

# Utjecaj turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske

---

Jurić, Danijel

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:115567>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-23**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

UTJECAJ TURIZMA NA HRVATSKO GOSPODARSTVO  
Završni rad

Pula, 2018.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

UTJECAJ TURIZMA NA HRVATSKO GOSPODARSTVO  
Završni rad

JMBAG: 0115009834

Studijski smjer: Management i poduzetništvo

Kolegij: Uvod u ekonomiju

Mentor: doc. dr. sc. Dean Sinković

Pula, kolovoz 2018.

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Danijel Jurić, kandidat za prvostupnika Managementa i poduzetništvo ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine

## IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, Danijel Jurić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Utjecaj turizma na hrvatsko gospodarstvo koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, \_\_\_\_\_ (datum)

Potpis

---

# SADRŽAJ

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 1. UVOD .....                                              | 1  |
| 2. O TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE .....                      | 3  |
| 2.1. TURISTIČKE REGIJE REPUBLIKE HRVATSKE .....            | 3  |
| 2.2. KOMPARATIVNE PREDNOSTI HRVATSKOG TURIZMA.....         | 5  |
| 2.3. KVANTITATIVNA OBILJEŽJA HRVATSKOG TURIZMA .....       | 7  |
| 3. EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE .....     | 10 |
| 3.1. INDUKTIVNA I MULTIPLIKATIVNA FUNKCIJA TURIZMA .....   | 10 |
| 3.2. KONVERZIJSKA FUNKCIJA.....                            | 13 |
| 3.3. PROSTORNO UREĐENJE I POTICANJE RAZVOJA PODRUČJA ..... | 14 |
| 3.4. POTICANJE ZAPOSŁJAVANJA .....                         | 15 |
| 3.5. URAVNOTEŽENJE PLATNE BILANCE .....                    | 17 |
| 4. NEEKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA .....                      | 21 |
| 4.1. OSNOVNO O NEEKONOMSKIM FUNKCIJAMA TURIZMA .....       | 21 |
| 4.2. NEEKONOMSKE FUNKCIJE HRVATSKOG TURIZMA.....           | 22 |
| 5. ZAKLJUČAK .....                                         | 25 |
| LITERATURA .....                                           | 27 |
| POPIS SLIKA .....                                          | 28 |
| POPIS TABLICA.....                                         | 29 |
| POPIS GRAFIKONA.....                                       | 30 |
| SAŽETAK .....                                              | 31 |

## 1. UVOD

Ovaj rad obrađuje problematiku utjecaja turizma na hrvatsko gospodarstvo. Riječ je o načelno vrlo kompleksnoj problematici koja plijeni interes brojnih dionika današnjice. Misli se podjednako na znanstvenike iz područja ekonomije, ali i šire, poduzetnike, i javnost, državne organe, odnosno lokalnu zajednicu.

Turizam se razmatra s različitih aspekata, a to je posljedica njegova interdisciplinarnog i multidimenzionalnog karaktera. Kada se istražuje u okviru ekonomije i učinaka turizma ove prirode, presudno je istražiti njegove ekonomske i neekonomske funkcije, pri čemu se nešto veći značaj pridaje onim ekonomskim.

Opsežna i učestala istraživanja koja se provode na nacionalnom teritoriju Hrvatske svjedoče o tome kako turizam pozitivno utječe na zaposlenost u Hrvatskoj, BDP, uravnoteženje platne bilance i vanjsko trgovinskog deficita te redom dalje. Osim ekonomskih i kvantitativnih učinaka, on se svakako ističe i onim kvalitativnim, a misli se na uređenje okoliša, unapređenje kvalitete života lokalne zajednice, valoriziranje resursne osnove i redom dalje.

Cilj ovoga rada je istražiti osnovna obilježja turizma Republike Hrvatske. Pri tome se misli na kvantitativna obilježja, odnosno turistička kretanja u Hrvatskoj, ali i na kvalitativna obilježja ove socio-ekonomske pojave.

Iz prikazanih podataka može se zaključiti da turizam kao gospodarska djelatnost ima izrazito veliku ulogu u gospodarstvu Hrvatske. Prihodi od turizma svake su godine sve veći i iz kvantitativnih obilježja izloženih u radu može se vidjeti veliki utjecaj turizma na cjelokupno gospodarstvo i njegova zavisnost o pozitivnim učincima koje turizam generira, ali i mogući ishod događaja u slučaju kada bi ti učinci počeli biti negativni. Komparativne prednosti koje imamo uz okolnosti iz našeg okruženja, a koje nam u ovom trenutku idu na ruku, ukazuju na to da nije realno očekivati da bi naše turističke brojke u bližoj budućnosti mogle postati negativne. Kroz ove pozitivne pokazatelje sagledane su neekonomske i ekonomske funkcije turizma koje impliciraju direktne i indirektne koristi od daljnjeg jačanja i razvoja turizma.

Zbog svega navedenoga, nužno je turizam razvijati prema višem nivou, konkurentnosti i održivijem obliku, za što je neophodna bolja strategija i jača podrška države.



## **2. O TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE**

U ovome poglavlju istražuju se neka osnovna obilježja hrvatskog turizma. Osim općih značajki, analize turističkih regija i atrakcijske osnove, daje se pregled kvantitativnih obilježja hrvatskog turizma. Pri tome je riječ o turističkim kretanjima (dolasci i noćenja), turističkoj potrošnji i sličnome.

### **2.1. TURISTIČKE REGIJE REPUBLIKE HRVATSKE**

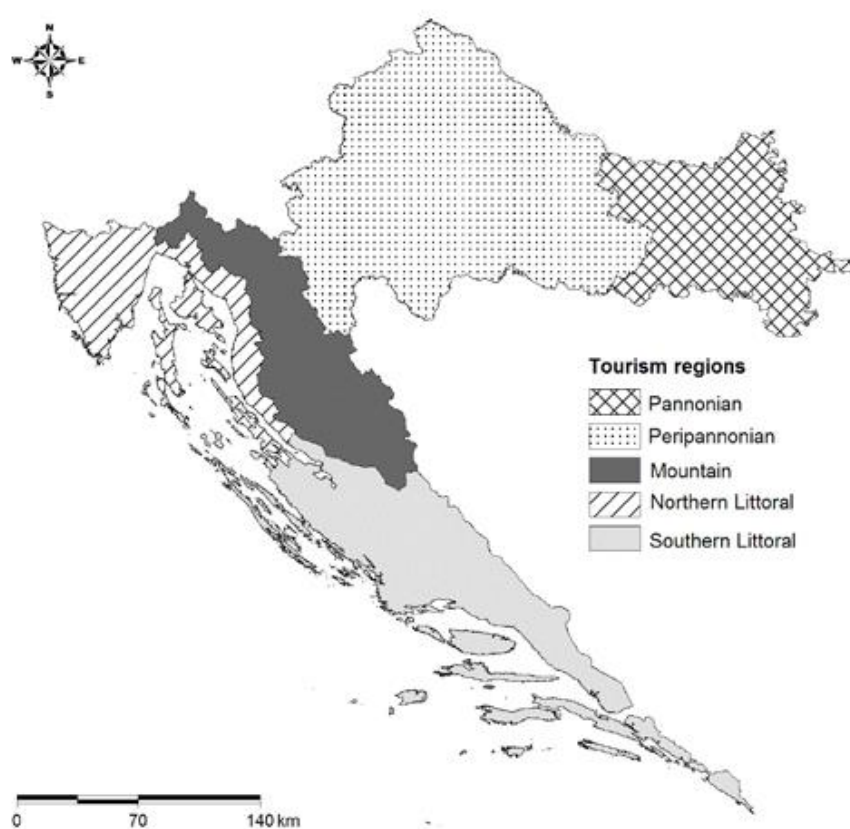
Prilikom identificiranja turističkih regija neke države riječ je zapravo o regionalizaciji, odnosno diviziji njezina ukupnog teritorija na nekoliko regija. Svrha ovoga procesa ili pothvata jesu lakša praćenja kretanja na njihovu teritoriju, upravljanje tim područjima te slično.

Hrvatska se može generalno podijeliti na nekoliko turističkih regija, sukladno postojećim klasifikacijama. Pri tome se koriste različiti pristupi regionalizacije. Neki su utemeljeni na povijesnim značajkama i zbivanjima, dok oni drugi razmatraju zemljopisna ili geografska obilježja. Unatoč različitim pristupima, najprimjenjivanija klasifikacija turističkih regija Hrvatske je ona koja razlikuje sljedeće regije (Curić et al., 2012):

1. Sjeverni nizinski dio Hrvatske koji se odnosi na istočnu i središnju Hrvatsku;
2. Istočna Hrvatska koja objedinjuje Slavoniju, Baranju i zapadni dio Srijema (nizinski prostor Panonske zavale, omeđen najvećim rijekama Savom, Dravom i Dunavom);
3. Središnja Hrvatska obuhvaća krajnje rubne dijelove Panonske zavale te peripanonsko područje Hrvatskog zagorja, Međimurja, Pokuplja i Banovine (populacijsko i gospodarsko težište zemlje s glavnim gradom Zagrebom);
4. Gorska Hrvatska obuhvaća planinski dio (Gorskoga kotara, Ogulinsko-plašćanske udoline i Like);
5. Primorska Hrvatska objedinjuje sjeverni i južni obalni dio (Istra, najrazvijenija turistička regija, usko i izduženo kvarnersko i podvelebitsko primorje s otocima, te južno primorje, odnosno regija Dalmacija koja je klimatski, krajolički i kulturološki izrazit mediteranski prostor otoka, obale i zaleđa).

Važno je pri tome istaknuti kako se Hrvatska generalno suočava s ozbiljnim problemom neujednačenog regionalnog razvoja. Konkretno se misli na ekonomski razvoj, no i na razvoj pojedinih sektora i djelatnosti, a time i turizma. Može se generalizirati kako su turistički najaktivniji obalni dijelovi države, odnosno Primorska Hrvatska, dok su najslabije razvijeni i aktivni kontinentalni i planinski dijelovi, posebice Gorska Hrvatska. Kako bi isto bilo jasnije, u nastavku slijedi slikovni prikaz ovih regija (Slika 1.).

**Slika 1. Turistička regionalizacija Republike Hrvatske**



*Izvor: Curić, Z. et al. (2012.) Contemporary Issues in Regional Development of Tourism in Croatia. Hrvatski geografski glasnik. 74/1. 2012. Str. 19.-40.*

S obzirom na različiti stupanj ekonomskog razvoja, a time i onog turističkog, među navedenim regijama, u Hrvatskoj se javljaju i konkretni problemi uslijed takvoga stanja. Misli se na iseljavanje stanovništva iz ruralnih dijelova, prenapučenost obalnih regija i destinacija, posebice u razdobljima turističke sezone, neiskorištavanje stvarnog potencijala ruralnih područja i slično. U posljednjih nekoliko godina ulažu se sve ozbiljniji naponi i sredstva u reduciranje i otklanjanje ovih problema. Slijedom

navedenoga, usvojene su lokalne i regionalne razvojne strategije koje su usklađene s nacionalnim ciljevima, ali i ciljevima strategije razvoja Europske unije, Europa 2020. Oni definiraju prioritetna područja, mjere i procese, a ujedno ističu važnost optimalnog iskorištavanja Europskih strukturnih i investicijskih fondova koji financiraju brojne projekte iz različitih područja, a time i turizma.

Nastavno prethodnoj regionalizaciji Hrvatske, važno je istaknuti kako su najrazvijenije, a time i najznačajnije turističke regije, Istra, Kvarner i Dalmacija, dok su one najslabije Panonska i Planinska Hrvatska, točnije krajnji istok, Lika i Gorski kotar. O tome svjedoče i konkretni statistički podaci u svezi ukupnih turističkih kretanja na ovim područjima. Primjera radi, ističe se kako Istarska, Primorsko-goranska, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska i Zadarska županija (Istra, Kvarner i Dalmacija) u prosjeku ostvaruju oko 80% ukupnih turističkih dolazaka i preko 90% ukupnih turističkih noćenja na godišnjoj razini (Ministarstvo turizma, 2018).

## **2.2. KOMPARATIVNE PREDNOSTI HRVATSKOG TURIZMA**

Hrvatski turizam bilježi dugu tradiciju razvoja, kao i zavidan rast, posebice tijekom posljednje 2 dekade. Riječ je u praksi o vodećim snagama ove države i njezina turizma, kao i o osnovnim elementima njezine konkurentnosti. Neke od vodećih prednosti ove države u domeni njezina turizma i pripadajućeg potencijala su redom (Ministarstvo turizma, 2013):

- Gestrateški položaj – blizina emitivnih tržišta, sjecište vodećih europskih puteva;
- Klimatski uvjeti – mediteranska klima koja pogoduje razvoju kupališnog turizma, ali i ostalih selektivnih oblika turizma;
- Jadransko more, obala i otoci;
- Prirodna atrakcijska osnova – zaštićena prirodna baština, nacionalni parkovi, bioraznolikost i slično;
- Osebnostna kulturno-povijesna baština – UNESCO lokaliteti, Amfiteatar u Puli, Dioklecijanova palača, Eufrazijeva bazilika te slično;
- Nematerijalna baština;

- Ljudski potencijali – sve intenzivniji naponi u razvoju ljudskih potencijala u turizmu, promicanje cijeloživotnog obrazovanja i usavršavanja te ostalo.

Poznavanje i specificiranje ovih obilježja posebice je značajno u kontekstu upravljanja razvojem turizma, a time u domeni iskorištavanja njegova potencijala, kao u ekonomskom tako i u društvenom kontekstu. Ista se razmatraju i pri razradi SWOT analize, koja predstavlja osnovu za razumijevanje hrvatskog turizma, njegovih obilježja te redom dalje. Prikaz SWOT analize hrvatskog turizma slijedi u nastavku (Tablica 1.).

**Tablica 1. SWOT analiza hrvatskog turizma**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SNAGE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geostrateški položaj;</li> <li>• Klimatski uvjeti;</li> <li>• Prirodna i kulturna baština;</li> <li>• Vizija i strategija razvoja;</li> <li>• Komparativne prednosti;</li> <li>• Ljudski potencijali;</li> <li>• Članstvo u EU – fondovi EU;</li> <li>• Međunarodni imidž;</li> <li>• Selektivni oblici turizma i ostalo.</li> </ul> | <b>SLABOST</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionalna nejednakost;</li> <li>• Sezonalnost;</li> <li>• Pasivnost dionika;</li> <li>• Nedostatna primjena koncepta održivog razvoja;</li> <li>• Neadekvatno valorizirana kulturna i prirodna baština;</li> <li>• Nedostatna suradnja javnog i privatnog sektora i slično.</li> </ul>                               |
| <b>PRILIKE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Osvajanje novih tržišta – udaljene destinacije;</li> <li>• Privlačenje većeg broja turista;</li> <li>• Razvoj turističke ponude;</li> <li>• Unapređenje kvalitete turizma;</li> <li>• Jačanje konkurentnosti i ostalo.</li> </ul>                                                                                                  | <b>PRIJETNJE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pojava novih konkurenata;</li> <li>• Nemogućnost konkuriranja na međunarodnom tržištu;</li> <li>• Gubitak tržišnog udjela;</li> <li>• Narušavanje atraktivnosti prostora uslijed neprimjerenog poštivanja održivog razvoja;</li> <li>• Ekološke štete;</li> <li>• Socijalna nestabilnost te redom dalje.</li> </ul> |

*Izvor: Izrada autora.*

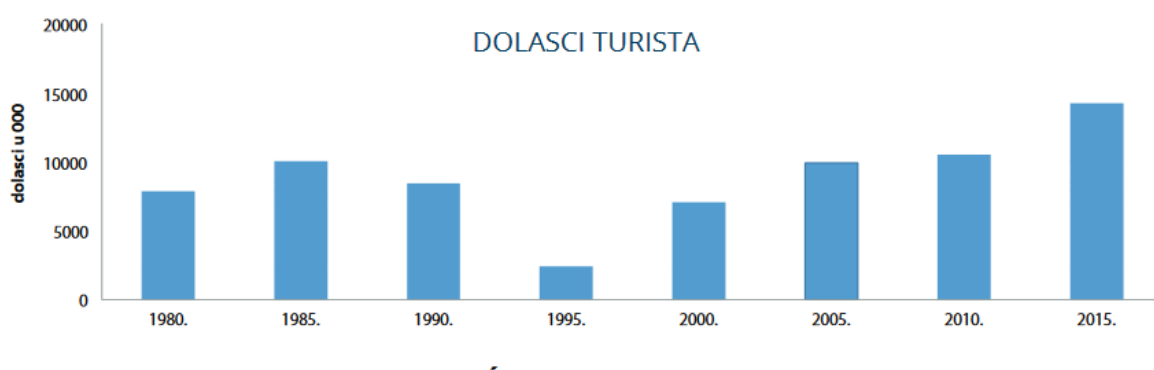
Daje se zaključiti kako hrvatski turizam ima iznimni potencijal, a to pogoduje maksimiziranju njegovih ekonomskih i neekonomskih učinaka, o čemu se raspravlja nešto kasnije. Kako bi isto u praksi bilo provedivo na optimalan način važno je kontinuirano pratiti međunarodne trendove i izazove te na njih spremno odgovarati, promišljati o održivom razvoju turizma, uskladiti strategije razvoja turizma lokalnih i regionalnih jedinica s onom na nacionalnoj razini, promicati suradnju i integraciju dionika, privlačiti investicije u turizmu, iskorištavati Europske strukturne i investicijske fondove u što većoj mjeri te redom dalje.

### 2.3. KVANTITATIVNA OBILJEŽJA HRVATSKOG TURIZMA

Kvantitativna obilježja turizma podrazumijevaju primarno analizu turističkih kretanja, kao i potrošnje u turizmu. U ovome dijelu poglavlja ona se istražuju u svrhu spoznaje potencijala, kao i trendova koji obilježavaju hrvatski turizam, a podaci su preuzeti iz godišnjih izvješća Ministarstva turizma, koja su javno objavljena.

Pregled ukupnih dolazaka u Hrvatskoj slijedi u nastavku (Grafikon 1.).

**Grafikon 1. Ukupna broj dolazak turista u Hrvatskoj od 1980. do 2015. godine**



Izvor: Ministarstvo turizma (2018.) Turizam u brojkama 2017. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180608\\_HTZTUBHR\\_2017.PDF](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180608_HTZTUBHR_2017.PDF) (10.08.2018.).

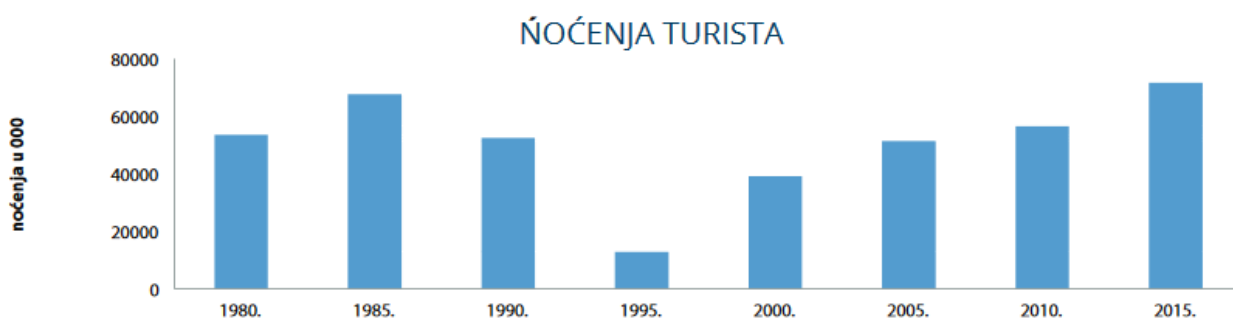
Iz danog prikaza vidljivo je kako Hrvatska u promatranom razdoblju bilježi uglavnom rast ukupnih turističkih dolazaka, izuzev razdoblja 90-ih godina, koje je obilježeno

negativnim utjecajem ratnih zbivanja uslijed Domovinskog rata. Sukladno tome, vjeruje se kako bi ukupni dolasci u narednim razdobljima bili značajno veći.

U ukupnim dolascima već nekoliko dekada uglavnom prevladavaju gosti iz susjednih europskih zemalja. Pri tome se misli na goste iz Njemačke, Austrije, Češke, Italije i ostalih zemalja. Važno je istaknuti kako u Hrvatskoj prevladavaju inozemni turisti, kako u ukupnim dolascima, tako i u ukupno ostvarenim noćenjima. Omjer inozemnih i domaćih turista u prosjeku se kreće oko 90% prema 10%, kako u dolascima, tako i u noćenjima (Ministarstvo turizma, 2018).

Nakon analize ukupnih dolazaka, u nastavku slijedi pregled ukupno ostvarenih noćenja turista u Hrvatskoj, u istome razdoblju (Grafikon 2.).

**Grafikon 2. Ukupno ostvarena noćenja u turizmu Hrvatske od 1980. do 2015. godine**



Izvor: *Ministarstvo turizma (2018.) Turizam u brojkama 2017. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180608\\_HTZTUBHR\\_2017.PDF](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180608_HTZTUBHR_2017.PDF) (10.08.2018.).*

Prethodni podaci svjedoče o jednakom trendu kretanja ukupno ostvarenih noćenja turista u Hrvatskoj, kao što je prikazano i na primjeru analize ukupnih dolazaka. Hrvatskoj se često upućuju kritike o nedovoljno iskorištenim smještajnim kapacitetima, kao i o nepovoljnoj strukturi smještajnih objekata. Međutim, u posljednjih nekoliko godina provode se ozbiljni koraci u smjeru podizanja smještajnih objekata na razinu više kvalitete, kao i na poticanje veće popunjenosti hotelskog smještaja, posebice onoga više kategorije. Ujedno je to pothvat za koji se vjeruje da

bi u budućnosti mogao pozitivno utjecati na povećanje prihoda od turizma, kao i na rješavanje problema sezonalnosti.

Također, treba istaknuti kako je prosječan broj noćenja po postelji u Hrvatskoj već duži niz godina, izuzev razdoblja 90-ih, uglavnom stabilan i kreće se oko 80 dana. Također, jednako je i s gledišta prosječnog broja noćenja po turistu koji se kreće oko 5 noći za inozemne turiste i oko 3 noći za one domaće (Ministarstvo turizma, 2018).

Ono što je u kontekstu ove analize posebno značajno istaknuti jesu prihodi od turizma u Hrvatskoj, kao i udio turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu. Ovi pokazatelji također imaju tendenciju rasta već duže razdoblje, kao što je primjer i na prethodno istraženim pokazateljima. Tijekom 2016. godine prihodi od turizma dosegli su 8,6 milijardi eura, pri čemu je turizam ostvario udio u hrvatskom BDP-u od 18,9%. Rast ovih pokazatelja zabilježen je i u narednom razdoblju, točnije 2017. godini, kada prihodi od turizma iznose 9,5 milijardi eura, a udio turizma u hrvatskom BDP-u čak 19,6% (Ministarstvo turizma, 2018.).

Već se iz danih podataka može potvrditi izniman utjecaj turizma na hrvatsko gospodarstvo, no riječ je o tek površnom shvaćanju istoga u svrhu cjelovite analize i sveobuhvatne percepcije njegova ekonomskog i inog značaja, a u nastavku rada istražuju se ekonomske funkcije turizma, kao i one neekonomske.

### **3. EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE**

Ekonomske funkcije turizma na razini nekog gospodarstva vrlo su aktualna tema u ekonomiji. Riječ je o nekolicini funkcija koje bivaju u službi percepcije snage i mogućnosti turizma u generiranju gospodarskog rasta, ali i razvoja na razini neke države. U okviru ovoga poglavlja iste se definiraju i obrađuju na primjeru Republike Hrvatske.

#### **3.1. INDUKTIVNA I MULTIPLIKATIVNA FUNKCIJA TURIZMA**

U znanstvenim i stručnim istraživanjima, kao i u svojevrsnim analizama, ove se dvije funkcije često integrirano istražuju, prate i evidentiraju. Također, nerijetko se govori kako je riječ o dvjema vodećim ekonomskim funkcijama turizma, koje u najvećoj mjeri potvrđuju njegov povoljni utjecaj na neko nacionalno gospodarstvo.

Induktivna funkcija turizma najjednostavnije se može pojmiti kao funkcija koja dočarava sposobnost i snagu turizma u induciranju povećanih učinaka ukupne proizvodnje. Točnije, ona iskazuje kvalitativno i kvantitativno kretanje ukupne proizvodnje koja je potaknuta turističkim potrebama (Pirjevec, Kesar, 2002). S obzirom na kompleksnost turizma, brojnost integriranih djelatnosti i ostala obilježja, precizno određenje ove funkcije u praksi je vrlo otežano.

Pored navedene, treba istaknuti poseban značaj i multiplikativne funkcije. Ona se opisuje ulogom ili funkcijom multiplikatora. Naime, smatra se kako ista nadopunjuju prethodnu funkciju, a odnosi se na praćenje razvoja djelatnosti pod utjecajem razvoja turizma. Uslijed širine turističkog tržišta dolazi do širenja tržišta povezanih djelatnosti, odnosno do multipliciranja njihovih prihoda, a naposljetku i BDP-a na razini nekog gospodarstva. Osnovni značaj i uloga ove funkcije odražavaju se kroz prelijevanje bruto vrijednosti iz djelatnosti u djelatnost pri čemu se pokreće nova potrošnja (Pirjevec, Kesar, 2002).

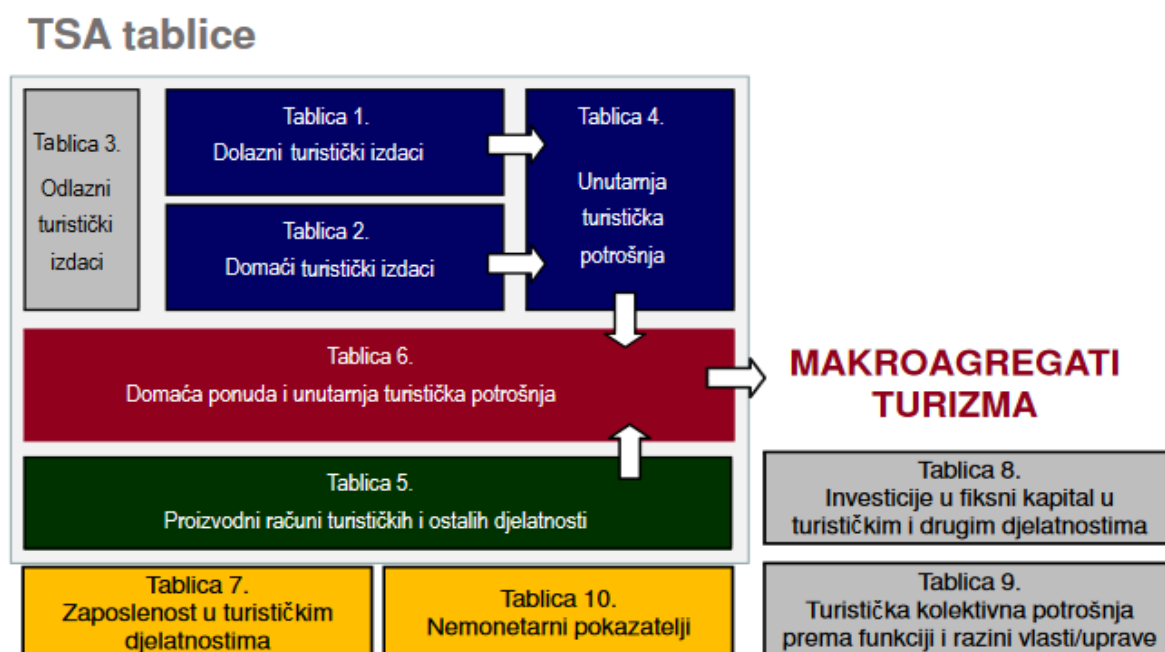
Značaj ovih funkcija prepoznat je na međunarodnoj razini, kao i problematika njihova kvantificiranja i praćenja. Međutim, u ovu svrhu usvojena je metoda pod nazivom



Satelitski račun turizma, koji predstavlja međunarodno prihvaćeni okviru za sagledavanje makroekonomskog značaja ove pojave (Ivandić, 2014). Sam okvir povezan je sa središnjim sustavom nacionalnih računa, a zahtijeva korištenje publikacija i preporuka Komisije europskih zajednica (engl. *Commission of the European Communities*), Eurostat-a, Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (engl. *Organisation for Economic Cooperation and Development - OECD*), Svjetske turističke organizacije (engl. *World Tourism Organisation – WTO*) i Odjela za statistiku UN-a (engl. *UN Statistics Division*), kao vodećih specijaliziranih organizacija na ovome teritoriju u domeni turizma i predmetnog poslovanja.

Prikaz ovoga računa ili metode slijedi u nastavku (Slika 1.).

## Slika 2. Turistički satelitski račun ili bilanca (TSA)



Izvor: Ivandić, N. (2014.) *TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH*. Dostupno na: <http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf> (10.08.2018.).

Ova metoda zasniva se na integraciji nekolicine elemenata koji se uzimaju kao osnova za izračun. Misli se na vodeće elemente poput turističkih izdataka, potrošnje, proizvodnje za potrebe turizma, potrošnje i proizvodnje, zaposlenosti, bruto

investicija, kolektivne potrošnje i nemonetarnih pokazatelja. Jasno je kako je izračun vrlo zahtijevan i kompleksan, a dobivena vrijednost ne precizira stvarne učinke i snagu turizma neke države, već je označuje na što cjelovitiji način. Pregled izračuna za Republiku Hrvatsku daje se u nastavku (Tablica 2.).

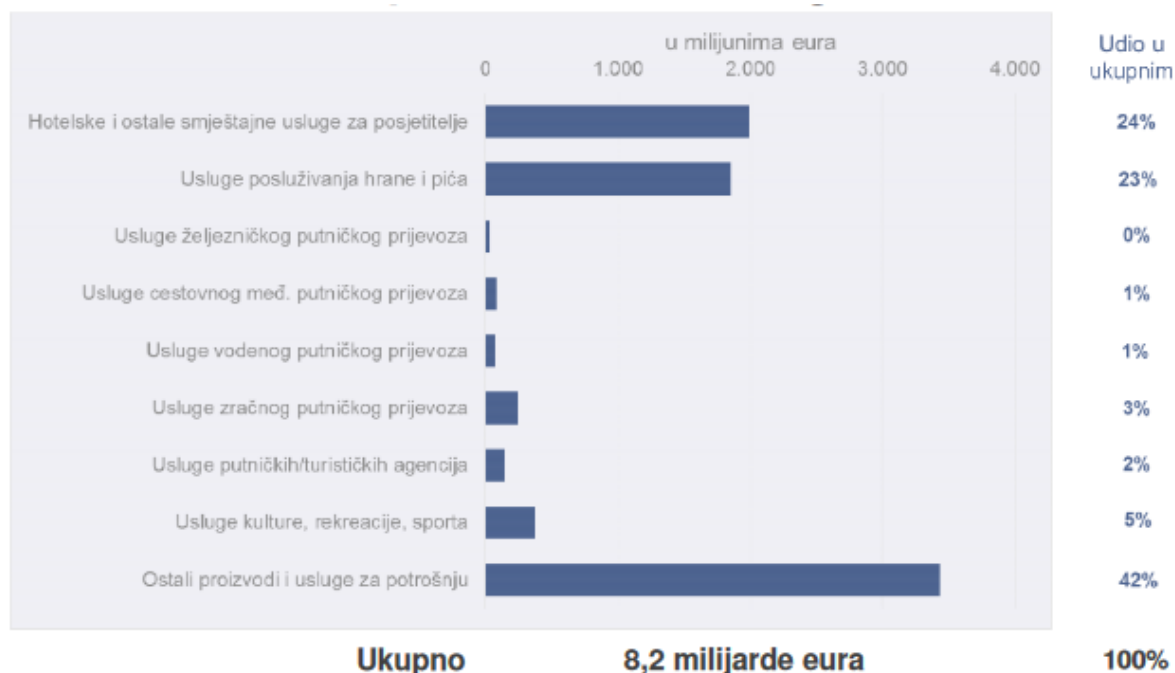
**Tablica 2. Turistička satelitska bilanca Republike Hrvatske za 2011. godinu**

| UNUTARNJA PUTOVANJA I TURISTIČKI IZDATCI |              |                                   |              |
|------------------------------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|
| Broj unutarnjih putovanja (mil.)         |              | 72                                |              |
| Unutarnji turistički izdatci (mlrd. EUR) |              | 8,23                              |              |
| INOZEMNI DOLAZNI TURIZAM                 |              |                                   |              |
| Broj putovanja (mil.)                    |              | 52                                |              |
| Prihodi (mlrd. EUR)                      |              | 6,56                              |              |
| Inozemni turisti                         |              | Inozemni jednodnevni posjetitelji |              |
| Ukupni dolasci (%)                       | Potrošnja(%) | Ukupni dolasci (%)                | Potrošnja(%) |
| 40                                       | 93           | 60                                | 7            |
| DOMAĆI TURIZAM                           |              |                                   |              |
| Broj putovanja (mil.)                    |              | 20                                |              |
| Prihodi (mlrd. EUR)                      |              | 1,67                              |              |
| Domaći turisti                           |              | Domaći jednodnevni posjetitelji   |              |
| Ukupni dolasci (%)                       | Potrošnja(%) | Ukupni dolasci (%)                | Potrošnja(%) |
| 43                                       | 71           | 57                                | 29           |
| UKUPNA TURISTIČKA POTROŠNJA (mlrd. EUR)  |              |                                   | 8,58         |

Izvor: Izrada autora prema: Ivandić, N. (2014.) TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH. Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf> (10.08.2018.).

Na temelju dobivenih podataka potvrđuje se kako inozemni turizam u Hrvatskoj polučuje znatno veće ekonomske i ine učinke. To i ne čudi s obzirom na činjenicu kako oko 90% ukupnih turističkih aktivnosti i kretanja pripada upravo ovoj skupini turista. U svrhu cjelovitije potvrde ovih funkcija u Hrvatskoj, u nastavku se daje pregled ostalih značajnih pokazatelja (Slika 3.).

**Slika 3. Turistički izdaci i proizvodnja generirana turizmom Hrvatske u 2011. godini**



Izvor: Ivandić, N. (2014.) *TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH*. Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf> (10.08.2018.).

Na temelju navedenoga, jasno je kako turizam generira veću potrošnju u povezanim djelatnostima, a time i proizvodnju. Godine 2011. izdatci prema vrstama usluga koje se integriraju u turističku ponudu odnosili su se najviše na smještajne usluge (hoteli i ostalo) s 24%, usluge posluživanja hrane i pića s 23%, te usluge kulture, rekreacije i sporta s 5% i redom dalje. Izravna bruto dodana vrijednost turizma u tom razdoblju iznosila je 3,97 milijardi eura, odnosno 10,5% u ukupnoj bruto dodatnoj vrijednosti (Ivandić, 2014). Izravni BDP turizma iznosio je 4,61 milijardu eura, odnosno 10,4% ukupnog BDP-a Hrvatske (Ivandić, 2014).

### 3.2. KONVERZIJSKA FUNKCIJA

Konverzijska funkcija odnosi se na sposobnost turizma da neprivredne resurse i elemente pretvara u privredne. Misli se na objekte koji se u ostalim djelatnostima i sami za sebe ne mogu unovčiti, dok u okviru turističke ponude oni dobivaju to svojstvo.

Jedan od oglednih primjera mogu biti hotelske sobe s balkonima, koje su skuplje od onih bez balkona, ili pak sobe s pogledom na more naspram onih s pogledom na ulicu ili slično. Takvih primjera u turizmu je puno, a među njima svakako treba spomenuti kupanje u moru, razgledavanje šuma i atrakcija te slično.

Važno je pri tome istaknuti kako se brojni elementi ne naplaćuju zasebno. Naime, u turizmu ne postoji cijena usluge kupanja na plaži, ali je ona integrirana u ukupnu cijenu smještaja ili neke druge usluge te proizvoda.

### **3.3. PROSTORNO UREĐENJE I POTICANJE RAZVOJA PODRUČJA**

U okviru ove funkcije moguće je govoriti i o neekonomskim funkcijama turizma, o kojima detaljnije slijedi u narednom poglavlju rada. Naime, za potrebe privlačenja turista, unapređenja atraktivnosti, jačanja turističkog imidža i redom dalje, važno je kontinuirano poticati investicije i provoditi takve aktivnosti koje će rezultirati većom uređenošću okoliša, boljom signalizacijom, bogatijim sadržajima i tako dalje. Sve to biva u službi turizma, ali i dobrobiti lokalne zajednice.

Osnova turističkog razvoja svakako je atrakcijska ili resursna osnova. U tu skupinu ubrajaju se prirodne, ali i društvene atrakcije. Međutim, često nije dovoljno samo postojanje istih, već je ove elemente potrebno valorizirati na adekvatan način u turističke svrhe. Uvažavajući navedeno, moguće je govoriti o prostornom uređenju pod utjecajem intenzivnijeg razvoja turizma.

U kontekstu poticanja razvoja područja, bilo onih nerazvijenih ili ostalih, misli se na usmjeravanje prihoda od turizma u te svrhe. Naime, turisti iz emitivnih tržišta, u okviru međunarodnog turizma, posjećuju neku drugu državu u kojoj troše svoja sredstva. U takvim procesima zapravo dolazi do prelijevanja sredstava (Hrvatska enciklopedija, 2018).

Također, treba istaknuti kako je turizam ujedno i stimulans ili generator poticanja razvoja nerazvijenih ili slabije razvijenih područja. Primjera radi, u Hrvatskoj se mogu izdvojiti Lika i Gorski kotar. Naime, ove destinacije slabije su razvijene, kako u ekonomskom, tako i turističkom smislu. Međutim, one raspolažu sa zavidnim

potencijalom, a misli se na raspoloživost resursa, povoljne klimatske uvjete za razvoj pojedinih selektivnih oblika turizma i redom dalje. Prepoznavanjem tog potencijala, unapređenjem integracije i suradnje dionika te usmjeravanjem financijskih sredstava u potrebna područja, ove destinacije moguće je ozbiljnije potaknuti u smjeru intenzivnijeg razvoja. Na taj način, osim niza prednosti koje proizlaze iz samog unapređenja razvoj tih područja, doprinosi se reduciranju regionalnih nejednakosti, ali i obogaćenju ukupne turističke ponude, a time i maksimiziranju ekonomskih učinaka turizma.

U navedenim područjima, kao i ostalima, turizam biva sredstvo ili inicijator općeg uređenja, ali i unapređenje kvalitete života lokalne zajednice. Neki od primjera su uređenje javnih površina, uređenje plaža, uspostava redovnih linija javnoga prijevoza, signalizacija te redom dalje.

### **3.4. POTICANJE ZAPOŠLJAVANJA**

Jedna od značajnijih funkcija turizma, posebice u Hrvatskoj, je funkcija poticanja zapošljavanja. Naime, zemlje koje imaju poseban turističkih potencija, a time i opsežno poslovanje ove prirode, imaju potrebu za zapošljavanjem brojnog i heterogenog kadra. Razlog tome očituje se u kompleksnosti turizma, povezanosti brojnih djelatnosti i redom dalje. Pri tome je potrebno razlikovati izravno i neizravno poticanje zapošljavanja. Izravno zapošljavanje odnosi se na ljudske potencijale koji se zapošljavaju u turističkim agencijama, hotelima i ostalim smještajnim objektima, turističkim organizacijama i redom dalje, dok neizravno zapošljavanje podrazumijeva zapošljavanje dodatnih ljudskih potencijala u ostalim djelatnostima, a za potrebe turizma (Koncul, 2009).

Važno je naglasiti kako se turizam ističe visokim stupnjem zapošljavanja po jedinici dohotka u sektoru, a što je vidljivo i na primjeru Republike Hrvatske. U turizmu i predmetnom poslovanju postoji čitavi spektar radnih mjesta. Ona se uvelike međusobno razlikuju. Dok su neka od njih radno intenzivna, druga podrazumijevaju veći omjer kapitala i rada. Neka su manje ili više zahtjevnija te slično. Neovisno o vrsti poslova i uvjetima rada, vrlo je značajno da turizam u Hrvatskoj generira značajni udio ukupno zaposlenih, koji se posebice intenzivira u sezoni, odnosno od svibnja do

rujna. Ukupan broj zaposlenih u turizmu, kao i ostale pokazatelje, vrlo je teško pa čak i nemoguće specificirati. Unatoč tome, na godišnjoj razini redovno se prate ovi podaci, a njihov pregled slijedi u nastavku (Tablica 3.).

**Tablica 3. Ukupan broj zaposlenih u turizmu Hrvatske**

| <b>Godina</b> | <b>Broj zaposlenih u turizmu (000)</b> | <b>Udio u ukupnom broju zaposlenih (%)</b> |
|---------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|
| 2006.         | 81                                     | 5,9                                        |
| 2007.         | 80                                     | 6,0                                        |
| 2008.         | 82                                     | 6,0                                        |
| 2009.         | 86                                     | 5,8                                        |
| 2010.         | 89                                     | 6,0                                        |
| 2011.         | 86                                     | 6,1                                        |
| 2012.         | 82                                     | 6,1                                        |
| 2013.         | 84                                     | 6,3                                        |
| 2014.         | 85                                     | 6,4                                        |
| 2015.         | 90                                     | 6,9                                        |
| 2016.         | 93                                     | 7,0                                        |

Izvor: HTZ (2017.) *Turizam u brojkama 2016.* Dostupno na: <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2016.pdf> (10.08.2018.).

Danim podacima potvrđuje se kako ukupan broj zaposlenih u hrvatskom turizmu ima tendenciju rasta u promatranom razdoblju. Od ukupnog broja zaposlenih, značajno je važnije ukazati na udio u ukupno zaposlenima, koji se kreće oko 6,5%, a 2016. godine doseže čak 7%.

U turizmu iznimnu ulogu ima kvaliteta ljudskih kadrova, s obzirom da je rad čovjeka u turizmu nezamjenjiv. Osim toga, zaposlenici ostvaruju izravni kontakt s turistima pa je konačno zadovoljstvo istih determinirano stručnošću i vještinama zaposlenih.

Analiza zaposlenih u hrvatskom turizmu slijedi u nastavku (Tablica 4.).

**Tablica 4. Analiza zaposlenih u turizmu Hrvatske**

|                                              | UKUPNO 2016. GODINA |               |               | INDEKS 2016./2015. |             |             |
|----------------------------------------------|---------------------|---------------|---------------|--------------------|-------------|-------------|
|                                              | Ukupno              | Na određeno   | Sezonski      | Ukupno             | Na određeno | Sezonski    |
| diplomirani ekonomist hotelijerstva          | 54                  | 50            | 25            | 78,3               | 75,8        | 71,4        |
| ekonomist turizma i ugostiteljstva           | 144                 | 139           | 93            | 78,3               | 78,5        | 98,9        |
| turistički animator                          | 55                  | 54            | 38            | 93,2               | 93,1        | 95,0        |
| ekonomist za hotelijerstvo                   | 29                  | 26            | 12            | 76,3               | 68,4        | 70,6        |
| hotelijersko-turistički službenik            | 1.172               | 1.111         | 643           | 100,9              | 100,2       | 107,2       |
| recepcionar                                  | 578                 | 552           | 443           | 98,3               | 94,7        | 104,5       |
| pomoćni kuhar                                | 1.998               | 1.930         | 1.386         | 99,9               | 99,5        | 108,4       |
| kuhar                                        | 4.381               | 4.165         | 2.719         | 91,5               | 90,6        | 98,9        |
| kuhar, majstor                               | 121                 | 114           | 73            | 96,0               | 94,2        | 104,3       |
| pomoćni konobar                              | 843                 | 784           | 422           | 89,4               | 87,5        | 97,5        |
| konobar                                      | 5.130               | 4.905         | 2.903         | 87,3               | 87,0        | 95,5        |
| barmen                                       | 91                  | 89            | 64            | 86,7               | 86,4        | 94,1        |
| natkonobar                                   | 110                 | 108           | 73            | 125,0              | 125,6       | 132,7       |
| sobarica                                     | 1.772               | 1.759         | 1.430         | 92,9               | 92,7        | 97,7        |
| kuhinjski radnik                             | 1.294               | 1.265         | 949           | 91,1               | 90,9        | 97,8        |
| pralja                                       | 146                 | 146           | 127           | 90,7               | 90,7        | 93,4        |
| ostala zanimanja iz turizma i ugostiteljstva | 11.475              | 11.276        | 8.170         | 53,6               | 55,2        | 77,3        |
| <b>SVEUKUPNO</b>                             | <b>29.393</b>       | <b>28.473</b> | <b>19.570</b> | <b>71,8</b>        | <b>72,4</b> | <b>88,7</b> |

Izvor: HTZ (2016.) *Turizam u brojkama 2016*. Dostupno na:

[https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam\\_u\\_brojkama\\_HR\\_%202016.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam_u_brojkama_HR_%202016.pdf) (10.08.2018.).

Zaposlene u hrvatskom turizmu obilježavaju neka osnovna obilježja. Pri tome se misli na dominaciju ženske radne snage i radne snage s nižim stupnjem obrazovanja, kao i prevlast radne snage starije životne dobi. Sezonalnost je jedno od vodećih obilježja hrvatskog turizma generalno, a time i zaposlenih u turizmu.

### 3.5. URAVNOTEŽENJE PLATNE BILANCE

U konačnici, važno je obraditi funkciju turizma koja se odnosi na uravnoteženje platne bilance gospodarstva ili države. Naime, turizam ima utjecaj na platnu bilancu zemlje s obzirom na njegov istaknuti izvozni karakter. Kako se razmjenjuju usluge na ovome tržištu, riječ je o nevidljivom izvozu.

Ovu funkciju važno je razmatrati s posebnim oprezom jer može utjecati i na negativne ekonomske učinke. Preciznije, riječ je o sljedećim mogućim učincima (Bosnić, 2015):

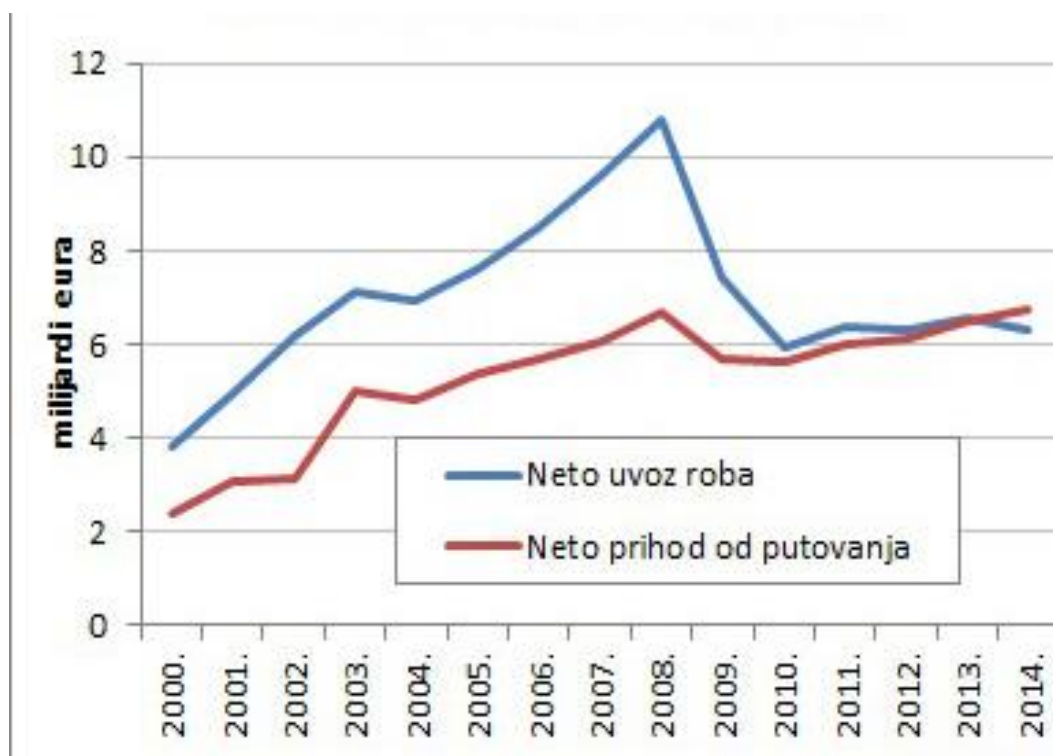
- Pozitivan učinak turizma – potrošnja inozemnih posjetitelja ili nerezidenata (izvozni karakter). Funkcija međunarodne razmjene dobara dolazi do punog izražaja onda kada su pružena dobra i usluge proizvedene u Hrvatskoj kao zemlji domaćinu;
- Negativan učinak turizma – potrošnja hrvatskog (rezidentnog) stanovništva na turističkim putovanjima u inozemstvu na sve robe i usluge tretira se kao uvoz dobara u Hrvatsku.

Onda kada je riječ o pozitivnom učinku, misli se na niz konkretnih koristi. One se uzimaju i kao smjernice, odnosno odrednice nevidljivog izvoza, koji obilježava turističko poslovanje. Prilikom putovanja inozemne potražnje prema ponudi troše se devizna sredstva i vrši se izvoz roba i usluga. Plaćanje je pri tome gotovinsko, a troškovi kontrole kvalitete, ambalažiranja, transporta, carine, špedicije i promocije po jedinici proizvoda svedeni su na minimalne iznose.

Na primjeru Hrvatske, turizam uvelike doprinosi stabilizaciji vanjsko-trgovinskog deficita koji je u Hrvatskoj prisutan već duži niz godina. To se daje zaključiti i iz konkretnih statističkih pokazatelja koji pokazuje kako je izvozna komponenta hrvatskog turizma daleko veća od uvozne (Grafikon 3.).



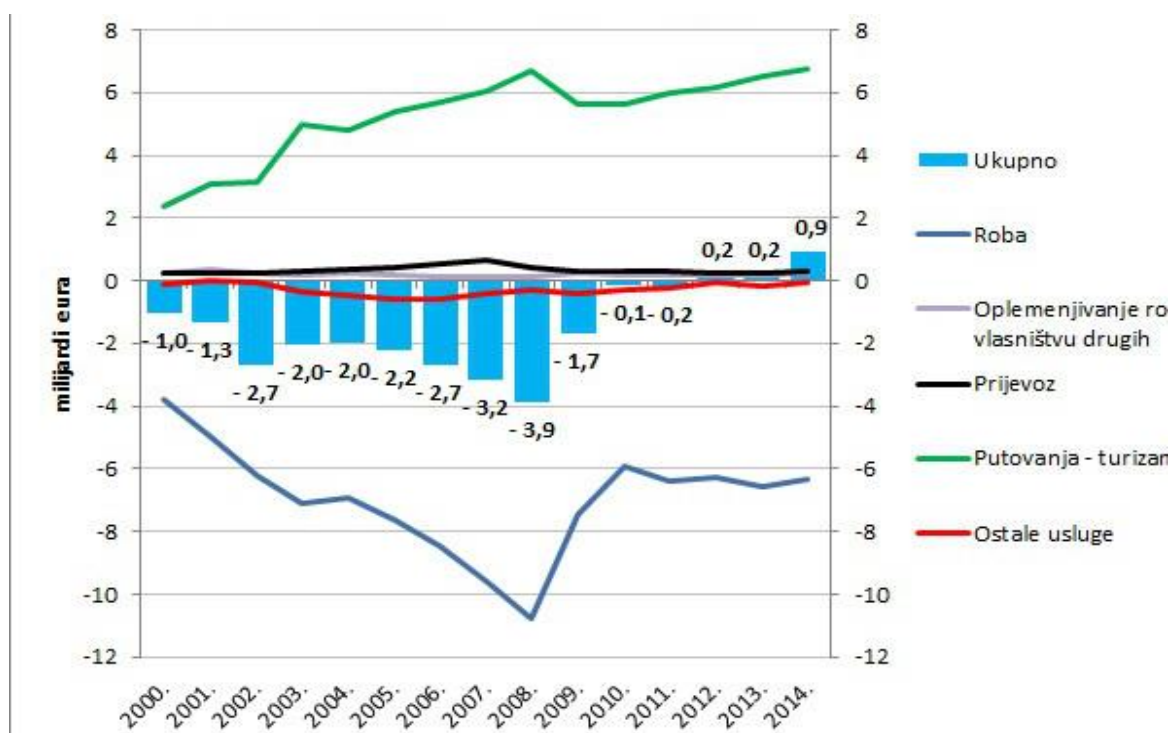
**Grafikon 3. Neto uvoz roba i neto izvoz turizma od 2004. do 2014. godine u Hrvatskoj**



Izvor: Bakić, N. (2015.) *Grafikoni dana: neto uvoz roba i izvoz turizma*. Dostupno na: <https://eclctica.hr/2015/04/01/grafikoni-dana-neto-uvoz-roba-i-izvoz-turizma/> (11.08.2018.).

U okviru turizma, Hrvatska ostvaruje u čitavom razdoblju suficit, koji se prelijeva i na konačni saldo ukupne vanjske trgovine. Nastavak ovoga trenda, uslijed očekivanog rasta turističkih kretanja u budućnosti, očekuje se i u narednim godinama. U nastavku slijedi pregled platne bilance hrvatskog turizma za isto razdoblje (Grafikon 4.).

**Grafikon 4. Platna bilanca hrvatskog turizma (2000.-2014.)**



Izvor: Bakić, N. (2015.) *Grafikoni dana: neto uvoz roba i izvoz turizma*. Dostupno na: <https://eclctica.hr/2015/04/01/grafikoni-dana-neto-uvoz-roba-i-izvoz-turizma/> (11.08.2018.).

Prema danom prikazu, vidljivo je da saldo vanjsko-trgovinske razmjene roba u Hrvatskoj, tijekom čitavog razdoblja, ima negativne vrijednosti, odnosno ostvaruje deficit, dok saldo vanjsko-trgovinske razmjene putovanja, odnosno usluga ima pozitivne vrijednosti i bilježi uglavnom rast. Time se potvrđuje prethodno pojašnjeni pozitivan utjecaj turizma u ovome smjeru, a u budućnosti se očekuje nastavak ovoga trenda.

## **4. NEEKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA**

Kao što je već i istaknuto, osim ekonomskih funkcija, turizam ostvaruje i one neekonomske. Iako je naizgled riječ o učincima koji se ne odnose na gospodarstvo, to nije u potpunosti točno. Kako bi isto bilo adekvatno pojašnjeno, a kao takvo i argumentirano, u ovome poglavlju istražuju se predmetne funkcije na primjeru hrvatskog turizma. Pri tome se predmetna problematika rada zaokružuje u smislenu cjelinu.

### **4.1. OSNOVNO O NEEKONOMSKIM FUNKCIJAMA TURIZMA**

Kada je riječ o neekonomskim funkcijama turizma, misli se zapravo na one funkcije koje se ne mogu kvantificirati i kao takve mjeriti u kontekstu ekonomskih pokazatelja. Međutim, to ne isključuje njihov značaj i ulogu, kako na razini nekog nacionalnog gospodarstva, tako i pripadajućeg društva.

O ovim funkcijama dijelom je već bilo riječi, a detaljnije se teorijski obrađuju u ovome poglavlju, te pojašnjavaju na primjeru Hrvatske. Često se u znanosti i praksi ističe kako su neekonomske funkcije turizma posljedične funkcije, za razliku od ekonomskih koje čine primarne (Čatović, 2011). To zapravo znači da one proizlaze iz ekonomskih funkcija, no smatra se kako je to dijelom ispravna tvrdnja. Sukladno tome, vjeruje se kako ove funkcije djelomično proizlaze iz primarnih ekonomskih, a dijelom se javljaju zasebno, točnije nisu njima uvjetovane.

Ove su se funkcije pod utjecajem istorodnih motiva prve pojavile u povijesnom smislu, pa se smatra da turizam ne može postojati bez neekonomskih motiva i funkcija, od kojih su najznačajnije zdravstvena, kulturno-obrazovna, socijalna i političko-ideološka (Galičić, Laškarin, 2016).

Ove funkcije načelno proizlaze iz ekonomskih funkcija turizma, o kojima je već bilo riječi. Misli se na primjer o induktivnoj funkciji koja potiče razvoj ostalih sektora i djelatnosti. Primjera radi moguće je izdvojiti javni sektor, to jest intenzivniji razvoj zdravstva, ali i obrazovanja za potrebe turizma, ali i šire.

Osim toga, treba istaknuti i utjecaj funkcije uređenja prostora i razvoja područja. Pri tome se misli na primjer na formiranje novih sadržaja za potrebe turizma, uređenje javnih površina i redom dalje.

Pored navedenih funkcija, svakako treba istaknuti kako turizam utječe na opsežnija istraživanja međunarodnog okruženja i tržišta, a time doprinosi razvoju saznanja o tekućim i\* budućim izazovima u međunarodnoj ekonomiji. Na taj način, on ukazuje na osnovne smjernice koje je važno poduzeti u smjeru osnaživanja gospodarstva i spremnijeg odgovaranja na te izazove. Prema tome, ispravno je tvrditi kako turizam doprinosi izgradnji međunarodnog imidža gospodarstva, ali i osnaživanja konkurentnosti generalno.

Imperativ ekonomskog poslovanja i razvoja u suvremeno doba jest koncept održivosti. On se definira na brojne načine, a kao takav predstavlja osnovu današnjeg poslovanja i razvoja, kao i alat za maksimiziranje konkurentnosti nekog gospodarstva. U domeni održivog turizma doprinosi se razumijevanju, promicanju i implementaciji ovoga koncepta na razini nekog gospodarstva, a koristi od navedenoga su brojne. Kako bi sve navedeno bilo jasnije, u nastavku slijedi pregled ovih funkcija ili učinaka na primjeru Hrvatske, točnije njezina nacionalnog gospodarstva i društva.

#### **4.2. NEEKONOMSKE FUNKCIJE HRVATSKOG TURIZMA**

Osim ekonomskih, hrvatski turizam polučuje brojne neekonomske funkcije. Njegov utjecaj na gospodarstvo i društvo može se u tom kontekstu sagledati s nekoliko aspekata, a sukladno prethodnim teorijskim saznanjima i tvrdnjama.

Tijekom razvoja hrvatskog turizma moguće je pratiti njegov utjecaj na uređenje okoliša, valoriziranje prirodne i kulturne baštine, unapređenje kvalitete života te redom dalje. Ovi učinci posebice se intenziviraju tijekom posljednje 2-3 dekade, a osobito nakon pristupanja države Europskoj uniji. Dijelom je to rezultat i angažmana države u iskorištavanju sredstava europskih strukturnih i investicijskih fondova, koji

sufinanciraju razne razvojne projekte. Njihov cilj je unapređenje kvalitete turističke ponude, a time i kvalitete života lokalne zajednice, jačanje međunarodnog imidža hrvatskog turizma, a time i gospodarstva, kao i unapređenje konkurentnosti generalno (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2018).

Prethodnim istraživanjem, u okviru analize ekonomskih funkcija turizma Hrvatske, potvrđeno je kao on čini značajan segment ovoga gospodarstva, a ujedno se isto čvrsto oslanja na njegov razvoj. Sukladno tome, jasno je kako on uvelike determinira ekonomski rast i razvoj istoga.

Vodeći dionici u Hrvatskoj kontinuirano poduzimaju opsežna istraživanja međunarodnog turističkog tržišta u svrhu učinkovitijeg i profitabilnijeg turističkog poslovanja. Stjecanjem saznanja u svezi navedenoga, zapravo se razvija svijest o generalnim trendovima u međunarodnoj ekonomiji. Primjer mogu biti trendovi u svezi jačanja tehnologije u poslovanju, trendovi u promjenama potrošačkih navika i slično. Pri tome, ove se informacije izravno koriste i u ostale svrhe, to jest za potrebe razvoja ostalih djelatnosti, izravno ili neizravno povezanih s turizmom. Logičnim slijedom, ova istraživanja predstavljaju osnovu za definiranje razvojnog okvira gospodarstva Hrvatske generalno.

Sukladno navedenome, prilagođavanje ovim trendovima, kao i poticanje investicija u turizmu i šire, te poduzimanje ostalih aktivnosti, pozitivno utječe na jačanje međunarodnog imidža Hrvatske, kao i konkurentnosti ovoga gospodarstva.

Kapitalna ulaganja u turizmu doprinose unapređenju turističke ponude Hrvatske, ali ujedno i kvaliteti života lokalne zajednice. Sadržaji koji se osmišljavaju u ponudi su turistima, ali i hrvatskim građanima. Jednako tako, uređenje javnih površina unapređuje njihovo zadovoljstvo, kao i samu kvalitetu života.

U Republici Hrvatskoj, turizam nije samo generator ekonomskog rasta već i razvoja, a to se, pored navedenoga, s jednostavnošću potvrđuje i na primjeru promicanja te jačanja održivog poslovanja i razvoja. Neki od konkretnih primjera su međunarodni ISO standardi koji se uvode u turističke organizacije, certificiranje proizvoda Eko oznakom, certificiranje plaža, ali i apartmana (Domus bonus) te ostalo. Na taj način

doprinosi se jačanju svijesti o važnosti ovoga koncepta, kao i o koristima koje on polučuje u praksi. Riječ je o uspješnim primjerima i praksama, koje uvjerljivo slijede i ostali poslovni subjekti u hrvatskom gospodarstvu.

U konačnici, tijekom posljednjih godina vidljiv je značajniji napredak turizma u poticanju informiranja, jačanju obrazovanja i kvalitete ljudskih potencijala u Hrvatskoj, unapređenju suradnje i ostalih učinaka generalno. S jednostavnošću se može tvrditi kako su to neke osnovne smjernice za jačanje nekog nacionalnog gospodarstva, kao i ostvarenje dugoročno profitabilnog ekonomskog rasta.

## 5. ZAKLJUČAK

Na temelju provedenoga istraživanja potvrđuje se značaj turizma u generiranju zavidnih ekonomskih i neekonomskih učinaka generalno. Pri istraživanju i specificiranju istih, riječ je o ekonomskim i neekonomskim funkcijama turizma, koje su u većoj ili manjoj mjeri uvjetovane i kao takve povezane. Sasvim je ispravno tvrditi kako je turizam snažni generator ekonomskog rasta i razvoja gospodarstva neke države, ali i stimulator socijalnog blagostanja te zadovoljstva.

Na primjeru turizma Republike Hrvatske, njegov ekonomski značaj najevidentniji je u domeni induktivne i multiplikativne funkcije, funkcije poticanje zapošljavanja, kao i funkcije uravnoteženja platne bilance države. Pri tome je vidljivo kako ukupni prihodi od turizma i povezanih djelatnosti rastu tijekom dužeg vremenskog razdoblja, a nastavak ovoga trenda očekuje se i u budućnosti. Sukladno tome, riječ je i o očekivanom rastu udjela turizma u BDP-u Hrvatske koji se kreće oko 10%. Jednaki trend prati i udio zaposlenih u turizmu, a on iznosi visokih 7%, te se očekuje njegovo maksimiziranje i u budućnosti.

Na temelju konkretnih pokazatelja, istaknuto je kako turizam predstavlja značajnu komponentu izvoza hrvatskog gospodarstva. S obzirom da je riječ o industriji putovanja, misli se na izvoz usluga, koji se naziva nevidljivim izvozom. Saldo ove trgovine je pozitivan, za razliku od dugogodišnjeg visokog vanjsko-trgovinskog deficita hrvatskog gospodarstva. Pri tome, turizam biva instrumentom ublažavanja ovoga deficita, što pojašnjava njegovu funkciju uravnoteženja platne bilance.

Na primjeru Hrvatske istaknute su i ostale ekonomske funkcije turizma, no ne treba zanemariti značaj i onih neekonomskih. Pri tome se smatra kao je hrvatski turizam važan instrument unapređenja kvalitete života generalno, jačanja imidža i konkurentnosti na međunarodnom tržištu, ali i ostaloga. Najjednostavnije je zaključiti kako on doprinosi unapređenju informiranost u hrvatskom gospodarstvu, kvaliteti ljudskih potencijala, praćenju i spremnom odgovaranju na međunarodne trendove i izazove te ostalo. Ujedno je riječ o izravnoj podršci održivom poslovanju i razvoju, kao imperativu suvremenoga doba.

U budućnosti se očekuje daljnje intenziviranje pozitivnih učinaka turizma u Hrvatskoj, uslijed njegova očekivanog rasta. Međutim, treba istaknuti kao se razvoj nekog gospodarstva ne bi smjeo striktno oslanjati na razvoj turizma s obzirom da je riječ o vrlo senzibilnoj socio-ekonomskoj pojavi. Isti je važno razvijati i poduprijeti u što većoj mjeri, no podjednaku pažnju i značaj posvetiti i ostalim djelatnostima, koje su naposljetku i potaknute njegovim napretkom.



## LITERATURA

### Knjige:

1. Čatović, A. (2011.) Ekonomske i neekonomske funkcije turizma. Bosna i Hercegovina: Print Com
2. Koncul, N. (2009.) Ekonomika i turizam. Zagreb: Mikrorad d.o.o.
3. Pirjevec, B.; Kesar, O. (2002.) Počela turizma. Zagreb: Mikorad d.o.o.
4. Galičić, V.; Laškarin, M. (2016.) Principi i praksa turizma i hotelijerstva. Opatija; Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

### Članci:

1. Curić, Z. et al. (2012.) Contemporary Issues in Regional Development of Tourism in Croatia. Hrvatski geografski glasnik. 74/1. 2012. Str. 19.-40.

### Internet izvori:

1. Hrvatska enciklopedija (2018.) Turizam. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (10.08.2018.)
2. HTZ (2017.) Turizam u brojkama 2016. Dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam\\_u\\_brojkama\\_HR\\_%202016.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam_u_brojkama_HR_%202016.pdf) (10.08.2018.).
3. Institut za turizam (2018.) Hrvatski turizam u brojkama. Dostupno na: [http://www.iztg.hr/hr/institut/projekti/informacije/hrvatski\\_turizam\\_u\\_brojkama](http://www.iztg.hr/hr/institut/projekti/informacije/hrvatski_turizam_u_brojkama) (10.08.2018.)
4. Ministarstvo turizma (2018.) Turizam u brojkama 2017. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180608\\_HTZTUBHR\\_2017.PDF](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180608_HTZTUBHR_2017.PDF) (10.08.2018.).

## POPIS SLIKA

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1. Turistička regionalizacija Republike Hrvatske .....                                  | 4  |
| Slika 2. Turistički satelitski račun ili bilanca (TSA) .....                                  | 11 |
| Slika 3. Turistički izdaci i proizvodnja generirana turizmom Hrvatske u 2011. godini<br>..... | 13 |

## POPIS TABLICA

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <a href="#"><u>Tablica 1. SWOT analiza hrvatskog turizma</u></a> .....                                   | 6  |
| <a href="#"><u>Tablica 2. Turistička satelitska bilanca Republike Hrvatske za 2011. godinu</u></a> ..... | 12 |
| <a href="#"><u>Tablica 3. Ukupan broj zaposlenih u turizmu Hrvatske</u></a> .....                        | 16 |
| <a href="#"><u>Tablica 4. Analiza zaposlenih u turizmu Hrvatske</u></a> .....                            | 17 |

## POPIS GRAFIKONA

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <a href="#"><u>Grafikon 1. Ukupna broj dolazak turista u Hrvatskoj od 1980. do 2015. godine</u></a> .....            | 7  |
| <a href="#"><u>Grafikon 2. Ukupno ostvarena noćenja u turizmu Hrvatske od 1980. do 2015. godine</u></a><br>.....     | 8  |
| <a href="#"><u>Grafikon 3. Neto uvoz roba i neto izvoz turizma od 2004. do 2014. godine u Hrvatskoj</u></a><br>..... | 19 |
| <a href="#"><u>Grafikon 4. Platna bilanca hrvatskog turizma (2000.-2014.)</u></a> .....                              | 20 |

## SAŽETAK

Svrha rada je potvrditi iznimnu ulogu turizma u generiranju razvoja hrvatskog gospodarstva i društva, a što se vrši analizom njegovih ekonomskih i neekonomskih funkcija.

Rad se sastoji od tri poglavlja, uvoda i zaključka. Prvo poglavlje posvećeno je osnovnim obilježjima hrvatskog turizma. Primarno se analiziraju neke opće značajke u svezi njega, kvantitativna i kvalitativna obilježja, a naposljetku slijedi analiza turističkih kretanja. Sljedeće poglavlje obrađuje ekonomske funkcije turizma Hrvatske. U posljednjem poglavlju rada analiziraju se neekonomske funkcije turizma u Hrvatskoj. Za potrebe istraživanja korištene su metoda analize i sinteze, induktivna metoda, metoda apstrakcije i komparacije te statistička metoda. Za oblikovanje i uređenje predloženog teksta poslužila je metoda deskripcije.

Ključne riječi: turizam, Republika Hrvatska, kvantitativna obilježja, kvalitativna obilježja, ekonomske funkcije turizma, neekonomske funkcije turizma

## SUMMARY

The main purpose of the document is to confirm how important tourism is, in generating and developing Croatian economy and society, which can be measure with its economic and non-economic functions.

The document is based on three chapters, introduction part and conclusion. The first chapter is dedicated to the major characteristics of the Croatian tourism. Primarily, there will be some general points about it, quantitative and qualitative analyses, and at the end, there will be presented the analyses of the touristic movements.

The other chapter is about economic functions of the tourism in Croatia. Last chapter will contain analyses of the non-economical functions of the Croatian tourism. For the research, we use the method of analyses and synthetic, the induction method, method of abstraction and comparison and statistic method. For the customization of the document and formatting, the used method was a method of description.

Keywords: tourism, Republic of Croatia, qualitative and quantitative analyses, economical and non-economical functions of the tourism