Razlozi sve veće želje za putovanjem mogu se podijeliti na ekonomske, društvene i tehnološke. Ekonomski su razlozi očiti, sve više ljudi može si priuštiti odmor. Štoviše, sve veći dio populacije može si priuštiti uz jedan veliki odmor i drugi manji. Povećava se popularnost sve više različitih oblika putovanja i odmora. Neki od primjera su odmori na jahtama i odlazak na safari.

Društveni uzrok stalnog rasta turizma je promjena stava ljudi prema putovanjima i odmoru. Ono što je nekada bio luksuz, moguć samo najimućnijima, sada je sastavni dio života svakog sloja društva osim onog najnižeg. Sam motiv putovanja se promijenio, dok je u prošlosti to većinom bila relaksacija i razgledavanje destinacije, danas se turist često odlučuje na putovanja zbog egzotičnijih i uzbudljivijih aktivnosti kao što su surfanje, ronjenje i penjanje. Bhatia (2002)

Također, globalizacija i potreba za osjećajem slobode odigrale su bitnu ulogu u razvitku turizma. Tehnološki uzroci su brojni. Razvoj svih vrsta transporta, željezničkog, brodskog, zračnog i cestovnog imao je krucijalnu ulogu u razvoju turizma. Nadalje, razvoj objekata i ponuda vezanih za turizam, marketing i način pružanja usluga te njihovo uklapanje u paket aranžmane učinili su putovanja privlačnijima, ali i mnogo jeftinijima.

[6] Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela. Preuzeto s: http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (03.12.2020.)

Putovanja nikada nisu bila jednostavnija za organizirati niti cjenovno dostupnija. Nema destinacije na svijetu koja nije dostupna za turistička putovanja. Turizam je postao jedan od glavnih „predmeta" međunarodne razmjene, nadmašivši čak pšenicu i automobile.

Mnoge, pogotovo slabije razvijene zemlje prepoznale su turizam kao potencijalno rješenje za razvoj svoje ekonomije. Najveća prednost turizma u odnosu na druge industrije je to što se preko turizma dolazi do velikih količina stranih valuta, kojih u nerazvijenim državama često nema dovoljno. Bhatia (2002).

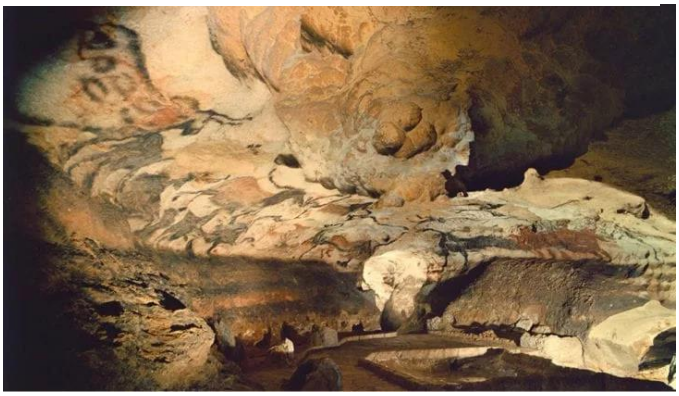
4. POVIJEST HOTELIJERSTVA

Povijest hotelijerstva usko je povezana s poviješću civilizacija. Dokazi o ustanovama koje su pružale ugostiteljske usluge ljudima pronađeni su već u najranijim biblijskim vremenima, pa preko starih Grka i Rimljana kroz srednji vijek sa samostanima i raznim utočištima dolazi se ddo modernih vremena i luksuznih hotela.

4.1. Antika

Još u vrijeme naših predaka u kamenom dobu postojala je potreba za skloništem na putovanjima. Tako se špilja Lascaux (Slika 4.1) u jugozapadnoj Francuskoj smatra jednim od prvih skloništa za ljude iz različitih plemena, procjenjuje se da su crteži u špilji stari oko 20000 godina.[7]

Slika 4.1. Špilja Lascaux



Izvor: The collector. Preuzeto s: *https://www.thecollector.com/how-did-a-dog-discover-the-lascaux-cave-paintings/* (20.06.2020.)

U antička vremena dolazi do pojave termalnih kupelji u Grčkoj. One su služile za odmor i rekuperaciju. Rimljani su gradili vile za odmor vladinih službenika i termalne kupelji od Engleske pa sve do Bliskog istoka. Spominje se i prvi bordel, datira iz 69. godine prije nove ere, a nalazio se u Pompeijima i zvao se Lupanar (Slika 4.2.). Lupanar se smatra prvom ugostiteljskom ustanovom koja je uz sve što je nudila naplaćivala i smještaj.

[7] How did a dog discover Lascaux cave paintings? Preuzeto s: https://www.thecollector.com/how-did-a-dog-discover-the-lascaux-cave-paintings/ (03.12.2020.)

Slika 4.2 Lupanar



Izvor: Pompeii.org.uk. Preuzeto s: http://www.pompeii.org.uk/m.php/museum-lupanar-pompeii-en-105-m.htm (01.04.2021.)

Najstarijim hotelom na svijetu smatra se Nisiyama Onsen Keiunkan u Japanu (Slika 4.3.). Taj hotel nalazi se na izvoru termalne vode, a u funkciji je još od 705. godine. Meyer (2018).

Slika 4.3. Nisiyama Onsen Keiunkan



Izvor: GaijinPot.com. Preuzeto s: https://blog.gaijinpot.com/the-worlds-oldest-hotel-what-its-like-to-stay-at-japans-nishiyama-onsen-keiunkan/ (01.04.2021.)

Također, važno je spomenuti i karavan-saraj (Slika 4.4.), cestovno svratište za odmor putnika i karavana. Gradili su se na nenaseljenim područjima uz važne puteve kako bi pružili utočište i odmor putnicima i životinjama. Najstariji dokaz postojanja karavan-saraja je zapis grčkog povijesničara Herodota iz 5. stoljeća prije nove ere. Razvijanjem putova otvaraju se diljem cijele Azije, Afrike i Europe pa tako i u Hrvatskoj. Na slici je prikazan karavan-saraj.

Slika 4.4. Karavan-saraj



Izvor:Irancultura.it. Preuzeto s: https://hr.irancultura.it/turismo/attrazioni/attrazioni-yazd/yazd-i-caravanserragli-lungo-le-strade-tra-esfahan-e-yazd/?print=print (01.04.2021.)

Već u ovom razdoblju vidljivo je da se turizam i hotelijerstvo istovremeno razvijaju u različitim dijelovima svijeta.

4.2. Srednji vijek

U srednjem vijeku prve ustanove koje su pružale mjesto za odmor i utočište bile su opatije i samostani. Samostani su sadržavali i bolnice i gostionice u kojima su se putnici mogli oporaviti i opustiti. Također, u tom periodu pojavljuje se i sve veći broj gostionica koje su pružale utočište i mjesto za odmor konja, ali nisu posluživale hranu. Budući da su to doba obilježili križarski ratovi i brojna vjerska putovanja, otvarala su se i mnoga skloništa kako bi se ljudima pružilo utočište na putovanju do Jeruzalema.

Razvoj hotelske industrije započeo je u Europi u 15. stoljeću kada je Francuska donijela zakon kojim se propisuje da sva hotelska poduzeća moraju biti registrirana. Također, u Engleskoj se provodi zakon prema kojem se moraju registrirati svi takozvani „innovi". Te ustanove nisu ni približno bile sofisticirane kao one koje se danas nazivaju hotelima, ali su bile njihove preteče. Levy-Bonvin (2013)

4.3. Ekonomski, industrijski i društveni razvoj u 19., 20. stoljeću

Razvojem industrije u 19. i 20. stoljeću došlo je do razvoja hotelske industrije. Putovanje prestaje biti privilegij bogatih, izumi automobila i vlakova kao i neke socijalne promjene, kao što su uvođenje godišnjih odmora i smanjenje broja radnih sati, omogućile su velikom broju ljudi odlazak na putovanja. Zbog povećanja potražnje uzrokovane novostečenim bogatstvom populacije diljem svijeta otvaraju se mnogobrojni hoteli, moteli i kuće za odmor.

U ranim godinama 20. stoljeća otvaraju se mnogobrojni prestižni hoteli u gotovo svim velikim gradovima diljem Europe i Amerike. Tako su nastali hoteli poput Mandarin Oriental Ritz u Madridu, Negresco u Nici, The Plaza u New Yorku i Esplanade u Zagrebu. Također, hoteli se grade i na tada egzotičnim lokacijama kao što su švicarske Alpe. Prva skijaška odmarališta bila su u St. Moritzu, Montani itd. Levy-Bonvin (2013).

Slika 4.5. Esplanade Zagreb



Izvor: Esplanade. Preuzeto s: https://www.esplanade.hr/hr/mainpage.html (20.06.2020.)

Hotelska je industrija 20-ih godina 20. stoljeća bila na vrhuncu. Gradio se iznimno velik broj hotela koji su često bili i najluksuznije građevine u gradu, no 1929. godine s velikom krizom u Americi počinju teška vremena za stanovnike iste. Usred ekonomske krize ljudi su puno manje

putovali, poduzeća su rjeđe slala zaposlenike na poslovna putovanja, a kada se i putovalo, tražio se što jeftiniji smještaj. Postotak zauzetosti pao je s 80 % u 20-ima na 65 % u 30-ima. Mnogi hoteli našli su se u izuzetno lošoj i teškoj situaciji. Situaciju najbolje opisuje citat tadašnjeg komičara Eddieja Cantora: „U današnje vrijeme, kad muškarac uđe u hotel i zatraži sobu na 19. katu, službenik ga pita: ‚Za spavanje ili skakanje?'." (Hotelier magazine, 2013.).

Početak oporavka odvio se u vrijeme oko početka Drugog svjetskog rata zahvaljujući ekonomiji ratnih vremena i putovanjima vojnika. Ubrzo nakon završetka Drugog svjetskog rata, točnije pedesetih godina, dolazi do još jednog perioda naglog razvoja hotelske industrije i pojavljuje se podjela hotela s obzirom na njihovu namjenu. Tako se, između ostalog, pojavljuju wellness hoteli, kongresni hoteli, sportski hoteli, casino hoteli, moteli itd.[8]

Početkom 20. stoljeća dolazi i do pojave hotelskih lanaca. Ellswort Statler pokrenuo je „Statler" hotelski lanac sa hotelom Buffalo u državi New York. Conrad Hilton, uspješni hotelijer, 1954. godine kupio je „Statler" hotelski lanac i počeo graditi prvi moderni američki lanac hotela.

U modernom se hotelskom lancu nadzire sve od kvalitete usluge, marketinga, rezervacija, svakodnevnih operacija do hrane, pića i načina vođenja financija i računovodstva. Svaki put kada turist dođe u neki od hotela koji su dio lanca mora odmah znati da je baš u tom hotelskom lancu.

Kemson Wilson 50-ih također osniva hotelski lanac Holiday Inn koji je prvotno bio zamišljen i prilagođen za obitelji, a kasnije se orijentirao i prema poslovnim putnicima. John Willard Marriott osniva Marriott International 1957. u Washingtonu, a Henderson i Moore osnivaju hotelski lanac Sheraton 1937. u Massachusettsu.

Drugi nagli rast i razvoj hotelijerske industrije i hotela odvio se osamdesetih. U tom su se periodu hotelijeri fokusirali i prilagodili točno određenoj klijenteli. Gradilo se sve više hotela predviđenih za specifične potrebe pojedinih turista. Hotelska industrija postala je kompetitivna, a s razvojem zračnog prometa do tada nedostupne destinacije postale su lako dostupne. Upravo se zbog toga u tom periodu zemlje Bliskog i Dalekog istoka intenzivno počinju pripremati za povećanje broja poslovnih putnika i turista koji dolaze na odmor. Poslovni putnici i umirovljenici postali su ciljana skupina za mnoge turističke destinacije.

Hotelijerstvo u devedesetima obilježila je kriza uzrokovana Zaljevskim ratom. Došlo je do recesije i smanjenja budžeta a 1991. godina smatra se „crnom godinom hotelijerstva". Kako bi

[8] A brief history of hotel industry. Preuzeto s: https://www.customer-alliance.com/en/resources/articles/hotel-industry/ (03.12.2020.)

se izvukli iz krize, hotelijeri su ulagali sredstva u smišljanje novih metoda marketinga i načina za privlačenje turista. Razvijali su se hotelski rezervacijski sustavi i pratila se povijest putovanja svakog idealnog gosta kako bi se saznale navike gostiju i na temelju istih ponudile personalizirane ponude koje će ih potaknuti na nova putovanja. Glavna područja širenja hotelske industrije su, kao i u osamdesetima, bila Daleki i Bliski istok, ali povećava se i ekspanzija u Južnu Ameriku. U istočnoj Europi se fokusira na renoviranje starih objekata, a svi Europski glavni gradovi započeli su s pripremom za proslavu ulaska u treće tisućljeće.

U Dubaiju 1995. godine kreće izgradnja jednog od najprestižnijih hotelskih kompleksa na svijetu na plaži Jumeirah. Radi se o nizu luksuznih hotela i ostalih turističkih ustanova od kojih neki kao što je Burj Al Arab (Slika 4.6.) tvrde da imaju čak 7 zvjezdica. Levy-Bonvin (2013).

Slika 4.6. Burj al Arab



Izvor: Top 10 hotela svijeta. Preuzeto s: *https://sites.google.com/site/top10hotelasvijetaimaa/home/burj-al-arab* (20.06.2020.)

Burj Al Arab je jedan od najluksuznijih i najskupljih hotela na svijetu.

4.4. Razvoj hotelijerstva u 21. stoljeću

U posljednja dva desetljeća mijenja se hotelijerska industrija kako bi se ista prilagodila novim tehnologijama i promjenama u ponašanju i željama turista. Potrebna je sposobnost brzog prilagođavanja i reagiranja, posebno u nesvakidašnjim situacijama, kao što su krize, prirodne katastrofe ili teroristički napadi kakav se dogodio 2001. u SAD-u. Oni koji se najbolje i najbrže snađu u takvim situacijama ostvaruju najbolje poslovne rezultate i imaju mogućnost širenja poslovanja. Odmah nakon terorističkih napada 11. rujna došlo je do pada zauzetosti hotela i taj se trend nastavio i sljedećih nekoliko mjeseci. Najveći je pad, naravno, zabilježen u SAD-u, ali

zbog toga što je SAD jako veliko tržište krizu su osjetili i globalni turizam i hotelijerstvo. Tako je četiri mjeseca nakon napada zabilježen pad od 11 % prometa u cijelom svijetu.

Najveći pad su osjetili elitni hoteli s pet zvjezdica zato što se na iste gledalo kao na najizvjesnije mjesto za novi teroristički napad. U SAD-u se tek krajem 2004. godine stanje vratilo na razinu na kojoj je bilo prije terorističkog napada 2001. godine. [9]

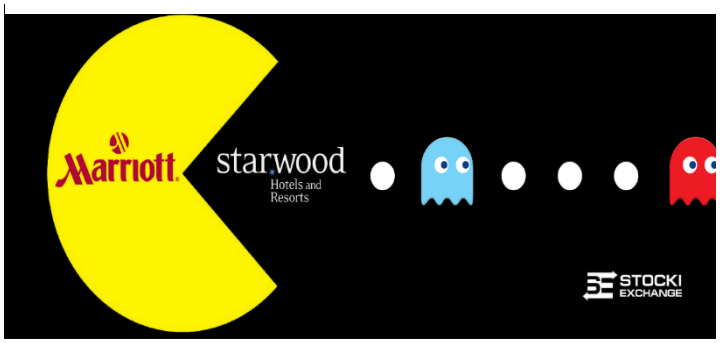
Nadalje, pojava internet marketinga unijela je velike promjene u ugostiteljstvo. Točnije, došlo je do povećanja količine financijskih sredstava koja se troše na marketing i značajno se povećala kompetitivnost i konkurencija na tržištu. Klasični oblici marketinga kao što su članci u novinama, džambo plakati i televizijske reklame zamijenjeni su oglasima na društvenim mrežama, Googleu i slično.

Također, prije nešto više od dvadeset godina pojavile su se i online putničke agencije. One su posrednici između gosta i hotela te gosti često rezerviraju smještaj baš preko online agencija. Hotel plaća određenu proviziju online agenciji i na taj način gubi dio profita.

U periodu od 1995. do 2005. godine hotelski su lanci gotovo udvostručili svoju ponudu. Suvremene hotelske lance karakterizira zaštitni znak, velika prepoznatljivost i izrazito visoka razina kvalitete. Vrlo često dolazi do spajanja, međusobne kupovine i preuzimanja, tako da nekada poznate kompanije nestaju, a dolazi do pojave novih.

Tako je Marriott 2016. godine kupio Starwood za 13 milijardi američkih dolara i postao najveći hotelski lanac na svijetu s preko 1.1 milijun soba u 110 zemalja, što ga čini vlasnikom više od svake petnaeste sobe na svijetu (Slika 4.7.) Stocki (2016).

Slika 4.7. Marriott „proždire" konkurenciju



Izvor: Marriot buys starwood. Preuzeto s: *https://medium.com/@JohnStocki/marriott-buys-starwood-what-it-means-for-the-travel-industry-1b1962764497* (20.06.2020.)

[9] Overview of the impact of 9-11 on America's hotel industry. Preuzeto s: https://hospitality-on.com/en/tourisme/overview-impact-9-11-americas-hotel-industry (03.12.2020.)

Slika je ilustracija inspirirana popularnom računalnom igricom „Pacman“, a na njoj je prikazano kako Marriott proždire konkurenciju i postaje sve veći i veći.

Na sljedećoj tablici prikazana je lista najvećih hotelskih lanaca u 2017. godini.

Tablica 4. 1. Veličina hotelskih lanaca

Ime lanca	Sjedište	Broj soba	Broj hotela
Marriott International	SAD	1.195.141	6.333
Hilton	SAD	856.115	5.284
Intercontinental Hotels Group	Engleska	798.085	5.348
Wyndham Hotel Group	SAD	753.161	8.643
Shanghai Jin Jiang International Hotel Group	Kina	680.111	6.794
Accorhotels	Francuska	616.181	4.283
Choice Hotels International	SAD	521.335	6.815
Btg Homeinns Hotels (Group) Co	Kina	384.743	3.712
China Lodging Group	Kina	379.675	3.746
Best Western Hotels & Resorts	SAD	290.787	3.595

Izvor: Najveći hotelski lanci na svetu. Preuzeto s: https://www.turistickisvet.com/vesti/hotelijerstvo/najveci-hotelski-lanci-na-svetu-su.html (20.06.2020.)

Zahvaljujući promjenama u tehnologiji došlo je i do promjena u ponašanju turista. Turisti postaju sofisticiraniji i bolje informirani. Sve informacije su im dostupne u samo nekoliko klikova. Više istražuju i bolje razumiju sve opcije. Žele više za svoj novac. Većina ljudi donosi odluku o destinaciji i hotelu na temelju ocjena koje su ostavili drugi turisti i na temelju njihovih komentara i iskustava.[10]

Hotelska industrija se i dalje prilagođava promjenama u tehnologiji i željama turista, a oni koji su najbrži u toj prilagodbi imaju najuspješnije poslovanje.

Hotelijerstvo se i u prošlosti suočavalo s mnogim problemima i izazovima, no COVID-19 je najveći i najteži od svih do sad. Vodeći svjetski hotelski lanci kao i mali lokalni hoteli zabilježili su ogromne padove u svim pokazateljima poslovanja. Prava šteta uzrokovana koronavirusom moći će se utvrditi tek kada pandemija završi, a istoj se kraj još uvijek ne nazire.

[10] A Brief history of the Hotel Industry. Preuzeto s: https://www.customer-alliance.com/en/resources/articles/hotel-industry/ (20.06.2020.)

5. MEĐUSOBNA POVEZANOST RAZVOJA TURIZMA I RAZVOJA HOTELIJERSTVA

Već od samih početaka ljudskih putovanja i prvih naznaka onog što će se kasnije nazivati turizmom vidi se uska povezanost i potreba za smještajem i mjestom za odmor, točnije onim što će kasnije postati hotelijerskom industrijom.

Nemoguće je zamisliti turizam bez hotelijerstva i obratno, jer bez hotelijerstva nema turizma, a bez turizma nema hotelijerstva, oni su jednostavno toliko povezani. Kada se analizira razvoj turizma i hotelijerstva, tj. usluga smještaja, već od najranijih dana očita je njihova korelacija. Ona seže čak u najranije razdoblje kamenoga doba kada su ljudi putovali u potrazi za hranom. Već tada se pojavljuju prve špilje koje su bile utočište za ljude različitih plemena.

U doba antičke Grčke i Rima u blizini najvažnijih destinacija i uz najvažnije putove počele su se otvarati ustanove za odmor, uživanje i zabavu. U vrijeme antičke Grčke došlo je i do razvoja prvog oblika sportskog turizma, a uzrok su tome bile Olimpijske igre. Sportaši iz raznih dijelova Grčke okupljali su se u Olimpiji kako bi se natjecali u raznim atletskim disciplinama. Oni, njihova rodbina i navijači morali su negdje biti smješteni, jesti i odmarati, stoga su se gradile ustanove koje su im pružale takve usluge. U srednjem vijeku došlo je do usporavanja otvaranja novih ustanova za odmor, uživanje i zabavu kao i do smanjenja putovanja. Bhatia (2002)

Turizam i hotelijerstvo uvelike ovise o trenutnoj društvenoj situaciji u svijetu. Tako se u pravilu uvijek u periodu razvoja turizma razvija i hotelijerstvo. U vrijeme industrijalizacije, razvoja tehnologije u 19. i 20. stoljeću, i seobe ljudi u gradove povećava se i njihova potreba za odlaskom izvan grada. Zbog toga se povećava i broj hotela u svijetu, ali i broj turista.

Razvojem transporta, prvo cestovnog i željezničkog, a kasnije i zrakoplovnog, putovanja su brža i jednostavnija. Povećava se turistička aktivnost, a s tim raste i potreba za količinom smještaja i hotela. Do sada nedostupne destinacije postaju dostupnima, pa se tako i u njima počinju graditi hoteli i ugostiteljske ustanove kako bi se osigurao smještaj i razne usluge za turiste. Pojavom masovnog turizma došlo je i do masovne izgradnje hotela (Slika 5.1.). [11]

[11] A Brief History of the Hotel Industry. Preuzeto s: https://www.customer-alliance.com/en/resources/articles/hotel-industry/ (03.12.2020.)

Slika 5.1. Masovni turizam u Španjolskoj



Izvor: Overcrowded Mallorca. Preuzeto s: *https://www.dw.com/en/overcrowded-mallorca-begs-please-try-us-in-winter-instead/a-18730295* (20.06.2020.)

Trendovi i promjene u turizmu i ponašanju turista imaju veliki utjecaj na hotelsku industriju. Hoteli se svojom ponudom i sadržajima prilagođavaju trendovima i pokušavaju zadovoljiti potrebe turista. Kako su promjene u turizmu stalne tako će se i hoteli uvijek prilagođavati. Kada ne bi bilo hotelske industrije turisti ne bi imali gdje odsjedati i uživati na svojim putovanjima, a kada ne bi bilo turizma hoteli bi zjapili prazni, upravo radi toga su turizam i hotelska industrija oduvijek bili i ostat će vrlo usko povezani.

Ekonomske krize su također dobri primjeri povezanosti turizma i hotelijerstva, posljednji takav primjer globalnih razmjera je ekonomska kriza 2008. kada su znatno pale brojke i turističke i hotelijerske industrije. Turistički dolasci u 2009. godini su pali za 4% u odnosu na 2008. što je uzrokovalo pad cijene hotelske sobe od 14% globalno. (Kapiki, 2011)

Da su hotelijerstvo i turizam usko povezani pokazuje i posljednja kriza koja je vrlo snažno zahvatila oboje. To je kriza nastala zbog pandemije izazvane korona virusom. U prvih 10 mjeseci 2020. godine bilo je 900 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka manje nego u 2019., to predstavlja 935 milijardi američkih dolara manje nego 2019. godine.[12] Smanjenjem turističke aktivnosti u tako velikoj mjeri drastično se smanjila i rezervacija hotela te su nastali ogromni problemi, mnogi mali hoteli su se zatvorili, a mnogi zaposlenici su otpušteni. To je samo još jedan u nizu pokazatelja koji potvrđuje međuzavisnost hotelijerstva i turizma.

[12] IMPACT ASSESSMENT OF THE COVID-19 OUTBREAK ON INTERNATIONAL TOURISM. Preuzeto s: https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism (03.12.2020.)

6. RAZVOJ TURIZMA I HOTELIJERSTVA U HRVATSKOJ KROZ POVIJEST

U doba starog Rima događaju se i prva turistička kretanja na području današnje Hrvatske. Rimljani su posjećivali terme na sjeveru Hrvatske. Ostaci mnogih kuća za odmor iz tog doba ukazuju da su Rimljani putovali u naša područja zbog odmora i uživanja. Dobrota (2019)

Prvi hotel u Hrvatskoj, Jägerhorn, otvoren je 1827. godine i odmah nakon otvaranja postao je društveno i kulturno središte Zagreba. Hotel je potpuno preuređen 2015. godine, a prilikom preuređenja vodilo se računa o očuvanju njegove kulturne vrijednosti.[13] Kada su u pitanju putovanja, prvo putovanje na prostoru Republike Hrvatske dogodilo se 1844. godine na relaciji Rijeka-Trst.

Iste godine kada se zbilo prvo putovanje na području Republike Hrvatske izgradila se i Villa Angiolina (Slika 6.1.) u Opatiji. Nedugo nakon otvaranja vile u Opatiji otvoreni su i hoteli Imperial i Kvarner.

Slika 6.1. Villa Angiolina



Izvor: Visitopatija. Preuzeto s: https://www.visitopatija.com/villa-angiolina-istrazite-ulogu-turizma-u-povijesti-opatije-p471 (01.04.2021.)

Nešto više od četrdeset godina kasnije Opatija dobiva titulu lječilišta pa tako postaje privlačna aristokratima iz raznih dijelova Europe. Uskoro tu titulu dobivaju i druge destinacije poput Lovrana, Crikvenice, Dubrovnika itd. Prvi hotel u Crikvenici otvoren je 1894. godine bio je

[13] Hotel Jägerhorn. Preuzeto s: https://www.hotel-jagerhorn.hr/hr/ (04.12.2020)

Therapia, dok je Imperial izgrađen 1914. godine bio prvi hotel u Dubrovniku. Dobrota (2019).

U drugoj polovici 19. stoljeća dolazi do razvoja turizma u kontinentalnim dijelovima Hrvatske, Plitvička jezera izrazito su popularna, a u Krapinskim toplicama otvara se hotel s čak 128 soba. Održavanje skijaškog tečaja u Mrkoplju 1913. godine smatra se početkom razvoja turizma u Gorskom kotaru. U Zagrebu je 1925. godine u blizini Glavnog kolodvora otvoren luksuzni hotel Esplanade koji je privlačio putnike poznatog Orient Expressa. U tom razdoblju najvažniji gosti za hrvatski turizam bili su Čehoslovaci, Mađari, Nijemci, Englezi i Talijani.

Kako kroz cijelu hrvatsku povijest, tako je i u ovom periodu najveća prepreka razvitku turizma bila politička situacija. Hrvatska je bila podijeljena između Austrije i Ugarske i uvelike je ovisila o odnosima između Beča i Budimpešte.

Još je jedan veliki problem taj što većina novca zarađenog turizmom odlazi van Hrvatske, čemu u prilog govori podatak da je između dva svjetska rata čak 80 % hotelskih kapaciteta bilo u vlasništvu stranaca. Dobrota (2019).

Nakon Prvog svjetskog rata Hrvatska je bila u sastavu Kraljevine SHS pa Kraljevine Jugoslavije te je bila jako rascjepkana, a Drugi svjetski rat također nije donio ništa dobro.

U to doba Hrvatska je bila dio Jugoslavije, koja je bila među najpopularnijim turističkim zemljama. Najuspješnija godina jugoslavenskog turizma bila je 1986. sa ostvarenih 68,2 milijuna noćenja, taj broj je Hrvatska prestigla tek 2015. godine. (Duda i Rul, 2020).

Ubrzo nakon toga došlo je do Domovinskog rata. Domovinski je rat trajao od 1991. do kolovoza 1995. godine. Dolazi do kolapsa turizma, mnoga turistička područja su opustošena, a i ona područja koja nisu bila mjesto ratnih sukoba nisu privlačila turiste jer su ih turisti smatrali vrlo nesigurnima i nisu ih se usudili posjećivati. Godine 1990. bilo je zabilježeno 50 milijuna noćenja stranih turista, dok je 1991. zabilježeno njih 10 milijuna. Nakon Domovinskog rata uslijedio je oporavak i obnova hrvatskog turizma koja u nekim segmentima traje još i danas. Orsini i Ostojić (2018, prema Brkljača, 2018)

Hrvatska je u 21. stoljeće ušla s velikim očekivanjima od turizma. Neprestano se razvija u promociju hrvatskog turizma u svijetu te u razvoj turističkih kapaciteta i turističke ponude. Kroz godine brojni su turisti iz različitih dijelova svijeta posjetili Hrvatsku i ostali oduševljeni.

S obzirom na to da Hrvatska ima velika očekivanja od turizma, i što veliki broj Hrvata živi od turizma, predviđa se da će u budućnosti broj turista biti sve veći. Isto tako, vidljivo je kako se

Hrvatska previše oslanja na turizam. Naime, Hrvatska ima najveći udio turizma u BDP-u u Europi i taj se udio svake godine sve više povećava, on je 2016. iznosio 18 %, a već 2018. 20 %. Tikvica, Korda (2020)

Najrecentniji izazov koji je još uvijek aktualan, kako u svjetskom, tako i u turizmu Hrvatske, svakako je bolest COVID-19. Radi se o pandemiji ogromnih razmjera. Njome su pogođene sve gospodarske grane, pogotovo turizam. Ne može se točno prognozirati kolika će zapravo biti šteta prouzročena virusom, ali je moguće sa sigurnošću reći kako će 2020. biti značajno lošija za hrvatski i svjetski turizam u odnosu na 2019. i ranije. Tikvica, Korda (2019)

Uzimajući sve faktore u obzir predviđanja za budućnost turizma u 2020. godini su vrlo loša, govori se o brojkama u padu putovanja do čak 80 %, ako mjere restrikcije potraju do kraja godine. Povratak na nivo iz vremena prije pandemije se očekuje najranije 2023.[14]

Podaci za svibanj 2020. za Hrvatsku govore da je ukupni broj dolazaka 86 413 što je pad od 94,8 % u odnosu na isti period 2019. godine, dok je ukupni broj noćenja 524 185, što je pad od 90,7 %.[15]

[14] IMPACT ASSESSMENT OF THE COVID-19 OUTBREAK ON INTERNATIONAL TOURISM. Preuzeto s: https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism (04.12.2020.)
[15] Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa. Preuzeto s: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-06/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20svibanj%202020.pdf (04.12.2020.)

7. PREPORUKE ZA RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ

Turizam već sada čini veliki udio u BDP-u Hrvatske te donosi velike prihode. U 2018. i 2019. godini turizam je činio tek nešto manje od 20% ukupnog BDP-a Hrvatske Ti prihodi se mogu dodatno povećati unapređenjem ponude u nedovoljno iskorištenim područjima i lokacijama.

Slika 7.1. Rijeka Cetina



Izvor: Dalmacija danas. Preuzeto s: *https://www.dalmacijadanas.hr/utvrda-nutjak-zasticeno-povijesno-zdanje-nad-velicanstvenim-kanjonom-cetine-2/* (20.06.2020.)

Jedna od takvih lokacija je utvrda Nutjak (Slika 7.1.) nad kanjonom Cetine.

7.1. Trenutno stanje hrvatskog turizma

Hrvatska svoju turističku ponudu zasniva na prirodnim ljepotama i kulturnim vrijednostima, dok su kvaliteta i raznovrsnost sadržaja, te moderne turističke atrakcije zapostavljeni. Turizam sunca i mora je najrazvijeniji te čini velik dio turističke ponude Hrvatske.

Zbog svog položaja i izrazite razvedenosti obale, Hrvatska je vrlo poželjna destinacija u nautičkome svijetu. Rezultati ove vrste turizma su u stalnom porastu, no prisutna je stagnacija u stvaranju nove ponude i otvaranju novih vezova.

Zdravstveni turizam u svijetu bilježi rast od oko 20%. Hrvatska zahvaljujući svojoj klimi, sigurnosti, niskim cijenama i dobroj reputaciji kvalitete zdravstvenih usluga ima velike komparativne prednosti za razvoj zdravstvenog turizma.

Poslovni turizam je veoma osjetljiv na ekonomske trendove, no prema istraživanjima poslovni gosti čine do 15% udjela svih hotelskih gostiju. Povećanjem kongresne infrastrukture i komercijalizacijom proizvoda mogao bi se napraviti veliki iskorak ovog proizvoda.[16]

U sljedećoj tablici napravljena je SWOT analiza hrvatskog turizma.

Tablica 4.2. SWOT analiza turizma Hrvatske

Snage	Slabosti
• Prirodne ljepote • Geoprometni položaj • Kulturno bogatstvo • Sigurnost	• Prometna infrastruktura • Zastario proizvod • Sezonalnost • Neinventivna ponuda • Nedostatak popratnog sadržaja
Prilike	**Prijetnje**
• Unaprjeđenje ponude • Inovativni sadržaj • Promjena ciljanog tržišta • Razvijanje turizma u ruralnim krajevima • Nove vrste turizma	• Promjena preferencije turista • Jačanje konkurencije • Prirodne nepogode • Nedostatak razvojnog kapitala • Sigurnosni problemi

Izvor: Stipanović, 2006, str. 237

Znatan je broj vrlo atraktivnih prirodnih područja koja su trenutno nedovoljno iskorištena. Među takvima treba zasigurno istaknuti područja uz velike rijeke, Dunav, Dravu, Cetinu (Slika 7.1.), Savu i druge. [17]

Također, neiskorištene su i krške atrakcije kao što su stijene Velebita i brojni ponori i spilje, te velik broj nacionalnih parkova i parkova prirode na vrlo malom području.

[16] Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Godine. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130205_Strategija-turizma-do2020.pdf (10.12.2020.)
[17]Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Godine. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130205_Strategija-turizma-do2020.pdf (10.12.2020.)

Kulturno-povijesna baština veliki je adut Hrvatske. Potvrđuje to i činjenica da ima velik broj kulturnih, materijalnih dobara pod zaštitom UNESCO-a, ali i najviše zaštićene nematerijalne baštine u Europi, dok je u svijetu odmah iza Kine i Japana.

Uz kulturna dobra pod zaštitom UNESCO-a među kojima su najpoznatija Dioklecijanova palača, povijesna jezgra Dubrovnika, Šibenska katedrala itd. Hrvatska ima mnogo drugih vrijednih kulturnih dobara kao što su amfiteatar u Puli, Stonske zidine, ali i preko 1 000 dvoraca (Slika 7.2.) i utvrda. Upravo u njima leži ogroman potencijal za razvoj turističke ponude u Hrvatskoj, posebice u nedovoljno razvijenim, i kad su u pitanju razgovori o turizmu, nepravedno ignoriranim kontinentalnim dijelovima.

Slika 7.2. Trakošćan



Izvor: Maxima film. Preuzeto s: *https://maxima-film.hr/trakoscan/* (20.06.2020.)

Za razliku od prirodnih i kulturnih dobara u kojima je Hrvatska izrazito bogata, u sferi novootvorenih turističkih atrakcija izrazito je siromašna. Premali je broj modernih atrakcija kao što su golf tereni, kongresni centri, zabavni parkovi itd.

Što se tiče smještajne infrastrukture, situacija također nije dobra. Prema podacima iz 2018. 48% noćenja čini privatni smještaj, dok hoteli i aparthoteli čine samo oko 23%. U sljedećoj tablici prikazan je broj noćenja (u tisućama) po vrstama smještajnih objekata, te njihov udio u ukupnom broju noćenja.

Tablica 4. 2. Noćenja turista po vrstama objekata

Noćenja turista po vrstama objekata (u 000)					
	NOĆENJA TURISTA		INDEKS	STRUKTURA (u %)	
	2017.	2018.	2018./17.	2017.	2018.
Hoteli i aparthoteli	19.669	20.436	103,9	22,8	22,8
Turistička naselja	3.021	3.118	103,2	3,5	3,5
Turistički apartmani	1.316	1.251	95,1	1,5	1,4
Kampovi i kampirališta	18.541	18.644	100,6	21,5	20,8
Privatne sobe	40.851	43.382	106,2	47,4	48,4
Lječilišta	152	108	71,1	0,2	0,1
Odmarališta	105	107	101,9	0,1	0,1
Hosteli	1.124	1.105	98,3	1,3	1,2
Ostalo	1.328	1.434	108,0	1,5	1,6
Nekategorizirani objekti	93	67	72,0	0,1	0,1
UKUPNO	86.200	89.652	104,0	100,0	100,0

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. Preuzeto s:
https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-

U posljednjih desetak godina provedene su velike mjere što se tiče prometne infrastrukture. Najveći pozitivni pomak vidljiv je na mreži autocesta. No situacija u ostalim oblicima prometa još uvijek je vrlo loša zbog nedovoljnih ulaganja. Najlošija je situacija u željezničkom prometu koji je s gledišta turizma gotovo u potpunosti zanemariv. Trajektni i brodski promet također nije dovoljno efikasan, tu je najveći problem u opremljenosti otočnih luka i u brzini i učestalosti veza. U zračnom prometu situacija je nešto bolja zbog velikog broja međunarodnih luka na obali, no trebalo bi poraditi na privlačenju aviokompanija kako bi se povećao broj stalnih i povremenih linija, što bi dovelo do povećanja zrakoplovnog prometa.

U sferi komunalne infrastrukture situacija je nešto bolja nego u prometnoj iako se i ona treba unaprijediti. Mnogi sustavi komunalne infrastrukture su zadovoljavajući, no ubrzano bi se trebala riješiti problematika zbrinjavanja otpada.[18]

7.2. Razvoj novih turističkih proizvoda

Jedan od najvećih problema s kojim se treba suočiti je taj što se velika većina hrvatskog turizma i hrvatske turističke ponude odnosi samo na sunce i more. Iako su sunce i more vrlo privlačni i veliki adut turizma, ne može se gotovo kompletna turistička ponuda oslanjati samo na njih.

[18] Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Godine. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130205_Strategija-turizma-do2020.pdf (10.12.2020.)

Turistička ponuda trebala bi se osloniti i na turizam koji postoji, i koji se unazad nekoliko godina sve više razvija, u unutrašnjosti Hrvatske. Prirodne ljepote Hrvatske jednako su lijepe u sva četiri godišnja doba, turisti mogu i trebaju doći u Hrvatsku, ne samo tijekom ljeta, jer im Hrvatska može ponuditi i mjesto za odmor u Gorskom kotaru i u nizinama (npr. Baranja). Osim ljetnog turizma treba aktivnije promovirati vinski turizam, seoski turizam i ekoturizam koji se iz godine u godinu razvijaju u svim dijelovima Hrvatske.

U kratkom roku treba pojačati prepoznatljivost turističkih proizvoda za koje Hrvatska ima velikih potencijala, na primjer kulturni turizam, poslovni turizam i ekoturizam. U malo daljoj budućnosti trebalo bi se uložiti u razvoj golf terena, kongresnog turizma, nautičkog turizma i zdravstvenog turizma. Za njihov su razvoj potrebna velika ulaganja, ali bi na kraju bila zasigurno isplativa. Izraziti potencijal leži u zdravstvenom turizmu, populacija je sve starija i sve više ljudi brine o kvaliteti života i zdravlju te se očekuje da će zdravstveni turizam biti jedan od najbitnijih motiva za putovanja u budućnosti.

Hrvatska ima veliki broj toplica, lječilišta, te kvalitetnih, a za inozemne turiste, naročito Talijane i Britance, jeftinih liječničkih usluga. Kao jedno od lječilišta treba istaknuti Naftalan u Ivanić-Gradu (Slika 7.3.) koji je uz Naftalan u Azerbajdžanu jedino lječilište naftom u svijetu. Naftalan već sada privlači velik broj stranih turista, no njegova iskorištenost daleko je od maksimuma.

Slika 7.3. Naftalan Ivanić-Grad



Izvor: Visit Zagreb county. Preuzeto s: http://www.visitzagrebcounty.hr/mjesta/ivanic-grad/ljeciliste-naftalan/ (20.06.2020.)

Također, veliki se potencijal nalazi i u nautičkom turizmu, pogotovo u takozvanom yachtingu. Predviđa se da će glavni konzumenti tih usluga biti ljudi stariji od 55 godina, aktivnog životnog stila i s velikim raspoloživim dohotkom, a „stay&sail" ponuda ciljala bi baš na tu skupinu.

Neke prednosti koje Hrvatska posjeduje u odnosu na druge destinacije kad je u pitanju nautički turizam su prirodne ljepote i čisto more, razvedena obala s mnoštvom otoka i vrlo povoljna klima za nautički turizam. Ono što nedostaje da bi nautički turizam u Hrvatskoj u potpunosti zaživio je adekvatna infrastruktura. Potrebno je povećati broj vezova, poboljšati ponudu i kvalitetu usluge u marinama i educirati ljudi za rad u toj vrsti turizma. Orijentacijom na nautički turizam povećala bi se raznovrsnost ponude i privukla bi se nova skupina imućnijih gostiju.[19]

Potrebno je dodatno i ubrzano uložiti sredstva u poticanje i promociju turizma u kontinentalnim dijelovima Hrvatske koja također ima izraziti potencijal. Bogata je kulturnim znamenitostima i prirodnim ljepotama te ima zanimljivu gastronomiju. Razvitkom kontinentalnog turizma, ne samo da bi se potražnja turista odmaknula od Jadrana, mora i sunca, nego bi se time smanjila i sezonalnost koja je također veliki problem hrvatskog turizma, potaknuo bi se razvoj tih krajeva i smanjili bi se negativni demografski trendovi.

Hrvatskoj kronično nedostaje kvalitetan hotelski smještaj, a većinu njenog smještaja čini privatni smještaj. Uzevši u obzir trenutačnu situaciju, logičan bi potez bilo ulaganje u razvoj hotelske ponude, kako privlačenjem stranih ulagača da bi se pogodovalo međunarodnom *brendiranju*, tako i poticanjem izgradnje manjih, tematiziranih i *boutiqe* hotela u vlasništvu domaćih poduzetnika. Ovim mjerama povećala bi se kvaliteta boravka i zadovoljstva turista, ali bi se i smanjila već ranije spomenuta sezonalnost.

Održivi razvoj turizma također je izuzetno bitan, iako mnoge destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno iskorištene, postoje i one koje su na samoj granici svojih kapaciteta. U takve destinacije sigurno spadaju Dubrovnik i Plitvička jezera, dvije vrlo vrijedne i u svijetu jedinstvene atrakcije koje su u mjesecima najveće turističke posjećenosti prenapučene. Potrebno je odrediti nosivi kapacitet takvih atrakcija i ograničiti broj posjetitelja kako bi se one održale u budućnosti. (Laslavić, 2017)

Konkurencija na tržištu je sve veća, te je potrebno uspješno diferencirati i istaknuti Hrvatsku od konkurentskih destinacija. Potrebno je razvijati nove proizvode koji će biti prilagođeni željama kupaca, ali i zadržati autentične i tradicionalne običaje i kulturu. Očuvanjem baštine olakšava se isticanje na vrlo zasićenom tržištu.

[19] Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Godine. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130205_Strategija-turizma-do2020.pdf (10.12.2020.)

8. ZAKLJUČAK

Turizam i hotelijerstvo u svojim najprimitivnijim oblicama sežu u najranija vremena ljudskog postojanja. Cilj je ovoga završnoga rada bio prikazati razvoj turizma i hotelijerstva te odrediti njihovu povezanost. Teza da su turizam i hotelijerstvo izrazito povezani je potvrđena. Očito je da su izrazito povezani te da u trenucima stagnacije razvoja jednoga stagnira i drugo, te da u periodu napretka turizma napreduje i hotelijerstvo. Također, vidljivo je da se u postojećim okvirima turizam ne može razvijati bez razvoja hotelijerstva. Pandemija uzrokovana koronavirusom najrecentniji je pokazatelj koliko su turizam i hotelijerstvo jako povezani. Došlo je do ogromnog pada u turističkim putovanjima te su samim time i hoteli u velikim problemima. Točne brojke i rezultati o negativnom utjecaju pandemije još nisu poznati, a neće ni biti do samog kraja pandemije kojoj se za sada ne nazire kraj, no sa sigurnošću može se tvrditi da će padovi i gubitci biti velikih razmjera.

Turizam je vrlo važan za Hrvatsku te direktno čini čak 20 % BDP-a. Hrvatska privlači mnoge turiste i ima velik potencijal, no postoji još mnogo prostora za napredak i mnogo neiskorištenih, potencijalno vrlo atraktivnih destinacija i atrakcija.

Glavni aduti kojima Hrvatska privlači turiste su prirodne ljepote i kulturna baština. U ta je dva segmenta jedna od najatraktivnijih zemalja na svijetu, no kvalitetom infrastrukture, raznovrsnošću turističke ponude i atrakcija, Hrvatska je daleko od najrazvijenijih turističkih destinacija.

Naravno, najvažniji prirodni aduti Hrvatske su more i sunce te njezina predivna razvedena obala i lijepe plaže. Uz te očite i donekle dobro iskorištene prirodne ljepote Hrvatska ima još zaista puno nedovoljno iskorištenih prirodnih bogatstava. Izrazita je bioraznolikost, u samo nekoliko sati vožnje moguće je doći od nizina Slavonije preko gora i planina Like i Dalmatinske zagore do prekrasnih plaža i otoka. Svakako se treba poraditi na razvitku turističke ponude u kontinentalnim dijelovima Hrvatske. U doba pandemije sva ulaganja predviđena za napredak i razvitak sigurno će se preusmjeriti prema domaćim ugostiteljima i poduzetnicima ovisnima o turizmu, jer bez pomoći države mnogi će propasti.

LITERATURA

Knjige

1. Bhatia, A.K. (2002). *Tourism development: Principles & practices.* New Delhi: Sterling publishers private limited.
2. Čavlek, N., Bartoluci M. (...) Čižmar, S. (2011). *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga d.d.
3. Hayes, D.K. i Ninemeier, J.D. (2005). *Upravljanje hotelskim poslovanjem.* Zagreb: M PLUS d.o.o.
4. Kotler, P., Boewn, J.T. i Makens, J.C. (2010). *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu.* Zagreb: MATE d.o.o.
5. Raza, I. (2006). *Pune postelje: marketing u turizmu, hotelijerstvu i ugostiteljstvu.* Zagreb: M PLUS d.o.o.
6. Stipanović, C. (2006). *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu.* Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji
7. Vukonić, B. (2010). *Turizam: budućnost mnogih iluzija.* Zagreb: Visoka poslovna škola za turistički i hotelski menadžment Utilus iz Zagreba: Plejada d.o.o.

Ostali Izvori

1. Balzo, J. (2016). Today In Aviation History: October 28, 1957. *jdasolutions.aero.* Preuzeto s: https://jdasolutions.aero/blog/first-production-boeing-707/ (05.06.2020.)
2. Bioci. (2020). Turizam kroz povijest. *bioci.hr*. Preuzeto s: http://bioci.hr/turizam-kroz-povijest/ (01.12.2020.)
3. Brkljača, I. (2018). Turizam u Hrvatskoj: usporedba s drugim mediteranskim destinacijama. *ahivanalitika.hr*. Preuzeto s: https://arhivanalitika.hr/blog/turizam-u-hrvatskoj-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/ (01.06.2020.)
4. CNBC. (2016). Marriott buys Starwood, becoming worl's largest hotel chain. *cnbc.com*. Preuzeto s: https://www.cnbc.com/2016/09/23/marriott-buys-starwood-becoming-worlds-largest-hotel-chain.html (01.12.2020.)
5. Coulter, A. (2020). P&O Cruises History. *Cruisecritic.com.* Preuzeto s: https://www.cruisecritic.com/articles.cfm?ID=3135 (01.04.2021.)
6. Croatia link. (2020). Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela. *croatialink.com*. Preuzeto s:

http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (01.12.2020).

7. Customer alliance. A brief history of the Hotel industry. *customer-alliance.com*. Preuzeto s: https://www.customer-alliance.com/en/resources/articles/hotel-industry/ (05.06.2020.)
8. D.D. (2018). *UTVRDA NUTJAK* Zaštićeno povijesno zdanje nad veličanstvenim kanjonom Cetine. *dalmacijadanas.hr*. Preuzeto s: https://www.dalmacijadanas.hr/utvrda-nutjak-zasticeno-povijesno-zdanje-nad-velicanstvenim-kanjonom-cetine-2/ (02.06.2020.).
9. Dobrota, A. (2019). Kratka povijest turizma u Hrvatskoj. *cimerfraj.hr*. Preuzeto s: https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska (01.12.2020.)
10. Duda i Rul. (2020). Radnička odmarališta: od socijalnog turizma do 'nelojalne konkurencije'. *Radnickaprava.org.* Preuzeto s: https://radnickaprava.org/tekstovi/clanci/radnicka-odmaralista-od-socijalnog-turizma-do-nelojalne-konkurencije-1-2 (01.04.2021.)
11. DW. (2020). Overcrowded Mallorca begs: Please try us in winter instead. *dw.com*. Preuzeto s: https://www.dw.com/en/overcrowded-mallorca-begs-please-try-us-in-winter-instead/a-18730295 (02.06.2020.)
12. Grace, M.L. (2010). History of the cunard line. *cruiselinehistory.com*. Preuzeto s: https://www.cruiselinehistory.com/history-of-the-cunard-line/ (01.12.2020.)
13. Hospitality-on. (2016). Overview of the impact of 9-11 on America's hotel industry. *Hospitality-on.com.* Preuzeto s: https://hospitality-on.com/en/tourisme/overview-impact-9-11-americas-hotel-industry (03.12.2020.)
14. Jochim, M. (2018). Liverpool and Manchester Railway. *Stampday.wordpress.com.* Preuzeto s: https://stampaday.wordpress.com/2018/09/15/liverpool-and-manchester-railway/ (01.04.2021.)
15. Kapiki, S. (2011). The Impact of Economic Crisis on Tourism and Hospitality: Results from a Study in Greece. *Reasrchgate.net.* Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/216463076_The_Impact_of_Economic_Crisis_on_Tourism_and_Hospitality_Results_from_a_Study_in_Greece (03.12.2020.)
16. Kocković Zaborski, T. (2018). Transformacija istarske prehrambene tradicije u turističkim seoskim gospodarstvima (doktorska disertacija). Sveučilište u Zadru, Zadar. Preuzeto s:

https://repozitorij.unizd.hr/islandora/object/unizd%3A2812/datastream/PDF/view (02.12.2020.)

17. Kostuch Media Ltd. (2013). Looking back at the hospitality industry in the ’30s and '40s. *hoteliermagazine.com*. Preuzeto s: https://www.hoteliermagazine.com/looking-back-at-the-hospitality-industry-in-the-30s-and-40s/ (07.06.2020.)
18. Laslavić, Ž. (2017) Upalio se alarm za održivi turizam. *Horeca.pdf*. Preuzeto s: http://ipe.hr/wp-content/uploads/2017/10/064-066-istrazivanja-HoReCa.pdf (10.12.2020.)
19. Levy Bonvin, J. (2003). Hotels: a brief history. *hospitalitynet.org*. Preuzeto s: https://www.hospitalitynet.org/opinion/4017990.html (02.06.2020.)
20. Mastel hospitality. (2019). Keeping the Perspective: The evolution of Opera PMS & Oracle Hospitality. *mastelhospitality.com*. Preuzeto s: https://www.mastelhospitality.com/evolution-of-opera-pms-oracle-hospitality/ (07.06.2020.)
21. Meyer, J. (2018). The Worlds Oldest Hotel: What It's Like to Stay at Japan's Nishiyama Onsen Keiunkan. *blog.gajinpot.com*. Preuzeto s: https://blog.gaijinpot.com/the-worlds-oldest-hotel-what-its-like-to-stay-at-japans-nishiyama-onsen-keiunkan/ (01.12.2020.)
22. Putovnica. (2012). Priča o Thomasu Cooku ili turizmu kakvog danas poznajemo. *putovnica.net*. Preuzeto s: https://www.putovnica.net/plus/portret/prica-o-thomasu-cooku-ili-turizmu-kakvog-danas-poznajemo (05.06.2020.)
23. Rihelj, G. (2020). U 2019. godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja. *HRturizam.hr*. Preuzeto s: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ (01.06.2020.)
24. Sewell, J. (2020). How Did A Dog Discover The Lascaux Cave Paintings?. *thecollector.com*. Preuzeto s: https://www.thecollector.com/how-did-a-dog-discover-the-lascaux-cave-paintings/ (05.06.2020.)
25. Sinfeld, S. (2017). A look at the life and times of Thomas Cook – the pioneer who made worldwide travel the successit is today. *staffordshire-live.co.uk*. Preuzeto s: https://www.staffordshire-live.co.uk/news/history/life-times-thomas-cook-holidays-189534 (07.06.2020.).
26. Stocki, J. (2016). Marriott Buys Starwood: What it means for the Travel Industry. *medium.com*. Preuzeto s: https://medium.com/@JohnStocki/marriott-buys-starwood-what-it-means-for-the-travel-industry-1b1962764497 (07.06.2020.)

27. Tikvica, Korda. (2020). Hrvatska ima najveći udio turizma u BDP-u u Europi: Kakve će posljedice ostaviti pandemija koronavirusa?. *Narod.hr*. Preuzeto s: https://narod.hr/hrvatska/hrvatska-ima-najveci-udio-turizma-u-bdp-u-u-europi-kakve-ce-posljedice-ostaviti-pandemija-koronavirusa (04.12.2020.)
28. Tugberk, U. (2010). Definition od Tourism (UNWTO Definition of Tourism/What Is Tourism?. *tugberkugurlu.com*. Preuzeto s: https://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism (04.06.2020.)
29. UNWTO (2020). Impact assessment of the covid-19 outbreak on international tourism. *UNWTO.org*. Preuzeto s: https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism (04.12.2020.)
30. Waffle Gavin, S. (2014). Expedia's homepage makeover. *viewfinder.expedia.com*. Preuzeto s: https://viewfinder.expedia.com/expedias-homepage-makeover/ (07.06.2020.)
31. Wanted in Rome (2021). Italy: Colosseum is ready to reopen on 16 January. *Wantedinrome.com.* Preuzeto s: https://www.wantedinrome.com/news/italy-colosseum-is-ready-to-reopen-on-16-january.html (01.04.2020.)
32. Žaja, J. (2019) Turizam u brojkama, 2018. *mint.hr*. Preuzeto s: https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf (10.12.2020.)

Internetski izvori

1. Budget airline guide. (2021). Low-cost Airlines History: How It All Got Started. *Budgetairlineguide.com.* Preuzeto s: https://www.budgetairlineguide.com/low-cost-airlines-history-how-it-all-got-started/ (01.04.2021.)
2. Comfort Cars. (2020). Dispo Chauffeur service Cannes. *comfort-cars.fr*. Preuzeto s: https://comfort-cars.fr/product/dispo-chauffeur-service-cannes/ (01.12.2020.)
3. Čuda svijeta. 7 svjetskih čuda antike. Preuzeto s: https://cudasvijeta.weebly.com/7-svjetskih-269uda-starog-vijeka.html (01.12.2020.)

4. Esplanade Zagreb Hotel. Dobro došli u Esplanade Zagreb Hotel. *esplanade.hr*. Preuzeto s: https://www.esplanade.hr/hr/mainpage.html (05.06.2020.)
5. Formula1-dictionary.net. (2020). Povijest grada Rijeke (1825-1850 godina). *formula1-dictionary.net*. Preuzeto s: http://www.formula1-dictionary.net/rijeka_povijest_1825-1850.html (07.06.2020.)
6. Hrvatska turistička zajednica. (2020). Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa. *htz.hr*. Preuzeto s: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-06/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20svibanj%202020.pdf (01.06.2020)
7. Iran Cultura. (2020). Karavanserai uz ceste između esfahana i yazda. *Irancultura.it.* Preuzeto s: https://hr.irancultura.it/turismo/attrazioni/attrazioni-yazd/yazd-i-caravanserragli-lungo-le-strade-tra-esfahan-e-yazd/?print=print (01.04.2021.)
8. Jagerhorn hotel. *hotel-Jagerhorn.hr*. Preuzeto s: https://www.hotel-jagerhorn.hr/hr/ (05.06.2020.)
9. MaXima film. (2020). Trakošćan. *maxima-film.hr*. Preuzeto s: https://maxima-film.hr/trakoscan/ (07.06.2020.)
10. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. (2013). Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. *mint.gov.hr*. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130205_Strategija-turizma-do2020.pdf (01.06.2020.)
11. Pompeii. (2012). LUPANAR – POMPEII. *Pompeii.org.uk.* Preuzeto s: http://www.pompeii.org.uk/m.php/museum-lupanar-pompeii-en-105-m.htm (01.04.2021.)
12. Researchgate. (2006). International tourist arrivals between 1960 and 2005. *researchgate.net*. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/figure/International-tourist-arrivals-between-1960-and-2005-Source-World-Tourism-Organisation_fig1_259785274 (01.06.2020.)
13. Sites Google. (2020). Top 10 hotela svijeta. *sites.google.com*. Preuzeto s: https://sites.google.com/site/top10hotelasvijetaimaa/home/burj-al-arab (01.06.2020.)
14. Turistička zajednica Zagrebačke županije. Lječilište Naftalan. *visitzagrebcounty.hr*. Preuzeto s: http://www.visitzagrebcounty.hr/mjesta/ivanic-grad/ljeciliste-naftalan/ (20.06.2020.)

15. Turistički svet. (2018). Najveći hotelski lanci na svetu su.. *turistickisvet.com*. Preuzeto s: https://www.turistickisvet.com/vesti/hotelijerstvo/najveci-hotelski-lanci-na-svetu-su.html (04.06.2020.)
16. Wisconcin historical society. (2020). Steamboat „J.S." on Mississippi River. *wisconsinhistory.org.* Preuzeto s: https://www.wisconsinhistory.org/Records/Image/IM94166 (20.06.2020.)
17. Znanje (2020). Proročišta. *znanje.org*. Preuzeto s: https://www.znanje.org/i/i25/05iv06/05iv0628/Prorocista.htm (05.06.2020.)

POPIS SLIKA

Slika 3.1. Proročište Delfi 5
Slika 3.2. Kolosej u Rimu 6
Slika 3.3. Cannes 8
Slika 3.4. Ruta Manchester Liverpool 9
Slika 3.5. Spomenik Thomasu Cooku 9
Slika 3.6. Agencija Thomas & Son 10
Slika 3.7. Promocija putovanja parobrodom kompanije Cunard 11
Slika 3.8. Kruzer na rijeci Mississippi 12
Slika 4.1. Špilja Lascaux 16
Slika 4.2 Lupanar 17
Slika 4.3. Nisiyama Onsen Keiunkan 17
Slika 4.4. Karavan-saraj 18
Slika 4.5. Esplanade Zagreb 19
Slika 4.6. Burj al Arab 21
Slika 4.7. Marriott „proždire" konkurenciju 22
Slika 5.1. Masovni turizam u Španjolskoj 25
Slika 6.1. Villa Angiolina 26
Slika 7.1. Rijeka Cetina 29
Slika 7.2. Trakošćan 31
Slika 7.3. Naftalan Ivanić-Grad 33

POPIS TABLICA

Tablica 3. 1. Broj međunarodnih dolazaka 1960. – 2005. 13

Tablica 4. 1. Veličina hotelskih lanaca 23

Tablica 4. 2. SWOT analiza turizma Hrvatske 30

Tablica 4. 3. Noćenja turista po vrstama objekata 32

VERN'	VERN'Qual **IZJAVA O AUTORSTVU ZAVRŠNOGA RADA**	Kat. oznaka: RU-01.02.01. Revizija: 18.01..2021.. Stranica: 1

SVEUČILIŠTE VERN'

IZJAVA

kojom izjavljujem da sam završni rad pod naslovom

Analiza povezanosti turizma i hotelijerstva kroz povijest i preporuke za razvoj hrvatskog turizma,

izradio/la samostalno. Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, internetske stranice, propisi i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Zagreb, 20. 5. 2021.

FILIP VUČELIĆ
(ime, prezime)

Vučelić

(potpis)