Utjecaj najvećih turističkih tvrtki na ukupni turizam u Republici Hrvatskoj

Šare, Frane

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:776391

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-02**

Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za ekonomiju
Diplomski sveučilišni studij Menadžmenta (jednopredmetni izvanredni)

Frane Šare

Utjecaj najvećih turističkih tvrtki na ukupni turizam u Republici Hrvatskoj

Diplomski rad

Zadar, 2023.

Sveučilište u Zadru

Odjel za ekonomiju
Diplomski sveučilišni studij Menadžmenta (jednopredmetni izvanredni)

Utjecaj najvećih turističkih tvrtki na ukupni turizam u Republici Hrvatskoj

Diplomski rad

Student/ica: Frane Šare

Mentor/ica: izv. prof. dr. sc. Mladen Rajko

Zadar, 2023.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Frane Šare,** ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Utjecaj najvećih turističkih tvrtki na ukupni turizam u Republici Hrvatskoj** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 27. rujna 2023.

SAŽETAK

Svrha ovog istraživanja je analiza utjecaja 10 najvećih turističkih tvrtki u Republici Hrvatskoj na cjelokupni turizam koji ostvaruje Republika Hrvatska. Analizom ukupnih prihoda koje ostvaruju i ukupnog broja zaposlenih osoba u promatranom razdoblju prikazan je njihov utjecaj u ukupnim rezultatima u turizmu. Turizam je globalna industrija u kojoj je konkurencija svake godine sve snažnija zbog čega se treba poticati turizam više dodane vrijednosti u kojem će veliku ulogu imati hotelska ponuda gdje se ostvaruje veća dodana vrijednost po postelji u usporedbi sa smještajem u nekretninama za kratkoročni najam. Vodeće hotelske kompanije u posljednjih nekoliko godina pokrenule su razna ulaganja kojima je cilj podizanje kvalitete smještaja te većeg udjela hotela više kategorizacije što će omogućiti razvoj nove i moderne ponude, privući goste više platežne moći te time pridonijeti cilju održivosti turizma. Ulaganje u infrastrukturu pridonosi razvitku destinacije i izravno utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Ključne riječi: Turizam, hotelijerstvo, vodeće turističke kompanije u Republici Hrvatskoj, zaposlenici

THE INFLUENCE OF THE LARGEST TOURIST COMPANIES ON TOTAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF CROATIA

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the impact of the 10 largest tourism companies in the Republic of Croatia on the overall tourism in the Republic of Croatia. An analysis of the total income they generate and the total number of employed persons in the observed period shows their influence in the overall results in tourism. Tourism is a global industry in which the competition is getting stronger every year, which is why tourism with more added value should be encouraged, in which the hotel offer will play a major role, where a higher added value per bed is achieved compared to accommodation in real estate for short-term rent. In the last few years, leading hotel companies have launched various investments aimed at raising the quality of accommodation and a greater share of hotels of higher categorization, which will enable the development of a new and modern offer, attract guests with higher paying power and thereby contribute to the goal of tourism sustainability. Investment in infrastructure contributes to the development of the destination and directly affects the quality of life of the local population.

Key words:, Tourism, hotel industry, leading tourist companies in the Republic of Croatia, employees

SADRŽAJ

1. UVOD ... 1

1.1. Predmet istraživanja ... 2

1.2. Svrha i cilj istraživanja ... 2

1.3. Hipoteza rada ... 2

1.4. Metode istraživanja ... 3

1.5. Istraživačka pitanja ... 3

1.6. Struktura rada ... 4

2. ANALIZA TURISTIČKOG SEKTORA U REPUBLICI HRVATSKOJ ... 5

2.1. Karakteristike turističkog tržišta u Republici Hrvatskoj ... 6

2.1.1. Hoteli ... 8

2.1.2. Kampovi ... 10

2.1.3. Domaćinstva ... 11

2.2. Financijski pokazatelji turističkog sektora u Republici Hrvatskoj ... 13

2.3. Smještajni kapaciteti u hotelijerstvu ... 16

3. ANALIZA NAJVEĆIH TURISTIČKIH KOMPANIJA U RH ... 21

3.1. Najveće turističke kompanije u Republici Hrvatskoj ... 21

3.2. Financijski pokazatelji najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj ... 26

3.3. Poslovni rezultati najvećih turističkih kompanija od 2017. – 2021. godine ... 28

4. UTJECAJ NAJVEĆIH TURISTIČKIH KOMPANIJA NA UKUPNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ ... 39

4.1. Udio ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim turističkim prihodima Republike Hrvatske ... 39

4.2. Udio ukupnog broja zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupnom broju zaposlenih u turizmu Republike Hrvatske ... 44

5. ZAKLJUČAK ... 48

6. LITERATURA ... 51

POPIS TABLICA ... 54

POPIS ILUSTRACIJA 55

1. UVOD

Turizam je jedna od najvažnijih i najdinamičnijih odrednica gospodarstva Republike Hrvatske. U ovom radu analizira se utjecaj 10 najvećih turističkih tvrtki na ukupne poslovne rezultate koje Republika Hrvatska ostvaruje u turizmu. Posljednjih godina najveće hotelske grupacije, prateći suvremene trendove u turizmu i promjenama preferencija gostiju pokrenule su velik broj investicija u obnovu i izgradnju turističke infrastrukture koje imaju za cilj podizanje kvalitete smještaja i ponude sa ciljem privlačenja gostiju veće platežne moći. Hrvatski turizam ne smije se oslanjati samo na svoje konkurentske prednosti i opće poznatu ljepotu krajolika, klimu, sigurnost u zemlji i ekološku očuvanost već na unaprjeđenje usluge i cjelokupne ponude putem podizanja kategorizacije smještajnih objekata i povećanjem kvalitete usluge. Trendovi među najvećim turističkim kompanijama upućuju upravo na to. Također, bilježi se povećanje broja zelenih investicija i lagani prelazak s masovnog turizma na kvalitetu usluge. Smještajni objekti u Republici Hrvatskoj prema popisu kategoriziranih turističkih objekata su „hoteli, hoteli baština, aparthoteli, integralni hoteli, difuzni hoteli, lječilišne vrste, hoteli posebnog standarda, turistička naselja, turistički apartmani, kampovi i marine[1]“. U hotelskom smještaju se ostvaruje oko 3,7 puta veća dodana vrijednost po postelji u usporedbi sa smještajem u nekretninama za kratkoročni turistički najam (Šonje, 2020). Stoga je za hrvatski turizam jako važno osigurati poslovnu atmosferu koja će pridonijeti uvjetima za izgradnju novih modernih objekata i obnovu već postojećih. Jako su bitna ulaganja u najvišem segmentu jer je doprinos rastu dodane vrijednosti najveći. Na taj način privući će se gosti više platežne moći jer će takvi uvjeti zadovoljiti njihove potrebe te će njihova potrošnja biti veća čime će profitirati gospodarstvo. U ovom radu prikazane su karakteristike turističkog sektora u Republici Hrvatskoj s naglaskom na hotele, kampove i domaćinstva koji imaju najveći udio u smještajnim kapacitetima Republike Hrvatske. Prikazane su najveće kompanije u turizmu u Republici Hrvatskoj, kako posluju te najveće kompanije u promatranom petogodišnjem razdoblju, kolike su ukupne investicije kompanija u promatranom razdoblju, koliki je broj zaposlenih u njima te koliki je njihov utjecaj na ukupne rezultate koje u turizmu ostvaruje Republika Hrvatska.

[1] Popis kategoriziranih turističkih objekata, u Republici Hrvatskoj, Ministarstvo Turizma i sporta, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2021_dokumenti/211130_popis_kategorizacija.xls , (10.2022.)

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada je utjecaj 10 najvećih turističkih tvrtki na ukupni turizam u Republici Hrvatskoj. Analiziraju se ukupni prihodi koje najveće turističke kompanije na prostoru Republike Hrvatske ostvaruju te ukupan broj zaposlenih koje te kompanije zapošljavaju. Nakon obrade navedenih podataka analizirao se odnos ukupnih prihoda i broja zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u Republici Hrvatskoj naspram ukupnih prihoda koje Republika Hrvatska ostvaruje od turizma i ukupnog broja zaposlenih u cjelokupnom turizmu.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha ovog istraživanja je utvrđivanje najvećih turističkih kompanija koje djeluju na prostoru Republike Hrvatske. Cilj istraživanja je analiza utjecaja ukupnih prihoda koje najveće kompanije ostvaruju na ukupne prihode od turizma koje ostvaruje Republika Hrvatska te analiza utjecaja ukupno zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama na ukupan broj zaposlenih u turizmu Republike Hrvatske.

1.3. Hipoteza rada

H1 – Povećanje ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj pozitivno utječe na stopu rasta ukupnog broja zaposlenih u najvećim kompanijama

1.4. Metode istraživanja

Pri izradi ovog diplomskog rada koristilo se istraživanje putem interneta i dostupne literature. Upotrebljavane su metoda analize, metode deskripcije i kompilacije, metoda analize financijskih izvještaja i metoda indukcije. Metodom analize iz ukupnih smještajnih kapaciteta izdvojeni su smještajni kapaciteti za hotelski smještaj. Metodom deskripcije opisani su dolasci i noćenja koje su ostvarili turisti prema kategoriji hotela. Metodom analize financijskih pokazatelja određen je utjecaj ukupnih poslovnih prihoda najvećih kompanija na ukupne prihode Republike Hrvatske od turizma. Metodom indukcije u promatranom razdoblju prikazan je udio broja zaposlenih u ukupno zaposlenim u 10 najvećih turističkih kompanija.

1.5. Istraživačka pitanja

Istraživačka pitanja na koje ovaj rad daje odgovore su sljedeća:

- Koje su najveće turističke kompanije koje djeluju na prostoru Republike Hrvatske?
- Kolike prihode ostvaruju najveće turističke kompanije?
- Koliki je broj zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama?
- Koliki su ukupni prihodi koje Republika Hrvatska ostvaruje od turizma?
- Koliki je udio ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim prihodima koje u turizmu ostvaruje Republika Hrvatska?
- Koliki je udio ukupno zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupno zaposlenim osobama u turizmu Republike Hrvatske?

1.6. Struktura rada

Diplomski rad struktuiran je u pet cjelina. Rad započinje uvodom u kojem su predstavljeni predmet istraživanja, svrha i cilj istraživanja, hipoteza rada, metode istraživanja te istraživačka pitanja. U drugoj cjelini rada prikazane su karakteristike turističkog sektora u Republici Hrvatskoj s naglaskom na hotele, kampove i domaćinstva. U drugoj cjelini također su obrađeni financijski pokazatelji turističkog sektora u Republici Hrvatskoj te analiza smještajnih kapaciteta u hotelijerstvu. U trećoj cjelini izvršena je analiza najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj, njihovi financijski pokazatelji te njihovi poslovni rezultati od 2017.-2021. godine. U četvrtoj cjelini analizira se utjecaj najvećih turističkih kompanija na ukupni turizam u Republici Hrvatskoj putem utjecaja ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija na ukupne prihode ostvarene od turističkog sektora u Republici Hrvatskoj te putem utjecaja ukupnog broja zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u usporedbi s ukupno zaposlenima u turizmu. Diplomski rad završava 5. cjelinom u kojoj su navedeni zaključci proizašli iz izrade ovog rada.

2. ANALIZA TURISTIČKOG SEKTORA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Republika Hrvatska spada među najljepše i najposjećenije zemlje Europe, međutim tu ljepotu ne prati uvijek potrebna infrastruktura i investicije koje bi podigle kvalitetu smještaja i cjelokupne turističke ponude. Problem je tim veći što je većina novih investicija usmjerena na obnovu starih hotela dok je tek manji dio usmjeren na izgradnju novih i modernijih hotela koji će omogućiti razvoj moderne ponude kakvu gosti traže. Republika Hrvatska ima znatno manje hotela naspram konkurentnih turističkih zemalja u kojima ostvaruje manje od 20% ukupne ponude smještaja u Republici Hrvatskoj. Posljednjih nekoliko godina, slijedom novih ulaganja vodećih turističkih kompanija primjetan je ponajviše porast broja hotela više kategorizacije koje nude kvalitetniju uslugu smještaja. U ovom poglavlju također su prikazane karakteristike kampova i domaćinstva kao jednih od najvažnijih sastavnica turizma. Pod kategoriju domaćinstva spada sav privatan smještaj i manji dio kampova. Od 2010. – 2019. godine kategorija domaćinstva bilježila je stalan rast broja postelja. To su obično mali kapaciteti koji su u vlasništvu obitelji ili pojedinca. Najveći dio obiteljskog smještaja kategoriziran je sa manje od četiri zvjezdice. Potrebno je stvoriti uvjete i infrastrukturu kako bi se produljila turistička sezona i smanjila sezonalnost turizma. Povlačenje sredstava iz EU fondova od iznimne je važnosti za daljnja ulaganja i podizanja kvalitete usluge. Prema istraživanju Rajko (2021), prikazano je kako Republika Hrvatska u razdoblju od 2014. – 2020. godine nije uspjela dovoljno dobro iskoristiti sredstva koja su osigurana iz EU fondova i iz kojih je na raspolaganju imala 10.7 milijardi eura. Samim time kao neophodno se nameće obrazovanje građana o mogućnostima korištenja EU fondova i njihovih programa čime se stvaruju snažni temelji za dugoročnu održivost turizma. Kampovi su jedan od oblika smještaja u turizmu koji postaju sve popularniji u Republici Hrvatskoj ali i u ostalim turističkim zemljama. Gotovo ¼ svih turističkih noćenja se ostvaruje u kampovima. U novije vrijeme kampovi se sve više prilagođavaju višim europskim standardima. U ponudu kampova sve se više uključuju razni sadržaji i vidovi rekreacije i zabave kao što su bazeni, igrališta, škole jahanja, jedrenja, surfanja, ronjenja... U svom istraživanju Rudančić i Kulić (2020), prikazuju da kamping turizam također ima veliki socijalni doprinos, koji se najviše očituje u razvoju društvenih odnosa. Također u ovom poglavlju prikazani su osnovni pokazatelji turističkog sektora za razdoblje od 2018. – 2021. godine.

2.1. Karakteristike turističkog tržišta u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska je jedna od najposjećenijih zemalja Sredozemlja. Sektor turizma zapošljava velik dio radno sposobnog stanovništva za vrijeme turističke sezone i time snažno utječe na kvalitetu života domicilnog stanovništva. Republika Hrvatska spada među najljepše zemlje u svijetu koja privlači posjetitelje iz svih krajeva svijeta. Razlozi za to su ponajprije prirodna ljepota prostora na kojem je smještena ali i bogata kulturno–povijesna baština. Također ona pripada najsigurnijim zemljama svijeta što bitno pridonosi velikoj posjeti stranih gostiju. Najvažnije prirodne ljepote su more i obala koja je posebna zbog svoje razvedenosti i mnoštva otoka ali i mnogobrojnih prirodnih i skrivenih plaža. Karakterizira je velik broj atraktivnih zaštićenih prirodnih područja poput nacionalnih parkova i parkova prirode. U Republici Hrvatskoj su mnoga kulturna dobra zaštićena UNESCO-m i njegovim propisima.

Turistička infrastruktura je nedovoljno razvijena i ne dopušta da se iskoristi sav potencijal destinacije. Republici Hrvatskoj nedostaju mnogi sadržaji koji bi upotpunili njezinu ponudu. Nedostaju uređene lokacije za planinski i sportski turizam koji imaju velik potencijal s obzirom na krajolik i popularnost sportskog turizma u svijetu. Također, mnoge staze za biciklizam nisu dovoljno uređene i označene. S obzirom na ljepotu mora i obale nedostaju ronilački i jedriličarski centri koji privlače posjetitelje iz svih krajeva svijeta. Mnoga arheološka nalazišta u Jadranskom moru izrazito su privlačna i možda najvažnije za posjetitelje – neistražena. Svi ti sadržaji neophodni su za kvalitetan, dugoročan i održiv razvoj. Republici Hrvatskoj nedostaju nove turističke atrakcije koje se temelje na suvremenim trendovima i preferencijama gostiju. Kako bi se pratio i razvitak poslovnog turizma potrebni su moderni centri za održavanje kongresa i organizaciju raznih ostalih događanja. Također parkovi za djecu i zabavu te golf tereni za elitni turizam. Nedostaju i prilagođene rute za posjetitelje temeljene na obilježjima destinacije kako bi se stvorila prepoznatljivost određenog lokaliteta. Mnoga toga je još potrebno kako bi se povećao međunarodni ugled i unaprijedila ponuda. Prometna infrastruktura je u zadnje vrijeme jako poboljšana. Cestovni promet se unaprijedio što jako pridonosi razvitku jer je Republika Hrvatska poznata kao autodestinacija. Autoceste su jako dobre. Situacija u željezničkom prometu je mnogo lošija zbog niskih ulaganja u prometnu infrastrukturu i unapređenje sustava prijevoza. Željeznički promet zbog lošeg stanja mreže gotovo i nema važnost za turističke aktivnosti. Trajektni i brodski prijevoz nije dovoljno razvijen i povezanost među otocima i otoka s kopnom nije na nivou kakav bi trebao biti s obzirom na ambicije

hrvatskog turizma. Zračni promet je nešto razvijeniji, većinom zbog toga što djeluje velik broj međunarodnih zračnih luka. Hrvatska posjeduje velike i kvalitetne vodne resurse i dobru kvalitetu vode za piće iz javnih vodoopskrbnih sustava što čini važan dio turističke prepoznatljivosti Hrvatske. Turizam, industrija i sve što ga slijedi također narušavaju prirodni okoliš i eko ravnotežu pa treba pametno upravljati održivim razvojem. U svom radu Družić (2010) tvrdi kako planiranje prostora i planova vezanih za zemljišnu politiku te razvijanje sve potrebne infrastrukture mora polaziti od dobro pripremljene strategije koja je usredotočena na dugoročne pokazatelje tržišta.

Republika Hrvatska bilježi porast broja smještajnih kapaciteta u razdoblju do 2020. godine koji utječu na proizvodni kapital. U proizvodni kapital u užem smislu spadaju smještajni/ugostiteljski kapaciteti. U 2018. turistima je bilo dostupno ukupno 1.266,785 postelja, dok je 2019. godine ukupan broj postelja bio 1.319.266. 2020. taj broj iznosio je 1.100,833 dok je u 2021. godini ukupan broj raspoloživih postelja iznosio 1.163,954.

Smještajni objekti u Republici Hrvatskoj su:

- hoteli
- hoteli baština
- aparthoteli
- integralni hoteli
- difuzni hoteli
- lječilišne vrste
- hoteli posebnog standarda
- turistička naselja
- turistički apartmani
- guest house
- kampovi
- kamp naselja
- marina

Rezultati istraživanja objavljenih u radu Družića (2010), pokazuju da se tijekom 20 godina, od 1968. do 1988. broj postelja u hrvatskoj turističkoj industriji uvećao se za 2,5 puta od 375 na preko 920 tisuća što je i bio vrhunac raspoloživih kapaciteta. Nakon ratnih godina, u drugoj polovici 90.-tih, dolazi do kontinuiranog rasta kapaciteta, a Republika Hrvatska se

pozicionirala u vrh svjetske turističke potražnje. U 2007. ukupan broj postelja prestigao je smještajni kapacitet iz 1988, ali je i dalje prisutna stagnacija broja postelja u kvalitetnijem smještaju. Osim smještajnih mogućnosti u objektima kolektivnog i obiteljskog smještaja, specifičnu ponudu Hrvatske čini i 98 luka nautičkog turizma. Djelatnost smještaja te pripremanja hrane i usluživanja pića jedan je od ključnih pokretača ekonomije i turizma u Hrvatskoj. Ovaj sektor je snažan pokretač novih zapošljavanja ali postoje mnogi izazovi kao što su nedostatak ljudskog potencijala u broju i kvaliteti, neadekvatna kvaliteta smještajnih kapaciteta i nepovoljno poslovno okruženje. Ukupni udjel prihoda od turizma u BDP – u Republike Hrvatske 2018. godine je iznosio 19.6% a u 2019. godini 19.5%. Pandemijom obilježena 2020. godina bilježila je 9.6% ukupnog udjela prihoda od turizma u ukupnom BDP-u. U 2021. godini taj udjel je činio 15.9%.

2.1.1. Hoteli

„**Hotelijerstvo** je djelatnost koja se bavi pružanjem ugostiteljskih usluga domicilnom stanovništvu, poslovnim ljudima i turistima u kategoriziranim smještajnim objektima“, (Cerović, 2010). Sektor hotelijerstva se u Hrvatskoj posljednjih godina razvija i stalno unapređuje. Nužno je podizanje kvalitete smještaja s ciljem postizanja viših cijena na tržištu i kreiranja boljeg imidža. Jedan od najvećih problema hrvatskog hotelijerstva je izrazita sezonalnost što znači da se većina turističkog prometa u Republici Hrvatskoj odvija u ljetnim mjesecima. Prema definiciji **hotel** je poslovni objekt u kojem ugostitelj obavlja ugostiteljsku djelatnost odnosno pruža ugostiteljske usluge u ugostiteljskim sadržajima. Hoteli mogu poslovati samostalno a mogu biti i povezani u hotelske lance. Također mogu djelovati kao hotelska poduzeća. Hotelski lanac definira se kao portfelj od 5 ili više hotela[2]. To je grupa hotela povezana:

- Potpunim vlasništvom (nositelj branda je vlasnik)
- Ugovorom o franšiznom odnosu
- Ugovorom o menadžmentu
- Ugovorom o najmu
- U konzorcij (grupiranje neovisnih hotela radi unapređenja marketinga i prodaje)

[2] Hotelijer, <raspoloživo na: https://hotelijer.wordpress.com/hrvatsko-hotelijerstvo-2/>, (10.2022.)

Hotel može sam za sebe, u pravnom i platnom prometu, poslovati kao hotelsko poduzeće koje obavlja hotelijersku djelatnost radi stjecanja profita i ispunjenja predviđenih ciljeva ali može biti i pogon nekog većeg i složenijeg gospodarskog sustava. Na organizacijsku strukturu i hotelske mehanizme hotelskih poduzeća jako utječe što su veoma radno i kapitalno osjetljiva. Prema istraživanju Krželj-Čolović (2014), hotelsko će poduzeće ostvarivati dobre poslovne rezultate ako je dobro organizirana sama turistička destinacija i ako postoji kooperativni odnos između javnoga i privatnoga sektora. „Javno – privatno partnerstvo treba promatrati kao metodu povezivanja, na različite načine, interese javnog (opće dobro) i privatnog sektora (profit), s ciljem povećanja kvalitete i dostupnosti proizvoda i usluga“. (Rajko, Krajnović, Tomčić, 2008). Nezavisni hoteli na tržištu nastupaju samostalno, dok su mali nezavisni hoteli oni koji imaju do 40 soba. Turizam je globalna industrija u kojoj je svake godine konkurencija snažnija, zbog čega se mora puno aktivnije upravljati razvojem vlastite ponude i poticati turizam više dodane vrijednosti u kojem prednjači hotelska ponuda. Hrvatska ima premalo hotela naspram turističkim relevantnim zemljama. Prema istraživanju Šonje (2020), u hotelskom smještaju, koji čini samo oko 16% ukupne ponude smještaja u Hrvatskoj, „trenutno se ostvaruje oko 3,7 puta veća dodana vrijednost po postelji u usporedbi sa smještajem u nekretninama za kratkoročni turistički najam“, koji trenutno čini više od 60% ukupne ponude. Zbog toga je pokretanje novog investicijskog ciklusa u hotele preduvjet za sljedeću fazu razvoja hrvatskog turizma.

Struktura smještajnih kapaciteta s udjelom hotela od samo 16% je jedan od važnijih problema i prepreka većoj uspješnosti poslovanja cjelokupnog turizma u Republici Hrvatskoj. To je također jedan od razloga izrazite sezonalnosti hrvatskog turizma i razlog jako niske dodane vrijednosti koja se stvara u turizmu. Cilj bi trebao biti poticati investicije u kapacitete više razine koji će omogućiti razvoj nove, moderne ponude i pomoći ispunjenju cilja održivosti turizma. Prema istraživanju Rajko, Sala, i Sadkowski (2022), jedna od vrsti moderne ponude su Boutique hoteli, koji se najčešće definiraju kao hoteli visokog standarda (kategorizacije) koji zadovoljavaju luksuzne i sofisticirane potrebe svojih gostiju. Ciljna skupina korisnika usluga ove vrste hotela su uglavnom imućni ljudi koji cijene intimu i mir. Svaki novi hotel predstavlja pomak u kvaliteti cjelokupne ponude. Strateška udruženja u hotelijerstvu su u današnjem dinamičnom i konkurentom poslovnom okruženju uvjet opstanka i konkurentnosti na tržištu. Vlahov (2014), u svom istraživanju tvrdi da udruženje koje je kvalitetno organizirano svojim članovima može uspješnije osigurati mnoge konkurentske prednosti. Usvajaju se nova znanja i vještine, omogućuje se lakši i brži pristup novim tržištima i kanalima distribucije, smanjuju se

troškovi i rizik, smanjuje se nesigurnost u poslovanju, omogućuje se brži i lakši pristup novim tehnologijama i proizvodima. Također, olakšan je pristup kapitalu i novim izvorima financiranja.

2.1.2. Kampovi

Republika Hrvatska je zemlja predivnog i raznolikog krajolika koja posjeduje prelijepu razvedenu obalu s mnoštvom otoka i otočića, uvala, plaža i borovih šuma. Obalu odlikuju stari mali gradovi što je čini veličanstvenom i idiličnom. Gotovo jedna četvrtina svih posjetitelja Republike Hrvatske su kampisti. Razlog odlične posjete je taj što osim ljepote kampovi Hrvatske nude raznolikost i sigurnost. Nalaze se na najljepšim lokacijama i uz samo more što Republiku Hrvatsku čini zemljom gotovo savršenom za kampiranje. Većina hrvatskih kampova smještena je na obali i otocima. Mnogo prelijepih kampova može se pronaći i na samim prostorima kraj mnogobrojnih rijeka. Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (2016), „**kampovi** su poslovni objekt u kojima ugostitelj obavlja ugostiteljsku djelatnost pružanja usluga u ugostiteljskim sadržajima dok **kampiranje** podrazumijeva boravak gosta na osnovnoj jedinici za smještaj u mobilnoj opremi koja se koristi za kampiranje“. Kampovi i kampirališta su jedan od najbitnijih segmenata smještaja u Hrvatskoj. Gotovo četvrtina svih posjeta se realizira u kampovima. Mnogo današnjih kampova je u privatnom vlasništvu što je utjecalo na njihovu kvalitetniju ponudu u Republici Hrvatskoj. Mogućnost smještaja u kampu obuhvaća apartmane i razne vrste bungalove i mobilnih jedinica što je još više utjecalo na kvalitetu našeg kamping turizma. Istra je najrazvijenija regija što se tiče kampova i njihovih smještajnih kapaciteta. Prema istim kriterijima ni Kvarner ne zaostaje mnogo. Također ih odlikuje odlična kvaliteta usluge. Dalmacija je jako atraktivna i privlačna zbog svoje prirode, stjenovite obale i šuma. Kampovi su uglavnom smješteni duž obale i u blizini plaža. U novije vrijeme kampovi su sve više prilagođeni europskim standardima što znači da su u njihovu ponudu uključeni bazeni, igrališta, škola jahanja, jedrenja, surfanja, ronjenja, planinarenja..itd. Prema istraživanju Cvelić-Bonačić i Milohnić (2013), sve veći broj mobilnih kućica u kampovima je uzrokovao promjene u cjelokupnim zahtjevima kampiranja i kampera koja se razlikuje od potražnje klasičnih kamping gostiju koji kampiraju koristeći svoju vlastitu opremu za kampiranje. U vrijeme krize uzrokovane pandemijom COVID 19 virusa, kampovi i kampirališta pokazali su veliku

otpornost, posebno u segmentu mobilnih kučica. Socio-demografska analiza strukture kamping gostiju pokazala je da su zahtjevi kampiranja bili značajno povezani s uporabom interneta u aktivnostima vezano za kampiranje. Internet se koristi za booking i plaćanje i za prikupljane informacija o putovanju i lokalitetima. Stoga je vrlo važno izgraditi infrastrukturu koja će omogućiti uvjete za brži razvoj destinacije.

Kampove i ostale oblike smještaja razlikuje to što se za smještaj gostiju u kampovima koristi oprema koju gosti sami donesu sa sobom. U ostalim smještajnim jedinicama posjetitelji koriste opremljene i izgrađene objekte. Kampovi i prostori za kampiranja su 2018. godine brojale 291. smještajnu jedinicu u Republici Hrvatskoj u kojima je broj postelja bio 235.745. 2018. godine kampovi i prostori za kampiranje ostvarili su 2.813 milijuna dolazaka gostiju te 18.64 milijuna noćenja (Državni zavod za statistiku). U 2019. broj kampova i kampirališta iznosio je 346. Pandemijske 2020. broj kampova i prostora za kampiranje ostao je na sličnim razinama kao i 2019. godine a iznosio je 334. Kampovi i prostori za kampiranja su u 2020. ostvarili 1.301,200 dolazaka turista koji su ostvarili 9.139,206 noćenja. 2021. godine ostvarili su 2.599,637 dolazaka turista sa ostvarenih 17.500,753 noćenja.

Kamping turizam je u ogromnom porastu u svijetu, a Republika Hrvatska je značajna destinacija kamping turizma u Europi. Republika Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj kamping turizma, s obzirom na to da kampovi sudjeluju s 23 posto smještajnih kapaciteta i 22 posto noćenja u ukupnom hrvatskom turizmu kako u svom radu navode Rudančić i Kulić, (2020).

2.1.3. Domaćinstva

Kategorija domaćinstva podrazumijeva sav privatni smještaj i manji dio kampova. Domaćinstva plaćaju paušale, boravišne pristojbe po krevetu i uglavnom paušalni porez na dohodak. Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti „ugostiteljske usluge u domaćinstvu može pružati fizička osoba, državljanin Republike Hrvatske i državljani ostalih država članica Europskog gospodarskog prostora i Švicarske Konfederacije ako su vlasnici objekta ili

zemljišta za kampiranje“. Svi objekti u kojima se pružaju usluge trebaju ispunjavati minimalne uvjete za kategoriju građevina, odnosno trebaju ispunjavati uvjete uporabljivosti građevine.

Prema podacima preuzetih iz Državnih statističkih izvješća (2018), broj postelja u domaćinstvima je 2018. bio 800.108, dok je u 2019. godini taj broj iznosio 833.787. Ukupan broj postelja u domaćinstvima čini oko 63% ukupnih smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj. U razdoblju 2010-2019. godine broj postelja u domaćinstvima bilježi stalan rast. Broj postelja u domaćinstvima 2020. godine obilježene pandemijom iznosio je 672.743, što je manje u odnosu na 2019. godinu za 19.31%. 2021. godine broj postelja u domaćinstvima bilježi blagi rast i iznosio je 704.926. Privatne sobe obuhvaćaju sobe za iznajmljivanje, apartmane, studio-apartmane i kuće za odmor . Strani turisti su u 2018. godini ostvarili prosječno 5.8 noćenja u privatnim sobama dok su domaći turisti ostvarili prosječno 4.4 noćenja. 2019. godine strani turisti ostvarivali su u prosjeku 5.6 noćenja u privatnim sobama dok su domaći ostvarivali 4.4 noćenja prosječno. Pandemijske 2020. godine strani turisti su ostvarili prosječno 7.1 noćenja u privatnim sobama dok su domaći turisti ostvarili prosječno 4.7 noćenja u privatnim sobama. 2021. godine strani turisti su u privatnim sobama ostvarili prosječno 6.5 noćenja dok su domaći turisti ostvarili prosječno 4.5 noćenja. Najviše stranih turista dolazi iz Njemačke. 2020. godine broj postelja u privatnom smještaju iznosio je 672.743, dok je 2021. godine ukupan broj postelja u privatnom smještaju iznosio 704.926 (Državni zavod za statistiku, statistička izvješća).

U ukupnim smještajnim kapacitetima privatni smještaj (domaćinstva) ima jako velik udjel. To jako otežava upravljanje destinacijom zbog velikog broja dionika koji su u načelu mali i nepovezani. Potrebno je izraditi posebne propise i regulacije te jasnu strategiju upravljanja kako bi kvaliteta usluge zamjenila kvantitetu. Prema istraživanju Nikolić (2021), najveći dio obiteljskog smještaja kategoriziran je sa 3 zvjezdice, dok su oni objekti koji su ulagali u kvalitetu imali bolju popunjenost. Iz toga proizlazi da je hitno potrebna rekategorizacija smještaja u domaćinstvu. Kako bi se uspješno pratile promjene na tržištu turizma i kako bi se održala konkurentnost te održivost turizma potrebno je poduzeti mjere kao što su smanjenje broja domaćinstva ili podizanje njihove kategorizacije, mjere unaprijeđenja infrastrukture i ukupne razine kvalitete smještaja i usluge koja se pruža. Također, pretvaranje dijela kapaciteta u male hotele i pansione upotpunilo bi ukupnu ponudu. Kvaliteta usluge i konkurentniji tržišni nastup trebao bi biti interes svih dionika. To se može postići interesnim udruživanjem u zajednice obiteljskog smještaja na svim razinama što će povećati njihov operativni učinak. Ali za nešto više potrebna je cjelovita edukacija svih dionika koji pružaju usluge smještaja u domaćinstvu.

2.2. Financijski pokazatelji turističkog sektora u Republici Hrvatskoj

Pokazatelji turističkog sektora u Republici Hrvatskoj koji su obrađeni u ovom poglavlju su broj dolazaka turista, broj noćenja koje su isti ostvarili, ukupan prihod od turizma, ukupan broj zaposlenih u turizmu te su prikazani ukupni smještajni kapaciteti koje je Republika Hrvatska imala na raspolaganju u razdoblju od 2018.- 2021. godine.

U prvom dijelu prikazani su pokazatelji turističkog tržišta za razdoblje od 2018.-2021. godine.

Tablica 1. Pokazatelji turističkog tržišta 2018.-2021. godine

Pokazatelji	2018.	2019.	2020.	2021.
Broj noćenja turista (mil.)	89.561	91.241	40.795	70.202
Broj dolazaka turista (mil.)	18.666	19.564	7.002	12.776
Prihodi od turizma (mlrd.eur.)	10.096	10.539	4.813	9.121
Zaposleni u turizmu (u tisućama)	103	115	99	103
Broj smještajnih jedinica	1.266,785	1.319,266	1.100.833	1.163,954

Izvor: Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma i sporta, <raspoloživo na: 1) https://www.htz.hr/site/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%20201%20%281%29.pdf , 2) https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf ,> (pristupljeno,10.2022.)

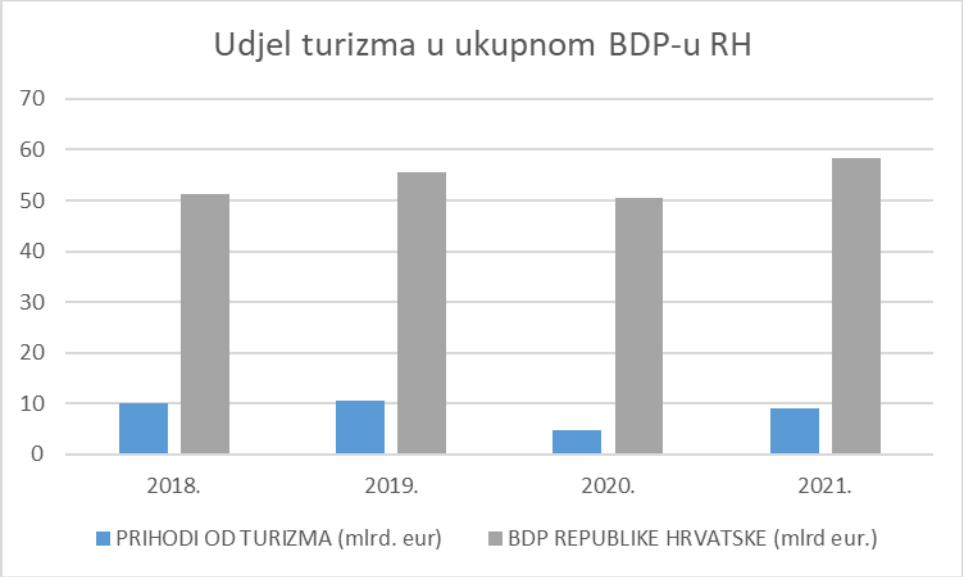
Ukupan broj dolazaka koje su ostvarili domaći i strani turisti u 2019. godini iznosio je 19.564 milijuna, što je više no 2018. godine za 4.81%. Ukupan broj noćenja koje su ostvarili turisti (domaći i strani) u 2019. godini iznosio je više od 90 milijuna što je povećanje od 1.87% u odnosu na 2018. Usporedno s time, povećali su se i ukupni prihodi koje Republika Hrvatska ostvaruje od turizma. 2019. godine ukupni prihodi su iznosili 10.539 milijardi eura što je naspram prethodne godine povećanje od 4.38%. Vidljivo je da hrvatski turizam ostvaruje dobre rezultate koje prati trend povećanja ukupnih dolazaka turista i prihoda koje gospodarstvo ostvaruje tokom godine. Rast zaposlenih u turizmu također je pratio pozitivne trendove. U 2018. godini ukupan broj osoba koje su bile zaposlene u turizmu tokom godine je bio nešto više od 103 tisuće dok je u 2019. godini broj ukupno zaposlenih u turizmu bio preko 115 tisuća. Takav trend ne bi bio moguć bez praćenja tržišnih kretanja i ulaganja u nove i modernije smještajne

kapacitete. Ukupan broj smještajnih jedinica u Republici Hrvatskoj u 2019. godini iznosio je 1.319,266 što je povećanje broja smještajnih jedinica u odnosu na prošlu godinu od 4.14%.

Uslijed krize uzrokovane pandemijom COVID 19 virusa u 2020. godini primjetan je osjetan pad svih navedenih pokazatelja turističkog tržišta. Tako je ukupan broj dolazaka koji su ostvarili turisti pao sa 19.564 milijuna u 2019. godini na 7.002 milijuna u 2020. godini. Također, broj noćenja koje su ostvarili pao je za više od 50%. Broj ukupno zaposlenih u turizmu također je pratio pad svih ostalih pokazatelja. Gotovo 16 tisuća ljudi je manje bilo zaposleno u sektoru turizma u 2020. godini u odnosu na 2019. godinu. Već 2021. godine hrvatski turizam bilježi snažan oporavak i ostvaruje vrlo dobre rezultate. Ostvaren je ukupan prihod od turizma u iznosu od 9.121 mlrd. eura što pokazuje da se Republika Hrvatska jako dobro nosila s izazovima uzrokovanim pandemijom.

U sljedećem grafikonu prikazan je ukupan BDP koji ostvaruje Republika Hrvatska te ukupni prihodi koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska.

Grafikon 1. Udjel ukupnih prihoda od turizma u ukupnom BDP-u Republike Hrvatske



Izvor: Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma i sporta, <raspoloživo na: 1) https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf , 2) https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf ,> (pristupljeno,10.2022.)

BDP Republike Hrvatske u 2018. godini iznosio je 51.2 milijarde eura, dok je u 2019. godini iznosio 55.6 milijardi eura. Ukupni prihodi od turizma u 2018. godini dosegli su 10.096 milijardi eura. U 2019. godini ukupni prihodi iznosili su 10.539 milijardi eura što je povećanje od 4.38% naspram 2018. godine. Ukupan udjel prihoda od turizma u ukupno ostvarenom BDP-

u Republike Hrvatske za 2018. godinu bio je 19.6%, dok je u 2019. godini iznosio 19.5%. 2020. godine BDP Republike Hrvatske iznosio je 50.47 milijardi eura dok su ukupni prihodi od turizma iznosili 4.81 milijardi eura. U 2021. primjetan je velik rast BDP-a, u odnosu na 2020. godinu a iznosio je ukupno 58.24 miljarde eura, čemu je uvelike pridonio brz oporavak turističkog sektora čiji su prihodi u 2021. godini iznosili 9.121 milijardi eura.

U drugom dijelu prikazani su ukupni smještajni kapaciteti za razdoblje od 2018. – 2021. godine.

U ukupne smještajne kapacitete ubrajaju se broj soba, broj postelja, apartmana i kamp mjesta. U (Tablici 2) prikazan je ukupan broj postelja prema vrsti objekata za razdoblje od 2018.-2021. godine prema podacima Državnog zavoda za statistiku.

Tablica 2. Smještajni kapaciteti prema vrstama objekta[3] 2018.-2021.

Smještajna jedinica	Broj postelja 2018.	Broj postelja 2019.	Broj postelja 2020.	Broj postelja 2021.
Hoteli i aparthoteli	130.026	129.028	101.813	118.620
Turistička naselja	26.032	28.824	26.613	27.322
Turistički apartmani	11.503	10.965	10.665	10.650
Kampovi i kampirališta	235.745	239.481	253.537	261.867
Privatne sobe	800.108	833.787	672.743	704.926
Lječilišta	1.796	1.796	1.679	1.559
Odmarališta	1.978	1.872	1.328	1.694
Hosteli	17.420	17.207	12.241	14.814
Ostalo	40.616	55.358	764	935
Nekategorizirani objekti	1.561	948	764	935
Ukupno	1.266.785	1.319.266	1.100.833	1.163,954

Izvor: Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma i sporta, obrada autora, <raspoloživo na: 1) https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf , 2) https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf ,> (pristupljeno, 11.2022.)

Broj raspoloživih postelja je 2018. godine bio 1.266,785 dok je u 2019. godini ukupan broj postelja bio 1.319,266. Najveći broj postelja bilježe privatne sobe (domaćinstva), zatim kampovi i kampirališta te nakon njih hoteli i aparthoteli koji u ukupnim smještajnim kapacitetima sudjeluju s 10.26%. Ukupan broj postelja 2019. godine porastao je naspram 2018.-te godine ali pritom nisu zabilježena povećanja broja postelja u svim vrstama objekata. Tako je primjerice broj postelja u hotelima i aparthotelima smanjen za 0.76% u odnosu na 2018.-tu, u turističkim apartmanima broj postelja smanjen je za 4.67%, dok je u turističkim

[3] Državni zavod za statistiku, statistička izvješća, obrada autora

naseljima zabilježeno povećanje od 10.72% u odnosu na prošlu godinu. Privatne sobe bilježe najveće povećanje broja postelja u odnosu na 2018.-tu, u iznosu od 4,2% te 2019. godine bilježe 833.787 postelja.

2020. godine ukupan broj raspoloživih postelja iznosio je 1.100,833, što je smanjenje u odnosu na 2019. godinu od 16.55%. Ukupan broj postelja u 2021. bilježi slab rast u odnosu na 2020. godinu. Broj postelja u kampovima i kampiralištima porastao je 2020. godine u odnosu na 2019. godinu u iznosu od 5.86%.

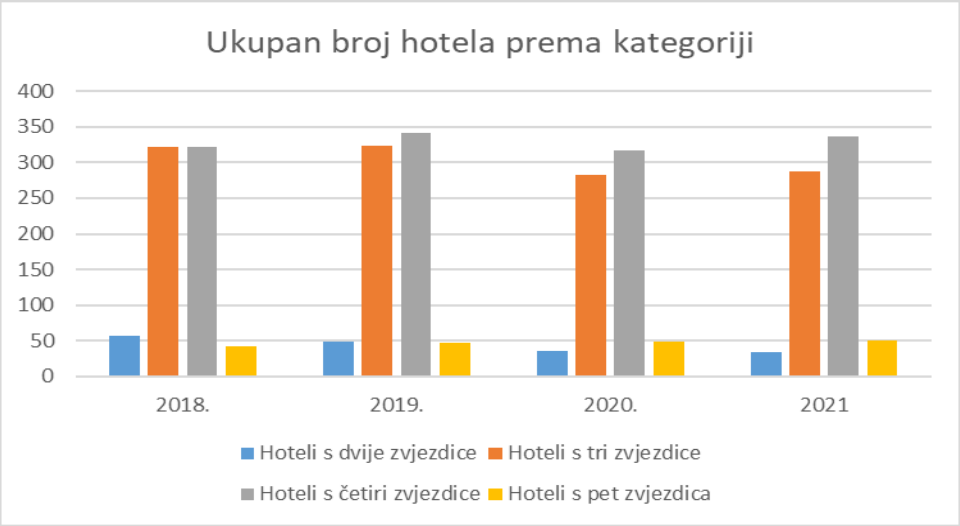
2.3. Smještajni kapaciteti u hotelijerstvu

„Hotelijerstvo je osnovna turistička receptiva[4], jer turisti moraju koristiti usluge smještaja da bi ostvarili nužne uvjete koji se traže da neka osoba bude turist (boravak koji podrazumijeva potrebu korištenja usluga smještaja, odnosno noćenja u smještajnom objektu)“, (Galičić i Laškarin, 2016). Uslijed značajnih ulaganja, pojačanih prodajno-marketinških aktivnosti i povećanog volumena „last minute“ rezervacija u prvih osam mjeseci 2019. u vodećim hotelsko-turističkim kompanijama u Hrvatskoj ostvarena je prosječna stopa rasta poslovnog prihoda od 5.4 posto u odnosu na isto razdoblje 2018. Hotelski smještaj je ostvario viši broj turističkih noćenja naspram prošle godine. „Porast cijena i prihoda izravno je povezan s ulaganjima u unaprjeđenje kvalitete i u razvoj novih proizvoda“, (HUT[5], Turistički impuls, 2019). Vodeće hotelske grupacije u posljednjih nekoliko godina ulagale su mnogo sredstava što za cilj ima podići kvalitetu smještaja i povećati broj hotela najviše kategorizacije. Ulaganje i inovacije jedini su način praćenja svjetskih trendova razvitka turizma i turističke ponude kako bi se povećala konkurentnost hrvatskog turizma. Ali kako bi se to ostvarilo izuzetno važno je upravljanje kvalitetom u hotelskom smještaju. Prema Bruža i Rudančić (2020), kvaliteta je sredstvo postizanja cilja, a cilj svakog hotela je ostvariti i održati uspješno poslovanje. Sustav upravljanja kvalitetom u hotelu podrazumijeva trajan proces, koji je mjerljiv i usporediv, a aktivnosti se provode na svim razinama, u svim odjelima, uz sudjelovanje svih zaposlenika.

[4] Sposobnost i pripravnost da se prihvate svi potrošači ugostiteljsko-turističkih usluga
[5] Hrvatska udruga turizma, <raspoloživo na: https://www.udrugaturizma.hr/turisticki-impuls/ >, (10.2022.)

Prednosti TQM[6]-a su prema istraživanju povećanje konkurentnosti i ukupne tržišne snage hotela. Podizanjem kategorizacije smještajnih objekata nastoji se postići cilj koji je orijentacija na elitni turizam i goste s višom platežnom moći. Hoteli se prema kategorizaciji dijele na hotele s dvije zvjezdice, tri zvjezdice, četiri zvjezdice i hotele kategorizirane sa maksimalnih pet zvjezdica.

Grafikon 2. Ukupan broj hotela prema kategoriji 2018.-2021.



Izvor: Državni zavod za statistiku, statistička izvješća, <raspoloživo na: 1), ,https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf , 2) https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf ,3) https://podaci.dzs.hr/media/gwcghawn/si-1700_turizam-u-2021.pdf >, (pristupljeno, 11.2022.)

Ukupan broj hotela s dvije zvjezdice je u 2018. godini bio 57, dok je u 2019. bio 48. Ukupan broj hotela s tri zvjezdice ostao je gotovo identičan, 2018. godine je bio 322, dok ih je 2019. bilo 323. Rastao je broj hotela s 4 zvjezdice, s 322 hotela 2018. godine do 341 hotel s 4 zvjezdice 2019. godine. Povećao se i broj najluksuznijih hotela, onih s 5 zvjezdica, s 42 u 2018. godini do 47 u 2019. godini. Ukupan broj hotela u Republici Hrvatskoj u 2018. godini bio je 743, dok je u 2019. godini bio 752. Prema prikazanoj strukturi vidljivo je da najviše hotela u Republici Hrvatskoj kategorizirano sa tri i četiri zvjezdice. U 2019. primjetno je povećanje broja hotela više kategorizacije (4 i 5 zvjezdica), a smanjenje broja hotela najniže kategorizacije. To sugerira da hotelijeri prate suvremene trendove i više ulažu u kvalitetniji i moderniji sadržaj. 2020.

[6] Total Quality Management, Bruža, D., Rudančić, A. (2020)

godine ukupan broj hotela iznosio je 35, dok je 2021. godine taj broj bio 34. 2020. godine u odnosu na 2019. rastao je samo broj hotela sa 5 zvjezdica, sa 47 na 48 hotela najviše kategorizacije. 2021. godine ukupan broj hotela sa pet zvjezdica iznosi 51.

U daljnjem tekstu prikazan je ukupan broj smještajnih kapaciteta prema kategoriji hotela. U (Tablici 3) prikazani su podaci o broju smještajnih jedinica prema kategoriji hotela i ukupan broj postelja kojima raspolažu. U ukupan broj postelja ubrojane su stalne i pomoćne postelje. Stalne su one koju su redovito raspoložive za iznajmljivanje, dok su pomoćne one postelje koje se pripremaju prema potrebi odnosno dopunjuju za vrijeme sezeone. U ukupan broj smještajnih jedinica spadaju sobe i apartmani.

Tablica 3. Smještajni kapaciteti prema kategoriji objekta 2018.-2021. godine

	2018.		2019.		2020.		2021.	
	Broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj smještajnih jedinica	Postelje
Hoteli s 2*	4.907	10.433	3.887	8.195	2.616	5.391	2.888	5.951
Hoteli s 3*	21.636	46.025	21.158	43.849	17.153	35.655	18.824	38.517
Hoteli s 4*	29.214	63.345	30.604	63.518	28.068	58.069	29.884	62.662
Hoteli s 5*	6.003	12.244	6.292	12.425	6.444	12.926	6.974	13.983
UKUPNO	61.760	132.047	61.941	127.987	54.281	112.041	58.570	121.113

Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada autora, <raspoloživo na: 1) https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf ,>, 2), https://podaci.dzs.hr/media/gwcghawn/si-1700_turizam-u-2021.pdf >, (pristupljeno, 11.2022.)

Ukupan broj smještajnih jedinica u hotelima u 2018. godini iznosio je 61.760 a raspolagali su sa ukupno 132.047 postelja. Najveći broj smještajnih jedinica a samim time i broj postelja imaju hoteli kategorizirani sa 3 i 4 zvjezdice. Najmanji broj smještajnih jedinica i postelja imaju hoteli sa 2 zvjezdice. Broj smještajnih jedinica u hotelima s 2 zvjezdice u 2018. godini je iznosio 4.907, dok je u 2019. iznosio 3.887, što je smanjenje za čak 20% što jasno ukazuje na trendove u hotelijerstvu. Broj smještajnih jedinica u hotelima s 3 zvjezdice ostao je u sličnim okvirima tijekom promatranog razdoblja, ukupan broj postelja je pao za 4.72%. U hotelima sa 4 zvjezdice 2019. godine blago je porastao broj smještajnih jedinica i broj postelja u odnosu na 2018. Broj smještajnih jedinica u hotelima kategoriziranim s 5 zvjezdica porastao je sa 6.003 2018. godine do 6.292 u 2019. godini. Također, blago je porastao i broj postelja. U 2019. godini neznatno je porastao ukupan broj smještajnih jedinica u odnosu na 2018. godinu ali se smanjio ukupan broj postelja što sugerira da se hrvatski hotelijeri lagano odmiču od masovnog turizma i više ulažu u kvalitetu sadržaja. 2020. godine dolazi do pada broja smještajnih jedinica u hotelskom

smještaju a samim time i broja raspoloživih postelja. Samo hoteli najviše kategorizacije bilježe porast broja smještajnih jedinica. Tako je 2020. godine broj smještajnih jedinica u hotelima s 5 zvjezdica iznosio 6.444 što je 2.41% više nego u 2019. godini. Ukupan broj smještajnih kapaciteta u hotelima s 5 zvjezdica 2021. godine iznosio je 6.974 što je za 10.83% više nego u 2019. godini.

U sljedećem dijelu tekstu putem prikaza u (Tablici 4) prikazani su dolasci i noćenja turista prema vrsti i kategoriji turističkih smještajnih objekata za razdoblje od 2018.-2021. godine.

Tablica 4. Dolasci i noćenja turista prema vrsti i kategoriji turističkih smještajnih objekata 2018.-2021.

	2018.		**2019.**		**2020.**		**2021.**	
	Dolasci	**Noćenja**	**Dolasci**	**Noćenja**	**Dolasci**	**Noćenja**	**Dolasci**	**Noćenja**
Hoteli s 2*	318.941	1.065.492	268.843	891.423	45.448	165.429	93.426	358.135
Hoteli s 3*	2.006.731	6.150.413	2.060.557	6.102.250	432.928	1.370.812	922.213	3.182.400
Hoteli s 4*	3.196.845	10.285.415	3.489.925	10.709.976	875.351	2.949.077	1.811.967	6.566.251
Hoteli s 5*	762.415	2.175.065	821.645	2.238.134	182.461	610.085	400.211	1.385.718
UKUPNO	6.284.932	19.676.385	6.640.970	19.941.783	1.536.188	5.095.403	3.227.817	11.492.504

Izvor: Državni zavod za statistiku, statistička izvješća, obrada autora, <raspoloživo na: 1) https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf , 2) https://podaci.dzs.hr/media/gwcghawn/si-1700_turizam-u-2021.pdf >, (pristupljeno, 12.2022.)

Ukupan broj dolazaka i noćenja koje su ostvarili turisti u hotelijerskom smještaju je u 2018. godini iznosio 6.284,932 dolazaka sa ukupno 19.676,385 noćenja. Najveći broj dolazaka i noćenja turista koji provode svoje odmore u Republici Hrvatskoj ostvaruju se u hotelima s 3 i 4 zvjezdice. Hoteli s 2 zvjezdice u 2018. godini ostvarili su 318.941 dolazak turista koji su ostvarili 1.065,492 noćenja. Hoteli s 5 zvjezdica, oni koje donose najveću dodanu vrijednost u 2018. godini ostvarili su 762.415 dolazaka turista koji su ostvarili 2.175,065 noćenja.

Ukupan broj dolazaka koji su ostvarili turisti u hotelijerskom smještaju u 2019. godini iznosi 6.640,970 sa ostvarenih 19.941,783 noćenja. Također, kao i godinu ranije najveći broj dolazaka i noćenja ostvaruje se u hotelima sa 3 i 4 zvjezdice. Hoteli s 2 zvjezdice u 2019. godini ostvarili su 268.843 dolazaka sa ukupno 891.423 noćenja. Hoteli s 5 zvjezdica ostvarili su 821.645 dolazaka turista koji su ostvarili 2.238,134 noćenja.

Turisti su ostvarili manji broj dolazaka i ostvarenih noćenja 2019. godine naspram 2018. godine. Broj boravaka turista u hotelima s 2 zvjezdice pao je 2019. godine naspram 2018. godine za 15% što nije zanemariva brojka. Blag porast broja dolazaka turista primjetan je u hotelima s 3 zvjezdice 2019. godine u odnosu na 2018., dok je istovremeno pao broj noćenja za 0.78%. Broj dolazaka turista koje su ostvarili hoteli s 4 zvjezdice porastao je 2019. godine u odnosu na 2018. za 9.16%. Hoteli najveće kategorije, hoteli s 5 zvjezdica u 2019. godini ostvarili su 821.645 dolazaka te 2.238.134 noćenja. Broj dolazaka turista se 2019. godine u odnosu na 2018. povećao za 7.76%. Broj noćenja se 2019. godine u odnosu na 2018. povećao za 2.89%.

Ukupan broj dolazaka turista u hotelijerskom smještaju je 2019. godine u odnosu na 2018. godinu veći za 5.66%. Ukupan broj noćenja 2019. godine u odnosu na 2018. je veći za 1.34%.

2020. godine uslijed krize uzrokovane pandemijom COVID 19 virusa dolazi do velikog pada broja dolazaka i noćenja koje su ostvarili turisti u hotelskom smještaju. Broj dolazaka turista u hotele s 2 zvjezdice pao je 2020. godine za 83.09% u odnosu na broj dolazaka 2019. godine. Hoteli s 3 zvjezdice bilježe pad broj dolazaka u odnosu na 2020. godinu od 78.98%. Pad broja dolazaka turista u hotelima s 4 zvjezdice u odnosu na 2019. godinu iznosio je 74.91%. Hoteli s 5 zvjezdice bilježe pad broja dolazaka u odnosu na 2019. godinu od 77.79%. Ukupan broj noćenja koje su turisti ostvarili u hotelskom smještaju 2020. godine iznosi 5.095,403 što je pad u odnosu na 2019. godinu od 74.44%. Hotelijerski smještaj već u 2021. godini bilježi snažan oporavak. Broj dolazaka gostiju u hotelski smještaj kategoriziran s 2 zvjezdice je u navedenoj godini porastao za 105.56% u odnosu na 2020. godinu. Hoteli s 3 zvjezdice bilježe porast broja dolazaka za 113.01% u odnosu na kriznu 2020. godinu. Hoteli s 4 zvjezdice 2021. godine broje porast broja dolazaka turista u odnosu na 2020. u iznosu od 106.99%. Hoteli s 5 zvjezdica bilježe porast broja dolazaka u odnosu na 2020. godinu od 119.34%. Ukupan broj noćenja koje su ostvarili turisti u hotelskom smještaju 2021. godine je porastao za čak 125.54% naspram 2020. godine.

3. ANALIZA NAJVEĆIH TURISTIČKIH KOMPANIJA U RH

U ovom poglavlju prikazane su najveće turističke kompanije koje posluju u Republici Hrvatskoj. Najveće turističke kompanije generiraju značajan gospodarski razvoj. Hoteli stvaraju oko 40% ukupne dodane vrijednosti u turizmu. Naspram svojih konkurenata Republika Hrvatska ima premalen hotelski udio u ukupnim smještajnim kapacitetima iako je popunjenost hotela tijekom godine prosječno 150 dana, dok je popunjenost u privatnom smještaju prosječno 66 dana. Unaprjeđenjem kvalitete turističke ponude i izgradnjom prepoznatljivog međunarodnog imidža potiče se konkurentnost destinacije i privlači sve veći broja turista. Uz prevlast nad ključnim turističkim destinacijama koje najveće turističke kompanije imaju i sudeći prema međunarodnim trendovima unaprjeđenja kvalitete usluge i smještaja, ove kompanije imaju velike šanse za poslovne uspjehe u budućnosti. No, postoje i negativni učinci na gospodarstvo kao što su pretjerana eksploatacija resursa, narušavanje prirodne ljepote prostora, ekološke štete.

3.1. Najveće turističke kompanije u Republici Hrvatskoj

Analizom poslovnih rezultata i financijskih pokazatelja prikazan je utjecaj najvećih turističkih kompanija na cjelokupni hrvatski turizam. Obradom podataka sa Poslovna.hr[7] i Fininfo.hr[8] izdvojene su najveće turističke kompanije u Republici Hrvatskoj kojima je osnovna djelatnost 5510, Hoteli i sličan smještaj.

Kriteriji koji su se koristili kako bi izdvojili najveće turističke kompanije su ukupni prihodi koje su kompanije ostvarile u promatranom razdoblju te broj djelatnika koje kompanije zapošljavaju.

[7] Baza poslovnih podataka u Republici Hrvatskoj
[8] Portal za informacije o financijskom stanju hrvatskih pravnih subjekata

Najveće turističke kompanije u Republici Hrvatskoj su[9]:

- Valamar Riviera d.d.
- Maistra d.d.
- Plava Laguna d.d.
- Jadranski luksuzni hoteli d.d.
- Arena Hospitality Group d.d.
- Solaris d.d.
- Liburnia Riviera hoteli d.d.
- HUP – Zagreb d.d.
- Jadranka turizam d.o.o.
- Turisthotel d.d.

Najveća turistička kompanija je Valamar Riviera d.d. kojoj je sjedište u Poreču, dok su Maistra d.d. sa sjedištem u Rovinju i Plava laguna d.d. sa sjedištem također u Poreču najbliži prema ostvarenim ukupnim prihodima i svim ostalim poslovnim pokazateljima. Najmanje prihode među 10 najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj ostvaruje Turisthotel d.d. iz Zadra.

Valamar Riviera dioničko društvo za turizam je tvrtka čija je djelatnost Hoteli i sličan smještaj. Upisana je na Trgovačkom sudu u Pazinu, dok je sjedište tvrtke u Poreču. Valamar Riviera d.d. je predvodnik u turističkim posjetama u Republici Hrvatskoj. Pružaju izvrsnu uslugu i inovativnu ponudu na atraktivnim destinacijama na Jadranu, Istri, otocima Krku, Rabu i Hvaru, Makarskoj, Dubrovniku te Obertauernu u Austriji. „U svom portfelju posjeduje 36 hotela i ljetovališta te 15 kamping ljetovališta te upravljaju imovinom koja se proteže na više od 589 hektara te koje uključuju 37 kilometara čistoga obalnoga područja te čine 12% kategoriziranih smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj[10]“. Valamar Riviera d.d. je proglašena među najboljih 10 poslodavaca u Republici Hrvatskoj 2020. i 2021. godine i otvara 300-500 radnih mjesta na neodređeno godišnje. Kompanija je ostvarila značajan oporavak poslovanja u 2021. godini u odnosu na 2020. godinu što predočava snagu i reputaciju kompanije. Valamar Riviera d.d. potiče društveno odgovorno poslovanje. Valamar Riviera d.d. je jedan od lidera u zaštiti okoliša i održivog turizma. „Od 2015. godine kompanija je smanjila svoj ugljični otisak za 70%

[9] Poslovna.hr, <raspoloživo na: https://poslovna.hr/ >, (10.2022.)
[10] Valamar Riviera, <raspoloživo na: https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/ >, (10.2022.)

te u programe održivosti i društvenog razvoja uložila 65 milijuna eura s naglaskom na ulaganja u obnovljive izvore energije i energetsku učinkovitost, turističku infrastrukturu, kao i brojne programe za zaposlenike, društvo i podršku zajednici".[11]. Valamar Riviera d.d. nudi suradnju OPG-ovima iz Istre, donira za pomoć potrebitima u zajednici, pomaže Općoj bolnici Dubrovnik, podržava rad porečke Udruge umirovljenika. 103 zaposlenika Valamar Riviere d.d. je završilo V - akademiju[12], te je tvrtka pokrenula najveću zelenu inicijativu u hrvatskom turizmu u kojoj će svake godine zasaditi 1,000 novih stabala.

Maistra d.d. druga je po veličini turistička kompanija u Republici Hrvatskoj. Tvrtka posluje u sastavu Adris grupe[13] i upravlja hotelima te turističkim naseljima i kampovima u Rovinju, Vrsaru, Zagrebu i Dubrovniku[14]. Društvo je registrirano 2005. kod Trgovačkog suda u Rijeci. U svom portfelju posjeduju bogat izbor smještaja koji uključuje 19 hotela, 11 turističkih naselja i 6 kampova. Ukupan broj smještajnih jedinica kojima društvo raspolaže je oko 13.700, dok čak 5.617 smještajnih jedinica je u objektima s 4 i 5 zvjezdica. Njeni hoteli pripadaju samom vrhu hrvatske premium ponude. Rezultat je to dugogodišnjeg investicijskog ciklusa. Najvažnija ulaganja u posljednje vrijeme koje je kompanija ostvarila su ekskluzivni hoteli Monte Mulini i Lone, obnova i izgradnja šetališta, obnova plaže Mulini Beach i uvale Lone. Također društvo je investiralo u obnovu najstarijeg rovinjskog hotela Adriatic te obiteljski hotel Amarin. Otvorenjem Grand Park Hotela Rovinj 2019. godine dovršeno je uređenje zone Monte Mulini, jedne od najluksuznijih turističkih zona na Jadranu u čije je uređenje uloženo ukupno 1.5 milijardi kuna. Svoje uspješno poslovanje kompanija razvija u sklopu 3 različita brenda: Collection, Select i Camping. Maistra Collection je kolekcija jedinstvenih luksuznih i premium hotela. Maistra Select svoj brend temelji na najljepšim lokacijama koje svojom ljepotom obnavljaju i osvježuju tijelo, um i duh. Maistra Camping brend inspiriran je prirodnim doživljajem kampiranja u dvije top destinacije u Istri, Rovinju i Vrsaru.

Plava Laguna d.d. je tvrtka za ugostiteljstvo i turizam čije je sjedište u Poreču. Upisana je u registar Trgovačkog suda u Pazinu te postoji više od 60 godina. Posjeduju ukupno malo više od 16 tisuća smještajnih jedinica sa portfeljom od 20 hotela, 11 apartmanskih naselja i 9 kampova. U turističkoj sezoni zapošljava preko 3.000 osoba. Dnevno mogu ugostiti gotovo 43 tisuće gostiju na svojim destinacijama u Poreču, Rijeci i Umagu. U svom portfelju imaju i dvije

[11] Valamar Riviera d.d., <raspoloživo na: https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/ >, (11.2022.)
[12] Interni program treninga
[13] Adris grupa d.d. Rovinj, korporativni centar osnovan 2003., čine ga dvije strateške poslovne jedinice: Duhan i Turizam
[14] Maistra d.d., <raspoloživo na: https://www.maistra.com/kompanija/o-nama/#/ >, (11.2022.)

nautičke marine sa preko 350 vezova. Kompanija je vlasnik sportske licence za teniski turnir Croatia Open Umag i utrke olimpijskog triatlona. Svoju poziciju na tržištu učvrstili su velikim tržišnim akvizicijama čime se jako povećali svoj ukupni portfelj. 2014.-te izvršeno je pripajanje hotela iz Lukšić Grupe te je pripojeno i društvo Croatia d.d. hoteli iz Cavtata. Plava Laguna je najveći pojedinačni dioničar društva Jadranski hoteli s udjelom većim od 32%. Krajem iste godine Plava Laguna d.d. je otkupila gotovo sve redovne dionice od društva Istraturist Umag čime je njihov kapacitet premašio 42 tisuće kreveta.

Jadranski luksuzni hoteli d.d. je društvo sa sjedištem u Dubrovniku. Društvo je osnovano i registrirano u Republici Hrvatskoj pod nazivom Hotel Dubrovnik Palace d.o.o. Odlukom Trgovačkog suda iz 2013. godine mijenjaju naziv u Jadranski luksuzni hoteli d.d., čija je djelatnost Hoteli i sličan smještaj (Godišnje izvješće Uprave o poslovanju za 2019). U kompanijin portfolio spadaju elitni odmorišni hoteli koji su poznati prema organizaciji svih vrsta kongresa i različitih poslovnih događanja. Njihovi hoteli nalaze se na lokacijama u Dubrovniku, Cavtatu i otoku Mljetu. Brend tvrtke, Adriatic Luxury Hotels raspolaže sa 6 hotela najviše kategorije, 2. luksuzne vile, hotelom Supetar u Cavtatu te jedinim hotelom Odisej na otoku Mljetu. U zadnjih nekoliko godina društvo je pokrenulo niz značajnih investicija čiji je cilj obnova i poboljšanje kvalitete smještajnih jedinica. U 2019. godini društvo bilježi porast broja noćenja, broj prodanih soba i porast prihoda u odnosu na prethodnu godinu. Jadranski luksuzni hoteli d.d. svoj brend razvijaju na temelju 3 kolekcije: Dream kolekcija, Escape kolekcija Unwind kolekcija koja uključuje samo hotel Odisej na Mljetu. Također, njihovi hoteli u Dubrovniku posjeduju velike kongresne dvorane koja može primiti do 750 sudionika. Jedna od zanimljivijih suradnji u posljednje vrijeme je ona sa hrvatskom tvrtkom MIRET- hrvatski brend tenisica baziranim na biološkim proizvodima za isporuku održive radne obuće za zaposlenike Jadranskih luksuznih hotela d.d.

Arena Hospitality Group d.d. „međunarodna je hotelska kompanija koja razvija i upravlja hotelima, turističkim naseljima te kampovima u Hrvatskoj, Njemačkoj i Mađarskoj u vlasništvu, suvlasništvu, najmu ili pod upravljanjem“ (Godišnje izvješće 2020). Društvo razvija i upravlja vlastitim brendom ali posjeduje pravo upravljanja međunarodnim brendom Park Plaza čiji se objekti i smještajni kapaciteti nalaze u 18 zemalja Europe. Također upravljaju objektima s brendom art“otel što im daje veliku prednost i omogućuje bolje razvijanje portfelja. Portfelj društva sastoji se od 26 objekata kapaciteta preko 10.000 smještajnih jedinica u Istri u Hrvatskoj, Berlinu, Kolnu, Nurnbergu i Budimpešti. Kompanija posjeduje i upravlja hotelima i van prostora Republike Hrvatske. Prihode u Hrvatskoj uglavnom ostvaruju kroz odmorišni

turizam. U Puli i Medulinu smješteno je 19 hotela i turističkih naselja. Također posjeduju 8 kampova te na taj način ostvaruju prihode u različitim segmentima tržišta. „Strateški cilj društva je postati dinamičan upravitelj hotela u upscale, upper upscale i lifestyle segmentu tržišta u srednjoj i istočnoj Europi[15]“ , (Godišnje izvješče 2020). Jedan od važnijih ciljeva kompanije je izgradnja portfelja hotela i turističkih naselja u velikim gradovima. Razlog tome je što su oni glavne tranzitne točke koje turisti koriste pri svojim putovanjima.

Solaris d.d. je kompanija osnovana 1967. godine. Poduzeće je registrirano 1995. kod Trgovačkog suda u Splitu u obliku dioničkog društva. Prema konsolidiranom godišnjem financijskom izvješću društva (2019), „društvo je raspolagalo sa kapacitetom od 3.039 smještajnih ležaja u hotelima. Tvrtka raspolaže sa još 1.345 pomoćnih što čini 4.384 ležaja u hotelskom smještaju“. U hotelskom naselju smješteno je i 50 apartmana. Autokamp Solaris u svom sastavu ima ukupno 997 smještajnih jedinica koje imaju kapacitet od 2.991. ležaja. Gostima se nudi smještaj u hotelima, apartmanima i autokampu ali njihovi gosti također imaju mogućnost smještaja u 30 mobilnih kućica sa kapacitetom od ukupno 780 ležaja. Marina Solaris raspolaže s 290 vezova. Poseban dio tvrtke se odnosi na Camping resort koji sadrži mobilne kućice, parcele, Vile Kornati i Dalmatian Stars Home. U 2019. godini u smještajnim jedinicama u posjedu Solaris d.d. boravilo je 161.148 posjetioca, 10,45% više nego prethodne godine. Oni su ostvarili ukupno 784.862 noćenja. Realizirani broj noćenja je za 0.07% niži naspram ostvarenog broja noćenja u 2018. godini. Također, u 2019. godini ostvareni ukupni prihodi su za 3.05% veći nego za isto razdoblje prošle godine, no kompanija bilježi i povećanje ukupnih rashoda za 3.93% u odnosu na 2018. godinu.

Liburnia Riviera hoteli d.d. je kompanija čije je sjedište u Opatiji. U registar je upisana pri Trgovačkom sudu u Rijeci. Tvrtka je utemeljena 1947. godine. Kroz svoju povijest i razvitak izgradila je niz hotela kao što su hotel Ambasador, Admiral, Excelsior i druge turističke objekte pri čemu je snažno utjecala na razvoj cjelokupne destinacije. Prema godišnjem financijskom izvješću uprave (2019), društvo je promijenilo korporativnu strukturu i menadžment u 2019. godini te je novi većinski vlasnik HOLSTER PRIVATSTIFTUNG, zaklada sa sjedištem u Austriji. 2019. godine društvo je ostvarilo 2% manje ostvarenih noćenja u odnosu na 2018. godinu. Prihodi su bili 2% veći u odnosu na isto razdoblje.

HUP – Zagreb d.d. je najveća i najstarija zagrebačka hotelska kompanija. Kompanija je prisutna u dva turistička odredišta, u Zagrebu i Dubrovniku. Društvo u svom portfelju ima oko

[15] AHG, https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/investitori/pristup-razvoju , (11.2022.)

dvije tisuće smještajnih jedinica. Ukupno je približno 80% kapaciteta kategorizirano sa četiri ili pet zvjezdica. HUP – Zagreb d.d. raspolaže sa šest hotela u gradu Zagrebu. Oni su The Westin Zagreb Hotel, Sheraton Zagreb Hotel, Hotel International, Panorama Zagreb Hotel, Hotel Jadran te Hotel Zagreb. HUP – Zagreb d.d. ukupno raspolaže s preko 1.300 soba, 120 apartmana, 22 restorana i bara i 45 konferencijskih dvorana. Osim zagrebačkih hotela HUP – Zagreb d.d. je većinski vlasnik društva Dubrovnik Riviera Hotels, čiji hoteli se nalaze na dubrovačkoj rivijeri, u Mlinima i Srebrenom.

Jadranka turizam d.o.o. je društvo pod kojim djeluje šest hotela i 11 restorana te vile i apartmani smješteni na najatraktivnijim lokacijama otoko Lošinja, čiji kapaciteti mogu primiti više od 3.500 gostiju. Pod brendom Camping Cres & Losinj, društvo upravlja i s 3 kampa na otocima Cresu i Lošinju. „Pored smještajnih i ugostiteljskih objekata, Jadranka turizam d.o.o., upravlja organizacijom izleta, zabavnim i sportskim sadržajima te klijentima nudi integrirani, moderni proizvod za provođenje slobodnog vremena“[16]. Društvo je u investicijskom zamahu počevši 2009. godine investiralo gotovo 175 milijuna eura, a slijedi još investicijski ciklus s minimalno 200 milijuna eura ulaganja. Tijekom investicijskog ciklusa svi objekti u hotelskoj djelatnosti su kategorizirani sa 4 i 5.

Turisthotel d.d. je tvrtka za ugostiteljstvo i turizam čije je sjedište u gradu Zadru. Na registarski sud je upisano pri Trgovačkom sudu u Zadru, a osnovana je 1959. godine. Turisthotel d.d. je tvrtka koja se bavi ugostiteljstvom i turizmom preko 60 godina. Kroz vrijeme je postala jako utjecajna na području na kojem djeluje te je snažno doprinijela razvitku i pozicioniranju samog grada Zadra ali i njegove okolice u smislu odlične i raznovrsne turističke destinacije. Najkvalitetniji kamp u Republici Hrvatskoj upravo je „Turisthotelov“ Zaton Holiday Resort.

3.2. Financijski pokazatelji najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj

U nastavku su obrađeni i prikazani financijski pokazatelji najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj za 2021. godinu. Za analizu su obrađeni podaci o ukupnim prihodima,

[16] Jadranka turizam, <raspoloživo na: http://www.inskysolutions.com/jadranka-turizam.aspx>, (12.2022.)

koeficijentu tekuće likvidnosti, stupnju zaduženosti poduzeća i ostvarenoj neto marži koji pokazuju kakvo je poslovanje i uspješnost kompanije.

Tablica 5. Financijski pokazatelji najvećih turističkih kompanija 2021. godine

Turistička kompanija	Ukupni prihodi (mlrd.kn)	Koeficijent tekuće likvidnosti	Faktor zaduženosti	Neto marža (%)
Valamar Riviera d.d.	1,693	0,99	4,55	18,24
Maistra d.d.	1,191	1,04	3,46	14,37
Plava Laguna d.d.	1,001	1,95	2,72	14,56
Jadranski luksuzni hoteli d.d.	0,306	0,78	5,1	6,47
Arena Hospitality Group d.d.	0,411	1,91	6,81	11,1
Solaris d.d.	0,258	0,90	8,6	1,24
Liburnia Riviera hoteli d.d.	0,248	0,39	41,1	-36,9
HUP - Zagreb d.d.	0,208	4,73	6,21	-7,12
Jadranka turizam d.o.o.	0,347	1,26	4,84	13,51
Turisthotel d.d.	0,251	15,73	1,62	30,51

Izvor: Poslovna.hr. obrada autora, <raspoloživo na: https://poslovna.hr/ >, (pristupljeno 12.2022.)

Iz (Tablice 5) vidljivo je da je najveće prihode u hotelskoj industriji ostvarila tvrtka Valamar Riviera a iznosili su 1.693 milijarde kuna. Najmanje prihode ostvario je Turisthotel d.d. i iznosili su 251 milijun kuna. Na drugom i trećem mjestu po visini ukupnih prihoda u 2021. godini su još Maistra te Plava Laguna koje jedine ostvaruje ukupne prihode iznad milijarde kuna što ukazuje na brz i snažan oporavak u odnosu na 2020. godinu.

Koeficijent tekuće likvidnosti mjeri sposobnost poduzeća da podmiri svoje kratkoročne obveze. Prikazuje se u obliku omjera novčanih sredstava i kratkoročnih obveza. Ako je vrijednost manja od 1.5 poduzeće je u opasnosti da ostane bez potrebnih sredstava koji služe za podmirenje kratkoročnih obveza. Od navedenih kompanija njih 6 ima vrijednost manju od preporučene što sugerira na potencijalan problem u podmirenju kratkoročnih obveza. Najveći koeficijent tekuće likvidnosti za 2021. godinu ima Turisthotel u iznosu od 15.73 dok najmanji ima Liburnia Riviera Hoteli a iznosi 0.39, što je jako nisko i upozorava na probleme u likvidnosti kompanije.

Koeficijent zaduženosti pokazuje koliko poduzeće koristi zaduživanje kao oblik financiranja. Povećanjem odnosa duga i imovine povećava se i financijski rizik. Vrijednost koeficijenta zaduženosti trebao bi biti manji od 50%. Sve prikazane kompanije imaju koeficijente zaduženosti ispod 50%, što implicira da će zadržati svoju financijsku stabilnost i da neće imati problema u pronalaženju novih investitora. Najmanji koeficijent zaduženosti ima Turisthotel d.d. u iznosu od 1.62 dok Liburnia Riviera hoteli d.d. imaju faktor zaduženosti od 41.1 što je

najviši iznos među promatranim kompanijama. Ukoliko je zaduženost pod kontrolom, ona ne mora biti loša.

Neto profitna marža pokazuje koliko dobro tvrtka pretvara prodaju u profit. To je i mjera učinkovitosti i ukupnog poslovnog zdravlja. Tvrtke koje ostvaruju veću zaradu po novčanoj jedinici prodaje su učinkovitije i sposobnije preživjeti turbulentna razdoblja u poslovanju. Najveću neto profitnu maržu u 2021. godini ostvario je Turisthotel d.d. a iznosila je 30.51% dok su najmanju stopu neto marže mjerili Liburnia Riviera Hoteli d.d. a iznosila je -36.9%.

3.3. Poslovni rezultati najvećih turističkih kompanija od 2017. – 2021. godine

U sljedećem dijelu rada prikazani su poslovni rezultati najvećih turističkih kompanija za razdoblje od 2017. – 2021. godine. U tablicama su obrađeni podaci o ukupnim prihodima, neto dobiti, neto profitnoj marži[17], investicijama u novu imovinu, EBITDA, broju zaposlenih te prihodi po zaposlenoj osobi[18]. Ti podaci će pružiti sliku o kvaliteti poslovanja tvrtke, vrijednostima tvrtke i investicijskim ciklusima koji su pokrenuti u svrhu poboljšanja kvalitete usluge i povećanja ukupnih smještajnih kapaciteta.

[17] Dobitak poslije poreza/prihod od prodaje
[18] Omjer učinkovitosti koji se koristi za određivanje prihoda ostvarenih po pojedincu koji radi u tvrtki

VALAMAR RIVIERA d.d.

Tablica 6. Poslovni rezultati Valamar Riviera d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	1,695	1,848	2,074	0,577	1,693
Neto marža (%)	13,68	13,38	18,34	-53,96	18,24
Neto dobit (mil.kn)	231,97	239,27	377,06	-308,58	305,03
EBITDA (mil.kn)	528,74	627,33	802,84	673,5	126,4
Broj zaposlenih	3,077	3.882	4.094	2.836	3.142
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	73,13	64,25	68,07	26,77	70,65
Investicije nova imovina (mil.kn)	884,59	616,11	686,66	595,87	115,36

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, <raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/valamar-riviera/Detaljno/289 >,(pristupljeno, 12.2022.)

Valamar Riviera d.d. najveća je turistička kompanija u Republici Hrvatskoj. Ostvaruje najveće ukupne prihode u turizmu od svih promatranih kompanija. Ukupni prihodi kompanije povećavali su se do 2020. godine. Tvrtka je u 2019. godini ostvarila 63.43% veće ukupne prihode u odnosu na 2015. godinu te 72.17% veće ukupne prihode u odnosu na 2020. godinu, obilježenu krizom uzrokovane pandemijom. Neto dobit također je rasla te ostvaruje značajno povećanje u 2019. godini u naspram 2015.-te godine. 2020. godine dolazi do velikog sniženja prihoda a posljedično s time i do velikog neto gubitka koji je iznosio 308 miljuna kuna. Neto profitna marža je u 2019. godini iznosila najviših 18.34%. Krizne 2020. godine neto marža bilježi snažan pad i iznosi -53.96%. Broj zaposlenih rastao je od 2015.-2019. godine, dok 2020. dolazi do pada broja zaposlenih. Broj zaposlenih 2020. godine u odnosu na 2019. godinu pao je za za 30.72%. Bez investicija u novu imovinu nema ni napretka u poslovanju. Prihodi po zaposlenom najveći su bili 2021. godine kada su iznosili 70.65 tisuća eura. U 2019. godini prihodi po zaposlenom su iznosili 68.07 tisuća eura, što je smanjenje za 14.42% naspram 2016. godine. Valamar Riviera d.d. neprestano ulaže u novu imovinu, a najveća ulaganja dogodila su se u 2017. godini kada su iznosila 884.59 milijuna kuna, dok su ukupna ulaganja kroz promatrano petogodišnje razdoblje iznosila 2.89 milijardi kuna. Dugotrajna imovina povećavala se svake promatrane godine. EBITDA kao jedan od pokazatelja poslovne uspješnosti tvrtke najviši je bio 2019. godine a najniži 2021. godine kada je iznosio 126.4 milijuna kuna što je pad od 84.25%.

MAISTRA d.d.

Tablica 7. Poslovni rezultati Maistra d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	1,082	1,187	1,223	0,598	1,19
Neto marža (%)	13,88	24,48	12,2	-18,64	14,37
Neto dobit (mil.kn)	150,33	282,84	149,31	-111,6	170,83
EBITDA (mil.kn)	408,43	406,1	429,83	121,42	463,73
Broj zaposlenih	1,722	1,826	2009	1422	1637
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	83,42	87,79	81,85	55.896	96.379
Investicije nova imovina (mil.kn)	480,64	466,38	319,59	188,01	137,1

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora,<raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/maistra/Detaljno/257>, (pristupljeno,12.2022.)

Maistra d.d. s ponudom hotela, resorta i apartmana u Rovinju, Vrsaru, Dubrovniku i Zagrebu ostvarivala je povećanje prihoda u razdoblju od 2017.-2019. godine kada su oni iznosili preko milijarde kuna a u 2019. godini su dosegli rekordnu razinu od 1.223 milijardi kuna. Snažan pad prihoda dogodio se 2020. godine kad su oni iznosili 598 miljardi kuna što je smanjenje u odnosu na 2019. godinu od 51.1%. Već sljedeće godine razina ukupnih prihoda vratila se na prijašnje razine što je odličan rezultat i ukazuje na snagu kompanije. Povećanje prihoda pratilo je i povećanje broja zaposlenih u razdoblju od 2017.-2019. godine. U 2015. godini broj zaposlenih bio je 1.271 dok je u 2019. godini bio 2.009 što je povećanje od 58%. Prihodi po zaposlenom najviši su bili 2021. godine kada su iznosili 96.38 tisuća eura. Neto dobit najviša je bila 2018. godine kada je iznosila 282.84 milijuna kuna što je bio i najbolji rezultat poslovanja kompanije. 2020. godine realizirana je negativna neto dobit i iznosila je -111.6 milijuna kuna. Neto profitna marža najveću vrijednost je dostigla 2018. godine kada je iznosilia 24.48%. Neprekidnim investicijama u novu imovinu Maistra d.d. povećava i poboljšava svoju ponudu. Prema godišnjem izvješću uprave za 2016. godinu, „društvo je ostvarilo rekordan iznos ulaganja u novu imovinu a najznačajnije kapitalno ulaganje je greenfield investicija hotela Amarin, obiteljskog hotela s autentičnim zabavnim programom fokusiranim na aktivnostima za djecu“. EBITDA je najvišu vrijednost postigla 2019. godine kada je iznosila 429.83 milijuna kuna. 2020. dolazi do snažnog pada EBITDA, dok već 2021. godina bilježi snažan oporavak. Dugotrajna i kratkotrajna imovina svoju su najvišu vrijednost dostigle u 2019. godini.

PLAVA LAGUNA d.d.

Tablica 8. Poslovni rezultati Plava laguna d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,585	1,171	1,186	0,483	1,001
Neto marža (%)	18	31,63	17,75	-18,63	14,56
EBITDA (mil.kn)	229,43	464,92	451,99	106,70	399,60
Neto dobit (mil.kn)	105,42	308,39	205,58	-90,10	145,31
Broj zaposlenih	938	2017	2046	1331	1331
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	82,84	78,4	77,89	48,23	99,51
Investicije nova imovina (mil.kn)	121,79	448,60	146,10	31,01	113,20

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, <raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/plava-laguna/Detaljno/152 >, (pristupljeno, 12.2022.)

Plava Laguna d.d. tvrtka za ugostiteljstvo i turizam sa sjedištem u Poreču. Ukupan smještajni kapacitet kompanije broji 20 hotela, 11 apartmanskih naselja i 9 kampova sa ukupnim smještajnim kapacitetom sa preko 16 tisuća jedinica. Ukupni prihodi koje društvo ostvaruje rasli su kroz svaku promatranu godinu, od 0.52 milijarde kuna u 2015. godini do 1.186 milijardi kuna u najuspješnijoj 2019. godini. U odnosu na 2015.-tu, to je povećanje od 126%. Ukupni prihodi 2020. godine iznosili su 483 milijuna kuna što je pad u pogledu na 2019. godinu od 59.27%. Već 2021. kompanija bilježi snažan rast ukupnih prihoda koji su iznosili 1.001 miljardi kuna. Kako je vidljivo iz priložene tablice, društvo je odlično poslovalo u 2018. godini što najbolje pokazuju ukupni prihodi koji su za 50% veći u odnosu na 2017. godinu, više no dvostruko povećanje broja zaposlenih, ostvarena neto dobit u odnosu na prošlu godinu te naposljetku investicije u novu imovinu koje je društvo pokrenulo. Prema konsolidiranom godišnjem izvještaju društva (2018), najznačajnije investicije su bile: temeljita rekonstrukcija turističkog naselja Park Resort, uređenje autokampa Stella Maris, izgradnja Garden Suits Sol Umag te se značajna sredstva usmjeravaju na izgradnju novih smještajnih kapaciteta za radnike te uređenje postojećih. Također, u 2018. godini kratkotrajna imovina društva dosegla je svoju najveću vrijednost u iznosu od 584.08 milijuna kuna. Prihodi po zaposlenom najviše su iznosili 2021. godine kada je njihov iznos bio 99.51 tisuća eura što je povećanje prihoda po zaposlenom u odnosu na 2020. godinu od 106.32%.

JADRANSKI LUKSUZNI HOTELI d.d.

Tablica 9. Poslovni rezultati Jadranski luksuzni hoteli d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,486	0,535	0,547	0,148	0,306
Neto marža (%)	12,03	15,56	17,63	-59,17	6,47
EBITDA (mil.kn)	58,59	87,47	95,22	-15,578	98,66
Neto dobit (mil.kn)	58,59	87,48	95,22	-87,78	19,86
Broj zaposlenih	804	830	817	735	696
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	80,36	87,02	90,11	26.79	58,51
Investicije nova imovina (mil.kn)	87,62	31,28	44,97	32,60	

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, <raspoloživo na: : https://www.fininfo.hr/Poduzece/jadranski-luksuzni-hoteli/Detaljno/40036>, (pristupljeno, 12.2022.)

Jadranski luksuzni hoteli d.d. jedna je od prestižnijih hrvatskih hotelskih kompanija. U svom sastavu imaju vrhunske hotele za odmor u kombinaciji s prepoznatljivim uslugama za održavanje raznih poslovnih i gospodarskih događanja. Njihove odmorišne destinacije nalaze se na lokacijama u Dubrovniku, Cavtatu te na otoku Mljetu. Prema prikazanim podacima u tablici društvo bilježi rast ukupnih prihoda u periodu od 2017.-2019. godine. 2020. godine dolazi do očekivanog pada ukupnih prihoda. U 2019. godini ukupni prihodi iznosili u 0.55 milijardi kuna predstavlja rast od 41.34% naspram 2015. godine. Broj zaposlenih nije puno varirao, odnosno nije rastao po stopi rasta prethodno promatranih kompanija. Broj novozaposlenih u 2019. u odnosu na 2015. godinu veći je za 24 zaposlenika. Broj zaposlenika 2021. godine iznosio je 696, manje nego 2018. godine kad je bio najviši broj zaposlenih za 16.14%. Najveću neto dobit društvo je ostvarilo 2019. godine kada je ona iznosila 95.22 milijuna kuna. Najveći iznos investicija u novu imovinu društvo je ostvarilo 2017. godine a iznosile su 87.62 milijuna kuna. Prema Godišnjem izvještaju i izvješću neovisnog revizora za 2017. godinu, najznačajnija poslovna investicija društva u 2017. godini bila je rekonstrukcija i adaptacija hotela Excelsior. Ukupna investicija iznosila je 72.2 milijuna kuna. EBITDA je svoju najveću vrijednost postigla 2021. godine a iznosila je 98.66 milijuna. 2020. godine EBITDA je iznosila -15.578 milijuna kuna.

ARENA HOSPITALITY GROUP d.d.

Tablica 10. Poslovni rezultati Arena Hospitality Group d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,497	0,517	0,542	0,201	0,411
Neto marža (%)	13,83	12,95	23,2	-51,21	11,1
EBITDA (mil.kn)	156,75	146,88	150,69	18,31	163,40
Neto dobit (mil.kn)	68,82	66,55	124,46	-103,18	45,67
Broj zaposlenih	776	812	848	666	719
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	85,05	85,97	85,91	40,15	75,96
Investicije nova imovina (mil.kn)	52,19	126,16	231,72	274,31	309,60

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/arena-hospitality-group/Detaljno/70 >, (pristupljeno, 01.2023)

Arena Hospitality Group d.d. je hotelska kompanija koja posluje u srednjoj i istočnoj Europi. U portfelju posjeduje 26 objekata kapaciteta više od 10.000 soba i smještajnih jedinica. Osim u Republici Hrvatskoj, posluje i u Njemačkoj i Mađarskoj. Društvo je povećavalo svoje ukupne prihode od 2015.-2019. godine, sve do rekordnih 0.542 milijardi kuna ukupnih prihoda u 2019. godini. Nakon snažnog pada 2020. godine, uslijedio je brz oporavak kada su ukupni prihodi iznosili 0.411 miljardi kuna što je na razini od 75.83% najuspješnije 2019. godine. Također, broj novozaposlenih je pratio povećanje ukupnih prihoda, od 652 zaposlenika 2015. godine do 848 zaposlenih djelatnika u 2019. godini. 2021. godine kompanija je brojala 719 zaposlenih. Neto dobit društva je 2019. godine iznosila 124.46 milijuna kuna što je najbolji rezultat kompanije. 2020. godina bila je poslovno najneuspješnija za društvo. Realizirana je negativna neto dobit u iznosu od -103.18 milijuna kuna. EBITDA je najveću vrijednost postigla 2021. godine a iznosila je 163.4 milijuna kuna. U razdoblju od 2017.-2019. godine prihodi po zaposlenom zadržali su se otprilike na istim razinama, u 2019. godini iznosili su 85.91 tisuću eura. Također, društvo je kroz svaku godinu povećalo investicije u portfelj. Najvišu razinu investicija društvo je ostvarilo 2021. godine kada su one iznosile 309.6 milijuna kuna a ukupno u promatranom petogodišnjem razdoblju gotovo milijardu kuna.

SOLARIS d.d.

Tablica 11. Poslovni rezultati Solaris d.d. u razdoblju od 2017.- 2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,357	0,351	0,365	0,094	0,258
Neto marža (%)	0,83	0,87	0,22	-123,64	1,24
EBITDA (mil.kn)	141,34	103,65	122,85		130,70
Neto dobit (mil.kn)	2,97	-40,35	0,81	-116,87	3,2
Broj zaposlenih	675	705	667	259	312
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	70,24	67,19	73,61	48,44	110,16
Investicije nova imovina (mil.kn)	123,44	135,55	59,66	-	-

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, <raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/solaris/Detaljno/301 >, (pristupljeno, 01.2023.)

Solaris d.d. resort nalazi se u blizini Šibenika. Resort uključuje pet hotela. Ukupni prihodi društva bili su na sličnim razinama u razdoblju od 2017.-2019. godine. 2020. godine dolazi do velikog pada ukupnih prihoda uslijed ekonomske i društvene krize. Ukupni prihodi sniženi su za 74.24%. U 2021. godini ukupni prihodi su bili na razini 71% ukupnih prihoda 2019. godine. U 2018. godini društvo je ostvarilo – 40.35 milijuna kuna neto dobiti, dok je u kriznoj 2020. godini neto dobit iznosila -116.87. milijuna kuna. Također negativna je bila i neto marža koja je u 2020. godini iznosila -123.64%. Broj zaposlenih je varirao tokom promatranog razdoblja, od 675 zaposlenih 2017. godine do 312 zaposlenih u 2021. godini. Samo 259 osoba je bilo zaposleno u društvu 2020. godine. Prihodi po zaposlenom su 2019. godine iznosili 73.61 tisuću eura dok su 2021. iznosili 110.16 tisuća eura. Društvo je u razdoblju od 2015.-2019. godine ostvarilo nove investicije u iznosu od ukupno 580.61 milijun kuna. U vremenu pandemije COVID 19 društvo nije ostvarivalo nove investicije.

LIBURNIA RIVIERA HOTELI d.d.

Tablica 12. Poslovni rezultati Liburnia Riviera hoteli d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,323	0,322	0,326	0,11	0,248
Neto marža (%)	5,06	-4,04	3,28	-145,85	-36,9
EBITDA (mil.kn)	123,67	90,31	119,56	-23,70	36,50
Neto dobit (mil.kn)	16,35	-13	11	-161,4	-91,81
Broj zaposlenih	628	608	646	504	593
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	68,32	71,63	68,01	29.14	55,69
Investicije nova imovina (mil.kn)	1,58	1,67	1,87		62,40

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/liburnia-riviera-hoteli/Detaljno/255 >, (pristupljeno, 01.2023.)

Ukupni prihodi Liburnia Riviera Hotela d.d. održavali su se na sličnim razinama od 2017.-2019. godine. 2020. godine ukupni prihodi iznosili su 110 milijuna kuna što je smanjenje naspram 2019. godine od 66.25%. Najveći iznos neto profitne marže društvo je ostvarilo 2017. godine kada je ona iznosila 5.06%. Iste godine ostvaren je i najveći iznos EBITDA kada je iznosio 123.67 milijuna kuna te je i ostvarena najveća neto dobit u iznosu od 16.35 milijuna kuna. Još samo 2019. godine kompanija je imala pozitivnu neto dobit i iznosila je 11 milijuna kuna. Broj zaposlenih djelatnika kretao se u rasponu od 628 do 593 djelatnika. Ukupni prihodi po zaposlenom najveći su bili 2018. godine kada su iznosili 71.63 tisuće eura po zaposlenoj osobi. Ukupan iznos investicija koje je društvo ostvarilo u promatranom petogodišnjem razdoblju iznosi 67.52 milijuna kuna, od čega čak 62.4 milijuna kuna investicija u 2021. godini.

HUP – Zagreb d.d.

Tablica 13. Poslovni rezultati HUP-Zagreb d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,362	0,307	0,302	0,168	0,208
Neto marža (%)	40,66	26,46	23,84	16,08	-7,12
EBITDA (mil.kn)	97,01	123,44	105,91		
Neto dobit (mil.kn)	146,07	79,17	69,51	27,13	-14,86
Broj zaposlenih	568	591	592	567	571
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	84,76	70,17	68,61	39,51	48,52
Investicije nova imovina (mil.kn)	13,51	11,80	17,62		

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/hup-zagreb/Detaljno/196 >, (pristupljeno, 01.2023.)

HUP - Zagreb d.d. je u promatranom razdoblju ostvarivao slične razine ukupno ostvarenih prihoda, od 362 milijuna kuna 2017. godine do 208 milijuna kuna ukupnih prihoda ostvarenih 2021. godine. Najviše su iznosili 2017. godine kada su ostvareni ukupni prihodi u iznosu od 362 milijuna kuna, 60 milijuna kuna više nego 2019. godine kada je većina promatranih kompanija ostvarila najviše vrijednosti ukupnih prihoda. Društvo je od 2017.-2020. godine ostvarivalo pozitivnu neto dobit koja je najviše iznosila 2017. godine kada je dosegla vrijednost od 146.07 milijuna kuna. Iste godine neto profitna marža iznosila je odličnih 40.66%. 2021. godine kompanija je imala neto gubitak a iznosio je 14.86 milijuna kuna. Kompanija je ostvarila neto dobit i krizne 2020. godine u iznosu od 27.13 milijuna kuna. EBITDA je najveću razinu dosegnuo 2018. godine i iznosio je 123.44 milijuna kuna. Broj zaposlenih nije puno varirao tijekom promatranih 5 godina. Broj zaposlenih 2017. godine iznosio je 568, dok je 2021. godine on iznosio 571. Prihodi po zaposlenom također su najveći bili 2017. godine kada su iznosili 84.76 tisuća eura.

JADRANKA TURIZAM d.o.o.

Tablica 14. Poslovni rezultati Jadranka Turizam d.o.o. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020	2021
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,288	0,312	0,30	0,182	0,347
Neto marža (%)	-11,35	-6,59	-12,32	-136,32	13,51
EBITDA (mil.kn)	40,49	47,38	41,19		
Neto dobit (mil.kn)	-32,74	-20,16	-36,96	-248,86	46,96
Broj zaposlenih	740	702	706	776	701
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	51,7	60,16	57,11	31,22	65,83
Investicije nova imovina (mil.kn)	22,39	82,29	82,28		

Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/jadranka-turizam/Detaljno/72793 >, (pristupljeno, 01.2023.)

Ukupni prihodi koje je ostvarilo društvo tijekom promatranog razdoblja kretali su se u rasponu od 288 milijuna kuna do 347 milijuna kuna u 2021. godini kada su i dosegli najviši nivo. Najniže ukupne prihode društvo je ostvarilo 2020. godine kada su oni iznosili 182 milijuna kuna. Jadranka turizam d.o.o. jedina je kompanija koja je u cijelom promatranom razdoblju ostvarivala negativnu neto profitnu maržu izuzev 2021. godine kad je ona bila pozitivna i iznosila je 13.51%. Posljedično i neto dobit je bila negativna. U 2020. godina neto gubitak iznosio je 248.86 miljuna kuna, dok je 2021. godina ostvarena neto dobit od 46.96 milijuna kuna. Broj zaposlenih zadržao se u rasponu od 701 – 776. Najveći broj zaposlenih kompanija je imala 2020. godine kada je njihov broj iznosio 776. Prihodi po zaposlenom najviše su iznosili 2021. godine kada su iznosili 65.83 tisuća eura. Ukupan iznos investicija u novu imovinu u promatranom razdoblju iznosio je 186.96 milijuna kuna.

TURISTHOTEL d.d.

Tablica 15. Poslovni rezultati Turisthotel d.d. u razdoblju od 2017.-2021.

Poslovni rezultati	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	0,244	0,271	0,307	0,149	0,251
Neto marža (%)	32,56	24,08	28,56	-1,93	30,51
EBITDA (mil.kn)	110,67	114,51	139,19		132,61
Neto dobit (mil.kn)	79,59	64,31	85,31	-2,88	76,56
Broj zaposlenih	512	539	561	340	391
Prihodi po zaposlenom (tis.eura)	63,36	67,64	73,67	58,46	85,18
Investicije nova imovina (mil.kn)	93,47	164,37	30,99		

Izvor: Fiinfohr, obrada autora, raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Poduzece/turisthotel/Detaljno/52508 >, (pristupljeno, 01.2023.)

Turisthotel d.d. je hrvatska tvrtka s više od 60 godina dugom tradicijom u djelatnosti ugostiteljstva i turizma. Imala je veliki doprinos u razvitku grada Zadra i njegove okolice. Tvrtka je ostvarivala povećanje ukupnih prihoda u razdoblju od 2017.- 2019. godine. U 2019. godini ukupni prihodi iznosili najviših 0.307 milijardi kuna. U 2020. oni su pali za 51.46%. Neto profitna marža zadržala je pozitivne vrijednosti tijekom svih godina, izuzev 2020. godine kada je bila negativna i iznosila je -1.93%. Broj zaposlenih je 2019. godine bio na najvišoj razini i iznosio je 561. 2020. godine je bilo samo 340 zaposlenih. Neto dobit je rekordne 2019. godine iznosila 85.31 milijun kuna što je povećanje naspram prethodne godine od 32.65%, što je odličan rezultat. Najveće investicije u novu imovinu bile su 2018. godine kada su iznosile 164.37 milijuna kuna. Najveće investicije odnosile su se na investicije u apartmane i kamp. Ukupan iznos novih investicija u promatranom petogodišnjem razdoblju iznosio je 288.83 milijuna kuna.

4. UTJECAJ NAJVEĆIH TURISTIČKIH KOMPANIJA NA UKUPNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

U ovom poglavlju obrađeni su podaci o ukupnim prihodima koje su ostvarile navedene najveće turističke kompanije te njihov udio i utjecaj u ukupnim prihodima koje je od turizma ostvarila Republika Hrvatska. Republika Hrvatska je atraktivna turistička destinacija na globalnom tržištu koja privlači sve više velikih turističkih kompanija i hotelskih brandova. Gosti pri ocjeni svog iskustva boravka u hrvatskim hotelima uslugu i lokaciju ocjenjuju boljom nego kvalitetu samog smještaja iz čega je jasno vidljivo koji su nužni koraci ka praćenju tržišnih promjena i uspješnom poslovanju. Najveće izdatke po danu ostvaruju gosti u hotelskom smještaju. Daljnjim ulaganjem u kvalitetu i povećanje izvrsnosti poslovanja ima prostora za povećanjem cijena, posebno u segmentu hotela najviše kategorizacije. Jedna od vrsti turizma koja povećava utjecaj najvećih kompanija na ukupne rezultate u turizmu je poslovni turizam. Za uspješno provođenje poslovnog turizma potrebna je kvalitetna usluga. On potiče suradnju između hotelskih tvrtki i stanovništva (dionika) u destinaciji. Potiče razvoj infrastrukture, odgovarajućeg smještaja i sadržaja koji su nužni za kvalitetan oblik ove vrste turizma od koje koristi imaju i lokalna zajednica i ukupni rezultati u turizmu. Samim time vodi do smanjenja sezonalnosti i potiče cilj održivog turizma koji se ostvaruje suradnjom svih dionika. Za smještajne jedinice u kojima se odvija ova vrsta turizma posjetitelji najčešće odabiru hotele viših kategorija.

4.1. Udio ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim turističkim prihodima Republike Hrvatske

Ovom analizom prikazani su ukupni prihodi koje ostvaruju najveće turističke kompanije koje djeluju na prostoru Republike Hrvatske u odnosu na ukupne prihode od turizma koje ostvaruje Republika Hrvatska.

Tablica 16. Ukupni prihodi najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj 2017.-2021.

Ukupni prihodi (mlrd.kn)	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Valamar Riviera	1,695	1,848	2,074	0,577	1,693
Maistra	1,082	1,187	1,223	0,598	1,19
Plava Laguna	0,585	0,171	1,186	0,483	1,01
Jadranski luksuzni hoteli	0,486	0,535	0,547	0,148	0,306
Arena Hospitality Group	0,497	0,517	0,542	0,201	0,411
Solaris	0,357	0,351	0,365	0,094	0,258
Liburnia Riviera Hoteli	0,323	0,322	0,326	0,11	0,248
HUP - Zagreb	0,362	0,307	0,302	0,168	0,208
Jadranka Turizam	0,288	0,312	0,301	0,182	0,347
Turisthotel	0,244	0,27	0,307	0,149	0,251
Ukupni prihodi (mlrd.kn)	5,919	5,82	7,173	2,71	5,922

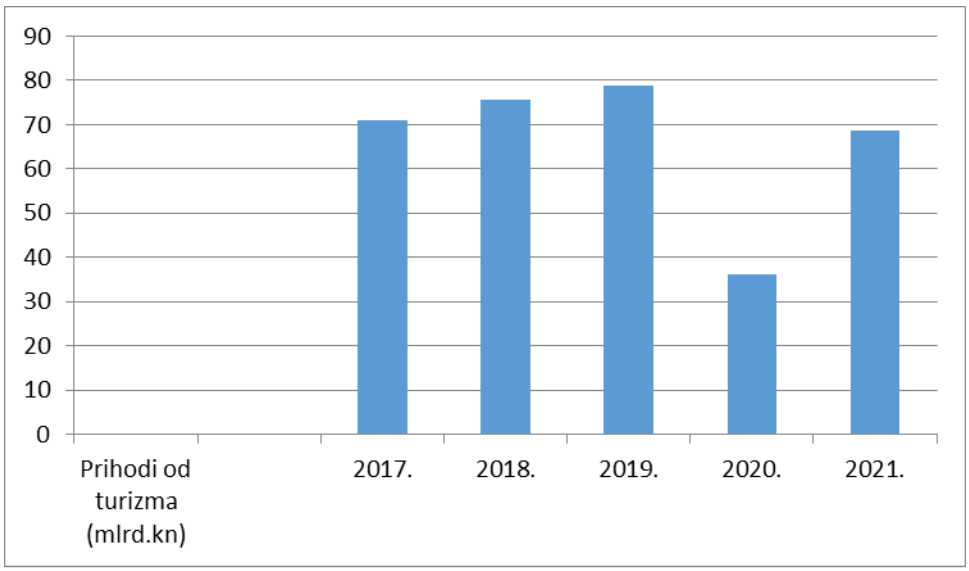
Izvor: Fininfo.hr, obrada autora, <raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/ >, (pristupljeno, 01.2023.)

Najveće ukupne prihode kroz promatrano 5.-godišnje razdoblje ostvaruje Valamar Riviera d.d. kao lider hrvatskog hotelijerstva. U razdoblju od 2017.-2019. godine kompanija bilježi konstantan rast ukupnih prihoda. U 2020. oni su iznosili 577 milijuna kuna što je smanjenje u naspram 2019. godine od 72.17%. Maistra d.d. također ostvaruje odlične poslovne rezultate kao jedan od lidera hrvatskog hotelijerstva. U 2017. godini ukupni prihodi od poslovanja kompanije probile su granicu od milijarde kuna, iznosili su 1.082 milijarde kuna. Ukupni prihodi u 2019. godini iznosili u 1.223 milijarde kune i bili su veći u odnosu na 2015. godinu za 32.79%. Već 2021. godine Maistra d.d. bilježi snažan oporavak i ostvaruje ukupne prihode na razini 97.3% od najuspješnije 2019. Maistra d.d. bilježi nešto slabiji postotak povećanja ukupnih prihoda naspram Valamar Riviera d.d. ali je svejedno njena pozicija kao jednog od lidera neupitna. U 2019. Plava Laguna d.d. ostvarila je rekordnu razinu ostvarenih ukupnih prihoda u iznosu od milijardu i 186 milijuna kuna što je naspram 2015. godine povećanje od čak 126.33% i time je prvi put probila granicu od preko milijardu kuna ukupnih prihoda. 2020. godine kompanija je ostvarila ukupne prihode u iznosu od 483 milijuna kuna, dok su se u 2021. vratili na stare razine i iznosili su 1.01 milijardi kuna, što je povećanje naspram prethodne godine od 109.1%. Jadranski luksuzni hoteli d.d. i Arena Hospitality Group d.d. bilježe slične stope rasta ukupnih prihoda tijekom promatranog razdoblja i zatvaraju krug kompanija koje su ostvarile ukupne prihode veće od 500 milijuna kuna tijekom poslovanja, točnije obje su dosegle ukupne prihode veće od 500 milijuna kuna 2018. i 2019. godine. Također obje kompanije postižu konstantan

rast ukupnih prihoda od 2017.-2019. Jadranski luksuzni hoteli d.d. su u 2019. godini ostvarili ukupne prihode od 547 milijuna kuna, što je više za 43.56% nego 2015. godine. 2021. godine ostvareni su ukupni prihodi od 306 milijuna kuna što je povećanje prihoda u odnosu na 2020. godinu od 106.75%. Arena Hospitality Group d.d. je u 2019. godini ostvarila ukupne prihode u iznosu od 542 milijuna kuna što je više od 2015. godine za 49.31%. 2020. ukupni prihodi iznosili su 201 milijun kuna što je smanjenje naspram 2019. godinue od 51.09%. 2021. godine ostvareni su ukupni prihodi u iznosu od 411 milijuna kuna. Solaris d.d. krizne 2020. godine ostvaruje ukupne prihode u iznosu od 94 milijuna kuna, dok 2021. oni iznose 258 milijuna kuna, što je povećanje za 174.46%. Liburnia Riviera hoteli d.d. također bilježi stabilan rast ukupnih prihoda između 2015.-2019. godine. Od 2017.-2019. godine oni se kreću u rasponu od 323 – 326 milijuna kuna. U 2019. godini ukupni prihodi iznosili su 326 milijuna kuna. 2020. godine ukupni prihodi bili su najniži i iznosili su 110 miljuna kuna. 2021. godine oni su iznosili 248 milijuna kuna. HUP – Zagreb d.d. je najveću razinu ukupnih prihoda ostvario 2017. godine kada su oni iznosili 362 milijuna kuna. Povećanje ukupnih prihoda 2019. godine u odnosu na 2015. godinu iznosi 30.73%. Ukupni prihodi 2020. godine iznosili su 168 milijuna kuna što je smanjenje naspram 2019. godine od 44.37%. Jadranka turizam d.o.o. najveće ukupne prihode ostvarila je 2021. godine kada su oni iznosili 347 milijuna kuna, što je povećanje u odnosu na 2020. godinu od 90.65% i jasan pokazetelj otpornosti društva i kvalitetne reakcije na promjene u poslovanju. Tvrtka koja ostvaruje najmanje ukupne poslovne prihode među promatranima je Turisthtotel iz Zadra. Ukupni prihodi koje su ostvarili blago su rasli u promatranom razdoblju. 2015. godine kompanija je ostvarila 212 milijuna kuna ukupnih prihoda, koji su se kretali na sličnim razinama do rekordne 2019. godine kada su iznosili 307 milijuna kuna, što je povećanje naspram 2015. godine od 44.81%. 2020. godine ukupni prihodi iznosili su 149 milijuna kuna. 2021. godine oni iznose 251 milijun kuna.

Ukupni prihodi od turizma koje je ostvarila Republika Hrvatska u razdoblju od 2017.-2021. godine prikazani su u sljedećem grafikonu.

Grafikon 3. Ukupni prihodi od turizma Republike Hrvatske 2017.-2021. godine



Izvor: Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma i sporta, <raspoloživo na: 1) https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf ,2) https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf , 3) https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf >, (pristupljeno, 12.2022.)

Ukupni prihodi od turizma koje je Republika Hrvatska ostvarila 2017. godine iznosili su 71.051 milijardi kuna. 2018. godine oni bilježe rast u odnosu na prethodnu godinu od 6.32% i iznose 75.543 mlijarde kuna. Najveće ukupne prihode od turizma Republika Hrvatska je ostvarila 2019. godine u iznosu od 78.912 milijardi kuna. Uslijed krize uzrokovane pandemijom COVID 19 virusa, 2020. godine očekivano dolazi do velikog pada prihoda od turizma kada oni iznose 36.238 milijardi kuna što je za 54.07% manje nego 2019. godine. Brz oporavak turističkog sektora uslijed otvorenog gospodarstva vidljiv je već 2021. godine kada ukupni prihodi od turizma iznose 68.711 milijardi kuna.

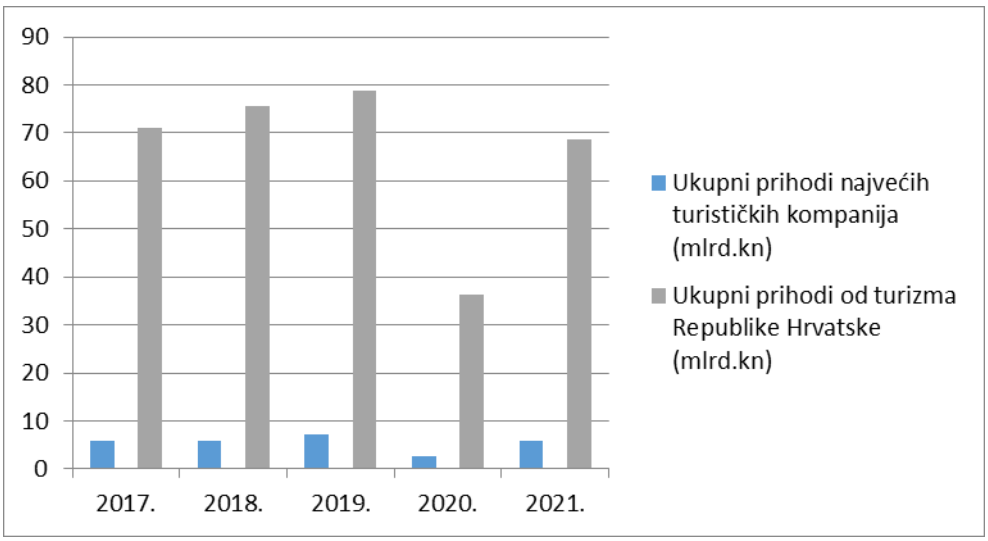
Tablica 17. Udio ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim prihodima od turizma RH 2017.-2021.

	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Ukupni prihodi najvećih turističkih kompanija (mlrd.kn)	5,919	5,821	7,173	2,71	5,922
Ukupni prihodi od turizma Republike Hrvatske (mlrd.kn)	71,051	75,543	78,912	36,238	68,71
Postotak (%)	8,33	7,71	9,08	7,48	8,61

Izvor: Izradio autor, (05.2023)

U (Tablici 17), prikazani su podaci o udjelu ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim prihodima koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska. Podaci su prikazani za svaku godinu promatranog razdoblja na način da su zbrojeni ukupni prihodi najvećih turističkih kompanija ostvarenih u jednoj godini te stavljeni u omjer s ukupnim prihodima koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska. Rezultat je prikazan i grafički u nastavku teksta.

Grafikon 4. Udio ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim prihodima od turizma Republike Hrvatske 2017.-2021. godine



Izvor: Izradio autor, (9.2023.)

2017. godine ukupni prihodi 10 najvećih turističkih kompanija u Hrvatskoj iznosili su 5.919 milijardi kuna i činili su 8.33% u ukupnim prihodima koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska. 2018. godine njihov udio je bio 7.71% , dok su u 2019. godini ukupni prihodi koje

su ostvarile 10 najvećih turističkih iznosili 7.173 milijarde kune i činili su 9.08% u ukupnim prihodima od turizma koje je ostvarila Republika Hrvatska. 2020. godine ukupni prihodi najvećih turističkih kompanija iznosili su 2.71 milijardi kuna što je 7.48% od ukupnih prihoda ostvarenih od turizma u Republici Hrvatskoj. 2021. godina bilježi snažan oporavak te ukupni prihodi najvećih turističkih kompanija iznose 5.922 milijardi kuna čime sudjeluju sa 8,61% u ukupnim prihodima koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska. Najveći udjel u ukupnim prihodima kompanije su imale 2019. godine kada je on iznosio 9,08%.

4.2. Udio ukupnog broja zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupnom broju zaposlenih u turizmu Republike Hrvatske

U sljedećem dijelu analiziran je udio ukupnog broja zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupnom broju zaposlenih u sektoru turizma Republike Hrvatske. U promatranom petogodišnjem razdoblju prikazan je broj zaposlenika kompanija u svakoj promatranoj godini te stavljen u omjer s ukupnim brojem zaposlenika koje u turizmu zapošljava Republika Hrvatska.

Tablica 18. Ukupan broj zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama 2017.-2021.

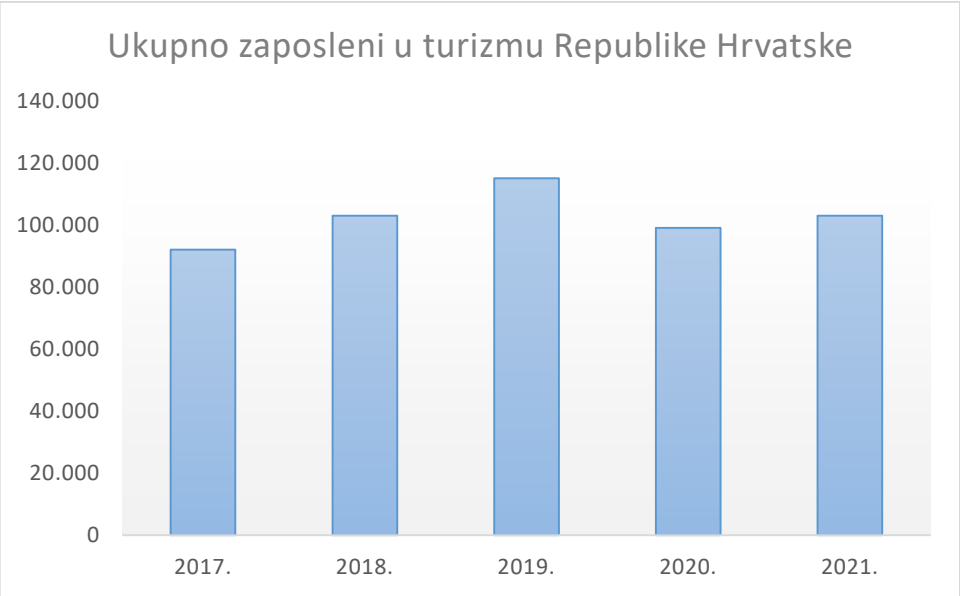
BROJ ZAPOSLENIH	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Valamar Riviera	3,077	3,882	4,094	2,836	3,142
Maistra	1,722	1,826	2,009	1,422	1,637
Plava Laguna	938	2,017	2,046	1331	1,331
Jadranski Luksuzni hoteli	804	830	817	735	696
Arena Hospitality Group	776	812	848	666	719
Solaris	675	705	667	259	312
Liburnia Riviera hoteli	628	608	646	504	593
HUP - Zagreb	568	591	592	567	571
Jadranka Turizam	740	702	706	776	701
Turisthotel	512	539	561	340	391
UKUPAN BROJ ZAPOSLENIH	10,440	12,512	12,986	9,436	10,093

Izvor: Poslovna.hr, obrada autora, <raspoloživo na : https://www.poslovna.hr/ >, (pristupljeno, 12.2022.)

Valamar Riviera d.d. kao lider na turističkom tržištu zapošljava najviše djelatnika tokom cijele godine. Porast ukupnih prihoda pratio je i porast broja zaposlenih. U razdoblju od 2017.-2019. godine kompanija bilježi stalan rast broja zaposlenih, do rekordnih 4.094 zaposlena 2019. godine, što čini 88.05% više zaposlenih naspram 2015. godine. U 2019. godini samo su Maistra d.d. i Plava laguna d.d. zapošljavala više od 2.000 djelatnika. Maistra d.d. je i prema broju zaposlenika najozbiljniji konkurent u tržišnom natjecanju Valamar Rivieri d.d. Stalan rast zaposlenika vidljiv je kroz svaku godinu te je 2019. godine dosegnuo 2.009 zaposlenih osoba što je naspram 2015. godine više za 58.06% i jedini uz Valamar Rivieru d.d. zapošljavaju preko 1000 djelatnika tokom cijele godine. Plava Laguna d.d. je 2019. godine imala 2.046 zaposlenih. 2020. godine ukupan broj zaposlenih je bio 1.331 što je smanjenje za 34.95%. Jadranski luksuzni hoteli d.d. su u istraživanom petogodišnjem periodu zapošljavali od 804 djelatnika u 2017. do 696 zaposlenih u 2021. Arena Hospitality Group d.d. je u 2019. godini zapošljavala 848 djelatnika što je u odnosu na 2015. godinu kada je zapošljavala 652 djelatnika povećanje od 25.3%. 2020. godine broj zaposlenih je pao na 666, dok je 2021. broj zaposlenih iznosio 719. Solaris d.d. je u 2019. godini zapošljavao 667 djelatnika, niže no u 2016. godini kada je zapošljavao 733 djelatnika i niže od 2018. godine kada je zapošljavao 705 djelatnika. 2020. kompanija je zapošljavala 259 djelatnika što je smanjenje u odnosu na 2018. godinu kada je bilo zaposleno 705 osoba od 63.26%. Ukupan broj zaposlenih 2021. godine iznosio je 312. Liburnia Riviera hoteli d.d., HUP – Zagreb d.d. i Jadranka Turizam d.o.o. su kompanije sličnih

poslovnih veličina i karakteristika. Liburnia Riviera hoteli d.d. je najviše zaposlenih imala 2019. godine kada ih je bilo 646. 2020. godine broj zaposlenih je pao na 504 djelatnika. HUP – Zagreb d.d. zadržao je broj zaposlenih u rasponu od 568 zaposlenih 2017. godine do 571 zaposlenog 2021. godine. Jadranka Turizam d.o.o. također nije mnogo zapošljavala u promatranom razdoblju. Od 740 zaposlenih 2017. godine do 701 zaposlene osobo u 2021. godini. Najmanji broj zaposlenika među promatranim kompanijama ima Turisthotel d.d. Najveći broj zaposlenih kompanija je imala 2019. godine kada je zaposlena bila 561 osoba. 2020. godine ukupan broj zaposlenih osoba iznosio je 340, što je smanjenje u odnosu na 2019. godinu za 40%.

Grafikon 5. Ukupno zaposleni u turizmu RH 2017.-2021.

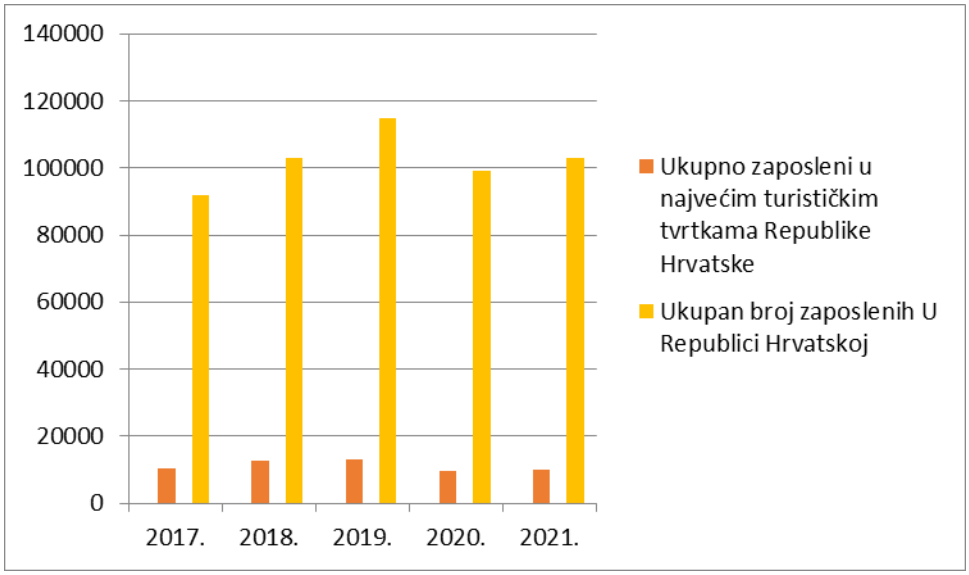


Izvor: Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma i sporta, <raspoloživo na: 1) https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf , 2) https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf , 3) https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf >, (pristupljeno, 01.2023.)

Kako je vidljivo iz (Grafikona 5) ukupan broj zaposlenih u turizmu Republike Hrvatske 2017. godine iznosio je 92 tisuće. 2018. godine ukupan broj zaposlenih je bio 103 tisuće. 2019. godine ukupan broj zaposlenih u turizmu iznosio je 115 tisuća što je povećanje u odnosu na 2017. godinu od 25%. 2020. godine ukupan broj zaposlenih je bio 99 tisuća, dok je ukupan broj zaposlenih u turizmu 2021. iznosio 103 tisuće.

U nastavku teksta u obliku grafikona je prikazan udio ukupno zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupno zaposlenima u turizmu Republike Hrvatske.

Grafikon 6. Udio ukupno zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupno zaposlenim u turizmu Republike Hrvatske



Izvor: Izradio autor, (05.2023.)

U 2017. godini ukupan broj zaposlenih u 10 najvećih turističkih kompanija iznosio je 10.440 i činio je 11.34% u ukupnom broju zaposlenih u turizmu. 2018. godine broj zaposlenih u 10 najvećih turističkih kompanija iznosio je 12.512 što je činilo 12.14% u ukupnom broju zaposlenih u turizmu, dok je u 2019. godini ukupan broj zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama iznosio 12.986 i činio 11.29% od ukupnog broja zaposlenih u turizmu. 2020. godine ukupan broj zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama iznosio je 9.436 dok je ukupno zaposlenih u turizmu bilo 99 tisuća što je udio od 9.53%. U 2021. godini udjel zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupnom broju zaposlenih u turizmu iznosio je 9.79%.

5. ZAKLJUČAK

Analizom utjecaja 10 najvećih turističkih kompanija, ukupnim prihodima koje su ostvarili u promatranom petogodišnjem razdoblju i ukupnom broju zaposlenika koje su zapošljavali utvrdilo se da je Valamar Riviera d.d. najveća turistička kompanija u Republici Hrvatskoj kojoj je djelatnost Hoteli i sličan smještaj. U promatranom razdoblju ostvarivala je najveće ukupne prihode te zapošljavala najviše radnika. Štoviše, ukupan broj prihoda i ukupan broj zaposlenih rastao je kroz svaku promatranu godinu u razdoblju od 2017.-2019. U 2019. godini kompanija je ostvarila rekordan iznos ukupnih prihoda u iznosu 2.074 milijarde kuna što je povećanje za 12.22% naspram 2018. godine i povećanje za 63.43% naspram 2015. godine. Ukupni prihodi koje kompanija ostvaruje čine 28.91% u ukupnim prihodima 10 najvećih turističkih kompanija 2019. godine. Ukupan broj djelatnika koje su zapošljavali u 2019. godini iznosio je 4.094 što je naspram 2015. godine povećanje od visokih 88.05%. 2020. godine kompanija je ostvarila 577 milijuna kuna ukupnih prihoda što je činilo 21.29% ukupnih prihoda koje su ostvarile najveće turističke kompanije. Maistra d.d. druga je po veličini turistička kompanija u Republici Hrvatskoj i prema ukupnim prihodima koje ostvaruje i prema ukupnom broju zaposlenika. Ukupni prihodi koje ostvaruju rasli su kroz svaku promatranu godinu od 2017.-2019. Ukupni prihodi u 2019. godini iznosili su 1.223 milijarde kuna. U ukupnim prihodima koje su ostvarile promatrane kompanije u 2019. godini sudjeluju sa 17.05%. U 2020. godini kompanija ostvaruje 598 milijuna kuna ukupnih prihoda što je pad u odnosu na 2019. godinu od 51.1%. Već 2021. bilježi se snažan rast ukupnih prihoda kada su iznosili 1.19 milijardi kuna i činili 20.09% u ukupnim prihodima koje su ostvarile najveće turističke kompanije. Broj zaposlenih je 2019. godine iznosio 2.009 osoba što je povećanje u odnosu na 2017. godinu od 16.66%. Ukupan broj zaposlenih je 2019. godine činio 15.47% u ukupno zaposlenim u najvećim turističkim kompanijama. 2021. godine taj omjer je iznosio 16.21%. U 2019. godini sudjeluju sa 17.05%. U 2019. Plava Laguna d.d. ostvarila je rekordnu razinu ostvarenih ukupnih prihoda u iznosu od milijardu i 186 milijuna kuna što je naspram 2015. godine povećanje od čak 126.33%. 2020. godine dolazi do smanjenja ukupnih prihoda u odnosu na 2019. godinu od 59.27%. Plava laguna d.d. zabilježila je velik porast broja zaposlenih u 2018. i 2019. godini. 2019. godine povećanje broja zaposlenih u odnosu na 2015. godinu iznosio je 103.48%. 2020. broj zaposlenih je iznosio 1.331 što je niže za 34.94% naspram 2019. godine. Isti broj zaposlenih bio je i 2021. godine. Jadranski luksuzni hoteli d.d., i Arena Hospitality Group d.d. bilježe slične stope rasta ukupnih prihoda tijekom promatranog razdoblja i jedine su kompanije koje su u promatranom petogodišnjem razdoblju ostvarile ukupne prihode veće od 500 milijuna kuna. Za obje

kompanije to se dogodilo u 2018. i 2019. godini. Također, obje kompanije bilježe rast broja zaposlenih u odnosu na prošlu godinu u razdoblju od 2017.-2019. godine. Jadranski luksuzni hoteli su 2020. godine u odnosu na 2019. godinu ostvarili manje ukupne prihode za 72.94%. Kod Arene Hospitality Group d.d. taj pad je iznosio 62.91%. U 2021. godini obje kompanije bilježe preko 50% veće ukupne prihode u odnosu na 2020. godinu. Jadranski luksuzni hoteli su u 2019. godini zapošljavali 817 djelatnika dok je Arena Hospitality Group d.d. u 2019. godini zapošljavala 848 djelatnika. 2020. godine Jadranski luksuzni hoteli zapošljavali su 735 osoba što je za 10.03% manje no 2019-te. Kod Arene Hospitality Group d.d. taj pad je iznosio 21.46%. Solaris d.d., Liburnia Riviera hoteli d.d. i HUP - Zagreb d.d. su kompanije veoma sličnih karakteristika. Solaris d.d. kroz razdoblje od 2017.-2019. godine ostvaruje ukupne prihode koji se kreću od 0.357 do 0.365 milijuna kuna ukupnih prihoda. Liburnia Riviera hoteli d.d. ostvaruju ukupne prihode koji se kreću od 0.322 do 0.326 milijuna kuna, HUP - Zagreb d.d. u rasponu od 0.302 do 0.362 milijuna kuna. Ukupni prihodi koje Solaris d.d. ostvaruje 2021. godine iznose 0.258 milijuna kuna i veći su od onoh ostvarenih 2020. godine za 96.35% ali manji od onih iz 2019. godine za 29.31%. Liburnia Riviera hoteli d.d. najveće je ukupne prihode ostvarila 2019. godine kada su iznosili 110 milijuna kuna. 2020. godine prihodi su se smanjili za 66.25%. U 2021. godini ti prihodi iznosili su 248 milijuna kuna. HUP - Zagreb d.d. je 2019. godine ostvario ukupne prihode u iznosu od 302 milijuna kuna. 2020. godine oni su pali za 44.37%. 2019. godine broj zaposlenih je bio 592. 2020. godine broj je malo pao, na 567 zaposlenih osoba. Jadranka Turizam d.o.o. bilježi snažan oporavak 2021. godine kada su dosegli najviši iznos ukupnih prihoda u iznosu od 347 milijuna kuna što je povećanje naspram 2020. godine za 90.65%. Turisthotel d.d. 2020. godine ostvario je 149 milijuna kuna ukupnih prihoda što je smanjenje u odnosu na 2019. godinu za 51.46%. Turisthotel d.d. je 2021. godine brojio 391 zaposlenu osobu, što je 3.87% od ukupnog broja zaposlenih u 2021. godini u 10 najvećih turističkih kompanija.

U 2017. godini ukupni prihodi 10 najvećih turističkih kompanija iznosili su 5.919 milijardi kuna te su u ukupnim prihodima od turizma koje je ostvarila Republika Hrvatska sudjelovali sa 8.33%. U 2018. godini ukupni prihodi najvećih turističkih kompanija iznosili su 5.821 milijardi kuna, čime su u ukupnim prihodima koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska sudjelovali sa 7.71%. 2019 godine ukupni prihodi promatranih kompanija bili su najviši i iznosili su 7.173 milijardi kuna i činili su 9.08% u ukupnim prihodima od turizma. 2020. godine taj udio iznosio je 7.48%, a 2021. godine je iznosio je 8.61%.

2017. godine ukupan broj zaposlenih u 10 najvećih turističkih kompanija iznosio je 10.440 i

činio je 11.34% u ukupno zaposlenim osobama u turizmu Republike Hrvatske. 2018. godine broj zaposlenih u 10 najvećih turističkih kompanija iznosio je 12.512 što je činilo 12.14%, dok je u 2019. godini ukupan broj zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama iznosio 12.986 i činio 11.29% od ukupnog broja zaposlenih u turizmu. 2020. godine ukupan broj zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama iznosio je 9.436 dok je ukupno zaposlenih u turizmu bilo 99 tisuća što iznosi 9.53%. U 2021. godini udjel zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupnom broju zaposlenih u turizmu iznosio je 9.79%. Ukupan udio prihoda 10 najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj u promatranom petogodišnjem razdoblju u odnosu na ukupne prihode koje u turizmu ostvaruje Republika Hrvatska ne prelaze 10%. U prosjeku sudjeluju sa 8.24% u ukupnim prihodima koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska. Ukupan broj zaposlenih u 10 najvećih turističkih kompanija u promatranom petogodišnjem razdoblju u odnosu na ukupan broj zaposlenih u turizmu Republike Hrvatske tijekom godine u prosjeku čini 10.81%.

Istraživanje je pokazalo da ukupni prihodi koje ostvaruju 10 najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj sudjeluju u prosjeku sa 8.24% u ukupnim prihodima koje od turizma ostvaruje Republika Hrvatska. Ukupan broj zaposlenih u 10 najvećih turističkih kompanija čini u prosjeku 10.81% u ukupnom broju zaposlenih u turizmu u razdoblju od 2017.-2021. godine. U razdoblju od 2017.-2019. godine u 7 od 10 promatranih kompanija rast ukupnih prihoda prati i rast zaposlenih osoba. Takav trend je i u Jadranski luksuzni hoteli d.d. u periodu od 2017.-2018. godine. 2019. godine kada su ostvareni malo veći prihodi u odnosu na 2018. godinu ali ipak rekordni, broj zaposlenih pao je sa 830 u 2018. godini na 817. u 2019. godini. Isti slučaj i u istom periodu zabilježen je kod Solaris d.d.. Jadranka turizam d.o.o. broji 38 zaposlenika manje 2018. godine u odnosu na 2017. godinu unatoč povećanju ukupnih prihoda. Temeljem navedenog, mišljenje autora ovog rada je da je hipoteza H1 potvrđena, povećanje ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija utjecalo je na rast ukupnog broja zaposlenih. Rezultati istraživanja pokazuju da povećanje ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija nužno ne utječe na povećanje ukupnih investicija za određenu godinu. Velike investicije odvijaju se u ciklusima od nekoliko godina. Prema pokazateljima za 2019. godinu ukupni smještajni kapaciteti u hotelima i aparthotelima iznose 9.8% u ukupnim smještajnim kapacitetima. Najveći smještajni kapaciteti su u domaćinstvima 63.2% i kampovima i kampiralištima 18%. Ali treba uzeti u obzir da smještajni kapaciteti u hotelijerstvu stvaraju najveću dodatnu vrijednost pa je uloga velikih turističkih kompanija ipak značajna. Za ostvarivanje veće dodatne vrijednosti po sobi nužno je povećanje investicija u podizanje kvalitete i kategorije smještaja.

6. LITERATURA

a) Knjige, časopisi, zbornici

1) Bruža, D., Rudančić, A., (2020). *Total Quality Management in hotel systems within the framework of globalization,* Economic ideas and practice ISSN 2217-6217.

2) Cerović, Z., (2010). *Hotelski menadžment*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

3) Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., (2013). *Management of competitiveness in Camping: Trends in Internet use*, Informatol 46 2013 (1): 8-16, < raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/147468 >, (pristupljeno, 10.2022)

4) Družić, I. (2012), *Dugoročni trendovi i ograničenja hrvatskog turističkog tržišta*, Ekonomski pregled, Vol.61:103-136, < raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/79900 >, (pristupljeno 8.2022.)

5) Galičić, V., Laškarin, M., (2016). *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

6) Krželj-Čolović, Z.,(2014). *Strateško udruživanje malih i srednjih hotelskih poduzeća*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, < raspoloživo na: https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A1255/datastream/PDF/view , (pristupljeno 7.2021.)

7) Nikolić, K., (2021). *Problematika kategorizacije obiteljskog smještaja u turizmu,* Sveučilište Jurja Dobrila u Puli, <raspoloživo na: file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/specijalisticki_rad_katarina_nikolic_2019.pdf >, (pristupljeno 6.2021.)

8) Rajko, M., (2021). *Comparasion of the usability of EU funds in the Republic of Croatia with the countries that have similar economic indicators,* Proceedings of FEB Zagreb International Odyssey Conference on Economics and Business, 1 (3), str.399-400

9) Rajko, M., Sala, K., Sadkowski, W., (2022). *Quality costs in some European boutique hotels – a case study of Cracow and Zagreb,* Varaždin Developmnet and Entrepreneurship Agency, <raspoloživo na: https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/292247/rajko_sala_sadkowski_quality_costs_in_some_european_boutigue_hotels_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y,> (pristupljeno 10.2022)

10) Rajko, M., Krajnović, A., Tomčić, Z. (2008). *Public-private partnership for the development of tourism in rural areas.* International Conference of the School of Economics and Business in Sarajevo, <raspoloživo na: file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/PUBLIC-PRIVATE_PARTNERSHIP_FOR_THE_DEVELOPMENT_OF_.pdf >,(pristupljeno, 10.2022).
11) Rudančić, A., Kulić, K., (2020). *Kamping turizam u ulozi stvaranja konkurentnosti hrvatskog turizma*, Acta Economica Et Turistica, Vol 6 (2021), No 1:2: 1-156, <raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/366515 >, (pristupljeno 9.2022.)
12) Šonje, V., (2020), Doprinos različitih vrsta turističkog smještaja dodanoj vrijednosti i gospodarskom razvoju, Arhivanalitika, (pristupljeno 8.2022.)
13) Vlahov, A. (2014). *Strateško udruživanje u funkciji podizanja konkurentnosti malih i obiteljskih hotela u Hrvatskoj*, Acta Turistica, Vol 26 (1): 23-54, < raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/199419 >,(pristupljeno 09.2022.)

b) Internet izvori (članci, službene stranice)

14) Arena Hospitality Group d.d., <raspoloživo na: https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/investitori/pristup-razvoju >, (12.2022.)
15) Državni zavod za statistiku, statistička izvješća (2018), ISSN 1331-341X, <raspoloživo na: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf >, (10.2022.)
16) Državni zavod za statistiku, statistička izvješća (2019), ISSN 1331-341X, <raspoloživo na: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf , Zagreb 2020, (10.2022.)
17) Državni zavod za statistiku, statistička izvješća (2020), ISSN 1331-341X, Zagreb 2021, <raspoloživo na: https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf> , (10.2022.)
18) Državni zavod za statistiku, statistička izvješća (2021), ISSN 1331-341X, Zagreb 2022, <raspoloživo na: https://podaci.dzs.hr/media/gwcghawn/si-1700_turizam-u-2021.pdf>, (10.2022.)
19) Fininfo.hr, <raspoloživo na: https://www.fininfo.hr/Account/LogOn >, (11.2022)
20) Godišnje izvješće uprave Jadranski luksuzni hoteli d.d. o poslovanju za 2019. godinu, <raspoloživo na: https://www.adriaticluxuryhotels.com/wp-content/uploads/2020/06/JLH-d.d.-Izvje%C5%A1%C4%87e-Uprave-o-poslovanju-2019.g..pdf > ,(pristupljeno 10.2022.)

21) Godišnje izvješće Uprave Valamar Riviera d.d. za 2019. g, konsolidirano, <raspoloživo na: https://valamar-riviera.com/media/374367/godisnji-izvjestaj-za-2019-konsolidirani-pdf.pdf , (pristupljeno 10.2022.)
22) Hotelijer, O hotelima i hotelijerstvu, <raspoloživo na: https://hotelijer.wordpress.com/hrvatsko-hotelijerstvo-2/ >, (pristupljeno 5.2021.)
23) HUT, Turistički impuls (2019), <raspoloživo na: https://www.udrugaturizma.hr/turisticki-impuls/ >, (pristupljeno 11.2022.)
24) Jadranka Turizam d.o.o., <raspoloživo na: http://www.inskysolutions.com/jadranka-turizam.aspx >, (pristupljeno 12.2022.)
25) Liburnia Riviera Hoteli d.d., Godišnje izvješće za 2019. godinu, <raspoloživo na: https://www.liburnia.hr/cms_media/web/biz/financije/GODISNJE-FINANCIJSKO-IZVJESCE-2019-REV.pdf >, (pristupljeno 10.2022.)
26) Maistra d.d., <raspoloživo na: https://www.maistra.com/hr/?gclid=CjwKCAjwtKmaBhBMEiwAyINuwMxl526le-5fwtXIitMJpbPLlsktxfcuqoZrJgnDwsaGy_Q33EVWBBoCXRsQAvD_BwE#/>, (pristupljeno 10.2022.)
27) Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2018, Izdanje 2019., <raspoloživo na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/HTZ%20TUB%20HR_%202018%20(004).pdf >, (pristupljeno 10. 2022.)
28) Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2019, izdanje 2020, <raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf >, (pristupljeno 10,2022.)
29) Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2020, izdanje 2021., <raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf >, (pristupljeno, 11.2022.)
30) Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2021, izdanje 2022., <raspoloživo na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf >, (pristupljeno, 11.2022.)
31) Poslovna.hr, <raspoloživo na: https://poslovna.hr/ , (pristupljeno 12.2022.)
32) Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata, (2016)., <raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html >, (pristupljeno 09.2022).

33) Solaris d.d., Godišnje financijsko izvješće za 2019. godinu, <raspoloživo na: https://www.amadriapark.com/hr/wp-content/uploads/sites/4/2020/08/godisnje-financijsko-izvjesce-2019-konsolidirano-solaris-dd-compressed.pdf>, (pristupljeno, 10.2022.)
34) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. g, (2013), <raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html>, (pristupljeno 10.2022.)
35) Valamar Riviera d.d, <raspoloživo na: https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/> , (pristupljeno 10.2022.)

POPIS TABLICA

Tablica **Stranica**

I. Pokazatelji turističkog tržišta 2018.- 2021. 13.

II. Smještajni kapaciteti prema vrstama objekta 2018. – 2021. 15.

III. Smještajni kapaciteti prema kategoriji objekta 2018.-2021. 18.

IV. Dolasci i noćenja turista prema vrsti i kategoriji turističkih smještajnih objekata 2018.-2021. 19.

V. Financijski pokazatelji najvećih turističkih kompanija 2021. godine 27.

VI. Poslovni rezultati Valamar Riviera d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 29.

VII. Poslovni rezultati Maistra d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 30.

VIII. Poslovni rezultati Plava Laguna d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 31.

IX. Poslovni rezultati Jadranski luksuzni hoteli d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 32.

X. Poslovni rezultati Arena Hospitality Group d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 33.

XI. Poslovni rezultati Solaris d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 34.

XII. Poslovni rezultati Liburnia Riviera hoteli d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 35.

XIII. Poslovni rezultati HUP - Zagreb d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 36.

XIV. Poslovni rezultati Jadranka Turizam d.o.o. u razdoblju od 2017.-2021. 37.

XV. Poslovni rezultati Turisthotel d.d. u razdoblju od 2017.-2021. 38.

XVI. Ukupni prihodi najvećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj 2017.-2021. 40.

XVII. Udio ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim prihodima od turizma RH 2017.-2021. 43.

XVIII. Ukupan broj zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama 2017.-2021. 45.

POPIS ILUSTRACIJA

Popis grafikona

Grafikon **Stranica**

I. Udjel ukupnih prihoda od turizma u ukupnom BDP-u RH 14.

II. Ukupan broj hotela prema kategoriji 2018. – 2021. 17.

III. Ukupni prihodi od turizma Republike Hrvatske 2017. – 2021. 42.

IV. Udio ukupnih prihoda najvećih turističkih kompanija u ukupnim prihodima od turizma Republike Hrvatske 43.

V. Ukupno zaposleni u turizmu Republike Hrvatske 2017. – 2021. 46.

VI. Udio ukupno zaposlenih u najvećim turističkim kompanijama u ukupno zaposlenim u turizmu Republike Hrvatske 47.