ANALIZA PRIHODA OD TURIZMA U ODABRANIM GRADOVIMA DALMATINSKE ZAGORE, UTJECAJ MANIFESTACIJA TE TURISTIČKIH KRETANJA OD 2011. – 2014.

Bašić, Jure

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:859363

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split







SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ANALIZA PRIHODA OD TURIZMA U ODABRANIM GRADOVIMA DALMATINSKE ZAGORE, UTJECAJ MANIFESTACIJA TE TURISTIČKIH KRETANJA OD 2011. – 2014.

Mentor:

Prof. dr. sc. Snježana Pivac

Student:

Jure Bašić

Matični broj: 2141060

Split, lipanj 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD 1

1.1. Problem istraživanja 1

1.2. Predmet istraživanja 3

1.3. Istraživačke hipoteze 5

1.4. Ciljevi istraživanja 5

1.5. Metode istraživanja 6

1.6. Doprinos istraživanja 7

1.7. Struktura diplomskog rada 7

2. TURIZAM I ODABRANE MANIFESTACIJE 9

2.1. Općenito o turizmu 9

2.1.1. Vrste i oblici turizma 12

2.2. Turizam u Republici Hrvatskoj 16

2.2.1. Povijest turizma u Republici Hrvatskoj 17

2.2.2. Turistička ponuda u Republici Hrvatskoj 22

2.2.3. Važnost turizma za gospodarstvo 25

2.3. Turizam u Dalmatinskoj zagori 27

2.3.1. Dalmatinska zagora 27

2.3.2. Turizam u Dalmatinskoj zagori 28

2.4. Manifestacije na području Dalmatinske zagore 30

2.4.1. Glumci u Zagvozdu u Imotskoj krajini 31

2.4.2. Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja te Zvonimirovi dani u Kninu 32

2.4.3. Sinjska Alka i Velika Gospa u Sinju 34

2.4.4. Sajam sv.Mihovil u Trilju 37

3. ANALIZA PRIHODA OD TURIZMA U DALMATINSKOJ ZAGORI, TURISTIČKIH KRETANJA TE UTJECAJ NAJVAŽNIJIH MANIFESTACIJA 38

3.1. Analiza prihoda od turizma u odabranim središtima Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011.-2014. 38

3.2. Analiza turističkih kretanja u odabranim središtima Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011.-2014. 45

3.2.1. Analiza turističkih kretanja u Imotskom 46

3.2.2. Analiza turističkih kretanja u Kninu 50

3.2.3. Analiza turističkih kretanja u Sinju 53

3.2.4. Analiza turističkih kretanja u Trilju 57

3.3. Analiza turističkih kretanja na području cijele Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011.-2014. godine 60
3.4. Analiza utjecaja najvažnijih manifestacija na turistička kretanja u gradovima održavanja 72
3.5. Analiza utjecaja najvažnijih manifestacija na ukupna turistička kretanja u cijeloj Dalmatinskoj zagori 81
4. ZAKLJUČAK 84
LITERATURA 86
POPIS TABLICA I GRAFIKONA 89
SAŽETAK 91
SUMMARY 91

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Postoji više definicija turizma. Turizam je putovanje u svrhu rekreacije, ugode ili posla i najčešće je ograničenog trajanja. Najčešće se turizam povezuje s putovanjem izvan domicilne zemlje, ali se također može odnositi i na putovanje na druge lokacije u tuzemstvu izvan mjesta stanovanja.[1]

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.[2] Ovo je jedna od najčešće korištenih definicija od priznatih švicarskih teoretičara, a koja je prihvaćena i od Međunarodnog udruženja znanstvenih i turističkih stručnjaka AIEST. Danas je turizam jako popularna aktivnost kod velikog broja ljudi, koji se odlučuju na odlazak izvan svoje zemlje, ali i unutar nje, a sve kako bi ispunili neke svoje ciljeve, koji se u prvom redu odnose na istraživanje novih područja te ostvarivanje raznih vrsta zabave. Možemo reći kako postoji domaći i međunarodni turizam, pri čemu obje vrste, a posebno međunarodni, imaju velik utjecaj na gospodarstvo pojedinih zemalja.

Turizam je aktivnost vitalna za život nacija zbog svog utjecaja na socijalni, kulturni, obrazovni i ekonomski sektor društva unutar države, kao i njihove međunarodne odnose.[3]

Dakle, postoji veliki utjecaj turizma na stanje u pojedinoj državi, ne samo na njeno gospodarstvo, nego i na ostale važne sektore te na kvalitetu života općenito. Vrlo je važan njegov utjecaj na prihode koji se ostvaruju u pojedinoj zemlji čime se pridonosi boljem standardu stanovništva. Također, bitan je utjecaj i na zaposlenost pri čemu u Republici Hrvatskoj turizam uvelike doprinosi povećanju zaposlenosti, što se najčešće događa u određenim razdobljima u godini, uglavnom tijekom ljeta.[4]

[1] CroatiaLink: http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (pristupljeno 15.02.2016.)
[2] Hunziker, W. i Krapf, K. (1942.): "Outline of the General Teaching of Tourism", Switzerland
[3] Manila Declaration on World Tourism (1980.): http://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/65.%20Manila.PDF (pristupljeno 13.03.2016.)
[4] Hrvatski zavod za zapošljavanje: http://www.hzz.hr/ (pristupljeno 26.02.2016.)

Za Hrvatsku u cjelini turizam je izuzetno važna djelatnost.[5] Najveći dio ostvarenih prihoda dolazi upravo od turizma te uvelike on pomaže održavanju i funkcioniranju cjelokupnog gospodarstva. Kada govorimo o Hrvatskoj, najvažniji je ljetni turizam ponajviše zbog Jadranskog mora, prekrasnih plaža i otoka, koji svake godine privlače milijune turista iz cijeloga svijeta.[6] Isto tako, važna je turistička ponuda i u drugim dijelovima zemlje, kao npr. razni Nacionalni parkovi, Parkovi prirode, gastronomska ponuda i sl., a sve važniji je i utjecaj mnogih kulturnih manifestacija koje se održavaju u pojedinim područjima.[7]

Kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.[8]

Kulturne manifestacije bi trebale utjecati na privlačenje turista, kako domaćih tako i međunarodnih, te se postavlja pitanje je li njihov doprinos turizmu značajan. U Republici Hrvatskoj postoje brojne manifestacije koje se održavaju tijekom cijele godine, za koje se vjeruje da utječu na priljev turista u vrijeme dok se održavaju.[9] Kada je riječ o Dalmatinskoj zagori, mnoge manifestacije se uglavnom održavaju već dugi niz godina s čim se nastoji podsjetiti na nešto što se događalo u prošlosti te očuvati uspomenu na važne dane i događaje tijekom povijesti. Istražit će se informacije i važnost odabranih manifestacija za pojedini grad i mjesto.[10] Koristit će se mnogi dostupni dodatni izvori uključujući i članke iz novina i portala zbog manjka detaljnijih informacija službenih izvora o posjećenosti navedenih manifestacija.
Turistička kretanja se mijenjaju proteklih godina, kako u cijeloj državi, tako i u Dalmatinskoj zagori, pri čemu je važno istražiti jesu li kretanja pozitivna te je li manifestacije uspješno pridonose pozitivnim rezultatima.
Također, za područje Dalmatinske zagore karakterističan je ruralni turizam. Ruralni turizam Dalmatinske zagore predstavlja skup turističkih proizvoda koji se temelje na postojećim prirodnim resursima, karakteristikama tradicionalnog ruralnog načina života, kulturno – povijesne baštine, te tradicionalnim elementima lokalne arhitekture, i kao takav pretpostavlja

[5] Ministarstvo turizma Republike Hrvatske: http://www.mint.hr/ (pristupljeno 26.02.2016.)
[6] Ibid
[7] Ibid
[8] Richards, G. (1999.): 17. European Cultural Tourism: Patterns and Prospects
[9] Cerović Z. (2008.): „Animacija u turizmu“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
[10] Dalmatinska zagora: http://www.dalmatinskazagora.hr/ (pristupljeno 18.02.2016.); TZ Splitsko-dalmatinske županije: http://www.dalmatia.hr/hr (pristupljeno 08.03.2016.); TZ Šibensko-kninske županije: http://www.sibenikregion.com/hr/ (pristupljeno 08.03.2016.)

definiranje onih oblika turističkih proizvoda koji se mogu profesionalno oblikovati i komercijalizirati na turističkom tržištu.[11]

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada su prihodi od turizma u odabranim gradovima Dalmatinske zagore, utjecaj manifestacija te turističkih kretanja od 2011. – 2014.

Dalmatinska zagora je kontinentalni dio Dalmacije. To je oko 150 km dug pojas odvojen od primorja planinskim nizom Kozjaka, Mosora, Omiške Dinare, Biokova i Rilića. Čine je tzv. Kninska, Drniška, Sinjska, Vrlička, Imotska i Vrgoračka krajina, tj. područja u okolici Knina, Drniša, Sinja, Vrlike, Imotskog i Vrgorca.[12] U područje Dalmatinske zagore ubraja se 7 gradova (Drniš, Knin, Imotski, Sinj, Trilj, Vrgorac, Vrlika) i 27 općina.[13]

Od navedenih sedam gradova naglasak će se staviti na odabrana četiri središta prema kriteriju održavanja poznatih manifestacija: Imotski, Knin, Sinj i Trilj.

U Imotskoj krajini poznata je manifestacija Glumci u Zagvozdu koja se održava u Zagvozdu.[14] Proslavljeni hrvatski glumac Vedran Mlikota pokrenuo je ovaj festival 1998. godine, a od tada se svake godine bilježi sve veći broj posjetitelja.[15] Festival se održava tijekom ljetnih mjeseci kada posjetitelji mogu uživati u brojnim predstavama i koncertima. 2014. godine održao se 17. po redu festival, od 29. lipnja do 9. kolovoza te je bilježio jako dobru posjećenost po svakoj predstavi ili koncertu.[16]

U Kninu se obilježava Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja te Zvonimirovi dani.[17] Svake godine, 5. kolovoza, obilježava se Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja u spomen na 5. kolovoza 1995. godine kada je Knin oslobođen od okupacije.[18] Kao i svake godine, i 2014. je zabilježen velik broj posjetitelja, kako na samoj svečanosti proslave, tako i na brojnim popratnim sadržajima.[19] Zvonimirovi

[11] Horwath Consulting Zagreb (2009.): „Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko – dalmatinske Županije“, Zagreb
[12] Hrvatska enciklopedija: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=13755 (pristupljeno 07.03.2016.)
[13] Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.: http://www.dzs.hr/ (pristupljeno 07.03.2016.)
[14] TZ Imotski: http://www.tz-imotski.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
[15] Glumci u Zagvozdu: http://glumciuzagvozdu.hr/hr/udruga/ (pristupljeno 04.03.2016.)
[16] Radio Imotski: http://radioimotski.hr/naslovnica/vedran-mlikota-uoci-otvaranja-glumaca-u-zagvozdutisuce-posjetitelja-na-predstavi-ili-koncertu-to-je-ono-sto-nas-u-zagvozdu-cini-sretnima/ (pristupljeno 04.03.2016.)
[17] TZ Knin: http://www.tz-knin.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
[18] Ibid
[19] Index.hr: http://www.index.hr/vijesti/clanak/u-cavoglavama-sutra-posebni-policijski-stozer-koji-ce-snimati-slavlje/763715.aspx (pristupljeno 04.03.2016.)

dani su manifestacija u stilu 11. stoljeća, što predstavlja povratak u Zvonimirovo doba čime kninska Tvrđava postaje još atraktivnija za građane i posjetitelje grada Knina, te bilježi vrlo dobru posjećenost.[20] Održava se od 2009. godine, početkom mjeseca lipnja, a 2014. je održana 6. i 7. lipnja.[21]

U Sinju su dvije najvažnije manifestacije Sinjska Alka i Velika Gospa.[22] Sinjska Alka održava se svake godine u nedjelju, u prvoj trećini mjeseca kolovoza, a prethode joj Bara i Čoja, koje se održavaju u petak i subotu prije same Alke. Veoma važna manifestacija za Cetinski kraj, o čemu dovoljno govori velika posjećenost svake godine. U radu će se posebno istaknuti 2014. godina kada se Alka održala 3. kolovoza, a bila je 299. po redu te je privukla veliki broj posjetitelja.[23] Druga važna manifestacija je blagdan Velike Gospe, koja se tradicionalno održava svake godine na dan 15. kolovoza. Slavi se u nekoliko gradova u Hrvatskoj, a najposjećenije su proslave u Mariji Bistrici i Sinju, pri čemu 2014. nije bila iznimka.[24]

U gradu Trilju najvažnija manifestacija je Sajam Sv.Mihovil.[25] Sajam počinje već polovicom mjeseca rujna, a središnji događaj je 28. rujna kada se održava tradicijski sajam i dernek te 29. rujna kada Trilj slavi Dan grada i blagdan svog zaštitnika – sv. Mihovila arkanđela. Proslava privuče brojne posjetitelje svake godine, pa tako i 2014., ne samo iz Hrvatske nego i iz susjedne Bosne i Hercegovine.[26]

Analizirat će se podatci o prihodima i broju zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane za odabrana središta (Imotski, Knin, Sinj, Trilj) po godinama u razdoblju 2011. – 2014.[27] Za navedene gradove provest će se i analiza podataka o dolascima i noćenjima turista u istom razdoblju.[28] Za 2014. godinu na temelju dostupnih podataka[29], istražit će se posjećenost tih gradova na dan održavanja odgovarajuće manifestacije i komparirat će se s ostvarenim brojem dolazaka i noćenja u pripadajućem mjesecu održavanja manifestacije za svaki grad.

[20] Terracon News: http://terracon-news.com/zvonimirovi-dani-u-kninu/ (pristupljeno 08.03.2016.)
[21] Grad Knin: http://grad-knin.net/knin/hrvatska/zvonimirovi-dani-2014 (pristupljeno 04.03.2016.)
[22] TZ Sinj: http://www.visitsinj.com/hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
[23] Sinjska Alka: http://www.alka.hr/novost_opsirno.asp?pageID=15&nID=92 (pristupljeno 04.03.2016.)
[24] Index.hr: http://www.index.hr/vijesti/clanak/blagdan-je-velike-gospe/765595.aspx (pristupljeno 04.03.2016.)
[25] TZ Trilj: http://www.tz-trilj.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
[26] Ferata.hr: http: http://www.ferata.hr/didovina-u-trilju/ (pristupljeno 04.03.2016.)
[27] FINA: http://www.fina.hr/Default.aspx (pristupljeno 08.03.2016.)
[28] Državni zavod za statistiku: http://www.dzs.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
[29] Ferata.hr: http: http://www.ferata.hr/didovina-u-trilju/ (pristupljeno 04.03.2016.); Index.hr: http://www.index.hr/vijesti/clanak/u-cavoglavama-sutra-posebni-policijski-stozer-koji-ce-snimati-slavlje/763715.aspx (pristupljeno 04.03.2016.); Index.hr: http://www.index.hr/vijesti/clanak/blagdan-je-velike-gospe/765595.aspx (pristupljeno 04.03.2016.); Radio Imotski: http://radioimotski.hr/naslovnica/vedran-mlikota-uoci-otvaranja-glumaca-u-zagvozdutisuce-posjetitelja-na-predstavi-ili-koncertu-to-je-ono-sto-nas-u-zagvozdu-cini-sretnima/ (pristupljeno 04.03.2016.); Sinjska Alka: http://www.alka.hr/novost_opsirno.asp?pageID=15&nID=92 (pristupljeno 04.03.2016.); Terracon News: http://terracon-news.com/zvonimirovi-dani-u-kninu/ (pristupljeno 08.03.2016.)

Uz godišnje podatke, na temelju mjesečnih podataka o dolascima i noćenjima turista istražit će se udio odabranih gradova u turističkim kretanjima, tj. noćenjima i dolascima turista u cijeloj Dalmatinskoj zagori.[30]

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju definiranih problema i predmeta istraživanja, postavljene su sljedeće hipoteze, za koje će se kroz daljnje istraživanje pokazati jesu li ispravne ili pogrešne:

H1 – Dalmatinska zagora je ostvarila značajan napredak u turizmu u promatranom razdoblju 2011. – 2014. godine

H2 – Utjecaj manifestacija na turistička kretanja tijekom godine je pozitivan i statistički značajan

H3 – Odabrani gradovi ostvarili su porast prihoda od turizma u promatranom razdoblju 2011. – 2014. godine

1.4. Ciljevi istraživanja

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja, te postavljenih hipoteza, određeni su sljedeći ciljevi ovog istraživanja:

- Prikaz temeljnih informacija vezanih za turizam općenito
- Prikaz temeljnih informacija o turizmu u Republici Hrvatskoj
- Predočiti informacije o turizmu i turističkom potencijalu na području Dalmatinske zagore

[30] Državni zavod za statistiku: http://www.dzs.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)

- Pružiti informacije o najvažnijim manifestacijama koje se održavaju na području Dalmatinske zagore
- Analizirati turistička kretanja za navedena odabrana središta te za Dalmatinsku zagoru sveukupno u razdoblju od 2011. – 2014. godine
- Analizirati kretanje prihoda od turizma u odabranim središtima u razdoblju od 2011. – 2014. godine
- Utvrditi kakav utjecaj najvažnije manifestacije imaju na turistička kretanja u Dalmatinskoj zagori tijekom godine

1.5. Metode istraživanja

Kako bi se kvalitetno obradili prikupljeni podaci, te kako bi se istraživanje provelo na odgovarajući način, a u skladu sa postavljenim hipotezama, koristiti će se različite metode.[31]

Koristit će se metoda prikupljanja podataka, potrebni podaci će biti prikupljeni putem Internet pretraživanja, a koristit će se i literatura dostupna u knjižnici EFST-a i Sveučilišnoj knjižnici te odabrani Internet izvori kako bi se došlo do pojedinih informacija.

Nadalje, koristit će se metoda deskripcije i metoda eksplanacije, za opisivanje činjenica, predmeta i procesa, te za objašnjavanje osnovnih pojmova vezanih za istraživanje.

Pomoću metode analize nastojat će se analizirati prikupljeni podaci, vezani za predmet istraživanja.

Za obradu prikupljenih podataka će se koristiti odabrane statističke metode, i to uglavnom pomoću programa Microsoft Office Excel te pomoću SPSS programa. Prikupljene podatke i informacije će se nastojati što bolje prikazati pomoću odgovarajućih tablica i grafikona, kako bi bili što bolje razumljivi. Isto tako, koristiti će se odgovarajući statistički parametrijski i neparametrijski testovi, a zaključci će se donositi uz signifikantnost testa od 0.05.

[31] Pološki Vokić N., Sinčić Ćorić D., Verčić Tkalac A. (2011): „Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima“, M.E.P. d.o.o., Zagreb

1.6. Doprinos istraživanja

Kod ovoga istraživanja osnovni cilj je zapravo provjeriti jesu li postavljene hipoteze istinite ili pogrešne. Želi se istražiti kakav utjecaj najvažnije manifestacije imaju na priljev turista u pojedinim područjima gdje se održavaju, je li ostvaren napredak što se tiče turističkih pokazatelja u promatranom razdoblju te je li ostvaren porast prihoda od turizma u odabranim gradovima. Odgovor na ta pitanja će se dobiti upravo na temelju empirijskog testiranja postavljenih istraživačkih hipoteza. Isto tako, cilj je pružiti osnovne informacije vezane za turizam, pogotovo one koje se odnose na Hrvatsku s posebnim osvrtom na Dalmatinsku zagoru.

Kroz navedeno istraživanje i ciljeve koji se žele ostvariti, dat će se doprinos najviše za buduće planiranje samog turizma u navedenim područjima te za još bolju iskorištenost turističkog potencijala kojeg ima Dalmatinska zagora. Istraživanje će pokazati je li utjecaj manifestacija doista značajan te će u slučaju pozitivnog rezultata doprinijeti da se više pozornosti usmjeri na organiziranje aktivnosti i manifestacija, kako postojećih, tako i nekih novih koje će privući što veći broj turista i omogućiti bolje iskorištavanje samog potencijala.

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad sastojat će se od četiri dijela, među kojima su uvod te zaključak.

U uvodnom dijelu rada definirat će se problem i predmet istraživanja, te će se navesti osnovni ciljevi istraživanja koji se žele postići. Također, uvod će sadržavati osnovne metode koje će se korisiti u radu za prikupljanje i obradu podataka, a prikazat će se i sama struktura diplomskog rada.

Drugi dio rada, naslova „Turizam i odabrane manifestacije“, sadržavat će osnovne informacije i podatke o turizmu općenito, turizmu u Republici Hrvatskoj te o turizmu i turističkom potencijalu u Dalmatinskoj zagori. Također, izdvojit će se odabrana središta na području Dalmatinske zagore te će se navesti manifestacije koje se održavaju na pojedinom području.

O svakoj manifestaciji će se pružiti detaljne informacije kako bi se što bolje razumjelo što one znače za pojedini kraj.

U trećem dijelu rada čiji će naslov biti „Analiza prihoda od turizma u Dalmatinskoj zagori, turističkih kretanja te utjecaj najvažnijih manifestacija“, analizirat će se promjene turističkih pokazatelja, dolazaka i noćenja, koje se događaju na području Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011. – 2014. godine. Te promjene će se analizirati za svako navedeno središte, te za Dalmatinsku zagoru sveukupno, po mjesecima za svaku godinu. Isto tako, analizirat će se broj zaposlenih i ostvareni prihodi u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Koristit će se podaci koji su dostupni na godišnjoj razini za odabrana središta, za razdoblje od 2011. – 2014. godine. Također, u ovom dijelu rada će se istražiti kakav utjecaj najvažnije manifestacije imaju na turistička kretanja, odnosno je li se bilježi veći priljev turista u onim mjesecima godine kada se održavaju navedene manifestacije. Tu će se analizirati 2014. godina po mjesecima, broj ostvarenih dolazaka i noćenja, uz komentiranje same posjećenosti mjesta na dan održavanja manifestacije.

Četvrti i posljednji dio rada će biti Zaključak, u kojem će se rezimirati rezultati provedene analize i istraživanja, te pokušati dati eventualne smjernice za budućnost, za što bolju iskorištenost turističkog potencijala Dalmatinske zagore.

2. TURIZAM I ODABRANE MANIFESTACIJE

2.1. Općenito o turizmu

Turizam danas predstavlja jako popularnu aktivnost kod velikog broja ljudi diljem cijeloga svijeta. Kada se spomene riječ turizam, većina ljudi najprije pomisli na putovanja, odmor, istraživanja dosad nepoznatih područja, uživanje. Pojam „turist“ prema Ogilvi-u datira još iz 1800. kada je Pegge u svojim „Anecdotes of the English Language“ rekao: „A traveler is nowadays called a Tour-ist.“ (Putnika u današnje vrijeme nazivamo turist)[32] Ubrzo nakon pojma turist pojavio se i pojam turizam, pri čemu korijen riječi potječe od grčkog pojma tornos, što znači kružno kretanje.

Definicija turizma i turista ima mnogo, a u ovom radu će se navesti neke od njih. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira turista kao osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i čija glavna svrha putovanja nije vezana za obavljanje neke plaćene aktivnosti u mjestu koje posjećuje.[33] Dakle, turistu osnovna svrha putovanja nije zarada određene količine novca obavljajući neku aktivnost, te se on ne zadržava dugo vremena na određenoj destinaciji.

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.[34]

Među najprihvaćenijim definicijama turizma je ona koju je dala Svjetska turistička organizacija, a ona glasi: „Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga.“[35]
Ova definicija sadržava bitna obilježja turizma:[36]

- Putovanje osoba i njihov boravak u različitim destinacijama
- Osim putovanja, uključuje i boravak i sve aktivnosti u destinaciji

[32] Petrić L., (2003.): „Osnove turizma“, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 18.
[33] Ibid., str. 21.
[34] Hunziker, W. i Krapf, K., op.cit.
[35] Petrić L., op.cit., str. 21.
[36] Ibid

- Turizam u destinaciji i mjestima kroz koje turisti prolaze potiče one aktivnosti koje su različite od uobičajenih aktivnosti rezidentnog stanovništva
- Putovanje ima privremen i kratkoročan karakter.

Ako pod funkcijama turizma razumijevamo sva djelovanja turizma na čovjeka, društvo, privredu, neprivredu, prirodu, okolinu itd., iz njegovih sveobuhvatnih utjecaja doći ćemo do jedne od temeljnih karakteristika turizma, tj. do *turističke polifunkcionalnosti*. Polifunkcionalnost turizma sastoji se u sljedećim funkcijama turizma:[37]

- **zdravstvena** – turizam u pravilu djeluje kao preventiva, tj. pomoću turizma se stječe i održava bolja opća kondicija i zdravstveno stanje čovjeka
- **rekreativno-zabavna** – turizam zapravo predstavlja rekreaciju i zabavu, te uvelike doprinosi povećanju produktivnosti i odmoru svakog pojedinca, pogotovo u današnjem ubrzanom i stresnom načinu života
- **obrazovno-kulturna** – mnogi turisti putuju radi razgledavanja i upoznavanja novih kultura, te turizam na taj način omogućuje upoznavanje novih ljudi, tradicija, novih načina života, običaja, jezika i sl.
- **politička** – turizam djeluje pacifistički, pridonosi širenju mira i razumijevanja među narodima
- **socijalna** – značajna funkcija turizma, pogotovo u nekim zemljama, zbog toga što pridonosi smanjenju socijalnih razlika između pojedinih klasa i naroda
- **grupa ekonomskih funkcija turizma** – čine jedan od najvažnijih i najsloženijih odražaja i djelovanja turizma, a upravo ekonomsko značenje uvelike potiče interes za sam turizam.

Iz navedenih definicija turista i turizma, vidimo da se naglasak stavlja na napuštanje svojeg mjesta stanovanja i odlazak u određene destinacije, pri čemu je boravak u tim destinacijama kratkotrajan i uglavnom turistu ne donosi nikakvu materijalnu korist, tj. zaradu. Vrlo često se žele istražiti neka nova mjesta, koja su dotad turistu bila nepoznata te osim samog razgledavanja destinacije upoznati se i sa lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom i običajima. Na taj način, kroz turizam čovjek stječe nova znanja, upoznaje nove ljude, kulturno

[37] Cicvarić A., (1990.): „Ekonomika turizma“, Zagreb, str. 36.-39.

se uzdiže i može pogledati svijet drugim očima, a to je često vrjednije od bilo kakve materijalne koristi.

Turizam se razvijao kroz povijest, pri čemu su kultura i vjera uvelike utjecali na njegov razvoj. U početku su putovanja zapravo bila hodočašća koja je poticala Crkva organizirajući odlaske tisuća hodočasnika u vjerska svetišta.[38] Na taj način velik broj ljudi je odlazio u mjesta gdje nikada prije nisu bili, te su tako osim duhovnog ispunjenja koje donosi posjet svetištima, mogli i bolje upoznati sam grad tj. destinaciju na koju su odlazili.

Kada govorimo o povijesnom razvoju turizma, možemo ga podijeliti na četiri faze:[39]

1. Pretpovijest turizma, razdoblje koje obuhvaća srednjovjekovno doba i početak 17. stoljeća
2. Razdoblje željezničkog prometa obilježava drugu fazu razvoja turizma
3. Treća faza je faza međuratnog razdoblja, između 1918. i 1939. godine
4. Četvrta faza je tzv. „uzletna faza“ koja započinje nakon drugog svjetskog rata sve do našeg vremena.

Na razvoj turizma uvelike je utjecao razvoj prometa. U početku, turistička putovanja su se uglavnom odvijala uz pomoć željeznice kao glavnog prijevoznog sredstva, te je širenje same željezničke mreže omogućavalo organiziranje putovanja na različita nova mjesta. Uz željeznicu važan je bio i brodski prijevoz, pogotovo nakon izuma parnog stroja, što je omogućilo prekooceanska putovanja. Kasnije, izumom automobila i naročito autobusa, turizam se počeo sve više razvijati i bio je sve raširenij diljem svijeta. Broj turista je rastao, isto kao i broj destinacija koje su postale dostupne i atraktivne. Nastankom zrakoplova i prvih putničkih aviona, turizam je postao svjetskom industrijom u punom smislu riječi. Turistička putovanja su dobila veliki zamah, a sam turizam je postao masovan te je omogućio povezivanje velikog broja ljudi i zemalja diljem svijeta.

[38] Prokultura: http://www.prokultura-split.com/images/Priru%C4%8Dnici/prirucnik.pdf (pristupljeno 18.04.2016.)
[39] Lickorish, L.J., Jenkins C.L.,(2006.): „Uvod u turizam“, Ekokon Split, str. 24.-26.

2.1.1. Vrste i oblici turizma

Nakon što su se objasnili pojmovi turista i turizma, te prikazao kratki pregled razvoja turizma kroz povijest, u ovom dijelu rada će se nešto više reći o vrstama i oblicima turizma koji postoje i koji se klasificiraju prema više različitih kriterija.

Prema statističkom kriteriju izvršena je klasifikacija pojavnih oblika turizma, ovisno o porijeklu turista i zemlji koju se posjećuje. Prema tim kriterijima razlikuje se:[40]

- **Domaći turizam** – stanovnici zemlje A putuju po zemlji A (npr. stanovnici Hrvatske putuju i borave unutar Hrvatske)
- **Ulazni turizam (inbound)** – stanovnici zemlje B putuju po zemlji A (npr. stanovnici Njemačke borave u Hrvatskoj)
- **Izlazni turizam (outbound)** – stanovnici zemlje A putuju po zemlji B (Hrvati odlaze na odmor u neku drugu zemlju).

Prema ovoj klasifikaciji može se zaključiti da je cilj svake zemlje da što više poveća ulazni turizam, tj. da što veći broj posjetitelja iz inozemstva dođe u njihovu zemlju te da njihova potrošnja bude što veća. Također, cilj je povećati i domaći turizam iz istih razloga, a istodobno što više smanjiti izlazni turizam tj. broj svojih rezidenata u inozemstvu. Na taj način ostvaruju se veći prihodi od turističkih putovanja, a rashodi se istodobno smanjuju.

Osim navedenih oblika turizma, tj. domaćeg, ulaznog i izlaznog, postoje i sljedeće vrste turizma:[41]

- **Interni (unutrašnji)** – to je turizam u granicama neke zemlje, npr. ako uzmemo Hrvatsku tada obuhvaća putovanja Hrvata i stranaca unutar zemlje
- **Nacionalni** – obuhvaća turistička kretanja stanovnika pojedine nacije, unutar zemlje ili izvan nje, dakle domaći i izlazni turizam

[40] Petrić L., op.cit., str. 26.
[41] Ibid

- **Međunarodni** – odvija se među pojedinim zemljama, što znači da obuhvaća i izlazni i ulazni turizam.

Veoma su značajni i specifični oblici turizma, koji predstavljaju skupinu turističkih kretanja koja su potaknuta turističkim motivom koji na neki način pokreću potrošača, tj. turista na odlazak u određenu destinaciju čija je ponuda takva da odgovara njegovim osobnim interesima. Postoje dvije skupine specifičnih oblika turizma, jedni su zasnovani na prirodnim resursima, a drugi su zasnovani na društvenim resursima. Najprije će se nešto kazati o prvoj skupini u koju spadaju zdravstveni, sportski, nautički, ekoturizam, seoski, lovni i ribolovni, naturizam, robinzonski itd.[42]

Zdravstveni turizam opisuje kretanje pacijenata u zemljama izvan njihovog mjesta stalnog boravka radi korištenja medicinskih ili zdravstvenih usluga. Zdravstveni turizam kao širi pojam opisuje općenito brigu za zdravljem i raznim postupcima prevencije od bolesti uključujući i wellness u destinaciji izvan stalnog mjesta boravka. On sadrži više kategorija, kao što su medicinski, prevencijski, wellness turizam i drugi.[43]

Sportski turizam predstavlja privremeno putovanje i boravak pojedinca izvan uobičejenog mjesta boravka zbog:[44]

- sudjelovanja u fizičkoj aktivnosti
- gledanja fizičke aktivnosti
- posjete atrakcijama koje su vezane uz sport
- svih oblika aktivnog ili pasivnog uključivanja u sportsku aktivnost, na individualnoj ili organiziranoj osnovi u komercijalne ili nekomercijalne svrhe, koji uvjetuju putovanje izvan uobičajenog mjesta boravka
- oblika turističkih kretanja u kojima je sport glavni motiv putovanja i boravka turista.

[42] Kesar, O.(2012.): Uvod u specifične oblike turizma- materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
[43] Croatia Medical Travel: http://www.croatia-medical-travel.com/Sto-je-zdravstveni-turizam (pristupljeno 20.04.2016.)
[44] Kesar, O.(2012.): Sportski turizam- materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb

Nautički turizam je ukupnost polifunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista – nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih i korištenjem plovnih objekata kao i drugih objekata vezanih uz nautičku turističku djelatnost radi rekreacije, športa, razonode i drugih potreba.[45] Ova vrsta turizma ima veliki potencijal, pogotovo za zemlje koje imaju razvijenu obalu koja može zadovoljiti različite interese ovih turista. Tu svakako spada Republika Hrvatska, čije je Jadransko more i obala među najljepšima u svijetu.

Pod pojmom **ruralni turizam** nalazimo različite nazive kao što su: eko turizam, seoski turizam, agroturizam, seljački turizam, turizam u seoskom domaćinstvu, koji se temelji na korištenju ruralnog prostora u kontekstu turističke ponude. Izvan je urbanih naselja ili turističkih kapaciteta, te nema odlike masovnosti. Ruralni turizam potiče razvitak novih turističkih destinacija razvijajući kontinentalni turizam. Etno seoski turizam pomaže očuvanju lokalnog ili zavičajnog identiteta, tradicijske baštine i običaja, štiti okoliš, jača ekološku proizvodnju, pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovi održivog razvoja te predstavlja budućnost svjetskog turizma.[46]

Lovni i ribolovni turizam su specifični oblici turizma koji su se razvili zahvaljujući strasti lovaca i ribolovaca da love i izvan svoje lovne jedinice, za što plaćaju određene naknade.[47]

Naturizam je poseban oblik turističkog prometa, nastalog na pokretu naturizma, u kojem se njegovi sudionici zalažu za „slobodan odnos čovjeka i prirode“, te ima svoju posebnu ideologiju. Ovaj oblik favorizira življenje u skladu s prirodom i izbjegava prema vlastitom shvaćanju negativne strane civilizacijskog dosega.[48]

Robinzonski turizam je takva vrsta turizma kod koje je temelj ponude zapravo oskudnost, te predstavlja suprotnost svakodnevnici.[49] Zbog današnjeg ubrzanog načina života, ljudi sve više prakticiraju ovu vrstu turizma. Odlaze u mjesta koja su nenaseljena, tamo gdje nema puno dodirnih točaka sa modernom civilizacijom te uživaju u blagodatima izvorne prirode, odmarajući i duh i tijelo.

[45] Luković T., Gržetić Z.(2007.): „Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana“, Hidrografski institut Split, Split, str. 33.
[46] Udruga regionalni etno centar: http://www.etnocentar.bloger.index.hr/post/seoski-turizam/955057.aspx (pristupljeno 20.04.2016.)
[47] Kesar O., (2012.): Lovni turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
[48] Poslovni Turizam: http://www.poslovniturizam.com/rjecnik/naturizam/52/ (pristupljeno 20.04.2016.)
[49] Kesar O.,(2012.): Uvod u specifične oblike turizma-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb

Ekoturizam, također je poznat i pod pojmom ekološki turizam, a odnosi se na odgovorno putovanje u većinom zaštićena područja koja su sama po sebi osjetljiva, te je cilj ostaviti što manje utjecaja na okoliš i kulture oko sebe. Ovaj vid turizma pomaže u edukaciji turista, omogućuje sredstva za očuvanje odredišta, direktno utječe na ekonomski razvoj i političku razvijenost lokalne zajednice, promiče poštovanje različitih kultura i ljudskih prava.[50]

Nakon što se nešto više kazalo o navedenim vrstama turizma zasnovanim na prirodnim resursima, sada će se detaljnije pojasniti pojedine vrste zasnovane na društvenim resursima, među koje spadaju kongresni, kulturni, gastronomski, enofilski, turizam događanja, vjerski turizam itd.

Kongresni turizam je specifični oblik turizma u kojem glavni motiv putovanja nije odmor, već sudjelovanje pojedinaca na skupovima koji mogu imati različiti karakter (znanstveni, stručni, gospodarski i drugi). Posjetitelji nisu dokoličari, jer putuju zbog specifične potrebe koja je najčešće vezana za njihovo radno mjesto ili profesiju.[51]

Kulturni turizam ima više definicija, najviše zbog teškoće i različitih shvaćanja i definiranja same kulture. Tako Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira kulturni turizam kao putovanja motivirana kulturom poput studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost te hodočašća.[52]

Gastronomski i enofilski turizam su specifični oblici turizma koji uključuju putovanje i boravak privremenih posjetitelja motiviranih elementima ponude gastronomskih specijaliteta i vina nekog turistički receptivnog područja. Gastronomija je najčešće dio dodatne ponude u turizmu, a uključuje gastro ture, vodiče i razne gastro manifestacije, škole kuhanja i slično. Enofilski turizam je primarno ugostiteljska (turistička) ponuda, te uključuje kupovinu i kušanje vina, rakija, likera, osmišljen interijer i dobro uređene vinske ceste. Uz to, za ovu

[50] CroatiaLink: http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (pristupljeno 20.04.2016.)
[51] Kesar O., (2012.): Kongresni turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
[52] Čorak S., Mikačić V. (2006.): „Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno“, Institut za turizam, Zagreb, str.121.

vrstu turizma važni su tradicija, kulturne i povijesne znamenitosti, prirodne ljepote kraja i slično.[53]

Turizam događanja ili manifestacijski turizam može imati i kulturno i rekreativno obilježje, ali je najčešće riječ o kombiniranom kretanju. To ovisi o vrsti manifestacije, jer npr. sportsko-zabavne priredbe karakterizira rekreativno, dok izložbe ili umjetnički festivali imaju dominantno kulturno obilježje. Dužina boravka kod manifestacijskog turizma uglavnom je determinirana trajanjem samih manifestacija.[54]

Vjerski turizam je oblik turističkih kretanja koji je nastao vjerskom motiviranošću čovjeka u kojoj duhovni čimbenik čini udio od preko 90 % motivacije za putovanja. To je skup potreba, odnosa i uslužnih aktivnosti kojima se zadovoljavaju duhovne, kulturne i sociološke potrebe vjernika koje proizlaze iz njihova vjerskog opredjeljenja odnosno zbog kulturnih razloga i to na turistički način. Motiv vjerskih kretanja je dosegnuti neki (subjektivni) duhovni cilj u udaljenim svetim mjestima ili vjerskim manifestacijama.[55]

2.2. Turizam u Republici Hrvatskoj

U ovom dijeli rada prikazat će se određeni podaci o turizmu u Hrvatskoj, pri čemu će se najprije dati kratak povijesni pregled samog razvoja turizma, zatim vrste turizma koje su najznačajnije u RH, a objasnit će se i ekonomski učinci i važnost turizma za gospodarstvo.

Za početak, prikazat će se opći podaci o samoj Republici Hrvatskoj. RH je srednjoeuropska i sredozemna država koja graniči sa Slovenijom, Mađarskom, Srbijom, Crnom Gorom, Bosnom i Hercegovinom i Italijom. Površina kopna i mora zajedno iznosi 87.661 kvadratni kilometar, a broj stanovnika prema popisu iz 2011. godine iznosi 4.284.889, što daje gustoću naseljenosti od 75.71 stanovnika na kilometar kvadratni. Glavni grad je Zagreb sa oko

[53] Kesar O., (2012.): Eno-gastronomski turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
[54] Jovičić Ž., Jovičić D., Ivanović V. (2005.): „Osnove turizma“, Beograd, str.159.
[55] Kesar O., (2012.): Vjerski turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb

800.000 stanovnika, a država je administrativno podijeljena na 20 županija i Grad Zagreb. Što se tiče vjeroispovijesti, dominiraju katolici sa 86.28 %.[56]

2.2.1. Povijest turizma u Republici Hrvatskoj

Za Republiku Hrvatsku turizam je značajna djelatnost koja se postupno razvijala tijekom dugog niza godina. U ovom dijelu rada će se prikazati taj razvoj turizma i to kroz nekoliko etapa odnosno razdoblja. Najprije će se prikazati razdoblje prije prvog svjetskog rata, zatim razdoblje nakon prvog svjetskog rata, razdoblje nakon drugog svjetskog rata, te u konačnici razdoblje i organizacija turizma u samostalnoj Republici Hrvatskoj.

Razdoblje do prvog svjetskog rata

U vrijeme Austro-Ugarske Monarhije kod nas su se počeli pojavljivati prvi organizirani oblici u tadašnjem turizmu i to po uzoru na ostale zemlje, slijedeći trendove koji su se razvijali u drugoj polovici 19. stoljeća.[57] Strani gosti su počeli sve više posjećivati naša priobalna i kontinentalna mjesta nakon što su uočili prednosti našeg podneblja za zdravlje, oporavak i liječenje. Klijenti su uglavnom dolazili iz imućnijih obitelji i viših društvenih slojeva, a čest je bio slučaj posjete nadvojvoda, kraljeva i kraljica, te njemačkih i austrijskih careva.[58]

Razdoblje nakon prvog svjetskog rata

U razdoblju nakon prvog svjetskog rata organizacijski ustroj se kod nas počeo razvijati po uzoru na talijanski model. Intervencija države u turizam je počela kada se pri Ministarstvu trgovine i industrije 1921. godine osnovao Odbor za promet stranaca te 1930. Glavna uprava za turizam. Također, tada je osnovan i Vrhovni turistički savjet, a na razini banovina su djelovali banovinski turistički savjeti. Na nižim teritorijalnim jedinicama su djelovali mjesni

[56] Digitalni informacijsko-dokumentacijski ured: http://www.digured.hr/Adresari-i-imenici/Adresar-tijela-javne-vlasti/Opci-podaci-o-RH (pristupljeno 22.04.2016.)
[57] Čavlek N., Kesar O., Prebežac D., Bartoluci M., (2011.): „Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav“, Zagreb, str. 91.
[58] Čavlek N., Kesar O., Prebežac D., Bartoluci M., (2011.), op.cit., str. 91.-92.

turistički odbori.[59] U ovom međuratnom razdoblju turizam je u Hrvatskoj dobio snažan zamah s prosječno milijun turističkih dolazaka godišnje (oko 1930.).[60]

Razdoblje nakon drugog svjetskog rata

Kao i u svakom području života, drugi svjetski rat je i u turizmu doveo do problema i zastoja. Za vrijeme drugog svjetskog rata sam turistički promet se smanjuje, te turizam zapravo i nije bio prisutan u pravom smislu. Budući je došlo do velike devastacije, nakon rata je započela obnova. Hrvatska se polako počela oporavljati, te je u ovom razdoblju ostvarila svoj vrhunac u turizmu. Zabilježeni su vrlo dobri rezultati, što se tiče broja kapaciteta, noćenja i broja posjetitelja, dok je turistički promet stalno bio u porastu.[61] Na navedeni zamah jako je puno utjecalo osnivanje Turističkog saveza Hrvatske 1953. godine.[62] U Hrvatskoj je djelovalo oko 400 turističkih društava sedamdesetih godina 20. stoljeća, te su imali razvijenu mrežu turističkih biroa i informativnih centara.[63]

Organizacija turizma u samostalnoj Hrvatskoj

Početkom 1990-ih pretvorbom i privatizacijom turističkih poduzeća mijenja se vlasnička struktura. Tijekom Domovinskoga 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 Hrvatske i izbjeglice iz susjedne BiH. Do novoga zamaha došlo je nakon 1995., a poglavito nakon 2000., kad niz hrvatskih turističkih mjesta bilježi snažan porast broja stranih turista, a sama se Hrvatska pozicionira u vrh svjetske turističke potražnje.[64]

Dakle, kroz zadnjih tridesetak godina turistički promet se u Republici Hrvatskoj mijenjao i prolazio kroz različite etape. 1980-ih se broj turističkih dolazaka nastavio kretati trendom povećanja, pogotovo u drugoj polovici, te je broj dolazaka u tom vremenu prešao brojku od 10 milijuna.[65] Nakon tog razdoblja uslijedio je Domovinski rat koji je donio velike poteškoće

[59] Čavlek N., Kesar O., Prebežac D., Bartoluci M., (2011.), op.cit.,str. 93.
[60] Hrvatska.eu: http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1 (pristupljeno 23.04.2016.)
[61] Dnevnik.hr: http://blog.dnevnik.hr/hrvatskiturizam/2009/10/index.html#dan31 (pristupljeno 23.04.2016.)
[62] Čavlek N., Kesar O., Prebežac D., Bartoluci M., op.cit., str.93.
[63] Ibid
[64] Ibid
[65] Ministarstvo turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."

u turizmu i usporio proces razvoja i napretka turizma. U tim godinama broj turističkih dolazaka je iznimno pao, što je i razumljivo, te je 1995. zabilježeno oko 2.5 milijuna dolazaka.[66] Kasnije, u razdoblju nakon rata, broj dolazaka ponovno raste te se turizam sve više razvija, a sama Hrvatska postaje sve privlačnija turistička destinacija. U posljednjih nekoliko godina se registrira više od 10 milijuna dolazaka, odnosno oko 60 milijuna noćenja turista. Navedeno se može lako uočiti iz sljedećih tablica i grafikona.

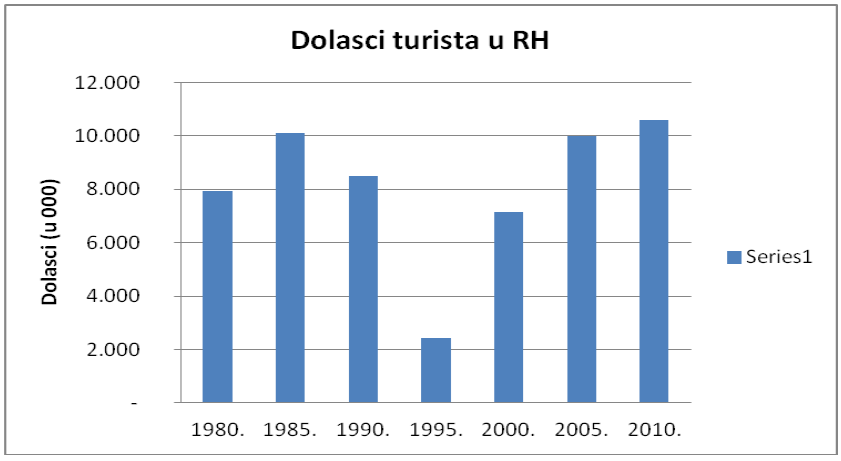
Tablica 1: Osnovni pokazatelji razvoja turizma u RH (1980.-2010.)

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

Izvor: Izrada autora prema podacima Ministarstva turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."

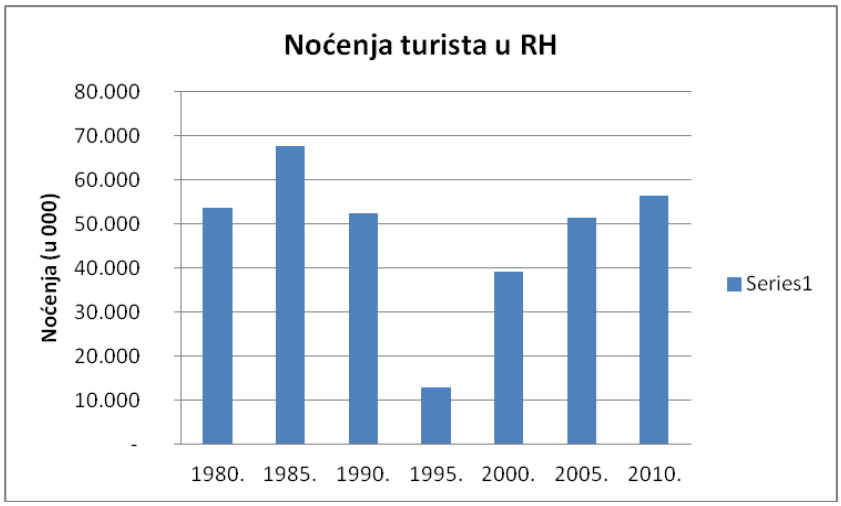
U tablici 1 navedeni su osnovni pokazatelji razvoja turizma u RH, broj postelja, turista i noćenja, te prosječni broj noćenja po postelji i prosječni broj noćenja po dolasku turista. Jasno se vidi da su najbolji rezultati ostvareni tijekom osamdesetih godina, poglavito u drugoj polovici tog razdoblja, netom prije Domovinskog rata. 1985. godine broj dolazaka turista je iznosio više od 10 milijuna, a broj noćenja je prešao brojku od 67 milijuna. Nakon toga uslijedio je Domovinski rat koji nas je dosta unazadio, te su rezultati u 1995. godini drastično lošiji. Ostvareno je samo nešto manje od 2.5 milijuna dolazaka te manje od 13 milijuna noćenja. U sljedećim godinama uslijedio je oporavak hrvatskog turizma, te su navedeni pokazatelji rasli iz godine u godinu. U 2010. godini ostvareni su slični rezultati onima iz 1985. godine. Broj dolazaka je bio ponovno iznad 10 milijuna, a broj noćenja oko 56 milijuna. Na grafikonima 1 i 2 prikazani su dolasci i noćenja turista u RH.

[66] Ministarstvo turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."



Grafikon 1: Dolasci turista u RH

Izvor: Izrada autora prema podacima Ministarstva turizma RH: „Turizam u brojkama 2014.“

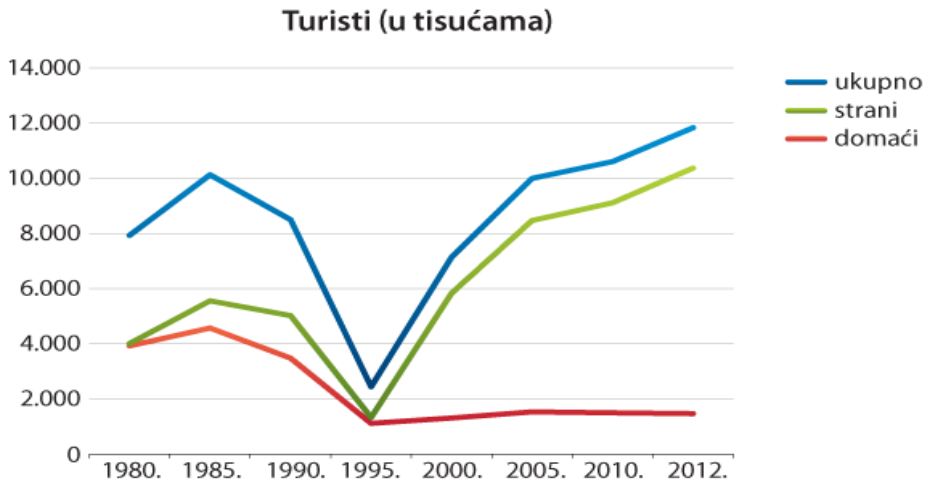


Grafikon 2: Noćenja turista u RH

Izvor: Izrada autora prema podacima Ministarstva turizma RH: „Turizam u brojkama 2014.“

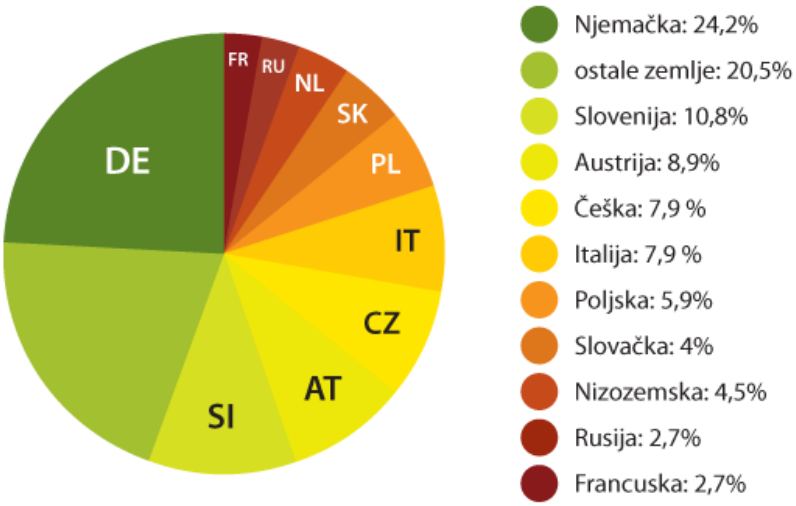
Iz svega navedenog, vidi se da je hrvatski turizam ponovno stao na noge, nakon problema i nedaća koje su ga zadesile zbog Domovinskog rata. Rejting Hrvatske kao turističke destinacije je porastao te polako postajemo sve popularnije mjesto za odmor i uživanje. Na zadnjim, dobrim rezultatima, treba graditi optimizam za budućnost te ulažući dovoljno sredstava i rada pokušati još povećati broj turista koji se odlučuju na dolazak u našu zemlju. Tu je od iznimne važnosti osigurati što kvalitetnije smještajne kapacitete, kao i samu turističku ponudu, te osmišljavati izvrsne marketinške kampanje koje će prikazati prekrasne prirodne ljepote i sve ostalo što Hrvatska može ponuditi svojim turistima.

Važno je napomenuti da u dolascima i noćenjima turista u Republiku Hrvatsku dominiraju strani turisti koji se odlučuju na posjet našoj zemlji. Među njima najviše ima turista iz Njemačke koji čine 24.2 % od ukupnog broja 2012. godine.[67] Navedenu dominaciju stranih turista te njihovu strukturu u 2012. godini može se vidjeti na grafikonima 3 i 4.



Grafikon 3: Odnos domaćih i stranih turista u RH

Izvor: Hrvatska.eu, http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1 (pristupljeno 23.04.2016.)



Grafikon 4: Struktura stranih turista u RH 2012. godine

Izvor: Hrvatska.eu, http://croatia.eu/article.php?lang=1&id=34 (pristupljeno 23.04.2016.)

[67] Hrvatska.eu, http://croatia.eu/article.php?lang=1&id=34 (pristupljeno 23.04.2016.)

2.2.2. Turistička ponuda u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska ima mnogo toga za ponuditi posjetiteljima koji se odluče provesti svoj odmor na području Lijepe naše. U prvom redu ističe se najveći biser hrvatskog turizma, kristalno čisto Jadransko more i pripadajući otoci. Osim toga, Hrvatska se može pohvaliti sa zaista prekrasnom prirodom gdje se izdvajaju nacionalni parkovi i parkovi prirode, a izuzetan dio ponude čine i svjetska materijalna i nematerijalna kulturna baština pod zaštitom UNESCO-a te jako bogata gastronomija.

Jadransko more i pripadajući otoci

Jadransko more najdublje je u europsko kopno uvučeni zaljev Sredozemnoga mora. U današnjem obliku nastalo je izdizanjem morske razine za 96 m nakon posljednjega ledenog doba u pleistocenu, kad su potopljene doline i zavale, a uzvišenja postala izduženi otoci međusobno odvojeni morskim kanalima. Hrvatska obala na Jadranu duga je 1777 km i zauzima najveći dio istočne jadranske obale.[68]
Jadransko more relativno je plitko, s prosječnom dubinom oko 173 m. Sjeverni dio plići je od 100 m, a najveću dubinu (1.228 m) ima u južnom dijelu (tzv. Južnojadranska podmorska kotlina). Prosječna temperatura mora u ljetnim mjesecima iznosi od 22 °C do 27 °C, a najniža je zimska uz obalu, oko 7 °C.[69]

Kao što je već rečeno, Jadransko more predstavlja najvažniji dio ponude hrvatskog turizma. Ističe se prekrasnom modrom bojom, te izrazitom bistrinom i prozirnošću. Sve to skupa, uz prekrasnu obalu i plaže pridonosi predivnom krajoliku koji privlači turiste iz svih krajeva svijeta. Osim prirodne ljepote, more također obiluje bogatim biljnim i životinjskim svijetom, među kojima se ističe bijela i plava riba koja čini važan dio gastronomske ponude.

Nacionalni parkovi i Parkovi prirode

Osim Jadranskog mora i otoka, Hrvatska ima još puno toga za ponuditi. Priroda je zaista veličanstvena, ne samo u priobalju, nego i u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Postoje brojna

[68] Hrvatska.eu: http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=11 (pristupljeno 25.04.2016.)
[69] Ibid

zaštićena područja prirode, među kojima se najviše ističu nacionalni parkovi i parkovi prirode, ali i ostala područja poput strogih rezervata, posebnih rezervata, regionalnih parkova i sl.

Nacionalni parkovi i parkovi prirode predstavljaju najljepše od prirode što Hrvatska i hrvatski turizam mogu ponuditi. Nacionalnih parkova ima 8 te zajedno imaju površinu od 97.963 ha, dok parkova prirode ima ukupno 11 uz površinu od 431.518 ha.[70]

U tablici 2 prikazani su nacionalni parkovi u Hrvatskoj, te podaci o njihovoj površini i broju posjetitelja 2013. i 2014. godine.

Tablica 2: Nacionalni parkovi u RH

	Površina u hektarima	Broj posjetitelja	
		2013.	2014.
Brijuni	2.700	151.007	153.086
Krka	14.200	786.635	804.411
Kornati	30.200	93.565	105.000
Mljet	3.100	102.464	100.787
Paklenica	6.617	114.381	122.189
Plitvička jezera	19.479	1.188.798	1.184.449
Risnjak	3.014	13.985	11.338
Sjeverni Velebit	10.900	15.777	14.360

Izvor: Izrada autora prema podacima Ministarstva turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."

Može se kazati da su nacionalni parkovi pravo prirodno blago koje se nalazi na našem području. Od osam navedenih, površinom je najveći Nacionalni park Kornati sa 30.200 ha, a slijede ga Plitvička jezera sa 19.479 ha te Nacionalni park Krka sa 14.200 ha. Svojom ljepotom ovi parkovi privlače brojne posjetitelje svake godine, a među njima se svakako ističu Nacionalni park Plitvička jezera sa više od milijun i 100 tisuća posjetitelja 2014. godine, te Nacionalni park Krka sa oko 800 tisuća posjetitelja iste godine.

[70] Ministarstvo turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."

Parkovi prirode su također jako značajni za hrvatski turizam. Osim same prirode koja je očuvana i privlačna, ova područja obiluju i raznolikim biljnim i životinjskim svijetom. U tom smislu, posebno se izdvajaju Biokovo i Velebit.
Kao što je već rečeno, parkova prirode u Hrvatskoj ima 11, a to su: Biokovo, Kopački rit, Lastovsko otočje, Lonjsko polje, Medvednica, Papuk, Telašćica, Učka, Velebit, Vransko jezero, Žumberak. [71]

Kultura i baština

Hrvatska se može pohvaliti sa jako bogatom kulturnom baštinom. Osim brojnih crkava, muzeja i galerija koje su tradicionalno zanimljive turistima, u Hrvatskoj poseban osjećaj pruža i sama šetnja starim gradskim ulicama u Dalmaciji, Istri ili Kvarneru, a također i brojim utvrdama i dvorcima u središnjem dijelu zemlje. To je ono što našu zemlju izdvaja od drugih, ta mogućnost da se doživi i upozna kultura određenog mjesta i da se istraži grad jednostavnom šetnjom gradskim uličicama i kalama koje pišu povijest staru nekoliko stotina godina.

Brojni spomenici, običaji, događanja i slično u Hrvatskoj nalaze se na UNESCO-vom popisu zaštićene svjetske materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Dakle, osim materijalnih spomenika kulture, kao što su Stari grad Dubrovnik, Dioklecijanova palača u Splitu, Eufrazijeva bazilika u Poreču itd., tu se nalaze i nematerijalne stvari poput Sinjske Alke, klapskog pjevanja, paške čipke, festivala Sv. Vlaha u Dubrovniku i sl, a koji predstavljaju stoljetnu tradiciju koja se njeguje i održava iz godine u godinu.[72]
Također, gastronomija predstavlja važan dio ukupne turističke ponude u Hrvatskoj. Njena je važnost u tome što omogućuje potpun doživljaj svakog turista koji odluči posjetiti našu zemlju, dobra hrana ostaje u sjećanju zadovoljnog posjetitelja koji će poželjeti vratiti se opet u kraj gdje mu je bilo ugodno. Posebno se izdvajaju riblji i mesni specijaliteti, vina, te neizostavno maslinovo ulje.

[71] Hrvatska turistička zajednica: http://croatia.hr/hr-HR (pristupljeno 25.04.2016.)
[72] Ministarstvo turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."

2.2.3. Važnost turizma za gospodarstvo

Turizam je s vremenom postao veoma važna komponenta nacionalnog gospodarstva mnogih zemalja, ponajviše zbog brojnih ekonomskih prednosti koje nosi sa sobom. U pojedinim zemljama, koje dosta ovise o turizmu, on predstavlja praktički jedinu mogućnost za napredak i razvoj, te izlazak iz različitih socijalnih poteškoća sa kojima se suočavaju. S druge strane, neke razvijene zemlje turizam više koriste kao dodatak razvoju svog gospodarstva, pri čemu ostvarena sredstva koriste za različita ulaganja i ubrzavaju napredak cjelokupne zemlje.

Kada govorimo o turizmu u gospodarstvu, on se definira kao „iznimno složen gospodarski sustav sastavljen od niza fragmenata strukturno različitih gospodarskih grana i djelatnosti u svim sektorima nacionalnog gospodarstva“.[73]

Ekonomski učinci turizma su promjene koje nastaju u strukturi gospodarstva turistički emitivnih, tranzitornih i turistički receptivnih područja kao posljedica turističkih kretanja i turističke potrošnje, a u konačnici i turističkog razvoja.[74]
Može se kazati kako je osnova ekonomskih učinaka zapravo turistička potrošnja koja je preduvjet za korištenje turizma u razvoju gospodarstva neke zemlje. Jako je bitno koliko turisti troše za vrijeme svoga boravka, jer upravo to omogućuje stjecanje novca koji će omogućiti veće zapošljavanje u državi, određene investicije i općenito povećanje životnog standarda.

Ekonomske učinke turizma mogu se podijeliti na pozitivne i negativne.[75] Razvoj turizma jako je važan za lokalno stanovništvo, ponajprije zbog mogućnosti zapošljavanja čime se stvara osnova za stjecanje dohotka u nizu povezanih djelatnosti što uvelike omogućuje i olakšava život na tom prostoru. Također, za razvoj je zainteresiran i čitavi javni sektor jer mu turizam osigurava prihode iz različitih djelatnosti čime se stječu sredstva za financiranje investicija i projekata koje inače ne bi bilo moguće financirati iz proračuna. Međutim, postoje nažalost i negativne strane, kao što su neravnomjernost u ostvarivanju učinaka tijekom godine, rast

[73] Lumens: Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma http://lumens.fthm.hr/edata/2011/fb76ebe6-fc3e-4269-b676-6665d27ae75e.pdf (pristupljeno 26.04.2016.)
[74] Ibid
[75] Ibid

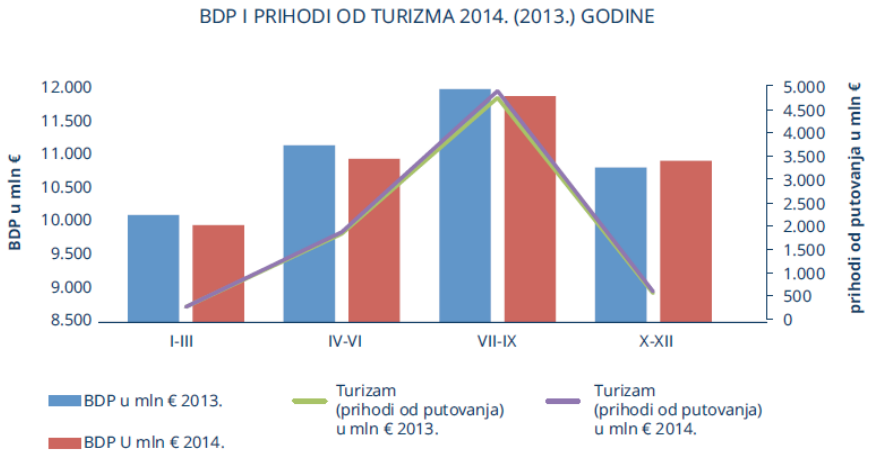
cijena proizvoda i usluga na turistički receptivnim područjima za vrijeme trajanja turističke sezone, rast cijena nekretnina na turistički receptivnim prostorima i sl.[76]

Što se tiče Republike Hrvatske, može se kazati da je utjecaj turizma na cjelokupno gospodarstvo jako značajan. Ostvaruju se veliki prihodi od turizma koji u značajnom postotku sudjeluju u ukupnom bruto domaćem proizvodu. Može se kazati kako je Hrvatska dosta ovisna o ovoj djelatnosti i kako uspjeh turističke sezone utječe na egzistenciju mnogih stanovnika naše zemlje. Na neki način, to je i jako riskantna situacija zbog toga što se može dogoditi da sezona podbaci zbog vremenskih prilika ili nekog drugog razloga, te bi se to uvelike osjetilo na gospodarstvu i životnom standardu. Važnost turizma za našu zemlju može se percipirati i kroz tablicu 3 i grafikon 5.

Tablica 3: Prihodi od turizma u RH

	2013.	2014. (procjena)
BDP (u mil. EUR)	43.478	43.112
PRIHODI OD TURIZMA (u mil. EUR)	7.202,8	7.402,3
UDJEL TURIZMA U BDP-u (u %)	16,6	17,2

Izvor: Izrada autora prema podacima Ministarstva turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."



Grafikon 5: BDP i prihodi od turizma 2014. (2013.) godine

Izvor: Ministarstvo turizma RH: „Turizam u brojkama 2014."

[76] Lumens: Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma http://lumens.fthm.hr/edata/2011/fb76ebe6-fc3e-4269-b676-6665d27ae75e.pdf (pristupljeno 26.04.2016.)

Iz tablice 3 vidi se da je u 2013. godini BDP iznosio oko 43 milijarde eura, dok su u turizmu ostvareni prihodi negdje oko 7 milijardi eura, što znači da je udio turizma u BDP-u 2013. godine iznosio 16.6 %. Prema procjeni, u 2014. godini taj udio će se još malo i povećati te će iznositi 17.2 %. Iz toga se jasno vidi koliko je turizam važan za gospodarstvo Republike Hrvatske. Stoga je jako važno dodatno investirati u turizam kako bi se potencijal maksimalno iskoristio, ali s druge strane ulagati i u ostale investicije i djelatnosti kako ne bi bili previše ovisni o turizmu i uspjehu turističke sezone. Iz grafikona 5. se može vidjeti s kolikim udjelom prihodi od turizma sudjeluju u BDP-u tijekom godine, pri čemu se najveći udio ostvaruje tijekom trećeg kvartala, od srpnja do rujna, što je i logično budući da je tada turistička sezona u svom punom jeku.

2.3. Turizam u Dalmatinskoj zagori

2.3.1. Dalmatinska zagora

Dalmatinska zagora je kontinentalni dio Dalmacije. To je oko 150 km dug pojas odvojen od primorja planinskim nizom Kozjaka, Mosora, Omiške Dinare, Biokova i Rilića. Čine ju tzv. Kninska, Drniška, Sinjska, Vrlička, Imotska i Vrgoračka krajina.[77] U područje Dalmatinske zagore ubraja se 7 gradova (Drniš, Knin, Imotski, Sinj, Trilj, Vrgorac, Vrlika) te 27 općina.[78]

Planinske barijere priobalja priječe veći utjecaj mediteranske klime na zagorsko područje iako se uz otvorene doline i preko nižih brdskih prevoja osjeća njezin utjecaj. Stoga prevladava kontinentalna klima s oštrim i vrlo hladnim zimama te vrućim ljetima s čestim lokalnim pljuskovima.[79]

Broj stanovnika na području Dalmatinske zagore iznosio je oko 130.000 prema popisu stanovništva iz 2011. godine kojeg je objavio Državni zavod za statistiku.[80] S obzirom da je područje Zagore dosta veliko, broj ljudi koji tu žive je zapravo dosta malen, što znači da je i gustoća naseljenosti mala. S obzirom na popis stanovništva iz 2001. godine, broj stanovnika

[77] Hrvatska enciklopedija: http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=13755 (pristupljeno 27.04.2016.)
[78] Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.: http://www.dzs.hr/ (pristupljeno 27.04.2016.)
[79] Horwath Consulting Zagreb, op.cit.
[80] Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.: http://www.dzs.hr/ (pristupljeno 27.04.2016.)

se smanjio za oko 10ak tisuća, što sugerira da sve više ljudi napušta područje zagore u potrazi za radnim mjestom i općenito boljim uvjetima života. Brojni mladi odlaze u veće gradove poput Splita i Zagreba te često ostaju tamo te se više ne vraćaju u Zagoru, što predstavlja veliku opasnost za opstanak ovog područja.

Kada se govori o gospodarstvu u Dalmatinskoj zagori tu dominiraju djelatnosti poput poljoprivrede, građevinarstva i trgovine. U njima se ostvaruje najviše prihoda, ali često i te djelatnosti imaju problema u zadnje vrijeme zbog sve lošije ekonomske situacije. U brojnim tvrtkama potrebna su ulaganja zbog zastarjelih postrojenja i slično, ali potrebnih sredstava često nedostaje zbog čega se poduzeća suočavaju sa problemima poput nemogućnosti isplate plaća zaposlenicima, stečaja i sl. Zbog svega toga, ovo područje bilježi velike stope nezaposlenosti iz godine u godinu. U zadnje vrijeme, na području Zagore počinje se razvijati sve više i više turizam, naročito ruralni. Ljudi su počeli shvaćati koliko potencijala ovo područje zapravo ima te ga nastoje što bolje iskoristiti.

2.3.2. Turizam u Dalmatinskoj zagori

U Dalmatinskoj zagori turizam se uglavnom zasniva na posjeti popularnim manifestacijama, ali i na brojnim prirodnim ljepotama koje krase ovo područje. Uz to, veoma je značajno i postojanje kulturne baštine koja čini bitan dodatak turističkoj ponudi. Zbog svega toga, posljednjih godina se razvija ruralni turizam.

Ruralni turizam Dalmatinske zagore predstavlja skup turističkih proizvoda koji se temelje na postojećim prirodnim resursima, karakteristikama tradicionalnog ruralnog načina života, kulturno – povijesne baštine, te tradicionalnim elementima lokalne arhitekture, i kao takav pretpostavlja definiranje onih oblika turističkih proizvoda koji se mogu profesionalno oblikovati i komercijalizirati na turističkom tržištu.[81]
Prirodna baština je jako bitna za turizam i oblikovanje ponude na ovom području. Vrlo često turisti su zainteresirani za istraživanje prirode i određenih prirodnih zanimljivosti koje su poznate u nekom kraju, a u Dalmatinskoj zagori toga ne nedostaje. U prvom redu tu se ističe rijeka Cetina koja ima ogromni potencijal koji je tek donekle iskorišten, zatim krška jezera u

[81] Horwath Consulting Zagreb, op.cit.

Imotskom (Modro i Crveno), park prirode Biokovo, a također i NP Krka koji je dijelom smješten na području zagore te predstavlja jedno od najljepših mjesta u čitavoj državi.

Osim prirodne baštine, Dalmatinska zagora može se pohvaliti izuzetno bogatim kulturnim naslijeđem koje je jako bitno za turizam i njegov razvoj na ovom području. Za potrebe ruralnog turizma važne su urbane cjeline, ali posebno su vrijedna i starinska ruralna naselja. Na ovom području nalaze se brojni vrijedni sakralni objekti, poput crkvica izgrađenih prije mnogo stoljeća, zatim stare tvrđave i utvrde poput onih u Kninu i Sinju, a posebno su zanimljive i brojne manifestacije o kojima će se nešto više kazati u sljedećoj točki rada. Osim spomenutih tvrđava, valja izdvojiti još i Crkvu sv. Spasa u Vrlici, te rimski legijski logor Tilurij na području Trilja.

Uz materijalnu baštinu, područje je iznimno bogato i nematerijalnom baštinom, o čemu najbolje govori UNESCO-ova lista zaštićene svjetske nematerijalne kulturne baštine. Na toj listi nalazi se Ojkanje, Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore, Sinjska alka, te Mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, njegovoj obali, otocima i dijelom zaleđa.[82] Budući će se o Sinjskoj alci nešto više kazati u dijelu rada o odabranim manifestacijama, u nastavku će se ukratko govoriti o preostala tri sudionika na UNESCO-voj listi.

Ojkanje

Glazbeni izričaj ojkanje, pretežno s područja Dalmatinskog zaleđa, izvode pjevači (muški ili ženski) koristeći različite tehnike potresanja glasa posebnim načinom pjevanja "iz grla". Svaka pjesma traje koliko i dah glavnog pjevača. Melodije napjeva se baziraju na ograničenim tonskim nizovima, uglavnom kromatskim, veličine intervala koji ne odgovaraju današnjim ustaljenim intervalima, a stihovi pokrivaju različite teme od ljubavi do trenutne društvene tematike i politike.[83]

[82] Hrvatska turistička zajednica: http://croatia.hr/hr-HR (pristupljeno 30.04.2016.)
[83] Ibid

Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore

Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore jedinstveno je po načinu izvođenja. Bez glazbene pratnje ili neovisno o njoj, kad ona postoji (svirka u tradicijski instrument diple, mijeh, tipa gajdi ili specifičan način pjevanja u malim skupinama potresanjem glasa – rera, ganga, vojkavica), jedino se na području Dalmatinske zagore izvodi u kolu koje se povremeno razbija u parove ili se tijekom cijeloga plesa izvodi u parovima koji se kreću po krugu ili slobodno po plesnom prostoru.[84]

Mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, njegovoj obali, otocima i dijelom zaleđa

Mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, njegovoj obali, otocima i dijelom zaleđa, uvjetovana je ekološkim, klimatskim, povijesnim i kulturnim čimbenicima Mediterana. Ta vrsta prehrane, kao i u ostalim zemljama na području Mediterana, očituje se u Hrvatskoj u društvenoj, duhovnoj i materijalnoj sferi svakodnevnog života, te u običajima životnog i godišnjeg ciklusa. Mediteranska prehrana temelj je identiteta ljudi koji žive na tom prostoru, te je tekovina raznih kultura i utjecaja, koje se kontinuirano prenose s koljena na koljeno.[85]

2.4. Manifestacije na području Dalmatinske zagore

Postoje brojne manifestacije koje se održavaju na području Dalmatinske zagore koje imaju veliki utjecaj na turizam u ovom području te upotpunjuju ukupnu turističku ponudu. Svaka manifestacija koja se odvija u pojedinom kraju simbolizira kulturu i tradiciju te često prikazuje način života lokalnog stanovništva u nekim drugim, davnim vremenima. Svaki turist koji posjeti neku od manifestacija moći će pobliže upoznati mjesto i ljude koji u njemu žive, osjetiti atmosferu koja vlada za vrijeme dana održavanja te naučiti nešto novo o prošlosti kojom se domaćini ponose i koja se nikad ne zaboravlja. Manifestacije su obično posjećene u velikom broju, što od domaćih što od stranih turista, a u ovom dijelu rada izdvojit će se one najvažnije koje se održavaju u gradovima Imotskom, Kninu, Sinju i Trilju.

[84] Hrvatska turistička zajednica: http://croatia.hr/hr-HR (pristupljeno 30.04.2016.)
[85] Ibid

2.4.1. Glumci u Zagvozdu u Imotskoj krajini

Glumci u Zagvozdu manifestacija je koja se od 1998. godine održava na inicijativu glumca Vedrana Mlikote. Ovdje gostuju kazališne predstave iz cijele Hrvatske, a povremeno se održavaju i glazbene večeri. Ovaj ljetni festival jedan je od najvažnijih kulturnih fenomena u Hrvatskoj, a Trg glumaca u Zagvozdu jedna od nezaobilaznih točaka za sve ljubitelje kulture koji se zateknu u njegovoj blizini.[86]

Veoma je značajna manifestacija za Dalmatinsku zagoru koja se održava već dugi niz godina. Sami počeci bili su skromni, a mnogi su sa čuđenjem doživjeli prvotnu ideju Vedrana Mlikote, jednog od najboljih glumaca na hrvatskoj sceni, da organizira ovakav festival u ovom malom mjestu u Zagori. Međutim, s vremenom se to mišljenje drastično promijenilo te je ova manifestacija postala jako popularna o čemu svjedoče brojni posjetitelji kojih je iz godine u godinu sve više na svakoj predstavi. Gotovo da nema glumca u Hrvatskoj koji barem jedanput nije sudjelovao na festivalu, a najčešći slučaj je zapravo da se iznova vraćaju kada dožive atmosferu i kada vide koliko ljudi s oduševljenjem prati i uživa u svakoj večeri održavanja.[87]

Utopijski kazališni projekt pretvorio se u ovih desetak godina u najveći festivalski fenomen u hrvatskoj i izvan nje: ne samo da su stanovnici Zabiokovlja prigrlili festival kao svoj, nego u Zagvozd svakoga vikenda dolazi publika iz okolnih mjesta i primorskih gradova, čak i onih koji imaju svoje festivale, poput Splita, kako bi gledala dobro kazalište i sudjelovala u pravoj kazališnoj fešti. Predstave se održavaju vikendom, a na lokalnom trgu okupi se i više od tisuću posjetitelja, zapravo svi stanovnici mjesta i brojni gosti. Kako sjedala nikada nema dovoljno, donose se stolci, banci i tronošci iz vlastitih kuća, a okolni zidovi postaju tribine. Kad bi postojala statistička kategorija: mjesto s najvećim brojem odgledanih kazališnih predstava po stanovniku, nema sumnje da bi Zagvozd bio svjetski rekorder i to nipošto nije šala! Jer, kad je u Zagvozdu predstava, zaustavlja se promet u mjestu, kafići nemaju za koga raditi, a svaki život osim scenskoga prestaje. „Babe i dica“ u publici oživljuju fenomen antičkog kazališta kao mjesta socijalnog okupljanja koje je javno i svima dostupno, a publika koja prati ovaj festival već na prvi pogled otkriva da nema nikakve veze s publikom velikih nacionalnih festivala na kojima je predstava često samo povod za pokazivanje ponekome u

[86] TZ Imotski: http://www.tz-imotski.hr/ (pristupljeno 02.05.2016.)
[87] Radio Imotski: http://radioimotski.hr/naslovnica/vedran-mlikota-uoci-otvaranja-glumaca-u-zagvozdutisuce-posjetitelja-na-predstavi-ili-koncertu-to-je-ono-sto-nas-u-zagvozdu-cini-sretnima/ (pristupljeno 25.05.2016.)

publici. Za razliku od nacionalnih festivala, na kojima je često važnije TKO je bio na premijeri nego ŠTO se zaista igralo, u Zagvozdu se mjesto na zidiću hvata isključivo radi predstave. Vedran Mlikota, kad je već započeo s eksperimentom, odlučio ga je isprobati dokraja: na festivalu Glumci u Zagvozdu, istina, i dalje prevladava eklektičan repertoar, pučka komedija dominira, ali proteklih su ljeta duboko u Zabiokovlju igrane i klasične tragedije poput Hamleta, priređivane pjesničke večeri najeminentnijih hrvatskih pjesnika (Šimića, Matoša, Fiamenga), nastupali ansambli poput Lada, a s klasičnim glazbenim programom nastupila je čak i inozemna filharmonija.[88] Jedno je, međutim, zajedničko svim prikazanim programima - publika. Mještani Zagvozda i njihovi gosti svaki su od tih programa odgledali u punom sastavu i svakome se jednako veselili. A da Zagvozd i njegovi stanovnici znaju cijeniti svoje kazališne goste govori i odluka da se glavni trg na kojemu se svakoga ljeta iznova događa kazalište, nazove Trg glumaca.[89]

Čovjek koji je najzaslužniji za festival „Glumci u Zagvozdu“ je svakako Vedran Mlikota. Pokrenuo je sve kada mu je malo tko vjerovao i od toga stvorio kroz desetak godina jedan od najposjećenijih događaja na ovom području. On sam osjeća veliku ljubav prema svom mjestu i prema ljudima koji tu žive te uvijek ističe kako je ponosan na sve što je postigao s ovim festivalom. O tome koliko ovaj događaj zapravo znači za Zagvozd i njegove stanovnike najbolje svjedoči sljedeća Vedranova izjava: „Kako opisati sve aplauze i ovacije, sav smijeh, komentare prije, za vrijeme i nakon programa, čuđenja i divljenja publike umjetnicima, ali i obrnuto?! Kako opisati sve večeri i zore u nezaboravnim ambijentima zagvoških sela i zaselaka, na guvnima, u dolcima, pred kućama Zagvožđana, anegdote s fešti, rasporede spavanja, komentare sumnjivih Toma, tipa “Ko će doć? LADO? Stefanovski?! Ajde, brte, sidi!”?! Kako opisati olakšanje nakon što sve završi, kako sjetu i tugu prvih idućih vikenda kada Zagvozd postane sličan otoku s kojega su otišli najdraži turisti?!“[90]

2.4.2. Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja te Zvonimirovi dani u Kninu

Dvije najvažnije manifestacije koje se održavaju na području grada Knina su Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja koja se održava svake godine na dan 5.

[88] Glumci u Zagvozdu: http://glumciuzagvozdu.hr/hr/ (pristupljeno 02.05.2016.)
[89] Ibid
[90] Ibid

kolovoza te simbolizira oslobođenje Knina od okupacije, i Zvonimirovi dani koji se održavaju početkom mjeseca lipnja te predstavljaju povratak u Zvonimirovo doba. O ove dvije, značajne manifestacije, detaljnije informacije će se prikazati u nastavku.

Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja

Svake godine, 5. kolovoza, obilježava se Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja u spomen na 5. kolovoza 1995. godine kada je Knin oslobođen od okupacije. Od ranih jutarnjih sati pristižu ljudi iz čitave Hrvatske i inozemstva. Sam program proslave traje nekoliko dana te je popraćen raznim športskim i kulturnim događanjima u kojima se prije svega odaje počast svim žrtvama Domovinskog rata. Za završnu večer proslave upriličen je prigodni zabavni program.[91]

Ovo je manifestacija kojom se obilježava veoma važan dan u povijesti Republike Hrvatske. Nastoji se odati počast i sjetiti se svih onih koji su sudjelovali i dali svoj život za svoju domovinu u akciji „Oluja“. Operacijom je vraćen velik dio okupiranog teritorija te je stvoren temelj za završetak Domovinskog rata. Stoga, ova manifestacija predstavlja veliku važnost za čitavu Hrvatsku, a pogotovo za stanovnike grada Knina i okolice, od kojih su mnogi i sami sudjelovali u akciji 1995. godine. Svake godine se održava svečanost kada se na kninskoj tvrđavi podiže hrvatska zastava, replicirajući na taj način isti čin koji se dogodio na dan 5. kolovoza 1995. godine, koji je označio pobjedu hrvatskog naroda. Brojni posjetitelji dolaze na svečani mimohod, ali i na popratne događaje poput koncerata i drugih priredbi, zbog čega je ova manifestacija važna i u smislu turizma u Dalmatinskoj zagori.

Zvonimirovi dani

Manifestacija je u stilu 11. stoljeća, povratak u Zvonimirovo doba čime kninska Tvrđava postaje još atraktivnija za posjetitelje i građane grada Knina. Posjetitelji se imaju priliku upoznati sa poviješću, tradicijom i kulturnom baštinom hrvatskog kraljevskog grada Knina. Istovremeno se održava likovna kolonija na tu temu, predstavljaju se suveniri domaćih proizvođača kao i specijaliteti s ovog područja. Također su organizirane radionice i igraonice: streličarstvo, kovnica novca, rukovanje mačem te sajam starih obrta. Igrokazi sa opsadom

[91] TZ Knin: http://www.tz-knin.hr/ (pristupljeno 02.05.2016.)

utvrde i borbom vitezova, dolazak kralja Zvonimira i kraljice u kraljevsku utvrdu Knin u pratnji vitezova, viteški turnir za nagradu kralja Zvonimira, noćna opsada kninske utvrde, borbe vitezova, gađanje katapulta vatrenim kuglama, probijanje gradskih vrata ovnom, gađanje vatrenim strijelama, itd. Kostimirani glumci odjeveni su u replike viteških kostima i hrvatskih nošnji iz 11. stoljeća, a utvrdom koračaju kraljevski vojnici koji Kninjanima i njihovim gostima pružaju prizor života na hrvatskom kraljevskom dvoru onog doba. Uz viteški turnir, posebno spektakularno je i uprizorenje opsade i noćnog napada na dvorac katapultom s velikim vatrenim kuglama te sukob dviju viteških skupina. Prisutni imaju priliku uživati i u izvođenju ulomka iz mjuzikla „Kralj Zvonimir“.[92]

Ova manifestacija se održava od 2009. godine, početkom mjeseca lipnja. Jako je zanimljiva jer prikazuje kako je nekad izgledao život na kraljevskom dvoru, kako su izgledale borbe vojnika u njihovim specijalnim odorama te čime su se bavili ostali ljudi koji su živjeli u to vrijeme. Ovo su posebni dani u kraljevskom gradu jer tada kultura, tradicija i običaji dominiraju na ovom prostoru, a sve kako bi se privuklo domaće i strane goste i turistički promoviralo grad Knin.

2.4.3. Sinjska Alka i Velika Gospa u Sinju

Sinjska Alka

U čast svoje nebeske zaštitnice, Gospe Sinjske, koja je prema predaji, i otjerala Osmanlije ("*vidješe ženu u bijelom kako hoda zidinama Sinja"*), kao vječni zavjet odanosti i poštovanja, Sinjani će utemeljiti vitešku igru Alku, i tako svake godine, prve nedjelje u kolovozu, oživjeti slavnu pobjedu. [93]

Sinjska alka je vjekovno tradicionalno viteško konjaničko natjecanje u kojem jahači (alkari) na konju, u punom galopu, oko 3 metra dugačkim kopljem gađaju željeznu alku obješenu na konopu preko trkališta.[94]
Alka ima dva koncentrična željezna kruga povezana s tri kraka, tako da je razmak između krugova podijeljen na tri jednaka dijela. Središnji, najmanji krug vrijedi tri *punta*, gornje polje

[92] TZ Knin: http://www.tz-knin.hr/ (pristupljeno 02.05.2016.)
[93] TZ Sinj: http://www.visitsinj.com/hr (pristupljeni 03.05.2016.)
[94] Sinjska Alka: http://www.alka.hr/ (pristupljeno 03.05.2016.)

dva, a dva donja polja po jedan. Alkar u punom galopu drvenim kopljem sa željeznim vrhom gađa u alku. Slavodobitnikom postaje onaj tko u tri trke Alke skupi najviše punata. Ako više alkara ima isti broj punata, onda se pripetavaju dok jedan ne skupi više punata. Alkarsko natjecanje započinje svečanom povorkom koju predvodi harambaša i odabrana četa alkarskih momaka, za kojima slijede buzdovandžije i štitonoša koji nosi trofejni turski štit te vodiči edeka. Alkarsku četu predvodi barjaktar (nosi zastavu Viteškog alkarskog društva, uz koju je i lik Gospe Sinjske) s pobočnicima i alkarski vojvoda (zapovjednik alkarske povorke) s ađutantom. Za njima u dvoredu jaši četa alkara s kopljima. Na začelju povorke je alajčauš (zapovjednik čete alkara kopljanika). Harambaša i alkarski momci u povorci idu pješice. Naoružani su kuburama, handžarom i puškom zapasanim u *zmijskom gnijezdu*, a obučeni u svečanu narodnu starinsku nošnju Cetinske krajine. Alkarska četa je na bogato urešenim konjima, odjevena u izvornu vitešku odoru sinjskih branitelja s početka 18. stoljeća. Alkar mora biti rođeni Cetinjanin, imati *oko sokolovo* i *čvrstu desnicu*, a ponajviše, mora biti častan i pošten čovjek.[95]

Ovo je jedna od dvije najvažnije manifestacije na području grada Sinja, a vjerojatno i cijele Dalmatinske zagore. Predstavlja spoj prošlosti i sadašnjosti, što najbolje oslikava situacija za vrijeme same svečanosti kada s jedne strane stoje alkari i ponosna četa, a s druge gledatelji koji pristižu iz cijelog svijeta u velikom broju. Na tribinama koje su postavljene uzduž trkališta skupi se oko 10ak tisuća gledatelja koji pristižu odasvud te se mogu čuti brojni svjetski jezici. Alka predstavlja simbol poštenja i časti, spoj prošlosti i budućnosti te borbe za slobodu. O tome koliko je važna govori i podatak da je uvrštena na UNESCO-ov popis zaštićene svjetske nematerijalne baštine.[96] Tijekom svoje povijesti, održavala se nekoliko puta i izvan Sinja, u Zagrebu, Splitu, Beogradu, a uvijek je privlačila sami vrh javnog i političkog života poput austrijskog cara Franje Josipa I. te predsjednika bivših država i sadašnje Republike Hrvatske.[97] Turistima je jako privlačna jer sudjelovanjem u ovoj svečanosti mogu se pobliže upoznati sa poviješću grada, tradicijom i kulturom, vidjeti starinsku narodnu nošnju i ostale vrijednosti, osjetiti duh grada i atmosferu koja vlada za vrijeme trajanja manifestacije.

[95] TZ Sinj: http://www.visitsinj.com/hr (pristupljeni 03.05.2016.)
[96] Hrvatska turistička zajednica: http://croatia.hr/hr-HR (pristupljeno 03.05.2016.)
[97] Sinjska Alka: http://www.alka.hr/ (pristupljeno 03.05.2016.)

Velika Gospa

Hrvati su oduvijek štovali Blaženu Djevicu Mariju i u teškim vremenima i nevoljama molili joj se za pomoć. Pouzdali su se u njezin nebeski zagovor časteći je iz zahvalnosti kao *kraljicu Hrvata*.[98] U Sinju, jednom od najvećih hrvatskih marijanskih svetišta, blagdan Uznesenja Blažene Djevice Marije, 15. kolovoza, slavi se posebno svečano.[99] Nepregledno mnoštvo hodočasnika dolazi u Sinj sa samo jednim ciljem – kleknuti i sklopiti ruke pred Čudotvornom Gospom Sinjskom. Prignuti se na tihu molitvu, uputiti molbe i zahvale nebeskoj Majci. Zapaliti svijeću pred Gospinim likom i otvoriti srce njenoj milosti. Mnogi na zavjet dolaze bosi, pješke, iz dalekih krajeva. Već *užežin* (dan prije slavlja) Sinj je pun svijeta, žamora, ulice i crkva postaju pretijesni.[100] Prva misa, tradicionalna zornica, slavi se već u 4 sata ujutro. U 9:30, praćena slavljenjem zvona i sviranjem fanfara, slika Čudotvorne Gospe Sinjske se iznosi iz crkve u svečanu procesiju ulicama grada. Velika je čast ponijeti Sliku na ramenima. Nose je alkari, alkarski momci, policajci, hrvatska vojska, vatrogasci, članovi udruge hrvatskih branitelja dragovoljaca, članovi udruge veterana i dragovoljaca Domovinskog rata itd. S Grada pucaju mačkule označavajući mjesto blagoslova, Sinjani s prozora posipaju Gospin put laticama cvijeća. Praćena molitvom krunice i marijanskim pjesmama, Gospina slika se vraća na trg ispred crkve, gdje se slavi bogoslužje.[101]

Dan Velke Gospe je veoma važan za cijelu Hrvatsku, a posebno se štuje u gradu Sinju. Tisuće vjernika i hodočasnika iz cijele Cetinske krajine, ali i šire, dolaze na taj dan u Sinj kako bi sudjelovali na misi i slavili Blaženu Djevicu Mariju. Prema nekim procjenama oko 50 tisuća ljudi posjeti Sinj na taj dan, što ovu svečanost stavlja uz bok slavlju u Mariji Bistrici.[102] Gledano sa turističke strane, može se reći da vjerski turizam u Hrvatskoj bilježi dobre rezultate, pri čemu Velika Gospa u Sinju jako puno pridonosi njihovom ostvarenju.

[98] TZ Sinj: http://www.visitsinj.com/hr (pristupljeni 03.05.2016.)
[99] Ibid
[100] Ibid
[101] Ibid
[102] Index.hr: http://www.index.hr/vijesti/clanak/blagdan-je-velike-gospe/765595.aspx (pristupljeno 03.05.2016)

2.4.4. Sajam sv.Mihovil u Trilju

Za vrijeme Mihovilskih dana grad Trilj procvjeta i postaje središte susreta, trgovine, i zabave.[103]

Na tradicionalnom robno-stočnom sajmu može se vidjeti i nabaviti gotovo sve: od raznovrsnih rukotvorina do domaćih životinja. Održava se i zanimljiv kulturno-zabavni program, a okrijepiti se može gotovo na svakom koraku. Središnji događaj je 29. rujna, kada Trilj slavi Dan grada i blagdan svog zaštitnika – svetog Mihovila arkanđela. Ulicom grada održava se tradicionalna procesija, a svečanost Mihovilskih dana u punom je zamahu.[104]

Brojni robno-stočni zajmovi postojali su kroz povijest na području Dalmatinske zagore, a neki su ostali i do danas. Međutim, mnogi se slažu da nijedan nema takvu draž i posebnost kao onaj „Mijovilski“. Stoljećima unazad, ovaj pazar je Trilj stavljao na čelno mjesto trgovine u cijeloj Dalmaciji. Unatoč tome što se životne navike mijenjaju iz godine u godinu, pazar i dalje prikazuje način života na ovom području zagore te predstavlja spoj sadašnjosti i prošlosti.

Središnja triljska ulica koja ovih dana biva puna ljudi, nudi sve i svašta svojim posjetiteljima. Tu se mogu naći razni starinski predmeti od drva, bakra i željeza, zatim moderna odjeća i obuća, ali i ona tradicionalna koja je davno izišla iz mode i koju ljudi uglavnom kupuju kao suvenire za uspomenu na neka davna vremena.[105] Zaštitni znak triljskog pazara je svakako grotulja, ogrlica od oraha, koja je nekad služila za prošnju i koju su nosile mlade djevojke oko vrata. Ona također danas služi samo kao suvenir i uspomena.[106] Pazar je uvijek bio poznat po kvalitetnoj gastronomskoj ponudi. Iako je danas ona nešto slabija nego prije, još uvijek se tu mogu osjetiti mirisi i pronaći neki od specijaliteta poput uštipaka, poljičkog soparnika, pečene janjetine i sl., a tu je također prisutna uvijek kvalitetna ponuda vina. Iako su se neke stvari izgubile tijekom vremena, pazar je i dalje ostao zanimljiv ljudima iz okolice, ali i susjedne Bosne i Hercegovine, o čemu svjedoči nekoliko tisuća posjetitelja svake godine.

[103] TZ Trilj: http://www.tz-trilj.hr/ (pristupljeno 03.05.2016.)
[104] Ibid
[105] Ibid
[106] Ferata.hr: //www.ferata.hr/didovina-u-trilju/ (pristupljeno 03.05.2016.)

3. ANALIZA PRIHODA OD TURIZMA U DALMATINSKOJ ZAGORI, TURISTIČKIH KRETANJA TE UTJECAJ NAJVAŽNIJIH MANIFESTACIJA

U trećem dijelu rada najprije će se analizirati prihodi koji se ostvaruju u turizmu na području Dalmatinske zagore. Pri tom, za ostvarene prihode koristit će se informacije koje je omogućila Financijska agencija, a odnose se na prihode u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Uz to, analizirat će se i dostupni podaci o zaposlenima u istoj djelatnosti. Nakon toga, analizirat će se turistička kretanja u odabranim središtima Dalmatinske zagore, za razdoblje od 2011.-2014., a također i za Zagoru sveukupno. U zadnjem dijelu još će se analizirati sam utjecaj najvažnijih manifestacija na turistička kretanja, kako u gradovima održavanja, tako i u cijeloj Dalmatinskoj zagori.

3.1. Analiza prihoda od turizma u odabranim središtima Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011.-2014.

U ovom dijelu rada istražit će se je li istraživačka hipoteza H3 ispravna ili pogrešna, tj. jesu li odabrani gradovi Dalmatinske zagore ostvarili porast prihoda od turizma u promatranom razdoblju od 2011.-2014. godine. Za analizu koriste se podaci o prihodima u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, budući je to djelatnost koja je usko vezana za turizam i zapravo pokazuje koliko je razvijen sam turizam u pojedinom području. Uz ostvarene prihode, komentirat će se i podaci o zaposlenima u navedenoj djelatnosti, koje je također omogućila Fina, a koji isto tako ukazuju na važnost i zastupljenost turizma. Dostupni podaci prikazani su u sljedećim tablicama i grafikonima.

Tablica 4: Prihodi u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Prihodi u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane								
	2011.	2012.	Indeks 2012./2011.	2013.	Indeks 2013./2012.	2014.	Indeks 2014./2013.	Indeks(bazni) 2014./2011.
Imotski	3.402.843	3.611.941	106,14	11.072.417	306,55	10.900.833	98,45	320,34
Knin	2.448.467	6.938.502	283,38	4.348.860	62,68	2.700.128	62,09	110,28
Sinj	11.359.905	10.673.159	93,95	18.232.349	170,82	20.277.304	111,22	178,50
Trilj	2.466.506	2.295.313	93,06	2.748.100	119,73	4.253.985	154,80	172,47
UKUPNO	19.677.721	23.518.915	119,52	36.401.726	154,78	38.132.250	104,75	193,78

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Iz navedene tablice vide se prihodi koje su ostvarili odabrani gradovi u pojedinim godinama, a prikazani su i pripadajući verižni indeks te bazni indeks pomoću kojeg se mogu vidjeti promjene na kraju razdoblja u odnosu na početak. Odmah se može uočiti da je svaki od gradova ostvario napredak u zadnjoj godini, u odnosu na prvu promatranu, 2011.

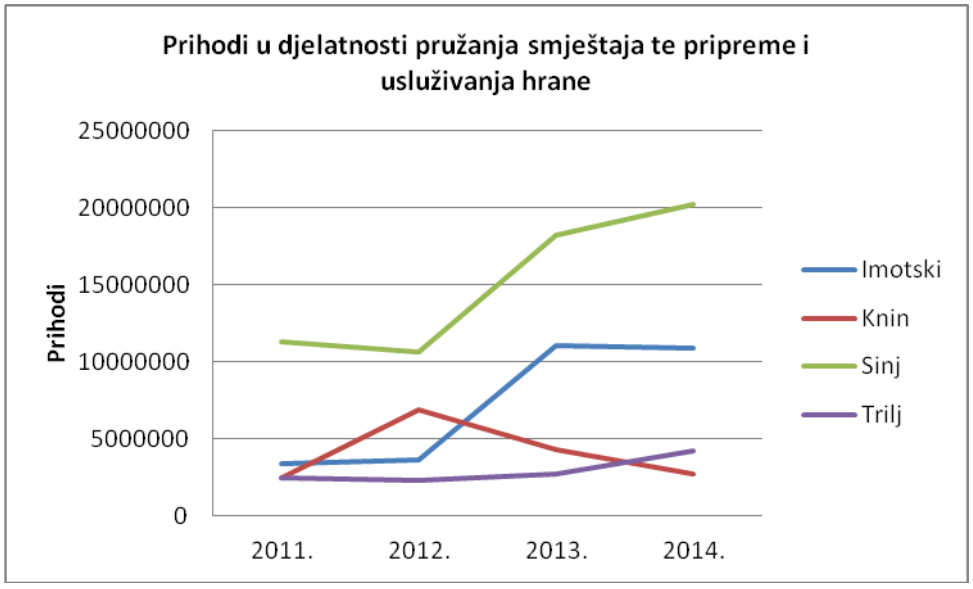
Imotski je ostvario napredak od 220.34 % ako gledamo bazni indeks. Promatrajući verižne indekse može se primijetiti trend rasta u 2012. i 2013., dok u se u zadnjoj godini bilježi blagi pad.

Što se tiče Knina on je ostvario napredak od 10.28 % na kraju razdoblja u odnosu na početak. Ako gledamo verižne indekse, vidi se rast u 2012., nakon čega slijedi pad u posljednje dvije godine promatranog perioda.

Grad Sinj je također ostvario značajan napredak u prihodima od turizma. U zadnjoj godini prihodi su bili veći za 78.50 % u odnosu na 2011. godinu. Ako promatramo promjene tijekom razdoblja najprije su pali za oko 6 % u 2012. Nakon toga uslijedio je rast u zadnje dvije godine.

Trilj je ostvario napredak od 72.47 % što se može vidjeti na temelju izračunatog baznog indeksa. Ako se promatraju verižni, onda se vidi sličan trend kao i za grad Sinj. Dakle, najprije slijedi blagi pad, dok je u posljednje dvije godine ostvaren rast.

Promatrajući verižne indekse može se zaključiti da su prihodi svih gradova tijekom godina varirali. Međutim, ukoliko promatramo bazni indeks koji pokazuje odnos između posljednje i početne godine, jasno je uočljiv trend rasta za svaki odabrani grad. Ostvareni rezultati su vrlo dobri, pogotovo to možemo kazati za Imotski budući je ostvario impresivan napredak od 220 %. Navedena kretanja jasno se vide i iz sljedećeg grafikona.



Grafikon 6: Prihodi u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Iz grafikona se može uočiti isto kao i iz prethodne tablice. Dakle, svaki od gradova ostvario je napredak i povećanje prihoda u 2014. godini u odnosu na 2011., prvu godinu koja se promatra u radu. Pritom je važno napomenuti kako se taj napredak nije ostvarivao iz godine u godinu, što se jasno vidi iz grafa. Kod pojedinih gradova znalo se dogoditi da u nekoj godini prihodi budu manji nego u prethodnoj, kao npr. u Sinju gdje su prihodi u 2012. bili manji nego u 2011., ili u Imotskom u 2014. nego u 2013. godini. Ali ono što je najvažnije i što se vidi iz grafikona i iz tablice, je to da je napredak ostvaren, prihodi su porasli, uspoređujući početak i kraj promatranog razdoblja, što znači da se može prihvatiti hipoteza H3.

Nakon provedenih analiza pomoću odgovarajuće tablice i grafikona, sada će se provesti analiza pomoću neparametrijskog Friedmanovog testa za zavisne uzorke.

Ovaj test primjenjuje se za više od dva zavisna uzorka varijabli koje se mjere pomoću redoslijedne skale. Naime, ako se na istom uzorku vrši mjerenje u različitim uvjetima kaže se da se radi o zavisnim uzorcima. Može se reći da se ovo testiranje temelji na testu analize varijance, gdje se umjesto brojčanih mjernih podataka koriste rangovi.[107]

Postavljaju se statističke hipoteze:

H0 - ne postoji značajna razlika u prihodima promatranih mjesta po promatranim godinama.

H1- postoji značajna razlika u prihodima promatranih mjesta po promatranim godinama.

[107] Pivac S., (2010.): „Statističke metode“, e-nastavni materijali, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 178.

Kada uzmemo u obzir sve četiri promatrane godine, dobiju se sljedeći rezultati.

Tablica 5: Prosječni rangovi prihoda odabranih gradova u različitim godinama

	Prosječni rangovi
Prihodi 2011.	1.50
Prihodi 2012.	2.00
Prihodi 2013.	3.25
Prihodi 2014.	3.25

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Tablica 6: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama

Test Statistics[a]

N	4
Chi-square	5.700
df	3
Asymp. Sig.	.127

a. Friedman Test

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Prema dobivenim rezultatima iz tablice 6 može se vidjeti da je empirijska vrijednost Friedmanovog testa za zadani uzorak gradova po godinama jednaka 5.700, dok je tablična vrijednost odgovarajuće hi-kvadrat distribucije 7.81. Stoga se može zaključiti da je empirijska vrijednost manja od tablične, pa se prihvaća početna statistička hipoteza, tj. zaključuje se uz signifikantnost testa od 5% da ne postoji značajna razlika u prihodima promatranih mjesta po promatranim godinama. Prema istoj tablici vidi se da je empirijska signifikantnost 12.7%, što znači da je veća od 5%, čime se opet potvrđuje zaključak o prihvaćanju početne hipoteze.
Na temelju podataka u tablici 5 može se vidjeti da prihodi u 2013. i 2014. godini imaju najbolji prosječni rang 3.25, dok je prosječni rang za 2011. godinu najlošiji i iznosi 1.50.

Međutim, ako se u obzir uzmu početna godina promatranja, 2011., te zadnja 2014. godina, dobiju se sljedeći razultati.

Tablica 7: Prosječni rangovi prihoda odabranih gradova u različitim godinama

	Prosječni rangovi
Prihodi 2011.	1.00
Prihodi 2014.	2.00

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Tablica 8: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama

Test Statistics[a]

N	4
Chi-square	4.000
df	1
Asymp. Sig.	.046

a. Friedman Test

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

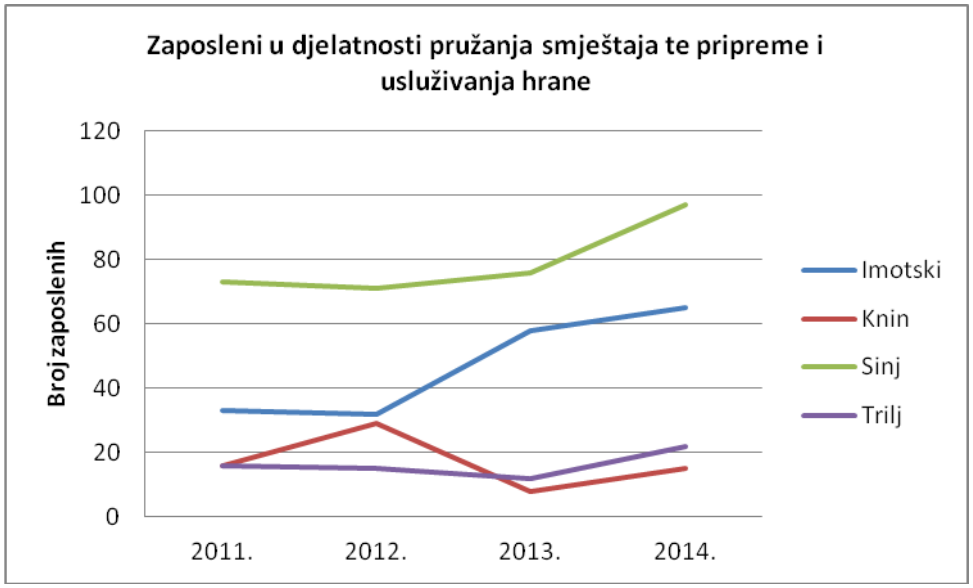
Prema dobivenim rezultatima iz tablice 8 može se vidjeti da je empirijska vrijednost Friedmanovog testa za zadani uzorak gradova po godinama jednaka 4.000, dok tablična vrijednost odgovarajuće hi-kvadrat distribucije iznosi 3.84. Može se zaključiti da je empirijska vrijednost veća od tablične, pa se odbacuje početna statistička hipoteza, tj. zaključuje se uz signifikantnost testa od 5% da postoji značajna razlika u prihodima promatranih mjesta po promatranim godinama. Prema istoj tablici vidi se da je empirijska signifikantnost 4.6%, što znači da je manja od 5%, čime se opet potvrđuje zaključak o odbacivanju početne hipoteze.
Na temelju podataka u tablici 7 može se vidjeti da prihodi u 2014. godini imaju veći prosječni rang 2.00, dok prihodi u 2011. imaju lošiji prosječni rang koji iznosi 1.00.

Uz ostvarene prihode, sada će se prikazati i broj zaposlenih u istoj djelatnosti u odabranim gradovima, kroz promatrano razdoblje.

Tablica 9: Zaposleni u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Zaposleni u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane								
	2011.	2012.	Indeks 2012./2011.	2013.	Indeks 2013./2012.	2014.	Indeks 2014./2013.	Indeks(bazni) 2014./2011.
Imotski	33	32	96,97	58	181,25	65	112,07	196,97
Knin	16	29	181,25	8	27,59	15	187,50	93,75
Sinj	73	71	97,26	76	107,04	97	127,63	132,88
Trilj	16	15	93,75	12	80,00	22	183,33	137,50
UKUPNO	138	147	106,52	154	104,76	199	129,22	144,20

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.



Grafikon 7: Zaposleni u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Iz prethodne tablice i grafikona može se uočiti da je gledajući ukupno sva četiri grada sa područja Dalmatinske zagore također ostvaren napredak što se tiče broja zaposlenih u djalatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Na temelju izračunatih verižnih indeksa i grafikona, vidi se da je Imotski najprije imao blagi pad, dok je u posljednje dvije godine uočljiv trend rasta. Ista kretanja mogu se uočiti i za grad Sinj. Što se tiče Trilja, vidi se određeni pad tijekom 2012. i 2013., dok je u posljednjoj godini zabilježen rast. U Kninu je broj zaposlenih u ovoj djelatnosi varirao tijekom cijelog razdoblja, da bi na kraju bio približno jednak kao i na početku perioda. Točnije, bio je manji za oko 7 %, što čini Knin jedinim gradom koji nije ostvario napredak što se tiče zaposlenih. Ukupno gledano za sva četiri grada, ostvaren je napredak od 44.20 %.

Sada će se provesti Friedmanov test za podatke o zaposlenima, kao što se proveo i za prihode. Postavljaju se statističke hipoteze:

H0 – ne postoji značajna razlika u broju zaposlenih po promatranim mjestima po promatranim godinama.

H1 – postoji značajna razlika u broju zaposlenih po promatranim mjestima po promatranim godinama.

Kada uzmemo u obzir sve četiri godine, dobiju se sljedeći rezultati.

Tablica 10: Prosječni rangovi zaposlenih u odabranim gradovima u različitim godinama

	Prosječni rangovi
Zaposleni 2011.	2.50
Zaposleni 2012.	2.00
Zaposleni 2013.	2.00
Zaposleni 2014.	3.50

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Tablica 11: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama

Test Statistics[a]

N	4
Chi-square	3.600
df	3
Asymp. Sig.	.308

a. Friedman Test

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Prema dobivenim rezultatima iz tablice 11 može se vidjeti da je empirijska vrijednost Friedmanovog testa jednaka 3.600, dok je tablična vrijednost odgovarajuće hi-kvadrat distribucije 7.81. Stoga se može zaključiti da je empirijska vrijednost manja od tablične, pa se prihvaća početna statistička hipoteza, tj. zaključuje se uz signifikantnost testa od 5% da ne postoji značajna razlika u zaposlenima promatranih mjesta po promatranim godinama. Prema istoj tablici može se vidjeti da je empirijska signifikantnost 30.8%, što znači da je veća od 5% te se opet potvrđuje zaključak o prihvaćanju početne hipoteze.

Na temelju podataka u tablici 10 može se vidjeti da zaposleni u 2014. godini imaju najbolji prosječni rang 3.50, dok zaposleni u 2012. i 2013. imaju najlošiji prosječni rang koji iznosi 2.00.

Ako se u obzir uzmu samo podaci za 2011. i 2014. godinu, dobiju se sljedeći rezultati.

Tablica 12: Prosječni rangovi zaposlenih u odabranim gradovima u različitim godinama

	Prosječni rangovi
Zaposleni 2011.	1.25
Zaposleni 2014.	1.75

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Tablica 13: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama

Test Statistics[a]

N	4
Chi-square	1.000
df	1
Asymp. Sig.	.317

a. Friedman Test

Izvor: Izrada autora prema podacima Fine za razdoblje od 2011.-2014.

Empirijska vrijednost Friedmanovog testa sada iznosi 1.000, dok je tablična vrijednost odgovarajuće hi-kvadrat distribucije 3.84. Prema tome, opet se prihvaća početna hipoteza. Do istog zaključka se dođe gledajući empirijsku signifikantnost koja sada iznosi 31.7% što je opet veće od 5%. Na temelju podataka u tablici 11 može se vidjeti da zaposleni u 2014. imaju veći prosječni rang 1.75, dok zaposleni u 2011. imaju lošiji prosječni rang koji iznosi 1.25, ali ta razlika nije statistički značajna.

3.2. Analiza turističkih kretanja u odabranim središtima Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011.-2014.

U ovom dijelu rada prikazat će se ostvareni rezultati dolazaka i noćenja svakog od četiri odabrana središta Dalmatinske zagore. Za svaki grad će se prikazati opširna tablica koja će sadržavati podatke o broju dolazaka i noćenja, kako domaćih tako i stranih, za svaku od četiri

promatrane godine. Uz pomoć dostupnih podataka, nastojat će se zaključiti jesu li gradovi ostvarili napredak u turizmu u 2014. godini, u odnosu na početak promatranog razdoblja.

3.2.1. Analiza turističkih kretanja u Imotskom

U tablici 14 prikazani su podaci za grad Imotski, ostvareni broj dolazaka i noćenja stranih i domaćih gostiju, a za svaku godinu dodan je još jedan stupac u kojem se vidi ukupan broj koji je ostvaren u pripadajućoj godini. Što se tiče dolazaka, u 2011. godini taj broj je iznosio ukupno 2.539, od čega su većina bili domaći gosti (oko 85%). Taj broj je varirao tijekom sljedećih par godina, da bi 2014. iznosio 3.630 dolazaka, od čega 2.510 domaćih te 1.120 stranih gostiju. Iz toga se jasno vidi da je ostvaren napredak što se tiče dolazaka u 2014. godini, i to za oko 43 % u usporedbi sa 2011. (bazni indeks 142.97). Kada govorimo o noćenjima, 2011. je ostvaren ukupan broj od 3.253, a dominirali su domaći gosti sa više od 90 % ostvarenih noćenja. Taj broj je tijekom sljedećih godina konstantno rastao, da bi 2014. iznosio 10.669, s tim da se ovaj put promijenio i omjer domaćih i stranih gostiju, pri čemu su strani činili više od 60 % ostvarenih noćenja. To je vrlo značajan podatak koji pokazuje da se Imotski sve više okreće stranim gostima, koji najčešće imaju i veću platežnu moć, što opet dovodi do veće zarade od turizma. Također, jasno je da je i u noćenjima ostvaren napredak u 2014. godini, i to za više od 200 % u odnosu na 2011. (bazni indeks 327.97), što je zaista impresivno ostvarenje.

Tablica 14: Turistička kretanja u Imotskom od 2011.-2014.

Imotski 2011. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	9	6	10	3	39	12	221	42	8	6	7	4	367
Domaći	104	116	170	249	203	270	228	224	141	212	156	99	2172
UKUPNO	113	122	180	252	242	282	449	266	149	218	163	103	2539
Imotski 2011. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	9	6	10	5	65	12	23	46	8	6	8	8	206
Domaći	183	220	267	365	261	368	276	296	189	307	206	109	3047
UKUPNO	192	226	277	370	326	380	299	342	197	313	214	117	3253
Imotski 2012. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	5	5	4	7	11	12	16	91	4	15	7	3	180
Domaći	115	112	109	214	310	145	293	260	184	218	161	99	2220
UKUPNO	120	117	113	221	321	157	309	351	188	233	168	102	2400
Imotski 2012. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	7	12	4	7	11	12	22	153	4	15	7	3	257
Domaći	146	152	138	263	914	167	530	795	468	535	432	286	4826
UKUPNO	153	164	142	270	925	179	552	948	472	550	439	289	5083
Imotski 2013. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	0	9	0	0	38	58	102	233	73	30	10	4	557
Domaći	153	160	200	246	335	517	468	544	293	269	188	157	3530
UKUPNO	153	169	200	246	373	575	570	777	366	299	198	161	4087
Imotski 2013. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	0	22	0	0	74	257	376	708	230	36	12	4	1719
Domaći	389	597	630	624	615	1504	1724	836	396	303	238	257	8113
UKUPNO	389	619	630	624	689	1761	2100	1544	626	339	250	261	9832
Imotski 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	18	6	4	5	11	66	392	424	133	18	41	2	1120
Domaći	157	235	245	156	300	172	242	302	186	234	173	108	2510
UKUPNO	175	241	249	161	311	238	634	726	319	252	214	110	3630
Imotski 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	18	6	4	5	11	519	2026	2575	1313	42	301	3	6823
Domaći	167	571	345	245	417	225	328	449	222	274	455	148	3846
UKUPNO	185	577	349	250	428	744	2354	3024	1535	316	756	151	10669

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Sada će se pomoću trend modela analizirati broj dolazaka i noćenja po kvartalima za grad Imotski. Analize će se provesti pomoću SPSS programa u kojem će se kreirati odgovarajuća baza podataka. Najprije će se rezultati prikazati i objasniti za dolaske, a potom za noćenja.

Tablica 15: Trend model - Dolasci za grad Imotski

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	276.250 (0.135)	0.743	241.311	7.940 (0.003)
Vrijeme (kvartali)	31.000 (0.042)			
I kvartal	25.750 (0.886)			
II kvartal	351.500 (0.067)			
III kvartal	751.750 (0.001)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Ocijenjen je trend model za dolaske gostiju za grad Imotski. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji u ovom trend modelu nije statistički značajan (p-vrijednost je 0.135).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je 0.003. Protumačenost modela je 74.3 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan i pozitivan (p-vrijednost je 0.042). To ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. dolazaka u Imotskom kroz promatrane kvartale i godine.

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je 0.001). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja dolazaka u gradu Imotskom. Za II. kvartal p-vrijednost je 0.067, što ukazuje na značajan utjecaj II. kvartala, ali uz signifikantnost od 10%.

Tablica 16: Trend model - Noćenja za grad Imotski

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	-519.831 (0.557)	0.617	1209.299	4.436 (0.022)
Vrijeme (kvartali)	168.731 (0.030)			
I kvartal	483.194 (0.593)			
II kvartal	1075.212 (0.240)			
III kvartal	2668.231 (0.010)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Ocijenjen je trend model za noćenja gostiju za grad Imotski. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji u ovom trend modelu nije statistički značajan (p-vrijednost je 0.557).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je 0.022. Protumačenost modela je 61.7 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan i pozitivan (p-vrijednost je 0.030). To ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. noćenja u Imotskom kroz promatrane kvartale i godine.

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je 0.010). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja noćenja u gradu Imotskom.

3.2.2. Analiza turističkih kretanja u Kninu

Tablica 17: Turistička kretanja u Kninu od 2011.-2014.

Knin 2011. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	2	1	0	3	1	4	148	97	111	3	2	2	374
Domaći	127	105	31	270	254	209	143	289	265	209	134	195	2231
UKUPNO	129	106	31	273	255	213	291	386	376	212	136	197	2605
Knin 2011. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	2	1	0	8	6	11	327	152	167	3	2	14	693
Domaći	333	267	157	520	807	571	465	657	797	664	385	800	6423
UKUPNO	335	268	157	528	813	582	792	809	964	667	387	814	7116
Knin 2012. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	1	4	30	12	14	13	17	84	99	2	8	2	286
Domaći	169	116	166	172	147	164	182	233	93	98	134	75	1749
UKUPNO	170	120	196	184	161	177	199	317	192	100	142	77	2035
Knin 2012. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	1	15	206	12	24	131	41	99	157	4	12	2	704
Domaći	692	525	901	501	989	1004	1340	1663	470	348	801	413	9647
UKUPNO	693	540	1107	513	1013	1135	1381	1762	627	352	813	415	10351
Knin 2013. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	3	5	7	43	70	46	85	128	187	36	16	34	660
Domaći	74	86	88	122	83	124	128	269	228	197	264	182	1845
UKUPNO	77	91	95	165	153	170	213	397	415	233	280	216	2505
Knin 2013. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	5	10	86	179	78	73	103	216	238	39	80	247	1354
Domaći	268	382	450	554	374	458	498	1968	2257	2020	2101	1202	12532
UKUPNO	273	392	536	733	452	531	601	2184	2495	2059	2181	1449	13886
Knin 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	2	1	6	2	30	54	16	119	136	7	3	0	376
Domaći	139	93	137	223	171	197	235	260	220	267	227	142	2311
UKUPNO	141	94	143	225	201	251	251	379	356	274	230	142	2687
Knin 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	2	18	29	20	37	56	19	159	142	9	3	0	494
Domaći	1340	1159	1317	1501	1545	1922	2111	1720	1721	1861	1271	595	18063
UKUPNO	1342	1177	1346	1521	1582	1978	2130	1879	1863	1870	1274	595	18557

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Šibensko-kninske županije

U tablici 17 prikazani su podaci o dolascima i noćenjima za grad Knin, u razdoblju od 2011.-2014. Za svaku godinu ukupan broj gostiju podijeljen je na dvije kategorije, domaće i strane posjetitelje. Na početku promatranog razdoblja, 2011. godine, ukupan broj ostvarenih dolazaka iznosio je 2.605, od čega su domaći iznosili 2.231 (oko 85 %), a strani 374. To ukazuje da je stranih gostiju zapravo malo, te da je potrebno uložiti više sredstava i napora kako bi se što više privuklo ljude koji dolaze u Knin izvan granica Republike Hrvatske. U sljedećim godinama ostvareni rezultati se nisu previše mijenjali, iako je mali napredak ipak

uočljiv. Naime, na kraju promatranog razdoblja (2014. godine) ostvareni broj dolazaka iznosio je 2.687, što predstavlja blago povećanje od 3 % u odnosu na 2011. godinu. Pritom, na domaće turiste otpada oko 86 %, točnije 2.311. Rezultati su slični kao i s početka razdoblja, pogotovo što se tiče omjera domaćih i stranih posjetitelja, što znači da grad Knin mora pojačati svoje ulaganje u ovaj segment kako bi se u idućim godinama situacija poboljšala.

Nakon komentiranja podataka vezanih za dolaske, sada će se kazati nešto više o noćenjima koje je Knin ostvario u promatranom razdoblju. 2011. godine taj broj je iznosio 7.116, od čega 6.423 domaćih, a 693 stranih gostiju, što opet upućuje na nedostatak stranaca koji dolaze u posjet ovom gradu. Međutim, u nadolazećim godinama ostvareni su bolji rezultati nego što se tiče dolazaka. 2014. godine ukupan broj ostvarenih noćenja u Zvonimirovim gradu je bio 18.557, što znači da je ostvaren izuzetan napredak od 160 % (izračunati bazni indeks iznosi 260.78). Od toga domaći čine oko 97 % što znači još i više nego 2011. godine kada su činili oko 90 %. Taj problem i dalje ostaje, ali u pravi plan treba istaknuti veliki napredak koji je ostvaren što se tiče ukupnog broja noćenja što potvrđuje da Knin i njihova turistička zajednica idu u zaista dobrom smjeru, obogaćuju ukupnu turističku ponudu koja privlači sve više turista u njihov grad. Iznimno je važno u potpunosti iskoristiti potencijal kojeg ovaj grad zasigurno ima, čime ne samo da će profitirani Knin, nego i okolna područja te cjelokupna Dalmatinska zagora. Sa ovakvim pristupom i radom treba samo nastaviti u budućnosti i rezultati neće izostati.

U nastavku će se prikazati trend model za grad Knin, isto kao što smo napravili i za Imotski. Najprije će se prikazati za dolaske, a potom za noćenja.

Tablica 18: Trend model - Dolasci za grad Knin

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	519.475 (0.000)	0.752	148.289	8.343 (0.002)
Vrijeme (kvartali)	4.475 (0.600)			
I kvartal	-198.075 (0.093)			
II kvartal	56.200 (0.607)			
III kvartal	387.725 (0.004)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Šibensko-kninske županije

Ocijenjen je trend model za dolaske gostiju za grad Knin. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji je u ovom trend modelu statistički značajan (p-vrijednost je 0.000).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je 0.002. Protumačenost modela je 75.2 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da parametar uz komponentu vremena nije statistički značajan (p-vrijednost je 0.600).

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je 0.004). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja dolazaka u gradu Kninu. Za I. kvartal p-vrijednost je 0.093, što ukazuje na značajan utjecaj I. kvartala, ali uz signifikantnost od 10%.

Tablica 19: Trend model - Noćenja za grad Knin

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	1089.488 (0.179)	0.699	1069.868	6.373 (0.007)
Vrijeme (kvartali)	236.612 (0.002)			
I kvartal	-467.663 (0.560)			
II kvartal	99.475 (0.899)			
III kvartal	1389.363 (0.094)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Šibensko-kninske županije

Ocijenjen je trend model za noćenja gostiju za grad Knin. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji u ovom trend modelu nije statistički značajan (p-vrijednost je 0.179).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je 0.007. Protumačenost modela je 69.9 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan i pozitivan (p-vrijednost je 0.002). To ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. noćenja u Kninu kroz promatrane kvartale i godine.

Za III. kvartal p-vrijednost je 0.094, što ukazuje na značajan utjecaj III. kvartala, ali uz signifikantnost od 10%. To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja noćenja u gradu Kninu.

3.2.3. Analiza turističkih kretanja u Sinju

Tablica 20: Turistička kretanja u Sinju od 2011.-2014.

Sinj 2011. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	3	10	83	267	239	688	596	954	906	209	35	43	4033
Domaći	168	262	269	386	207	366	296	436	308	354	311	278	3641
UKUPNO	171	272	352	653	446	1054	892	1390	1214	563	346	321	7674
Sinj 2011. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	4	13	86	646	295	898	703	1126	1057	211	40	46	5125
Domaći	296	414	419	735	335	634	816	749	445	584	480	413	6320
UKUPNO	300	427	505	1381	630	1532	1519	1875	1502	795	520	459	11445
Sinj 2012. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	8	17	143	251	408	745	724	789	737	201	53	9	4085
Domaći	144	130	258	198	288	101	258	504	192	357	329	266	3025
UKUPNO	152	147	401	449	696	846	982	1293	929	558	382	275	7110
Sinj 2012. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	8	21	268	268	554	986	1128	1036	932	221	53	17	5492
Domaći	383	201	362	377	483	313	567	883	428	668	611	490	5766
UKUPNO	391	222	630	645	1037	1299	1695	1919	1360	889	664	507	11258
Sinj 2013. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	10	18	118	221	512	1170	964	1217	1097	360	75	18	5780
Domaći	168	182	234	337	173	269	320	374	484	233	265	216	3255
UKUPNO	178	200	352	558	685	1439	1284	1591	1581	593	340	234	9035
Sinj 2013. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	14	26	124	308	904	1471	1215	1402	1238	374	86	26	7188
Domaći	430	633	400	542	261	729	690	754	779	385	454	331	6388
UKUPNO	444	659	524	850	1165	2200	1905	2156	2017	759	540	357	13576
Sinj 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	12	20	160	377	657	951	1147	1222	965	625	78	92	6306
Domaći	105	325	369	305	359	336	403	398	447	465	514	359	4385
UKUPNO	117	345	529	682	1016	1287	1550	1620	1412	1090	592	451	10691
Sinj 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	13	29	169	378	667	977	1242	1298	1043	637	78	100	6631
Domaći	212	933	613	502	650	525	810	761	747	1115	1205	756	8829
UKUPNO	225	962	782	880	1317	1502	2052	2059	1790	1752	1283	856	15460

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Nakon što su se analizirali podaci za Imotski i Knin, sada će se isto učiniti i za treći odabrani grad sa područja Dalmatinske zagore, Sinj. Za razliku od prethodna dva grada, Sinj je već na početku promatranog razdoblja pokazao zavidne rezultate što se tiče odnosa domaćih i stranih turista koji posjećuju ovaj viteški grad. 2011. ukupan broj dolazaka iznosio je 7.674, pri čemu je ovaj put veći broj koji se odnosi na strane posjetitelje, a iznosi 4.033, u odnosu na domaće kojih je 3.641. To znači da strani gosti dominiraju sa oko 52 % što je jako zadovoljavajuće, pogotovo ako se uspoređuje sa ostalim gradovima Dalmatinske zagore. U nadolazećem razdoblju Sinj je nastavio ulagati u svoju turističku ponudu kako bi se što više istaknuo na turističkoj karti Dalmacije, a pogotovo dalmatinskog zaleđa. To je rezultiralo time da je 2014. godine povećan broj ostvarenih dolazaka i iznosio je 10.691, što predstavlja poboljšanje od 39 % u odnosu na početak razdoblja, 2011. godinu. Također, u omjeru domaćih i stranih gostiju ostvaren je napredak. Sada strani čine oko 58 % od ukupnog broja, dok su 2011. činili oko 52 %. Iz svega navedenog, lako se može zaključiti da je grad Sinj dosta uspješan što se tiče razvoja turizma i ukupne turističke ponude, privlačeći na taj način sve više turista, pogotovo stranih sa većom platežnom moći.

Na sličan način sada će se komentirati podaci vezani za noćenja u promatranom razdoblju. Sinj je 2011. godine ostvario ukupno 11.445 noćenja, što je najviše od svih odabranih gradova u zagori. Na noćenja koja su ostvarili strani gosti otpada 5.125, a domaći 6.320, tj. približno 55 %. Ako uspoređujemo sa dolascima, može se zaključiti da je ovdje situacija nešto drukčija, odnosno dominiraju domaći posjetitelji, za razliku od ostvarenih dolazaka gdje dominiraju strani. U 2012. godini broj se minimalno smanjio, da bi u sljedeće dvije godine opet rastao, te 2014. dosegao brojku od 15.460 ostvarenih noćenja. Ako uspoređujemo sa početkom promatranog razdoblja, to predstavlja napredak od 35 %. Domaći su opet ostvarili više noćenja, 8.829, naspram stranih 6.631. Gledajući ove rezultate, može se kazati i zaključiti da Sinj zaista ide u ispravnom pravcu, budući da je uspjeh ostvaren što se tiče i dolazaka i noćenja. Međutim, to ne znači da se ovdje treba zaustaviti i očekivati da će broj turista rasti iz godine u godinu bez daljnjeg angažmana odgovarajućih ljudi i institucija vezanih za turizam. Na ovome treba graditi budućnost, uložiti još veći napor jer iako su dosadašnji rezultati dobri, maksimum još uvijek nije postignut. Grad Sinj ima još puno toga za ponuditi svojim gostima, te svakako tu još ima dosta mjesta na napredak.

U nastavku prikazat će se trend modeli vezano za dolaske i noćenja u Sinju.

Tablica 21: Trend model - Dolasci za grad Sinj

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	818.850 (0.006)	0.950	337.224	52.528 (0.000)
Vrijeme (kvartali)	68.600 (0.004)			
I kvartal	-426.450 (0.110)			
II kvartal	1153.700 (0.001)			
III kvartal	2566.850 (0.000)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Ocijenjen je trend model za dolaske gostiju za grad Sinj. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji je u ovom trend modelu statistički značajan (p-vrijednost je 0.006).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je manja od 0.001. Protumačenost modela je 95 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan i pozitivan (p-vrijednost je 0.004). To ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. dolazaka u Sinju kroz promatrane kvartale i godine.

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je 0.000). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja dolazaka u gradu Sinju. Za II. kvartal p-vrijednost je 0.001, što ukazuje na značajan utjecaj II. kvartala.

Tablica 22: Trend model - Noćenja za grad Sinj

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	1537.331 (0.002)	0.927	519.690	35.124 (0.000)
Vrijeme (kvartali)	89.769 (0.010)			
I kvartal	-558.194 (0.167)			
II kvartal	1443.787 (0.003)			
III kvartal	3206.769 (0.000)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Ocijenjen je trend model za noćenja gostiju za grad Sinj. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji je u ovom trend modelu statistički značajan (p-vrijednost je 0.002).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je manja od 0.001. Protumačenost modela je 92.7 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan i pozitivan (p-vrijednost je 0.010). To ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. noćenja u Sinju kroz promatrane kvartale i godine.

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je manja od 0.001). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja noćenja u gradu Sinju. Za II. kvartal p-vrijednost je 0.003, što ukazuje na značajan utjecaj II. kvartala.

3.2.4. Analiza turističkih kretanja u Trilju

Tablica 23: Turistička kretanja u Trilju od 2011.-2014.

Trilj 2011. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	8	1	6	14	17	64	126	195	55	20	5	4	515
Domaći	72	134	113	184	178	120	136	139	255	161	159	85	1736
UKUPNO	80	135	119	198	195	184	262	334	310	181	164	89	2251
Trilj 2011. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	52	86	6	21	44	97	495	944	131	29	10	10	1925
Domaći	375	476	359	369	396	530	356	248	838	408	370	257	4982
UKUPNO	427	562	365	390	440	627	851	1192	969	437	380	267	6907
Trilj 2012. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	13	5	6	144	16	27	170	243	112	16	23	12	787
Domaći	93	130	169	163	219	159	165	129	70	235	204	178	1914
UKUPNO	106	135	175	307	235	186	335	372	182	251	227	190	2701
Trilj 2012. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	28	22	9	329	65	36	573	1172	283	98	83	50	2748
Domaći	370	290	393	466	468	567	411	245	94	754	554	967	5579
UKUPNO	398	312	402	795	533	603	984	1417	377	852	637	1017	8327
Trilj 2013. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	9	13	22	26	38	66	130	307	103	31	9	9	763
Domaći	197	225	114	143	200	130	287	142	195	72	180	90	1975
UKUPNO	206	238	136	169	238	196	417	449	298	103	189	99	2738
Trilj 2013. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	22	21	139	598	642	725	1349	1215	164	100	14	38	5027
Domaći	1139	813	308	379	640	547	768	417	405	308	664	274	6662
UKUPNO	1161	834	447	977	1282	1272	2117	1632	569	408	678	312	11689
Trilj 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	3	7	21	17	87	140	180	274	306	59	5	6	1105
Domaći	142	133	161	138	148	187	132	137	97	170	179	120	1744
UKUPNO	145	140	182	155	235	327	312	411	403	229	184	126	2849
Trilj 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Strani	3	14	35	22	228	228	853	1254	385	84	5	7	3118
Domaći	356	524	465	457	611	577	355	364	322	537	525	355	5448
UKUPNO	359	538	500	479	839	805	1208	1618	707	621	530	362	8566

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

U tablici 23 prikazani su podaci o ostvarenom broju dolazaka i noćenja u Trilju, u razdoblju od 2011.-2014. godine. Na početku razdoblja, 2011. godine, ukupan broj dolazaka je iznosio 2.251, pri čemu je domaćih bilo 1.736, a stranih 515. Ako govorimo o postotcima, radi se o 77 % domaćih i 23 % stranih turista. Kao i u većini gradova Dalmatinske zagore, domaći su u većem broju. Tijekom sljedećih godina, broj dolazaka je konstantno rastao. Na kraju

razdoblja, 2014. iznosio je 2.849, što znači da je ako gledamo izračunati bazni indeks od 126.57, ostvareno povećanje za 26 % u odnosu na 2011. godinu. Od ukupnog broja dolazaka, na domaće posjetitelje otpada 1.744, a na strane 1.105.

Kada se govori o noćenjima, ukupan broj 2011. godine iznosio je 6.907, od čega su 72 % činila noćenja koja su ostvarili domaći turisti. Točnije, taj broj je iznosio 4.982, naspram stranih 1.925. Ukupan broj koji je ostvaren je vrlo dobar za mali gradić poput Trilja, ali na tome se nije stalo, te je u sljedeće dvije godine on još više rastao. Nakon rasta, u 2014. godini je ostvaren mali pad, ali i dalje su rezultati bolji nego na početku razdoblja, 2011. godine. Broj noćenja iznosio je 8.566, što znači povećanje od 24 %. Na domaće se odnosilo 5.448, a na strane 3.118. Dakle, može se vidjeti da je Trilj ostvario napredak kako u dolascima, tako i u noćenjima, što je zaista odličan podatak za tako mali grad. Time su zapravo pokazali da je uz vrijedan trud i zalaganje, moguće pružiti izvrsnu turističku ponudu, koja će uz zadovoljenje njihovih želja i potreba, privlačiti sve više i više turista.

Nakon što smo prikazali trend modele dolazaka i noćenja za prethodna tri grada, isto će se napraviti i za Trilj.

Tablica 24: Trend model - Dolasci za grad Trilj

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	405.006 (0.000)	0.878	102.556	19.824 (0.000)
Vrijeme (kvartali)	11.444 (0.071)			
I kvartal	-24.419 (0.749)			
II kvartal	171.137 (0.040)			
III kvartal	524.694 (0.000)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Ocijenjen je trend model za dolaske gostiju za grad Trilj. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji je u ovom trend modelu statistički značajan (p-vrijednost je manja od 0.001).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je manja od 0.001. Protumačenost modela je 87.8 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan (p-vrijednost je 0.071), ali uz signifikantnost od 10%. To ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. dolazaka u Trilju kroz promatrane kvartale i godine.

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je manja od 0.001). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja dolazaka u gradu Trilju. Za II. kvartal p-vrijednost je 0.040, što ukazuje na značajan utjecaj II. kvartala.

Tablica 25: Trend model - Noćenja za grad Trilj

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	1156.181 (0.036)	0.654	680.570	5.190 (0.013)
Vrijeme (kvartali)	52.119 (0.198)			
I kvartal	107.356 (0.832)			
II kvartal	739.487 (0.157)			
III kvartal	1837.119 (0.003)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Ocijenjen je trend model za noćenja gostiju za grad Trilj. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji je u ovom trend modelu statistički značajan (p-vrijednost je 0.036).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je 0.013. Protumačenost modela je 65.4 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da parametar uz komponentu vremena nije statistički značajan (p-vrijednost je 0.198).

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je 0.003). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja noćenja u gradu Trilju.

Nakon provedenih analiza za sva četiri odabrana središta Zagore, može se zaključiti da je svaki od njih ostvario vrlo dobar napredak kroz razdoblje od 2011. do 2014. godine. To znači da su pronašli odgovarajuće načine, te izgradili koncepte i planove koji daju odlične rezultate te koje treba nastaviti slijediti u budućnosti. Isto tako, potrebno je planove iz godine u godinu sve više modernizirati i prilagođavati novim potrebama i zahtjevima koje se javljaju kod turista kako bi se pozitivan trend nastavio i ubuduće.

3.3. Analiza turističkih kretanja na području cijele Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011.-2014. godine

Nakon što se analiziralo promjene turističkih pokazatelja koje su se događale kroz četiri godine u odabranim središtima, u nastavku rada prikazat će se podaci koji su vezani ne samo za navedena središta, nego za cijelu Dalmatinsku zagoru koja uključuje i ostala mjesta koja su dodana u analizu. U tom dijelu će se analizirati dostupne informacije, te će se odlučiti može li se prihvatiti istraživačka hipoteza H1 koja kaže da je Dalmatinska zagora ostvarila značajan napredak u turizmu u promatranom razdoblju. Uz odgovarajuće tablice i grafikone, najprije će se analizirati podaci vezani za ostvarene dolaske, a zatim za noćenja. Također, komentirat će se i udio svakog od odabrana četiri središta u ukupnim rezultatima Zagore, kako bi vidjeli koji grad najviše doprinosi turizmu i zapravo je najvažniji u tom smislu za ovo područje dalmatinskog zaleđa.

Mnogi smatraju kako je upravo područje Dalmatinske zagore pogodno za razvoj turizma, pogotovo seoskog koji je sve traženiji i zanimljiviji turistima. Mnogi ljudi koji dolaze u našu zemlju ne preferiraju odmor u prenapučenim primorskim gradovima, već žele mirno područje u kojem vlada opuštena atmosfera. Uz to, bitno je i da more nije previše daleko. U tom smislu, Zagora je idealan kraj za takve turiste, pogotovo područje Sinja i Trilja, budući je more samo 30ak kilometara udaljeno, a i dosta je mirnije nego primjerice Split. Zbog toga ovo područje ima veliki potencijal u turizmu, koji se polako počinje sve više i više iskorištavati. Ljudi su počeli uviđati priliku koja im se pruža, te se sve više ulaže sredstava i napora kako bi turistička ponuda bila interesantnija i privlačnija. U nastavku će se analizirati rezultati koji su ostvareni u četiri godine, te vidjeti jesu li povećane aktivnosti i zalaganje domicilnog stanovništva urodile plodom.

Tablica 26: Dolasci u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.

Dalmatinska zagora 2011. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	113	122	180	252	242	282	449	266	149	218	163	103	2539
Knin	129	106	31	273	255	213	291	386	376	212	136	197	2605
Sinj	171	272	352	653	446	1054	892	1390	1214	563	346	321	7674
Trilj	80	135	119	198	195	184	262	334	310	181	164	89	2251
Ostali	399	468	721	918	1041	1480	2451	2906	2055	977	516	426	14358
UKUPNO	892	1103	1403	2294	2179	3213	4345	5282	4104	2151	1325	1136	29427
Dalmatinska zagora 2012. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	120	117	113	221	321	157	309	351	188	233	168	102	2400
Knin	170	120	196	184	161	177	199	317	192	100	142	77	2035
Sinj	152	147	401	449	696	846	982	1293	929	558	382	275	7110
Trilj	106	135	175	307	235	186	335	372	182	251	227	190	2701
Ostali	79	81	183	500	937	1875	4022	4047	1872	582	143	91	14412
UKUPNO	627	600	1068	1661	2350	3241	5847	6380	3363	1724	1062	735	28658
Dalmatinska zagora 2013. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	153	169	200	246	373	575	570	777	366	299	198	161	4087
Knin	77	91	95	165	153	170	213	397	415	233	280	216	2505
Sinj	178	200	352	558	685	1439	1284	1591	1581	593	340	234	9035
Trilj	206	238	136	169	238	196	417	449	298	103	189	99	2738
Ostali	390	396	941	1853	3715	3254	3340	3861	3518	2685	1787	591	26331
UKUPNO	1004	1094	1724	2991	5164	5634	5824	7075	6178	3913	2794	1301	44696
Dalmatinska zagora 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	175	241	249	161	311	238	634	726	319	252	214	110	3630
Knin	141	94	143	225	201	251	251	379	356	274	230	142	2687
Sinj	117	345	529	682	1016	1287	1550	1620	1412	1090	592	451	10691
Trilj	145	140	182	155	235	327	312	411	403	229	184	126	2849
Ostali	617	451	1428	2477	4402	4087	4746	5631	5174	4290	1886	685	35874
UKUPNO	1195	1271	2531	3700	6165	6190	7493	8767	7664	6135	3106	1514	55731

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

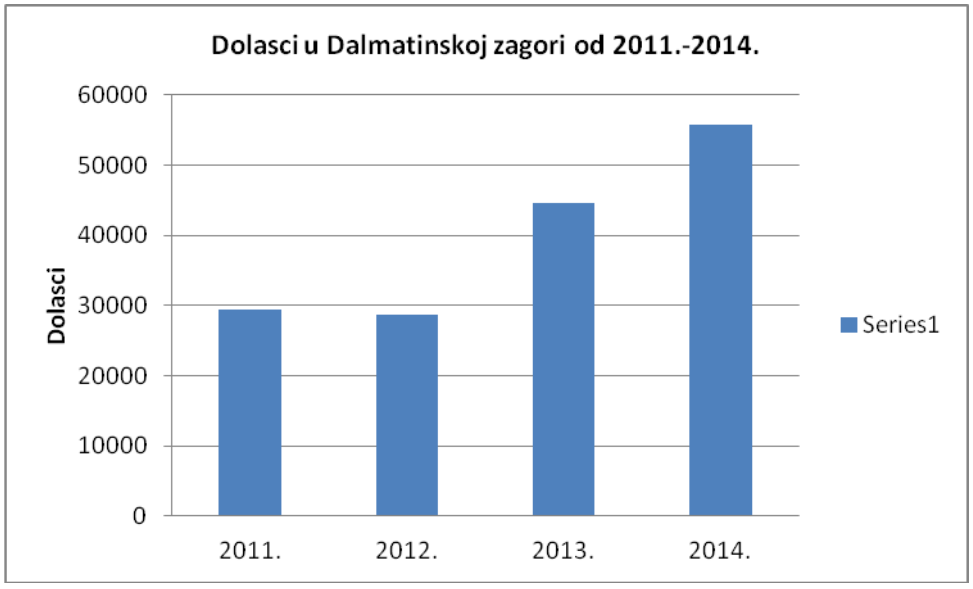
Tablica 27: Relativni udjeli odabranih gradova u dolascima Dalmatinske zagore

Dalmatinska zagora 2011. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	12,67	11,06	12,83	10,99	11,11	8,78	10,33	5,04	3,63	10,13	12,30	9,07	8,63
Knin	14,46	9,61	2,21	11,90	11,70	6,63	6,70	7,31	9,16	9,86	10,26	17,34	8,85
Sinj	19,17	24,66	25,09	28,47	20,47	32,80	20,53	26,32	29,58	26,17	26,11	28,26	26,08
Trilj	8,97	12,24	8,48	8,63	8,95	5,73	6,03	6,32	7,55	8,41	12,38	7,83	7,65
Ostali	44,73	42,43	51,39	40,02	47,77	46,06	56,41	55,02	50,07	45,42	38,94	37,50	48,79
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Dalmatinska zagora 2012. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	19,14	19,50	10,58	13,31	13,66	4,84	5,28	5,50	5,59	13,52	15,82	13,88	8,37
Knin	27,11	20,00	18,35	11,08	6,85	5,46	3,40	4,97	5,71	5,80	13,37	10,48	7,10
Sinj	24,24	24,50	37,55	27,03	29,62	26,10	16,79	20,27	27,62	32,37	35,97	37,41	24,81
Trilj	16,91	22,50	16,39	18,48	10,00	5,74	5,73	5,83	5,41	14,56	21,37	25,85	9,42
Ostali	12,60	13,50	17,13	30,10	39,87	57,85	68,79	63,43	55,66	33,76	13,47	12,38	50,29
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Dalmatinska zagora 2013. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	15,24	15,45	11,60	8,22	7,22	10,21	9,79	10,98	5,92	7,64	7,09	12,38	9,14
Knin	7,67	8,32	5,51	5,52	2,96	3,02	3,66	5,61	6,72	5,95	10,02	16,60	5,60
Sinj	17,73	18,28	20,42	18,66	13,26	25,54	22,05	22,49	25,59	15,15	12,17	17,99	20,21
Trilj	20,52	21,76	7,89	5,65	4,61	3,48	7,16	6,35	4,82	2,63	6,76	7,61	6,13
Ostali	38,84	36,20	54,58	61,95	71,94	57,76	57,35	54,57	56,94	68,62	63,96	45,43	58,91
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Dalmatinska zagora 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	14,64	18,96	9,84	4,35	5,04	3,84	8,46	8,28	4,16	4,11	6,89	7,27	6,51
Knin	11,80	7,40	5,65	6,08	3,26	4,05	3,35	4,32	4,65	4,47	7,41	9,38	4,82
Sinj	9,79	27,14	20,90	18,43	16,48	20,79	20,69	18,48	18,42	17,77	19,06	29,79	19,18
Trilj	12,13	11,01	7,19	4,19	3,81	5,28	4,16	4,69	5,26	3,73	5,92	8,32	5,11
Ostali	51,63	35,48	56,42	66,95	71,40	66,03	63,34	64,23	67,51	69,93	60,72	45,24	64,37
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

U tablici 26 prikazani su podaci o ostvarenim dolascima u Dalmatinskoj zagori, u razdoblju od 2011.-2014. godine, dok su u tablici 27 prikazani relativni udjeli odabranih gradova u ukupnim rezultatima Dalmatinske zagore. Cilj je prikazati je li 2014. ostvaren napredak što se tiče dolazaka, u odnosu na početak promatranog razdoblja, tj. 2011. godinu. Prve promatrane godine, ukupan broj ostvarenih dolazaka iznosio je 29.427. Pritom, najbolje rezultate su ostvarili ljetni mjeseci (srpanj, kolovoz i rujan), što je i logično s obzirom da je tada sezona, a i većina manifestacija se održava u tim mjesecima. Od odabranih gradova, najveći udio u ukupnom broju ima Sinj sa 7.674 ostvarena dolaska, što čini oko 26 % te izdvaja Sinj kao nositelja turizma u ovom području. Sljedeće godine, 2012., ukupan broj se minimalno smanjio i iznosio je 28.658 dolazaka. U usporedi sa prethodnom godinom, to predstavlja smanjenje od 2.61 % (izračunati verižni indeks 97.39). Sinj je nastavio sa dominacijom i u ovoj godini (oko 25%), a valja napomenuti i da najveći udio zapravo svake godine imaju ostala naselja s obzirom da zauzimaju i najviše same površine, ali ovdje će se komentirati samo odabrana središta da bi se prikazalo koji ostvaruje najbolje rezultate. U 2013. godini situacija se znatno popravila, te se ukupan broj ostvarenih noćenja povećao na 44.696. U odnosu na prethodnu godinu to predstavlja povećanje od skoro 56 % (verižni indeks 155.96), a u odnosu na početak razdoblja, 2011. godinu, ostvareno je povećanje od približno 52 % (bazni indeks 151.89). Najveći udio opet ima grad Sinj sa ostvarenih 9.035 dolazaka, a prvi pratitelj mu je Imotski sa 4.087. Očito je ova godina bila izuzetno dobra i obećavajuća, te je pružila ohrabrenje da se i ubuduće mogu ostvariti slični, ako ne i bolji rezultati. Upravo to se i dogodilo u zadnjoj promatranoj godini. Ostvaren je rekordan broj dolazaka u 2014., te je iznosio 55.731 dolazak. U odnosu na prethodnu godinu ostvaren je napredak od oko 25 % (verižni indeks 124.69), a u odnosu na početnu 2011. godinu, ostvaren je još veći napredak od čak 89 % (bazni indeks 189.39). To predstavlja zaista impresivan rezultat, poboljšanje od skoro 90 % znači da je napredak očit i da su se isplatili sav rad, trud i ulaganja protekle četiri godine. Također, istaknut ćemo da su ljetni mjeseci ostvarili najbolje rezultate, kao i prethodnih godina, a gradovi koji su bili najbolji su redom Sinj, Imotski, Trilj i na kraju Knin.

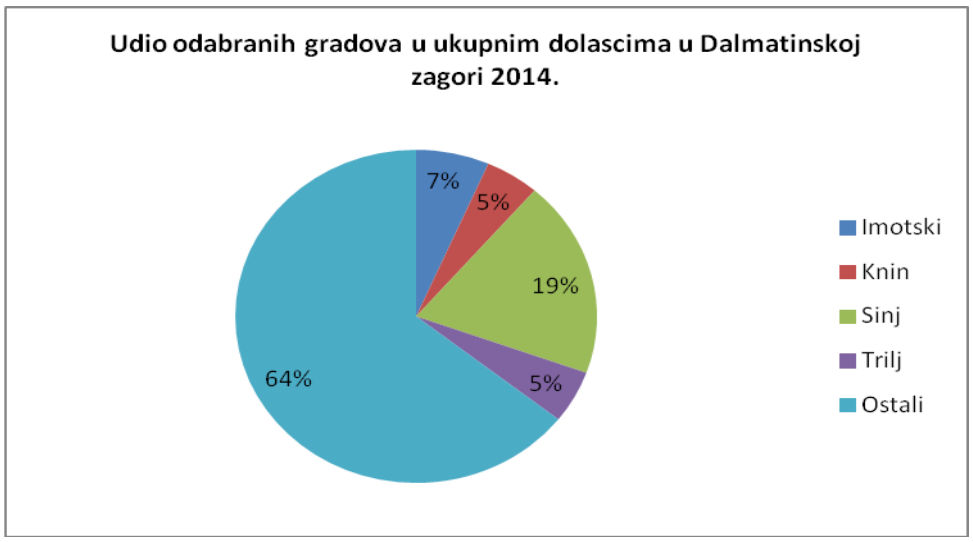
Podatke o dolascima koji se nalaze u tablici i koji su se analizirali, sada će se prikazati i grafikonom da se još bolje vidi napredak koji je postignut, a zatim će se prikazati i udio svakog od odabrana četiri središta u ukupnim rezultatima. Tu će se prikazati samo 2014. godina, budući su u njoj ostvareni najbolji rezultati tijekom cijelog promatranog razdoblja.



Grafikon 8: Dolasci u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Za početak, 2011. godine, ukupan broj dolazaka je približno iznosio 30.000, da bi sljedeće godine malo pao. U sljedeće dvije godine, situacija se drastično popravila, te se 2014. bilježe najbolji rezultati što se tiče dolazaka ostvarenih u Dalmatinskoj zagori tijekom promatranog razdoblja.



Grafikon 9: Udio odabranih gradova u ukupnim dolascima u Dalmatinskoj zagori 2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Iz grafikona 9 vidi se udio kojeg su pojedini gradovi imali u ukupno ostvarenim dolascima Dalmatinske zagore 2014. godine. Odabrana središta (Imotski, Knin, Sinj i Trilj) čine svi zajedno 36 % od ukupnog broja, dok preostalih 64 % čine ostala područja zagore. Među gradovima najveći udio ima Sinj sa 19 % iz čega se da zaključiti da je najvažniji za cijelo područje te ujedno i predvodnik turizma i turističkog razvoja. Uspjeh vjerojatno leži u dobroj turističkoj ponudi među kojom se najviše ističu manifestacije Sinjska alka i Velika Gospa, a značajan je i utjecaj prekrasne prirode, te izuzetne gastronomije. Nakon Sinja, slijedi Imotski sa 7 %, a zatim dolaze Knin i Trilj sa svaki po 5 % udjela.

Nakon što su se analizirali podaci vezani za ostvarene dolaske, u nastavku će se analizirati oni koji se odnose na noćenja koja su ostvarena na području Dalmatinske zagore u razdoblju od 2011.-2014. godine.

Najprije će se prikazati tablice, slične prethodnim tablicama u kojima su prikazani dolasci, samo će se sada podaci odnositi na noćenja. Za svaku godinu predočit će se ukupan broj ostvarenih noćenja u Dalmatinskoj zagori, a također će se vidjeti i koliko je svaki od odabranih gradova doprinio ukupnom rezultatu. Uz četiri odabrana grada, dodan je i stupac ostalo koji prikazuje noćenja koja su ostvarena u preostalom području dalmatinskog zaleđa. Osim tablica, prikazat će se i grafikon kako bi se lakše protumačili podaci te kako bi se moglo zaključiti je li Zagora kao i u dolascima, ostvarila napredak što se tiče i broja noćenja u promatranom razdoblju. Ukoliko se pokaže da je, tada se može prihvatiti i hipoteza H1 koja kaže da je ostvaren napredak u turizmu u Dalmatinskoj zagori u razdoblju od 2011.-2014. godine. Također, grafikonom će se prikazati i potom komentirati udio svakog od odabrana četiri grada u ukupnom broju ostvarenih noćenja.

Tablica 28: Noćenja u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.

Dalmatinska zagora 2011. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	192	226	277	370	326	380	299	342	197	313	214	117	3253
Knin	335	268	157	528	813	582	792	809	964	667	387	814	7116
Sinj	300	427	505	1381	630	1532	1519	1875	1502	795	520	459	11445
Trilj	427	562	365	390	440	627	851	1192	969	437	380	267	6907
Ostali	937	976	1307	1482	1526	2423	3337	4113	2726	1844	1050	686	22407
UKUPNO	2191	2459	2611	4151	3735	5544	6798	8331	6358	4056	2551	2343	51128
Dalmatinska zagora 2012. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	153	164	142	270	925	179	552	948	472	550	439	289	5083
Knin	693	540	1107	513	1013	1135	1381	1762	627	352	813	415	10351
Sinj	391	222	630	645	1037	1299	1695	1919	1360	889	664	507	11258
Trilj	398	312	402	795	533	603	984	1417	377	852	637	1017	8327
Ostali	56	54	108	361	880	2393	6799	7426	2799	573	102	62	21613
UKUPNO	1691	1292	2389	2584	4388	5609	11411	13472	5635	3216	2655	2290	56632
Dalmatinska zagora 2013. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	389	619	630	624	689	1761	2100	1544	626	339	250	261	9832
Knin	273	392	536	733	452	531	601	2184	2495	2059	2181	1449	13886
Sinj	444	659	524	850	1165	2200	1905	2156	2017	759	540	357	13576
Trilj	1161	834	447	977	1282	1272	2117	1632	569	408	678	312	11689
Ostali	724	649	1106	2179	4649	4077	4816	5637	4737	3379	1908	774	34635
UKUPNO	2991	3153	3243	5363	8237	9841	11539	13153	10444	6944	5557	3153	83618
Dalmatinska zagora 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	185	577	349	250	428	744	2354	3024	1535	316	756	151	10669
Knin	1342	1177	1346	1521	1582	1978	2130	1879	1863	1870	1274	595	18557
Sinj	225	962	782	880	1317	1502	2052	2059	1790	1752	1283	856	15460
Trilj	359	538	500	479	839	805	1208	1618	707	621	530	362	8566
Ostali	898	923	1876	2829	5127	4914	6922	7887	6960	5981	2137	1034	47488
UKUPNO	3009	4177	4853	5959	9293	9943	14666	16467	12855	10540	5980	2998	100740

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Tablica 29: Relativni udjeli odabranih gradova u noćenjima Dalmatinske zagore

Dalmatinska zagora 2011. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	8,76	9,19	10,61	8,91	8,73	6,85	4,40	4,11	3,10	7,72	8,39	4,99	6,36
Knin	15,29	10,90	6,01	12,72	21,77	10,50	11,65	9,71	15,16	16,44	15,17	34,74	13,92
Sinj	13,69	17,36	19,34	33,27	16,87	27,63	22,34	22,51	23,62	19,60	20,38	19,59	22,38
Trilj	19,49	22,85	13,98	9,40	11,78	11,31	12,52	14,31	15,24	10,77	14,90	11,40	13,51
Ostali	42,77	39,69	50,06	35,70	40,86	43,70	49,09	49,37	42,88	45,46	41,16	29,28	43,83
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Dalmatinska zagora 2012. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	9,05	12,69	5,94	10,45	21,08	3,19	4,84	7,04	8,38	17,10	16,53	12,62	8,98
Knin	40,98	41,80	46,34	19,85	23,09	20,24	12,10	13,08	11,13	10,95	30,62	18,12	18,28
Sinj	23,12	17,18	26,37	24,96	23,63	23,16	14,85	14,24	24,13	27,64	25,01	22,14	19,88
Trilj	23,54	24,15	16,83	30,77	12,15	10,75	8,62	10,52	6,69	26,49	23,99	44,41	14,70
Ostali	3,31	4,18	4,52	13,97	20,05	42,66	59,58	55,12	49,67	17,82	3,84	2,71	38,16
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Dalmatinska zagora 2013. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	13,01	19,63	19,43	11,64	8,36	17,89	18,20	11,74	5,99	4,88	4,50	8,28	11,76
Knin	9,13	12,43	16,53	13,67	5,49	5,40	5,21	16,60	23,89	29,65	39,25	45,96	16,61
Sinj	14,84	20,90	16,16	15,85	14,14	22,36	16,51	16,39	19,31	10,93	9,72	11,32	16,24
Trilj	38,82	26,45	13,78	18,22	15,56	12,93	18,35	12,41	5,45	5,88	12,20	9,90	13,98
Ostali	24,21	20,58	34,10	40,63	56,44	41,43	41,74	42,86	45,36	48,66	34,34	24,55	41,42
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Dalmatinska zagora 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Imotski	6,15	13,81	7,19	4,20	4,61	7,48	16,05	18,36	11,94	3,00	12,64	5,04	10,59
Knin	44,60	28,18	27,74	25,52	17,02	19,89	14,52	11,41	14,49	17,74	21,30	19,85	18,42
Sinj	7,48	23,03	16,11	14,77	14,17	15,11	13,99	12,50	13,92	16,62	21,45	28,55	15,35
Trilj	11,93	12,88	10,30	8,04	9,03	8,10	8,24	9,83	5,50	5,89	8,86	12,07	8,50
Ostali	29,84	22,10	38,66	47,47	55,17	49,42	47,20	47,90	54,14	56,75	35,74	34,49	47,14
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

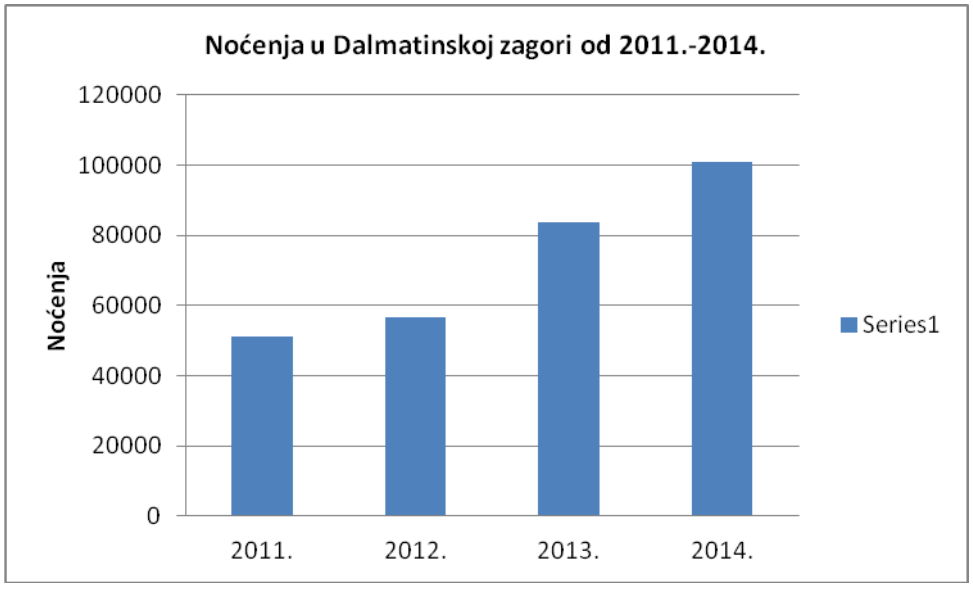
Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

U tablici 28 su prikazani podaci o ostvarenim noćenjima u Dalmatinskoj zagori u promatranom razdoblju od 2011.-2014., dok su u tablici 29 prikazani relativni udjeli odabranih gradova u ukupnim rezultatima Dalmatinske zagore. Cilj je zaključiti je li ostvaren ikakav napredak na kraju razdoblja u usporedbi sa početkom promatranja. U 2011. godini ukupan broj noćenja iznosio je 51.128, pri čemu je najveći udio od odabranih gradova imao Sinj sa 11.445, tj. oko 22 %. Sljedeće godine broj ukupnih noćenja u zagori se povećao i iznosio je 56.632, što predstavlja povećanje od 10 % (verižni indeks 110.77) u usporedbi sa prethodnom godinom. Od izdvojenih gradova Sinj je opet ostvario najviše noćenja (19.88 %), a u stopu ga slijedi Knin sa 18.28 %. 2013. godina bila je izuzetno dobra za cijelo područje. Ukupno gledano, čitava Dalmatinska zagora je ostvarila 83.618 noćenja, što predstavlja odličan napredak i povećanje od 47.65 % (verižni indeks 147.65) u odnosu na prethodnu godinu. Ako uspoređujemo sa početnom godinom, onda je taj napredak još veći i iznosi 63.55 % (bazni indeks 163.55). Kada se promatraju odabrani gradovi, da se zaključiti da je svaki od njih također ostvario napredak, a promijenio se i odnos između njihovog udjela u ukupnim noćenjima. Sinj je izgubio primat u tom smislu i nije više vodeći grad zagore, a na vrhu ga je zamijenio Knin koji je ostvario 13.886 noćenja, naspram 13.576 koji su ostvareni u Sinju. Slijedi Trilj sa 11.689 noćenja, te na kraju Imotski sa 9.832.

Posljednja godina ovog promatranja bila je ujedno i rekordna što se tiče ostvarenog broja noćenja u Zagori, koji je prešao brojku od 100 tisuća. Točnije, ukupan broj iznosio je 100.740, što u usporedbi sa prethodnom godinom znači povećanje od 20 % (verižni indeks 120.48). Kada se usporedi ovaj rekordan broj sa kraja razdoblja sa onim sa početka, 2011. godine, vidi se da je ostvaren impresivan napredak, koji iznosi 97.03 % (bazni indeks 197.03). Dakle, gotovo duplo više dolazaka ostvareno je na prostoru Dalmatinske zagore kroz četiri promatrane godine, što je zaista sjajan napredak koji ujedno i potvrđuje kako se puno radi na unapređenju turizma u zagori, kojem se posvećuje sve više pažnje i ulaganja. Od izdvojenih gradova, najveći udio ostvario je Knin sa 18.557 noćenja ili 18.42 %, čime je još jednom potvrdio da je u smislu noćenja predvodnik Dalmatinske zagore, za razliku od dolazaka gdje je to bio Sinj. Nakon Knina, slijedi Sinj sa 15.35 %, zatim Imotski sa 10.59 % te Trilj sa 8.50 %. Preostali dio se odnosi na ostala područja koja su smještena na prostoru Zagore.

Dakle, može se zaključiti kako je ostvaren izvrstan napredak što se tiče noćenja u Dalmatinskoj zagori, uspoređujući početak i kraj promatranog razdoblja. Kako bi to bilo još jasnije, sada će se grafikonom prikazati ukupni rezultati za svaku godinu, a potom će se

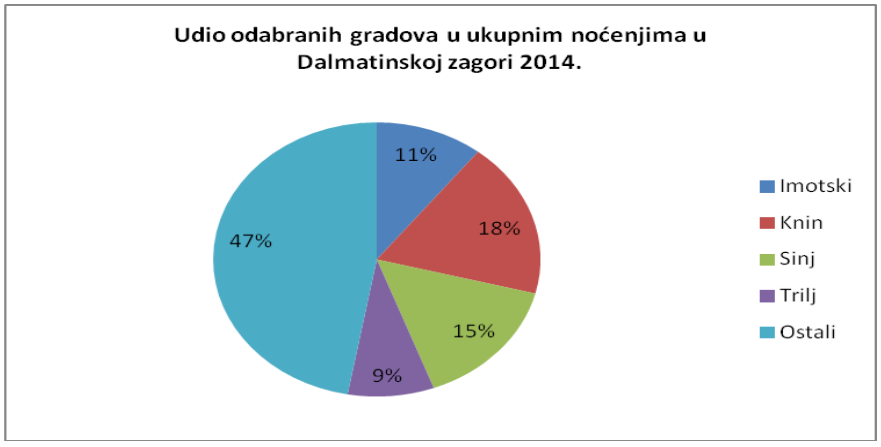
prikazati i grafikon na kojem će biti vidljiv udio izdvojenih gradova u ukupnim rezultatima rekordne, 2014. godine.



Grafikon 10: Noćenja u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Iz grafikona je jasno vidljiv napredak koji je ostvaren tijekom četiri godine. U početku, ukupan broj noćenja iznosio je oko 50.000, da bi se sljedećih godina konstantno povećavao, te na kraju promatranog razdoblja probio brojku od 100.000.



Grafikon 11: Udio odabranih gradova u ukupnim noćenjima u Dalmatinskoj zagori 2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Na temelju grafikona 11 može se vidjeti da četiri odabrana središta Dalmatinske zagore čine više od 50 % ukupnih ostvarenih noćenja u 2014. godini, što je više nego što se tiče dolazaka (36 %) Pritom, najveći udio ima grad Knin koji sa 18 % predvodi ovo područje. Iza njega slijedi Sinj sa 15 %, Imotski sa 11 % te Trilj sa 9 %. Preostalih 47 % čine ostala područja Zagore. U usporedbi sa dolascima, ovdje je situacija nešto drukčija budući je sada na prvom mjestu Knin, a ne Sinj. Iz svega se da zaključiti kako ova središta zaista imaju najveći utjecaj na turizam što se tiče područja Dalmatinske zagore, bilo da se radi o ostvarenim noćenjima ili dolascima.

Nakon provedenih analiza, sada će se prikazati trend modeli dolazaka i noćenja za područje cijele Dalmatinske zagore.

Tablica 30: Trend model - Dolasci za Dalmatinsku zagoru

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	1383.062 (0.341)	0.933	1957.136	38.168 (0.000)
Vrijeme (kvartali)	593.438 (0.000)			
I kvartal	-1315.687 (0.375)			
II kvartal	5658.375 (0.002)			
III kvartal	11949.938 (0.000)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Ocijenjen je trend model za dolaske gostiju za Dalmatinsku zagoru. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji u ovom trend modelu nije statistički značajan (p-vrijednost je 0.341).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je manja od 0.001. Protumačenost modela je 93.3 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan i pozitivan (p-vrijednost je manja od 0.001). To

ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. dolazaka u Dalmatinskoj zagori kroz promatrane kvartale i godine.

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je manja od 0.001). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja dolazaka u Dalmatinskoj zagori. Za II. kvartal p-vrijednost je 0.002, što ukazuje na značajan utjecaj II. kvartala.

Tablica 31: Trend model - Noćenja za Dalmatinsku zagoru

Trend model	Parametri (p-vrijednost)	R^2	Standardna greška modela	F-test (p-vrijednost)
Konstanta	3180.762 (0.204)	0.934	3319.761	38.977 (0.000)
Vrijeme (kvartali)	1098.888 (0.000)			
I kvartal	-1259.338 (0.612)			
II kvartal	7788.775 (0.007)			
III kvartal	20810.388 (0.000)			

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Ocijenjen je trend model za noćenja gostiju za Dalmatinsku zagoru. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Zbog problema multikolinearnosti u model se uključuju tri kvartala. Utjecaj četvrtog kvartala sadržan je u konstantnom članu, koji u ovom trend modelu nije statistički značajan (p-vrijednost je 0.204).

Može se zaključiti da je trend model kao cjelina uz 5% signifikantnosti statistički značajan. P-vrijednost ANOVA F- testa je manja od 0.001. Protumačenost modela je 93.4 %.

Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan i pozitivan (p-vrijednost je manja od 0.001). To ukazuje na značajan rast zavisne varijable tj. noćenja u Dalmatinskoj zagori kroz promatrane kvartale i godine.

Značajan je i pozitivan parametar uz III. kvartal (p-vrijednost je manja od 0.001). To znači da u promatranim godinama u trećem kvartalu dolazi do značajnog povećanja noćenja u

Dalmatinskoj zagori. Za II. kvartal p-vrijednost je 0.007, što ukazuje na značajan utjecaj II. kvartala.

Nakon provedenih analiza vezano za dolaske i noćenja koji su se ostvarili u Dalmatinskoj zagori u promatranom razdoblju, nedvojbeno se može zaključiti kako je napredak postignut. Na kraju razdoblja ostvareno je 89 % više dolazaka u odnosu na početnu 2011. godinu, a što se tiče noćenja taj napredak je još veći i iznosi 97 %. Stoga, može se prihvatiti hipoteza H1 koja kaže da je Dalmatinska zagora ostvarila značajan napredak u turizmu u promatranom razdoblju od 2011.-2014. godine.

3.4. Analiza utjecaja najvažnijih manifestacija na turistička kretanja u gradovima održavanja

U ovom dijelu rada pokušat će se prikazati kako najvažnije odabrane manifestacije utječu na turistička kretanja u samom mjestu održavanja. Analizirat će se 2014. godina pri čemu će se uz pomoć podataka o ostvarenim dolascima i noćenjima po mjesecima, donijeti zaključak o tome jesu li najbolji rezultati postignuti o onim mjesecima kada se održavaju navedene manifestacije. Uz to, komentirat će se i informacije koje govore o posjećenosti samih manifestacija na sam dan održavanja, uz pomoć čega će se vidjeti koliko je njihov utjecaj zapravo važan. Na taj način pokušat će se odlučiti možemo li istraživačku hipotezu H2, koja kaže da je utjecaj manifestacija na turistička kretanja tijekom godine značajan i pozitivan, prihvatiti ili odbaciti.

U obzir će se uzeti manifestacije koje su izdvojene u ovom radu i o kojima se već pisalo u drugom dijelu rada. Dakle, najprije će se analizirati utjecaj manifestacije „Glumci u Zagvozdu“ koja se održava u Imotskoj krajini, a zatim utjecaj manifestacija „Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja“ te „Zvonimirovi dani“ na turistička kretanja na području grada Knina. Nakon toga prikazat će se podaci po mjesecima o dolascima i noćenjima turista u Sinju 2014. godine, te na taj način vidjeti kakav utjecaj imaju dvije najvažnije manifestacije u tom kraju, „Sinjska alka“ i „Velika Gospa“. Na kraju, analizirat će se kako održavanje „Sv. Mihovila“ utječe na turistička kretanja u Trilju.

Glumci u Zagvozdu

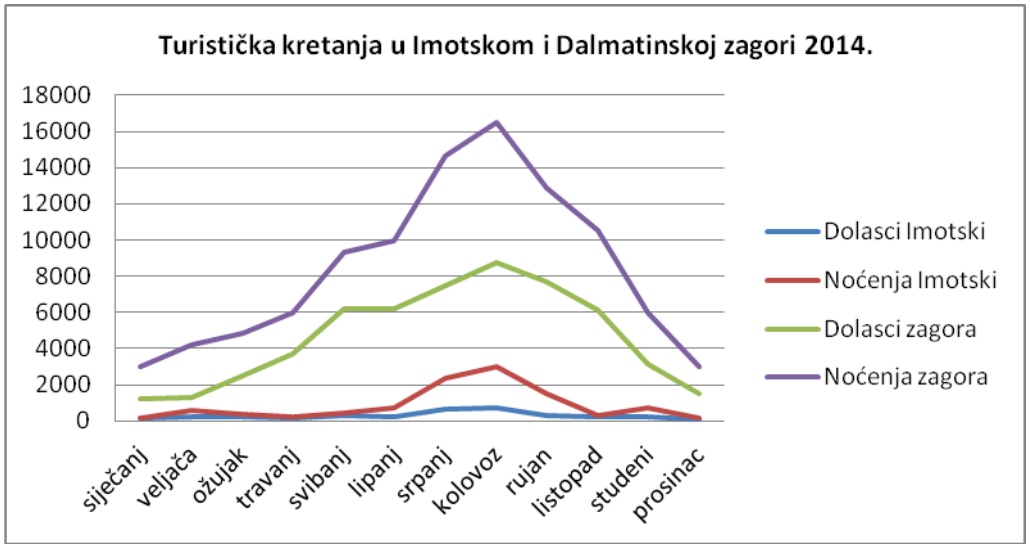
Dostupne podatke o dolascima i noćenjima prikazat će se pomoću odgovarajuće tablice i grafikona, kako bi se lakše došlo do zaključka o utjecaju navedene manifestacije.

Tablica 32: Turistička kretanja u Imotskom i Dalmatinskoj zagori 2014.

Imotski 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Dolasci Imotski	175	241	249	161	311	238	634	726	319	252	214	110	3630
Dolasci Dalmatinska zagora	1195	1271	2531	3700	6165	6190	7493	8767	7664	6135	3106	1514	55731
Udio Imotskog u mjesecima u Dalmatinskoj zagori(u %)	14,64	18,96	9,84	4,35	5,04	3,84	8,46	8,28	4,16	4,11	6,89	7,27	6,51
Udio mjeseca u ukupnim dolascima u Imotskom (u %)	4,82	6,64	6,86	4,44	8,57	6,56	17,47	20,00	8,79	6,94	5,90	3,03	100,00

Imotski 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Noćenja Imotski	185	577	349	250	428	744	2354	3024	1535	316	756	151	10669
Noćenja Dalmatinska zagora	3009	4177	4853	5959	9293	9943	14666	16467	12855	10540	5980	2998	100740
Udio Imotskog u mjesecima u Dalmatinskoj zagori(u %)	6,15	13,81	7,19	4,20	4,61	7,48	16,05	18,36	11,94	3,00	12,64	5,04	10,59
Udio mjeseca u ukupnim noćenjima u Imotskom (u %)	1,73	5,41	3,27	2,34	4,01	6,97	22,06	28,34	14,39	2,96	7,09	1,42	100,00

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije



Grafikon 12: Turistička kretanja u Imotskom i Dalmatinskoj zagori 2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Poznata manifestacija „Glumci u Zagvozdu“ održava se u Zagvozdu u Imotskoj krajini od 1998. godine, na inicijativu proslavljenog hrvatskog glumca Vedrana Mlikote. Festival se održava tijekom ljetnih mjeseci, a 2014. godine je trajao od 29. lipnja do 9. kolovoza, te je bio 17. po redu. Tijekom srpnja i kolovoza ostvareni su najbolji rezultati u dolascima u Imotskom. Ukupan broj dolazaka u navedena dva mjeseca iznosio je 1.360, što predstavlja oko 37 % ostvarenih dolazaka u cijeloj godini u Imotskom.

Što se tiče noćenja, najviše ih je ostvareno također tijekom navedenih mjeseci, točnije njih 5.378. U odnosu na cijelu 2014. godinu, to predstavlja oko 50 % noćenja ostvarenih u Imotskom. Što se tiče udjela u rezultatima Zagore za pojedine mjesece, u dolascima Imotski sudjeluje sa oko 8 % u srpnju i isto toliko u kolovozu, dok u noćenjima sudjeluje još više, sa oko 16 % u srpnju i 18 % u kolovozu. Također, treba imati na umu da je tijekom srpnja, kolovoza i rujna sezona, ali treba naglasiti i da područje Zagore nije uz more što je inače glavni razlog poboljšanih turističkih pokazatelja priobalnih područja.

Međutim, važno je istaknuti posjećenost same manifestacije za vrijeme održavanja, pri čemu izvori govore da je festival jako dobro posjećen svake godine, pa tako i 2014. kada se bilježi po dvije tisuće i više posjetitelja po svakoj predstavi ili održanom koncertu.[108] Tijekom festivala održi se desetak predstava i koncerata što znači barem 20.000 posjetitelja, a za usporedbu, u tom istom razdoblju ostvareno je 1.360 dolazaka i 5.378 noćenja što dovoljno

[108] Radio Imotski: http://radioimotski.hr/naslovnica/vedran-mlikota-uoci-otvaranja-glumaca-u-zagvozdutisuce-posjetitelja-na-predstavi-ili-koncertu-to-je-ono-sto-nas-u-zagvozdu-cini-sretnima/ (pristupljeno 25.05.2016.)

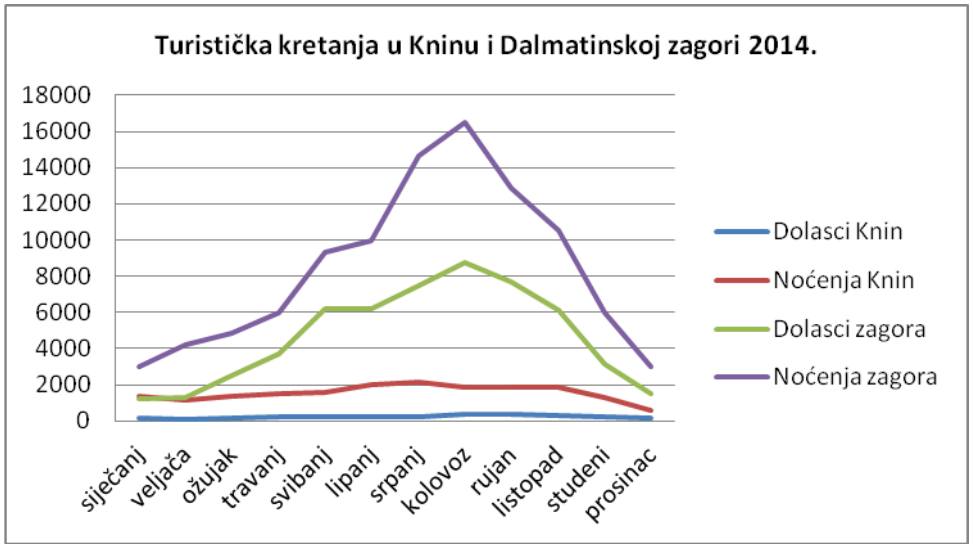
govori o važnosti ovog događaja. Može se kazati kako je ova manifestacija važna za turistička kretanja tijekom godine. Navedeni podaci o dolascima i noćenjima su prikazani i grafikonom 12, na kojem se vidi da obje linije rastu najviše upravo tijekom srpnja i kolovoza.

Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja te Zvonimirovi dani

Tablica 33: Turistička kretanja u Kninu i Dalmatinskoj zagori 2014.

Knin 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Dolasci Knin	141	94	143	225	201	251	251	379	356	274	230	142	2687
Dolasci Dalmatinska zagora	1195	1271	2531	3700	6165	6190	7493	8767	7664	6135	3106	1514	55731
Udio Knina u mjesecima u Dalmatinskoj zagori (u %)	11,80	7,40	5,65	6,08	3,26	4,05	3,35	4,32	4,65	4,47	7,41	9,38	4,82
Udio mjeseca u ukupnim dolascima u Kninu (u %)	5,25	3,50	5,32	8,37	7,48	9,34	9,34	14,10	13,25	10,20	8,56	5,28	100,00
Knin 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Noćenja Knin	1342	1177	1346	1521	1582	1978	2130	1879	1863	1870	1274	595	18557
Noćenja Dalmatinska zagora	3009	4177	4853	5959	9293	9943	14666	16467	12855	10540	5980	2998	100740
Udio Knina u mjesecima u Dalmatinskoj zagori (u %)	44,60	28,18	27,74	25,52	17,02	19,89	14,52	11,41	14,49	17,74	21,30	19,85	18,42
Udio mjeseca u ukupnim noćenjima u Kninu (u %)	7,23	6,34	7,25	8,20	8,53	10,66	11,48	10,13	10,04	10,08	6,87	3,21	100,00

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Šibensko-kninske županije



Grafikon 13: Turistička kretanja u Kninu i Dalmatinskoj zagori 2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Šibensko-kninske županije

U tablici 31 prikazani su podaci o dolascima i noćenjima ostvarenim u Kninu i Dalmatinskoj zagori po mjesecima tijekom 2014. godine. Manifestacija „Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja“ održava se svake godine na dan 5. kolovoza kao spomen na akciju „Oluja“ kojom je oslobođen veliki dio ovog teritorija koji je bio okupiran tijekom Domovinskog rata. Druga izdvojena manifestacija, „Zvonimirovi dani“, održava se od 2009. godine početkom mjeseca lipnja, a 2014. je održana 6. i 7. lipnja. Oba mjeseca nalaze se u vrhu ako gledamo ostvareni broj dolazaka u Kninu tijekom 2014. godine, pogotovo kolovoz sa rekordnih 379 dolazaka. Lipanj i kolovoz zajedno su ostvarili 630 što znači da u ukupnim dolascima u Kninu sudjeluju sa oko 23 %. Što se tiče noćenja tu su također ova dva mjeseca u samom vrhu. Točnije, u lipnju je ostvareno 1.978 noćenja, a u kolovozu 1.879, što skupa predstavlja oko 20 % ukupno ostvarenih noćenja u Kninu u cijeloj godini. Navedeno kretanje ovih dvaju turističkih pokazatelja vidi se i iz grafikona 13. Što se tiče udjela u rezultatima Zagore za pojedine mjesece, Knin u lipnju sudjeluje sa 4.05 %, a u kolovozu sa 4.32 % u dolascima. U noćenjima Knin u lipnju sudjeluje sa 19.89 %, a u kolovozu sa 11.41 %.

Ono što još više ističe važnost ovih dviju manifestacija za grad Knin govore i podaci o njihovoj posjećenosti za vrijeme održavanja. Na „Dan pobjede, domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja“ Knin i okolicu posjeti nekoliko desetaka tisuća ljudi, što na svečanom

mimohodu što na popratnim događajima, koncertima i slično.[109] Druga manifestacija, „Zvonimirovi dani“, također privlači popriličan broj posjetitelja, pogotovo ako znamo da se radi o relativno mladom događaju. Kao i svake godine, tako i 2014. je broj posjetitelja bio jako dobar, njih nekoliko tisuća.[110]

Ako se usporedi podatke o dolascima i noćenjima koji su dostupni na stranicama Državnog zavoda za statistiku i TZ Šibensko-kninske županije sa navedenim podacima o posjećenosti manifestacija, dolazi se do zaključka kako su one značajne za turistička kretanja. Naime, tijekom lipnja i kolovoza je ostvareno 630 dolazaka i 3.857 noćenja, a same manifestacije bilježe nekoliko desetaka tisuća posjetitelja za vrijeme njihovog održavanja.

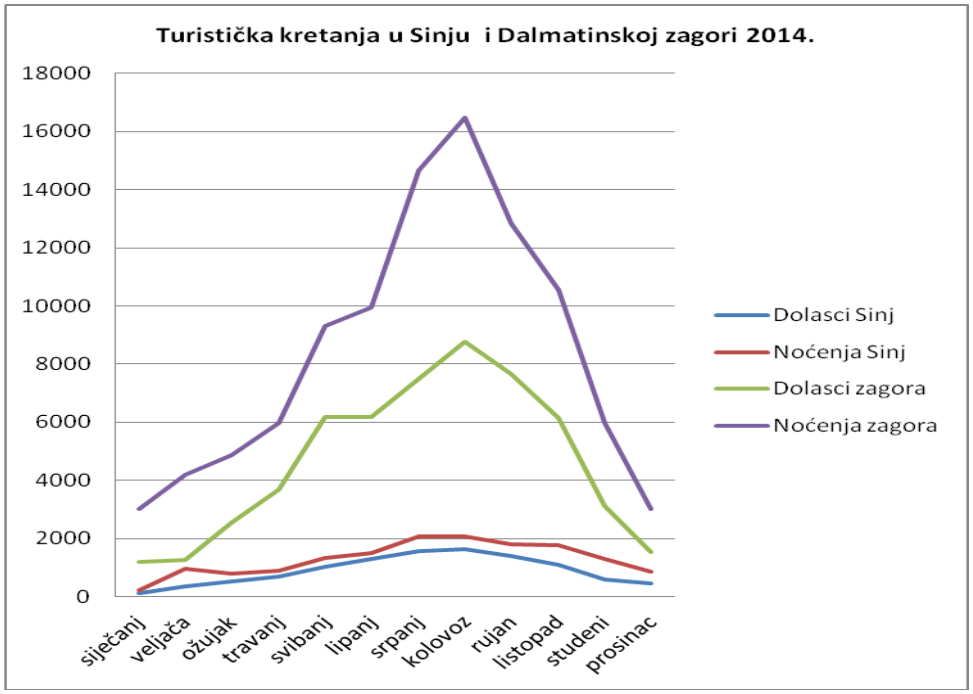
Sinjska alka i Velika Gospa

Tablica 34: Turistička kretanja u Sinju i Dalmatinskoj zagori 2014.

Sinj 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Dolasci Sinj	117	345	529	682	1016	1287	1550	1620	1412	1090	592	451	10691
Dolasci Dalmatinska zagora	1195	1271	2531	3700	6165	6190	7493	8767	7664	6135	3106	1514	55731
Udio Sinja u mjesecima u Dalmatinskoj zagori (u %)	9,79	27,14	20,90	18,43	16,48	20,79	20,69	18,48	18,42	17,77	19,06	29,79	19,18
Udio mjeseca u ukupnim dolascima u Sinju (u %)	1,09	3,23	4,95	6,38	9,50	12,04	14,50	15,15	13,21	10,20	5,54	4,22	100,00
Sinj 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Noćenja Sinj	225	962	782	880	1317	1502	2052	2059	1790	1752	1283	856	15460
Noćenja Dalmatinska zagora	3009	4177	4853	5959	9293	9943	14666	16467	12855	10540	5980	2998	100740
Udio Sinja u mjesecima u Dalmatinskoj zagori (u %)	7,48	23,03	16,11	14,77	14,17	15,11	13,99	12,50	13,92	16,62	21,45	28,55	15,35
Udio mjeseca u ukupnim noćenjima u Sinju (u %)	1,46	6,22	5,06	5,69	8,52	9,72	13,27	13,32	11,58	11,33	8,30	5,54	100,00

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

[109] Index.hr: //www.index.hr/vijesti/clanak/u-cavoglavama-sutra-posebni-policijski-stozer-koji-ce-snimati-slavlje/763715.aspx (pristupljeno 25.05.2016.)
[110] Terracon News: http://terracon-news.com/zvonimirovi-dani-u-kninu/ (pristupljeno 25.05.2016)



Grafikon 14: Turistička kretanja u Sinju i Dalmatinskoj zagori 2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Tablica 32 i grafikon 14 pokazuju kretanja ostvarenih dolazaka i noćenja u Sinju i Dalmatinskoj zagori tijekom 2014. godine. U Sinju se može uočiti porast navedenih kategorija od početka godine prema ljetu, gdje se u kolovozu ostvaruje vrhunac, a potom slijedi pad prema kraju godine. U rekordnom osmom mjesecu ostvareno je 1.620 dolazaka što čini oko 15 % cijele godine, te 2.059 noćenja što iznosi oko 13 % ukupnih noćenja. Dvije najvažnije manifestacije u Sinju upravo se održavaju u kolovozu. Sinjska alka se održava svake godine prvog vikenda u osmom mjesecu, a Velika Gospa na 15. kolovoza. Dakle, mjesec njihovog održavanja je ujedno i mjesec u kojem grad Sinj bilježi najbolje turističke rezultate, što dovodi do zaključka da manifestacije sigurno imaju određen utjecaj na turizam. Kada govorimo o udjelu u rezultatima Zagore za pojedini mjesec, Sinj u kolovozu sudjeluje sa 18.48 % u dolascima te 12.50 % u noćenjima.

Osim samih podataka o dolascima i noćenjima, ovdje je potrebno komentirati i posjećenost navedenih događaja na dan njihova održavanja. 299. Sinjsku alku, koja se održala 3. kolovoza, gledalo je više od 10 tisuća posjetitelja[111], a treba imati na umu i da se dva dana prije održavaju Bara i Čoja kao svojevrsna priprema za samu Alku te na kojima također

[111] Sinjska alka: http://www.alka.hr/novost_opsirno.asp?pageID=15&nID=92 (pristupljeno 26.05.2016.)

nazoči popriličan broj gledatelja. Što se tiče Velike Gospe, to je najveći i najposjećeniji blagdan u Cetinskoj krajini, a i jedan od najvećih u Republici Hrvatskoj uopće.

Brojni vjernici i hodočasnici posjete svetište Gospe Sinjske, njih oko 200 tisuća tijekom razdoblja Devetnice (od 6.8.-15.8.), a na sam dan Velike Gospe bilježi se oko 50 tisuća posjetitelja.[112]

To stavlja Sinj na drugo mjesto što se tiče obilježavanja ovog blagdana, odmah iza Marije Bistrice. Zbog toga, može se kazati kako vjerski turizam bilježi jako dobre rezultate na ovom području. Međutim, mnogi smatraju kako potencijal koji postoji nije u potpunosti iskorišten, jer npr. europska svetišta poput onih u portugalskoj Fatimi i francuskom Lourdesu broj posjetitelja godišnje bilježe u milijunima. Stoga, moguće je kako se uz veća ulaganja u promociju i slične aktivnosti, mogu postići još bolji rezultati od onih kakvi su danas.

Na kraju, može se zaključiti kako je utjecaj ovih dviju manifestacija na turistička kretanja u Sinju pozitivan i značajan, budući se upravo u mjesecu njihova održavanja bilježe najbolji rezultati, a sama posjećenost od približno 60-70 tisuća ljudi znatno premašuje ostvarene brojke što se tiče dolazaka i noćenja, iz čega je jasno vidljiv njihov važan doprinos turizmu.

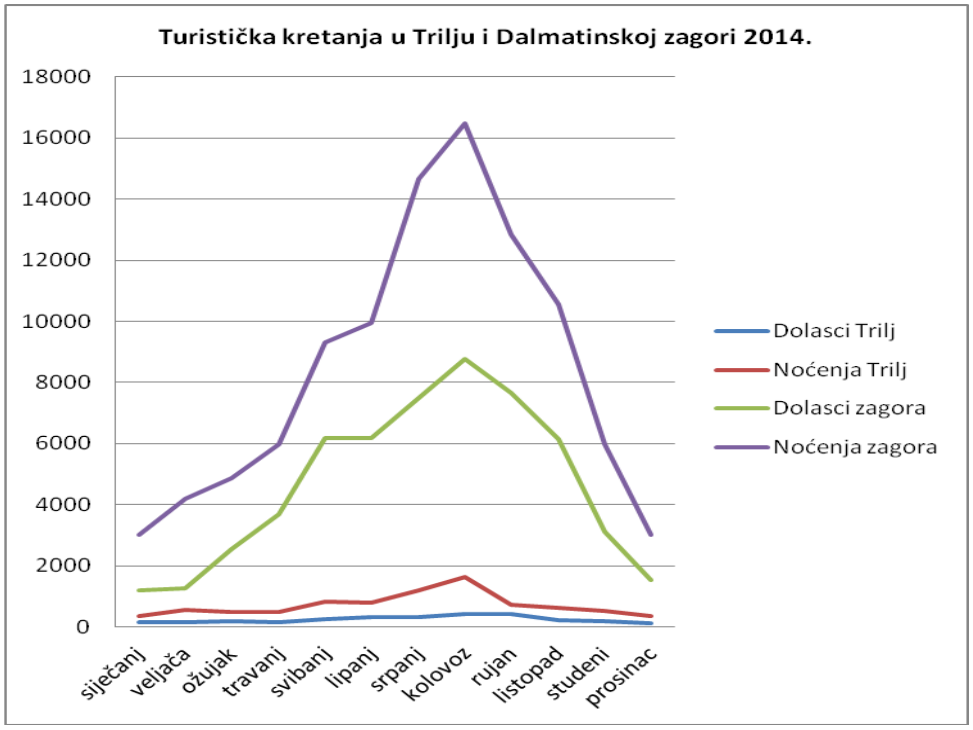
Sajam sv. Mihovil

Tablica 35: Turistička kretanja u Trilju i Dalmatinskoj zagori 2014.

Trilj 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Dolasci Trilj	145	140	182	155	235	327	312	411	403	229	184	126	2849
Dolasci Dalmatinska zagora	1195	1271	2531	3700	6165	6190	7493	8767	7664	6135	3106	1514	55731
Udio Trilja u mjesecima u Dalmatinskoj zagori (u %)	12,13	11,01	7,19	4,19	3,81	5,28	4,16	4,69	5,26	3,73	5,92	8,32	5,11
Udio mjeseca u ukupnim dolascima u Trilju (u %)	5,09	4,91	6,39	5,44	8,25	11,48	10,95	14,43	14,15	8,04	6,46	4,42	100,00
Trilj 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Noćenja Trilj	359	538	500	479	839	805	1208	1618	707	621	530	362	8566
Noćenja Dalmatinska zagora	3009	4177	4853	5959	9293	9943	14666	16467	12855	10540	5980	2998	100740
Udio Trilja u mjesecima u Dalmatinskoj zagori (u %)	11,93	12,88	10,30	8,04	9,03	8,10	8,24	9,83	5,50	5,89	8,86	12,07	8,50
Udio mjeseca u ukupnim noćenjima u Trilju (u %)	4,19	6,28	5,84	5,59	9,79	9,40	14,10	18,89	8,25	7,25	6,19	4,23	100,00

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

[112] Index.hr: http://www.index.hr/vijesti/clanak/blagdan-je-velike-gospe/765595.aspx (pristupljeno 26.05.2016)



Grafikon 15: Turistička kretanja u Trilju i Dalmatinskoj zagori 2014.

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske županije

Sajam sv. Mihovil održava se već od polovice mjeseca rujna, a središnji događaj je 28. rujna kada se održava tradicijski sajam i dernek te 29. rujna kada Trilj slavi Dan grada i blagdan svog zaštitnika sv. Mihovila. Iz tablice se vidi da je broj dolazaka u Trilju u rujnu 2014. godine iznosio 403, što stavlja rujan odmah iza kolovoza koji je bio rekordan sa 411 dolazaka. Isto se može vidjeti i iz grafikona 15 koji prikazuje kako su se kretali rezultati ostvareni u Trilju i Zagori tijekom godine. U ukupnom broju dolazaka u Trilju rujan je doprinio sa oko 14 %. Što se tiče noćenja, tu su rezultati malo lošiji u devetom mjesecu, što može upućivati na to da gosti koji dođu posjetiti manifestaciju ne zadržavaju se predugo u gradu. Ostvareno je 707 noćenja, tj. oko 8 % ukupnog broja. Što se tiče udjela u rezultatima Zagore za pojedini mjesec, Trilj u rujnu sudjeluje sa 5.26 % u dolascima te sa 5.50 % u noćenjima.

Međutim, samu manifestaciju svake godine redovito posjećuje mnoštvo ljudi, pri čemu 2014. nije bila iznimka te je sajam privukao na desetke tisuća ljudi, što iz Hrvatske što iz susjedne BiH.[113] Iz toga se može zaključiti da, iako možda broj noćenja i dolazaka i nije bio najveći u rujnu, ova manifestacija privlači velik broj ljudi u grad Trilj te ga čini važnim dijelom turizma

[113] Ferata.hr: http://www.ferata.hr/didovina-u-trilju/ (pristupljeno 26.05.2016.)

i turističke ponude Dalmatinske zagore. Treba imati na umu i da se sajam održava nakon vrhunca ljetne sezone, te se može kazati da je ova manifestacija važna za turizam i njegov razvoj.

3.5. Analiza utjecaja najvažnijih manifestacija na ukupna turistička kretanja u cijeloj Dalmatinskoj zagori

Nakon što se provela analiza kako odabrane manifestacije utječu na turistička kretanja u gradovima njihovog održavanja, sada će se analizirati taj utjecaj na području cijele Dalmatinske zagore. U razmatranje će se uzeti 2014. godina u kojoj je Zagora ostvarila najbolje rezultate u promatranom razdoblju, te će se vidjeti jesu li najbolji rezultati ostvareni u onim mjesecima kada se održavaju odabrane manifestacije. Podaci o dolascima i noćenjima će se prikazati u tablici.

Tablica 36: Turistička kretanja u Dalmatinskoj zagori 2014.

Dalmatinska zagora 2014. dolasci													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Dolasci	1195	1271	2531	3700	6165	6190	7493	8767	7664	6135	3106	1514	55731
Udio mjeseci u ukupnim dolascima (u %)	2,14	2,28	4,54	6,64	11,06	11,11	13,44	15,73	13,75	11,01	5,57	2,72	100,00
Dalmatinska zagora 2014. noćenja													
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studeni	prosinac	UKUPNO
Noćenja	3009	4177	4853	5959	9293	9943	14666	16467	12855	10540	5980	2998	100740
Udio mjeseci u ukupnim noćenjima (u %)	2,99	4,15	4,82	5,92	9,22	9,87	14,56	16,35	12,76	10,46	5,94	2,98	100,00

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama DZS i TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije

Najvažnije odabrane manifestacije u Dalmatinskoj zagori održavaju se tijekom četiri mjeseca – lipanj, srpanj, kolovoz i rujan. To su mjeseci ljetne sezone kada se u cijeloj Hrvatskoj bilježe najveći dolasci i noćenja turista. U tablici 19 vidi se da je najviše dolazaka u

Dalmatinskoj zagori ostvareno upravo u tim mjesecima, sveukupno njih 30.114, što čini 54 % ukupno ostvarenih dolazaka 2014. godine. Kada se gledaju pojedinačno mjeseci, iz tablice se vidi da je rekordan bio kolovoz kada je ostvareno 8.767 dolazaka, što predstavlja 15.73 % u ukupnom broju ostvarenom u Zagori. Od odabranih manifestacija tri najvažnije se održavaju u osmom mjesecu, Sinjska alka, Velika Gospa i Dan pobjede, Domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja, a dijelom i Glumci u Zagvozdu.
Isto vrijedi i za noćenja, kojih je također najviše ostvareno u navedena četiri mjeseca, uz dodatak listopada kada su također rezultati bili dobri. Ukupno je ostvareno 53.931 noćenje, što čini preko 50 % ostvarenih noćenja tijekom cijele godine. Ponovno je najbolji bio kolovoz sa 16.467 ili 16.35 %.

Ono što još bolje oslikava važnost manifestacija je podatak o posjećenosti samih manifestacija za vrijeme održavanja. Kao što je već spomenuto u prethodnom dijelu rada, odabrane manifestacije zajedno privuku mnoštvo ljudi u Dalmatinsku zagoru, što dovoljno govori o njihovoj važnosti za ovo područje. U navedenim mjesecima zabilježi se oko 30.000 dolazaka i oko 50.000 noćenja, a same manifestacije posjeti oko 150.000 gostiju. To je značajno ne samo zbog njihovog utjecaja na dolaske i noćenja koje je zabilježio Državni zavod za statistiku, nego i zbog potrošnje gostiju za vrijeme posjeta određenoj manifestaciji. Zapravo rezultati prema DZS možda i ne oslikavaju najbolje njihovu važnost, jer treba znati da je potrošnja pojedinaca ono što najviše pokreće turizam i njegov razvoj na pojedinom području.
Iako se navedene manifestacije održavaju tijekom sezone, ovdje je jako važno naglasiti da Dalmatinska zagora nije priobalno područje koje privlači turiste prekrasnim morem i plažama. Mjesta na ovom području nemaju takvu privilegiju, te stoga moraju razvijati i smišljati druge, alternativne načine kako privući goste u svoj kraj. Manifestacije upravo u tom smislu imaju ključnu ulogu. Kao što je vidljivo iz tablice, upravo mjesec kolovoz u kojem se održavaju glavne manifestacije, najviše sudjeluje u ukupnim turističkim rezultatima Zagore. Iz toga se može zaključiti kako je njihov utjecaj na turizam, njegov razvoj i turistička kretanja tijekom godine zaista pozitivan i značajan, te se može prihvatiti hipoteza H2.

Navedene manifestacije mnogo znače za turizam Dalmatinske zagore, te je potrebno što više iskoristiti potencijal koji one imaju. Iako je kroz promatrane četiri godine ostvaren jako dobar napredak, to ne znači da se ne može još više i bolje. Ostvareni rezultati trebaju biti poticaj za budućnost u kojoj se trebaju iskoristiti svi potencijali. Turizam može postati jako važan za

ovo područje, budući da može omogućiti zaposlenje mnogih ljudi te privući novi kapital. To za sobom vuče ne samo razvoj turizma, nego i drugih grana gospodarstva. Ovom dijelu Hrvatske prijeko su potrebne neke promjene i ulaganja, koje će omogućiti smanjenje nezaposlenosti i u konačnici dovesti do veće kvalitete života svih ljudi.

4. ZAKLJUČAK

Ovaj dio diplomskog rada odnosi se na zaključke do kojih se došlo analizirajući podatke vezane za turizam na području Dalmatinske zagore, te utvrđivanje jesu li postavljene istraživačke hipoteze na početku rada prihvaćene ili odbačene.

U radu su se istraživali podaci za odabrano razdoblje od četiri godine, od 2011.-2014. godine, te se nastojalo vidjeti kakav je napredak Dalmatinska zagora ostvarila na području turizma.
Podaci na kojima se temeljilo istraživanje odnosili su se na ostvarene dolaske i noćenja, a koji su bili dostupni na stranicama Državnog zavoda za statistiku te na stranicama turističkih zajednica koje djeluju na području zagore, u prvom redu TZ Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije. Osim tih podataka, koristile su se i informacije o ostvarenim prihodima koje je omogućila Financijska agencija uz pomoć kojih se razmatrao ostvareni napredak što se tiče financijskog aspekta turizma, te dostupni podaci o posjećenosti odabranih manifestacija.

U radu su postavljene tri istraživačke hipoteze, pri čemu je H1 glasila: *Dalmatinska zagora je ostvarila značajan napredak u turizmu u promatranom razdoblju 2011. – 2014. godine*. Analizirali su se podatci o dolascima i noćenjima za svaki odabrani grad te Zagoru sveukupno. Podaci su prikazani tablicama i grafikonima koji su na temelju prikupljenih sekundarnih podataka izrađeni u MS Excelu. Iz toga se vidi da je Zagora ostvarila 89% više dolazaka te 97% više noćenja na kraju promatranog razdoblja u odnosu na početak. Također su ocijenjeni odgovarajući trend modeli za svaki odabrani grad i Dalmatinsku zagoru. Uz trend komponentu u model su uključene dummy varijable za ocjenu utjecaja kvartalne komponente. Za sve gradove i za Zagoru, može se zaključiti da je trend model kao cjelina statistički značajan. Na temelju p-vrijednosti t-testa za značajnost parametara, može se zaključiti da je parametar uz komponentu vremena statistički značajan za dolaske i noćenja u Imotskom, Sinju i Zagori, te za noćenja u Kninu i dolaske u Trilju. To ukazuje na rast zavisnih varijabli, dolazaka i noćenja, kroz promatrane kvartale i godine. Na temelju ovih zaključaka, može se prihvatiti hipoteza H1.
Druga hipoteza H2 glasila je: *Utjecaj manifestacija na turistička kretanja tijekom godine je pozitivan i statistički značajan*. Podaci o dolascima i noćenjima su se prikazali odgovarajućim tablicama i grafikonima. U lipnju, srpnju, kolovozu i rujnu, Zagora je ostvarila najviše dolazaka i noćenja, a to su upravo mjeseci kada se održavaju odabrane manifestacije. Također, uz obrađene podatke važne su i informacije koje govore o njihovoj velikoj

posjećenosti za vrijeme održavanja (oko 150.000 ljudi) te pomažu u donošenju zaključka da su zaista značajne i važne za turizam na ovom području, pogotovo jer se radi o dijelu koje nije smješteno uz more koje je glavni faktor za privlačenje turista u priobalna područja, nego u unutrašnjosti Dalmacije. Iako zbog vrste podataka nije bilo moguće provesti statističko testiranje pomoću kojega bi se zaključivalo na temelju signifikantnosti, nominalni podaci pokazuju da se može prihvatiti hipoteza H2.

Treća hipoteza H3 je glasila: *Odabrani gradovi ostvarili su porast prihoda od turizma u promatranom razdoblju 2011. – 2014. godine*. Prikazani su podaci o ostvarenim prihodima koje je omogućila Financijska agencija. Na temelju njih, može se zaključiti da je Imotski ostvario povećanje prihoda od 220%, Knin 10%, Sinj 78% i Trilj 72%, uspoređujući početak i kraj promatranog razdoblja. Također, pomoću SPSS programa proveden je Friedmanov test, uz pomoć kojeg se zaključuje da uz signifikantnost testa od 5% postoji značajna razlika u prihodima promatranih mjesta po promatranim godinama, uspoređujući početak i kraj razdoblja. Na temelju ovih zaključaka, hipoteza H3 se također može prihvatiti.

Turizam postaje sve važniji za područje Dalmatinske zagore, najviše zbog svog potencijala i mogućnosti da utječe i na druge grane gospodarstva. Jako je važna potražnja za ruralnim turizmom koja je sve veća, te područje Zagore mora nastojati maksimalno iskoristiti sve prednosti koje ima. Važnu ulogu tu imaju i manifestacije, koje se redovito posjećuju, ali još uvijek taj potencijal nije u potpunosti iskorišten. Uz odgovarajuću promidžbu i uložena sredstva u budućnosti bi se mogli i trebali ostvariti još bolji rezultati te još veća zarada. Ovo područje se danas suočava sa velikim problemima u vidu odlaska mladih ljudi zbog nemogućnosti pronalaska zaposlenja, te bi u tom segmentu turizam mogao pomoći. Iako je određeni napredak ostvaren, potrebno je dodatno ulagati u turizam i njegovu ponudu, kako bi se ostvarila što veća zarada koja će se kasnije moći iskoristiti u nekim drugim projektima i djelatnostima. Na taj način, omogućit će se otvaranje novih radnih mjesta što će dovesti do smanjenja nezaposlenosti, te u konačnici do boljeg i kvalitetnijeg života svih ljudi.

LITERATURA

1. Cerović Z. (2008.): „Animacija u turizmu“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
2. Cicvarić A., (1990.): „Ekonomika turizma“, Samobor, Zagreb
3. Čavlek N., Kesar O., Prebežac D., Bartoluci M., (2011.): „Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav“, Školska knjiga, Zagreb
4. Čorak S., Marušić Z., Sever I., (2015.) : „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“, TOMAS 2014, Institut za turizam, Zagreb
5. Čorak. S.; Mikačić, V. (2006) : „Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno“, Institut za turizam, Zagreb
6. Grčić B., Rozga A. (2009): „Poslovna statistika“, Ekonomski fakultet Split, Split
7. Horwath Consulting Zagreb (2009.): „Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko – dalmatinske Županije“, Zagreb
8. Hunziker, W. i Krapf, K. (1942.): “Outline of the General Teaching of Tourism”, Switzerland
9. Jovičić Ž., Jovičić D., Ivanović V. (2005.): „Osnove turizma“, Turistička štampa, Plana turs, Beograd
10. Kesar O., (2012.): Eno-gastronomski turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
11. Kesar O., (2012.): Kongresni turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
12. Kesar O., (2012.): Lovni turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
13. Kesar, O.(2012.): Sportski turizam- materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
14. Kesar O.,(2012.): Uvod u specifične oblike turizma-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
15. Kesar O., (2012.): Vjerski turizam-materijali s predavanja, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb
16. Lickorish, L.J., Jenkins C.L.,(2006.): „Uvod u turizam“, Ekokon d.o.o., Split
17. Luković T., Gržetić Z.(2007.): „Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana“, Hidrografski institut Split, Split
18. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske: „Turizam u brojkama 2014.“

19. Petrić L., (2003.): „Osnove turizma“, Ekonomski fakultet Split, Split
20. Pivac S., (2010.): „Statističke metode“, e-nastavni materijali, Ekonomski fakultet Split, Split
21. Pološki Vokić N., Sinčić Ćorić D., Verčić Tkalac A. (2011): „Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima“, M.E.P. d.o.o., Zagreb
22. Richards, G. (1999.) : 17. European Cultural Tourism: Patterns and Prospects, CAB International
23. Rozga A., (2009.): „Statistika za ekonomiste“, Ekonomski fakultet Split, Split

Internet izvori:

24. CroatiaLink: http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (pristupljeno 15.02.2016.)
25. Croatia Medical Travel: http://www.croatia-medical-travel.com/Sto-je-zdravstveni-turizam (pristupljeno 20.04.2016.)
26. Dalmatinska zagora: http://www.dalmatinskazagora.hr/ (pristupljeno 18.02.2016.)
27. Digitalni informacijsko-dokumentacijski ured: http://www.digured.hr/Adresari-i-imenici/Adresar-tijela-javne-vlasti/Opci-podaci-o-RH (pristupljeno 22.04.2016.)
28. Dnevnik.hr:http://blog.dnevnik.hr/hrvatskiturizam/2009/10/index.html#dan31 (pristupljeno 23.04.2016.)
29. Državni zavod za statistiku: http://www.dzs.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
30. Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.: http://www.dzs.hr/ (pristupljeno 07.03.2016.)
31. Ferata.hr: http: http://www.ferata.hr/didovina-u-trilju/ (pristupljeno 04.03.2016.)
32. FINA: http://www.fina.hr/Default.aspx (pristupljeno 08.03.2016.)
33. Glumci u Zagvozdu: http://glumciuzagvozdu.hr/hr/udruga/ (pristupljeno 04.03.2016.)
34. Grad Knin: http://grad-knin.net/knin/hrvatska/zvonimirovi-dani-2014 (pristupljeno 04.03.2016.)
35. Hrvatska enciklopedija: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=13755 (pristupljeno 07.03.2016.)
36. Hrvatska.eu: http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1 (pristupljeno 23.04.2016.)
37. Hrvatska turistička zajednica: http://croatia.hr/hr-HR (pristupljeno 25.04.2016.)
38. Hrvatski zavod za zapošljavanje: http://www.hzz.hr/ (pristupljeno 26.02.2016.)

39. Index.hr:http://www.index.hr/vijesti/clanak/blagdan-je-velike-gospe/765595.aspx (pristupljeno 04.03.2016.)
40. Index.hr:http://www.index.hr/vijesti/clanak/u-cavoglavama-sutra-posebni-policijski-stozer-koji-ce-snimati-slavlje/763715.aspx (pristupljeno 04.03.2016.)
41. Lumens: Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma http://lumens.fthm.hr/edata/2011/fb76ebe6-fc3e-4269-b676-6665d27ae75e.pdf (pristupljeno 26.04.2016.)
42. Manila Declaration on World Tourism (1980.): http://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/65.%20Manila.PDF (pristupljeno 13.03.2016.)
43. Poslovni Turizam: http://www.poslovniturizam.com/rjecnik/naturizam/52/ (pristupljeno 20.04.2016.)
44. Prokultura: http://www.prokultura-split.com/images/Priru%C4%8Dnici/prirucnik.pdf (pristupljeno 18.04.2016.)
45. Radio Imotski: http://radioimotski.hr/naslovnica/vedran-mlikota-uoci-otvaranja-glumaca-u-zagvozdutisuce-posjetitelja-na-predstavi-ili-koncertu-to-je-ono-sto-nas-u-zagvozdu-cini-sretnima/ (pristupljeno 04.03.2016.)
46. Sinjska Alka: http://www.alka.hr/ (pristupljeno 04.03.2016.)
47. Terracon News: http://terracon-news.com/zvonimirovi-dani-u-kninu/ (pristupljeno 08.03.2016.)
48. TZ Drniš: http://www.tz-drnis.hr/ (pristupljeno 17.02.2016.)
49. TZ Imotski: http://www.tz-imotski.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
50. TZ Knin: http://www.tz-knin.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
51. TZ Sinj: http://www.visitsinj.com/hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
52. TZ Splitsko-dalmatinske županije: http://www.dalmatia.hr/hr/naslovna (pristupljeno 08.03.2016.)
53. TZ Šibensko-kninske županije: http://www.sibenikregion.com/hr/ (pristupljeno 08.03.2016.)
54. TZ Trilj: http://www.tz-trilj.hr/ (pristupljeno 16.02.2016.)
55. Udruga regionalni etno centar: http://www.etnocentar.bloger.index.hr/post/seoski-turizam/955057.aspx (pristupljeno 20.04.2016.)

POPIS TABLICA I GRAFIKONA

Tablica 1: Osnovni pokazatelji razvoja turizma u RH (1980.-2010.).....19
Tablica 2: Nacionalni parkovi u RH.....23
Tablica 3: Prihodi od turizma u RH.....26
Tablica 4: Prihodi u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.....38
Tablica 5: Prosječni rangovi prihoda odabranih gradova u različitim godinama.....41
Tablica 6: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama.....41
Tablica 7: Prosječni rangovi prihoda odabranih gradova u različitim godinama.....42
Tablica 8: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama.....42
Tablica 9: Zaposleni u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.....43
Tablica 10: Prosječni rangovi zaposlenih u odabranim gradovima u različitim godinama.....44
Tablica 11: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama.....44
Tablica 12: Prosječni rangovi zaposlenih u odabranim gradovima u različitim godinama.....45
Tablica 13: Rezultati Friedmanovog testa za odabrane gradove u različitim godinama.....45
Tablica 14: Turistička kretanja u Imotskom od 2011.-2014.....47
Tablica 15: Trend model - Dolasci za grad Imotski.....48
Tablica 16: Trend model - Noćenja za grad Imotski.....49
Tablica 17: Turistička kretanja u Kninu od 2011.-2014.....50
Tablica 18: Trend model - Dolasci za grad Knin.....51
Tablica 19: Trend model - Noćenja za grad Knin.....52
Tablica 20: Turistička kretanja u Sinju od 2011.-2014.....53
Tablica 21: Trend model - Dolasci za grad Sinj.....55
Tablica 22: Trend model - Noćenja za grad Sinj.....56
Tablica 23: Turistička kretanja u Trilju od 2011.-2014.....57
Tablica 24: Trend model - Dolasci za grad Trilj.....58
Tablica 25: Trend model - Noćenja za grad Trilj.....59
Tablica 26: Dolasci u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.....61
Tablica 27: Relativni udjeli odabranih gradova u dolascima Dalmatinske zagore.....62
Tablica 28: Noćenja u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.....66
Tablica 29: Relativni udjeli odabranih gradova u noćenjima Dalmatinske zagore.....67
Tablica 30: Trend model - Dolasci za Dalmatinsku zagoru.....70
Tablica 31: Trend model - Noćenja za Dalmatinsku zagoru.....71
Tablica 32: Turistička kretanja u Imotskom i Dalmatinskoj zagori 2014.....73

Tablica 33: Turistička kretanja u Kninu i Dalmatinskoj zagori 2014.....75
Tablica 34: Turistička kretanja u Sinju i Dalmatinskoj zagori 2014.....77
Tablica 35: Turistička kretanja u Trilju i Dalmatinskoj zagori 2014.....79
Tablica 36: Turistička kretanja u Dalmatinskoj zagori 2014.....81

Grafikon 1: Dolasci turista u RH.....20
Grafikon 2: Noćenja turista u RH.....20
Grafikon 3: Odnos domaćih i stranih turista u RH.....21
Grafikon 4: Struktura stranih turista u RH 2012. godine.....21
Grafikon 5: BDP i prihodi od turizma 2014. (2013.) godine.....26
Grafikon 6: Prihodi u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.....40
Grafikon 7: Zaposleni u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.....43
Grafikon 8: Dolasci u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.....64
Grafikon 9: Udio odabranih gradova u ukupnim dolascima u Dalmatinskoj zagori 2014.....64
Grafikon 10: Noćenja u Dalmatinskoj zagori od 2011.-2014.....69
Grafikon 11: Udio odabranih gradova u ukupnim noćenjima u Dalmatinskoj zagori 2014.....69
Grafikon 12: Turistička kretanja u Imotskom i Dalmatinskoj zagori 2014.....74
Grafikon 13: Turistička kretanja u Kninu i Dalmatinskoj zagori 2014.....76
Grafikon 14: Turistička kretanja u Sinju i Dalmatinskoj zagori 2014.....78
Grafikon 15: Turistička kretanja u Trilju i Dalmatinskoj zagori 2014.....80

SAŽETAK

Područje Dalmatinske zagore postaje sve više turistički zanimljivo te je sam cilj rada bio prikazati je li ostvaren napredak u turizmu i prihodima u promatranom razdoblju, tj. jesu li bolji rezultati postignuti 2014. u odnosu na početnu 2011. godinu. Također, cilj je bio prikazati jesu li manifestacije važne za ovo područje te je li njihov utjecaj pozitivan. Nakon provedenih istraživanja i analiza zaključak je da su sve tri hipoteze prihvaćene.

Naime, napredak u smislu ostvarenih prihoda od turizma je očit i vrlo dobar, što ujedno i potvrđuje da su uloženi trud i sredstva dali odlične rezultate. Na temelju analize ostvarenih dolazaka i noćenja, došlo se do zaključka da je Dalmatinska zagora ostvarila zaista impresivan napredak u turizmu, budući su rezultati na kraju promatranog razdoblja skoro duplo bolji nego na početku. Također, utjecaj odabranih manifestacija se pokazao veoma značajnim za ovo područje, zbog toga što privlače velik broj posjetitelja i time pridonose sveukupnom turističkom uspjehu.

Ključne riječi: turizam, prihod od turizma, manifestacije.

SUMMARY

The Dalmatian background area is becoming more and more interesting as a tourist destination within the last couple of years. Therefore, the aim of this paper was to examine whether the progress in the tourism and the incomes had been achieved for the relevant period. That is, try to give an answer to the following question- *Are the results achieved in 2014 better than those in starting 2011?* Also, another aim was to show whether the manifestations are important for this area and whether their impact is positive. After the conducted research and analysis, we've reached the conclusion that all of the three hypotheses are accepted.

Namely, the progress in terms of the achieved incomes from the tourism is very obvious which confirms that the effort and investment that were made gave the excellent results. Based on the analysis of the realized arrivals and overnight stays, we've come to the conclusion that the Dalmatian background area achieved an impressive improvement in the tourism, especially having in mind the fact that the results at the end of the relevant period were better for almost 50 % than it was the case at the beginning. Also, the impact of selected

manifestations has proven to be very important for this area for the reason they attract large number of visitors and thus contribute to the overall success of tourism.
Key words: tourism, tourism incomes, manifestations.