

Turizam kao pokretač rasta i razvoja Republike Hrvatske

Jakovljević, Mateja

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:979965>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski stručni studij Trgovina

Mateja Jakovljević

**TURIZAM KAO POKRETAČ RASTA I RAZVOJA
REPUBLIKE HRVATSKE**

Završni rad

Osijek, rujan 2020.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski stručni studij Trgovina

Mateja Jakovljević

**TURIZAM KAO POKRETAČ RASTA I RAZVOJA
REPUBLIKE HRVATSKE**

Završni rad

Kolegij: Ekonomika narodnog gospodarstva

JMBAG: 00102205926

e-mail: mateja.jakovljevic97@gmail.com

Mentor: Izv.prof.dr.sc. Dražen Čučić

Osijek, rujan 2020.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Undergraduate Professional Study of Trade

Mateja Jakovljević

**Tourism as key economy driver in Republic of Croatia (in
comparison with Turkey and Greece)**

Final paper

Osijek, rujan 2020.

**IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA
INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U
INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I
TISKANE VERZIJE RADA**

1 .Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.

2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje –Nekomercijalno –Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.

3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).

4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studentice: Mateja Jakovljević

JMBAG: 00102205926

OIB: 24984875894

e-mail za kontakt: mateja.jakovljevic97@gmail.com

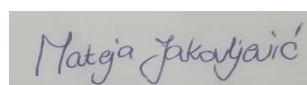
Naziv studija: Preddiplomski stručni studij Trgovina

Naslov rada: Turizam kao pokretač rasta i razvoja Republike Hrvatske

Mentor/mentorica rada: Izv.prof.dr.sc. Dražen Ćučić

U Osijeku, 09.09.2020. godine

Potpis:



SAŽETAK

Turizam se odnosi na sve aktivnosti koje osoba provodi izvan svoje sredine, odnosno izvan svog prebivališta, neovisno radi li se o odmoru, poslovnom putu ili nekom drugom razlogu, najduže godinu dana. Pod pojmom turist, smatra se osoba koja putuje radi zadovoljstva, dobrovoljno, privremeno. To mu zadovoljstvo može pružiti promjene i novosti, koje osoba doživljava na svom putovanju.

Turizam je jedan od glavnih pokretača Republike Hrvatske te ima izuzetno važan utjecaj na gospodarstvo. Veliki udio u BDP-u svakako je od turizma. Utječe i na zaposlenost unutar zemlje, odnosno nezaposlenost je manja tijekom ljetnih mjeseci. Sve je ovo prikaz kako je turizam jedna od najvažnijih grana unutar zemlje. Stoga mu se pridaje važnost, te se koninuirano radi na unapređenju istoga. Naravno, u turizmu postoje i brojni negativni utjecaji, a jedan od najvažnijih je izrazita sezonalnost. Cilj ovoga rada je analizirati turizam kao gospodarsku djelatnost Republike Hrvatske, analizirati koja je ponuda, pozitivne i negativne ekonomske utjecaje. Nadalje, Turska i Grčka imaju sličnu sliku kao Hrvatska, odnosno turizam ima veliki utjecaj na cjelokupno gospodarstvo, kao i naša zemlja. Stoga je u radu također cilj usporediti turizam Grčke i Turske s turizmom Hrvatske. Prilikom pisanja rada korišteni su podaci s interneta i literature. Svrha rada je dokazati da turizam ima izuzetnu važnost u hrvatskom gospodarstvu te je jedan od glavnih stavki za rast i razvoj naše zemlje.

Ključne riječi: turizam, rast, gospodarstvo, Grčka, Turska

AGRICULTURE AS INITIATOR OF GROWTH AND DEVELOPMENT IN REPUBLIC OF CROATIA

ABSTRACT

Tourism refers to all activities that a person carries out outside his environment, ie outside his residence, regardless of whether it is a vacation, business trip or some other reason, for a maximum of one year. The term tourist is considered to be a person who travels for pleasure, voluntarily, temporarily. This pleasure can provide him with changes and innovations, which a person experiences on his journey.

Tourism is one of the main drivers of the Republic of Croatia and has an extremely important impact on the economy. A large share of GDP is certainly from tourism. It also affects employment within the country, unemployment is lower during the summer months. All this is a display of how tourism is one of the most important branches within the country. Therefore, it is given importance, and continuous work is being done to improve it. Of course, there are many negative impacts in tourism, and one of the most important is the distinct seasonality. The aim of this paper is to analyze tourism as an economic activity of the Republic of Croatia, to analyze which is the supply, demand, which are positive and which are negative economic impacts of tourism. Furthermore, Turkey and Greece have a similar picture as Croatia, tourism has a great impact on the entire economy, as well as our country. Therefore, the paper also aims to compare the tourism of Greece and Turkey with the tourism of Croatia. Data from the Internet and literature were used in writing the paper. The purpose of this paper is to prove that tourism is extremely important in the Croatian economy and is one of the main items for the growth and development of our country.

Key words: tourism, growth, development, Greece, Turkey

Sadržaj

1. UVOD	1
2.METODOLOGIJA RADA	2
2.1. Predmet rada	2
2.2. Metode istraživanja.....	2
2.3. Struktura rada	2
3. POJAM I RAZVOJ TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	3
3.1. Općenito o turizmu	3
3.2. Povijest turizma u Republici Hrvatskoj	3
4.1. Turistička ponuda RH.....	5
4.1.1. Ponuda kontinentalne Hrvatske	6
4.1.2. Ponuda primorske Hrvatske	7
4.2. Turistička potražnja RH.....	10
5. UTJECAJ TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	14
5.1. Ekonomski utjecaji turizma	14
5.1.1. Pozitivni ekonomski utjecaji	14
5.1.2. Negativni ekonomski utjecaji.....	16
6. TURIZAM U HRVATSKOJ U USPOREDBI S DRUGIM ZEMLJAMA MEDITERANA	18
6.1.Turizam u Grčkoj.....	18
6.2. Turizam u Turskoj	19
7. RASPRAVA.....	22
8. ZAKLJUČAK	23

1. UVOD

Da je turizam izuzetno važan sektor u gospodarstvu cijeloga svijeta dokazati će se i u ovom radu. Točnije koliko turizam utječe na razvoj Republike Hrvatske, bit će dokazano brojkama.

Turizam utječe i oblikuje suvremeni društveni razvoj. Riječ je o otvorenom sustavu jer djeluje u prirodi.

Cilj istraživanja je istražiti pozitivne i negativne učinke na gospodarstvo, te usporedba sa zemljama Mediterana (Turska i Grčka). Grčka i Turska su zemlje koje dijele slične odrednice s Hrvatskom, glede turizma. Najveći problem, kao negativni ekonomski utjecaj je izrazita sezonalnost. Hrvatska je zemlja najviše oslonjena na more, Jadran, odnosno na kupališni turizam, te se on zasniva na moru i suncu.

S obzirom na svrhu i cilj završnog rada, temeljne hipoteze glase:

H1: Ponuda i potražnja hrvatskog turizma.

H2: Pozitivni i negativni ekonomski utjecaji.

H3: Hrvatski turizam u usporedbi s turizmom u Grčkoj.

H4: Hrvatski turizam u usporedbi s turizmom u Turskoj.

2. METODOLOGIJA RADA

2.1. Predmet rada

Predmet rada je pojmovno odrediti i definirati pojam turizma i njezinu povijest u Republici Hrvatskoj. Istražiti ponudu i potražnju zemlje. Uvidjeti što je dobro, a što loše za državu, glede turizma, te kako turizam utječe na gospodarstvo Republike Hrvatske. Nadalje, usporediti turizam Republike Hrvatske s njezinim konkurentima, odnosno Grčkom i Turskom.

2.2. Metode istraživanja

Seminarski rad temeljen je na istraživanju i proučavanju podataka sa Interneta te literature. U ovom radu korištene su metoda analize.

2.3. Struktura rada

Rad je sastavljen od 7 poglavlja. Na početku rada, u uvodu, definira se koja je svrha rada, odnosno cilj rada. Drugo poglavlje je metodologija rada u kojoj se opisuje čega se tiče rad, koji su ciljevi i metode istraživanja . U trećem poglavlju se počinje opisivati teorijska osnova, podloga za daljnju izradu rada. U njemu se opisuje općenito o turizmu. U četvrtom dijelu istražuje se ponuda i potražnja Republike Hrvatske. Nakon toga slijedi peto poglavlje u kojem su prikazani pozitivni i negativni ekonomski utjecaji turizma u Republici Hrvatskoj. U šestom poglavlju napravljena je usporedba hrvatskog turizma s turizmom u Grčkoj i Turskoj. Nakon toga slijedi sedmo poglavlje odnosno zaključak.

3. POJAM I RAZVOJ TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

3.1. Općenito o turizmu

Turizam se odnosi na sve aktivnosti koje osoba provodi izvan svoje sredine, odnosno izvan svog prebivališta, neovisno radi li se o odmoru, poslovnom putu ili nekom drugom razlogu, najduže godinu dana. Pod pojmom turist, smatra se osoba koja putuje radi zadovoljstva, dobrovoljno, privremeno. To mu zadovoljstvo može pružiti promjene i novosti, koje osoba doživljava na svom putovanju.

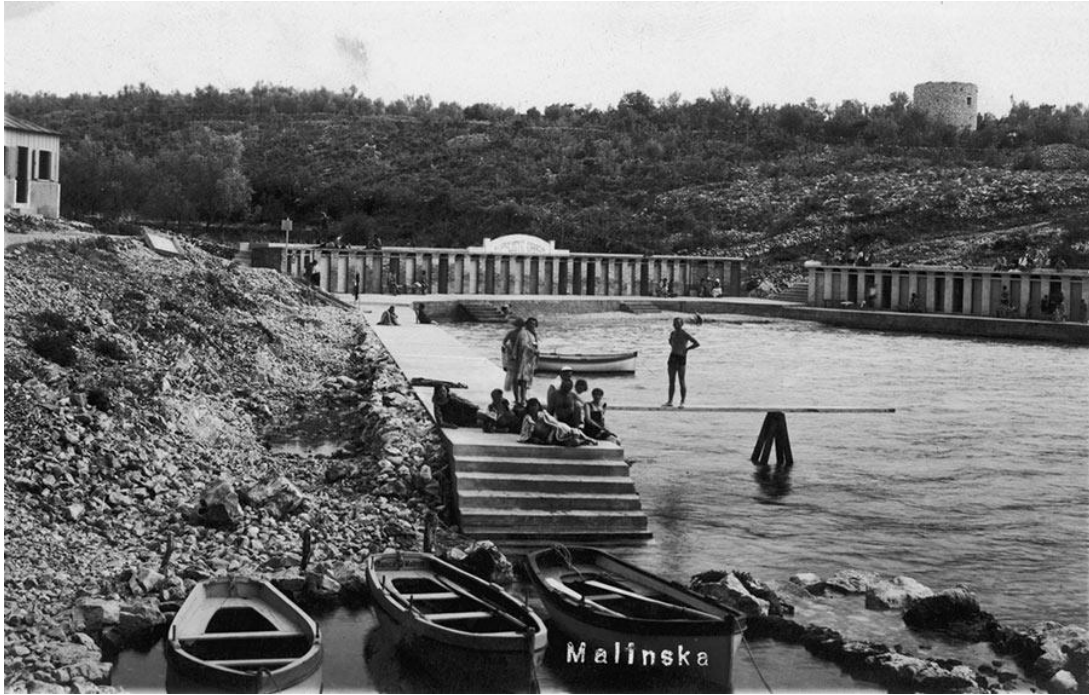
3.2. Povijest turizma u Republici Hrvatskoj

Povijest turizma može se podijeliti na nekoliko faza. Prva faza razvoja turizma odnosi se na razdoblje pojava koje slične turizmu. Ta se faza odnosi sve do druge polovine 19.st. Ovdje se radi najčešće o hodočašćima u gradu Zadru, kao posjet u Svetu zemlju. U prvoj fazi razvoja turizma osnivaju se i lječilišna središta (Varaždinske toplice, Stubičke toplice, Daruvarske toplice).

Oko 1850. godine dolazi do osnivanja prvih hotelskih objekata. Za turizmom se u ovoj fazi počinje ozbiljno zanimati. Lječilišta postaju sve atraktivnija, te se razvija zanimanje za lječilišta u unutrašnjosti. Za obalu, odnosno obalni dio zanimanje dolazi tek krajem 19.st.

Oko 1930. cvjeta hrvatski turizam s prosječno milijun turističkih dolazaka godišnje. Uspostavljaju se zrakoplovne linije, otvaraju mjenjačnice i sl.

Veliki razvoj turizam u Hrvatskoj ostvaruje od 1965. do 1975. godine. Razdoblje u kojem se grade brojni smještajni kapaciteti (kampovi, hoteli). Ovo doba dobiva naziv „zlatno doba“, te se ostvaruje velik interes za Hrvatskom kao primamljivom destinacijom Mediterana. Najveći dolazak inozemnih gostiju ostvaruje se 1987. godine, sve do neovisnosti (10,5 milijuna).



Slika 1 Počeci hrvatskog turizma

Izvor: http://www.krk.hr/otok_krk/razvojTurizam (pristupljeno: 20.5.2020.)

Na slici možemo vidjeti kako je otok Krk izgledao početkom 20. stoljeća, te kako je izgledala plaža u mjestu Malinska. Turizam nije bio razvijen kao sada. Za vrijeme Drugog svjetskog rata dolazi do razvoja Malinske, kada ona postaje važno turističko središte.

Ratni period (1991.-1995.) izaziva pad turističkih noćenja. Zbog velikosrpske agresije na hrvatski narod stagnira hrvatski turizam. Posjetitelji su Hrvatsku smatrali nesigurnom zemljom. Za svoje destinacije birali su konkurentske zemlje. Mnogi naši obalni gradovi bili su granatirani i porušeni za vrijeme domovinskog rata, kao i brojni hoteli.

Poslijeratno razdoblje donosi probleme poput privatizacije, ali i porast broja noćenja. U narednim godinama Hrvatska dolazi gotovo na vrh svjetske turističke potražnje.

4. PONUDA I POTRAŽNJA HRVATSKOG TURIZMA

4.1. Turistička ponuda RH

Turističku ponudu možemo definirati kao količinu robe i usluga koja se nudi na određenom mjestu, u određeno vrijeme po određenoj cijeni kako bi se zadovoljila turistička potražnja.

Turistički proizvod je rezultat onoga što se nudi, odnosno što je neka osoba spremna platiti.

Republika Hrvatska nalazi se u srcu Europe. Zemlja bogata kulturno - povijesnom baštinom, što ju čini izrazito atraktivnom te konkurentnijom od susjednih zemalja. Najvažnija atrakcija za koju se gosti zanimaju je Jadransko more. Hrvatska je zemlja puna zaštićenih prirodnih područja. Osim prelijepog Jadranskog mora, zbog kojeg brojni turisti dolaze u Hrvatsku, možemo izdvojiti i brojnu kulturnu baštinu, kao zaštićene nacionalne parkove, parkove prirode i sl. Briga o tome da se Hrvatska svidi turistima, kako dovesti turiste u Hrvatsku, te kako ju dočarati na najbolji mogući način vodi Hrvatska turistička zajednica. „Hrvatska puna života“ naš je aktualni slogan.

Tablica 1. Svjetska baština pod zaštitom UNESCO-a

Svjetska baština pod zaštitom UNESCO-a			
Stari grad Dubrovnik	Povijesni kompleks Splita i Dioklecijanova palača	Nacionalni park Plitvička jezera	Stari grad Trogir
Eufrazijeva bazilika u Poreču	Katedrala sv. Jakova u Šibeniku	Starigradsko polje na otoku Hvaru	Stećci – srednjovjekovna groblja nadgrobnih spomenika
Obrambeni sustavi republike Venecije 16. i 17. st. u Zadru i Šibeniku		Iskonske bukove šume Karpata i drugih regija Europe (bukova šuma u NP Sjeverni Velebit i NP Paklenica)	

Izvor: https://htz.hr/sites/default/files/2019-09/HTZ%20TUB%20HR_%202018.pdf (pristupljeno: 20.5.2020.)

Tablica 2. Svjetska nematerijalna kulturna baština pod zaštitom UNESCO-a

Svjetska nematerijalna kulturna baština pod zaštitom UNESCO-a		
Festa svetog Vlaha u Dubrovniku	Čipkarstvo u Lepoglavi, na Hvaru i Pagu	Hvarska procesija „ Za Križen“
Godišnji pokladni ophod zvončara s područja Kastavštine	Dvoglasno pjevanje i sviranje istarske ljestvice	Proljetna procesija Ljelja ili Kraljica iz Gorjana
Umijeće izrade drvenih dječjih igračaka iz Hrvatskog zagorja	Mediterranska prehrana	
Klapsko pjevanje	Bećarac iz Slavonije, Baranje i Srijema	Sinjska alka - viteški turnir u sinju
Medičarski obrt u sjevernoj Hrvatskoj	Nijemo kolo Dalmatinske Zagore	

Izvor: https://htz.hr/sites/default/files/2019-09/HTZ%20TUB%20HR_%202018.pdf (pristupljeno: 20.5.2020.)

4.1.1. Ponuda kontinentalne Hrvatske

Kontinentalna Hrvatska je područje bogato žitnicama, poljima, ravnicama, brežuljcima, brojnim rijekama i jezerima, prelijepim slavonskim kućama za odmor. Kraj bogat dvorcima, termalnim kupalištima. Bogat brojnim vinogradima i vinima te mnogim drugim. U kontinentalnu Hrvatsku možemo svrstati Slavoniju i Baranju, središnju Hrvatsku te glavni grad Zagreb s okolicom. Kontinentalna Hrvatska je mjesto gdje se može lako doći, odnosno postoje brojne povezanosti s brojnim hrvatskim i europskim destinacijama, što cestovno, što zračno.

Kako je kontinentalna Hrvatska izrazito bogat kraj s prirodnim resursima, svakako treba raditi na razvoju i napretku turizma u tim krajevima. Postoje različiti oblici turizma, a neki od njih su ruralni, ekoturizam, zdravstveni, sportsko-rekreacijski, manifestacijski, kulturni turizam.

Primjer ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj je svakako Kutjevački podrum. Jedan od najstarijih podruma u jugoistočnoj Europi. Omiljeni podrum vinoljubaca, iz 1232. godine, bogata tradicija vinogradarstva i podrumarstva na ovome prostoru. Kutjevo i poznati kutjevački podrum ima titulu najjačeg mjesta koje se bavi vinom te jedna od najkvalitetnijih vina.

Kako je ruralni turizam zapostavljen u Hrvatskoj, treba raditi na napretku i razvoju istoga, odnosno na spoju turizma i hrane. Time bi došlo do razvoja i turizma i poljoprivrede, te

spajanja dvije gospodarske djelatnosti.

Primjer ekoturizma u kontinentalnoj Hrvatskoj je Ekoselo Krš u Ličko-senjskoj županiji. Smješteno u srcu Like, s južne strane nalazi se rijeka Lika, s desne strane rijeka Gacka. U svijetu je sve više gostiju kojima je priroda i zaštita okoliša izuzetno važna. Ekološka svijest raste kod mnogih ljudi, a Hrvatska ima velik potencijal za razvoj ekoturizma.

Primjer zdravstvenog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj su toplice, npr. Daruvarske, Varaždinske, Krapinske, zatim Terme Tuhelj, toplice Sv. Martin i dr. Sve je više zanimanja za wellness turizam, te se taj turizam smatra kao prekretnica novog turizma.

Primjer kulturnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj je Muzej Vučedolske kulture. Ovaj muzej pripada prvom redu arheoloških parkova te arheološkoj karti Europe. Ovdje svakako spadaju i brojni dvorci poput Trakošćana, dvorca Pejačević i dr.

Ponude kontinentalne Hrvatske glede sportskog turizma su skijališta Bjelolasica, Park prirode Papuk te Nacionalni park Plitvička jezera. To je najveći, najstariji i najposjećeniji hrvatski nacionalni park.

Manifestacijski turizam su događaji koji se održavaju radi promidžbe turističke destinacije. Postoje kulturne, vjerske, sportske i gospodarske manifestacije. Neke od manifestacija u kontinentalnoj Hrvatskoj su Đakovački vezovi, Vinkovačke jeseni, Varaždinske barokne večeri, Velika Gospa u Mariji Bistrici, Aurea Fest u Požegi, Festival graševine u Kutjevu i dr. Kontinentalni turizam utječe na pozicioniranje zemlje kao zemlje koja je bogata različitim turističkim ponudama, te tako gostima omogućuje jedinstven doživljaj Hrvatske.

4.1.2. Ponuda primorske Hrvatske

Primorska Hrvatska odnosi pobjedu, tj. na vrhu je glede turističkog smještaja i mjesta (95% smještajnih kapaciteta i 85% mjesta za posjetiti) koje turisti posjećuju. Da se Primorska Hrvatska ne nalazi u našoj zemlji, turizam ne bi bio toliko značajan u Hrvatskoj. Postoje brojne pretpostavke koje krasi našu domovinu. Neke od prirodnih pretpostavki su: dobar geografsko-prometni položaj, toplo, čisto i bistro plavo Jadransko more, ugodna i topla

sredozemna klima s velikim brojem sunčanih sati godišnje, razvedena obala s razvijenim nautičkim turizmom s brojnim marinama, bogata prirodna baština s pet nacionalnih parkova. Društvene pretpostavke rezultat su ljudske aktivnosti i u prošlosti, a za razvoj turizma u Primorskoj Hrvatskoj najvažniji su :kulturno-povijesni spomenici, kulturno-zabavne manifestacije i kulturne ustanove, vjerski objekti i kvalitetna prometna i smještajna infrastruktura. Kulturno-povijesni spomenici: Eufrazijeva bazilika u Poreču, rimski amfiteatar u Puli, Zadar s crkvom sv. Donata i Nin, šibenska katedrala sv. Jakova, gradska jezgra Trogira, Dioklecijanova palača u Splitu, Dubrovačke zidine. Hrvatska pripada Mediteranu. Primorska Hrvatska ima pet turističkih regija, a to su istarska, kvarnerska, sjevernodalmatinska, srednjodalmatinska te južnodalmatinska. Istra je naša najrazvijenija regija turizma, a najpopularnija središta su Rovinj, Umag, Nacionalni park Brijuni, Pula i dr. Ovdje još možemo izdvojiti Nacionalni park Brijuni, Motovunsku šumu, Amfiteatar u Puli, Eufrazijevu baziliku u Poreču i dr. Kvarner ima brojnu turističku ponudu, njena odredišta su Opatija, Crikvenica, otok Krk, Rab, Mali Lošinj i dr. U Sjevernu Dalmaciju pripadaju Zadar, Vodice, NP Krka, Paklenica, Šibenik i dr. Regija koja stiže istarsku regiju je srednjodalmatinska regija, ovdje se ubrajaju Split, Hvar, Makarska, Brač i dr. Posljednja je južnodalmatinska regija, a tu se ističe grad Dubrovnik, NP Mljet te otok Korčula.

Dalmacija, jedna od najljepših područja u Republici Hrvatskoj. U Dalmaciji svakako trebate posjetiti Dioklecijanovu palaču u Splitu, Crkvu sv. Donata u Zadru, crkvu sv. Križa u Ninu, Nacionalni park Kornati, Nacionalni park Krka, grad Šibenik, Dubrovačke zidine i dr.

Zahvaljujući spektakularnoj obali dugoj 5835 kilometara od Istre do Dubrovnika, gotovo 60 marina i iznimno čistome moru, hrvatski Jadran savršeno je mjesto za plovidbu. Stotine šarmantnih otoka s rijetkim prometom, zadivljujućom ljepotom i prirodnim pojavama jamče vam potpuno drukčiji odmor na Sredozemlju. Hrvatska je zauzela vodeće mjesto među ronilačkim odredištima na Sredozemlju te se nalazi među prvih pet odredišta za morsko kajakarenje.

Jedan švicarski portal, svrstao je grad Zadar među top deset najljepših destinacija u proljeće. „Proljeće počinje sredinom siječnja u Zadru, Hrvatska. Prvi gumbi se protežu prema suncu i odagnuju tmurnu sivu zimu. Na ulazu u luku svakako poslušajte zvuke morskih orgulja na

kojima jadranski valovi stvaraju vlastitu melodiju. Navečer je već dovoljno toplo u ovo doba godine da posjetite pozdrav suncu na kraju šetnice. Okno s raznim staklenim pločama snima sunčevu svjetlost i dočarava čarobne igre svjetlosti. Zadarska šetnica pruža i savršenu pozadinu za šetnju blagom ljetnom večeri, a tu su i predivna mjesta za zadržavanje ispod drveća.“¹

European best destination uvrstile su plažu Pasjača te plažu Nugal kao jedne od najljepših plaža u Europi. Nalazi se u mjestu Konavle, u rivijeri Dubrovnik.

Tablica 3. Dolasci i noćenja turista prema vrstama turističkih mjesta od 2014.-2018.

	Dolasci					Noćenja				
	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Ukupno	13 128	14 343	15 594	17 431	18 667	66 484	71 605	78 050	86 200	89 652
Zagreb	881	987	1061	1182	1291	1 488	1 684	1 886	2 119	2 360
Toplička mjesta	129	148	172	201	207	397	436	523	590	612
Primorska mjesta	11 078	12 053	13 073	14 495	15 454	62 585	67 239	73 039	80 336	83 153
Gorska mjesta	292	325	363	454	497	433	493	565	701	778
Ostala mjesta	747	831	925	1099	1 217	1 581	1 753	2 037	2 455	2 749

Izvor: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno: 22.5.2020.)

Iz tablice 3 se može primijetiti da su najviše dolazaka i noćenja u razdoblju od 2014. do 2018. godine ostvarila Primorska mjesta. Broj dolazaka i noćenja raste svake godine. 2014. bio je znatno manji negoli 2018. godine. Vidimo da rast ostvaruju i ostala mjesta, što znači da Hrvatska ima pozitivan rast dolazaka stranih i domaćih turista.

Hrvatska je zemlja poznata po Jadranskom moru te brojnim otocima. Možemo zaključiti da Primorje ima veliku ulogu u hrvatskom turizmu te gospodarstvu. Da nije našeg mora, vjerojatno udio turizma u BDP-u ne bi bio veliki. No, svakako treba raditi na povezanosti središnje i primorske Hrvatske kako bi postigli još veću konkurentnost na svjetskom tržištu.

¹ https://reiseziele.ch/die-10-schoensten-europaeischen-staedte-im-fruehjahr/?fbclid=IwAR3QVxKtU25PqAKQrzz0_W7n4yNtMv_23nQW408jUmZjCQib6GExn-UTMRw#Zadar

4.2. Turistička potražnja RH

Turističku potražnju možemo definirati kao količinu roba i usluga koja se traže na turističkom tržištu u određeno vrijeme po određenoj cijeni .

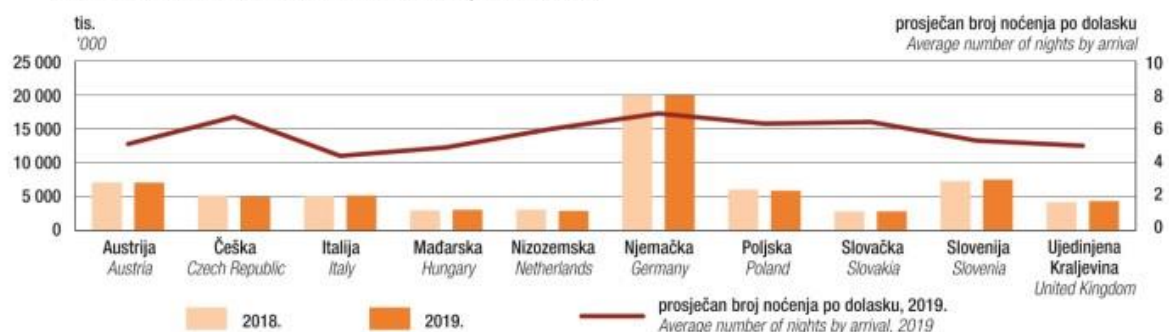
Tablica 4. Dolasci i noćenja turista u 2018. i 2019. godini

	Individualno				Organizirano			
	Dolasci		Noćenja		Dolasci		Noćenja	
	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.
domaći turisti	1.360.166	1.488.776	4.607.437	5.083.903	661.543	723.882	1.869.299	2.011.397
strani turisti	10.383.801	10.912.099	53.539.261	55.058.239	6.261.070	6.441.389	29.635.882	29.089.392
Ukupno	11.743.967	12.400.875	58.146.698	60.142.142	6.922.613	7.165.271	31.505.181	31.100.789

Izvor: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno: 22.5.2020.)

Iz tablice 4 vidljivo je da je broj dolazaka i noćenja u 2019. porastao u odnosu na 2018. godinu. Veći je broj individualnih od organiziranih dolazaka. Više dolazaka i noćenja Hrvatska ima od stranih turista, dok je i broj noćenja i dolazaka domaćih turista u 2019. bolji negoli 2018. godine.

G-1. NOĆENJA STRANIH TURISTA PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA U 2018. I 2019.
FOREIGN TOURIST NIGHTS BY COUNTRY OF RESIDENCE, 2018 AND 2019



Slika 2. Noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta u 2018. i 2019.

Izvor: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno: 6.6.2020.)

Iz slike br. 2 vidljivo je da je najveći broj noćenja ostvareno od noćenja njemačkih turista. Njemački turisti u 2019. godini ostvarili su skoro 20 milijuna noćenja, točnije 19,9 milijuna

(23,7%). Slovenski turisti imaju 8,9%, Austrija 8,4%, Italija 6,1%, Češka 5,9% i Ujedinjeno Kraljevstvo 5,1% od broja noćenja stranih turista u 2019.

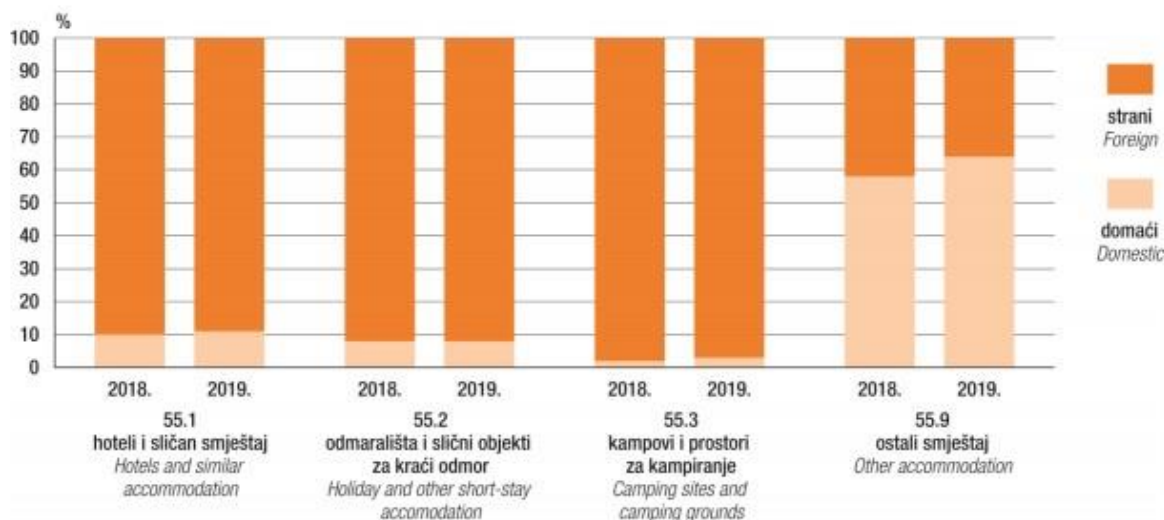
Tablica 5. Dolasci i noćenja turista prema zemljama podrijetla

	Dolasci		Noćenja		2019.	Prosječan broj noćenja po dolasku
	2018.	2019.	2018.	2019.	Struktura noćenja %	
Njemačka	2 783 513	2 881 284	19 983 716	19 944 549	23,7	6,9
Slovenija	1 364 252	1 426 246	7 278 621	7 503 053	8,9	5,3
Austrija	1 369 709	1 385 004	7 064 741	7 056 926	8,4	5,1
Poljska	929 184	932 678	6 039 972	5 860 815	7	6,3
Italija	1 148 078	1 175 069	5 023 959	5 141 064	6,1	4,4
Češka	755 104	742 248	5 127 447	4 985 029	5,9	6,7
Turska	32 372	36 188	86 546	87 475	0,1	2,4
Grčka	33 288	35 404	68 524	79 887	0,1	2,3

Izvor: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno: 22.5.2020.)

Iz tablice br. 5 možemo vidjeti da najviše dolazaka i noćenja ostvarujemo od njemačkih turista. Što se tiče konkurenata, odnosno Turske i Grčke, ne ostvarujemo puno dolazaka i noćenja u 2018. i 2019. godini. Prosječan broj noćenja po dolasku od njemačkih turista je 6,9 dok je od Turske 2,4 a Grčke 2,3.

G-2. STRUKTURA NOĆENJA TURISTA PREMA NKD-u 2007., ODJELJAK 55 U 2018. I 2019.
STRUCTURE OF TOURIST NIGHTS, ACCORDING TO DIVISION 55 OF NKD 2007, 2018 AND 2019



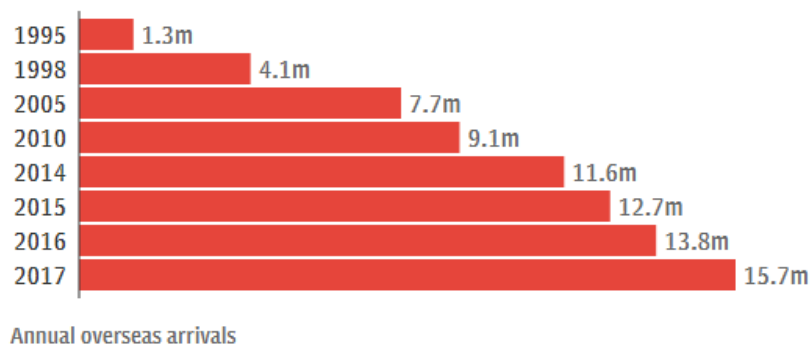
Slika 3. Noćenja turista prema smještaju.
 Izvor: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno: 1.6.2020.)

Iz slike br. 2 vidljivo je da veliki broj noćenja ostvarujemo u svakoj skupini. Domaći turisti preferiraju ostali smještaj, dok najrjeđe odmaraju u kampovima i prostorima za kampiranje. Skupina odmarališta i sl. objekti za kraći odmor ostvaruju najveći broj noćenja turista u 2019. godini, noćenja su iznosila 46,1 milijun (50,5% od ukupnog broja noćenja), što je više nego 2018. godine za 2,6%. Hoteli i sl. smještaj broje 25,9 milijuna noćenja (28,4% od ukupnog broja), 2,2% više noćenja nego 2018. godine. Kampovi su ostvarili 19,2 milijuna noćenja (21% od ukupnog broja). Jedino ova skupina ostvaruje blagi pad noćenja (0,5%).

U 2017. godini Rusija je proglasila Hrvatsku kao najbolju obiteljsku destinaciju. Radi se o tradicionalnoj godišnjoj dodjeli nagrada u organizaciji National Geographic Russia. Čitatelji sami glasuju te se tako dodjeljuje nagrada. Hrvatska je pobijedila Tursku, Grčku, Bugarsku i Cipar. Ovo je samo dokaz koliko turisti vole Hrvatsku. Još uvijek smo sigurna zemlja prelijepa obale, različite ponude.

The growing popularity of Croatia

Visits from British travellers rose by more than a quarter last year on 2015, with 26 per cent more overnight stays recorded by the country's tourist board.



Slika 4. Rastuća popularnost Hrvatske

Izvor: <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/croatia/articles/croatia-best-things-to-see-and-do/>
(pristupljeno: 1.6.2020.)

Kako su naši gradovi jedni od najpopularnijih u svijetu, dokazuje i to da je Rijeka stavljena u top 10 destinacija za posjetiti ove godine. Glasali su putnici iz 179 zemalja svijeta.

„Od 15. siječnja do 5. veljače 2020. milijuni putnika i turista iz cijelog svijeta glasali su za svoje omiljene destinacije, a Rijeka se za titulu najbolje europske destinacije 2020. godine natjecala s velikim turističkim destinacijama poput Pariza, Berlina, Madrida, Rima i Praga te im u toj borbi oduzela prednost i pozicionirala se na visoko 8. mjesto.“²

² <https://mint.gov.hr/vijesti/rijeka-u-top-10-destinacija-u-europi/20883>

5. UTJECAJ TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

5.1. Ekonomski utjecaji turizma

Ekonomski utjecaji turizma su promjene koje se pojavljuju u strukturi gospodarstva, najčešće u turističkim receptivnim područjima. Možemo ih pratiti u na destinacijskoj razini (lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i globalnoj).

Turizam utječe na razvoj ekonomije tako što povećava prihode, stvara nova radna mjesta, diversificira gospodarstvo, dodaje nove proizvode, generira dodatne dohotke.

Ekonomske učinke moguće je podijeliti na razne kriterije, točnije moguće ih je podijeliti na fizičke (kapaciteti, noćenja, dolasci i dr.), financijske (BDP, turistička potrošnja; u novcu), neizravne ekonomske učinke, pozitivne (povećanje zaposlenosti, BDP-a, prihoda, životnog standarda) te negativne ekonomske učinke (sezonalnost, zagađenja, rast cijena i troškova, ekološke promjene te Covid 9).

Ekonomske su funkcije generator svih spomenutih učinaka turizma i u Republici Hrvatskoj. No, uz ekonomske učinke u turizmu glavni je problem vezan uz način i metodologiju njihova mjerenja.

Bartoluci (2013) tvrdi da se učinci turizma u gospodarstvu pojavljuju kao rezultat njegova tzv. gospodarskog utjecaja. Aspekta gospodarskog utjecaja turizma, odnosno njegove učinke klasificira u sedam skupina:

1. učinci na dohodak;
2. učinci na zaposlenost;
3. učinci na porezne dohotke;
4. učinci na bilance plaćanja;
5. učinci na gospodarsku strukturu regije;
6. učinci na poduzetničku aktivnost;
7. negativni učinci.

5.1.1. Pozitivni

ekonomski

utjecaji

U pozitivne ekonomske utjecaje možemo navesti povećanje prihoda, BDP-a, zaposlenosti, dohotka te životnog standarda. Utječu na zemlju, odnosno gospodarstvo.

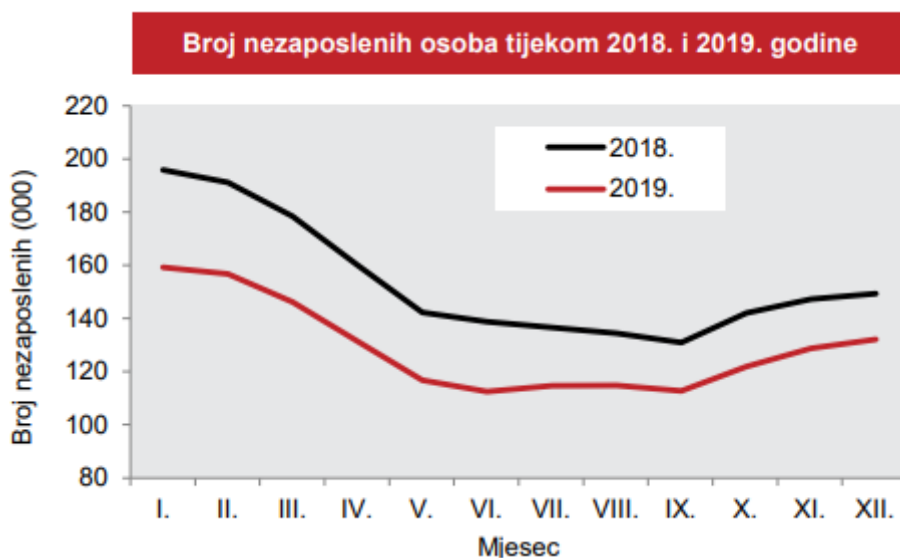
O ekonomskoj ulozi turizma u hrvatskom gospodarstvu svjedoče ostvareni ekonomski učinci u posljednjih nekoliko godina.

Tablica 6. Pozitivni ekonomski utjecaji u 2018. i 2019.

Osnovni gospodarski pokazatelji u 2018. i 2019. godini, stopa rasta (u postotcima)		
	2018.	2019.
Bruto domaći proizvod	2,7	2,9
Noćenja turista	4	1,8
Ukupni broj zaposlenih	1,4	2,5
Ukupni broj nezaposlenih	-20,8	-16,2
Indeksi potrošačkih cijena	1,5	0,8

Izvor: <https://www.hzz.hr/content/stats/HZZ-Godisnjak.-2019.pdf> (pristupljeno: 1.6.2020.)

Svi pokazatelji ostvaruju povećanje, odnosno rast u 2019. u odnosu na 2018. BDP je veći u 2019. za 0,2 nego 2018. godine. Rastu i ostali pokazatelji. Tako se noćenje turista povećalo za 1,8%, zaposlenost je veća za 1,1%. Kako je zaposlenost veća, tako je nezaposlenost manja. Ova tablica samim time je dokaz kako turizam utječe na našu zemlju, odnosno na gospodarstvo.



Slika 5. Broj nezaposlenih osoba u 2018. i 2019. godini

Izvor: <https://www.hzz.hr/content/stats/HZZ-Godisnjak.-2019.pdf> (pristupljeno: 1.6.2020.)

Možemo vidjeti da broj nezaposlenih osoba pada tokom ljetnih mjeseci, odnosno dok traje sezona. Ovo je prikaz da je sezona koncentrirana na svega 5 mjeseci, odnosno ovo je prikaz sezonalnosti. Kada prođe ljetna sezona, povećava se nezaposlenost, kao i na početku godine.

Najveća nezaposlenost je tijekom 1. mjeseca, odnosno u siječnju, dok je najmanja u lipnju. Siječanj iznosi 158 834 nezaposlenih, dok je u lipnju 112 169 nezaposlenih.

Kada je riječ o prihodima, koje Hrvatska ostvaruje od stranih turista, radi se o učestalom povećanju. U 2019. godini Hrvatska ima rast za 769 milijuna eura, odnosno povećanje od 9%. Tako su prihodi u 2019. godini u prvih devet mjeseci iznosili 9 milijardi i 447 milijuna eura, dok su u 2018. godine bili 8 milijardi i 678 milijuna eura.

5.1.2. Negativni ekonomski utjecaji

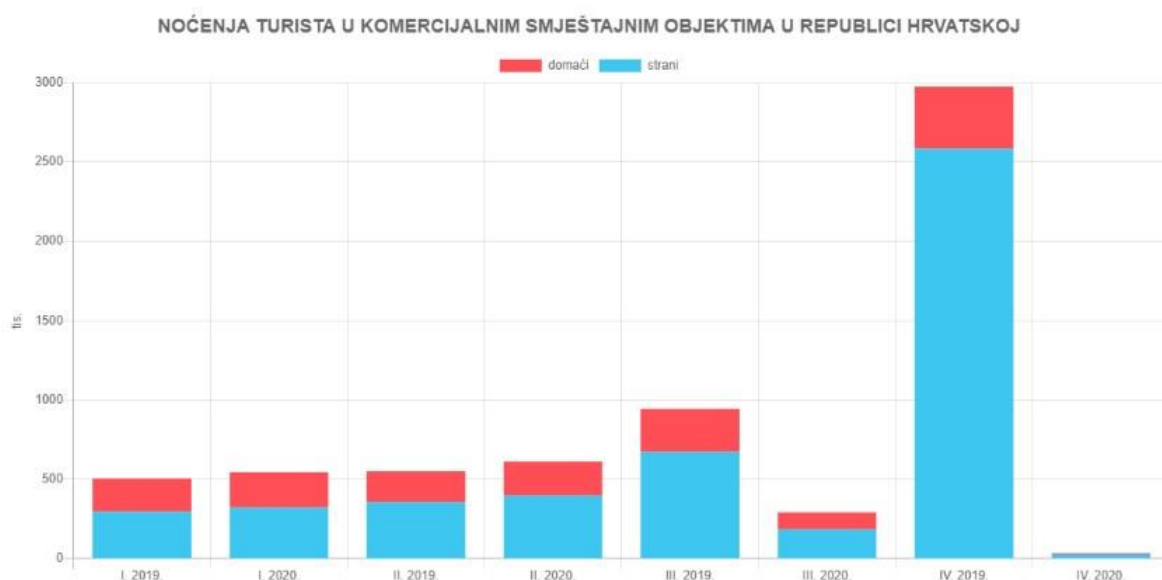
Kod negativnih ekonomskih učinaka možemo spomenuti izrazitu sezonalnost. Iz prethodnih tablica, moguće je zaključiti da je ona velika u Hrvatskoj. Tako najveći broj gostiju posjećuje Hrvatsku tijekom ljetnih mjeseci, odnosno najviše dolazaka je svedeno u svega par mjeseci. Jedan od glavnih razloga zašto je baš ova pojava izražena u Hrvatskoj je svakako Jadransko more. Hrvatska je prepuna predivnih plaža, otoka, ona je zemlja Mediterana. To je razlog zašto gosti najviše dolaze baš za vrijeme ljetnih mjeseci. Svakako bi trebalo raditi na poboljšanju i unapređenju turizma u drugim regijama naše domovine. Tu su brojna sela, seoske kuće, nacionalni parkovi, eko sela, brda i planine koja krasi našu domovinu, te baš ova mjesta bi mogla dovesti Hrvatsku do prepoznatljive autentične zemlje, te tako smanjiti sezonalnost.

Kada je riječ o povećanju cijena usluga u turizmu kao negativnom učinku, možemo reći da Hrvatska i ovdje ima problem. Mnogi ponuđači povećavaju cijene svoje usluge. Tako je cijena noćenja na Jadranu, skoro duplo skuplja nego li noćenje u Grčkoj i Turskoj, za vrijeme najveće sezone. Ako želimo povećati kvalitetu naše usluge, samim time rastu i troškovi, zbog toga najčešće dolazi i do visoke cijene naše usluge. Do povećanja cijena na našim prostorima, dolazi i zbog rasta potražnje, kada postoji veliki interes za Hrvatskom.

Turizam ima i brojne učinke koje štete okolišu i društvenom životu. Prevelike gužve tijekom ljeta, brojni gradovi kao npr. Dubrovnik i Split koji proživljavaju te gužve. Lijepo uvale nagrđenih apartmanima s fasadom boje breskve. Velike količine smeća koji za sobom ostavljaju turisti, količine smeća nakon brojnih koncerata i sl., te onečišćenja mora koje stvaraju kruzeri. Turizam je jedan od razloga za deindustrijalizaciju i smanjenje robnog

izvoza. Mudro osmišljene mjere ekonomske politike mogu ublažiti negativne učinke turizma i promovirati specijalizacije u ključnim industrijama.

Kao jedan od negativnih ekonomskih učinaka turizma važno je spomenuti i pojavu korona krize, odnosno Covida19, te kako ona utječe na turizam i gospodarstvo Hrvatske. U prvih 6 mjeseci ove godine, Hrvatska je ostvarila samo 30% od rezultata prethodne godine, za isto razdoblje. Hrvatska se nalazi među 3 najpogođenije zemlje u Europi, sve zbog pada turizma. Kako je turizam oslabio, tako se i smanjila zaposlenost, mnogi ljudi ostali su bez posla. Ljudi koji su zaposleni u turizmu, kao sezonski radnici, a ima ih mnogo. Prijeti joj i pad BDP-a veći od 10%. Zaustavio se pozitivan trend rasta dolaska stranih turista.



Slika 6. Usporedba noćenja turista u 2019. i 2020. godini
Izvor: <https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp.html> (pristupljeno: 5.6.2020.)

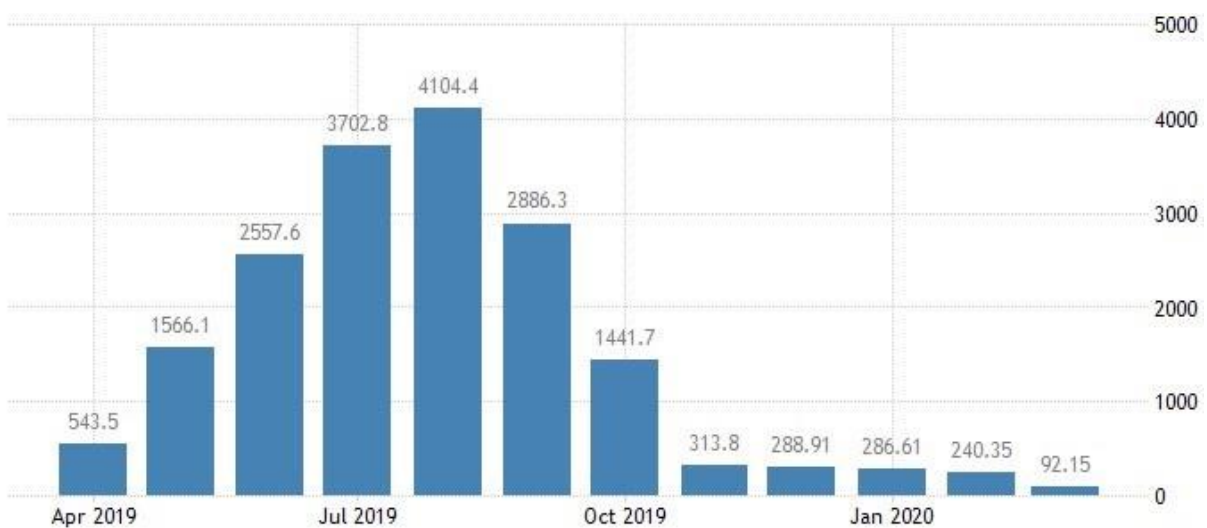
Više noćenja turista ostvareno je u prvom i drugom mjesecu 2020. godine, jer se Covid19 u to vrijeme u Europi tek javljao. Nadalje, sljedećih mjeseci, smanjuju se noćenja turista, te je veći broj ostvaren 2019. negoli 2020. godine. Znatna razlika je u 4.mjesecu, kada se Covid19 znatno proširio u mnogim zemljama. Tako je u travnju 2020. godine ostvareno 97,9% manje noćenja negoli u travnju 2018. godine.

Sve su ovo pokazatelji kako negativni ekonomski utjecaji utječu na gospodarstvo.

6. TURIZAM U HRVATSKOJ U USPOREDBI S DRUGIM ZEMLJAMA MEDITERANA

6.1. Turizam u Grčkoj

Grčka ima brojne sličnosti s Hrvatskom. Tako možemo reći da je Grčka važna turistička zemlja, konkurentna Hrvatskoj. Grčku krasi i brojni zaljevi, obale, otoci i poluotoci. Ukoliko želite posjetiti nešto drugo, osim kupanja, sunčanja, ljeta i mora tu je i bogata kultura. Brojni ostatci stare Grčke ogroman su razlog zašto brojni gosti posjećuju Grčku.

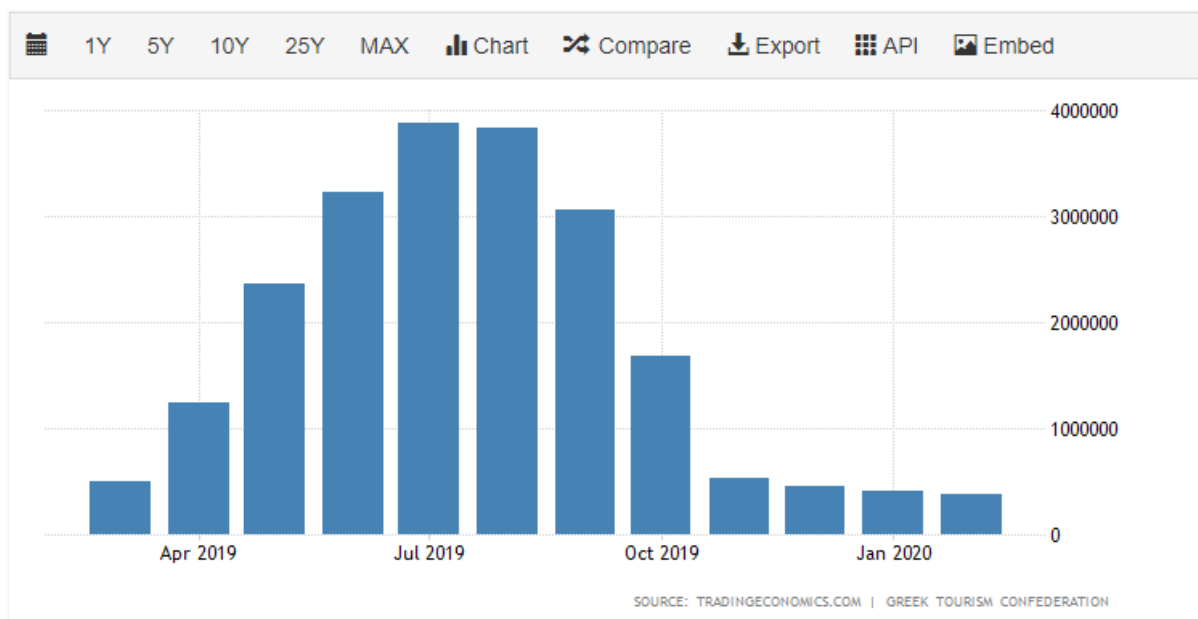


Slika 7. Prihodi od turizma u Grčkoj

Izvor: <https://tradingeconomics.com/greece/tourism-revenues?fbclid=IwAR0XIKO5Z7J75otgo8m1UZZ53EFvYmay8uZpv6g6LxnOjU-h8hZMMmHM8hA>
(pristupljeno: 7.6.2020.)

Prihodi od turizma dosegli su vrhunac od 4.256 milijuna USD u kolovozu 2019., a rekordni nizak iznos od 137 milijuna u veljači 2017.

Grčka je također svoj turizam svela na par mjeseci, kao i naša domovina. Također imaju problem sa sezonalnošću. Prihodi od turizma u ljetno vrijeme, znatno su manji negoli zimi. Brojni smještaji, kao i u Hrvatskoj ostaju prazni, kada prođu ljetni mjeseci.

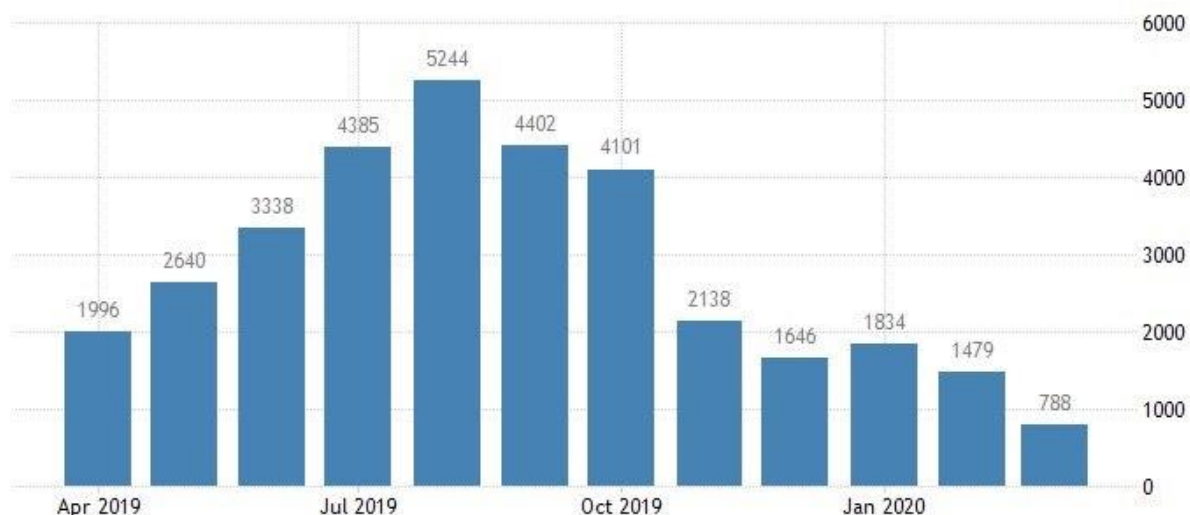


Slika 8. Dolasci turista u Grčku u 2019. godini
 Izvor: <https://tradingeconomics.com/greece/tourist-arrivals> (pristupljeno: 7.6.2020.)

Dolasci turista su dostigli najviši nivo od 6.762.000 osoba u kolovozu 2019., a rekordni minimum od 266.067 osoba u veljači 2012.

6.2. Turizam u Turskoj

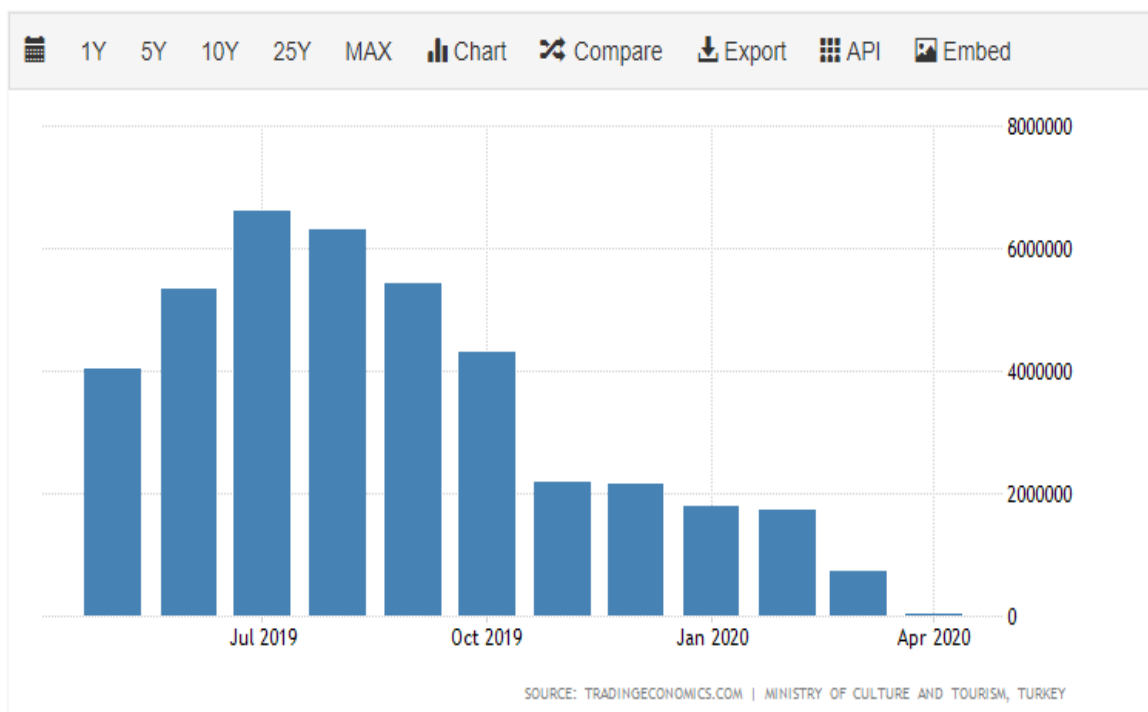
Turska je zemlja koja je također vrlo slična našoj zemlji, što se turizma tiče. Zemlja je jugoistočne Europe, nalazi se između dva kontinenta. Bogata povijest, arheološke znamenitosti i raznoliko kulturno naslijeđe krasi Tursku. Turisti najviše posjećuju Antalijski zaljev. Osim što Tursku krasi obala i bogate plaže, ovdje možemo pronaći i brojne turske tržnice. Tamo se prodaju zlato, kožni proizvodi i odjeća. Osim što možete kupiti razne proizvode, ovdje je popularno cjenkati se, domaćini su izrazito gostoljubivi. Ovo je svakako jedan od brojnih razloga zašto mnogi posjećuju Tursku.



Slika 9. Prihodi od turizma u Turskoj

Izvor: <https://tradingeconomics.com/turkey/tourism-revenues> (pristupljeno: 7.6.2020.)

Turski turistički prihodi porasli su za 20,6 posto negoli prethodne godine. Na 7,89 milijardi USD u četvrtom tromjesečju 2019. godine. 83,3% posto tog prihoda dolazi od stranih posjetitelja, dok je 16,7% dobiveno od građana s prebivalištem u inozemstvu.



Slika 10. Dolasci turista u Tursku u 2019. godini

Izvor: <https://tradingeconomics.com/turkey/tourist-arrivals> (pristupljeno: 7.6.2020.)

Broj turista koji posjećuju Tursku povećao je se za 14,1% u odnosu na 2018. godinu. Najveći broj stranih turista koji dolaze u Tursku su iz Bugarske (10,7% od ukupnog broja dolazaka), zatim slijede turisti iz Njemačke (8,9%), Gruzije (7,6%), Irana (6,3%) te Rusije (6,1%).

Turska planira svoje prihode povećati do 2023., odnosno potrošnja turista u 2017. iznosila je 65 dolara u danu, te imaju cilj do 2023. potrošnju povećati na 86 dolara u danu. Isto tako i noćenje na 10. Noćenje turista iznosilo je 9,9. Ovdje možemo spomenuti da Hrvatska ostvaruje veću potrošnju po danu, tj. strani turisti. Tako su u 2017. godini turisti u Hrvatskoj u danu trošili prosječno 86 dolara, što Turska priželjkuje do 2023.

7. RASPRAVA

Iz rada također možemo zaključiti da sve tri zemlje, Hrvatska, Grčka i Turska ostvaruju najveće prihode od turizma, no sve tri zemlje koncentrirane su na samo 2 mjeseca, odnosno imaju velik problem sa sezonalnošću. Internetska izvješća pokazuju da najviše dolazaka turista ostvaruje Turska. Možda je razlog toga što je Turska i najveća od spomenute tri zemlje. Ako se gleda prostorna veličina, Hrvatska daleko prednjači.

Želi li Hrvatska ostvariti golemu prednost nad ove dvije zemlje, svakako bi trebala raditi na smanjenju cijena, povezivanju kontinentalnog s morskim turizmom, postavljanju Hrvatske kao zemlje koja ima ne samo more, nego prelijepu planine, hranu, kulturu i sl. Također, treba raditi i na očuvanju okoliša te promicanju ekološke svijesti. Ovaj trend je uvelike popularan u svijetu, prikažemo li se kao zemlja koja čuva svoj okoliš, kojoj je bitna ekološka svijest, možemo privući brojne turiste.

Turizam uvelike utječe na gospodarstvo Hrvatske, ima značajan udio u BDP-u. Koliko je to dobro, pokazuje činjenica Hrvatsku nakon korona krize očekuje pad BDP-a veći od 10%. Ovo je dokaz koliko Hrvatska živi od turizma, jedna loša sezona narušava gospodarstvo Hrvatske. Kako je u radu već spomenuto, kako i Hrvatska, tako i Grčka i Turska ulažu u turizam. Žele poboljšati turizam svoje zemlje, brojni ljudi su zaposleni u tom sektoru, mnogi žive od turizma. Pojavom Covida19, možemo zaključiti kako se ne treba osloniti samo na turizam, treba ulagati i u druge sektore. Brojni ljudi tako su ostali bez posla, gospodarstvo turističkim zemalja je slabije, prihodi uvelike padaju, uvelike pada i BDP. Sve tri zemlje moraju raditi i na unapređenju drugih sektora, jer je turizam uvelike osjetljiv, što pokazuje i trenutna situacija.

8. ZAKLJUČAK

Istražujući ovu temu možemo zaključiti kolika je važnost Turizma u Republici Hrvatskoj. Kako turizam utječe na gospodarstvo Hrvatske. Turizam utječe na zaposlenost naše zemlje, na BDP, na rast prihoda. Sve ovo su pozitivni učinci. Iz rada možemo zaključiti da postoje i brojni negativni učinci koji utječu na Hrvatsku, možda poboljšavaju turizam, ali štete našoj domovini, dokaz tomu je utjecaj na okoliš.

Turizam uvelike utječe na povećanje cijena, stoga bi moglo doći do toga da ulagači krenu svoja kapitalna sredstva ulagati u turistički sektor, prije nego li u industrijski. Industrija u Hrvatskoj nije u cvatu. A u Hrvatskoj se događa upravo to. Zbog intenzivne inozemne potražnje, cijene turističkih usluga u zemlji se povećavaju, dok cijene proizvoda prerađivačke industrije stagniraju. Poduzetnici će stoga svoju priliku za poslovnim uspjehom prije vidjeti u turizmu, nego u industriji.

Mnogi gosti govore da je Hrvatska duplo skuplja od Grčke i Turske, zbog toga i domaći turisti putuje u konkurentske zemlje. Želimo li mi da naši domaći turisti odlaze u druge krajeve na ljetovanje? Kako privući strane turisti kada naši odlaze drugdje. Svakako bi država trebala raditi na smanjenju poreza, kako bi i naši ugostitelji i iznajmljivači objekata mogli spustiti svoju cijenu.

Literatura

Knjige:

1. Bartoluci M.: Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013.
2. Blažević B.: Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2007.
3. Čavlek i dr.: Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga. Zagreb, 2011.
4. Pirjevec i Kesar: Počela turizma, mikrodad d.o.o., Zagreb, 2002.
5. Srića V.: Hrvatska 2020; jedna moguća budućnost, Profil, Zagreb, 2010.
6. Vukonić i Čavlek: Rječnik turizma, masmedia, Zagreb, 2001.

Stručni časopisi:

1. Kožić I: „Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj“, Ekonomski vjesnik, 2013.

Internet:

1. https://htz.hr/sites/default/files/2019-09/HTZ%20TUB%20HR_%202018.pdf
2. <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska>
3. <https://www.dzs.hr/>
4. <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/croatia/articles/croatia-best-things-to-see-and-do/>
5. <https://mint.gov.hr/vijesti/rijeka-u-top-10-destinacija-u-europi/20883>
6. <https://www.hzz.hr/content/stats/HZZ-Godisnjak.-2019.pdf>
7. <https://tradingeconomics.com/>
8. <https://www.poslovnih.hr/hrvatska/turska-ce-budzet-za-promociju-turizma-povecati-deset-puta-358278>
9. https://reiseziele.ch/die-10-schoensten-europaeischen-staedte-im-fruehjahr/?fbclid=IwAR2wSQ6NPuy5o6hKCWLxEaAaS1oEOKBMQO0h_hIE7RL_YW_R9_ftPhNkIXWU#Zadar

10. https://arhivanalitika.hr/blog/turizam-u-hrvatskoj-usporedba-s-drugim-mediterskim-destinacijama/?fbclid=IwAR1HDgPBI5sIw77UnpfxZ_RPhU_bHSIK4LI5YEwWkO_QAK9QC8bFzp_PTDL4
11. https://hrturizam.hr/sto-se-dogodilo-s-turizmom-u-hrvatskoj/?fbclid=IwAR3rCc3WIYFIjAv9RFDB494Mh4mVubDsTd9tL-I3vov_TINP0bc8Jla0qWE
12. https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858?fbclid=IwAR29n_w9JuJn6qhp0KWyt_sa-tyxP2novPxiMjkrHd-wnCw0p6_BXx2Etbfg
13. <https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/top-10-gradova-u-hrvatskoj/?fbclid=IwAR1tCZOHq123dLiA-0PzGmpL0vBfH9EJzarxH61LlzWZkX7JP0KlvwDyecc>
14. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page
15. http://www.travelandtourworld.com/news/article/turkish-domestic-tourism-spending-increased-14-percent-year-year-2018/?fbclid=IwAR3y8KRSRzRnJH3F9S7quQXNRIyTC7lsxczLBG2if9sn26DfOUF_CT_zQnuY

Popis slika:

Slika 1 Počeci hrvatskog turizma	4
Slika 2. Noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta u 2018. i 2019.....	10
Slika 3. Noćenja turista prema smještaju	12
Slika 4. Rastuća popularnost Hrvatske.....	13
Slika 5. Broj nezaposlenih osoba u 2018. i 2019. godini.....	15
Slika 6. Usporedba noćenja turista u 2019. i 2020. godini.....	17
Slika 7. Prihodi od turizma u Grčkoj.....	18
Slika 8. Dolasci turista u Grčku u 2019. godini	19
Slika 9. Prihodi od turizma u Turskoj	20
Slika 10. Dolasci turista u Tursku u 2019. godini.....	20

Popis tablica:

Tablica 1. Svjetska baština pod zaštitom UNESCO-a	5
Tablica 2. Svjetska nematerijalna kulturna baština pod zaštitom UNESCO-a	6
Tablica 3. Dolasci i noćenja turista prema vrstama turističkih mjesta od 2014.-2018.	9
Tablica 4. Dolasci i noćenja turista u 2018. i 2019. godini.....	10
Tablica 5. Dolasci i noćenja turista prema zemljama podrijetla	11
Tablica 6. Pozitivni ekonomski utjecaji u 2018. i 2019.	15