STATISTIČKA ANALIZA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ U RAZDOBLJU OD 2005. DO 2014. GODINE

Zekić, Bože

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:247963

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

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

STATISTIČKA ANALIZA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ U RAZDOBLJU OD 2005. DO 2014. GODINE

Mentor:

Prof. dr. sc. Ante Rozga

Student:

Bože Zekić

2131218

Split, srpanj. 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4

1.1 Problematika istraživanja 4

1.2 Predmet istraživanja 5

1.3 Istraživačke hipoteze 6

1.4 Ciljevi istraživanja 6

1.5 Metode istraživanja 7

1.6 Doprinos istraživanja 7

1.7 Struktura diplomskog rada 8

2. STATISTIKA I STATISTIČKA ANALIZA 9

2.1 Pojam i zadaća statistike 9

2.2 Pojam statističke analize 9

2.3 Statističko promatranje 9

2.4 Grupiranje, tabelarno i grafičko prikazivanje statističkih podataka 10

2.5 Statistička analiza i interpretacija rezultata provedene analize 10

3. TEMELJNI POJMOVI TURIZMA 12

3.1 Pojam turizma 12

3.2 Karakter rada u turizmu kao djelatnosti 14

3.3 Organizacijski oblici pružanja usluga u turizmu 14

3.4 Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj 19

3.5 Važnost turizma i udjel u gospodarstvu 21

3.6 Socio-kulturni utjecaj turizma 22

3.7 Utjecaj svjetskih trendova i preferencija turista na turistički sektor 23

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE REZULTATA ISTRAŽIVANJA STATISTIČKE ANALIZE TURIZMA U RH U RAZDOBLJU OD 2005. DO 2014. GOD. 26

4.1 Analiza i interpretacija dobivenih rezultata 26

4.2 Testiranje hipoteza 45

4.3 Ograničenja istraživanja 49

5. ZAKLJUČAK 50

6. SAŽETAK 51

7. SUMMARY 52

8. LITERATURA 53
9. POPIS GRAFIKONA 55
10.POPIS TABLICA.....56

1. UVOD

1.1 Problematika istraživanja

Turizam je najbrže rastuća i jedna od najvažnijih gospodarskih grana u svijetu ali i u Hrvatskoj, s bezbrojnim mogućnostima za ekonomski razvoj regija. Današnje vrijeme brzih promjena traži suzdržanost kada se govori o kratkoročnim, a pogotovo dugoročnim predviđanjima jer golem broj faktora utječe na turistička zbivanja, tako da je realan objektivan pogled unaprijed moguć samo za vrlo kratko vremensko razdoblje.

Osim ekonomskih, turizam pri realizaciji usluga nosi sa sobom brojne ekološke, socijalne, kulturne i povijesne odrednice. Kada govorimo o turizmu u Hrvatskoj najprije moramo istaknuti njegove prednosti u obliku prirodnih ljepota, kulturnih i povijesnih spomenika, mediteransku klimu, dugu tradiciju ali i povezanost s Europskim središtima. Upravo je cestovno - zračna povezanost posljednjih godina pridonijela popularnosti Hrvatske kao turističke destinacije. Prvenstveno se to ogleda u izgradnji autoceste A1 i sve većim brojem avionskih linija koji su približili Hrvatsku Europi ali i svijetu.

Važnost ove gospodarske grane očituje se u udjelu u BDP-u, a naročito je ova djelatnost došla do izražaja u vrijeme gospodarske krize koja je pokazala sve slabe točke gospodarstva i pri čemu je turizam postao nositelj održivosti cjelokupnoga gospodarskog sistema. Unatoč tome što su investicije smanjenje i u turističkom sektoru za vrijeme krize, te što je turizam doživio blagi pad i stagnaciju u odnosu na 2008. godinu postao je temeljni nositelj gospodarstva s još većim udjelom u BDP-u. Ova gospodarska grana među prvima je pokazala tendenciju rasta i izlaska iz krize, parametri koji to pokazuju su povećanje investicija u 2013. i 2014. godini te povećanje broja noćenja i prihoda od turizma.

Hrvatski turizam unatoč rastu ima karakterističan problem u strateškom i planskom vođenju što se uz nedostatak turističke ponude odražava u vidu kratke turističke sezone. Zbog toga je od neizmjerne važnosti statistička analiza svih aspekata u turizmu, na temelju čega se moraju donijeti zaključci o trendovima, utjecajnim varijablama i budućim kretanjima koji će pridonijeti poboljšanju turističkih usluga te osnovnom cilju povećanu broja noćenja i razine prihoda.

„Statistika je posebna znanstvena disciplina koja na organiziran način pristupa prikupljanju, selekciji, grupiranju, prezentaciji i analizi informacija ili podataka, te interpretiranju rezultata

provedene analize, a sve to u svrhu realizacije postavljenih ciljeva.“ Statističko istraživanje započinje određivanjem cilja i razradom plana istraživanja. Zatim slijedi organizirano prikupljanje statističkih podataka i njihovo sređivanje (grupiranje). Tablično i grafičko prikazivanje statističkih podataka prethodi statističkoj analizi i interpretaciji rezultata provedene statističke analize. Statističke informacije, metode i tehnike temelj su za provođenje statističke analize. Statističkom analizom stječe se uvid u strukturu pojava ili procesa u vremenu i prostoru te uvid u njihove međusobne veze i odnose, stoga možemo reći da su predmet statističke analize različita kvalitativna ili kvantitativna obilježja promatranih pojava ili procesa obuhvaćenih statističkim skupom.

Da bi dobili realnu sliku turizma potrebno je iskazati najbitnije parametre, njihova kvalitativna i kvantitativna obilježja a sve u cilju ostvarivanja ukupnog turističkog potencijala. Ujedno je od iznimne važnosti kroz statističku analizu dobiti realnu sliku stanja koja će nam omogućiti donošenje odluka koje će imati za posljedicu strateški rast u budućnosti.

1.2 Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada je turistički sektor kroz primjenu statističkih metoda, pri čemu će se izvršiti prikupljanje, selekcija, grupiranje, prezentacija i analiza informacija. Nastojat će se na temelju dobivenih podataka u vidu broja noćenja, broja postelja, prihoda i rashoda te investicija utvrditi trendovi kretanja u turizmu kao i kvaliteta turističke usluge u razdoblju od 2005. godine do 2014. godine. Svi ovi parametri daju nam neizmjerno važne podatke o turizmu, o kompleksnosti pojava i međuodnosima svih sudionika turističkoga prometa u Hrvatskoj. Upravo je ova međupovezanost državne i lokalne vlasti i privatnika osnova strateškog razvoja turizma, a snaga te poveznice ključ daljnjeg razvoja cjelokupnog turizma.

U radu će se prikazati i ekonomski utjecaj turizma na cjelokupnu privredu ali i sociokulturni utjecaj. Taj značaj turizma biti će iskazan kvantitativno ali i kvalitativno da bi se dobio uvid u razinu značajnosti ovoga sektora kako na državni i osobni proračun tako i na psihološki faktor koji sa sobom ova grana nosi u pogledu jedne uspješne u cijelom gospodarstvu.

Teorijski i empirijski pokazatelji se analiziraju te potvrđuju, odnosno odbacuju postavljene hipoteze na temelju istraženih i obrađenih podataka.

1.3 Istraživačke hipoteze

Istraživačke hipoteze se temelje na predmetu istraživanja i problematici istraživanja, odnosno pomoću objašnjenja putem predmeta istraživanja i problematici istraživanja izvode se istraživačke hipoteze, koje će na kraju biti potvrđene ili odbačene.

H0 – Statistički pokazatelji sektora turizma trenutačno ukazuju na trend rasta udjela ovog sektora u BDP-u

H1 – Proširenje turističke ponude kroz investicije ima za utjecaj proširenje vremenskog perioda u kojem se očekuju dolasci gostiju

H2 – Broj turista i broj noćenja u hotelima je u stalnom porastu

H3 – Sektor turizma znatno pridonosi povećanju sezonske zaposlenosti

H4 – Statistički pokazatelji turizma ukazuju na trend rasta broja dolazaka i noćenja u turizmu

U daljnjem tijeku diplomskog rada, postavljene hipoteze će se testirati, te samim time potvrditi ili opovrgnuti.

1.4 Ciljevi istraživanja

Za ostvarenje ciljeva nužni su nam utvrđivanje problema i predmeta istraživanja te jasno definirane i postavljenje hipoteze. Na temelju ovih odrednica određuje se glavni cilj ovoga istraživanja, a to je statistička analiza turizma u Republici Hrvatskoj u svrhu što boljeg razumijevanja kako ova djelatnost utječe na gospodarstvo u cjelini. Na temelju ovih parametara dobivenih kroz provedenu analizu možemo odrediti daljnje smjernice turizma te ga strateški odrediti za buduća razdoblja. Iz glavnog cilja možemo izvaditi pomoćne ciljeve koji služe svrsi postizanja glavnog cilja:

- Proučiti razlike između ostvarenih i željenih prihoda od turizma u Republici Hrvatskoj
- Prikazati problem koji predstavlja prekratka turistička sezona
- Prikazati na koji način statistički podaci prikazuju trendove u turističkoj djelatnosti
- Odrediti utjecaj državnih i lokalnih projekata na turistički sektor
- Prikupiti i analizirati statističke podatke na razini turizma u Republici Hrvatskoj te donijeti zaključke na temelju podataka
- Prikazati utjecaj gospodarske krize na turistički sektor
- Kroz statističke testove utvrditi najvažnije utjecajne varijable

1.5 Metode istraživanja

Kako bi došli do zaključaka te odgovora na postavljene hipoteze, potrebno je određenim metodama pokazati prihvaćanje ili odbacivanje određene hipoteze. Dva su načina na koja će se vršiti istraživanje, teorijsko i empirijsko.

U izradi teorijskog dijela koristit će se znanstvena i stručna literatura, ali i dosadašnje analize iz empirijskoga spektra. Korištene metode biti će sljedeće:

- Metoda analize i metoda sinteze – dok metoda analize objašnjava stvarnost putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente i izučavanje svakog dijela pojedinačno u odnosu na cjelinu, sinteza je obrnut proces, dakle objašnjenje putem spajanja i povezivanja izdvojenih elemenata u cjelinu.
- Metoda deskripcije - Primjenjuje se u početnoj fazi istraživanja, a svrha metode je objasniti važna obilježja, zakonitosti i uzročno-posljedične odnose među predmetima odnosno pojavama koje se opisuju.
- Metoda indukcije – donošenje zaključaka o općem sudu na temelju pojedinačnih činjenica.
- Metoda dedukcije – donošenje pojedinačnih zaključaka na temelju općeg suda.
- Metoda apstrakcije – odvajanje nebitnih i isticanje bitnih osobina određenog predmeta ili pojave istraživanja.
- Metoda komparacije – način uspoređivanja istih ili srodnih činjenica

Empirijski dio rada se provodi uz pomoć statističkih testova koji će biti izraženi u numeričkom obliku. Ovaj oblik istraživanja biti će proveden uz pomoć statističkih podataka Hrvatskog zavoda za statistiku, Ministarstva turizma te drugih relevantnih izvora i to uz pomoć programa Microsoft Excel i SPSS. U svrhu veće preglednosti, rezultati statističke analize podataka će biti prikazani pomoću tablica i pripadajućih grafikona, uz dodatna pojašnjenja prethodno navedenog. Kako bi dokazali postavljene hipoteze izvršit će se upotreba regresijske, korelacijske i analize trenda.

1.6 Doprinos istraživanja

Istraživanje koje će se provesti ukazat će koje su to najutjecajnije varijable koje omogućuju tendenciju rasta u turističkom sektoru, na koji način kroz promjenu tih varijabli mijenjamo i

gospodarski potencijal zemlje. Provedbom statističkih metoda nastojat će se objasniti potencijal turizma kao djelatnosti a na temelju toga potencijala izvesti strateški ciljevi za budućnost. Navodeći ove konstatacije ukazuje se doprinos ovoga rada, čija svrha će biti ostvarena ukoliko se prezentira strateški način razvoja hrvatskog turizma.

1.7 Struktura diplomskog rada

Rad se koncepcijski sastoji od pet poglavlja, kroz koje će biti objašnjena važnost turističkoga sektora sa svim svojim varijablama.

U prvom poglavlju, koji je u svojoj biti uvodni dio, bit će definiran problem i predmet istraživanja, svrha i ciljevi. Definirat će se metode koje se koriste prilikom pisanja rada, te će biti postavljene hipoteze koje će se kroz rad istraživati, zatim prihvatiti ili odbaciti.

Drugo poglavlje donosi objašnjenje o statističkim metodama i tehnikama. Upoznajemo se s pojmovima poput statističke analize, statističkog skupa, fazama statističkog istraživanja, sekundarnim i primarnim podacima, grupiranjem, tabelarnim i grafičkim prikazivanjem statističkih podataka, te upoznavanje sa individualnim,verižnim i baznim indeksima.

Treće poglavlje obuhvaća temeljne pojmove sektora turizma uz problematiku trenutnoga stanja i načina korištenja potencijala.

U četvrtom poglavlju rada provest će se empirijsko istraživanje stanja i perspektive turizma u Republici Hrvatskoj s naglaskom na istraživanje koje ima za cilj potvrditi ili odbaciti postavljene hipoteze. Na samom kraju rada nalaziti će se zaključak i sažetak provedene analize, korištena literatura, popis tablica i popis grafikona.

2. STATISTIKA I STATISTIČKA ANALIZA

2.1 Pojam i zadaća statistike

Statistika je posebna znanstvena disciplina koja u svrhu realizacije postavljenih ciljeva istraživanja na organiziran način prikuplja, odabire, grupira, prezentira i vrši analizu informacija ili podataka te interpretira rezultate provedene analize. Statistika se kao znanstvena disciplina može podijeliti na deskriptivnu statistiku i inferencijalnu statistiku.[1]

2.2 Pojam statističke analize

Statističkom analizom stječe se uvid u strukturu pojava ili procesa u vremenu i prostoru te uvid u njihove međusobne odnose i veze. Predmet statističke analize različita su kvalitativna i kvantitativna obilježja obuhvaćena statističkim skupom. Dakle, to praktično znači da pratimo kretanje neke pojave, što na nju sve utječe te kako reagira na promjenu neke druge pojave ili procesa. Da bi statističku analizu uspješno proveli potreban nam je velik broj statističkih informacija, metoda i tehnika.

Pojmovno odrediti statistički skup podrazumijeva odrediti pojam ili svojstvo svakog elementa promatranog skupa. Prostorno odrediti statistički skup znači odrediti prostor na koji se odnosi ili kojemu pripadaju elementi statističkog skupa. Vremenski odrediti statistički skup znači odrediti vremenski trenutak ili razdoblje kojim će se obuhvatiti svi elementi koji ulaze u statistički skup.

2.3 Statističko promatranje

Prikupljanje statističkih podataka prva je faza statističkog rada koja ima zadatak upoznati obilježja pojedinačnih elemenata prethodno precizno definiranog statističkog skupa.

U ovisnosti o vremenu nužnom za prikupljanje podataka može se govoriti o dva temeljna pristupa:

- onom koji se bavi snimanjem stanja pojave u točno određenom trenutku,

[1] Pivac, S.; Rozga, A.: Statistika za sociološka istraživanja, Sveučilište u Splitu, Split, 2006., str.9.

- onom koji se bavi promatranjem i registriranjem – evidentiranjem promjena pojave u kraćem ili duljem vremenskom razdoblju.

U ovisnosti o karakteru izvora statističke podatke možemo podijeliti na:

- primarne

- sekundarne.

Primarni podaci prikupljaju se u skladu s unaprijed definiranim ciljevima statističkog istraživanja i to neposrednim promatranjem svojstava jedinica statističkog skupa. Sekundarni podaci su oni koji se pribavljaju iz već postojećih baza podataka različitih državnih ustanova npr. u Hrvatskoj su to: Državni zavod za statistiku, Hrvatska narodna banka, Hrvatska gospodarska komora i slične institucije.

2.4 Grupiranje, tabelarno i grafičko prikazivanje statističkih podataka

Grupiranje statističkih podataka postupak je raščlambe statističkog skupa na određeni broj grupa ili podskupova prema prethodno utvrđenim modalitetima danog obilježja i uz poštivanje principa isključivosti i iscrpnosti. Isključivo će grupiranje biti u slučaju da svaki element statističkog skupa može pripadati samo jednoj grupi, a iscrpnost podrazumijeva da svaki element statističkog skupa mora biti dijelom jedne od predviđenih grupa.
Tabelarno i grafičko prikazivanje statističkih podataka je sređivanje sirove statističke građe koja ima za cilj da na jasan, cjelovit i pregledan način prezentira rezultate provođenja prethodne dvije faze, tj. rezultate prikupljanja i grupiranja statističkih podataka.
Predmet statističke analize može biti jedna varijabla ili više njih istodobno. Urede li se podaci o jednom obilježju jedinica statističkog skupa, nastat će statistički niz. Statističkih nizova ima onoliko koliko i vrsta obilježja. Nominalni niz nastaje grupiranjem podataka prema modalitetima nominalne varijable. Nominalni niz može se prikazati statističkom tabelom.

2.5 Statistička analiza i interpretacija rezultata provedene analize

Nakon deskriptivne analize čitavog statističkog skupa vrši se tumačenje dobivenih brojčanih rezultata i statističkih tablica te se donose zaključci u skladu s postavljenim ciljem statističkog istraživanja. Nakon inferencijalne analize statističkog skupa na bazi uzorka, opet u skladu s

postavljenim ciljevima istraživanja, donosi se izvješće o procijenjenim parametrima iz čitavog osnovnog statističkog skupa i rezultatima postavljenih hipoteza o tim parametrima.

3. TEMELJNI POJMOVI TURIZMA

3.1 Pojam turizma

S obzirom na kompleksnost turizma, sam pojam turizma ima brojne definicije od kojih će neke biti prikazane u nastavku.

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s tim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost. Turist, kao potrošač turističkih usluga, može se definirati kao „privremeni posjetitelj“ koji se nalazi u mjestu van svog mjesta stalnog boravka najmanje 24 sata, s tim što je promjena mjesta njegovog boravka motivirana ovim razlozima:[2]

1. željom za fizičkim i psihičkim odmorom,
2. željom za razonodom i zabavom,
3. željom za stjecanjem znanja putem upoznavanja kulturnog i povijesnog nasljeđa određenih zemalja ili mjesta (ovdje nisu uključeni studenti i učenici u stranim zemljama ili mjestima, kao ni osobe na specijalizaciji u inozemstvu) i upoznavanjem prirodnih ljepota,
4. zdravstvenim razlozima (preventivna zdravstvena zaštita) koji uvjetuju korištenje klimatskih i zračnih lječilišta ili odmarališta,
5. amaterskim sportskim takmičenjima i drugim oblicima takmičenja ili amaterskim manifestacijama kulturno-umjetničkih ostvarenja u drugim mjestima ili zemljama,
6. kružnim putovanjima turista brodovima, koji se zadržavaju u određenim mjestima i kraće od 24 sata itd.

Također, turizam se može definirati kao skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.[3]

Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svog uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalno godine dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju.[4]

[2] Marković, S. i Z.– Osnove turizma, „Školska knjiga“, Zagreb, 1970.
[3] Boris Pirjevec, Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, 1998, str 19
[4] Petrić, L., Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003.

Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, porodice, poslova, javnih misija i skupova:[5]

- *Domaći turist* jest svaka osoba s prebivalištem u Hrvatskoj koja u nekom mjestu u Hrvatskoj izvan mjesta svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju.
- *Strani turist* jest svaka osoba s prebivalištem izvan Hrvatske koja privremeno boravi u Hrvatskoj i koja provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju.

Kolektivni smještajni objekti pružaju noćenje turistima u sobi ili nekoj drugoj jedinici, ali broj mjesta koji osiguravaju mora biti veći od minimuma određenoga za skupine osoba koje premašuju jednu obitelj, a sva mjesta u objektu moraju biti pod istim zajedničkim komercijalnim tipom rukovođenja, čak i ako object ne stvara profit.

Privatni smještajni objekti pružaju ograničen broj mjesta koji ne prelazi nacionalni minimum određen za kapacitet objekta.
Kuća ili stan za odmor jest svaka zgrada ili stan koji se koristi sezonski ili povremeno.

Vrsta mjesta. Turističkim mjestom u ovom istraživanju smatra se ono mjesto koje ispunjava sljedeće osnovne uvjete: atraktivne (prirodne ljepote, ljekoviti izvori, kulturno-povijesni spomenici, razne kulturne, zabavne i sportske priredbe), komunikativne (mogućnost pristupa, prometne veze) i receptivne (objekti za smještaj i uz njih potrebni prateći objekti za pružanje raznih usluga − trgovinskih, obrtničkih, poštanskih i sl.) ili ima parkove, kupališta, šetališta itd.

Turistička mjesta razvrstavaju se u sljedeće vrste:
Kupališna mjesta jesu mjesta kod kojih je ljekovitost termalnih ili mineralnih voda i ostalih geološko-mineraloških sastojaka znanstveno-medicinski ili empirijski dokazana i imaju odgovarajuće objekte s uređajima za liječenje i oporavak posjetitelja.
Primorska mjesta jesu mjesta duž morske obale i na otocima.

[5] Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis 2009.

Planinska mjesta jesu mjesta koja se nalaze iznad 500 metara nadmorske visine ili leže u teritorijalnom okviru neke planine.

Ostala turistička mjesta jesu mjesta koja imaju atraktivne faktore (npr. klimatske, kulturno-povijesne spomenike i sl.), riječna i jezerska mjesta i druga, a ne mogu se razvrstati u navedena mjesta. Ostala mjesta jesu sva ostala mjesta koja se ne mogu razvrstati niti u jednu od prethodnih vrsta, a raspolažu ugostiteljskim objektima za smještaj.

3.2 Karakter rada u turizmu kao djelatnosti

Turizam se sastoji iz većeg broja privrednih i neprivrednih djelatnosti, koje sve zajedno sudjeluju u podmirenju potreba domaćih i stranih turista. Prema tome, u analizi karaktera rada ove djelatnosti, sa stajališta njene proizvodnosti, može se u osnovi poći od analize karaktera rada, najvažnijih privrednih djelatnosti, koje direktno sudjeluju u podmirenju potreba turista (ugostiteljstvo, promet, trgovina, turističke organizacije – putničke i turističke agencije i sl. razne vrste komunalnih djelatnosti i zanatske radnje i poduzeća).[6]

3.3 Organizacijski oblici pružanja usluga u turizmu

Vrste turizma definiraju se zbog potreba statističkog evidentiranja. Upravo prema statističkom kriteriju izvršena je podjela vrsta turizma i to ovisno o porijeklu turista i zemlji koju posjećuje.

Prema tim kriterijima razlikujemo:

- *Domaći* – npr. stanovnici RH putuju po RH,
- *Ulazni* – stanovnici Slovačke putuju i borave u RH,
- *Izlazni* – npr. stanovnici RH putuju i borave u Slovačkoj.

Cilj svake zemlje je da poveća broj dolazaka domaćih i stranih turista (ulazni i domaći turizam) i smanji svoj izlazni turizam, tj. broj svojih rezidenata u inozemstvu. Time se žele povećati prihodi i smanjiti rashodi po osnovi turističkih putovanja. Ako pričamo o turizmu s aspekta tokova kretanja turista, dijelimo ga na:

- *Unutarnji* - turizam unutar granica neke države, tj. domaći i ulazni

[6] Krapf, Tourism Review, 1963.

- *Nacionalni turizam* - obuhvaća kretanja stanovnika pojedine zemlje unutar zemlje ili izvan nje, tj. domaći i izlazni turizam.
- *Međunarodni turizam* - odvija se među pojedinim zemljama tj. obuhvaća i ulazni I izlazni turizam.

Budući da je turizam vrlo složena i slojevita društveno - ekonomska pojava moguće ga je analizirati i raščlanjivati po različitim kriterijima kojima se pobliže određuju određene vrste turizma. Cilj kriterija koji se pri tome najčešće primjenjuju je pobliže geografski locirati turista i njegovu potrošnju kako bi se mogli analizirati utjecaji turizma u određenoj destinaciji.[7] UNWTO za potrebe svog metodološkog instrumentarija praćenja ekonomskih učinaka na gospodarstvo određene zemlje, turizam dijeli na sljedeće vrste:

1. domaći turizam - uključuje turistička putovanja (i boravak) domicilnog stanovništva (rezidenata) u različite destinacije unutar granica vlastite zemlje (npr. Putovanja državljana Hrvatske u turistička odredišta unutar Hrvatske),
2. receptivni turizam ili ulazni turizam-uključuje turiste ne rezidente koji borave u promatranoj zemlji (npr. turisti iz Austrije u Hrvatskoj),
3. emitivni turizam ili izlazni turizam-uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje (npr. turistička putovanja hrvatskih državljana u destinacije u drugim zemljama),
4. interni (unutrašnji) turizam – je kombinacija domaćeg i receptivnog turizma (prati se turistički promet npr. svih hrvatskih i stranih državljana na području Hrvatske),
5. nacionalni turizam - uključuje sva turistička putovanja domicilnog stanovništva (rezidenata) u zemlji i inozemstvu (npr. putovanja građana Hrvatske u turistička odredišta unutar vlastite zemlje i sva turistička putovanja u turističke destinacije izvan zemlje),
6. međunarodni turizam - uključuje kombinaciju receptivnog i emitivnog turizma (na primjeru Hrvatske to bi značilo da se pod međunarodnim turizmom razumijevaju sva putovanja inozemnih turista u Hrvatsku te sva putovanja hrvatskih građana u inozemstvo),
7. intraregionalni turizam - podrazumijeva sva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju te iste regije (npr. turistička putovanja

[7] Vanhove, N.: The Economics of Tourism Destinations, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005.

stanovnika jedne europske zemlje u drugu europsku zemlju; turistička putovanja Europljana unutar Europe),

8. interregionalni turizam - podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju, ali izvan te regije (npr. turistička putovanja Europljana izvan Europe).

Najčešći kriteriji razvrstavanja turizma su:

1. duljina boravka u odredištu,
2. mobilnost turista,
3. vrsta posjećenoga turističkog prostora (primorski, otočni, planinski, jezerski, gradski ili seoski),
4. način organizacije putovanja (individualno ili organizirano),
5. sadržaji (aktivnosti) za vrijeme boravka u odredištu.

Prema sadržaju boravka turizam dijelimo na:

1. kulturni,
2. zdravstveni,
3. sportski,
4. lovni i ribolovni,
5. ekoturizam,
6. nautički,
7. kongresni,
8. vjerski itd.

1. Kulturni turizam

Kulturni turizam možemo objasniti kao kretanje ljudi potaknuto kulturnim privlačnostima nekog područja radi prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe. Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma koji su blisko vezani i vrlo dobro se upotpunjuju. Kulturni turizam ne znači samo upoznavanje kulturno-povijesne baštine nekog kraja (putovanje u prošlost), već i upoznavanje suvremenog načina života ljudi tog područja. Prema podacima Instituta za turizam, upoznavanje kulturno povijesnog naslijeđa u Hrvatskoj je daleko manje zastupljeno kao osnovni motivi dolaska turista u odnosu na odmor i opuštanje i prirodne ljepote.

2. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam je poseban oblik turizma koji se stručno služi prirodnim ljekovitim izvorima i postupcima medicinske terapije koji bi trebali očuvati i poboljšati zdravlje, a time i ukupnu kvalitetu života. Osnovu zdravstvenog turizma čini korištenje prirodnih ljekovitih činitelja koji mogu biti morski, topli̇čki i klimatski. Zdravstveni turizam u Hrvatskoj pruža vrlo raznoliku ponudu u morskim (talasoterapijskim) i topli̇čkim lječilištima, te vrhunsku ponudu wellness usluga, kao dio hotelskih sadržaja, ili u okviru samostalnih wellness centara pri hotelima te samostalno organiziranih wellnessa. U ponudi su uređena lječilišta na bazi ljekovitih mineralnih i termalnih izvora. U okolici Zagreba su; Tuheljske toplice, Krapinske toplice, Stubičke toplice, Varaždinske toplice, Ivanić grad (Naftalan) i Topusko i Sveti Martin na Muri u Međimurju. Na prostoru Slavonije su Daruvar, Lipik i Bizovac, a u primorju Vela Luka, Šibenik, Duga Uvala i Istarske toplice. Thalassotherapia djeluje u Opatiji, Crikvenici, Velom Lošinju, Hvaru i Makarskoj. Hrvatska se može pohvaliti izuzetno očuvanim prirodnim potencijalima, poput kvalitetnog zraka, bujne i raznolike vegetacije, mora, termalnih voda, ljekovitog blata, koji u kombinaciji s blagom klimom i sunčevom svjetlošću pružaju blagotvoran učinak na vaše zdravlje.

3. Lovni i ribolovni turizam

Lovni i ribolovni turizam karakterističan je za mjesta na moru, jezerima i rijekama. Gosti koji dolaze zbog lova poznati su po svojoj velikoj potrošnji, pa se sva mjesta koja za to imaju mogućnosti žele uključiti u ovaj oblik turizma. Do 1991. godine ostvaren je velik broj noćenja i dolazaka talijanskih, austrijskih, njemačkih, engleskih, francuskih ribolovaca i ribolovaca iz ostalih europskih zemalja na području Karlovca. Nakon rata pa sve do danas došlo je do drastičnog porasta ribolovaca koji dolaze na Šumbar i borave od 3 dana do 4 tjedna u komadu u Karlovcu. Osim jezera Šumbar, ŠRD „Korana Karlovac“ ima na raspolaganju Koranu, Kupu, Mrežnicu, Dobru, Glinu, Utinju, Radonju i 18 manjih jezera čiji potencijal nije potpuno iskorišten, a donio bi veliku dobit i ljudima na tom području.

4. Ekoturizam

Ekoturizam je odgovorno putovanje u prirodna područja kojim se čuva okoliš i unaprjeđuje blagostanje lokalnog stanovništva. Njegova obilježja su prirodno očuvani prostori, korištenje jednostavnih vrsta smještaja i strogo pridržavanje Zakona o zaštiti okoliša, što uključuje i ograničeni broj posjetitelja. S ekoturizmom su povezani i prirodni turizam, ruralni turizam,

agroturizam, pa i „robinzonski turizam“. Hrvatska je jedno od prvih europskih odredišta koje je omogućilo razvoj naturizma (njegovanje kulta nagog tijela) kojemu su skloni posjetitelji zemalja sjeverne i zapadne Europe koji žele što više živjeti u skladu s prirodom. Hrvatska za razliku od drugih europskih zemalja ima jako visoku razinu očuvanosti prirode kao I ekoloških sustava i staništa. Hrvatska je zemlja velike biološke i krajobrazne raznolikosti.

5. Nautički turizam

Nautički turizam je u porastu i iznimno je važan za Hrvatsku jer koristi naše prirodne ljepote, more i obalu, ali i otoke koji inače ne bi imali veće izglede za uključivanje na međunarodno turističko tržište. Upravo na tim prostorima postoji velika mogućnost razvoja takozvanog robinzonskog turizma. Nautički turizam obuhvaća razne (pod) oblike turizma kao što su jedrenje, krstarenje, ronjenje i sl tržištu. Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u sadašnjosti, ali ponajviše u budućnosti hrvatskoga gospodarstva. Prema razvojnim mogućnostima u posljednjih 10-ak godina posebno se istaknuo nautički turizam. Nautički turizam predstavlja kretanje turista u plovilima po moru uključujući njihovo pristajanje u marinama i obuhvaća svu infrastrukturu u marinama potrebnu za njihov prihvat.

6. Kongresni turizam

Poseban oblik turizma je kongresni turizam u kojem glavni motiv putovanja nije upoznavanje novih turističkih destinacija ni odmor, već ovaj oblik turizma podrazumijeva sudjelovanje pojedinca ili grupe na skupovima koji mogu biti različitog karaktera (znanstveni, stručni, gospodarski i drugi sadržaj). Ovaj oblik turizma je izuzetno važan jer omogućava dolazak gostiju tijekom cijele godine, a ne samo u vrijeme sezone. Ova putovanja u okviru kongresnog turizma često su obvezana i uvjetovana radnim mjestom, zadatkom i sl., te spadaju u poslovna putovanja, ali turistički receptivne zemlje vrlo rado i ove putnike svrstavaju u skupinu turista, pribrajajući prihode od kongresnog turizma ukupnim prihodima od turizma. Hrvatska ima razvijena iskustva u kongresnom turizmu obzirom da se organizacija seminara, simpozijuma, kongresa i znanstvenih i stručnih skupova organizira tijekom čitave godine, te je svakim danom sve zanimljiviji domaćin brojnih poslovnih sastanaka na nivou visokog menadžmenta vodećih regionalnih tvrtki, kao i odredište incentive putovanja te mjesto održavanja team buildinga.

7. Vjerski turizam

Vjerski turizam je jedan od najstarijih oblika turizma. U novije vrijeme riječ je o široko zastupljenom i ekonomski vrlo isplativom obliku turizma. Sve svjetske religije imaju određena mjesta (svetišta) koja prigodno posjećuju hodočasnici kojima su pruženi različiti infrastrukturni, gastronomski, kulturni i ostali sadržaji. Poznati centri vjerskog turizma su Lourdes, Fatima, Meka, Medina, Međugorje. U Hrvatskoj se nakon Domovinskog rata značajnije počelo razvijati i nacionalno svetište u Mariji Bistrici.

3.4 Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj

Prema kriterijima svjetskih ratova i osamostaljenju Hrvatske turizam Republike Hrvatske razvijao se kroz četiri faze:[8]

1. Razdoblje do Prvoga svjetskoga rata
2. Razdoblje između dva svjetska rata
3. Razdoblje od Drugoga svjetskog rata do 1990.
4. Razdoblje najnovije hrvatske povijesti

U razdoblju od 1991. do 1995. godine Hrvatska se nalazila u Domovinskom ratu te je turizam bilo nemoguće razvijati u tom razdoblju. U 1995. godini, kao zadnjoj ratnoj godini, u Hrvatskoj je zabilježeno 2,4 mil. dolazaka turista (0,4% svjetskog prometa), što je 29% manje nego 1994.godine. Karakteristično za 1995. godinu jest činjenica da je to zadnja godina u kojoj je, u strukturi dolazaka turista zabilježen poprilično mali udio dolazaka stranih turista, svega 54%. Od 1996. započinje ponovno oživljavanje turizma i obnova devastiranih objekata. Strane investicije su bile rjeđe zbog skeptičnosti prema stranom kapitalu i nesređenog stanja u državnoj administraciji. No počinje se otvarati emitivno tržište srednje i istočne Europe, što potpomaže ponovnom oživljavanju masovnog turizma. Uništeni smještajni kapaciteti za vrijeme rata se polako počinju vraćati na prijeratno stanje, no njihova je iskorištenost slaba. Na europskom emitivnom tržištu se provodi promotivna kampanja s ciljem stvaranja kvalitetnog imidža Hrvatske kao turističke destinacije, rezultat čega je proglašenje Hrvatske najpoželjnijom turističkom destinacijom 2005. godine od strane Lonely Planeta.

[8] Pirjevec, B., Kesar, O.: **Počela turizma**, Mikrorad i Ekonomski fakultet, Zagreb, 2002.

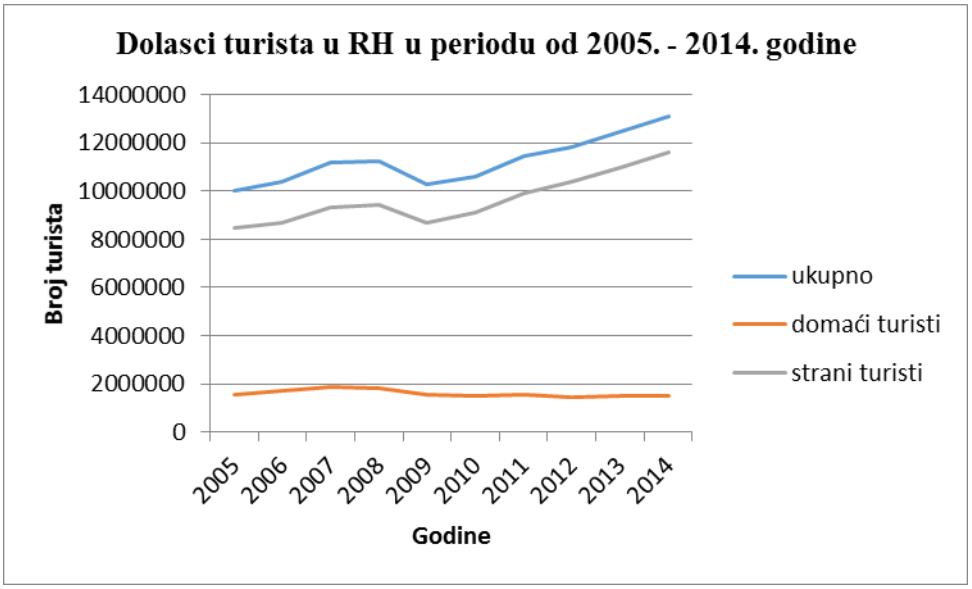
Tablica 1: Dolasci turista u Republiku Hrvatsku u periodu od 2005. – 2014. godine

GODINA	UKUPNO GOSTIJU	DOMAĆI GOSTI	STRANI GOSTI
2005.	9.995.000	1.528.000	8.467.000
2006.	10.385.000	1.726.000	8.659.000
2007.	11.162.000	1.856.000	9.306.000
2008.	11.261.000	1.846.000	9.415.000
2009.	10.270.490	1.576.694	8.693.796
2010.	10.604.116	1.493.374	9.110.742
2011.	11.455.670	1.529.003	9.926.674
2012.	11.835.000	1.466.000	10.369.000
2013.	12.441.000	1.486.000	10.955.000
2014.	13.128.416	1.505.455	11.622.961

Izvor: Državni zavod za statistiku

U promatranom razdoblju od 2005. do 2014. godine javlja se svake godine sve više dolazaka gostiju. U navedenom je razdoblju samo jedne, 2009. godine zabilježen pad dolazaka gostiju. Utjecaj ekonomske krize već se izravno osjetio u turizmu u Hrvatskoj u 2009. godini kada je zbog globalne ekonomske krize i recesije došlo do pada turističkog prometa i prihoda od međunarodnog turizma. U usporedbi prve promatrane, 2005. godine i zadnje 2014.godine javlja se povećanje od 3,5 milijuna više gostiju. U broju dolazaka u svim godinama prednjače oni strani gosti. Međutim, izuzevši 2009.g. rezultati hrvatskog turizma svake su godine bili sve bolji pa je tako u 2014. godini zabilježeno 13 128 000 dolazaka te 66 484 000 noćenja.

Grafikon 1 : Dolasci turista u Republiku Hrvatsku u periodu od 2005. – 2014. godine



Izvor: DZS, interpretacija autora podataka iz tablice 1

Na prethodnom grafu mogu se dobro vidjeti trendovi dolazaka turista u hrvatskom turizmu. Vidljivo je da broj domaćih turista od 2005. do 2007.godine raste po jako malim stopama (1-2%), gotovo stagnira. U 2007.godini dosiže makimalan broj domaćih turista (1 856 000 dolazaka), da bi u narednim godinama trend dolazaka postao negativan i smanjivao se.
Broj stranih turista u neprestanom je porastu i raste prosječnom stopom od 7% do 2008. godine, kad se dostiže maksimalan broj dolazaka stranih turista (9 415 000 dolazaka). U 2009. i 2010.godini bilježi se lagani pad dolazaka stranih turista u obe godine od 2%. Razlog smanjenja dolazaka domaćih i stranih turista možemo pronaći i u globalnoj recesiji koja je započela 2008. godine. U 2011. godini dolazi do povećanja stranih gostiju i to 9 926 674 gostiju, te u narednim godinama taj broj raste. Velike razlike između dolazaka domaćih i stranih turista rezultat su dosezanja objektivnog maksimuma u broju domaćih turista u današnjoj socio-ekonomskoj situaciji i velikog potencijala na stranom tržištu, gdje Hrvatska još uvijek ima mnogo prostora za rast i razvoj svog potencijala.

3.5 Važnost turizma i udjel u gospodarstvu

U procjeni ekonomskog doprinosa turizma gospodarstvu gotovo isključivo se koriste kvantitativne metode u rasponu od stohastičkih do deterministčkih. Od stohastičkih metoda najčešće se koriste ekonometrijske metode zasnovane na analizi vremenskih serija, presječnih (cross sectional) i panel podataka. Deterministčke metode obuhvaćaju modele gravitacije (koji dijelom mogu biti i stohastički modeli), input-output analizu (Input-output, IO) i matrice nacionalnih računa (Social Accounting Matrix, SAM), satelitski račun turizma (Tourism Satellite Accounts, TSA) te izračunljivi model opće ravnoteže (Computable General Equilibrium, CGE).[9] U nizu spomenutih metoda kojima je moguće sagledavati ukupan ili djelomičan utjecaj turizma na gospodarstvo posebno se ističu modeli zasnovani na input-output analizi te modeli izračunljive opće ravnoteže.[10] Doprinoseći na različite načine ekonomskom razumijevanju turizma, modeli izračunljive opće ravnoteže pokazuju da su, zbog utjecaja na cijene faktora i realnu aprecijaciju tečaja, utjecaji turizma na sektore vezane uz turizam manji nego što predviđaju input-output modeli, istodobno omogućavajući

[9] Hara, T.: Quantitative Tourism Industry Analysis: Introduction to Inputoutput, Social Accounting Matrix Modelling and Tourism Satellite Accounts. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsvier Inc., 2008.
[10] Zhao, D., Yanagida, J., Chakravorty, V. i Leung, P. (1997). „Estimating economic impacts from tourism“. Annals of Tourism Research, (24), 1997.

sagledavanje i negativnih učinaka turizma na druge sektore koji se za te faktore također natječu.[11]

Turizam je u Hrvatskoj, po dostupnim relevantnim podacima iz 2007., imao udjel u izravnoj bruto dodanoj vrijednosti u ukupno ostvarenoj bruto dodanoj vrijednosti od 8,5%, što u usporedbi s 19 europskih zemalja pokazuje važnost turizma u Hrvatskoj među najvišim jer je jedino Cipar imao taj udjel viši, od 8,7%.

Prihodi od turizma koje obračunava i objavljuje Hrvatska narodna banka (HNB) zbroj su prihoda nastalih iz osobnih i poslovnih razloga. Prihodi ostvareni od turista koji su u Hrvatsku 2014. godine došli iz osobnih razloga iznosili su 7,2 milijardi eura, što je u odnosu na 2013. godinu više za 3,3 posto ili 231 milijuna eura, a u odnosu na rekordnu 2008. godinu 2 posto ili 135 milijuna eura više. Iako je segment osobnih razloga svake godine sve jači, bitno je naglasiti kako su prihodi nastali dolaskom turista iz poslovnih razloga u konstantnom padu još od 2005. godine kada su iznosili 504 milijuna €, 2008. godine iznosili su 386 milijuna €, a 2014. godine iznosili su 194 milijuna €, što je utjecaj recesije.

Ukupni učinci turizma, izravni i neizravni, u Hrvatskoj su prema procjenama turističke potrošnje u 2005. imali udjel od 14,7 posto u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti cijelog gospodarstva, što, prema autorima, pokazuje važnost turističke potrošnje na gospodarstvo Hrvatske. Osim toga, to, kako navode, pokazuje i da u usporedbi s ostalih 19 analiziranih zemalja turizam u Hrvatskoj ostvaruje najveći doprinos, jer je primjerice udjel ukupnih učinaka turizma u Španjolskoj, koja je i među rijetkim zemljama s takvim podatkom, oko 11 posto.

Ipak, većina zemalja važnost turizma za svoju ekonomiju mjeri udjelom izravne bruto dodane vrijednosti turizma u ukupno ostvarenoj bruto dodanoj vrijednosti gospodarstva, pri čemu najveću izravnu bruto dodanu vrijednost turizma ostvaruju Francuska, Njemačka i Španjolska.

3.6 Socio-kulturni utjecaj turizma

Socio – kulturni aspekti očituju se u činjenici da kultura sama po sebi nije dovoljan razlog za početak putovanja. Naime, samo 5- 15% turista je isključivo motivirano kulturom kada se odlučuje za turističko putovanje, dok za ostale je ona usputan proizvod kojeg mogu konzumirati za vrijeme godišnjeg odmora.

Na planu negativnih sociokulturnih učinaka turizma na destinaciju najčešći učinci su:[12]

[11] Blake, A.: The dynamics of tourism's economic impact", Tourism economics, (15), 2009.

- nepoštivanje lokalnih tradicijskih i religijskih običaja i pravila;
- preuzimanje tuđih obrazaca ponašanja;
- porast kriminala;
- komodifikacija (promjena, a ponekad i uništavanje izvornih običaja i manifestacija);
- pretjerana standardizacija (gubitak kulturne raznolikosti).

Nadalje, zajednice koje žive od turizma smatraju da je turizam (u nešto manjoj mjeri nego prethodno) uzrok neželjenih socio-kulturnih pojava kao što su:

- negodovanje zbog prisutnosti turista,
- socio-ekonomska ovisnost,
- povećana rasprostranjenost kriminala,
- prostitucija,
- kockanje.

3.7 Utjecaj svjetskih trendova i preferencija turista na turistički sektor

Mnogi autori uzroke za promjene suvremenog turizma vide u izmjenama vrijednosnog sustava jer da to utjecalo na uspostavu novoga životnog obrasca. Iz navedenog odnosa proizlaze nove, sasvim drugačije turističke potrebe i novi oblici turizma koji se razvijaju da bi se zadovoljile novonastale potrebe. Došlo je do afirmacije takvih životnih potreba koje su u potpunosti izmijenile industrijski model turizma. Stavljen je naglasak na njegovu individualizaciju u skladu s novim životnim obrascem koji se mijenjao, između ostaloga, i pod utjecajem globalizacijskih procesa. Nove turističke potrebe zahtijevaju prilagodbu turističke ponude zahtjevima turističke potražnje. Konkurencija na svjetskome turističkom tržištu postaje sve oštrijom, i to ne samo među zemljama jedne regije nego i među regijama na svjetskoj, globalnoj razini. Za turiste, radi ostvarivanja što većih efekata, bori se veliki broj postojećih, ali i novih destinacija.

Globalizacija turističkog tržišta najviše dolazi do izražaja preko integracije nositelja turističkih aktivnosti u brojnim zemljama. Pritom, različiti su organizacijski oblici poslovnog povezivanja u turističkom gospodarstvu:

[12] Ibidem, str.98.

- povezivanje malih gospodarskih subjekata u poslovna udruženja, da bi se zaštitila i unaprijedila njihova djelatnost zajedničkim nastupom na turističkom tržištu,
- poslovna kooperacija između dvaju ili više većih poduzeća, da bi se postigle određene produktivne ili tržišne mogućnosti,
- spajanje, pripajanje i porast turističkih i drugih gospodarskih subjekata u velike poslovne sustave s više poslovnih jedinica.

Hrvatska je u promatranom periodu od 2005. do 2014. godine ostvarila konstantan rast dolazaka inozemnih turista, što izravno utječe na povećanje BDP-a Republike Hrvatske.
Prema preliminarnim podacima HNB-a, u 2004. godini, ostvaren je bruto devizni prihod od turizma u iznosu od 6,9 milijardi USD-a, što je 9,4% više u odnosu na prethodnu godinu. Na taj iznos utjecala je deprecijacija dolara prema euru koja je iznosila 9,9%. Međutim, kada se ostvareni devizni prihod analizira u eurima (5,7 milijardi eura) onda se zaključuje da je taj iznos gotovo isti kao prethodne godine. Štoviše, neto devizni prihod od turizma je u 2004. godini, uslijed povećanih rashoda od 13,4% čak i manji za 1,6% (u eurima).
Specifični trendovi, koji su prepoznati u dosadašnjem razvoju, očekuju se i u buduće, poglavito sljedeći:

- Globalna potrošnja na putovanja, osobito potrošnja na prijevoz, unutar i van Europe, povećavati će se brže nego ostale stavke obiteljskog proračuna, zbog učestalijih kraćih praznika. Razina prosječne dnevne potrošnje održavati će se na postojećoj razini, ali uz veće zahtjeve za kvalitetom. Ipak kraći odmori mogu smanjiti potrošnju po putniku.
- Daleka putovanja u i iz Europe će se povećavati brže nego unutar - europska putovanja i to prema i iz gotovo svih kontinenata, osobito Amerike, Azije i Oceanije.
- Unutar Europe, putovanja u gradove razvijati će se brže nego ljetni odmori na plaži, zbog povećanja «kratkih odmora» (s kulturnim ili pseudo-kulturnim motivima) kao i svi oblici kratkih putovanja (sastanci, incentive, konferencije i izložbe), unatoč mogućem smanjenju individualnih poslovnih putovanja. Međutim, poticanje štednje i kod poslovnih putovanja može ograničiti potrošnju po putovanju.
- Zimski i sunčani praznici, kulturne i zimske ture, krstarenja i sl. razvijat će se brže nego zimski sportski praznici.
- Sezonalnost turističkih putovanja u neposrednoj budućnosti trebala bi se smatrati tržišnom prilikom a ne problemom, koji traži veću suradnju javnog i privatnog sektora kod vođenja praktičnih inicijativa.

- Broj južno-sjevernih, istočno-zapadnih i zapadno-istočnih putovanja, rasti će relativno brže od tradicionalnih sjeverno-južnih putovanja, iako su realne brojke još uvijek dosta niske.
- S obzirom na trenutačni trend individualizacije, paketi i posebne „ponude“ za *inclusive* i neovisna putovanja, postati će popularniji, djelomično na štetu grupnih putovanja.
- Putovanja dvije dobne skupine rasti će brže od ostalih. Tu su stariji građani (zbog povećanja broja i sredstva umirovljenika), te mladi ljudi, koji teže istraživanju novih destinacija te su željni putovanja.

To stvara nove mogućnosti putovanja usprkos negativnim demografskim trendovima i ograničenim financijskim resursima, te stavlja naglasak na promociju obrazovnih putovanja.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE REZULTATA ISTRAŽIVANJA STATISTIČKE ANALIZE TURIZMA U RH U RAZDOBLJU OD 2005. DO 2014. GOD.

4.1 Analiza i interpretacija dobivenih rezultata

Cilj istraživanja je prikupiti podatke iz relevantnih izvora o turizmu u Republici Hrvatskoj. Također na temelju prikupljenih podataka želi se utvrditi utjecaj sektora turizma na gospodarstvo. Podatci su se prikupljali s internet stranica, Državnog zavoda za statistiku, Statistički ljetopis te iz dokumenata o Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.
U nastavku su prikazani tablično i grafički podatci prikupljeni iz dokumenata o statističkoj analizi turističkog prometa za razdoblje od 2005. do 2014. za Republiku Hrvatsku.

Tablica 2: Ukupan broj turista prema županijama, 2005. – 2014.

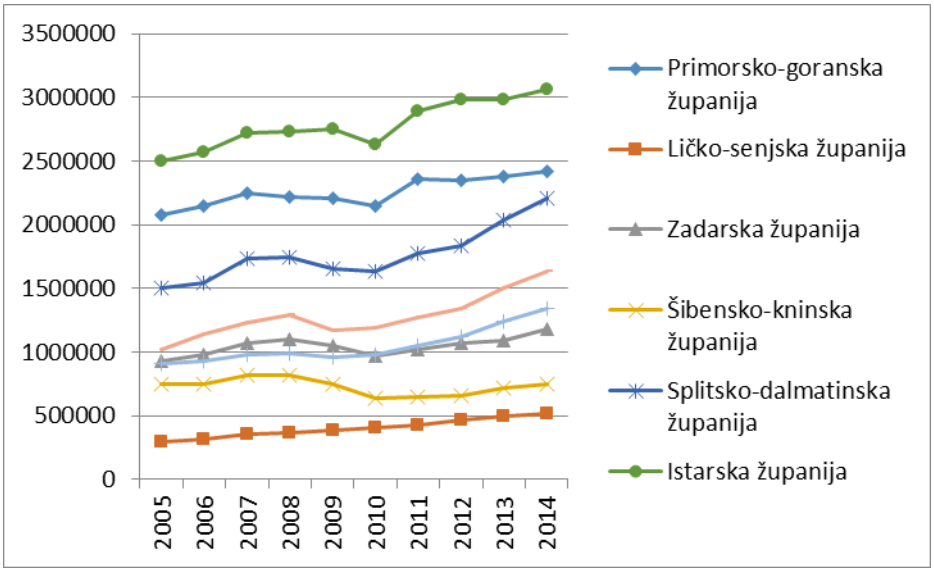
Županije	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Primorsko-goranska Županija	2076456	2149985	2247788	2214061	2205627	2151118	2360214	2353404	2380034	2419864
Ličko-senjska Županija	300060	312166	359635	365709	386720	403960	425675	467119	493164	522857
Zadarska Županija	931509	977395	1072659	1102170	1049019	971092	1022464	1074192	1086788	1186908
Šibensko-kninska Županija	750840	752081	820312	822879	746532	634614	650059	657371	716849	746177
Splitsko-dalmatinska Županija	1505266	1549257	1731039	1746311	1657945	1637656	1777700	1834876	2037977	2212903
Istarska Županija	2505017	2575090	2719949	2729618	2755269	2627918	2895686	2985042	2980663	3059226
Dubrovačko-neretvanska Županija	909374	928604	978402	986851	957229	982619	1046826	1122420	1241254	1346281
Ostale županije	1016548	1140343	1232622	1293208	1176133	1195139	1277053	1340736	1504747	1634200

Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

Iz prethodne tablice vidljivo je kako je najviše turista bilo u Istarskoj županiji u razdoblju od 2005. do 2014. g. U toj županiji je u prvoj promatranoj godini, 2005.g. bilo 2.505.017 turista

dok je 2014.g. bilo 3.059.226 turista što ukazuje na rastući trend. Treba naglasiti kako taj trend nije bio kontinuiran već je u 2010.g. u ovoj županiji zabilježen pad broja turista u 2010.g. kada je on dosegao i svoj minimum od 2.627.918. Najmanje turista bilo je u Ličko-senjskoj županiji gdje je zabilježen kontinuiran rast. U 2005.g. bilo je 300 060 turista u ovoj županiji, dok ih je u 2014. bilo 522 857. Navedena kretanja broja turista su detaljnije grafički prikazana u nastavku.

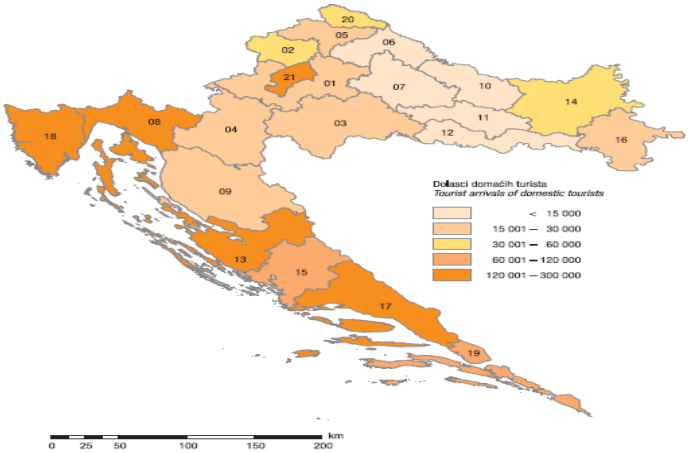
Grafikon 2: Ukupan broj turista prema županijama, 2005. – 2014.



Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

Sljedeća karta Hrvatske prikazuje broj domaćih turista po županijama za 2013.g

Grafikon 3: Prikaz domaćih turista po županijama, 2013.g.

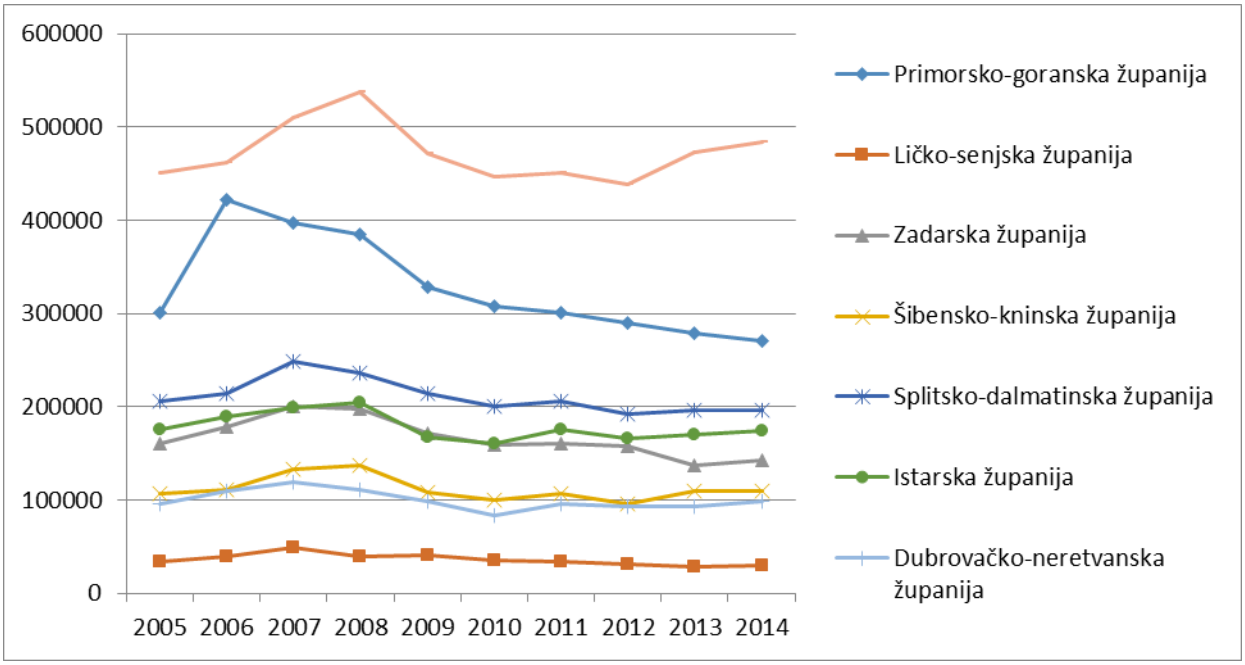


Izvor: Statistički ljetopis, 2013.

Preme prethodnom prikazu, vidljivo je da je najviše turista 2013.g. bilo u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Gradu Zagrebu, Zadarskoj županiji te Istarskoj županiji. U svakoj od tih županija ostvaren je promet od 120 001 do 300 000 turista. Od 30 001 do 60 000 turista bilo je na krajnjem sjeveru zemlje i na krajnjem istoku zemlje.

U nastavku je prikazano kretanje broja turista po županijama u razdoblju od 2005. do 2014.

Grafikon 4: Prikaz domaćih turista po županijama, 2005. – 2014.



Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

Iz prethodnog grafikona vidljivo je kretanje domaćih turista koje prikazuje da je najviše domaćih turista bilo u ostalim županijama. Najmanje domaćih turista je bilo u Ličko-senjskoj županiji. Najviše je osciliralo kretanje domaćih turista u Primorskog-goranskoj županiji gdje je do 2006.g. zabilježen značajan porast nakon čega je uslijedio kontinuirani pad. U prosjeku između 100 000 i 200 000 domaćih turista imale su županije Dubrovačko-neretvanska, Šibensko-kninska, Zadarska i Istarska.

Sljedeća tablica prikazuje broj noćenja s obzirom na neke najznačajnije županije.

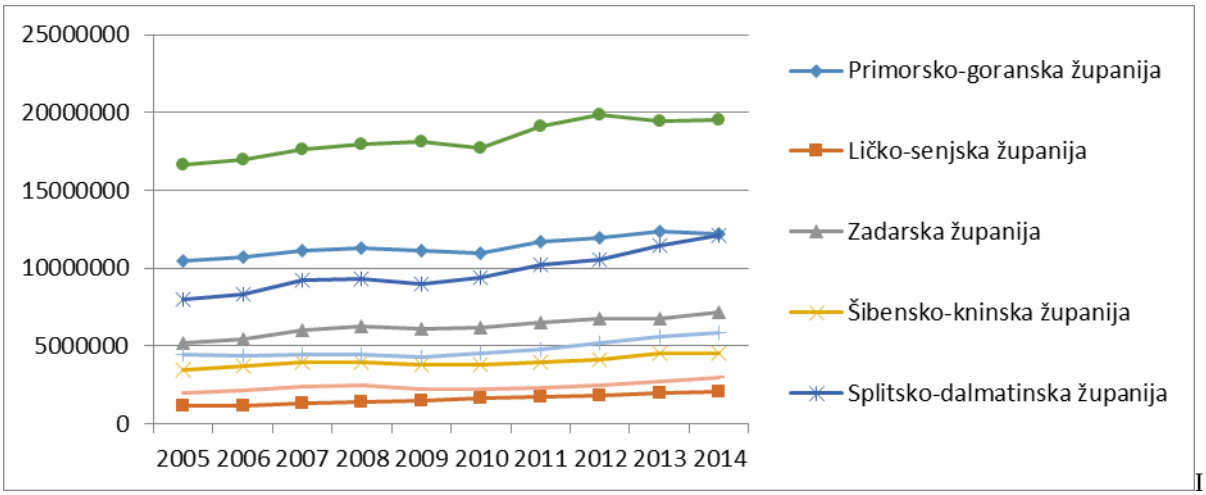
Tablica 3: Noćenja prema županijama, 2005. – 2014.

Županije	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Primorsko-goranska županija	10501921	10741754	11114744	11263659	11161233	10938291	11741692	11974337	12348195	12212423
Ličko-senjska županija	1120109	1184299	1315280	1409793	1519841	1618941	1697107	1824036	1949651	2030496
Zadarska županija	5219975	5447660	6008672	6237669	6117731	6223824	6481067	6783072	6747858	7184150
Šibensko-kninska županija	3458089	3749385	3920068	3978112	3799217	3783823	3975122	4129536	4513814	4552929
Splitsko-dalmat. županija	8028642	8345964	9246960	9325458	8988416	9364032	10250215	10517880	11467965	12134612
Istarska županija	16649944	16968695	17613132	17965984	18130006	17731881	19095401	19877368	19445130	19545303
Dubrovačko-neretvanska županija	4478495	4385321	4414009	4452625	4324498	4538026	4775161	5188091	5618286	5883802
Ostale županije	1968773	2183868	2372627	2470194	2258705	2217561	2338510	2439143	2736915	2940233

Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

Prema broju noćenja u promatranom razdoblju prednjači Istarska županija koja je najviše noćenja ostvarila 2012.g., dok je najmanje noćenja imala u 2005.g. Najmanje noćenja imala je Ličko-senjska županija što je bilo i za očekivati s obzirom na najmanje turista. Nešto više noćenja ostvareno je u Šibensko-kninskoj županiji, nakon čega slijedi Dubrovačko-neretvanska županija, Zadarska županija, Splitsko-dalmatinska te Primorsko-goranska županija. Sve to je u nastavku prikazano grafički.

Grafikon 5: Noćenja prema županijama, 2005. – 2014.



zvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

U nastavku je smještajni kapacitet i broj turista analiziran s obzirom na vrstu smještaja i to za organizirane dolaske za radoblje od 2005. do 2014.g.

Tablica 4: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Hrvatskoj, stanje 31. kolovoz 2014. godine

Vrsta smještaja	Broj postelja	Struktura u %
Hoteli i aparthoteli	132.998	13,6
Turistička naselja	29.887	3,1
Turistički apartmani	16.671	1,7
Kampovi	236.162	24,2
Privatne sobe	470.694	48,2
Lječilišta	2.449	0,3
Odmarališta	2.870	0,3
Hosteli	10.341	1,1
Ostalo	72.241	7,4
Nekategorizirani objekti	3.101	0,3
UKUPNO	977.414	100

Izvor: obrada autorice teksta prema Ministarstvu turizma (2015), Turizam u brojkama 2014, Zagreb

Ukupni smještajni kapacitet u privatnim smještajnim jedinicama u 2014. godini iznosi gotovo 480.000 osoba , što čini 48,2 % u ukupnom udijelu smještajnog kapaciteta. Trendovi proteklih

nekoliko godina pokazuju rast kamping ponude koja u 2014. godini iznosi 24,2% ukupne ponude smještaja što kampove stavlja na visoko drugo mjesto prema vrstama smještajnih jedinica. Značajnim udjelom kampova u turističkoj ponudi Hrvatska se među europskim zemljama ubraja u važnije kamping destinacije.

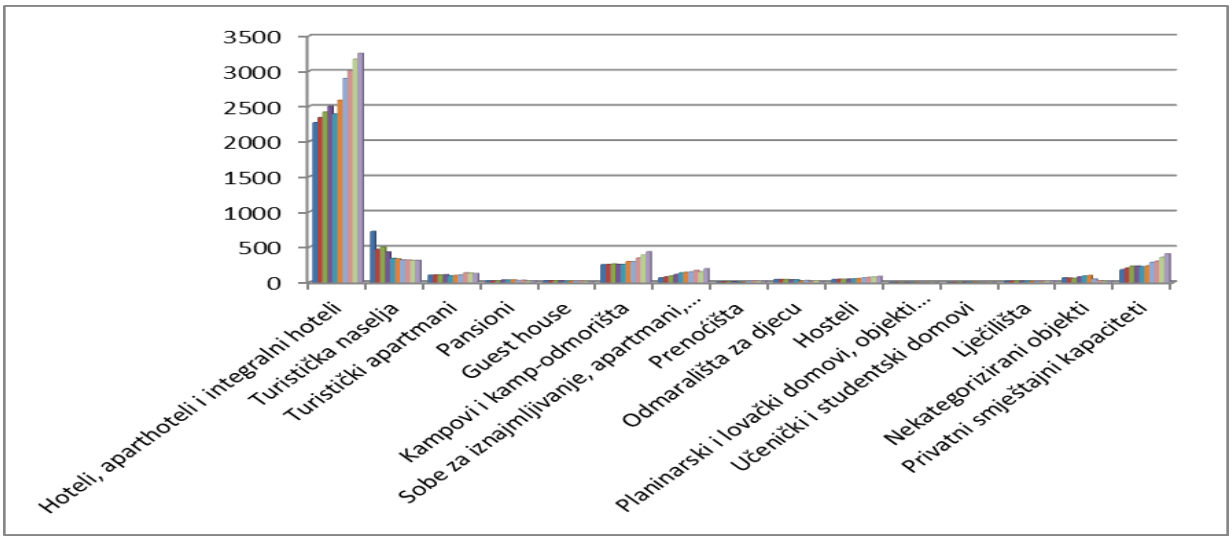
Tablica 5: Broj turista s obzirom na vrstu smještaja – organizirani, 2005. – 2014.; u '000

Vrsta smještaja	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hoteli, aparthoteli i integralni h.	2268	2340	2 420	2498	2393	2 587	2896	3008	3170	3254
Turistička naselja	460	470	502	431	341	335	319	318	312	314
Turistički apartmani	103	106	106	111	96	99	106	137	132	128
Pansioni	22	20	21	33	33	36	29	32	17	21
Guest house	24	23	23	25	17	18	19	20	13	9
Kampovi i kamp-odmorišta	252	254	263	255	255	298	298	346	390	435
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio a., kuće za odmor	66	79	91	113	137	144	151	170	152	194
Prenoćišta	5	7	7	11	3	3	16	19	17	17
Odmarališta za djecu	42	42	40	38	37	17	28	13	23	13
Hosteli	41	44	46	47	53	55	64	71	80	84
Planinarski i lovački domovi, objekti za robinzonski smještaj	0	0	0	2	2	1	1	1	1	1
Učenički i studentski domovi	2	2	2	3	3	4	2	2	1	1
Lječilišta	18	19	20	20	16	15	14	13	17	20
Nekategorizirani objekti	65	63	59	78	94	98	47	26	13	16
Privatni smještajni kapaciteti	180	203	231	233	225	235	286	303	356	406

Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

S obzirom na vrstu smještaja kada je u pitanju organizirani turizam daleko prednjači hotelski smještaj. Najveći broj dolazaka zabilježen je 2014. godine gdje je iznosio 3 254 000. Hotelski smještaj je zabilježio najznačajniji pad u 2009.godini ali u narednim godinama bilježi se kontinuiran rast. Iza hotelskog smještaja prema dolascima nalazi se kampovi, koji su imali kontinuirani rast u promaranom razdoblju. Treći po redu je privatni smještaj sa stalnim rastom. Najmanje turista bilo je u planinarskim i lovačkim domovima, objektima za robinzonski smještaj te u učeničkim i studentskim domovima, značajnog rasta u tim kategorijama nije bilo.

Grafikon 6: Prikaz turista prema vrstama smještaja - organizirani 2005. – 2014.



Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

U nastavku je prikazan broj organiziranih noćenja s obzirom na vrstu smještaja od 2005. do 2014.g.

Tablica 6: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – organizirani 2005.- 2014. ; u 000

Vrsta smještaja	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hoteli, aparthoteli i integralni h.	11100	11110	11180	11262	10411	11147	11973	12223	12346	11763
Turistička naselja	3987	3752	3366	2857	2279	2197	2100	2101	2000	1970
Turistički apartmani	809	798	812	817	694	715	774	959	885	842
Pansioni	85	80	79	142	161	175	143	153	74	98
Guest house	25	98	99	127	95	96	103	94	76	61
Kampovi	2200	1850	2217	2247	2317	2636	2593	2965	3255	3510
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani	298	490	560	671	807	820	833	891	809	1023
Prenoćišta	19	34	36	36	21	18	74	86	80	78
Odmarališta za djecu	225	231	242	233	245	97	167	68	110	74
Hosteli	188	208	226	226	238	278	296	301	351	300
Planinarski i lovački dom	-	-	2	5	4	2	3	2	4	2
Učenički i studentski domovi	-	-	11	13	18	28	8	7	2	2
Lječilišta	79	88	136	127	101	97	97	92	104	115
Nekategorizirani objekti	602	331	232	256	410	471	300	181	90	80
Privatni smještajni kapaciteti	1428	1566	1707	1759	1672	1785	2168	2341	2647	2953

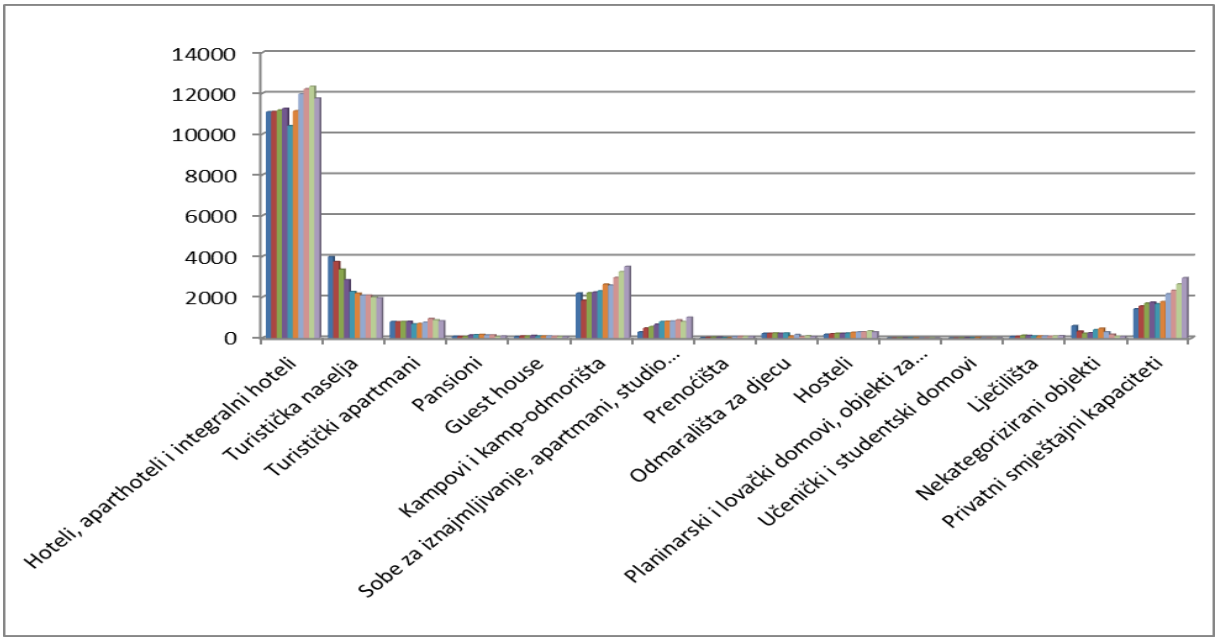
Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

S obzirom na vrstu smještaja posljednjih godina prednjače hotelski smještajni kapaciteti kada je u pitanju broj organiziranih noćenja. Najviše organiziranih noćenja zabilježeno je u 2013.g. (12 346 000), dok je najmanje zabilježeno 2009.g. (10 411 000). Iza hotelskog smještaja

najviše noćenja je zabilježeno u kategoriji kampovi i kamp odmorišta i to u 2014.g. (3 510 000), te je zabilježen kontinuiran rast noćenja. Na trećem mjestu se nalazi privatni smještaj sa ostvarenih 2 953 000 noćenja u 2014.g. Najmanje noćenja zabilježeno je u kategoriji planinarski i lovački domovi, objekti za robinzonski smještaj.

Sljedeći grafikon prikazuje broj organiziranih turista s obzirom na vrstu smještaja od 2005. do 2014.g.

Grafikon 7.: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – organizirani 2005.- 2014.



Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

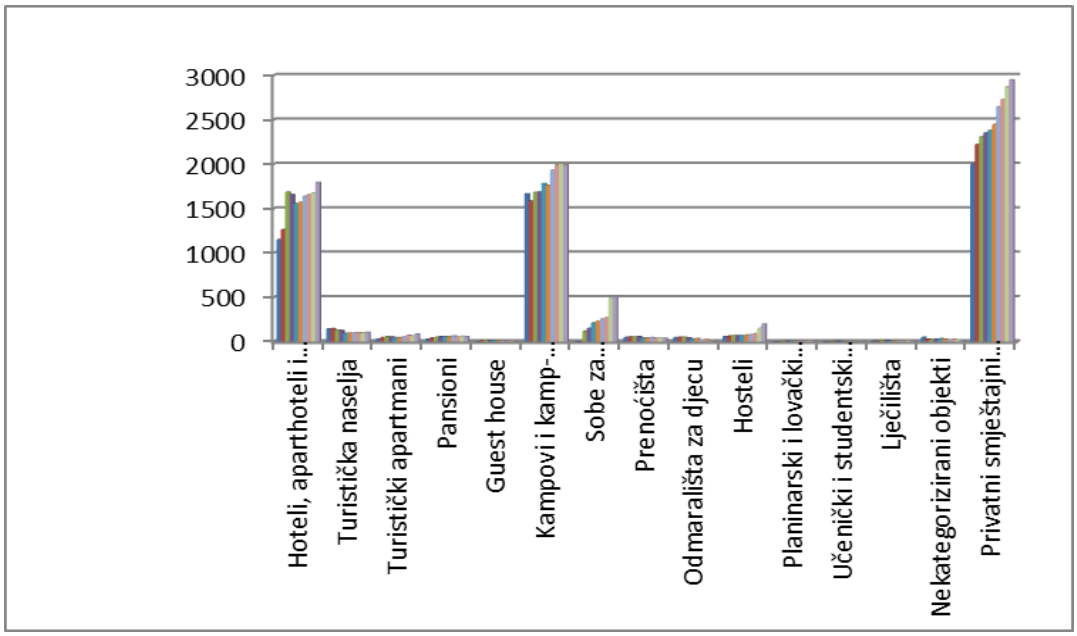
Tablica 7: Broj turista s obzirom na vrstu smještaja – individualni 2005.-2014. ; u 000

Vrsta smještaja	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hoteli, aparthoteli i integralni h.	1152	1265	1687	1659	1559	1571	1641	1658	1678	1797
Turistička naselja	145	150	132	129	95	100	102	102	101	106
Turistički apartmani	31	50	58	56	48	47	55	72	68	89
Pansioni	29	46	52	58	60	61	68	56	64	60
Guest house	5	13	17	13	13	14	14	9	8	6
Kampovi i kamp-odmorišta	1667	1587	1685	1687	1783	1764	1933	1996	2004	1994
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	-	-	119	152	213	230	258	273	495	509
Prenoćišta	51	55	57	59	46	46	49	42	41	40
Odmarališta za djecu	49	53	51	46	34	37	25	28	10	6
Hosteli	61	65	70	71	71	79	82	93	152	200
Planinarski i lovački domovi, objekti za robinzonski smještaj	-	-	9	10	10	9	11	10	10	9
Učenički i studentski domovi	-	-	7	7	5	5	6	6	4	6
Lječilišta	7	10	18	17	14	13	13	14	14	14
Nekategorizirani objekti	52	30	26	31	37	31	23	29	22	16
Privatni smještajni kapaciteti	2001	2223	2309	2353	2380	2448	2649	2729	2870	2950

Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

S obzirom na vrstu smještaja prednjače privatni smještajni kapaciteti kada je u pitanju broj individualnih turista. Najviše individualnih turista zabilježeno je u 2014.g. (2 950 000), dok je najmanje zabilježeno 2005.g. (2 001 000). U kampovima i kamp odmorištima zabilježen je najveci broj dolazaka i to u 2013.g. gdje je iznosio 2 004 000. Te je u 2014.g. došlo do pada dolazaka u kampove i kamp odmorišta. Najmanje individualnih turista zabilježeno je u učeničkim i studentskim domovima i to u 2013.g.

Grafikon 8: Broj turista s obzirom na vrstu smještaja – individualni 2005.-2014.



Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

Sljedeća tablica prikazuje broj individualnih noćenja s obzirom na vrstu smještaja od 2005. do 2014.g.

Tablica 8: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – individualni od 2005.-2014. ; u 000

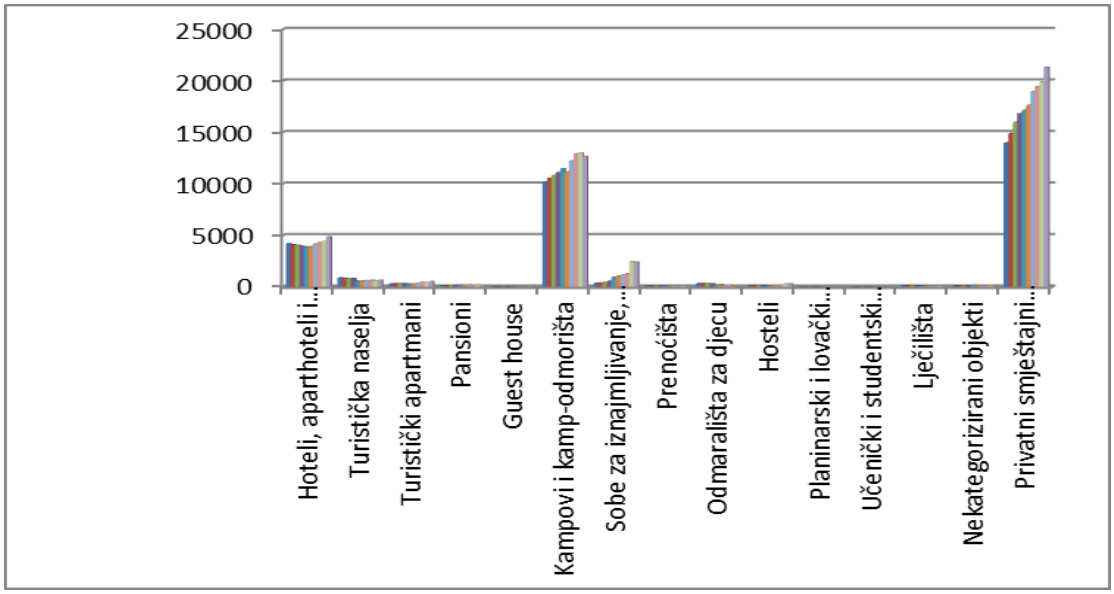
Vrsta smještaja	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hoteli, aparthoteli i integralni hoteli	4200	4112	4044	3958	3906	3897	4172	4296	4416	4878
Turistička naselja	879	838	808	831	554	593	617	639	609	652
Turistički apartmani	300	332	341	344	294	303	344	459	447	541
Pansioni	115	136	158	171	175	184	204	182	202	186
Guest house	38	44	44	39	37	38	37	31	38	13
Kampovi i kamp-odmorišta	10164	10532	10801	11103	11478	11157	12248	12917	13007	12681
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	354	380	449	566	938	1052	1176	1306	2461	2416
Prenoćišta	105	103	105	109	102	102	118	95	90	95
Odmarališta za djecu	339	338	328	314	215	250	164	179	69	42
Hosteli	145	147	148	141	141	156	164	195	299	393
Planinarski i lovački domovi, objekti za robinzonski smještaj	0	0	16	18	18	18	20	18	19	22
Učenički i studentski domovi	0	0	25	20	13	11	21	23	12	16
Lječilišta	152	146	143	132	112	101	100	108	96	104
Nekategorizirani objekti	117	102	102	118	177	157	139	141	118	64
Privatni smještajni kapaciteti	13978	14887	15979	16812	17142	17622	18936	19436	19892	21315

Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

S obzirom na vrstu smještaja prednjače privatni smještajni kapaciteti kada je u pitanju broj individualnih noćenja. Najviše individualnih noćenja zabilježeno je u 2014.g. (21 315 000), dok je najmanje zabilježeno 2005.g. , te je također zabilježen kontinuiran rast kroz sve godine. Najmanje individualnih noćenja zabilježeno je u učeničkim i studentskim domovima i to u 2010.g. gdje je iznosio 11 000 noćenja.

Sljedećim grafikonom prikazan je broj turista po zemljama na području Splitsko-dalmatinske županije.

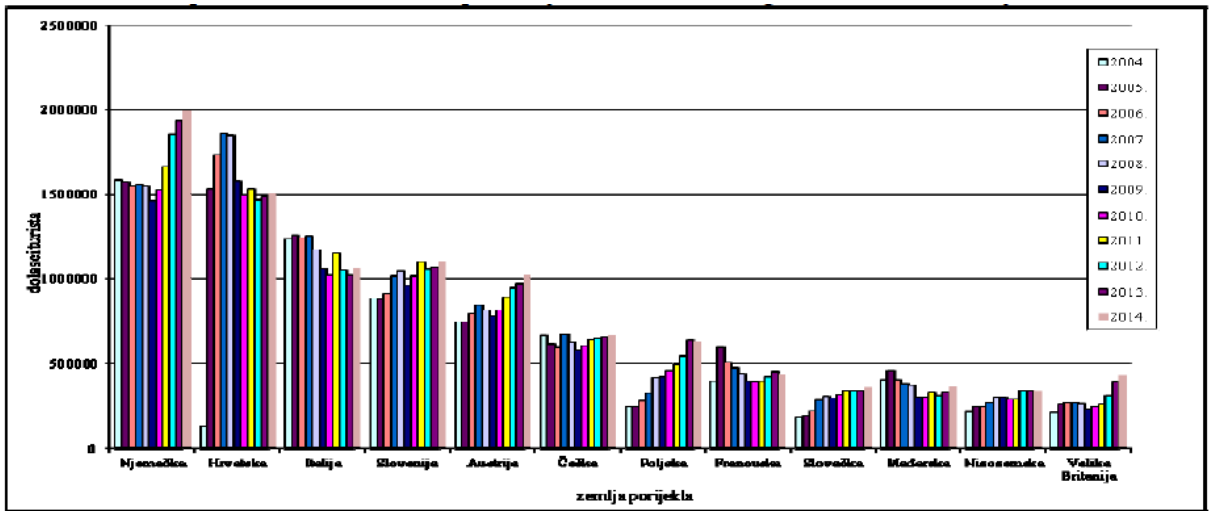
Grafikon 9: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – individualni od 2005.-2014.



Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

Sljedeći grafikon prikazuje dolaske turista po zemljama za područje cijele Hrvatske.

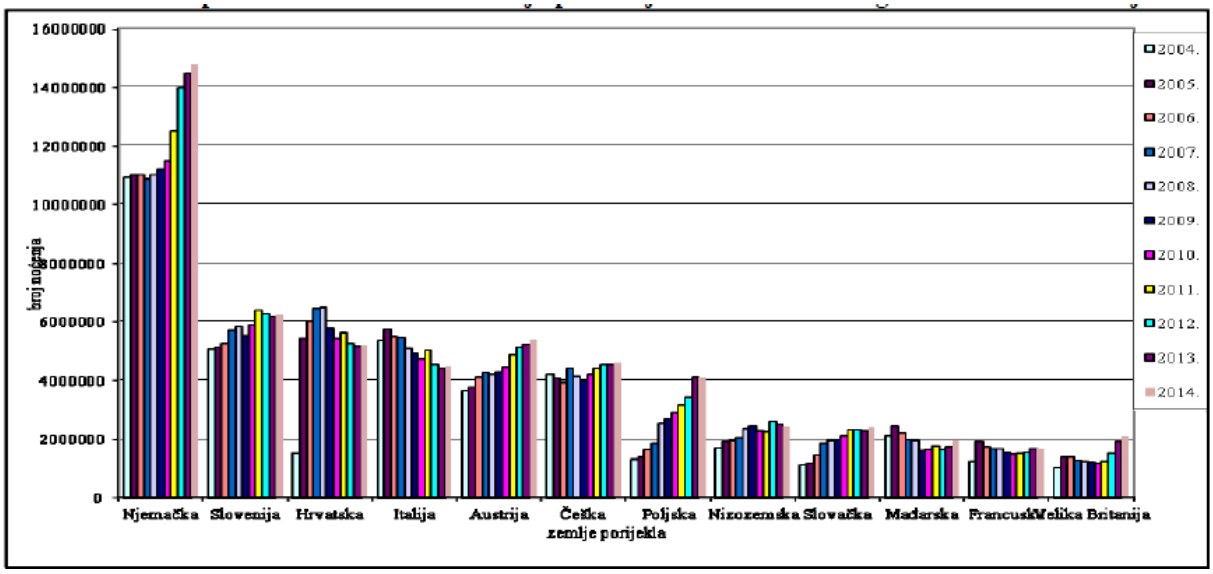
Grafikon 10: Dolasci turista po zemljama i naznačenim godinama u Hrvatskoj



Izvor: Državni zavod za statistiku Zagreb

Iz grafikona 10. uočava se da najviše inozemnih turista na području Hrvatske dolazi iz Njemačke. U 2014. godini su ostvarili 1 989 000 dolazaka što je rekord u promatranom razdoblju od 2005. do 2014. godine. Na drugom mjestu su Hrvati, domaći turisti, sa 1 505 000 dolazaka u 2014.godini. Dok ih je najviše bilo u 2007.godini. Treće mjesto pripada Talijanima sa 1 061 000 dolazaka u 2014.godini. S obzirom na ostale godine taj broj je pao, te ih je najviše bilo u 2005. godini. Tradicionalno dobri posjetitelji su Slovenci sa 1 102 000 dolazaka u 2014. godini što je i najveći broj ostvarenih dolazaka krpz promatrano razdoblje od 2005. do 2014. godine. Peto mjesto su Austrijanci sa najviše dolazaka u 2014. godini i to 1 019 000 dolazaka, najmanje dolazaka Austrijaci su imali u 2005. Zatim idu turisti iz Češke sa najviše 661 000 dolazaka u 2014. Turisti iz Poljske su najviše imali dolazaka u 2012. godini, 544 000 dolazaka. Francuzi 441 000 dolazaka u 2014. godini, što je nešto manje u odnosu na prijašnje godine. Slovačka ima najviše dolazaka u 2014. g., 355 000 dolazaka. Mađarska 366 000 u 2014.godini dok je najviše turista iz Mađarske bilo u 2005. godini, te je taj broj padao do 2009. godine te je opet zabiljžen rast do 2014. Nizozemska s 334 000 dolazaka i Velika Britanija s 429 000 imaju najviše dolazaka u 2014. godini.

Grafikon 11: Ostvarena noćenja po zemljama i naznačenim godinama u Hrvatskoj

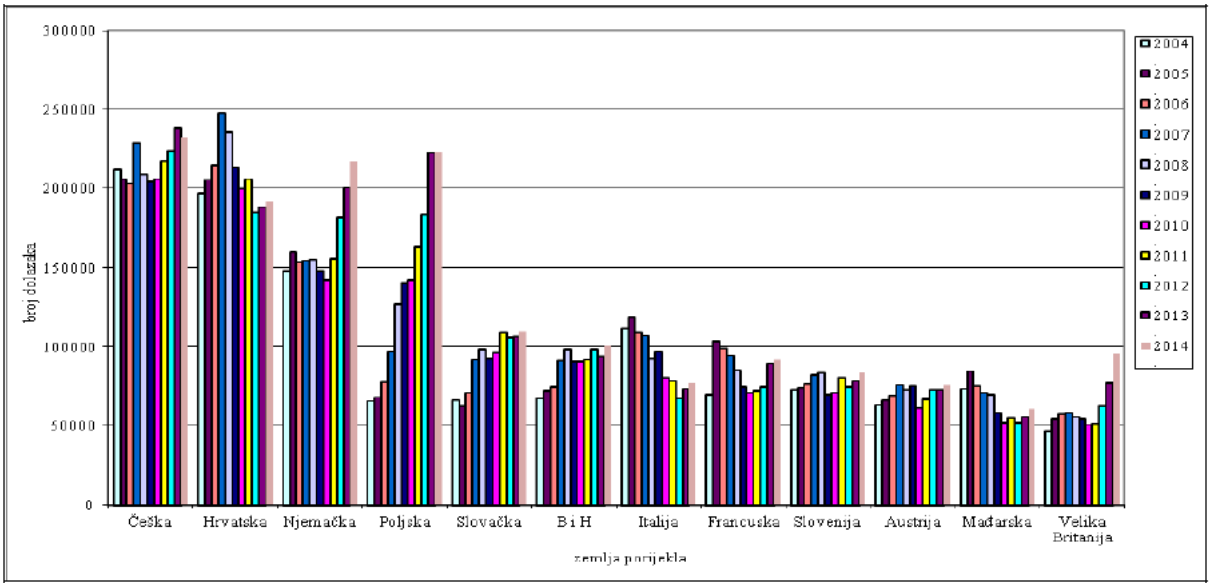


Izvor: Državni zavod za statistiku Zagreb

Iz grafikona 11 uočava se da najviše inozemnih turista na području Hrvatske dolazi iz Njemačke. Samo u 2014. godini Nijemci su ostvarili čak 14 749 000 noćenja. Tradicionalno dobri posjetitelji su i Slovenci, koji su prošle godine ostvarili 6 236 000 noćenja. Na trećem mjestu se nalaze domaći turisti s 5 160 000 noćenja u 2014. godini, što je znatno manje u odnosu na 2007. godinu. Zatim dolaze turisti iz Italije sa najviše noćenja u 2005. i najmanje noćenja turista iz Italije zabilježeno je u 2013.g. i to 4 396 000. Turisti iz Austrije ostvarili su najviše noćenja u 2014.g. i to 5 404 000. Na šestom mjestu nalaze se turisti iz Češke sa 4 600 000 noćenja u 2014.g. što je i najviše noćenja u promatranom razdoblju od 2005. do 2014.

Na sedmom mjestu po broju ostvarenih noćenja su turisti iz Poljske (4 077 639, ista razina kao i 2013.), slijede turisti iz Nizozemske (2 414 807, dalnji pad od 3%), potom Slovaci (2 382 996 noćenja, rast od 6%), na desetom mjestu su ponovo Britanci (2 102 110 noćenja uz porast od 10%), potom slijede Mađari (1 931 181 noćenja, uz porast od 12%), slijede Francuzi (1 658 151 noćenja uz povećanje od 1% zadržali su 12. mjesto),

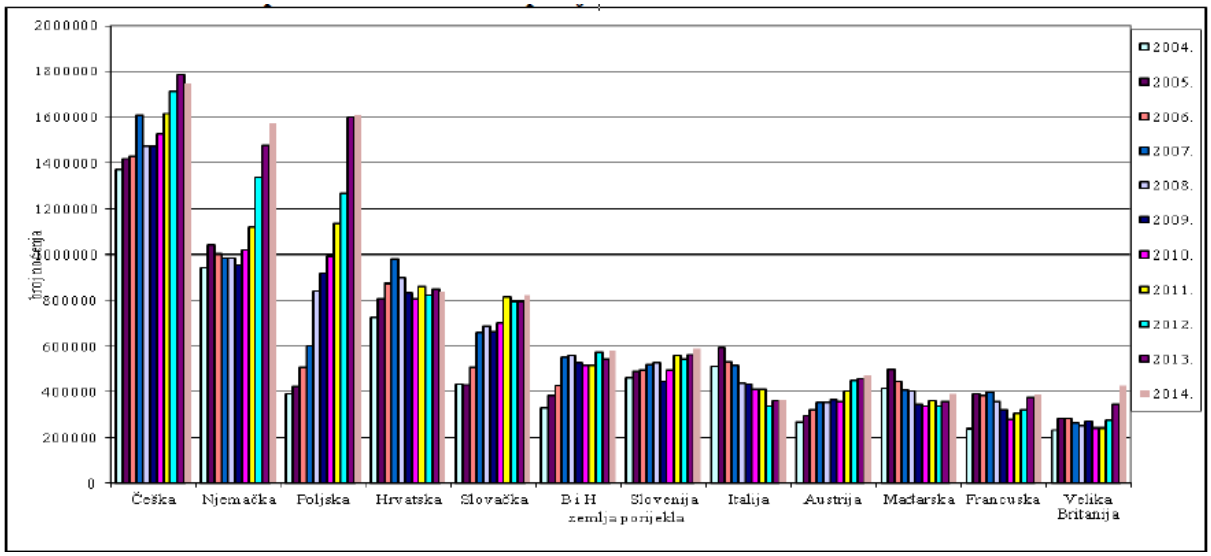
Grafikon 12: Dolasci turista po zemljama i naznačenim godinama na području TZ Splitsko dalmatinske županije



Izvor: Turistički uredi TZ Splitsko-dalmatinske županije

Najveći broj dolazaka na području Splitsko dalmatinske županije ostvarili su turisti iz Češke sa najviše dolazaka u 2014.godini. Drugi su domaći turisti sa najviše dolazaka u 2007.godini sa 250 000 dolazaka. Na trećem mjestu su Njemci sa najvise ostvarenih dolazaka u 2014.g. , iza njih Poljaci sa jednakim brojem dolazak u 2013. i 2014. godini. Na petom mjestu je Slovačka sa najvećim ostvarenim dolascima u 2014.g., zatim BiH sa najviše dolazka u 2014. godini (100 000 dolazaka). Sedmo mjesto po broju ostvarenih dolazaka je Italija, zatim Francuska sa najviše dolazaka u 2005.g. Deveto mjesto pripada Sloveniji sa najviše dolazaka ostvarenih u 2014.godini., zatim Austrija sa najviše ostvarenih dolazaka u 2014.g. Mađarska je ostvarila najviše dolazaka u 2005.godini nakon čega se taj broj smanjivao. Te na zadnjem dvanaestom mjestu se nalazi Velika Britanija sa najviše dolazka u 2014.godini i to 90 000 dolazaka.

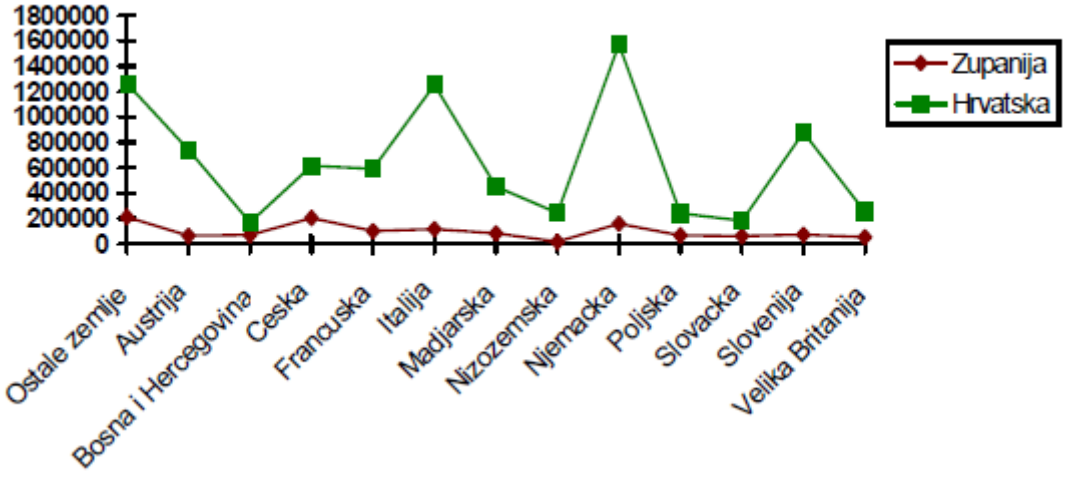
Grafikon 13: Ostvarena noćenja po važnijim zemljama i naznačenim godinama na području TZ Splitsko-dalmatinske županije



Izvor: Turistički uredi TZ Splitsko-dalmatinske županije

Najveći broj noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvarili su kao i prethodnih godina turisti iz Češke (uz pad od 2% u odnosu na 2013.), drugi su bili Nijemci sa nešto manje od 1 600 000 noćenja, treći su Poljaci (uz istu razinu noćenja kao i 2013.). Na četvrtom mjestu po broju ostvarenih noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji se nalaze Hrvati (pad od 2%), zatim Slovaci (porast od 3%), potom slijede turisti Slovenije uz rast od 5%, na istom sedmom mjestu su turisti iz Bosne i Hercegovine (uz porast od 7%) po broju ostvarenih noćenja, zatim dolaze Talijani sa najviše noćenja u 2005.godini nakon čega se broj dolazaka smanjuje. Zatim dolaze turisti iz Austrije sa najviše ostvarenih noćenja u 2014.g. malo vise od 400 000. Iza njih su Mađari sa najviše noćenja u 2005.g. Na jedanestom mjestu su Francuzi, a dvanaesto mjesto pripada Velikoj Britaniji sa najviše ostvarenih noćenja u 2014.g.

Grafikon 14: Turisti po stranim zemljama u Hrvatskoj i županiji Splitsko-dalmatinskoj za 2005.g.



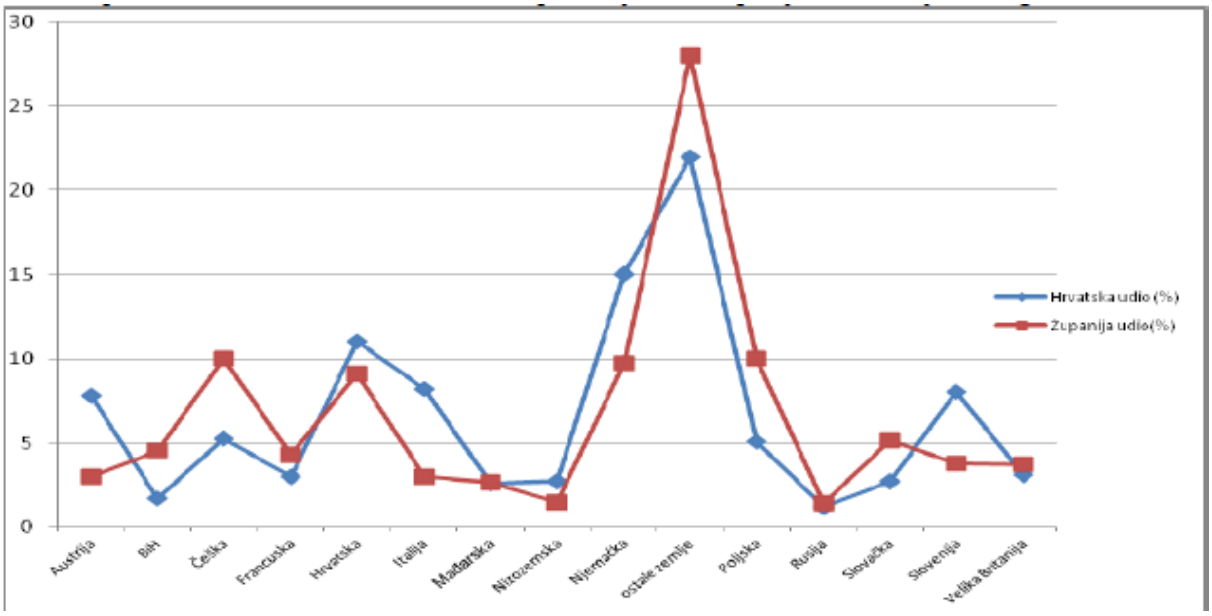
Izvor: Državni zavod za statistiku Zagreb

Najveći broj noćenja u Županiji splitsko-dalmatinskoj ostvarili su kao i prethodnih godina turisti iz Češke (uz povećanje od 3% u odnosu na lani), drugi su bili Njemci (10% više nego 2004. g.), na trećem mjestu su Hrvati (uz povećanje od 11%).

Na četvrtom mjestu po broju ostvarenih noćenja u Županiji splitsko-dalmatinskoj su Talijani (porast od 16%), potom slijede Mađari (povećanje od 21%), na šestom su Slovenci (uz 6% povećanje u odnosu na 2004. g.), sedmi po noćenjima su Slovaci (na istoj razini), zatim Poljaci (9% povećanje), turisti iz Francuske su na devetom mjestu uz porast noćenja od 63%, dok su turisti iz Bosne i Hercegovine porast noćenja od 16% i nalaze se na desetom mjestu.

Austrijanci se nalaze na jednom mjestu niže po ostvarenim noćenjima u odnosu na dolaske, uz porast od 10%, dok na dvanaestom mjestu po ostvarenim noćenjima slijede turisti iz Velike Britanije uz porast od 20% dok su od ostalih turista značajniji udio u noćenjima ostvarili Šveđani, Norvežani, Rusi, Nizozemci, Švicarci, Amerikanci, Irci i Španjolci.

Grafikon 15: Udio u stranim turistima po zemljama u Županiji i Hrvatskoj u 2014.g.



Izvor: Državni zavod za statistiku Zagreb (RH) i turistički uredi TZ Splitsko-dalmatinske županije (SDŽ)

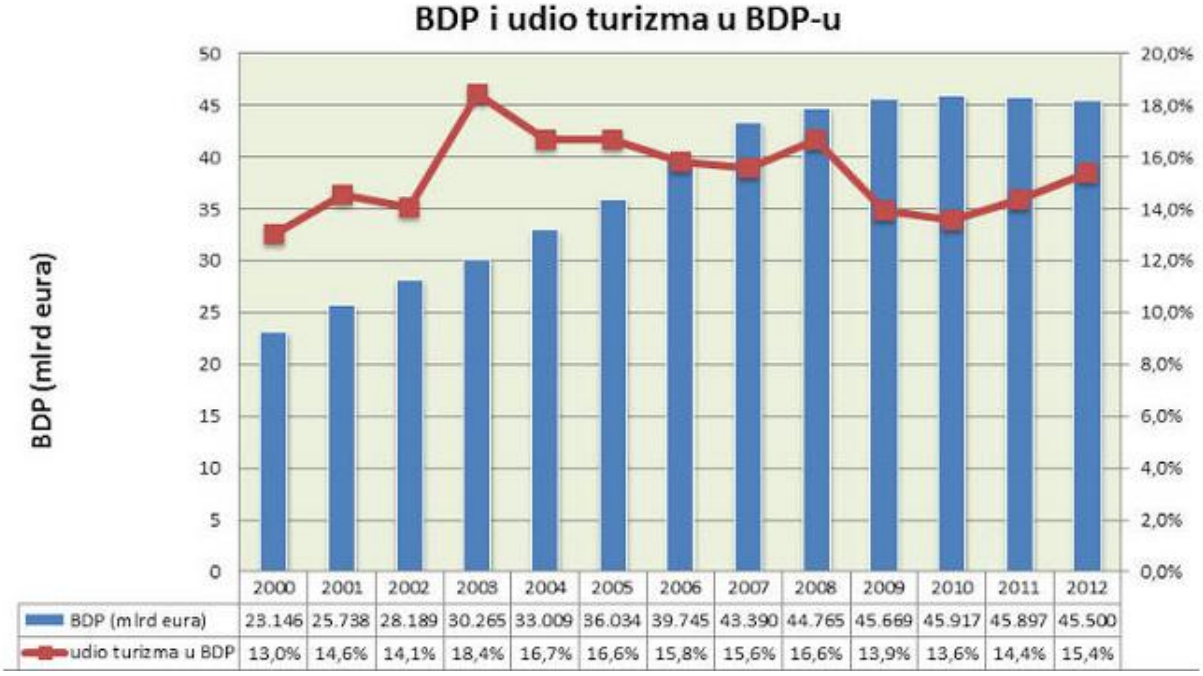
Najveći broj dolazaka ostvarili su Nijemci (1 988 993, 3% povećanje), koji su zadržali prvo mjesto, drugi su Hrvati (1 505 455, 1% rast), dok je poredak ostalih zemalja prema dolascima turista bio slijedeći. Na trećem mjestu po broju turista su Slovenci (1 101 552, rast od 3%), slijede Talijani (1 060 912, uz rast od 4%), potom turisti iz Austrije (1 018 521, rast od 5%), na šestom mjestu su Česi (661 486, 1% rast), na sedmom su Poljaci (630 360, pad od 1% na razini Hrvatske), zatim turisti iz Francuske (441 494, uz pad od 2%), slijede Britanci na 9. mjestu (429 036, uz porast od 10%, dok su deseti Mađari, 2013. su bili na 12. mjestu (366 262, uz porast od 12% po broju dolazaka). Na 11. mjestu dolaze turisti iz Slovačke, lani 10. (355 000, 5% porast), slijede Nizozemci (333 500, uz pad od 1%), potom turisti iz Republike Koreje uz ogroman porast od 257% (sa 74 tisuće na 264 110 dolazaka), na 14. Mjestu su turisti iz SAD-a koji su ostvarili porast od 16% (255 592), na 15. mjestu su ponovo turisti iz Bosne i Hercegovine (228 711, uz rast od 8%), naposlijetku od većih dolazaka bilježimo turiste iz Švicarske (193 957, porast od 2%), Švedske (192 113, porast od 8%), Španjolci (185 985, uz porast od 18%), Japanci (176 846, uz rast od 11%), 20. su turisti iz Belgije (154 394, pad od 3%), potom Norvežani (135 101, uz rast od 1%) slijede Rusi na 22. mjestu uz i dalje dosta veliki pad od 12% (133 391), naposljetku su na 23. mjestu turisti iz Australije (116 686, uz porast od 10%), dok turisti iz ostalih zemalja nisu prešli broj od 100 tisuća dolazaka.

4.2 Testiranje hipoteza

H0 – Statistički pokazatelji sektora turizma trenutačno ukazuju na trend rasta udjela ovog sektora u BDP-u.

Kako bi se testirala ova hipoteza u nastavku je grafički prikazano kretanje udjela turizma u BDP-u. S obzirom na krivulju udjela turizma u BDP-u može se zaključiti kako je taj udjel prvo padao, zatim rastao, pa ponovo padao i u konačnici opet rastao. Njegov najveći udio od 2005. do 2014. bio je 2005.g. i 2008.g. kada je iznosio 16,6% ukupnog BDP-a. Najmanji udio ostvaren je 2010.g. kada je iznosio 13,6%

Grafikon 16: Udio turizma u BDP-u



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
BDP (mlrd eura)	23.146	25.738	28.189	30.265	33.009	36.034	39.745	43.390	44.765	45.669	45.917	45.897	45.500
udio turizma u BDP	13,0%	14,6%	14,1%	18,4%	16,7%	16,6%	15,8%	15,6%	16,6%	13,9%	13,6%	14,4%	15,4%

Izvor: http://grafikoni.blogspot.hr/

S obzirom na gore navedene zaključke **djelomično se prihvaća** početno postavljena hipoteza da statistički pokazatelji sektora turizma trenutačno ukazuju na trend rasta udjela ovog sektora u BDP-u.

H1 – Proširenje turističke ponude kroz investicije ima za utjecaj produljenje vremenskog perioda u kojem se očekuju dolasci gostiju.

Kako bi se testirala navedena hipoteza u nastavku je prikazano kretanje investicija u turizam i dolasci turista po mjesecima.

Tablica 9: Investicije u turizmu

ŽUPANIJA	2011.	2012.	2013.	UDIO ŽUPANIJE U UKUPNOM (%) 2013	Indeks 2013/12
ISTARSKA	491.437.732	646.849.160	1.127.620.202	56,8	174,33
PRIMORSKO-GORANSKA	82.718.454	151.592.658	108.492.500	5,5	71,57
ZADARSKA	8.900.000	20.600.000	105.000.000	5,3	509,71
ŠIBENSKO-KNINSKA			138.000.000	6,9	
SPLITSKO-DALMATINSKA	3.457.793	3.700.000	25.379.000	1,3	685,92
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	3.441.970	38.476.078	451.160.000	22,7	1.172,57
GRAD ZAGREB	4.940.722	23.917.594	28.500.000	1,4	119,16
KRAPINSKO-ZAGORSKA			1.500.000	0,1	
UKUPNO	594.896.671	885.135.490	1.985.651.702	100,0	224,33

Izvor: Investicije u turizmu, 2013.

Iz prethodne tablice vidljivo je da su ulaganja u turizam porasla u 2013. u odnosu na 2011.g. u nastavku će biti analizirano da li se porast investicija odrazio na produljenje turističke sezone.

Tablica 10: Dolasci turista po mjesecima, 2005. – 2014.

	*2005.	*2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Siječanj			121 584	134 061	130 835	107 108	108 444	119 765	123 765	124 105
Veljača			140 695	158 181	145 327	127 783	131 720	117 325	135 206	143 180
Ožujak			227 263	266 251	198 803	212 840	202 780	232 981	261 242	241 830
Travanj			601 489	507 117	497 647	470 355	573 754	575 333	548 736	642 150
Svibanj			892 318	1 017 882	849 487	847 641	792 199	923 520	1 037 489	1 039 818
Lipanj			1 559 094	1 517 286	1 327 435	1 325 814	1 597 348	1 594 451	1 667 168	1 832 442
Srpanj			2 646 089	2 663 695	2 456 046	2 747 894	2 889 885	2 882 654	2 915 868	2 945 798
Kolovoz			2 819 236	2 918 771	2 831 130	2 856 101	2 990 657	3 051 943	3 346 678	3 613 735
Rujan			1 283 936	1 203 871	944 028	997 145	1 319 949	1 452 988	1 454 024	1 467 872
Listopad			490 881	505 650	431 518	453 963	501 834	536 148	588 361	658 857
Studeni			207 975	196 801	178 753	185 816	191 491	195 203	208 946	224 472
Prosinac			171 846	171 241	147 352	147 927	155 616	152 849	170 004	194 66

Izvor: Statistička analiza turističkog prometa, 2005. -2014.

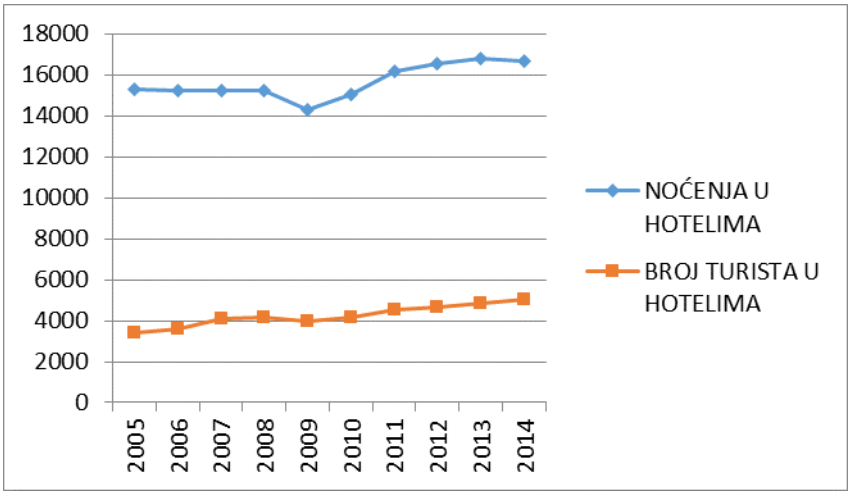
*Za 2005. i 2006. Nema dostupnih podataka o broju dolaska gostiju kroz mjesece.

Prethodna tablica ukazuje na najveći broj turista od svibnja do početka listopada. Također, ukupan broj turista se u promatranom razdoblju konstantno povećavao, pogotovo u ljetnim mjesecima. Kako se povećavao ukupan broj turista tako se povećavao i broj turista na razini svakog mjeseca iako nisu zabilježena neka značajnija povećanja u smislu produljenja turističke sezone. Može se zaključiti da povećanje investicija utječe na povećanje broja turista ali ne i na značajnije produljenje turističke sezone. Na temelju tih zaključaka **odbacuje se hipoteza** da proširenje turističke ponude kroz investicije ima za utjecaj produljenje vremenskog perioda u kojem se očekuju dolasci gostiju.

H2 – Broj turista i broj noćenja u hotelima je u stalnom porastu.

Kako bi se testirala ova hipoteza grafički je prikazan broj turista i broj noćenja u razdoblju od 2005. do 2014.

Grafikon 17: Broj turista i broj noćenja u hotelima, 2005. - 2014.



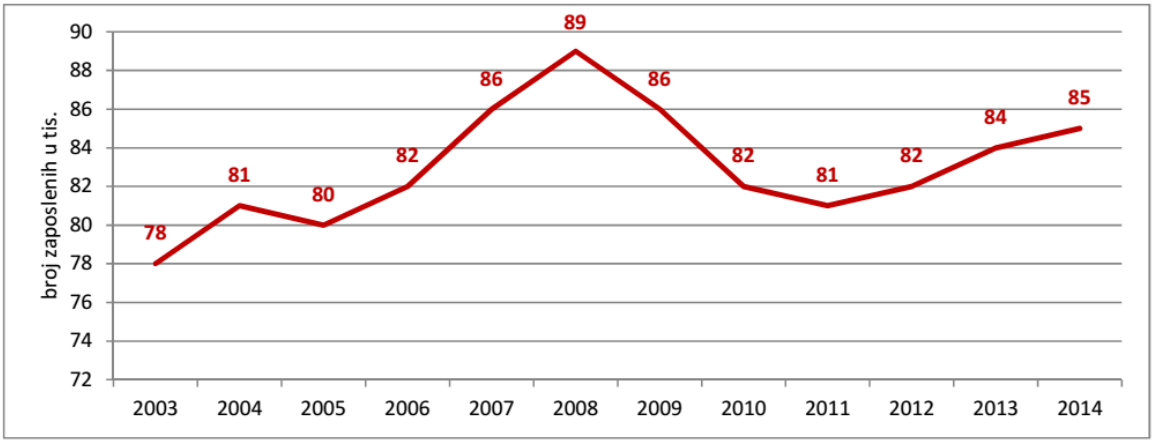
Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

S obzirom na rezultate prikazane u prethodnom grafikonu gdje je vidljivo da je i broj turista i broj noćenja u hotelima u promatranom razdoblju oscilirao s izrazitim povećanje u zadnje dvije promatrane godine, donosi se zaključak o **djelomičnom prihvaćanju hipoteze** da je broj turista i broj noćenja u hotelima u stalnom porastu.

H3 – Sektor turizma znatno pridonosi povećanju sezonske zaposlenosti.

Kako bi se testirala prethodno navedena hipoteza u nastavku je prikazana korelacija sezonskog zapošljavanja i broja turista kao pokazatelja utjecaja sektora turizma na sezonsko zapošljavanje.

Grafikon 18: Kretanje broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u razdoblju od 2003. do 2014. godine, u tis.



Izvor: Hrvatska u brojkama 2014, Ministarstvo turizma RH, http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2014.pdf, (20.8.2014.)

Iz grafikona 18, vidljivo je da je taj broj, u posljednjih desetak godina, poprilično oscilirao. Do 2004. godine primjećuje se rast od 3 tisuće zaposlenih da bi već iduće godine došlo do pada od tisuću zaposlenih. Međutim, od 2005. godine dolazi do ponovnog rasta koji traje sve do 2008. godine, koja je ujedno i rekordna godina u novijoj hrvatskoj povijesti. Nakon zabilježenih rekorda dolazi do ponovnog pada koji prestaje tek 2011. godine. 2014. godine broj zaposlenih u sektoru turizma iznosio je 85 tisuća zaposlenih, što je blizu rekordnih 89 tisuća 2008. godine. Iz prikazanog grafikona uočava se da je, kroz promatrano razdoblje, broj zaposlenih varirao, na što je uvelike utjecala politička i gospodarska situacija u svijetu (svjetska gospodarska kriza) te politička zbivanja u zemlji (politička uhićenja te promjena vlasti 2011. godine).

Na temelju prethodnih zaključaka **može se prihvatiti hipoteza** da sektor turizma znatno pridonosi povećanju sezonske zaposlenosti.

H4 – Statistički pokazatelji turizma ukazuju na trend rasta broja dolazaka i noćenja u turizmu.

Kako bi se testirala hipoteza u nastavku je prikazan broj turista u razdoblju od 2005. do 2014. te broj noćenja.

Tablica 11: Broj turista i noćenja, 2005. – 2014.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
UK. TURISTI	9,995 ,070	10,38 4,921	11,16 2,406	11,26 0,807	10,93 4,474	10,60 4,116	11,45 5,677	11,83 5,160	12,44 1,476	13,12 8,416
UKUPNO NOĆENJA	51,42 0,948	53,00 6,946	56,00 5,492	57,10 3,494	56,29 9,647	56,41 6,379	60,35 4,275	62,73 3,463	64,82 7,814	66,48 3,948

Izvor: Izrada autora prema Statističkoj analizi turističkog prometa, 2005.-2014.

Iz prethodne tablice vidljivo je da je ukupan broj turista u 2005.g. bio 9 995 070. Taj broj je porastao do 2014. na 13 128 416 turista. Rast se dogodio i s brojem noćenja. U 2005. bilo je ukupno 51 420 948 noćenja, dok je u 2014.g. ostvareno 66 483 948 noćenja. Iz svega navedenog može se zaključiti da se **prihvaća hipoteza** da statistički pokazatelji turizma ukazuju na trend rasta broja dolazaka i noćenja u turizmu.

4.3 Ograničenja istraživanja

Najznačajnija ograničenja istraživanja ogledaju se u nedostacima određenih statističkih podataka. Kao glavno ograničenje ovog istraživanja može se navesti činjenica da su u radu uzete u obzir samo varijable vezane uz broj turista, noćenja turista, udjel u BDP-u. Ovo istraživanje može se smatrati reprezentativnim iako bi se moglo proširiti i na način da se u obzir uzmu i neke druge varijable kao što je zadovoljstvo i preferencije turista te povezanost državnih, lokalnih vlasti i privatnih iznajmljivača i njihov utjecaj na kvalitetu turističke ponude i povećanje razine zadovoljstva gostiju.

5. ZAKLJUČAK

Statistika je vrlo važna disciplina koja je izrazito značajna za analiziranje podataka. U ovom radu, pomoću tabličnih i grafičkih prikaza te pomoću različitih statističkih metoda dobivene su vrijedne informacije o turizmu u Republici Hrvatskoj. Turizam predstavlja vrlo značajnu gospodarsku granu te je Hrvatska zahvaljujući svojim ljepotama jedna od vodećih zemalja na Mediteranu kada je u pitanju turizam. Hrvatska obiluje prirodnima ljepotama, otocima kojih je 1244, nacionalnim parkovima, spomenicima pod zaštitom UNESCO-a poput Dioklecijanove palače u Splitu, gradova Trogira i Dubrovnika, Eufrazijeve bazilike u Poreču i Katedrale svetog Jakova u Šibeniku, a najveća prednost u odnosu na konkurenciju je hrvatski dio Jadranskog mora koji je prema istraživanju Europske agencije za okoliš, provedenom 2010. godine, drugo najčišće more u Europi. I blaga Mediteranska klima u Hrvatskoj, s toplim ljetom i umjereno hladnom zimom, pogoduje hrvatskom turizmu i njegovom dodatnom razvoju. Turistička ponuda Hrvatske vrlo je raznolika a sastoji se od nautičkog, izletničkog, ronilačkog, kongresnog, kulturnog, ekološkog, seoskog, vjerskog, pustolovnog, zdravstvenog, lovnog ili ribolovnog turizma. U turističkoj ponudi su i višednevna krstarenja na motornim jedrenjacima te vrlo dobro razvijeni naturizam i sve razvijeniji Robinzonski turizam koji osim na kopnu nudi i boravak na usamljenim svjetionicima poput dubrovačkih Grebena ili Palagruže. S obzirom na testiranja provedena u ovom radu uvidjelo se koliki je značaj turizma na različite ekonomske i gospodarske pokazatelje. Udio turizma u BDP-u s obzirom na broj turista i broj ostvarenih noćenja neprestano je oscilirao kao i sam broj turista i noćenja. Iako su investicije u ovaj sektor rasle, ne može se reći da je to značajnije utjecalo na povećanje broj turista u predsezoni ili podsezoni. Ono na što turizam izrazito utječe je sezonsko zapošljavanje i to posebice mladih osoba. Iako su strani turisti u većoj mjeri zastupljeni u odnosu na domaće turiste, svakako bi trebalo raditi na što većem privlačenju i jednih i drugih turista kroz bolju strategiju razvoja što podrazumijeva bolju i atraktivniju ponudu za što Hrvatska svakako ima dobre predispozicije u smislu vrlo bogatih prirodnih resursa ali i bogate kulturne i povijesne baštine.

6. SAŽETAK

Turizam je vrlo važna gospodarska grana Republike Hrvatske. Sve važne parametre vezane uz turizam kao što je broj turista, broj noćenja, potražnja za određenim vrstama smještaja i sl. potrebno je mjeriti tijekom cijele godine kako bi se mogli donijeti konkretni zaključci te kako bi se mogla adekvatno razvijati strategija razvoja Hrvatskog turizma. Vrlo je važno pratiti i utjecaj turizma na druge ekonomske i gospodarske aspekte kao što su zaposlenost, BDP i sl.

Kako bi se dobila jasna slika svih navedenih pokazatelja potrebno je provesti određena istraživanja te dobivene podatke statistički ispitati. Upravo u tom dijelu statističke metode, kroz statističku analizu, imaju najznačajniju ulogu.

Provedenim statistički istraživanjem došlo se do konkretnih zaključaka koji ukazuju na oscilacije u turizmu. Također, došlo se do spoznaje da postoji uska povezanost između turizma i BDP-a, investicija i sezonskog zapošljavanja. Kao zaključak može se navesti da je turizam opsežna grana koja se može realno sagledati jedino na način da se uzmu u obzir svi faktori te da se svi prikupljeni podatci obrade metodama statističke analize.

Ključne riječi: Turizam, Sezonsko zapošljavanje, Statistička analiza

7. SUMMARY

Tourism is an important economic sector of the Republic of Croatia. All important parameter related to tourism such as the number of tourists, number of nights, the demand for certain types of accommodation, etc., should be measured throughout the year in order to make concrete conclusions and in order to adequately develop the development strategy of Croatian tourism. It is very important to monitor the impact of tourism on other economic aspects such as employment, GDP, etc.

In order to get a clear picture of all these indicators, it is necessary to carry out certain research and statistical data obtained to examine. It is in this part of the statistical methods, the statistical analysis, have the most important role.

It can be concluded that there are fluctuations in tourism. Also, it can be concluded that there are a close relationship between tourism and GDP, investment and seasonal employment. In conclusion it can be stated that the tourism is complex branch which can be fully comprehended only in way to review all the factors and all the collected data processing by methods of statistical analysis.

Keywords: Tourism, Seasonal Employment, Statistical Analysis

8. LITERATURA

Knjige/časopisi

1. Alfier, D.: Turizam – izbor radova, Zagreb, 1994.
2. Blake, A.: The dynamics of tourism's economic impact", Tourism economics, (15), 2009.
3. Carson, L., Jenković: Uvod u turizam, Split, 2006.
4. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici: Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav**,** Školska knjiga, Zagreb, 2011.
5. Dulčić, A., Petrić, L., Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb, 2001.
6. Dulčić, A.: Turizam-načela razvoja i praksa. Institut za turizam, Zagreb, 1991.
7. Gavranić, A., Jurić, B.: Osnove turizma, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik, 2005.
8. Geić, S.: Turizam i kulturno civilizacijsko nasljeđe, Veleučilište u Splitu, 2002.
9. Geić, S.: Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2007.
10. Hara, T.: Quantitative Tourism Industry Analysis: Introduction to Inputoutput, Social Accounting Matrix Modelling and Tourism Satellite Accounts. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsvier Inc., 2008.
11. Ibidem, str.98.
12. Investicije u turizmu, 2013.
13. Jadrešić, V.: Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Zagreb: Školska knjiga, 2001.
14. Kušen E.: Turizam i prostor, Institut za turizam, Zagreb, 2002.
15. Krapf, Tourism Review, 1963.
16. Marasović, T.: Kulturna baština 1. i 2. Veleučilište u Splitu, 2001/2002
17. Marković, S.: Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1970.
18. Marušić, Z., Čorak, S., i suradnici: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam – Zagreb, 2010.
19. Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Zagreb, 2008.
20. Petrić, L., Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003.
21. Pirjevec, B.: Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, 1998.
22. Pirjevec, B., Kesar, O.: **Počela turizma**, Mikrorad i Ekonomski fakultet, Zagreb, 2002.

23. Pivac, S.: Statistike metode e-nastavni materijali, Ekonomski fakultet Split, Split, 2010.
24. Pivac, S.; Rozga, A.: Statistika za sociološka istraživanja, Sveučilište u Splitu, Split, 2006.
25. Rozga, A,, Grčić, B.: Poslovna statistika, Veleučilište u Splitu, Split, 2000.
26. Statistička analiza turističkog prometa, 2005.-2014.
27. Statistički ljetopisi, 2005. – 2014.
28. Vanhove, N.: The Economics of Tourism Destinations, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005.
29. Veljko, O.: Investicije u turizmu, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2013.
30. Weber, S., Mikačić, V.: Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, 2000.
31. Zhao, D., Yanagida, J., Chakravorty, V. i Leung, P.: „Estimating economic impacts from tourism“. Annals of Tourism Research, (24), 1997.

Internet izvori

1. Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr (20.09.2015.)
2. Grafikoni, http://grafikoni.blogspot.hr/ (23.09.2015.)
3. Hrvatski turizam, www.hrvatskiturizam.blog.hr (21.09.2015.)
4. Institut za turizam, www.iztzg.hr (21.09.2015.)
5. Ministarstvo financija, http://www.mfin.hr/ (20.09.2015.)
6. Ministarstvo turizma, www.mint.hr (20.09.2015.)
7. Varaždin, www.varazdin.hr (23.09.2015.)

9. POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1 : Dolasci turista u Republiku Hrvatsku u periodu od 2005. – 2014. godine..... 20
Grafikon 2: Ukupan broj turista prema županijama, 2005. – 2014. 27
Grafikon 3: Prikaz domaćih turista po županijama, 2013.g. 27
Grafikon 4: Prikaz domaćih turista po županijama, 2005. – 2014. 28
Grafikon 5: Noćenja prema županijama, 2005. – 2014..... 30
Grafikon 6: Prikaz turista prema vrstama smještaja, 2005. – 2014..... 32
Grafikon 7.: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – organizirani 2005.- 2014..... 34
Grafikon 8: Broj turista s obzirom na vrstu smještaja – individualni 2005.-2014. 36
Grafikon 9: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – individualni od 2005.-2014..... 38
Grafikon 10: Dolasci turista po zemljama i naznačenim godinama na području TZ Splitsko dalmatinske županije .....**Error! Bookmark not defined.**
Grafikon 11: Dolasci turista po zemljama i naznačenim godinama u Hrvatskoj 39
Grafikon 12: Ostvarena noćenja po važnijim zemljama i naznačenim godinama na području TZ Splitsko-dalmatinske županije.....**Error! Bookmark not defined.**
Grafikon 13: Ostvarena noćenja po zemljama i naznačenim godinama u Hrvatskoj 40
Grafikon 14: Turisti po stranim zemljama u Hrvatskoj i županiji Splitsko-dalmatinskoj za 2005.g. 43
Grafikon 15: Udio u stranim turistima po zemljama u Županiji i Hrvatskoj u 2014.g. 44
Grafikon 16: Udio turizma u BDP-u 45
Grafikon 17: Broj turista i broj noćenja u hotelima, 2005. - 2014. 47
Grafikon 18: Kretanje broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u razdoblju od 2003. do 2014. godine, u tis. 48

10. POPIS TABLICA

Tablica 1: Dolasci turista u Republiku Hrvatsku u periodu od 2005. – 2014. godine 20
Tablica 2: Ukupan broj turista prema županijama, 2005. – 2014. 26
Tablica 3: Noćenja prema županijama, 2005. – 2014. 29
Tablica 4: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Hrvatskoj, stanje 31. kolovoz 2014. godine 30
Tablica 5: Broj turista s obzirom na vrstu smještaja – organizirani, 2005. – 2014.; u '000 ... 31
Tablica 6: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – organizirani 2005.- 2014. ; u 000 33
Tablica 7: Broj turista s obzirom na vrstu smještaja – individualni 2005.-2014. ; u 000 35
Tablica 8: Broj noćenja s obzirom na vrstu smještaja – individualni od 2005.-2014. ; u 000 37
Tablica 9: Investicije u turizmu..... 45
Tablica 10: Dolasci turista po mjesecima, 2005. – 2014. 46
Tablica 11: Broj turista i noćenja, 2005. – 2014. 49