Statistička analiza turizma u Republici Hrvatskoj

Kovačina, Danko

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic Nikola Tesla in Gospić / Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:107:794351

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Polytechnic Nikola Tesla in Gospić - Undergraduate thesis repository

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Danko Kovačina

STATISTIČKA ANALIZA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

STATISTICAL ANALYSIS OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Završni rad

Gospić, 2017.

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Poslovni odjel

Stručni studij Ekonomika poduzetništva

STATISTIČKA ANALIZA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

STATISTICAL ANALYSIS OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Završni rad

MENTOR

Kristina Devčić, univ.spec.oec.

STUDENT

Danko Kovačina

JMBAG: 2962000575/13

Gospić, lipanj 2017.

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću
Poslovni odjel
Gospić, 18. travnja 2017.

ZADATAK

za završni rad

Pristupniku Danku Kovačini MBS: 2962000575/13.

Studentu stručnog studija Ekonomika poduzetništva izdaje se tema završnog rada pod nazivom

Statistička analiza turizma u Republici Hrvatskoj

Sadržaj zadatka :

Definirati pojam turizma. Opisati razvoj turizma u Republici Hrvatskoj. Analizirati turističku potražnju u Republici Hrvatskoj na temelju dostupnih podataka. Analizirati smještajnu infrastrukturu. Analizirati udjele broja noćenja turista iz 10 najzastupljenijih zemalja u ukupnom broju noćenja inozemnih turista u odabranom razdoblju. Donijeti zaključak.

Završni rad izraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta „Nikola Tesla“ u Gospiću.

Mentor: Kristina Devčić, v.pred. zadano: 18. travnja 2017., _____
(ime i prezime) (nadnevak) potpis

Pročelnik odjela: dr.sc. Vlatka Ružić, v.pred. predati do: 05. rujna 2017., _____
(ime i prezime) (nadnevak) potpis

Student: Danko Kovačina primio zadatak: 18. travnja 2017. , _____
(ime i prezime) (nadnevak) potpis

I Z J A V A

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom Statistička analiza turizma u Republici Hrvatskoj izradio samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora Kristine Devčić,univ.spec.oec..

Danko Kovačina



(potpis studenta)

SAŽETAK

Osnovni cilj istraživanja ovog rada je analiza kretanja i strukture u turizmu u Republici Hrvatskoj kao strateški važnoj gospodarskoj grani. Upravo je turizam područje koje uvelike potiče razvoj hrvatskog gospodarstva, ali i zadržava određeni broja stanovnika u zemlji. U ovom završnom radu se na temelju provedene statističke analize relevantnih pokazatelja pruža podloga za donošenje odluka vezanih za strateška pitanja gospodarstva u Hrvatskoj. Nastoji se analizirati u kojem se smjeru razvija hrvatski turizam odnosno u kojem bi se smjeru trebao razvijati. Analizirajući statističke podatke turizma može se vidjeti da hrvatsko gospodarstvo ovisi o turizmu. Dodatni problem hrvatskog turizma je i sezonalnost (samo u srpnju i kolovozu turisti noće preko 6 dana dok ostatak godine se to kreće oko 2 dana), ali Republika Hrvatska svakako posjeduje potencijale i resurse (kongresni, zdravstveni, sportski turizam...) za dodatnim razvojem turizma. Analiziran je i udio broja noćenja turista iz 10 najzastupljenijih zemalja u ukupnom broju noćenja inozemnih turista u odabranom razdoblju i dani su mogući razlozi za uočene promjene u udjelima.

Ključne riječi: turizam, statistička analiza, gospodarstvo, broj noćenja, grafički prikazi

SUMMARY

The main aim of this paper is to analyze the trends and structure of tourism in the Republic of Croatia as a strategically important industy. In fact tourism is what greatly encourages the development of the Croatian economy, but also keeps certain number of people in a country. In this paper it is provided a strong basis for decision making regarding to strategic issues of the Croatian economy, based on the analysis and relevant indicators. It is necessary to see in which direction is Croatian tourism developing and in which direction it should be developing. Based on a analysis of the data we see that Croatian economy is dependent on the tourism industry. The additional issue of Croatian tourism is also seasonality (only in July and August tourist make 6 or more overnight stays while the rest of the year it fluctuates around 2 days), but the Republic of Croatia certainly has potential and resources (congressual, health, sports tourism...) for further development of tourism. Percentage of overnight stays from 10 most represented countries in overall number of overnight stays made by foreigners in chosen period has also been analyzed and possible reasons for fluctuations over the period are given.

Key words: tourism, statistical analysis, economy, overnight stays, graphics

SADRŽAJ

1. UVOD 1
   1.1. Predmet istraživanja 1
   1.2. Svrha i cilj istraživanja 1
   1.3. Metode istraživanja 1
   1.4.Struktura rada 2
2. KORIŠTENA METODOLOGIJA 3
   2.1. Pojam statistike 3
   2.2. Koraci u istraživanju pomoću statističkih metoda 4
   2.3. Analiza vremenskih nizova 5
   2.3.1. Vremenski nizovi i njihovo grafičko uspoređivanje 6
   2.3.2. Individualni indeksi vremenskog niza 7
3. TURIZAM 9
   3.1. Pojam turizma 9
   3.2. Povijesni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj 10
   3.3. Turistički resursi Republike Hrvatske 12
   3.4. Gospodarska važnost turizma 17
   3.5. Utjecaj turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske 18
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA 20
   4.1. Statistička analiza kretanja turizma u Republici Hrvatskoj 20
   4.2. Analiza smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj 23
   4.3. Analiza dolazaka i strukture gostiju u Republici Hrvatskoj 25
5. ZAKLJUČAK 31
   LITERATURA 33
   POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA 34

1. UVOD

Za donošenje važnih odluka pri poslovanju ili razvoju strategija potrebne su relevantne informacije. Međutim informacije ništa ne znače ako iz njih nije moguće donositi zaključke. Statistička analiza se koristi kako bi se imao temelj za donošenje pravodobnih i kvalitetnih odluka, ali i kako bi se moglo analizirati prošle poslove i strategije.

Republika Hrvatska je sa svojim brojnim resursima prepoznatljiva i omiljena turistička destinacija mnogima te nastoji konkurirati ostalim turistički receptivnim zemljama Mediterana. Od turizma Republika Hrvatska ostvaruje značajnu zaradu čime potiče svoje gospodarstvo.

Važni turistički podaci koji se analiziraju u turizmu su: broj dolazaka, noćenja turista, broj i struktura smještajnih kapaciteta, potrošnja turista i mnogi drugi budući da se na temelju njih može zaključiti o razvoju određene turističke destinacije.

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada je analiza kretanja i strukture u turizmu u Republici Hrvatskoj kao strateški važnoj gospodarskoj grani. Upravo je turizam područje koje uvelike potiče razvoj hrvatskog gospodarstva, ali i zadržava određeni broja stanovnika u zemlji.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Cilj ovog rada je na temelju provedene analize relevantnih pokazatelja pružiti podlogu pri donošenju odluka vezanih za strateška pitanja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Potrebno je vidjeti u kojem se smjeru razvija hrvatski turizam, odnosno u kojem bi se smjeru trebao razvijati.

1.3. Metode istraživanja

U radu će se, uz proučavanje stručnih i znanstvenih izvora literature te podataka iz sekundarnih izvora, koristiti odgovarajuće statističke metode poput deskriptivne statistike kako bi se

podaci uredili te tablično i grafički prikazali. Analiza će se provesti na temelju podataka preuzetih od Državnog zavoda za statistiku i Ministarstva turizma u svezi turističkih rezultata. U analizi će se koristiti grafička metoda, metode deskriptivne statistike, metoda analize i sinteze.

1.4. Struktura rada

Rad je podijeljen na pet poglavlja. U prvom poglavlju rada se uvodno navodi predmet, cilj te metode rada. Drugo poglavlje daje pregled korištene metodologije istraživanja; dok treće poglavlje opisuje turizam, povijesni razvoj turizma u Hrvatskoj, turističke resurse i turistička kretanja u hrvatskom turizmu te utjecaj turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske. Četvrto poglavlje daje rezultate statističke analize kretanja turizma u Republici Hrvatskoj. Peto poglavlje rada čini zaključak. Na kraju je dan popis korištene literature, te popis slika, tablica i grafova.

2. KORIŠTENA METODOLOGIJA

2.1. Pojam statistike

Statistika je znanstvena disciplina koja proučava metode prikupljanja, uređivanja, analize i tumačenja podataka. Zadaća je statistike sažimanje podataka kako bi se donio sud o promatranim pojavama i uočile njihove zakonitosti. Rezultati primjene statističkih analiza koriste se za poslovno odlučivanje i gospodarsku politiku.

Statistika kao znanstvena disciplina se dijeli na:

a) deskriptivnu (opisnu) statistiku - sastoji se od primjene postupaka kojima se podaci uređuju te tablično i grafički prikazuju. U sklopu deskriptivne statistike provodi se i raznovrsna brojčana analiza. Rezultati statističke analize dobiveni primjenom metoda deskriptivne statistike služe za donošenje zaključaka o pojavi koju oni predočuju te se ne poopćavaju.
b) inferencijalnu (analitičku) statistiku - sastoji se od primjene postupaka kojima se pomoću podataka iz uzorka donose zaključci o karakteristikama cjeline.

Predmet proučavanja statistike su masovne pojave. Svojstva i odnose masovnih pojava statistika može pratiti u svim društvenim i prirodnim procesima koji se proučavaju u različitim znanstvenim disciplinama. Svojim metodama statistika pokušava otkriti pravilnosti i zakonitosti u složenom spletu raznovrsnih elementarnih procesa i međusobnih utjecaja koristeći zakone vjerojatnosti te na osnovi podataka iz uzorka donijeti vrijednosne sudove o cjelini. (Štambuk, Devčić, 2010.)

Svjedoci smo svakodnevnog stvaranja golemog broja podataka. Uznapredovala tehnologija potpomognuta računalnim sustavima omogućuje mjerenje različitih poslovnih procesa te pohranu i laku dostupnost mjernih rezultata. Pored svog tog bogatstva podataka često nastaju problemi i nedoumice kako napraviti traženu analizu određenih procesa i kako odgovoriti na razna pitanja kao što su: koliko je poboljšan proces u odnosu na prošlu godinu, koliko ste bolji ili lošiji od konkurencije i slično. Samo na temelju prikupljenih podataka nemoguće je bilo što zaključiti o procesima i zato je potreban alat koji podatke pretvara u kratku i objektivnu informaciju na temelju koje se može analizirati procese, donijeti valjane odluke i poduzeti potrebne radnje. Taj je alat statistika.

Svi se procesi mijenjaju zbog utjecaja različitih čimbenika koji su izvan našega nadzora. Zato ponavljanjem mjerenja dobivamo različite rezultate, odnosno rezultati mjerenja nisu jednoznačni. Takve rezultate nije moguće obraditi egzaktnim alatom kao što je matematika. Podatke koji u sebi imaju ugrađenu slučajnost moguće je objektivno i pravilno obraditi i tumačiti koristeći se statistikom.

Statističkim metodama se procjenjuje prava vrijednost promatrane veličine i moguća pogreška. Statistika je nužna za zaključivanje o odnosu između mjerenih veličina, za provjeru pretpostavljenih relacija među njima i određivanje vrijednosti parametara koji su svojstveni konkretnom sustavu. Pomoću statistike se oblikuju procesi tako da proizvedu pouzdanije i preciznije rezultate.

Statistički rezultat je broj koji je potrebno interpretirati u kontekstu problema koji se rješava kako bi se u potpunosti dobio odgovor na postavljeno pitanje. Interpretacija statističkog rezultata igra važnu ulogu u zaključivanju u statistici. Upravo pogrešna interpretacija dovodi da pogrešnog zaključivanja i često i dobar statistički rezultat pretvara u potpuno pogrešan zaključak. Zato je pri donošenju zaključka na osnovi statističkog rezultata iznimno važna suradnja statističara i stručnjaka čiji se problem rješava. (Košiček, 2016.)

2.2. Koraci u istraživanju pomoću statističkih metoda

Postoji nekoliko temeljnih koraka kod obavljanja statističkog istraživanja:

1. Definiranje zadataka, cilja i predmeta statističkog istraživanja

U prvoj fazi istraživanja obavlja se definiranje statističkog skupa, njegovih karakteristika i obilježja. Donosi se i odluka hoće li se u istraživanju upotrebljavati primarni ili sekundarni podaci tj. hoće li se neposredno promatrati svojstva elemenata statističkog skupa ili će se koristiti postojeća baza podataka.

2. Promatranje i analiza prikupljenih podataka

U ovoj fazi istraživanja obavlja se konkretno prikupljanje podataka iz odabranih izvora, pri čemu se ocjenjuje kvaliteta takve "sirove" statističke građe. Poslije toga prikupljeni statistički podaci se unose i pohranjuju u odgovarajuću datoteku odabranog statističkog paketa.

3. Grupiranje, tabelarno i grafičko prikazivanje podataka

Ova faza uključuje grupiranje prikupljenih statističkih podataka. Sa tabličnim i grafičkim prikazima se omogućava jasnija i preglednija prezentacija. Pomoću vizualne prezentacije statističkih informacija, tablice i grafovi koriste se kao pomoćno sredstvo istraživanja i analize prikupljenih podataka.

4. a) Za podatke koji potpuno obuhvaćaju statistički skup upotrebljavaju se metode i tehnike deskriptivne ili opisne statistike

U ovoj fazi kad su prikupljeni svi podaci čitavog statističkog skupa računaju se apsolutni i relativni pokazatelji odnosa unutar jedne ili više pojava.

4. b) Za podatke koji obuhvaćaju dio tj. slučajni uzorak statističkog skupa upotrebljavaju se metode i tehnike inferencijalne statistike

Kada se u statističkom istraživanju raspolaže samo podacima iz uzorka, računaju se procjene parametara iz čitavog osnovnog statističkog skupa pri čemu se obavlja testiranje hipoteza o tim

parametrima.

5. Interpretacija rezultata i zaključci provedene analize

Nakon deskriptivne analize cijelog statističkog skupa obavlja se tumačenje takvih brojčanih rezultata i statističkih tablica pri čemu se donose određeni zaključci prema postavljenim ciljem statističkog istraživanja.

Poslije inferencijalne analize statističkog skupa na bazi uzorka, te prema postavljenim ciljevima istraživanja, donosi se izvješće o procijenjenim parametrima iz cijelog temeljnog statističkog skupa i rezultatima postavljenih hipoteza o tim pitanjima. (Rozga, 2003.)

2.3. Analiza vremenskih nizova

Statistička analiza pojave u vremenu se provodi temeljem konzistentnog vremenskog niza koji tu pojavu brojčano predstavlja. Vremenska serija je konzistentna ukoliko su joj frekvencije

međusobno usporedive. Međusobna usporedivost članova niza je osigurana ukoliko se u promatranom rasponu vremena ne mijenja pojmovna i prostorna definicija pojave. (Šošić, Serdar, 2002.)

2.3.1. Vremenski nizovi i njihovo grafičko uspoređivanje

Vremenski niz čini skup kronološki uređenih vrijednosti pojave. Vrijednosti promatrane varijable vremenskog niza zovu se frekvencije.

Prema vremenskoj definiciji sljedeće su vrste vremenskog niza: intervalni vremenski niz i trenutačni vremenski niz. Kod intervalnog vremenskog niza veličina pojave se mjeri u vremenskom intervalu. Kod trenutačnog vremenskog niza veličina pojave se mjeri u trenutku vremena.

Kako bi se dobila jasnija i preglednija slika kretanja vrijednosti neke pojave u određenom vremenskom intervalu, upotrebljava se grafičko prikazivanje vremenskih nizova. Graf pri tome treba biti jasan i potpun. Kod vremenskih nizova vrijeme se uvijek smješta na apscisu, dok se na ordinati smještaju vrijednosti pojave.

Na jednom grafičkom prikazu može se uspoređivati više vremenskih nizova s istom jedinicom mjere. Broj vremenskih nizova na jednom grafu ograničen je zbog tehničkih razloga budući da kod velikog broja nizova uspoređivanje postaje nepregledno.

Intervalni vremenski nizovi se mogu prikazati pomoću dvije vrste grafova: linijskim grafom i površinskim grafom (histogram). Kod linijskog grafa za intervalne vremenske nizove vrijednost pojave se označava na sredini svakog promatranog razdoblja (mjesec, kvartal, godina i sl.).

Kod površinskih grafova najčešće se koriste stupci naslonjeni jedan na drugog. Stupci su naslonjeni na os apscisu, imaju jednake baze, dok im visina odgovara vrijednostima niza za određeno razdoblje. Prema tome, površine ovih stupaca razmjerne su vrijednostima niza, dok razlike u njihovoj veličini upućuju na apsolutne razlike vrijednosti promatranog razdoblja.

Ukoliko intervalni vremenski nizovi prikazuju vrijednosti pojave za različite jedinice vremena, kod grafičkog prikaza riječ je o aproksimaciji, kojom se računaju prosječne vrijednosti pojave za manju ili veću vremensku jedinicu. Na primjer, ukoliko jedan niz tvore godišnji i mjesečni podaci, onda se sve svodi na godišnje ili na mjesečne vrijednosti pojave.

Trenutni vremenski nizovi mogu se prikazati pomoću površinskog grafa, a za njihovo prikazivanje se upotrebljava linijski graf. Kod njega za trenutne vremenske nizove vrijednost pojave se stavlja u trenutku u kojem se pojava promatra (početak, sredina, kraj ili neki drugi točan datum odabranih vremenskih razdoblja). Za nizove čije točke promatranja u vremenu nisu jednako udaljene ne treba se obavljati korekcija vrijednosti pojave. (Rozga, 2003.)

2.3.2. Individualni indeksi vremenskog niza

Kretanje vrijednosti pojave vremenskog niza zorno se može vidjeti iz grafičkog prikaza. Ipak, u statističkoj analizi često se javlja potreba preciznijeg definiranja kretanja vrijednosti neke pojave u vremenu, pri čemu se koriste:

- apsolutni pokazatelji - računaju se običnim oduzimanjem vrijednosti pojave u jednom vremenskom razdoblju od vrijednosti iste pojave u drugom razdoblju i izražavaju se u originalnim jedinicama mjere.

- relativni pokazatelji - omogućuju usporedbu kretanja pojava s različitim jedinicama mjere. Individualni indeksi su relativni pokazatelji dinamike kretanja vrijednosti pojave vremenskog niza i njima se uspoređuje stanje pojave u različitim vremenskim intervalima ili trenutcima. Individualni indeksi dijele se na: verižne indekse i bazne indekse.

Verižni indeksi pokazuju relativne promjene (u %) pojave u tekućem razdoblju u odnosu na prethodno razdoblje. Oni nam pokazuju za koliko posto se promijenila vrijednost pojave u određenom vremenskom razdoblju u odnosu na prethodno razdoblje. Nazivaju se i lančani indeksi, jer pokazuju promjene pojave u uzastopnim razdobljima i nadovezuju se jedan na drugi.

Bazni indeksi pokazuju relativne promjene (u %) pojave u tekućem razdoblju u odnosu na određeno odabrano bazno razdoblje. Pomoću njih se može doznati za koliko se posto vrijednost pojave u jednom razdoblju promijenila u odnosu na određeno bazno razdoblje.

Pravilan izbor baznog razdoblja veoma je važan jer se krivim izborom baznog razdoblja mogu dobiti pogrešne predodžbe o dinamici pojave. Odabere li se za bazno razdoblje ono razdoblje u kojem je vrijednost pojave bila najmanja, dobit će se uvijek bazni indeksi koji pokazuju porast u odnosu na bazno razdoblje. Obratno, ukoliko se za bazno razdoblje odabere ono u kojem je

vrijednost pojave bila najveća, dobit će se indeksi koji pokazuju stalan pad u odnosu na bazno razdoblje. (Rozga, 2003.)

3. TURIZAM

3.1. Pojam turizma

Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoga uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalno godine dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju. (Petrić, 2007.)

Pojam uobičajeno okruženje je ključan u definiciji jer podrazumijeva geografsku cjelinu unutar koje se pojedinac kreće u svojoj svakodnevnoj životnoj rutini i ima nekoliko dimenzija:

- ✓ učestalost: mjesta koja osoba posjećuje u svakodnevnoj rutini mogu biti locirana i na značajnim udaljenostima (npr. osoba iz Splita, koja radi u Omišu ili Makarskoj),
- ✓ udaljenost: mjesta u blizini mjesta boravka čak iako ih osoba ne posjećuje često; različito poimanje "udaljenosti" u ovisnosti o geografskim faktorima,
- ✓ vrijeme putovanja do nekog mjesta i natrag,
- ✓ definicija mjesta na kojima pojedinac obavlja svakodnevne poslove vezane uz rad, kupovinu, studiranje i sl.

Preporuka WTO-a[1] jest da gornja granica područja koje se smatra uobičajenim okruženjem iznosi 160 km za domaće posjetitelje, a sve iznad toga se registrira kao turističko putovanje.

Definicije turizma na temelju statističkog kriterija pomažu formiranju i sređivanju građe za istraživanje biti pojave i njenih prirodnih, društvenih ekoloških, sociooloških i ekonomskih aspekata. Upravo prema statističkom kriteriju izvršena je klasifikacija pojavnih oblika turizma i to ovisno o porijeklu turista i zemlji koju se posjećuje. Prema tim kriterijima razlikujemo:

- ✓ Domaći turizam (engl. *domestic tourism*) - stanovnici zemlje A putuju po zemlji A,
- ✓ Ulazni turizam (engl. *inbound tourism*) - stanovnici zemlje B putuju po zemlji A,
- ✓ Izlazni turizam (engl. *outbound tourism*) - stanovnici zemlje A putuju po zemlji B.

Jedan je od ciljeva svake zemlje da poveća svoj ulazni turizam (povećanje broja domaćih i stranih turista) te da smanji svoj izlazni turizam (broj svojih rezidenata u inozemstvu). Time dovodi do porasta prihoda i smanjenja rashoda po osnovi turističkih putovanja.

[1] Svjetska trgovinska organizacija (engl. *World Trade Organisation, WTO*)

Ova podjela je statističke naravi i omogućava lakšu evidenciju i bilježenje doprinosa turizma nacionalnom ili svjetskom gospodarstvu. Važno je napomenuti da se u međunarodnoj turističkoj statistici ne bilježe osobe nego dolasci ili odlasci pa iz te činjenice proizlazi teškoća u evidentiranju turističkog prometa na određenom području jer se iste osobe mogu tijekom putovanja više puta prijaviti u različitim mjestima ili smještajnim objektima pa se registrira više dolazaka. Stoga se kao nešto pouzdaniji podatak rabi i pokazatelj broja noćenja.

Budući da turizam po definiciji nije industrija, on nema svoje zasebno mjesto u sustavu nacionalnih računa. To možemo vidjeti i iz sustava Nacionalne klasifikacije djelatnosti u Republici Hrvatskoj koja nigdje izrijekom ne spominje turizam kao djelatnost. Umjesto toga, različite djelatnosti koje sačinjavaju cjeloviti turistički proizvod razbija na različita područja i razrede: djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, putničke agencije, organizatori putovanja i ostale rezervacijske usluge... (Petrić, 2007.)

3.2. Povijesni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj

Tradicija organiziranog turizma u Republici Hrvatskoj duga je oko 150 godina, iako su i prije toga, još početkom 19. stoljeća, postojale pojave slične turizmu (poput odlaska na hodočašća ili liječenje), pa su se u tu svrhu izgradila prva svratišta, prenoćišta, hoteli i toplice (Daruvarske toplice, Stubičke toplice, Varaždinske toplice).

Razdoblje od druge polovice 19. stoljeća do Prvoga svjetskog rata obilježeno je izgradnjom cestovnih i željezničkih prometnica te uvođenjem parobrodskih linija na Jadranskom moru kao preduvjeta za ozbiljno bavljenje turizmom. Tada su se otvorili prvi hoteli, ponajprije u Opatiji, Zagrebu, Samoboru, Zadru, Crikvenici, Dubrovniku, napisani su prvi turistički vodiči (u Poreču i Puli već 1845. godine), u Zagrebu su se 1892. godine počela organizirati istraživačka putovanja na Velebit i jadransku obalu, a primorska su mjesta (poglavito ona na Kvarneru) postala središtima zdravstvenoga turizma. U njima su se tada osnovala prva turistička društva (u Krku 1866. godine i na Hvaru 1868. godine).

U međuratnom razdoblju turizam je u Republici Hrvatskoj dobio snažan zamah s prosječno milijun turističkih dolazaka godišnje (oko 1930. godine). Uvedene su obvezne boravišne pristojbe,

otvarane su mjenjačnice i izdavane turističke revije te su uspostavljene domaće i međunarodne zrakoplovne linije.

O turizmu kao o masovnom fenomenu može se govoriti unazad šezdesetak godina. Nakon Drugog svjetskog rata najprije je došlo do obnavljanja turističke infrastrukture uništene u ratnim razaranjima i njezine nacionalizacije, a istodobno su se počeli osnivati nacionalni parkovi i parkovi prirode te dramski, filmski i glazbeni festivali (Dubrovačke ljetne igre, Splitsko ljeto, Pulski filmski festival). Tijekom gospodarske ekspanzije 1960.-ih godina počeli su se graditi mnogobrojni turistički objekti, hoteli, marine, kampovi pa i cijela turistička naselja, uglavnom na Jadranu, ali i u kontinentalnoj Hrvatskoj (toplice u Hrvatskom zagorju i Slavoniji, područja nacionalnih parkova u Lici i Gorskom kotaru). Važna godina za turizam bila je i 1979., kad su na UNESCO-ovu listu svjetske baštine upisana prva tri područja (Dioklecijanova palača u Splitu, stari grad Dubrovnik i Nacionalni park Plitvička jezera).

Početkom 1990.-ih godina pretvorbom i privatizacijom turističkih poduzeća mijenja se vlasnička struktura. Tijekom Domovinskog rata zbog ratne opasnosti i blokade prometnih veza prema primorskim krajevima turizam gotovo zamire, a u turističkim se objektima smještaju mnogobrojni prognanici iz svih krajeva Republike Hrvatske i izbjeglice iz susjedne Bosne i Hercegovine. Do novoga zamaha došlo je nakon 1995. godine, a poglavito nakon 2000. godine, kad niz hrvatskih turističkih mjesta bilježi snažan porast broja stranih turista, a sama se Hrvatska pozicionira u vrh svjetske turističke potražnje.

U posljednjih tridesetak godina turistički promet obilježavaju tri bitno različite etape. U drugoj polovici 1980.-ih godina broj turističkih dolazaka nastavio se kretati ujednačenim trendom povećanja te je prešao 10 milijuna dolazaka. Potom je slijedio period Domovinskog rata, u kojem je, posve razumljivo, broj turističkih dolazaka strelovito pao (1995. godine zabilježeno je manje od 2,5 milijuna turističkih dolazaka). U poslijeratnom razdoblju taj broj opet raste pa se u posljednjih nekoliko godina registrira više od 10 milijuna dolazaka, odnosno oko 60 milijuna turističkih noćenja.

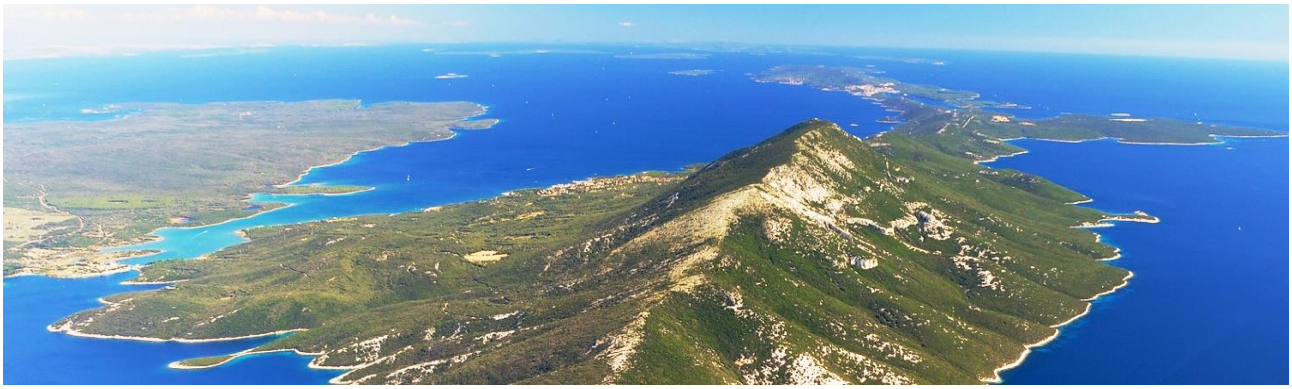
Od 1980. godine do danas udio stranih turista veći je nego domaćih, a tradicionalni su gosti iz Njemačke, Slovenije, Austrije, Italije, Češke i Slovačke. U posljednjih je desetak godina povećan broj turista iz Francuske, Nizozemske, Poljske, ali i prekomorskih zemalja.

Osim već istaknute intenzivnije promidžbe, koja je zasigurno utjecala na povećanje interesa za Republiku Hrvatsku u posljednjem desetljeću, na upotpunjivanje strukture turista po zemljama podrijetla novim turistima utjecalo je i uvođenje niskotarifnih zrakoplovnih linija i raznovrsnija ponuda jeftinijeg smještaja za turiste nižih platežnih mogućnosti. S druge strane, razvojem krstarenja na pojedinim destinacijama, posebice u Dubrovniku te otvaranjem i širenjem kapaciteta marina, Republiku Hrvatsku svake godine posjećuje sve više turista veće kupovne moći. Prema načinu dolaska i dalje prednjače individualna noćenja (64%), a tek trećina dolazi u nekom obliku organiziranih aranžmana. Prosječno se turisti zadržavaju 6 dana, dulje ljeti, a kraće tijekom ostalih godišnjih doba.

3.3. Turistički resursi Republike Hrvatske

Turistički resursi obuhvaćaju prirodna ili društvena dobra koja se mogu gospodarski iskoristiti odnosno privesti korisnoj svrsi u turizmu nekog područja. Teško je reći koje su vrste turizma u Republici Hrvatskoj značajnije od drugih ali ćemo ipak navesti neke od njih: ekoturizam, nautički turizam, ruralni turizam, kongresni turizam, izletnički turizam, urbani turizam, sportski turizam, zdravstveni turizam.

Slika 1: Lječilišni turizam na Velom Lošinju



Izvor: http://www.camps-cres-losinj.com/hr/otok-losinj-klimatsko-ljeciliste.aspx (26.4.2017.)

Zdravstveni je turizam najbrže rastuća grana turizma u svijetu i to s godišnjim rastom između 15% i 20%. Europa, kao najveće tržište, prihode od ovog vida turizma povećala je u odnosu na 2007. godinu za čak 62%. U Hrvatskoj je riječ o tržištu koje trenutno zapošljava oko 10.000

osoba, a prihod od zdravstvenih usluga, i to bez smještaja i prateće potrošnje, iznosi oko 300 milijuna eura. Iako se na prvu čini mnogo, prema slobodnim, ali posve realnim procjenama, radi se o tržištu koje bi vrlo brzo moglo doseći prihode veće od milijardu eura. Uzimajući u obzir da je sezonalnost najveći problem hrvatskoga turizma, upravo zdravstveni turizam može biti i je alat kojim se sezonalnost može smanjiti. Također Ministarstvo turizma je prepoznalo značaj zdravstvenog turizma koji je i u Strategiji do 2020. godine postavljen na visoko treće mjesto.

Slika 2: Marina Frapa, Rogoznica



Izvor: http://loverogoznica.eu/hr/marina-frapa/ (26.4.2017.)

Nautički turizam omogućava prisniji kontakt s prirodom, bijeg od buke i zagušenih plaža. Upravo zbog toga a i zbog činjenice da je za uživanje u ovoj grani turizma potrebna jedrilica, pogodan je za turiste nešto veće kupovne moći. Razvedenost hrvatske obale (indeks razvedenosti hrvatske obale iznosi 11[2]) je uz veliki broj otoka jedan od glavnih aduta za razvoj nautičkog

[2] Indeks razvedenosti obale se dobije tako da se vrijednost ukupne duljine obalne crte kopna i otoka podijeli s vrijednošću zračne udaljenosti krajnjih točaka obala. To znači da je hrvatska obala 11 put duža od zračne udaljenosti dviju krajnjih točaka hrvatske obale.

turizma. Uz razvedenost obale i atraktivnost otočnoga prostora Hrvatska se ističe obilježjima reljefa. Od 363 luke, lučice, sidrišta i marina, kvarnerski, zadarski i dubrovački akvatorij ih sadrže 60%. Ipak, ponajviše zbog Nacionalnog parka Kornati, najatraktivniji je šibenski akvatorij. U ukupnom turističkom prometu Hrvatske nautički turizam čini tek 7% od ukupnih dolazaka ili 2% ukupnih noćenja 2001. godine. U zadnjih 5 godina turistički promet nautičara je udvostručen a prosječne godišnje stope rasta iznosile su oko 15%. Kod nautičkog turizma manje je naglašena sezonalnost od stacioniranog[3] što daje mogućnost produžene sezone a to je nešto za čime teži hrvatski turizam.

Slika 3: Kongresni centar na Zagrebačkom velesajmu



Izvor: http://www.poslovniturizam.com/destinacije/zagreb/17/kongresne-dvorane/ (26.4.2017.)

Kongresni turizam također je jedan od specifičnih oblika turističke djelatnosti koji u Hrvatskoj uzima sve više maha. Najistaknutiji gradovi u ovom segmentu turističke ponude su svakako Zagreb i Dubrovnik, dok se među regijama najviše ističe Istra. Osim što kongresni turizam predstavlja izvrstan način promocije destinacije budući da se gosti u 40% slučajeva vraćaju u privatnom aranžmanu s obiteljima ili prijateljima, iznimna prednost ovog oblika turizma leži u povećanoj prosječnoj potrošnji gostiju koja iznosi 150 – 200% više od ostalih gostiju. Kako bi

[3] Stacionarni turizam s aspekta podjele turizma prema dužini boravka turista je turizam koji se razvija na osnovi dužeg zadržavanja turista u turističkim mjestima i objektima.

kongresna industrija bila što razvijenija i uspješnija, destinacije i organizatori poslovnih skupova trebaju zadovoljiti nekoliko parametara od kojih su najvažniji visokokvalitetni hotelski smještaj i ugostiteljska ponuda, sigurnost gostiju te pristupačnost destinacije.

Slika 4: Tour of Croatia



Izvor: http://hrturizam.hr/tour-of-croatia-trazi-volontere/ (26.4.2017.)

Sinergija sporta i turizma, pogotovo uz svjetske sportske uspjehe naših sportaša, trebala bi biti bolje izražena te kvalitetnije iskorištena upravo u mjesecima van turističke sezone kako bi se riješio jedan od ključnih problema hrvatskog turizma – sezonalnost. Sport je upravo taj dodatni sadržaj i jedna od formula kako produžiti pred i posezonu. Od maratona i polumaratona, rekreativnog trčanja, juda, košarke, stolnog tenisa, biciklista… Svi ti sportovi mogu privući stotine i tisuće natjecatelja za jedan vikend u turističku destinaciju. Moramo investirati u infrastrukturu i napraviti zaokružen sportsko-turistički proizvod. Važno je naglasiti kako se uz sportski turizam veže i zdravstveni turizam kroz rehabilitacije i liječenje kao i wellness, kulturni i razne druge vrste turizma. Prema nekim procjenama, sport obuhvaća preko 600 milijuna aktivnih sudionika. Znatan dio ovih sportskih aktivnosti provodi se u okviru turizma, a najveća moć turizma je što on nije pojedinačna industrija nego veže vertikalno i horizontalno razne industrije i tako utječe na razvoj lokalne ekonomije i podizanje kvalitete lokalnog standarda.

Slika 5: Mrežnica



Izvor: http://hotspots.net.hr/2015/07/gdje-pronaci-spas-od-vrucina-sest-brzih-prijedloga/ (26.4.2017.)

Masovni turizam je neizbježna i ozbiljna prijetnja okolišu. Stoga postoji novi pokret nazvan ekoturizam, koji ima za cilj štiti turističke destinacije u njihovom prirodnom okruženju. U Hrvatskoj on je još u začetku, ali za domaće turističke djelatnike nikako ne bi smjela biti zanemariva činjenica da se za njega odlučuje velik broj Europljana. Ekoturisti štite i čuvaju prirodne resurse, nastoje značajno utjecati na smanjenje proizvodnje "sezonskog" otpada i smeća, etički i edukativno komunicirati s lokalnom zajednicom u kojoj trenutno borave. Cilj je da se napuste turističke destinacije te se okrene k turizmu koji ne ostavlja poharano okruženje nakon odlaska mnogobrojnih gostiju. Problem ekoturizma je da je znatno skuplji tako su se mnoge europske turističke agencije okrenule ekoturizmu kao elitnoj vrsti turizma u koji su ukomponirali i zdravstveni značaj. Potencijalnoj klijenteli obraćaju se s ponudama "odmorom do boljeg zdravlja, kretanjem u prirodi do dužeg života" i slično. Naša prednost je da je Jadransko more dom kornjačama, sredozemnoj medvjedici, dobrim dupinima, a zaobalje bogatog ekosustava je stanište rijetkih i ugroženih vrsta flore i faune. Nikako ne treba zanemariti ovaj novi turistički aspekt - zeleno putovanje i zaštitu prirodnih staništa od pošasti masovnog turizma, pošto nudi veću zaradu, a uz manje štetni utjecaj na okoliš.

3.4. Gospodarska važnost turizma

Turizam i njegovi učinci prepoznaju se u svim dijelovima BDP-a. Većina izdataka turista će se uračunati u osobnu potrošnju, pod investicije spada svako trošenje novaca od strane poduzeća za obavljanje poslova u svrhu turizma te će se u uvoz uvrštavati onaj novac koji je turist potrošio na prijevoz u vlasništvu inozemnog poduzeća dok će u obrnutoj situaciji taj potrošeni novac biti uračunat pod izvoz odnosno kad se prodaju usluge prijevoza i ostale turističke usluge od strane domaćeg poduzeća inozemnim turistima. Ti izdaci će imati tok kroz cijelo gospodarstvo te će turizam utjecati i na druge djelatnosti i područja. Primici tvrtke od turizma će se koristiti za plaćanja faktora proizvodnje i time povećavati dohodak što će značiti da će i država više ubirati porezima.

Turistička potrošnja je ono što pokreće ekonomske učinke turizma te ona označava svu potrošnju koja proizlazi od privremenih posjetitelja. Ona se može definirati kao diskrecijski dio osobne finalne potrošnje koji je namijenjen da zadovolji potrebe pojedinca u vezi turističkih putovanja bila ona inozemne ili domaće prirode. To što je dio osobne potrošnje govori da se može odbaciti bilo kakva veza između potrošnje i stjecanja profita te da se njome izričito zadovoljavaju turističke i primarne, fiziološke potrebe pojedinca. (Čavlek, 2011.)

Pojam turističke potrošnje može se podijeliti na dva dijela, domaću i inozemnu, ovisno o emitivnom području iz kojeg dolaze turisti. Između ta dva dijela postoji velika razlika u učincima na gospodarstvo turistički receptivnih područja koje će te potrošnje generirati. Kod domaće turističke potrošnje je važno za uočiti to da će imati mali utjecaj na nacionalno gospodarstvo jer će dohodak koji je omogućio stvaranja turističke potrošnje biti ostvaren u istoj zemlji u kojoj će nastati turistička potrošnja te će to uzrokovati samo preraspodjelu dohotka unutar nacionalnog gospodarstva budući da će samo migrirati iz jedne administrativne jedinice u drugu. Naspram domaće turističke potrošnje, inozemna ima mnogo veće učinke. To se događa zato što dohodak koji je ostvaren u turistički emitivnoj zemlji realizira potrošnju u turistički receptivnoj zemlji te to stvara višak kupovne moći u toj zemlji. Inozemnom turističkom potrošnjom odlijeva se dohodak iz gospodarskog sustava turistički emitivne zemlje (te realizacijom turističke potrošnje) uz istodobni priljev dohotka i znatan utjecaj na gospodarstvo turistički receptivne zemlje. (Pirjevec, Kesar, 2002.)

Kako bi se izmjerio ekonomski učinak turističke potrošnje koriste se razne metode među kojima je i koncept multiplikatora. Počevši od toga da su gospodarski sektori povezani slijedi da

poduzeća u jednom sektoru koriste intermedijarna dobra koja su proizvedena u nekom drugom sektoru te će to značiti da će porast potražnje za finalnim dobrima utjecati i na poduzeće iz drugog sektora koje je njihov dobavljač, a s time i na dobavljače tom drugom poduzeću. Zbog takve ovisnosti poduzeća, svaka promjena u turističkoj potrošnji će utjecati na cjelokupno gospodarstvo.

Potrošnja će najprije djelovati na poduzeća koja nude svoje finalne proizvode turistima, taj novac će biti ponovno potrošen od strane poduzeća. Dio tog novca će otići na uvoz i štednju i tako izaći iz gospodarstva promatrane zemlje.

Jedna od najvažnijih funkcija turizma je zapošljavanje, to govori podatak da je 2013. godine turizam izravno generirao 101 milijun radnih mjesta i oko dodatnih 164 milijuna neizravno u cijelom svijetu. To će reći da turizam generira radna mjesta u djelatnostima koje su usko povezane s turizmom, odnosno one koje pružaju finalne proizvode (ugostiteljstvo, turističko posredništvo, promet, trgovina), ali i u djelatnostima koje opskrbljuju već spomenute djelatnosti (prerađivačka industrija, energetika, vodoopskrba, obrazovanje). Povećanje turističke potrošnje utjecat će i na povećanje zaposlenosti, bilo izravne ili neizravne. (World Travel and Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact, 2014.)

3.5. Utjecaj turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske

Republika Hrvatska više od svih ostalih članica Europske unije ovisi o turizmu, čak više od Malte, Cipra ili Grčke, dokazuju podaci iz 2015. godine o deviznom prihodu od turizma koji se u Republici Hrvatskoj ostvari a iznosi 17 posto BDP-a, najviše u Europi dok je prosjek Unije 2,3 posto.

Devizni prihod od turizma u Republici Hrvatskoj raste od 2011. godine, pri čemu je u 2014. godini dosegnuo rekordnu razinu. Posljednjih nekoliko godina hrvatski BDP pada, pa je i rast udjela deviznog prihoda od turizma u BDP-u vidljiviji. Sa 17,3% udjela deviznih prihoda od turizma Republika Hrvatska je vodeća u EU, a slijede je otočne države Malta i Cipar, s po 14,3% odnosno 12,1% udjela. Grčka, primjerice, ima taj udio na razini od 7,5%. Razvijene države poput Španjolske imaju udio od 4,6%, Austrija neznatno viših 4,7%, a Italija je na 2,1%.

Tako visok pokazatelj u slučaju Republike Hrvatske sugerira visok stupanj ovisnosti gospodarstva o turizmu i upućuje na nedovoljnu razvijenost ostalih sektora. Stoga se i postavlja

pitanje može li se prosperitet nacionalnog gospodarstva temeljiti na varijabli čija je vrijednost oko petine BDP-a, a istovremeno je pod rizičnim utjecajima poput raznih prirodnih nepogoda te geo-političke nestabilnosti, a niti jedna razvijena država nema turizam kao sektor koji je najrazvijeniji, odnosno dominantan među ostalima.

Turizam pozitivno utječe na razvoj drugih dijelova gospodarstva u jednakoj mjeri u kojoj je razvoj drugih dijelova gospodarstva pozitivno utjecao na razvoj turizma. Velike investicije u prometnu infrastrukturu odigrale su veliku ulogu u razvoju turizma. Ipak, kako svrha razvoja prometne infrastrukture ne smije i ne može biti samo i isključivo turizam, tako ni ostale gospodarske grane svoj razvoj ne smiju temeljiti samo i isključivo na turizmu. Turizam u Republici Hrvatskoj ima snagu da postane generator razvoja ostalih gospodarskih grana, ali moramo biti svjesni da je snaga turističkog sektora gospodarstva ograničena i izložena velikom broju vanjskih utjecaja na koje Republika Hrvatska ne može utjecati.

Produljenje sezone izuzetno je poželjno s gledišta povećanja gospodarske aktivnosti odnosno kretanja BDP-a. Naime, dulja turistička sezona ne zahtijeva dodatne prilagodbe ukupnoga gospodarstva turizmu, osobito u smislu novih investicija, već samo osigurava dulju i rentabilniju upotrebu postojećih kapaciteta te, naravno, povećava ukupne prihode od turizma. (Radusinović, 2015.)

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.1. Analiza turističke potražnje u Republici Hrvatskoj

Svake godine sve veći broj turista posjeti našu zemlju u potrazi za odmorom. No postoji potreba analizirati turizam u Republici Hrvatskoj kako bismo mogli biti i još uspješniji u tome. U prvoj tablici su prikazani osnovni pokazatelji razvoja turizma u Republici Hrvatskoj od 1980. godine do 2015. godine.

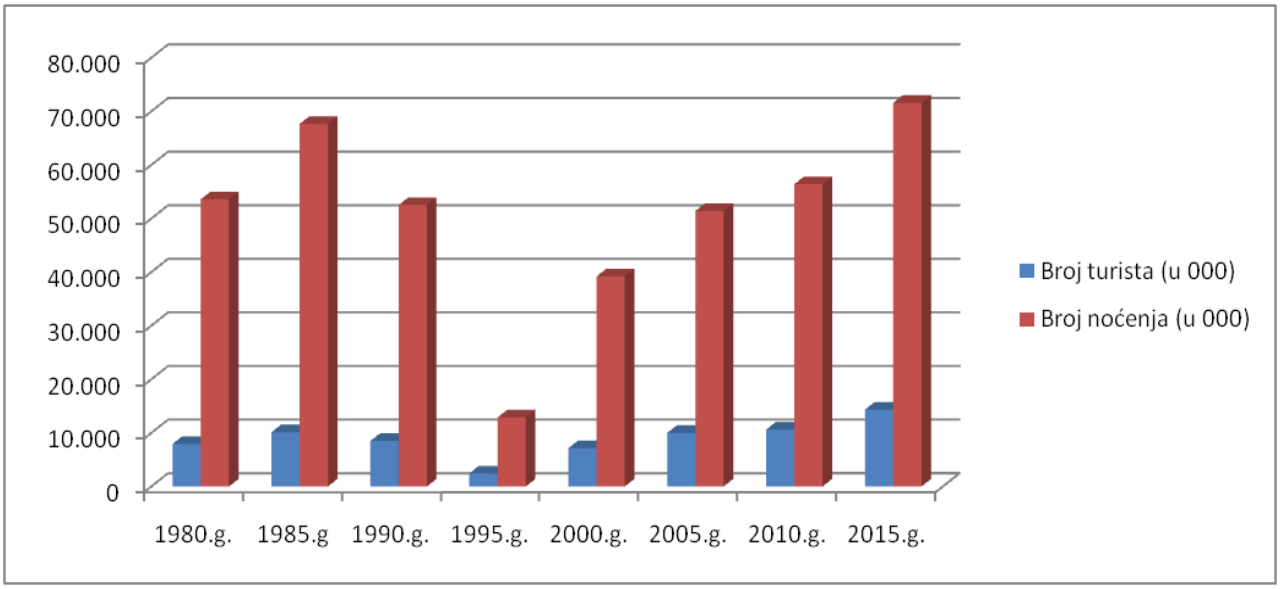
Tablica 1: Osnovni pokazatelji razvoja turizma u Republici Hrvatskoj od 1980. godine do 2015. godine

	1980.g.	1985.g.	1990.g.	1995.g.	2000.g.	2005.g.	2010.g.	2015.g.
Broj postelja (u 000)	692	820	863	609	710	909	910	1.029
Broj turista (u 000)	7.929	10.125	8.498	2.438	7.136	9.995	10.604	14.343
Broj noćenja (u 000)	53.600	67.665	52.523	12.885	39.183	51.421	56.416	71.605
Prosječni broj noćenja po postelji	77	83	61	21	55	57	62	70
Prosječni broj noćenja po turistu	6,8	6,7	6,2	5,3	5,5	5,1	5,3	5

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2015.

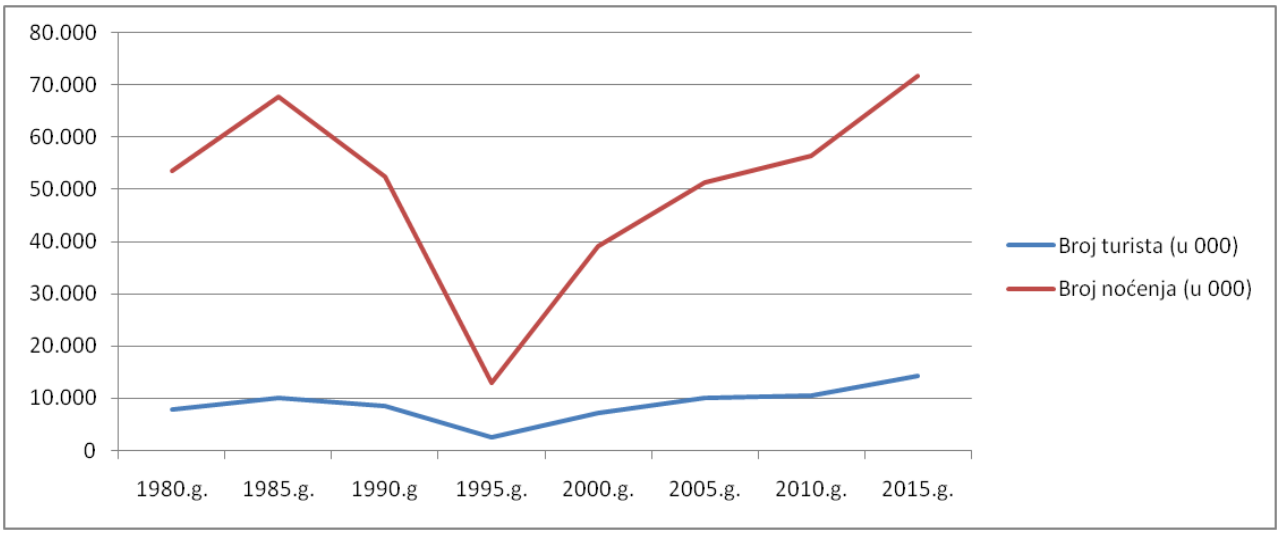
Iz tablice 1 je vidljivo da je 1980.-ih godina unatoč manjem broju postelja, ostvaren prilično velik broj noćenja. Takve brojke hrvatski turizam opet ostvaruje tek nakon Domovinskog rata no sa jednom promjenom, puno većim brojem postelja nego 1980.-ih godina. Vidljivo je da zahvaljujući boljoj prometnoj povezanosti, većem broju postelja i masovnosti turizma postižemo i prestižemo rezultate iz 1980.-ih godina no ne uspijevamo više zadržati turiste kod nas. Naime prosječan broj noćenja po turistu je u padu i ako se nešto ne učini po tom pitanju taj trend će se i nastaviti. Treba nam kvalitetan sadržaj kako bismo zadržali turiste kod nas u protivnom ćemo im samo biti usputna stanica na njihovom putu.

Slika 6: Odnos broja dolazaka turista i broja noćenja od 1980. godine do 2015. godine



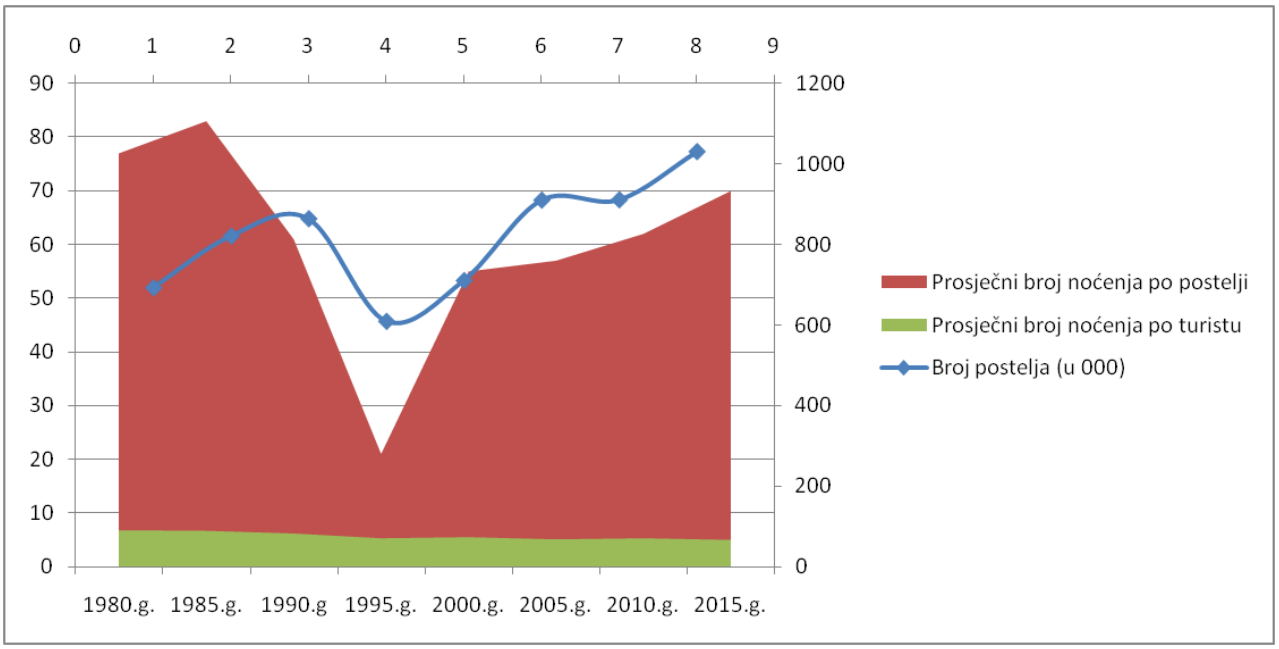
Izvor: autor na temelju podataka iz tablice 1

Slika 7: Odnos broja dolazaka turista i broja noćenja od 1980. godine do 2015. godine



Izvor: autor na temelju podataka iz tablice 1

Slika 8: Odnos prosječnog broja noćenja po postelji, prosječnog broja noćenja po turistu te broja postelja (u 000)



Izvor: autor na temelju podataka iz tablice 1

Tablica 2: Stope pokazatelja razvoja turizma u Republici Hrvatskoj od 1980. godine do 2015. godine (baza je 1980. godina)

	1980.g.	1985.g.	1990.g	1995.g.	2000.g.	2005.g.	2010.g.	2015.g.	Prosječna stopa
Broj postelja (u 000)	692	18,49%	24,71%	-11,99%	2,60%	31,35%	31,50%	48,69%	1,10%
Broj turista (u 000)	7.929	27,69%	7,17%	-69,25%	-10,00%	26,05%	33,73%	80,89%	1,66%
Broj noćenja (u 000)	53.600	26,24%	-2,00%	-75,96%	-26,89%	-4,06%	5,44%	33,59%	0,80%
Prosječni broj noćenja po postelji	77	7,79%	-20,77%	-72,72%	-28,57%	-25,97%	-19,48%	-9,09%	-0,26%
Prosječni broj noćenja po turistu	6,8	-1,47%	-8,82%	-22,05%	-19,11%	-25,00%	-22,05%	-26,47%	-0,85%

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2015. i izračun autora

Iz tablice 2 vidimo da je period Domovinskog rata utjecao na veliki pad u broju postelja u odnosu na 1980. godinu, naime broj postelja je pao 1995. godine za 11,99% a nakon toga se opet počeo oporavljati i rasti no konačni podatak govori da su od 1980. godine do 2015. godine rasle po godišnjoj stopi od 1,1%. Broj turista je također bio padu za vrijeme Domovinskog rata i to čak za

69,25% 1995. godine te se to nastavilo i 2000. godine nakon čega slijedi ponovni rast broja turista a podaci govore da je broj turista rastao po godišnjoj stopi od 1,66%. Broj noćenja je u odnosu na 1980. godinu bio u padu od 1990. godine pa sve do 2010. godine kada konačno bilježi porast od 5,44%, a najveći pad je bio 1995. godine od 75,96%. Noćenja su u odnosu na 1980. godinu do 2015. godine rasla po godišnjoj stopi od 0,80%. Prosječan broj noćenja po postelji i prosječni broj noćenja po turistu su u odnosu na 1980. godinu u stalnom padu i nikad se nisu oporavili. Prosječan broj noćenja po postelji je padao po godišnjoj stopi od 0,26% a prosječni broj noćenja po turistu je padao po stopi od 0,85%. No dok prosječan broj noćenja po postelji nakon 2000. godine bilježi konstantan rast, prosječan broj noćenja po turistu je od 1980. godine u konstantnom padu.

4.2. Analiza smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj

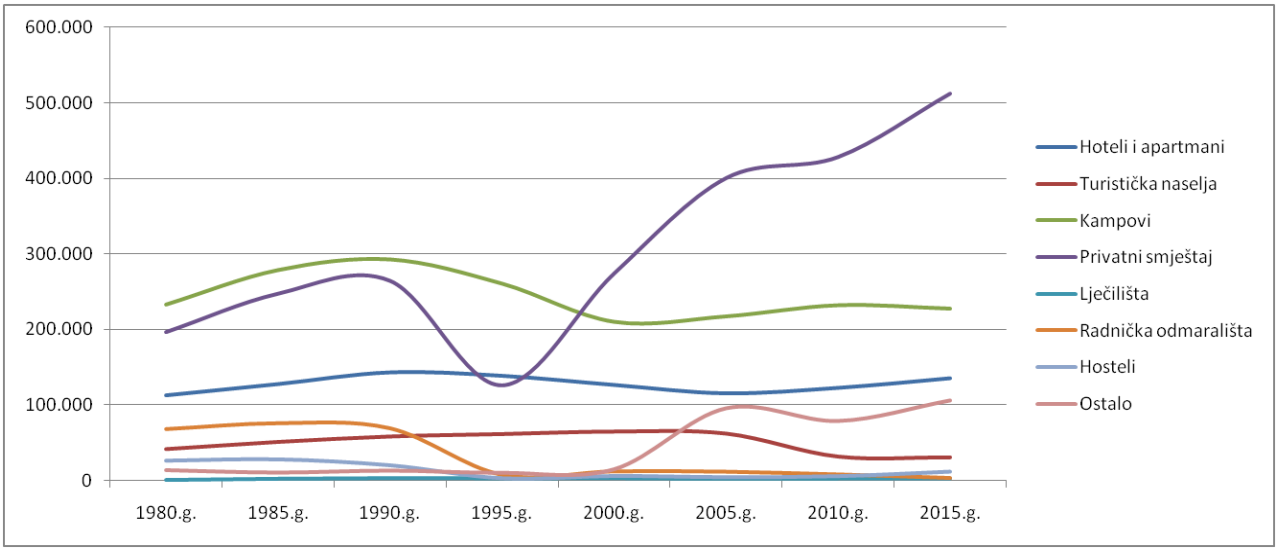
Smještajna struktura objekata u Republici Hrvatskoj vrhunac je dosegnula 1990. godine da bi naravno poslije Domovinskog rata ti kapaciteti bili smanjeni pošto je dobar dio njih bio uništen ili oštećen u ratu a neki su služili i kao privremeni smještaj mnogim izbjeglicama. Tako možemo vidjeti iz tablice 3 da broj hotela i apartmana iz 2015. godine ide polako prema brojkama iz 1990. godine dok broj turističkih naselja i kampova uvelike kaska za brojkama iz 1990. godine. To bismo mogli objasniti činjenicom da želimo razvijati ekskluzivniji turizam pa nam treba više hotela i apartmana a zanemarujemo kampove i turistička naselja misleći da nam neće donositi dovoljan profit. Lječilišta, hosteli, radnička odmarališta sve je to u zaostatku za 1990. godinom. Jedino se povećala ponuda privatnog smještaja što je na neki način i logično pošto smo prešli u kapitalizam, a mnogi su vidjeli u privatnom smještaju priliku za dodatnu zaradu i iskoristili to.

Tablica 3: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata od 1980. godine do 2015. godine u Republici Hrvatskoj

	1980.g.	1985.g.	1990.g.	1995.g.	2000.g.	2005.g.	2010.g.	2015.g.
Hoteli i apartmani	113.117	127.802	142.917	138.535	126.656	115.776	122.879	135.322
Turistička naselja	41.715	51.065	58.201	61.389	64.593	61.991	31.891	30.836
Kampovi	232.960	278.779	292.934	260.764	210.148	217.324	232.134	227.568
Privatni smještaj	196.034	246.995	264.092	125.370	273.833	400.454	428.464	512.583
Lječilišta	1.045	2.292	2.906	2.683	2.830	2.258	2.547	2.510
Radnička odmarališta	68.228	76.061	69.319	6.996	11.657	11.124	7.429	2.749
Hosteli	25.742	27.397	19.853	3.321	6.192	4.667	5.934	11.692
Ostalo	13.099	9.860	12.458	9.568	14.279	95.616	78.673	106.052
Ukupno	691.940	820.251	862.680	608.626	710.188	909.210	909.951	1.029.312

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2015.

Slika 9: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata od 1980. godine do 2015. godine u Republici Hrvatskoj



Izvor: autor na temelju podataka iz tablice 3

Tablica 4: Stope kretanja smještajnih kapaciteta po vrstama objekata od 1980. godine do 2015. godine u Republici Hrvatskoj (baza je 1980. godina)

	1980.g.	1985.g.	1990.g.	1995.g.	2000.g.	2005.g.	2010.g.	2015.g.	Prosječna stopa
Hoteli i apartmani	113.117	12,98%	26,34%	22,47%	11,96%	2,35%	8,62%	19,63%	0,49%
Turistička naselja	41.715	22,41%	39,52%	47,16%	54,84%	48,60%	-23,55%	-26,07%	-0,83%
Kampovi	232.960	19,66%	25,74%	11,93%	-9,79%	-6,71%	-0,35%	-2,31%	-0,06%
Privatni smještaj	196.034	25,99%	34,71%	-36,04%	39,68%	104,27%	118,56%	161,47%	2,70%
Lječilišta	1.045	119,33%	178,08%	156,74%	179,81%	116,07%	143,73%	140,19%	2,46%
Radnička odmarališta	68.228	11,48%	1,59%	-89,74%	-82,91%	-83,69%	-89,11%	-95,97%	-8,53%
Hosteli	25.742	6,42%	-22,87%	-87,09%	-75,94%	-81,87%	-76,94%	-54,58%	-2,16%
Ostalo	13.099	-24,72%	-4,89%	-26,95%	9,00%	629,94%	500,60%	709,61%	5,98%

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2015. i izračun autora

Iz tablice 4 je vidljivo da su najveći pad doživjela radnička odmarališta koja su padala po godišnjoj stopi od 8,53% što je donekle i razumljivo jer smo prešli iz komunizma u kapitalizam gdje velike kompanije nemaju odmarališta za svoje radnike već se radnici o tome brinu u vlastitom aranžmanu ako si to naravno mogu priuštiti. Drugi najveći pad su doživjeli hosteli koji su padali po godišnjoj stopi od 2,16% no oni od 2015. godine počinju svoj oporavak prvenstveno zbog backpack turista. Tu se radi o mladim studentima koji se odlučuju na putovanja u više destinacija te na taj način nastoje vidjeti što je moguće više za što je moguće manje troškova.

Najveći rast su doživjele ostale vrste smještaja koje su rasle po godišnjoj stopi od 5,98% dok je privatni smještaj rastao po stopi od 2,70% a lječilišta po stopi od 2,46%. No s lječilištima je problem da su ona svoju današnju razinu dosegnula već 1990. godine i od tada su praktički u blagom padu a upravo nam lječilišni (zdravstveni) turizam nudi velike šanse za zaradu i produžetak sezone.

4.3. Analiza dolazaka i strukture gostiju u Republici Hrvatskoj

Iz tablica 5 i 6 ćemo vidjeti da iako ukupan broj dolazaka i ostvarenih noćenja turista u razdoblju od 2010. godine pa do 2014. godine je u stalnom porastu da broj dolazaka i ostvarenih

noćenja domaćih turista varira. Možemo to objasniti činjenicom da ovisno o gospodarskoj situaciji u zemlji domaći turisti si ne mogu svake godine priuštiti odlazak na odmor. Također je vidljivo da strani turisti očito tih problema nemaju tako da svake godine dolaze u sve većem broju i ostvaruju sve veći broj noćenja. Što nam govori da trebamo pripremiti infrastrukturu kako bismo uopće mogli primiti toliku količinu ljudi i organizirati im razne primamljive sadržaje kako bismo ih što dulje zadržali kod nas pošto je očito da samo im zanimljivi.

Tablica 5: Broj dolazaka turista za razdoblje 2010.-2014. godine

Godina	Domaći turisti	Indeksi domaćih turista (2010.=100)	Strani turisti	Indeksi stranih turista (2010.=100)	Ukupan broj turista
2010.	1.493.374		9.110.742		10.604.116
2011.	1.529.003	102,4	9.926.674	108,95	11.455.677
2012.	1.465.934	98,16	10.369.226	113,81	11.835.160
2013.	1.485.361	99,46	10.948.366	120,17	12.433.727
2014.	1.505.455	100,81	11.622.961	127,57	13.128.416

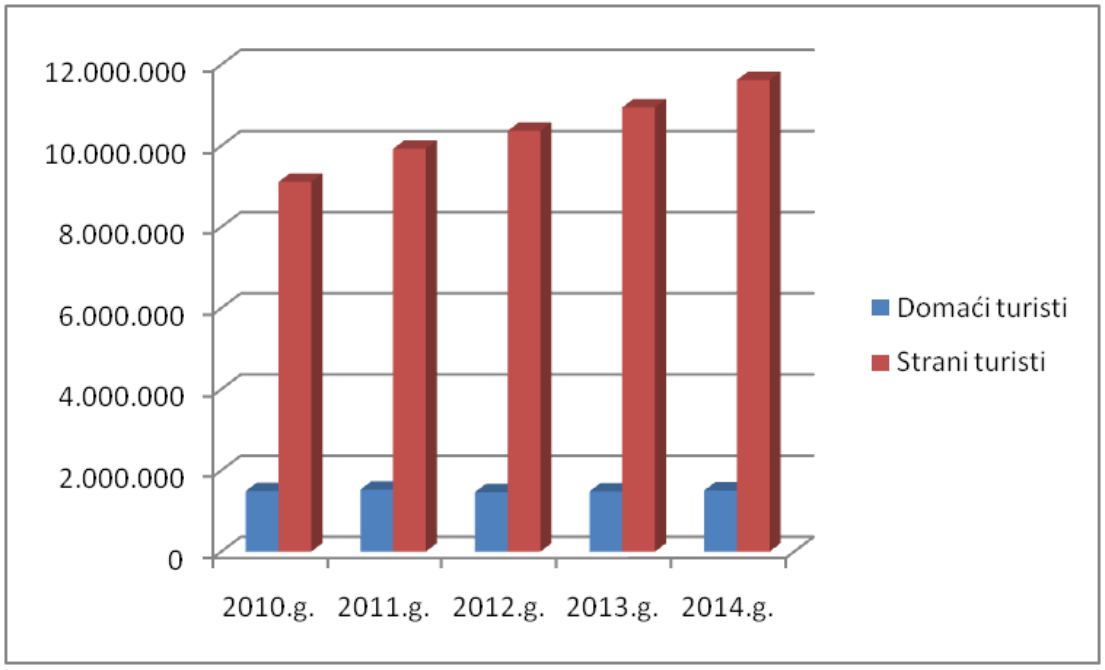
Izvor: Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2017. i izračun autora

Tablica 6: Broj noćenja turista za razdoblje 2010.-2014. godine

Godina	Domaći turisti	Indeksi domaćih turista (2010.=100)	Strani turisti	Indeksi stranih turista (2010.=100)	Ukupan broj turista
2010.	5.424.058		50.992.321		56.416.379
2011.	5.602.970	103,30	54.751.305	107,37	60.354.275
2012.	5.221.326	96,26	57.522.137	112,81	62.743.463
2013.	5.138.485	94,74	59.679.630	117,04	64.818.115
2014.	5.160.376	95,14	61.323.572	120,26	66.483.948

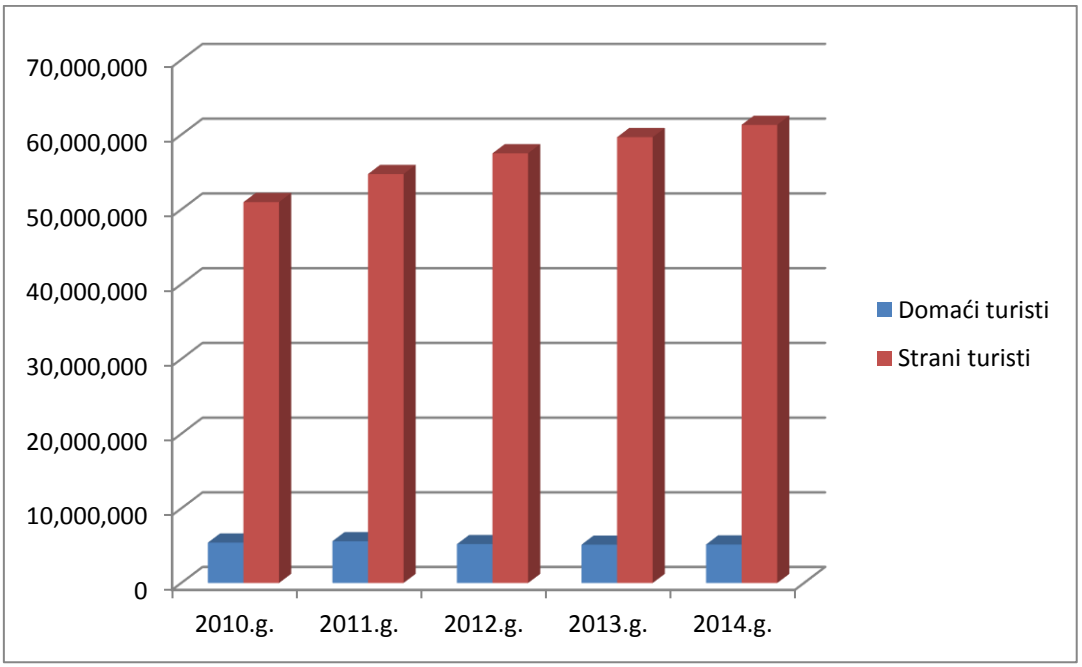
Izvor: Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2017. i izračun autora

Slika 10: Broj dolazaka turista za razdoblje 2010.-2014. godine



Izvor: autor na temelju podataka iz tablice 5

Slika 11: Broj noćenja turista za razdoblje 2010.-2014. godine



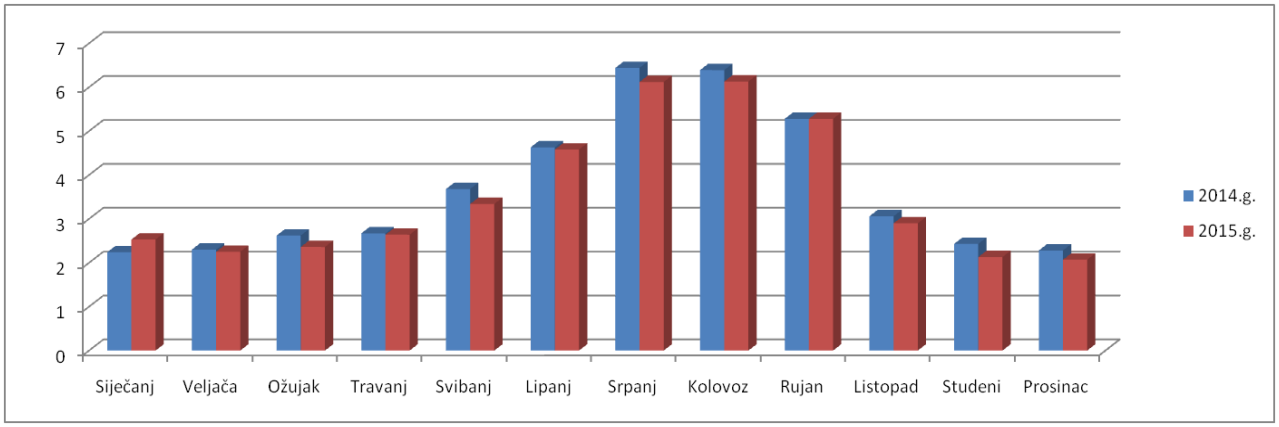
Izvor: autor na temelju podataka iz tablice 6

Tablica 7: Prosječni broj noćenja turista po dolasku u Republiku Hrvatsku za razdoblje 2014.-2015. godine

	2014.	2015.
Domaći	3,4	3,5
Strani	5,3	5,2
Prosjek	5,1	5
Siječanj	2,24	2,53
Veljača	2,3	2,25
Ožujak	2,62	2,36
Travanj	2,67	2,64
Svibanj	3,68	3,34
Lipanj	4,63	4,58
Srpanj	6,44	6,12
Kolovoz	6,39	6,13
Rujan	5,28	5,28
Listopad	3,06	2,9
Studeni	2,43	2,13
Prosinac	2,28	2,07

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2015.

Slika 12: Prosječni broj noćenja turista po dolasku u Republiku Hrvatsku 2014.-2015. godine po mjesecima



Izvor: autor na temelju podataka iz tablice 7

Iz statističkih podataka o prosječnom broju noćenja turista 2014. i 2015. godine vidljiva je visoka sezonalnost hrvatskog turizma. Samo u srpnju i kolovozu turisti borave dulje od 6 dana u Hrvatskoj dok se u ostalim mjesecima ta brojka kreće oko 2-3 dana sa izuzetkom svibnja, lipnja i

rujna. Što nam govori da ne iskorištavamo u pravoj mjeri svoje resurse za zimski turizam (skijališta Platak, Sljeme, Čelimbaša i Tršće). No problem nije samo u nedovoljnoj iskorištenosti zimskog turizma već i u ljetnoj predsezoni i posezoni kada ne uspijevamo privući dovoljan broj gostiju te sasvim sigurno trebamo poraditi na produljenju turističke sezone kako bismo povećali iskorištenost naših turističkih kapaciteta.

Tablica 8: Struktura dolazaka i noćenja stranih turista u Republici Hrvatskoj 2009.-2015. godine (u 000)

2009.	Njemačka	Italija	Slovenija	Austrija	Češka	Poljska	Francuska	Mađarska	Nizozemska	Slovačka
Dolasci	1.580	1.200	1.013	882	607	454	406	323	308	307
Noćenja	11.451	5.135	5.635	4.515	4.020	2.738	1.533	1.644	2.446	2.000
2010.	Njemačka	Italija	Slovenija	Austrija	Češka	Poljska	Francuska	Slovačka	Mađarska	Nizozemska
Dolasci	1.525	1.018	1.017	810	606	454	388	310	298	285
Noćenja	11.476	4.732	5.885	4.420	4.170	2.895	1.464	2.084	1.605	2.244
2011.	Njemačka	Italija	Slovenija	Austrija	Češka	Poljska	Francuska	Slovačka	Mađarska	Nizozemska
Dolasci	1.661	1.150	1.100	893	638	495	395	335	328	287
Noćenja	12.487	4.995	6.389	4.836	4.389	3.134	1.484	2.282	1.746	2.224
2012.	Njemačka	Slovenija	Italija	Austrija	Češka	Poljska	Francuska	Slovačka	Nizozemska	Mađarska
Dolasci	1.853	1.054	1.051	946	647	544	418	337	335	308
Noćenja	13.947	6.240	4.535	5.104	4.520	3.408	1.539	2.294	2.294	1.630
2013.	Njemačka	Slovenija	Italija	Austrija	Češka	Poljska	Francuska	Ujedinjeno Kraljevstvo	Slovačka	Nizozemska
Dolasci	1.933	1.067	1.017	968	652	636	449	389	337	336
Noćenja	14.436	6.159	4.397	5.208	4.539	4.079	1.644	1.907	2.258	2.492
2014.	Njemačka	Slovenija	Italija	Austrija	Češka	Poljska	Francuska	Ujedinjeno Kraljevstvo	Mađarska	Slovačka
Dolasci	1.989	1.102	1.061	1.019	661	630	441	429	366	355
Noćenja	14.749	6.236	4.466	5.404	4.600	4.078	1.658	2.102	1.931	2.383
2015.	Njemačka	Slovenija	Austrija	Italija	Češka	Poljska	Ujedinjeno Kraljevstvo	Francuska	Mađarska	Slovačka
Dolasci	2.124	1.192	1.120	1.111	696	675	491	466	436	381
Noćenja	15.770	6.678	5.902	4.800	4.812	4.323	2.419	1.709	2.266	2.550

Izvor: Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2017.

Iz tablice 8 je vidljivo kako najviše stranih turista koji dolaze u Hrvatsku i ostvaruju najviše noćenja dolazi iz Njemačke, Slovenije, Italije i Austrije. Zadnjih godina na drugom i trećem mjestu su Italija i Slovenija zamijenile mjesta što je najvjerojatnije uvjetovano gospodarskom krizom u Italiji koja ipak nije u takvom obujmu pogodila Sloveniju. Tako je 2015. godine i Austrija pretekla Italiju na trećem mjestu. Peto i šesto mjesto standardno drže Češka i Poljska dok je 2015. godine Francusku na sedmom mjestu nakon šest godina preteklo Ujedinjeno Kraljevstvo. Ujedinjeno Kraljevstvo se 2013. godine pojavilo na tablici na osmom mjestu i napredovalo do sedmog mjesta.

Razlog takvom napretku treba potražiti u činjenici da brojni festivali po otocima i na obali privlače mlade Britance željne zabave a pogotovo Zrće te u činjenici da su uvedeni mnogi niskotarifni letovi između Ujedinjenog Kraljevstva i Hrvatske. Osmo, deveto i deseto mjesto u poretku su redovito držale Mađarska, Slovačka i Nizozemska (ne nužno u tom poretku) da bi zadnjih godina Nizozemsku baš Ujedinjeno kraljevstvo istisnulo sa spiska.

5. ZAKLJUČAK

Turizam je bez premca najvažnija gospodarska grana Hrvatske i od toga hoće li turistička sezona biti dobra ili loša ovisi cijelo naše gospodarstvo. A to nikako nije dobro. Vidjeli smo da u razvijenim zemljama turizam donosi oko 5% BDP-a a ne kao kod nas skoro petinu. Takva ovisnost nije dobra iz više razloga. Razloga na koje ne možemo utjecati poput: terorističkog napada (svi se sjećamo kada se su dogodili teroristički napadi u Turskoj i te je sezone turizam kod njih u potpunosti stao), prirodne katastrofe (nakon erupcije vulkana na Islandu otkazani su brojni letovi i zračni promet je dugo bio paraliziran), zarazne bolest (poput ptičje gripe kada su također bili otkazivani letovi)...

Iz statističke analize je također vidljivo da imamo stalni godišnji porast dolazaka stranih gostiju ali da im se broj noćenja smanjuje jer nam nedostaje turističkog sadržaja kojime bi mogli te goste zadržati dulje vremena kod nas. Naravno to je nešto na čemu se može raditi.

Također je vidljivo da većina gostiju dolazi u dva ljetna mjeseca i tada se ostvaruje najviše noćenja a ostatak vremena naši turistički kapaciteti zjape prazni. Ne koristimo sve svoje raspoložive resurse kako bismo produžili turistički sezonu i napravili veći obrtaj smještajnih kapaciteta. Zapostavljamo zimski turizam i ne iskorištavamo sve potencijale kontinentalne Hrvatske (zdravstveni turizam, seoski turizam, konferencijski...) već živimo isključivo od masovnog morskog turizma.

U konačnici ono što bismo trebali napraviti jest: početi bolje iskorištavati sve naše turističke resurse kako ne bismo samo ovisili o sezonalnom turizmu, uložiti vrijeme i novac u osmišljavanje raznih sadržaja koji će produljiti boravak turista kod bismo maksimizirali iskorištenost turističkih resursa te novac zarađen turizmom uložiti u gospodarstvo kako bismo ga potaknuli. Treba planski razviti različite grane gospodarstva koje bi proizvodile i išle u korak s vremenom te time rasteretile nas ovisnosti o turizmu.

Imamo puno potencijala ali moramo dobro osmisliti kako ga iskoristiti na najbolji mogući način. I krajnje je vrijeme da prestanemo razmišljati samo o sutra već da se povedemo za zapadom i počnemo razmišljati što će biti aktualno za 20 godina i krenemo navrijeme i planski u projekte koji će nam omogućiti zapošljavanje i zaradu a zaustaviti iseljavanje.

Danko Kovačina



(potpis studenta)

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

2. Košiček, M.: Što su rezultati bez statistike?, časopis Iz prakse u praksu, 2016.

3. Petrić, L. , Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, 2007

4. Radusinović, D.: Turizam ima 17 posto udjela u našem BDP-u. A to uopće nije dobro, časopis Globus, 2015.

5. Pirjevec, B., Kesar, O., Počela turizma, Mikrorad, Zagreb, 2002.

6. Rozga, A.: Statistika za ekonomiste, Ekonomski fakultet, Split, 2003.

7. Šošić, I.; Serdar, V.: Uvod u statistiku, Školska knjiga, Zagreb, 2002.

8. Štambuk, LJ.; Devčić, K.: Statistika - priručnik i zbirka zadataka, Gospić, 2010.

9. World Travel and Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact, 2014.

10. http://www.camps-cres-losinj.com/hr/otok-losinj-klimatsko-ljeciliste.aspx

11. http://loverogoznica.eu/hr/marina-frapa/

12. http://www.poslovniturizam.com/destinacije/zagreb/17/kongresne-dvorane/

13. http://hrturizam.hr/tour-of-croatia-trazi-volontere/

14. http://hotspots.net.hr/2015/07/gdje-pronaci-spas-od-vrucina-sest-brzih-prijedloga/

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA

Slike:

Slika 1: Lječilišni turizam na Velom Lošinju

Slika 2: Marina Frapa, Rogoznica

Slika 3: Kongresni centar na Zagrebačkom velesajmu

Slika 4: Tour of Croatia

Slika 5: Mrežnica

Slika 6: Odnos broja dolazaka turista i broja noćenja od 1980. godine do 2015. godine

Slika 7: Odnos broja dolazaka turista i broja noćenja od 1980. godine do 2015. godine

Slika 8: Odnos prosječnog broja noćenja po postelji, prosječnog broja noćenja po turistu te broja postelja (u 000)

Slika 9: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata od 1980. godine do 2015. godine u Republici Hrvatskoj

Slika 10: Broj dolazaka turista za razdoblje 2010.-2014. godine

Slika 11: Broj noćenja turista za razdoblje 2010.-2014. godine

Slika 12: Prosječni broj noćenja turista po dolasku u Republiku Hrvatsku 2014.-2015. godine po mjesecima

Tablice:

Tablica 1: Osnovni pokazatelji razvoja turizma u Republici Hrvatskoj od 1980. godine do 2015. godine

Tablica 2: Stope pokazatelja razvoja turizma u Republici Hrvatskoj od 1980. godine do 2015. godine (baza je 1980. godina)

Tablica 3: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata od 1980. godine do 2015. godine u Republici Hrvatskoj

Tablica 4: Stope kretanja smještajnih kapaciteta po vrstama objekata od 1980. godine do 2015. godine u Republici Hrvatskoj (baza je 1980. godina)

Tablica 5: Broj dolazaka turista za razdoblje 2010.-2014. godine

Tablica 6: Broj noćenja turista za razdoblje 2010.-2014. godine

Tablica 7: Prosječni broj noćenja turista po dolasku u Republiku Hrvatsku za razdoblje 2014.-2015. godine

Tablica 8: Struktura dolazaka i noćenja stranih turista u Republici Hrvatskoj 2009.-2015. godine (u 000)