SEZONALNOST U FUNKCIJI POTRAŽNJE ZA SMJEŠTAJNIM KAPACITETOM NA PODRUČJU GRADA SOLINA

Brkljačić, Ivona

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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:124:543823

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

SEZONALNOST U FUNKCIJI POTRAŽNJE ZA SMJEŠTAJNIM KAPACITETOM NA PODRUČJU GRADA SOLINA

Mentor:

Prof.dr.sc. Pavić Ivan

Studentica:

Ivona Brkljačić 2182122

Split, kolovoz, 2020.

SADRŽAJ:

1.UVOD ... 3
1.1. Problem istraživanja ... 3
1.2. Predmet istraživanja ... 4
1.3. Istraživačke hipoteze ... 5
1.4. Ciljevi istraživanja ... 6
1.5. Doprinos istraživanja ... 6
1.6. Metode istraživanja ... 7
1.7. Struktura diplomskog rada ... 8
2. SEZONALNOST U TURIZMU ... 9
2.1. Pojam i definicija sezonalnosti ... 9
2.2. Uzroci sezonalnosti ... 11
1.3. Posljedice sezonalnosti ... 14
1.4. Mjere za suzbijanje sezonalnosti ... 15
3. SEZONALNOST U TURIZMU U HRVATSKOJ ... 18
3.1. Sezonalnost u turizmu u Hrvatskoj ... 18
3.1.1. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2017.godini ... 26
3.1.2. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2018.godini ... 30
3.1.3. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2019. godini ... 33
3.2. Osnovna obilježja grada Solina ... 38
3.3. Resursna i atrakcijska osnova grada Solina ... 43
3.3.1. Prirodni resursi ... 43
3.3.2. Kulturni resursi ... 43
3.3.3. Manifestacije ... 47
3.4. Potražnja za smještajnim kapacitetom na području grada Solina ... 48
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE VEZANO UZ SEZONALNOST KAO FUNKCIJU ZA SMJEŠTAJNIM KAPACITETOM NA PODRUČJU GRADA SOLINA ... 55
4.1. Testiranje hipoteze 1 ... 55
4.2. Testiranje hipoteze 2 ... 60
5. ZAKLJUČAK ... 72

LITERATURA 74
POPIS TABLICA 78
POPIS GRAFIKONA 79
POPIS SLIKA 79
SAŽETAK 82
SUMMARY 82

1.UVOD

1.1. Problem istraživanja

Sezonalnost predstavlja ogroman problem u modernom svijetu. Predstavlja jednu kočnicu u razvoju koju nije lako otkočiti. Problematika sezonalnosti prisutna je u većini sektora, ali ipak u tom kontekstu se posebno ističe sektor turizma u kojem je fenomen sezonalnosti intezivno izražen te stvara negativne posljedice. Gotovo bilo koja destinacija u svijetu je suočena sa problemom sezonalnosti koji je ili manje ili više izražen. Problemi koji se ujedno vežu uz problem sezonalnost su problem njezina mjerenja i problem smanjenja sezonalnosti.

Koja je zapravo definicija sezonalnosti? Koji su uzroci i posljedice sezonalnosti? Turistička sezonalnost predstavlja neravnotežu u turističkoj aktivnosti koja se očituje kroz broj posjetitelja, njihovu potrošnju, promet na autocestama i drugim oblicima prijevoza te kroz zaposlenost i stupanj posjećenosti atrakcija.[1] Ona svakako ima svoje uzroke, ali i brojne posljedice kako ekonomske tako ekološke i socijalno-kulturne prirode. Postoje dvije osnovne skupine faktora koji utječu na sezonalnost, prirodni i institucionalni faktori.[2] Prirodni faktori su oni na koje ne možemo utjecati, odnosno sama priroda ih uzrokuje kao npr. klimatski uvjeti.

„Druga skupina faktora koji utječu na sezonalnost su faktori institucionalnog porijekla i odnose se na aktivnosti i politike koje donose i provode ljudi te ovise o brojnim čimbenicima poput religije, kulture i zakonske regulative.“[3] Tako je npr. sezonalnost kod destinacija koje ovise o klimatskim promjenama (posebice obalne i otočne destinacije u kojima je izražena vrsta turizma koja se zasniva na suncu i moru) izraženija nego li je to slučaj kod destinacija koje svoj turizm zasnivaju na atrakcijama koje posjeduju (povijesno – kulturne atrakcije, građevine, muzeji, kazališta...).

[1] Kožić, I., Krešić, D., Boranić-Živoder, S. (2013): Analiza sezonalnosti turizma u hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta, Ekonomski pregled, Vol. 64 No 2., str. 161.
[2] Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, Journal of Business Paradigms Vol 4 No 1, 2019, str. 26., dostupno
[3] Kožić, I., Krešić, D., Boranić-Živoder, S. (2013): Analiza sezonalnosti turizma u hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta, Ekonomski pregled, Vol. 64 No 2., str. 162.

Općenito, sezonalnost u Hrvatskoj smatra se izrazito visokom te se kao jedan od važnijih strateških ciljeva hrvatskog turizma smatra smanjenje sezonalnosti.[4] Kao što je gore navedeno, prirodni uzroci sezonalnosti, tj. klimatski čimbenici, su jedno od glavnih geografskih obilježja kojima je uzrokovana sezonalnost turizma u Hrvatskoj upravo zbog toga što Hrvatska izrazito pogoduje prirodnim ljepotama (Jadransko more, nacionalni park Krka, Plitvička jezera) koje jednostavno ovise o sunčanom i toplom vremenu koje utječe na protok turista na tim područjima. U ovom radu istražit će se mogući načini produženja turističke sezone na području grada Solina te predložiti načine na koji bi se turistička sezona mogla produžiti.

Važno je naglasiti ključno pitanje, kako pronaći advekatno riješenje za suzbijanje sezonalnosti? Odgovor na pitanje kako smanjiti sezonalnosti, proširiti i obogatiti turističku ponudu te povećati turističku potražnju izvan glavne sezone na području grada Solina, pitanje je na koje se namjerava dati odgovor ovim radom.

1.2. Predmet istraživanja

Sezonalnost je jedno od najvažnijih obilježja suvremenog turističkog tržišta, a njezin utjecaj i negativne posljedice su vidljive na svim područjima. Poznato je već da je prisutno smanjenje u broju i kretanju turista izvan glavne sezone, tj. zimskih mjeseci (najčešće se to odnosi na period od 11.og do 4.og mjeseca) gdje se osjeti praznina u destinacijama. Turisti najčešće putuju tijekom ljetnih mjeseci (glavna sezona), koriste godišnje odmore sukladno vremenskim prilikama (lijepo i sunčano vrijeme) te ih interesira jednostavan turistički proizvod. Postavlja se ključno pitanje, a ono glasi: Kako privući i što ponuditi turistu van razdoblja glavne sezone da bi on posjetio određenu destinaciju? Odgovor na ovo pitanje predstavlja vezu između sezonalnosti i problema ublažavanja sezonalnosti.

[4] Kožić, I. (2015): Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj? God. XXVI, BR. 2/2013. str. 470.

Predmet istraživanja predstavlja sezonalnost, problem njezinog mjerenja i problem smanjenja sezonalnosti u svim destinacijama gdje je, u većoj ili manjoj mjeri, prisutan. Sezonalnost se sve više produbljuje i protekli niz godina vidljiva je njena izrazita izraženost.

Opširnije, za predmet istraživanja uzima se pokušaj objašnjenja utjecaja sezonalnosti na potražnju za smještajnim kapacitetom u Hrvatskoj sa naglaskom na grad Solin te utvrditi i dati prijedlog mjera i načina kako produžiti turističku sezonu na području grada Solina.

Kao predmet istraživanja, posebno je zanimljiv jer utječe ne samo na razvoj i uspješnije poslovanje svih smještajnih kapaciteta (hotela, apartmana, hostela...) nego i na gospodarski razvoj u cjelini.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju prethodno definiranog problema i predmeta istraživanja postavljaju se sljedeće hipoteze:

H1: U potražnji za smještajnim kapacitetom na području grada Solina prisutna je sezonalnost.

Kao što je gore navedeno, sezonalnost je prisutna u skoro svakoj destinaciji. Problem njezinog mjerenja povezan je sa problem nemogućnosti spoznaje u kojem je intezitetu prisutna. Način na koji će se analizirati hipoteza je pomoću brojeva i podataka iz Državnog zavoda za statistiku. Analizirat će se pozicija Solina tijekom cijele godine, a ono što se posebno treba izdvojiti je broj noćenja i dolazaka turista po mjesecima, što je i najbolji način da se utvrdi u kojim periodima je prisutna sezonalnost u Solinu.

Ovom hipotezom u radu će se utvrditi je li se može navedena hipoteza prihvatiti ili odbaciti, odnosno je li je prisutna sezonalnost u Solinu.

H2: Postoji značajna razlika u stupnju sezonalnosti noćenja domaćih u odnosu na inozemne turiste.

Putem raspoloživih podataka Državnog zavoda za statistiku i podatka iz sustava eVisitor o ostvarenim noćenjima domaćih i inozemnih turista na području grada Solina, moguće je gore navedenu hipotezu prihvatiti ili odbaciti.

1.4. Ciljevi istraživanja

Iz prethodno postavljenog problema i predmeta istraživanja, te postavljenih hipoteza, proizlaze i ciljevi istraživanja.

U teorijskom tijelu cilj je definirati turističku sezonalnost, kojim čimbenicima je uzrokovana, pobliže objasniti negativne učinke i posljedice sezonalnosti te kako minimalizirati negativni utjecaj ovog fenomena. Ujedno, objasnit će se karakteristike i problematika sezonalnosti hrvatskog turizma te koliki je stupanj sezonalnosti u gradu Solinu i kako taj stupanj svesti na minimum.

U empirijskom dijelu, na temelju dostupnih podataka iz Državnog zavoda za statistiku te na temelju podataka iz anketnog upitnika koji će biti sastavljen da bi se testirale gore navedene hipoteze, osnovni cilj je utvrditi prisutnost sezonalnosti na području Solina te kako i pod kojim utjecajem se razvila sezonalnost. Također cilj istraživanja je i ukazati na važnost suzbijanja sezonalnosti, koja koči ne samo razvoj Solina, nego i svih destinacija.

1.5. Doprinos istraživanja

Doprinos ovog rada je pružanje potpunijeg uvida u strukturu smještajnih kapaciteta na području grada Solina, pružanje uvida u atrakcije kojima obiluje Solin i koje su spremne za turističko korištenje te uvida u raznolikost ponude događaja, koje samim time ima za posljedicu više ili manje izraženu sezonalnost.

Ujedno, doprinos ovog istraživanja bi trebao biti povezan sa ciljem poticanja glavnih sudionika u turizmu (turističke zajednice, hotelijere, vlasnike privatnih smještaja...) u svim

destinacijama da malim koracima krenu na težak put smanjenja stupnja sezonalnosti s važnom analizom turističke ponude i turističke potražnje. Što se tiče grada Solina, njegov turistički proizvod treba dosegnuti višu razinu, a da bi se došlo do toga, potrebno je kontinuirano raditi na ideji uspostavljanja lanca ponuđenih proizvoda koji će imati ogromnu vrijednost, ne samo za turiste, nego i za lokalno stanovništvo. Svi elementi ponude destinacije kao što su razvijena infrastruktura, hotelski i ostali smještaj, ljubaznost lokalnog stanovništva, prirodne atrakcije i događaji moraju se međusobno nadopunjavati kako bi se stvorio jedan lanac vrijednosti koji će pridonijeti turističkom razvoju.

Ovo istraživanje će pokazati koliko je zapravo sezonalnost nepoželjna, ali i opasna za razvoj neke destinacije, ne samo na području Solina, nego i za ostale destinacije. Ujedno će se objasniti koje sve posljedice idu s njom te kako smanjiti ovaj fenomen putem proučavanja determinanti sezonalnosti.

1.6. Metode istraživanja

U radu će se koristiti ove znanstvene metode:[5]

- metoda indukcije – oblik zaključivanja u kojemu se na temelju analize o pojedinim činjenicama donose sudovi u cjelini.
- metoda dedukcije - zaključivanje u kojem se iz općih sudova izvode pojedinačni zaključci.
- metoda analize – metoda s namjerom raščlanjivanja složenih pojmova, sudova i zaključaka na jednostavnije sastavne dijelove i elemente
- metoda sinteze – metoda znanstvenog istraživanja putem sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene.

[5] Dostupno na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf

- metoda deskripcije – metoda koja služi za opisivanje činjenica, podataka, procesa i predmeta.
- metoda kompilacije – metoda koja objašnjava postupak preuzimanja rezultata tuđih znanstvenih i istraživačkih radova, odnosno njihovih stavova, mišljenja, opažanja i zaključaka.
- Metoda anketiranja- metoda u kojoj se preko anketnog upitnika prikupljaju podatci i stavovi o predmetu istraživanja.

1.7. Struktura diplomskog rada

Strukturno, rad će se sastojati od pet poglavlja.

U prvom, uvodnom dijelu, definirat će se problem i predmet istraživačkog rada, temeljni ciljevi, statističke hipoteze, odabrane metode istraživanja, doprinos istraživanja te objašnjena struktura diplomskog rada.

U drugom dijelu, odnosno teorijskom dijelu, pomno će se definirati pojam i karakteristike sezonalnosti, njezini uzroci te negativne posljedice koje dolaze s njezinom prisutnošću. Navest će se mjere i mogući načini za suzbijanje sezonalnosti.

Treći dio će započeti sa uvodnim dijelom u kojemu će se objasniti karakteristike i problematika sezonalnosti hrvatskog turizma. Zatim će se navesti osnovna obilježja grada Solina, njezina resursna i atrakcijska osnova te informacije o broju dolazaka i noćenja turista po mjesecima i godinama...).

U četvrtom, empirijskom dijelu, će biti prikazani podatci i rezultati istraživanja o prisutnosti sezonalnosti u Solinu te kratak osvrt o dobivenim rezultatima prilikom testiranja hipoteza.

U posljednjem, petom dijelu, iznijet će se zaključci do kojih se došlo temeljem teorijskog i empirijskog dijela.

Na kraju rada, bit će prikazana korištena literatura te popis korištenih slika, tablica, grafikona.

2. SEZONALNOST U TURIZMU

2.1. Pojam i definicija sezonalnosti

Pojam sezonalnosti je jedan od najizraženijih, ali ne tako lako rješivih, problema u okviru razvoja gotovo svake destinacije. Najpogođeniji sektor je sektor turizma i turističkih aktivnosti gdje je ovaj fenomen izrazito izražen. Sektor turizma je jedan od najbrže rastućih djelatnosti u svijetu, ali je ograničen upravo s ovim fenomenom s kojim se susreću akteri u svim sferama turističkog djelovanja. Sezonalnost u turizmu obično varira od regije do regije te u velikoj mjeri ovisi o lokalnim kalendarima, vremenu i ekonomskim aktivnostima.

Sezonalnost uzrokuje fluktuacije u protocima turista i u broju dolazaka u određenoj destinaciji. „Pojmovno, sezonalnost podrazumijeva cikličke varijacije u kretanju neke pojave, odnosno ponavljanje identičnoga ili sličnoga uzorka svake kalendarske godine u približno isto vrijeme. U ekonomskom smislu, sezonalnost se manifestira kao unutargodišnje osciliranje proizvodnje i zaposlenosti proizvodnih čimbenika, što pak rezultira sezonskim oscilacijama niza drugih gospodarskih varijabli poput primjerice cijena, tečaja valute ili poreznih prihoda, koje su usko povezane sa zaposlenošću i proizvodnjom.“[6]

Neke od definicija sezonalnosti su:[7]

Hylleberg (1992) je definirao sezonalnost kao „sustavno, mada ne nužno i redovito, međugodišnje kretanje uzrokovano promjenama vremena, kalendara i vremena odlučivanja, izravno ili neizravno kroz odluke o proizvodnji i potrošnji koje donose agenti ekonomije“.[8] Baron (1975.) je definirao sezonalnost kao „učinke koji se pojavljuju svake godine zbog klimatskog stanja, ograničenja državnih praznika, posebnih atrakcija (npr. festivala) ili osobnog načina života“.[9] Manning i Powers (1984.) definiraju sezonalnost kao „neravnomjernu raspodjelu upotrebe tijekom vremena (vrhunac) postajući jedan od

[6] Kožić, I. (2015): Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj? God. XXVI, BR. 2/2013. str. 471.

[7] Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, Journal of Business Paradigms Vol 4 No 1, 2019, str. 24.

[8] Ibidem.

[9] Ibidem.

najprobirljivijih problema rekreacije i turizma na otvorenom, uzrokujući neučinkovito korištenje resursa, gubitak profitnog potencijala, opterećenje društvenih i ekoloških kapaciteta, poteškoće u administrativnom zakazivanju“.[10] Jednu od najpreciznijih definicija iznosi Butler (1994.) koji kaže: „Pojam sezonalnosti se može definirati kao privremena neravnoteža u turističkoj aktivnosti koja se manifestira kroz dimenzije kao što su broj posjetitelja, njihova potrošnja, promet na autocestama i drugim oblicima prijevoza te kroz zaposlenost i stupanj posjećenosti atrakcija.“[11]

Problem sezonalnosti usko je povezan s problemom zaposlenosti koji u društvu na jedan način ima i pozitivne posljedice. Povremeno zapošljavanje odgovara studentima koji nisu u mogućnosti raditi tijekom cijele godine zbog svojih obaveza na fakultetu. Ujedno odgovara i osobama koje ne traže stalno zaposlenje nego im više odgovora tijekom jedne sezone zaraditi određenu svotu. S druge strane, na sezonski se posao često gleda kao na manje atraktivan posao i na posao koji privlači manje educiranu radnu snagu i nudi niže plaće bez beneficija.

Drugi problem koji se veže uz problem sezonalnosti jest problem njezinog mjerenja. Unatoč činjenici da se gotovo sve turističke destinacije suočavaju sa sezonalnošću i da je sezonalnost već identificirani problem koji treba riješiti, začuđujuće je da je sezonalnost još uvijek neshvatljiv fenomen i da još nisu potvrđene metode koje bi najbolje opisale kako ovaj fenomen mjeriti.

Neke od odabranih metode mjerenja sezonalnosti su omjer sezonalnosti, pokazatelj sezonalnosti, udio u sezonalnosti i Gini koeficijent.[12]

Omjer sezonalnosti predstavlja odnos najvećeg broja noćenja turista i prosječnog broja noćenja turista mjesečno te se izračunava dijeljenjem mjeseca s najvećim brojem noćenja turista s prosječnim brojem noćenja turista mjesečno. Omjer varira između 1 i 12 te broj 1 predstavlja jednaku raspodjelu unutar godine, dok broj 12 predstavlja da se sva noćenja turista

[10] Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, Journal of Business Paradigms Vol 4 No 1, 2019, str. 26.

[11] Kožić, I., Krešić, D., Boranić-Živoder, S. (2013), “Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode Gini koeficijenta”, Ekonomski pregled, 64 (2), str. 161.

[12] Ćorluka, G., Vukušić, A., Kelić, I. (2018): Measuring torusim seasonality: Application and comparison of differetn methods , Tourism and Hospitality Industry 2018, Congress Proceedings, str. 58.

ostvaruju u jednomjesečnoj sezonalnosti. Prema tome, omjer sezonalnosti raste s porastom sezonske varijacije. Omjer sezonalnosti ≥ 2 ukazuje na ekstremnu sezonalnost.[13]

Pokazatelj sezonalnosti predstavlja odnos prosječnog broja noćenja turista i najvećeg broja noćenja turista mjesečno te se izračunava dijeljenjem prosječnog broja noćenja turista mjesečno s najvećim brojem noćenja turista. Pokazatelj varira između 0,08333 i 1 te broj 1 predstavlja isti broj noćenja turista svakog mjeseca, a sva noćenja turista u jednomjesečnom pokazatelju sezone bili bi 0,083332. Indeks sezonalnosti opada s porastom sezonske varijacije. Pokazatelj sezonalnosti ≤ 0,5 ukazuje na ekstremnu sezonalnost.[14]

Udio u sezonalnosti pokazuje prosječni udio noćenja turista po turističkoj sezoni, s obzirom na klasifikaciju turističke sezone u nisku sezonu (siječanj, veljača, ožujak, studeni i prosinac), srednju sezonu (travanj, svibanj, listopad) i visoku sezona (lipanj, srpanj, kolovoz i rujan). Sezonski udio izračunava se dijeljenjem ukupnog broja noćenja turista po sezoni i ukupnog godišnjeg noćenja turista.Udio u sezonalnosti ≥ 0,5 ukazuje na ekstremnu sezonalnost.[15]

Najčešća metoda za mjerenje sezonalnosti je Gini koeficijent koji može varirati od 0, što predstavlja potpunu jednakost (svaki mjesec bi imao isti broj noćenja turista) do 1, što ukazuje na potpunu nejednakost (sva godišnja noćenja turista ostvarila bi se u jednom mjesecu). Što je veći Gini koeficijent, to je veća nejednakost raspodjele turističkih noćenja, tj. sezonalnosti. Gini koeficijent ≥ 0,5 ukazuje na ekstremnu sezonalnost.

Sezonalnost turizma obilježava, nažalost, poslovanje svakog turističkog objekta unutar pojedine destinacije. Vidljivo je da su potrebni novi napori za borbu protiv ili za ublažavanje sezonalnosti u turističkom sektoru.

2.2. Uzroci sezonalnosti

Sezonalnost može biti uzrokovana različitim čimbenicima. Dvije glavne skupine faktora koje utječu na sezonalnost se mogu svrstati u prirodne i institucionalne faktore.

Prirodni faktori, kao što i sama riječ „prirodni“ govori, odnose se na promjene koje su rezultat same prirode i njenih sila. Pretežito se odnose na klimatske uvjete i s njima povezane

[13] Ćorluka, G., Vukušić, A., Kelić, I. (2018): Measuring torusim seasonality: Application and comparison of differetn methods , Tourism and Hospitality Industry 2018, Congress Proceedings, str. 58.
[14] Ibidem.
[15] Ibidem.

promjene koje utječu na protok turista u destinaciji. Povoljna klima je jedan od glavnih uvjeta turista za posjetu određene destinacije te je upravo ona od neizmjerne važnosti za prepoznavanje turističke destinacije kao destinacije koju bi trebalo posjetiti.

Uključuje parametre kao što su:

- sunčeva svjetlost
- dnevna svjetlost
- temperatura zraka
- temperatura vode
- snježne padaline
- ledeni pokrivač
- kiša
- vjetar
- vlaga
- oborine
- oblačnost i vidljivost.

Destinacije u kojima je izrazito izražena topla i hladna klima, više su izloženije sezonskim promjenama te upravo zbog toga svoj razvoj i poslovanje u turizmu moraju temeljiti na raznolikoj ponudi turističkih proizvoda, jer upravo oni ovise o klimi. Destinacije, u kojima se većina turističkih aktivnosti odvija na otvorenom, odnosno ovise o povoljnim klimatskim uvjetima, više su podložnije problemima koje uzrokuju prirodni uzroci sezonalnosti te će se u njima najviše osjetiti utjecaj prirodne sezonalnosti. Dobar primjer je i sama Hrvatska i njezini obalni gradovi.

Drugi uzroci sezonalnosti su institucionalnog karaktera. Takva sezonalnost rezultat je vjerskih, socijalnih, etičkih i oragnizacijskih čimbenika.[16] Najistaknutiji uzroci koji tvore razlike u turističkim aktivnostima tijekom godine su:[17]

- Ljetni odmori škola, fakulteta te godišnji odmori radnika (Dugi ljetni školski odmori uvelike stvaraju problem suzbijanja sezonalnosti jer se najviše putovanja ostvari ljeti

[16] Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, Journal of Business Paradigms Vol 4 No 1, 2019, str. 28.

[17] Ibidem.

kada obitelji s djecom putuju. Radni odmori također utječu na raspodjelu turističkih aktivnosti po sezonama jer, većinom, radnici uzimaju svoje plaćene godišnje odmore tijekom ljetnih mjeseci, te također odlaze na putovanja sa svojom obitelji.)

- Državni praznici (U današnje vrijeme državni praznici se osjete kao jedan poduži vikend te također utječu na turističke aktivnosti. Ovi uzroci institucionalnog karaktera su manje stabilniji od prirodnih uzroka zbog problema određivanja pojedinih državnih blagdana kao što je Uskrs s obzirom na to da se svake godine ovaj blagdan ne obilježava na isti datum te stoga može uzrokovati promjene u turističkim aktivnostima u pojedinim mjesecima.

- Vjerski događaji (hodočašće)

Pod uzroke sezonalnosti spadaju i posjete određenim događanjima (kao što je naprimjer Ultra u Splitu za vrijeme ljetnih mjeseci) pa se stoga može govoriti i o trećoj skupini, odnosno društvenim faktorima koji uzrokuju sezonalnost.[18]

„Od ostalih čimbenika koji utječu na sezonalnost mogu se nabrojati npr. promjene u trendovima u ponašanju turističkih potrošača (korištenje više manjih godišnjih odmora tijekom cijele godine umjesto jednog ili dva velika), utjecaji turističkih posrednika na odabir destinacija i vrstu putovanja, gospodarske konjunkture na glavnim turistički emitivnim tržištima (recesija, inflacija, tečajne razlike itd.), transformacija masovnog turističkog tržišta prema specifičnim oblicima turizma (segmentacija tržišta potražnje), specijalizacija turističke ponude itd...“[19]

[18] Kožić, I., Krešić, D., Boranić-Živoder, S. (2013), “Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode Gini koeficijenta”, Ekonomski pregled, 64 (2), str. 162.

[19] Čavlek, N., Čizmar, S., Bartoluci M., Hendija Z. (2010): Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj, str.5.

1.3. Posljedice sezonalnosti

Problem sezonalnosti vuče sa sobom i negativne posljedice koje utječu na cjelokupni razvoj destinacije. Vidljiv je proporcionalan rast turizma i rast sezonalnosti te njegovih utjecaja na određenu destinaciju. Kao što je već rečeno, skoro sve destinacije suočavaju se s turističkom sezonalnošću, u manjoj ili većoj mjeri. Utjecaji sezonalnosti znatno variraju i ovise o lokaciji odredišta i prirodi atrakcija. Posljedice turističke sezonalnosti rezultat su pretjeranog korištenja resursa (hotela, apartmana, kampova, restorana...) tijekom sezone i nedovoljnog iskorištavanja kapaciteta izvan sezone te se učinci mogu očitati na razini poduzeća i odredišta.[20]

Posljedice koje uzrokuje sezonalnost se mogu razvrstati u tri temeljne skupine, a to su ekonomske, ekološke i socio-kulturne. Ekonomske posljedice se vežu uz gubitak dobiti zbog neučinkovite uporabe resursa izvan glavne sezone. To uzrokuje sezonalnost turističkog prometa te čini da su turistički objekti i određene ponuđene usluge neiskorišteni tijekom jednog perioda godine.[21] Neke od izraženijih posljedica su promjenjivost prihoda i zaposlenosti, poteškoće u privlačenju investicija zbog niskog prinosa na kapital, promijenjena kvaliteta usluge upravo zbog toga što sezonski rad, odnosno privremena radna mjesta, ne zahtijevaju visoko educiranu radnu snagu te nije izdvojeno vrijeme potrebno za osposobljavanje radnika tijekom svake sezone, dovodi do toga da djelatnici ne mogu postati izvrsni u obavljanju svog posla u kratkom roku.[22] Pozitivan aspekt sezonskog zapošljavanja je mogućnost privremenih poslova (rada na pola radnog vremena) za neke osobe, poput učenika i domaćica. Da bi se posljedica gubitka profita ublažila potrebno je tijekom sezonskih mjeseci ostvariti dovoljno prihoda, tako da se ne osjeti nekakav nedostatak tijekom vansezonskih mjeseci.

Ekološke posljedice su povezane s koncentracijom velikog broja ljudi na malim prostorima što dovodi do zagađenja okoliša i velikih opterećenja na prirodne resurse koje posjeduje

[20] Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, Journal of Business Paradigms Vol 4 No 1, 2019, str. 32.
[21] Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., (2018): Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 107.
[22] Kožić, I., (2013), "Kolika je sezonalnost u Hrvatskoj?", Ekonomski vjesnik, XXVI. No 2, str. 472.

destinacija. U sezonskim mjesecima premašuje se ekološki nosivi kapacitet jednog odredišta. Neki od posljedica su onečišćenje zraka, nastajanje velikih količina otpada, uništavanje flore i faune, iscrpljenost prirodnih resursa...[23]

Sociokulturne posljedice su u najvećoj mjeri povezane s lokalnom zajednicom. Premašuje se društveni prihvatni kapacitet što uzrokuje nezadovoljstvo kod lokalnog stanovništva i narušava kvalitetu života lokalaca.[24] Neke od posljedica su gužve na cestama, u trgovinama, buka, prenapučeni javni prostori, nedostatak parkinga, redovi za usluge, rast cijena unutar glavne sezone, rast kriminala, s naglaskom da je sva ponuda usluga u glavnoj sezoni zapravo namijenjena turistima te se većina objekata i atrakcija zatvaraju izvan sezone.

1.4. Mjere za suzbijanje sezonalnosti

Suzbijanje sezonalnosti predstavlja jedan od najvećih izazova budućeg razvoja svake destinacije. Pažnja bi trebala biti posvećena na razdoblje izvan glavne sezone te na strategijama kako svesti sezonalnost na minimum. Glavni cilj svake destinacije je povećanje broja turista izvan glavne sezone, a način na koji bi se trebao postići jest podudaranost između potreba turista, turističkog tržišta i turističkih proizvoda. Odgovor destinacija na suzbijanje sezonalnosti može varirati ovisno o potencijalu za razvoj izvansezonskog turizma.[25] Izrada strategija mora biti povezana s geografskim, specifičnim prostornim karakteristikama lokacije s naglaskom na socioekonomski obrazac odredišta.[26]

Razne strategije se koriste za rješavanje efekata sezonalnosti kako na razini poduzeća, tako i na odredištu. Lee i suradnici spominju četiri općenite strategije: određivanje cijena, diverzifikacija privlačnosti, diverzifikacija tržišta i olakšavanje države.[27] Baum i Hagen predložili su četiri glavna oblika inicijativa za suzbijanje sezonalnosti: događaji i festivali;

[23] Ibidem, str.473.
[24] Ibidem.
[25] Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, Journal of Business Paradigms Vol 4 No 1, 2019, str. 21-43.

[26] Ibidem, str. 36.
[27] Ibidem.

diverzifikacija tržišta; diverzifikacija proizvoda; te strukturalni i okolišni odgovori.[28] Weaver i Oppermann su identificirali šest osnovnih strategija podudaranja ponude i potražnje: povećati, smanjiti i redistribuirati potražnju te povećati, smanjiti i preraspodijeliti ponudu.[29]

"Pokušaji suzbijanja sezonalnosti usmjereni su na diverzifikaciju proizvoda i tržišta. Diverzificirani proizvodi trebaju zadovoljiti potrebe raznolikih tržišta. Diverzifikacija proizvoda znači razvoj novih proizvoda za nove tržišne segmente, dok diverzifikacija tržišta znači nove segmente novih ili postojećih proizvoda. Mjere diverzifikacije proizvoda moraju zadovoljiti raznolike potrebe tržišta."[30]

„Tipovi turističkih atrakcija mogu biti selekcionirani ili se razvijaju sadržaji koji privlače turiste u različita doba godine, posebno van glavne sezone. Moguće je razviti aktivnosti van sezone – kao npr. festivali i posebni događaji, konferencije i posebni sadržaji za rekreaciju. Marketinške aktivnosti i cjenovna politika također se koriste za smanjenje sezonalnosti. One se kombiniraju s razvojem turističkog proizvoda. Van sezone nude se popusti za smještaj i prijevoz."[31]

Nabrojane strategije usmjerene na borbu protiv sezonalnosti dane su u tablici 1.

Tablica 1. Strategije za suzbijanje sezonalnosti

STRATEGIJA	**NJENE AKTIVNOSTI**
Uvođenje ili razvoj festivala i događanja	Tradicionalni ili umjetno stvoreni događaji, svečani događaji, posebna slavlja kako bi se povećala potražnja tijekom sezona najviših vrhunca.
Ponuda vansezonskih paketa za odmor	Paketi za posebne prigode povezane sa smještajem, restoranima, aktivnostima za poticanje većeg posjeta, ponavljanja posjeta

[28] Ibidem.
[29] Ibidem, str. 37.
[30] Ibidem, str. 37.
[31] Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., (2018): Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 115.

	ili produžavanja boravka kako bi se proširili troškovi za kompenzaciju niskih sezona.
Posebne cjenovne ponude - sezonske cijene	Snižene cijene nude se izvan glavne sezone, dok su visoke cijene ponuđene tijekom glavne sezone. Uvođenje ulaznica u zaštićena područja
Marketinške kampanje za privlačenje različitih tržišta u različitim sezonama	Osvijestiti potrošače o dostupnosti i prednostima godišnjih odmora izvan sezone.
Poboljšana i proširena regionalna infrastruktura	Ceste, signalizacije, sadržaji, zračne usluge, komunalna infrastruktura.
Oživljavanje drugih vrsta turizma	Ulagati u razvoj drugih vrsta turizma, koje nisu dovoljno poznate, npr.u destinaciji koja za primarnu vrstu turizma ima ljetni odmorišni turizam.

Izvor: izrada autorice prema Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, str. 39

3. SEZONALNOST U TURIZMU U HRVATSKOJ

3.1. Sezonalnost u turizmu u Hrvatskoj

Smanjenje sezonalnosti predstavlja cilj svake destinacije u kojoj je sezonalnost prisutna, a posebice u Hrvatskoj u kojoj dominira turistički proizvod „sunce i more“. Masovni turizam u Hrvatskoj razvio se kasnih 60-ih i 70-ih godina. No, za vrijeme Domovinskog rata došlo je do kolapsa te je 1990.godine zabilježeno 50 milijuna noćenja stranih turista, da bi 1991. broj pao na svega 10 milijuna.[32] Turizam od tada neprestano raste, i sa sobom vuče problem sezonalnosti.

Glavne karakteristike hrvatskog turizma koji se bazira na modelu „sunce i more“ su visoka sezonalnost te nedovoljno razvijeni i ograničeni turistički proizvodi. Turizam u Hrvatskoj je većinom koncentriran na obali. Turisti najčešće dolaze tijekom ljetnih mjeseci s namjerom da uživaju u toploj klimi. Ipak, nigdje u EU nema takve izražene sezonalnosti kao u Hrvatskoj. U 2016. je čak 75% noćenja turista ostvareno u srpnju, kolovozu i rujnu.[33]

„Naime, prema podacima Eurostata, na razini cijele EU u najjačem se mjesecu (u 2018. godini to je bio kolovoz) ostvari oko četiri puta više noćenja nego u najslabijemu mjesecu (u 2018. godini to je bila veljača), dok se u Hrvatskoj u kolovozu ostvari u prosjeku 58 puta više noćenja (u 2018. godini 55,7 puta) nego u siječnju (u 2018. to je iznimno bila veljača).“[34]

Za smanjenje sezonalnosti se često kaže da je strateški cilj hrvatskog turizma. Podizanje kvalitete turističkog proizvoda i promociju samih destinacija s ciljem privlačenja većeg broja turista u Hrvatskoj izvan glavne sezone, moguće je postići strateškim promišljanjem turističkog razvoja, tj. kontinuiranim i dugoročnim radom.[35] Kontinuirani rad na podizanju

[32] Brkljača, I. (2018): Velika analiza: turizam u Hrvatskoj i usporedba s drugim mediteranskim destinacijama [Internet] , raspoloživo na: https://novac.jutarnji.hr/rasprave-i-rjesenja/velika-analiza-turizam-u-hrvatskoj-i-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/7272516/ (pristupljeno 27.04.2020.)

[33] Ibidem.

[34] Privredni.hr (2020): Istraživanje otkriva tko u Hrvatskoj ima najveću sezonalnost [Internet] , raspoloživo na: http://www.privredni.hr/sezonalnost-turizma-zupanija (pristupljeno 27.04.2020.)

[35] Antić, J. (2015): Hrvatski turizam može bolje i više; u čemu je problem?! [Internet] , raspoloživo na: https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/hrvatski-turizam-moze-bolje-i-vise-u-cemu-je-problem-20150410 (pristupljeno 27.04.2020.)

kvalitete proizvoda i usluga, posebice poboljšanje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda, koji bi imali za rezultat privlačenje turista izvan glavne sezone, smatra se od iznimne važnosti.

Znanstvena istraživanja o sezonalnosti hrvatskog turizma pokazuju da različita emitivna tržišta i različite vrste smještajnih kapaciteta karakterizira različit stupanj sezonalnosti. To znači da bi „mjere turističke politike usmjerene na promjenu strukture smještajnih kapaciteta (povećanje udjela hotelskog smještaja), kao i veća usmjerenost na emitivna tržišta koja karakterizira niža sezonalnost, vjerojatno smanjili sezonalnost potražnje za hrvatskim turističkim proizvodom“.[36] Vidljivo je da se Hrvatska pretjerano oslanja na postojeći model turizma te se potencijalni rizici mogu smanjiti uvođenjem i razvojem novih turističkih proizvoda i poboljšanjem već postojećih proizvoda (razvoj drugih vrsta turizma koji su različiti od dominantnog ljetnog odmorišnog turizma, npr. zdravstveni turizam, gastronomski turizam...), iskorištavanjem hrvatske povijesne baštine i ponudom izvansezonskih paketa dobro diferenciranih turističkih usluga.

„Kad su u pitanju mediteranske zemlje, s kojima se Hrvatska može uspoređivati više nego sa sjevernim zemljama Europe, iza Crne Gore, Bugarske i Grčke su Francuska i Italija s ukupno 36 posto prometa u srpnju i kolovozu, dok Španjolska u dva ljetna mjeseca ima 28 posto godišnjeg udjela noćenja. Malta se izdvaja iz trenda Mediterana kao jedna od zemalja s najravnomjernijim rasporedom popunjenosti kroz godinu. Uz Maltu tu su Češka, Njemačka, Estonija, Poljska, Finska, kao i Kosovo.“[37]

[36] Ibidem.
[37] Crnjak, M. (2020): Hrvatska europski rekord po sezonalnosti, nadmašila Grčku [Internet] raspoloživo na: https://www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-europski-rekorder-po-sezonalnosti-nadmasila-i-grcku-361325 (pristupljeno 27.04.2020.)

Slika 1. Dolasci turista po mjesecima u 2017. godini

Dolasci turista

	DOLASCI TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
Siječanj	177.401	60.746	116.655	34,2	65,8
Veljača	209.536	83.201	126.335	39,7	60,3
Ožujak	342.540	168.336	174.204	49,1	50,9
Travanj	915.770	468.738	447.032	51,2	48,8
Svibanj	1.256.710	641.934	614.776	51,1	48,9
Lipanj	2.526.241	966.658	1.559.583	38,3	61,7
Srpanj	4.346.419	1.247.493	3.098.926	28,7	71,3
Kolovoz	4.205.544	1.170.557	3.034.987	27,8	72,2
Rujan	1.978.713	841.722	1.136.991	42,5	57,5
Listopad	850.333	455.309	395.024	53,5	46,5
Studeni	307.824	134.910	172.914	43,8	56,2
Prosinac	313.549	119.105	194.444	38,0	62,0

Izvor: Turizam u brojkama 2017., [Internet] raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 27.04.2020.)

Promatrajući cijelu godinu, u hrvatskome turizmu uočljiva je značajna sezonalnost**.** Ako se usporedi mjesec s najmanjim brojem dolazaka s mjesecom s najvećim brojem dolazaka, odnosno siječanj sa srpnjom vidljivo je da srpanj ima 4,169.018 više ostvarenih dolazaka nego siječanj. Osim toga, samo se u dva mjeseca u godini (u srpnju i kolovozu) u Hrvatskoj ostvari oko 60% noćenja cijele godine. Prema ovim podacima može se vidjeti veliki porast dolazaka već u travnju, tj. skoro trostruki porast u odnosu na ožujak. Kao i u skoro svakoj destinaciji, kada se bliži glavna turistička sezona vidljiv je sve veći rast, a završetkom sezone opada broj dolazaka kao što je vidljiva velika razlika dolazaka u rujnu u odnosu na kolovoz, odnosno smanjuje se za duplo.

Slika 2. Noćenja turista po mjesecima u 2017. godini

Noćenja turista

	NOĆENJA TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
Siječanj	441.472	155.767	285.705	35,3	64,7
Veljača	470.265	188.227	282.038	40,0	60,0
Ožujak	750.336	362.976	387.360	48,4	51,6
Travanj	2.550.428	1.351.141	1.199.287	53,0	47,0
Svibanj	4.115.822	2.104.979	2.010.843	51,1	48,9
Lipanj	12.030.104	4.582.635	7.447.469	38,1	61,9
Srpanj	25.291.870	7.339.705	17.952.165	29,0	71,0
Kolovoz	26.826.651	7.570.533	19.256.118	28,2	71,8
Rujan	9.899.830	4.066.203	5.833.627	41,1	58,9
Listopad	2.515.570	1.379.481	1.136.089	54,8	45,2
Studeni	662.801	263.686	399.115	39,8	60,2
Prosinac	645.112	234.105	411.007	36,3	63,7

Izvor: Turizam u brojkama 2017., [Internet] raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 27.04.2020.)

Gore navedena slika prikazuje broj ostvarenih noćenja turista po mjesecima u 2017.godini. Prva tri mjeseca bilježe nizak broj dolazaka te se onda broj dolazaka skoro pa udvostručuje (velika je razlika u broju noćenja turista između ožujka i travnja). Vidljivo je da je u kolovozu ostvaren najveći broj noćenja, točnije 26,826.651 noćenja što se i nadovezuje s gornjom slikom i dolascima turista.

Slika 3. Dolasci turista po mjesecima u 2018.godini

Dolasci turista

	DOLASCI TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
Siječanj	210.581	73.940	136.641	35,1	64,9
Veljača	219.167	92.525	126.642	42,2	57,8
Ožujak	440.270	226.337	213.933	51,4	48,6
Travanj	950.572	481.638	468.934	50,7	49,3
Svibanj	1.642.545	778.467	864.078	47,4	52,6
Lipanj	2.627.838	1.027.843	1.599.995	39,1	60,9
Srpanj	4.330.377	1.249.435	3.080.942	28,9	71,1
Kolovoz	4.369.121	1.240.279	3.128.842	28,4	71,6
Rujan	2.190.867	913.299	1.277.568	41,7	58,3
Listopad	963.470	526.625	436.845	54,7	45,3
Studeni	372.356	176.467	195.889	47,4	52,6
Prosinac	349.416	135.758	213.658	38,9	61,1

Izvor: Turizam u brojkama 2018., [Internet] raspoloživo na: https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf (pristupljeno 27.04.2020.)

U 2018. godini je opet uočljiva značajna sezonalnost, kao i u 2017. godini. Ako se usporedi mjesec s najmanjim brojem dolazaka s mjesecom s najvećim brojem dolazaka, odnosno siječanj s kolovozom vidljivo je da srpanj ima 4,158.540 više ostvarenih dolazaka nego siječanj. Prema ovim podacima, opet se može vidjeti veliki porast dolazaka već u travnju, tj. skoro za duplo od mjeseca ožujka te naravno pad broja dolazaka kako se bliži kraj glavne sezone (kao što je vidljiva velika razlika dolazaka u rujnu u odnosu na kolovoz, odnosno smanjuje se skoro za duplo).

Slika 4. Noćenja turista po mjesecima u 2018.godini

Noćenja turista

	NOĆENJA TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
Siječanj	532.075	180.676	351.399	34,0	66,0
Veljača	485.251	194.789	290.462	40,1	59,9
Ožujak	1.014.777	518.397	496.380	51,1	48,9
Travanj	2.513.405	1.303.986	1.209.419	51,9	48,1
Svibanj	5.759.584	2.708.855	3.050.729	47,0	53,0
Lipanj	11.850.435	4.600.638	7.249.797	38,8	61,2
Srpanj	25.918.243	7.759.140	18.159.103	29,9	70,1
Kolovoz	27.050.659	7.944.846	19.105.813	29,4	70,6
Rujan	10.186.069	4.156.710	6.029.359	40,8	59,2
Listopad	2.826.494	1.544.919	1.281.575	54,7	45,3
Studeni	781.182	326.913	454.269	41,8	58,2
Prosinac	733.585	265.282	468.303	36,2	63,8

Izvor: Turizam u brojkama 2018., [Internet] raspoloživo na: https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf (pristupljeno 27.04.2020.)

Nema vidljive razlike u 2018. godini u usporedbi s brojem noćenja iz 2017. godine. Slika 4. prikazuje broj ostvarenih noćenja turista po mjesecima u 2018.godini. Kao i na slici broj dolazaka turista u 2017.godini, prva tri mjeseca bilježe nizak broj dolazaka te se onda broj dolazaka skoro pa udvostručuje. U kolovozu je ostvaren najveći broj noćenja, točnije 27,050.659 noćenja. Na sezonalnost hrvatskog turizma ukazuje i podatak da se 64,8 posto ukupnog broja noćenja u 2018. godini ostvarilo tijekom lipnja, srpnja i kolovoza.

Slika 5. Noćenja turista po vrstama objekata u 2017. i 2018.godini

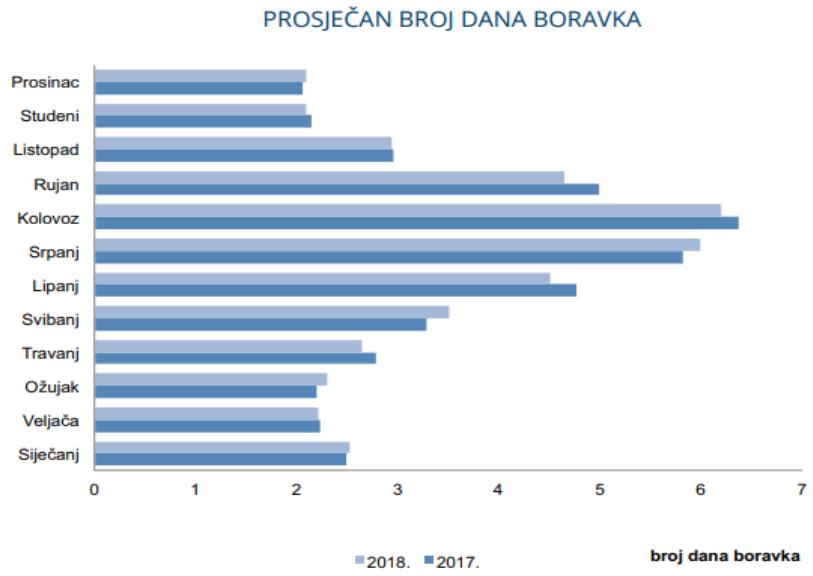
	Ukupan broj postelja*		Struktura (ukupno = 100)	
	2017.	2018.	2017.	2018.
Hoteli i sličan smještaj	182.590	183.330	14,7%	14,0%
Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	795.982	864.670	64,1%	65,8%
Kampovi i prostori za kampiranje	258.210	262.542	20,8%	20,0%
Ostali smještaj	5.881	2.621	0,5%	0,2%
Ukupno	1.242.663	1.313.163	100,0%	100,0%

Izvor: Rašić, I. (2019): Sektorske analize, [Internet] raspoloživo na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf (pristupljeno 27.04.2020.)

„Premda je sezonalnost turizma u Hrvatskoj ponajviše uvjetovana klimatskim faktorima, značajan utjecaj ima i struktura smještajnih kapaciteta. Strukturu turističkih smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj obilježava dominacija privatnog smještaja i kampova koji uglavnom posluju za vrijeme ljetne sezone. Privatni smještaj u ukupnom broju postelja sudjeluje sa 65,8 posto, a kampovi i prostori za kampiranje s 20 posto. Pod privatnim smještajem

podrazumijevaju se sobe, apartmani, studio-apartmani i kuće za kraći odmor. Hotelski smještajni kapaciteti čine tek 14 posto ukupnog broja postelja (2018.).“[38]

Slika 6. Prosječan broj dana boravka po mjesecima u 2018. godini

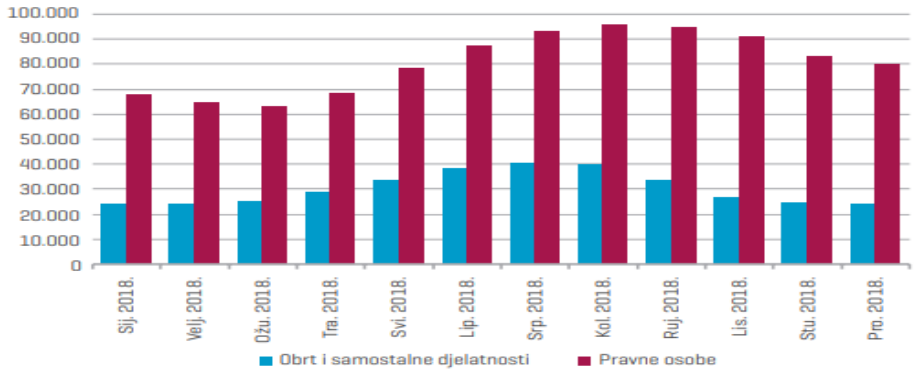


Izvor: Turizam u brojkama 2018., [Internet], raspoloživo na: https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf , (pristupljeno 27.04.2020.)

Na prikazanoj slici, može se uočiti da se najveći broj ostvarenih dana boravka upravo ostvario u srpnju i kolovozu, i u 2017. i u 2018.godini, što je još jedan pokazatelj sezonalnosti hrvatskog turizma. Turisti za vrijeme glavne sezone borave po 5-7 dana (od lipnja do listopada), a izvan glavne sezone broj dana boravke iznosi od 1-3 dana.

[38] Rašić, I. (2019): Sektorske analize, [Internet] , raspoloživo na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf (pristupljeno 29.04.2020.)

Slika 7. Zaposleni u pravnim osobama, obrtu i djelatnostima slobodnih profesija, djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, po mjesecima 2018. godine



Izvor: Rašić, I. (2019): Sektorske analize, [Internet], raspoloživo na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf (pristupljeno 27.04.2020.)

Još jedan pokazatelj sezonalnosti hrvatskog turizma je broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Najveća zaposlenost doseže se tijekom ljetnih mjeseci (lipanj, srpanj, kolovoz i rujan), a najniža tijekom prvog tromjesečja.

„Sezonalnost turizma u Hrvatskoj uzrokovana je geografskim obilježjima turistički receptivnih prostora koji su najatraktivniji, a time i najposjećeniji. Jedno od tih obilježja jesu klimatski čimbenici koji izravno diktiraju pogodnost korištenja turističkih resursa (npr. Jadransko more), dok je s druge strane jedan od presudnih čimbenika u korištenju tih resursa ustaljeni trend u korištenju godišnjih odmora u pojedinim europskim zemljama iz kojih se generira najveća turistička potražnja za turizmom u Hrvatskoj.“[39]

[39] Čavlek, N., Čizmar, S., Bartoluci M., Hendija Z. (2010): Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj, str.5.

U nastavku se navode hrvatski primjeri razvoja raznovrsnih turističkih proizvoda koji imaju za cilj smanjiti sezonalnost turizma jer se ne odnose na prevladavajuću vrstu turizma „sunce i more“ te nisu koncentrirani na samoj obali:[40]

- Umjetnički paviljon Zagreb, koji postavlja reprezentativne međunarodne izložbe od regionalnog značenja koje posjećuje 10 do 15 tisuća inozemnih posjetitelja po izložbi.

- Terme Tuhelj koje se nameću kao lider u termalnom turizmu.

- Vodeni park Aquae Vivae koji ima potencijal postati regionalni lider u kategoriji vodenih parkova.

- Razvoj digitalnog rješenja za trčanje koje ujedno promovira domaće destinacije jer pruža virtualni doživljaj trčanja po Zagrebu i Plitvicama.

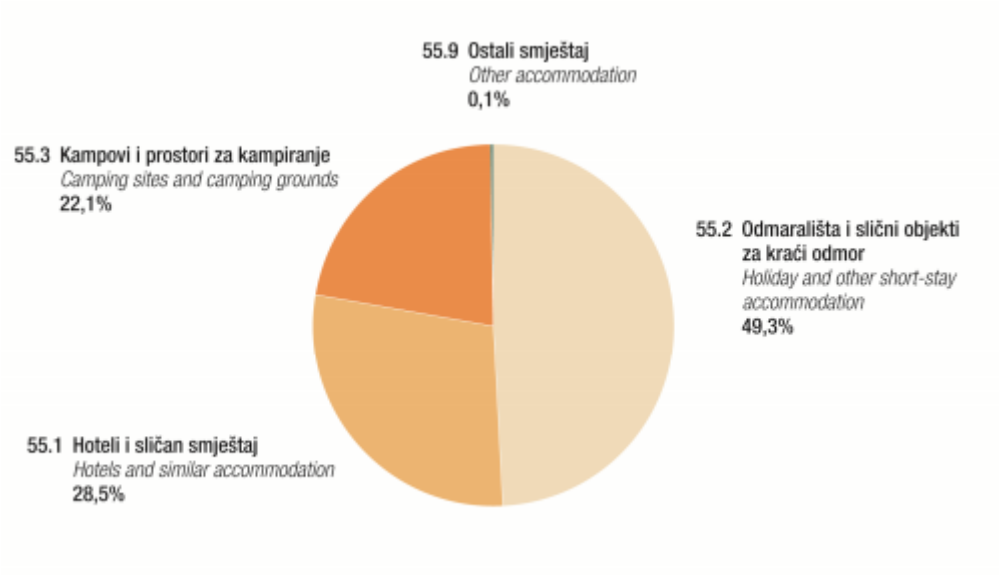
- Krajevi Hrvatske predstavljaju atraktivno odredište za inozemne produkcijske kuće, stoga promocija Hrvatske putem snimanja popularnih serija i filmova je odličan globalni PR.

3.1.1. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2017.godini

U Hrvatskoj u 2017.godini, odmarališta i slični objekti za kraći odmor najpopularniji su među stranim turistima (sudjeluju u udjelu sa 49,3%). Hoteli i sličan smještaj sudjeluju u strukturi noćenja stranih turista sa 28,5% te ih slijede kampovi i prostori za kampiranje a 22,1%.

Slika 8. Struktura noćenja stranih turista u 2017.godini

[40] Rihelj, G. (2016): Da li je u Hrvatskoj moguće smanjiti sezonalnost [Internet] , raspoloživo na: https://hrturizam.hr/da-li-je-u-hrvatskoj-moguce-smanjiti-sezonalnost/ (pristupljeno 02.05.2020.)



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2018): Statistička izvješća, [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf (pristupljeno 27.04.2020.)

Slika 9: Broj ostvarenih noćenja turista po vrstama smještajnih kapaciteta u 2017.godini

	NOĆENJA TURISTA		INDEKS	STRUKTURA (u %)	
	2016.	2017.	2017./16.	2016.	2017.
Hoteli i aparthoteli	18.435	19.669	106,7	23,6	22,8
Turistička naselja	2.936	3.021	102,9	3,8	3,5
Turistički apartmani	1.406	1.316	93,6	1,8	1,5
Kampovi i kampirališta	17.484	19.082	109,1	22,4	22,1
Privatne sobe	35.545	40.851	114,9	45,5	47,4
Lječilišta	154	152	98,7	0,2	0,2
Odmarališta	100	105	105,0	0,1	0,1
Hosteli	1.034	1.124	108,7	1,3	1,3
Ostalo	738	787	106,6	0,9	0,9
Nekategorizirani objekti	87	93	106,9	0,1	0,1
UKUPNO	77.919	86.200	110,6	100,0	100,0

Izvor: Turizam u brojkama 2017., [Internet], raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf, (pristupljeno 27.04.2020.)

Broj ostvarenih noćenja turista u Republici Hrvatskoj u 2017.godini iznosio je 86.200, tj. za 8 281 veći u odnosu na 2016.godinu. U strukturi smještajnih kapaciteta dominiraju privatne sobe za 40.851 ostvarenih noćenja, zatim ih slijede hoteli i aparthoteli sa 19.669 noćenja i kampovi i kampirališta sa 19.082 noćenja. Najmanji broj noćenja ostvaren je u nekategoriziranim objektima u 2016. i 2017.godini.

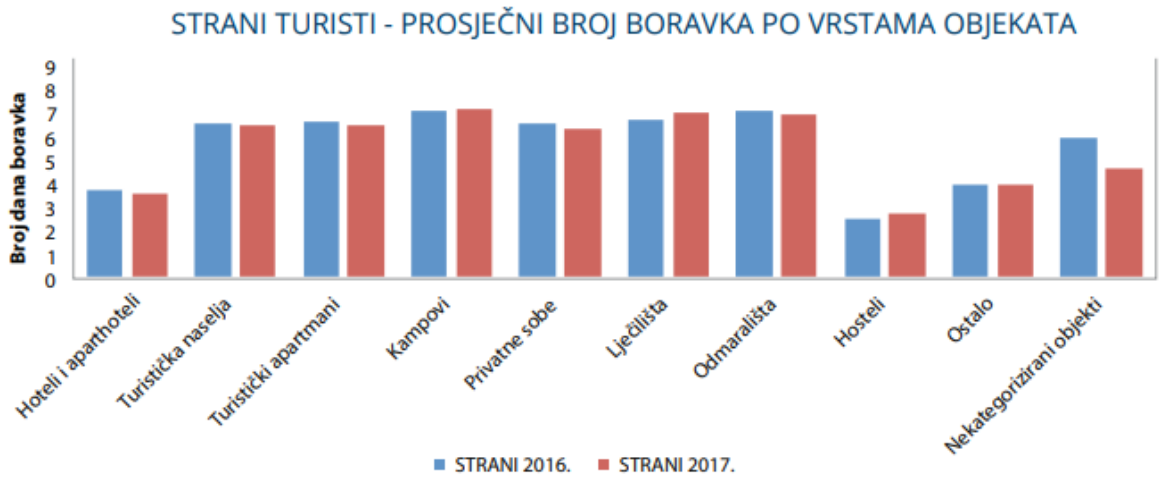
Slika 10. Prosječni broj noćenja po dolasku po vrstama smještajnih kapaciteta u 2017.godini

	PROSJEČNI BROJ NOĆENJA PO DOLASKU	
	2016.	2017.
Hoteli i aparthoteli	3,3	3,2
Turistička naselja	5,9	5,9
Turstički apartmani	6,1	6,0
Kampovi	6,7	6,8
Privatne sobe	6,1	5,8
Lječilišta	7,3	7,6
Odmarališta	5,9	6,2
Hosteli	2,4	2,5
Ostalo	3,4	3,4
Nekategorizirani objekti	6,2	5,5
UKUPNO	5,0	4,9

Izvor: Turizam u brojkama 2017., [Internet], raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf, (pristupljeno 29.04.2020.)

Najveći broj noćenja ostvario se u lječilištima (prosječno 7,6 noćenja) i u odmaralištima (6,2 noćenja). Slijede ih kampovi gdje se u prosjeku ostvari 6 noćenja koji zapravo predstavljaju i najveću potražnju za smještajnim kapacitetom u Hrvatskoj. Najmanji broj ostvario se u hostelima sa 2,5 noćenja.

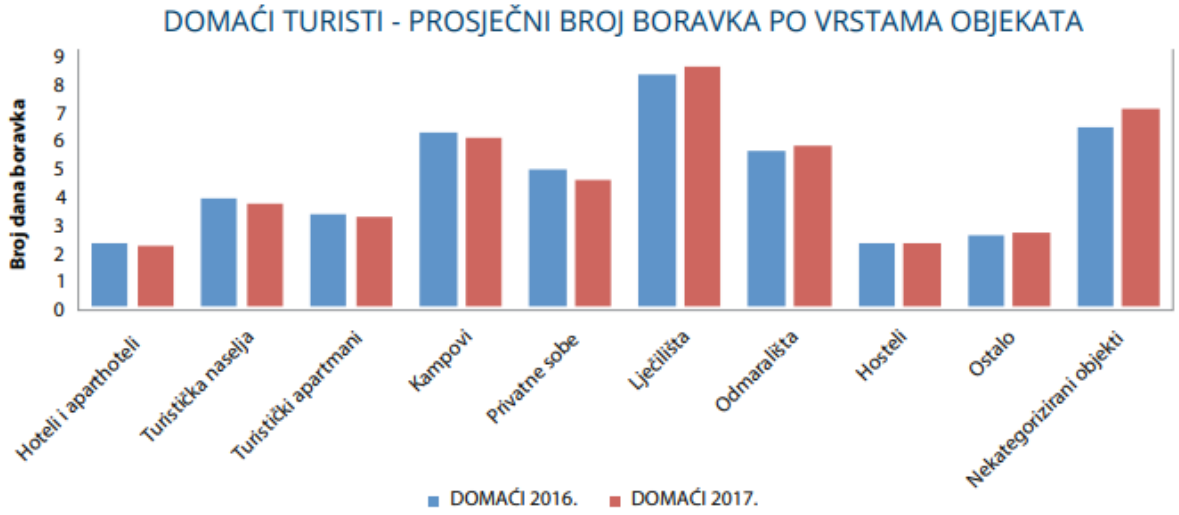
Slika 11. Prosječni broj dana boravka stranih turista po vrstama smještajnih objekata u 2017.godini



Izvor: Turizam u brojkama 2017., [Internet], raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf, (pristupljeno 29.04.2020.)

Na gore prikazanoj slici, vidljivo je da se najveći broj ostvarenih dana boravka ostvario u kampovima i lječilištima, odnosno 6-7 dana. Najmanji broj dana boravka ostvaren je u hotelima i aparthotelima (3-4 dana) i u hostelima (2-3 dana).

Slika 12. Prosječni broj dana boravka domaćih turista po vrstama smještajnih objekata u 2017.godini



Izvor: Turizam u brojkama 2017., [Internet], raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf, (pristupljeno 29.04.2020.)

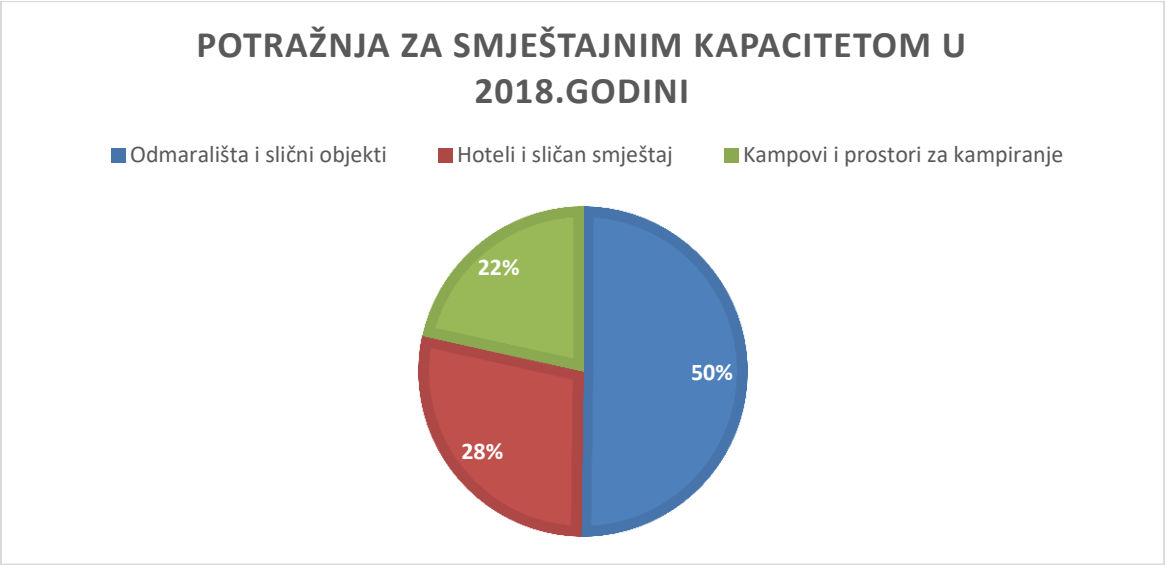
Na slici 12. vidljivo je da se najveći broj ostvarenih dana boravka domaćih turista ostvario u lječilištima, odnosno 8-9 dana, nekategoriziranim objektima 6-7 dana i u kampovima 5-6 dana. Najmanji broj dana boravka ostvaren je u hotelima i aparthotelima (1-2 dana) i u hostelima (1-2 dana).

3.1.2. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2018.godini

„U skupini Odmarališta i slični objekti za kraći odmor ostvareno je najviše noćenja turista, i to 45,0 milijuna, što je 50,1% od ukupno ostvarenih noćenja. U odnosu na 2017. u ovoj skupini ostvaren je porast dolazaka za 9,1% i porast noćenja turista za 5,8%. U skupini Hoteli i sličan smještaj ostvareno je 25,3 milijuna noćenja, što je 28,3% od ukupno ostvarenih noćenja. Ova skupina ostvarila je porast dolazaka za 6,5% i porast noćenja turista za 3,3% u 2018. u odnosu na 2017. Skupina Kampovi i prostori za kampiranje ostvarila je 19,3 milijuna noćenja, što je 21,5% od ukupno ostvarenih noćenja. U 2018. skupina Kampovi i prostori za

kampiranje ostvarila je porast dolazaka za 3,5% i porast noćenja turista za 1,0% u 2018. u odnosu na 2017.“[41] Broj postotaka ostvarenih noćenja je priložen na sljedećoj slici.

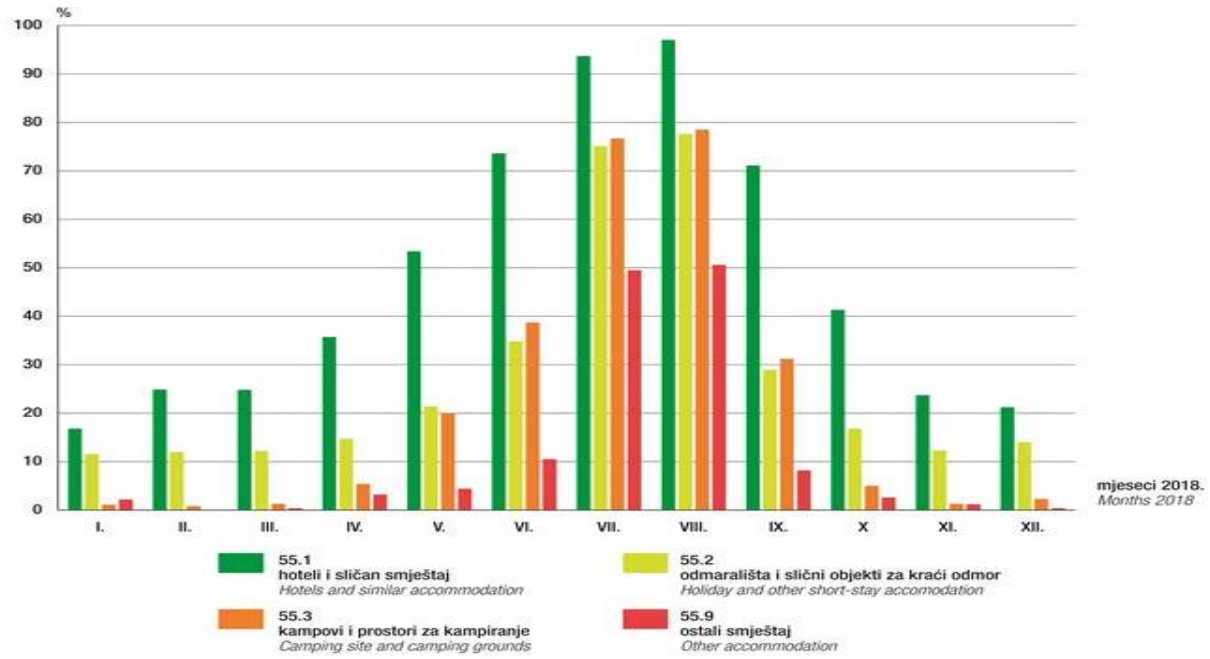
Slika 13. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2018.godini



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2019: Dolasci i noćenja turista u 2018., [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm (pristupljeno 02.05.2020.)

[41] Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2019: Dolasci i noćenja turista u 2018. [Internet] , raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm [pristupljeno 02.05.2020.]

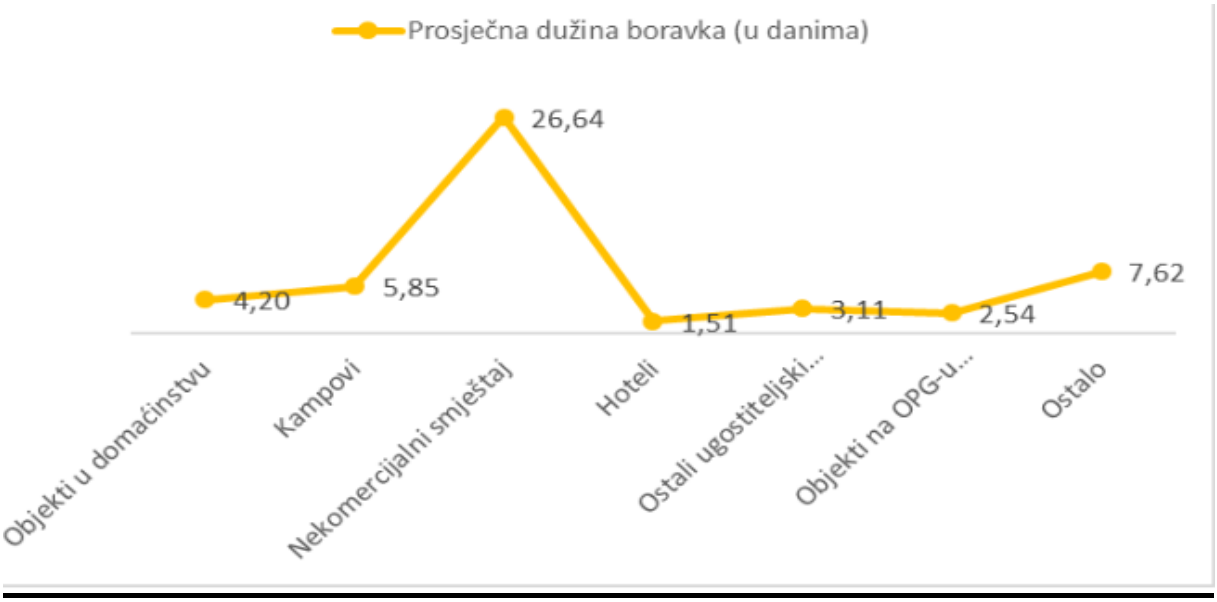
Slika 14. Popunjenost stalnih postelja po mjesecima u 2018.godini



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2019): Dolasci i noćenja turista u 2018., [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm (pristupljeno 02.05.2020.)

Na slici 14. vidljivo je da se potražnja za smještajnim kapacitetom povećava u mjesecima glavne sezone. U sedmom i osmom mjesecu prevladavaju hoteli i sličan smještaj te ih prate kampovi i prostori za kampiranje.

Slika 15. Prosječna dužina boravka prema vrstama smještaja u 2018.godini



Izvor: HGK (2019): Turizam LSŽ u brojkama turistička sezona 2018., [Internet], raspoloživo na: ***https://hgk.hr/documents/turisticki-promet-u-lszturisticka-sezona-20185c6ff0c5baec5.pdf*** (pristupljeno 02.05.2020.)

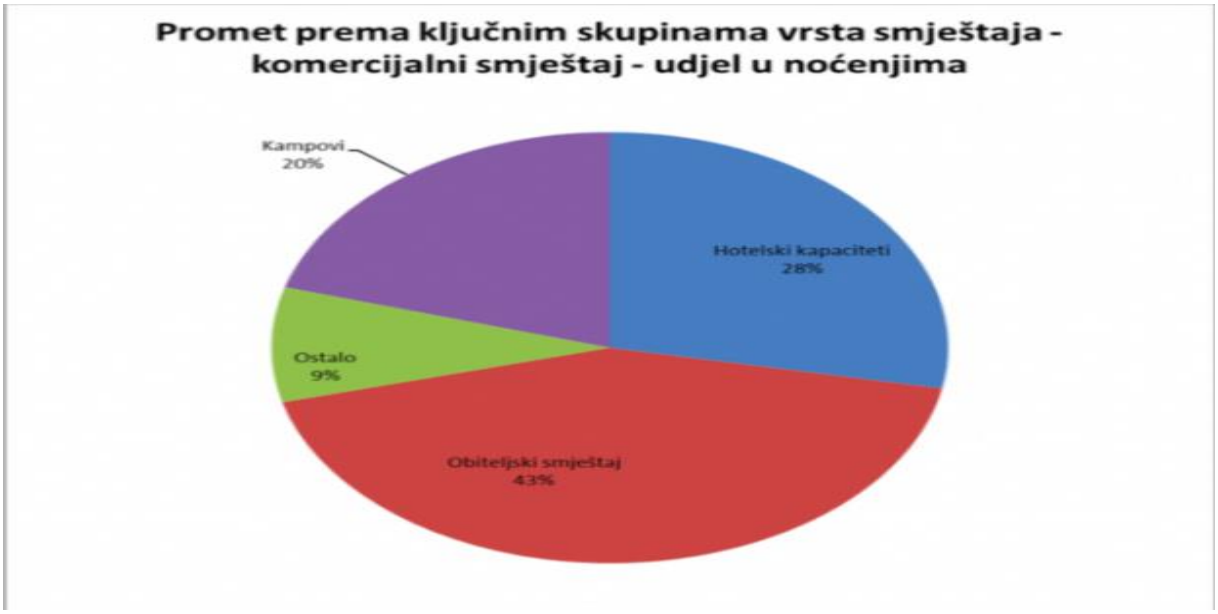
Gledano tri osnovne vrste komercijalnog smještaja (hoteli, kampovi i objekti u domaćinstvu) u kojima se ostvaruje najveći broj noćenja, vidljivo je da gosti najduže borave u kampovima 5,85dana, u objektima u domaćinstvu 4,20dana, a u hotelima 1,51 dan.

3.1.3. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2019. godini

Tijekom 2019. godine, glavnina turističkog prometa registrirana je u komercijalnim smještajnim objektima (85%), dok je promet u nautičkom segmentu iznosio 3%.[42] Nekomercijalni smještajni kapaciteti u ukupnom prometu sudjeluju s udjelom od 12%.[43] U strukturi komercijalnog smještaja, tijekom 2019. dominira promet u obiteljskom smještaju (43 %), a potom slijedi smještaj u hotelima (28 %).

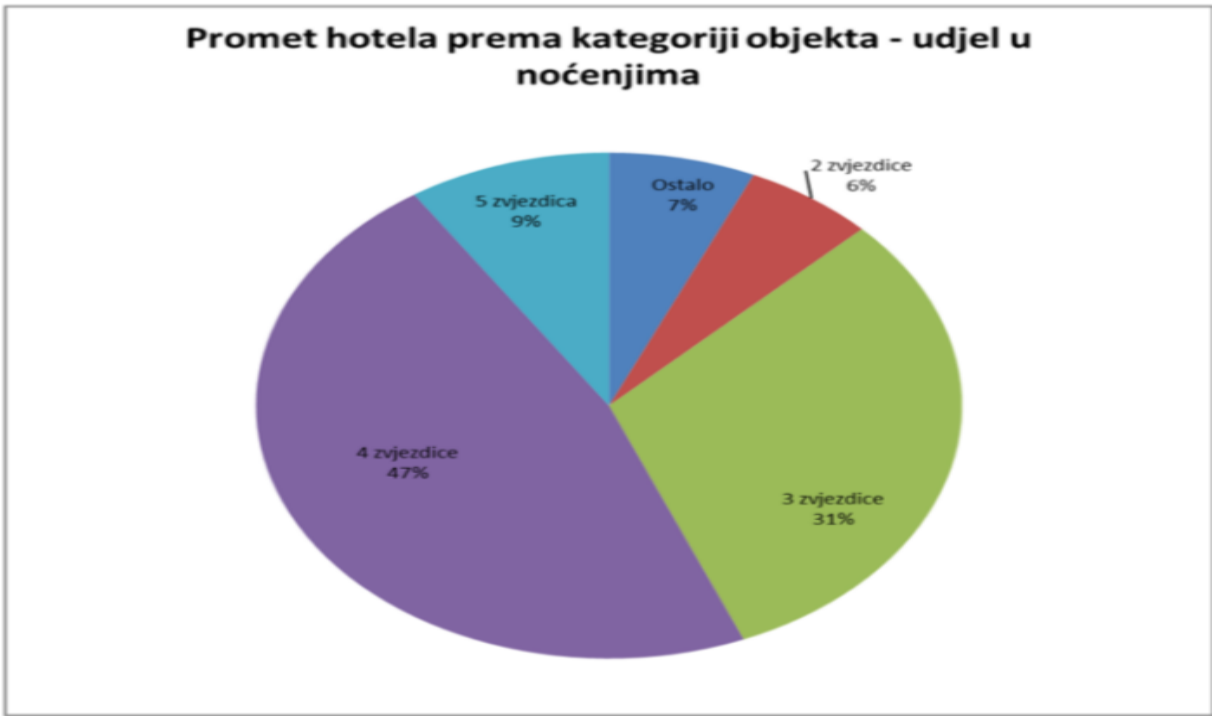
[42] Rihelj, G. (2020): U 2019.godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja [Internet] , raspoloživo na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ (pristupljeno 02.05.2020.)
[43] Ibidem.

Slika 16. Promet prema ključnim skupinama vrsta smještaja u 2019.godini



Izvor: Rihelj, G. (2020): U 2019.godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja[Internet] raspoloživo na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ (pristupljeno 02.05.2020.)

Slika 17. Promet hotela prema kategoriji objekta u 2019.godini



Izvor:_Rihelj, G. (2020): U 2019.godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja, [Internet], raspoloživo na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ (pristupljeno 02.05.2020.)

Nešto manje od polovice prometa u hotelskom smještaju ostvaren je u objektima s 4 zvjezdice (47 %), a potom slijede objekti s 3 zvjezdice (31%). U kampovima su tijekom 2019. gotovo polovicu noćenja ostvarili objekti s 4 zvjezdice. Kada govorimo o objektima obiteljskog smještaja, najveći je promet tijekom 2019. ostvaren u segmentu kategorije 3 zvjezdice (72 %).[44]

Slika 18. Broj organiziranih i individualnih noćenja po vrstama objekta u 2019.godini

[44] Ibidem.

Vrsta objekta	Organizirano	Individualno
Hoteli	67%	33%
Kampovi	27%	73%
Objekti na OPG-u	13%	87%
Objekti u domaćinstvu	14%	86%
Ostali ugostiteljski objekti	29%	71%
Ostalo	3%	97%
Restorani	2%	98%
Ukupno komercijalni smještaj	32%	68%
Nekomercijalni smještaj	0%	100%
Nautika	0%	100%
Ukupno	28%	72%

Izvor: Rihelj, G. (2020): U 2019.godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja, [Internet], raspoloživo na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ (pristupljeno 02.05.2020.)

U hotelskom segmentu čak 67% hotelskih noćenja ostvareno je u organiziranom segmentu prometa, što je ujedno i najveći postotak u organiziranom segmentu promet, dok je 33% organizirano individualno. Za obiteljski smještaj udjel organiziranih noćenja iznosio je 14%, dok je udjel individualca 86%.

Slika 19. Broj dolazaka i noćenja prema vrstama smještajnih kapaciteta u 2019.godini

Vrsta objekta	01.01.2019.-31.12.2019.	
	Dolasci	Noćenja
Hoteli	7.902.294	25.773.561
Kampovi	2.881.516	18.811.565
Objekti na OPG-u	30.598	106.581
Objekti u domaćinstvu	6.847.455	39.324.116
Ostali ugostiteljski objekti	1.956.348	7.835.116
Ostalo	14.106	78.885
Restorani	5.915	10.642
Ukupno komercijalni smještaj	19.638.232	91.940.466
Nekomercijalni smještaj	515.310	13.145.931
Nautika	538.079	3.557.157
UKUPNO	20.691.621	108.643.554

Izvor: Rihelj, G. (2020): U 2019.godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja, [Internet], raspoloživo na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ (pristupljeno 02.05.2020.)

Ukupni broj dolazaka u 2019. godini iznosio je 20.691.621**,** dok je ujedno zabilježeno 108.643.554 noćenja. Samo u komercijalnom smještaju, najviše je turističkih noćenja u 2019., nešto malo više od 39 milijuna, bilo je u objektima u domaćinstvu, čime je taj smještaj u plusu od 3 posto u odnosu na 2018., pri čemu treba imati u vidu da je u toj vrsti smještaja i u 2019. ostvaren veći porast broja kreveta nego u nekim drugim vrstama komercijalnog smještaja.[45] U hotelima je bilo gotovo 25 milijuna noćenja te u kampovima 19 milijuna noćenja. Noćenja nautičara bilo je 3,5 milijuna ili 11,1 posto više u odnosu na 2018.godinu, a najveći lanjski porast među komercijalnim objektima, od 18,4 posto, s gotovo 107 tisuća noćenja zabilježili su OPG-ovi.[46] Nekomercijalni smještaj je također doživio porast od 4,4 posto u odnosu na 2018.[47]

[45] Turizmoteka (2020): U 2019. godini 21 milijun turista [Internet] , raspoloživo na: https://www.turizmoteka.hr/jos-iz-turizma/turizam-u-brojkama/u-2019-godini-21-milijun-turista/ (pristupljeno 02.05.2020.)

[46] Ibidem.
[47] Ibidem.

3.2. Osnovna obilježja grada Solina

Solin je prvotno postojao pod imenom Salona te je započeo svoju povijest nekoliko stoljeća prije Kristova rođenja kao važna luka i trgovište na istočnoj obali Jadranskoga mora.[48] Salona je bila grčka kolonija te svoje prvo oblikovanje u grad može zahvaliti grčkim trgovcima i kolonistima. Pod rimsku je vlast došla vjerojatno 78. ili 77. god. prije Krista. Gaj Julije Cezar ju je uzdigao na razinu rimske kolonije.[49]

Salona je bila glavni grad rimske provincije Dalmacija te snažan razvoj doživljava u Dioklecijanovo doba i tada dobiva epitet felix, što znači sretna Salona. Grad se širi kao kršćanska zajednica i preživljava progone.

Zatim Salona pada po navalom Slavena i Avara u 7.stoljeću, iako se još točno ne može utvrditi godina njenog pada. Na to područje dolaze Hrvati te u suživotu s preostalim starosjediteljima prihvaćaju kršćanstvo. „U razdoblju od 9. do 11. stoljeća više hrvatskih vladara povezuje se sa Solinom: knez Trpimir obnavlja samostan u Rižinicama, kraljica Jelena podiže crkve na Gospinu otoku gdje će biti i pokopana uz druge vladare, kralj Zvonimir se kruni u crkvi sv. Petra i Mojsija.“[50]

Sredinom 17.stoljeća oslobađa se turskog ropstva te ga naseljavaju Mlečani na rubovima porušenog antičkog grada te uz rijeku. Nakon osamostaljenja hrvatske države, Solin stječe status grada. Neke od zanimljivih činjenica o Solinu su što se u povijesti npr. Solin navodi kao mjesto prvih pokrštavanja Hrvata te se rijeka Jadro koja protječe Solinom navodi kao „hrvatski Jordan".[51]

Grad Solin smjestio se na 16,53 stupnja istočne geografske dužine i 46,47 stupnjeva sjeverne geografske širine te je 2011. godine imao 23.926 stanovnika. Danas broji 24.125 stanovnika te površina grada iznosi 18 km². Povijesno gledano, Solin je jedan od najstarijih gradova u Hrvatskoj. Ipak, zahvaljujući svom razvoju i kvaliteti življenja koju nudi građanima, s ponosom nosi naziv „Sretni grad uz Jadro“. S prosječnom dobi stanovnika od 34,3 godine i

[48] Anonymous, Od stare Salone do Solina i Splita, [Internet], raspoloživo na: https://susretobitelji.hr/o-susretu/prasvetiste-u-solinu (pristupljeno 03.05.2020.)
[49] Ibidem.
[50] Anonymous, Od prapovijesti do danas, [Internet], raspoloživo na: https://vmgs.hr/povijest.html (pristupljeno 03.05.2020.)
[51] Wikipedia, Solin [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Solin (pristupljeno 03.05.2020.)

indeksom vitalnosti 2,4, u 2016. godini Solin je prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku bio najmlađi grad u Hrvatskoj, s najvećim prirodnim prirastom novorođene djece, što uvelike doprinosi njegovoj tituli grada Prijatelja obitelji.[52]

Slika 20. Prikaz položaja grada Solina na karti Republike Hrvatske



Izvor: Anonymous, Položaj Solina, [Internet], raspoloživo na: https://www.google.com/search?q=polo%C5%BEaj+solina+&tbm=isch&ved=2ahUKEwj7wNKK6vvoAhVSNuwKHYNoDlAQ2-cCegQIABAA&oq=polo%C5%BEaj+solina+&gs_lcp=CgNpbWcQAzIECCMQJzIECCMQJ1CKlglYl6MJYM2oCWgAcAB4AIABkgGIAYwLkgEEMC4xMZgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1n&sclient=img&ei=7BygXvuaEtLssAeD0bmABQ&bih=789&biw=1583&hl=hr#imgrc=9PqFe5ZjyHAukM (pristupljeno 03.05.2020.)

„Sastoji se od tri izdvojene cjeline: središnjeg dijela na raskrižju cesta (Mitnica) prema Splitu, Trogiru i Klisu (stambeno-poslovni dio Solina), od Majdana, u maloj kotlini gornjeg toka Jadra, s tvornicom cementa, i od Donje Strane (Sveti Kaja), oko 1,5 km zapadno od središnjeg dijela, na cesti prema Trogiru, s tvornicom cementa i industrijskim pogonima.“[53] Solin obuhvaća područja nekoliko naselja, a to su Kučine, Mravince, Solin, Vranjic i Blaca.

[52] Gradonačelnik.hr (2018): Samo ovih devet hrvatskih gradova ima više rođenih nego umrlih [Internet], raspoloživo na: https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/samo-ovih-devet-hrvatskih-gradova-ima-vise-rodenih-nego-umrlih-tajna-uspjeha-novac-obiteljima-s-djecom-jeftine-nekretnine-posao-dobiju-svi/7773954/ (pristupljeno 03.05.2020.)
[53] Anonymous, Solin, [Internet], raspoloživo na: http://www.solin.hr/index.php/gradski-info (pristupljeno 03.05.2020.)

Slika 21. Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima u Solinu iz 2011.godine

	Spol	Ukupno	Starost																		
			0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
Splitsko-dalmatinska županija																						
Grad Solin	sv.	23.926	1.595	1.547	1.573	1.584	1.582	1.803	1.950	1.840	1.671	1.777	1.766	1.560	1.161	605	773	646	349	120	18	6
	m	11.752	824	786	832	795	783	897	959	917	831	882	859	811	574	277	332	244	119	25	4	1
	ž	12.174	771	761	741	789	799	906	991	923	840	895	907	749	587	328	441	402	230	95	14	5
Naselja																						
Blaca	sv.	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-
	m	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
	ž	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Kučine	sv.	974	54	64	61	65	70	51	78	78	61	72	67	63	87	19	39	22	16	5	1	1
	m	487	36	29	34	33	34	25	36	42	28	34	32	34	41	13	20	12	3	1	-	-
	ž	487	18	35	27	32	36	26	42	36	33	38	35	29	46	6	19	10	13	4	1	1
Mravince	sv.	1.628	111	100	104	89	91	111	158	139	96	101	107	116	94	58	69	48	24	10	2	-
	m	826	57	58	52	49	40	61	79	70	56	54	46	60	54	22	36	18	11	2	1	-
	ž	802	54	42	52	40	51	50	79	69	40	47	61	56	40	36	33	30	13	8	1	-
Solin	sv.	20.212	1.387	1.322	1.338	1.347	1.364	1.574	1.638	1.542	1.448	1.531	1.512	1.292	902	478	612	531	283	92	15	4
	m	9.896	704	671	714	665	679	772	813	762	715	758	741	673	448	217	252	193	95	20	3	1
	ž	10.316	683	651	624	682	685	802	825	780	733	773	771	619	454	261	360	338	188	72	12	3
Vranjic	sv.	1.110	43	61	70	83	57	67	76	81	66	73	80	87	78	50	53	45	26	13	-	1
	m	542	27	28	32	48	30	39	31	43	32	36	40	43	31	25	24	21	10	2	-	-
	ž	568	16	33	38	35	27	28	45	38	34	37	40	44	47	25	29	24	16	11	-	1

Izvor: Državni zavod za statistiku, Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima iz 2011.godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_01/h01_01_01_zup17_4065.html (pristupljeno 03.05.2020.)

Slika 22. Broj zaposlenih i nezaposlenih na području grada Solina prema posljednjem popisu stanovništva

	Ukupno *Total*	Zaposleni *Employed persons*	Nezaposleni *Unemployed persons*			Ekonomski neaktivni *Economically inactive persons*					Nepoz-nato *Unknown*
			svega *All*	neza-posleni, traže prvo zaposlenje *Unem-ployed, seeking first employ-ment*	neza-posleni, traže ponovno zaposlenje *Unem-ployed, seeking reem-ployment*	svega *All*	umirovlje-nici *Persons in retirement*	osobe koje se bave obvezama u kućanstvu *Persons in charge of household chores*	učenici ili studenti *Pupils or students*	ostale neaktivne osobe *Other inactive persons*	

Solin	svega/ *All*	19 211	9 042	1 789	337	1 452	8 378	4 526	860	2 004	988	2
	muškarci/ *Men*	9 310	4 727	887	178	709	3 694	2 292	26	926	450	2
	žene/ *Women*	9 901	4 315	902	159	743	4 684	2 234	834	1 078	538	-

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2016): Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011., [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1585.pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011.godine, broj zaposlenih na području grada Solina iznosio je 9042, odnosno 4 727 muškaraca i 4 315 žena. Broj nezaposlenih iznosio je 1 789 od kojih 337 njih su nezaposleni i traže prvo zaposlenje, a 1 452 su nezaposleni i traže ponovno zaposlenje. Ukupni broj ekonomsko neaktivnih iznosio je 8 378. Potrebno je naglasiti kako je veliki broj stanovnika grada Solina zaposlen na radnim mjestima u gradu Splitu i okolici.

Komunalna infrastruktura na području Solina je dobro razvijena. U 2016. godini dužina vodovodne mreže iznosila je 47.427 m, što je omogućilo pokrivenost vodoopskrbnim područjem od 99%.[54]

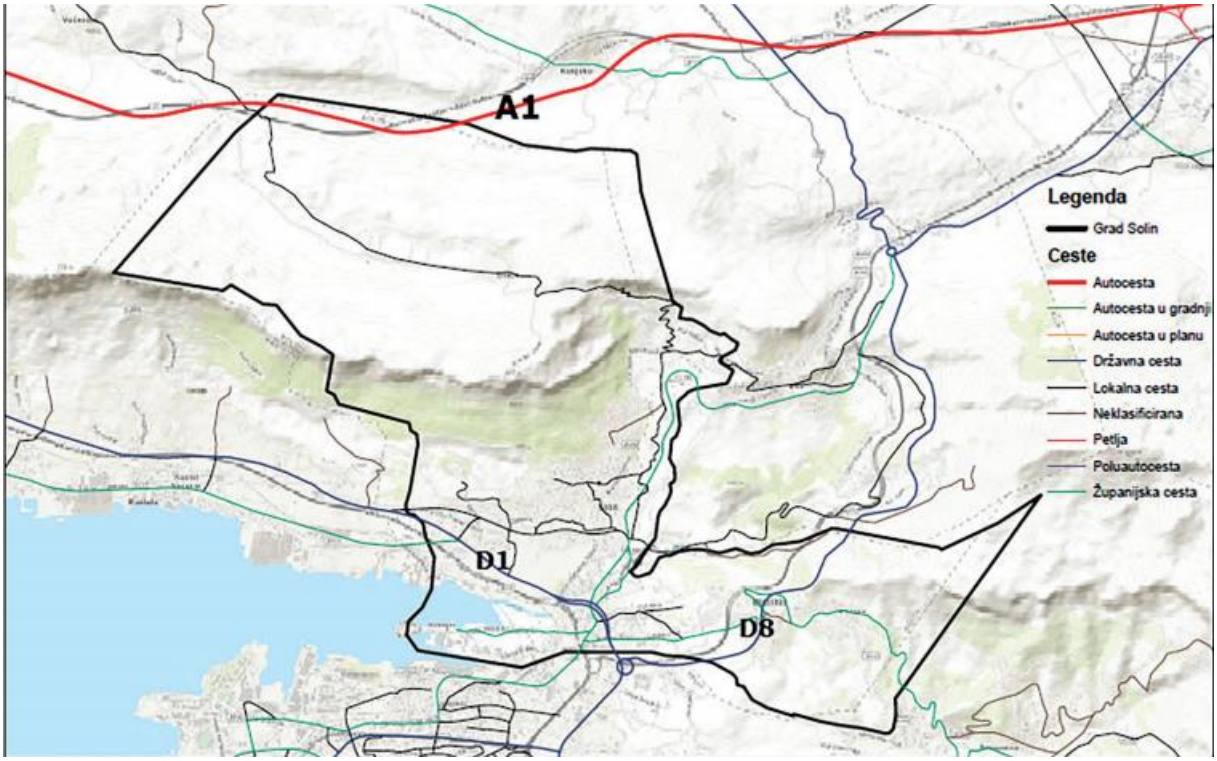
Grad Solin povezan je, izravno ili neizravno, s hrvatskim i europskim prometnim sustavom putem pomorskih, cestovnih, zrakoplovnih i željezničkih veza. Ukupna dužina cestovne mreže iznosi 79,77 km, od čega autoceste čine 2,10 km (2,6%), državne ceste 7,72 km (9,7%), županijske ceste 11,8 km (14,8%), lokalne ceste 15,16 km (19,0%) te nerazvrstane ceste 42,99 km (53,9%).[55]

Navedenim cestama Solin je povezan s važnim emitivnim destinacijama (za boravišni i izletnički turizam) i istaknutim prometnim čvorištima (pomorskog i avio prometa):[56]

- Trajektna luka Split – 8 km
- Zračna luka Split – 17 km
- Šibenik – 68 kn (državna cesta D8)
- Zagreb – 402 km (autocestom A1)
- Sarajevo – 237 km
- Ancona – 349 km (trajektom Split – Ancona).

[54] Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025. [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 03.05.2020.)
[55] Ibidem.
[56] Ibidem.

Slika 23. Cestovna povezanost grada Solina



Izvor: Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025., raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

3.3. Resursna i atrakcijska osnova grada Solina

3.3.1. Prirodni resursi

Gradom protječe rijeka Jadro, a planine Kozjak i Mosor ga okružuju. U rijeci Jadro živi endemska vrsta-mekousna pastrva poznata pod imenom 'Solinka'. Godine 1984. gornji tok rijeke proglašen je posebnim ihtiološkim rezervatom. Park šuma Voljak isto je zaštićeni dio prirode grada Solina. Šumu čini alepski bor na južnim padinama Kozjaka te ju je dopušteno koristiti samo u rekreacijske svrhe i svrhu boravka u prirodi. Biljni svijet Solina raspoređen je u nekoliko pojasa. Podnožje grada obiluje mediteranskom vegetacijom s vinogradima i voćnjacima i plodnim poljima, a iznad grada vide se samo ostaci šuma.[57] Još jedna zanimljivost koja se veže uz grad Solin jest i močvarni čempres koji raste kraj rijeke Jadro. Procijenjena starost stabla visokog 25 metara je 90 godina te je on od 1996. zaštićen kao spomenik prirode.

Tablica 2. Zaštićena prirodna baština u Solinu

Posebni ihtiološki rezervat Jadro - gornji tok
Spomenik parkovne arhitekture pojedinačno stablo močvarni čempres
Park šuma Voljak
Područje očuvanja značajno za vrste i stanišne tipove Mosor
Područje očuvanja značajno za vrste i stanišne tipove Jadro
Područje očuvanja značajno za ptice Mosor, Kozjak i Trogirska zagora

Izvor: Obrada autorice prema Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025., [Internet] raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

3.3.2. Kulturni resursi

Amfiteatar u Saloni je antički spomenik koji je otkriven 1846. godine na području Salone. Vjeruje se da su se unutar amfiteatra održavale borbe gladijatora. Gledalište je moglo primiti

[57] Borić, R. (2015): Močvarni čempres- spomenik prirode [Internet], raspoloživo na: http://apoliticni.hr/mocvarni-cempres-spomenik-prirode/ (pristupljeno 03.05.2020.)

oko 17.000-18.000 gledatelja, a bilo je razdijeljeno u tri pojasa, od kojih su donja dva bila predviđena za sjedenje, a treći za stajanje.[58]

Manastirine su poznato starokršćansko groblje koje i danas nisu još potpuno istražene. Do sada je pronađeno oko tisuću sarkofaga i grobnica svake vrste, te oko 370 natpisa.[59]

Zanimljivo je i spomenuti velika gradska vrata Porta Caesarea. Imala su dva prolaza, jedan za pješake, a drugi je bio prolaz za kola. S istočne su strane vrata utvrđena dvjema osmerokutnim kulama, a opažaju se ostaci vodovoda.[60]

U Solinu se nalaze i brojne druge znamenitosti, poput kuće Parać, Gašpine mlinice i Gospinog otoka. Tradicijska kuća Parać smještena je na amfiteatru arheološkog lokaliteta Salona. Sagrađena je 1863. od kamena salonitanskog amfiteatra te se na katu kuće može vidjeti kolekcija amfora te etno zbirka realizirana u suradnji s udrugom Solinjani gdje se može vidjeti kako je izgledao namještaj i predmeti spavaće sobe iz pučke baštine grada Solina.[61] Gašpina mlinica potječe iz 18. st. te je jedna od rijetkih sačuvanih mlinica na rijeci Jadro u kojoj su turisti mogli razgledati stare predmete iz solinske pučke baštine.[62] Za one koji nisu u mogućnosti posjetiti ovo zaštićeno kulturno dobro, na internetskoj stranici Solin tourist info, napravljena je 3D tura za turiste u kojem se samo jednim „klikom“ može vidjeti unutrašnjost same mlinice. Gospin otok je najstarije marijansko svetište u Hrvata. Na Otoku je u desetom stoljeću, hrvatska kraljica Jelena sagradila dvije crkve, Blažene Djevice Marije i svetog Stjepana.[63] Ovo svetište posjetio je i Papa Ivan Pavao II.

[58] Wikipedia, Amfiteatar u Saloni [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Amfiteatar_u_Saloni (pristupljeno 03.05.2020.)
[59] Anonymous, Manastirine, [Internet], raspoloživo na: http://www.solin.hr/index.php/povijest-grada/manastirine (pristupljeno 03.05.2020.)
[60] Ibidem.
[61] Dalmacija danas, Revitalizacija kuće parać u Solinu [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmacijadanas.hr/revitalizacija-kuce-parac-u-solinu-rimske-rodendanske-radionice-ljetne-anticke-radionice-tratamenti-stari-komin/ (pristupljeno 03.05.2020.)

[62] Anonymous, Gašpina mlinica [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/znamenitosti/solin-danas/gaspina-mlinica/ (pristupljeno 03.05.2020.)
[63] Anonymous, Gospin otok [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/znamenitosti/znamenitosti/gospin-otok/ (pristupljeno 03.05.2020.)

Tablica 3: Zaštićena kulturno-povijesna baština grada Solina

Grad Solin – urbana cjelina
Arheološka zona Salona (lokaliteti: Amfiteatar, Kapljuč, Marusinac, Manastirine, Hortus Metrodori; područje Salonitanske luke; područje Vranjičkog blata; morsko područje ušća Jadra i današnje solinske luke te područje izvan perimetara antičke Salone na kojem su ustanovljeni arheološki ostaci s pojedinačnim lokalitetima Gradina i Gospin otok
Arheološko nalazište Rižinice
Arheološko nalazište crkva sv. Petra i Mojsija tzv. Šuplja crkva
Dioklecijanov vodovod – akvedukt
Gospin otok – crkva sv. Stjepana i crkva Blažene Djevice Marije
Utvrda Gradina
Vranjic – pučko naselje, arheološki kopneni i hidroarheološki lokalitet
Gašpina mlinica
Crikvine – turnjačnica i samostan
Crkvica Sv. Nikole iz 14. st., s grobljem 3. – 17. st. Sv. Kajo
Župna crkva Sv. Ivana Krstitelja iz 19. st. Mravince
Sutikva – nalazi od brončanog doba do dolaska Rimljana
Crkvica Gospe od zdravlja, Blaca
Crkvica Sv. Jure na Kozjaku i groblje sa stećcima
Tvrđava Kuk, 16.st
Crkvica Sv. Petra na Mosoru, 14./15. St
Crikvina – ranokršćansko groblje i crkva Sv. Petra
Župna crkva Sv. Martina iz 18. st. Vranjic
Crkvica Sv. Luke iz 12. st. Kučine
Župna crkva bezgrješnog začeća iz 19. Kučine
Glavičine – ranosrednjovjekovno groblje
Arheološka zbirka Matijević

Izvor: Obrada autorice prema Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025., [Internet] raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 07.05.2020.)

Tablica 4. Kulturna dobra po vrsti, pravnom statusu i klasifikaciji na području grada Solina

	Vrsta kulturnog dobra	Pravni status	Klasifikacija
OLTAR IZ CRKVICE SV. LUKE	pokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	sakralni/religijski predmeti
ARHEOLOŠKA ZONA SOLINA	nepokretno kulturno dobro - kulturno-povijesna cjelina	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
ARHEOLOŠKA ZBIRKA MATIJEVIĆ	pokretno kulturno dobro - zbirka	zaštićeno kulturno dobro	arheološka građa
UTVRDA GRADINA	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
POVIJESNA JEZGRA SOLINA	nepokretno kulturno dobro - kulturno-povijesna cjelina	zaštićeno kulturno dobro	kulturno-povijesna cjelina
ARHEOLOŠKO NALAZIŠTE CRKVA SV. PETRA I MOJSIJA TZV. ŠUPLJA CRKVA	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
ARHEOLOŠKO NALAZIŠTE DVORINE	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
GAŠPINA MLINICA	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	profana graditeljska baština
ARHEOLOŠKO NALAZIŠTE "VODOVOD" - STAROHRVATSKO GROBLJE	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
ARHEOLOŠKO NALAZIŠTE „ILIRSKA SALONA"	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
ARHEOLOŠKI LOKALITET RIŽINICE	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
ARHEOLOŠKO NALAZIŠTE "CRKVINE"	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
POLUOTOK VRANJIC - RURALNA CJELINA I KOPNENA ARHEOLOŠKA ZONA S HIDROARHEOLOŠKOM ZONOM	nepokretno kulturno dobro - kulturno-povijesna cjelina	zaštićeno kulturno dobro	arheološka baština
DVIJE FRESKE U TVORNICI CEMEX HRVATSKA	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	preventivno zaštićeno kulturno dobro	ostalo
CRKVA SV. MARTINA BISKUPA	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	sakralna graditeljska baština
PRIJEMNA ZGRADA NA ŽELJEZNIČKOJ POSTAJI SOLIN (VRANJIC-SOLIN), MATOŠEVA ULICA 6	nepokretno kulturno dobro - pojedinacno	zaštićeno kulturno dobro	profana graditeljska baština

Izvor: Ekonomski fakultet u Splitu (2018): Strategija razvoja grada Solina do 2025. godine, [Internet] raspoloživo na: https://solin.hr/wp-content/uploads/2020/01/Nacrt-prijedloga-Strategije-razvoja-grada-Solina-do-2025.-godine.pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

„Grad Solin nema strategiju upravljanja kulturnom baštinom, a ujedno njome izravno ni ne upravlja. Salonom, najvećim kulturnim resursom Grada, upravlja Arheološki muzej u Splitu (izrastao iz Salone, brine o zaštićenoj arheološkoj zoni Salone, danas žili kucavici Grada koja

spaja Split i Klis), dok starohrvatskim lokalitetima upravlja Muzej hrvatskih arheoloških spomenika u Splitu, a sve to pod nadzorom MK, odnosno Konzervatorskog odjela u Splitu.36 Iako izravno ne upravlja kulturnom baštinom, Grad Solin treba u izradi prostorno planske dokumentacije uključiti struku koja je nadležna za kulturna dobra na području Grada, te se na taj način donekle potiče strateško promišljanje o održavanju i očuvanju kulturne baštine.“[64]

Vidljivo je da Solin obiluje brojnim kulturnim resursima, međutim prisutan je problem nedovoljne valorizacije tih kulturnih dobara. Osnovni problem je niska razina spremnosti za turističko korištenje ili nemaju ukupnu turističku dostupnost. Naime, prihodi od kulturnog turizma bi mogli biti mnogo viši ukoliko bi se provodila učinkovitija promocija i zaštita lokaliteta uz jačanje međunarodne prepoznatljivosti. Salona je obrasla grmljem i travom, žrtva je vandalizma i grafita, razgledavanje Salone se ne naplaćuje. Strateški cilj kako Grada Solina, a tako i TZ grada, je razvoj arheološko-povijesnog turizma u čijem je središtu antička Salona.[65]

3.3.3. Manifestacije

Najpopularnija manifestacija je dakako Solinsko kulturno ljeto, festival u organizaciji Doma kulture Zvonimir i suorganizaciji Turističke zajednice grada Solina i Grada Solina. Njegov program je raznovrstan, od koncerata, dramskih predstava, večeri poezije, do lokalnih tradicijskih događanja poput Dana žetve i vršidbe u selu Blaca, ribarskih večeri, izložbi starih običaja i zanata te svjetski poznatog Međunarodnog festivala karikatura.[66]

Manifestacija Romantika u Saloni ima za cilj oživjeti povijest kroz interpretaciju antičke baštine putem organizacije tematskih večeri kojima se prikazuje život u antičkoj Saloni.

[64] Ekonomski fakultet u Splitu (2018): Strategija razvoja grada Solina do 2025. Godine [Internet], raspoloživo na: https://solin.hr/wp-content/uploads/2020/01/Nacrt-prijedloga-Strategije-razvoja-grada-Solina-do-2025.-godine.pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

[65] Burazin, E. (2017): Nove tehnologije u funkciji promocije grada solina [Internet], raspoloživo na: https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A1235/datastream/PDF/view (pristupljeno 03.05.2020.)

[66] Anonymous, Solinsko kulturno ljeto [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/kalendar-dogadanja/solinsko-kulturno-ljeto (pristupljeno 03.05.2020.)

Godine 2013. manifestacije je postala dobitnikom godišnje turističke nagrade „Simply the best 2013“.[67]

Solin Winterfest projekt je zimskog festivala koji kroz 4 različite teme (voda, milost, naslijeđe, ljubav) prikazuje svu baštinu grada Solina.[68] Jedno od događanja u sklopu ove manifestacije je i Noć muzeja.

Uskršnji doručak gastronomska je manifestacija koja se svake godine održava na Uskršnji ponedjeljak u hotelu President Solin. Cilj ove manifestacije jest prezentirati tradicionalne uskršnje gastronomske ponude grada Solina.

Tablica 5. Manifestacije u Solinu

Solinsko kulturno ljeto
Božić u Solinu
Winterfest
Međunarodni festival karikature
Romantika u Saloni
Iz solinskog lonca
Mala Gospa
Međunarodni kongres povijesnih gradova
Tour of Croatia
Dalmacija Ultra Trail
Noć Muzeja
Uskršnji doručak
Međunarodni dan Muzeja

Izvor: Obrada autorice prema Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025., [Internet] raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

3.4. Potražnja za smještajnim kapacitetom na području grada Solina

Tijekom 2017. godine na području grada Solina bilo je registrirano 128 smještajnih objekata s 303 sobe i 1.192 postelje. Većina raspoloživih postelja nalazi se u obiteljskom smještaju (60,3%) i u hotelima (21,6%) dok je u kategoriji „Ostali ugostiteljski objekti za smještaj“

[67]Dalmacija danas, Ovaj vikend očekuje vas „Romantika u Saloni“ [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmacijadanas.hr/ovaj-vikend-ocekuje-vas-romantika-u-saloni-na-tri-dana-vratite-se-u-anticko-doba/ (pristupljeno 03.05.2020.)

[68] Anonymous, Solin Winterfest [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/kalendar-dogadanja/kulturno-zabavne-manifestacije/winterfest/ (pristupljeno 03.05.2020.)

(apartmani, hosteli, kuće za odmor, sobe za iznajmljivanje i studio apartmani) bilo registrirano 216 postelja, a manji broj postelja (oko 40 postelja ili 3% ukupno registriranih smještajnih kapaciteta) dostupan je i u nekomercijalnom smještaju.[69]

Slika 24. Struktura raspoloživih smještajnih kapaciteta u Solinu u 2017. godini

Vrsta smještajnog objekta	Broj objekata	Broj soba	Broj postelja	Broj postelja (%)
Hotel	2	127	257	21,56
Obiteljski smještaj	114	130	719	60,32
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj*	12	46	216	18,12
Ukupno	128	303	1192	100,00

*Ostali ugostiteljski objekti za smještaj: apartmani, hosteli, kuće za odmor, sobe za iznajmljivanje i studio apartmani.

Izvor: Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025., [Internet] raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

Od hotelskog smještaja, Solin u ponudi ima dva hotela, hotel President Solin, koji je hotel s pet zvjezdica te novoizgrađeni hotel Salona Palace s četiri zvjezdice. Na području grada se nalazi i novoizgrađeni hostel „Šakić“ koji se nalazi na ulazu u Solin. Ponuda receptivnih kapaciteta grada je iz godine u godinu sve raznolikija, što je utjecalo i na turističke rezultate koje je grad ostvario.[70] Prosječna godišnja bruto stopa iskorištenosti svih vrsta smještajnih kapaciteta na području grada Solina iznosi oko 11%, pri čemu se najveća iskorištenost bilježi u hotelskom smještaju (20%). Većina smještajnih kapaciteta (osim hotela) nije otvorena tijekom cijele godine, što nam i govori o sezonalnosti turističke potražnje.[71]

[69] Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025. [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

[70] Smajić, J. (2018): Promocija turističkih proizvoda grada Solina [Internet], raspoloživo na: https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A2622/datastream/PDF/view (pristupljeno 03.05.2020.)

[71] Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025. [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 03.05.2020.)

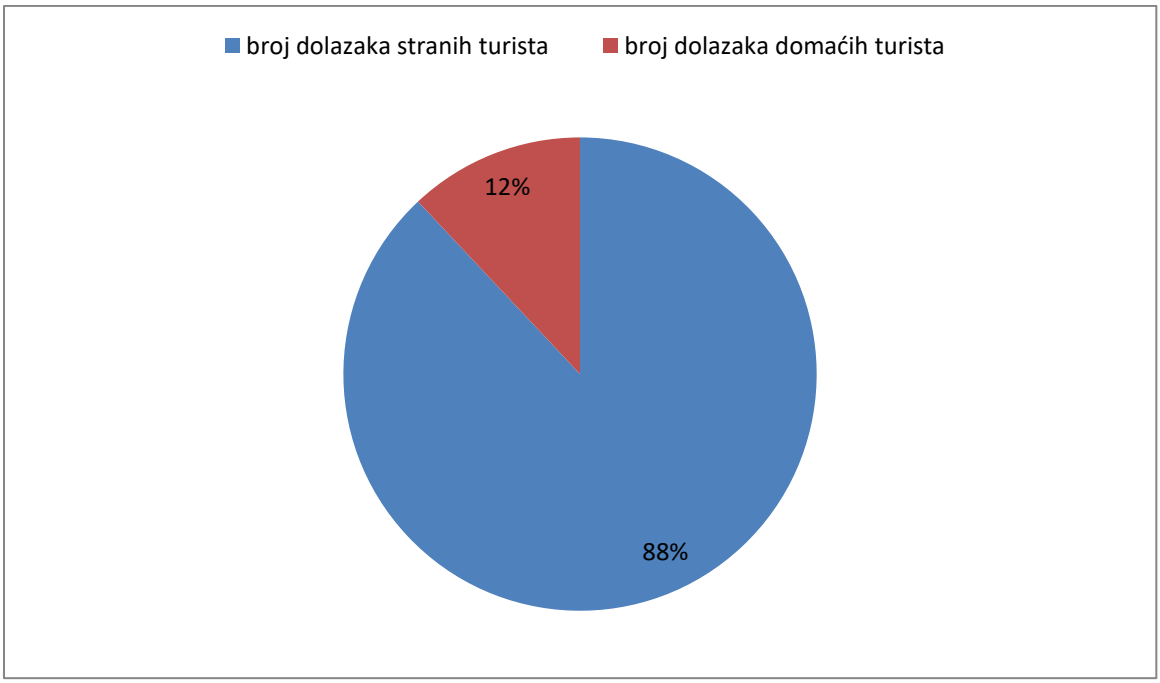
Tablica 6. Broj dolazaka i noćenja na području grada Solina u 2016., 2017. i 2018.godini

GODINA		UKUPNO	DOMAĆI	STRANI
2016.	**BROJ DOLAZAKA**	15 763	2 968	12 795
2016.	**BROJ NOĆENJA**	47 513	7 801	39 712
2017.	**BROJ DOLAZAKA**	22 380	4 070	18 310
2017.	**BROJ NOĆENJA**	64 733	9 658	55 075
2018.	**BROJ DOLAZAKA**	32 358	4 287	28 071
2018.	**BROJ NOĆENJA**	88 764	10 184	78 580
2019.	**BROJ DOLAZAKA**	41 364	4852	36 512
2019.	**BROJ NOĆENJA**	102 124	9 266	92 858

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Statistike, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike (pristupljeno 08.05.2020.)

Vidljivo je da se iz godine u godinu, broj dolazaka i domaćih i inozemnih turista povećava. U 2016. godini broj dolazaka bio je 15.763, a u 2019. godini broj je narastao na 41.364 dolazaka. Sami brojevi pokazuju da Solin postaje sve više popularnija i poznatija među turistima destinacija. Od ukupnog turističkog prometa u 2019. godini, oko 12% dolazaka i 9% noćenja otpada na domaće turiste dok čak 88% dolazaka i 91% noćenja otpada na strane turiste, što dokazuje popularnost destinacije među stranim posjetiteljima.

Grafikon 1: Odnos dolazaka domaćih i stranih turista u Solinu u 2019. godini



Izvor: Obrada autorice prema podacima Turističke zajednice grada Solina, [Internet] (pristupljeno 08.05.2020.)

Na porast u broju dolazaka i noćenja turista, sigurno je utjecalo otvaranje hostela i hotela Salona Palace te iznajmljivači privatnog smještaja koji su povećali broj ležaja u privatnom smještaju. U razvoju i unaprjeđenju turističke ponude grada Solina i u privlačenju što većeg broja turista sudjeluju TZ grada Solina u suradnji s gradom, smještajnim objektima te ostalim institucijama i udrugama poput Solin winterfest, Međunarodnog kongresa povijesnih gradova...[72]

[72] Anonymous, Turistički „boom“ u Solinu: U prvih 5 mjeseci 54posto noćenja više [Internet], raspoloživo na: http://solin.hr/index.php/novosti-aktualno-solin/item/4566-turisticki-boom-u-solinu-u-prvih-5-mjeseci-54-posto-vise-nocenja [03.05.2020.]

Slika 25. Turisti i noćenja po zemljama iz kojih dolaze za grad Solin

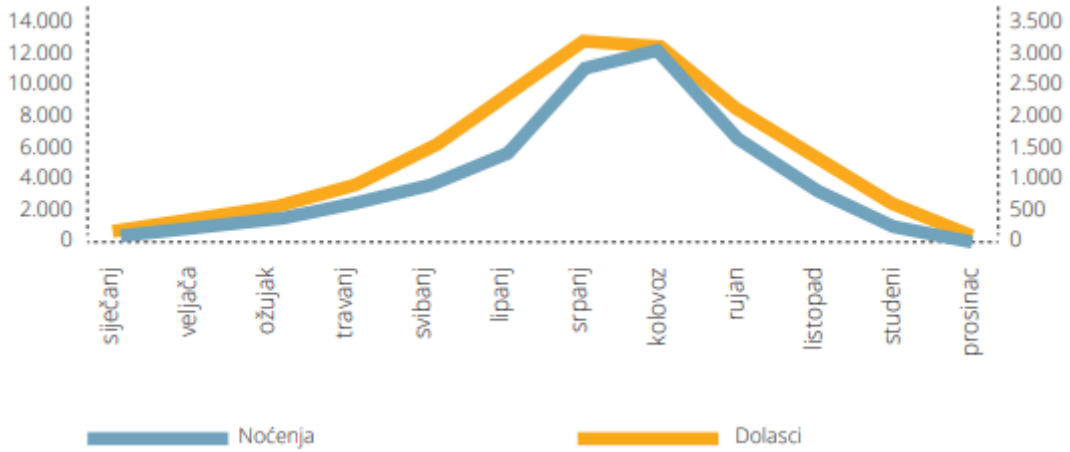
GRAD SOLIN	2018		2017	
	turisti	noćenja	turisti	noćenja
	32318	88289	22326	64606
Hrvatska	4207	9786	4016	9531
STRANE ZEMLJE	28111	78503	18310	55075
Albanija	111	144	108	234
Austrija	293	913	195	965
Belgija	259	1034	300	1320
Bjelorusija	4	32	5	42
B i H	241	1129	214	575
Bugarska	24	66	70	223
Cipar			6	18
Crna Gora	126	176	253	346
Češka	116	470	183	444
Danska	251	1447	136	815
Estonija	66	430	98	421
Finska	364	2203	299	1935
Francuska	1373	5348	1001	4649
Grčka	44	117	88	116
Irska	219	940	114	462
Island	15	117	2	24
Italija	640	2052	460	1393
Kosovo	19	22	1	2
Letonija	19	37	20	101
Lihtenštajn				
Litva	46	129	44	209
Luksenburg	24	169	23	111
Mađarska	209	1000	255	1151
Makedonija	26	37	139	422
Malta	44	94	1	4
Nizozemska	428	2117	356	2120
Norveška	501	3706	434	2886
Njemačka	1337	8792	1084	7357
Poljska	586	3689	459	2151
Portugal	238	464	80	444
Rumunjska	97	386	127	561
Rusija	63	189	142	684
Slovačka	51	166	88	383
Slovenija	336	791	410	933

Srbija	133	367	96	283
Španjolska	1645	2614	480	1196
Švedska	502	3117	462	2481
Švicarska	189	706	173	734
Turska	38	181	21	58
Ujedinjena Kraljevina	3011	13661	1301	5859
Ukrajina	76	889	32	150
Ostale europ. Z.	32	233	2	5
Južnoafrička Republika	42	95	19	41
Maroko	4	10	1	3
Tunis	4	14		
Ostale afričke zemlje	66	129	58	228
Kanada	581	991	118	258
SAD	1152	2307	247	577
Ostale zemlje Sjev.Am.	2	2	6	9
Argentina	386	442	35	88
Brazil	214	279	105	160
Čile	28	57	27	50
Meksiko	100	106	14	27
Ost.zem.juz i sre.Am.	129	216	21	42
Hong Kong, Kina	58	62	73	73
Indija	106	214	288	586
Indonezija	587	646	203	239
Izrael	30	59	17	38
Japan	565	1021	245	498
Jordan	1	5	1	7
Katar	3	5	4	12
Kazahstan				
Kina	1716	1849	1222	1320
Koreja, Republika	1825	1904	1790	2000
Kuvajt			2	4
Makao, Kina				
Oman				
Tajland	327	330	258	269
Tajvan, Kina	3230	3270	2823	2864
Ujedninjeni Arapski Emirati	6	10	5	11
Ostale azijske zemlje	1714	2136	784	914
Australija	1291	1940	143	309
Novi Zeland	140	214	33	162
Ostale zemlje Oceanije	8	16	6	19

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2019): Statistička analiza turističkog prometa 2018. [Internet] raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Analiza2018.pdf (pristupljeno 10.05.2020.)

U 2018. godini najveći udio noćenja ostvarili su gosti iz Ujedinjenog Kraljevstva koji su ostvarili 13 661 noćenja, zatim slijede Nijemci s 8792 noćenja, Francuzi s 5348 noćenja, domaći turisti iz Hrvatske s 4207 noćenja te turisti iz Norveške koji su ostvarili 3706 noćenja.

Slika 26. Mjesečna distribucija turističkih dolazaka i noćenja u gradu Solinu u 2016. godini



Izvor:Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025., [Internet] raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 10.05.2020.)

Na grafu je vidljivo da grad Solin ima izrazito izraženu sezonalnost turističke potražnje, budući da se 52% turističkog prometa ostvaruje tijekom tri ljetna mjeseca (lipanj-kolovoz) dok se taj postotak penje na 75% ako se promatra i predsezonsko i postsezonskom razdoblje.[73] O sezonalnosti u gradu Solinu će biti više riječi u nastavku.

[73] Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025. [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf (pristupljeno 10.05.2020.)

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE VEZANO UZ SEZONALNOST KAO FUNKCIJU ZA SMJEŠTAJNIM KAPACITETOM NA PODRUČJU GRADA SOLINA

4.1. Testiranje hipoteze 1

Prva postavljena hipoteza koja se ovim radom treba prihvatiti ili odbaciti glasi:

H1: U potražnji za smještajnim kapacitetom na području grada Solina prisutna je sezonalnost.

Hipoteza je analizirana pomoću brojeva i podataka iz Državnog zavoda za statistiku. Analizirala se pozicija Solina tijekom cijele godine što je i najbolji način da se utvrdi je li je prisutna sezonalnost u Solinu.

U nastavku su prikazane tablice dolazaka i noćenja turista po mjesecima u razdoblju od 2017. do 2019. Godine. Putem prikazanih tablica, gore navedena hipoteza će se potvrditi ili odbaciti.

Tablica 7. Broj dolazaka i noćenja turista po mjesecima u Solinu u 2017. godini

MJESEC	BROJ DOLAZAKA	BROJ NOĆENJA
SIJEČANJ	111	273
VELJAČA	147	314
OŽUJAK	442	746
TRAVANJ	1 397	3 061
SVIBANJ	2 339	4 762
LIPANJ	3 542	8 592
SRPANJ	4 361	16 462
KOLOVOZ	4 129	17 301
RUJAN	2 324	6 985
LISTOPAD	1 830	3 339
STUDENI	796	1 392

PROSINAC	962	1 506
UKUPNO	**22 380**	**64 733**

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistike/ Turistički promet u 2017.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2017-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

U 2017. godini u Solinu je ostvareno 22.380 dolazaka i 64.733 noćenja. Ako se pomno promotre ostvareni dolasci i noćenja po mjesecima, vidljivo je da je u Solinu izražena sezonalnost. Lipanj, srpanj i kolovoz bilježe najveći porast u broju dolazaka i noćenja u odnosu na ostale mjesece. Od svibnja je vidljiv ogroman rast u broju što je zapravo predstavlja i početak glavne sezone te od listopada zabilježen je pad u broju dolazaka i noćenja što označava kraj glavne sezone.

Tablica 8. Broj dolazaka i noćenja turista po mjesecima u Solinu u 2018. godini

MJESEC	BROJ DOLAZAKA	BROJ NOĆENJA
SIJEČANJ	142	551
VELJAČA	555	1199
OŽUJAK	873	2 115
TRAVANJ	1 555	4 346
SVIBANJ	3 317	6 891
LIPANJ	4 394	10 485
SRPANJ	4 921	18 844
KOLOVOZ	5 592	21 738
RUJAN	4 784	11 347
LISTOPAD	3 624	6 790
STUDENI	1 318	2 541
PROSINAC	1 283	1917
UKUPNO	**32 358**	**88 764**

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2019): Statistike/ Turistički promet u 2018.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2018-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

U 2018. godini u Solinu je ostvareno 32.358 dolazaka i 88.764 noćenja te je vidljiv porast u dolascima i noćenjima u odnosu na 2017.godinu. Kao i u prethodnoj tablici, vidljiva je sezonalnost u Solinu. U svibnju broj dolazaka se povećava skoro za trostruko u odnosu na travanj, što govori o početku glavne sezone. U kolovozu je zabilježen najveći broj dolazaka u godini, tj. 5.592 dolaska...

Tablica 9. Broj dolazaka i noćenja turista po mjesecima u Solinu u 2019. godini

MJESEC	BROJ DOLAZAKA	BROJ NOĆENJA
SIJEČANJ	357	898
VELJAČA	817	1 766
OŽUJAK	1 365	3 108
TRAVANJ	2 969	5 541
SVIBANJ	4 890	9 156
LIPANJ	5 487	13 457
SRPANJ	5 836	21 434
KOLOVOZ	6 367	23 196
RUJAN	5 030	11 265
LISTOPAD	4 065	6 562
STUDENI	2 134	2 821
PROSINAC	2 043	2 920
UKUPNO	**41 364**	**102 124**

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2020): Statistike/ Turistički promet u 2019.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2019-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

2019.godina predstavlja još jednu godinu u kojoj je izražena sezonalnost u Solinu. Ostvareno je 41.364 dolazaka i 102.124 noćenja. U tablici 3. vidljiva je značajna razlika u broju dolazaka i noćenja u mjesecima koji predstavljaju mjesece izvan glavne sezone i mjesecima koji se vode kao mjeseci glavne sezone. Ako se usporede siječanj (357 dolazaka) i kolovoz (6.367 dolazaka), vidljiv je porast od 6.010 dolazaka što dokazuje da se Solin vodi kao grad u kojem je prisutna sezonalnost.

Tablica 10. Mjesečne promjene u originalnim serijama podataka noćenja

	January	February	March	April	May	June	July	August	Septembr	October	November	December
2017		15,02	137,58	310,32	55,57	80,43	91,60	5,10	-59,63	-52,20	-58,31	8,19
2018	-63,41	117,60	76,40	105,48	58,56	52,15	79,72	15,36	-47,80	-40,16	-62,58	-24,56
2019	-53,16	96,66	75,99	78,28	65,24	46,97	59,28	8,22	-51,44	-41,75	-57,01	3,51

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Potražnja za smještajnim kapacitetom se generira preko broja noćenja. U tablici je prikazano serija podataka. Kada se gleda broj noćenja, unutar svake godine imaju mjesečne oscilacije. Naprimjer, veljača u 2017.godini je bila za 15 posto bolja od siječnja, ožujak je za 1387 posto bolji od veljače i tako dalje…Vidljivo je da se događaju nagli porasti i tu se može utvrditi da pozitivna vrijednost raste svakim mjesecom do rujna te onda pada. Iz tablice se može utvrditi da u svim promatranim godinama je došlo do pada broja dolazaka u odnosu na prethodni mjesec u mjesecima rujan, listopad, studeni i siječanj, dok je u 2017. i 2019. godini došlo do porasta broja noćenja u prosincu u odnosu na studeni. Mjeseci od veljače do kolovoza su mjeseci u kojima je bilježena tendencija porasta broja noćenja u svim promatranim godinama.

Statistička značajnost oscilacija unutar promatranih godina ispituje se ANOVA testom (je li postoje nepravilnosti u sezonalnosti.

Tablica 11: ANOVA test

	Sum of – Squares	**Degrs.of - Freedom**	**Mean - Square**	**F**	**p**
Between months	299194,3	11	27199,49	315,64	<0,001
Residual	2068,1	24	86,17		
Total	301262,5	35			

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Temeljem empirijske F vrijednost u tablici 315,64 se donosi zaključak o postojanju kontinuirene sezonalnosti koja se ponavlja u promatranom razdoblju, odnosno sezonski pokreti su prepoznatljivi.

Statistička nulta hipoteza kojom se pretpostavlja da sezonalnost nije prisutna u vremenskoj seriji se odbacuje kao neistinita. Empirijska p vrijednost <0,001 koja je manja od 5 posto, ukazuje na postojanje sezonalnosti u kretanju ostvarenog broja noćenja u gradu Solinu.

U tablici se prezentiraju sezonski faktori (faktorizacija ciklusa). Sezonski faktori prikazuju utjecaj sezonske komponente na ostvaren broja noćenja u promatranom razdoblju.

Tablica 12. Dekompozicija vremenskog niza

	January	February	March	April	May	June	July	August	Septembr	October	November	December
2017	9,43	18,80	32,63	65,40	99,74	154,38	268,19	289,64	133,06	71,85	28,35	28,53
2018	9,43	18,80	32,63	65,40	99,74	154,38	268,19	289,64	133,06	71,85	28,35	28,53
2019	9,43	18,80	32,63	65,40	99,74	154,38	268,19	289,64	133,06	71,85	28,35	28,53

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Iz tablice se može utvrditi da je najizraženija sezonalnost prisutna u lipnju, rujnu, te kolovozu.

Prema rezultatu ispitivanja se donosi se zaključak da se hipoteza rada H1 kojom se pretpostavlja da u potražnji za smještajnim kapacitetom na području grada Solina prisutna je sezonalnost, prihvaća kao istinita.

Hipoteza rada	Prihvaća se / odbacuje se
H1: ***U potražnji za smještajnim kapacitetom na području grada Solina prisutna je sezonalnost.***	√

4.2. Testiranje hipoteze 2

Druga postavljena hipoteza koja se ovim radom treba prihvatiti ili odbaciti glasi:

H2: Postoji značajna razlika u stupnju sezonalnosti noćenja domaćih u odnosu na inozemne turiste.

Navedena hipoteza će se analizirati putem raspoloživih podataka Državnog zavoda za statistiku i podatka iz sustava eVisitor o ostvarenim noćenjima domaćih i inozemnih turista na području grada Solina.

U nastavku su prikazane tablice broja dolazaka i noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima u razdoblju od 2017. do 2019. Godine. Putem prikazanih tablica, gore navedena hipoteza će se potvrditi ili odbaciti.

Tablica 13. Broj dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2017. godini

MJESEC	BROJ DOLAZAKA DOMAĆIH TURISTA	BROJ DOLAZAKA STRANIH TURISTA	UKUPNO
SIJEČANJ	79	32	111
VELJAČA	81	66	147
OŽUJAK	153	289	442
TRAVANJ	328	1 069	1 397
SVIBANJ	444	1 895	2 339
LIPANJ	546	2 996	3 542
SRPANJ	577	3 784	4 361
KOLOVOZ	436	3 693	4 129
RUJAN	314	2 010	2 324
LISTOPAD	361	1 469	1 830

STUDENI	367	429	796
PROSINAC	384	578	962

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistike/ Turistički promet u 2017.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2017-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

Tablica 14. Broj noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2017. godini

MJESEC	BROJ NOĆENJA DOMAĆIH TURISTA	BROJ NOĆENJA STRANIH TURISTA	UKUPNO
SIJEČANJ	224	49	274
VELJAČA	205	109	314
OŽUJAK	382	364	746
TRAVANJ	947	2 114	3 061
SVIBANJ	1 126	3 636	4 762
LIPANJ	1 253	7 339	8 592
SRPANJ	1 650	14 812	16 462
KOLOVOZ	1 263	16 038	17 301
RUJAN	574	6411	6 985
LISTOPAD	665	2 674	3 339
STUDENI	681	711	1 392
PROSINAC	688	818	1506

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistike/ Turistički promet u 2017.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2017-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

Tablica 15. Broj dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2018. godini

MJESEC	BROJ DOLAZAKA DOMAĆIH TURISTA	BROJ DOLAZAKA STRANIH TURISTA	UKUPNO
SIJEČANJ	114	28	142
VELJAČA	305	250	555
OŽUJAK	320	553	873
TRAVANJ	328	1 227	1 555
SVIBANJ	341	2 976	3 317
LIPANJ	360	4 034	4 394
SRPANJ	441	4 480	4 921
KOLOVOZ	455	5 137	5 592
RUJAN	364	4 420	4 784
LISTOPAD	369	3 255	3 624
STUDENI	372	946	1 318
PROSINAC	518	765	1 283

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2019): Statistike/ Turistički promet u 2018.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2018-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

Tablica 16. Broj noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2018. godini

MJESEC	BROJ NOĆENJA DOMAĆIH TURISTA	BROJ NOĆENJA STRANIH TURISTA	UKUPNO
SIJEČANJ	459	92	551
VELJAČA	521	678	1 199
OŽUJAK	819	1 296	2 115
TRAVANJ	892	3 457	4 346
SVIBANJ	817	6 074	6 891
LIPANJ	1 167	9 318	10 485
SRPANJ	1 233	17 611	18 844
KOLOVOZ	1 288	20 450	21 738
RUJAN	659	10 688	11 347

LISTOPAD	725	6 065	6 790
STUDENI	743	1 798	2 541
PROSINAC	861	1 056	1 917

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2019): Statistike/ Turistički promet u 2018.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2018-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

Tablica 17. Broj dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2019. godini

MJESEC	BROJ DOLAZAKA DOMAĆIH TURISTA	BROJ DOLAZAKA STRANIH TURISTA	UKUPNO
SIJEČANJ	145	212	357
VELJAČA	449	368	817
OŽUJAK	319	1 050	1 365
TRAVANJ	371	2 598	2 969
SVIBANJ	402	4 488	4 890
LIPANJ	402	5 085	5 487
SRPANJ	441	5 395	5 836
KOLOVOZ	424	5 943	6 367
RUJAN	352	4 678	5 030
LISTOPAD	477	3 588	4 065
STUDENI	429	1 705	2 134
PROSINAC	641	1 402	2 043

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2020): Statistike/ Turistički promet u 2019.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2019-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

Tablica 18. Broj noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2019. godini

MJESEC	BROJ NOĆENJA	BROJ NOĆENJA	UKUPNO

	DOMAĆIH TURISTA	STRANIH TURISTA	
SIJEČANJ	399	499	898
VELJAČA	965	801	1 766
OŽUJAK	802	2 306	3 108
TRAVANJ	643	4 898	5 541
SVIBANJ	605	8 551	9 156
LIPANJ	773	12 684	13 457
SRPANJ	1 078	20 356	21 434
KOLOVOZ	951	22 245	23 196
RUJAN	586	10 679	11 265
LISTOPAD	781	5 781	6 562
STUDENI	704	2 117	2 821
PROSINAC	979	1 941	2 920

Izvor: obrada autorice prema Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2020): Statistike/ Turistički promet u 2019.godini, [Internet] raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2019-godini (pristupljeno 01.06.2020.)

Prikazane tablice potvrđuju značajnu razliku u broju dolazaka i noćenja između domaćih i inozemnih turista. U periodu izvan glavne sezone prevladavaju dolasci domaćih turista, a u mjesecima koji predstavljaju glavnu sezonu značajno raste broj dolazaka i noćenja inozemnih turista. Od ukupnog turističkog prometa u 2017.godini, 18% dolazaka i 15% noćenja otpada na domaće turiste te 82% dolazaka i 85% noćenja otpada na strane turiste, dok od ukupnog turističkog prometa u 2018.godini, 13% dolazaka i 11% noćenja otpada na domaće turiste, a 87% dolazaka i 89% noćenja otpada na strane turiste. Od ukupnog turističkog prometa u 2019. godini, oko 12% dolazaka i 9% noćenja otpada na domaće turiste dok čak 88% dolazaka i 91% noćenja otpada na strane turiste, što dokazuje popularnost destinacije među stranim posjetiteljima. Ta se razlika može objasniti izraženijom potražnjom za poslovnim turizmom domaćih turista u odnosu na inozemne, zbog čega domaći turisti ostvaruju veći broj noćenja u izvansezonskim mjesecima. Stupanj sezonalnosti je manje izraženiji kod domaćih turista nego kod inozemnih gdje broj dolazaka i noćenja poraste u ogromnoj mjeri u sezonskim mjesecima.

Domaći turisti

Tablica 19. Mjesečne promjene u originalnim serijama podataka noćenja domaćih turista

	January	February	March	April	May	June	July	August	Septembr	October	November	December
2017		-8,48	86,34	147,91	18,90	11,28	31,68	-23,45	-54,55	15,85	2,41	1,03
2018	-33,28	13,51	57,20	8,91	-8,41	42,84	5,66	4,46	-48,84	10,02	2,48	15,88
2019	-53,66	141,85	-16,89	-19,83	-5,91	27,77	39,46	-11,78	-38,38	33,28	-9,86	39,06

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Vidljivo je da su unutar godina prisutne nekakve oscilacije koje su isto statistički značajne. Iz tablice se može utvrditi da u svim promatranim godinama je došlo do pada broja dolazaka u odnosu na prethodni mjesec u mjesecima u rujnu. Mjeseci lipanj, srpanj, listopad i prosinac su mjeseci u kojima je bilježena tendencija porasta broja noćenja u svim promatranim godinama.

Statistička značajnost oscilacija unutar promatranih godina ispituje se ANOVA testom.

Tablica 20: ANOVA test

	Sum of - Squares	Degrs.of - Freedom	Mean - Square	F	p
Between months	30128,63	11	2738,966	8,94	<0,001
Residual	7354,02	24	306,418		
Total	37482,66	35			

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Temeljem empirijske F vrijednost u tablici 8,94 se donosi zaključak o postojanju kontinuirene sezonalnosti u broju noćenja domaćih turista koja se ponavlja u promatranom razdoblju, odnosno sezonski pokreti su prepoznatljivi.

Statistička nulta hipoteza kojom se pretpostavlja da sezonalnost nije prisutna u vremenskoj seriji se odbacuje kao neistinita. Empirijska p vrijednost <0,001 ukazuje na postojanje sezonalnosti u kretanju ostvarenog broja noćenja u gradu Solinu.

U tablici se prezentiraju sezonski faktori. Sezonski faktori prikazuju utjecaj sezonske komponente na ostvaren broja noćenja u promatranom razdoblju.

Tablica 21. Dekompozicija vremenskog niza

	January	February	March	April	May	June	July	August	Septembr	October	November	December
2017	56,67	67,10	101,69	105,08	100,56	127,49	158,78	140,80	73,28	86,68	84,11	97,78
2018	56,67	67,10	101,69	105,08	100,56	127,49	158,78	140,80	73,28	86,68	84,11	97,78
2019	56,67	67,10	101,69	105,08	100,56	127,49	158,78	140,80	73,28	86,68	84,11	97,78

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Iz tablice se može utvrditi da je najizraženija sezonalnost prisutna u lipnju, rujnu, te kolovozu.

Strani turisti

Tablica 22. Mjesečne promjene u originalnim serijama podataka noćenja stranih turista

	January	February	March	April	May	June	July	August	Septembr	October	November	December
2017		122,45	233,94	480,77	72,00	101,84	101,83	8,28	-60,03	-58,29	-73,41	15,05
2018	-88,75	636,96	91,15	166,74	75,70	53,41	89,00	16,12	-47,74	-43,25	-70,35	-41,27
2019	-52,75	60,52	187,89	112,40	74,58	48,33	60,49	9,28	-51,99	-45,87	-63,38	-8,31

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Iz tablice se može utvrditi postojanje pada broja noćenja stranih turista u rujnu, listopadu, i studenom. U prvoj godini promatranja je u prosincu bilježen porast u odnosu na studeni, dok je u ostalim godinama bilježen pad. U razdoblju od veljače do kolovoza u svim promatranim godinama je utvrđen porast.

Statistička značajnost oscilacija unutar promatranih godina ispituje se ANOVA testom.

Tablica 23: ANOVA test

	Sum of - Squares	**Degrs.of - Freedom**	**Mean - Square**	**F**	**p**
Between months	360570,5	11	32779,14	263,01	<0,001
Residual	2991,2	24	124,63		
Total	363561,7	35			

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Temeljem empirijske F vrijednost u tablici 263,01 se donosi zaključak o postojanju kontinuirene sezonalnosti u broju noćenja stranih turista budući da se ponavljaju sustavno u promatranom razdoblju, odnosno sezonski pokreti nisu prepoznatljivi.

Statistička nulta hipoteza kojom se pretpostavlja da sezonalnost nije prisutna u vremenskoj seriji se odbacuje kao istinita. Empirijska p vrijednost <0,001 ukazuje na postojanje sezonalnosti u kretanju ostvarenog broja noćenja u gradu Solinu.

U tablici se prezentiraju sezonski faktori. Sezonski faktori prikazuju utjecaj sezonske komponente na ostvaren broja noćenja u promatranom razdoblju.

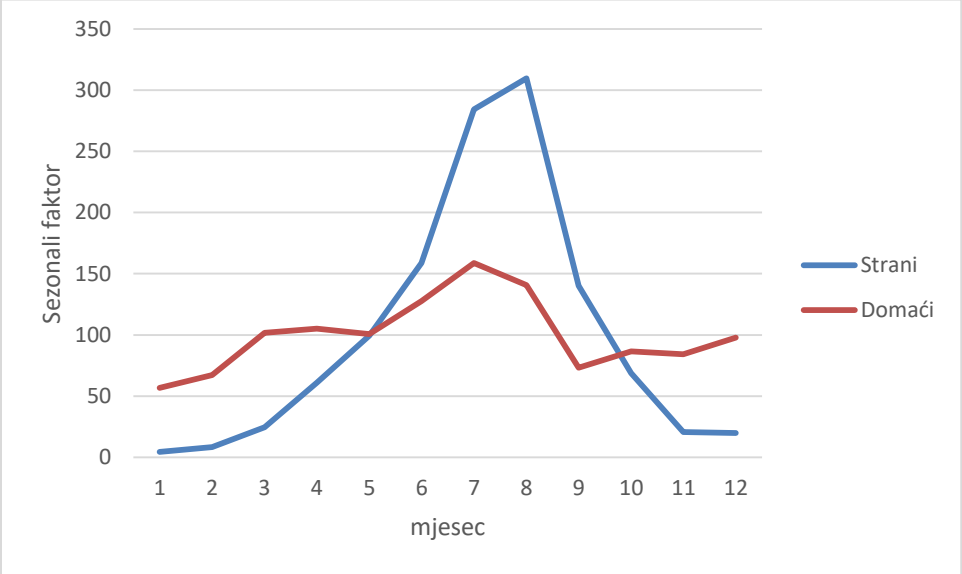
Tablica 24. Dekompozicija vremenskog niza

	January	February	March	April	May	June	July	August	Septembr	October	November	December
2017	4,45	8,38	24,63	60,98	99,45	158,86	284,18	309,60	140,13	68,90	20,58	19,84
2018	4,45	8,38	24,63	60,98	99,45	158,86	284,18	309,60	140,13	68,90	20,58	19,84
2019	4,45	8,38	24,63	60,98	99,45	158,86	284,18	309,60	140,13	68,90	20,58	19,84

Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Iz tablice se može utvrditi izražena sezonalnost u lipnju, srpnju i kolovozu, odnosno očekuje se tek blagi porast broja noćenja u lipnju, srpnju i kolovozu.

Grafikon 2. Sezonalni faktori u odnosu na mjesece u godini



Izvor: Obrada autorice u programu STATISTICA

Iz grafičkog prikaza se može utvrditi veća zaobljenost kretanja sezonalnih faktora broja noćenja stranih turista u odnosu na domaće turiste (kurtosis (šiljatost ili zaobljenost) 0,32 >

kurtosis 0,12), odnosno sezonski faktori bilježe znatno veće vrijednosti u ljetnim mjesecima, te niže vrijednosti u zimskim mjesecima kod broja noćenja stranih turista u odnosu na broj noćenja domaćih turista.

Prema podatcima iz tablica donosi se zaključak da se hipoteza rada H2 kojom se pretpostavlja da postoji značajna razlika u stupnju sezonalnosti noćenja domaćih u odnosu na inozemne turiste prihvaća kao istinita.

Hipoteza rada	Prihvaća se / odbacuje se
H2: ***Postoji značajna razlika u stupnju sezonalnosti noćenja domaćih u odnosu na inozemne turiste.***	√

Kako bi ovaj rad bio cjelovit, drugi dio istraživanja temelji se intervjuu s direktoricom turističkog ureda TZ Solin. U nastavku su izneseni pitanja i odgovori.

1. **Kolika je prosječna dob turista u Solinu?**

Gledajući sveukupno s obzirom na profil grupa, ali i individualaca, riječ je o srednjoj životnoj dobi, svakako nije riječ o mladim ljudima.

1. **Gdje turisti najčešće odsjedaju kada dođu u Solin (hoteli, apartmani, kod rodbine...)?**

„Najveći broj dolazaka ostvaruje se u hotelima, a najveći broj noćenja u privatnom smještaju s obzirom na to da je prosječan boravak gostiju u hotelu 2 dana, a u privatnom smještaju 6 dana.“

2. **Je li smatrate da Solin ima dobru turističku ponudu i visoku turističku potražnju?**

„Smatram da Solin ima dobru turističku ponudu i dobru potražnju, ali nažalost nema dovoljno smještajnih kapaciteta stoga to nisu značajne brojke u odnosu na druge destinacije.“

3. **Koliki je potreban vremenski period boravka u Solinu da bi se obuhvatile posjete glavnim znamenitostima?**

„Smatram da je 5 dana dovoljno kako bi se istražile sve znamenitosti, ali i koristilo sportske sadržaje (zipline, planinarenje, paintball itd.).“

4. **Kakva je predsezona i posezona u Solinu?**

„Izvrsna, budući u toku predsezone i posezone imamo jako puno grupa s Azijatskog tržišta, ali i tržišta Velike Britanije, gdje je riječ o gostima „zlatne dobi“ koji u Solinu borave veći broj dana (po 14 dana).“

5. **Koja je prednost posjete Solinu izvan glavne sezone?**

„Solin ima bogatu kulturnu baštinu poput Salone, ali i starohrvatske baštine koja se može razgledati tokom cijele godine. Također Solin ima niz događanja kroz cijelu godinu od zimskog festivala „Solin winterfest“ koji traje od 14.01.-14.02., preko Međunarodnog kongresa povijesnih gradova koji se organizira u ožujku svake godine, do uskršnjih manifestacija, te u posezoni Međunarodnog festivala turističkog filma koji se održava u studenom kao i adventskih događanja. Ove godine smo imali u prvom mjesecu porast dolazaka za 60 posto,a u drugom mjesecu za 20tak posto.“

6. **Je li smatrate da je sezonalnost prisutna u Solinu?**

„Smatram da je prisutna sezonalnost. Solin je izrazito povezan sa Splitom. Ako tamo postoji manjak potražnje izvan glavne sezone, tako će odmah i u Solinu biti manje turista. Mi se posljedično punimo od cjelokupne situacije kakva bude u Splitu. Ako Split ima dobro povezane avio linije s drugim gradovima izvan glavne sezone, onda ćemo i mi imati gostiju.“

7. **Kako smanjiti tu sezonalnost? Što se može postići?**

„Da bi se sezonalnost smanjila, ne utječe toliko ni prisutnost manifestacija u Solinu. Općenito govoreći, sezonalnost se može smanjiti osim razvojem proizvoda i događanja u posezoni i predsezoni, u zimskim mjesecima povezivanjem Splita s letovima sa svjetskim

odredištima. Prisutan je problem letova. Nakon glavne sezone, nema toliko ponuda avionskih kompanija. Vidljiv je i problem iznajmljivača privatnog smještaja. Ne odgovara im da im turisti borave po apartmanima, kućama iza devetog, desetog mjeseca. Jedno prati drugo. No svakako prije svega, sezonalnost se treba smanjiti stvaranjem motiva za dolazak turista, budući da imamo iznimno bogatu kulturnu baštinu na području cijele Hrvatske, a ista nije podložna sezonalnosti. Dakle ne smije nam glavni i jedini motiv biti sunce i more.“

8. **Koje su negativne posljedice vezane uz prisutnu sezonalnost u Solinu?**

„U zimskom periodu je svakako pad prihoda u ugostiteljstvu.“

9. **Koja je prednost ravnomjerne raspodjele turizma kroz cijelu godinu?**

„Povećanje standarda destinacije te održivi razvoj destinacije (zaštita okoliša i baštine uvažavajući kapacitet nosivosti pojedinih atrakcija).“

5. ZAKLJUČAK

Turizam je ključni sektor koji pridonosi cjelokupnom razvoju gospodarstva jedne države. Utjecaj sezonalnosti u turizmu se nikada neće moći u cijelosti ukloniti, ali određenim mjerama i politikama moguće je smanjiti taj utjecaj na minimum, poput unaprjeđenja kvalitete turističke ponude u vanzsezonskim mjesecima. Sezonalnost će uvijek biti ogroman problem za destinacije koje se oslanjaju samo na model „sunca i mora“. Uz taj model turizma, potrebno je potaknuti razvoj ostalih vrsta turizma koji nisu toliko zastupljeni na tržištu kako bi se ostvarila dobit tijekom cijele godine. Razvoj novih vrsta turizma (uz sunce i more, razviti npr. zdravstveni turizam, wellnes, kongres turizam...) i dobro diferenciranih turističkih usluga omogućit će da potražnja za određenom destinacijom bude ravnomjerna tijekom cijele godine.

Turistička se sezonalnost u Hrvatskoj općenito smatra vrlo visokom te njeno rješenje navodi se kao strateški cilj hrvatskog turizma. Iz navedenog razgovora s direktoricom turističkog ureda u Solinu te provedenom analizom podataka iz Državnog zavoda za statistiku, zaključeno je da je fenomen sezonalnosti prisutan u gradu Solinu. Prikazane tablice potvrđuju značajnu razliku u broju dolazaka i noćenja između mjeseci tijekom cijele godine, te ujedno između domaćih i inozemnih turista. Vidljiv je i podatak da se svake godine u Solinu povećava broj dolazaka i noćenja turista. U 2017. godini u Solinu je ostvareno 22.380 dolazaka i 64.733 noćenja. U 2018. godini u Solinu je ostvareno 32.358 dolazaka i 88.764 noćenja te je vidljiv porast u dolascima i noćenjima u odnosu na 2017.godinu te je u 2019.godini ostvareno 41.364 dolazaka i 102.124 noćenja.

Solin obiluje prirodnim i kulturnim resursima te ima atrakcijsku osnovu za razvoj kulturnog turizma, ali treba poraditi na razvoju i unaprjeđenju svojih kulturnih atrakcija putem osmišljavanja novih kulturno-turističkih proizvoda, događanja kako bi iskoristio svoj potencijal na najvišoj razini. Potrebno je podići kvalitetu cjelovitog destinacijskog proizvoda kako bi turisti dolazili i izvan glavne sezone. Cilj je povećanje broja dolazaka turista izvan glavne sezone i smanjenje sezonalnosti. Turisti se najviše orijentiraju prema modelu „sunca i mora“ (ljetni kupališni turizam) zbog blizine Solina Splitu. Potrebno je učiniti da turisti ne posjećuju i ne ostvaruju noćenja u Solinu samo zato što im je primarna destinacija Split i njegova blizina. Razlog dolaska i posjete Solinu ne bi trebao biti zbog drugog grada nego npr. zbog pasivnog odmora (pretežito opuštanje, odmaranje), ostale spomeničke baštine i kulture,

Arheološkog lokaliteta Salona, prirodnih ljepota, aktivnog odmora (razne aktivnosti, izleti…), kušanja lokalnih jela... Ujedno, potrebno je riješiti problem avio-kompanija i njihovih ponuda za letove u vansezonskim mjesecima, jer razvoj, organiziranje i osmišljavanje novih manifestacija i događanja s ciljem rasta turističkog prometa van sezone neće biti uspješno ako turisti ne mogu doći u destinaciju.

LITERATURA

1. Anonymous, Gašpina mlinica [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/znamenitosti/solin-danas/gaspina-mlinica/ [03.05.2020.]
2. Anonymous, Gospin otok [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/znamenitosti/znamenitosti/gospin-otok/ [03.05.2020.]
3. Anonymous, Manastirine, [Internet], raspoloživo na: http://www.solin.hr/index.php/povijest-grada/manastirine [03.05.2020.]
4. Anonymous, Metode istraživanja, [Internet] dostupno na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [9.4.2020.]
5. Anonymous, Od stare Salone do Solina i Splita, [Internet], raspoloživo na: https://susretobitelji.hr/o-susretu/prasvetiste-u-solinu [03.05.2020.]
6. Anonymous, Od prapovijesti do danas, [Internet], raspoloživo na: https://vmgs.hr/povijest.html [03.05.2020.]
7. Anonymous, Solin, [Internet], raspoloživo na: http://www.solin.hr/index.php/gradski-info [03.05.2020.]
8. Anonymous, Solinsko kulturno ljeto [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/kalendar-dogadanja/solinsko-kulturno-ljeto [03.05.2020.]
9. Anonymous, Solin Winterfest [Internet], raspoloživo na: http://solin-info.com/hr/kalendar-dogadanja/kulturno-zabavne-manifestacije/winterfest/ [03.05.2020.]
10. Anonymous, Turistički „boom“ u Solinu: U prvih 5 mjeseci 54 posto noćenja više [Internet], raspoloživo na: http://solin.hr/index.php/novosti-aktualno-solin/item/4566-turisticki-boom-u-solinu-u-prvih-5-mjeseci-54-posto-vise-nocenja [03.05.2020.]
11. Antić, J. (2015): Hrvatski turizam može bolje i više; u čemu je problem?! [Internet] , raspoloživo na: https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/hrvatski-turizam-moze-bolje-i-vise-u-cemu-je-problem-20150410 [02.05.2020.]
12. Brkljača, I. (2018): Velika analiza: turizam u Hrvatskoj i usporedba s drugim mediteranskim destinacijama [Internet] , raspoloživo na:

https://novac.jutarnji.hr/rasprave-i-rjesenja/velika-analiza-turizam-u-hrvatskoj-i-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/7272516/ [02.05.2020.]

13. Borić, R. (2015): Močvarni čempres- spomenik prirode [Internet], raspoloživo na: http://apoliticni.hr/mocvarni-cempres-spomenik-prirode/ [03.05.2020.]
14. Burazin, E. (2017): Nove tehnologije u funkciji promocije grada solina [Internet], raspoloživo na: https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A1235/datastream/PDF/view [03.05.2020.]
15. Butler, R. W., Mao, B.(1997): Seasonality in Tourism: Problems and Measurement, U: Murphy P. (Urednik), Quality Management in Urban Tourism, str. 9-23.
16. Crnjak, M. (2020): Hrvatska europski rekord po sezonalnosti, nadmašila Grčku [Internet] raspoloživo na: https://www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-europski-rekorder-po-sezonalnosti-nadmasila-i-grcku-361325 [27.04.2020.]
17. Čavlek, N., Čizmar, S., Bartoluci M., Hendija Z. (2010): Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj, str.1-14.
18. Ćorluka, G. (2019): Tourism seasonality- An overview, Journal of Business Paradigms Vol 4 No 1, 2019, str. 21-43.
19. Ćorluka, G., Vukušić, A., Kelić, I. (2018): Measuring tourism seasonality: Application and comparison of differetn methods , Tourism and Hospitality Industry 2018, Congress Proceedings, str. 55-63.
20. Dalmacija danas (2019): Ovaj vikend očekuje vas „Romantika u Saloni“ [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmacijadanas.hr/ovaj-vikend-ocekuje-vas-romantika-u-saloni-na-tri-dana-vratite-se-u-anticko-doba/ [03.05.2020.]
21. Dalmacija danas, Revitalizacija kuće parać u Solinu [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmacijadanas.hr/revitalizacija-kuce-parac-u-solinu-rimske-rodendanske-radionice-ljetne-anticke-radionice-tratamenti-stari-komin/ [03.05.2020.]
22. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2019: Dolasci i noćenja turista u 2018. [Internet] , raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm [02.05.2020.]
23. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2016): Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1585.pdf [03.05.2020.]

24. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2018): Statistička izvješća [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf (29.04.2020.)
25. Ekonomski fakultet u Splitu (2018): Strategija razvoja grada Solina do 2025. Godine [Internet], raspoloživo na: https://solin.hr/wp-content/uploads/2020/01/Nacrt-prijedloga-Strategije-razvoja-grada-Solina-do-2025.-godine.pdf [03.05.2020.]
26. Gradonačelnik.hr (2018): Samo ovih devet hrvatskih gradova ima više rođenih nego umrlih [Internet], raspoloživo na: https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/samo-ovih-devet-hrvatskih-gradova-ima-vise-rodenih-nego-umrlih-tajna-uspjeha-novac-obiteljima-s-djecom-jeftine-nekretnine-posao-dobiju-svi/7773954/ [03.05.2020.]
27. HGK (2019): Turizam LSŽ u brojkama turistička sezona 2018. [Internet], raspoloživo na: https://hgk.hr/documents/turisticki-promet-u-lszturisticka-sezona-20185c6ff0c5baec5.pdf [02.05.2020.]
28. Institut za turizam (2018): Strategija razvoja grada Solina 2018.-2025. [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Strategija_razvoja_turizma_grada_Solina_2018.-2025..pdf [03.05.2020.]
29. Kožić, I., (2013), "Kolika je sezonalnost u Hrvatskoj?", Ekonomski vjesnik, XXVI. No 2, str. 470-480
30. Kožić, I., Krešić, D., Boranić-Živoder, S. (2013), "Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode Gini koeficijenta", Ekonomski pregled, 64 (2), str. 159-182.
31. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., (2018): Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 1-196.
32. Privredni.hr (2020): Istraživanje otkriva tko u Hrvatskoj ima najveću sezonalnost [Internet], raspoloživo na: http://www.privredni.hr/sezonalnost-turizma-zupanija [27.04.2020.]
33. Rašić, I. (2019): Sektorske analize, [Internet], raspoloživo na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf [02.05.2020.]
34. Rihelj, G. (2016): Da li je u Hrvatskoj moguće smanjiti sezonalnost [Internet] , raspoloživo na: https://hrturizam.hr/da-li-je-u-hrvatskoj-moguce-smanjiti-sezonalnost/ [02.05.2020.]

35. Rihelj, G. (2020): U 2019.godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja [Internet] , raspoloživo na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ [02.05.2020.]
36. Smajić, J. (2018): Promocija turističkih proizvoda grada Solina [Internet], raspoloživo na: https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A2622/datastream/PDF/view [03.05.2020.]
37. Turizmoteka (2020): U 2019. godini 21 milijun turista [Internet], raspoloživo na: https://www.turizmoteka.hr/jos-iz-turizma/turizam-u-brojkama/u-2019-godini-21-milijun-turista/ [02.05.2020.]
38. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2019): Statistička analiza turističkog prometa 2018. [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/IVONA/Downloads/Analiza2018.pdf [10.05.2020.]
39. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistike/ Turistički promet u 2017.godini [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2017-godini [01.06.2020.]
40. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2019): Statistike/ Turistički promet u 2018.godini, raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2018-godini [01.06.2020.]
41. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2020): Statistike/ Turistički promet u 2019.godini, raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-u-2019-godini [01.06.2020.]
42. Wikipedia, Amfiteatar u Saloni [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Amfiteatar_u_Saloni [03.05.2020.]
43. Wikipedia, Solin [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Solin [03.05.2020.]

POPIS TABLICA

Tablica 1. Strategije za suzbijanje sezonalnosti……..……17

Tablica 2. Zaštićena prirodna baština u Solinu.....43

Tablica 3: Zaštićena kulturno-povijesna baština grada Solina.....43

Tablica 4. Kulturna dobra po vrsti, pravnom statusu i klasifikaciji na području grada Solina.....44

Tablica 5. Manifestacije u Solinu..... 47

Tablica 6. Broj dolazaka i noćenja na području grada Solina u 2016., 2017. i 2018.godini... 49

Tablica 7. Broj dolazaka i noćenja turista po mjesecima u Solinu u 2017. godini..... 54

Tablica 8. Broj dolazaka i noćenja turista po mjesecima u Solinu u 2018. godini..... .56

Tablica 9. Broj dolazaka i noćenja turista po mjesecima u Solinu u 2019. godini..... .57

Tablica 10. Mjesečne promjene u originalnim serijama podataka noćenja……57

Tablica 11: ANOVA test…….57

Tablica 12. Dekompozicija vremenskog niza……..58

Tablica 13. Broj dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2017. godini 59

Tablica 14. Broj noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2017. godini 60

Tablica 15. Broj dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2018. godini 60

Tablica 16. Broj noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2018. godini 61

Tablica 17. Broj dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2019. godini 61

Tablica 18. Broj noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima u Solinu u 2019. godini 61

Tablica 19. Mjesečne promjene u originalnim serijama podataka noćenja domaćih turista….63

Tablica 20: ANOVA test……64

Tablica 21. Dekompozicija vremenskog niza……..64

Tablica 22. Mjesečne promjene u originalnim serijama podataka noćenja stranih turista…..65

Tablica 23: ANOVA test…….65

Tablica 24. Dekompozicija vremenskog niza……66

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Odnos dolazaka domaćih i stranih turista u Solinu u 2019. godini.....50

Grafikon 2. Sezonalni faktori u odnosu na mjesece u godini……..66

POPIS SLIKA

Slika 1. Dolasci turista po mjesecima u 2017. godini..... 21

Slika 2. Noćenja turista po mjesecima u 2017. godini..... 22

Slika 3. Dolasci turista po mjesecima u 2018. godini..... 23

Slika 4. Noćenja turista po mjesecima u 2018.godini..... 23

Slika 5. Noćenja turista po vrstama objekata u 2017. i 2018.godini..... 24

Slika 6. Prosječan broj dana boravka po mjesecima u 2018. godini..... 25

Slika 7. Zaposleni u pravnim osobama, obrtu i djelatnostima slobodnih profesija, djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, po mjesecima 2018. godine..... 25

Slika 8. Struktura noćenja stranih turista u 2017.godini..... 28

Slika 9: Broj ostvarenih noćenja turista po vrstama smještajnih kapaciteta u 2017.godini..... 28

Slika 10. Prosječni broj noćenja po dolasku po vrstama smještajnih kapaciteta u 2017.godini 29

Slika 11. Prosječni broj dana boravka stranih turista po vrstama smještajnih objekata u 2017.godini..... 30

Slika 12. Prosječni broj dana boravka domaćih turista po vrstama smještajnih objekata u 2017.godini..... 30

Slika 13. Potražnja za smještajnim kapacitetom u 2018.godini..... 32

Slika 14. Popunjenost stalnih postelja po mjesecima u 2018.godini..... 33

Slika 15. Prosječna dužina boravka prema vrstama smještaja u 2018.godini..... 33

Slika 16. Promet prema ključnim skupinama vrsta smještaja u 2019.godini..... 34

Slika 17. Promet hotela prema kategoriji objekta u 2019.godini..... 35

Slika 18. Broj organiziranih i individualnih noćenja po vrstama objekta u 2019.godini..... 36

Slika 19. Broj dolazaka i noćenja prema vrstama smještajnih kapaciteta u 2019.godini..... 37

Slika 20. Prikaz položaja grada Solina na karti Republike Hrvatske..... 39

Slika 21. Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima u Solinu iz 2011.godine..... 40

Slika 22. Broj zaposlenih i nezaposlenih na području grada Solina prema posljednjem popisu stanovništva..... 40

Slika 23. Cestovna povezanost grada Solina..... 42

Slika 24. Struktura raspoloživih smještajnih kapaciteta u Solinu u 2017. godini..... 48

Slika 25. Turisti i noćenja po zemljama iz kojih dolaze za grad Solin..... 52

Slika 26. Mjesečna distribucija turističkih dolazaka i noćenja u gradu Solinu u 2016. godini 53

SAŽETAK

Rad ukazuje na sveprisutniji fenomen sezonalnosti u današnje vrijeme, njezin problem mjerenja, načine kako smanjiti sezonalnost te njezino usmjerenje u stvaranju pozitivnih promjena u gospodarstvu i njegovom okruženju. Teorijski dio definira pojam sezonalnosti, njezine uzroke, posljedice te mjere za njezino suzbijanje. Zatim je u radu opširnije opisano s kakvom se sezonalnošću susreće Hrvatska te su dani podatci o potražnji za smještajnim kapacitetom u Hrvatskoj u periodu od 2017. do 2019.godine. Ovaj rad je u najvišoj mjeri usredotočen na grad Solin te su nabrojana osnovna obilježja grada Solina, njezini prirodni, kulturni resursi i manifestacije. Cilj ovog istraživanja je bio utvrditi je li je prisutna sezonalnost u gradu Solinu. U tom smislu, analizirana je ponuda i potražnja u Solinu, broj dolazaka i noćenja domaćih i inozemnih turista po mjesecima tijekom godina, postavljene su i dokazane dvije hipoteze koje ističu da je sezonalnost u potražnji za smještajnim kapacitetom u velikoj mjeri prisutna u gradu Solinu. Na samom kraju rada je prikazan i razgovor s direktoricom turističkog ureda u Solinu te je izneseno njezino mišljenje o tome što se može postići da se smanji sezonalnost.

Ključne riječi: Sezonalnost, uzroci sezonalnosti, potražnja za smještajnim kapacitetom, grad Solin

SUMMARY

The paper focuses on the increasingly present phenomenon of seasonality, its problem of measurement, ways to reduce seasonality and its direction in creating positive changes in the economy and its environment. The theoretical part defines the concept of seasonality, its causes, consequences and measures for its suppression. Then, in the paper is described more details what seasonality Croatia is facing and provides data on the demand for accommodation capacity in Croatia in the period from 2017. to 2019. This paper focuses mostly on the city of Solin and lists the basic features of the city, its natural, cultural resources and events. The aim of this research was to determine whether seasonality is present in the city of Solin. The supply and demand in Solin, the number of arrivals and overnight stays of

domestic and foreign tourists by months over the years were analyzed, two hypotheses were set and proved that seasonality in demand for accommodation is largely present in Solin. At the very end of the paper, a conversation with the director of the tourist office in Solin was presented and her opinion was expressed on what can be achieved to reduce seasonality.

Key words: Seasonality, causes of seasonality, demand for accommodation capacity, city of Solin