

Analiza ekonomskih funkcija turizma Republike Hrvatske

Cukarić, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:033882>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

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



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

Marko Cukarić

**ANALIZA EKONOMSKIH FUNKCIJA TURIZMA REPUBLIKE
HRVATSKE**

Završni rad

Pula, 2018.

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

Marko Cukarić

**ANALIZA EKONOMSKIH FUNKCIJA TURIZMA REPUBLIKE
HRVATSKE**

Završni rad

JMBAG: 0303043003, redovni student

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Gospodarstvo Hrvatske

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv. prof. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, lipanj 2018.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Marko Cukarić, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera turizam 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
Marko Cukarić

U Puli, 26. lipnja, 2018 godine

IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Marko Cukarić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom Analiza ekonomskih funkcija turizma Republike Hrvatske 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, 26. Lipnja, 2018.

Potpis

Marko Cukarić

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
2. TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE	3
2.1. Povijesni razvoj	3
2.1.1. Razdoblje do Prvog svjetskog rata.....	3
2.1.2. Razdoblje između dva svjetska rata.....	5
2.1.3. Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata do 1990. godine	7
2.1.4. Hrvatski turizam tijekom 90-ih godina 20. stoljeća	8
2.2. Turističke regije i atrakcijska osnova	9
2.2.1. Turistička regionalizacija Republike Hrvatske	10
2.2.2. Atrakcijska osnova turizma Republike Hrvatske.....	13
2.3. Analiza turističkih pokazatelja.....	14
2.4. Ograničavajući čimbenici hrvatskog turizma.....	16
3. ANALIZA EKONOMSKIH FUNKCIJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE	20
3.1. Induktivna i multiplikativna funkcija.....	20
3.2. Konverzijska funkcija	25
3.3. Poticanje razvoja nedovoljno razvijenih područja i prostornog uređenja	26
3.4. Poticanje zapošljavanja	27
3.5. Uravnoteženje platne bilance	30
4. PRETPOSTAVKE BUDUĆEG RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE 34	
4.1. Učinci članstva Republike Hrvatske u Europskoj uniji	34
4.2. Strategija Europa 2020.....	36
4.3. Programi i fondovi Europske unije.....	39
4.4. Pretpostavke budućeg razvoja hrvatskog turizma	41
4.5. Mogući ekonomski učinci hrvatskog turizma u budućnosti	44
5. ZAKLJUČAK	47
POPIS LITERATURE	49
POPIS GRAFOVA	52
POPIS SLIKA	53
POPIS TABLICA	54
SAŽETAK	55
SUMMARY	56

1. UVOD

Republika Hrvatska predstavlja međunarodno poznatu turističku destinaciju koju obilježavaju dugogodišnja tradicija turističkog poslovanja, jedinstvena prirodna atrakcijska osnova, autentične društvene atrakcije i trend rasta ukupnih turističkih pokazatelja tijekom posljednjih 15-ak godina.

Smatra se da bi današnji turistički potencijal ove destinacije, kao i opći uspjeh poslovanja na međunarodnom turističkom tržištu bio daleko veći i značajniji da se Hrvatska tijekom svog povijesnog razvoja nije suočila s nizom negativnih faktora kao što su ratna razaranja, a posebice ona uslijed Domovinskog rata.

Nedvojbeno je da turizam ostvaruje niz pozitivnih ekonomskih i neekonomskih učinaka na gospodarstvo ove zemlje, a među najznačajnijim ekonomskim funkcijama izdvajaju se induktivna i multiplikativna funkcija, funkcija poticanja zapošljavanja i uravnoteženja platne bilance. Ovu tvrdnju potvrđuju konkretni statistički podatci, a u budućnosti se, uslijed očekivanog turističkog razvoja, očekuje dodatno intenziviranje ovih i ostalih funkcija turizma.

Cilj rada je istražiti osnovne značajke u svezi turizma Hrvatske, a pri tome se misli na povijesni razvoj, atrakcijsku osnovu i regionalizaciju teritorija, turistička kretanja i ograničavajuće čimbenike razvoja. Na taj način stvara se osnova za provedbu analize ekonomskih funkcija hrvatskog turizma i formiranje osnovnih pretpostavki u svezi budućeg razvoja i ekonomskog značaja ove društveno-ekonomske pojave na nacionalnom, ali i lokalnom teritoriju. Upravo to predstavlja svrhu rada.

Struktura rada sastoji se, pored Uvoda i Zaključka, od tri poglavlja. Prvo poglavlje istražuje osnovne značajke hrvatskog turizma, na način kako je i prethodno opisano. Dakle, nakon povijesnog pregleda razvoja slijedi pregled regionalizacija i atrakcijske osnove te u konačnici analiza osnovnih pokazatelja u svezi turističkih kretanja i ostalih elemenata kao što su struktura smještaj i slično. U sljedećem poglavlju pristupa se središnjoj problematici rada te se istražuju spomenute funkcije hrvatskog

turizma na osnovu dostupne baze podataka. Posljednje poglavlje iznosi mišljenja autora u svezi pretpostavki budućeg razvoja nacionalnog turizma i njegova ekonomskog značaja.

Metodologija istraživanja temelji se na metodi analize i sinteze podataka relevantnih za ovu temu. Pored njih, korištene su induktivna i deduktivna metoda koje su također poslužile u raščlambi podataka i formiranju konkretnih zaključaka autora. Metodom apstrakcije istaknuti su najvažniji podatci u svezi predmetne teme, a statističkom metodom obrađeni su podatci u svezi turističkih kretanja, ekonomskih učinaka turizma i sličnoga. Konačan tekst oblikovan je metodom deskripcije.

2. TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE

Kvalitetno istraživanje turizma zahtijeva interdisciplinarni pristup s obzirom na njegova temeljna obilježja kao društveno-ekonomske pojave. To podrazumijeva integriranje niza znanstvenih pristupa kao što su povijesni, sociološki, geografski, ekonomski pristup.

Slijedom navedenoga, u ovome poglavlju daje se opsežniji prikaz turizma Republike Hrvatske, koji objedinjuje njegov povijesni razvoj, turističku geografiju, analizu temeljnih pokazatelja turističkih kretanja kroz duže vremensko razdoblje i prikaz osnovnih ograničavajućih čimbenika razvoja.

Ovim se pristupom nastoji prikazati intenzitet razvoja hrvatskog turizma, potvrditi bogatstvo atrakcijske osnove i ukazati na vodeće turističke regije te dati uvid u ograničavajuće faktore razvoja kako bi se dale preporuke za buduće razvojne aktivnosti.

2.1. Povijesni razvoj

Istraživanje povijesnih činjenica u svezi objekta istraživanja doprinosi mnogočemu, a izravno podiže kvalitetu poduzetog istraživanja. Hrvatski turizam obilježilo je turbulentno i dinamično razvojno razdoblje koje se u literaturi razmatra kroz četiri osnovne faze. Njihov pojedinačni pregled slijedi u nastavku.

2.1.1. Razdoblje do Prvog svjetskog rata

Začeci hrvatskog turizma sežu u razdoblje Rimskoga carstva, kada su se bogati stanovnici Rima odmarali u termalnim lječilištima (Varaždinske i Krapinske toplice), a o tadašnjim turističkim kretanjima svjedoče i ostaci rezidencijalnih vila kao što su Dioklecijanova palača ili vile na Brijunima.

Značajnija turistička kretanja, poslovne aktivnosti i razvoj svijesti o turizmu zabilježeni su u 19. stoljeću. Razvoju turizma u to vrijeme pogodovalo nekoliko čimbenika, a

misli se na otvaranje prvih ugostiteljskih objekata u lokalnom vlasništvu, razvoj jedriličarstva i parobrodstva, izgradnju željezničkih mreža, ulazak inozemnog kapitala u nacionalno gospodarstvo, poticanje razvoja regulatornog okvira i pojavu prvih obalnih rivijera (Opatijska, Crikvenička, Dubrovačka).¹

Poseban događaj u ovome razdoblju, koji je potaknuo intenzivniji razvoj nacionalnog turizma, je osnivanje prve turističke društvene organizacije na Hvaru. Unatoč značajnim događajima u to vrijeme, koji su se odnosili na poticanje i akceleriranje nacionalnog turističkog razvoja, vrlo je teško precizno govoriti o konkretnim podacima s obzirom na oskudnost baze podataka iz tog vremena. Ono što je sigurno jest činjenica da su u to vrijeme najznačajnije hrvatske turističke destinacije bile Opatija, Lovran, Crikvenica, Novi Vinodolski, Kraljevica, Rab, Lošinj, Krk, Omišalj, Malinska i ostale.²

Tadašnji turisti bili su primarno motivirani brigom za zdravlje i ostalim zdravstvenim razlozima pa su lječilišta predstavljala imperativ turističkih aktivnosti i kretanja, a promovirala su se u raznim brošurama o turizmu. Prosječna dužina boravka u Hrvatskoj iznosila je čak 20 dana.

S gledišta turističke infrastrukture i suprastrukture posebno je važno spomenuti izgradnju mnogih hotela koji su dio turističke ponude i danas. Neki od njih su hotel „Kvarner“ u Opatiji (1884.), hotel „Vindobona“ na Malom Lošinju (1887.), hotel „Imperijal“ u Dubrovniku (1897.) i mnogi drugi.³ Ovi i ostali smještajni kapaciteti danas potvrđuju dugogodišnju tradiciju hrvatskog turizma i svjedoče o imidžu Hrvatske kao međunarodno značajne turističke destinacije već duži niz godina.

Daje se zaključiti kako je razvoj hrvatskog turizma u razdoblju do Prvog svjetskog rata bio vrlo dinamičan i intenzivan, a izravnu podršku upućivale su razne organizacije kao što su lječilišna društva, društva za unapređenje turizma ili društvo za promet stranaca. Država u ovome razdoblju nije imala gotovo nikakvu ulogu,

¹ Pirjevec, B. (1998.): „Ekonomska obilježja turizma“, Golden marketing, Zagreb, str. 32. - 34.

² Ibidem, str. 33.

³ Ibidem, str. 34.

regulatorni okvir bio je vrlo oskudan, a stabilnost valuta osigurala je slobodu plaćanja u turizmu.

2.1.2. Razdoblje između dva svjetska rata

Ovo je razdoblje započelo 1918., a okončano je 1939. godine te je u najvećoj mjeri obilježeno poslijeratnim zbivanjima koja su imala izrazito negativan utjecaj na razvoj hrvatskog turizma. Uvažavajući njegov intenzivan razvoj u prethodnom razdoblju, daje se naslutiti kako je ovo razdoblje obilježila tendencija rasta ukupnih turističkih kretanja na nacionalnom teritoriju. Uslijed rasta turističkih kretanja javlja se potreba za ulaganjima u turističku infrastrukturu, pri čemu se provode i konkretni investicijski pothvati, a zabilježen je i značajniji razvoj hotelijerstva. Takav scenarij utjecao je na značajniju provedbu regulacije turizma putem brojnih zakona, propisa i ostalih akata. Neki od njih u to vrijeme bili su Zakon o carinskim povlasticama za potrebe hotelske industrije, Pravilnik o putničkim biroima, Pravilnik o upotrebi i rukovanju fondom za unapređenje turizma i slični. Dolazi i do osnivanja Odsjeka za promet stranaca koji kasnije prelazi u Odsjek za turizam.⁴ Sva navedene zbivanja dovela su do značajnijih spoznaja u svezi ekonomskih funkcija turizma i njegova pozitivnog učinka na nacionalno gospodarstvo.

U nastavku slijedi pregled nekih osnovnih statističkih podataka iz ovog razdoblja koja se tiču broja postelja i turističkih kretanja (Tablica 1.).

⁴ Ibidem, str. 35.-37.

Tablica 1. Broj postelja i analiza turističkih kretanja u Hrvatskoj 1938. godine

BROJ POSTELJA PO VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA					
	Hoteli	Pansioni	Domovi	Privatne sobe	Ukupno
Broj postelja	12 624	6 855	5 601	15 647	40 727
Udio u ukupnim smještajnim kapacitetima (u %)	31,0	16,8	13,77	38,5	100,0
UKUPNO OSTVARENA TURISTIČKA KRETANJA					
Domaći		Inozemni		Ukupno	
Broj posjetitelja	Broj noćenja	Broj posjetitelja	Broj noćenja	Broj posjetitelja	Broj noćenja
195 000	1 300 000	104 608	1 419 939	399 608	2 719 939
48,8%	47,8%	51,2%	52,2%	100,0%	100,0%

Izvor: Pirjevec, B. (1998.): „Ekonomska obilježja turizma“, Golden marketing, Zagreb, str. 37.

Prema danim podacima daje se zaključiti kako su u strukturi smještajnih objekata prednjačile privatne sobe s 38,5% ukupnog broja postelja u Hrvatskoj 1938. godine. Slijede hoteli s 31% te pansioni i domovi sa 16,8%, odnosno 13,77%. U tim smještajnim kapacitetima ostvareno je 2,7 milijuna noćenja, od čega 52,2% inozemnih gostiju, a 47,8% domaćih, što ukazuje na gotovo podjednake omjere gostiju. Važno je istaknuti kako je najviše inozemnih gostiju zabilježeno iz Češke, Slovačke, Mađarske, Austrije, Njemačke, Engleske i Italije, te novih tvorevina Jugoslavije pa se može reći da je slična struktura gostiju s obzirom na zemlju porijekla prisutna i danas, uz manja odstupanja.

Slijedom navedenog, ovo razdoblje obilježilo je formiranje prve zakonske regulative u području turizma, izgradnja svijesti kod vodećih dionika o ekonomskom značaju turizma te pokretanje konkretnih investicija u turističku infrastrukturu i suprastrukturu.

2.1.3. Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata do 1990. godine

Ovo se razdoblje često naziva i razdobljem obnove, a misli se na ratna razaranja i brojne devastacije na nacionalnom teritoriju koje su utjecale na značajno usporavanje razvoja turizma i stvaranje negativnog imidža Hrvatske kao turističke destinacije na međunarodnoj razini. Posljedice su se osjećale dugo godina nakon okončanja rata, a neki od ograničavajućih čimbenika razvoja turizma u današnjici povezuju se upravo uz ova događanja. Ozbiljnost tadašnje situacije potvrđuju sljedeći podatci:

- 23% hotelskih soba nije imalo tekuće vode;
- 39% soba imalo je samo hladnu vodu;
- 34% soba nije imalo toplu ni hladnu vodu.⁵

Ovakva situacija zahtijevala je urgentnu intervenciju i pokretanje adaptacije kako bi se podržalo provedbu turističkih aktivnosti. Godine 1952. dolazi do uvođenja „ekonomskih odnosa i tržišnih zakona“ te razvoja inozemnog turizma, a time i do značajnijih promjena na strani turističke potražnje i poslovanja. Spomenuto razdoblje obilježio je pad dolazaka domaćih gostiju na oko 33% ukupnih dolazaka.

Konkretna obilježja ovoga razdoblja tiču se značajnijih ulaganja u obnovu, uspostavljanja tržišnih zakona, otvaranja kampova i kampirališta te intenziviranja svijesti svih dionika o značaju razvoja turizma na nacionalnoj razini. Turizam se počinje percipirati kao strateški smjer razvoja gospodarstva i važna djelatnost s gledišta izvozne funkcije. Izvoz turističkih usluga nije bio tretiran nikakvim kriterijima ni stopama koje su se primjenjivale na izvoz drugih roba i/ili usluga. Tada je zabilježen problem deviznog efekta koji je označavao vrlo mali udio ostvarenih deviza koje su pripadale ugostiteljima, bez obzira na ukupan iznos, a razlog je bila distribucija deviza utemeljena na zakonskom podatku o retencionoj kvoti.

U drugoj polovici 20. stoljeća dolazi do brojnih promjena u demografiji i gospodarskom rastu. Tijekom 60-ih godina samoupravljanje postaje osnovica upravljanja društvenim i ekonomskim razvojem, a hrvatski turizam razvija se u okviru

⁵ Ibidem, str. 39.

onoga na razini Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije.⁶ Tijekom ovoga razdoblja dolazi i do rasta osobnog dohotka, no i do iseljavanja radnika u inozemstvo uslijed pada zaposlenosti. Turističko tržište biva potaknuto u smjeru razvoja uslijed ovih procesa koji su ujedno utjecali i na ograničenje carinske zaštite, promjene u uvozu i izvozu i slično. Posebno je važno spomenuti industrijalizaciju i modernizaciju, kao procese koji su podupirali razvoj turizma i unapređenje kvalitete ukupne turističke ponude.

Nakon smrti Josipa Broza Tita, 1980. godine, dolazi do raznih političkih previranja na ovome području, a što je u konačnici rezultiralo i ratnim zbivanjima.⁷ Ona su značajno unazadila turizam, ali i čitavo gospodarstvo na području Jugoslavije, a time i Hrvatske, te prouzročila ozbiljne gubitke i probleme. Uslijed navedenoga, razvoj turizma u ovoj dekadi, to jest sve do osamostaljenja Hrvatske biva potpuno zaustavljen.

2.1.4. Hrvatski turizam tijekom 90-ih godina 20. stoljeća

Ovo je ujedno posljednje razdoblje razvoja hrvatskog turizma, a također je dijelom obilježeno negativnim događanjima uslijed ratnih zbivanja u okviru Domovinskog rata. Prema tome, 1991. godine ponovno je zabilježen pad ukupnih turističkih kretanja kao i rast negativne percepcije Hrvatske kao turističkog odredišta. Od 1990. do 1995. godine ukupan broj turističkih dolazaka pao je za 69,3%, broj noćenja za 75%, a broj smještajnih kapaciteta smanjio se za oko 200 000 postelja.⁸ Ovo razdoblje obilježile su i sljedeće karakteristike:

- ograničenje inozemnih investitora zbog nesređene administracije i skeptičnosti prema inozemnom kapitalu;
- povratak masovnog turizma;
- otvaranje velikog emitivnog tržišta srednje i istočne Europe;
- uvoz radne snage zbog odljeva visoko kvalitetnih, obrazovanih ljudi;
- počeci izgradnje globalno prepoznatljivog turističkog imidža zemlje.⁹

⁶ Škara, M. (2016.): „Razvoj i tijek turizma Hrvatske od kraja drugog svjetskog rata do 1990. godine“, <https://repozitorij.unizd.hr/islandora/object/unizd%3A433/datastream/PDF/view>, 08. svibnja 2018.

⁷ Ibidem, str. 7.

⁸ Pirjevec, B.; Kesar, O. (2002.): „Počela turizma“, Mikrorad d.o.o., Zagreb, str. 52.

⁹ Ibidem.

Može se reći da tijekom ovog razdoblja hrvatski turizam ponovno jača i nastavlja razvoj sve do danas. U tom kontekstu važno je izdvojiti razdoblje od 80-ih godina prošloga stoljeća na dalje. U to vrijeme dolazi do sasvim novih trendova u turizmu i brojnih promjena koje utječu na turistička kretanja, planiranje i upravljanje razvojem turizma te ostale procese. Riječ je o pojavi suvremenoga doba i koncepta održivosti. Konkretna obilježja razmatraju se u okviru sljedećeg:

- sofisticirana, diverzificirana i sve zahtjevnija turistička potražnja;
- porast konkurencije na turističkom tržištu;
- potražnja za iskustvom, doživljajem, autentičnošću, kontaktom s destinacijom i domaćinima;
- porast značaja selektivnih oblika turizma;
- sve kraća, ali učestalija putovanja;
- porast značaja informacijske i komunikacijske tehnologije;
- povratak prirodi i nekadašnjim vrijednostima.

Može se reći da na teritoriju Hrvatske turizam dobiva na značaju tek u posljednjim razdobljima razvoja. Tada je zabilježen sve veći interes vlade, poslovnih subjekata, udruga i organizacija, te lokalnog stanovništva za njegovim planiranim i usmjerenim razvojem. S tog gledišta misli se i na donošenje, ali i poštivanje razvojnih ciljeva, strategija i dokumenata kojima se koordinira njegov razvoj. U današnjici hrvatski turizam dostiže određenu razinu razvoja, ali su mogućnosti daleko veće. Kako bi se to ostvarilo potrebno je integrirati sve ključne dionike i poduzeti nekoliko drugih aktivnosti kako bi razvoj turizma u Hrvatskoj bio u skladu s njezinim mogućnostima.

2.2. Turističke regije i atrakcijska osnova

U stručnoj literaturi postoji nekoliko pristupa regionalizacije Republike Hrvatske. Pri tome se one baziraju na različitim pristupima kategorizacije hrvatskih regije. Regionalizacija u turizmu olakšava praćenja turističkih kretanja i izradu baze podataka, provedbu planiranja razvoja turizma i upravljanja njegovim razvojem, kontrolu odvijanja turističkih kretanja i procesa razvoja te ostalo.

Pored navedenoga, važno je prepoznati i kao takvu analizirati atrakcijsku osnovu na čitavom nacionalnom teritoriju, kao i na teritoriju pojedinih regija čime se ukazuje na razvojni potencijal i mogućnosti pojedinih regija.

2.2.1. Turistička regionalizacija Republike Hrvatske

Prema povijesnom pristupu regionalizacije, Hrvatska se sastoji od nekoliko povijesnih i zemljopisnih regija različita porijekla i teritorijalne veličine. One prvenstveno odražavaju političku razdijeljenost regija tijekom povijesnih razdoblja, a najpoznatije su Dalmacija, Slavonija i Istra.¹⁰ S tog aspekta postoje i manje regije, kao na primjer Istočna Baranja. Međutim, ovakav pristup regionalizacije nacionalnog teritorija nije primjenjiv u turističkoj praksi.

Suvremena regionalna podjela nacionalnog teritorija prati reljefnu podjelu države, a identificira sljedeće regije:

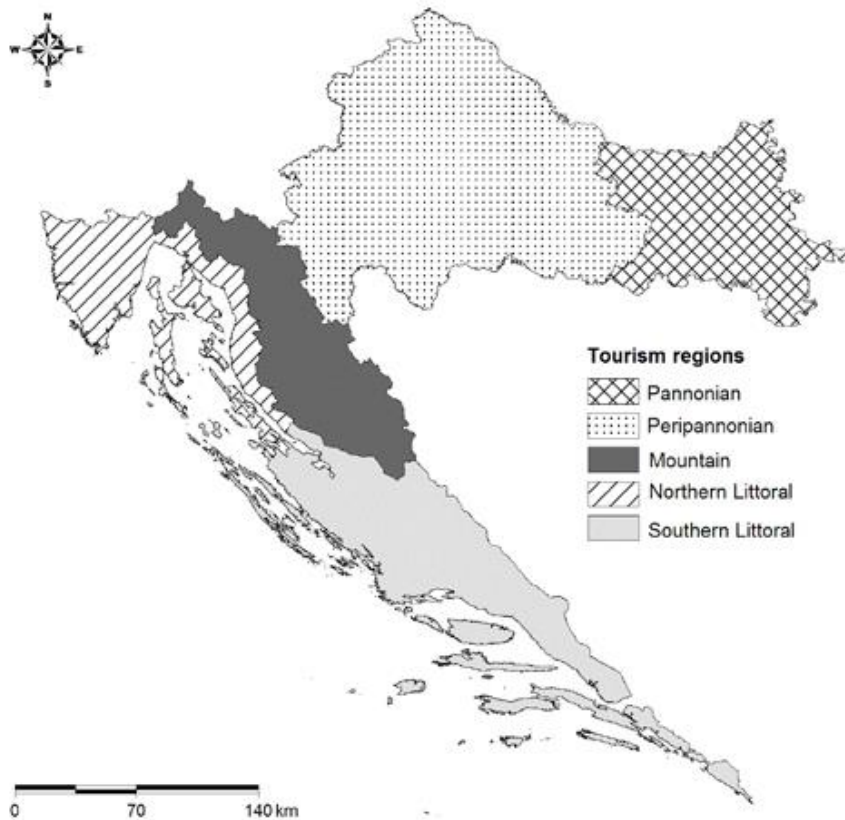
1. Sjeverni nizinski dio obuhvaća istočnu i središnju Hrvatsku;
2. Istočna Hrvatska objedinjuje tradicionalne regije Slavoniju, Baranju i zapadni dio Srijema (nizinski prostor Panonske zavale, omeđen najvećim rijekama Savom, Dravom i Dunavom);
3. Središnja Hrvatska obuhvaća krajnje rubne dijelove Panonske zavale te peripanonska područja Hrvatskog zagorja, Međimurja, Pokuplja i Banovine (populacijsko i gospodarsko težište zemlje s glavnim gradom Zagrebom);
4. Gorska Hrvatska je najmanja i najrjeđe naseljena regija koja obuhvaća planinski dio (Gorskoga kotara, Ogulinsko-plašćanske udoline i Like);
5. Primorska Hrvatska prostire se na sjevernom i južnom obalnom dijelu (Istra, najrazvijenija turistička regija, usko i izduženo kvarnersko i podvelebitsko primorje s otocima, te južno primorje, odnosno regija Dalmacija koja je klimatski, krajolički i kulturološki izrazit mediteranski prostor otoka, obale i zaleđa).¹¹

¹⁰ Hrvatska.eu (2016.): „Regije“, <http://croatia.eu/article.php?lang=1&id=12>, 28. prosinac 2016.

¹¹ Ibidem.

Ovakva regionalizacija odgovara potrebama turizma, odnosno statističkih praćenja turističkih kretanja, kao i planiranja njegova razvoja na nacionalnoj razini. Slikovni prikaz turističkih regija slijedi u nastavku (Slika 1.).

Slika 1. Turističke regije Republike Hrvatske



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

U nastavku se daje prikaz turističkog značaja svake od navedenih regija prema analizi njihova udjela u ukupnim turističkim kretanjima (Tablica 2.).

Tablica 2. Turistički značaj hrvatskih regija 2009. godine (%)

Regija	Postelje	Dolasci	Međunar. dolasci	Noćenja	Međunar. noćenja
Sjeverna HR	52,9	48,2	51,0	55,9	58,1
Južna HR	43,3	39,1	39,7	39,6	39,1
Planinska HR	0,6	2,0	1,8	0,6	0,5
Peripanonska HR	2,7	9,4	7,1	3,4	2,2
Panonska HR	0,5	1,3	0,4	0,5	0,1
HR ukupno	100	100	100	100	100

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

Svi podatci potvrđuju kako su turistički najrazvijenije i najznačajnije regije Hrvatske Sjeverna Hrvatska i Južna Hrvatska, odnosno Istra, Kvarner i Dalmacija. Najslabije razvijene regije s gledišta turizma jesu Panonska i Planinska Hrvatska, odnosno krajnji istok, te Lika i Gorski kotar. Razlika u razvijenosti turističkih regija je izrazita što potvrđuje enorman nesrazmjer u stupnju regionalne razvijenosti Republike Hrvatske, a što predstavlja ozbiljan problem. To se prije svega nazire u iznimnom pritisku na obalna područja i regije te zanemarivanju i napuštanju planinskih i kontinentalnih dijelova.

U okviru praćenja turističkih kretanja na nacionalnoj razini od strane Instituta za turizam Republike Hrvatske koristi se različit pristup regionalizacije. Pri tome se prate ukupna turistička kretanja prema sljedećim turističkim područjima Istra, Kvarner, Lika-Karlovac, Dalmacija-Zadar, Dalmacija-Šibenik, Dalmacija-Split, Dalmacija-Dubrovnik, Grad Zagreb, Središnja Hrvatska i Slavonija.¹² Prema najnovijim podacima o turističkim kretanjima na nacionalnom teritoriju daje se zaključiti kako prednjače Istarska, Primorsko-goranska, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko neretvanska i Zadarska županija (Istra, Kvarner i Dalmacija). Prema tome, riječ je o Primorskoj Hrvatskoj, koja bilježi čak 77,9% ukupno ostvarenih turističkih dolazaka i 92,5% noćenja.¹³

¹² IZTZG (2016.): „Hrvatski turizam u brojkama 2015.“, <http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2015-Broj-01.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 7.

¹³ MINT (2016): „Turizam u brojkama 2015.“, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 32.

Razlog ovakvoga stanja prije svega se očituje u nekim temeljnim čimbenicima razvoja turizma koji prevladavaju u pojedinim turističkim regijama, a misli se na klimatske uvjete, prometnu povezanost, tradiciju turističkog poslovanja, stupanj razvijenosti turističke infrastrukture, atraktivnost područja, atrakcijsku osnovicu i slično.

2.2.2. Atrakcijska osnova turizma Republike Hrvatske

Atrakcijska osnova obuhvaća prirodne atrakcije i one društvene ili antropogene. Republika Hrvatska obiluje kako prirodnim, tako i društvenim atrakcijama pa to obilježje čini osnovu konkurentske prednosti Hrvatske u odnosu na ostale turističke destinacije svijeta pa čak i njezine komparativne prednosti.

Među prirodnim atrakcijama najznačajniji su elementi Jadransko more, razvedena obala i otoci, očuvane prirodne plaže, netaknuta priroda i bogatstvo voda. Pored toga, Hrvatska se izdvaja nad svojim globalnim konkurentima izuzetno velikim brojem zaštićenih prirodnih područja, a prema bioraznolikosti nalazi se u samom europskom vrhu.¹⁴

U okviru slabije razvijenih i nerazvijenih turističkih regija izniman potencijal u turizmu čine područja uz rijeke Dunav, Savu i Dravi te Unu, Kupu, Cetinu i ostale rijeke. U razvijenim turističkim regijama važno je istaknuti Nacionalne parkove Brijune, Kornate i Mljet. Pored toga, važan element prirodne atrakcijske osnove čine krški fenomeni kao što su slapovi i sedrene barijere Plitvičkih jezera i rijeke Krke, stijene Velebita, brojne spilje, ponori i druge atrakcije te velik broj jedinstvenih nacionalnih parkova i parkova prirode na kontinentalnom području kao što su Risnjak, Žumberak, Lonjsko polje, Papuk i Kopački rit.¹⁵

Ništa manje značajna nije ni društvena atrakcijska osnova koja se zasniva na jedinstvenoj i raznolikoj kulturno-povijesnoj baštini i to materijalnoj te nematerijalnoj. O autentičnosti ovih atrakcija svjedoči njihova zaštićenost, odnosno uvrštenost na

¹⁴ MINT (2014.): „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“; <http://www.mint.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>, 28. prosinac 2016., str. 5.

¹⁵ Ibidem.

UNESCO-vu listu svjetske baštine, a misli se na povijesnu jezgru Dubrovnika, Dioklecijanovu palaču u Splitu, Šibensku katedralu, povijesnu jezgru grada Trogira, Eufrazijevu baziliku u Poreču i Staro gradsko polje. Pored ovih atrakcija izdvajaju se i Pulski amfiteatar, povijesna jezgra grada Hvara, stonske zidine te ostali objekti diljem nacionalnog teritorija. Poseban oblik selektivnog turizma razvija se s obzirom na postojanje više od tisuću dvoraca, kurija i utvrda u kontinentalnim dijelovima.

Važno je istaknuti kako Hrvatska ima najviše nematerijalne baštine pod zaštitom UNESCO-a u Europi, a na međunarodnoj razini slijedi odmah iza Kine i Japana. Konkretno se misli na čipkarstvo u Hrvatskoj, dvoglasje tijesnih intervala Istre i hrvatskog primorja, Feštu sv. Vlaha, godišnji proljetni ophod kraljice ili Ljelje iz Gorjana, Sinjsku alku, umijeće izrade drvenih tradicijski dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja i ostalo.¹⁶

2.3. Analiza turističkih pokazatelja

Stupanj razvijenosti, kao i generalni značaj turizma najzornije se predočava analizom konkretnih statističkih podataka u svezi turističkih kretanja. Pri tome se misli na ukupan broj dolazaka i noćenja inozemnih i domaćih turista, prosječan broj noćenja i slično. Osim toga, za potrebe istraživanja turizma koriste se i mnogi drugi podaci, a njihova detaljnija razrada daje se u okviru ovoga dijela. U nastavku se prikazuju osnovni pokazatelji razvoja turizma u Hrvatskoj u razdoblju od 1980. godine do danas (Tablica 3.).

¹⁶ Mlinistarstvo kulture (2016.): „Nematerijalna dobra upisana na UNESCO Reprezentativni listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva“; <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5220>, 28. prosinac 2016.

Tablica 3. Osnovni pokazatelji razvoja hrvatskog turizma (1985.-2016.)

God.	Br. postelja (000)	Br. turista (000)	Br. noćenja (000)	Prosječni broj noćenja po postelji	Prosječni broj noćenja po dolasku
1985.	820	10 125	67 665	83	6,7
1990.	863	8 498	52 523	61	6,2
1995.	609	2 438	12 885	21	6,3
2000.	710	7 136	39 183	55	5,5
2005.	909	9 995	51 421	57	5,1
2010.	910	10 604	56 416	62	5,3
2011.	935	11 455	60 354	65	5,3
2012.	880	11 835	62 743	67	5,3
2013.	926	12 441	64 827	74	5,2
2014.	978	13 128	66 483	68	5,1
2015.	1 029	14 343	71 605	70	5,0
2016.	993	15 594	78 050	68	5,2
2017.	1 066	17 431	84 200	55,9	4,9

Izvor: DZS (2017.): „Dolasci i noćenja turista u 2017.“ https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-02_01_2017.htm, 08. svibnja 2018.; MINT (2012.): "Turizam u brojkama 2011.", <http://www.mint.hr/UserDocsImages/2011-turizamubrojkama.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 10.; MINT (2014.): "Turizam u brojkama 2013.", <http://business.croatia.hr/Documents/3256/Turizam-u-brojkama-2013.pdf>, 17. studeni 2016., str.12., MINT (2015.): "Turizam u brojkama 2015.", <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2015.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 12., obrada autora.

U promatranom je razdoblju zabilježen porast ukupnog broja dolazaka i noćenja turista izuzev posljednje dekade 20. stoljeća, što je rezultat ratnih zbivanja na ovome teritoriju. Ukupan broj turista od prijelaza iz 80-ih u 90-e godine pa sve do sredine posljednje dekade prošloga stoljeća opada, a što je rezultat nepovoljnih zbivanja uslijed ratnog razdoblja. Od 1995. godine na dalje zabilježen je kontinuirani rast ovih pokazatelja. Prosječan broj noćenja po postelji uglavnom bilježi oscilacije, a prosječan broj noćenja po dolasku ima tendenciju opadanja. To ne čudi s obzirom na pojavu suvremenoga doba i promjena na strani turističke potražnje, koju karakteriziraju, pored ostalih obilježja, kraća i učestalija putovanja.

U 2014. i 2015. godini Hrvatska je podigla kvalitetu smještajnih kapaciteta, a prema strukturi hotela danas raspolaže s 37 hotela s 5 zvjezdica, 243 hotela s 4 zvjezdice, 315 hotela s 3 zvjezdice i 77 hotela s 2 zvjezdice.¹⁷

Struktura turista prema kategoriji domaćih i inozemnih turista ukazuje na oko 90% inozemnih turista i oko 10% domaćih turista. Preko 91% inozemnih i nešto više od 8% domaćih turista dolazi individualno, dok ostatak putuje organizirano.¹⁸ U 2015. godini najveći broj turista porijeklom je iz:

- Njemačke;
- Austrije;
- Češke;
- Italije;
- Nizozemske;
- Velike Britanije.¹⁹

Ovakva struktura gostiju uglavnom je podjednaka već duži niz godina, uz minimalna odstupanja, a rezultat je niza čimbenika kao što su geostrateški položaj Republike Hrvatske; blizina emitivnih tržišta, tradicija putovanja u Hrvatsku i atraktivnost pojedinih turističkih proizvoda (npr. Outlook festival za goste iz Velike Britanije). O konkretnim pokazateljima ekonomskog značaja turizma slijedi u narednom poglavlju, u okviru analize njegovih ekonomskih funkcija.

2.4. Ograničavajući čimbenici hrvatskog turizma

S gledišta životnog ciklusa turističke destinacije (uvođenje, rast, zrelost, opadanje)²⁰, Hrvatska predstavlja primjer zrele turističke destinacije. U njoj dominira jedan turistički proizvod i to „sunce i more“ koji je uglavnom odlika masovnog i pasivnog turizma. Najveći problem hrvatskog turizma pri tome je izrazita sezonalnost pa se većinski udio turističkih kretanja odvija u ljetnim mjesecima. To ne čudi uzme li se u obzir činjenica da je ovo prevladavajuće obilježje mediteranskih zemalja.

¹⁷ MINT (2015.): "Turizam u brojkama 2015.", <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2014.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 16

¹⁸ Ibidem, str. 19.

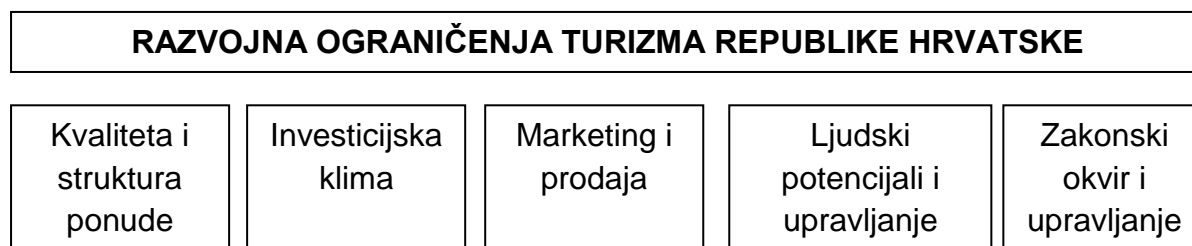
¹⁹ Ibidem, str. 26.

²⁰ Vojnović, N. (2012.): „Obilježja životnog ciklusa odabranih turističkih destinacija istarskog priobalja“, <https://hrcak.srce.hr/file/138631>, 08. svibnja, 2018.

U današnjici se hrvatski turizam susreće s brojnim problemima i ograničavajućim čimbenicima razvoja koji su djelom rezultat turbulentne povijesti, odnosno ratnih razaranja na ovome teritoriju. Uslijed toga, turizam je započeo s restrukturiranjima i prilagodbom suvremenoj turističkoj potražnji tek u posljednjih 10-15 godina. Tada započinje i značajniji uspon ove turističke destinacije na globalnom turističkom tržištu. Međutim, činjenica je da je rast hrvatskog turizma većim dijelom rezultat rasta cijena uslijed provedenih investicijskih ciklusa u smještajne kapacitete i turističke sadržaje. Hrvatski turizam suočava se s nizom ozbiljnih problema kao što su izostanak poduzetničkog interesa, nepostojanje dovoljne razine participacije svih dionika, nedovoljno poticanje javno-privatnog partnerstva i slično. Sve to izravno utječe na niži doprinos turizma nacionalnom gospodarstvu od onog mogućeg.

Temeljna razvojna ograničenja mogu se klasificirati na sljedeći način (Slika 2.).

Slika 2. Razvojna ograničenja hrvatskog turizma



Izvor: MINT (2015.): „Turizam u brojkama 2015.“, <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2015.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 20.

S gledišta kvalitete i strukture ponude, ograničavajući faktori su nepovoljna struktura smještaja, loša izvansmještajna ponuda, problematika tržišne strukture i dostupnosti.²¹ Hotelski smještaj u 2015. godine sudjeluje s nešto više od 13% ukupnih smještajnih objekata, što je nedovoljno pa se negativno odražava na proširenje turističke sezone. Upravljanje cjelokupnom turističkom destinacijom vrlo je otežano s obzirom da najveći udio smještajnih objekata otpada na privatni smještaj, čak 49,8%. Izniman problem je i nepostojanje strategije upravljanja takvim smještajem te jasne regulacije i tržišno prepoznatljive oznake kvalitete koja bi

²¹ Op. cit. pod 15.

uvjetovala kvalitetu turističkog proizvoda. Osim toga, izdvaja se i oskudna izvansmještajna turistička ponuda (kongresni centri, golf igrališta, tematske i kulturne rute itd.).

Dominacija velikih gospodarskih subjekata onemogućuje provedbu novih poduzetničkih projekata i negativno se implicira na potencijalne investitore. Pored ovog problema, važno je istaknuti kako Hrvatskoj nedostaju redovne zračne linije kao i kvalitetna morska te zračna povezanost.

U današnjici se posebno naglašava nepovoljna investicijska klima na ovome teritoriju, a nju obilježavaju složena administracija, neusklađenost zakonodavstva, nepostojanje međunarodnih modela upravljanja turističkim objektima i slično. Opći uvjeti investiranja su prilično nepovoljni, a obilježeni su niskom dostupnošću kapitala, visokim troškovima poslovanja i nedovoljnim investicijama. Iznimni problemi naziru se i u upravljanju državnom imovinom s obzirom da veliki broj objekata stoji potpuno neiskorišten, a ne postoje ni konkretni projekti za njihovu revitalizaciju i valorizaciju u turističke svrhe.

Zbog karaktera turističkog poslovanja, marketing ima iznimnu ulogu u turizmu i predstavlja osnovno sredstvo komunikacije s dislociranom turističkom potražnjom. Međutim, ovaj je element u Hrvatskoj prilično zanemaren, a obilježen je:

- nejasno utvrđenim nadležnostima u okviru marketinga turističke destinacije i komercijalizacije;
- neadekvatnim sustavom promocije i zastarjelim marketinškim sustavom;
- nepostojanjem sustava oznake kvalitete smještajnih objekata kako bi se osigurala prepoznatljivost turističke ponude i destinacije;
- nepostojanjem konzistentne i hijerarhijski ustrojene web platforme;
- pasivnošću dionika i nedovoljnim istraživanjima suvremenih trendova na globalnom tržištu.²²

Osnovni problem s gledišta ljudskih potencijala jest zastarjeli sustav obrazovanja koji je neprilagođen realnim potrebama gospodarstva. Pored toga, pitanje cjeloživotnog

²² Op. cit. pod 14, str. 21.-22.

obrazovanja još uvijek je prilično nedorečeno i neprovedivo u Republici Hrvatskoj. Djelom je to zasluga oskudnog javno-pivatnog partnerstva i suradnje svih dionika. Pored toga, ljudski kadar u turizmu ne raspolaže s dovoljno stručnoga znanja i vještinama kao što je primjer među vodećim globalnim konkurentima.

U konačnici, cjeloviti zakonski okvir vrlo je složen, a u nekim segmentima čak i kontradiktoran. Osim toga, veliki problem je neprovedeni proces privatizacije kao i problematika upravljanja prostorom. Pri tome se posebno ističe nepoštivanje prihvatnog kapaciteta objekata i lokaliteta što je oprečno s načelima održivog razvoja. Upravljanje turističkom destinacijom ograničeno je s obzirom na nepostojanje adekvatnog sustava nadzora cjelovitog procesa, kao i zbog neusklađenosti temeljnih strateških dokumenata. Uslijed takvog stanja na turistički potencijal Hrvatske nedovoljno je iskorišten, što implicira neiskorištene ekonomske mogućnosti turizma. Analiza trenutnog ekonomskog značaja turizma na nacionalnom teritoriju slijedi u nastavku.

3. ANALIZA EKONOMSKIH FUNKCIJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

Doprinos turizma nekom gospodarstvu prvenstveno se razmatra kroz njegove ekonomske funkcije. Važno je istaknuti da su one međusobno povezane te se kao takve međusobno nadopunjuju i uvjetuju. S obzirom na brojnost ekonomskih funkcija turizma riječ je o njegovoj polifunkcionalnosti, što predstavlja jedno od njegovih važnijih obilježja. Iako svaka od njih ima poseban značaj, često se u literaturi i praksi najveća pažnja posvećuje induktivnoj i multiplikativnoj funkciji.

Ono što je od posebnog značaja za istaknuti jest činjenica da ekonomske funkcije turizma djelomično dočaravaju i doprinos turizma socijalnom aspektu pa čak i okolišnom. Prema tome, daje se zaključiti kako one zadiru u temeljna načela održivosti, odnosno u ekonomsku, socijalnu i ekološku dimenziju.

U ovome poglavlju daje se prikaz spomenutih funkcija na konkretnom primjeru Republike Hrvatske. Time se osnovna teorijska saznanja o njima implementiraju na primjeru iz prakse.

3.1. Induktivna i multiplikativna funkcija

Induktivna funkcija turizma opisuje snagu turizma i turističke potrošnje s gledišta induciranja povećanih ukupnih učinaka proizvodnje.²³ To suštinski znači da se pokazuje kvalitativno i kvantitativno kretanje ukupne proizvodnje koja je najvećim dijelom potaknuta upravo potrebama turizma. Jednostavnije rečeno, ova funkcija ukazuje na stvaranje potrebe, pod određenim uvjetima, za pokretanjem nove i povećanjem postojeće ponude u proizvodnji dobara, to jest pružanja usluga na lokalnoj i regionalnoj razini. Daje se zaključiti kako snaga ove funkcije prvenstveno ovisi o stopi rasta turističke potražnje pa će na primjeru Hrvatske ova funkcija biti izraženija na primjer u Istri ili Dalmaciji nego što će to biti slučaj u Liki ili Slavoniji. Jedan od oglednih primjera može biti porast potrošnje goriva u ljetnim mjesecima ili

²³ Op. cit. pod 6, str. 158.

potreba za otvaranjem nekih ugostiteljskih objekata koji su u zimskim mjesecima zatvoreni i slično.

S ovom funkcijom izravno je povezana multiplikativna funkcija, odnosno funkcija multiplikatora. Ona suštinski podrazumijeva spomenuto djelovanje turizma na nacionalno gospodarstvo. Točnije, uslijed širine turističkog tržišta dolazi do širenja tržišta ostalih, s njime povezanih, djelatnosti. Time dolazi do multipliciranja njihovih prihoda, a u konačnici i bruto domaćeg proizvoda. Najjednostavniji primjer može se objasniti pružanjem usluge smještaja u hotelskoj sobi. Za njezinu realizaciju potrebno je izvršiti nabavu širokog asortimana roba i usluga kao što su namještaj i posteljina, kozmetika, električni materijali, električna energija, voda, internet i ostalo. Prema tome, ključna snaga ove funkcije ogleda se u prelijevanju bruto vrijednosti iz djelatnosti u djelatnost pri čemu se pokreće nova potrošnja, odnosno niz gospodarskih aktivnosti.²⁴

Praćenje ekonomskih učinaka turizma otežan je i zahtijevan pothvat pa se kontinuirano unapređuje i nadopunjuje od strane mnogih stručnjaka, institucija, organizacija i ostalih dionika na međunarodnoj razini. Jedna od najprimjenjivanijih metoda praćenja ekonomskih učinaka turizma u današnjici je Satelitski račun turizma. Riječ je o međunarodno prihvaćenom okviru koji omogućuje sagledavanje makroekonomskog značaja turizma (Regulation (EU) No. 692/2011 of 6 July 2011 - *European statistics on tourism and repealing Council Directive 95/57/EC*).²⁵ Ovaj je okvir povezan sa središnjim sustavom nacionalnih računa, a metodološki zahtijeva korištenje publikacija i preporuka Komisije europskih zajednica (engl. *Commission of the European Communities*), Eurostat- a, Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (engl. *Organisation for Economic Cooperation and Development - OECD*), Svjetske turističke organizacije (engl. *World Tourism Organisation – WTO*) i Odjela za statistiku UN-a (engl. *UN Statistics Division*).

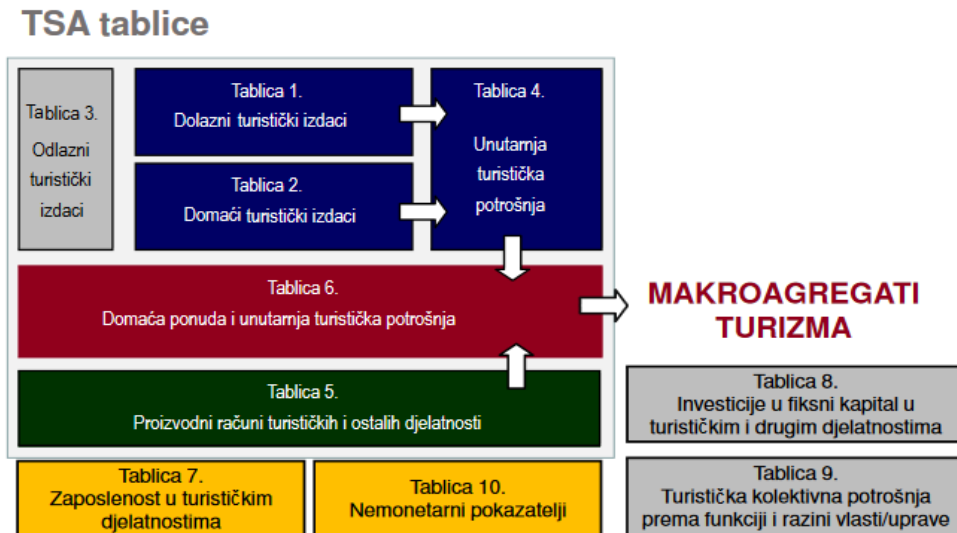
Spomenuti račun uzima u obzir niz elemenata, a konkretno se misli na turističke izdatke i potrošnju (dolazna, domaća, odlazna, unutarnja), proizvodnju za potrebe

²⁴ Ibidem, str. 159.

²⁵ Ivandić, N. (2014.): „TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH“; <http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 11.

turizma, potrošnju i proizvodnju, zaposlenost, bruto investicije, kolektivnu potrošnju i nemonetarne pokazatelje (Slika 3.).

Slika 3. Turistička satelitska bilanca – tablica



Izvor: Ivandić, N. (2014.): „TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH“; <http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 11.

Izravne koristi ovog okvira i istraživanja očituju se kroz unapređenje vođenja turističke politike na nacionalnoj razini, kao i praćenja njegovih ekonomskih učinaka. U nastavku slijedi analiza turističkih kretanja u 2011. godini na temelju koje se nastoji potvrditi predmetne funkcije na primjeru hrvatskog turizma (Tablica 4.).

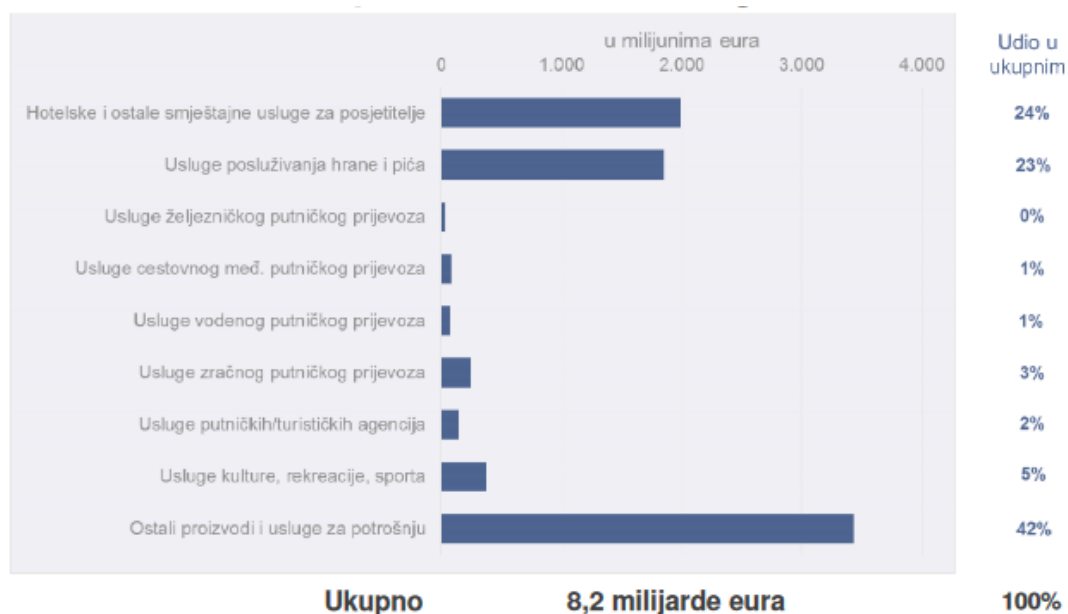
Tablica 4. Domaći i inozemni turizam 2011. godine u Republici Hrvatskoj

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

Izvor: Ivandić, N. (2014.): „TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH“; <http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf>, 28. prosinac 2016., obrada autora.

Zaključuje se kako inozemni dolazni turizam u Hrvatskoj ima daleko veću ulogu od domaćeg, kako prema broju ukupnih dolaska, tako i prema ostvarenoj potrošnji. Pored toga, u okviru inozemnog dolaznog turizma prednjače turisti, dok u domaćem turizmu gotovo 30% dolazaka čine jednodnevni posjetitelji. U svrhu potvrde induktivne i multiplikativne funkcije hrvatskog turizma daje se pregled turističkih izdataka prema vrstama usluga (Slika 4.).

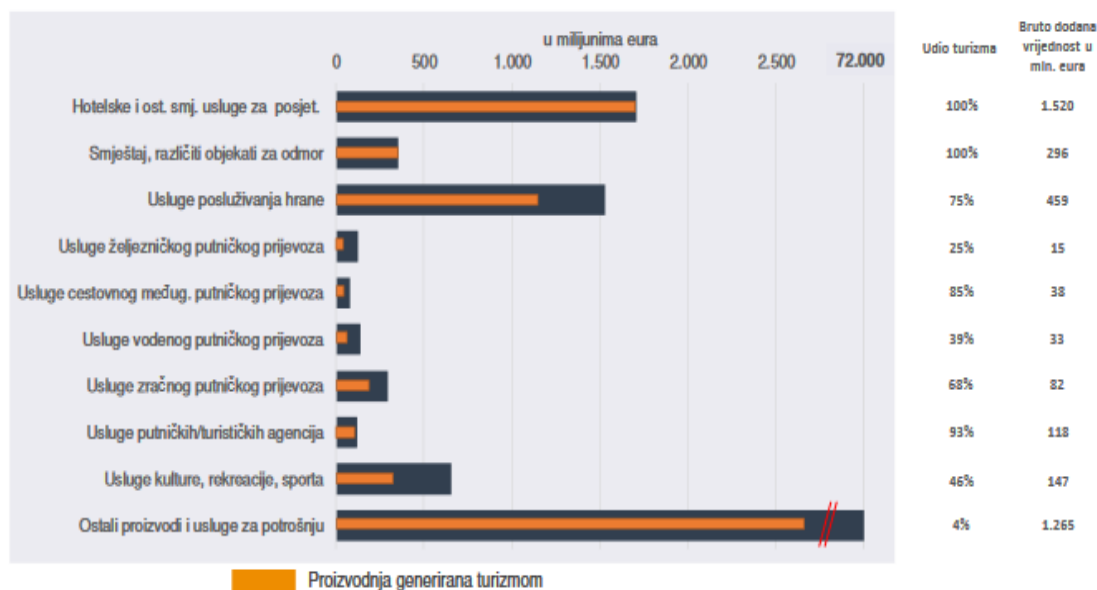
Slika 4. Turistički izdatci 2011. godine



Izvor: Ivandić, N. (2014.): „TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH“; <http://www.iztqg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 16.

Daje se zaključiti kako je za potrebe pružanja cjelovite turističke usluge ili turističkog proizvoda potrebno integriranje niza ostalih djelatnosti. Prema podacima iz 2011. godine izdaci prema vrstama usluga najvećim dijelom odnosili su se na smještajne usluge (hoteli i ostalo) s 3%, a slijede usluge posluživanja hrane i pića s 23%. Pored njih, 5% odnosilo se na usluge kulture, rekreacije i sporta, 3% na usluge zračnog putničkog prijevoza i redom dalje. U nastavku slijedi pregled proizvodnje turističkih i ostalih djelatnosti, odnosno proizvodnje generirane turizmom (Slika 5.)

Slika 5. Proizvodnja generirana turizmom 2011. godine



Izvor: Ivandić, N. (2014.): „TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH“; <http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf>, 28. prosinac 2016., str. 18.

Izravna bruto dodana vrijednost turizma iznosila je 3,97 milijardi eura, što je 10,5% udjela u ukupnoj bruto dodatnoj vrijednosti. Izravni BDP turizma iznosio je 4,61 milijardu eura ili 10,4% ukupnog BDP-a. Primjera radi, ističe se kako su prihodi od turizma u 2015. godini iznosili 9,3 milijarde eura, a udio turizma u ukupnom BDP-u dosegao je čak 18,1%. Pri tome je ukupan broj zaposlenih u turizmu iznosio gotovo 7% od ukupno zaposlenih.²⁶ Ovim se podacima djelomično potvrđuju i neke ostale funkcije turizma, kao što je funkcija poticanja zapošljavanja, o kojoj će riječi biti kasnije.

3.2. Konverzijska funkcija

Konverzijska funkcija načelno svjedoči o posebnosti pretvaranja neprivrednih resursa u privredne posredstvom turizma. Ogledni primjeri mogu se razmatrati u okviru nekih prirodnih atrakcija kao što su more, šume i slično, a u okvir kojih se razne aktivnosti, kao kupanje u moru, sunčanje na plaži i slično, transformiraju u ekonomske tokove, na osnovu čega se ostvaruje prihod.

²⁶ Op. cit. pod 10.

S obzirom na bogatstvo prirodne i društvene atrakcijske osnove, daje se zaključiti kako ova funkcija ima izniman značaj s gledišta hrvatskog turizma. To se dodatno intenzivira činjenicom da je osnovni hrvatski turistički proizvod baziran upravo na principu „sunce i more“.

S obzirom na specifičnost turizma, precizno praćenje i istraživanje ove funkcije s kvantitativnog aspekta u praksi je neizvedivo jer se neke aktivnosti (sunčanje, kupanje itd.) ne naplaćuju zasebno, ali su uvrštene u konačnu cijenu usluge ili turističkog proizvoda. O tome svjedoči primjer cijene apartmana blizu mora ili na selu, soba s pogledom na more i bez pogleda te ostalo. Ovi primjeri u Hrvatskoj su brojni. Na primjer, turistička destinacija Medulin, u blizini Pule popunjena je značajno prije same sezone, a cijene apartmana na ovome području, s obzirom na blizinu plaža su oko 30% veće nego cijene ostalih apartmana. Nadalje, rt Kamenjak u Premanturi, poznato je kupalište i izletišta turista. Izvan sezone ulazak se ne naplaćuje, dok se u najranijim razdobljima prije sezone isti počinje naplaćivati.

3.3. Poticanje razvoja nedovoljno razvijenih područja i prostornog uređenja

U prethodnom je poglavlju bilo riječi o značaju i ulozi atrakcijske osnove u turizmu. Prema tome, njegov se razvoj temelji upravo na atraktivnosti prostora koja prvenstveno proizlazi iz spomenute atrakcijske osnove, uređenosti okoliša i autentičnosti prostora. Slijedom navedenoga, daje se zaključiti kako u turizmu temelj njegova razvoja čine određeni resursi koji u ostalim djelatnostima i sektorima ne bi predstavljali gotovo nikakvu vrijednost i osnovu za pokretanje poslovnih aktivnosti.

U okviru poticanja nedovoljno razvijenih područja važno je ukazati na činjenicu kako su u praksi najznačajnija emitivna tržišta upravo i najrazvijenije ili razvijenije zemlje. S obzirom da turisti iz takvih prostora nerijetko posjećuju slabije razvijene i nerazvijene zemlje, svoja sredstva upravo troše u njima prilikom konzumacije turističkih usluga i proizvoda. Prema tome dolazi do prelijevanja sredstava iz razvijenijih u manje razvijena područja.

S druge strane, turizam je izvrstan stimulans poticanja razvoja slabije razvijenih regija na nacionalnom teritoriju koje imaju potencijala da ponude jedinstvene turističke

proizvode i ponudu kao takvu. Jedan od primjera može biti regija Slavonija u Hrvatskoj. Riječ je o gospodarski slabijoj regiji koju obilježavaju negativni makroekonomskih pokazatelji kao što su visoke stope zaposlenosti, nizak BDP po stanovniku i slično. Međutim, ova regija ima izniman potencijal s gledišta turizma zahvaljujući njezinoj prirodnoj i antropogenoj atrakcijskoj osnovi. S obzirom da nije riječ o regiji koja može ponuditi tradicionalni hrvatski turistički proizvod, kupališni turizam, ona svoje snage usmjerava na neke ostale selektivne oblike turizma kao što su zdravstveni turizam, ribolovni i lovni turizam, sportski turizam, avanturistički turizam i drugi oblici turizma. Upravo oni predstavljaju stratešku opciju obogaćenja nacionalne turističke ponude i mogućnost rješenja vodećeg problema hrvatskog turizma, sezonalnosti.

Važno je istaknuti kako turizam potiče prostorno uređenje turistički aktivnih i popularnih destinacija, kao što utječe i na podizanje kvalitete života u njima. Pri tome se misli na uređenje javnih površina, uređenje plaža, uspostavu redovnih linija javnoga prijevoza, pokretanje raznih zabavnih sadržaja i slično. Ono što je značajno jest prepoznati mogućnosti pojedinih regija od strane vrhovnih dionika, vlade, institucija i organizacija, poslovnih subjekata i ostalih dionika. Osim toga, potrebno je planirati razvoj turizma na ovim područjima kao i potrebite investicijske pothvate s ciljem osiguranja dostatne kvalitete potrebite turističke infrastrukture i slično.

3.4. Poticanje zapošljavanja

O poticanju zapošljavanja na nacionalnom teritoriju putem turizma već je bilo riječi. U tom kontekstu misli se na izravno zaposlene i neizravno zaposlene kadrove. Izravno zaposleni kadrovi su na primjer djelatnici u turističkim agencijama, hotelima, turističkim organizacijama i sličnim institucijama te organizacijama, dok su oni neizravno zaposleni zapravo svi oni kadrovi koji se zapošljavaju u ostalim djelatnostima uslijed intenziviranja turističkih kretanja, a što za cilj ima zadovoljenje sve veće potražnje koja je značajnim dijelom sačinjena od turista.

U odnosu na ostale sektore, turizam predstavlja djelatnost s visokim stupnjem zapošljavanja po jedinici dohotka u sektoru.²⁷ Prema tome, turizam predstavlja idealan izvor zapošljavanja čak i u onim regijama koje imaju izrazito nisku zaposlenost. Vrijednost radnog mjesta u turizmu ovisi o dva faktora, a to su način mjerenja zaposlenosti i priroda lokalnog tržišta rada. Relativni intenzitet rada, mnogo zanimanja s niskim nadnicama, mnogo povremenog zapošljavanja ili zapošljavanja sa skraćenim radnim vremenom te vrhunac sezone utječu na ukupan broj zaposlenih u turizmu.²⁸

U turizmu postoji čitav spektar radnih mjesta od kojih su neka radno intenzivna. Primjeri takvih radnih mjesta su prijemni uredi, odjeli za prodaju turističkih usluga, restorani i slično. S druge strane, veći omjer kapitala i rada prisutni su u prijevozničkim poslovima i poslovima neturističkih kontakata. Iako u turizmu vrlo važnu ulogu imaju kvaliteta i visoki stupanj obrazovanja ljudskih kadrova, veliki broj poslova je slabije plaćen. Razlog tome jest činjenica da se na nacionalnom teritoriju na nekim poslovima u turizmu zapošljavaju nedovoljno stručni kadrovi upravo iz razloga kako bi bili proporcionalno manje plaćeni. To je sljedeći značajan problem hrvatskog turizma, a čija je korekcija jasno definirana u temeljnom strateškom dokumentu, Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Pri tome se napominje nužnost usklađivanja obrazovnog sustava s realnim potrebama gospodarstva i turizma, unapređenja obrazovnog sustava, promicanja cjeloživotnog obrazovanja i stručnih znanja u turizmu.

Izniman problem jest i rad na crno, to jest rad bez prijave. Neki konkretni primjeri mogu se pronaći u okviru poslova čišćenja i održavanja privatnih smještaja, pomoćnih kuhara i ostalih radnih mjesta. Iako je ukupan broj zaposlenih u turizmu vrlo teško pratiti i precizno odrediti zbog neizravnog zapošljavanja, u nastavku slijedi pregled kretanja ukupnog broja zaposlenih u turizmu u promatranom razdoblju (Tablica 5.).

²⁷ Koncul, N. (2009.): „Ekonomika i turizam“; Mikrorad d.o.o., Zagreb, str. 177.

²⁸ Ibidem, str. 178.

Tablica 5. Ukupan broj zaposlenih u turizmu i udio u ukupno zaposlenima od 2006. do 2016. godine

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

Izvor: HTZ (2017.): „Turizam u brojkama 2016.“, <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2016.pdf>, 08. svibnja 2018., str. 41.

Evidentno je kako se u Hrvatskoj ukupan broj zaposlenih u turizmu kreće u rasponu do 93 tisuće, odnosno bilježi od 5,8% do 7,0% ukupno zaposlenih, što je zavidan udio. Iako je riječ uglavnom o sezonskim poslovima, činjenica je da je turizam pokretač zapošljavanja, a izniman doprinos očituje se u zapošljavanju mladih osoba sa ili bez iskustva. Vjeruje se da će ove brojke u budućnosti rasti s obzirom na očekivani nastavak razvoja turizma u Hrvatskoj.

Zaposlenje u hrvatskom turizmu obilježavaju četiri temeljna obilježja, a to su:

- dominacija ženske radne snage;
- dominacija radne snage s nižim stupnjem obrazovanja;
- dominacija radne snage starije životne dobi;
- sezonalnost.

Ovime se zaokružuje pitanje učinka turizma na poticanje zaposlenosti u nacionalnom gospodarstvu, a u nastavku sijedi analiza posljednje ekonomske funkcije, uravnoteženja platne bilance.

3.5. Uravnoteženje platne bilance

Za poznavanje učinka turizma na platnu bilancu neke zemlje važno je spoznati pojmove emitivnog i receptivnog tržišta. Pri odvijanju turističke aktivnosti, novac zarađen u emitivnom tržištu troši se u turističke svrhe u receptivnom tržištu. Turizam ima veliki utjecaj na platnu bilancu neke zemlje, a u tom kontekstu razmatra se i izvozna komponenta turizma. Pri tome turizam predstavlja nevidljivi izvoz. U tom kontekstu riječ je o međunarodnoj razmjeni dobara koja se očituje u kretanju prihoda (izvoza) i rashoda (uvoza) roba i usluga na računu tekućih transakcija platne bilance. Pri tome se identificira pozitivan i negativan učinak turizma na platnu bilancu, a misli se na sljedeće:

- pozitivan učinak – potrošnja inozemnih posjetitelja ili nerezidenata (izvozni karakter); funkcija međunarodne razmjene dobara dolazi do punog izražaja samo kada su pružena dobra i usluge proizvedene u Hrvatskoj;
- negativan učinak – potrošnja hrvatskog (rezidentnog) stanovništva na turističkim putovanjima u inozemstvu na sve robe i usluge tretira se kao uvoz dobara u Hrvatsku.²⁹

Međutim, daje se zaključiti kako nevidljivi izvoz (turizam) podrazumijeva niz prednosti nacionalnom gospodarstvu, a misli se na:

- putovanje inozemne potražnje prema ponudi pri čemu se troše devizna sredstva i vrši izvoz roba i usluga;
- plaćanje u gotovini;
- gotovi proizvod postiže u prosjeku i do 4 puta višu cijenu u sklopu usluge nego na inozemnom robnom tržištu;
- troškovi kontrole kvalitete, ambalažiranja, transporta, carine, špedicije i promocije po jedinici proizvoda svedeni su na minimum;

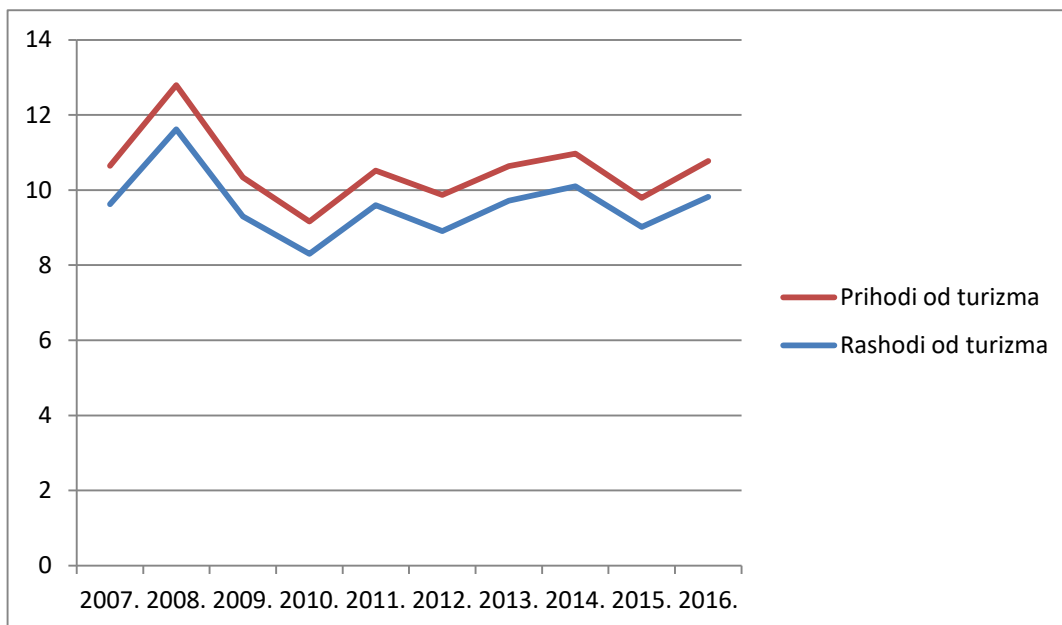
²⁹ Bosnić, I. (2015.): „Ekonomske funkcije turizma“, www.vsmti.hr/en/.../doc.../3402-p3ekonomske-i-neekonomske-funkcije-turizma.html, 28. prosinac 2016., str. 20.

- strani posjetitelji sami preuzimaju rizik pregleda robe kupljene u nekoj stranoj zemlji i njenog carinjenja prilikom ulaska u domicilnu zemlju.³⁰

U konačnici turizam doprinosi stabilizaciji trgovinskog deficita Republike Hrvatske putem ostvarenja visokih prihoda od inozemnog turizma. U tom kontekstu očituje se njegov utjecaj na uravnoteženje platne bilance. Prema dostupnim podacima, u posljednjoj dekadi neto izvoz usluga na osnovi inozemnog turizma pokrivaio je preko 60% negativnog neto izvoza roba u Hrvatskoj. Uslijed visokog priljeva deviza, turizam vrši i stabilizaciju financijskog sustava čime se podmiruje vanjski dug i osigurava stabilan tečaj nacionalne valute.

U nastavku slijedi pregled ukupnih prihoda od turizma Hrvatske (Graf 1.)

Graf 1. Prihodi od turizma (2007.-2016.)



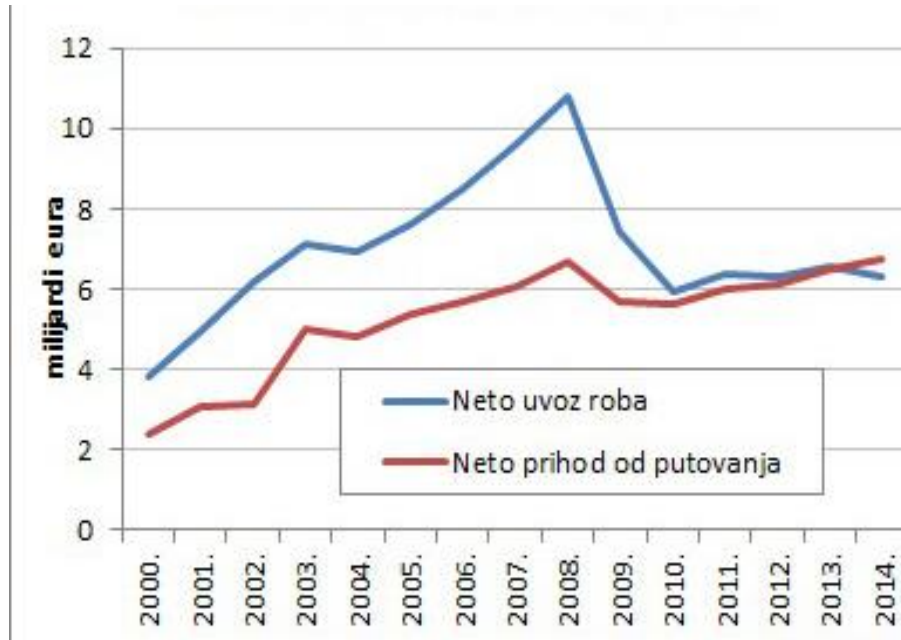
Izvor: Izrada autora prema: World Bank (2018.): „Data“, <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>, 08. svibnja 2018.

U promatranom razdoblju prihodi od turizma bilježe značajnije oscilacije, ali uglavnom imaju rastuću putanju. S druge strane, rashodi od turizma, odnosno putovanja rezidenata u druge države, značajno su manji i imaju tendenciju jednakog kretanja.

³⁰ Ibidem.

Omjer neto uvoza roba i neto prihoda od turizma ukazuje na spomenuti značaj ove društveno-ekonomske pojave, a njegov prikaz slijedi u nastavku (Graf 2.).

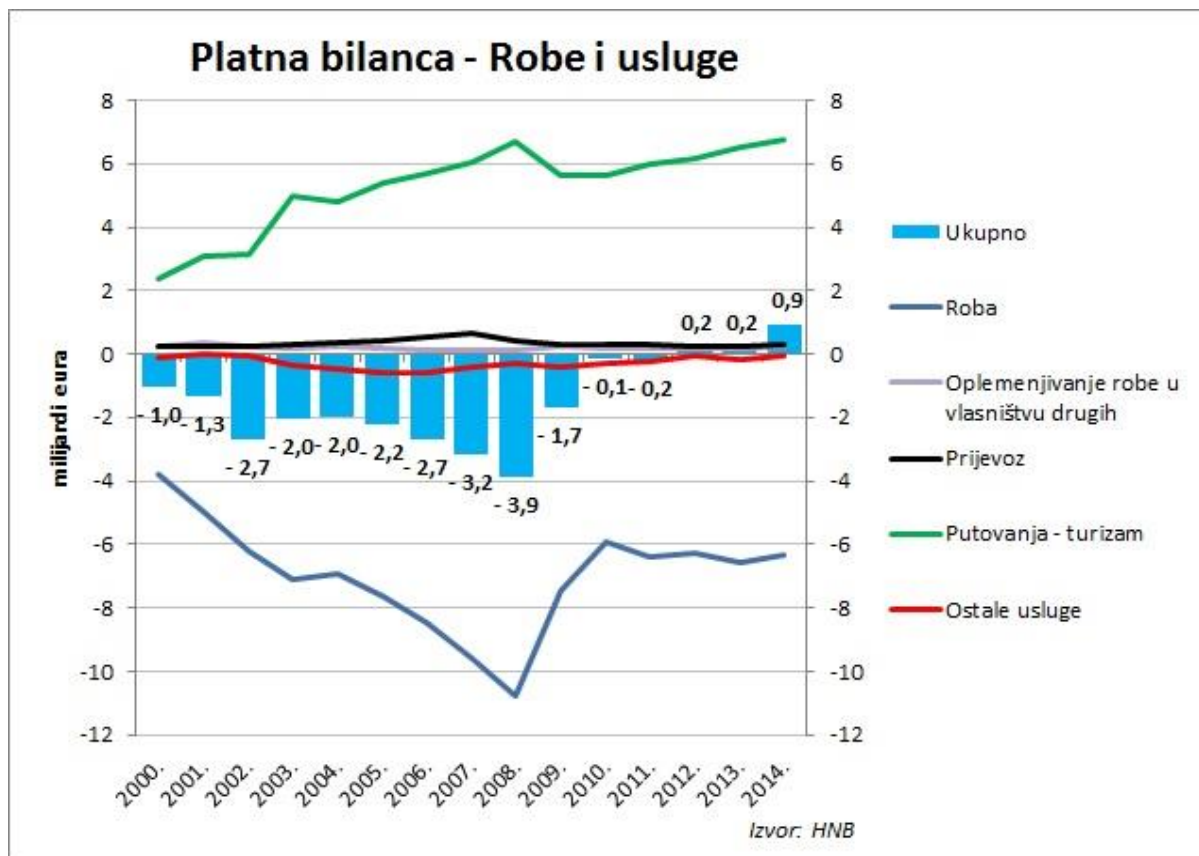
Graf 2. Neto uvoz roba i neto izvoz turizma (2000.-2014.)



Izvor: Bakić, N. (2015.): „Grafikoni dana: neto uvoz roba i izvoz turizma“, <https://eclectica.hr/2015/04/01/grafikoni-dana-neto-uvoz-roba-i-izvoz-turizma/>, 28. prosinac 2016.

Na prikazanom grafu vidljivo je kako trend kretanja neto uvoza roba uglavnom prati kretanje neto prihoda od turizma. Krajem razdoblja, točnije 2013. godine neto prihodi od turizma premašuju neto uvoz roba što dočarava snagu turizma u okviru ove funkcije. U konačnici slijedi prikaz platne bilance Hrvatske u promatranom razdoblju (Graf 3.).

Graf 3. Platna bilanca (2000.-2014.)



Izvor: Bakić, N. (2015.): „Grafikoni dana: neto uvoz roba i izvoz turizma“, <https://eclctica.hr/2015/04/01/grafikoni-dana-neto-uvoz-roba-i-izvoz-turizma/>, 28. prosinac 2016.

Vidljivo je da saldo platne bilance bilježi negativne vrijednosti tijekom čitavog razdoblja do 2012. godine. Nakon toga vrijednost dobiva pozitivan predznak, a 2014. godine iznosi 0,9 milijardi eura. Negativan saldo u čitavom razdoblju imaju robe i ostale usluge, dok prijevoz i turizam bilježe pozitivnu vrijednost u čitavom razdoblju bez odstupanja. Turizam najveću vrijednost doseže 2008. godine, oko 6,2 milijarde eura, a najnižu 2000. godine, 2,1 milijardu eura. Od 2009. godine na dalje saldo turizma ima tendenciju rasta, kao i saldo platne bilance. Prema tome, potvrđuje se pozitivan učinak turizma na uravnoteženje platne bilance.

4. PRETPOSTAVKE BUDUĆEG RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

Razvoj turizma Republike Hrvatske detaljiziran je u okviru spomenute Strategije razvoja turizma do 2020 godine, a koja je sukladna i prilagođena Strategiji Europske unije, Europa 2020.

Daje se zaključiti kako članstvo Hrvatske u EU ima izniman utjecaj na nacionalni turizam, ali i gospodarstvo te društvo pa se njegovoj analizi pristupa s posebnom pažnjom.

Na temelju prethodnog istraživanja moguće je dati neke temeljne smjernice i predviđanja u svezi budućeg razvoja hrvatskog turizma, što predstavlja svrhu ovoga poglavlja pa i rada.

4.1. Učinci članstva Republike Hrvatske u Europskoj uniji

Dana 01. srpnja 2013. godine Hrvatska je ostvarila status punopravne države članice Europske unije, što predstavlja jedan od povijesno najznačajnijih događaja u spomenutoj državi. Ovo članstvo, pored niza ostalih segmenata, podrazumijeva usklađivanje nacionalnog zakonodavstva, razvojnih politika i ostalih procesa s onima na razini Europske unije.

EU nema posebno formiranu turističku politiku, već je ona u nadležnosti svake države članice. Međutim, učinci od članstva su evidentni, a u literaturi se klasificiraju kroz one pozitivne i negativne.

Pozitivni učinci članstva Hrvatske u EU su sljedeći:

- veći broj dolazaka turista i jednostavnija putovanja;
- unapređenje konkurentnosti hrvatskog turizma uslijed drugačijeg poimanja kvalitete i uvođenja niza standarda kao što su npr. ISO standardi 9001 i 14001;
- povećanje atraktivnosti države na međunarodnom turističkom tržištu i izgradnja imidža turističke destinacije;

- poticanje investicijskih ciklusa;
- tendencija i poticanje modernizacije infrastrukture i suprastrukture;
- unapređenje i obogaćivanje turističke ponude;
- unapređenje obrazovanja i stručnog osposobljavanja;
- uređenje okoliša i kvalitetnija valorizacija te zaštita resursa;
- korištenje sredstava iz EU fondova – EU projekti.³¹

Ovo je tek dio pozitivnih učinaka koji proizlaze iz navedenoga, a generalno utječu na poticanje održivog i tržištu primjerenog turističkog razvoja. Međutim, s druge strane važno je ukazati i na potencijalne prijetnje ili negativne učinke članstva, a misli se na:

- prekomjernu urbanizaciju i betonizaciju;
- narušavanje atraktivnosti destinacije;
- intenziviranje konkurencije;
- povećanje troškova poslovanja uslijed nužnosti uvođenja standarda;
- odljev mozgova;
- dolazak jeftine radne snage iz ostalih zemalja – povećanje nezaposlenosti u Hrvatskoj;
- interes stranih rezidenata za hrvatske nekretnine u budućnosti bi mogao utjecati na aprecijaciju cijene nekretnina;
- devastacija okoliša i iskorištavanje nacionalnih resursa od strane multinacionalnih ulagača u Hrvatskoj (FDI investicije);
- rast konkurentnosti na hrvatskom turističkom i inom tržištu, kao i potencijalna prijetnja propasti domaćih poduzeća;
- povećanje nezaposlenosti uslijed uvoza jeftine radne snage i zatvaranja domaćih poduzeća koja ne uspijevaju konkurirati inozemnim tvrtkama;
- iskorištavanje lokalne radne snage i slično.³²

U konačnici se daje zaključiti kako EU potiče države na održivi razvoj turizma koji će biti usklađen s realnim potrebama međunarodne turističke potražnje, ali i mogućnostima države. Iako postoje određene prijetnje od članstva Hrvatske u EU,

³¹ Hodžić, T. (2011.): „Utjecaj pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam“; <http://eknjiznica.unipu.hr/596/>, 28. prosinac 2016.

³² Zlomisljić, P. (2017.): „Utjecaj pristupanja Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam“, <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:2039/preview>, 08. svibnja 2018.

smatra se da su to potencijalni problemi koji se javljaju u prvim godinama članstva kao i jednokratni troškovi (npr. strože kontrole i regulacija poslovanja i sl.), a što bi u daljnjoj budućnosti trebalo rezultirati većim poslovnim uspjehom. U nastavku slijedi analiza Strategije Europa 2020 s obzirom da se trenutno važeća nacionalna strategija razvoja turizma Hrvatske temelji upravo na ovome dokumentu.

4.2. Strategija Europa 2020

Spomenuta strategija predstavlja temeljni razvojni okvir za razdoblje od 2010. do 2020. godine, a njezin temeljni cilj i svrha su stvaranje uvjeta za pametan, održiv i uključiv rast. U okviru nje definirano je pet temeljnih ciljeva i to:

1. zapošljavanje – 75% zaposlenih u dobi od 20. do 64. godine;
2. istraživanje i razvoj – ulaganje u iznosu od 3% BDP-a EU;
3. klimatske promjene i energija - emisije stakleničkih plinova smanjene za 20 % (ili čak 30 %, uz odgovarajuće uvjete) u odnosu na 1990. godinu; 20% energije iz obnovljivih izvora; povećanje energetske učinkovitosti za 20%;
4. obrazovanje – stopa ranog napuštanja školovanja manja od 10%; 40% osoba u dobi od 30 do 34 godine s visokoškolskim obrazovanjem;
5. socijalna uključenost i smanjenje siromaštva - barem 20 milijuna ljudi manje živi u siromaštvu ili u opasnosti od siromaštva i socijalne isključenosti.³³

Ovi su ciljevi bezuvjetno važeći za sve države članice te se kao takvi redovno kontroliraju na nacionalnoj razini, ali i razini EU. Oni iskazuju željeni položaj koji bi trebao biti realiziran do kraja 2020. godine na razini svih država članica EU, a u usporedbi je s početnim stanjem iz 2013. godine. Daje se zaključiti kako su ciljevi detaljni definirani, a međusobno se nadopunjuju i kao takvi uvjetuju.

Praćenje napretka u njihovu ostvarenju vrši se u okviru europskog semestra, godišnjeg ciklusa koordinacije ekonomskih i proračunskih politika Europske unije. Godine 2014. objavljena je komunikacija koja predstavlja osvrt na strategiju Europa 2020 od strane Europske Komisije. Nakon toga uslijedilo je javno savjetovanje o strategiji kao i objava rezultata u 2015. godini. Te je godine Vijeće EU izglasalo

³³ Europska komisija (2016.): „Ciljevi strategije Europa 2020“, http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/targets/index_hr.htm, 28. prosinac 2016.

nekoliko integriranih smjernica u svezi ekonomskih politika država članica.³⁴ U nastavku slijedi prikaz dosadašnjeg uspjeha u realizaciji ciljeva U EU (Tablica 6.).

Tablica 6. Pokazatelji dosadašnje realizacije strategije Europa 2020

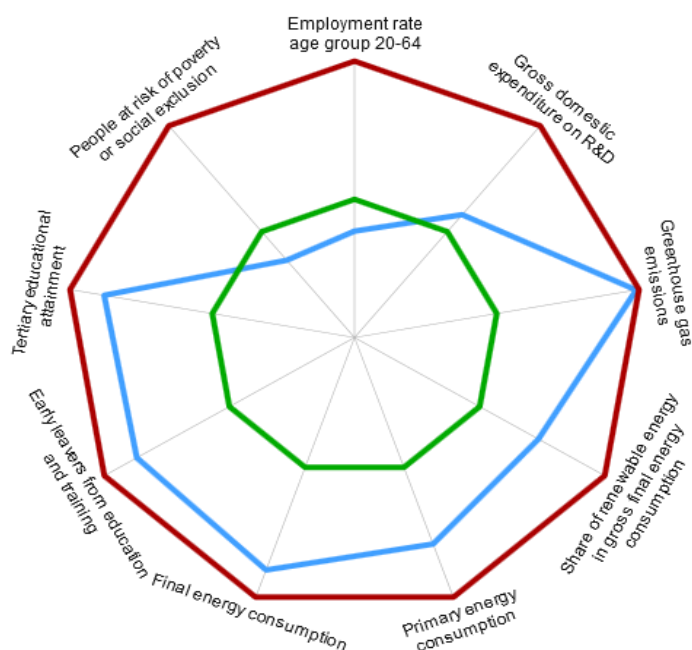
	Naslov indikator	Prošlo razd.	Trenutno stanje				2020	RH
		2008.	2013.	2014.	2015.		2015.	
Zaposlenost	<i>Stopa zaposlenosti, ukupno (% populacije od 20 do 64 godine)</i>	70.3	68.4	69.2	70.1	75	60,6	
Istraživanje i razvoj	<i>% BDP u istraživanje i razvoj</i>	1.85	2.03	2.03	-	3.00	0,84	
Klimatske prom./ener.	<i>Emisija stakl. plinova (indeks 1990.=100)</i>	90.29	80.24	77.05	-	80	75,4	
	<i>Udio korištenja obnovljivih izvora energije (%)</i>	11.0	15.0	16.0	-	20	29,0	
	<i>Primarna potrošnja energije (mil.tona ekvivalenta nafte)</i>	1,693.1	1,569.1	1,507.1	-	1,483	8,0	
	<i>Konačno korištenje energije (mil. tona ekvivalenta nafte)</i>	1,180.0	1,106.2	1,061.2	-	1,086	6,6	
Obrazovanje	<i>Rano napuštanje obrazovanja (% populacije od 18 do 24 godine)</i>	14.7	11.9	11.2	11.0	<10,0	2,8	
	<i>Visokoobrazovani (% populacije od 30 do 34 godine)</i>	31.1	37.1	37.9	38.7	≥40,0	30,8	
Siromaštvo i soc. isk.	<i>Ljudi na riziku od siromaštva i soc. isključenosti (000)</i>	-	5361	4642	-	-20000	105	

Izvor: EUROSTAT (2016.): „Europe 2020 in a nutshell“; <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators/europe-2020-strategy>, 28. prosinac 2016.

³⁴ Europska komisija (2016.): „Ukratko o strategiji Europa 2020“, http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index_hr.htm, 28. prosinac 2016.

Daje se zaključiti kako je napredak ostvaren već u prvim godinama provedbe navedene strategije, a nastavak uspješne realizacije ciljeva očekuje se i u budućnosti. Vidljivo je kako i Hrvatska uspješno napreduje u realizaciji ovih ciljeva, a dodatni napredak potrebno je realizirati u području udjela visoko obrazovanih i politički te obujmu korištenja obnovljivih izvora energije. Slikovni prikaz navedenoga slijedi u nastavku (Slika 6.).

Slika 6. Slikovni prikaz realizacije strategije Europa 2020 na razini Hrvatske



Izvor: EUROSTAT (2016.): „Europe 2020 in a nutshell“; <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators/europe-2020-strategy>, 28. prosinac 2016.

Na danom prikazu zelena linija predstavlja stanje u 2008. godini u Hrvatskoj po pojedinim segmentima koji se tiču prethodno navedenih ciljeva strategije. Plava linija je napredak u njihovoj realizaciji, a crvena predstavlja željeno i planirano stanje u 2020. godini. Prema tome, daje se zaključiti kako je u svim područjima ostvaren značajan napredak u realizaciji ovih ciljeva na području Hrvatske, izuzev siromaštva i socijalne isključenosti te stope zaposlenosti.

4.3. Programi i fondovi Europske unije

Fondovi Europske unije predstavljaju vrijedan izvor financijskih sredstava kojima se financiraju ili sufinanciraju konkretni projekti iz različitih područja pa tako i turizma. Na teritoriju Hrvatske već postoji zavidan broj uspješno realiziranih projekata, a zabilježen je njihov porast u posljednje vrijeme, te se slično očekuje i u budućnosti. Spomenuti projekti namijenjeni su poticanju održivog razvoja turizma i podizanju kvalitete turističke ponude i turističke destinacije. Uzmu li se u obzir ekonomski značaj turizma i njegova polifunkcionalnost, daje se zaključiti kako se ovim projektima potiču ekonomski razvoj, unapređenje kvalitete života lokalne zajednice i zaštita okoliša.

Ova bespovratna sredstva namijenjena su državama članicama i kandidatkinjama, a temelj za njihovo odobravanje jest postojanje kvalitetne ideje i na osnovu nje pisani projekt. Prema tome, vrlo je važno postojanje stručnog i obrazovanog kadra koji će pripremiti, predstaviti i provesti konkretan projekt u turizmu. Stoga se ponovno naglašava značaj unapređenja obrazovnog sustava pa tako i onoga za potrebe turizma.

Tijekom svoje kandidature za ulazak u EU Hrvatska je koristila PHARE, ISPA, SAPARD, CARDS i IPA instrumente financijske pomoći koji su bili namijenjeni zemljama Srednje i Istočne Europe kako bi se lakše i kvalitetnije pripremile za ulazak u EU. Ovi fondovi uvelike su potpomogli Hrvatskoj u samom procesu pridruživanja EU, a koristi se osjećaju i danas, ne samo na razini gospodarstva i društva, već i turizma kao vodeće socio-ekonomske pojave. Međutim, izdašnija sredstva nude se u okviru strukturnih fondova koji su trenutno na raspolaganju Republici Hrvatskoj, s obzirom na njezino punopravno članstvo u EU.

Hrvatska je danas korisnica Europskih strukturnih i investicijskih fondova (Kohezijski fond, Europski fond za regionalni razvoj, Europski socijalni fond, Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond).³⁵ Oni su namijenjeni različitim područjima, a većina njih izravno doprinosi i razvoju hrvatskog turizma. Primjera radi ističe se

³⁵ Ibidem.

Europski fond za regionalni razvoj koji za cilj ima minimiziranje i uklanjanje regionalnih nejednakosti u Hrvatskoj, a za ostvarenje navedenoga, promiče se i razvoj turizma u mnogim gospodarski slabije razvijenim područjima.

Ovim fondovima u Hrvatskoj upravlja Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, a za spomenuto razdoblje odobreno je 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).³⁶ U razdoblju od 2007. do 2013. godine Hrvatska je izradila četiri operativna programa i iskoristila financijska sredstva iz fondova u vrijednosti od 800 milijuna eura, od čega je 449,4 milijuna bilo namijenjeno kohezijskoj politici. Spomenuti programi su:

- OP Promet;
- OP Zaštita okoliša;
- OP Regionalna konkurentnost;
- OP Razvoj ljudskih potencijala.³⁷

Svi oni za cilj su imali unapređenje svakog od navedenih segmenata, a koji su imali izravan utjecaj i na turizam kao zaseban sektor. U sljedećem razdoblju, 2014.-2020. godine Hrvatska sudjeluje u nekoliko programa, a neki od njih su:

- 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 i ostali.³⁸

³⁶ Ibidem.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Europski strukturni i investicijski fondovi (2016.): „Programi EU“, <http://www.strukturnifondovi.hr/programi-unije>, 28. prosinac 2016.

Ovo je tek dio programa u kojima država sudjeluje, a svi navedeni izravno su ili neizravno povezani i s turizmom pa su iz tog razloga posebno izdvojeni. Važno je zaključiti kako su EU fondovi za turizam Hrvatskoj bili dostupni već u predpristupnom razdoblju, u okviru spomenutih programa. Financijska sredstva uglavnom su se usmjeravala u sufinanciranje javne infrastrukture te malog i srednjeg poduzetništva. Međutim, danas je poseban fokus usmjeren na razvoj i jačanje ljudskih potencijala u turizmu kao jednog od ključnih dijelova Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. U okviru tekućeg razdoblja spomenuti fondovi biti će usmjereni na sljedeće segmente:

- promicanje zapošljavanja i potpore mobilnosti radne snage;
- promicanje socijalnog uključivanja i borbe protiv siromaštva;
- ulaganje u obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.³⁹

Njima se nastoji osigurati snažan razvoj ove gospodarske grane i intenzivirati njezine ekonomske i neekonomske učinke. Time će se povećati ukupna zaposlenost i poboljšati konkurentnost turističkog sektora, a projekti će biti financirani direktnim ili indirektnim putem kroz institucije za poticanje razvoja poduzetništva i drugih sektora.

4.4. Pretpostavke budućeg razvoja hrvatskog turizma

Vizija i strateški ciljevi budućeg razvoja hrvatskog turizma biti će zasnovani na spomenutim snagama i temeljnim vrijednostima, a istovremeno će odražavati nacionalne prioritete.

S obzirom na prepoznat značaj nacionalnog turizma, kao i velike ovisnosti lokalne zajednice o turizmu (izvor zaposlenja, privatni iznajmljivači i slično) te članstvo države u EU, u budućnosti se očekuje rastući značaj održivog, odgovornog i pametnog turizma, kao što je istaknuto u temeljnom razvojnom dokumentu. Prema tome, njegov budući razvoj biti će prije svega utemeljen na odgovornom upravljanju resursima, kontinuiranom praćenju međunarodnih turističkih trendova i promjena na strani turističke potražnje, načelima održivog razvoja i ostalim načelima. Pri tome se izdvajaju:

³⁹ Prava ideja (2016.): „EU fondovi za turizam“; <http://www.pravaideja.net/eu-fondovi-za-turizam/>, 28. prosinac 2016.

- partnerstvo – horizontalna i vertikalna suradnja te suradnja među svim dionicima;
- institucionalno dereguliranje – pojednostavljenje pravno-legislativnog okvira i povećanje njegove transparentnosti u skladu s potrebama poduzetništva;
- ekološki odgovoran razvoj – primjena suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju, racionalnost u korištenju prostora i resursa, poštivanje kapaciteta nosivosti i slično;
- turistički doživljaj – kulturni turizam, ruralni turizam i niz ostalih selektivnih oblika turizma;
- turizam na čitavom području – smanjenje regionalnih nejednakosti;
- autentičnost i kreativnost – diferenciranje od konkurencije;
- hotelijerstvo kao pokretač investicijskih ciklusa – međunarodno brendiranje, tematizirani hotelski objekti i razvoj integriranih resort projekata;
- inovirani tržišni nastup – interpretiranje središnjeg i cjelovitog identiteta Hrvatske uz valorizaciju atrakcijske osnove;
- proizvodnja za turizam – povezivanje turizma i lokalnih proizvođača;
- kultura kvalitete – kontinuirano podizanje kvalitete smještaja i usluga sukladno tržišnim trendovima.⁴⁰

Sukladno navedenome, u budućnosti se očekuje minimizacija današnjih ograničenja nacionalnog turizma te bi u budućnosti trebao postati cjelogodišnji, inovativan, prepoznatljiv, raznovrsan i teritorijalno rasprostranjen koji će sigurnošću, kvalitetom, autentičnošću i stručnošću osoblja privlačiti sve veći broj turista, posebice onih inozemnih.

U okviru strukturnih ograničenja hrvatskog turizma, posebnu pažnju danas privlače sljedeća:

- niska gustoća turističkog outputa u ukupnom nacionalnom proizvodu – u realnom svijetu gdje ostali agregatni i strukturni pokazatelji imaju razvojnu putanju razdoblje „dostizanja“ globalnog prosjeka moglo bi biti dvostruko dulje;
- geopolitička elastičnost potražnje za turističkim proizvodom – misli se na standardno sredstvo ekonomske analize ponašanja vodećih varijabli na tržištu.

⁴⁰ Op. cit. pod 12, str. 29.

pri stabilnim uvjetima turistička potražnja za nekom destinacijom kontinuirano raste te obrnuto. Zbog toga razvoj koji se temelji isključivo na turizmu biva izložen ozbiljnim opasnostima i rizicima;

- zakon opadajućih stopa prinosa – ako je neka destinacija na početku ekspanzije, baza je niža pa je svaki rast iskazan u višim relativnim stopama;
- razvojni ciklus turističkog sektora – turizam se sve više razmatra u kontekstu životnog ciklusa koji vrijedi na primjeru proizvoda. Time on prolazi kroz jednake faze te ga je sukladno tome važno pratiti i razvijati.⁴¹

Navedena ograničenja rezultat su novijih istraživanja turizma, kao i turizma Republike Hrvatske. Smatra se kako imaju osobit značaj u kontekstu ove problematike i planiranja razvoja turizma na nacionalnoj razini, te je iste potrebno imati na umu pri planiranju bilo kakve razvojne aktivnosti, kao i pri njezinu realiziranju.

Sukladno spomenutoj strategiji, smatra se da će Hrvatska u 2020. godini biti globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i investicijski atraktivna te će stvarati radna mjesta i na održiv način upravljati razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njegujući pri tome kulturu kvalitete, a svojim gostima će tijekom cijele godine pružati gostoljubljivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.⁴²

Generalno se može zaključiti kako se u budućnosti očekuje povećanje ukupnog broja turista, ali i turističke potrošnje koja će biti prije svega potaknuta raznovrsnom i bogatom ponudom, kao i kvalitetom cjelovitog turističkog proizvoda. Iako se planira privlačenje turista iz udaljenijih destinacija, smatra se da će najveći porast dolazaka ostvariti trenutno najzastupljeniji gosti.

U okviru smještajnih kapaciteta, očekuje se nastavak podizanja kategorizacije postojećih objekata, posebice hotela i kampova, kao i otvaranja novih, tematskih objekata. S gledišta privatnog smještaja, očekuju se također povećanje ukupnog

⁴¹ Obadić, A., Tica, J., ur. (2017.): „Gospodarstvo Hrvatske“, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu Zagreb; 423.

⁴² Ibidem.

broja objekata i postelja te se vjeruje kako će u budućnosti posebnu ulogu u ovom segmentu imati označavanje objekata koji će garantirati kvalitetu smještaja i usluge. Uslijed članstva Hrvatske u EU očekuje se privlačenje sve većeg iznosa izravnih inozemnih investicija koje će imati iznimnu ulogu u svemu do sada navedenom. Međutim, nešto veći značaj, u smislu financiranja i sufinanciranja razvoja turizma, očekuje se u okviru spomenutih projekata Europske unije. Ovakvim predviđanjima i angažmanom, daje se naslutiti kako će se ekonomske i neekonomske funkcije turizma dodatno intenzivirati i kao takve proširiti.

4.5. Mogući ekonomski učinci hrvatskog turizma u budućnosti

U okviru praćenja ekonomskih učinaka hrvatskog turizma, razdoblje od 2013. do 2020. godine dijeli se na dva kraća razdoblja. Ono od 2013. do 2015. godine obilježilo je otklanjanje mnogih ograničenja, tržišno repozicioniranje turističke destinacije i priprema mnogih razvojnih projekata, a što je za posljedicu imalo dodatno intenziviranje ekonomskih učinaka turizma koji će se efektuirati tek u razdoblju što slijedi.

Sljedeće razdoblje, od 2016. do 2020. godine trebalo bi obilježiti tržišno normaliziranje učinaka novoizgrađenih smještajnih objekata i drugih investicija u povećanje obujma, kvalitete i raznolikosti različitih aspekata smještajne i izvan-smještajne turističke ponude.⁴³ Uslijed toga, očekivan je nastavak razvoja i poticanja razvoja poduzetništva u turizmu, investicijskih ciklusa i deregulacije tijekom 20-tih godina ovoga stoljeća. Do 2020. godine očekivani ekonomski učinci mogu se konkretizirati na sljedeći način:

- povećanje ukupnog broja noćenja na godišnjoj razini od oko 3%;
- rast potražnje za plaćenim oblicima smještaja pratiti će rast broja putovanja u nekomercijalne smještajne kapacitete inozemnih turista po prosječnoj godišnjoj stopi rasta od 2%, a domaćih po stopi od 1,7%;
- do 2020. godine ukupan broj noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima kretati će se oko 86 milijuna noćenja uz prosječni godišnji rast od 4,8%;

⁴³ Ibidem, str. 62.-65.

- rast potražnje za nekomercijalnim smještajnim kapacitetima iznositi će oko 2,2% godišnje;
- rast putovanja inozemnih turista kretati će se po prosječnoj godišnjoj stopi od 2,5%, a domaćih po stopi od 1%;
- turistička potražnja u 2020. godini vezana smještaj dosegnut će oko 93 milijuna noćenja;
- ukupna turistička potrošnja u 2020. godini trebala bi dostići oko 14,3 milijarde eura;
- inozemna (dolazna) turistička potrošnja trebala bi dostići oko 12,5 milijardi eura, a domaća oko 1,8 milijardi eura u 2020. godini;
- u uvjetima bržeg rasta potražnje od ponude, sve vrste smještajnih kapaciteta bilježit će povećanje iskorištenosti;
- ukupni komercijalni smještajni kapacitet u 2020. godini kretao bi se na razini od 955 tisuća ležajeva, uz stagnaciju rasta kapaciteta kućanstava uslijed postupnog, financijski poticanog, prerastanja određenog dijela ponude u male hotele i pansione;
- hoteli bi trebali predstavljati ključne pokretače investicijskog ciklusa u turizmu, no značajna unapređenja ponude očekuju se kroz proširenje kamping ponude;
- bruto iskorištenost hotela u 2020. godini mogla bi iznositi čak 47%, a kampova 23%;
- obiteljski smještaj, koji ostvaruje najnižu razinu iskorištenosti, ima potencijal povećati bruto korištenje u 2020. godini 20% u odnosu na 2015. godinu;
- ukupno očekivane investicije iznositi će 7,0 milijardi eura do 2020. godine.
- putem projekata EU očekuje se povećanje obujma, raznolikosti i kvalitete turističke ponude (hoteli, vezovi, golf tereni, kongresni centri i tematski parkovi);
- do 2020. godine očekuje se zapošljavanje dodatnih 20-22 tisuće djelatnika u turizmu (13 u hotelijerstvu, a preostalih 7 do 9 tisuća u objektima izvansmještajne ponude);
- očekuje se inducirano zapošljavanje dodatnih 10 tisuća osoba u neturističkim djelatnostima do 2020. godine.⁴⁴

⁴⁴ Ibidem.

Slijedom navedenog, a sukladno istraživanju iz prethodnog poglavlja, daje se zaključiti kako bi u budućnosti turizam trebao polučiti veće i konkretnije ekonomske učinke u okviru svih navedenih funkcija. Posebno intenziviranje njegova značaja očekuje se u okviru induktivne i multiplikativne funkcije, funkcije poticanja zapošljavanja te funkcije izvoza i uravnoteženja platne bilance. Prema tome, uz adekvatan angažman svih dionika, a posebice onih na vrhovnim pozicijama, turizam bi mogao postati jedan od vodećih sektora nacionalnog gospodarstva, s gledišta njegova gospodarskog značaja. Međutim, u tom kontekstu potrebno je biti posebno oprezan, s obzirom na karakteristike i obilježja turizma. Pri tome se misli na njegovu senzibilnost i promjenjivost te on ne bi trebao predstavljati jedinu i glavnu stratešku opciju razvoja nacionalnog gospodarstva.

5. ZAKLJUČAK

Razvoj turizma na nacionalnom teritoriju Republike Hrvatske velikim je dijelom determiniran čimbenicima na koje se ne može utjecati. Pri tome se misli na geostrateški položaj zemlje, blizinu emitivnih tržišta, klimatske uvjete i bogatu atrakcijsku osnovu. Prema tome, može se reći da Hrvatska uživa konkretne prednosti u odnosu na njezine vodeće konkurente, a navedeni čimbenici predstavljaju njezine komparativne prednosti.

Iako se tijekom svog povijesnog razvoja turizam ove države susreo s brojnim nepovoljnim događanjima, a misli se uglavnom na ratna razaranja, u posljednjih 15-ak godina on bilježi kontinuirani rast. To je ujedno jedna od mogućih potvrda atraktivnosti ove turističke destinacije na međunarodnom tržištu, popularnosti njezina turizma i rastućeg interesa za pripadajućim turističkim proizvodima.

Unatoč nizu prednosti hrvatskog turizma, on se suočava s ozbiljnim ograničenjima koja su prisutna već duži niz godina. Prvenstveno se misli na sezonalnost, slabu izvansmještajnu ponudu, nestručnost ljudskih potencijala, nedovoljan angažman svih dionika, a posebice lokalne zajednice, složenost birokracije i pravno-legislativnog okvira, slabo javno-privatno partnerstvo i neadekvatno praćenje međunarodnih trendova, praksi i promjena na strani turističke potražnje. Na temelju ovih ograničenja utvrđene su konkretne smjernice i prioriteti u svezi budućeg razvoja turizma Hrvatske, a u okviru temeljnog strateškog dokumenta Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske od 2013. do 2020. godine.

Članstvo države u EU uvelike je utjecalo na razvoj njezina turizma, kao i na nacionalno gospodarstvo. Pri tome se prvenstveno misli na usklađivanje temeljnih razvojnih dokumenata, primjenu strožih pravila i standarda poslovanja, provedbu kvalitetnijeg nadzora razvoja, sufinanciranje projekata i slično. Iako je spomenuto članstvo utjecalo i na pojavu većih troškova poslovanja te ozbiljnih izazova za gospodarstvo i društvo, smatra se da je riječ o jednokratnim i kratkoročnim troškovima, a uslijed čijih promjena će uslijediti dugoročnije koristi.

S gledišta značaja turizma, važno je prepoznati njegove ekonomske i neekonomske funkcije. Riječ je o polifunktionalnosti turizma, a u okviru čega su sve funkcije međusobno povezane te se kao takve i uvjetuju. Iako svaka od njih ima izniman značaj, posebno se izdvajaju induktivna i multiplikativna funkcija i funkcija poticanja zapošljavanja te uravnoteženja platne bilance.

Važno je istaknuti kako turizam u Hrvatskoj bilježi preko 18% udjela ukupnom BDP-u, a u posljednjih nekoliko godina taj udio kontinuirano raste, baš kao i ukupna turistička potrošnja. U okviru toga, inducira se potrošnja u mnogim, s turizmom povezanim, djelatnostima te dolazi do učinka prelijevanja bruto vrijednosti među djelatnostima. Osim toga, ukupan broj zaposlenih u turizmu u 2015. godini bilježio je gotovo 7%, a procjenjuje se da je taj udio i veći s obzirom na vrlo tešku procjenu ukupno zaposlenih, to jest neizravno zaposlenih u turizmu.

Saldo platne bilance Hrvatske bilježio je negativne vrijednosti od početka ovoga stoljeća do 2012. godine, a 2014. godine iznosio 0,9 milijardi eura. Pri tome je zabilježen negativan saldo u čitavom razdoblju na primjeru roba i ostalih usluga, dok prijevoz i turizam bilježe pozitivnu vrijednost bez odstupanja. Pri tome najviše vrijednosti izvršava turizam, a od 2009. godine ima tendenciju neprekidnog rasta, kao i saldo platne bilance. Time se potvrđuje njegov pozitivan učinak na uravnoteženje platne bilance.

Zanimljivo je istaknuti kako se u budućem razdoblju do 2020. godine očekuje i predviđa rast svih pokazatelja turističke aktivnosti na nacionalnom teritoriju, kao i ostalih procesa i pothvata u svezi turizma i njegova razvoja. Pri tome se posebno izdvajaju investicijski ciklusi i projekti EU. Uslijed takvih zbivanja očekivano je intenziviranje i unapređenje ekonomskih i neekonomskih učinaka turizma, čime će on dodatno potvrditi i osnažiti svoju ulogu i značaj u okviru nacionalnog gospodarstva, ali i šire.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Koncul, N. (2009.): „Ekonomika i turizam“, Mikrorad d.o.o., Zagreb
2. Obadić, A., Tica, J., ur. (2017.): „Gospodarstvo Hrvatske“, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu Zagreb
3. Pirjevec, B.; Kesar, O. (2002.): „Počela turizma“, Mikorad d.o.o., Zagreb
4. Pirjevec, B. (1998.): „Ekonomska obilježja turizma“, Golden mareting, Zagreb

Članci:

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.
2. Curić, Z. et al. (2012.): „Contemporary Issues in Regional Development of Tourism in Croatia“; Hrvatski geografski glasnik, 74/1, 2012., str. 19.-40.

Internet izvori:

1. Bakić, N. (2015.): „Grafikoni dana: neto uvoz roba i izvoz turizma“, <https://eclectica.hr/2015/04/01/grafikoni-dana-neto-uvoz-roba-i-izvoz-turizma/>
2. Bosnić, I. (2015.): „Ekonomske funkcije turizma“, www.vsmti.hr/en/.../doc.../3402-p3ekonomske-i-neekonomske-funkcije-turizma.html
3. DZS (2017.): „Dolasci i noćenja turista u 2016.“ https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-02_01_2016.htm
4. Europska komisija (2016.): „Ciljevi strategije Europa 2020“, http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/targets/index_hr.htm
5. Europska komisija (2016.): „Ukratko o strategiji Europa 2020“, http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index_hr.htm

6. Europski strukturni i investicijski fondovi (2016.): „Programi EU“, <http://www.strukturnifondovi.hr/programi-unije>
7. EUROSTAT (2016.): „Europe 2020 in a nutshell“; <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators/europe-2020-strategy>
8. Hodžić, T. (2011.): „Utjecaj pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam“; <http://eknjiznica.unipu.hr/596/>
9. Hrvatska.eu (2016.): „Regije“, <http://croatia.eu/article.php?lang=1&id=12>
10. HTZ (2015.): „Turizam u brojkama 2015.“, <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2015.pdf>
11. HTZ (2017.): „Turizam u brojkama 2016.“, <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2016.pdf>
12. Ivandić, N. (2014.): „TSA RH 2011. – Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH“; <http://www.iztsg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf>
13. IZTZG (2016.): „Hrvatski turizam u brojkama 2015.“, <http://www.iztsg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2015-Broj-01.pdf>
14. MFIN (2016.): „EU fondovi“; <http://www.mfin.hr/hr/eu-fondovi>
15. Ministarstvo kulture (2016.): „Nematerijalna dobra upisana na UNESCO Reprezentativni listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva“; <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5220>
16. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije (2012.): „Europski strukturni i investicijski fondovi“; <http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi>
17. MINT (2012.): "Turizam u brojkama 2011.", <http://www.mint.hr/UserDocImages/2011-turizamubrojkama.pdf>
18. MINT (2014.): "Turizam u brojkama 2013.", <http://business.croatia.hr/Documents/3256/Turizam-u-brojkama-2013.pdf>
19. MINT (2014.): „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“; <http://www.mint.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>
20. MINT (2015.): "Turizam u brojkama 2015.", <http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2015.pdf>
21. Prava ideja (2016.): „EU fondovi za turizam“; <http://www.pravaideja.net/eu-fondovi-za-turizam/>

22. Škara, M. (2016.): „Razvoj i tijek turizma Hrvatske od kraja drugog svjetskog rata do 1990. godine“, <https://repozitorij.unizd.hr/islandora/object/unizd%3A433/datastream/PDF/view>
23. World Bank (2018.): „Data“, <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>
24. Zlomislić, P. (2017.): „Utjecaj pristupanja Hrvatske Europskoj uniji na hrvatski turizam“, <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:2039/preview>

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Prihodi od turizma (2007.-2016.)	31
Graf 2. Neto uvoz roba i neto izvoz turizma (2000.-2014.)	32
Graf 3. Platna bilanca (2000.-2014.).....	33

POPIS SLIKA

Slika 1. Turističke regije Republike Hrvatske.....	11
Slika 2. Razvojna ograničenja hrvatskog turizma	17
Slika 3. Turistička satelitska bilanca – tablica	22
Slika 4. Turistički izdatci 2011. godine	24
Slika 5. Proizvodnja generirana turizmom 2011. godine.....	25
Slika 6. Slikovni prikaz realizacije strategije Europa 2020 na razini Hrvatske.....	38

POPIS TABLICA

Tablica 1. Broj postelja i analiza turističkih kretanja u Hrvatskoj 1938. godine	6
Tablica 2. Turistički značaj hrvatskih regija 2009. godine (%)	12
Tablica 3. Osnovni pokazatelji razvoja hrvatskog turizma (1985.-2016.)	15
Tablica 4. Domaći i inozemni turizam 2011. godine u Republici Hrvatskoj	23
Tablica 5. Ukupan broj zaposlenih u turizmu i udio u ukupno zaposlenima od 2006. do 2016. godine	29
Tablica 6. Pokazatelji dosadašnje realizacije strategije Europa 2020	37

SAŽETAK

Turizam Republike Hrvatske već je nekoliko dekada vodeći generator gospodarskog i socijalnog razvoja na ovome području. To se potvrđuje brojnim istraživanjima i praćenjima ove društveno-ekonomske pojave, odnosno identificiranjem učinaka kroz njegove ekonomske i neekonomske funkcije.

S obzirom na učinke turizma koji se očituju u BDP-u, generiranju zaposlenosti, uravnoteženju platne bilance i ostalim aspektima, smatra se da je turizam pokretač budućeg gospodarskog razvoja Hrvatske. Upravo zbog toga, danas se ulažu sve veći naponi i financijska sredstva prema njegovu jačanju i dinamičnijem razvoju. Jedan od instrumenata su nacionalni dokumenti, ali i Europski strukturni te investicijski fondovi koji potiču razvojne projekte u turizmu i ostalim povezanim područjima.

Turizam Hrvatske suočava se i s određenim strukturnim ograničenjima, a uglavnom je riječ o sezonalnosti, nedovoljnoj suradnji dionika, nedostatku radne snage, pasivnosti vodećih organa i redom dalje. Upravo se u tom smjeru planiraju konkretnije promjene u budućnosti.

Ključne riječi: turizam, Hrvatska, ekonomske funkcije, strukturna ograničenja.

SUMMARY

For a few decades Croatian tourism has been the leading generator of economic and social development in this country. That is confirmed by numerous researches and follow-ups of this socio-economic phenomenon, as well as identifying the effects through its economic and non-economic functions.

Due the tourism effects that are reflected in GDP, generating employment, balancing the balance of payments and other aspects, it is considered that tourism is the driving force behind Croatia's future economic development. That is why today more and more efforts and financial resources are being made to strengthen and develop it more dynamically. One of the instruments are the national documents, but also European Structural and Investment Funds that encourage development projects in tourism and other related areas.

Tourism in Croatia also faces certain structural constraints, mainly in terms of seasonality, inadequate stakeholder co-operation, lack of work force, passivity of leading bodies, and in a row. It is precisely in this direction that more concrete changes are planned in the future.

Key words: tourism, Croatia, economic functions, structural constraints.