

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

PETAR ZLOMISLIĆ

UTJECAJ PRISTUPANJA REPUBLIKE HRVATSKE
EUROPSKOJ UNIJI NA HRVATSKI TURIZAM
Završni rad

Pula, 2017.

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

PETAR ZLOMISLIĆ

UTJECAJ PRISTUPANJA REPUBLIKE HRVATSKE
EUROPSKOJ UNIJI NA HRVATSKI TURIZAM

Završni rad

JMBAG: 03030517222, redovan student

Studijski smjer: Financijski management

Predmet: Gospodarstvo Hrvatske

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Opća ekonomija

Mentor: Doc. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, rujan 2017.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

U Puli, _____ godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

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

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

U Puli, _____ godine

Potpis

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
2. POVIJEST HRVATSKOG TURIZMA	3
2.1. Razdoblje do Prvog svjetskog rata (1850.–1914.).....	3
2.2. Razdoblje između dva svjetska rata (1918.–1939.).....	4
2.3. Razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1990. godine	5
2.4. Razdoblje od 1990. godine do danas	5
3. OBILJEŽJA HRVATSKOG TURIZMA	7
3.1. Komparativna analiza osnovnih turističkih pokazatelja Hrvatske i odabranih zemalja Europske unije	7
3.2. Udio hrvatskog turizma u osnovnim makroekonomskim pokazateljima nacionalnog gospodarstva	14
3.3. Konkurentnost hrvatskog turizma	16
4. UČINCI ČLANSTVA REPUBLIKE HRVATSKE U EUROPSKOJ UNIJI NA HRVATSKI TURIZAM	20
4.1. Analiza učinaka članstva Hrvatske u EU na turizam Hrvatske	20
4.2. Europa 2020 kao osnova razvoja turizma	22
4.3. Mogućnosti razvoja turizma Hrvatske kroz EU fondove	25
4.4. Budući razvoj turizma	29
5. ZAKLJUČAK.....	33
POPIS LITERATURE	35
POPIS TABLICA.....	37
SAŽETAK	38
SUMMARY	39

1. UVOD

Ovaj rad obrađuje utjecaj pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam. Riječ je o jednoj aktualnoj temi o kojoj se intenzivno raspravlja u javnosti i znanosti već neko vrijeme. Ista na značaju osobito dobiva nakon 2013. godine, odnosno od kada je Hrvatska ostvarila status punopravne države članice Europske unije.

Republika Hrvatska ima dugu tradiciju turističkog poslovanja te ima sve uspješnije rezultate u posljednjih nekoliko godina. Turizam predstavlja jedan od vodećih segmenata njezina nacionalnog gospodarstva, s obzirom na ekonomske i ostale učinke koje ostvaruje. Upravo zbog toga, njegov dugoročno profitabilan i održiv razvoj bivaju jedni od vodećih strateških ciljeva hrvatskog gospodarstva.

Članstvo Hrvatske u Europskoj uniji utjecalo je na čitav niz promjena koje su se odrazile na nacionalno gospodarstvo, ali i društvo. O konkretnim promjenama moguće je govoriti još od razdoblja njezine kandidature za ulazak u Europsku uniju, no one se posebno intenziviraju nakon dobivanja statusa države članice EU. U tom smislu, misli se na niz pozitivnih i negativnih učinaka koji se odražavaju na hrvatski turizam, a uvelike determiniraju njegov budući razvoj.

Cilj rada je istražiti obilježja i specifičnosti hrvatskog turizma. Pored njegovih osnovnih obilježja, posebno se istražuju pokazatelji uspješnosti turističkog poslovanja, kao i temeljni ekonomski te ostali učinci hrvatskog turizma. Time se stvara osnova za provedbu konkretnog istraživanja predmetne problematike rada.

Svrha rada je analizirati utjecaj pristupanja Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam, što i jest tema rada. Pored toga, svrha je ukazati i na buduća predviđanja u svezi njegova razvoja, na koji će utjecati predmetno članstvo, a time dati preporuke za unapređenje trenutne situacije.

Rad je podijeljen na tri poglavlja. Prvo poglavlje istražuje povijesni razvoj turizma Republike Hrvatske koji je uvelike odredio njegovo današnje stanje. Sljedeće poglavlje tiče se komparativne analize osnovnih turističkih pokazatelja Hrvatske i

odabranih zemalja Europske unije, kao i ekonomskog značaja hrvatskog turizma, u kontekstu njegova udjela u osnovnim makroekonomskim pokazateljima. Pored učinaka članstva Hrvatske u Europskoj uniji na njezin turizam, ono obrađuje strategiju Europa 2020, fondove Europske unije i buduće smjernice razvoja.

Za potrebe istraživanja ove problematike korištene su neke od sljedećih metodi. Riječ je o metodi analize i sinteze, induktivnoj i deduktivnoj metodi, metodi apstrakcije, metodi komparacije, statističkoj metodi i metodi deskripcije.

2. POVIJEST HRVATSKOG TURIZMA

Povijesnom pregledu razvoja turizma na prostoru koji danas čini Republiku Hrvatsku potrebno je pristupiti promatrajući dva ključna povijesna razdoblja. Događaji koji su se dogoditi u okviru njih ostavili su dalekosežne posljedice i usmjerili put razvoja hrvatskog turizma. To su razdoblja svjetskih ratova u prvoj polovici dvadesetog stoljeća, odnosno trenutak proglašenja neovisnosti Republike Hrvatske 1991. godine, koji je ujedno i najveća povijesna prekretnica u povijesti cijelog hrvatskog društva pa tako i turističke djelatnosti.

Analizirajući razvoj hrvatskog turizma u okviru ovih događaja, moguće ga je identificirati četiri osnovna razdoblja njegova razvoja. Konkretno se misli na razdoblje do Prvog svjetskog rata, razdoblje između dva svjetska rata, razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1990. godine te razdoblje od 1990. godine do danas.

Detalniji pregled spomenutih razdoblja istražuje se u okviru ovoga poglavlja.¹ Time se ukazuje na neka osnovna obilježja hrvatskog turizma tijekom povijesti, ali i danas.

2.1. Razdoblje do Prvog svjetskog rata (1850.–1914.)

U razdoblju do Prvog svjetskog rata prostor Hrvatske djelovao je unutar političkog sustava Habsburške, odnosno Austro-Ugarske Monarhije, a razvijao se usporedno s ostalim krunskim zemljama te države. Značaj ovog razdoblja očituje se u tome što je ono utemeljiteljska faza hrvatskog turizma (Vukonić, 2005).

U ovoj fazi turizam se u svim dijelovima Hrvatske razvijao individualnim inicijativama na lokalnoj razini. Posebno je afirmiran lječilišni i zdravstveni turizam na Jadranu, po uzoru na slična iskustva u drugim dijelovima Monarhije, kao što su Češka i Austrija. Riječ je o prvim selektivnim oblicima turizma u Hrvatskoj, koji i danas imaju poseban značaj u kontekstu ukupne nacionalne turističke ponude.

¹ Prema Vukonić, B. (2005.) Povijest hrvatskog Turizma. Zagreb: Prometej.

Drugi aspekt razvoja turizma u Hrvatskoj u to doba bilo je pokretanje „društava za poljepšavanje“ na obali i otocima. Zanimljivo je da su već u tom razdoblju neke sredine sudbinu vlastitog lokalnog razvoja vezale gotovo isključivo uz turističku djelatnost. To je vidljivo na Brijunima, u pojedinim mjestima u Istri, u Opatiji, mjestima na obali Vinodolske općine, na Malom Lošinju, na Rabu, u Kaštelima, na Braču, na Hvaru i u Dubrovniku, odnosno vodećim turističkim destinacijama u Hrvatskoj.

2.2. Razdoblje između dva svjetska rata (1918.–1939.)

Početak ovog razdoblja determiniran je političkim nemirima uzrokovanim završetkom Prvog svjetskog rata u novostvorenoj Kraljevini Srba, Hrvata i Slovenaca (kasnije Kraljevini Jugoslaviji). Razvoj hrvatskog turizma je osobito teško pogođen političkim izdvajanjem važnog teritorija iz Jugoslavije, Rapallskim ugovorom (Opatija i njene rivijere, Cres, Lošinj, Zadar, Istra, Lastovo i Palagruža). Pregovore o razdiobi teritorija Kraljevina Italija i Kraljevina SHS počeli su odmah nakon rata, a sporazum je definitivno postignut 1924. godine (Vukonić, 2005, 103).

Razvoj hrvatskog turizma u razdoblju između dva rata okarakterizirao je početak prepoznatljivosti turizma kao dijela ukupne državne gospodarske strukture. Tijekom cijelog tog razdoblja turizam je napredovao, a pred izbijanje Drugog svjetskog rata doživio je i dotadašnji najveći rast.

Turistički posjeti u to vrijeme evidentirani su u značajno većem obujmu čak i u manjim mjestima na obali pa je moguće reći da turizam više nije bio privilegija samo afirmiranih turističkih središta. Potrebno je istaknuti i bitan napredak u polju tadašnje državne turističke organizacije, ojačan donošenjem relevantnih zakona i provedbenih propisa.

U odnosu na ostatak jugoslavenskog prostora, u Hrvatskoj je dominirao inozemni turizam, a više od osamdeset posto inozemnog prometa odnosilo se na posjete turista iz šest europskih zemalja (Austrije, Njemačke, Italije, Engleske, Čehoslovačke i Mađarske). U izgradnji hotelskih objekata i vlasništvu turističkih kapaciteta prevladavao je strani kapital.

2.3. Razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1990. godine

U razdoblju državnog sustava Jugoslavije pod komunističkim režimom, hrvatski turistički prostor zabilježio je svoje vrhunce. Usprkos teškoćama u općem gospodarskom razvoju Jugoslavije, koje su se odrazile i na ukupni društveni i gospodarski razvoj Hrvatske, u posljednja tri desetljeća dvadesetog stoljeća, koliko je trajalo ovo razdoblje turizma, Hrvatska je ostvarila dotad najbolje rezultate u razvoju turizma u sva tri mjerljiva elementa, a misli se na broj kapaciteta, noćenja i broj posjetitelja.

Snažan razvoj nacionalnog turizma započinje šezdesetih godina 20. stoljeća, kao što je to bio primjeri i u ostalim sredozemnim zemljama. Rast turističkog prometa u to vrijeme bio je konstantan, a povećanjem kapaciteta turističke ponude, naročito izgradnjom infrastrukture, unatoč određenim problemima Hrvatska je stvorila dio važnih preuvjeta za efikasni nastup na međunarodnom tržištu.

Osnivanjem vlastitog turoperatora Hrvatska je učinila važan korak u unapređenju svoje pozicije na inozemnim tržištima, a osnovana je i prva hrvatska zrakoplovna kompanija (Vukonić, 2005, 127). Bili su to neki od presudnih događaja iz navedenog razdoblja koji su potaknuli i unaprijediti razvoj hrvatskog turizma.

2.4. Razdoblje od 1990. godine do danas

Početak ovog razdoblja, od 1991. do 1995. godine, Hrvatska se suočava s razornim događanjima Domovinskog rata. U to vrijeme sva financijska sredstva i naponi bili su usmjereni na sustav obrane državnog teritorija, zbrinjavanje stanovništva i sanaciju ratnih šteta. Razvoj turizma u to vrijeme potpuno je zaustavljen, a istinski povratak ovome procesu započinje nakon 1996. godine.

Navedeno petogodišnje razdoblje obilježeno je velikim tranzicijskim promjenama, kako u gospodarstvu, tako i u društvu. Strani investitori, iako vrlo zainteresirani za ulaganja u razvoj infrastrukture i smještajnih objekata, nisu mogli realizirati svoje poslovne pothvate zbog nesređenog stanja u državnoj administraciji i nacionalne skeptičnosti prema multinacionalnom kapitalu.

Tijekom ovoga razdoblja, točnije nakon okončanja Domovinskog rata, otvara se veliko tržište srednje i istočne Europe, čiji potrošačke karakteristike izuzetno pogoduju povratku masovnog turizma na ove prostore. Dolazi do velikoj odlijeva kvalitetnih, visokoobrazovani ljudi na „privremeni rad u inozemstvo“ čime je Hrvatska na višestrukom gubitku i u budućnosti će biti primorana na uvoz radne snage.

Struktura smještajnih kapaciteta krajem ove dekade polako se vraća na prijeratno stanje, pri čemu je vidljivo da Hrvatska nema strateški plan izgradnje osnovnih smještajnih kapaciteta, već se oslanja na komplementarni blok, čije je ukupno iskorištenje tijekom godine ograničeno na dva mjeseca. Dolazi do pozitivnih pomaka u fiskalnoj politici kroz porezna rasterećenja inozemnog organiziranog turističkog prometa. Osim toga, nastavlja se kontinuirana promotivna kampanja na europskom tržištu pa dolazi do stvaranja kvalitetnog ugleda Hrvatske kao cjelovite turističke destinacije, ali s određenim specifičnostima pojedinih užih regija kao tržišnom prednošću Hrvatske.

3. OBILJEŽJA HRVATSKOG TURIZMA

Kada se raspravlja o obilježjima turizma neke turističke destinacije, neovisno o tome da li je riječ o lokalnoj, regionaloj ili nacionalnoj razini, moguće je govoriti o njegovim kvalitativnim i kvantitativnim obilježjima. Nerijetko se ona istražuju integrirano jer se time zorno dočarava realno stanje, ali i stvara osnova za definiranje nekih smjernica u svezi budućeg razvoja turizma.

S obzirom na narav predmetne teme, imperativ se postavlja na analizu kvantitativnih obilježja hrvatskog turizma, koja se analiziraju u okviru ovoga poglavlja. Pri tome se misli na ukupne dolaskе i noćenja turista, njihovu strukturu, udio turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu, ukupnu zaposlenost u turizmu i slično.

U svrhu izvršenja komparativne analize hrvatskog turizma, u ovome poglavlju daje se i usporedba spomenutih pokazatelja s odabranim zemljama Europske unije, kao jednim od vodećih konkurenata ove turističke destinacije. Time se stvara osnova za provedbu daljnjeg istraživanja.

3.1. Komparativna analiza osnovnih turističkih pokazatelja Hrvatske i odabranih zemalja Europske unije

Republika Hrvatske se već duži niz godina suočava s oštrim konkurentima na dinamičnom turističkom tržištu. U tom kontekstu prvenstveno se misli na države Europske unije, konkretnije mediteranske susjedne zemlje. Riječ je o Grčkoj, Španjolskoj, Italiji, Francuskoj i mnogim drugim državama.

Pri tome, analiza ovih konkurenata može nam ukazati na razne pokazatelje. Osim što se predviđaju njihove mogućnosti i potencijal u kontekstu budućeg tržišnog nastupa, ista služi u svrhu identificiranja uzornih praksi poslovanja i razvoja.

U narednoj tablici daje se analiza ukupnih turističkih dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj i odabranim zemljama tijekom promatranog razdoblja (Tablica 1.).

Tablica 1. Turistički dolasci domaćih turista u Hrvatskoj i odabranim državama Europske unije (2007.-2016.)

Godina	Grčka	Španjolska	Italija	Francuska	Hrvatska
DOMAĆI TURISTI (REZIDENTI)					
2007.	7 083 835	57 828 280	53 276 961	86 588 313	1 592 407
2008.	7 127 227	56 429 185	53 749 362	87 133 567	1 591 681
2009.	10 038 968	54 470 376	54 375 079	88 157 660	1 367 019
2010.	9 349 344	55 617 853	55 019 507	89 134 956	1 266 897
2011.	8 534 191	55 430 798	56 263 060	107 184 891	1 283 873
2012.	6 981 507	52 308 531	54 994 582	106 527 156	1 404 957
2013.	7 365 589	51 874 205	53 599 294	107 692 846	1 430 708
2014.	7 427 575	55 185 879	54 916 852	106 884 663	1 444 016
2015.	7 599 373	59 021 796	58 320 992	110 695 233	1 613 517
2016.	8 047 081	62 199 939	60 135 232	112 304 511	1 739 147
INOZEMNI TURISTI (NEREZIDENTI)					
2007.	8 953 757	43 953 113	42 873 122	40 416 832	7 028 323
2008.	8 886 342	43 718 233	41 796 724	39 122 038	7 081 920
2009.	10 861 300	39 204 146	41 124 722	35 881 647	6 962 451
2010.	11 285 916	43 182 778	43 794 338	36 729 444	6 652 832
2011.	12 548 811	47 652 545	47 460 809	41 607 105	7 237 077
2012.	11 230 515	48 100 647	48 738 575	42 327 929	10 138 969
2013.	12 749 395	49 798 884	50 263 575	46 001 492	10 775 000
2014.	14 401 895	52 359 130	51 635 500	46 073 942	11 438 806
2015.	15 500 471	55 426 615	55 033 682	46 797 708	12 543 509
2016.	15 657 548	61 341 839	56 752 647	44 958 968	13 707 444

Izvor: Izrada autora prema: Eurostat (2017.) Arrivals of residents/non-residents at tourist accommodation establishments. Dostupno na:

<http://www.ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00174&language=en>. (20.09.2017.)

Prema podacima iz prethodne tablice zaključuje se da u Hrvatskoj prevladavaju inozemni gosti s prosječnim udjelom od preko 90%. Prevlast inozemnih turista zabilježena je i na primjeru Grčke, dok kod ostalih zemalja prevladavaju domaći turisti

ili je udio domaćih i stranih turista gotovo izjednačen. Do 2012. godine dolasci domaćih turista u Hrvatskoj imaju tendenciju pada, nakon čega bilježe rast. Pad inozemnih turista u Hrvatskoj zabilježen je u 2010. i 2011. godini, dok u sljedećim godinama ima tendenciju rasta, posebno nakon pristupanja države Europskoj uniji.

Značajni rast broja turističkih smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj koji je počeo 2012. svakako valja pripisati očekivanjima njenog pristupanja Europskoj Uniji. Sigurno je da su gosti s područja Europske Unije prepoznali Hrvatsku kao turističku destinaciju mediteranskog tipa koja zahvaljujući svojim prirodnim resursima i nižem životnom standardu od ostalih mediteranskih država koje su analizirane u ovim tablicama, te tako pridonijeli velikom rastu u turističkom sektoru gospodarstva.

U okviru komparativne analize turizma Hrvatske sa spomenutim zemljama, prvenstveno se daje pregled smještajnih kapaciteta u turizmu, kao vodećeg elementa resursne osnove ovih turističkih destinacija (Tablica 2.).

Tablica 2. Turistički smještajni kapaciteti u Hrvatskoj i odabranim državama Europske unije (2007.-2016.)

	Grčka	Španjolska	Italija	Francuska	Hrvatska
2007.	790 956	3 116 941	4 485 581	5 736 966	482 231
2008.	804 429	3 159 053	4 649 050	5 769 307	485 439
2009.	1 184 113	3 237 810	4 598 682	5 865 238	493 850
2010.	1 219 127	3 301 576	4 698 852	5 020 463	439 613
2011.	1 229 259	3 390 704	4 742 064	5 014 118	437 758
2012.	1 204 845	3 414 798	4 762 601	5 013 188	798 928
2013.	1 207 394	3 437 362	4 728 180	5 049 726	867 110
2014.	1 238 586	3 482 983	4 849 432	5 109 844	893 827
2015.	1 244 850	3 526 937	4 879 313	5 133 314	938 613
2016.	1 241 246	3 515 810	4 942 187	5 133 645	987 272

Izvor: Izrada autora prema: Eurostat (2017.) Accomodation capacity. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/> (14.9.2017.)

Tablica 1. nam pokazuje se da Hrvatska raspolaže s najmanjim brojem smještajnih

kapaciteta u turizmu tijekom čitavog razdoblja. Najviše smještajnih kapaciteta imaju Francuska, Italija i Španjolska, koje uvjerljivo prednjače nad Grčkom i Hrvatskom.

Tijekom promatranog razdoblja Hrvatska uglavnom bilježi rast broja smještajnih kapaciteta, izuzev 2010. i 2011. godine. Pad broja smještajnih kapaciteta u ovome razdoblju uglavnom je povezan s negativnim zbivanjima nakon pojave i ekspanzije svjetske ekonomske krize. U narednim godinama zabilježen je značajniji rast ovoga pokazatelja.

U nastavku se daje pregled ukupnih turističkih dolazaka, odnosno dolazaka inozemnih i domaćih turista u spomenutim država tijekom promatranog razdoblja (Tablica 3.).

Tablica 3. Ukupni turistički dolasci u Hrvatskoj i odabranim državama članicama Europske unije (2007.-2016.)

Godina	Grčka	Španjolska	Italija	Francuska	Hrvatska
2007.	16 037 592	101 781 393	96 150 083	127 005 145	8 620 730
2008.	16 013 569	100 147 418	95 546 086	126 255 594	8 673 601
2009.	20 900 268	93 674 522	95 499 801	124 039 307	8 329 470
2010.	20 635 260	98 800 631	98 813 845	125 864 400	7 919 729
2011.	21 083 002	103 083 343	103 723 869	148 791 996	8 520 950
2012.	18 212 022	100 409 178	103 733 157	148 855 084	11 543 653
2013.	20 115 254	101 673 090	103 862 530	153 958 605	12 205 708
2014.	21 829 470	107 545 009	106 552 352	152 958 605	12 882 822
2015.	23 099 844	114 448 411	113 354 674	157 492 941	14 157 026
2016.	23 704 629	123 541 778	116 887 879	157 263 497	15 446 591

Izvor: Izrada autora prema: Eurostat (2017.) Arrivals of residents/non-residents at tourist accommodation establishments. Dostupno na: <http://www.ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00174&language=en>. (20.09.2017.)

Podaci o ukupnim turističkim dolascima pokazuju da najviše turističkih dolazaka među promatranim državama ostvaruju Francuska i Španjolska, a slijede Italija, Grčka te Hrvatska. U promatranom razdoblju uglavnom je zabilježen rast ovoga

pokazatelja turističke aktivnosti, uz minimalne oscilacije tijekom razdoblja pojave i ekspanzije svjetske ekonomske krize. U posljednjim godinama, odnosno od 2012. godine, sve države bilježe rast ovoga pokazatelja. U nastavku se prikazuje tijek kretanja turističkih noćenja u ovim državama (Tablica 4.).

Tablica 4. Noćenja domaćih i inozemnih turista u Hrvatskoj i odabranim državama Europske unije (2007.-2016.)

Godina	Grčka	Španjolska	Italija	Francuska	Hrvatska
DOMAĆI TURISTI (REZIDENTI)					
2007.	17 338 763	156 462 217	213 176 071	193 395 605	4 616 913
2008.	17 650 614	151 937 093	211 869 278	194 048 978	4 629 337
2009.	26 949 442	148 002 725	211 268 511	195 984 460	4 126 777
2010.	24 559 423	151 514 295	210 340 052	270 832 690	3 774 300
2011.	22 036 946	150 489 310	210 420 670	277 779 224	3 861 788
2012.	19 512 289	139 281 970	200 116 495	275 487 105	5 103 958
2013.	20 112 805	136 764 221	191 992 233	275 874 900	5 039 396
2014.	20 441 240	144 327 228	190 978 299	271 406 467	5 052 330
2015.	20 363 034	152 808 273	200 155 956	279 587 890	5 655 990
2016.	21 829 905	160 400 822	203 431 504	280 850 016	5 759 532
INOZEMNI TURISTI (NEREZIDENTI)					
2007.	48 081 473	225 450 241	163 465 680	108 567 043	33 701 925
2008.	47 973 949	223 756 216	161 797 434	106 993 811	33 902 735
2009.	57 413 304	200 551 728	159 493 866	98 705 212	33 357 844
2010.	59 184 397	213 349 649	165 202 498	120 390 105	33 234 882
2011.	65 514 230	239 369 167	176 474 062	123 227 704	35 389 002
2012.	61 054 383	243 389 006	180 594 988	125 038 453	57 079 967
2013.	68 992 640	252 447 766	184 793 382	132 251 136	59 378 896
2014.	74 675 156	259 635 794	186 792 507	130 908 700	61 072 661
2015.	78 254 524	269 418 103	192 607 930	130 464 997	65 683 010
2016.	79 977 449	294 556 428	199 426 793	123 913 410	72 064 582

Izvor: Izrada autora prema: Eurostat (2017.) *Nights spent at tourist accommodation establishment by residents/non-residents* Dostupno na: <http://www.ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00175&language=en> (20.09.2017.)

Prema danim podacima vidljivo je da Grčkoj i Španjolskoj preladavaju noćenja inozemnih turista, dok u Italiji i Francuskoj više noćenja ostvaruju domaći turisti. Na primjeru Hrvatske prevladava inozemni turizam s udjelom od preko 90% u ukupno

ostvarenim noćenjima. Tijekom promatranog razdoblja noćenja inozemnih i domaćih turista u Hrvatskoj imaju tendenciju rasta, uz minimalne oscilacije tijekom razdoblja svjetske ekonomske krize.

Pregled ukupno ostvarenih noćenja inozemnih i domaćih turista u ovim zemljama slijedi u narednoj tablici (Tablica 5.).

Tablica 5. Ukupno ostvarena noćenja turista u Hrvatskoj i odabranim zemljama Europske unije (2007.-2016.)

Godina	Grčka	Španjolska	Italija	Francuska	Hrvatska
2007.	65 420 236	381 912 458	376 641 751	301 962 648	38 318 838
2008.	65 624 563	375 693 309	373 666 712	301 042 789	38 532 072
2009.	84 362 746	348 544 453	370 762 377	294 689 672	37 484 621
2010.	83 743 820	364 863 944	375 542 550	391 222 795	37 009 182
2011.	87 551 176	389 858 477	386 894 732	401 006 928	36 250 790
2012.	80 566 672	382 670 976	380 711 483	400 525 558	62 183 925
2013.	89 105 445	389 211 987	376 785 615	408 126 035	64 418 292
2014.	95 116 396	403 963 022	377 770 806	402 315 167	66 124 991
2015.	98 617 558	422 226 376	392 763 886	410 052 887	71 339 000
2016.	101 807 354	454 957 250	402 858 297	404 763 426	77 824 411

Izvor: Izrada autora prema: Eurostat (2017.) *Nights spent at tourist accommodation establishment by residents/non-residents* Dostupno na: <http://www.ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00175&language=en>. (20.09.2017.)

Među promatranim zemljama, tijekom odabranog razdoblja, naviše turističkih noćenja ostvarile su Španjolska, Francuska i Italija, a slijede Grčka pa Hrvatska. Sve one uglavnom bilježe rast ovoga pokazatelja, uz minimalna odstupanja, a na primjeru Hrvatske značajniji rast ukupnih turističkih noćenja zabilježen je 2012. godine i nakon toga nastavlja svoj kontinuitet.

Važnost europskog turističkog tržišta za Hrvatsku potvrđuje se udjelom turista iz njezinih država članica u ukupnim dolascima i noćenjima turista na ovome području. Kako bi to bilo potvrđeno, u nastavku se daje pregled vodećih emitivnih turističkih tržišta Europske unije na primjeru Hrvatske, a s obzirom na udjele u ukupnim

noćenjima turista (Tablica 6.).

Tablica 6. Noćenja turista u Hrvatskoj po zemljama porijekla 1980.-2016.(u 000)

Zemlja	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.	2016.
Njemačka	14 333	16 544	11 944	1 915	7 804	11 001	11 476	15 770	17 082
Austrija	3 533	4 718	2 975	1 255	3 358	3 756	4 420	5 902	6 511
Italija	2 163	4 215	5 365	798	4 526	5 699	4 732	4 800	4 960
Češka	-	-	-	889	4 734	4 052	4 170	4 812	4 770
Francuska	885	1 203	766	3	180	1 920	1 464	1 709	1 886
Ostali strani	3 489	4 515	3.970	3 096	10 715	13 895	19 707	25 707	31202

Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo turizma (2016.) Turizam u brojkama 2016.

Dostupno na:

http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf. (23.8.2017.)

Tablica 6. prikazuje broj noćenja turista po državama podrijetla. Da bi što vjerodostojnije prikazali analizu dolazaka stranih turista u RH u istraživanje su uključene države članice EU, a uz njih posebno i države čiji turisti najviše posjećuju Hrvatsku. U toj brojci prednjače Nijemci, koji su već osamdesetih godina dvadesetog stoljeća imali brojku od oko 14 milijuna noćenja, dok su te brojke danas na oko 15 milijuna. Nakon njih najbrojniji su gosti Austrijanci i Talijani, sa 6 milijuna noćenja odnosno 4,8 milijuna noćenja. Ukupan broj noćenja u 2015. godini prešao je 60 milijuna, što je povećanje i za preko 7% u odnosu na godinu prije odnosno 2014.

U nastavku ovoga poglavlja istražuje se udio hrvatkog turizma u osnovnim makroekonomskim pokazateljima nacionalnog gospodarstva. Time se potvrđuje njegov izniman ekonomski značaj.

3.2. Udio hrvatskog turizma u osnovnim makroekonomskim pokazateljima nacionalnog gospodarstva

Turizam u Republici Hrvatskoj je važna komponenta nacionalnog gospodarstva koja uvelike utječe na njezin rast i razvoj. On zauzima veliki udio u ukupnom BDP-u i ostalim makroekonomskim pokazateljima. Kako bi se ojačalo cjelokupno gospodarstvo Hrvatske, potrebna su i daljnja nastojanja prema osnaživanju

turističkog sektora. Pomoć za daljnji turistički napredak i konkuriranje na europskom turističkom tržištu može dati i Europska unija putem brojnih potpora i fondova u koje se Republika Hrvatska može uključiti i koji predstavljaju velik potencijal za implementiranje u turizmu. Kako bi iskoristili dane mogućnosti iz Europskih fondova koje smo dobili pristupanjem u Europsku uniju potrebno je i nužno izraditi kvalitetne projekte. Samim tim povećat će se stupanj zaposlenosti, ali i konkurentnost turističkog sektora.

Pregled ekonomskog značaja hrvatskog turizma u kontekstu vodećih makroekonomskih pokazatelja daje se u nastavku (Tablica 7.).

Tablica 7. Udio turizma u osnovnim makroekonomskim pokazateljima hrvatskog gospodarstva (2007.-2016.)

Godina	Prihodi od turizma (mil. EUR)	Udio u BDP-u (%)	Udio u uk. zaposlenosti (%)	Udio u ukupnom izvozu (%)
2007.	6 739,8	15,8	6,0	37,2
2008.	7 449,2	15,7	6,0	37,6
2009.	6 025,8	14,0	5,8	39,5
2010.	6 230,0	13,6	6,0	39,9
2011.	6 616,8	14,4	6,1	36,0
2012.	6 858,0	15,5	6,1	36,0
2013.	7 202,4	16,6	6,3	37,3
2014.	7 401,7	17,2	6,4	36,1
2015.	7 961,2	18,2	6,9	35,1
2016.	8 635,0	18,9	7,0	35,0

Izvor: Izrada autora prema: Barić, V. et al. (2016.) Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Str 403. Hrvatska turistička zajednica (2016.): „Turizam u brojkama 2016.“; <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2016.pdf>. Datum posjete: 20.09.2017.; Ministarstvo turizma (2017.) Dokumenti. Dostupno na: <http://www.mint.hr/default.aspx?id=358>. (20.09.2017.)

U promatranom razdoblju prihodi od turizma bilježe pad vrijednosti tijekom 2009. godine zbog negativnih zbivanja pod utjecajem svjetske ekonomske krize. U ostalim

godinama oni rastu, a značajniji rast ponovno je zabilježen nakon 2013. godine, odnosno od pristupanja države Europskoj uniji. Udio turizma u ukupnom BDP-u na početku razdoblja iznosi visokih 18%, a nakon toga bilježi pad u narednih nekoliko godina, da bi 2011. godine iznosio 14,7%. Nakon toga, ovaj udio ima tendenciju rasta, a od 2015. godine premašuje 18% u ukupnom BDP-u. Udio zaposlenih u turizmu uglavnom se kreće oko 6%, uz nešto veće vrijednosti u posljednjim godinama, posebice tijekom 2016. godine kada doseže 7,1%. Udio turizma u ukupnom hrvatskom izvozu bilježi značajnije oscilacije, a nešto niže vrijednosti poprima krajem promatranog razdoblja, oko 35%.

Turizam ima veliki značaj za hrvatsko gospodarstvo, što govore i udjeli turizma u BDP-u od 18,9% tijekom 2016. godine. Prihodi rastu, proporcionalno s rastom dolazaka turista, te turističkom ponudom Hrvatske koja je svake godine sve heterogenija. Prihodi prelaze 8,6 milijardi kuna što je gotovo 4 puta više nego s početka stoljeća. Sukladno povećanju tih pokazatelja, broj zaposlenih u gospodarskom sektoru turizma i njihov udio u ukupnom gospodarstvu rastu, s ciljem zadovoljenja potreba tržišta.

3.3. Konkurentnost hrvatskog turizma

Definicija konkurentnosti za početak se najviše promatra s mikro i makro razine. Mikro razina je vezana za poduzeća, a kao pokazatelji se koriste tržišni udio u određenom trenutku, promjena tržišnog udjela te kretanje prodaje. Makro razina, što se može definirati kao sposobnost zemlje da ostvari gospodarski rast brži od ostalih zemalja i da poveća blagostanje tako da se njezina gospodarska struktura mijenja, kako bi se što bolje prilagodila kretanju međunarodne razmjene.

Svjetski gospodarski forum (engl. *World Economic Forum*), koji definira niz pokazatelja kojima mjeri uspješnost različitih čimbenika te politika. Svjetski gospodarski forum definira konkurentnost kao „sposobnost nacionalne ekonomije da dostigne održivo visoke stope ekonomskog rasta, mjerene promjenama bruto domaćeg proizvoda po stanovniku (Obadić, A.: Tica, J. (2016).“

U posljednjih 11 godina Svjetski gospodarski forum provodi analizu konkurentnosti

putovanja i turizma na osnovu definiranog skupa čimbenika i politika koji omogućuju njegov održivi razvoj na međunarodnoj razini. On provodi ova mjerenja kroz četiri kategorije, a to su (World Economic Forum, 2017):

1. Podržavajuće okruženje;
2. Podržavajuće politike i uvjeti za putovanja i turizam;
3. Infrastruktura;
4. Prirodna i kulturna bogatstva.

Kao takav, indeks mjeri ukupno 14 stupova i to poslovno okruženje, zaštitu i sigurnost, zdravlje i higijenu, ljudski kapital i tržište rada, spremnost informacijske i komunikacijske tehnologije, prioritetnost sektora turizma i putovanja, međunarodnu otvorenost, cjenovnu konkurentnost, ekološku održivost, infrastrukturu zračnoga prometa, kopnenu i lučku infrastrukturu, infrastrukturu turističkih usluga, prirodne i kulturne resurse te poslovna putovanja (World Economic Forum, 2017).

Istraživanje ove organizacije iz 2017. godine odnosilo se na 136 zemalja diljem svijeta. Pregled pozicija Hrvatske i odabranih zemalja daje se u nastavku (Tablica 8.).

Tablica 8. Poredak zemalja prema Indeksu turističke konkurentnosti iz 2017.godine

Pozicija	Zemlja	Index 2017	Index 2015.	Napredak (2017./2015.)
1.	Španjolska	5,43	5,31	0
2.	Francuska	5,32	5,24	0
3.	Njemacka	5,28	5,22	0
4.	Japan	5,26	4,94	5
5.	Ujedinjeno Kraljevstvo	5,20	5,12	0
6.	SAD	5,12	5,12	-2
7.	Australija	5,10	4,98	0
8.	Italija	4,99	4,98	0
9.	Kanada	4,97	4,92	1
10.	Švicarska	4,94	4,99	-4
24.	Grčka	4,51	4,36	7
32.	Hrvatska	4,42	4,3	1
95.	Srbija	3,38	3,34	0
113.	BIH	3,12	3,12	0

Izvor: Izrada autora prema: World Economic Forum (2017.) *The Travel&Tourism Competitiveness Index 2017 Ranking*. Dostupno na: <http://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017> (20.09.2017.)

Europske zemlje su zauzele prve 4. pozicije, zbog svoje jake turističke ponude, niže stope kriminala nego ostale zemlje, zdravstvu te ponajviše infrastrukturom koja je na zavidnoj razini. Bitno je napomenuti da je Grčka ostavarila značajniji pomak ko Europskih zemalja, dok je značajniji pad zabilježen kod Švicarske i to 4 pozicije. Države u okruženju su različito pozicionirane. Slovenija drži dobro 41. mjesto, Srbija je na 95. mjestu nešto slabije ocijenjena, dok BIH na 113. mjestu najlošije ocijenjena od susjednih država po indeksu turističke konkurentnosti. Od europskih zemalja najbolje je rangirana Španjolska, a ona je ujedno i najkonkurentnija zemlja svijeta.

Hrvatska je 2017. godine zauzela 32. mjesto na ovoj ljestvici. Nešto bolje države od nje su Luksemburg, Ujedinjeni Arapski Emirati, Tajvan i Danska, a odmah ispod nje smještene su Finska, Tajland, Panama i Malta. Važno je istaknuti kako je ona ostvarila bolje ocjene i napredak od susjednih zemalja i to Slovenije koja se nalazi na 41. mjestu, Crne Gore koja se nalazi na 72. mjestu i Srbije koja je zauzela 95. mjesto.

Ocjene konkurentnosti Hrvatske prema posljednjem mjerenju iz 2017. godine su sljedeće (Wold Economic Forum, 2017.):

1. Podržavajuće okruženje - Poslovno okruženje - 114. mjesto, Sigurnost - 24. mjesto, Zdravlje i higijena - 19. mjesto, Ljudski resursi i tržište rada - 85. mjesto, ICT spremnost - 47. mjesto;
2. Podržavajuće politike i uvjeti za putovanja i turizam - Prioritiziranje putovanja i turizma - 77. mjesto, Međunarodna otvorenost - 26. mjesto, Kompetitivnost cijena - 100. mjesto, Održivost okoliša - 21. mjesto;
3. Infrastruktura - Infrastruktura zračnog prometa - 52. mjesto, Kopnena i lučka infrastruktura - 46. mjesto, Infrastruktura turističke usluge - 5. mjesto;
4. Prirodna i kulturna bogatstva - Prirodni resursi - 20. mjesto, Kulturni resursi i poslovno putovanje - 39. mjesto.

Zaključuje se da su najbolje ocijenjeni elementi infrastruktura turističke usluge, zdravlje i higijena prirodni resursi te održivost okoliša. Najlošije ocijene dobili su elementi konkurentnost cijena, poslovno okruženje, ljudski resursi i tržište rada te prioritiziranje putovanja i turizma.

4. UČINCI ČLANSTVA REPUBLIKE HRVATSKE U EUROPSKOJ UNIJI NA HRVATSKI TURIZAM

Može se reći da se utjecaj Europske unije, u smislu njezinih zakonskog okvira, pravne stečevine, načela i ostalih elemenata, nazirao već u razdoblju kandidature Hrvatske za ulazak u Uniju. Ipak, konkretniji učinci zbivaju se nakon dobivanja statusa punopravne države članice.

S gledišta ove problematike moguće je govoriti o nizu pozitivnih i negativnih učinaka koji se odražavaju na hrvatski turizam, ali i šire. To je jasno uzme li se u obzir gospodarski i socijalni značaj turizma, kao i njegov utjecaj na prirodni okoliš i kulturno nasljeđe.

Na temelju provedenog istraživanja u okviru rada, u ovome se poglavlju, osim analize učinaka članstva Hrvatske u EU na njezin turizam, daju neke od preporuka za buduće aktivnosti s ciljem osiguranja održivog, pametnog i uključivog razvoja hrvatskog turizma. detaljnije o tome slijedi u nastavku.

4.1. Analiza učinaka članstva Hrvatske u EU na turizam Hrvatske

Hrvatska je 01. srpnja 2013. godine postala punopravna država članica Europske unije i ostvarila je jedan od svojih vodećih strateških ciljeva. Riječ je o povijesnom danu, koji je označio jedno sasvim novo razdoblje u hrvatskoj povijesti.

Dobivanjem spomenutog statusa, ova se država obvezala uskladiti nacionalno zakonodavstvo s pravnom stečevinom EU, usvojiti temeljne razvojne politike EU i uskladiti ostale procese s onima na razini EU. Razvoj Europske unije i država članica trenutno je uređen strategijom Europa 2020 koja ima za cilj osigurati održiv, pametan i uključiv razvoj. On se ujedno odnosi i na viziju razvoja turizma Europske unije i njezinih članica, iako na razini EU ne postoji posebna turistička politika.

U javnosti i znanosti često se raspravlja o učincima ovoga članstva na hrvatski turizam, a njihov pregled daje se u nastavku (Tablica 9.).

Tablica 9. Pozitivni i negativni učinci članstva Hrvatske u EU na hrvatski turizam

POZITIVNI UČINCI	NEGATIVNI UČINCI
<ul style="list-style-type: none"> • Rast broja dolazaka i noćenja turista, posebice inozemnih iz država EU; • Jednostavnije putovanje; • Unapređenje konkurentnosti hrvatskog turizma uslijed podizanje kvalitete usluga; • Uvođenje međunarodnih standarda poput ISO 9001 i ISO 14 0001; • Uređenje okoliša i podizanje atraktivnosti turističke destinacije na višu razinu; • Unapređenje imidža na međunarodnom tržištu; • Poticanje investicija; • Modernizacija i informatizacija pslovanja; • Obogaćenje turističke ponude; • Drugačiji pristup informacijama; • Unapređenje suradnje dionika; • Uređenje pojedinih aspekata poslovanja poput marketinga, menadžmenta i sličnoga; • Provedba razvojnih projekata koji se sufinanciraju iz ESI fondova (Europski strukturni i investicijski fondovi). 	<ul style="list-style-type: none"> • Prekomjerna urbanizacija i betonizacija; • Devastacija okoliša i narušavanje atraktivnosti uslijed nekontroliranog razvoja; • Sve brojnija konkurencija i pritisci; • Povećanje troškova poslovanja i razvoja; • Iseljavanje radne snage posebice mladih i obrazovanih; • Nedostatak radne snage i potreba za njezinim uvozom iz ostalih zemalja EU; • Povećanje nezaposlenosti; • Interes stranih rezidenata za hrvatske nekretnine u budućnosti bi mogao utjecati na aprecijaciju cijene nekretnina.

Izvor: Izrada autora prema: Hodžić, T. (2011.) Utjecaj pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam. Dostupno na: <http://eknjiznica.unipu.hr/596/>. (20.09.2017.)

U naravi je istaknut tek dio učinaka koji proizlaze iz spoemnutog procesa i samoga

čina, a o kojima se raspravljalo i prije pristupanja države EU. Smatra se da se oni nisu odrazili sami od sebe, već je na njihovu brojnost, vrstu i intenzitet utjecala sama spremnost države na spomenuto članstvo, ako i niz ostalih čimbenika. Pri tome se misli na participaciju dionika, suradnju javnog i privatnog sektora te ostalih dionika, integriranost lokalne zajednice u razvoj turizma, spremnost na korištenje EU fondova i slično.

Činjenica jest da EU potiče sve države članice, a time i Hrvatsku, na osiguranje održivog razvoja turizma koji će biti usklađen s realnim potrebama međunarodne turističke potražnje i mogućnostima države. To je i jest najveća prednost u kontekstu ove problematike, a svi ostali učinci i rezultati procesa prvenstveno ovise o angažmanu same države.

4.2. Europa 2020 kao osnova razvoja turizma

Europa 2020 je trenutno važeća strategija Europske unije koja se odnosi na sve države članice. Naime, s njome bivaju usklađene sve nacionalne strategije, neovisno o djelatnosti na koju se odnose pa se tako misli i na strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske 2014.-2020., strateški razvojni dokument hrvatskog turizma.

Strategija Europa 2020 temeljni je razvojni okvir za razdoblje od 2010. do 2020. godine, a o njezinoj viziji već je bilo riječi. Realizacija iste nastoji se osigurati putem provedbe sljedećih ciljeva (Europska komisija, 2017):

- Povećanje zaposlenosti – 75% zaposlenih u dobi od 20 do 64 godine;
- Ulaganja u istraživanje i razvoj –3% BDP-a EU;
- Rješenje problema klimatskih promjena i energije – emisije stakleničkih plinova smanjiti za 20 % (ili čak 30 %, uz odgovarajuće uvjete) u odnosu na 1990. godinu; 20% energije koristiti iz obnovljivih izvora; povećati energetske učinkovitost za 20%;
- Ulaganje u obrazovanje – stopa ranog napuštanja školovanja treba biti manja od 10%; 40% osoba u dobi od 30 do 34 godine trebaju imati visokoškolsko obrazovanje;

- Osigurati socijalnu uključenost i smanjenje siromaštva - barem 20 milijuna ljudi manje koji živi u siromaštvu ili u opasnosti od siromaštva i socijalne isključenosti.

Riječ je o vrlo kompleksnim ciljevima kojima se nastoje reducirati i postupno otkloniti vodeći problemi na području svih država Europske unije. Realizacija postavljenih ciljeva kontinuirano se prati putem europskog semestra, godišnjeg ciklusa koordinacije ekonomskih i proračunskih politika Europske unije.

Pored navedenoga, godine 2014. objavljena je komunikacija Europske komisije kojom se prati napredak u realizaciji istih. koja predstavlja osvrt na strategiju Europa 2020 od strane Europske Komisije. Pokazatelji dosadašnje realizacije ciljeva spomenute strategije na razini EU slijede u nastavku (Tablica 10.).

Tablica 10. Pokazatelji realizacije strategije Europa 2020 (2008.-2015.)

	Naslov indikator	Prošlo razdoblje				2020.
		2008.	2013.	2014.	2015.	
Zaposlenost	<i>Stopa zaposlenosti, ukupno (% populacije od 20 do 64 godine)</i>	70.3	68.4	69.2	70.1	75
Istraživanje i razvoj	<i>% BDP u Istraživanje i razvoj</i>	1.85	2.03	2.03	-	3.00
Klimatske prom./energija	<i>Emisija stakl. Plinova (indeks 1990.=100)</i>	90.29	80.24	77.05	-	80
	<i>Udio korištenja obnovljivih izvora energije (%)</i>	11.0	15.0	16.0	-	20
	<i>Primarna potrošnja energije (mil.tona ekvivalenta nafte)</i>	1,693.1	1,569.1	1,507.1	-	1,483
	<i>Konačno korištenje energije (mil. tona ekvivalenta nafte)</i>	1,180.0	1,106.2	1,061.2	-	1,086
Obrazovanje	<i>Rano napuštanje obrazovanja (% populacije od 18 do 24 godine)</i>	14.7	11.9	11.2	11.0	<10,0
	<i>Visokoobrazovani (% populacije od 30 do 34 godine)</i>	31.1	37.1	37.9	38.7	≥40,0
Siromaštvo i soc. isključenost	<i>Ljudi na riziku od siromaštva i soc. isključenosti (000)</i>	-	5 361	4 642	-	20000

Izvor: Eurostat (2017.) Europe 2020 in a nutshell. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators/europe-2020-strategy> (20.09.2017.)

Vidljivo je da je u prvim godinama izvedbe ovih ciljeva zabilježen negativan tijek na primjeru zaposlenosti, no predviđa se značajniji napredak do kraja razdoblja. U ostalim područjima evidentan je napredak u njihovoj realizaciji.

Jedan od vrlo značajnih čimbenika koji pozitivno utječe na razvoj hrvatskog turizma, a do izražaja dolazi nakon pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, jest pristup financijskim sredstvima u okviru europskih fondova. Detaljnije o tome slijedi u nastavku poglavlja.

4.3. Mogućnosti razvoja turizma Hrvatske kroz EU fondove

Pretpristupni fondovi te Europski strukturni i investicijski fondovi namijenjeni su državama kandidatkinjama, odnosno članicama Europske unije. Oni prvenstveno imaju za cilj sufinanciranje konkretnih razvojnih projekata iz različitih područja, a time i turizma.

Svrha ovih projekata je unaprijediti postojeće stanje, osigurati realizaciju vodećih nacionalnih ciljeva, a time i onih na razini EU, potaknuti održiv razvoj i slično. Na primjeru turizma, moguće je govoriti o poticanju njegova održivog razvoja i unapređenju kvalitete turističke destinacije. S obzirom na dosadašnja saznanja o turizmu koja proizlaze iz prethodnog istraživanja, jasno je da ovi projekti unapređuju ekonomski i socijalni razvoj svih država.

Povlačenje sredstava iz ovih fondova temelji se na izradi kvalitetnih projekata i njihovoj prijavi na predmetne natječaje koji se javno objavljuju. Osnova ovoga pothvata je postojanje inovativne ideje i njezino specificiranje.

U godinama kandidature, Hrvatska je bila korisnica nekoliko pretpristupnih programa, koji su za cilj imali njezinu pripremu za ulazak u EU. Pregled istih slijedi u narednoj tablici (Tablica 11.).

Tablica 11. Pretpristupni programi

PROGRAM	NAMJENA
PHARE	<ul style="list-style-type: none">• investicijski projekti za izgradnju i unapređenje institucija potrebnih za ulazak u EU.
ISPA	<ul style="list-style-type: none">• Investicijski projekti za izgradnju i unapređenje transportne infrastrukture i infrastrukture za zaštitu okoliša.
SAPARD	<ul style="list-style-type: none">• Strukturno prilagođavanje poljoprivrede i ujednačeniji razvoj ruralnih područja.
CARDS	<ul style="list-style-type: none">• Financijska i tehnička pomoć (Proces stabilizacije i pridruživanja);• Jačanje suradnje zemalja u regiji.
IPA (PHARE, ISPA, SAPARD)	<ul style="list-style-type: none">• Pomoć u tranziciji;• Izgradnja institucija;• Prekogranična suradnja;• Regionalni razvoj;• Razvoj ljudskih potencijala;• Ruralni razvoj.

Izvor: Izrada autora prema: Bilas, V. et al.(2011.) Pretpristupni fondovi Europske unije i Republika Hrvatska. Ekonomska misao i praksa, Dubrovnik. God. XX. (2011). Br. 1. Str. 289.-309.

Ovi fondovi namijenjeni su svim državama kandidatkinjama za ulazak u EU, a kao što je i istaknuto za cilj imaju što uspješniju pripremu države na ovaj čin.

Tijekom razdoblja kandidature za ulazak u EU, točnije od 2007. do 2013. godine, Hrvatska je izradila četiri operativna programa, a pri tome iskoristila sredstva iz ovih programa u vrijednosti od 800 milijuna eura. Više od 50% tih sredstava, točnije 449,4 milijuna eura bilo je namijenjeno kohezijskoj politici (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2017). U kontekstu spomenutih programa misli se na Operativni program Promet, Operativni program Zaštita okoliša, Operativni program Regionalna konkurentnost i Operativni program Razvoj ljudskih potencijala. Shodno samim nazivima ovih programa, jasno je da su isti imali za cilj unapređenje stanja u ovim

područjima.

Nakon ostvarenja statusa punopravne države članice EU, države imaju na raspolaganju druge fondove, a misli se na Europske strukturne i investicijske fondove. Oni ujedno nude i izdašnija sredstva pa predstavljaju iznimnu privilegiju za sve države. Vjeruje se kako isti imaju značajno pozitivniji utjecaj na hrvatski turizam i njegovu buduću razvoj pa se opravdano razmatraju u kontekstu pozitivnih učinaka ovoga članstva.

Za razdoblje od 2014. do 2020. godine propisano je 376 milijardi eura pomoći državama članicama EU, a koja se dodjeljuju kroz tri fonda i to (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2017):

- Kohezijski fond – namijenjen je državama članicama čiji je bruto nacionalni dohodak po stanovniku manji od 90% prosjeka EU, a sufinancira projekte iz područja prometa i okoliša;
- Europski fond za regionalni razvoj – namijenjen je jačanju ekonomske i socijalne kohezije u Europskoj uniji te smanjenju razvojnih razlika između regija;
- Europski socijalni fond – prvenstveno je namijenjen poticanju zapošljavanja u Europskoj uniji.

Europski strukturni i investicijski fondovi odnose se na Europski fond za regionalni razvoj, Europski socijalni fond, Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj i Europski fond za pomorstvo i ribarstvo. Na primjeru Hrvatske, njima upravlja resorno Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije.

Hrvatskoj je za spomenuto razdoblje odobreno 10,676 milijardi eura (8,397 milijardi eura za ciljeve kohezijske politike, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva), a u okviru navedenoga ova država sudjeluje u sljedećim programima (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2017):

- Program EU za zaštitu potrošača 2014.-2020.;
- Program o pravima, jednakosti i građanstvu;
- Kreativna Europa;
- Program za konkurentnost poduzeća malih i srednjih poduzeća (COSME);

- Obzor 2020.;
- Erasmus +;
- LIFE program za zaštitu okoliša i klimatske akcije;
- Program za zapošljavanje i socijalne inovacije;
- Program za pravosuđe te ostali.

Life je novi program Europske unije za razdoblje od 2014. do 2020. godine. Nastavak je prethodnog programa Life+, a objedinjuje dva potprograma i to onaj za zaštitu okoliša te drugi za klimatske promjene (Life, 2017). Za cilj ima promicanje integracije i implementacije okolišnih te klimatskih ciljeva u druge politike i prakse svih država članica. Osim što potiče suradnju među državama, pomaže održivom razvoju turizma, uzme li se u obzir činjenica da je isti vrlo senzibilan i ovisan o klimatskim uvjetima, kvaliteti i stanju okoliša.

Obzor 2020 ili Horizont 2020 je program koji je namijenjen istraživanju i inovacijama za spomenuto razdoblje. On objedinjuje strateške aktivnosti EU vezane uz istraživanje, tehnološki razvoj i inovacije (Obzor 2020, 2017). Sve su to elementi i aktivnosti koje uvelike utječu na budući razvoj turizma u kontekstu istraživanja tržišta, unapređenja kvalitete poslovanja, ali i same turističke ponude.

Cosme je sljedeći program EU koji se odnosi na predmetno razdoblje, a namijenjen je malim i srednjim poduzetnicima. Isti obuhvaća aktivnosti donošenja i provođenja politika na području poduzetništva, u smislu njegova promicanja, povećanja konkurentnosti, smanjenja nezaposlenosti i poticanju povoljne poduzetničke klime (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2017). Poduzetništvo u turizmu nositelj je turističke ponude pa promicanje njegova održivog razvoja izravno utječe na heterogenost ponude, konkurentnost turizma i uspješnost razvoja.

Kreativna europa je program koji je namijenjen kulturnom i audiovizualnom sektoru koji je posebno značajan u kontekstu turizma i njegova razvoja. On je sačinjen od dva zasebna programa i to Kultura te Media, a oba imaju za cilj promicanje kulture, kulturnih različitosti i razvoja iste (Ministarstvo kulture, 2017).

Erasmus+ je program EU namijenjen obrazovanju, obuci, mladima i sportu. Poznat je i kao Erasmus za sve, a cilj je doprinijeti smanjenju ranog napuštanja škole i povećanju visokoobrazovanih kadrova. Točnije, izravno je posvećen realizaciji jednog od strateških ciljeva Europa 2020. Razvoju turizma doprinosi putem usavršavanja kadrova s posebnim naglaskom na mlade, uređenju sportskih objekata i sadržaja, promicanja suradnje i sličnoga (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2017).

Svi ovi programi izravno su ili neizravno povezani s turizmom, a njihova realizacija pozitivno utječe na održiv razvoj turizma i unapređenje njegove konkurentnosti na međunarodnom tržištu.

Neka od područja koja se unapređuju putem provedbe ovih projekata, a tiču se turizma jesu unapređenje kvalitete sustava obrazovanja, promicanje cjeloživotnog učenja, razvoj vještina, unapređenje suradnje među dionicima, razvoj poduzetništva, potpora mobilnosti radne snage, razvoj ruralnih dijelova Hrvatske, unapređenje turističke infrastrukture, obogaćenje turističke ponude i slično.

Evidentno je da svi oni za cilj imaju promicanje i osiguranje provedbe održivog, pametnog i uključivog razvoja turizma u budućnosti, a koji će uvelike ovisiti o spremnosti, angažmanu i motiviranosti same države te pripadajućih dinika u okviru turizma i šire.

4.4. Budući razvoj turizma

Prije pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, brojni dionici raspravljali su o mogućim učincima ovoga članstva na hrvatski turizma i gospodarstvo. Pri tome se prvenstveno misli na vladu i vladine organe, poduzetnike, obrazovne institucije, znanstvenike i ostale dionike.

Mnoga od tadašnjih predviđanja već su u prvim godinama članstva ukazala na visoku vjerojatnost realizacije, a neka od njih su i provedena u potpunosti. Konkretno se misli na:

- Unapređenje kvalitete turističke ponude (uvođenje ISO standarda, modernizacija tehnologije i procesa poslovanja, ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih objekata i aktivnosti te slično);
- Poticanje suradnje među dionicima;
- Provedbu razvojnih projekata u turizmu i šire;
- Promicanje cjeloživotnog obrazovanja i unapređenje obrazovnog sustava;
- Mobilnost radne snage i slično.

Unatoč konkretnim pomacima u turizmu i šire, danas se brojni dionici slažu oko činjenice da su realne prilike i mogućnosti Hrvatske u tom kontekstu nedostatno iskorištene, a mnoge od njih su i potpuno zapostavljene. Razlozi takvoga nastupa ove države su brojni, a među najvažnijima izdvajaju se nedostatna razina informiranosti, neadekvatan pristup informacijama, nedostatna suradnja i participacija dionika, nepostojanje jedinstvenog integriteta, nezainteresiranost dionika, a posebice lokalnog stanovništva, slabo iskorištavanje fondova Europske unije i slično.

Postojeći strateški dokument koji uređuje budući razvoj hrvatskog turizma je Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske 2014.-2020., koja je usklađena s vizijom i ciljevima strategije Europa 2020, o kojoj je već bilo riječi. Ona predstavlja vodeći razvojni okvir turizma ove države, a temelji se na kvalitetnoj analizi tržišta, stanja u državi i ostalih aspekata.

Ona ukazuje na očekivanje u svezi budućeg razvoja nacionalnog turizma Hrvatske koji će biti zasnovan na održivom upravljanju resursima, kontinuiranom praćenju međunarodnih trendova i promjena turističke potražnje, načelima održivog razvoja i i sličnome. Smjernice njegova razvoja odražavaju se kroz (Ministarstvo turizma, 2013):

- Horizontalnu i vertikalnu suradnja te suradnja među svim dionicima, odnosno ostvarenje cjelovite suradnje u turizmu, ali i gospodarstvu;
- Insitucionalno dereguliranje, odnosno pojednostavljenje pravno-legislativnog okvira i povećanje transparentnosti sukladno realnim potrebama poduzetništva, uz naglasak na poticanje malog i srednjeg poduzetništva u turizmu;

- Održivi razvoj koji će posebno isticati održiv ekološki razvoj, a zahtijevati će primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju, racionalnost u korištenju prostora i resursa, poštivanje kapaciteta nosivosti i slično;
- Prevlast ekonomije doživljaja, a u okviru nje turističkog doživljaja koji će predstavljati zaseban turistički proizvod, a istovremeno vodeći zahtijev turističke potražnje;
- Razvoj turizma u svim regijama putem provedbe ujednačenog regionalnog razvoja;
- Primicanje autentičnosti i stjecanja iskustva kao instrumenta konkurentskog pozicioniranja i diferenciranja;
- Intenzivniji razvoj hotelijerstva kao pokretača investicijskih ciklusa, putem međunarodnog brendiranja, razvoja tematiziranih hotela i integriranih resort projekata;
- Tržišni nastup utemeljen na inovacijskim pothvatima, odnosno interpretiranju središnjeg i cjelovitog identiteta Hrvatske uz valorizaciju atrakcijske osnove;
- Povezivanje turizma i loklanih proizvođača kao suvremenog oblika suradnje u turizmu;
- Kontinuirano podizanje kvalitete smještaja i usluga sukladno tržišnim trendovima (ECO mode, ISO certifikati, Domus bonus i slično).

Slijedom navedenoga, očekuje se da će do okončanja ovoga razdoblja hrvatski turizam poprimiti jednu sasvim novu dimenziju, koja će se odražavati kroz znatno bolju valorizaciju i revitalizaciju područja, investicijske cikluse, konkurentsko diferenciranje i brendiranje ove turističke destinacije kao jedne od vodećih na Mediteranu te slično. Očekivano je da će hrvatska kao turistička destinacija nastaviti kontinuitet u stvaranju dodatnih radnih mjesta, promicanju održivog načina upravljanja razvojem na cjelokupnom prostoru, njegovanju atrakcijske osnove i pružanju kvalitetne te cjelovite usluge turistima različitih profila.

U narednim godinama očekuje se dodatni razvoj turističke ponude smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj, kao i turističkih usluga. Pored toga, daje se naslutiti daljnji razvoj selektivnih oblika turizma kao zasebnih integriranih turističkih proizvoda.

U narednim godinama najavljuje se rast turističkih dolazaka i noćenja, no evidentno je da će turisti sve više poduzimati kraća, ali učestalija putovanja. Oni će potraživati aktivan odmor i autentičan turistički doživljaj. Vjeruje se kako će značajniji rast turističkih dolazaka i noćenja biti ostvaren u kontekstu inozemnog turizma, a posebice se očekuje rast onih iz zemalja EU, ali i udaljenijih turističkih destinacija. Uslijed promjena u načinu života i mogućnostima lokalnog stanovništva, očekuje se i rast domaćeg turizma, no u značajno slabijem intenzitetu.

Posebno značajnim ističe se očekivani rast inozemnih investicija, posebice onih *greenfield*. U tom kontekstu biti će moguće govoriti o konkretnim investicijskim ciklusima koji će ujedno poticati inovativnost u turizmu. Pored toga, očekivani su značajniji napori u financiranju modernizacije poslovanja, tehnologije i unapređenju kvalitete radne snage u turizmu, uz veći naglasak na intelektualni kapital kao vodeći resurs.

U kontekstu poslovnih procesa, očekuju se intenzivniji angažman i ulaganja u područje istraživanja i razvoja proizvoda, marketinga te strateškog menadžmenta. Međutim, vjeruje se da će i proces kontrole te nadzora izvedbe poslovnih procesa poprimiti konkrentiji značaj u budućnosti.

Uslijed sve intenzivnijeg iseljavanja hrvatskog stanovništva u zemlje Europske unije, u budućnosti se može očekivati nedostatak radne snage, posebice one visoko obrazovane i stručne u području turizma. Slijedom navedenoga, moguće je predvidjeti potrebu za uvozom inozemne radne snage iz zemalja Europske unije.

Pored navedenog, ali i ostalih pretpostavki budućeg razvoja hrvatskog turizma, očekuje se sve veći značaj ove društveno-ekonomske pojave, kako u ekonomskoj sferi, tako i onoj socio-kulturnoj. Upravo zbog toga, predviđa se rastući interes dionika za njegovim proučavanjem, istraživanjem i razvojem.

5. ZAKLJUČAK

Hrvatska je sve značajnija turistička destinacija na Mediteranu. Poslovni i razvojni uspjeh ona temelji na svojoj atrakcijskoj osnovi, turističkoj tradiciji, razvijenoj infrastrukturi, viziji i strateškim ciljevima koji se nastoje cjelovito realizirati i ostalim elementima.

Jedan od dugogodišnjih strateških ciljeva države bio je ulazak u Europsku uniju, a njegova realizacija nastupila je 01. srpnja 2013. godine. Taj dan označio je jedno sasvim novo razdoblje u hrvatskoj povijesti, povijesti razvoja njezina gospodarstva, ali i turizma te društva generalno.

Iako Europska unija nema jedinstvenu turističku politiku, razvoj turizma na ovome području, odnosno među njezinim državama članicama, ujednačen je jedinstvenim zakonodavstvom, nekim općim pravilima i načelima te vodećim strateškim dokumentima. U tom kontekstu poseban značaj ima strategija Europa 2020 koja se zasniva na viziji osiguranja održivog, pametnog i uključivog razvoja, kako turizma i gospodarstva, tako i društva.

S pripadajućom vizijom i vodećim strateškim ciljevima sve države, a time i Hrvatska, usklađuju svoje nacionalne strategije. Na primjeru Hrvatske riječ je o Strategiji razvoja Hrvatskog turizma 2014.-2020, koja predstavlja vodeću stratešku smjernicu njegova budućeg razvoja

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju otvaraju se brojne mogućnosti za razvoj njezina turizma. U tom smislu govori se o pozitivnim, ali i negativnim učincima spomenutoga članstva. Od pozitivnih učinaka svakako treba spomenuti pristup jedinstvenom tržištu, pristupanje europskim fondovima koji kroz sufinanciranje turizma, a samim tim i jačanjem gospodarstva, svrstavaju se među ključne komponente nacionalne ekonomije, unapređenje kvalitete turističke ponude, promicanje cjeloživotnog učenja i obrazovanja, razmjenu informacija, jačanje suradnje i slično. Od negativnih učinaka treba spomenuti povećanje konkurencije, maksimizaciju troškova, iseljavanje lokalnog stanovništva i nedostatak radne snage

na nacionalnom tržištu rada, povećanje zahtjeva i slično.

Konkretne promjene nakon članstva Hrvatske u EU evidentne su i na strani kvantitativnih pokazatelja. Pri tome je zabilježen rast broja smještajnih kapaciteta, a ne samo njihove kvalitete, udjela inozemnih turista, ukupnih turističkih dolazaka i noćenja, turističke potrošnje i slično.

Republika Hrvatska je svojim članstvom u Europskoj uniji stekla mogućnost korištenja pomoći i potpora iz fondova Europske unije. Korištenje istih uveliko utječe na poboljšanje svih segmenata u turizmu, a Republici Hrvatskoj donijelo znatne prihode što je u konačnici utjecalo i na veći razvoj ostalih djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Pozitivan imidž i sve veći broj posjetitelja i turista potiče ulaganje u izgradnje infrastrukture u Republici Hrvatskoj, a i sve većih interes stranih ulagača u Hrvatsku.

Može se zaključiti da je članstvo Hrvatske u Europskoj uniji generalno pozitivno utjecalo na razvoj njezina turizma. S gledišta negativnih zbivanja, smatra se da je to nu najvećoj mjeri rezultat nespremnosti države na poduzimanje konkretnih promjena i iskorištavanje prilika, nedostatne razine informiranosti i suradnje dionika te njihove nedovoljne participacije. U budućnosti je očekivan intenziviji razvoj hrvatskog turizma, koji će biti uvelike podržan konkretnim razvojnim projektima sufinanciranim iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova.

Vjeruje se da će Hrvatska u budućnosti postati još konkurentnija turistička destinacija na europskom, ali i svjetskom turističkom tržištu. Pri tome se očekuju unapređenje njezina imidža, razvoj turističke ponude, intenziviranje značaja turističkog doživljaja i kvalitete u turizmu, ali i ostalih suvremenih aspekata koji obilježavaju turizam današnjice.

POPIS LITERATURE

KNJIGE:

1. Čorak, S. (2006.) Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam
2. Obadić, A.; Tica, J. (ur.) (2016): Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
3. Vukonić, B. (2005.) Povijest hrvatskog Turizma. Zagreb: Prometej

ČASOPISI:

1. Bilas, V. et al. (2011.) Pretpristupni fondovi Europske unije i Republika Hrvatska. Ekonomska misao i praksa, Dubrovnik. God. XX. (2011). Br. 1. Str. 289.-309.

INTERNET STRANICE:

1. Europa (2017.) Europska unija. Dostupno na: https://europa.eu/european-union/about-eu/funding-grants_hr. Datum posjete: 22.08.2017.
2. Europska komisija (2016.) Ciljevi strategije Europa 2020. Dostupno na: http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/targets/index_hr.htm. Datum posjete: 21.09.2017.
3. Europski strukturni i investicijski fondovi unije (2012.) Europski strukturni i investicijski fondovi. Dostupno na: <http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi>. Datum posjete: 21.09.2017.
4. Eurostat (2016.) Europe 2020 in a nutshell. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators/europe-2020-strategy>. Datum posjete: 20.09.2017.
5. Eurostat (2017.) Accommodation capacity. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/>. Datum posjete: 14.9.2017.
6. Eurostat (2017.) Arrivals of residents/non-residents at tourist accommodation establishments. Dostupno na:

- <http://www.ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00174&language=en>. Datum posjete: 20.09.2017.
7. Eurostat (2017.) Nights spent at tourist accommodation establishment by residents/non-residents Dostupno na: <http://www.ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00175&language=en>. Datum posjete: 20.09.2017.
 8. Hodžić, T. (2011.) Utjecaj pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam. Dostupno na: <http://eknjiznica.unipu.hr/596/>. Datum posjete: 20.09.2017.
 9. Hrvatska turistička zajednica (2016.) Turizam u brojkama 2016.. Dostupno na: <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2016.pdf>. Datum posjete: 20.09.2017.
 10. Institut za turizam (2017.) Pristupanje Europskoj uniji: očekivani ekonomski učinci. Dostupno na: <http://www.eizg.hr/hr-HR/Pristupanje-Europskoj-uniji-ocekivani-ekonomski-ucinci-246.aspx>. Datum posjete: 22.08.2017.
 11. Ministarstvo kulture (2017.) Program Europske unije – Kreativna Europa. Dostupno na: <http://www.min-kulture.hr/ced/>. Datum posjete: 22.09.2017.
 12. Ministarstvo turizma (2016.) Turizam u brojkama 2016. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocImages/170605_TUB-HR_%2016.pdf. Datum posjete: 23.8.2017.
 13. Obzor 2020 (2017.) Što je Obzor 2020? Dostupno na: <http://www.obzor2020/sto-je/obzor-2020>. Datum posjete: 22.09.2017.
 14. World Economic Forum (2017.) Reports. Dostupno na: <https://www.weforum.org/reports>. Datum posjete: 22.08.2017.
 15. World Economic Forum (2017.) The Travel&Tourism Competitiveness Index 2017 Ranking. Dostupno na: <http://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>. Datum posjete: 20.09.2017.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Turistički dolasci domaćih turista u Hrvatskoj i odabranim državama Europske unije (2007.-2016.)	8
Tablica 2. Turistički smještajni kapaciteti u Hrvatskoj i odabranim državama Europske unije (2007.-2016.)	9
Tablica 3. Ukupni turistički dolasci u Hrvatskoj i odabranim državama članicama Europske unije (2007.-2016.)	10
Tablica 4. Noćenja domaćih i inozemnih turista u Hrvatskoj i odabranim državama Europske unije (2007.-2016.)	12
Tablica 5. Ukupno ostvarena noćenja turista u Hrvatskoj i odabranim zemljama Europske unije (2007.-2016.)	13
Tablica 6. Noćenja turista u Hrvatskoj po zemljama porijekla (1980.-2016.; 000)	14
Tablica 7. Udio turizma u osnovnim makroekonomskim pokazateljima hrvatskog gospodarstva (2007.-2016.).....	15
Tablica 8. Poredak zemalja prema Indeksu turističke konkurentnosti iz 2017.godine	18
Tablica 9. Pozitivni i negativni učinci članstva Hrvatske u EU na hrvatski turizam ...	21
Tablica 10. Pokazatelji realizacije strategije Europa 2020 (2008.-2015.)	24
Tablica 11. Pretpristupni programi.....	26

SAŽETAK

Hrvatska je jedna od najznačajnijih turističkih destinacija na Mediteranu. Turizam je strateški razvojni sektor i glavni pokretač gospodarstva u Hrvatskoj. Ulaskom u Europsku uniju Hrvatska je dobila mogućnost koristiti poticaje i sredstva koja daje Europska unija svojim članicama.

Korištenjem ovih sredstava nakon ulaska u Europsku uniju prema raspoloživim podacima i izvršenim analizama, može se dodatno povećati rast turizma i tako ostvariti veći utjecaj prihoda od turizma u cijelom gospodarstvu. Također se njihovim korištenjem može potaknuti rast turističke aktivnosti u Hrvatskoj.

Slijedom navedenog, Republika Hrvatska treba poticati edukaciju oko europskih projekata, kako bi se privatnim inicijativama dobilo više sredstava za turistički razvoj. Na ovaj način, Hrvatska bi mogla kapitalizirati postojeće prirodne ljepote i postojeću turističku tradiciju, kombinirajući ih s održivom povećanom turističkom ponudom. Dobra strategija bi mogla koristiti cijelom gospodarstvu u državi, koje je tako često ovisno o turizmu.

Ključne riječi: turizam, Europska unija, Republika Hrvatska

SUMMARY

Croatia is one of the most important tourist destinations on the Mediterranean. Tourism is a strategic development sector and the main driver of the economy in Croatia.

By joining the European Union, Croatia has been given the opportunity to use the incentives and resources that the European Union gives to its members. Usage of these funds, according to the available data and analyses, can encourage further economic growth of tourism and thus greater impact on tourism revenues in the entire economy.

This can encourage more tourists to visit Croatia. Consequently, the Republic of Croatia should encourage education on European projects, in order to obtain more funds for tourist development by private citizen initiatives. This way, Croatia could capitalise on the natural beauty of the land and tradition of tourism, combining it with a sustainable enlarged tourist offer. A good strategy could benefit the entire economy of the state, which is to a greater extent dependent on tourism.

Key words: tourism, European union, Republic of Croatia