

# Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma na primjeru Republike Hrvatske

---

Jakopec, Mateo

Master's thesis / Diplomski rad

2023

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:506749>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#) / [Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-05-16**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Diplomski sveučilišni studij**

**MATEO JAKOPEC**

**Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma na primjeru  
Republike Hrvatske**

**Tourist consumption and economic effects of tourism on the  
example of the Republic of Croatia**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Diplomski sveučilišni studij**

**Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma na primjeru  
Republike Hrvatske**

**Tourist consumption and economic effects of tourism on the  
example of the Republic of Croatia**

Diplomski rad

Kolegij: **Turistička potrošnja**

Student: **Mateo Jakopec**

Mentor: **Izv. prof. dr. sc. Adriana Jelušić**

Matični broj: **ds3677**

Opatija, lipanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

**Mateo Jakopec**

(ime i prezime studenta)

**ds3677**

(matični broj studenta)

**Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma na primjeru Republike Hrvatske**

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 11.09.2023.

  
Potpis studenta

## Sažetak

Turizam, kao važna gospodarska grana, ima izravne, neizravne i inducirane utjecaje na lokalno gospodarstvo koji često mogu biti uvelike različiti među pojedinim zemljama. Navedene razlike su, prije svega, povezane sa strukturom turističkog sektora te sa povezanošću turističkih aktivnosti s lokalnim gospodarstvom. Ekonomski razvoj Hrvatske izrazito je ovisan o turizmu i turističkim kretanjima tijekom godine na što ukazuju podaci o dolascima i noćenju turista, kretanju zaposlenosti i turističke potrošnje i u konačnici, udjelu turizma u ukupnom BDP-u zemlje. Udio turizma u ukupnom BDP-u Hrvatske iznosio je tijekom prošle godine visokih 19%, što je svrstalo RH na sami vrh liste turističkih zemalja u Europskoj uniji prema udjel turizma u ukupnom BDP-u zemlje. Tijekom pandemije COVID-19 turistička kretanja i prihodi od turizma smanjeni su, što je utjecalo i na usporavanje gospodarskog razvoja zemlje. Međutim, već 2022. godine sektor turizma naglo se oporavio, a turistička kretanja dosegla su razinu iz rekordne 2019. godine. U prosjeku, turisti sve više financijskih sredstava izdvajaju za putovanje i turističke aktivnosti povezane sa putovanjem. Navedeno povećanje izdataka izrazito je vidljivo tijekom posljednjih desetak godina kada su izdaci porasli za visokih 100%. Međutim, ovako velika ovisnost RH o turizmu ima negativan utjecaj na razvoj ostalih industrijskih grana i gospodarskih sektora zbog čega ekonomski razvoj Hrvatske zaostaje za većinom europskih zemalja.

**Ključne riječi:** *BDP, ekonomski učinci turizma, Republika Hrvatska, turizam, turistička potrošnja.*

# Sadržaj

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Uvod .....                                                       | 1  |
| 1. Turizam – definicija i karakteristike .....                   | 3  |
| 2. Karakteristike i razvoj hrvatskog turizma .....               | 6  |
| 2.1. Povijesni razvoj hrvatskog turizma.....                     | 7  |
| 2.2. Strategija razvoja i suvremeni oblici turizma RH.....       | 8  |
| 3. Utjecaj turizma na ekonomski razvoj .....                     | 11 |
| 3.1. Pozitivni učinci turizma na ekonomiju .....                 | 11 |
| 3.2. Ekonomske funkcije turizma .....                            | 15 |
| 3.3. Turistička potrošnja .....                                  | 18 |
| 3.4. Pregled dosadašnjih istraživanja.....                       | 22 |
| 4. Ekonomski učinci turizma na primjeru Republike Hrvatske ..... | 24 |
| 4.1. Ekonomski učinci turizma.....                               | 24 |
| 4.2. Dolasci i noćenja turista .....                             | 25 |
| 4.3. Utjecaj turizma na zaposlenost.....                         | 27 |
| 4.4. Udio turizma u BDP-u Hrvatske .....                         | 31 |
| 4.5. Utjecaj turističke potrošnje.....                           | 33 |
| Zaključak .....                                                  | 39 |
| Bibliografija .....                                              | 41 |
| Popis ilustracija .....                                          | 45 |

## Uvod

Turizam predstavlja ukupnost odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta. Danas postoji velik broj definicija turizma, a većina svjetskih zemalja prihvatila je opću definiciju Svjetske turističke organizacije (UNWTO) iz 1999. godine prema kojoj turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihova uobičajenog mjesta prebivališta ne dulje od jedne godine u svrhu odmora, rekreacije ili nekih drugih razloga koji nisu povezani sa aktivnostima za koje bi primili određenu naknadu u mjestu koje posjećuju. Posljednjih desetljeća, turizam je doživio svoju ekspanziju te postao jedna od najbrže rastućih industrija u svijetu. Važnost dolaznog turizma eksponencijalno je porasla zbog njegovog sve većeg doprinosa dugoročnom gospodarskom rastu. Pospješuje gospodarski rast povećanjem deviznih rezervi, potiče ulaganja u novu infrastrukturu, ljudski kapital i povećava konkurenciju, promiče industrijski razvoj, stvara radna mjesta te, sukladno navedenome, povećava ukupne prihode turističkih destinacija i zemalja (BDP). Također, aktivnosti povezane sa turizmom kreiraju i pozitivne vanjske učinke, odnosno rast BDP-a može dovesti do daljnjeg povećanja međunarodnog turizma.

Kako je već navedeno, najvažnija gospodarska značajka turističkih aktivnosti proizlazi iz činjenice da pridonose trima visoko-prioritetnim ciljevima zemalja u razvoju: stvaranju prihoda, povećanju zapošljavanja i deviznim prihodima. U tom smislu, sektor turizma može igrati važnu ulogu kao pokretačka snaga gospodarskog razvoja. Utjecaj koji ova industrija može imati u različitim fazama gospodarskog razvoja ovisi o specifičnim karakteristikama svake zemlje. S obzirom na složenost turističke potrošnje, njezin se gospodarski učinak uvelike osjeća u drugim proizvodnim sektorima, pridonoseći u svakom slučaju postizanju ciljeva ubrzanog razvoja. Zbog njegove međuovisnosti s drugim sektorima gospodarstva, turizam je teško analizirati i planirati. Nedostatak pouzdanih statističkih podataka otežava identifikaciju mehanizama pomoću kojih turizam generira rast, kao i njegov potencijal za razvoj. Upravo analiza turističke potrošnje i ekonomskih učinaka turizma daje stvarnu ocjenu navedenih ekonomskih varijabli kao i bolje razumijevanje uloge i važnosti turizma u gospodarstvu pojedinih zemalja.

Republika Hrvatska danas je jedna od najposjećenijih i najvažnijih turističkih destinacija na Mediteranu, a udio prihoda od turizma u ukupnom BDP-u zemlje jedan je od najvećih u Europskoj uniji. Navedeno znači da je Hrvatska izrazito gospodarski ovisna o turističkim kretanjima i turističkim aktivnostima tijekom godine. U diplomskom radu provedena je analiza fizičkih ekonomskih i financijskih pokazatelja razvoja turizma na primjeru Republike Hrvatske

u razdoblju od 2010. do 2022. godine. U svrhu provedbe navedene analize ekonomskih učinaka turizma na primjeru Hrvatske, postavljena su sljedeća istraživačka pitanja:

1. U kojoj mjeri turizam utječe na gospodarski razvoj zemalja?
1. Koji su ekonomski učinci turizma na razvoj Republike Hrvatske?
2. Koji su izravni i neizravni ekonomski učinci turističke potrošnje u Republici Hrvatskoj?

Na temelju prethodno navedenih istraživačkih pitanja postavljene su sljedeće hipoteze rada:

- H1: Turizam uvelike utječe na gospodarski i ekonomski razvoj Republike Hrvatske
- H2: Turistička potrošnja čini najvažniju varijablu ekonomskih učinaka turizma u Republici Hrvatskoj
- H3: Udio turizma u BDP-u Hrvatske svake godine raste.

Prilikom provedbe analize i istraživanja u svrhu izrade diplomskog rada korištene su sljedeće znanstvene metode: metoda analize i sinteze, metoda deskripcije, metoda komparacije, statistička metoda te metoda dokazivanja. Sve informacije i podaci prikupljeni su na temelju sekundarnih izvora podataka (knjige, znanstveni i znanstveno-stručni članci, statistička izvješća, mrežne stranice i sl.).

Diplomski rad sastoji se od nekoliko poglavlja. Nakon uvodnog dijela rada, slijedi poglavlje u kojem je prikazana definicija i temeljne karakteristike turizma. U drugom poglavlju rada prikazane su karakteristike i povijesni razvoj turizma na području Republike Hrvatske. Nadalje, slijedi treće poglavlje posvećeno utjecaju turizma na ekonomski razvoj s naglaskom na njegove pozitivne učinke na ekonomiju, ekonomske funkcije turizma te turističku potrošnju. Također, u ovom dijelu rada prikazan je pregled dosadašnjih istraživanja vezanih uz ekonomske učinke turizma. U četvrtom poglavlju rada provedena je analiza ekonomskih učinaka turizma na primjeru Hrvatske u razdoblju od 2010. do 2022. godine na temelju ekonomskih i financijskih učinaka turizma. Na kraju rada slijedi zaključak.

## 1. Turizam – definicija i karakteristike

Turizma predstavlja kompleksnu pojavu koju nije jednostavno definirati, obzirom da se odnosi na složenu industriju sastavljenu od brojnih aktivnosti, poduzeća i sektora koji imaju jedan zajednički cilj – pružanje turističkih proizvoda i usluga svojim posjetiteljima. Drugim riječima, neki od temeljnih pojmova koji se odnose na turizam su slobodno vrijeme, zabava, ugostiteljstvo i rekreacija (Panosso Netto, 2009, 43). Turizam predstavlja ukupnost odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta. Najstarija definicija turizma potječe iz 1942. godine koju su skovali Hunziker i Krapf. Sukladno navedenim autorima, turizam predstavlja skup pojava i odnosa koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ukoliko se navedenim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ukoliko boravak nije povezan sa privrednom djelatnošću (Čavlek i sur., 2011, 23). Danas postoji velik broj definicija turizma, a većina svjetskih zemalja prihvatila je opću definiciju Svjetske turističke organizacije (UNWTO) iz 1999. godine prema kojoj turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihova uobičajenog mjesta prebivališta ne dulje od jedne godine u svrhu odmora, rekreacije ili nekih drugih razloga koji nisu povezani sa aktivnostima za koje bi primili određenu naknadu u mjestu koje posjećuju (UNWTO, 2008). Prema navedenoj definiciji, UNWTO se bavi uglavnom političkim, komercijalnim i normativnim načelima i ne pristupa konceptualnim aspektima turizma. U suvremenom kontekstu, turizam predstavlja putovanje ograničenog trajanja u svrhu odmora, zabave, rekreacije ili posla. Turizam i aktivnosti povezane sa njim danas prakticira velik broj ljudi iz različitih zemalja što uvelike utječe na ekonomski i gospodarski razvoj zemlje koju turisti posjećuju.

Prema svjetskoj turističkoj organizaciji, postoje tri temeljne vrste turizam (Miceli, 2023):

1. Domaći turizam – odnosi se na turizam kada građani jedne zemlje putuju u drugu destinaciju unutar zemlje u kojoj žive. Stanovnici često biraju domaći turizam jer je financijski isplativ te omogućuje istraživanje fizičkih obilježja i povijesnih znamenitosti drugih gradova unutar zemlje. Prethodnih godina došlo je do naglog procvata u domaćem turizmu zbog krize uzrokovane pandemijom COVID-19, upravo ovaj oblik turizma predstavlja najodrživiji oblik turizma,
2. Dolazni turizam – dolazi, odnosno ulazni turizam predstavlja vrstu turizma u kojem posjetitelji dolaze iz vlastite zemlje prebivališta u drugu turističku zemlju u svrhu odmora, zabave i rekreacije. Ukratko, dolazni turisti traže popularne turističke destinacije u stranim zemljama te se na taj način uključuju u međunarodni turizam. Ovaj

oblik turizma ima velike utjecaje na ekonomski i gospodarski razvoj pojedine destinacije, ali i cijele zemlje,

3. Odlazni turizam – odlazni turizam predstavlja vrstu turizma koju druge zemlje nazivaju dolaznim turizmom. Odlazni turisti su oni turisti koji napuštaju svoju zemlju u svrhu posjete drugih turističkih destinacija svijeta.

Navedene temeljne vrste turizma, prema UNWTO, mogu se međusobno kombinirati kako bi se dobile i druge kategorije – unutarnji, nacionalni i međunarodni turizam. Unutarnji turizam predstavlja kombinaciju domaćeg i dolaznog turizma, obzirom da obuhvaća aktivnosti koje stranci i državljani poduzimaju unutar granica zemlje. Nadalje, nacionalni turizma kombinacija je domaćeg i izlaznog turizma, a uključuje putovanja stanovnika iste zemlje unutar ili izvan njezinih granica. I na kraju, međunarodni turizam odnosi se na turizam koji obavljaju rezidenti izvan svoje zemlje prebivališta (odlazni) i stranci unutar granica određene zemlje (ulazni). Turizam je moguće podijeliti i prema motivaciji turističkih posjetitelja te prema svrsi putovanja. Primjerice, prema motivaciji putovanja turizam je moguće podijeliti na masovni turizam, krizing turizam, elitni turizam i dr. S druge strane, prema svrsi putovanja, postoji značajan broj turističkih vrsta: ruralni turizam, sportski turizam, ekoturizam, zdravstveni turizam, kongresni turizam, kulturni turizam i brojni drugi. Turistički sektor ima nekoliko tipičnih karakteristika koje određuju opseg cjelokupne industrije i kombinaciju marketinških strategija koje se mogu koristiti u svrhu povećanja prodaje turističkih proizvoda i usluga. Neke od temeljnih karakteristika odnose se na (Tourism Notes, 2023):

- neopipljivost – brojni turistički proizvodi su nematerijalni. Usluge vezane uz turističku industriju ne mogu se vidjeti, dodirnuti ili osjetiti. Primjerice, osoba može doživjeti turistički obilazak ili usluge povezane s njim, ali ne dobiva nikakav opipljivi proizvod. Međutim, postoje i određene opipljive komponente poput hotelskih kreveta ili hrane,
- kvarljivost – turistički proizvod ili usluga imaju svoj rok trajanja, a kada istekne taj rok, proizvod više nije dostupan u prodaju. Gotovo svi turistički proizvodi su kvarljivi, primjerice kapaciteti hotela, ulaz u turističke atrakcije i znamenitosti i sl., odnosno nije ih moguće skladištiti. Primjerice, za svaki let postoji karta za sjedalo koju zrakoplovna kompanija mora prodati i nije ju moguće skladištiti,
- heterogenost – proizvodi i usluge turističke industrije nisu homogeni i standardizirani. Određena turistička poduzeća pokušala su standardizirati pružanje usluga obučavanjem osoblja i korištenjem kontrole kvalitete. Međutim, zbog uključenosti ljudskog faktora, postoje određene razlike. Na primjer, postoje određeni turistički proizvodi poput

jednodnevnog ili dvodnevnog izleta određenoj destinaciji koji je standardiziran, ali je doživljaj cjelokupnog paketa prilikom konzumacije potpuno drugačiji,

- usredotočenost na ljude – turizam ovisi o interakciji ljudi, od rezervacije pa sve do smještaja. Turistička industrija poprilično je orijentirana na ljude, a određeni pružatelji usluga pružaju odličan kontakt s potrošačima,
- neodvojivost – većina proizvoda povezana sa putovanjima proizvodi se i konzumira u isto vrijeme i na istom mjestu. Dakle, proizvodnja i potrošnja su istovremene te postoji određena razina međuovisnosti između proizvođača i potrošača te
- decentraliziranost – u turističkoj industriji postoji niz različitih pružatelja usluga koji nude različite usluge. Pored toga, za različite lokacije razlikuju se i u sluge i pružatelji usluga. Sukladno navedenome, turističku industriju karakterizira visoka decentraliziranost.

Obzirom na navedene definicije turizam te njegove glavne karakteristike, Panosso Netto (2009) je identificirao dvije temeljne skupine turističkih načela koja će se prikazati uz pomoć sljedeće tablice.

**Tablica 1. Temeljna načela turizma**

| Temeljna načela                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Poželjna načela                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Predmet</b> – kako bi turizam postojao, mora biti prisutan predmet, odnosno turisti.</p> <p><b>Premještanje</b> – klasificirano je u dvije kategorije (unutar ili izvan turističke zemlje)</p> <p><b>Načelo povratka</b> – aktivnost napuštanja doma i mjesta prebivališta podrazumijeva i povratak turista</p> <p><b>Načelo motivacije</b> – uvijek će postojati razlog za putovanje turista, bio on izričit ili ne</p> <p><b>Načelo gostoprimitstva</b> – ugostiteljstvo je društveno-kulturni fenomen koji uključuje usluživanje hrane, pića i smještaja posjetiteljima</p> <p><b>Načelo iskustva</b> – turizam se sastoji od niza materijalnih i nematerijalnih usluga, kao posljedica osjetilnog i psihološkog iskustva</p> <p><b>Načelo komunikacije</b> – turizam je čin komuniciranja. Posjetitelji se druže sa drugim ljudima i drugim kulturama</p> <p><b>Tehnologija</b> – svaki oblik turizma upotrebljava tehnologiju (npr. prometnu), čak i one vrste turizma u ruralnim područjima.</p> | <p><b>Održivost</b> – održivi turizam, odnosno upotreba turističkih resursa na način koji dopušta kontinuitet korištenja treba biti zajamčen (društvena, ekološka i ekonomska održivost)</p> <p><b>Načelo jednakosti</b> – sva ljudska bića, neovisno o njihovom društvenom ili financijskom statusu, vjeri i nacionalnosti moraju biti tretirani na jednak način</p> <p><b>Načelo javnog i privatnog vlasništva</b> – volja javne vlasti trebala bi biti iznad privatnog i osobnog interesa</p> <p><b>Načelo različitosti</b> – u turizmu je izrazito važno poštivati različitosti, a navedeno poštovanje treba biti prisutno u svim turističkim odnosima</p> <p><b>Načelo etike</b> – etika se shvaća kao znanost o moralu i običajima. Također, odnosi se na ispravan način postupanja unutar četiri predmeta: 1) turistička profesija, 2) turist, 3) zajednica domaćina te 4) tijela javne vlasti</p> |

Izvor: izrada autora prema Panosso Netto, 2009., str. 56-59.

Kao što je vidljivo iz prethodne tablice, postoji velik broj turističkih načela. Određena načela predstavljaju temelj turizma, a određena su poželjna. Iako su načela podijeljena u dvije temeljne skupine, ona se u suvremenim turističkim aktivnostima često međusobno nadopunjuju.

## 2. Karakteristike i razvoj hrvatskog turizma

Kao što je već rečeno, turizam u Republici Hrvatskoj predstavlja jednu od glavnih gospodarskih grana i ključan izvor prihoda (Orsini i Ostojić, 2018). Od ulaska u Europsku uniju u srpnju 2013. godine, pokrenuti su razvojni programi kako bi Hrvatska postala najposjećenija zemlja u Europi. Zbog svog povoljnog geografskog položaja i prirodnih atrakcija, Hrvatska je danas jedna od najvažnijih i najposjećenijih turističkih destinacija na Mediteranu.

Turizam je u Hrvatskoj uglavnom koncentriran u emitivnim područjima duž jadranske obale te na otocima, a karakterizira ga izrazita sezonalnost. Drugim riječima, najveći broj turističkih posjetitelja dolazi u Hrvatsku u razdoblju od lipnja do listopada (Orsini i Ostojić, 2018). Hrvatski turizam karakteriziraju brojne prednosti (Couleur Croatie, 2022):

- geografske značajke i položaj – Republika Hrvatska vrlo je dobro povezana sa istočnim i zapadnoeuropskim zemljama, a karakterizira ju biološka raznolikost (more, planine, jezera, rijeke, šume, mediteranska klina te raznolikost biljnog i životinjskog svijeta),
- povijesne, kulturne i prirodne znamenitosti – Hrvatska je zemlja bogate i duge povijesti što je utjecalo na raznolikost povijesne i kulturne arhitekture (antički gradovi, muzeji, katedrale) te posjeduje 447 zaštićenih prirodnih dobara,
- prometna povezanost – kvalitetna dostupnost s mreže europskih autocesta te brojne zračne veze,
- kvalitetna rekreacijska infrastruktura – Hrvatska trenutno broji oko 60 marina raspoređenih po cijeloj jadranskoj obali i otocima s ukupnim kapacitetom od oko 17.000 prstenova, brojnim pristaništima i vezovima,
- raznovrsnost smještajnih kapaciteta,
- članstvo u Europskoj uniji te, odnedavno,
- primjena Eura kao službene valute i ulazak u Schengenski prostor od siječnja 2023. godine.

Najpoznatije turističke regije u Republici Hrvatskoj su Istra, Kvarner te Dalmacija. Istra je najveći poluotok u Hrvatskoj te ujedno i jedna od važnijih turističkih regija. Istra je bogata povijesnim, kulturnim i prirodnim ljepotama, a među najvažnijima su zasigurno Amfiteatar u Puli, Eufrazijeva bazilika u Poreču, a u blizini poluotoka nalazi se nacionalni park Brijuni koje svake godine posjećuje na tisuću turista. Unutrašnjost Istre bogata je prirodnim ljepotama i malim kamenim gradićima, a tijekom ljetnih mjeseci u unutrašnjosti i na obali Poluotoka odvijaju se brojna događanja (Motovun Film Festival, ATP turnir i dr.). Nadalje, Kvarner pripada jednoj od najraznovrsnijih turističkih regija. Regija je bogata otocima, planinskim

područjem, nizinama i kulturno-povijesnim spomenicima. Također, Kvarner je najpoznatiji po Plitvičkim jezerima i Risnjaku, poznatim nacionalnim parkovima Hrvatske koji oblikuju raznolikošću biljnog i životinjskog svijeta. Posljednja poznata turistička regija je Dalmacija sa brojnim otocima. Najpoznatije i najrazvijenije turističke destinacije su Split, Zadar, Šibenik u Dubrovnik koje obiluju brojnim turističkim sadržajima, uslugama, festivalima i događanjima te smještajnim kapacitetima.

U nastavku rada ukratko će se prikazati povijesni razvoj hrvatskog turizma te strategija razvoja i suvremeni oblici turizma.

## **2.1. Povijesni razvoj hrvatskog turizma**

Iako povijest hrvatskog turizma seže još u vrijeme Austro-Ugarske kada su bogati aristokrati dolazili na odmor na hrvatsku obalu, masovni oblici turizma proširili su se tijekom 1960-ih i 1970-ih sukladno tadašnjoj ekonomskoj i gospodarskoj politici bivše Jugoslavije (Gržinić, 2020, 47). Opseg turističkih dolazaka smanjio se tijekom 1990-ih godina na što je utjecao Domovinski rat i ratna zbivanja u cijeloj zemlji. Unatoč kriznim razdobljima, Republika Hrvatska danas je jedna od najposjećenijih turističkih destinacija na Mediteranu.

Općenito govoreći, povijesni razvoj hrvatskog turizma moguće je podijeliti u nekoliko faza (Gržinić, 2020, 67) :

1. razdoblje do Prvog svjetskog rata – navedeno razdoblje općenito se smatra počecima masovnog turizma na području zemlje. Međutim, tijekom navedenog razdoblja Vlade nisu pridavale veliku pažnju i pozornost razvoju turističkih proizvoda i usluga već je za to bilo zaduženo lokalno stanovništvo. Prvu fazu razvoja karakterizirao je pretežito kontinentalni oblik turizma, nakon čega je uslijedio razvoj obalnih područja,
2. razdoblje između Prvog i Drugog svjetskog rata – faza razvoja hrvatskog turizma tijekom koje je vidljivo jačanje turističkih organizacija i poduzeća, a sektor turizma bilježi napredak,
3. razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1990 – tijekom navedene faze turizam u Hrvatskoj poprimio je svoje oblike koji su nam i danas poznati. Tijekom razdoblja masovnog turizma 1960-ih i 1970-ih karakteriziran je porastom smještajnih kapaciteta, često se naziva i „zlatnim razdobljem“ turizma te
4. razdoblje od 1990-ih do danas – posljednja faza u razvoju turizma započela je nakon Domovinskog rata, a obilježena je razvojem suvremenih oblika turizma sukladno potrebama i zahtjevima posjetitelja. Tijekom navedenog razdoblja provode se brojne investicije, izgradnje hotela, resorta i smještajnih kapaciteta te se osuvremenjuje

dosadašnja turistička ponuda. Na tržištu hrvatskog turista pojavljuju se brojni inozemni investitori koji ulažu u turističke komplekse namijenjene različitim skupinama turista. Svake godine Hrvatska je bilježila porast posjetitelja i noćenja, a svoj vrhunac turističkih prihoda dosegla je rekordne 2019. godine. Tijekom 2020. i 2021. godine broj posjetitelja naglo je pao zbog krize uzrokovane pandemijom COVID-19 te ograničenjima kretanja. Međutim, već 2022. godine Hrvatska ponovno bilježi porast turističkih posjetitelja i prihoda od turističkih aktivnosti.

Obzirom na višestoljetni povijesni razvoj hrvatskog turizma, on je danas prepoznat i cijenjen na globalnoj razini. Iako Hrvatska još uvijek nije iskoristila sve svoje pune potencijale turističkog razvoja, svake godine Hrvatska turistička zajednica i lokalne turističke zajednice u suradnji sa poduzetnicima, investitorima i stanovništvom, osmišljavaju nove projekte, usluge i proizvode koji će se osigurati na turističkom tržištu. Također, sve više do izražaja dolazi i kontinentalni oblici turizma, posebno zdravstveni u brojnim lječilištima i toplicama te planinski i rekreacijski.

## **2.2. Strategija razvoja i suvremeni oblici turizma RH**

Turistički razvoj se smatra se načinom poboljšanja hrvatskog gospodarstva i društvenog blagostanja cijele zemlje. Međutim, ukoliko se razvojem turizma ne postupa pažljivo, posjetitelji će odabirati konkurentska odredišta i destinacije (Meler, 2011, 382).

Tijekom posljednjih desetak godina, turistički sektor dobio je istaknuto mjesto u svjetskim politikama, politikama EU, a samim time i Hrvatske. Pandemija COVID-19 ukazala je na izrazitu ranjivost turizma na promjene koje se događaju u svijetu te njegovu važnost za gospodarski razvoj i društvo općenito. Pravci budućeg turističkog razvoja u Hrvatskoj, određeni su globalnim turističkim trendovima. Danas sve više postoje pritisci za razvoj turističkih proizvoda i usluga s fokusom na održivost, odnosno proizvodi i usluge koje će se uklopiti u lokalnu zajednicu uz istovremeno osiguranje očuvanja prirodnih resursa. Interakcija između turizma i klimatskih promjena vrlo je izražena. S jedne strane, klima je važna kao čimbenik razvoja turizma i atraktivnosti turističkih destinacija. S druge strane, turizam koji se ne temelji na postulatima održivosti, ima značajan negativan učinak na klimu i okoliš jer pridonosi emisiji stakleničkih plinova koji uzrokuju globalno zatopljenje. Održivost i profitabilnost često se smatraju nespojivima, osobito u sektorima kao što je turizam. Ipak, posljednjih godina Hrvatska se čvrsto opredijelila na održivi razvoj turizma, unatoč borbi za prevladavanje pandemije i rastuće inflacije. Pored održivosti, kao temeljnog ključa budućeg razvoja hrvatskog turizma, ističu se i trendovi vezani uz digitalizaciju poslovanja te demografske promjene. Suvremeni

turistički posjetitelji uglavnom svoja putovanja rezerviraju i plaćaju putem Interneta, stoga im je važno da u što kraćem roku dođu do pouzdanih informacija. Isto tako, posjetitelji sve više zahtijevaju personalizirano iskustvo i doživljaje, uz istovremenu zaštitu osobnih podataka i privatnosti. Nadalje, suvremene turiste karakterizira potreba za fleksibilnošću, ekonomičnim o održivim načinima prijevoza, ekološkim i odomaćim proizvodima i dr. U svrhu ostvarivanja pomaka prema održivom razvoju turizma uz istovremenu analizu trenutnog stanja, moguće je identificirati nekoliko razvojnih potreba i potencijala hrvatskog turizma (Strategija održivog razvoja turizma do 2030., 2022). Prema Strategiji, identificirane razvojne potrebe uglavnom su usmjerene na smanjenje sezonalnosti, osiguranje ravnomjernog turističkog razvoja u svim regijama zemlje, kreiranje turističkih proizvoda i usluga visoke dodane vrijednosti uz istovremeno očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva, smanjenje negativnih utjecaja turističkih aktivnosti na okoliš, unaprjeđenje smještajnih kapaciteta i modela održivog razvoja turizma i dr.

Obzirom da Republika Hrvatska ima velike potencijale u smislu održivog turističkog razvoja, Hrvatski sabor je u prosincu 2022. godine donio Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine (Strategija održivog razvoja turizma do 2030., 2022). Navedena strategija predstavlja dokument, odnosno akt strateškog planiranja razvoja turizma u Hrvatskoj u razdoblju od 2030. godine koji je usklađen sa Nacionalnom strategijom razvoja Republike Hrvatske kao i temeljnim politikama EU i Hrvatske. Strategija je izrađena u suradnji sa predstavnicima ključnih dionika hrvatskog turizma, ministarstvima, lokalnim stanovništvom i drugim relevantnim institucijama. U svrhu izrade Strategije provedena je utjecajna analiza, uzimajući u obzir ključne izazove povezane s razvojem održivog turizma, a uključuje:

- viziju turističkog razvoja u Republici Hrvatskoj u smjeru održivosti,
- razvojne potrebe i potencijale koje je potrebno ostvariti u smislu održivosti te
- konkretna prioritetna područja za realizaciju utvrđenih strateških ciljeva.

Glavna vizija održivog razvoja hrvatskog turizma do 2030. godine temelji se na poštovanju prirodnih i kulturnih naslijeđa i identiteta svih regija Hrvatske. Također, sukladno navedenoj Strategiji vizija se odnosi na kreiranje održivog cjelogodišnjeg turizma koji će biti pogodan za lokalno stanovništvo, investitore i posjetitelje uz istovremeni utjecaj na gospodarski razvoj Hrvatske (Strategija održivog razvoja turizma do 2030., 2022). Postoje četiri ključna strateška cilja održivog razvoja turizma u RH koji se temelje na prethodno navedenim razvojnim potrebama i potencijalima. Uz pomoć sljedeće tablice prikazat će se i objasniti svaki od navedenih ciljeva.

**Tablica 2. Ključni ciljevi Strategije održivog razvoja turizma do 2030.**

|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cjelogodišnji i regionalno uravnotežen turizam</b> | Hrvatski turizam trenutno se najviše suočava sa visokom sezonalnošću te neujednačenim regionalnim turističkim razvojem. Drugim riječima, najveći broj turista posjećuje RH tijekom ljetnih mjeseci i to uglavnom područje Jadranske obale i otoka. U svrhu ravnomjerne raspodjele turističkih aktivnosti, cilj je postaviti usmjerenje na unaprjeđenje kvalitete usluga i kreiranje uvjeta za razvoj posebnih oblika turizma, posebno u kontinentalnom dijelu Hrvatske |
| <b>Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu</b>      | Obzirom da su prirodni turistički resursi Hrvatske, odnosno more i prirodne znamenitosti glavni motivi dolazaka turista, oni su ugroženi turističkom devastacijom. Jedan od ključnih ciljeva Strategije održivog razvoja turizma do 2030. odnosi se na smanjenje negativnih i štetnih utjecaja turizma na okoliš                                                                                                                                                       |
| <b>Konkurentan i inovativan turizam</b>               | Navedeni cilj, odnosno konkurentnost i inovativnost, predstavlja jedna od koraka prema održivom razvoju turizma. Međutim, kako bi se ostvarila konkurentnost Hrvatske kao turističke destinacije potrebno je unaprijediti poslovno okruženje, provesti ulaganja u ljudske potencijale, unaprijediti smještajne kapacitete te poticati inovacije i digitalizaciju turističkog poslovanja                                                                                |
| <b>Otporan turizam</b>                                | Kako je već rečeno, kriza uzrokovana pandemijom ukazala je na veliku ovisnost turizma o zdravstvenim i političkim utjecajima. Iz tog razloga, vrlo je važno izgrađivati otpornost turističkog sektora prema vanjskim utjecajima. Kako bi se izgradila turistička otpornost, potrebno je uspostaviti učinkoviti sustav planiranja i razvoja turističkih aktivnosti temeljenih na prikupljenim i analiziranim podacima                                                   |

Izvor: izrada autora prema Strategija održivog razvoja turizma do 2030., 2022.

Obzirom na navedene ključne ciljeve strategije održivog razvoja turizma, vrlo je važna diversifikacija turističkih proizvoda i usluga kako bi Hrvatska ostala konkurenta te kako bi se turističke aktivnosti odvijale tijekom cijele godine i u svim regionalnim područjima. Hrvatska kao turistička destinacija ima brojne razvoje potencijale koji se, prvenstveno, temelje na prirodnim i kulturnim ljepotama, prometnoj povezanosti, kvalitetnim ljudskim kadrom te uzgoju i preradi domaćih proizvoda (vino, maslinovo ulje, paški sir i sl.). Suvremeni posjetitelji sve više privlači aktivan odmor u kontinentalnim dijelovima Hrvatske zbog klime, prirodnih ljepota i odmora u nenapučenim dijelovima. Upravo iz tog razloga turističke zajednice u suradnji sa lokalnim stanovništvom rade na utemeljenju i unaprjeđenju različitih oblika turizma:

- zdravstveni turizam (medicinski, wellness, lječilišni),
- sportsko-aktivni (turizam koji se temelji na određenim preduvjetima kao što su rijeke i planine te rekreativnoj infrastrukturi),
- ruralni turizam (turizam koji se temelji na poljoprivredi, seoskim imanjima te lokalnim proizvodima),
- turizam na rijekama i jezerima (kružna putovanja temeljena na prirodnim ljepotama rijeka i jezera i krškim oblicima).

### **3. Utjecaj turizma na ekonomski razvoj**

Turizam u velikom broju zemalja, posebno u zemljama u razvoju čini veliki izvor prihoda te utječe na gospodarski i ekonomski razvoj, izravno ili neizravno. Važnost turizma i turističke potrošnje danas je opće prepoznata jer utječe na brojne gospodarske aspekte kao što je povećanje bruto domaćeg proizvoda (BDP-a), otvaranje novih radnih mjesta i smanjenje nezaposlenosti, poboljšanje platne bilance turističke destinacije, povećanje ulaganja te promicanje nacionalnog, regionalnog i lokalnog razvoja i dr. Upravo analiza turističke potrošnje i ekonomskih učinaka turizma daje stvarnu ocjenu navedenih ekonomskih varijabli kao i bolje razumijevanje uloge i važnosti turizma u gospodarstvu pojedinih zemalja. U ovom dijelu rada prikazat će se pozitivni učinci turizma na ekonomski razvoj, ekonomske funkcije turizma te pojasniti turistička potrošnja kao jedan od važnijih segmenata u nacionalnom gospodarstvu.

#### **3.1. Pozitivni učinci turizma na ekonomiju**

Turizam je danas raširen u cijelom svijetu. Milijuni ljudi putuju u različite zemlje tijekom cijele godine tražeći odmor, nova iskustva, zabavu i rekreaciju. Posljednjih desetljeća turizam je postao prilično profitabilan posao koji donosi brojne pozitivne učinke na gospodarski i ekonomski razvoj zemalja (Theobald, 2005, 82).

Ekonomski doprinos turizma mogu imati izravne i neizravne učinke. Izravni ekonomski učinci stvaraju se prilikom prodaje turističkih proizvoda i usluga (smještaj, hrana, usluge pića i sl.). Stanovnici, turistički posjetitelji i različita poduzeća imaju izravne učinke na turizam kroz svoju potrošnju u ili u blizini turističke destinacije (Muchapondwa i Stage, 2013, 82). Temeljna komponenta izravnih ekonomskih učinaka proizlazi iz toga da se oni događaju unutar granica zemlje te da ih provode rezidenti i nerezidenti u poslovne svrhe ili u svrhu zabave. Nasuprot tome, neizravne ekonomske učinke moguće je pronaći u investicijskoj potrošnji koja okružuje turističku ponudu privatnih i državnih interesa. Navedeno ulaganje možda nije eksplicitno povezano sa turizmom, ali svejedno pruža koristi turistima i lokalnim dionicima. Neizravni ekonomski učinci turizma mogu se prikazati uz pomoć kupnje uli prodaje posredničkih artikala kao što su, primjerice, dodatne zalihe za restorane ili proširenje prometne infrastrukture u centru turističke destinacije. Nadalje, kako navodi Lemma (2014) turizam i aktivnosti povezane sa turizmom imaju izravne, neizravne i inducirane utjecaje na lokalna i nacionalna gospodarstva, što se vrlo često razlikuje od između zemalja. Ukupni ekonomski učinci predstavljaju zbroj izravnih, neizravnih i induciranih učinaka (Lemma, 2014, 2):

- Izravni učinci – predstavlja bruto domaći proizvod (BDP) generiran aktivnostima koje se izravno bave turizmom kao što su hoteli, putničke agencije, zrakoplovne tvrtke i turoperatora te restorani i druge djelatnosti koje služe turistima,
- Neizravni učinci – učinci koji nastaju zbog aktivnosti koje poduzima turistički sektor, a predstavljaju funkciju tri različita faktora:
  1. Kapitalna ulaganja u turizmu – kapitalna ulaganja u svim sektorima koji su izravno uključeni u turističku industriju kao i potrošnju poduzeća u drugim sektorima turističke imovine kao što su prijevoz ili smještaj,
  2. Državna potrošnja za turizam – uključuje državnu potrošnju za potporu turističkom sektoru, a koja se može uključivati u nacionalnu i lokalnu potrošnju,. Navedene aktivnosti uključuju promociju turizma, usluge turističkim posjetiteljima, administraciju i sl. te
  3. Učinci opskrbnog lanca – predstavljaju kupnju domaće robe i usluga, kao inputa za proizvodnju njihovih konačnih rezultata unutar poduzeća turističkog sektora.
- Inducirani učinci – odnose se na širi doprinos turizmu kroz rashode onih koji su izravno ili neizravno zaposleni u turističkom sektoru.

Općenito govoreći, turizam ima brojne pozitivne učinke na ekonomski razvoj zemalja, a odnose se na: porast bruto domaćeg proizvoda, turističku potrošnju, povećanje broja zaposlenih te porast kapitalnih investicija posebno onih inozemnih.

Kao što je već rečeno, turizam ima velike učinke na rast bruto domaćeg proizvoda, a uz pomoć sljedeće tablice prikazat će se ekonomski učinci na BDP zemalja.

**Tablica 3. Izravni, neizravni i inducirani učinci turizma na porast BDP-a**

|                         |                  |                                                                                                                                  |
|-------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Izravni učinci</b>   | Industrije       | - Usluge smještaja<br>- Usluge hrane i pića<br>- Usluge prijevoza<br>- Kulturne, zabavne i sportske usluge<br>- Trgovina na malo |
|                         | Dobra            | - Smještaj<br>- Prijevoz<br>- Zabava<br>- Atrakcije                                                                              |
|                         | Izvori potrošnje | - Domaća potrošnja stanovnika<br>- Izvoz posjetitelja<br>- Individualna državna potrošnja<br>- Poslovna domaća putovanja         |
| <b>Neizravni učinci</b> |                  | - Privatne strane investicije<br>- Državna potrošnja za turizam<br>- Utjecaj kupnje od strane dobavljača                         |

|                          |                                                                       |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>Inducirani učinci</b> | - Hrana i piće<br>- Rekreacija<br>- Odjeća<br>- Stambeno zbrinjavanje |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------|

Izvor: izrada autora prema Lemma, 2014., str. 3.

Nadalje, turistička potrošnja čini jedan od važnijih pozitivnih učinaka na ekonomski razvoj zemalja. Turistička potrošnja predstavlja potrošnju generiranu turističkom potražnjom koja ima za cilj pružanje niza dobara i usluga posjetiteljima (Thano i Kote, 2015, 2). Turistička proizvodnja, kao i turistička potrošnja ograničena je konceptom turista. Drugim riječima, obujam turističke potrošnje jednak je obujmu turističke proizvodnje. Turistička potrošnja predstavlja definiranu analitičku kategoriju gospodarskog ciklusa, a obuhvaća sve izdatke turista plaćene vlastitim novcem za dobra i usluge potrošene tijekom boravka u određenoj turističkoj destinaciji, kao u za sva dobra i usluge proizvedene u različitim sektorima koji podupiru povećanje turističke potrošnje (Thano i Kote, 2015, 3). U okviru makroekonomske teorije potrošnje, postoji odnos između državnog dohotka i turističke potrošnje. Sukladno navedenome, turističku potrošnju treba vezati za jednu od temeljnih vrijednosti turizma za gospodarstvo. Detaljnije o turističkoj potrošnji kao važnoj funkciji gospodarskog razvoja prikazat će se u posljednjem dijelu ovog poglavlja.

Turizam je u svojoj osnovi uslužna djelatnost te, sukladno tome, ljudski resursi su od ključne važnosti za uspjeh turističke destinacije. Turizam predstavlja važnu gospodarsku djelatnost za brojne zemlje jer stvara radna mjesta. Fleksibilnost rada i posjedovanje višestrukih vještina čine zapošljavanje u turističkom sektoru privlačno ljudima raznih znanja i vještina. Isto tako, turizam pruža radnicima mogućnost putovanja u inozemstvo i učenje stranih jezika (Obadić i Marić, 2009, 96). Turizam tijekom godine zapošljava sve veći broj ljudi u manje razvijenim zemljama. Iako su zaposleni uglavnom na nižim radnim mjestima (kuhari, konobari, spremačice i sl.), općenito je uvriježeno mišljenje da turizam generira radna mjesta što je korisno za gospodarski i ekonomski razvoj (Tohidy Ardahaey, 2011, 211). Turizam omogućava tri vrste zaposlenja:

1. Izravno zapošljavanje – zapošljavanje u turističkim objektima koje proizlazi iz turističke potrošnje (izdataka (primjerice, rad u hotelskim uredima, restoranima, putničkim agencijama, kruzerima, odmaralištima i sl.),
2. Neizravno zapošljavanje – isto tako predstavlja zapošljavanje u sektoru turističke ponude, međutim ne proizlazi izravno iz turističkih ponuda (primjerice, dobavljači restorana, građevinske tvrtke koje grade i održavaju turističke objekte, marketinške agencije, računovodstveni servisi i dr.) te

3. Inducirano zapošljavanje – ovaj oblik zapošljavanja javlja se kao dodatno zapošljavanje koje proizlazi iz multiplikativnih učinaka turizma.

Vezano uz zapošljavanje u turizmu, multiplikativni učinak znači da potiče otvaranje radnih mjesta u svim sektorima područja (UNWTO, 2014). Primjerice, kako bi mogao pružiti kvalitetnu razinu usluge, hotel (tercijarni sektor) zapošljava veći broj ljudi kako bi mogao odgovoriti na sve veći broj posjetitelja. Posljedično, drugi sektori (primarni i sekundarni) također pokušavaju zadovoljiti rastuće potrebe hotela. Stoga bi veletrgovci (sekundarni sektor) prodavali više hrane i pića u hotelu što dovodi do angažiranja više osoblja za rad u veletrgovačkim zanimanjima,

Turističke investicije moguće je definirati kao postupak vrednovanja prirodnih i kulturnih resursa te proces ulaganja u materijalne i financijske vrijednosti, znanje i ljudski kapital u svrhu kreiranja pozitivnih učinaka u budućnosti (Bartoluci, 2013, 63). Investicije u turizmu moguće je podijeliti na primarne, sekundarne i tercijarne. Primarne investicije odnose se na ulaganja u ugostiteljske objekte, turističke agencije, prijevoz i dr. Sekundarne investicije uključuju ulaganja u kongresne centre i sadržaje, sportske i zabavne objekte i shopping. Posljednje, tercijarne investicije odnose se na ulaganja u zdravstvene objekte, administraciju, sigurnost u turističkoj destinaciji, financijski poslovanje i dr. Turizam i aktivnosti povezane sa turizmom potiču razna kapitalna ulaganja, kako domaćih tako i stranih ulagača. Izravna strana ulaganja (engl. *Foreign Direct Investments*) često se smatraju jednim od najučinkovitijih pokretača za iskorištavanje turističkih mogućnosti (UNCTAD, 2007). Iz tog razloga, brojne svjetske zemlje, posebno zemlje u razvoju, postavljaju visoke prioritete za privlačenje takvih ulaganja, a određene zemlje strane ulagače privlače eksperimentiranjem sa raznim politikama. Izravna strana ulaganja koja proizlaze iz poslovnih putovanja uvode kapital, tehnologiju, vještine, ljude, potražnju za lokalnim opskrbljivanjem domaćeg gospodarstva te donose poboljšanja u trgovinskoj bilanci (UNWTO, 2014). Kako navodi Bartoluci (2013) izravna strana ulaganja donose brojne prednosti. Neke od glavnih prednosti odnose se na priljev inozemnog kapitala, razvoj turističkih proizvoda i usluga, povećanje inozemne turističke potražnje, razmjenu znanja, tehnologija i vještina, regionalni razvoj te partnerstva. Međutim, unatoč brojnim prednostima, izravna strana ulaganja u turizmu više su nijansirana od ostalih gospodarskih sektora. Iz tog razloga, većina zemalja pristupa ovim kapitalnim investicijama sa određenom dozom zadržke i straha. Iako su strane investicije danas izrazito cijenjene zbog široke lepeze mogućnosti koje pružaju, velik broj turističkih destinaciji ih se plaši zbog utjecaja stranih investicija na ekonomsku neovisnost, ali i zbog potencijalnih šteta na lokalnu zajednicu i okoliš.

### 3.2. Ekonomske funkcije turizma

Kako je već navedeno, turizam nudi velike mogućnosti za brojne ekonomije svijeta, posebno gospodarstva i zemlje u razvoju. Turizam povećava prihode u zemljama domaćinima, kreira tisuće novih radnih mjesta, pridonosi razvoju lokalne infrastrukture te smanjuje siromaštvo i nejednakosti. Ekonomske funkcije turizma odnose se na funkcije koje definiraju ulogu turističkog sektora u cjelokupnom gospodarstvu zemalja. Postoji deset temeljnih ekonomskih funkcija turizma koje će se prikazati u ovom dijelu rada.

Jedna od najvažnijih ekonomskih funkcija turizma odnosi se na funkciju uravnoteženja platne bilance. Platna bilanca odnosi se na makroekonomski statistički izvještaj koji sustavno sažima ekonomske transakcije određene zemlje sa ostalim zemljama svijeta tijekom određenog vremenskog razdoblja (obično tijekom jedne godine). Prihodi turističkih posjetitelja, koji se često smatraju nevidljivim izvozom, imaju poseban i izravan utjecaj na platnu bilancu. Nevidljivi izvoz turizmu daje posebnu prednost u odnosu na ostale gospodarske djelatnosti i sektore. Nevidljivi izvozi i uvozi imaju izravan utjecaj na platnu bilancu zemlje, a oni mogu biti i pozitivni i negativni. Republika Hrvatska još uvijek uvelike ovisi o uvoz proizvoda iz stranih zemalja, što dovodi do zaduživanja. Međutim, navedeni negativan učinak u hrvatskom gospodarstvu pokriva se prihodima od turističkih posjetitelja i njihove potrošnje. Navedeno utječe na uravnoteženje platne bilance zemlje (Pirjevec i Kesar, 2002, 105).

Druga funkcija odnosi se na funkciju zapošljavanja. Turizam može pružiti široke mogućnosti zapošljavanja u različitim turističkim sektorima obzirom da industrija putovanja obuhvaća različite aktivnosti i usluge koje stvaraju cjelokupno turističko iskustvo. Zapošljavanje se smatra važnim u smislu generiranja novih radnih mjesta unutar temeljnih gospodarskih djelatnosti u turističkom sektoru. U Hrvatskoj još uvijek zapošljavanje u sektoru turizma obilježava sezonalnost, dominaciju ženskih radnica te zapošljavanje ljudi sa nižom stručnom spremom, pa čak i nekvalificiranih radnika (Vukonić i Keća, 2001, 157). Također, obzirom da se dostupnost radne snage u sektoru turizma svake godine smanjuje, posljednjih se godina sve više zapošljavaju i radnici iz stranih zemalja.

Turistička potrošnja u određenoj gospodarskoj regiji ili zemlji ima izražen multiplikativni učinak. Turistički multiplikator temelji se na principima recikliranja dijela prihoda od strane njihovih primatelja u obliku turističke potrošnje što, potom, stvara više prihoda i aktivnosti. Multiplikativna funkcija temelji se na činjenici da ukupan učinak turističke potrošnje proizlazi iz cirkulacije te iste potrošnje kroz više različitih gospodarskih aktivnosti (Pirjevec, 1998, 97). Postoje izravni i neizravni turistički multiplikatori. Izravni multiplikator predstavlja svaki

izdatak turista koji potom postaje prihod turističkog poduzeća ili sektora. Međutim, značajniji je onaj neizravni multiplikator koji se očituje u činjenici da primatelji izravnih i neizravnih turističkih prihoda troše te iste prihode na proizvode i usluge koji nisu izravno povezani sa njihovom djelatnošću, čime se stvara učinak induciranog multiplikatora.

Četvrta ekonomska funkcija odnosi se na konverzijsku funkciju. Navedena funkcija predstavlja turističku sposobnost konverzije neprivrednih resursa u privredne (Pirjevec i Kesar, 2002, 160). Da ne postoji turizam, navedeni resursi ne bi mogli ostvarivati ekonomske učinke, odnosno prihode. Primjerice, Republika Hrvatska ima brojne prirodne, kulturne i povijesne resurse kojima privlači sve veći broj posjetitelja te, na taj način, ostvaruje ekonomske prihode. Drugim riječima, prirodne, kulture, povijesne i ostale znamenitosti konvertiraju se u ostvarivanje turističkih prihoda.

U suvremenom turističkom kontekstu, zemlja kao cjelina više ne predstavlja temeljnu jedinicu za ostvarivanje konkurentske prednosti. Navedenu funkciju danas preuzimaju pojedine destinacije i regije na području Republike Hrvatske jer, upravo pojedine regije, imaju bolji pristup kvalitetnim resursima i proizvodima za pokretanje određenih turističkih i gospodarskih aktivnosti. Konkretno, na području RH, glavna turistička regija predstavlja jadransku regiju, odnosno Jadransku obalu i otoke. Sukladno navedenom, u Hrvatskoj je još uvijek izražena gospodarska i turistička nejednakost između pojedinih regija iako je sve više popularan i kontinentalni oblik turizma. U tom smislu, jedna od ekonomskih funkcija turizma odnosi se na integracijsku funkciju. Kao primjer integracijskog djelovanja turizma odnosi se na povezivanje ugostiteljstva i hotelijerstva na području jadranske regije sa mogućnostima poljoprivrede i prehrambenih proizvoda u kontinentalnom dijelu zemlje.

Iduća funkcija odnosi se na apsorpcijsku funkciju. Navedena funkcija u turizmu odnosi se na sposobnost turizma za uravnoteženjem robno-novčanih odnosa u razvijenim gospodarskim sustavima, a pojavljuje se kao rezultat internacionalnih turističkih kretanja. Apсорpcijska ekonomska funkcija turizma najpoželjnija je u razvijenim zemljama koje karakterizira visoka kupovna moć te orijentiranost na izvoz. Međutim, u slabije razvijenim zemljama kao što je RH, karakteriziraju visoke ili niske stope inflacije što, posljedično, utječe na slabu konkurentnost na turističkom tržištu. Turizam je izrazito važan za tako slabo gospodarski razvijene zemlje jer uz pomoć njega te njegovih proizvoda i usluga apsorbiraju višak kupovne moći iz razvijenih zemlja te navedene viškove pretvaraju u razvojne potencijale.

Nadalje, važnu ekonomsku funkciju turizma predstavlja funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara. Učinke navedene funkcije mogu se vrlo jednostavno i lako prepoznati, obzirom da se svaka realizirana transakcija prikazuje u platnoj bilanci turističkog poduzeća ili

zemlje. Turizam ima snažnu ulogu u poticanju međunarodne razmjene proizvoda i dobara, a upravo navedeno očituje se u kretanju robnih izvoza i usluga u turizmu. Pritom posebno važnu ulogu ima izvoz turističkih proizvoda (rezultat turističke potrošnje) jer oni predstavljaju važan segment nacionalnog gospodarstva. Primjerice, strani turistički posjetitelji u Hrvatskoj koji prilikom posjete kupe određeni proizvod ili uslugu poprimaju karakter izvoza te, kao takvi, pozitivno utječu na platnu bilancu zemlje. Za RH je od izrazite važnosti poticati izvoz hrvatskih proizvoda jer se time ostvaruju turistički prihodi, povećava se broj zaposlenih te pozitivno utječe na općenito kretanje javnih prihoda.

Osmu ekonomsku funkciju turizma temelji se na nedovoljno gospodarski razvijenim područjima. Ova funkcija poznata je i pod nazivom kompenzacijska funkcija turizma. U smislu navedene funkcije, turizam utječe na razvoj i regulaciju gospodarski odnosa te utječe na razvoj ekonomski nerazvijenih područja i regija. Također, uloga turizma vezana uz navedenu funkciju posebno je važna u pogledu redistribucije dohotka i kapitala namijenjenog turističkoj potrošnji. Redistribucija financijskog kapitala i dohotka može se sagledavati na svjetskoj, nacionalnoj i regionalnoj razini.

Nadalje slijedi induktivna funkcija koja se nadovezuje na jednu od prethodno navedenih, odnosno na multiplikativnu funkciju. Drugim riječima, na razvoj induktivne ekonomske funkcije turizma utječu multiplikativni učinci turističke potrošnje sukladno određenim uvjetima tržišta, primjerice, kada se otvaraju nove mogućnosti i potrebe za kreiranjem novih turističkih proizvoda i usluga te poboljšavaju već postojeće turističke ponude (Marković i Marković, 1975, 39). Na taj način, stimulira se još intenzivniji razvoj turističkih proizvoda i usluga u određenoj destinaciji ili regiji. Kako navode Marković i Marković (1975) induktivna funkcija temelji se na činjenici da turistička potrošnja i dobit od turističkih aktivnosti nisu izravno povezani sa gospodarskim razvojem već je za to zadužena uloga turističke potrošnje u indukciji maksimizacije pružanja turističkih usluga. Sukladno navedenome, jačina i utjecaj induktivne ekonomske funkcije turizma ovisna je o porastu potražnje za određenom destinacijom, regijom ili proizvodom vezanim uz turističke aktivnosti.

Posljednja ekonomska funkcija odnosi se na akceleracijsku funkciju. Prema navedenoj funkciji, turizam ima snažan i intenzivan utjecaj na razvoj određenih područja mnogo brže od ostalih gospodarskih djelatnosti (Pirjevec i Kesar, 2002, 159). U Republici Hrvatskoj, navedena područja koja se snažno razvijaju zahvaljujući pozitivnim utjecajima turizma uglavnom se odnose na otoke, određena slabije razvijena područja na Jadranskoj obali te kontinentalni i gorski dijelovi RH. Upravo se kontinentalni i gorski dio Hrvatske izgrađuje posljednjih godina zahvaljujući razvoju turizma, ali i promijenjenim potrebama posjetitelja. Naime, suvremeni se

turisti sve više odlučuju za aktivan odmor u kontinentalnim dijelovima i na otocima koji nisu turistički napućeni. Osim što turizam utječe na razvoj područja i regija, on utječe i na razvoj određenih gospodarskih sektora, primjerice (Pirjevec i Kesar, 2002, 163):

- eko proizvodnju voća i povrća,
- uzgoj grožđa i proizvodnju kvalitetnih vina te maslinovog ulja,
- izgradnju suvremeno opremljenih i luksuznih objekata,
- proizvodnju tradicionalnih suvenira i nakita lokalnog područja i dr.

Kao što je vidljivo na temelju prikazanog, postoje brojne ekonomske funkcije turizma. Svaka od prethodno navedenih deset funkcija posjeduje određene karakteristike i svoju specifičnu ulogu u gospodarskom i ekonomskom razvoju određenih turističkih destinacija, kako na globalnoj, tako i na nacionalnoj i regionalnoj razini.

### **3.3. Turistička potrošnja**

Jedna od temeljnih karakteristika turizma leži u tome da se “proizvod” konzumira na licu mjesta (Sharples i Telfer, 2014, 385). Općenito je poznato da potrošači imaju izravnu ulogu u proizvodnji i/ili isporuci većine uslužnih proizvoda, a turizam nije iznimka. Turistički posjetitelji često biraju odgovarajući proizvod/uslugu iz niza dostupnih dobara, usluga i materijalnih/nematerijalnih iskustava. Suvremeni turisti, ali i turistički djelatnici sve su zahtjevniji i inovativniji zbog sve veće konkurencije i sve većeg raspoloživog dohotka. Općenito govoreći, četiri elementa smatraju se ključnima u procesu donošenja odluka potrošača: interni, eksterni, situacijski te marketinški miks (Dixit, 2021, 475). Kako je već navedeno, turističku potrošnju moguće je definirati kao potrošnju koja je generirana potražnjom turističkih posjetitelja, a cilj potražnje odnosi se na pružanje i dobivanje niza dobara i usluga (Thano i Kote, 2015, 2). Čavlek i sur. (2010) definiraju turističku potrošnju kao potrošnju individualnog posjetitelja na različite proizvode i usluge prilikom boravka u određenoj turističkoj receptivnoj destinaciji. Drugim riječima, turistička potrošnja obuhvaća sve izdatke turista plaćene vlastitim novcem za proizvodne i usluge potrošene tijekom boravka u određenoj turističkoj destinaciji. Vukonić i Čavlek (2001) definiraju turističku potrošnju kao ukupnu potrošnju pojedinca na proizvode i usluge koje turist kupuje ili konzumira kako bi zadovoljio svoje turističke potrebe, neovisno o tome da li se čin potrošnje dogodio prije, tijekom ili nakon putovanja.

Kao rezultat heterogenosti koja karakterizira turistički sektor, dobra i usluge dobivaju svojstvo „turističkih“ korištenjem/upotrebom od strane krajnjeg potrošača, odnosno turista. Turistička proizvodnja i turistička potrošnja ograničene su konceptom turista. Turizam je

individualna potrošnja nastala u nacionalnom gospodarstvu, odnosno predstavlja turističku potrošnju i definiranu analitičku kategoriju gospodarskog ciklusa (Thano i Kote, 2015, 2). Potražnja potrošača (turista) za turističkim proizvodima i specijaliziranim turističkim uslugama, predstavlja funkciju svih cijena i prihoda potrošača, pod uvjetom da je slobodno vrijeme posjetitelja stabilno i unaprijed određeno. Nadalje, u okviru makroekonomske teorije potrošnje, postoji odnos između dohotka i potrošnje. Turistička potražnja smatra se posebnim oblikom potrošnje te se, sukladno tome, turistička potražnja proučava u odnosu na ukupnu potrošnju i dohodak u okviru navedene makroekonomske teorije potrošnje. Prema teoriji potrošačkog ponašanja, potrošač bira onu potrošačku košaricu koja maksimizira njegovu korist, uz ograničenje njegovog dohotka i sukladno cijenama danih proizvoda i usluga (Thano i Kote, 2015, 3). Postoji više utjecaja na ponašanje koji utječu na turističku potrošnju za putovanja, odmor i slobodno vrijeme. Iz tog razloga, precizno i detaljno razumijevanje potrošačkog ponašanja ključno je za pružatelje turističkih proizvoda i usluga.

Potrošačko ponašanje turista složen je i višestruk fenomen koji uključuje različite kulturne, društvene, psihološke i osobne čimbenike. Općenito, ponašanje potrošača shvaća se uz pomoć tri pristupa: psihološkog, sociološkog i ekonomskog (Dixit, 2021, 476). Psihološki pristup uspostavlja vezu između psihe i ponašanja potrošača. Nadalje, sociološki pristup ističe reakcije potrošača u različitim okolnostima, odnosno istražuje kako različite društvene instance utječu na ponašanje potrošača i njihove odluke o kupnji. Posljednji, ekonomski pristup temelji se na mikroekonomskim pokazateljima temeljem kojih potrošači eksplicitno izražavaju svoju preferiranu namjeru kupnje i svoje zahtjeve. Iz navedenih razloga, ponašanje potrošača smatra se ključnim alatom za procjenu kvalitete, djelotvornosti i učinkovitosti proizvoda/usluga. Ponašanje turističkih posjetitelja očituje se iz dva važna čimbenika (Dixit, 2021, 476):

1. Kvalitete, koristi ili zadovoljstva koje turistički proizvod/usluga nudi te
2. Signalizirajućeg učinka izazvanog potrošačkim ponašanjem drugih turista.

Kako bi što detaljnije i eksplicitnije razumjeli potrošačko ponašanje turista, Sørensen i Hjalager (2020) predložili su model koji kombinira dimenzije “upadljivosti nasuprot neupadljivosti” te “potrošnje nasuprot nepotrošnje” uz pomoć četiri kvadranta. Na temelju ovih kvadranta, proizašle su četiri karakteristične kategorije potrošačkog ponašanja turista: uočljiva potrošnja, neupadljiva potrošnja, neupadljiva nepotrošnja te uočljiva nepotrošnja. Prema teoriji uočljive potrošnje, potrošači obično konzumiraju/kupuju određene proizvode ili usluge kako bi impresionirali druge svojim potrošačkim ponašanjem. Navedena teorija smatra se jednom od najstarijih filozofija u ponašanju potrošača koja uključuje praksu raskošne potrošnje i aktivnosti u slobodno vrijeme kako bi se razlikovali od drugih putem ovakve ekstravagantne potrošnje

(Sørensen i Hjalager, 2020, 22, ). Posljednjih godina, teorija uočljive potrošnje uglavnom je bila usmjerena na materijalna dobra, međutim noviji znanstveni i akademski razvoj usredotočio se na njezinu sve veću ulogu na nematerijalna iskustva koja potrošači stječu turističkim putovanjima. Iz tog razloga, suvremeni gospodarski i ekonomski rast temelji se uglavnom na ekonomijama iskustva zamjenjujući usluge. Upadljiva nepotrošnja predstavlja turističko ponašanje kada oni namjerno izbjegavaju raskošne izdatke tijekom godišnjeg odmota i praznika uz istovremeno slanje društvenih signala u svrhu motiviranja drugih. Dakle, upadljiva nepotrošnja ne predstavlja odbacivanje konzumacije, već prebacivanje s određenih proizvoda ili iskustva na druge te motiviranje drugih da učine isto. Treća teorija odnosi se na neupadljivu nepotrošnju, a može se definirati kao potrošačko ponašanje kada turist ne reklamira svoju nepotrošnju prema drugima. Navedeno ponašanje, u području turizma, artikulira se kao „ostanak“, što se podrazumijeva kao čin neodlaska na odmor i ekstravagantnu razonodu i samo istraživanje i posjetu okolnim atrakcijama (Sørensen i Hjalager, 2020, 230). Takvo ponašanje turista podupire uspon suradničke ekonomije u turističkom sektoru i sektoru ugostiteljstva. Posljednja, uočljiva nepotrošnja podrazumijeva potrošnju svakodnevnih i uobičajenih dobara i usluga po relativno razumnoj cijeni te je, također, od vitalne važnosti u ugostiteljstvu i turizmu jer su takva dobra i usluge lako dostupni po relativno prihvatljivim cijenama. Turističko iskustvo pretežito proizlazi iz suvremenog ponašanja „litalica“, odnosno turisti prvenstveno putuju u potrazi za novim mogućnostima u svrhu postizanja nezaboravnih i obogaćujućih iskustava. Turističke organizacije i poduzeća obično ne nude poželjna iskustva svojim potrošačima, već samo osiguravaju pogodno okruženje i sustav kako bi potrošači doživjeli ugodno iskustvo konzumacije. Također, važno je napomenuti kako dva potrošača neće imati sličnu prirodu iskustva s istim turističkim proizvodom/uslugom zbog različitih društvenih, socioloških, fizičkih i drugih dimenzija koje izgrađuju to iskustvo. U suvremenim gospodarstvima, usmjerenima na potrošnju, potrebe potrošača i inovativne marketinške prakse za privlačenje potrošača dinamično se mijenjaju. Ekonomske nestabilnosti posljednje tri godine uzrokovane globalnom krizom, prvenstveno krizom uzrokovanom pandemijom COVID-19, natjerali su turiste na transformaciju i prilagodnu svojih kupovnih ponašanja i sklonosti. Napredak u mobilnoj tehnologiji, virtualnoj stvarnosti, tehnologijama umjetne inteligencije i pojavi različitih platformi društvenih medija usmjerio je istraživanja turističkih posjetitelja na usvajanje digitalno omogućenog zajedničkog stvaranja iskustva (Dixit, 2021, 478).

Turistička potrošnja može se podijeliti u tri faze (Čavlek i sur., 2010, 312):

1. Potrošnja u mjestu boravišta (prije i nakon putovanja),
2. Potrošnja na putu prema destinaciji i na povratku te

### 3. Potrošnja u turističkoj destinaciji.

Svaka od navedenih faza turističke potrošnje ima svoje karakteristike. Uz pomoć sljedeće tablice prikazat će se karakteristike potrošnje u mjestu boravka i u turističkoj destinaciji.

**Tablica 4. Karakteristike turističke potrošnje u mjestu boravka vs. turističkoj destinaciji**

| Karakteristike                                                   | Potrošnja u mjestu boravka | Potrošnja u turističkoj destinaciji |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| <b>Svrha potrošnje</b>                                           | Iz nužde/potrebe           | U svrhu zabave                      |
| <b>Razina utjecaja iracionalnih čimbenika prilikom potrošnje</b> | Nizak                      | Nizak                               |
| <b>Upoznatost sa okolinom u kojoj se obavlja potrošnja</b>       | Dobra upoznatost           | Neupoznatost                        |
| <b>Poznavanje ukupne ponude</b>                                  | Široko                     | Ograničeno                          |
| <b>Usporedba kvalitete korištenih i ponuđenih proizvoda</b>      | Dobro poznata              | Ograničena/otežana                  |
| <b>Upoznatost sa zamjenskim proizvodima/uslugama</b>             | Dobra                      | Neupoznatost                        |
| <b>Razina orijentacije prilikom procjene vrijednosti</b>         | Visoka                     | Niska                               |
| <b>Upoznatost sa vrijednošću lokalne valute</b>                  | Vrlo visoka                | Vrlo niska                          |

Izvor: izrada autora prema Čavlek i sur., 2010., str. 314.

Turistička potrošnja može se klasificirati s obzirom na domaću i inozemnu turističku potrošnju. Domaća turistička potrošnja može se definirati kao mjera potrošnje posjetitelja (rezidenata ili nerezidenata) tijekom ili u pripremi za putovanje koje su obavili u zemlji boravka. Najčešći motivi putovanja domaćih posjetitelja odnose se na posjetu obitelji, poslovne sastanke, zdravstvene tretmane, jednodnevne izlete i sl. Domaća turistička potrošnja ima relativno mali udio u ukupnom bruto domaćem proizvodu zemlje jer će se navedena turistička potrošnja uglavnom odraziti na intenzivniju aktivnosti lokalnih područja i regija u kojima se potrošnja provodi. S druge strane, inozemna turistička potrošnja odnosi se na potrošnju koja predstavlja izdatke međunarodne turističke potrošnje ostvarene izvan zemlje porijekla (boravka). Drugim riječima, izdaci međunarodnog turizma predstavljaju izdatke međunarodnih odlaznih posjetitelja u stranim zemljama, uključujući i plaćanja inozemnim prijevoznicima za međunarodni prijevoz. Za razliku od domaće, inozemna turistička potrošnja ima veliki utjecaj na općeniti dohodak zemlje koju turisti posjećuju. Inozemnom turističkom potrošnjom vrši se prelijevanje dohotka uz turistički emitivne u turistički receptivnu zemlju što ima pozitivne ekonomske učinke na zemlju domaćina.

### 3.4. Pregled dosadašnjih istraživanja

Posljednjih nekoliko desetljeća porastao je broj istraživanja vezanih uz ekonomske učinke turizma na rast i razvoj gospodarstva pojedinih zemalja. Posebna važnost ekonomskog razvoja i njegove odrednice proučavane su u razvijenim zemljama te zemljama u razvoju. Brojni autori, kako strani, tako i domaći provodili su istraživanja na navedenu temu.

Prema istraživanju Payne i Mervar (2010) rast turizma u određenoj zemlji ovisan je o dobro osmišljenim ekonomskim politikama te ulaganjima u fizički i ljudski kapital. Prema autorima, prema dostupnim informacijama o turističkoj potrošnji i ekonomskim učincima turizma, mogla bi postojati dvosmjerna uzročnost između turističkih prihoda i gospodarskog razvoja zemlje. Nadalje, Savaş, Beşkaya i Şamiloğlu proveli su 2010. godine istraživanje o učincima turizma na ekonomski razvoj Turske. Istraživanje autora koristila je ekonomske varijable koje se odnose na bruto domaći proizvod, realni tečaj, stvarnu ukupnu turističku potrošnju te međunarodne turističke dolaske kako bi se predočila uzročnost među navedenim varijablama. Njihova studija potvrdila je ekonomski rast predvođen turističkom potrošnjom i turističkim kretanjima. Mallick i suradnici (2016) analizirali su povezanost između ekonomskog rasta i turizma u 23 indijske države i razdoblju od 1997. do 2011. godine, a istraživanje je pokazalo da turizam i turistička potrošnja imaju pozitivan utjecaj na ekonomski razvoj zemalja tijekom dužeg vremenskog razdoblja. Još jedno važno istraživanje proveli su Antonakakis i suradnici 2015. godine. Oni su testirali povezanost između turizma i gospodarskog rasta u Europi korištenjem novouvedenog pristupa koji je poznat kao indeks prelijevanja. Na temelju prikupljenih mjesečnih podataka za 10 europskih zemalja u razdoblju od 1995. do 2012. godine, autori sugeriraju da odnos između turizma i gospodarskog rasta nije stabilan tijekom vremena u smislu veličine i smjera što ukazuje na to da gospodarski rast uzrokovan turizmom i hipoteza ekonomskog turističkog rasta ovisi o vremenu. Dakle, njihovi nalazi sugeriraju da ista zemlja može doživjeti gospodarski ili ekonomski rast vođen turizmom tijekom različitih razdoblja i događaja.

Nadalje, u cilju razumijevanja ekonomskih učinaka turizma, Ivandić i Šutalo (2018) istražili su doprinos turizma u bruto domaćem proizvodu Republike Hrvatske te izmjerili multiplikativne učinke turističke potrošnje na različite gospodarske grane tijekom devetogodišnjeg razdoblja. Istraživanje se temeljilo na specifičnom metodološkom okviru koji integrira turističke satelitske te input-output modele tijekom tri različite godine. Njihova analiza dale je aproksimaciju ukupnog doprinosa turizma hrvatskom gospodarstvu u rasponu od 14,2 do 16,3 posto bruto dodane vrijednosti cjelokupnom gospodarstvu Hrvatske. Zaključci istraživanja ukazuju da turistička potrošnja pozitivno utječe i na turističke i na neturističke

proizvode i aktivnosti. Također, značajno istraživanje proveli su Čović i suradnici (2023) koji su analizirali učinke turizma na gospodarstvo uz pomoć TSA metode (Satelitski račun turizma). Satelitski račun turizma ima zadaću procijeniti izravni ekonomski doprinos turizma nacionalnom gospodarstvu. Njihovo istraživanje, kao i istraživanja ostalih autora sugerira kako je izravan i neizravan ekonomski utjecaj turizma na nacionalna gospodarstva brojnih svjetskih zemalja uglavnom pozitivan.

## **4. Ekonomski učinci turizma na primjeru Republike Hrvatske**

Neupitna su otkrića da se turizam u brojnim zemljama smatra najvećom gospodarskom granom 21. stoljeća te jednim od temeljnih pokretača lokalnog i nacionalnog razvoja. Hrvatska je jedna od zemalja u kojoj turizam ima ključnu ulogu u gospodarskom i ekonomskom razvoju. Važnost turizma za nacionalni gospodarski razvoj općeprihvaćena je zbog njegovog doprinosa platnoj bilanci, proizvodnji i zapošljavanju. Isto tako, postoje snažni odnosi između turizma i drugih gospodarskih sektora, uključujući promet, maloprodaju i veleprodaju, proizvodnju, obrt i dr. Hrvatski turizam svake godine bilježi stabilan rast, postavši važan čimbenik koji nadomješta oslabljenu domaću potražnju i potiče gospodarski rast, iako je odnos između turizma i gospodarskog rasta složen i višedimenzionalan. Povezanost između turizma i gospodarskog razvoja analizira se uz pomoć različitih modela, ekonometrijskih tehnika te sa različitim podacima (Ivandić i Šutalo, 2018, 23). Imajući u vidu turistički procvat s kojima se Hrvatska suočava posljednjih godina, od posebnog su značaja učinci turizma na moguće strukturne promjene i deindustrijalizaciju gospodarstva. Kao što je već navedeno, turizam danas čini veliki udio u hrvatskom gospodarstvu. Iz perspektive nacionalnih računa, prihodi od usluga povezanih sa turizmom bilježe se kao izvozne usluge i, kao takvi, čine sastavni dio potražnje BDP-a. Jedan od najčešće korištenih pokazatelja za ocjenjivanje veličine turizma odnosi se na udio prihoda povezanih sa međunarodnim turizmom u cjelokupnim gospodarskim rezultatima zemlje (Orsini i Pletikosa, 2019). U narednim godinama očekuje se još veća potražnja za hrvatskim turističkim uslugama što je posljedica sve bržeg rasta prihoda u gospodarstvima srednje i istočne Europe. U ovom dijelu rada analizirat će se i objasniti ekonomski učinci turizma na primjeru Republike Hrvatske u razdoblju od 2010. do 2022. godine.

### **4.1. Ekonomski učinci turizma**

Prema Čavlek i sur. (2010) moguće je definirati fizičke i financijske ekonomske učinke na turizam. Fizički ekonomski učinci odnose se na kvantitativne pokazatelje, a uključuju broj ostvarenih dolazaka i noćenja turista, broj smještajnih kapaciteta, broj i strukturu zaposlenih i sl. Navedene podatke prikuplja Državni zavod za statistiku i javno objavljuje na mrežnim stranicama te u službenim publikacijama. S druge strane, financijski ekonomski učinci turizma znatno su kompleksniji, a njihov izračun uglavnom se provodi na temelju analize gotovih izvještaja te na temelju podataka prikupljenih složenim terenski istraživanjima. Financijski učinci turizma odnose se na (Pirjevec i Kesar, 2002, 324):

- veličina i struktura turističke potrošnje,

- prihodi i rashodi sudionika turističke ponude i gospodarskih subjekata u funkciji opskrbe gospodarskih djelatnosti koje izravno pružaju usluge privremenim posjetiteljima,
- udio turizma u BDP-u Hrvatske,
- kretanje prihoda i rashoda od uvoza i izvoza usluga po osnovi inozemnih turističkih putovanja,
- kretanje veličine i strukture inozemnih ulaganja po pojedinim djelatnostima,
- visina i struktura dodijeljenih potpora razvojnim programima u turizmu i dr.

U svrhu izrade diplomskog rada analizirat će se i objasniti neki od najvažnijih ekonomski učinaka turizma na gospodarski razvoj Republike Hrvatske: dolasci i noćenja turista (domaćih i stranih), utjecaj turizma na zaposlenost, udio turizma u BDP-u Hrvatske te turistička potrošnja na temelju dostupnih javnih podataka TOMAS istraživanja.

## 4.2. Dolasci i noćenja turista

Dolasci i noćenja turista predstavljaju izuzetno važan ekonomski pokazatelj turizma, posebno dolasci i noćenja stranih turista. Uz pomoć sljedeće dvije tablice prikazat će se broj turističkih dolazaka i noćenja u razdoblju od 2010. do 2022. godine, klasificirane na strane i domaće te ukupan broj turističkih posjetitelja.

**Tablica 5. Broj dolazaka turista u RH (u tisućama)**

| Godina | Domaći | Strani | Ukupno        |
|--------|--------|--------|---------------|
| 2010.  | 1.438  | 8.967  | <b>10.405</b> |
| 2011.  | 1.488  | 9.723  | <b>11.211</b> |
| 2012.  | 1.419  | 10.180 | <b>11.599</b> |
| 2013.  | 1.442  | 10.791 | <b>12.233</b> |
| 2014.  | 1.461  | 11.453 | <b>12.914</b> |
| 2015.  | 1.623  | 12.553 | <b>14.175</b> |
| 2016.  | 1.749  | 13.715 | <b>15.463</b> |
| 2017.  | 1.838  | 15.593 | <b>17.431</b> |
| 2018.  | 2.022  | 16.645 | <b>18.667</b> |
| 2019.  | 2.213  | 17.353 | <b>19.566</b> |
| 2020.  | 1.456  | 5.545  | <b>7.001</b>  |
| 2021.  | 2.135  | 10.641 | <b>12.776</b> |
| 2022.  | 2.451  | 15.324 | <b>17.775</b> |

Izvor: izrada autora prema Državni zavod za statistiku, 2023.

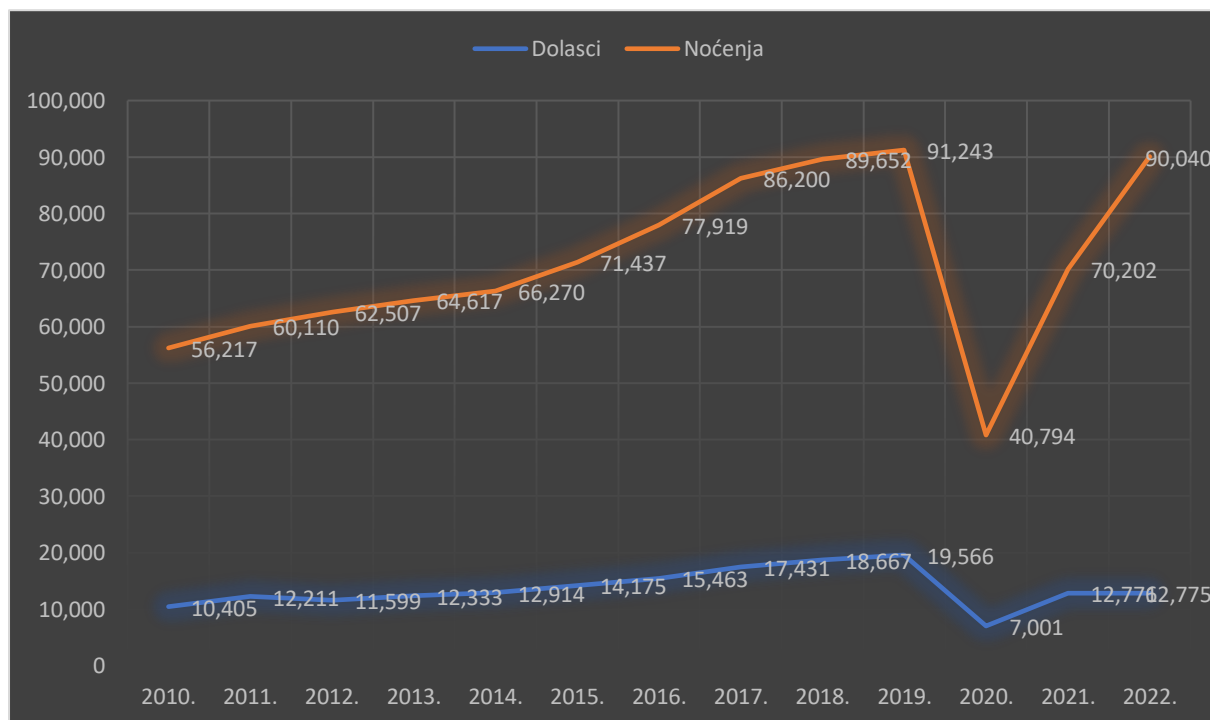
**Tablica 6. Broj noćenja turista u RH (u tisućama)**

| Godina | Domaći | Strani | Ukupno |
|--------|--------|--------|--------|
| 2010.  | 5.369  | 50.849 | 56.217 |
| 2011.  | 5.562  | 54.547 | 60.110 |
| 2012.  | 5.174  | 57.333 | 62.507 |
| 2013.  | 5.095  | 59.523 | 64.617 |
| 2014.  | 5.116  | 61.154 | 66.270 |
| 2015.  | 5.705  | 65.732 | 71.437 |
| 2016.  | 5.819  | 72.099 | 77.919 |
| 2017.  | 5.978  | 80.222 | 86.200 |
| 2018.  | 6.477  | 83.175 | 89.652 |
| 2019.  | 7.095  | 84.148 | 91.243 |
| 2020.  | 5.415  | 35.379 | 40.794 |
| 2021.  | 7.354  | 62.848 | 70.202 |
| 2022.  | 7.753  | 82.288 | 90.040 |

Izvor: izrada autora prema Državni zavod za statistiku, 2023.

Kao što je vidljivo iz prethodne dvije tablice, u Republici Hrvatskoj svake promatrane godine ostvaren je veći broj dolazaka stranih turista, a najveći broj dolazaka i noćenja ostvaren je tijekom rekordne 2019. godine. Uz pomoć sljedećeg grafikona prikazat će se kretanje turističkih dolazaka i noćenja te na temelju prikaza pojasniti dobivena analiza.

**Grafikon 1. Kretanje dolazaka i noćenja turista u RH (2010-2022)**



Izvor: izrada autora prema Državni zavod za statistiku, 2023.

Temeljem provedene analize turističkih kretanja (dolazaka i noćenja) turista u Republici Hrvatskoj za promatrano razdoblje, vidljivo je kako su se turistički dolasci i noćenja povećavali tijekom promatranih godina, odnosno sve do pandemijske 2020. godine, kada je broj dolazaka i noćenja naglo pao. Navedeno je bila posljedica ograničenja kretanja u strane zemlje sukladno preporukama Svjetske zdravstvene organizacije i nacionalnih stožera civilne zaštite. Sukladno podacima prikazanim uz pomoć Tablice 5 i Tablice 6, evidentno je kako do broj dolazaka domaćih turista pao za 34%, a stranih za visokih 68% u odnosu na 2019. godinu. Ovako velika razlika u postotku smanjenja dolazaka turista može se objasniti upravo zabranom dolazaka stranih posjetitelja u Hrvatsku bez COVID potvrda. Ovakva slaba turistička kretanja tijekom pandemijske 2020. godine snažno su utjecala i na pad BDP-a Hrvatske što je usporilo i gospodarski razvoj tijekom krizne godine. Međutim, tijekom posljednje dvije godine došlo je do oporavka u turističkim kretanjima te se broj dolazaka i noćenja poveća za preko 60% u odnosu na prethodnu, 2020. godinu. Tijekom 2022. godine, sukladno dostupnim podacima, turistička kretanja gotovo su dosegla rekordnu 2019. godinu. Prošla godina bila je godina turističkog i gospodarskog oporavka Hrvatske. prema podacima Državnog zavoda za statistiku u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 17,8 milijuna dolazaka, odnosno 90 milijuna turističkih noćenja. U cjelokupnoj strukturi ukupnih dolazaka tijekom 2022. godine, čak 86,2% činili su dolasci stranih turista, a 14,8% dolasci domaćih. Nadalje, turisti iz Njemačke činili su najveći udio u dolascima i noćenjima, a slijedili su ih turisti iz Slovenije, Austrije, Poljske i Češke (Državni zavod za statistiku, 2023).

### **4.3. Utjecaj turizma na zaposlenost**

Turizam je izrazito radno intenzivan izvor zapošljavanja te predstavlja jedan od vodećih sektora, kreatora radnih mjesta koja zahtijevaju različite stupnjeve vještina te omogućuje brzo zapošljavanje osjetljivih skupina kao što su mladi, žene i migranti (Aynalem, Birhanu i Kassegn, 2016, 1). Turizam i ugostiteljstvo stvaraju brojna radna mjesta u različitim područjima djelatnosti kao što su, primjerice, smještaj, prijevoz, turističke atrakcije i sl. Iz tog razloga, dostupnost kvalificirane i obrazovane radne snage predstavlja ključni element uspjeha svakog plana i programa razvoja turizma.

Tržište rada u području turizma dinamične je prirode, odnosno karakterizira ga izrazito visoka fluktuacija radne snage između turističkih poduzeća te sezonalnost zapošljavanja. U zemljama u razvoju ako što je Republika Hrvatska, obično postoji velika konkurencija za poslove u sektoru turizma. Obzirom da predstavlja radno intenzivni sektor, turizam nudi brojne mogućnosti zapošljavanja osobama koje tek ulaze na tržište rada ili imaju određenih poteškoća

prilikom pronalaženja posla. Stoga turizam ima važnu ulogu u pružanju prilika za niskokvalificirane radnike, etničke manjinske skupine i migrante, dugotrajno nezaposlene osobe i sl. Isto tako, ova vrsta prilika za rad u turizmu predstavlja važnu dopunsku komponentu prihoda za umirovljenike i druge koji prolaze kroz određenu radnu tranziciju. Zapošljavanje u turističkom sektoru odnosi se na sve poslove (ili osobe) angažirane u aktivnostima karakterističnima za turizam i aktivnostima koje nisu karakteristične za turizam u svim objektima vezanima uz turističke djelatnosti (UNWTO, 2014). Potreba za analizom zaposlenih u turizmu smatra se važnim korakom u stjecanju boljeg razumijevanja strukture zapošljavanja u turizmu, odnosno za analizu utjecaja turizma na povećanje zaposlenih i gospodarski razvoj zemlje. Općenito govoreći, analiza zaposlenih u turizmu ima tri temeljna cilja (UNWTO, 2016):

1. Analiza se može koristiti za opisivanje i analizu trenutne situacije zaposlenosti u turistički karakterističnim djelatnostima u smislu broja zaposlenih osoba ili broja radnih mjesta u sektoru, socio-demografske karakteristike radne snage, uvjeti rada, mobilnost, produktivnost, cijenu rada, intenzitet rada, iskorištenost radne snage, zahtjevi za radna mjesta, slobodna radna mjesta i strategije zapošljavanja i sl.,
2. Analiza zaposlenih potreba je za predviđanja utjecaja (promjena) turističkih tokova i izdataka na razine i strukture zaposlenih u različitim karakteristikama turističke industrije. To podrazumijeva povezivanje ponude i potražnje u turizmu, a navedena veza može se osigurati putem turističkog satelitskog računa (engl. *Tourism Satellite Account*) te
3. Podaci o zapošljavanju mogu donijeti važne informacije kreatorima politika za provedbu analize na različitim razinama, provjeru dosljednosti s financijskim podacima te pružiti detaljne uvide o ulozi turizma u kreiranju i očuvanju radnih mjesta.

Kako je već naglašeno, turizam ima važnu ulogu u povećanju zaposlenih u Republici Hrvatskoj. Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, sezonsko zapošljavanje ima visoki udio u ukupnom broju radnih odnosa. To se posebno odnosi na turističke djelatnosti koja, osim djelatnosti smještaja i usluživanja hrane i pića, obavlja i druge srodne djelatnosti (trgovina, promet te administrativne i druge industrije). Prema određenim procjenama, u sektoru turizma zaposleno je preko 40.000 ljudi u različitim sektorima kao što su trgovina, prijevoz, ugostiteljstvo i sl., što čini gotovo 10% zaposlenih u hrvatskom gospodarstvu (Buneta, Ćosić i Tomašević, 2016, 185). Ipak, unatoč velikom broju zaposlenih u turizmu, hrvatski turizam posljednjih godina bori se sa nedostatkom stručnog i kvalificiranog kadra. Problem nedostatka radne snage u turizmu traje već nekoliko godina. Međutim, pandemija COVID-19 tijekom 2020. godine uvelike je utjecala na broj zaposlenih u sektoru turizma. Obzirom na ograničenja kretanja, zatvaranja hotela, restorana i ugostiteljskih objekata utjecala su na smanjenje potrebe

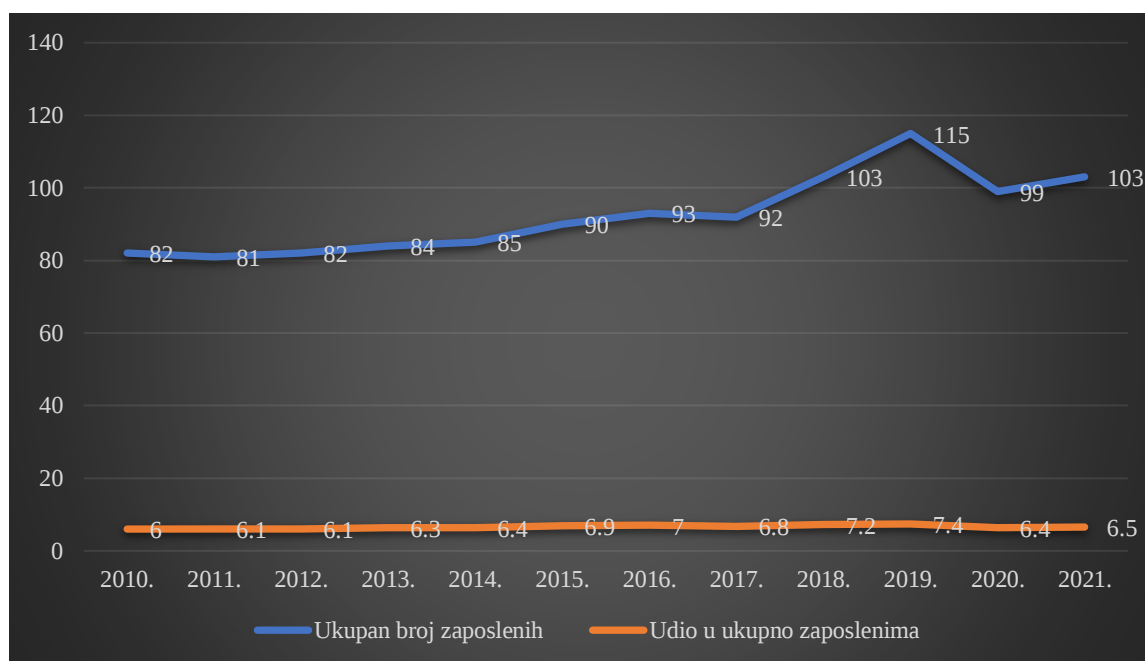
za zaposlenicima. Tijekom pandemijske godine, brojni turistički sezonski radnici su, u potrazi za poslom, iselili iz Hrvatske u sjevernoeuropske zemlje gdje su ostali i tijekom posljednje dvije godine. Navedeno je utjecalo na nedostatak kvalificirane radne snage, posebno prethodne, 2022. godine kada je turizam doživio potpuni oporavak nakon dvije godine pandemije. Uz pomoć Tablice 7. i Grafikona 2. prikazat će se broj i kretanje zaposlenih u sektoru turizma, odnosno u uslugama pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane i pića te udio turističkih djelatnika u ukupno zaposlenima u RH.

**Tablica 7. Broj zaposlenih u turizmu (2010-2021)**

| Godina | Djelatnost pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hranom (u 000) |                   |                                 | Udjel u ukupno zaposlenima (u %) |                   |                                 |
|--------|----------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|----------------------------------|-------------------|---------------------------------|
|        | Ukupno                                                               | U pravnim osobama | U obrtu i slobodnim profesijama | Ukupno                           | U pravnim osobama | U obrtu i slobodnim profesijama |
| 2010.  | 82                                                                   | 45                | 37                              | 6,0                              | 4,0               | 15,6                            |
| 2011.  | 81                                                                   | 45                | 36                              | 6,1                              | 4,1               | 16,3                            |
| 2012.  | 82                                                                   | 47                | 35                              | 6,1                              | 4,1               | 16,4                            |
| 2013.  | 84                                                                   | 50                | 35                              | 6,3                              | 4,4               | 16,5                            |
| 2014.  | 85                                                                   | 52                | 33                              | 6,4                              | 4,6               | 16,6                            |
| 2015.  | 90                                                                   | 58                | 32                              | 6,9                              | 5,2               | 16,7                            |
| 2016.  | 93                                                                   | 61                | 32                              | 7,0                              | 5,2               | 16,6                            |
| 2017.  | 92                                                                   | 61                | 31                              | 6,8                              | 5,3               | 16,2                            |
| 2018.  | 103                                                                  | 73                | 30                              | 7,2                              | 6,0               | 15,7                            |
| 2019.  | 115                                                                  | 85                | 29                              | 7,4                              | 6,4               | 15,3                            |
| 2020.  | 99                                                                   | 73                | 26                              | 6,4                              | 5,5               | 13,7                            |
| 2021.  | 103                                                                  | 75                | 27                              | 6,5                              | 5,5               | 14,1                            |

Izvor: izrada autora prema Hrvatska turistička zajednica, 2022.

**Grafikon 2. Kretanje broja zaposlenih i udjela turističkih djelatnika u ukupno zaposlenima u RH**

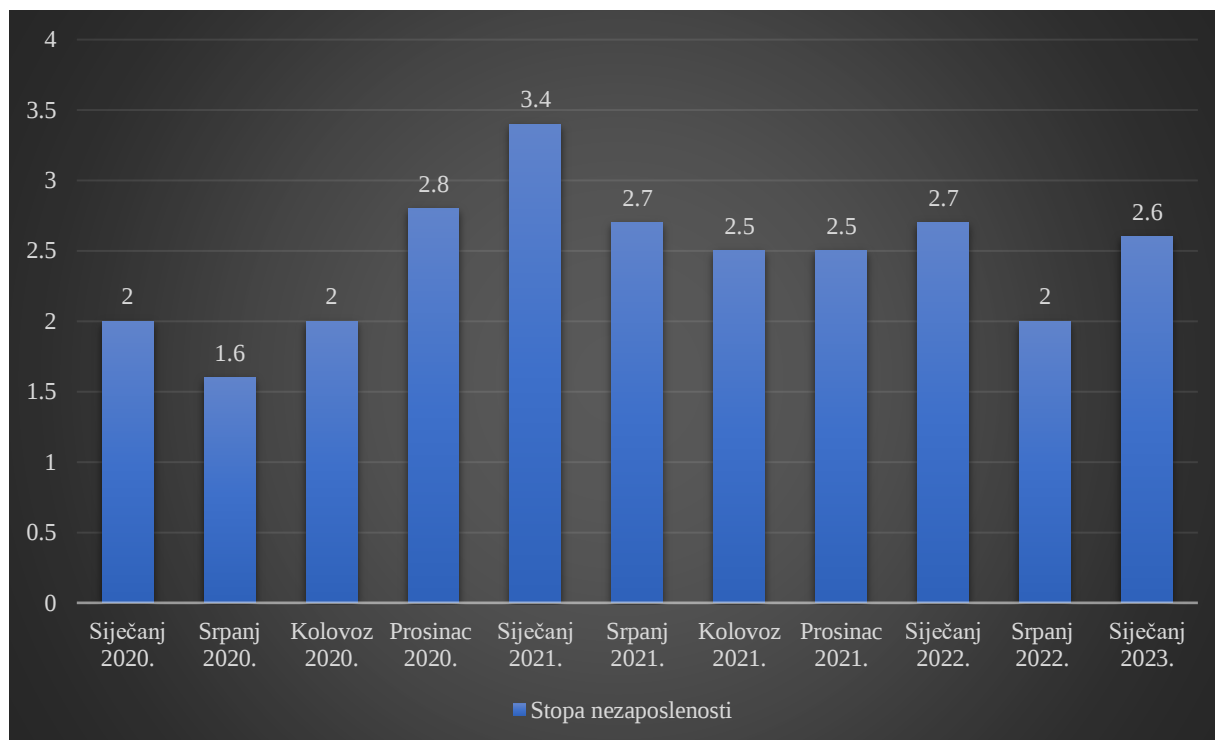


Izvor: izrada autora prema Hrvatska turistička zajednica, 2023.

Kao što je vidljivo iz prethodne tablice, broj zaposlenih u turizmu, odnosno broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hranom rastao je tijekom promatranih godina, a rekordne turističke 2019. godine, broj zaposlenih u turizmu dosegnuo je visokih 115.000 ljudi. To je činilo 7,4% turistički zaposlenih osoba u ukupnom udjelu zaposlenih u Republici Hrvatskoj. Nadalje, tijekom pandemijske 2020. godine može se primijetiti pad zaposlenih u sektoru turizma, odnosno broj zaposlenih pao je za 1%. Drugim riječima, tijekom promatrane godine broj zaposlenih turističkih djelatnika bio je manji za 16.000 (Hrvatska turistička zajednica, 2023). Međutim, već tijekom 2021. godine vidljiv je oporavak turističkog sektora u Hrvatskoj, što se odrazilo na broj noćenja i dolazaka turista kao i na broj zaposlenih.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, U Republici Hrvatskoj je na kraju 2022. godine bilo 1,61 milijun zaposlenih što je za 1,4% više u odnosu na prethodnu, 2021. godinu. Pri tome je stopa nezaposlenosti iznosila 6,8% (Državni zavod za statistiku, 2023). Od ukupno 19 područja djelatnosti, za koje se objavljuju podaci na Državnom zavodu za statistiku, najveći porast broja zaposlenosti ostvaren je upravo u području ugostiteljstva i turizma, odnosno u 2022. godini broj zaposlenih u turizmu porastao je za 12,7%. Uz pomoć sljedećeg grafikona prikazat će se stopa nezaposlenosti u RH po mjesecima, u razdoblju od siječnja 2020. do siječnja 2023. godine.

**Grafikon 3. Kretanje stope nezaposlenosti (siječanj 2020.-siječanj 2023.)**



Izvor: izrada autora prema Trading Economics, 2023.

Kao što je vidljivo na temelju podataka prikazanih uz pomoć Grafikona 3. može se primijetiti izrazita sezonalnost u smanjenju broja nezaposlenih osoba u Republici Hrvatskoj. Naime, tijekom ljetnih mjeseci (srpanj i kolovoz) znatno je manja stopa nezaposlenosti, koja se potom povećava, a vrhunac stope nezaposlenosti u RH doseže u zimskim mjesecima. Također, zanimljivo je primijetiti kako je tijekom srpnja i kolovoza pandemijske 2020. godine stopa nezaposlenosti bila najmanja. Rezultat toga bile su Vladine mjere oporavka i potpore za očuvanje radnih mjesta u najpogođenijim gospodarskim djelatnostima pa tako i u sektoru turizma.

Ovakva pozitivna kretanja vezana uz smanjenje stope nezaposlenosti tijekom ljetnih mjeseci moguće je objasniti upravo pojačanim turističkim aktivnostima u zemlji i povećanjem broja zaposlenih u djelatnostima turizma. Sukladno navedenome, može se zaključiti kako turizam ima veliki utjecaj na smanjenje nezaposlenosti te gospodarski i ekonomski razvoj Hrvatske. Međutim, ovakva kretanja imaju i svoju negativnu stranu, odnosno ukazuju na veliku gospodarsku ovisnost Hrvatske o turizmu i aktivnostima vezanima uz turizam.

#### **4.4. Udio turizma u BDP-u Hrvatske**

Od svih članica Europske unije, Hrvatska je jedna od zemalja s najvećim udjelom turizma u BDP-u. Prema posljednje dostupnim podacima, tijekom 2022. godine udio turizma u ukupnom BDP-u iznosio je visokih 15,39% (Statista, 2023). Međutim, takvi pokazatelji ukazuju na visoku ovisnost o turizmu i turističkim kretanjima, odnosno na nedovoljno razvijenu gospodarsku strukturu zemlje. Obzirom da gospodarski razvoj Hrvatske danas u velikoj mjeri ovisi o turističkim prihodima, pojavljuju se problemi kada navedeni turistički sektor nije u mogućnosti ostvariti željene prihode tijekom godine zbog određenih vanjskih okolnosti na globalno gospodarstvo. Izvrstan primjer navedenoga je kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 tijekom 2019. i 2020. godine te, nedavno, rat u Ukrajini. Upravo su navedeni vanjski čimbenici imali veliki utjecaj, i još uvijek imaju, na gospodarska kretanja u gotovo svim zemljama svijeta i sektorima djelatnosti, pa tako i u turizmu.

Temeljni i ključni čimbenik prilikom analize ekonomski učinaka turističke potrošnje odnosi se na utvrđivanje udjela turizma u ukupnom BDP-u gospodarstva zemlje. Primjerice, što su turističke aktivnosti veće, veći će biti i udio turizma u ukupnom BDP-u. Isto tako, navedeni udio biti će, u pravilu, veći u slabije gospodarski razvijenim zemljama (kao što je Hrvatska) jer se one više oslanjaju na turističke prihode te razvoj cjelokupnog gospodarstva, u velikoj mjeri, ovisi o njima. Uz pomoć sljedeće tablice prikazat će se ukupni BDP Hrvatske, prihodi od turizma te udio turizma u ukupnom BDP-u zemlje tijekom promatranog razdoblja.

**Tablica 8. Prikaz BDP-a, prihoda od turizma i udio turizma u BDP-u RH (2010-2022)**

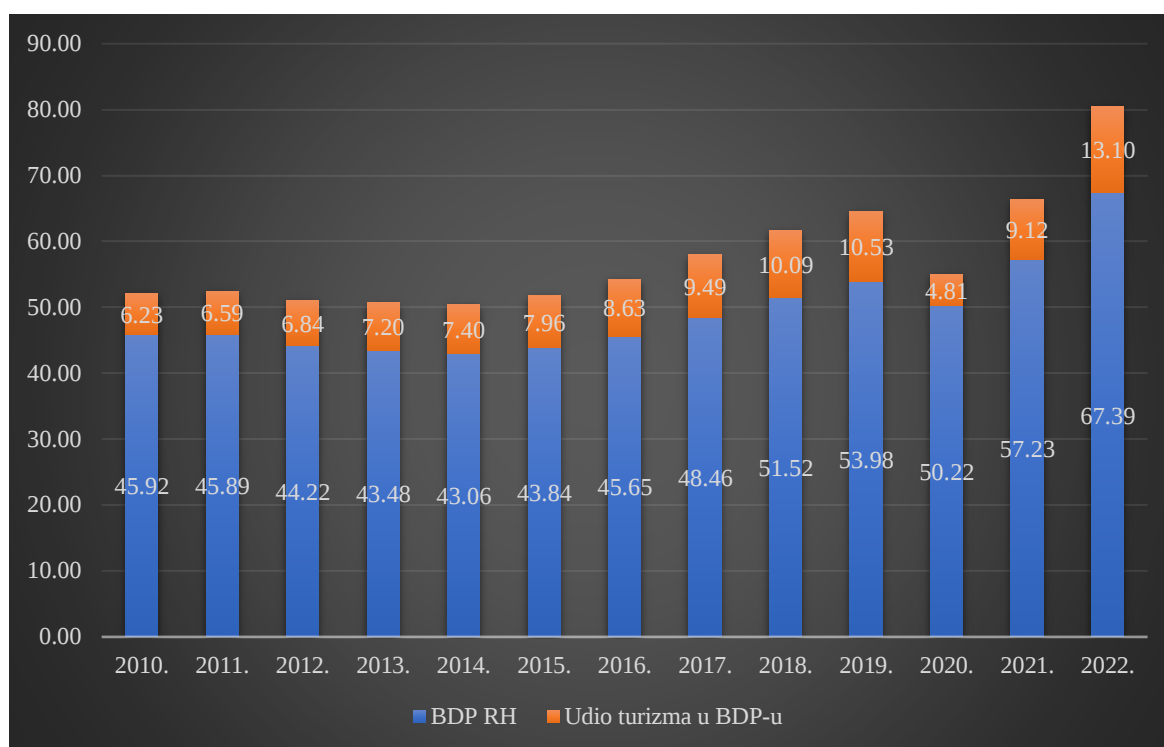
| Godina | BDP (u mil. Eura) | Prihodi od turizma (u mil. Eura) | Udio turizma u BDP-u (u %) |
|--------|-------------------|----------------------------------|----------------------------|
| 2010.  | 45.919            | 6.23                             | 13,6                       |
| 2011.  | 45.894            | 6.59                             | 14,4                       |
| 2012.  | 44.223            | 6.84                             | 15,5                       |
| 2013.  | 43.478            | 7.20                             | 16,6                       |
| 2014.  | 43.060            | 7.40                             | 17,2                       |
| 2015.  | 43.845            | 7.96                             | 18,2                       |
| 2016.  | 45.659            | 8.63                             | 18,9                       |
| 2017.  | 48.462            | 9.49                             | 19,6                       |
| 2018.  | 51.527            | 10.09                            | 19,6                       |
| 2019.  | 53.983            | 10.53                            | 19,5                       |
| 2020.  | 50.224            | 4.81                             | 9,6                        |
| 2021.  | 57.232            | 9.12                             | 15,9                       |
| 2022.  | 67.390            | 13.1                             | 19,11                      |

Izvor: izrada autora prema Hrvatska turistička zajednica, 2023.

Na temelju prethodne tablice vidljivo je kako je bruto domaći proizvod Hrvatske tijekom promatranih godina rastao, a 2022. godine dosegno je svoju rekordnu razinu od preko 67 milijardi eura. Nešto neznatno smanjen BDP u cjelokupnom hrvatskom gospodarstvu može se primijetiti tijekom 2020. godine na što je utjecala svjetska gospodarska kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 koja je uzrokovala smanjenje gospodarskih aktivnosti, kako u zemlji tako i u svijetu. Navedena kriza posebno je utjecala na turistički sektor zbog ograničenja kretanja i mjera koje su provodile brojne države. Isto tako, tijekom promatranih godina rasli su i ukupni prihodi od turizma, što je posljedično utjecalo i na porast BDP-a. Međutim, tijekom 2020. godine prihodi od turizma znatno su smanjeni (preko 50%) u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Od 2021. godine prihodi od turističkih aktivnosti ponovno su počeli rasti, a prethodne, 2022. godine oni su prešli 13 milijardi eura. Sukladno porastu ukupnog BDP-a i turističkih prihoda, povećavao se udio turizma u BDP-u Hrvatske što će se prikazati uz pomoć Grafikona 4. u nastavku rada.

Iako se Republika Hrvatska suočavala sa znatno manjim prihodima od turizma tijekom 2020. i 2021. godine, ona još uvijek ima najveći udio prihoda od turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu na području Europske unije. Nadalje, predviđa se da će udio turističkog sektora u BDP-u Hrvatske kontinuirano rasti u razdoblju od 2023. do 2028. godine za ukupno 7,6%. Procjenjuje se da će udio turističkih prihoda u BDP-u zemlje u 2028. godini iznositi visokih 26,2% (Statista, 2023). Međutim, unatoč povećanju udjela turizma tijekom narednih godina, očekuje se njegovo usporavanje u budućnosti.

**Grafikon 4. Udio turizma u BDP-u RH (2010-2022)**



Izvor: izrada autora prema Hrvatska turistička zajednica, 2023.

Kao što je vidljivo na temelju podataka prikazanih uz pomoć prethodnog grafikona, turizam ima važnu ulogu u gospodarstvu Hrvatske, odnosno veliku udio u ukupnom BDP-u imaju prihodi od turističkih aktivnosti. Udio turizma u BDP-u povećavao se tijekom promatranih godina, a najveći udio vidljiv je tijekom 2017. i 2018. godine kada je on iznosio 19,6%. Za vrijeme pandemijske, 2020. godine, udio turizma u BDP-u Hrvatske pao je za čak 50%, a tada je iznosio 9,6%. Posljednje dvije promatrane godine, udio je ponovno počeo rast, a prethodne, 2022. godine, udio turizma u BDP-U Hrvatske dosegnuo je visokih 19,11% te se udio gotovo približio rekordnim iznosima u 2017. i 2018. godini.

#### **4.5. Utjecaj turističke potrošnje**

Turistička potrošnja ima važnu ulogu u gospodarstvu Republike Hrvatske. Ona je važna ne samo na makroekonomskoj, već i na mikroekonomskoj razini. Drugim riječima, osim što turistička potrošnja ima važnu ulogu u gospodarskom razvoju cijele zemlje, isto tako je važna i za razvoj turističke destinacije i regije. Na području Republike Hrvatske ne postoje znatna i opsežna istraživanja vezana z turističku potrošnju na razini destinacije. Najpoznatije istraživanje vezano uz turističku potrošnju i njezine ekonomske učinke na Hrvatsku, provodi Institut za turizam, kontinuirano svake tri do četiri godine. Istraživanja poznata pod nazivom TOMAS Hrvatska – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, provode se od 1987. godine, a

obuhvaćaju stavove i potrošnju turističkih posjetitelja na nacionalnoj razini te na razini određenih turističkih destinacija. Do danas, Institut za turizam proveo je ukupno jedanaest istraživanja turističke potrošnje, a najnovije je provedeno 2019. godine. Međutim, važno je napomenuti da se pokazatelji troškova putovanja i turističke potrošnje u mjestu privremenog boravka odnose isključivo na ljetno razdoblje. Istraživanje ljetne odmorišne turističke potražnje u Hrvatskoj obuhvaća pet temeljnih obilježja (Institut za turizma, 2023):

- obilježja putovanja – motivi dolaska u turističku destinaciju, izvore informacija koji su korišteni prilikom odabira destinacije, učestalost posjeta, način dolaska u odabranu destinaciju, način rezervacije smještaja i sl.,
- obilježja boravka u destinaciji – duljina boravka na putovanju i u destinaciji te aktivnosti kojima se posjetitelj bavi tijekom boravka,
- izdatke na turističkom putovanju – izdvojeni izdaci za prijevoz od mjesta boravišta do turističke destinacije te izdaci potrošeni tijekom boravka (smještaj, hrana, sport i rekreacija, zabava, izleti i dr.),
- stavove o turističkoj ponudi – zadovoljstvo posjetitelja turističkom ponudom i aktivnostima u zemlji i destinaciji te navođenje elemenata koji su imali negativan utjecaj na posjetitelje te
- sociodemografska obilježja posjetitelja – spol, dob, školska sprema, zemlja boravišta i mjesečni prihodi.

U svrhu izrade diplomskog rada provest će se analiza turističke potrošnje sukladno dostupnim podacima TOMAS istraživanja. Analiza će se provesti na temelju posljednjih pet istraživanja Instituta za turizam, odnosno za 2007., 2010., 2014., 2017. i 2019. godinu. Uz pomoć sljedeće tablice prikazat će se analiza izdataka turista, odnosno izdaci za smještaj, hranu i piće te ostale izdatke (zabava, rekreacija, izleti, kultura, prijevoz i sl.).

**Tablica 9. Struktura dnevne turističke potrošnje u RH (u Eurima)**

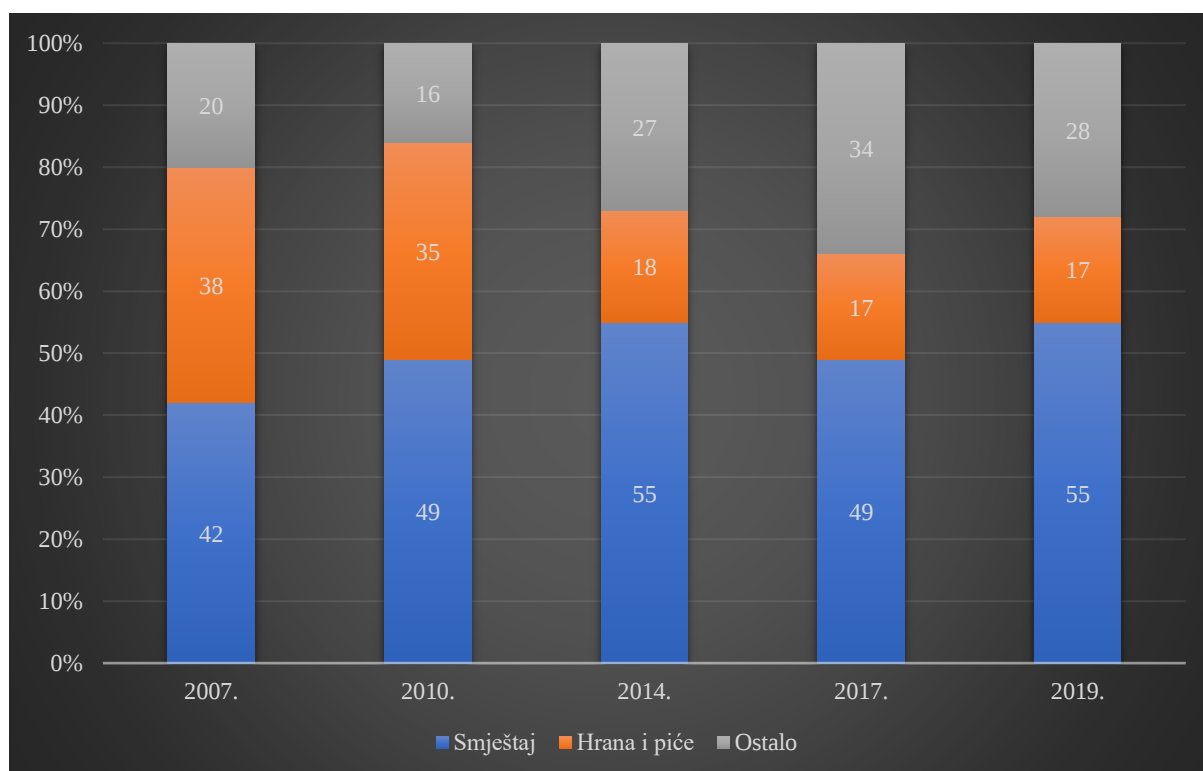
|                        | 2007.        | 2010.        | 2014.        | 2017.        | 2019.        |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Izdaci za smještaj     | 23,01        | 28,62        | 36,22        | 38,77        | 53,8         |
| Izdaci za hranu i piće | 21,02        | 19,93        | 12,18        | 12,96        | 17,2         |
| Ostali izdaci          | 11,43        | 9,45         | 17,97        | 27,02        | 26,9         |
| <b>Ukupno</b>          | <b>55,47</b> | <b>58,00</b> | <b>66,36</b> | <b>78,77</b> | <b>97,90</b> |

Izvor: izrada autora prema Institut za turizam, 2023.

Kao što je vidljivo iz podataka prikazanih uz pomoć prethodne tablice, vidljivo je kako se posljednjeg desetljeća izrazito povećala prosječna dnevna potrošnja turista. Posljednje promatrane godine, 2019., prosječna dnevna potrošnja turističkih posjetitelja u Hrvatskoj

iznosila je visokih 97,90 eura/dan, što je povećanje od skoro 50% u odnosu na 2007. godinu. Najviše izdataka turisti izdvajaju za usluge smještaja (hoteli, kampovi i privatni smještaj) te hrane i pića. Ipak, zanimljivo je primijetiti kako su se tijekom 2017. i 2019. godine znatno povećali izdaci za ostale usluge, ponajviše za trgovinu, zabavu te sport i rekreaciju. Obzirom da je 2019. godina bila rekordna turistička godina, navedeni podaci ne iznenađuju. Uz pomoć sljedećeg grafikona prikazat će se analiza strukture turističke potrošnje, odnosno udio svake od navedenih stavaka u ukupnim turističkim izdacima tijekom promatranih godina.

**Grafikon 5. Struktura dnevne turističke potrošnje u RH prema stavkama potrošnje**



Izvor: izrada autora prema Institut za turizam, 2023.

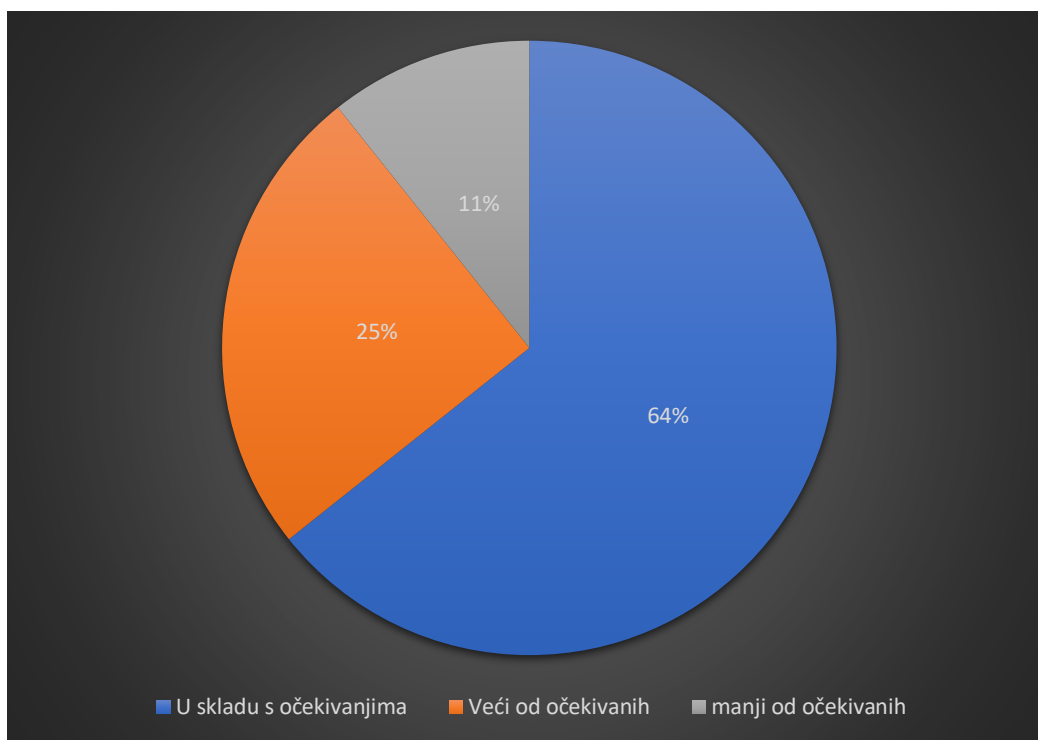
Kao što je već rečeno, tijekom promatranih godina turisti su uglavnom financijske izdatke izdvajali za usluge smještaja, najviše 2014. i 2019. godine kada je njihov udio u ukupnim izdacima turističke potrošnje iznosio visokih 55%. S druge strane, može se primijetiti kako su tijekom promatranih godina turisti manje izdataka počeli izdvajati za hranu i piće u turističkoj destinaciji, a više na ostale usluge, prvenstveno izlete, sport i rekreaciju, trgovinu te zabavu. Tijekom 2014., 2017. i 2019. godine udio izdataka za ostale usluge premašile su udio izdataka turističke potrošnje vezane uz hranu i piće. Navedeno se može, jednim dijelom, objasniti općenitim povećanjem cijena usluga smještaja te ostalih usluga u turističkim destinacijama, ali i povećanjem plaća i standarda građana u brojnim zemljama svijeta. Nadalje, najveće izdatke u

turističkoj destinaciji ostvaruju hotelski gosti, a potom gosti u privatnom smještaju i kampovima tijekom promatranih godina (Institut za turizam, 2023).

Prema istraživanju Instituta za turizam vezanog uz potrošnju turista u odabranoj turističkoj destinaciji, 2007. godine izdaci na usluge smještaja te hranu i piće gotovo su izjednačeni, a vrlo malo dio izdataka izdvajao se za ostale usluge. Rezultat toga je financijska kriza koja je zahvatila cijeli svijet, pa tako i Hrvatsku što se odrazilo na relativno nisku dnevnu potrošnju turista. Drugim riječima, turisti su novac tijekom putovanja uglavnom koristili za ono nužno, a to su smještaj te hrana i piće. Nadalje, tijekom 2010. godine povećana je prosječna dnevna turistička potrošnja za 4,5% u odnosu na 2007. godinu. U 2010. godini povećani su izdaci za ugostiteljske usluge za 13%, dok su izdaci za kupnji i ostale usluge smanjeni tijekom navedene godine. Također, u 2010. godini najviše su trošili Britanci (126 eura/dan), Rusi (118 eura/dan) te Francuzi (107 eura/dan). Nadalje, tijekom 2014. godine povećana je prosječna dnevna turistička potrošnja u odnosu na 2010. godinu (za 14%) koja je iznosila 66,36 eura/dan. I tijekom navedene godine turisti su najviše financijskih sredstava izdvajali za usluge smještaja te hrane i pića. U 2014. godini povećani su svi prosječni dnevni izdaci za preko 10%, odnosno izdaci za ugostiteljske usluge, kupnju te ostale usluge u turističkoj destinaciji. Navedeno se može objasniti gospodarskim oporavkom svijeta i sve većim brojem imućnijih turističkih posjetitelja.

Prosječna dnevna potrošnja turista u 2017. godini iznosila je gotovo 79 eura po osobi. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 49% se odnosilo na uslugu smještaja, 17% na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 34% na sve ostale usluge (trgovina, kultura, zabava, sport i rekreacija, izleti, lokalni prijevoz i ostale usluge). U odnosu na 2014. godinu, prosječni dnevni izdaci turista u 2017. godini porasli su za oko 19%. Izdaci za usluge ugostiteljstva porasli su u prosjeku 7%, a oni za sve ostale usluge u destinaciji 51%. Sukladno navedenom, došlo je do znatne promjene strukture prosječnih dnevnih izdataka u 2017. godine. Tijekom 2017. godine, sukladno dostupnim podacima na temelju provedenog istraživanja, domaći posjetitelji prosječno su trošili 61 eura na dnevnoj bazi. S druge strane, gosti iz Sjedinjenih Američkih Država trošili su 158 eura na dan, a goste iz SAD-a slijede Britanci (139 eura), Španjolci (126 eura), Rusi (121 euro) te gosti iz skandinavskih zemalja (119 eura). Također, sukladno prikupljenim podacima za 2017. godinu tijekom ljetnih mjeseci u odabranim turističkim destinacijama, izdaci za putovanje i boravak u Hrvatskoj, u najvećoj mjeri bili su u skladu s očekivanjima. Manji broj turista smatrao je da su potrošili više od očekivanog, a vrlo mali postotak odgovorio je da su izdaci za putovanje u boravak u RH bili manji od očekivanog (Grafikon 6).

**Grafikon 6. Izdaci za putovanje u odnosu na očekivanja turista (u 2017. godini)**



Izvor: izrada autora prema Institut za turizam, 2023.

Prosječna promatrana godina vezana uz turističku potrošnju odnosila se na rekordnu 2019. godinu. Tijekom 2019. godine prosječna dnevna turistička potrošnja iznosila je visokih 98 eura po danu. Turisti tu tijekom promatrane godine najviše trošili na smještaj u turističkoj destinaciji te na ostale usluge (zabava, rekreacija, izleti, trgovina), a manji dio (17%) na usluge hrane i pića. Tijekom navedene godine, prosječno su najmanje sredstava izdvajali posjetitelji iz Bosne i Hercegovine (67 eura/dan), a najviše iz Japana (206 eura/dan). Japance su slijedili posjetitelji iz Sjedinjenih Američkih Država, Kine, Republike Koreje, Velike Britanije i skandinavskih zemalja. Obzirom da je 2019. godina bila rekordna turistička godina, sa ukupnom turističkom potrošnjom od preko 13 milijardi kuna, ne iznenađuju navedeni podaci provedenog TOMAS istraživanja. Satelitski račun Državnog zavoda za statistiku prikazuje ekonomske učinke i važnost turizma u cjelokupnom nacionalnom gospodarstvu. Drugim riječima, na temelju satelitskog računa, DZS prikazuje rezultate unutarnje turističke potrošnje, dolazne i domaće turističke izdatke, bruto dodanu vrijednost turističkih djelatnosti, izravnu bruto dodanu vrijednost turizma te izravni bruto domaći proizvod turizma (Državni zavod za statistiku, 2023). Od ukupno gotovo 12 milijardi eura unutarnjih turističkih izdataka u 2019. godini, dolazni turistički izdaci činili su gotovo 87% (10 milijardi eura), a domaći samo 13% (oko 2 milijarde eura). Godine 2020. globalna kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 utjecaja je na smanjenje broja turističkih posjetitelja, a samim time i na turističku potrošnju te ukupne

turističke prihode. Međutim, unatoč navedenom Hrvatska se nije dugo borila sa negativnim turističkim kretanjima jer je već 2021. godine ostvaren izrazito veći broj turističkih posjetitelja i noćenja, a samim time i turističkih prihoda. Prošla, 2022. godina bila je rekordna u smislu turizma, a tijekom godine ostvareno je preko 13 milijardi eura turističkih prihoda na što je utjecalo povećanje broja posjetitelja i njihova potrošnja na turističke aktivnosti u destinaciji. Sukladno navedenome, može se zaključiti kako turistička potrošnja ima vrlo važnu ulogu u ukupnim ekonomskim učincima turizma na gospodarstvo zemlje u cjelini.

Na temelju analize turističke potrošnje prije više od deset godina i danas, može se zaključiti kako suvremeni posjetitelji sve više financijskih izdataka izdvajaju za putovanja, posebno za usluge hrane i smještaja te aktivnosti vezane uz zabavu, izlete i sport. Navedeno je posljedica promjene strukture turističkih posjetitelja. Preko 80% posjetitelja danas čine imućni strani posjetitelji koji jedu u luksuznim restoranima, izdvajaju znatna sredstva na kupovinu u trgovinama, wellness i beauty tretmane i izlete. Prosječna dnevna potrošnja turista u posljednjih dvadesetak godina povećala se za gotovo 100%, a iznosi gotovo 100 eura po danu. Jednim dijelom rezultat toga je inflacija, povećanje cijene smještaja, hrane i pića te ostalih usluga, a drugim dijelom povećanje standarda stanovništva, porast plaća te poboljšanje kvalitete turističkih proizvoda i usluga u Hrvatskoj. Drugim riječima, Hrvatska postaje izrazito luksuzna turistička destinacija, a turizma ima sve veću ulogu u ukupnom BDP-u zemlje kao i gospodarskom razvoju RH.

## Zaključak

Turizam u velikom broju zemalja, posebno u zemljama u razvoju čini veliki izvor prihoda te utječe na gospodarski i ekonomski razvoj, izravno ili neizravno. Važnost turizma i turističke potrošnje danas je opće prepoznata jer utječe na brojne gospodarske aspekte kao što je povećanje bruto domaćeg proizvoda (BDP-a), otvaranje novih radnih mjesta i smanjenje nezaposlenosti, poboljšanje platne bilance turističke destinacije, povećanje ulaganja te promicanje nacionalnog, regionalnog i lokalnog razvoja i dr. Ekonomski učinci turizma pojavljuju se i mjerljivi su na različitim prostornim razinama, od globalne, kontinentalne i nacionalne razina pa sve do regionalne i lokalne. Isto tako, relevantnost ekonomskih učinaka varira ovisno o prostornoj razini. Primjerice, na nacionalnoj razini veliku važnost imaju učinci na devizne prihode pojedinih zemalja. S druge strane, na regionalnoj i lokalnoj razini važni ekonomski učinci turizma odnose se na stvaranje novih radnih mjesta te turistička potrošnja u pojedinoj destinaciji ili regiji.

U svrhu izrade diplomskog rada provedena je analiza ekonomskih učinaka turizma na primjeru Republike Hrvatske u razdoblju od 2010. do 2022. godine. Analiza je provedena na temelju dostupnih podataka o turističkim kretanjima (dolasci i noćenja), zaposlenosti u turizmu, udjelu turizma u BDP-u Hrvatske te turističkoj potrošnji, a podaci su prikupljeni iz različitih izvora (Državni zavod za statistiku, Hrvatski zavod za zapošljavanje, publikacija Turizam u brojkama i dr.). Temeljem provedene analize može se zaključiti kako turizam i aktivnosti povezane s njim imaju jako važnu ulogu u gospodarskom razvoju Hrvatske. Tijekom promatranih godina kontinuirano se povećavao broj posjetitelja i noćenja i turistički prihodi, što je utjecalo i na povećanje udjela turizma u ukupnom BDP-u Hrvatske. Rekordna turistička sezona 2019. godine utjecala je na najveći udio turizma u BDP-u, visokih 19,5%. Međutim, kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 tijekom 2020. i 2021. godine smanjila je broj dolazaka i turističkih prihoda, no već 2022. godine došlo je do turističkog oporavka, a Hrvatska je ponovno bilježila rekordan broj posjetitelja, a udio turizma u BDP-u se povećao. Nadalje, turizma u Hrvatskoj ima veliki utjecaj na zaposlenost, odnosno tijekom ljetnih mjeseci smanjuje se broj registriranih nezaposlenih osoba, posebno mladih i žena. Isto tako, jedan od važnih ekonomskih učinaka turizma odnosi se na turističku potrošnju. Sukladno TOMAS istraživanju koje provodi Institut za turizam svake dvije do tri godine, izdaci turističkih posjetitelja povećavali su se tijekom posljednjeg desetljeća i to za gotovo 100%. Suvremeni posjetitelji izdvajaju oko 100 eura/dan za potrebe putovanja i odmora, a najviše izdataka za usluge smještaja te hrane i pića. Međutim, tijekom posljednjih godina sve više se primjećuje trend rasta

izdataka koje posjetitelj izdvajaju za ostale aktivnosti (izleti, zabava, kupnja, kulturne aktivnosti, sport i rekreacija). Povećanje turističkih izdataka tijekom godina može se, jednim dijelom, objasniti povećanje cijena usluga smještaja te hrane i pića, a drugim dijelom povećanjem standarda građana i dolaskom imućnijih posjetitelja u Hrvatski koja postaje sve popularnija turistička destinacija na Mediteranu.

Može se zaključiti kako turizam predstavlja vrlo važnu gospodarsku granu i izvor prihoda u Republici Hrvatskoj. Turizam utječe na povećanje zaposlenih osoba, rast bruto domaćeg proizvoda te na ekonomski razvoj zemlje općenito. Ipak, ovako visoka ovisnost Hrvatske o turizmu i turističkim prihodima negativno utječe na razvoj ostalih gospodarskih sektora. Pandemija COVID-19 pokazala je kako turistička kretanja i aktivnosti ovise o zdravstvenim i političkim okolnostima u zemlji i svijetu na koje nije moguće utjecati. Stoga je potrebno provoditi politike gospodarskoj razvoja Hrvatske na razini ostalih sektora, a ne razvoj temeljiti isključivo na turizmu.

# Bibliografija

## Knjige

1. Bartoluci, Mato. 2013. *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*. Zagreb: Školska knjiga
2. Blažević, Branko. 2007. *Turizam u gospodarskom sustavu*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment
3. Čavlek, Nevenka i sur. 2010. *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga
4. Gržinić, Jasmina. 2020. *Uvod u turizam: povijest, razvoj, perspektive*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
5. Marković, Srđan, Marković, Zora. 1975. *Ekonomika turizma*. Zagreb: Školska knjiga
6. Panosso Netto, Alexandre. 2009. *What is tourism? Definitions, theoretical phases and principles* U: *Philosophical Issues in Tourism*, str. 43-61.
7. Petrić, Lidija. 2007. *Osnove turizma*. Split: Ekonomski fakultet
8. Pirjevec Boris, Kesar, Oliver. 2002. *Počela turizma*. Zagreb: Mikrorad
9. Pirjevec, Boris. 1998. *Ekonomska obilježja turizma*. Zagreb: Golden Marketing
10. Sharpley, Richard, Telfer, David J. 2014. *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Berlin: De Gruyter
11. Theobald, William F. 2005. *Global Tourism*. New York: Elsevier
12. Vukonić, Boris, Keča, Ksenija. 2001. *Turizam i razvoj: pojam, načela i postupci*. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
13. Vukonić Boris, Čavlek, Nevenka. 2001. *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia

## Časopisi

1. Antonakakis, Nikolaos, Dragouni, Mina. i Filis, George. 2015. "How strong is the linkage between tourism and economic growth in Europe?". *Economic Modelling*, 44: 142-155.
2. Aynalem, Sintayehu, Birhanu, Kassegn i Sewent, Tesefay (2016). "Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors", *Journal of Tourism & Hospitality*, 5 (6): 1-5.
3. Buneta, Anđelka, Ćosić, Draženka i Tomašević, Dušan (2016) . „Human resources – one of the most key challenges of tourism development in the Republic of Croatia“, *Acta Economica Et Turistica*, 2 (2): 177-193.

4. Čović, Kristijan, Bilal Zorić, Alisa i Buljat, Maja. 2023. "Mjerenje izravnih ekonomskih učinaka turizma TSA metodom: statistička analiza rezultata za Hrvatsku i odabrane zemlje EU". *ET<sup>2</sup>eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo*, 5 (1): 41-48.
5. Dixit, Saurabh Kumar. 2021. „Tourist Consumption Behavior: An Unsolved Puzzle”. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 22 (5): 475-480.
6. Hajdinjak, Sanja. 2014. „Impact of tourism on economic growth in Croatia“. *Enlightening tourism*, 4 (1): 30-51.
7. Ivandić, Neven, Šutalo, Ivan. 2018. „The contribution of tourism to the Croatian economy: an IO approach“. *Ekonomski pregled*, 69 (1): 20-42.
8. Mallick, Lingaraj, Mallesh, Ummalla i Behera, Jaganath. 2016. „Does tourism affect economic growth in Indian states? Evidence from panel ARDL model“. *Theoretical & Applied Economics*, 23 (1): 183-194.
9. Meler, Marcel. 2011. „Strategic Directions of Croatian Tourism Development“. *International Journal of Arts and Sciences*, 4 (6): 380-396.
10. Muchapondwa, Edwin, Stage, Jesper. 2013. "The economic impacts of tourism in Botswana, Namibia and South Africa: is poverty subsiding?". *Natural Resources Forum*, 37 (2): 80-89.
11. Obadić, Alka, Marić, Ivana. 2009. „The Significance Of Tourism As An Employment Generator Of Female Labour Force“. *Ekonomski misao i praksa*, 18 (1): 93-114.
12. Savaş, Bilal, Beşkaya, Ahmet i Şamiloğlu, Famil. 2010. "Analyzing the impact of international tourism on economic growth in Turkey". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6 (12): 121-136.
13. Sørensen, E. B., Hjalager, A.-M. 2020. „Conspicuous non-consumption in tourism: Non-innovation or the innovation of nothing?". *Tourist Studies*, 20 (2): 222–247.
14. Thanos, Rakela, Kote, Donath. 2015. „The tourism consumption, a special economic category of the final demand in Albania and in the countries of the region“. *EuroEconomica*, 34 (1): 1-6.
15. Tohid Ardahaey, Fateme. 2011. „Economic Impacts of Tourism Industry”. *International Journal of Business and Management*, 6 (8): 206-215.

#### **Elektronički izvori**

1. Couleur Croatie. 2022. *Brief overview of tourism in Croatia*. <https://www.croatie-location.fr/en/croatia-travel-guide/brief-overview-of-tourism-in-croatia/76.html>  
(pristupljeno 5. svibnja 2023.)

2. Državni zavod za statistiku. 2023. *Turizam*. <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/> (pristupljeno 10. svibnja 2023.)
3. Hrvatska turistička zajednica. 2023. *Turizam u brojkama*. <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> (pristupljeno 7. svibnja 2023.)
4. Institutu za turizam (2023). *TOMAS istraživanja*. <https://iztztg.hr/hr/projekti/tomas-istrazivanja/> (pristupljeno 9. svibnja 2023.)
5. Lemma, Alberto F. 2014. *Tourism Impacts: Evidence of Impacts on employment, gender, income*. [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a089f2ed915d622c000495/Tourism\\_Impacts\\_employment\\_gender\\_income\\_A\\_Lemma.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a089f2ed915d622c000495/Tourism_Impacts_employment_gender_income_A_Lemma.pdf) (pristupljeno 3. svibnja 2023.)
6. Miceli, Marina. 2003. *What are the most common types of tourism*. <https://www.amenitiz.com/en/blog/what-are-the-different-types-of-tourism/> (pristupljeno 2. svibnja 2023.)
7. Orsini, Kristian, Pletikosa, Mario. 2019. *Croatia's Tourism Industry – Part 2: Curse or Blessing?*. [https://economy-finance.ec.europa.eu/system/files/2019-07/eb047\\_en.pdf](https://economy-finance.ec.europa.eu/system/files/2019-07/eb047_en.pdf) (pristupljeno 3. svibnja 2023.)
8. Orsini, Kristian, Ostojić, Vukašin. 2018. *Croatia's Tourism Industry: Beyond the Sun and Sea*. [https://economy-finance.ec.europa.eu/publications/croatias-tourism-industry-beyond-sun-and-sea\\_en](https://economy-finance.ec.europa.eu/publications/croatias-tourism-industry-beyond-sun-and-sea_en) (pristupljeno 4. svibnja 2023.)
9. Statista. 2023. *Share of the GDP of the tourism sector in Croatia from 2013 to 2028*. <https://www.statista.com/forecasts/1153595/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-croatia> (pristupljeno 3. svibnja 2023.)
10. Statista. 2023. *Croatia: Gross domestic product (GDP) in current prices from 1998 to 2028(in billion U.S. dollars)*. <https://www.statista.com/statistics/350938/gross-domestic-product-gdp-in-croatia/> (pristupljeno 4. svibnja 2023.)
11. *Strategija održivog razvoja turizma do 2030*. Narodne novine, br. 2. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html) (pristupljeno 6. svibnja 2023.)
12. Tourism Notes. 2023. *Characteristics of the Tourism Industry*. [https://tourismnotes.com/characteristics-of-the-tourism-industry/?utm\\_content=cmp-true](https://tourismnotes.com/characteristics-of-the-tourism-industry/?utm_content=cmp-true) (pristupljeno 30. travnja 2023.)
13. Trading Economics (2023). *Croatian Long Term Unemployment Rate*. <https://tradingeconomics.com/croatia/long-term-unemployment-rate> (pristupljeno 8. svibnja 2023.)

14. UNCTAD. 2007. *FDI in Tourism: The Development Dimension*. [https://unctad.org/system/files/official-document/iteiia20075\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/iteiia20075_en.pdf) (pristupljeno 3. svibnja 2023.)
15. UNWTO, 2008. *Glossary of Tourism Terms*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 2. svibnja 2023.)
16. UNWTO. 2014. *Measuring Employment in the Tourism Industries – Guide with Best Practices*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416158> (pristupljeno 30. travnja 2023.)

## Popis ilustracija

### TABLICE:

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablica 1. Temeljna načela turizma.....                                                           | 5  |
| Tablica 2. Ključni ciljevi Strategije održivog razvoja turizma do 2030.....                       | 10 |
| Tablica 3. Izravni, neizravni i inducirani učinci turizma na porast BDP-a .....                   | 12 |
| Tablica 4. Karakteristike turističke potrošnje u mjestu boravka vs. turističkoj destinaciji ..... | 21 |
| Tablica 5. Broj dolazaka turista u RH (u tisućama) .....                                          | 25 |
| Tablica 6. Broj noćenja turista u RH (u tisućama) .....                                           | 26 |
| Tablica 7. Broj zaposlenih u turizmu (2010-2021) .....                                            | 29 |
| Tablica 8. Prikaz BDP-a, prihoda od turizma i udio turizma u BDP-u RH (2010-2022).....            | 32 |
| Tablica 9. Struktura dnevne turističke potrošnje u RH (u Eurima).....                             | 34 |

### GRAFIKONI:

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafikon 1. Kretanje dolazaka i noćenja turista u RH (2010-2022) .....                               | 26 |
| Grafikon 2. Kretanje broja zaposlenih i udjela turističkih djelatnika u ukupno zaposlenima u RH..... | 29 |
| Grafikon 3. Kretanje stope nezaposlenosti (siječanj 2020.-siječanj 2023.).....                       | 30 |
| Grafikon 4. Udio turizma u BDP-u RH (2010-2022).....                                                 | 33 |
| Grafikon 5. Struktura dnevne turističke potrošnje u RH prema stavkama potrošnje .....                | 35 |
| Grafikon 6. Izdaci za putovanje u odnosu na očekivanja turista (u 2017. godini).....                 | 37 |