

Mjerenje pokazatelja turističkog sektora

Martinčević, Maja

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:137:333638>

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“

MAJA MARTINČEVIĆ

MJERENJE POKAZATELJA TURISTIČKOG SEKTORA

Završni rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

MAJA MARTINČEVIĆ

MJERENJE POKAZATELJA TURISTIČKOG SEKTORA

Završni rad

JMBAG: 0303072859 , redovan student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija, smjer turizam

Kolegij: Statistika

Znanstveno područje: Prirodne i Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Kvantitativna ekonomija

Mentor: doc. dr. sc. Katarina Kostelić

Pula, 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

Pula, lipanj 2020



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Maja Martinčević, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Mjerenje pokazatelja turističkog sektora“ 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 sa 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.

Pula, lipanj 2020. godine

Potpis

Sadržaj

Uvod.....	1
1. Turizam.....	3
1.1. Turizam i turist.....	3
1.2. Statistika u turizmu.....	4
2. Tko je zapravo hrvatski turist.....	7
2.1. Njemačka.....	9
2.2. Slovenija.....	10
2.3. Italija.....	12
2.4. Ostale države.....	13
3. Pokazatelji uspješnosti aktera Hrvatskog turizma.....	16
3.1. Noćenja i dolasci po županijama.....	16
3.1.1. Dolasci stranih turista po županijama.....	17
3.1.2. Noćenja u Republici Hrvatskoj po županijama.....	20
3.2. Smještajni kapaciteti u Republici Hrvatskoj.....	23
3.2.1. Dolasci turista u Republiku Hrvatsku prema smještajnim kapacitetima.....	24
3.1.2. Noćenja po vrstama objekata.....	26
4. Istarska županija.....	30
4.1. Konkurentnost Istarskog turizma.....	30
4.2. Mjerni pokazatelji Istarske županije.....	31
4.3. Smještaj.....	34
5. Zaključak.....	36
Literatura.....	37
Popis tablica i grafikona.....	39
Tablice.....	39
Grafikoni.....	39
Sažetak.....	40
Abstract.....	42

Uvod

Turizam od davnih dana ima važnu ulogu u svijetu. Zahvaljujući turizmu, države jačaju svoj gospodarski potencijal, potencijal za zapošljavanje i prepoznatljivost neke države. Također, zahvaljujući turizmu gospodarstvo ima mogućnost rasta i razvijanja, tj. turizam je jedan od najbrže rastućih grana u svijetu te se reflektira i na ostale gospodarske djelatnosti. Osim toga, on ima jak utjecaj na društvo i okoliš, te zahvaljujući njemu mnoge sredine mogu prikazati svoju specifičnost (kulturu) koju vuku iz dalekih krojena.

Zahvaljujući raznim statističkim podacima koji se koriste u turizmu, možemo pratiti politike turizma i razvoj po regijama te kako se razvija održivi razvoj. Danas uz pomoć raznih statističkih istraživanja turizma ili uvida u turizam možemo saznati mnogo bitnih elemenata koji omogućuju praćenje i razumijevanje pojava vezanih uz turizam. Danas, turizam je popularna aktivnost većine ljudi u svijetu i razvrstava se na mnoge dijelove koji čine skladnu harmoniju. Ovim radom želi se prikazati kako turizam ima bitnu ulogu u razvoju i kako se iz godine u godinu on sam razvija što ukazuje na mogućnosti napredovanja cjelokupnog gospodarstva cijele države u budućnosti. Također, poanta ovog završnog rada jest orijentacija na bitne čimbenike Hrvatskog turizma i mogući potencijal. **Glavno Pitanje na koje se ovim završnim radom želi odgovoriti je “Koji su to osnovni pokazatelji Hrvatskog turizma i što oni govore?”. Zapravo, istraživat će se kako se brojke pokazatelja kroz godine mijenjaju i što one zapravo govore. Također, da bi se lakše došlo do odgovora, rad se sastoji od nekoliko pokazatelja koji prikazuju bitne informacije kako i gdje turizam najviše dolazi do izražaja kao grana.**

Rad započinje teorijskom obradom turizma i čimbenika turizma, te se nakon toga postavlja se poglavlje zašto je statistika u turizmu opće bitna. Bit ovih poglavlja jest da se čitatelja uvede u problematiku i ukaže na važnost zašto je bitno pratiti elemente i provoditi analize te zaključci koji se donose temeljem pokazatelja utječu na odluke koje se donose u sektoru turizma. Da bi se moglo predvidjeti što se od Hrvatskog turizma očekuje, potrebno je poznavati bitne čimbenike. Pritom je važno razumjeti pojam turista. Stoga u poglavlju “Tko je naš turist” detaljnije je objašnjeno tko je on zapravo i

što očekuje. Nakon što se zna tko je glavni gost i što on očekuje, sljedećim poglavljem obrađuje se pitanje “tko u Hrvatskoj ima najviše koristi od turizma“ i tu se prikazuju pokazatelji s ciljem utvrđivanja kako se turizam razvija po regijama, te nakon čega je detaljnije analizirana turistički najbolje razvijena županija.

1. Turizam

1.1. Turizam i turist

Pri definiranju turizma potrebno je izvršiti dublju analizu zbog samog njegovog nastajanja, jer danas on čini niz heterogenih čimbenika kojima pojedinac zadovoljava svoje turističke potrebe. Riječ "turizam" prvi put je zabilježena u rječniku francuskog filozofa, ljekara, političara i leksikografa Emila Litrea 1873. godine. Također, jedno od tumačenja jest da turizam dolazi od engleske riječi "tour" koja je u početku značila kružno putovanje. Danas, moglo bi se reći kako je turizam putovanje u svrhu da se osoba rekreira, zbog ugone ili posla te je to putovanje vremenski ograničeno na najduže razdoblje od godinu dana. Definicija turizma postoji zaista mnogo, no sve se više-manje temelje na slobodnom vremenu, vremenskom periodu od godine dana, da su to neki povezani odnosi, putovanje i sl. pa tako, jedna od definicija, prema enciklopediji je ta da je turizam ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost¹. Prema UNWTO "Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju." Prema državnom zavodu za statistiku² definicija je: "turizam su aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoje uobičajene sredine, ne dulje od jedne godine, zbog odmora, posla ili drugih osobnih razloga, osim zapošljavanja kod poslovnog subjekta sa sjedištem u mjestu posjeta." Turizam je zapravo gospodarska djelatnost koja obuhvaća turistička kretanja i sve odnose koji proizlaze iz takvih kretanja. Prema UNWTO turizam se dijeli na ove vrste:

- Domaći turizam
- Receptivni turizam
- Emitivni turizam
- Interni (unutrašnji) turizam

¹ Hrvatska enciklopedija, Internet, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020., dostupno na : <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763>, Pristupljeno [02.07.2020]

² Državni zavod za statistiku, 1639 Turizam u 2018., Zagreb 2020. dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf, Pristupljeno [01.09.2020]

- Nacionalni turizam
- Međunarodni turizam
- Intra regionalni turizam
- Inter regionalni turizam

Prema tipovima, postoje:

- Ruralni
- Kulturni
- Tematski
- Avanturistički
- Vjerski
- Kružna putovanja
- Kongresni i znanstveni turizam

Osobe koje ostvaruju turizam su turisti. A prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, turiste se definira kao: "ljude koji putuju i odsjedaju u mjestima izvan uobičajenog mjesta na razdoblje ne dulje od jedne godine u svrhu zabave, posla ili drugih razloga"³. Da bi turisti mogli ostvariti svoje putovanje, moraju raspolagati s dva preduvjeta, a to su slobodno vrijeme i financijska sredstva. Osim turista postoje i putnik, posjetitelj i izletnik. Tu je važno napomenuti kako je putnik osoba koja ostvaruje i prihode u drugoj zemlji dok činitelji turizma, tj. turisti, posjetitelji i izletnici nemaju to pravo.

1.2. Statistika u turizmu

Statistika je znanstvena disciplina koja se bavi prikupljanjem, analizom i tumačenjem podataka masovnih pojava.⁴ Ona omogućuje analizu izračunatih parametara (pokazatelja) u opisivanju stvarnih i očekivanih problema te procjenu vrijednosti valjanosti ishoda. Svrha statističkog istraživanja u turizmu jest praćenje turističke aktivnosti u komercijalnim smještajnim objektima i osiguravanje međunarodno usporedivih podataka u skladu s europskim standardima za statistiku turizma.

Osnovni pokazatelji su:

- dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta te vrstama smještajnih objekata,

³ Croatialink.com, Internet, dostupno na:

http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (pristupljeno 02.07.2020.)

⁴ Horvat J., Mijoč J., (2014.) Osnove Statistike, str. 19., Ljevak d.o.o., Zagreb

- spol i dobne skupine turista,
- način dolaska turista te broj soba i stalnih postelja.⁵

Također, prikupljaju se podaci o:

- dolascima i noćenjima po županijama, gradovima i općinama,
- udjeli noćenja po skupinama objekata (npr. lječilišta, toplice, specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju u ukupnom broju dolazaka i noćenja),
- načinu dolazaka turist,
- prosječnom broju dolazaka,
- prosječnom broju noćenja,
- godišnjem izvještaju o kapacitetu i prometu luka nautičkog turizma,
- godišnjem izvještaju o iznajmljivanju plovila za razonodu i sport itd.

Rezultati Analiza ovakvih podataka daju informacije pomoću kojih se uviđa trenutna situacija i zahvaljujući tim informacijama može se predvidjeti budućnost pomoću izračuna.

Državni zavod za statistiku svoje podatke od 2017. godine prikuplja putem sustava eVisitor i putem Hrvatske turističke zajednice i sastavljaju ih mjesečno te na kraju godine objave konačne podatke za tekuću godinu. Kako bi se osigurala vremenska homogenost statističkog niza, oni se preuzimaju sedmog dana u mjesecu za prethodni mjesec.⁶ Također prikupljaju se na temelju preporuka Eurostat-a i Svjetske turističke organizacije i prikupljaju se putem svih poslovnih subjekata. Osim navedenih, organizacije u svijetu koje se bave praćenjem i analizom turističkih podataka su: Svjetska turistička organizacija (WTO), Organizacija za ekonomiku, suradnju i razvoj (OECD), Statistički ured Ujedinjenih naroda, te Eurostat - Statistički ured Europske unije. Da bi se cjelovito statistički obuhvatilo djelatnost turizma, potrebno je uvesti i nova statistička istraživanja koja će osigurati sve pokazatelje o strukturi, sadržaju i dinamici turističkog prometa.⁷ Ta slika turizma dobiva se tek kad se kombiniraju svi izvori podataka. Osim osnovnih djelatnosti turizma, potrebno je sagledati i djelatnosti koje direktno sudjeluju u turizmu kao što je građevina, trgovina, prijevoz, te djelatnosti koje indirektno sudjeluju poput financijskog posredovanja, poslovanja nekretninama,

⁵ Turizam u travnju 2020, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-01_04_2020.htm, (pristupljeno 27.07.2020)

⁶ ibid

⁷ I. Kelebeh, A. Javor (1997.) Postojeća i nova statistička istraživanja iz područja turizma u Republici Hrvatskoj, str. 43-60, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/268441>, (pristupljeno 27.07.2020)

javne uprave, osiguranja, obrazovanje, zdravstvo i ostale društvene, socijalne i ostale usluge.

Statistika u turizmu se dijeli na dva dijela, na statistiku ponude i na statistiku turističke potražnje. Osnovna statistika turističke ponude je takozvana smještajna statistika koja se promatra iz aspekta postojećeg lokaliteta i objekata. Da bi se mogli pratiti podaci, oni se crpe iz poslovnih registra (pružaju adresne podatke, podatke o djelatnosti i ograničene ekonomske pokazatelje), uslužne statistike koji se odnose na djelatnost turizma te statistike cijena (koje prikupljaju podatke o cijenama turističkih usluga)⁸. Statistika potražnje govori o karakteristikama turističkih navika domaćeg stanovništva kao i posjetitelja. Kod nje se promatra dob, spol, državljanstvo, bračno stanje, prihodi, troškovi i ostale karakteristike turista. Ti podaci se mogu prikupiti putem anketa koje se provode kod kuće turista, te u mjestu odredišta (statistika na granici, statistika turističke potrošnje, posjećenosti raznih kulturnih mjesta i sl.). kao dodatni izvor koriste se bilance plaćanja, putnički prijevozi koji mogu dati dosta informacija i input i output računi. Podaci koje skupljamo potrebni su za daljnja raspravljanja i razgledavanja budućih a i prošlih trendova turističkog polja. Turizam jest grana u kojoj potražnja kreće ponudi pa zbog toga potrebno je saznati tko je "potražnja" a tko "ponuda". Kroz rad koristit će se pokazatelji dolazaka i noćenja po smještajnim objektima i županijama te noćenja i dolasci ostvareni prema državama odakle turisti dolaze. Za usporedbu koristi se aritmetička sredina, RBK te udjeli.

^{8 8} Ibid

2. Tko je zapravo hrvatski turist

Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svoje uobičajene sredine provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, vjere, porodice, poslova, javnih misija i skupova.⁹ Osim turista postoji i izletnik, a izletnik je osoba koja putuje i boravi izvan svoje uobičajene sredine, ali ne ostvaruje noćenje u mjestu posjeta. Hrvatska kao mala država može se pohvaliti sve većim brojem ostvarenih dolazaka turista i izletnika što pokazuju i mnogi pokazatelji dolazaka stranih turista u Hrvatsku. Da bi bila jasnija slika dolazaka, Tablica 1 prikazuje dolaske turista unazad 10 godina.

⁹ Methodological Guidelines in Basic Tourism and Travel Statistics, A Practical Manual (revised version); Eurostat, 1996 dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5923373/KS-RA-11-021-EN.PDF>, pristupljeno (14.07.2020.)

Tablica 1. Broj dolazaka stranih turista u Hrvatsku u razdoblju od 10 godina

DRŽAVA	NJEMAČKA	SLOVENIJA	ITALIJA	AUSTRIJA	ČEŠKA	POLJSKA	NIZOZEMSKA	SLOVAČKA	MAĐARSKA	FRANCUSKA	UKUPNO
2009.	1.463.281	962.604	1.057.893	776.450	578.517	417.849	296.086	292.450	298.359	393.192	8.693.796
2010.	1.525.133	1.016.572	1.018.375	810.340	605.732	454.445	285.257	310.031	297.667	388.320	9.110.742
2011.	1.661.346	1.099.919	1.150.311	892.467	638.036	497.702	286.986	335.021	328.016	394.482	9.926.674
2012.	1.852.731	1.053.553	1.050.507	945.578	647.211	544.134	335.266	337.429	-	418.412	10.369.219
2013.	1.932.846	1.066.808	1.017.407	968.490	652.216	635.593	336.271	337.099	326.354	449.280	10.955.168
2014.	1.988.993	1.101.552	1.060.912	1.018.521	661.486	630.360	-	355.000	366.262	441.494	11.622.961
2015.	2.124.149	1.191.998	1.111.428	1.119.709	696.151	674.779	-	380.942	435.990	466.045	12.683.179
2016.	2.269.843	1.297.760	1.086.584	1.230.757	688.843	756.773	-	-	486.249	490.604	13.714.570
2017.	2.615.900	1.297.681	1.110.219	1.331.215	741.757	934.336	-	-	545.789	536.072	15.592.899
2018.	2.783.513	1.364.252	1.148.078	1.369.709	755.104	929.184	486.349	430.882	598.975	583.130	16.644.871
2019.	2.881.284	1.426.246	1.175.069	1.385.004	742.248	932.678	486.317	439.538	617.391	629.231	17.353.488

Izvor 1: Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Želje i potrebe turista iz godine u godinu se mijenjaju i to se odražava na dolaske stranaca u Lijepu Našu. Prema podacima iz Tablice 1. "Broj dolazaka stranih turista u Hrvatsku u razdoblju od 10 godina", godišnjim brojem dolazaka po državama možemo primijetiti kako Hrvatska ima stalni trend rasta što znači da je Hrvatska svake godine sve poželjnija destinacija. Prema izrađenoj Tablici 1. koja je napravljena pomoću podataka iz izvora Ministarstva turizma Republike Hrvatske i temeljem sortiranja te prosječnim brojem posjetitelja od 2009. do 2019. godine, može se zaključiti kako poredak glasi:

Prva je Njemačka s prosječnim brojem od 2.099.911 turista unutar 2009. i 2019. godine. Druga je Slovenija 1.170.813 turista. Treća je Italija s 1.089.708 turista, a slijedi ju Austrija s 1.077.113 turista. Na petom mjestu je Češka s 673.391 turista, dok je Poljska šesta s 648.894 dolazaka turista. Daleka Nizozemska je sedma s 358.993, a Francuska osma s 471.842 dolazaka. Mađarska se s prosječnim brojem od 430.105 turista nalazi se na devetom mjestu, dok na dnu Tablice 1. je Slovačka od 357.589 turista. Zašto su Njemačka, Slovenija i Italija toliko ispred ostalih država i zašto one više broje dolaske.

2.1. Njemačka

Iz raznih podataka lako je moguće doći do informacije tko glavni posjetitelj Republike Hrvatske. No, ponekad je potrebno ući u detaljniju analizu i razmatranja i pomoću raznih anketa, istraživanja i analiziranja doći do odgovora "zašto je turist neke države odabrao Hrvatsku kao svoju destinaciju za odmor", tj. zašto su nam ti stranci najbitniji i zašto se moramo posvetiti njihovim potrebama te prilagoditi ponudu prema njima. Za takav podatak potrebno je mnogo vremena i zahvaljujući statistici možemo doći do podatka koji govori kada je došlo do nekog odstupanja te zahvaljujući tome, uvesti se u daljnja istraživanja. Zahvaljujući podacima sa stranice Ministarstva turizma Republike Hrvatske, temeljem sortiranja i prosječnim broju posjetitelja, unazad deset godina, iz Tablice 1. "Broj stranih turista u Hrvatskoj u Razdoblju od 10 godina" moguće je doći do zaključka kako je Njemačka naš glavni izvor turista s prosjekom od 2.099.911 turista godišnje. Najmanji broj posjeta prema Tablici 1. bio je 2009. kad je iznosio 1.463.281. što je za 636.630 manje od prosjeka u deset godina, a najviše je

bilo 2019. kada je iznosilo 2.881.284 što je veće za 1.418.003 turista od prosjeka. Također, iz Tablice 1. moguće je zaključiti kako je rast turista iz Njemačke stalan iz godine u godinu te ne postoje negativne oscilacije. Može se zaključiti kako je Hrvatska Nijemcima destinacija u koju se rado vraćaju i rado je odabiru svake godine. Vidljivo je da je iz godinu u godinu veći broj posjeta s obzirom na godinu prije te razlika između dviju godina varira od 56.000 turista više (razlika između 2013. godine i 2014.) i 346.057 turista više (najveći rast unazad deset godine koji je bio između 2016. i 2017. godine). Iz članka i videa "Koliko Nijemci zaista vole Hrvatsku?"¹⁰ iz 2017. je navedeno kako su Nijemci jedni od vodećih u putovanjima u svijetu te kako im je Hrvatska 4. destinacija za odmor i posjetu. Razlog zašto tome su blizina i dobra prometna veza, a prema statističkim istraživanjima, došli su do zaključka kako ju najviše vole posjećivati ljudi iz Bavarske te kako svaki četvrti Bavarac dolazi na Jadran. Također, razlog zašto Nijemci putuju u Hrvatsku je to što ima jeftine i brze letove za Split, Dubrovnik, Zadar i Pulu iz preko deset različitih njemačkih gradova. Može se zaključiti kako su Nijemci ključ hrvatskog turizma, jer prema članku "Nijemci su "kralježnica" hrvatskog turizma"¹¹ iz 2018. godine navodi se kako oni prosječno na dan u Hrvatskoj potroše oko 75 eura što je za 15 eura više od Hrvata i Slovenaca, ali puno manje od turista iz Skandinavije i Britanije za koje piše podatak kako Prosječno troše 138 eura dnevno. Bez obzira na brojke, zahvaljujući visokom prosjeku posjeta i vjernosti Nijemaca (koja se zaključuje po tome da svaki treći Nijemac kojeg su anketirali na području Hrvatske, bio je više od šest puta) odabir i prilagodba Njemačkom turistu nam je puno bitnija nego nekom tko će Hrvatsku posjetiti samo jednom, a uloženo je mnogo truda da se uopće uspostavi kontakt s nekim turistom. Naravno, svaki turist je bitan, no kad prema podacima možemo doći do toga tko nam je najbitniji i tko nam je glavni izvor, potrebno je biti što više orijentiran na njega.

2.2.Slovenija

Hrvatska kao turistička destinacija na slovenskom tržištu već godinama drži visoku poziciju, što je odraz visoke stabilnosti tržišta, izuzetno dobrog poznavanja ponude,

¹⁰ Mediacentar, Koliko Nijemci zaista vole Hrvatsku?, dostupno na: <https://www.dw.com/bs/koliko-nijemci-zaista-vole-hrvatsku/av-39635435> (pristupljeno 14.07.2020.)

¹¹ Todotović D., Nijemci su "kralježnica" hrvatskog turizma, dostupno na: <https://ezadar.net.hr/biznis/3231381/nijemci-su-kraljeznica-hrvatskog-turizma/> (pristupljeno 14.07.2020.)

blizine te povijesno-kulturne povezanosti.¹² Nakon Hrvatske, zemlje koje rado posjećuju su Italija, Austrija, Njemačka, no Hrvatska im je daleko preferirani odabir. Prema Tablici 1. "Broj stranih turista u Hrvatskoj u razdoblju od 10 godina" statističkim izračunom i poretkom, prosječan broj turista iz Slovenije je 1.170.813 što je za 929.098 manje od prosjeka Njemačke. Najmanji broj posjetitelja unazad deset godina bio je 2009. godine kada je iznosio 962.604 turista a najviše je zabilježeno 2019. godine kada je iznosio 1.426.264 turista. Ono što Slovenskog turista privlači u Hrvatsku su poznavanje jezika i kulture, mediteranska gastronomija, enologija, prirodne ljepote i razvedenost obale te dobra mogućnost za prilagodbu smještajnih segmenata. Također, prema članku "Upoznajmo svoje goste (2)- Slovenci" autorice Antonie Dobrota, iz 2016. godine, možemo zaključiti kako Hrvatsku biraju i zbog City break-a (27 %) i zbog odmora na selu (14 %) dok ostalih 59 % je odabir Hrvatske zbog odmora na moru. Među prednosti svakako možemo navesti koncentraciju različitih ponuda na relativno malom prostoru te povezanost ponude s domaćim zavičajem¹³. Unazad nekoliko godina veliku ulogu ima i sigurnost destinacije u odnosu na druge destinacije (Grčka, Francuska..). Ono što Slovenci navode kao nedostatke su nedovoljna gostoljubivost i osjećaj manjeg angažmana domaćina u odnosu na ostale strane goste. Kao glavni razlog odlaska na putovanje slovenski turisti naveli su provođenje slobodnog vremena (odmor, godišnji odmor, putovanje) te posjet rodbini i prijateljima. Kroz iščitavane Tablice 1., može se uočiti kako kroz sve godine nije bio stalni rast, već se broj turista smanjio u 2012. za 46.366 turista u odnosu na 2011. (2011 je bilo 1.099.919. a 2012. godine 1.053.553), te je pad bio u 2017. godini kada je broj dolazaka slovenskih turista bilo 1.297.681, a 2016. 1.297.760 što je mali, skoro pa neprimjetan pad za 79 turista. Prema Tablici 1. može se zaključiti kako promjene u broju dolazaka osciliraju te kako je najveća razlika u dolascima bila između 2014. i 2015. godine kad je iznosila 105.762 tisuća turista. Ostale godine, osim kada je bio manji broj u 2012. i 2017. drže se da su povećanja iznosila između oko 13.000 (2013./2012. razlika je bila za 13.275) i 34.000 (razlika između 2011. i 2010. kada je bilo 83.347 turista više). Kad se gleda tko je zapravo Hrvatski turist iz Slovenije, može se

¹² Savić B, Na čelu Predstavništva TZ Hrvatske u Ljubljani Riječanka: Slovenski turisti poznaju RH možda i više od nas, dostupno na: <https://www.novolist.hr/rijeka-regija/rijeka/na-celu-predstavnistva-tz-hrvatske-u-ljubljani-rijecanka-slovenski-turisti-poznaju-rh-mozda-i-vise-od-nas/> (pristupljeno 14.07.2020.)

¹³ HTZ, Slovenija, profil emitivnog tržišta - izdanje 2015. dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Slovenija-Profil-trzista-izdanje-2015-.pdf> (pristupljeno 15.07.2020)

zaključiti da oni ne traže destinaciju gdje će samo odmarati na plaži već traže destinaciju u kojoj mogu imati mnoštvo dodatne ponude, izleta i kulturnih sadržaja. Ako ih svrstavamo prema dobi, istraživanjima¹⁴ se dolazi do toga da traže različite tipove odmora i smještaja. Oni od 18 do 29 vole aktivan i društveni život, prirodu, kupovinu, koncerte, kina i noćne klubove a rezerviraju putem interneta. Turisti koji su stariji od 30 godina vole degustirati domaću hranu, rekreirati se u prirodi, kratke izlete i aktivne odmore.

2.3. Italija

Talijanima je Hrvatska, nakon Španjolske drugi izbor za putovanja na ljetovanje. Prema Tablici 1. "Broj stranih turista u Hrvatskoj u razdoblju od 10 godina" može se zaključiti da su oni treća nacija prema dolascima u Hrvatsku na ljetovanje, s prosječnim brojem od 1.089.708 turista unutar tih deset godina, što je za 1.010.203 manje od prosjeka Nijemaca i 81.105 turista manje od prosjeka Slovenaca. Najmanje dolazaka je bilo 2013. kada je iznosilo 1.017.407 a najviše 2019. kada je iznosilo 1.175.069 što je za 157.662 turista više od najgora godine, a usporedbom podataka za Njemačku gdje je ta razlika iznosila 1.418.003, može se zaključiti kako su Nijemci ipak kroz godine sve jači i motiviraniji za dolazak u Hrvatsku. Pogledom na Tablicu 1. može se također zaključiti kako je najgora godina za većinu zemalja 2009. dok kod Talijana tako nije. Prosječni budžet Talijana na godišnjem odmoru bio je 838 eura (smještaj, usluge, zabava, hrana itd.).¹⁵ Prema podacima iz HTZ-a¹⁶ možemo saznati da Talijani su 2015. godine kao prednost naveli – blizinu, čistoću mora, ekološku očuvanost, prihvatljive cijene u glavnoj sezoni i prekrasnu obalu za nautičare, dok je nedostataka puno više. Kao nedostatke organizatori putovanja 2015. godine su naveli: ne postoje low cost letovi izvan visoke sezone, nedovoljna čistoća plaža i smještajnih kapaciteta, nedovoljno sadržaja u razdobljima izvan glavne sezone, previsoke cijene smještaja izvan glavne sezone, previsoke cijene restorana (često prilično skuplji nego u Italiji), duga čekanja u redovima za ukrcaj na lokalne trajekte (često pitaju zašto nije moguće rezervirati karte za lokalne trajektne linije), manjak obiteljskih soba u hotelima

¹⁴ Sveučilište u Splitu Ekonomski fakultet, Sara Prcela, stanje i mogućnosti eno i gastro turizma poluotoka Pelješka, dostupno na: <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A3046/datastream/PDF/view> pristupljeno: (01.09.2020)

¹⁵ HTZ, Italija, Profil emitivnog tržišta - izdanje 2018, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/Italija.pdf>, (pristupljeno 30.07.2020.)

¹⁶ HTZ, Italija, Profil emitivnog tržišta - izdanje 2016, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Italija-Profil-emitivnog-trzista-izdanje-2016-%20%281%29.pdf> (pristupljeno)30.07.2020.

(četverokrevetne ili dvokrevetne sobe povezane vratima), nemogućnost zaustavljanja s kamperima izvan kampova (smatraju da zbog neznanja i nedovoljnih upozorenja često nepravедno plaćaju visoke kazne), nepovezanost između otoka.¹⁷ Dakle, može se zaključiti kako njih zapravo privlači nautika, prednost nam daje to što smo im bliska destinacija, ekološki očuvana s čistim morem i predivnom prirodom, te im je pogodna iz razloga jer Hrvatska im nudi dobar odnos između cijene i kvalitete. Zahvaljujući Tablici 1. možemo doći i do zaključa kako Talijani iz godine u godinu sve više dolaze te kako brojimo samo dva pada u dolascima s prijelaza s godine na godinu. Ti padovi dogodili su se u 2010. kada je broj dolazaka bio 1.018.375 što je manje za 939.518 turista manje u odnosu na 2009. godinu kada je iznosilo 1057.893 turista. Drugi pad bio je 2013. kada je broj turista iz Italije iznosio 1.017.407 što je za 33.100 turista manje od prethodne godine kada je iznosilo 1.050.507 dolazaka godišnje. Ono što bi Hrvatsku još bolje plasiralo na talijansko tržište je sam marketing. Te aktivnosti moraju biti snažne kako bi nadvladale talijansku i mediteransku konkurenciju jer Hrvatska im nije prioritet za putovanje. Talijani su u 2017. najviše noćenja ostvarili u Istri i na Kvarneru, slijede klasteri Dalmacija-Zadar, Lika-Karlovac i Dalmacija-Split. Najviše noćenja ostvarili su u objektima u domaćinstvu (40 %), zatim u kampovima (25 %) i hotelima (22 %).¹⁸

2.4. Ostale države

Osim što Hrvatska ima formiranu stalnu potražnju, potrebno je i staviti fokus na potencijalnu, tj. potrebno je saznati za koga se također ponuda Lijepa naše mora prilagoditi. Osim Nijemaca, Slovenaca i Talijana u posljednjih nekoliko godina sve više dolaze i Česi te Austrijanci. Česi, zahvaljujući gospodarskom rastu i prosječnom plaćom od 1225 eura¹⁹ diljem države i 1512 eura²⁰ glavnom gradu Pragu, posljednjih nekoliko godina sve više odvajaju za odmor. Njihova dnevna potrošnja u Hrvatskoj iznosi oko 71 euro, što je i više od prosjeka potrošnje Hrvatskog turista.²¹ Prema podacima iz članka s Glasa Istre, navodi se kako su Česi uz Austrijance zasluženi da

¹⁷ HTZ, Italija, Profil emitivnog tržišta - izdanje 2015, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Italija-Profil-trzista-izdanje-2015-.pdf>, (pristupljeno 7.7.2020.)

¹⁸ HTZ, Italija, Profil emitivnog tržišta - izdanje 2018, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/Italija.pdf> (pristupljeno 30.07.2020.)

¹⁹ Koačević R., Kakvi su turisti na Jadranu? Rusi su najbolji potrošači, Talijani zavodnici, Bosanci zabavni..., dostupno na: <https://www.vecernji.hr/vijesti/kakvi-su-turisti-na-jadranu-rusi-su-najbolji-potrosaci-talijani-zavodnici-bosanci-zabavni-1332148>, (pristupljeno 30.07.2020.)

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

je Hrvatska uopće postala turistička zemlja jer su oni već 1987. godine organizirali putovanja na Jadran, od početka Prvog svjetskog rata otvarali hotele i pansione u Opatiji, Lovranu, Puli, Kraljevici, Krku i Rabu, a iznimne zasluge imaju za razvoj Baške na Krku gdje su 1910. zahvaljujući Čehu Emilu Geistlichu osnovana Kupališna zadruga Hrvatsko-češko morsko i klimatično kupalište Baška.²² Za Čehe se govori kako su oni od davnih dana turisti s posebnim potrošačkim navikama te kako štede gdje god mogli. Također, iz članka, "Online predavanje "Česi i hrvatski turizam"²³ kojeg je Objavio Glas Istre navodi se kako su oni prvi bili 1925. godine na otoku Pagu, pa kako su gradili hotele na Braču i sl. Bez obzira na to što se Češka nalazi na petom mjestu i bez obzira na to što nam nudi puno manje turista nego Italija, Slovenija i Njemačka, zahvaljujući ovim podacima Hrvatski Jadran ima danas ovakav sjaj za koji danas nemaju najpozitivnije recenzije od strane domaćina. Organizatori putovanja iz Češke navode kako ih hvati smatraju gostima drugog reda, tj. da su odnosi drugačiji nego s njemačkim i zapadnim organizatorima putovanja. Također, Organizatori putovanja kao nedostatak ističu i relativno malu podršku hrvatskih partnera u promoviranju aranžmana sa svrhom produljenja sezone.²⁴ Prema brojevima iz Tablice 1. "Broj dolazaka stranih turista u Hrvatsku u razdoblju od 10 godina" može se zaključiti kako dolasci variraju unutar prosjeka od 673.391 turista, gdje je navedeno kako je najviše dolazaka bilo 2018. godine 755.104 dok je najmanje bilo 2009. kada je iznosilo 578.517. turista. Kod Austrijanaca iz Tablice 1. je vidljivo kako se od 2009. do 2019. godine broj turista skoro udvostručio tj. razlika između 2009. godine i 2019. godine iznosi 608.554 turista, dok je prosjek unazad deset godina 1.077.113 turista. Najviše ih privlači priroda, more i gostoljubivost, a nezadovoljni su s prometom, parkingom, ekološkim ponašanjem i sl. Također, ono što vole u hrvatskoj jest ponuda sadržaja za zabavu i rekreaciju. Zahvaljujući takvoj ponudi, uz wellness, Austrijanci dolaze u Hrvatsku tijekom cijele godine u različite krajeve Hrvatske. Austrijanci kad planiraju putovanje van zemlje, prosjek planiranog izdatka iznosi im oko 2.500 eura²⁵ te su više od dvije trećine "stalni gosti". Iznimno se fokusiraju na odnos između cijene i kvalitete, te da imaju dobre uvjete za opuštanje, blizinu i dostupnost. Osnovni nedostaci vezuju se uz nedovoljnu

²² Hina, Online predavanje "Česi i hrvatski turizam", dostupno na: <https://www.glasistre.hr/hrvatska/online-predavanje-cesi-i-hrvatski-turizam-639745> (pristupljeno 12.07.2020.)

²³ Ibid.

²⁴ HTZ, Češka, Profil emitivnog tržišta - izdanje 2016, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Ceska-Profil-trzista-izdanje-2015-.pdf>, (pristupljeno 12.07.2020.)

²⁵ HTZ, Austrija, Profil emitivnog tržišta 2013.-2015., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Austrija-profil-trzista.pdf> (pristupljeno 12.07.2020.)

ponudu kvalitetne izvanpansionske ponude, nedostatne zabavne, sportske i pustolovne sadržaje te ograničene mogućnosti kupnje (tzv. Shoppinga).²⁶

Za usporedbu, ostalih 5 država, Poljska, Nizozemska, Slovačka, Mađarska i Francuska su države koje nemaju velike oscilacije u dolascima te im je porast dolazaka stalan. Od ovih država mogla bi se izdvojiti još i Poljska među države koja nam daje više turista te koja ima povećani rast iz godine u godinu te veću razliku od 2009 do 2019. Prema podacima može se zaključiti kako Hrvatski (strani) turist je u većini onaj koji dolazi u Hrvatsku kako bi odmorio uz sunce i more. Sve ih privlače prirodne ljepote, gastronomija a što se tiče osobnog doživljaja od države do države postoje razlike . Problem Hrvatske ponude jest taj što se više baziraju na turiste dubljeg džepa ignorirajući one turiste koji bi možda u tom momentu ostavili više novca uz bogatiju turističku ponudu (primjer Slovenci). Zahvaljujući podacima Ministarstva turizma Republike Hrvatske i izrađenoj Tablici 1. „Broj stranih turista u Hrvatskoj u razdoblju do 10 godina“ može se zaključiti kako je Hrvatska iz godine u godinu rasla potražnjom što je utjecalo na prenakrcanost ulica, ponude, potpuno zapunjenim kapacitetima, nezadovoljstvom i slično. Zahvaljujući tome iscrpili su se mnogi prirodni resursi i potencijali kako bi netko iz toga imao korist. U ime toga, sljedeće poglavlje navodi tko je zapravo krivac za prenakrcanost, a opet i zadužen za uspješniji rast i razvoj Hrvatskog turizma.

²⁶ Ibid.

3. Pokazatelji uspješnosti aktera Hrvatskog turizma

Da bi se došlo do zaključaka tko je u Hrvatskoj uspješan u grani turizma, potrebno je provesti neke od analiza. Kroz ovo poglavlje analizirat će se geografska distribucija turista Republike Hrvatske te korištenje smještajnih kapaciteta na Hrvatskom području u svrhu turizma. Činjenicom i općim znanjem da je Jadranska Hrvatska daleko najrazvijenija i najpogodnija za turizam u Hrvatskoj i da je glavni izvor prihoda i sezonskog posla, već unaprijed se može postaviti osnovni zaključak, a to je da istraživanje treba temeljiti nad prostorom uz more, dok ostatak Hrvatske neće kroz rad toliko ulaziti u detaljnije analize i usporedbe brojeva. Zahvaljujući raznolikoj ponudi, Hrvatska ima porast u potražnji za turističkim dobrima i uslugama. Kao što se već zna, turist će se u Hrvatsku uputiti radi zabave, odmora, gastronomije i prirode i kako hrvatska ima mnoštvo takvih ponuda, mnogo turista se vraća ponovno. Da bi se moglo raspoznati koja županija ima dobru korist od turizma, potrebno je sagledati neke od pokazatelja. U ovom poglavlju obuhvaćena su noćenja i dolasci po županijama, te noćenja i dolasci po smještajnim objektima kako bi se dobio osnovni uvid gdje se najviše iskorištava turistički potencijal i tko najviše doprinosi razvoju turizma. Dubljim istraživanjima poput dobiti po županijama i broju zaposlenih u turističkom sektoru, dobiva se još točnija slika koristi.

3.1. Noćenja i dolasci po županijama

Da bi se saznalo tko ima najviše koristi od županija, važno je popratiti dva glavna pokazatelja, noćenja i dolasci turista. Provoditi konkurentnost između Kontinentalne i Jadranske Hrvatske i stavljati ih u isti koš nema koristi. No, stavljanjem u odnos i promatrati razlike između 10 najrazvijenijih turističkih županija, dobra je usporedba. Izračunom aritmetičke sredine dolazi se do okvirnog poredaka navedenih županija u određenom vremenu. Provođenjem još dodatnih analiza i saznavanjem dodatnih informacija, dobit će se uvid u rezultat "zašto je neka županija turistički jača od druge".

3.1.1. Dolasci stranih turista po županijama

Tablica 2. Ukupan broj dolazaka domaćih i stranih turista po županijama

Godina/županija	2005.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Primorsko-goranska	2.076.456	2.247.788	2.214.061	2.205.627	2.151.118	2.360.214	2.353.219	2.380.034	2.419.864	2.560.726	2.598.437	2.789.179	2.909.914	2.966.489
Ličko-senjska	300.060	359.635	365.709	386.720	403.960	425.675	467.119	493.164	522.857	574.736	621.129	736.284	789.330	820.648
Zadarska	931.509	1.072.659	1.102.170	1.049.019	971.092	1.022.464	1.074.192	1.086.788	1.186.90	1.289.862	1.362.206	1.559.419	1.664.467	1.751.741
Šibensko-kninska	750.840	820.312	822.879	746.532	634.614	650.059	657.371	716.849	746.177	797.035	817.755	923.233	965.203	1.009.451
Splitsko-dalmatinska	1.505.266	1.731.039	1.746.311	1.657.945	1.637.656	1.777.700	1.834.876	2.037.977	2.212.903	2.473.538	2.737.304	3.159.851	3.474.145	3.657.001
Istarska	2.505.017	2.719.949	2.729.618	2.755.269	2.627.918	2.895.686	2.985.042	2.980.663	3.059.226	3.369.905	3.763.174	4.104.018	4.332.752	4.481.698
Dubrovačko-neretvanska	909.374	978.402	986.851	957.22	982.619	1.046.826	1.122.420	1.241.254	1.346.281	1.443.103	1.598.767	1.864.114	2.014.734	2.237.036
Zagrebačka	29.852	32.376	35.13	36.942	34.569	34.367	38.764	47.732	53.841	65.653	75.527	86.501	122.950	139.913
Krapinsko-zagorska	36.436	61.197	65.145	56.497	54.781	60.121	62.837	75.172	85.367	95.751	124.585	142.313	160.669	177.835
Sisačkomoslavačka	25.138	33.16	31.618	29.273	26.991	26.569	24.163	27.224	27.516	29.214	29.579	36.640	38.629	38.021
Karlovačka	166.208	160.958	164.883	161.277	163.754	165.450	186.517	195.971	207.876	245.000	278.965	332.991	353.264	364.517
Varaždinska	46.809	48.987	46.698	48.987	38.518	38.555	43.217	42.385	45.774	49.614	52.008	61.257	71.150	81.284
Koprivničko-križevačka	11.514	18.357	18.042	15.592	12.093	13.531	15.244	15.812	16.764	17.893	18.864	18.537	19.591	18.924
Bjelovarskobilogorska	11.111	14.669	14.776	12.719	11.590	13.887	14.383	15.048	16.076	20.336	20.490	22.556	24.830	24.323
Virovitičko-podravskaa	6.071	14.415	14.368	14.395	12.991	13.625	12.207	13.732	12.892	11.308	12.789	14.184	18.023	16.710
Požeško-slavonska	7.330	8.356	8.365	9.630	9.014	9.729	8.801	9.835	9.890	10.284	11.654	13.284	16.252	19.706
Brodskoposavska	18.277	22.757	24.847	23.118	18.099	18.526	20.143	23.728	24.295	23.991	26.569	28.614	34.500	36.759
Osječko-baranjska	62.651	84.724	89.386	78.382	71.749	77.697	74.373	75.177	74.026	79.588	89.060	92.239	99.025	107.598
Vukovarskosrijemska	31.314	38.355	39.765	33.828	36.582	36.682	33.808	41.148	43.709	51.566	69.818	88.942	80.536	80.549
Međimurska	14.230	28.90	35.019	32.351	38.302	37.369	38.913	45.179	48.272	56.442	45.880	70.337	76.415	81.924
Grad Zagreb	549.607	665.398	705.165	633.517	666.106	730.945	767.366	868.855	967.902	1.077.778	1.108.600	1.286.087	1.400.201	1.454.019
UKU-PNO	9.995.070	11.162.406	11.260.807	10.934.474	10.604.116	11.455.677	11.834.975	12.433.727	13.128.416	14.343.323	15.463.160	17.430.580	18.666.580	19.566.146

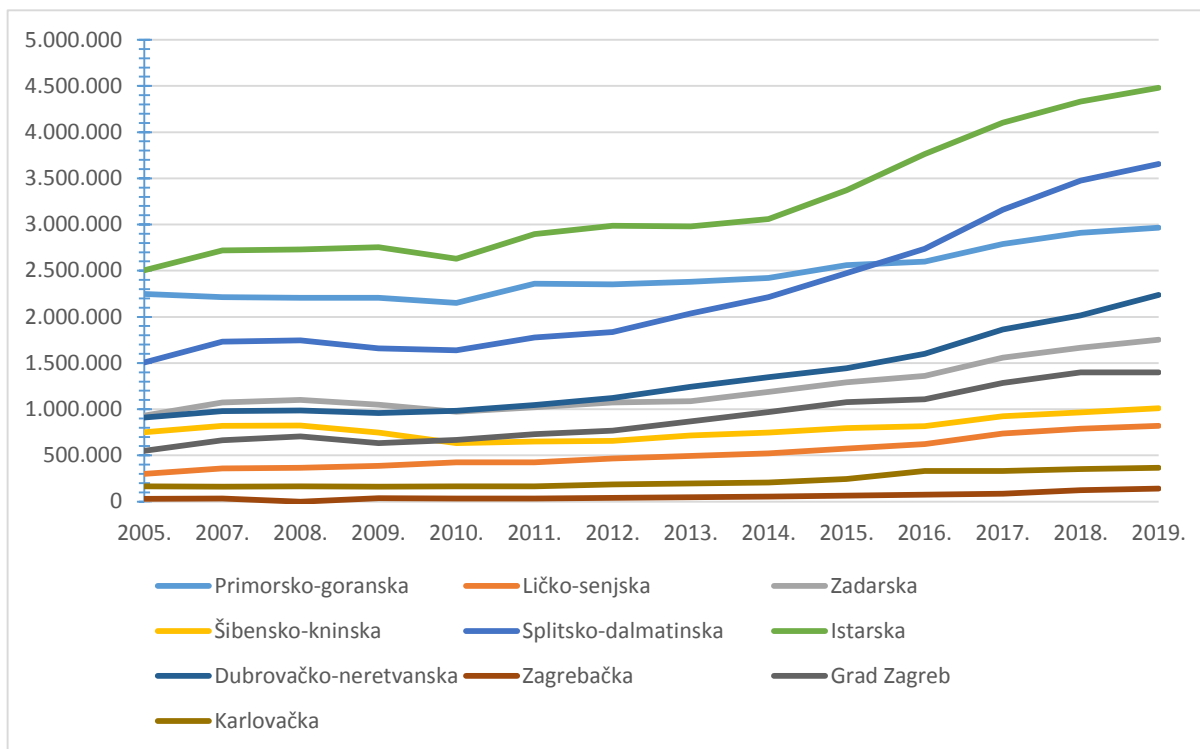
Izvor 2: Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Iz Tablice 2. moguće je iščitati podatak kako je turizam Hrvatske pozitivnog razvoja i kako iz godine u godinu raste. Zahvaljujući usporedbama, moguće je saznati kako je turizam od 2008. do 2010. bio u padu u ukupnom broju dolazaka u većini županija, zbog recesije koja se proširila diljem svijeta. Kod nekih županija, poput Krapinsko Zagorske, Vukovarsko srijemske, Sisačko-moslavačke, Šibensko-kninske oporavak od krize i povratak na broj turista kao što je bio prije krize, trajao je i nekoliko godina duže. Zahvaljujući Tablici 2. „Ukupan broj dolazaka domaćih i stranih turista po županijama“ i izračunu aritmetičke sredine, lako je moguće dobiti poredak županija prema prosječnim dolascima koje smo dobili zbrajajući godine i dijeljenjem brojem godina koje su navedene u Tablici 2. pa prema tom izračunu, poredak najbolje pozicioniranih županija prema dolascima glasi:

Tablica 3. Prosječni godišnji dolasci po županijama

Redno mjesto	Županija	Prosječni godišnji dolasci
1.	Istarska županija	3 236 424
2.	Primorsko-goranska	2 445 223
3.	Splitsko-dalmatinska	2 260 251
4.	Dubrovačko-neretvanska	1 367 060
5.	Zadarska županija	1 225 968
6.	Grad Zagreb	879 041
7.	Šibensko-kninska	789 879
8.	Ličko-senjska županija	519 073
9.	Karlovačka županija	224 831
10.	Krapinsko-zagorska	89 908
11.	Osječko-baranjska županija	82 548
12.	Zagrebačka županija	61 461
13.	Varaždinska županija	51 089
14.	Vukovarsko-srijemska županija	50 471
15.	Međimurska županija	47 741
16.	Sisačko-moslavačka županija	30 044
17.	Brodsko-posavska županija	24 548
18.	Bjelovarsko-bilogorska županija	16 914
19.	Koprivničko-križevačka županija	16 483
20.	Virovitičko-podravska županija	13 408
21.	Požeško-slavonska županija	10 866

Grafikon broj 1. Dolasci turista u Republiku Hrvatsku prema najposjećenijim županijama



Izvor 3: podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Zahvaljujući Grafikonu broj 1. moguće je doći do zaključka da je kod navedenih županija stalni rast osim 2010.gdje skoro sve županije u Hrvatskoj bilježe pad dolazaka zbog financijske krize. Uočljivo je kako je Splitsko-dalmatinska županija uz Istarsku županiju od 2014. godine je doživjela nagli rast što je posljedica oporavka od financijske krize. U Tablici 2. su navedene dvije kontinentalne županije te grad Zagreb, jer se oni zbog svoje lokacije i važnosti te zbog turističkih atraktivnosti, mogu priključiti dobro ostvarenim dolascima kao što je kod primorskih županija. Vidljiva je velika razlika između najviše turistički atraktivnih županija Istarske, Primorsko-goranske i Splitsko-dalmatinske u odnosu na ostale. Također, Istarska županija daleko odstupa od ostalih županija i to pokazuje odnos između aritmetičkih sredina gdje Istarska županija ima 13.92 % više dolazaka više od Primorsko-goranske županije, 17.77 % više od Splitsko-dalmatinske, 40.60 % više dolazaka od Dubrovačko-neretvanske županije i 72.36 % više od Ličko-senjske županije.

3.1.2. Noćenja u Republici Hrvatskoj po županijama

Tablica 4. Ukupan broj noćenja domaćih i stranih turista po županijama

Godina/županija	2005.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Primorsko-goranska	10.50 1.921	11.11 4.740	11.26 3.659	10.98 9.353	10.93 8.291	11.74 1.692	11.97 3.931	12.34 8.195	12.21 2.423	12.90 0.281	13.90 2.568	14.89 7.443	15.28 4.346	15.31 4.671
Ličko-sejnska	1.120. 109	1.315. 280	1.409. 793	1.519. 841	1.618. 941	1.697. 107	1.824. 036	1.949. 651	2.030. 496	2.183. 342	2.322. 753	2.647. 025	2.749. 230	2.856. 171
Zadarska	5.214. 975	6.008. 672	6.237. 669	5.831. 138	6.223. 824	6.481. 067	6.783. 072	6.747. 858	7.184. 150	7.777. 576	8.209. 852	9.218. 486	9.590. 846	9.868. 704
Šibensko-kninska	3.458. 089	3.920. 068	3.978. 112	3.463. 655	3.783. 823	3.975. 122	4.139. 536	4.513. 814	4.552. 929	4.803. 987	4.988. 303	5.455. 189	5.512. 226	5.549. 445
Splitsko-dalmatinska	8.028. 642	9.246. 960	9.325. 458	8.813. 208	9.364. 032	10.25 0.215	10.51 7.880	11.46 7.965	12.13 4.612	13.19 8.339	14.88 0.891	16.62 2.717	17.56 1.956	17.96 6.287
Istarska	16.64 9.944	17.61 3.132	17.96 5.984	17.88 7.063	17.73 1.881	19.09 5.401	19.87 7.368	19.44 5.130	19.54 5.303	20.82 0.109	23.12 8.233	25.42 6.476	26.17 8.763	26.38 8.645
Dubrovačko-neretvanska	4.478. 495	4.414. 009	4.452. 625	4.225. 474	4.538. 026	4.775. 161	5.188. 091	5.618. 286	5.883. 802	6.053. 411	6.827. 837	7.712. 310	8.051. 049	8.259. 204
Zagrebačka	59.57 7	67.33 2	69.54 5	69.80 4	62.19 8	66.50 2	67.70 3	83.38 2	93.14 3	97.15 1	128.2 55	148.8 10	202.6 06	225.5 61
Krapinsko-zagorska	113.0 82	173.4 23	186.7 09	159.0 56	145.4 11	153.0 46	161.8 11	177.5 87	210.2 53	182.5 96	283.3 51	330.2 77	361.8 64	386.9 85
Šisačko-moslavačka	86.89 4	96.83 3	101.0 72	100.9 95	87.38 5	66.50 2	67.70 3	84.49 8	76.23 2	69.24 7	84.29 0	90.14 2	99.10 6	95.37 2
Karlovačka	279.5 51	272.9 77	278.8 08	269.4 19	282.0 83	269.2 91	303.5 22	324.0 39	331.1 26	383.4 77	466.4 32	565.2 98	608.3 66	626.2 31
Varaždinska	152.4 68	143.9 28	137.5 48	121.0 17	116.6 01	118.5 97	115.0 08	111.5 49	117.0 08	111.0 19	128.5 95	141.5 12	167.7 76	184.4 09
Koprivničko-križevačka	23.87 6	35.39 6	32.51 9	28.12 6	20.07 5	25.35 1	29.03 7	28.33 7	31.56 8	23.16 5	39.74 7	38.81 4	40.12 4	35.01 0
Bjelovarsko-bilogorska	26.09 2	33.30 4	36.33 7	31.83 5	23.98 1	30.46 8	31.92 4	32.56 5	36.61 4	52.80 9	67.66 6	69.75 6	79.82 4	77.51 3
Virovitičko-podravska	16.47 2	34.29 4	38.17 1	39.21 9	34.32 3	32.91 7	29.26 2	32.40 6	31.62 6	25.74 6	30.84 0	33.45 3	46.29 9	44.74 4
Požeško-slavonska	12.73 0	15.74 6	16.72 0	19.62 3	18.78 6	23.62 7	19.29 9	22.37 6	24.73 3	20.04 1	25.91 7	30.61 1	36.13 4	41.48 6
Brodsko-posavska	34.00 1	40.41 4	42.23 1	38.90 1	31.95 1	33.12 7	35.58 5	43.54 5	40.66 8	34.80 9	46.03 1	50.79 1	55.77 5	60.03 0
Osječko-baranjska	143.7 74 1	176.8 56	188.9 26	187.4 22	159.2 61	173.8 92	168.1 22	169.9 52	150.4 66	132.1 50	172.9 45	177.6 77	194.9 04	217.6 92
Vukovarsko-srijemska	55.53 6	82.70 3	85.39 5	78.03 3	68.38 3	62.39 4	60.53 8	75.60 6	83.15 9	78.81 2	102.2 01	138.4 70	132.0 42	134.3 08
Međimurska	30.57 7	66.24 9	73.29 6	67.31 3	81.52 6	78.85 6	89.36 0	99.18 2	111.2 17	109.2 50	110.0 39	168.1 46	186.7 36	196.9 22
Grad Zagreb	934.1 43	1.018. 549	1.133. 172	1.047. 937	1.085. 597	1.183. 125	1.245. 669	1.442. 192	1.602. 420	1.562. 584	1.972. 109	2.263. 758	2.511. 817	2.638. 962
UKUPNO	51.42 0.948	53.00 6.946	55.61 6.539	54.98 8.432	56.41 6.379	60.35 4.275	62.74 3.057	64.81 8.115	66.48 3.948	70.61 9.901	77.91 8.855	86.20 0.261	89.65 1.789	91.16 8.352

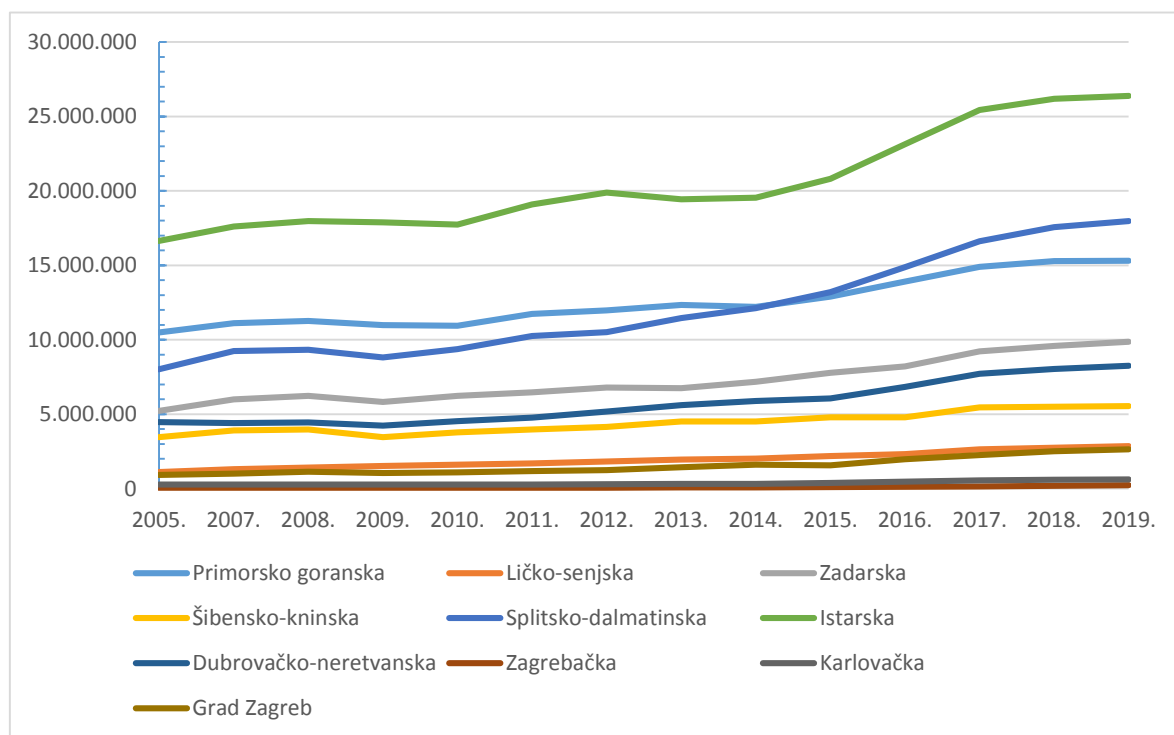
Izvor 4: Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Prema Tablici 4. „Ukupan broj noćenja domaćih i stranih turista po županijama“ i statističkom izračunu aritmetičke sredine, moguće je dobiti poredak županija prema prosječnim brojevima noćenja koje smo dobili zbrajajući podatke vezane uz županiju, koji su navedeni u Tablici 4.. Pa prema tom izračunu, poredak prosječnih noćenja po županijama glasi:

Tablica 5. Prosječna godišnja noćenja

Redno mjesto	Županija	Prosječni godišnji dolasci
1.	Istarska županija	20 553 817
2.	Primorsko-goranska	12 636 060
3.	Splitsko-dalmatinska	12 098 512
4.	Zadarska županija	7 241 278
5.	Dubrovačko-neretvanska	5 748 413
6.	Šibensko-kninska	4 435 307
7.	Ličko-senjska županija	1 945 984
8.	Grad Zagreb	1 545 860
9.	Karlovačka županija	375 759
10.	Krapinsko-zagorska	216 104
11.	Osječko-baranjska županija	174 636
12.	Varaždinska županija	133 360
13.	Međimurska županija	104 905
14.	Zagrebačka županija	102 969
15.	Vukovarsko-srijemska županija	88 399
16.	Sisačko-moslavačka županija	86 162
17.	Brodsko-posavska županija	45 049
18.	Bjelovarsko-bilogorska županija	41 990
19.	Virovitičko-podravska županija	33 555
20.	Koprivničko-križevačka županija	30 786
21.	Požeško-slavonska županija	23 416

Grafikon broj 2. Noćenja i turista u Republiku Hrvatsku prema najposjećenijim županijama



Izvor 5: Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Prema poretku i 2. grafičkom prikazu noćenja možemo zaključiti kako Istarska, Primorsko-goranska, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska i Zadarska županija daleko odstupaju od ostalih županija i imaju najviše koristi od turizma. Odabirom ovih 10 županija u grafički prikaz može se uočiti stalni rast noćenja. Razlog tome je da se u te gradove dolazi radi odmora, ljetovanja, mora, prirode i sl. Osim primorskih gradova, važnu ulogu prema podacima imaju i grad Zagreb koji je zbog svoje važnosti tako visoko i pozicioniran te Karlovačka županija koja nudi aktivan odmor i pustolovni turizam²⁷. Vidljivo je kako je Splitsko-dalmatinska županija od 2015. godine ostvarila više noćenja nego Primorsko-goranska pa se može time i donijeti zaključak kako unazad 4. godine Splitsko-dalmatinska ostvaruje veću korist od turizma nego Primorsko-goranska županija. Kod Istarske županije od 2015. do 2017. godine je nagli rast noćenja kao što je i kod Splitsko-dalmatinske 2014. gdje je zapravo ta županija postala druga po ostvarenim noćenjima. Kad se uspoređuju podaci podatci noćenja i dolazaka može se zaključiti kako županije nemaju izjednačenu poziciju

²⁷ Rihelj G., u Karlovačkoj županiji ostvareno 600.000 noćenja, dostupno na: <https://hrturizam.hr/u-karlovačkoj-županiji-ostvareno-600-000-nocenja/> (pristupljeno 05.08.2020.)

noćenja i dolazaka. Npr. grad Zagreb ostvaruje 8. mjesto u noćenjima dok u dolascima ostvaruje 6. mjesto, dok Međimurska županija ostvaruje bolju poziciju u dolascima nego u noćenjima. Također, vidljivo je kako primorske županije ostvaruju daleko veći broj noćenja od kontinentalnih, gdje Istarska županija daleko dominira od svih ostalih, što pokazuje podatak da prosječan broj noćenja Istarske županije je veći za 23.84 % od druge najbolje županije, 24.7 % od Splitsko-dalmatinske, 35.87 % od Zadarske i 40.06% Dubrovačko-neretvanske.

Da bi županije mogle ostvarivati dolaske i noćenja, potrebno je sagledati i smještajne kapacitete. U Istarskoj županiji najbrojniji su kampovi s obzirom na ostale županije, a uz primorsku obalu postoji mnogo privatnih iznajmljivača po kućanstvima. Središnja i Sjeverna Hrvatska posjeduju brojna lječilišta dok hotela ima diljem cijele Hrvatske.

3.2. Smještajni kapaciteti u Republici Hrvatskoj

Pod smještajnim objektom²⁸ podrazumijeva se poslovni objekt kojim posluje ugostitelj (pravna ili fizička osoba koja je registrirana za obavljanje ugostiteljske djelatnosti u skupini hoteli) ili pravna osoba koja nije ugostitelj, ali pod uvjetima propisanim zakonom za ugostitelja može obavljati ugostiteljsku djelatnost. (NN br. 88/07,58/08,62/09)

U osnovne smještajne objekte spadaju objekti te se svrstavaju u skupinu hoteli. Prema pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata u skupinu hoteli spadaju:

- Hoteli
- Aparthoteli
- Pansioni
- Turističko naselje
- Turistički apartmani
- Hotel-baština

Uz osnovne smještajne objekte postoje i komplementarni smještajni objekti. U tu skupinu objekata spadaju:

- privatni smještaji,
- kampovi,

²⁸Zakono ugostiteljskoj djelatnosti („Narodne novine“, broj: 138/06), „Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (interno pročišćeni tekst Pravilnika Narodne novine br. 88/07, 58/08, 62/09, 63/13, 33/14 i 92/14) dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/160721_pravilnik_hoteli2016.pdf (pristupljeno: 03.08.2020.)

- kamp naselja,
- kuće za odmor,
- planinski i lovački domovi itd.

Privatni smještaj ili kućanstva su smještajni kapaciteti u vlasništvu fizičke osobe. Da bi se neka fizička osoba mogla legalno iznajmljivati turistima svoje kapacitete mora za to dobiti odobrenje od nadležnog Ministarstva, te mora zadovoljavati minimalne tehničke uvjete propisane za iznajmljivača nakon čega on dobiva i kategoriju smještaja pod kojom smije poslovati, te ga kategoriziraju zvjezdicama. Privatni smještaj u Republici Hrvatskoj kategorizira se s najviše četiri zvjezdice. (NN br. 88/07) a u to spadaju

- soba u domaćinstvu
- apartman
- studio apartman
- kuća za odmor
- kamp u domaćinstvu

Kako bi se otkrilo koji ugostiteljski objekt ima najviše koristi, potrebno je sagledati brojke u prošlost. U ovom radu gleda se broj dolazaka turista i noćenja po vrstama objekta unutar 13 godina te se odabralo 5 vrsta objekata za usporedbu.

3.2.1. Dolasci turista u Republiku Hrvatsku prema smještajnim kapacitetima

S obzirom na specifičnu strukturu turističkih smještajnih kapaciteta Hrvatske u kojoj prevladava sve brže rastući obiteljski smještaj, uz mali udjel hotelskog smještaja te različite navike turista u pogledu trajanja boravka u određenim smještajnim kapacitetima, može se već unaprijed postaviti zaključak kako se turizam Hrvatske bazira na privatnim iznajmljivanjima smještaja, no prevladavaju i ostali objekti. Prilikom analize turističkih rezultata nužno je promatrati i dolaske i noćenja turista ostvarenih u pojedinoj vrsti smještajnog kapaciteta, budući da poznavanje jedne mjere (dolasci) ne odražava nužno proporcionalnu vrijednost u drugoj mjeri (noćenjima). Na primjer, smještaj u kampovima rezultira većim brojem noćenja ostvarenim s manjim brojem dolazaka nego li je to slučaj kod hotelskog smještaja.²⁹

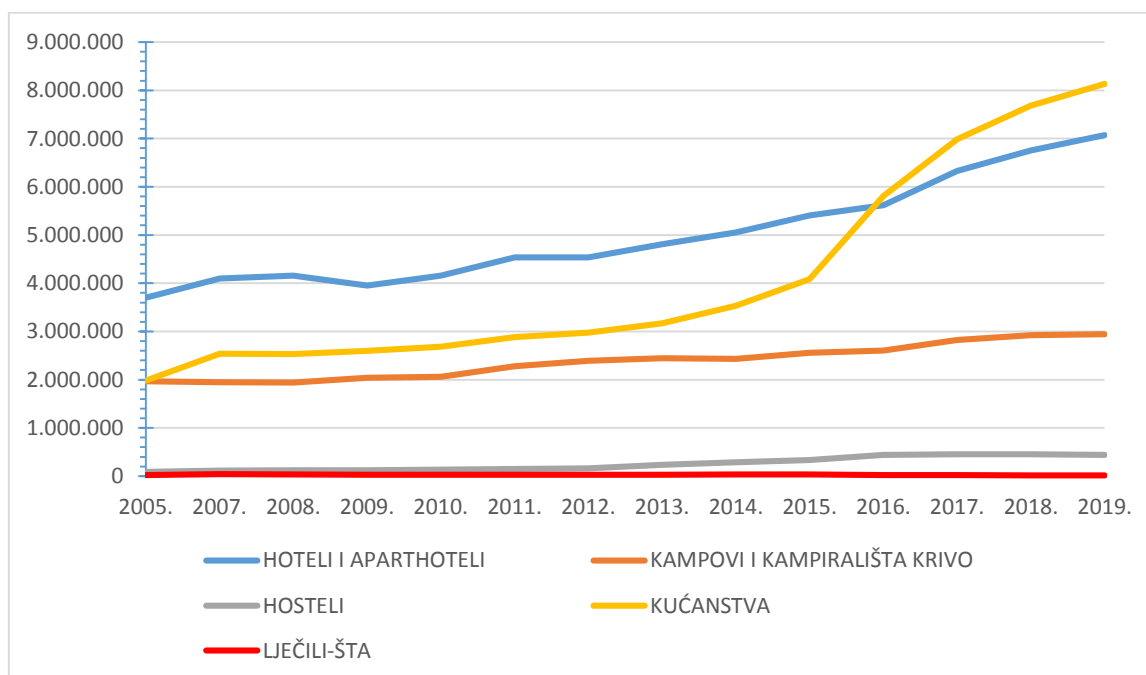
²⁹ Odjel za istraživanje tržišta , Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-01/Preferencija%20smje%C5%A1tajnih%20kapaciteta%20u%20pojednim%20klasterima%202018%200.pdf> , (pristupljeno: 03.08.2020.)

Tablica 6. Dolasci turista prema vrsti objekta

GODINA / OBJEKT	HOTELI I APARTHOTELI	KAMPOVI I KAMPIRALIŠTA	HOSTELI	LJEČILIŠTA	KUĆANSTVA	UKUPNO
2005.	3.701.640	1.969.982	89.240	22.213	1.981.979	9.995.070
2007.	4.099.454	1.948.703	115.984	38.904	2.539.090	11.162.406
2008.	4.156.700	1.941.679	118.520	35.967	2.533.200	11.260.807
2009.	3.951.861	2.037.971	123.128	28.901	2.600.664	10.934.474
2010.	4.157.204	2.062.326	133.936	27.788	2.680.684	10.604.116
2011.	4.537.808	2.277.989	145.667	27.094	2.882.355	11.455.677
2012.	4.395.267	2.390.259	163.763	26.509	2.977.543	11.834.975
2013.	4.806.832	2.445.186	232.772	30.703	3.166.908	12.441.476
2014.	5.051.624	2.433.204	284.999	33.712	3.534.811	13.128.416
2015.	5.402.630	2.554.839	334.360	32.569	4.084.597	14.343.323
2016.	5.617.371	2.601.373	437.835	21.024	5.810.895	15.463.160
2017.	6.330.632	2.822.227	456.208	20.145	6.984.520	17.430.580
2018.	6.754.162	2.920.246	450.035	12.590	7.682.491	18.666.580
2019.	7.070.745	2.943.802	441.095	12.645	8.135.378	19.566.146

Izvor 6: podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Grafikon broj 3. Dolasci turista prema vrsti objekta



Izvor 7: Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Iz grafičkog prikaza broj 3 vidljivo je da je do 2016. godine najviše turista dolazilo u hotele i aparthotele zatim u kućanstva, kampove i kampirališta itd. Prateći linije, uočava se da je od 2015. godine naglo porastao broj dolazaka u kućanstva što je odraz povećanja privatnih kapaciteta i iznajmljivanja u turističke svrhe. Suvišno napominjati

kolika je vrijednost obiteljskog smještaja u domaćoj turističkoj ponudi i koliko raste iz godine u godinu. U 2017. godini, turisti su mogli birati između 223.983 smještajnih jedinica u obiteljskom smještaju u 89.446 kućanstva. U 2016. godini je bilo 76.582 kućanstva koja su pružala usluge smještaja, što znači 12 tisuća novih registriranih domaćina u proteklih godinu dana. Uspoređujući 2005. godinu i 2019. kod kućanstva, broj dolazaka u 2019. godini je više za 60.82 % u odnosu na dolaske u 2005. godini. Povećani je broj dolazaka u kampove skoro za 100 000 unutar praćenog vremena s time da su 2019. godine imali najviše ostvarenih dolazaka, točnije u 2019. godini ostvareno je 19.82 % više dolazaka nego 2015. Također, Hrvatska se može pohvaliti s 3. rezultatom ostvarenih noćenja u hotelskom smještaju u usporedbi s ostalim državama svijeta.³⁰

3.1.2. Noćenja po vrstama objekata

Tablica 7. Noćenja u Republici Hrvatskoj po vrstama objekata

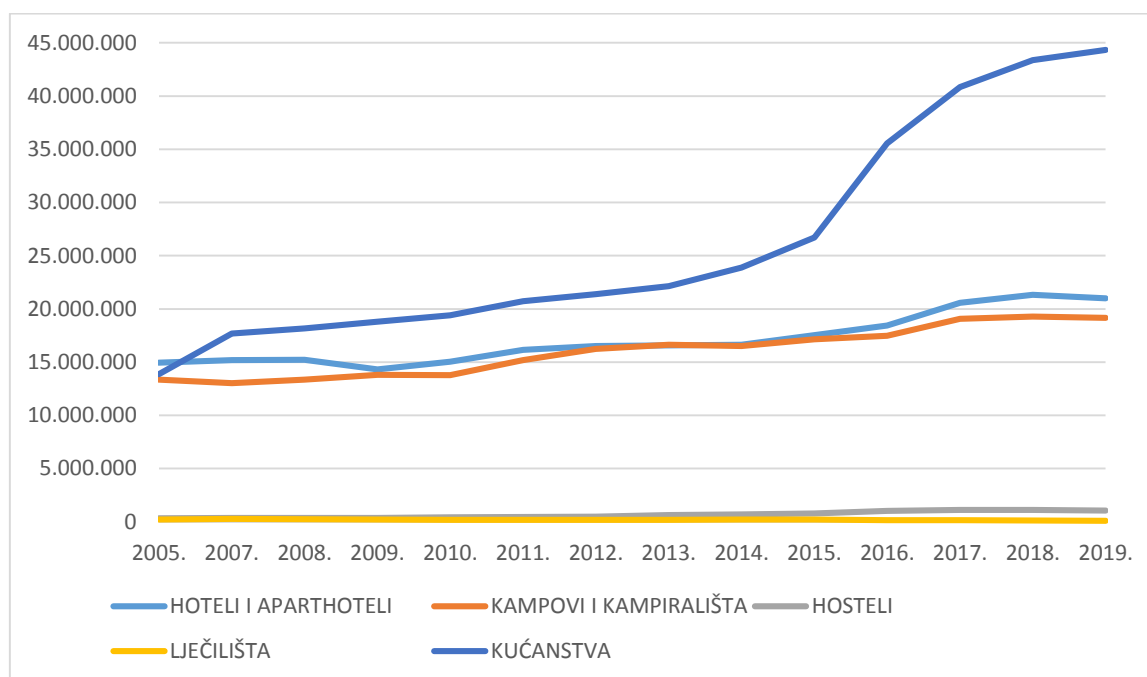
GODINA/OBJEKT	HOTELI I APARTHOTELI	KAMPOVI I KAMPIRALIŠTA	HOSTELI	LJEČILIŠTA	KUĆANSTVA	UKUPNO
2005.	14.963.754	13.358.701	333.542	202.859	13.859.005	51.420.948
2007.	15.200.468	13.017.215	374.972	278.397	17.676.282	56.005.492
2008.	15.220.502	13.349.431	367.266	259.703	18.185.266	57.103.494
2009.	14.317.665	13.795.452	379.829	213.481	18.802.372	56.299.647
2010.	15.044.645	13.793.118	434.272	197.375	19.397.899	56.416.379
2011.	16.144.674	15.189.291	460.137	197.394	20.740.252	60.354.275
2012.	16.521.048	16.241.740	495.352	199.703	21.400.788	62.743.057
2013.	16.590.456	16.646.362	650.155	199.451	22.132.361	64.827.814
2014.	16.641.090	16.518.699	692.198	220.339	23.872.337	66.483.948
2015.	17.538.966	17.158.081	801.218	203.617	26.708.586	71.605.315
2016.	18.435.220	17.483.616	1.034.007	154.481	35.545.195	77.918.855
2017.	20.581.284	19.081.574	1.123.697	152.249	40.851.485	86.200.261
2018.	21.333.511	19.275.052	1.105.142	121.950	43.382.221	89.651.789
2019.	21.012.195	19.161.399	1.066.010	100.884	44.321.608	91.242.931

Izvor 8: Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Iz Tablice 7. vidljivo je kako je ukupni broj noćenja kao i po segmentima iz godine u godinu sve veći. U hotelima je broj noćenja pao 2009. i 2019. godine, kod kampova 2007. u odnosu na 2005., 2010., 2014., itd. Vidljivo je kako je kod hostela naglo povećan broj noćenja od 2016. godine, dok su u lječilištima noćenja opala za preko 100 000 noćenja. Kućanstva imaju nagli rast, a svi ovi podaci su puno lakše razumljiviji kroz grafikon.

³⁰ Odjel za istraživanje tržišta „Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima“ dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-01/Preferencija%20smje%C5%A1tajnih%20kapaciteta%20u%20pojednim%20klasterima_2018_0.pdf, (pristupljeno: 03.08.2020.)

Grafikon broj 4. Dolasci turista prema vrsti objekta



Izvor 9: Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Prema Tablici 7. i Grafikonu broj 4 možemo zaključiti kako od 2007. godine najviše noćenja ostvaruju kućanstva, dok u dolascima do 2017. godine broj dolazaka turista je bio manji u kućanstvima nego u hotelima. Razlika u ovim pokazateljima jest zbog toga što prosječno jedna osoba ostvaruje prosječno 6,6 noćenja u domaćinstvima, dok u hotelima i apartotelima turisti prosječno ostvaruju u navedenom vremenu, 3,47 noćenja. Do ovih zaključaka došlo se računanjem prosjeka podataka iz Tablice 7. Vidljivo je kako broj noćenja u kampovima i kampiralištima je dostiglo boravak hotelima između 2013. i 2015. godine sve do 2017. nakon čega se bilježi blagi porast pa blagi pad. Da bi se shvatilo zašto je tolika razlika između krivulja grafova i noćenja, koristit će se izračun RBK-a. Zahvaljujući ovim tablicama i relativnim brojevima koordinacije možemo doći do podatka koliko je kroz prošlost neki smještajni objekt ostvarivao noćenja. Relativnim brojevima koordinacije prosuđuje se važnost frekvencija jednoga statističkog niza usporedbom s frekvencijama drugoga statističkog niza. Oni se izračunavaju tako da stave u odnos pojave koje se uspoređuju pojave, putem formule:
$$RBK = \frac{pojava\ 1}{pojava\ 2}$$

U ovom djelu interesira nas omjer noćenja i turista, kako bi znali koliko je zapravo jedan turist ostvario broj noćenja vrsti smještajnih objekata u određenoj godini kako bi uvidjeli da li je došlo do rasta ili pada noćenja kroz godine.

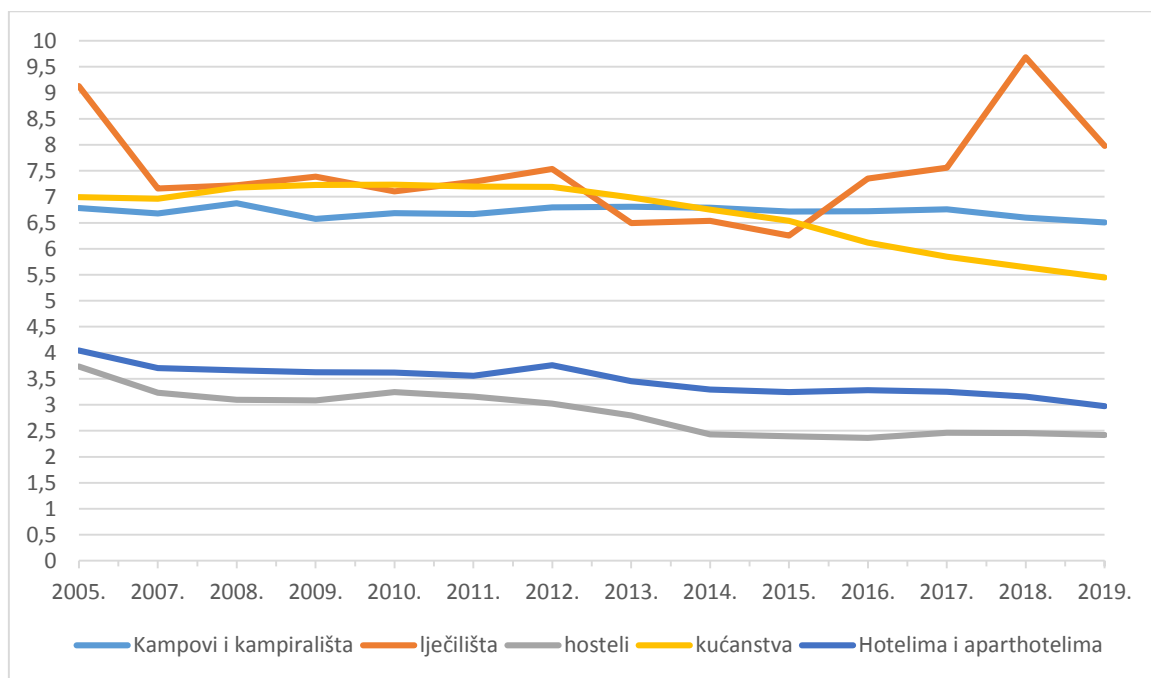
Tablica 8. Noćenja (po danu) u smještajnim kapacitetu po osobi (računato temeljem RBK-a)

Godina/objekt	Kampovi i kampirališta	Lječilišta	Hosteli	Kućanstva	Hotelima i aparthotelima
2005.	6,781	9,132	3,736	6,993	4,042
2007.	6,680	7,160	3,233	6,962	3,708
2008.	6,875	7,221	3,099	7,179	3,662
2009.	6,576	7,387	3,085	7,230	3,623
2010.	6,688	7,103	3,242	7,236	3,619
2011.	6,668	7,286	3,159	7,196	3,558
2012.	6,795	7,533	3,025	7,187	3,759
2013.	6,808	6,496	2,793	6,989	3,451
2014.	6,789	6,536	2,429	6,753	3,294
2015.	6,716	6,252	2,396	6,539	3,246
2016.	6,721	7,348	2,362	6,117	3,282
2017.	6,761	7,558	2,463	5,849	3,248
2018.	6,600	9,686	2,456	5,647	3,159
2019.	6,509	7,978	2,417	5,449	2,972

Izvor 10 Napravljeno temeljem podataka iz tablice 7

Zahvaljujući Tablici 8. vidljivo je da su u Hrvatskoj lječilišta u 2005. i 2018. imala najviše noćenja između 9 i 10 dana po dolasku dok u ukupnom pogledu turisti su prosječno noćili 7.48 dana po dolasku. U kampovima turisti su najviše noćenja ostvarili 2013. godine kad je omjer noćenja i dolaska bio 6.808 te se više-manje svi omjeri i vrte oko toga. Prosjek izračunatih vrijednosti kampovima i kampiralištima od 2015. do 2019. godine je 6.71 noćenja po dolasku. Kod hostela vidljiv je pad broja noćenja po dolasku sa skoro 4 dana na 2.1, dok je ukupni prosjek 2.85 noćenja.

Grafikon broj 5. Broj noćenja (po danu) u smještajnim kapacitetu po osobi (računato temeljem RBK-a)



Izvor 11 Napravljeno temeljem Tablice 8.

Iz grafikona broj 5. vidljivo je kako kroz godine opada broj noćenja po dolasku u hostelima, hotelima i apartotelima, na manje od 4 dana. To se dešava i zbog trenda vikend odmora i zbog toga što mnogo turista mijenja destinacije. Najviše variranja ima smještaj u lječilištima dok neku konstantu između 6,5 i 6,8 noćenja imaju kampovi i kampirališta.

4. Istarska županija

Podaci sa stranice Istarske županije³¹ govore kako se Istarski poluotok sastoji od 3.476 četvornih kilometara i dijeli se na tri države, Hrvatsku, Sloveniju i vrlo malim dijelom na Italiju. Klima je sredozemna i ljeto traje oko 2.400 sunčanih sati godišnje. Zime su blage i ugodne a snijeg je vrlo rijetka pojava. Što se mora tiče, temperatura se kreće između 9° i 11°C u ožujku a najviša je 24°C u kolovozu. Istarska Županija sastoji se od 11 gradova i 32 općine te je većina gradova i općina orijentirana turizmu. No Istra osim turizma, koji je tamo najrazvijeniji ima razvijenu prerađivačku industriju, građevinarstvo, trgovinu, ribarstvo, poljoprivredu te transport. Glavne djelatnosti su turizam, trgovina i industrija. Što se tiče nezaposlenosti, prema podacima sa stranice Istarske Županije³², Istra u posljednjih desetak godina ima prosječnu stopu nezaposlenosti od 7 %. Najviše je zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (15.995), trgovini na veliko i malo; popravak motornih vozila i motocikala 14.190, prerađivačkoj industriji 11.667 i građevinarstvu 8.463.³³ Što se tiče dobiti, najveću dobit razdoblja u 2018. godini ostvarile su djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (1.134.051 tis. kn), a najveći gubitak razdoblja ostvarila je prerađivačka industrija (-707.809 tis. kn).³⁴

4.1. Konkurentnost Istarskog turizma

Zahvaljujući Tablici 2. „Ukupan broj dolazaka domaćih i stranih turista po županijama“ dolazimo do zaključka kako je Istra najposjećenija županija u Hrvatskoj. Istra je godinama najsnažnija turistička regija, a potom ju prati Splitsko-dalmatinska i Kvarner dok udio kontinentalnih regija u ukupnom rezultatu turističkog prometa ima skroman rezultat. Prednost Istre je prometna povezanost i postojanje zračne luke koja je povezana s nekoliko europskih gradova. Najpoznatija turistička središta su Poreč, Rovinj, Umag, Pula i Novigrad koji sadržavaju niz kulturnih, društvenih i prirodnih sadržaja koji se mogu posjetiti tijekom cijele godine. Također, Istra ima razvijen i lječilišni turizam (Istarske toplice) te je razvijen i nautički turizam u Umagu, Novigradu,

³¹Istarska županija, Zemljopisni podaci, dostupno na: <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=263> , (pristupljeno 1.8.2020.)

³² Istarska županija, Gospodarstvo, dostupno na: <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=454> (pristupljeno 1.8.2020.)

³³ Istarska županija, Statistika, dostupno na: <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=1409> (pristupljeno 2.08.2020.)

³⁴ Ibid.

Červar-Poratu, Poreču, Rovinju i Puli. Najposjećeniji grad u Hrvatskoj i Istri je Pula³⁵, dok najviše noćenja ima Dubrovnik, a slijede ga istarski gradovi Rovinj, Medulin, Umag i Pula.³⁶ Najveću neto dobit ostvarila su društva Plava Laguna d.d. (Poreč) i Maistra d.d. (Rovinj) iz u visini od 383,4 milijuna kuna i 282,8 milijuna kuna. Mjereno ukupnim prihodima, unutar deset vodećih društava turističkog sektora u 2018. godini nalaze se redom Valamar Riviera d.d., (Poreč) (s 1,8 milijardi kuna ukupnih prihoda), zatim Maistra d.d., (Rovinj) dva društva u vlasništvu Grupacije Lukšić (Plava laguna d.d. (Poreč) i Jadranski luksuzni hoteli d.d.(Dubrovnik)), društvo Arena Hospitality Group d.d. (Pula), Solaris d.d. (Šibenik) i Liburnia Riviera Hoteli d.d. (Opatija.) Među deset vodećih poduzeća u 2018. godini nalaze se i društva Jadranka hoteli d.o.o., (Mali Lošinj) HUP-Zagreb d.d. i Sunčani Hvar d.d.³⁷ Ovim podacima uviđa se kako Istarski poduzetnici najefikasniji u ostvarenju dobiti što je odraz i najvećeg broja prosječnih dolazaka i noćenja unazad 10 do 15 godina.

4.2. Mjerni pokazatelji Istarske županije

Da bi se prepoznala prednost Istarske županije potrebno je analizirati osnovne pokazatelje poput dolazaka i noćenja, udio turista u ukupnom rezultatu dolazaka te ostvarena noćenja prema smještajnim jedinicama.

³⁵ Bioci, Pula najveći grad Istarskog poluotoka, dostupno na: <http://bioci.hr/pula-najveci-grad-istarskog-poluotoka/> (pristupljeno 31.07.2020.)

³⁶ Ibid.

³⁷ Rašić I. Sektorske analize, dostupno na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf pristupljeno: (31.07.2020.)

Tablica 9. Dolasci i noćenja Istarske županije

godina	Broj dolazak	Broj noćenja	Prosječan broj noćenja po dolasku
2005.	2.505.017	16.649.944	6,64
2007.	2.719.949	17.613.132	6,48
2008.	2.729.618	17.965.984	6,58
2009.	2.755.269	17.887.063	6,49
2010.	2.627.918	↓ 17.731.881	↓ 6,75
2011.	2.895.686	19.095.401	6,59
2012.	2.985.042	↓ 19.877.368	6,66
2013.	2.980.663	↓ 19.445.130	↓ 6,52
2014.	3.059.226	19.545.303	6,39
2015.	3.369.905	20.820.109	6,18
2016.	3.763.174	23.128.233	6,14
2017.	4.104.018	25.426.476	6,20
2018.	4.332.752	26.178.763	6,04
2019.	4.481.698	26.388.645	5,88
Ukupno	45.309.935	287.753.432	6,35

Izvor 12 Izvor 8 Podaci su preuzeti sa stranice: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

Zahvaljujući podacima iz Tablice 9. moguće je zaključiti kako turisti prosječno u Istarskoj županiji borave između 6 i 7 dana. Također, može se zaključiti kako su dolasci od 2005. godine do 2019 godine porasli za više od 55 % dok su noćenja porasla za 63.1% što se može uočiti masovnošću turista na ulicama. Pozitivna strana masovnosti jest da dobro utječe na gospodarstvo Istarske županije, ali i cijele države. Kako rastu dolasci i noćenja to će utjecati i na porast turističke potrošnje te time će doći do većeg optjecaja novca. Time se prvenstveno povećava ekonomsko blagostanje receptivnih turističkih zemalja što se odražava na platnu bilancu, BDP, zapošljavanje domaćeg stanovništva, na razvoj novih djelatnosti i otvaranja novih kadrova te ulaganja u infrastrukturu. Uočljivo je kako se bilježe te blagi padovi noćenja i dolazaka u 2010. i 2013. godini. 2013. godine do pada je došlo zbog uvođenja viza za Ruse ulaskom Hrvatske u Europsku uniju. U Istri, primjerice, Rusi su 2012. ostvarili 80.814 dolazaka (udio od 2,56 posto u ukupnim dolascima) i 797.532 noćenja (3,63 posto), a 2018. godine ostvarili su 40.553 dolaska (1 posto) i 371.528 noćenja (1,31 posto).³⁸ Prema

³⁸ Palibrk, D., RUSI SE VRACAJU Ove godine u Hrvatskoj ih se očekuje 20 posto više <https://www.glasistre.hr/svijet/rusi-se-vracaju-ove-godine-u-hrvatskoj-ih-se-ocekuje-20-posto-vise-583233> (pristupljeno 31.07.2020.)

podacima iz Glasa Istre³⁹, navodi se kako direktor TZ-a Istarske županije govori da je broj dolazaka ruskih turista od 2012. do 2018. smanjen za 53 % a broj noćenja za 53 %.

Tablica 10. Udjeli tržišta u ukupnom turističkom rezultatu na razini godine u Istarskoj županiji

GODINA	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Njemačka	28,2	28,4	28,9	30,3	30,3	30,7	30,8
Slovenija	13,0	13,8	14,3	13,7	13,9	14,0	13,8
Austrija	10,8	10,8	11,1	10,9	11,2	11,7	12,3
Italija	12,1	11,1	10,6	9,3	8,9	8,9	9,2
Nizozemska	8,7	7,9	7,1	7,7	7,3	6,7	6,2
Češka	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,4
Rusija	2,9	3,7	3,7	3,7	2,7	2,2	1,4
Poljska	2,0	2,1	2,0	2,1	2,5	2,5	2,6
Ujedinjeno Kraljevstvo	1,6	1,6	1,6	1,6	2,2	2,2	2,3
Danska	1,8	1,8	1,5	1,7	1,6	1,4	1,1
Hrvatska	4,6	4,7	4,9	4,3	4,2	4,2	4,1

Izvor 13 <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Analiza-sezonalnosti-turistickog-prometa-u-Republici-Hrvatskoj-2009-2015-.pdf>

Na cjelogodišnjoj razini, za turistički rezultat Istre ključno je tržište Njemačke, koje tijekom promatranog razdoblja bilježi rast udjela. Tržište Italije bilježi smanjenje jednako kao i neka druga značajnija tržišta (Rusija, Nizozemska, Danska, domaće tržište).⁴⁰ Usporedbom Tablice 1 “ Broj dolazaka stranih turista u Hrvatsku u razdoblju od 10 godina“ s Tablicom 10. “Udjel tržišta u ukupnom rezultatu na razini godine u Istarskoj županiji“ uočava se kako su Njemački i Slovenski turisti najčešći i u Istarskoj županiji, dok se poredak Italije, Austrije, Češke i Nizozemske razlikuje zbog preferencija. Također, može se uočiti kako Njemačka ima stalni rast udjela, kao i Poljska, dok Rusija ima pad zbog uvođenja viza 2013. godine. Slovenija i Italija bilježe fluktuacije dok se kod Hrvata, Danaca i Nizozemaca može uočiti pad udjela.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ HTZ, Analiza sezonalnosti turističkog prometa na području republike Hrvatske- razdoblje 2009.-2015. , dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Analiza-sezonalnosti-turistickog-prometa-u-Republici-Hrvatskoj-2009-2015-.pdf> , pristupljeno (31.07.2020)

4.3. Smještaj

Kako bi dobili uvid tko je naš gost i što on preferira, potrebno je istražiti gdje on najčešće boravi. U ovoj analizi uzete su 2018. i 2017. godina da se vidi promjena samo u godinu dana razlika u preferencijama. Prema Podacima Hrvatske turističke zajednice i njihovog rada "Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima – u 2017. I usporedba s 2015." navodi se kako najviše smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj ima Istra, te kako u Istri najviše dominira smještaj u kampovima od 38 %, dok je udio noćenja u 2017. godini u domaćinstvu iznosio 32 %, a u hotelima 30 %. dok, prema "Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima" iz 2018. Godine, također najveći broj dolazaka ostvaren je u hotelima istim postotkom kao i 2017. (38 %) dok je udio kampova i objekata obiteljskog smještaja podjednak (31 %). Što se tiče dužine boravka, 2017. godine u hotelima su turisti prosječno boravili 4,8 dana, u kampovima 7,6 dana a u objektima u domaćinstvu 6,6 dana, dok 2018. strani gosti u istarskim hotelima prosječno su boravili 5 dana, u kampovima 7,5 dana., a u obiteljskom smještaju 6,5 dana. 2017. godine, Rusi se izdvajaju boravkom u hotelu te prosječno borave 8,8 dana, a prate ih turisti iz Ujedinjene Kraljevine sa 7,1 dana i turisti iz njemačke sa 6,6 dana. Smještaj u domaćinstvima preferiraju Nijemci te prosječno borave i do 9 dana, te Rusi sa 8,9 dana. Što se kampova tiče, najdulje borave Nizozemci sa 10,8 dana a zatim ih slijede Nijemci s 9,4 dana i Danci s 9,3 dana boravka u istarskim kampovima. Dolasci u kampove najzastupljeniji su kod Nizozemaca (66 %) i Danaca (62 %) te njih možemo smatrati primarno kamping gostima Istre. Potom slijede Slovenci (46 %) i Nijemci (40 %). Među promatranim tržištima smještaj u domaćinstvima ima veći udjel od svih ostalih tipova smještaja na tržištu Poljske (47 %) i Mađarske (44 %). 2018., prosječno, u hotelima su najduže boravili turisti iz Ujedinjene Kraljevine s 6,9 dana, Danci i Nijemci s 6,4 dana dok su Hrvati prosječno boravili 2,6 dana. Što se kampova tiče, kao i godinu prije najduže su boravili Nizozemci s 10,6 dana, a prate ih Danci s 9,5 dana, Njemačka s 9,2 dana dok Hrvati prosječno borave 5,3 dana. Kod obiteljskih smještaja, najviše borave Nijemci s 8.9 %, a prate ih Danci sa 7,3 dana, Nizozemci i Poljaci sa 7 dana, dok Hrvati u Istarskim obiteljskim smještajima prosječno borave 4,6 dana. Dolasci u kampove najzastupljeniji su kod Nizozemaca (64 %) i Danaca (58 %) , slijede Slovenci (45 %) i Nijemci (39 %). Među promatranim tržištima obiteljski smještaj ima veći udjel svih od ostalih tipova smještaja

na tržištu Poljske i Mađarske (44 %). U krugu tržišta značajnijih za turistički promet Istre Austrija i Ujedinjena Kraljevina bilježe značajan udjel gostiju koji dolaze i borave u hotelskom smještaju, a isto vrijedi i za domaće goste. Gosti iz Slovenije i Njemačke češće borave u kampovima nego u hotelskom smještaju.

5. Zaključak

Glavni pokazatelji korišteni u ovom završnom radu su dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta, dolasci i noćenja turista prema županijama u Republici Hrvatskoj, te dolasci i noćenja turista prema smještajnim objektima. Svaki od pokazatelja nam potvrđuje pozitivno i rastuće stanje turizma kroz godine koje su obuhvaćene u ovom radu. Pokazatelj noćenja turista prema zemlji prebivališta govori kako su Njemačka, Slovenija, Italija i Austrija glavne zemlje koje nam daju turiste te kako je iz godine u godinu sve veći broj turista iz tih zemalja. No problem je što oni ne troše koliko npr. turisti iz Velike Britanije pa treba povećati pažnju i na takve turiste od kojih bi imali više koristi. Kronološkim slijedom županija prema noćenju i dolascima od 2005. do 2019. godine, koji je naveden u radu, može se zaključiti da osim Jadranske Hrvatske korist od turizma ima i Karlovačka županija te grad Zagreb, no ipak najviše se ističu Istarska i Primorsko-goranska županija, dok se od smještajnih kapaciteta najviše ističu kampovi, hoteli i aparthoteli. Najviše kampova nalazi se u Istarskoj županiji, koja je i turistički najbolje razvijena županija u Hrvatskoj. Osim toga, u ponudi ima raznolike događaje, luksuzne smještaje bogatu izvanpansionsku ponudu te razno razne atrakcije kojima privlači mnoge turiste. Prema ovom istraživanju može se zaključiti kako Istarska županija kao veća regija ima najviše koristi od turizma te kako se ona unutar određenog razdoblja najbolje turistički razvila i stvorila najbolju ponudu. Također, kad bi se brojevi detaljnije analizirali, Karlovačka županija bi mogla biti primjer ostalim kontinentalnim županijama u ostvarivanju turizma, kako bi cijela Hrvatska mogla crpiti korist od promatrane grane. Razlika između Kontinentalne i Jadranske Hrvatske je golim okom uočljiva svakom, no detaljnijem istraživanjem dolazi se ipak do onog tko ipak dobiva i doprinosi najviše.

Literatura

ARHIVE

1. <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/arhiva-12059/12059>

ČLANCI

1. <https://www.dw.com/bs/koliko-nijemci-zaista-vole-hrvatsku/av-39635435>
2. <https://ezadar.net.hr/biznis/3231381/nijemci-su-kraljeznica-hrvatskog-turizma/>
3. <https://www.novolist.hr/rijeka-regija/rijeka/na-celu-predstavnistva-tz-hrvatske-u-ljubljani-rijecanka-slovenski-turisti-poznaju-rh-mozda-i-vise-od-nas/>
4. <https://www.vecernji.hr/vijesti/kakvi-su-turisti-na-jadranu-rusi-su-najbolji-potrosaci-talijani-zavodnici-bosanci-zabavni-1332148>
5. <https://hrturizam.hr/u-karlovackoj-zupaniji-ostvareno-600-000-nocenja/>
6. <https://www.glasistre.hr/svijet/rusi-se-vracaju-ove-godine-u-hrvatskoj-ih-se-ocekuje-20-posto-vise-583233>

INTERNET KNJIGE

1. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763>
2. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5923373/KS-RA-11-021-EN.PDF>

ISTRAŽIVANJA

1. <https://hrcak.srce.hr/file/268441>
2. https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-01/Preferencija%20smje%C5%A1tajnih%20kapaciteta%20u%20pojedinin%20klasterima_2018_0.pdf
3. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Analiza-sezonalnosti-turistickog-prometa-u-Republici-Hrvatskoj-2009-2015-.pdf>
4. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/Preferencija%20smjestajnih%20kapaciteta%20u%20pojedinin%20klasterima%202017.pdf>

IZVJEŠĆA

1. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf
2. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-01_04_2020.htm
3. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Slovenija-Profil-trzista-izdanje-2015-.pdf>

4. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/Italija.pdf>
5. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Italija-Profil-emitivnog-trzista-izdanje-2016-%20%281%29.pdf>
6. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Italija-Profil-trzista-izdanje-2015-.pdf>
7. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Ceska-Profil-trzista-izdanje-2015-.pdf>
8. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Austrija-profil-trzista.pdf>
9. https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf
10. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Analiza-sezonalnosti-turistickog-prometa-u-Republici-Hrvatskoj-2009-2015-.pdf>

KNJIGE

1. Horvat J., Mijoč J., (2014.) Osnove Statistike, Ljevak d.o.o., Zagreb

ONLINE PREDAVANJA

1. <https://www.glasistre.hr/hrvatska/online-predavanje-cesi-i-hrvatski-turizam-639745>

POJMOVNICI

1. http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela

ZAVRŠNI RADOVI

1. <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A3046/datastream/PDF/view>

ZAKONI

1. https://mint.gov.hr/UserDocImages/dokumenti/160721_pravilnik_hoteli2016.pdf

OSTALO

1. <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=263>
2. <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=454>
3. <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=1409>
4. <http://bioci.hr/pula-najveci-grad-istarskog-poluotoka/>

Popis tablica i grafikona

Tablice

Tablica 1. Broj dolazaka stranih turista u Hrvatsku u razdoblju od 10 godina	8
Tablica 2. Ukupan broj dolazaka domaćih i stranih turista po županijama	17
Tablica 3. Prosječni godišnji dolasci po županijama.....	18
Tablica 4. Ukupan broj noćenja domaćih i stranih turista po županijama	20
Tablica 5. Prosječna godišnja noćenja.....	21
Tablica 6. Dolasci turista prema vrsti objekta	25
Tablica 7. Noćenja u Republici Hrvatskoj po vrstama objekata.....	26
Tablica 8. Noćenja (po danu) u smještajnim kapacitetu po osobi (računato temeljem RBK-a).....	28
Tablica 9. Dolasci i noćenja Istarske županije	32
Tablica 10. Udjeli tržišta u ukupnom turističkom rezultatu na razini godine u Istarskoj županiji	33

Grafikoni

Grafikon broj 1. Dolasci turista u Republiku Hrvatsku prema najposjećenijim županijama	19
Grafikon broj 2. Noćenja i turista u Republiku Hrvatsku prema najposjećenijim županijama	22
Grafikon broj 3. Dolasci turista prema vrsti objekta	25
Grafikon broj 4. Dolasci turista prema vrsti objekta	27
Grafikon broj 5. Broj noćenja (po danu) u smještajnim kapacitetu po osobi (računato temeljem RBK-a)	29

Sažetak

Turizam u Republici Hrvatskoj igra bitno ulogu u cjelokupnoj ekonomiji i razvoju. Zahvaljujući turizmu, Hrvatska pojačava svoj gospodarski rast, mogućnost zapošljavanja i prepoznatljivost na Svjetskom tržištu.

Da bi se došlo do određenih podataka i da bi se mogli donositi zaključci, potrebno je uključiti više znanstvenih grana. U ovom radu, da bi došli do traženih zaključaka koristili su se neki od statističkih pokazatelja u turizmu. Jedan od čimbenika za koje se izračunavaju pokazatelji jest turist. Podatci o dolascima stranih gostiju u razdoblju od 2009. do 2019. godine i izračunati prosjeci ukazuju na to da broj dolazaka stranih turista iz godine u godinu raste, a najbrojniji su njemački turisti, potom ih prate turisti iz Slovenije, Italije, Austrije, Češke, Poljske, Nizozemske, Francuske, Mađarske i Slovačke. Istarska županija je najposjećenija i ima najviše ostvarenih noćenja, a zatim ju prate Primorsko-goranska županija, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska, Zadarska itd. Od kontinentalnih županija među konkurentne Primorskim županijama mogu se ubrojiti grad Zagreb te Karlovačka županija.

Sljedeći analizirani pokazatelj statistike u turizmu su smještajni kapaciteti.

S obzirom na specifičnu strukturu turističkih smještajnih kapaciteta Hrvatske u kojoj prevladava sve brže rastući obiteljski smještaj, uz mali udio hotelskog smještaja te različite navike turista u pogledu trajanja boravka u određenim smještajnim kapacitetima, može se već zaključiti kako se turizam Hrvatske bazira na privatnim iznajmljivanjima smještaja, no ističu se i objekti poput hotela, kampova i kampirališta koji su najbrojniji u Istri.

Što se noćenja tiče, boravci posljednjih godina u kampovima i kampiralištima iznose između 6 i 7 dana, lječilištima od 6 do 10 dana, hostelima između 2 i 4 (s time da je u posljednjih nekoliko godina boravak opao na 2 dana), u kućanstvima između 5 i 7 dana te u hotelima između 2 i 4 dana.

Detaljnije je analizirana Istarska županija gdje je većina gradova orijentirana na turizam, no razvijene su i prerađivačka industrija, ribarstvo, trgovina, građevinarstvo, poljoprivreda te transport. U Istri turisti prosječno borave između 6 i 7 dana, a ključno tržište je Njemačka, koju potom ih prate turisti iz Slovenije i Austrije.

Prema podacima iz 2017. godine navodi se kako Istra ima najviše smještajnih jedinica u Hrvatskoj te kako je najveća zastupljenost Istre u kampovima od 38 %, 32 % u domaćinstvima i 30 % u hotelima.

U Istri, Rusi se izdvajaju brojem noćenja u hotelima, u domaćinstvima Nijemci, dok u kampovima najduže borave Nizozemci. Prikazani statistički pokazatelji ukazuju na razinu razvijenosti hrvatskog turizma s obzirom na dolaske, noćenja i smještajne kapacitete te omogućuju uočavanje prednosti i nedostataka s obzirom na čimbenike i geografsku raspoređenost turista prema županijama, što može poslužiti pri razvoju strategije hrvatskog turizma.

Abstract

Tourism in the Republic of Croatia plays an important role in the overall economy and development. Thanks to tourism, Croatia is strengthening its economic growth, employment opportunities and recognition on the world market. In order to come to certain data and to be able to draw conclusions, it is necessary to involve several scientific branches. In this work, in order to reach the required conclusions, some of the statistical indicators in tourism were used. One of the factors for which the indicators are calculated is the tourist. Data on arrivals of foreign guests in the period from 2009 to 2019 and calculated averages indicate that the number of arrivals of foreign tourists is growing from year to year, and the most numerous are German tourists, followed by tourists from Slovenia, Italy, Austria, Czech Republic, Poland, the Netherlands, France, Hungary and Slovakia. Istria County is the most visited and has the most overnight stays, followed by Primorje-Gorski Kotar County, Split-Dalmatia County, Dubrovnik-Neretva County, Zadar County, etc. Among the continental counties, the city of Zagreb and Karlovac County can be included among the competitors in the Primorje counties. The next analyzed indicator of statistics in tourism is accommodation capacities. Given the specific structure of tourist accommodation capacities in Croatia, which is dominated by growing family accommodation, with a small share of hotel accommodation and different habits of tourists in terms of length of stay in certain accommodation facilities, it can already be concluded that Croatian tourism is based on private rentals, but facilities such as hotels, camps and campsites, which are the most numerous in Istria, also stand out. In terms of overnight stays, in recent years stays in camps and camps have been between 6 and 7 days, spas from 6 to 10 days, hostels between 2 and 4 (with the number of stays falling to 2 days in the last few years), in households between 5 and 7 days and in hotels between 2 and 4 days. Istria County was analyzed in more detail, where most cities are oriented towards tourism, but the processing industry, fishing, trade, construction, agriculture and transport have also been developed. Tourists stay in Istria on average between 6 and 7 days, and the key market is Germany, which is then followed by tourists from Slovenia and Austria. According to data from 2017, it is stated that Istria has the most accommodation units in Croatia and that the largest representation of Istria in camps is 38%, 32% in households and 30% in hotels. In Istria, Russians stand out with the number of nights spent in hotels, Germans in households, while the Dutch spend the

longest time in camps. The presented statistical indicators indicate the level of development of Croatian tourism with regard to arrivals, overnight stays and accommodation capacities and enable the identification of advantages and disadvantages with regard to factors and geographical distribution of tourists by counties, which can serve in developing Croatian tourism strategy.