

PREGLED SEKUNDARNIH PODATAKA IZ PODRUČJA TURIZMA

Kolak, Teodora

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:145:751257>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-05**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni prijediplomski studij (*Financijski menadžment*)

Teodora Kolak

**PREGLED SEKUNDARNIH PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZMA**

Završni rad

Osijek, 2023.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni prijediplomski studij (*Financijski menadžment*)

Teodora Kolak

**PREGLED SEKUNDARNIH PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZMA**

Završni rad

Kolegij: Statistika

JMBAG: 0010233412

e-mail: tkolak@efos.hr

Mentorica: prof. dr. sc. Josipa Mijoč

Komentorica: Ivana Jobst, univ. mag. oec.

Lektorica: Selena Brkić, mag. educ. philol. croat. et mag. litt. comp.

Osijek, 2023.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek
University Undergraduate Study (*Financial management*)


Teodora Kolak

**OVERVIEW OF SECONDARY DATA FROM THE FIELD OF
TOURISM**

Final paper

Osijek, 2023

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 (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) 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 visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
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: Teodora Kolak

JMBAG: 0010233412

OIB: 50001913011

e-mail za kontakt: teodorakolak@gmail.com

Naziv studija: preddiplomski sveučilišni studij Financijski menadžment

Naslov rada: Pregled sekundarnih podataka iz područja turizma


Mentorica rada: prof. dr. sc. Josipa Mijoč

Komentorica rada: Ivana Jobst, univ. mag. oec.

Lektorica: Selen Brkić, mag. educ. philol. croat. et mag. litt. comp.

U Osijeku 21. 9. 2023. godine

Potpis



Pregled sekundarnih podataka iz područja turizma

SAŽETAK

Turistički sektor čini značajan dio gospodarstva Republike Hrvatske te brojnih zemalja u regiji. Krajem 2019. godine položaj turizma na svjetskoj razini drastično se mijenja pojavom pandemije koronavirusa i potaknut restriktivnim mjerama te ograničenjem kretanja stanovništva. U završnom radu donosi se pregled kvantitativnih sekundarnih podataka iz područja turizma na nacionalnoj, europskoj i svjetskoj razini. U teorijskom dijelu objašnjen je pojam turizma te povijesne etape razvoja, položaj turizma u gospodarstvu te ozračje u turizmu tijekom pandemijske godine. U praktičnom dijelu rada prikazani su ekonomski podaci za sektor turizma korišteni u dostupnim bazama podataka nacionalnih, europskih i svjetskih institucija. Jedno od obilježja sekundarnih podataka jest usporedivost različitih zemalja i regija te se pomoću analize globalnih podataka podaci mogu staviti u kontekst i time smislenije interpretirati. U drugom dijelu praktičnog dijela prikazani su izdvojeni pokazatelji održivosti koji su izravno i neizravno povezani sa sektorom turizma. Svrha završnoga rada jest pronaći one podatke koji opisuju kretanje ekonomskih pokazatelja u području turizma radi razumijevanja kompleksnih utjecajnih čimbenika na turizam te utvrđivanja procjene položaja turizma. Cilj je rada prikazati izdvojene sekundarne podatke radi razumijevanja identificiranja položaja turizma, utvrđivanja pozitivnih i negativnih odlika sektora te promišljanja o potencijalima turističkog sektora i povezanosti s održivim razvojem te globalnim napretkom.

Ključne riječi: turistički sektor, sekundarni podaci, koronavirus, pokazatelji održivosti

Overview of secondary data from the field of tourism

ABSTRACT

The tourism sector makes up a significant part of the economy of the Republic of Croatia and many countries in the region. At the end of 2019, the position of tourism at the world level changed drastically due to the emergence of the coronavirus pandemic, triggered by restrictive measures and restrictions on the movement of the population. The final paper provides an overview of quantitative secondary data from the field of tourism at different perspectives national, European, and global. In the theoretical part, the concept of tourism and its historical stages of development, the position of tourism in the economy, and the atmosphere of tourism during the pandemic year are explained. In the practical part of the research the economic data for the tourism sector used in the available databases of national, European, and world institutions are presented. An important feature of secondary data is the comparability of different countries and regions, and with the help of global data analysis, the data can be put into context and thus interpreted more meaningfully. In the second part of the practical research, selected indicators of sustainability that are directly and indirectly related to the tourism sector are presented. The purpose of the final paper is to find one piece of data and economic indicators that describe the movement of economic indicators in the field of tourism to understand the complex influencing factors on tourism and determine the assessment of the position of tourism. The goal of the work is to present the separated secondary data to understand the identification of the position of tourism, determining the positive and negative features of the sector, and reflecting on the potential of the tourism sector and its connection with sustainable development and global progress.

Keywords: tourism sector, secondary data, corona virus, indicators of sustainability

Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Definiranje predmeta istraživanja.....	1
1.2. Sadržaj i struktura rada	2
2. Metodologija rada	3
2.1. Sekundarni podaci u turizmu.....	4
3. Mjerenje turističkog sektora.....	9
3.1. Razvoj i pojava turizma.....	9
3.2. Položaj turističkog sektora	17
3.3. Utjecaj globalne pandemije	21
4. Pregled odabranih sekundarnih podataka iz područja turizma.....	27
4.1. Ekonomski pokazatelji i turizam	27
4.1.1. Nacionalni podaci	29
4.1.2. Europski podaci	34
4.1.3. Svjetski podaci.....	38
4.2. Pokazatelji održivosti u turizmu	43
5. Rasprava	51
6. Zaključak	53
Literatura.....	55
Popis slika	59
Popis shema	59
Popis tablica.....	60
Popis grafikona.....	61

1. Uvod

Krajem drugog desetljeća 21. stoljeća svijet se suočio s globalnom pandemijom koronavirusa, koja je negativno utjecala na turistički sektor zbog restriktivnih mjera većine gospodarstava svijeta. Neke od tih mjera obuhvaćale su ograničenje kretanja stanovništva, uvođenje karantena stanovnicima i putnicima, ograničenja organiziranja velikih događanja, promjenu radnog i obrazovnog okružja te obavezna testiranja (Mataković, 2020). Razdoblje pandemije i socijalnog distanciranja osvijestilo je ovisnost turističkog sektora te cjelokupnog gospodarstva o vanjskim (eksternim) čimbenicima, poput globalne epidemiološke politike, stupnju otvorenosti graničnih prijelaza koje utječu na međunarodni promet te zakonskim uvjetima i ograničenjima ulaska u državu. Turistički sektor ovisan je o brojnim unutarnjim i vanjskim čimbenicima te je potrebno analizirati strukturu sektora turizma i trendove kretanja turističkih pokazatelja.

1.1. Definiranje predmeta istraživanja

Svrha je završnoga rada pronaći podatke koji opisuju kretanje ekonomskih pokazatelja u području turizma.

U završnom radu donosi se pregled kvantitativnih sekundarnih podataka iz područja turizma na nacionalnoj, europskoj i svjetskoj razini. Podaci iz turizma na nacionalnoj razini Republike Hrvatske također obuhvaćaju skupne podatke lokalnih i regionalnih jedinica Republike Hrvatske. Turistički sektor potrebno je prikazati s više hijerarhijskih razina (nacionalne, europske i svjetske) zbog određivanja kompetitivnih prednosti te analize konkurenata pojedinih nacionalnih gospodarstava. Podaci na različitim hijerarhijskim razinama međusobno su ovisni jedni o drugima te se vertikalni odnos može prikazati i kružno, zbog međusobne ovisnosti različitih razina turističkog sektora. Republika Hrvatska članica je Europske unije te strateške odluke unutar Unije (poput zelenih politika i postizanja ugljične neutralnosti) utječu na razvoj turizma, a posljedično i na razvoj gospodarstava različitih nacionalnih država članica Unije. Gospodarska razvijenost različitih nacionalnih država odražava se na kupovnu moć građana, koja u budućnosti također utječe na njihovu potrošnju u turizmu. Navedeni proces prikazuje međuovisnost turizma o brojnim ekonomskim kretanjima u tuzemstvu i inozemstvu.

Završni rad usmjeren je opisu turističkog sektora prije i nakon pojave koronavirusa uz primjenu sekundarnih podataka različitih nacionalnih gospodarstava. Cilj je završnoga rada povećati razumijevanje sekundarnih podataka u području turizma te olakšati razumijevanje izdvojenih temeljnih pokazatelja korištenih za ekonomsku analizu turizma i održivosti u turizmu.

1.2. Sadržaj i struktura rada

U uvodnom dijelu rada definiran je predmet istraživanja uz predstavljenu osnovnu problematiku rada i ciljeve istraživanja te se pojašnjavaju sadržaj i struktura rada. U drugom poglavlju objašnjena je metodologija korištena za izradu rada, izvori i tehnike korištene prilikom izrade te se donosi objašnjenje statističke terminologije (primarno i sekundarno istraživanje). Treće poglavlje opisuje razvoj turizma, položaj turizma u gospodarstvu te ozračje u turizmu u usporedbi s pandemijskom godinom. U praktičnom dijelu rada, odnosno četvrtom poglavlju, prikazani su ekonomski podaci te pokazatelji održivosti u području turizma. U poglavlju 4.1. izdvojeni su ekonomski pokazatelji u turizmu, a u poglavljima 4.1.1., 4.1.2 i 4.1.3. daje se pregled izdvojenih sekundarnih podataka na nacionalnoj, europskoj i svjetskoj razini.

U poglavlju 4.2. prikazani su pokazatelji održivosti u turizmu prema nekoliko različitih metodologija. Unutar poglavlja prikazuju se različiti pokazatelji ostvarivanja Održivih ciljeva Ujedinjenih naroda (takozvanih SDG-jeva). Odabran je prikaz navedenih pokazatelja zbog rasta utjecaja održivih politika unutar Europske unije te rasta svijesti o održivosti na globalnoj razini.

Rasprava donosi osvrt na teorijski i praktični dio rada te se upućuje na potencijalne izazove i koristi uporabe sekundarnih podataka u području turizma. Nakon rasprave slijedi zaključak, u kojemu se prikazuje pregled rada te ističu najvažniji zaključci i pouke rada.

2. Metodologija rada

Metodologija predstavlja znanstvenu disciplinu koja obuhvaća pojedine metode i tehnike kojima se utvrđuju uzročnost i objektivnost znanstvene spoznaje te se ubraja u kvantitativna istraživanja koja brojčano opisuju promatranu pojavu pomoću metoda mjerenja i statističkog zaključivanja kojim se donose zaključci o uzročno-posljedičnim odnosima (Pavić i Šundalić, 2021).

Metodologija završnoga rada omogućuje prikaz podataka o kretanju ekonomskih pokazatelja, ekoloških pokazatelja te ostalih pokazatelja u području turizma. Završni rad sastoji se od teorijskog dijela, u kojemu se objašnjeni metodološko-konceptualni pojmovi, te praktičnog dijela, u kojemu se nalazi prikaz odabranih sekundarnih podataka. U radu su korišteni sekundarni podaci službenih tijela Republike Hrvatske i Europske unije, vjerodostojnih institucija i organizacija, poput Državnog zavoda za statistiku, Hrvatske narodne banke, Eurostata, Svjetske turističke organizacije i ostalih. U radu se nalaze autorske tablice i grafikoni koji predstavljaju izdvojen prikaz značajnih podataka čije je objašnjenje navedeno u praktičnom dijelu rada. U radu su korištene metoda deskripcije za opisivanje teorijskih i metodoloških pojmova, metoda klasifikacije za sistematizaciju podataka te metoda konkretizacije podataka u smislenu cjelinu.

Prvi dio praktičnoga dijela rada prikazuje i objašnjava odabrane sekundarne ekonomske pokazatelje na nacionalnoj, europskoj i svjetskoj razini. Na nacionalnoj razini raščlanjeni su i shematski prikazani ekonomski podaci PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku. Prema podacima Ministarstva turizma Republike Hrvatske, grafički je prikazano kretanje odabranih pokazatelja u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2022. godine. Među odabranim promatranim nacionalnim podacima nalaze se: usporedba bruto domaćeg proizvoda Republike Hrvatske i prihoda od turizma, ukupni dolasci i noćenja turista, struktura noćenja u turizmu te usporedba prosječnog broja noćenja turista po dolasku.

Pomoću Eurostata prikazani su odabrani pokazatelji na europskoj razini poput usporedbe regije EU-a s najvećim brojem noćenja u turističkom smještaju 2020. godine, kretanje ukupnog noćenja od 2011. do 2022. te ostvarena noćenja u turističkom smještaju tijekom ljetnih mjeseci.

Na svjetskoj razini obrađeni su izdvojeni pokazatelji Svjetske turističke organizacije na platformi UNWTO Tourism Dashboard koji opisuju kretanje svjetskih regija nakon pojave pandemije

COVID-19, utjecaj turizma zemalja na BDP, ukupan broj zaposlenih u turističkim industrijama, indeks sezonalnosti te broj dolazaka.

2.1. Sekundarni podaci u turizmu

Vještine prikupljanja, analiziranja te interpretiranja podataka postaju neizostavne u razumijevanju suvremenih pojava. Izdvajanjem ključnih informacija i spoznaja iz velikog skupa podataka omogućuje se kvalitetnija analiza stanja te veća sposobnost racionalnog odlučivanja pojedinca, poduzeća ili pojedinog sektora. Prema Horvat i Mijoč (2014: 7), „statistika i obrada podataka ne mogu biti zamjena za zdrav razum, već jedna od potpora njegovu djelovanju, rastu i razvijanju“.

Prema Pfeifer (2013), svako poduzeće trebalo bi odrediti ključne čimbenike uspjeha – odnosno karakteristike poslovanja koje su jedinstvene za promatrano poduzeće (sektor) koje omogućuju uspješnost poduzeća, a planiranjem pristupa informacijama moguće je izdvojiti ključne pokazatelje koji utječu na poduzeće (poput financijskih informacija, informacija o prihodima i troškovima) i promatrano tržište/okolinu (poput financijskih izvješća konkurentskih poduzeća, ekonomskih pokazatelja, zakona, vladinih inicijativa i slično).

Podaci se mogu podijeliti na sekundarne podatke (podatke koje je neki subjekt prethodno prikupio) te primarne podatke (prikupljeni kvantitativni ili kvalitativni podaci). Sekundarni podaci dijele se na interne ili unutrašnje sekundarne podatke, koji se mogu izgraditi na temelju praćenja financijsko-računovodstvenih informacija, te eksterne ili vanjske izvore, koji su navedeni u tablici 1.

Tablica 1. Podjela, prednosti i nedostaci sekundarnih podataka

Sekundarni podaci	
Podjela sekundarnih podataka po mjestu prikupljanja	
Interni (unutrašnji) podaci	Eksterni (vanjski) podaci
računovodstveno-financijsko praćenje poslovanja	publikacije međunarodnih organizacija (UNWTO, WTTC, UN, OECD, Eurostat, IATA, ICAO i dr.)
ekonomske analize poslovanja poduzeća	publikacije nacionalnih državnih zavoda za statistiku
provođenje vlastitog istraživanja za potrebe poslovnog odlučivanja	publikacije turističkih organizacija i udruženja
analize izvješća revizorskih kuća o poslovanju poduzeća	svjetski znanstveni časopisi, internet, preglednici i sl.
Sekundarni podaci	
Prednosti	Nedostaci
niži troškovi prikupljanja podataka	pronalaženje podataka koji će odgovarati potrebama konkretnog istraživanja
brži pristup podacima	problematičnost izražavanja jedinica mjere podataka, definiranja razreda, skupine te zastarjelost podataka
dostupnost za pojave koje ne bi bilo moguće osobno prikupiti	poznata i zajamčena točnost
objektivnost	pristranost ili subjektivnost institucije koja je prikupila podatke

Izvor: prilagođeno prema: *Istraživanje turističkih tržišta* (Marušić, Prebežac i Mikulić, 2019)

Prednosti sekundarnih podataka su brzina prikupljanja te manji trošak korištenja podataka, dok je korištenje primarnih podataka skuplje, zahtijeva duži period istraživanja, no oni su korisni u rješavanju specifičnih tržišnih problema (Marušić, Prebežac i Mikulić, 2019). Najčešće korištene metode izvora sekundarnih podataka su: informacije s državnih granica, ispitivanja na granici, metoda vođenja dnevnika, metoda ispitivanja prijevoznim sredstvima, ispitivanja u smještajnim objektima, modeli potrošnje te istraživanje turističke ponude (Marušić i Prebežac, 2004). U tablici 2 izdvojeni su najvažniji izvori sekundarnih podataka na međunarodnoj razini za sektor

turizma te učestalost njihove objave. Međunarodne organizacije najčešće objavljuju publikacije na godišnjoj razini, a pojedine publikacije objavljuju se periodično, dvomjesečno i kvartalno.

Tablica 2. Izvori sekundarnih podataka na međunarodnoj razini za sektor turizma

Sekundarni izvor podataka	Učestalost objavljivanja
UNWTO – Svjetska trgovinska organizacija	
Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO Tourism Highlights	godišnje
TSA Data Around the World – Worldwide Summary	godišnje
Compendium of Tourism Statistics	godišnje
UNWTO World Tourism Barometer	periodično
European Union Short-Term Tourism Trends	dvomjesečno
WTTC – Svjetsko turističko vijeće	
Travel and Tourism Global Economic Impact and Issues	godišnje
Country Travel and Tourism Economic Impact Analysis	godišnje
The Comparative Economic Impact of Travel and Tourism	godišnje
OECD – Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj	
OECD Tourism Trends and Policies	svake dvije godine
EUROSTAT – Statistički ured Europske unije	
Eurostat Regional Yearbook (Chapter 10 – Tourism)	godišnje
Tourism statistics	godišnje
ECT – Europska turistička komisija	
European Tourism – Trends and Prospects	kvartalno

Izvor: prilagođeno prema: *Istraživanje turističkih tržišta* (Marušić, Prebežac i Mikulić, 2019)

U tablici 3 prikazani su podaci na nacionalnoj razini, institucije koje ih izdaju te učestalost izdavanja publikacija. Najznačajnije institucije koje objavljuju podatke čine Državni zavod za

statistiku, Hrvatska narodna banka, Hrvatska turistička zajednica te Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.

Tablica 3. Izvori sekundarnih podataka na nacionalnoj razini za sektor turizma

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU	
Statistički ljetopis	godišnje
Statističko izvješće – Turizam (za određenu godinu)	godišnje
Hrvatska u brojkama (za određenu godinu)	godišnje
Statistika u nizu – Turizam	mjesečno
Baza podataka – Turizam	permanentno
MINISTARSTVO TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE	
Turizam u brojkama (za određenu godinu)	godišnje
HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA	
Turistička statistika	mjesečno
Benchmarking poslovanja subjekata u turizmu	godišnje
Popunjenost smještajnih kapaciteta (hoteli, kampovi, obiteljski smještaj)	godišnje
Mjerenje pomaka u domeni snage nacionalne turističke marke (Brand tracking)	godišnje
HRVATSKA NARODNA BANKA	
Platna bilanca – robe i usluge	godišnje
Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu	godišnje

Izvor: prilagođeno prema: *Istraživanje turističkih tržišta* (Marušić, Prebežac i Mikulić, 2019)

Za analizu sekundarnih podataka potrebno je razumjeti metodologiju prikupljanja podataka. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) neprestano nadograđuje metodološki okvir te međunarodne preporuke za statistiku u turizmu. Prema službenoj Statističkoj komisiji Ujedinjenih narod (UN - The Trade Statistics Branch, n.d.), najvažnije međunarodne preporuke o statistici u turizmu su:

1. Međunarodne preporuke za turističku statistiku 2008 (Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division, 2010) koje pružaju sveobuhvatan metodološki okvir koji sadrži opće smjernice za prikupljanje turističkih podataka i ostvarivanje statističke obrade podataka u različitim zemljama svijeta na standardan način. Dokument obuhvaća definicije, klasifikacije, popis akronima na engleskom jeziku te zajedničke koncepte koji olakšavaju međunarodnu usporedbu. Primarna publika je osoblje nacionalnih statističkih ureda.
2. Vodič za kompilaciju Međunarodnih preporuka za turističku statistiku 2008. popratni je dokument uz prethodno navedeni te pruža praktične smjernice za uporabu metoda za korištenje statistike u turizmu te služi kao sredstvo ojačavanja međunarodne usporedivosti statističkih podataka u turizmu.
3. Satelitski račun turizma: Preporučeni metodološki okvir iz 2008. pruža analizu aspekata potražnje za robama i uslugama povezanih s aktivnostima posjetitelja te opisuje djelovanje ponude s ostalim gospodarskim aktivnostima.

Turistički sektor ovisan je o vanjskim čimbenicima, stoga je potrebno pratiti i analizirati pokazatelje periodično te utvrditi trendove u industriji.

Analiza sekundarnih podataka zastupljena je i u menadžmentu. Naime, unutar menadžmenta kao znanstvene discipline razvio se kvantitativni pristup koji se temelji na korištenju matematičkih i statističkih metoda (poput linearnog programiranja) na temelju čega se razvio operacijski menadžment koji nastoji optimizirati poslovne procese pomoću metoda predviđanja, simuliranja, (ne)linearnog programiranja i modeliranja (Rupčić, 2018). Kvantitativnom analizom različiti subjekti mogu utvrditi optimizaciju poslovanja, odnosno smanjenje troškova ili povećanje dobiti koji ukazuju na stanje poduzeća, tj. koje korake poduzeće treba napraviti da bi ispunilo svoje ciljeve.

3. Mjerenje turističkog sektora

Turistički sektor predstavlja dinamički gospodarski sektor ovisan o ekonomskim trendovima i brojnim vanjskim čimbenicima. U sljedećim poglavljima definira se pojam turizma te se prikazuje kratak povijesni pregled razvoja turizma (3.1.), položaj turističkog sektora u gospodarstvu (3.2) i utjecaj i posljedice djelovanja globalne pandemije na položaj turizma (3.3.).

3.1. Razvoj i pojava turizma

Kretanje stanovništva, putovanja, istraživanja i geografska otkrića pojave su koje se stoljećima ponavljaju u različitim civilizacijama. Čovječanstvo je oduvijek težilo za otkrivanjem novih spoznaja i napretkom te putovanjima, no tek u dvadesetom stoljeću razvija se teorijska analiza turizma i turističkog sektora. Početne teorije o turizmu negirale su sposobnost stvaranja dodatne vrijednosti turizma, a suvremene teorije nakon Drugog svjetskog rata potvrđuju važnost utjecaja turizma na razvoj gospodarstva koje opisuju teorija ekonomskih funkcija turizma kapaciteta nosivosti te teorija multiplikatora (Bartoluci, 2013).

Prema Bartoluciju (2013: 109), turizam se može objasniti kao „složena društveno ekonomska potreba u kojoj je turist subjekt, ali i kupac turističkih proizvoda i usluga“ te je zbog složenosti potrebno proučavati turizam s različitih socioloških, politoloških, medicinskih, prometnih, ekoloških i ekonomskih aspekata istraživanja.

Turizam se znanstveno počinje ozbiljnije proučavati početkom prošloga stoljeća, a prije toga zapadni povjesničari opisivali su turizam u antičkom i srednjovjekovnom svijetu, dobu velikog obilaska Europe 17. i 18. stoljeća (takozvanog engl. *Grand Toura*) te razvoja lječilišta i odmarališta na moru (Towner i Wall, 1991).

Prema Prokopisu (2022), povijest turizma može se podijeliti na razdoblje drevne povijesti turizma (9000. pr. Kr. – 650.), zatim se razvija razdoblje turizma u postklasično doba (500. – 1500.), slijede razdoblja ranog novog vijeka (1500. – 1750.) te kasnog novog vijeka (1750. – 1945.), a posljednje razdoblje turizma naziva se suvremeno razdoblje. Zbog dinamičnih

promjena u društvu, „razdoblja turizma“ sve se više skraćuju. U tablici 4 prikazane su izdvojene karakteristike i utjecajni čimbenici svakog razdoblja.

Tablica 4. Prikaz povijesnih razdoblja i glavnih karakteristika turizma

drevna povijest turizma (9000. pr. Kr. – 650.)
<ul style="list-style-type: none"> • posjeti hramovima, sveta mjesta i vjerski turizam, • posjeti proročistima radi savjeta i smjernica, • festivali, svečanosti i događaji, rani oblici vrtova (engl. <i>garden</i>) i zoooloških vrtova, • trgovina i stari kulturni običaji, sportovi i „razdoblje krvavih igara“.
turizam u postklasično doba (500. – 1500.)
<ul style="list-style-type: none"> • srednjovjekovna hodočasnička putovanja te opipljivost iskustva, suveniri, • ljudsko mučenje i patnja kao spektakl, • lokalna hrana i delikatese za božanske goste i putnike (rađanje gastronomskog turizma?), kakao na festivalima, hrana gostoljubivih redovnika putnicima, tržnice hrane.
turizam u ranom novom vijeku (1500. – 1750.)
<ul style="list-style-type: none"> • doba velikog obilaska Europe, • utemeljenje plana putovanja / rute (engl. <i>itinerary</i>) i kulturnog turizma, • rani oblici izložbi i muzeja.
turizam u kasnom novom vijeku (1750. – 1945.)
<ul style="list-style-type: none"> • vlakovi kao način putovanja, udarni i iskustveni vlakovi, • „luksuz“ u ugostiteljstvu i putovanju – slučajevi Cesar Ritz, Orient Express i Titanic, • luksuz i luksuzna iskustva na aktualnoj ugostiteljsko-turističkoj sceni, • formuliranje turoperatora, nacionalnih i regionalnih turističkih organizacija, • velika epidemija gripe i utjecaj na putovanja, • Prvi svjetski rat, međuratno razdoblje, Drugi svjetski rat, uspostava vojničke uniforme, ratni i bojni turizam.
turizam tijekom suvremenog razdoblja (1945. – početak 2020.)
<ul style="list-style-type: none"> • rast zrakoplovne industrije i njezina evolucija, • zabavni parkovi i tematski paketi, • razdoblje Hladnog rata (od sredine 1940-ih do ranih 1990-ih), hipijevska kontrakultura i njihova putovanja tijekom 1960-ih i 1970-ih, masovno sudjelovanje u turizmu u desetljećima

nakon Drugog svjetskog rata i njegovi učinci, stalni uspon azijskih tržišta, porast razonode i obalnih destinacija,

- nekontrolirani razvoj turizma tijekom 1970-ih i ranih 2000-ih održivost,
 - 2000. i 2010. desetljeće, „ozelenjivanje“ turističkog sektora,
 - događaji 11. rujna, terorizam
 - rast nišnih oblika turizma,
 - skijaški i *snowboard* turizam,
 - filmski turizam,
 - pojava i razvoj Airbnb fenomena,
 - pandemija COVID-19.

Izvor: prilagođeno prema: Prokopis (2022)

Towner i Wall (1991) ističu anglocentričnu pristranost u istraživanju i opisivanju povijesti turizma i kulturnih razlika, britanski povjesničari proučavali su uglavnom urbana odmarališta, a istraživanja u Sjevernoj Americi bila su usredotočena na istraživanje divljine i prirode.

Industrijska revolucija tijekom druge polovice osamnaestog stoljeća i razvoj masovne proizvodnje i prometne infrastrukture omogućili su promjenu perspektive o turizmu i popularizaciju turizma. Naime, u prošlosti motivi za putovanje pretežno su preživljavanje ili religijski razlozi te su prvi putnici bili istraživači i doseljenici (engl. *migrants*) iz drugih krajeva (Bora, 2022). Motivi putnika promijenili su se razvojem zapadnih društava, a turizam dobiva značajnu ulogu u podupiranju nacionalnih gospodarstava.

U suvremenom turizmu potrebno je analizirati odnos turističke ponude i potražnje te na taj način osigurati održivost resursa. Povećavanje turističke aktivnosti na određenoj destinaciji donosi brojne prednosti, poput stvaranja novih radnih mjesta za lokalno stanovništvo, izgradnje infrastrukture te povećanja prihoda. S druge strane, pojavljuju se novi društveni, gospodarski i ekološki izazovi. Opisana pojava predstavlja pomak od turističke ravnoteže (tzv. turističkog ekvinocija), tj. pojavu negativnih učinaka turizma koje uzrokuje turistički paradoks, odnosno „fenomen u kojem turistička industrija uništava prirodni i kulturni okoliš u destinaciji koja je neophodna za turističke aktivnosti“ (Arkan, Unsever i Halioui, 2016: 221).

Negativne posljedice turističkog paradoksa potrebno je poboljšati pomoću procesa turističkog planiranja (Arkan, Unsever i Halioui, 2016), a redosljed je koraka planiranja sljedeći:

- priprema smjernica za cijeli proces planiranja,
- odabir istraživačke skupine i kontrolnog odbora,
- postavljanje ciljeva prema svakom određenom području,
- kategorizacija turističkih aktivnosti i atrakcija prema njihovoj vrsti,
- ocjenjivanje aktivnosti ovisno o njihovu potencijalu za privlačenje turista,
- kvalitativne i kvantitativne analize koje integriraju različite aspekte održivosti za učinkovite izbore koji povećavaju održivost i vode do turističkog ekvivalencija,
- razvijanje politika i planova korištenjem analize scenarija,
- praćenje postupka, davanje zaključka i preporuke.

U suvremeno doba jačanjem uloge globalizacije povećavaju se ponuda i potražnja za turizmom. Zbog mnogobrojne turističke ponude, turisti mijenjaju svoja očekivanja o turističkim iskustvima te imaju veća očekivanja o kvaliteti i razini usluge koju mogu dobiti za svoj budžet. Turistički proizvod predstavlja cjelokupnu ponudu proizvoda i usluga na turističkoj destinaciji te čini osnovu za ekonomski regionalni razvoj zemalja. Turistički sektor nastoji ostvariti konkurentnu prednost pomoću nuđenja jedinstvenih usluga, nastojeći ponuditi jedinstvena, inovativna, originalna i posebna iskustva (Đukrin, Badurina i Rudan, 2021).

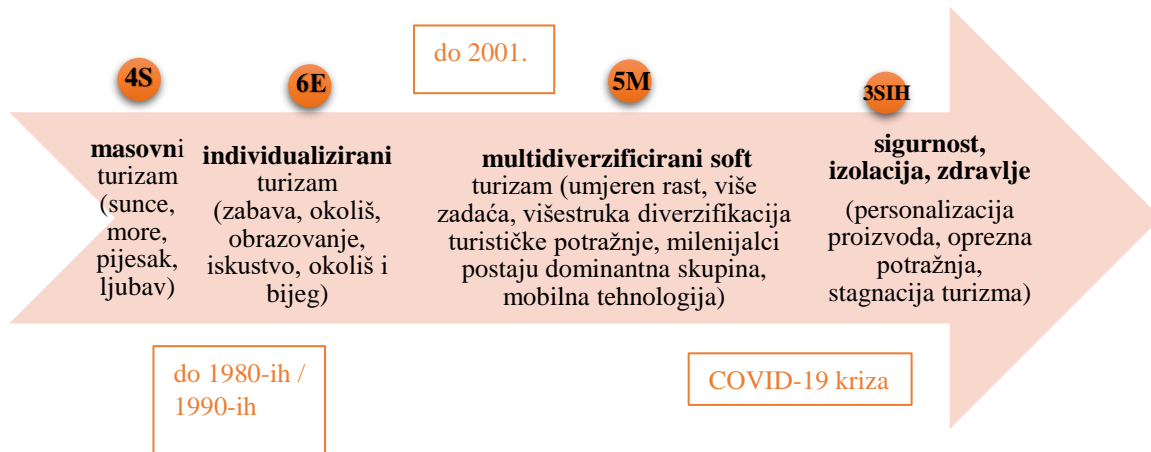
Priručnik o doživljajima Hrvatske turističke zajednice (Jurin i suradnici, 2016: 9) ističe važnost turističkog doživljaja koji se može definirati kao „skup međusobno povezanih i isprepletenih emotivnih sastavnica uvezanih u odgovarajući destinacijski turistički aranžman na način da daju potrošaču/turistu nesvakidašnje iskustvo te se sastoji od sljedećih sastavnica: prijevoza do destinacije, krajolika, klime, stanovništva u destinaciji, smještaja, jela i pića, zabave, atrakcija i izleta“. Turistički doživljaj koji je prevladavao u prošlosti mijenjaju nove turističke potrebe te se mijenjaju karakteristike turističke ponude i potražnje. Turisti prestaju doživljavati turizam samo kao ljetne praznike, već traže bijeg od stvarnosti, uzbudljive nove doživljaje, ali uz njegovanje dobrobiti lokalnog stanovništva i ekološke održivosti (tablica 5).

Tablica 5. Usporedba turističkog proizvoda u prošlosti i sadašnjosti

Turistički doživljaj jučer (20. stoljeće)		20. stoljeće – „4S“ doživljaj	
masovan	predvidljiv	sunce	ljubav
homogen	pretežito pasivan	pijesak	more
Turistički doživljaj danas (21. stoljeće)		21. stoljeće – „6E“ doživljaj	
individualiziran	podložan promjenama	doživljaj	bijeg
		zabava	ekologija
proaktivan	interaktivan	obrazovanje	uzbuđenje

Izvor: prilagođeno prema: *Priručnik o doživljajima* (Jurin i suradnici, 2016: 11-13)

Od druge polovice 20. stoljeća postojala su tri razdoblja transformacije turizma. Prva faza velike promjene bila je promjena dinamičnog turizma iz „4S“ koncepcije koja je trajala od 1950. – 1980-ih / 1990-ih godina u „6E“ turizam. Druga promjena oblikovala je „6E“ umjereniji turizam, koji karakterizira povećavanje konkurentnosti ponude u „5M“ turizam (koji traje do napada na zgrade Blizance u New Yorku 11. 9. 2001.). Treća faza počinje pandemijskom krizom te pretvara „5M“ koncepciju u „3SIH“ turizam, koji karakterizira personalizacija proizvoda i stagnacija turizma, a objašnjenje pojmova nalazi se na slici 1.

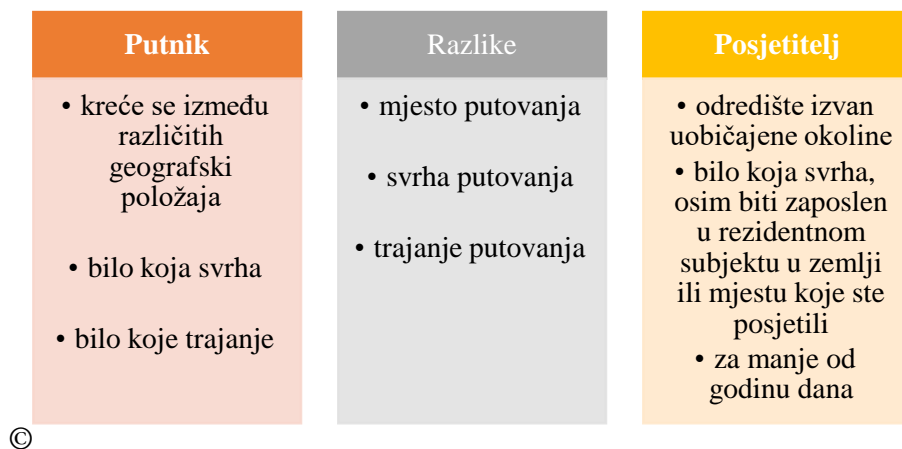


Slika 1. Faze transformacije turizma te karakteristike razdoblja

Izvor: prilagođeno prema: *Menadžment sportskog turizma i srodnih oblika turizma* (Bartoluci, Škorić i Andrijašević, 2021)

U metodološkom priručniku za statistiku u sektoru turizma (Eurostat, 2014) objašnjena je razlika između važnih termina u turističkom sektoru; na primjer, razlike između definicije putnika (engl. *traveller*) i posjetitelja (engl. *visitor*). Prema priručniku (Eurostat, 2014: 16), putnik „predstavlja osobu koja se kreće između različitih geografskih lokacija u bilo koju svrhu i u bilo koje trajanja, te je netko tko se kreće između različitih geografskih lokacija, za bilo koje trajanje“. Posjetitelj, s druge strane, predstavlja „putnika koji putuje do glavnog odredišta izvan svog uobičajenog okruženja, za bilo koju glavnu svrhu (posao, slobodno vrijeme ili drugu osobnu svrhu) osim za zaposlenje od strane rezidentnog subjekta u zemlji ili mjestu koje posjećuje“ (Eurostat, 2014: 16). Putovanja posjetitelja ispunjavaju uvjete kao turistička putovanja.

Grafički prikaz (shema 1) pojašnjava razliku između putnika i posjetitelja. Razlikovanje navedenih termina potrebno je s obzirom na to da se zbog razlika u terminologiji te kategorije različito obrađuju i statistički klasificiraju.



Shema 1. Razlika u definiranju pojmova putnika i posjetitelja

Izvor: prilagođeno prema: Eurostat, 2014

Za provođenje analize turističkih podataka preporučuje se korištenje međunarodnih smjernica u metodologiji podataka iz područja turizma (nabrojanih u poglavlju 2.1.). Međunarodne smjernice obuhvaćaju korištenje istih klasifikacija, akronima i podjela te time olakšavaju međusobnu usporedbu, analizu i sortiranje dobivenih podataka. Prema UN-ovim uputama za metodologiju u proučavanju baze podataka statističkih podataka iz područja turizma (UNWTO Publication, 2017), metodološki okvir usporedivih podataka i pokazatelja prikazan je u tablici 6.

Tablica 6. Prikaz metodološke obrade međunarodne preporuke u obradi podataka iz područja turizma

1. Dolazni turizam (<i>Inbound tourism</i>)	Obuhvaća aktivnosti nerezidentnog posjetitelja unutar promatrane zemlje za dolazno turističko putovanje.
2. Domaći turizam (<i>Domestic tourism</i>)	Obuhvaća aktivnosti posjetitelja s prebivalištem unutar promatrane zemlje, kao dio domaćeg ili vanjskog turističkog putovanja.
3. Izlazni turizam (<i>Outbound tourism</i>)	Obuhvaća aktivnosti posjetitelja koji nema prebivalište u promatranoj zemlji, bilo kao dio turističkog putovanja u inozemstvu ili u sklopu

	domaćeg turističkog putovanja.
4. Turističke industrije	
5. Zapošljavanje u sektoru turizma (zaposleni i samozaposleni)	
6. Dopunski pokazatelji (<i>Complementary indicators</i>)	

Izvor: prilagođeno prema: *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database* (UNWTO Publication, 2017)

U istoimenom dokumentu Svjetska turistička organizacija (UNWTO Publication, 2017) prikazuje podjelu turističke industrije (četvrta stavka u tablici 5) na sljedeće sektore:

- smještaj za posjetitelje,
- djelatnosti usluživanja hrane i pića,
- željeznički prijevoz putnika,
- cestovni prijevoz putnika,
- vodeni prijevoz putnika,
- zračni prijevoz putnika,
- najam transportne opreme,
- putničke agencije i ostale usluge rezervacija aktivnosti,
- kulturne aktivnosti,
- sportsko-rekreativne aktivnosti,
- trgovina na malo roba karakterističnih za turizam zemlje,
- ostale turističke aktivnosti karakteristične za pojedinu zemlju.

Prema preporučenoj metodologiji Satelitskog računa turizma (OECD et al., 2017), zaposlenost (engl. *employment*) u turizmu predstavlja važan dio ekonomske analize proizvodnih aktivnosti. Turističke aktivnosti poput pružanja smještaja te posluživanja hrane i pića često podrazumijevaju zapošljavanje osoba s niskom razinom kvalifikacija te postoji visok intenzitet rada. Dodatan je izazov u turizmu neravnomjeran broj dolazaka turista tijekom godine, što uzrokuje veću sezonalnost, zbog koje je važno mjeriti zaposlenost pokazateljima poput broja radnih mjesta, ukupnog broja radnih sati, mjera kompenziranja radnika i sličnog.

Hrvatski turizam pokazuje izrazito visoku razinu sezonalnosti u usporedbi sa sličnim konkurentima, a neki od učinaka sezonalnosti manifestiraju se kao osciliranje proizvodnje unutar godine, što posljedično uzrokuje oscilacije drugih komponenata poput kretanja cijena, valutnog tečaja ili poreznih prihoda koji utječu na kretanje zaposlenosti i proizvodnje (Kožić, 2013). Sezonalnost predstavlja izazov u turizmu zbog ovisnosti o eksternim čimbenicima; primjerice, u ljetnoj sezoni s hladnijom temperaturom prihodi i ostali ekonomski pokazatelji mogu se drastično smanjiti.

Među dopunske pokazatelje metodologije Svjetske turističke organizacije (UNWTO Publication, 2017) ubrajaju se sljedeći pokazatelji koji su dobiveni iz bilance plaćanja, nacionalnih računa te iz statistike turizma poput makroekonomskih pokazatelja, koji se odnose na međunarodni turizam i obuhvaćaju sljedeće pokazatelje:

- izdaci za dolazni turizam u odnosu na BDP,
- izdaci za odlazni turizam u odnosu na BDP,
- saldo turizma u odnosu na BDP,
- otvorenost turizma, pokrivenost turizmom, rashodi dolaznog turizma u odnosu na izvoz robe,
- troškovi dolaznog turizma u odnosu na izvoz usluga,
- izdaci za dolazni turizam iznad izvoza robe i usluge, izdaci za dolazni turizam u odnosu na kredite na tekućem računu, izdaci za odlazni turizam u odnosu na uvoz robe,
- rashodi odlaznog turizma u odnosu na uvoz usluga,
- rashodi odlaznog turizma u odnosu na uvoz robe i usluge.

Tijekom posljednjeg stoljeća prepoznata je važnost usklađivanja svjetske metodologije u praćenju podataka koja omogućuje lakšu razmjenu podataka te sukladno tome i učinkovitije razumijevanje pojava u turističkom sektoru i pojedinačnim rezultatima.

3.2. Položaj turističkog sektora

Turistički sektor ima značajan ekonomski utjecaj na gospodarstvo Republike Hrvatske, ali i brojna svjetska gospodarstva. Prema svjetskom turističkom indeksu (s obzirom na pokazatelje

koji mjere infrastrukturu, broj posjetitelja (engl. *footfall*), financijske primitke (engl. *financial receipts*) te zadovoljstvo posjetitelja), u 2022. godini od deset najuspješnijih zemalja na svijetu, sedam zemalja nalazi se u Europi, što dokazuje da je turistička konkurencija snažna te da zemlje moraju ulagati u turističku prepoznatljivost i ponudu inovativnijih usluga (Indian Strategic Studies Forum, 2022). Izazovi visoke ovisnosti gospodarstva o turizmu su ovisnosti o eksternim čimbenicima, poput razvijenost gospodarstava u okolini, koja utječe na visinu kupovne moći tuzemnih i inozemnih klijenata, što određuje njihovu sposobnost odlaska na odmor ili različitih oblika turizma, poput putovanja, rekreacije, zdravstvenog odmora, rekreacijskog odmora i slično. U međunarodnom turizmu prisutne su političke, kulturne, prometne, sigurnosne i ostale prepreke koje mogu oslabiti turizam (tablica 7).

Tablica 7. Prepreke u međunarodnom turizmu

Političke/ ekonomske	zakonodavni okvir	međunarodne regulacije i ograničenja	nestabilnost političkog sustava	međunarodne politike
Kulturne	jezične barijere	norme i običaji	prehrambene navike	diskriminacija
Prometne	državne granice	neizgrađena infrastruktura	zacrčenost i prometne gužve	zračna povezanost
Sigurnosne	epidemije	ratovi	krizna stanja	terorizam
Ostale	arhitektonske	ekološke	tehnološke	informativne

Izvor: prilagođeno prema: *Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima* (Gržinić, 2018)

Turizam može pozitivno utjecati na ekonomski razvoj zemlje, što se ogleda u povećanju prihoda, stvaranju novih radnih mjesta, diverzifikaciji gospodarstva, generiranju novih dohodaka, povećavanju kvalitete životnog stanovništva te obogaćivanju javnog/privatnog partnerstva (Edgell i suradnici, 2008). U suvremeno doba zbog velike ovisnosti gospodarstava o turizmu,

upravo taj sektor postaje ključan i neizbježan dio koji se ne smije zanemariti u planiranju i razvoju gospodarstava.

Europska unija (Europska komisija, 2019) ima viziju postati predvodnik u klimatskoj održivosti te postati prvi klimatski neutralni kontinent do 2050. godine. Neki od elemenata strategije čine povećanje klimatskih ambicija, opskrba čistom, cjenovno pristupačnom i sigurnom energijom, mobilizacija industrije za čisto i kružno gospodarstvo, učinkovita uporaba energije i resursa, prelazak na održivu i pametnu mobilnost. Navedena vizija utječe i na stvaranje promjene u turizmu, od promjena pružatelja usluga koji se okreću korištenju učinkovitijih izvora energije, ali i na makro razini kao promjena regulacija i na nacionalnim razinama koje također potiču konkretne promjene.

Hrvatski sabor donio je Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine, usklađenu s temeljnim dokumentima Europske unije te Republike Hrvatske, koja određuje strateške ciljeve u izgradnji turističkog sektora (Narodne novine *NN* 2, 2023). Izdvojeni izazovi i strategije turističkog sektora Republike Hrvatske prikazani su u tablici 8.

Tablica 8. Ključni izazovi i strateški ciljevi u turističkom sektoru Republike Hrvatske

Ključni izazovi	Strateški ciljevi
vremenska i prostorna neujednačenost, kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam
nepovoljan utjecaj turizma na prostor, okoliš i prirodu, nepovoljan međudnos turizma i klimatskih promjena	turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu
nedostatni ljudski potencijali , neodgovarajuća struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta, nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje, prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu	konkurentan i inovativan turizam
nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir, utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	otporan turizam

Izvor: prilagođeno prema: *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine (2023)*

Strategija nacionalnog turizma usklađena je sa strategijom gospodarstva Republike Hrvatske te sa strategijom Europske unije s ciljem suočavanja s dosadašnjim ključnim izazovima te praćenja svjetskih trendova u razvoju turizma. Analiza sekundarnih podataka važna je zbog uspoređivanja nacionalnog sektora turizma s ostalim zemljama konkurentima u regiji i svijetu, a upravo zbog globalizacije raste i konkurentnost u turizmu.

Prema dokumentu o pokazateljima mjerenja konkurentnosti u turizmu OECD-a (Dupeyras i MacCallum, 2013), ključni elementi konkurentnosti u turizmu su:

- upravljanje turizmom (propisi, strategija turizma, javno/privatno partnerstvo, institucije),
- razvoj proizvoda (uključuje diferencijaciju proizvoda, ulaganja, inovacije, povećanje dodatne vrijednosti, poboljšanja perspektive...),
- kvaliteta turističkih usluga (poboljšavanje kvalitete, socijalne jednakosti i kohezije),
- cjenovna konkurentnost (cijene, porezi, tečajne razlike, vrijednost za novac),
- pristupačnost / mogućnost povezivanja (blizina lokacije, infrastruktura),
- brendiranje destinacije (marketing, imidž, diverzifikacija tržišta),
- prirodni i kulturni resursi (održivost, gastronomija, klima, biološka raznolikost),
- razvoj ljudskih resursa (vještine, obrazovanje i osposobljavanje, rad, obuka).

Turistički sektor dinamičan je i brojne turističke destinacije neprestano ulažu u diverzifikacije ponude, stoga zemlje moraju stalno unaprjeđivati nabrojene aspekte konkurentnosti da zadrže poziciju na tržištu.

Tablica 9. Glavne skupine pokazatelja konkurentnosti u turizmu

Turistička izvedba i utjecaji	<ul style="list-style-type: none"> • izravni bruto domaći proizvod turizma, • prihodi od dolaznog turizma po posjetitelju prema izvornom tržištu (ekonomska aktivnost posjetitelja), <ul style="list-style-type: none"> • noćenja u svim vrstama smještaja, • izvoz turističkih usluga.
-------------------------------	--

Sposobnost destinacije da pruži kvalitetne i konkurentne turističke usluge	<ul style="list-style-type: none"> • produktivnost rada u turističkim uslugama (proizvodni potencijal turizma), • paritet kupovne moći (PPP) i cijene u turizmu, <ul style="list-style-type: none"> • zahtjevi za vizu za ulazak u zemlju.
Atraktivnost destinacije	<ul style="list-style-type: none"> • prirodni resursi i bioraznolikost, • kulturni i kreativni resursi, • zadovoljstvo posjetitelja.
Odgovori politike i ekonomske mogućnosti	<ul style="list-style-type: none"> • nacionalni akcijski plan za turizam.

Izvor: prilagođeno prema: Dupeyras i MacCallum (2013)

U priručniku (Dupeyras i MacCallum, 2013) pokazatelji konkurentnost u turizmu podijeljeni su u četiri glavne skupine koje su prikazane u tablici 9. S lijeve strane opisane su temeljne skupine pokazatelja, a s desne strane pokazatelji koji se ubrajaju u skupinu pokazatelja. Osim glavnih pokazatelja, neophodno je pratiti i pokazatelje poput učinaka i utjecaja turizma, sposobnosti odredišta da pruži kvalitetne i konkurentne usluge te buduće pokazatelje razvoja. Budući zakonodavni okvir i političko okružje imaju velik utjecaj na razvoj turističkog sektora; neizravne mjere poput oporezivanja mogu smanjiti/potaknuti atraktivnost turističke ponude.

3.3. Utjecaj globalne pandemije

Početak 2020. godine svijet je zahvatila globalna pandemija koronavirusa te je većina gospodarstava donijela restriktivne mjere koje su ograničile kretanje stanovništva i velika događanja te uvele karantenu u slučaju doticaja s virusom (Mataković, 2020). Tijekom pandemije poduzećima i obrazovnom sustavu postaje učestaliji rad, odnosno učenje „na daljinu“ pomoću različitih digitalnih uređaja. U tablici 10 prikazan je početni učinak pandemije koronavirusa na različite subjekte. Pandemija je izazvala neizvjesnost kod većine subjekata, što je produbilo nestabilnost ekonomije. Naime, pandemija je ostavila utjecaj na sve čimbenike i sudionike u turizmu, od pružatelja turističke usluge do posjetitelja i korisnika usluga. Posljedice pandemije za različite promatrane subjekte prikazane su u tablici 10.

Tablica 10. Prikaz izazova različitih subjekata u poslovanju tijekom pandemije koronavirusa

Klijenti	pad potražnje za turističkim uslugama, usporena dostava proizvoda, onemogućeno korištenje pojedinih usluga (kašnjenje pravovremene prilagodbe), ograničeno kretanje, smanjenje kupovne moći
Financijska perspektiva	manja likvidnost, pad prihoda, rast troškova, rast nepodmirenih obveza
Ljudski resursi	velika neizvjesnost, pritisak

Izvor: prilagođeno prema: Pfeifer i suradnici (2021)

Republika Hrvatska nalazi se među zemljama s jako visokom ovisnošću BDP-a o turizmu u promatranoj 2019. godini (tablica 10). Na temelju prikazanih podataka u tablici, moguće je zaključiti da je 50 % zemalja unutar Europe i središnje Azije tijekom 2019. godine imalo srednju ovisnost gospodarstva o turizmu, odnosno turizam je ostvarivao 5 do 9 % bruto domaćeg proizvoda gospodarstva promatrane zemlje. Struktura turizma utječe na strukturu gospodarstva te su visoko turistički ovisne zemlje bile u nezahvalnom položaju.

Tijekom 2020. godine u svim državama Europske unije dogodio se pad broja turističkih noćenja. Pozitivno je da je Republika Hrvatska imala najmanji pad u usporedbi s mediteranskim zemljama koje predstavljaju izravne konkurente (Zubak i Hanzl, 2021). No velik udio turističkog sektora u bruto domaćem proizvodu Republike Hrvatske ostavio je značajan utjecaj (tablica 11).

Tablica 11. Ovisnost turizma prema udjelu turizma u BDP-u u 2019. godini u Europi i središnjoj Aziji

Regija / ovisnost	Jako velika ↑ 20 % BDP-a	Velika 10-20 % BDP-a	Srednja 5-9 % BDP-a	Mala ↓ 5%
Europa i centralna Azija	Albanija, Hrvatska , Gruzija, Grčka, Island, Crna Gora	Armenija, Austrija, Bugarska, Cípar, Estonija, Italija, Portugal, Slovenija, Španjolska, Turska	Azerbajdžan, Bjelorusija, Bosna i Hercegovina, Češka, Danska, Finska, Francuska, Njemačka, Mađarska, Kirgistan, Irska, Kazahstan, Latvija, Litva, Luksemburg, Moldavija, Sjeverna Makedonija, Nizozemska, Norveška, Rumunjska, Srbija, Slovačka, Švedska, Švicarska, Tadžikistan, Ukrajina, Velika Britanija	Belgija, Irska, Poljska, Rusija, Uzbekistan
Zastupljenost u odnosu na regiju	12,24 %	20,41 %	55,10 %	12,24 %

Izvor: prilagođeno prema publikaciji World Bank (2020)

Komponente Praćenje oporavka turizma (Tourism recovery tracker, 2023) prikazuju oporavak od turizma u različitim svjetskim regijama prema sljedećim kriterijima:

- broj međunarodnih turističkih dolazaka,
- kapacitet sjedala na međunarodnim i domaćim zračnim linijama,
- rezervacije putovanja avionom,
- pretraživanja i rezervacije hotela,

- stope popunjenosti¹ i potražnja za kratkoročnim iznajmljivanjem,
- osjećaj putovanja (engl. *travel sentiment*),
- stopa 14-dnevnih obavijesti COVID-19 na 100 000 stanovnika.

Pokazatelj „osjećaj putovanja“ pokazuje promjenu potrošačkih navika nakon pandemije.

Utjecaj pandemije koronavirusa vidljiv je u financijskim rezultatima te kretanju ukupnih prihoda u hotelijerskoj industriji u Republici Hrvatskoj (tablica 12). Tijekom 2020. godine ukupni prihodi poduzeća smanjili su se u odnosu na 2019. godinu te su poduzeća u hotelijerskoj industriji imala gubitak u promatranom razdoblju. Tijekom 2021. godine promatrana vodeća poduzeća ostvarila su pozitivan financijski rezultat te značajan rast prihoda.

Tablica 12. Prihod i financijski rezultati u sektoru smještaja te pripreme i usluživanja hrane (u milijunima eura)

Ime poduzeća	Sjedište	Ukupni prihodi (2020.)	Profit ili gubitak razdoblja (2020.)	Ukupni prihod (2021.)	Profit ili gubitak razdoblja (2021.)
VALAMAR RIVIERA d.d.	Buići	78,539	-40,952	224,492	40,428
MAISTRA d.d.	Rovinj	79,489	-14,810	157,816	22,644
PLAVA LAGUNA d.d.	Poreč	64,265	- 1,196	132,701	19,261
GLOBALNA HRANA d.d.	Zagreb	81,016	7,434	102,148	10,857

Izvor: prilagođeno prema: Financijska agencija (2021) i Financijska agencija (2022)

Globalna pandemija koronavirusa službeno je završila u svibnju 2023. godine. Potrebno je napomenuti da su učinci pandemije ostavili značajan trag na gospodarstva, a zbog globalne informatizacije i dostupnosti podataka moguće je analizirati utjecaj pandemije s različitih aspekata. Svjetska turistička agencija (UNWTO, 2023) objavljuje javno dostupne interaktivne grafičke prikaze koji pokazuju informacije o: međunarodnom turizmu i pandemiji koronavirusa, UNWTO/IATA Destination Tracker te mjerama za pandemiju koronavirusa kojima su države

¹ Engl. *occupancy rates* – pokazatelj o ovisnosti popunjenosti s obzirom na cjelokupni kapacitet.

podupirale ostvarivanje turizma, što prikazuje jednostavnost putovanja tijekom pandemije. Komponente navedenih pratitelja pokazatelja prikazane su u tablici 13.

Tablica 13. Prikaz sastavnica pokazatelja ovisnosti turizma o pandemiji COVID-19

UNWTO i pandemija koronavirusa	Easy travel tracker	COVID-19 mjere za podupiranje turizma
međunarodni dolasci turista	zemlje u kojima nema ograničenja putovanja povezanih s bolešću COVID-19	mjere politike u cijelom svijetu o paketima pomoći
prihodi od međunarodnog turizma	zdravstveni pokazatelji stopa 14-dnevnih obavijesti o COVID-19 na 100 000 stanovnika stopa pozitivnosti testa cijepljenih ljudi na 100	podrška tvrtkama, radnim mjestima i kućanstvima
osjetljivost odredišta međunarodni turizam kao udio u ukupnom turizmu (uključujući domaći)	važeci propisi o putovanju zrakoplovom obustave leta, ograničenja ulaska, karantena, razina ograničenja, test na COVID-19	fiskalne i monetarne mjere, poslovi i vještine, tržišna inteligencija i javna/privatna partnerstva
turizam kao udio u BDP-u	ograničenja specifična za odredište atrakcije, događaji, objekti, smještaj, hrana i piće, tranzit kroz zemlju, javni prijevoz, zahtjevi ostanka kod kuće	mjere za ponovno pokretanje turizma i domaćeg turizma
udio turizma u ukupnom izvozu	zdravstveni propisi zdravstveni protokoli politika maski	praćenje po zemljama i regijama

Izvor: prilagođeno prema: UNWTO (2023), dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (pristupljeno: 20. 4. 2023.)

Pandemija je utjecala na brojne aspekte turističkog sektora, stoga je potrebno promatrati oporavak u različitim dijelovima turističkog sektora. Prema Krešiću i Mikuliću (2020), neke od najvećih prijetnji koje je pandemija koronavirusa ostvarila na turistički sektor čine:

- smanjenje dijela dohotka koji se troši za potrebe putovanja i turizma zbog globalne krize te pada bruto domaćeg proizvoda većine razvijenih zemalja koje su istodobno i glavna emitivna tržišta,
- smanjenje slobode kretanja stanovništva unutar države u kojoj boravi, što posljedično smanjuje i domaću potražnju,
- ugroženost starije populacije, koja predstavljaju važan tržišni segment u turizmu i koja smanjuju sezonalnost,
- teža dostupnost destinacija zbog uspostave epidemioloških mjera.

Razdoblje pandemije ostavilo je duboke posljedice na turistički sektor i transformiralo je turizam kakav je bio poznat dotad. Turistički sektor ovisan je o gospodarsko-političkim i zdravstvenim trendovima te je stoga potrebno osvijestiti veliku osjetljivost o vanjskim čimbenicima.

4. Pregled odabranih sekundarnih podataka iz područja turizma

Turistički sektor predstavlja dinamički gospodarski sektor ovisan o ekonomskim trendovima i brojnim vanjskim čimbenicima. U sljedećim poglavljima daje se pregled ekonomskih podataka u turizmu (4.1.) te njihov prikaz na nacionalnoj (4.1.1.), europskoj (4.1.2.) i svjetskoj razini (4.1.2.). U poglavlju 4.2. prikazani su pokazatelji održivosti u turizmu.

4.1. Ekonomski pokazatelji i turizam

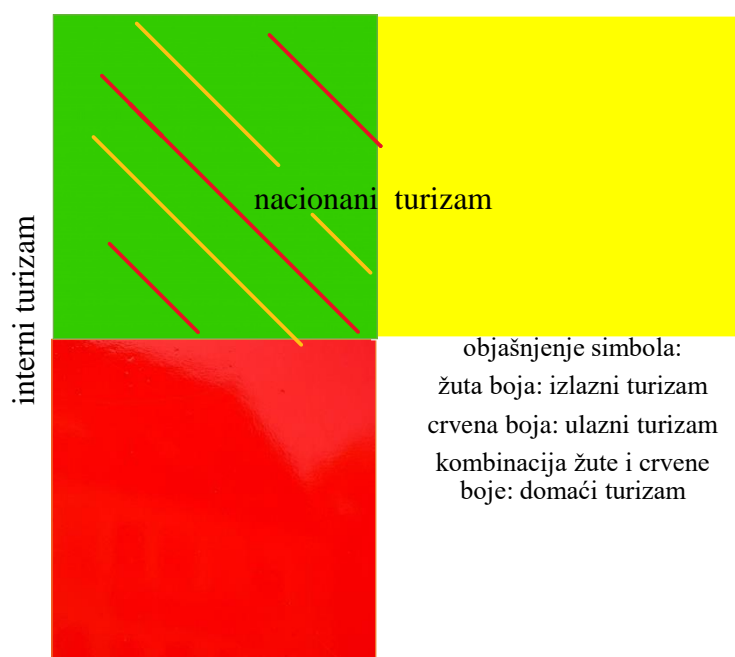
Turistički sektor značajno doprinosi svjetskim gospodarstvima. Prema metodološkom priručniku za turističku statistiku (Eurostat, 2014), turizam se može podijeliti na tri osnovne vrste: domaći, ulazni i izlazni turizam, a objašnjenja tih pojmova i načini mjerenja navedeni su u tablici 14.

Tablica 14. Osnovne vrste turizma, definicija pojmova i načini mjerenja

Vrsta turizma	Objašnjenje	Način mjerenja
domaći (<i>domestic</i>)	posjetitelji koji putuju unutar države svog prebivališta	istraživanje kućanstava ili putem graničnih ispitivanja (engl. <i>household surveys and accommodation statistics</i>)
ulazni (<i>inbound</i>)	posjetitelji stranci posjećuju promatranu zemlju u kojoj nemaju prebivalište	podaci iz smještajnih objekata (engl. <i>accommodation establishments</i> ili <i>border surveys</i>)
izlazni (<i>outbound</i>)	„domaći posjetitelji“ putuju izvan zemlje prebivališta	istraživanja kućanstava ili putem graničnih istraživanja

Izvor: prilagođeno prema: Eurostat (2014)

Pritom interni (engl. *internal*) turizam čine domaći i ulazni turizam (u Hrvatskoj se mjeri kao broj noćenja domaćih i inozemnih turista), nacionalni (engl. *national*) turizam čine domaći i izlazni turizam (mjeri se kao putovanja i noćenja državljana u drugoj zemlji), međunarodni (engl. *international*) turizam kombinacij je izlaznog i ulaznog turizma (mjeri se kao putovanja državljana u inozemstvo te dolazak inozemnih posjetitelja u domaću zemlju), dok intraregionalni turizam predstavlja putovanja putnika unutar iste regije, a interregionalni putovanja putnika izvan iste regije (Bartoluci, Škorić i Andrijašević, 2021). Navedena podjela može se prikazati grafički na shemi 2.



Shema 2. Prikaz kombinacija osnovnih vrsta turizma

Izvor: prilagođeno prema: Eurostat (2014)

Prema međunarodnim preporukama za statistiku turizma (World Tourism Organization, 2022), najvažniji ekonomski pokazatelji u turističkom sektoru mogu se podijeliti na sljedeće kategorije: dolazni turizam, ulazni, izlazni, turističke industrije, zaposlenost i makroekonomski izdaci. Sljedećim pokazateljima moguće je pristupiti pomoću *online* baze podataka (poglavlje 4.1.3.).

4.1.1. Nacionalni podaci

Među najvažnijim sekundarnim podacima u području sektora turizma za gospodarstvo Hrvatske ističu se podaci službenih institucija poput podataka Hrvatske narodne banke, Hrvatskog zavoda za statistiku te Hrvatske turističke zajednice. Osim nacionalnih organizacija, podaci za Hrvatsku mogu se pronaći i u bazama podataka međunarodnih organizacija (poglavlje 4.1.3.).

Gospodarstvo Republike Hrvatske izrazito je ekonomski ovisno o turističkom sektoru, a različite regije i županije odlikuju se različitim turističkim potencijalom. Stoga je korisno analizirati podatke s manjih geografskih područja, a za analizu su dostupni brojni podaci s razina jedinica lokalne i regionalne uprave i samouprave. Unutar PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku nalazi se pregled najvažnijih podataka i pokazatelja različitih industrija (slika 2).

Odaberi bazu podataka:

- Cijene
- Energija
- Industrija
- BDP i nacionalni računi
- Naselja i stanovništvo Republike Hrvatske
- Okoliš
- Osobna potrošnja i pokazatelji siromaštva
- Poljoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo
- Popis poljoprivrede 2003.
- Popis poljoprivrede 2020.
- Popis stanovništva 2011.
- Pravosuđe
- Robna razmjena s inozemstvom
- Stanovništvo
- Strukturne poslovne statistike
- Subnacionalne statistike
- Transport i komunikacije
- Trgovina na malo
- Turizam
- Zaposlenost i plaće
- Znanost, tehnologija i informacijsko društvo

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU
CROATIAN BUREAU OF STATISTICS

PC-Axis baze podataka

Izaberi tablicu ↓

Izaberi varijablu

Prikaži tablicu

Turizam

- Turizam
 - Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima
 - Turizam u primorskim gradovima i općinama
 - Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma
 - Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj
 - Turistička aktivnost stanovništva Republike Hrvatske
 - Putničke agencije

Slika 2. Prikaz PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku

Izvor: prilagođeno prema: *PC-AXIS baze podataka* (pristupljeno: 27. 6. 2023.)

Detaljniji prikaz pojedinačnih pokazatelja za turistički sektor unutar PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku nalazi se u tablici 15.

Tablica 15. Shematski prikaz baze podataka Državnog zavoda za statistiku za turizam

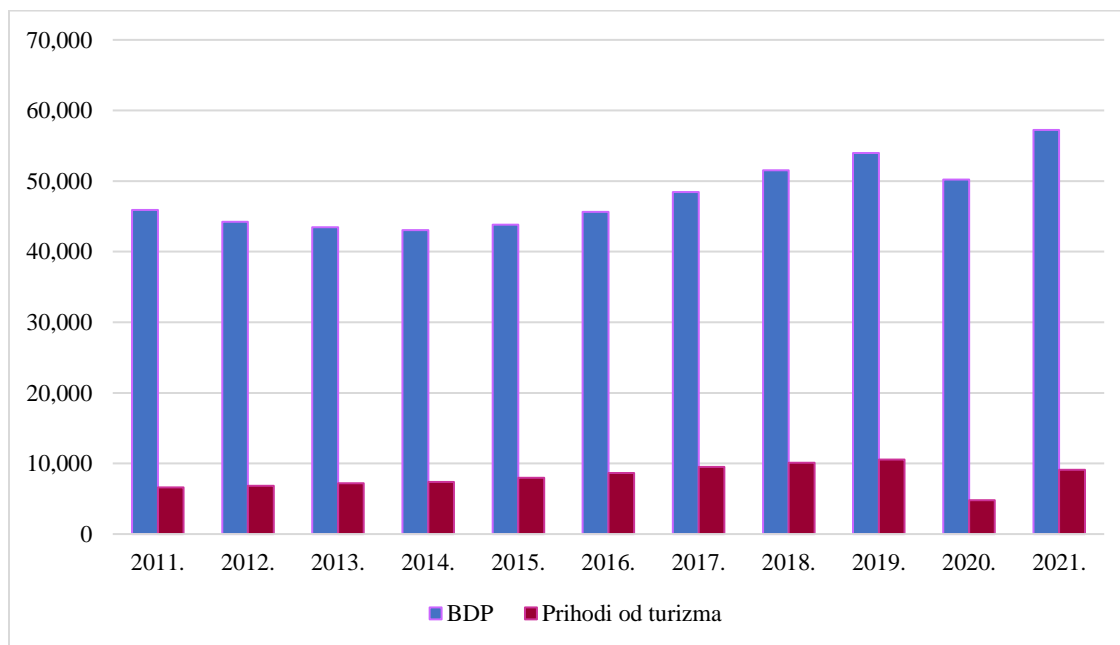
<p>Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima</p> <ul style="list-style-type: none"> dolasci i noćenja domaćih i stranih turista Hrvatske / županije (mjesečno) / prema zemlji prebivališta / načinu dolaska / dobnim skupinama i spolu, intenzitet turizma u gradovima i općinama, smještajni kapaciteti prema NKD-u. 	<p>Turizam u primorskim gradovima i općinama</p> <ul style="list-style-type: none"> dolasci i noćenja turista u naseljima primorskih gradova i općina / prema NKD-u, prema zemlji prebivališta / po vrstama objekata.
<p>Luke nautičkog turizma</p> <ul style="list-style-type: none"> kapacitet i zaposleni, broj plovila na stalnom vezu (prema zastavi plovila / prema duljini plovila), broj plovila (prema zastavi / prema duljini), upotreba vezova (stalni vez, u tranzitu), ostvaren prihod luka n.t. bez PDV-a, prosječna popunjenost kapaciteta vezova u lukama n.t. (po mjesecima, prema stalnim ugovorima) 	<p>Putničke agencije</p> <ul style="list-style-type: none"> domaći posjetitelji na jednodnevnim/višednevnim putovanjima prema zemljama posjeta, strani turisti na višednevnim putovanjima u RH, domaći turisti i noćenja s obzirom na prijevozno sredstvo.
<p>Kružna putovanja stranih brodova u RH</p>	<p>Turistička aktivnost stanovništva RH</p>

Izvor: prilagođeno prema: *PC-AXIS baze podataka* (pristupljeno: 27. 6. 2023.)

U nastavku slijede neki od odabranih pokazatelja kretanja nacionalnih podataka iz područja turizma.

Jedan od pokazatelja važnosti turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske jest udio prihoda od turizma u bruto domaćem proizvodu Republike Hrvatske, koji se tijekom promatranih godina povećavao od 14,4 % tijekom 2011. godine do 19,51 % tijekom 2017., 2018. i 2019. godine. Tijekom pandemijske godine udio prihoda od turizma smanjio se na 9,58 %, a sljedeće, 2021. godine, udio se povećao na 15,94 %, odnosno razinu odnosa iz 2012. godine (grafikon 1). Smanjenje udjela prihoda tijekom pandemijske godine negativno je utjecalo na gospodarstvo u pandemijskoj godini.

Grafikon 1. Usporedba bruto domaćeg proizvoda Republike Hrvatske i prihoda od turizma u razdoblju od 2011. do 2021. (u milijunima eura)

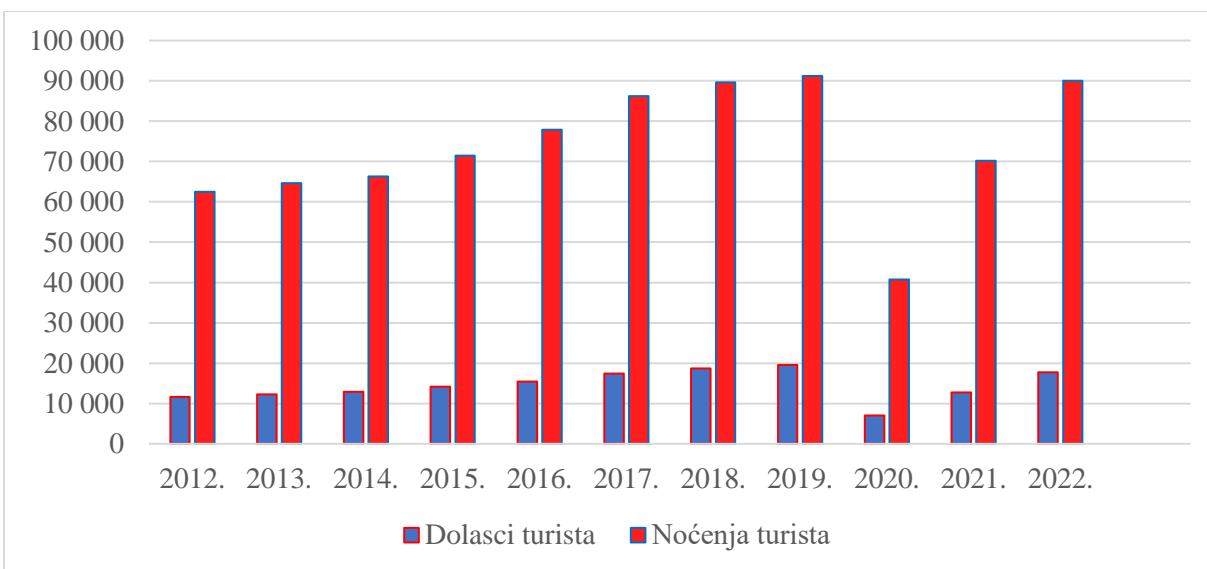


Izvor: prilagođeno prema: Turizam u brojkama (2012.-2021.) (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2023), dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> (pristupljeno: 6. 4. 2023.)

Grafikon 2 prikazuje trend kretanja noćenja i dolazaka ukupnog broja turista (domaćih i stranih) u razdoblju od 2012. do 2022. godine. Do pandemijske godine postojao je trend povećavanja broja dolazaka noćenja i turista, no nakon velikog pada vidljiv je trend oporavka te su dolasci

dostigli razinu dolazaka iz 2017. godine, a noćenja turista nalazila su se kao na razini 2018. godine. Većinu dolazaka i noćenja predstavljali su inozemni turisti, koji su činili do 90 % posjetitelja, no tijekom pandemije udio inozemnih turista smanjio se za gotovo 10 % u odnosu na prethodnu godinu. Vjerojatno je da su se dolasci inozemnih gostiju smanjili zbog nametnutih mjera kao odgovor na pandemiju.

Grafikon 2. Ukupni dolasci i noćenja turista u Republici Hrvatskoj od 2012. do 2022. (u 000)



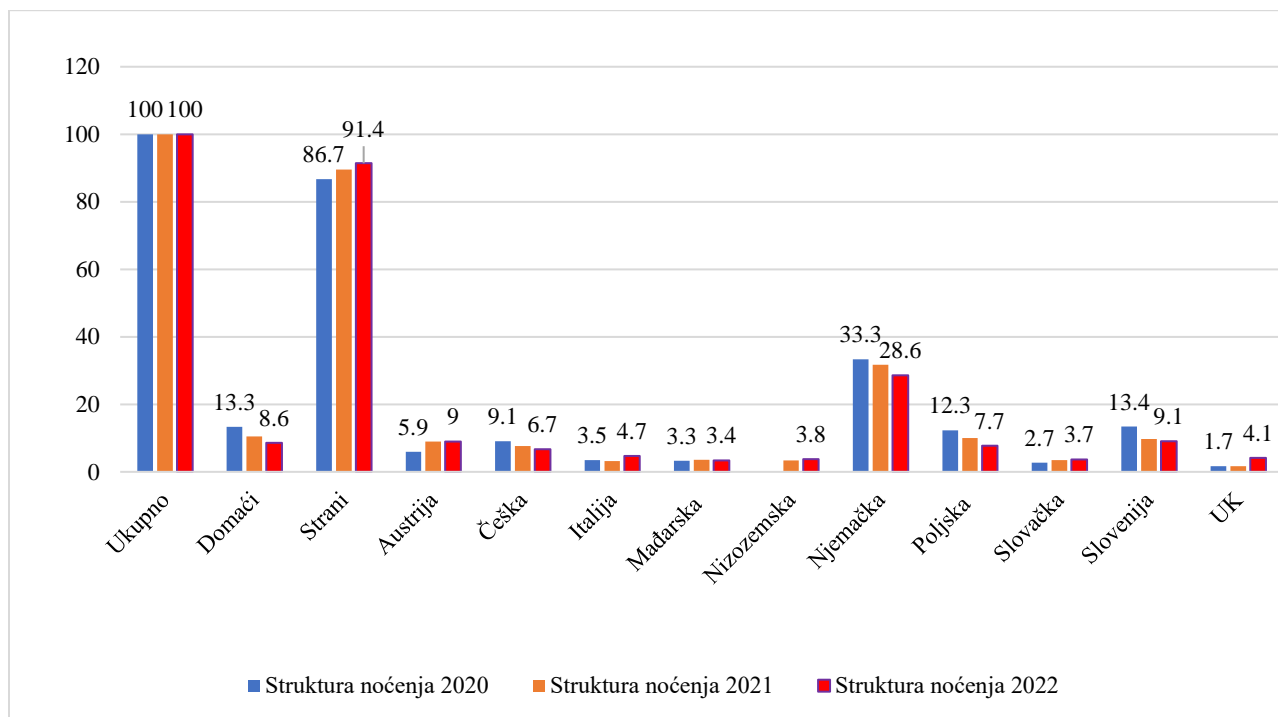
Izvor: prilagođeno prema: *PC-AXIS baze podataka*, Državni zavod za statistiku, 2023, dostupno na:

https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

(pristupljeno: 27. 6. 2023.)

Na trećem grafikonu prikazana je struktura noćenja stranih turista u Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2022. godine u postotku. Vidljivo je da većina turista dolazi iz stranih država, a u najvećem postotku dolaze posjetitelji iz Njemačke i Slovenije iako se njihov postotak u ukupnom postotku stranih turista smanjuje u promatranom razdoblju.

Grafikon 3. Struktura noćenja u turizmu RH od 2020. do 2022. (u %)



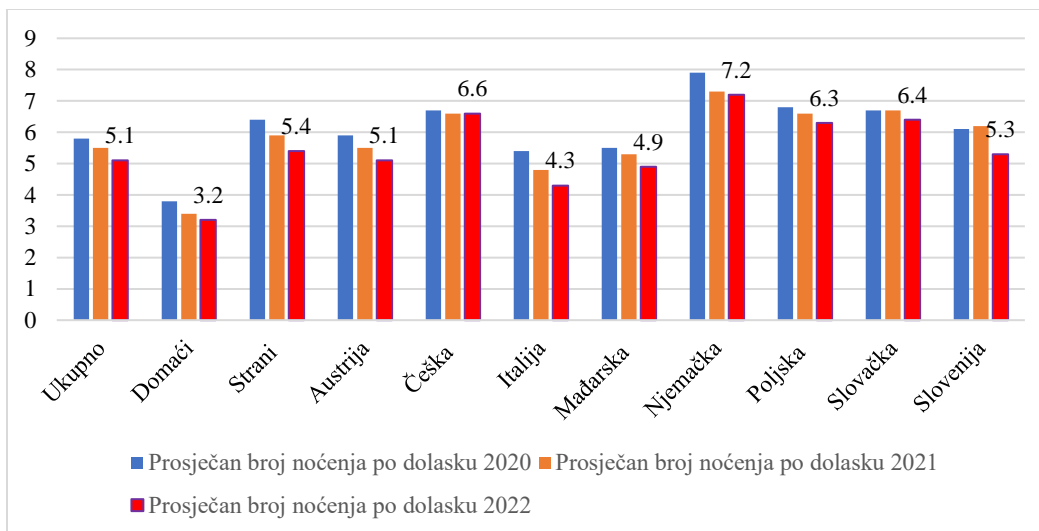
Izvor: prilagođeno prema: *PC-AXIS baze podataka*, Državni zavod za statistiku, 2023, dostupno na:

https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

(pristupljeno: 28. 6. 2023.)

Drugi važan pokazatelj kvalitete dolaznog turizma predstavlja usporedba prosječnog broja turista po dolasku, koja se prikazuje u danima (grafikon 4). U razdoblju nakon pandemije prosječan broj noćenja turista smanjuje se; samo turisti iz Njemačke imaju više od prosječnih sedam noćenja u promatranim godinama, a više od šest noćenja zadržale su Češka, Poljska i Slovačka. Vidljiv je trend smanjenja prosječnog broja noćenja u svim izdvojenim, najznačajnijim zemljama posjetitelja svake godine od razdoblja pandemije, a trend smanjenja pojavljuje se i kod domaćih turista.

Grafikon 4. Usporedba prosječnog broja noćenja turista po dolasku od 2020. do 2022. (u danima)



Izvor: prilagođeno prema: *PC-AXIS baze podataka*, Državni zavod za statistiku, 2023, dostupno na:

https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

(pristupljeno: 28. 6. 2023.)

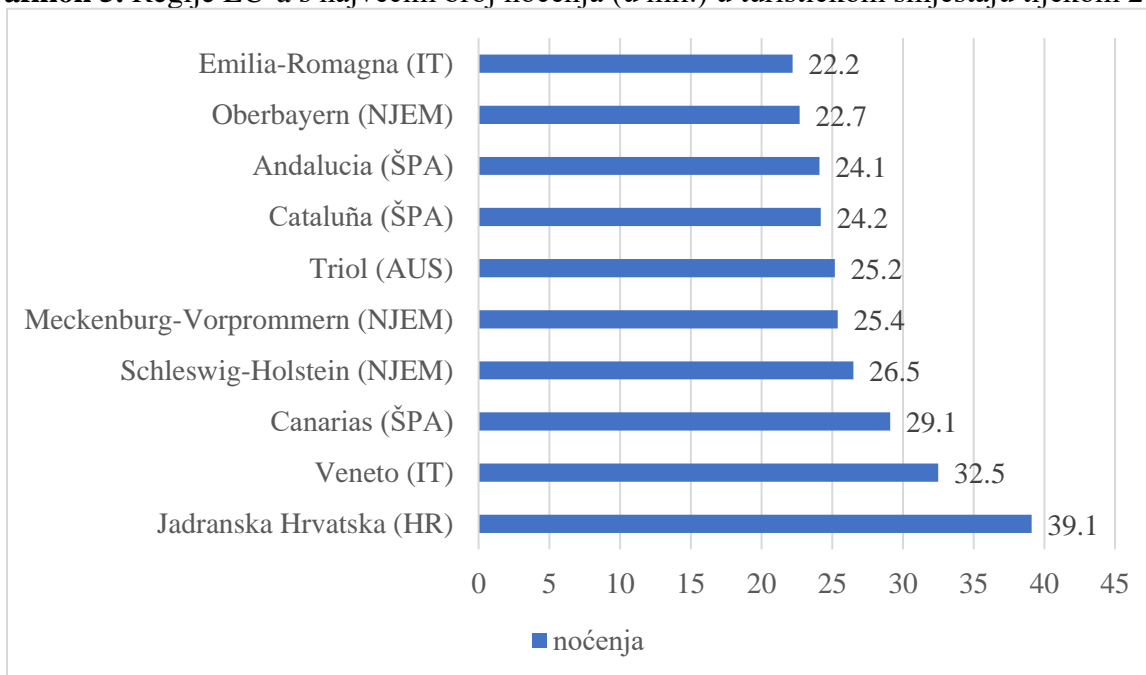
Nakon izdvojenih nacionalnih podataka potrebno je usporediti podatke iz područja turizma s drugim zemljama konkurentima u regiji i na globalnoj razini. Stavljanje podataka u kontekst olakšava interpretaciju podataka, shvaćanje međunarodne povezanosti zemalja te omogućuje bolje prognoziranje budućeg kretanja pokazatelja.

4.1.2. Europski podaci

Na razini Europske unije najznačajnije podatke iz područja turizma objavljuje Statistički ured Europske unije, odnosno Eurostat. Korištenjem podataka Eurostata postoji mogućnost usporedbe podataka koja je olakšana zbog korištenja zajedničke metodologije te olakšava interpretaciju podataka. Jedna od prednosti korištenja podataka Eurostata jest mogućnost regionalne usporedbe sa zemljama Europske unije te stavljanje podataka u perspektivu, što je posebno korisno tijekom

velikih povijesnih promjena, poput pojave globalne pandemije koronavirusa. Tijekom pandemijske godine regija Jadranska Hrvatska ostvarila je najveći broj noćenja u usporedbi s drugim regijama Europske unije u promatranom razdoblju (grafikon 5). Među deset najposjećenijih regija u promatranj godini ubrajale su se dvije talijanske regije, tri španjolske regije, tri njemačke regije te austrijska regija (s napomenom da podaci za Francusku nisu bili dostupni u tom razdoblju). Zbroje li se noćenja u promatranim regijama u Njemačkoj, Španjolskoj i Italiji, vidljivo je da su ostvarili više noćenja u usporedbi s Jadranskom Hrvatskom, što pokazuje da je ta regija u Hrvatskoj turistički najznačajnija te da se turizam u drugim regijama treba razvijati.

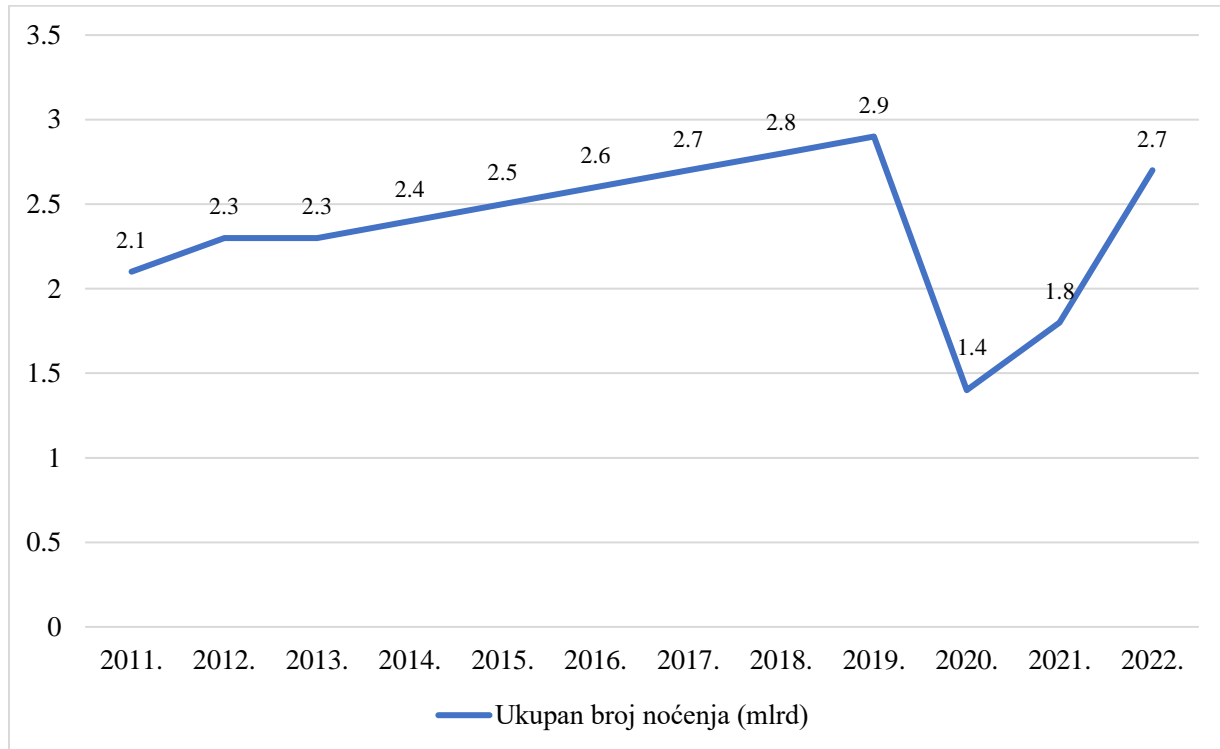
Grafikon 5. Regije EU-a s najvećim broj noćenja (u mil.) u turističkom smještaju tijekom 2020.



Izvor: prilagođeno prema: *Tourism statistics at regional level* (Eurostat - Statistics Explained, 2023), dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_at_regional_level (pristupljeno: 25. 6. 2023.)

Pandemija je ostavila značajan utjecaj na turizam zemalja Europske unije. Prije pandemijske godine postojao je trend rasta ukupnog broja noćenja u turističkom sektoru te slijedi blag oporavak, a u 2022. godini broj noćenja dosegao je razinu iz 2017. godine (grafikon 6).

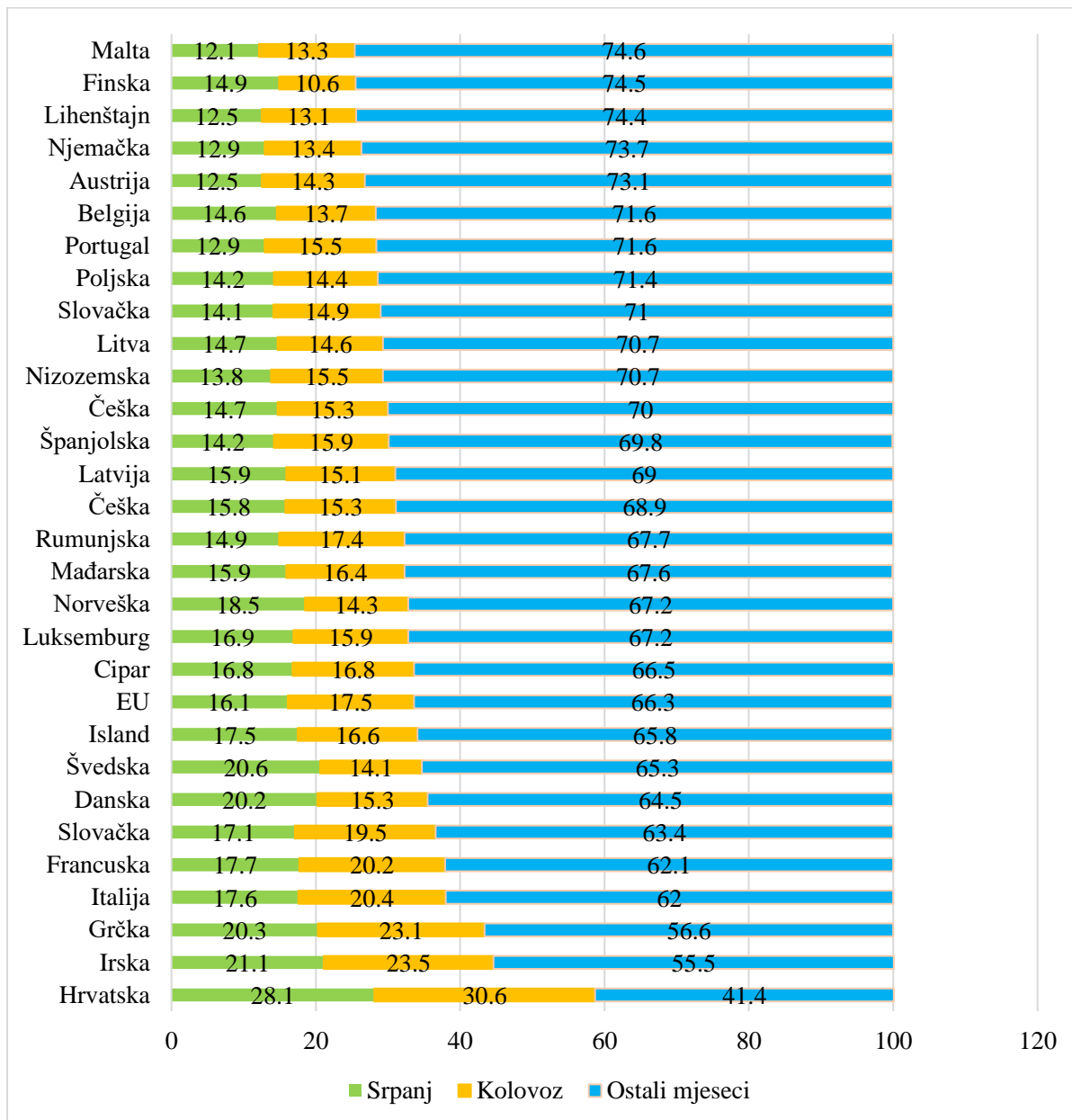
Grafikon 6. Ukupan broj noćenja u turističkom smještaju u EU-u od 2011. do 2022. (mlrd.)



Izvor: prilagođeno prema: Key figures on European business - 2023 edition (Eurostat, 2023)

Zemlje Europske unije i Europskog udruženja za slobodnu trgovinu (EFTA) imaju različite odlike turističke sezonalnosti. Gotovo 60 % turista koji su posjetili Hrvatsku u 2022. godini boravili su tijekom srpnja i kolovoza te to predstavlja najveću ljetnu sezonalnost u usporedbi s promatranim zemljama (grafikon 7). S druge strane, Malta, Finska i Lihtenštajn ostvaruju najmanji udio turista u promatranim dvama mjesecima. U obzir se treba uzeti da pojedine zemlje koje pružaju usluge poput skijanja i drugih zimskih sportova i aktivnosti mogu imati zimsku sezonalnost. Usporedba sezonalnosti zemalja detaljnije se nalazi u poglavlju 4.1.3., u kojemu se promatraju tri najprometnija mjeseca u izdvojenim zemljama u svjetskim regijama.

Grafikon 7. Ostvarena noćenja u turističkom smještaju tijekom srpnja i kolovoza u EU-u i EFTA zemljama tijekom 2022. godine (u %)



Izvor: prilagođeno prema: Key figures on European business - 2023 edition (Eurostat, 2023)

Usporedbom nacionalnih podataka s regionalnima stvara se bolji referentni okvir za analizu podataka.

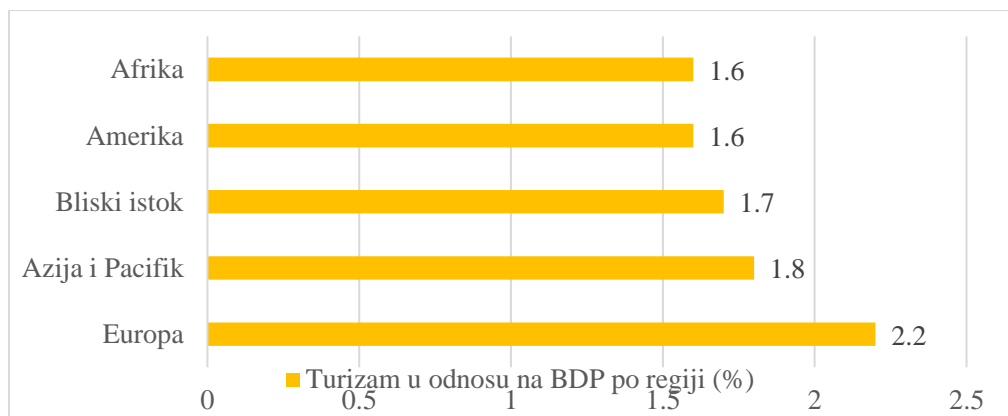
4.1.3. Svjetski podaci

Među najvažnije globalne baze podataka u sektoru turizma ubrajaju se podaci koje objavljuju globalne međunarodne organizacije poput Svjetske trgovinske organizacije, Svjetskog turističkog vijeća, Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj, Statističkog ureda Europske unije te Europske turističke komisije (kao što je navedeno u tablici 2).

U poglavlju su izdvojeni podaci Svjetske turističke organizacije na platformi UNWTO Tourism Dashboard (UNWTO, 2023), na kojoj je moguća jednostavna vizualizacija podataka tema poput rezultata globalnog i regionalnog turizma, vanjskog turizam, turističkih tokova, sezonalnosti, smještaja, bruto domaćeg proizvoda i radnih mjesta, domaćeg turizma i usporednih pokazatelja. Navedeni pokazatelji mogu se odabrati za pojedine države, regije ili na svjetskoj razini te se mogu prikazati podaci od 2008. godine do posljednje dostupnih podataka. Potrebno je napomenuti da nisu dostupni najnoviji podaci za sve zemlje, stoga vizualizacije treba promatrati kao okvirni prikaz učinaka turističkog sektora na različite zemlje i regije u Europi.

Različita svjetska gospodarstva imaju različitu ovisnost u turizmu. Na grafikonu 8 vidljivo je da su europske zemlje, u prosjeku, najovisnije o turističkom sektoru tijekom pandemijske godine, dok regije Afrike i Amerike imaju najmanju ovisnost o turizmu.

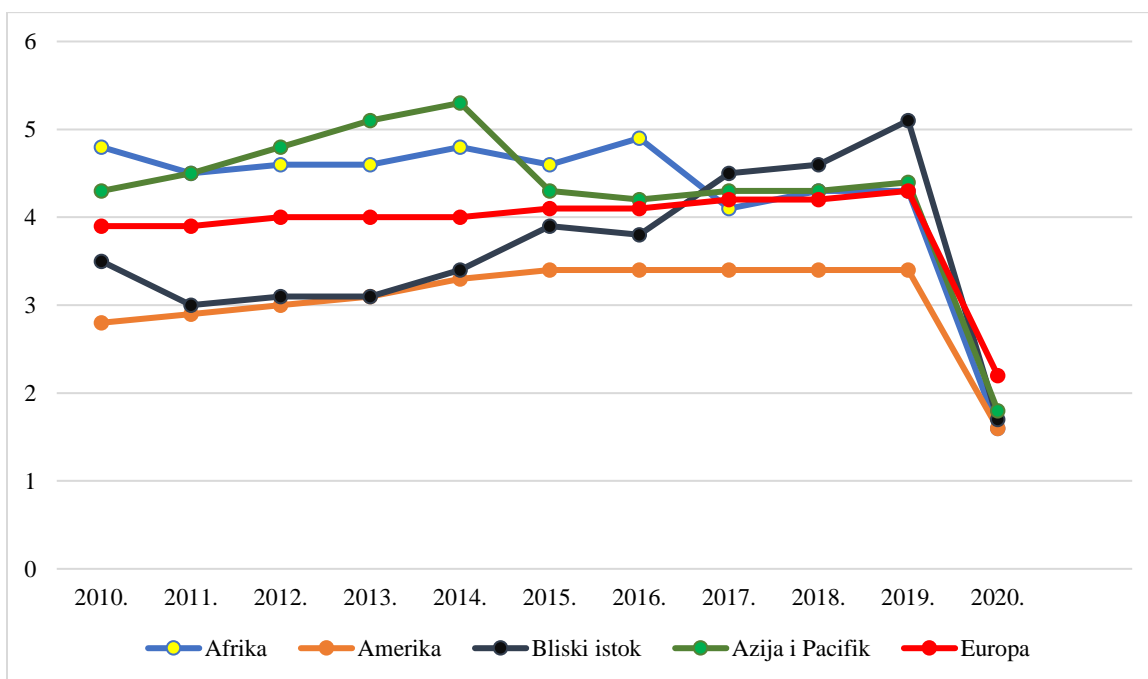
Grafikon 8. Turizam u odnosu na BDP u odnosu na svjetske regije tijekom pandemije



Izvor: prilagođeno prema podacima *Global and regional performance* (UNWTO, 2023), dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (pristupljeno: 20. 4. 2023.)

Promatraju li se istoimeni podaci o kretanju turizma u bruto domaćem proizvodu od 2010. do 2020. godine (grafikon 9), vidljivo je da se udio turizma drastično smanjio za sve regije tijekom pandemije, ali su se trendovi u gospodarstvu mijenjali tijekom promatranog razdoblja. Na početku desetljeća zemlje u Africi imale su najveću ovisnost o turističkom sektoru te su najveći udio BDP-a dostigle tijekom 2016. godine, a nakon toga postotak se smanjuje. Na grafikonu se ističe linearni rast unutar regije Azije i Pacifika do 2015. godine, kada se stabilizira na oko 4 %. Najstabilniji trend imale su zemlje Amerike, s najmanjom prosječnom ovisnosti o turizmu, te europske zemlje, koje su imale konstantnu liniju, no na sve regije snažno je utjecala pojava pandemije.

Grafikon 9. Kretanje turizma u odnosu na BDP u različitim svjetskim regijama od 2010. do početka pandemije

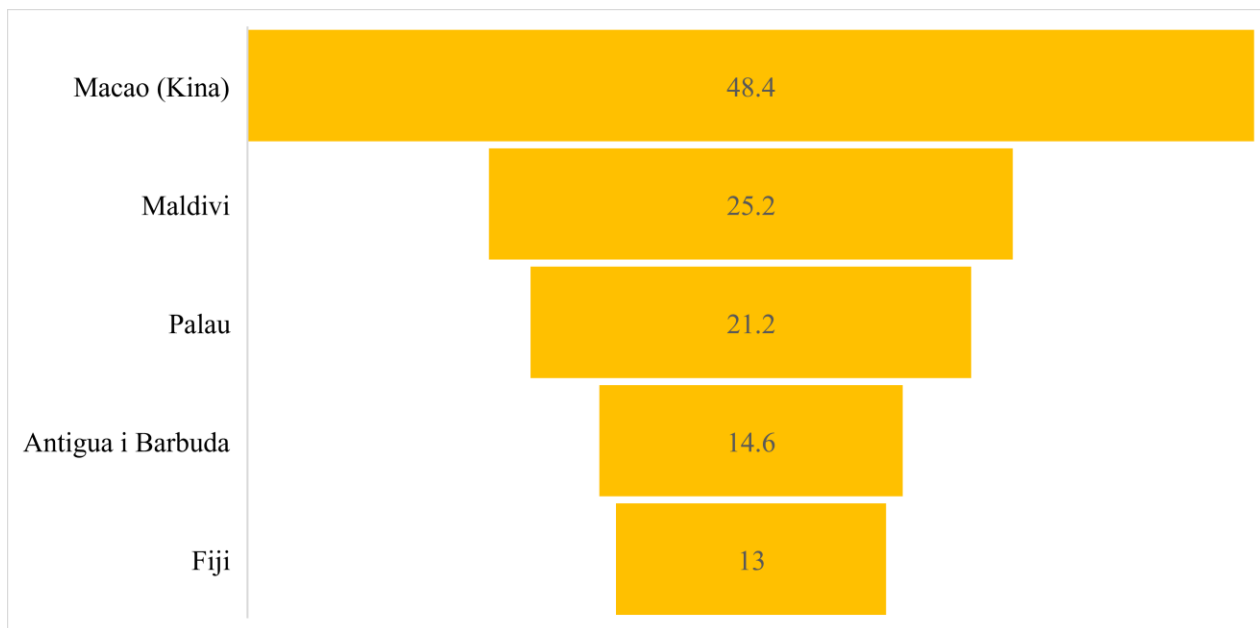


Izvor: prilagođeno prema podacima *Global and regional performance* (UNWTO, 2023), dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (pristupljeno: 20. 4. 2023.)

Podaci o zemljama unutar regije mogu se značajno razlikovati, stoga je poželjno analizirati podatke i na nacionalnoj razini te uspoređivati sa zemljama u okruženju. Prema podacima u europskoj regiji, najveću vrijednost imala je Hrvatska s 11,4 % u 2017. godini (napomena je da

su se vrijednosti povećale te su vidljive u tablici 10). Grafikon 10 prikazuje zemlje s najvećim udjelom turizma u BDP-u te prvo mjesto zauzima Macao (Kina). Važno je napomenuti da su za Macao (Kina) posljednji podaci iz 2017. godine, za Maldive, Palau i Jamajku iz 2018. godine, Antiguu i Barnudu iz 2019. godine, a za Hrvatsku i Guam iz 2016. godine. Promatraju li se gospodarstva koja ulaze u zemlje s najvećim pokazateljem, vidljivo je da su to ekonomije koje su visoko ovisne o turističkom sektoru.

Grafikon 10. Udio turizma u bruto domaćem proizvodu – zemlje vodilje (%)

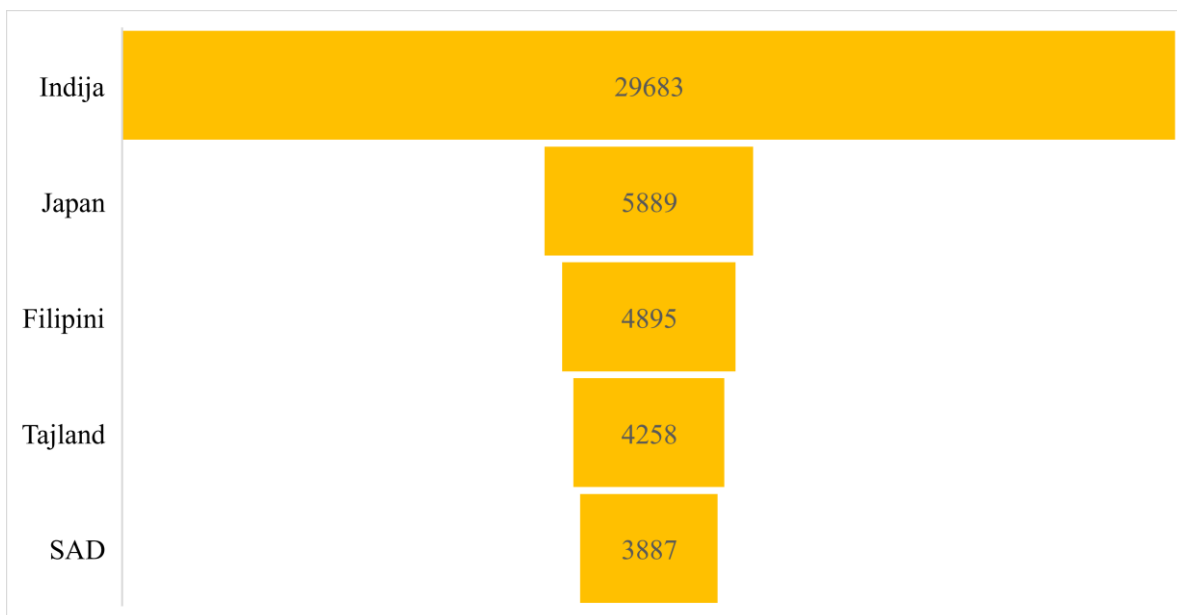


Izvor: prilagođeno prema podacima *Global and regional performance* (UNWTO, 2023), dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>, (pristupljeno: 20. 4. 2023.)

Na grafikonu 11 prikazan je ukupan broj zaposlenih u turističkim industrijama u tisućama zaposlenika, a među prvih pet zemalja s najvećim brojem zaposlenih su azijske zemlje: Indija (2020), Japan (2019), Filipini (2021), Tajland (2016); na petom mjestu nalazi se SAD (2020). Navedeni podaci mogu se usporediti u odnosu na prethodne pokazatelje, s obzirom na to da su za većinu zemalja prikazani podaci za vrijeme i nakon početka pandemije koronavirusa, tako da su podaci koji prikazuju da su Filipini u 2021. godini imali veći broj zaposlenih u turizmu nego

Tajland (2016) teže usporedivi podaci zbog raznih okolnosti koje su se dogodile u razdoblju nakon početka globalne pandemije.

Grafikon 11. Ukupan broj zaposlenih u turističkim industrijama (u 1000) – najveći iznosi



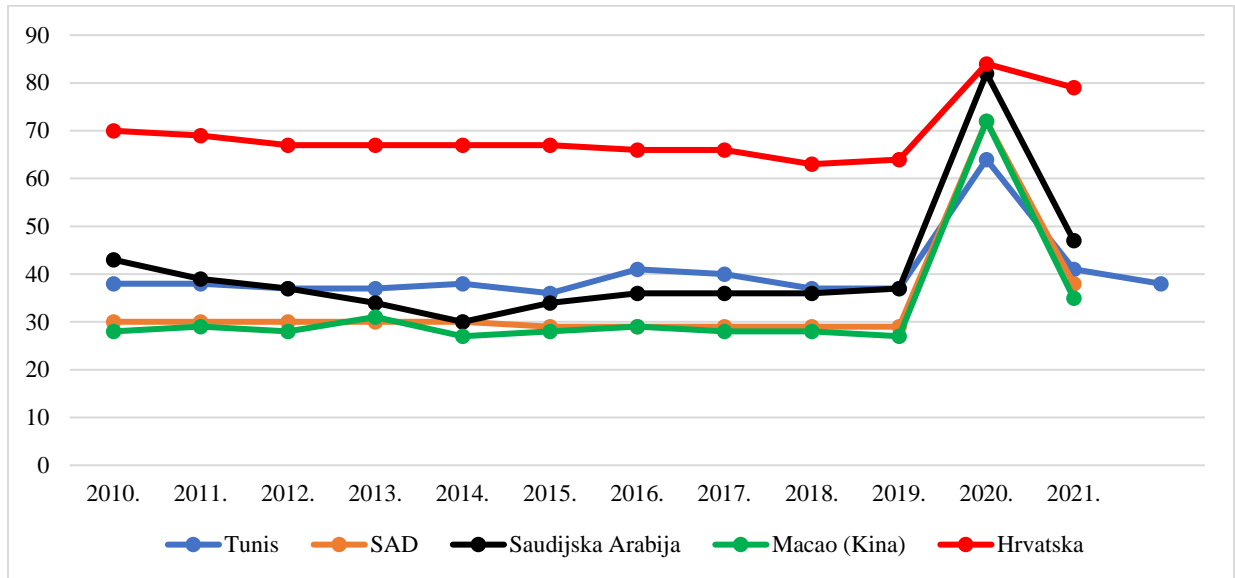
Izvor: prilagođeno prema podacima *Global and regional performance* (UNWTO, 2023), dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (pristupljeno: 20. 4. 2023.)

Kod svih izdvojenih zemalja vidljiv je porast sezonalnosti tijekom pandemijske godine, a već u 2021. godini većina pokazatelja vratila se na „uobičajenu pretpandemijsku razinu“, osim u Hrvatskoj, koja je zadržala visoku sezonalnost.

Prilikom analiziranja sezonalnosti različitih svjetskih regija, europske zemlje u prosjeku su zemlje kojima je zastupljenost turista u trima najuspješnijim mjesecima veća u usporedbi s ostalim zemljama u regiji.

Na grafikonu 12 prikazane su izdvojene zemlje iz različitih svjetskih regija (svaka izdvojena zemlja bila je navedena kao primjer pet zemalja izdvojenih iz pojedinačne regije u istoj bazi podataka). Vidljivo je da je sezonalnost u Hrvatskoj i brojnim drugim zemljama visoka, odnosno većina turista dolazi u ljetnim mjesecima, što predstavlja izazov jer nepovoljne okolnosti poput nepovoljnih klimatskih uvjeta mogu ostvariti lošiji ekonomski učinak.

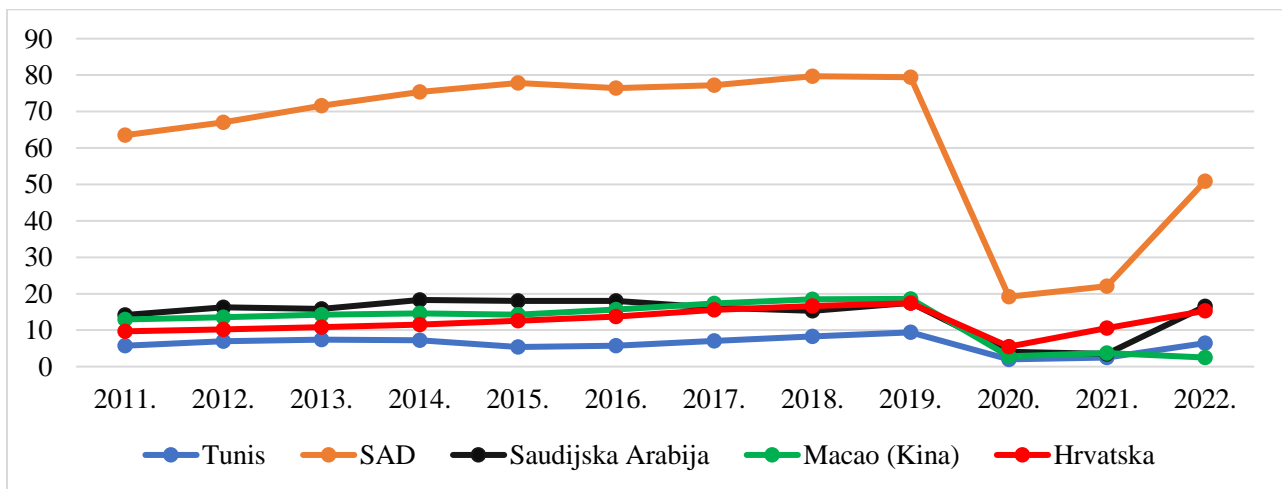
Grafikon 12. Prikaz indeksa sezonalnosti triju najprometnijih mjeseci odabranih zemalja od 2010. do 2021. (u %)



Izvor: prilagođeno prema podacima *Global and regional performance* (UNWTO, 2023), dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (pristupljeno 20. 4. 2023.)

Na grafikonu 13 prikazani su dolasci turista u istim odabranim zemljama. Vidljiv je trend rasta dolazaka u većini zemalja do pandemijske godine.

Grafikon 13. Broj dolazaka u odabranim zemljama od 2011. do 2022. (u milijunima)



Izvor: prilagođeno prema podacima *Global and regional performance* (UNWTO, 2023), dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (pristupljeno: 20. 4. 2023.)

Jedina zemlja koja je imala iznimku rasta bila je Saudijska Arabija, u kojoj se broj dolazaka počinje smanjivati u 2016. godini. Pad u dolascima tijekom 2020. godine bio je oštar, a oporavak u narednim dvjema godinama promatranih zemalja još se nije vratio na pretpandemijske brojke.

4.2. Pokazatelji održivosti u turizmu

Tijekom posljednjih desetljeća svijest o održivosti, očuvanju planeta i okretanju održivim izvorima energije raste, što je potaknulo promjene u zakonskim regulativama i praktičnim mjerama gospodarstava. U gospodarstvima se počinju primjenjivati nove politike za zaštitu okoliša, ali mijenja se i odnos prema zaštiti okoliša. Prema Šošter i suradnicima (2000: 99), u novim politikama zaštite okoliša „ne se postavlja pitanje `ili okoliš ili gospodarstvo` već se govori o `okolišu i gospodarstvu`, a i zaštita okoliša je neodvojiva od gospodarske politike“.

Navedene promjene potiču i promjenu ekonomskih mjera za zaštitu okoliša. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj objavljuje dostupnu bazu podataka za instrumente i okoliš PINE (*Policy Instruments for the Environment*). Prikazani su kvantitativni podaci za instrumente zaštite okoliša. Navedena baza podataka PINE (Karousakis i Symes, 2020) sadrži neke od najvažnijih ekonomskih instrumenata kojima se potiče zaštita okoliša poput poreza, naknade i pristojbe, subvencije te odštete, a za svaki se daje objašnjenje kada je instrument uveden, na što se odnosi politika, geografska pokrivenost, domena zaštite okoliša (npr. bioraznolikost, klimatske promjene, onečišćenje zraka), industrije u kojima se primjenjuju instrumenti, je li instrument namjenski, objašnjenje prihoda, troškova i stopa te izuzeća.

Razumijevanje ekonomskih instrumenata za zaštitu okoliša ima značajan utjecaj na turizam. S obzirom na to da nacionalne politike utječu na razvoj turizma, mjere izravno utječu na industriju transporta, gradnje, potrošnje energije, upotrebu prirodnih resursa, koje su izravno povezane sa sektorom turizma. OECD nudi usporedbu ekonomskih pokazatelja u različitim državama svijeta, a iste nacionalne mjere ostavljaju visok utjecaj na turizam.

Jedne od najvažnijih pokazatelja promjene u održivom napretku predstavljaju Ciljevi održivog razvoja (engl. *Sustainable Development Goals*) Ujedinjenih naroda (OECD), koji predstavljaju

skup ciljeva kojima međunarodna zajednica pokušava ostvariti viziju blagostanja, postizanja ljudskog razvoja, ali i održivosti okoliša i klimatskih promjena. Postoji 17 ciljeva koji su prikazani na slici 3. Navedeni pokazatelji neizravno utječu na turizam, s obzirom na to da je turistički sektor usko povezan s ostalim industrijama na koje se navedeni ciljevi odnose.

<p>1 NO POVERTY</p>  <p>BEZ SIROMAŠTVA</p>	<p>2 ZERO HUNGER</p>  <p>BEZ GLADI</p>	<p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p>  <p>ZDRAVLJE I BLAGOSTANJE</p>	<p>4 QUALITY EDUCATION</p>  <p>KVALITETNO OBRAZOVANJE</p>	<p>5 GENDER EQUALITY</p>  <p>RODNA RAVNOPRavnOST</p>	<p>6 CLEAN WATER AND SANITATION</p>  <p>ČISTA VODA I SANITARNI UVJETI</p>
<p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</p>  <p>PRISTUPAČNA ENERGIJA IZ ČISTIH IZVORA</p>	<p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>  <p>DOSTOJANSTVEN RAD I EKONOMSKI RAST</p>	<p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p>  <p>INDUSTRIJA, INOVACIJE I INFRASTRUKTURA</p>	<p>10 REDUCED INEQUALITIES</p>  <p>SMANJENJE NEJEDNAKOSTI</p>	<p>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</p>  <p>ODRŽIVI GRADOVI I ZAJEDNICE</p>	<p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>  <p>ODRŽIVA POTROŠNJA I PROIZVODNJA</p>
<p>13 CLIMATE ACTION</p>  <p>ZAŠTITA KLIME</p>	<p>14 LIFE BELOW WATER</p>  <p>OČUVANJE VODENOG SVIJETA</p>	<p>15 LIFE ON LAND</p>  <p>OČUVANJE ŽIVOTA NA ZEMLJI</p>	<p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p>  <p>MIR, PRAVDA I SNAŽNE INSTITUCIJE</p>	<p>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p>  <p>PARTNERSTVOM DO CILJEVA</p>	

Slika 3. Prikaz 17 ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda

Izvor: prilagođeno prema: *Communications materials* (Institut za društveno odgovorno poslovanje, n.d.), dostupno na: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/> (pristupljeno: 15. 6. 2023.)

Podjela na 4 područja djelovanja (OECD) omogućuje ostvarivanje ciljeva:

- primjena SDG-a na strategije i političke alate OECD-a,
- upotreba podataka OECD-a za pomoć u analizi napretka u provedbi ciljeva održivog razvoja,
- nadogradnja podrške OECD-a za integrirano planiranje i donošenje politika u zemlji razini i pružanje prostora vladama za razmjenu iskustava o upravljanju za ciljeve održivog razvoja,
- promišljanje o implikacijama SDG-a za vanjske odnose OECD-a.

Drugi korak unutar područja djelovanja (prethodne podjele) obuhvaća analizu podataka iz različitih zemalja svijeta, a podaci su dostupni na službenim stranicama Ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda. Podaci se analiziraju prema službenoj metodologiji, a među najznačajnijim pokazateljima napretka u području SDG-jeva, koji su usko povezani sa sektorom turizma, jesu sljedeći pokazatelji među ciljevima 8, 12 i 14 (nabrojanima na slici 4), a pokazatelji koji neizravno utječu na turizam nalaze se u tablici 16.

Tablica 16. Neki od neizravnih pokazatelja SDG-jeva povezanih s turističkim sektorom

Pokazatelj	Objašnjenje	Pojašnjenje
1. ZDRAVLJE I BLAGOSTANJE		
3.5.2: Štetna uporaba alkohola, definirana u skladu s nacionalnim kontekstom kao alkohol. Potrošnja po stanovniku (u dobi od 15 godina i stariji) unutar kalendarske godine u litrama čistog alkohola.	Ukupna potrošnja čistog alkohola po glavi stanovnika (15+ godina) APC=Total Alcohol per capita	Ako je broj turista veći ili jednak broju stanovništva, u obzir se uzima i turistička potrošnja i oduzima se od ukupnog iznosa APC-a zemlje.
15. OČUVANJE ŽIVOTA NA ZEMLJI		

<p>15.1.2: Udio važnih lokacija za kopnene i slatke vode.</p> <p>15.4.: Osigurati očuvanje planinskih ekosustava, uključujući njihovu biološku raznolikost, kako bi se poboljšao njihov kapacitet za pružanje koristi koje su ključne za održivi razvoj.</p>	<p>Postotak mjesta koja značajno doprinose globalnoj postojanosti bioraznolikosti koja su u potpunosti pokrivena zaštićenim područjima.</p>	<p>Kategorije: strogi prirodni rezervat, područje divljine, nacionalni park, spomenik ili obilježje prirode, područje upravljanja staništem/vrstom, zaštićeni krajolik / morski krajolik.</p>
17. PARTNERSTVOM DO CILJA		
<p>Vrijednost financijske i tehničke pomoći u dolarima zemljama posvećenim razvoju.</p>	<p>Uključen je sektor 33210 Turistička politika.</p>	

Izvor: prilagođeno prema: *SDG Indicators : metadata for goal 3,15,17* (UNSTATS, 2023), dostupno na: <https://unstats.un.org/sdgs/metadata/> (pristupljeno: 12. 6. 2023.)

Izravni pokazatelji koji utječu na održivost u turističkom sektoru izdvojeni su u tablici 17. Navedeni pokazatelji izravno obuhvaćaju turistički sektor s ciljem postizanja održivosti, a u tablici su uključeni pokazatelji koji sadrže neke od semantičkih inačica riječi *turizam* u svojem nazivlju specifičnog cilja.

Tablica 17. Izdvojeni pokazatelji SDG-jeva koji su izravno povezani s turističkim sektorom

Cilj	Specifičan cilj	Pokazatelj 1	Pokazatelj 2
------	-----------------	--------------	--------------

8. Dostojanstven rad i ekonomski rast	8.9. do 2030. Osmisliti i provesti politike za promicanje održivog turizma koji stvara radna mjesta i promiče lokalnu kulturu i proizvode.	8.9.1: Izravni BDP turizma kao udio u ukupnom BDP-u i u stopi rasta. Formula: $\frac{TBDP}{BDP} * 100$	8.9.2: Broj radnih mjesta u turističkim djelatnostima kao udio ukupnih radnih mjesta i stopa rasta radnih mjesta, prema spolu. Formula: $\frac{\text{broj poslova u turističkom sektoru}}{\text{ukupan broj poslova}} * 100$
14. Očuvanje vodenog svijeta	14.7. Povećati gospodarske koristi za male otočne države u razvoju i najmanje razvijene zemlje od održivog korištenja morskih resursa, uključujući održivo upravljanje ribarstvom, akvakulturom i turizmom.	*14.7.1. .1: Održivo ribarstvo kao udio BDP-a u malim otočnim državama u razvoju, najmanje razvijenim zemljama i svim zemljama.	
12. Održiva potrošnja i proizvodnja	Cilj 12.b Razviti i primijeniti alate za praćenje učinaka održivog razvoja za održivi turizam koji stvara radna mjesta i promovira lokalnu kulturu i proizvode.	12.b.1: Broj strategija ili politika održivog turizma i provedenih akcijskih planova s dogovorenim alatima za praćenje i evaluaciju.	

Izvor: prilagođeno prema: *SDG Indicators : metadata for goal 8,12,14* (UNSTATS, 2023), dostupno na:

<https://unstats.un.org/sdgs/metadata/> (pristupljeno: 12. 6. 2023.)

Prema statističkom okviru Svjetske turističke organizacije za mjerenje održivosti turizma, potrebno je grupirati pokazatelje s obzirom na ekonomsku, ekološku ili društvenu dimenziju (tablica 18). Pritom je važno očuvanje korištene metodologije te klasificiranje podataka prema istoj metodologiji.

Tablica 18. Prikaz različitih tema obuhvaćenih statističkim okvirom za mjerenje održivosti turizma

Ekonomska dimenzija	Ekološka dimenzija	Društvena dimenzija
----------------------------	---------------------------	----------------------------

Turistička djelatnost „Demografija“ turističkih objekata	protoci vode (uključujući tokove otpadnih voda), protok energije, stakleničkih plinova	društveni kapital i beneficije (npr. u vezi s kriminalom, zdravljem, dostojanstvenim radom)
Kretanja posjetitelja	<i>solid waste flow</i> , korištenje zemljišta (uključujući morska područja)	percepcija i zadovoljstvo posjetitelja
Izdaci za turizam	zemljišni pokrov (uključujući morska područja), vodeni resursi	percepcija i zadovoljstvo zajednice domaćina
Turistička infrastruktura Zapošljavanje u turizmu	stanje ekosustava za područja povezana s turizmom, tokovi usluga ekosustava za područje povezano s turizmom	upravljanje turizmom

Izvor: prilagođeno prema: *UNWTO 2022 statistical framework for measuring the sustainability of tourism (SF-MST)*

Europska unija, s druge strane, razvila je svoj metodološki okvir za mjerenje održivog razvoja u sektoru turizma, koji se primjenjuje na statističke podatke. Među temeljnim pokazateljima (European Communities, 2006) nalazi se 20 istaknutih koji su podijeljeni u sljedeće kategorije: pokretačke sile, pritisak, stanje, udar, odgovor. Prikaz pokazatelja te načini mjerenja nalaze se u tablici 18. Usporede li se različite metodologije mjerenja održivog razvoja, može se zaključiti da je turizam ovisan o bliskim sektorima te da se koriste slični pokazatelji u praćenju napretka u postizanju održivosti.

Tablica 19. Temeljni skup pokazatelja održivog razvoja za turizam

Pokretačke sile	Pritisak	Stanje	Udar	Odgovor
• broj kreveta u hotelima i sličnim objektima	• broj noćenja turista u različitim oblicima smještaja	• područja koja se koriste za specifične aktivnosti u slobodno vrijeme, npr.: marine,	• turisti izloženi buci u hotelskim	• uređaji za pročišćavanje otpadnih voda - količine

		golf tereni, skijališta itd., vremenski niz	i sličnim objektima	pročišćene vode - vremenske serije
• broj putovanja prijevoznim sredstvima	• CO ₂ • emisije od korištenja energije u turističkim objektima	• površine pod šumom i ostalim šumovitim zemljištem (%), vremenske serije	• kvaliteta vode za kupanje, vremenske serije	• postotak turističkih poslovnih objekata koji sudjeluju u priznatim programima zaštite okoliša
• zaposlenost u turizmu (% od ukupno zaposlenih)	• potrošnja vode turista, po osobi i danu u odnosu na potrošnju stambenog stanovništva	• zaštićena kopnena i vodna područja (% kopnene površine u turističkim regijama), vremenske serije		• izdaci za održavanje/obnovu kulturno-povijesne baštine
• potrošnja kućanstava u turizmu	• stvaranje komunalnog otpada od strane turista			• turistički objekti s ekološkom oznakom (kao % od ukupnog broja)
• udio turizma u BDP-u	• ispuštanje otpadnih voda zbog turizma	• postojanje procesa planiranja korištenja zemljišta ili razvoja, koji se posebno odnose na turističke aktivnosti		

Izvor: prilagođeno prema: *European Communities, Methodological work on measuring the sustainable development of tourism - Part 2 Manual on sustainable development indicators of tourism (2006)*

Baza podataka važna za analizu i usporedbu različitih podataka iz područja turizma, koja služi kao prikaz vizualizacije izdvojenih podataka u sektoru turizma za zemlje članice Europske unije te Islanda, Norveške i Švicarske, predstavlja EU Tourism Dashboard (Europska komisija, 2023), koji nastoji omogućiti identifikaciju problema u sektoru turizma. Baza podataka sastoji se od osamnaest pokazatelja raspoređenih u tri stupa politike (utjecaj na okoliš, digitalizacija i socioekonomska ranjivost), a unutar četvrtog stupa osnovni pokazatelji turizma sastoje se od 12

pokazatelja koji su objašnjeni u prethodnim poglavljima. Prikaz pokazatelja koji ulaze u navedene dijelove baze podataka nalazi se na slici 5. Navedeni podaci dobiveni su pretežno od Eurostata (Statističkog ureda europskih zajednica), a ostali izvori su različite pouzdane institucije kao što su Eurocontrol, Zajednički istraživački centar Europske komisije, Europska agencije za okoliš, Zaklada za odgoj i obrazovanje za okoliš, OOkla, TripAdvisor te UNESCO.



Shema 3. Prikaz pokazatelja temeljnih stupova EU Tourism Dashboard

Izvor: prilagođeno prema: EU Tourism Dashboard (Europska komisija, 2023), dostupno na: <https://tourism-dashboard.ec.europa.eu/background-methodology?lng=en> (pristupljeno: 15. 5. 2023.)

Kao što je prikazano u ovom poglavlju, pokazatelji održivosti, unutar različitih međunarodnih organizacija, razlikuju se. Potrebno je naglasiti da turizam utječe na okoliš i društvo, a time i na pokazatelje održivosti, te se stoga turistički sektor obuhvaća u analizi prikazanih pokazatelja. Uz to, turizam utječe i na razvoj nacionalnih politika i zakonodavnog okvira.

5. Rasprava

Turistički sektor ima značajan utjecaj na gospodarstvo Hrvatske i brojna svjetska gospodarstva te time raste važnost analize održivosti ulaganja pojedinih gospodarstava u turizam. Kao što je prikazano u tablici 11, vidljivo je da je Republika Hrvatska jedna od zemalja u regiji čiji je BDP najviše ovisan o turizmu, a negativne posljedice te visoke ovisnosti pokazale su se tijekom razdoblja pandemije. Pandemija je pokazala ovisnost turizma o različitim vanjskim čimbenicima, poput neočekivanih epidemija, te iako je pandemija službeno završila, potrebno je mjeriti posljedice pandemije, ali i biti svjestan mogućnosti pojave novih pandemija.

Zbog velikog utjecaja turističkog sektora, potrebno je prilagoditi zakonsko-pravni okvir za podupiranje turizma, ali također i podupirati održivost turističkog sektora. Da bi se utvrdio ispravan zakonodavno-pravni okvir, potrebno je analizirati sekundarne podatke iz sektora turizma različitih nacionalnih i svjetskih institucija. Za Republiku Hrvatsku većina pokazatelja za mjerenje turističkog sektora dostupna je na nacionalnoj razini, a ti podaci mogu se usporediti na europskoj i na svjetskoj razini. Za brojne nerazvijene zemlje brojni sekundarni podaci nisu dostupni te se postavlja pitanje na koje se načine može povećati uspješnost prikupljanja podataka, kako poboljšati postojeće metodologije, dostupnost te prezentiranje i vizualizaciju sekundarnih podataka iz područja turističkog sektora uz ostale sektore s ciljem postizanja održivosti.

Vizualizacije sekundarnih podataka mogu se koristiti kao sredstvo edukacije, informiranja stanovništva, ali i podizanja motivacije za stvaranje pozivnih promjena. U području ostvarivanja ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda moguće je utvrditi da je pandemija u pojedinim aspektima usporila ostvarivanje zamišljenih ciljeva, a podaci nisu dostupni za sve pokazatelje u svim zemljama svijeta.

Zbog međupovezanosti i globalizacije zemalja svijeta, povećava se potreba za sekundarnim podacima koji omogućuju utvrđivanje stvarne situacije u sektoru, ali i konkretnog napretka tijekom različitih razdoblja usporedbe. Porast broja turista donosi ekonomski rast, ali također je potrebno analizirati uzrokuje li ekonomski rast i negativne eksternalije. Negativne posljedice turizma vidljive su posebice u zaštićenim dijelovima prirode, u kojima nije ograničen broj

posjetitelja, ali negativne posljedice mogu se odraziti i na kvalitetu života lokalnog stanovništva. Turistički sektor trebao bi se uključiti u ostvarivanje napretka zemalja, u održivi razvoj koji neće naštetiti ljudima, prirodi, okolišu, već će omogućiti pozitivan razvoj gospodarstva.

Važno je istaknuti da je pomoću detaljnijih podataka moguće postići bolji uvid u stvarni položaj turističkog sektora u promatranoj zemlji. Jedan od važnih čimbenika turizma jest sezonalnost, a hrvatski turizam oblikuje visoka razina sezonalnosti te je stoga poželjno dobiti uvid i u turističke podatke pojedinih razdoblja u godini te, naravno, tjedne i mjesečne rezultate. Pomoću praćenja kraćih vremenskih intervala postaje lakše utvrditi uzrok pozitivnih ili negativnih postignutih rezultata u turizmu.

Potrebno je pratiti nit vodilju pri analiziranju podataka, odnosno „izvući pouku“ i stvarno stanje iz mnogobrojnih podataka. Baze statističkih podataka trebaju služiti kao pomoć pri opisanju prošlosti te utvrđivanju stvarnoga stanja.

Još jedan važan čimbenik pri analizi podataka predstavlja interpretacija brojčanih podataka te se preporučuje da se za pravilnu interpretaciju brojčani rezultati stave u kontekst zakonodavstva, političke situacije, okolnosti promatranog gospodarstva i ostalih uvjeta koji imaju utjecaj na gospodarstvo. Stoga se za analizu pokazatelja održivosti preporučuje uzimanje više pokazatelja za bolju procjenu stvarnoga stanja, a također zbog međupovezanosti različitih sektora i cijelog gospodarstva utjecaji promjena u jednom sektoru brzo se mogu vidjeti i u sektoru turizma.

Turizam se okreće ekološkoj, ekonomskoj i društvenoj održivosti. Jedan od najvećih izazova za budućnost turizma jest neizvjesnost jer se buduće svjetske pandemije ili prirodne katastrofe ne mogu predvidjeti s velikom sigurnošću. Cijeli sektor podložan je globalnim trendovima informatizacije, digitalizacije i globalizacije, a zbog toga potreba za dostupnosti podataka sve više raste.

6. Zaključak

Turistički sektor jedan je od stupova gospodarstava, a u Republici Hrvatskoj generator je ekonomskih aktivnosti. Tijekom razdoblja pandemije turistički sektor doživio je stagnaciju, koja se ogleda u posljedicama utvrđenima analizom sekundarnih podataka. Pojavom pandemije turistički sektor ulazi u novu fazu razvoja turizma te se u novom razdoblju turističkog razvoja mijenjaju potrebe i želje turista.

Uporaba sekundarnih podataka za interpretaciju turističkog sektora ostvaruje prednosti među kojima se izdvajaju velika dostupnost, objektivnost, brojnost podataka te mogućnost usporedbe podataka među različitim zemljama i geografskim područjima. Metodologije prikupljanja podataka i same baze podataka lako su dostupne pravnim i fizičkim osobama na mrežnim stranicama. Zbog značajnog utjecaja turističkog sektora, sekundarni podaci doprinose utvrđivanju ekonomskih čimbenika turizma te se njima može analizirati utjecaj turizma na gospodarstvo u odabranim vremenskim razdobljima. Podatke je moguće promatrati na nacionalnoj, regionalnoj i globalnoj razini. Prilikom proučavanja i analize podataka, preporučuje se korištenje pouzdanih sekundarnih podataka međunarodnih organizacija. Pregledom odabranih ekonomskih podataka na nacionalnoj, europskoj i globalnoj razini utvrđeno je da je pandemija koronavirusa ostavila značajan utjecaj na zemlje u svim regijama svijeta. Prilikom ekonomske analize podataka, važno je staviti nacionalne podatke u kontekst te usporediti podatke s podacima u regiji i onima konkurentnih zemalja.

Tijekom posljednjih desetljeća raste svijest o održivosti u ekonomiji, pa svjetske ekonomije teže postizanju sedamnaest ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda. Kao smjernice postizanja ciljeva, postavljen je niz pokazatelja kojima je moguće pratiti napredak u postizanju postavljenih ciljeva održivosti. U poglavlju 4.2. izdvojeni su izravni i neizravni pokazatelji u kojima se spominje turizam te pokazatelji Europske komisije i Svjetske turističke organizacije. Osim izravnih pokazatelja u području turizma, važno je i biti svjestan pokazatelja vezanih uz srodne sektore, poput prijevoza, čije promjene u rezultatima i zakonodavnom okviru izravno utječu i na turistički sektor. Različiti globalni trendovi utječu na razvoj sektora turizma, poput informatizacije, digitalizacije i globalizacije, koji mijenjaju turizam i ulogu turizma u

gospodarstvu. Zbog tih procesa, razumijevanje i primjena sekundarnih podataka postaje sve nužnija i korisnija u utvrđivanju stvarnoga stanja u turističkom sektoru.

Literatura

- Bartoluci, M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Školska knjiga.
- Bartoluci, M., Škorić, S. i Andrijašević, M. (2021). *Menadžment sportskog turizma i srodnih oblika turizma*. Zagreb: Narodne novine.
- Bora, P. (2022). History of Travel Before Tourism. *Akshara Multidisciplinary Research Journal*.
- Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. (2010). *INTERNATIONAL recommendations for tourism statistics 2008*. New York.
- Državni zavod za statistiku. (2023). *PC-Axis baze podataka*. Dohvaćeno iz https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam (pristupljeno 27.6.2023.)
- Dupeyras, A. i MacCallum, N. (2013). *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*”, *OECD Tourism Papers, 2013/02*. OECD Publishing.
- Dukrin Badurina, J. i Rudan, E. (2021). *Smjernice za menadžment i marketing prekograničnih turističkih proizvoda*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci.
- Edgell, D. L., Swanson, J., Allen, M., Smith, G., Edgell, S. D. i Swanson, J. R. (2008). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today, and Tomorrow*. OXFORD: BUTTERWORTH-HEINMANN.
- European Communities. (2006). *European Communities, Methodological work on measuring the sustainable development of tourism - Part 2 Manual on sustainable development indicators of tourism*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Europska komisija. (2019). *Europski zeleni plan: KOMUNIKACIJA KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, EUROPSKOM VIJEĆU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA*. Bruxelles.

- Europska komisija. (2023). *EU Tourism Dashboard*. Dohvaćeno iz Background and methodology: <https://tourism-dashboard.ec.europa.eu/background-methodology?lng=en> (pristupljeno: 15.5.2023.)
- Eurostat - Statistics Explained. (2023). *Tourism statistics at regional level*. Dohvaćeno iz eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_at_regional_level (pristupljeno: 25.6.2023.)
- Eurostat. (2014). *Methodological manual for tourism statistics, Version 3.1., Theme: Industry, trade and services*. Luxembourg.
- Eurostat. (2023). *Key figures on European business - 2023 edition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Financijska agencija. (2021). *Usporedba rezultata poduzetnika u turizmu na razini kontinentalne i jadranske Hrvatske u 2020. godini*. FINA.
- Financijska agencija. (2022). *Rezultati poslovanja poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u 2021. godini*. Dohvaćeno iz fina.hr: <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-djelatnosti-pruzanja-smjestajate-pripreme-i-usluzivanja-hrane-u-2021.-godini> (pristupljeno: 10.6.2023.)
- Gržinić, J. (2018). *Turizam i razvoj - rasprava o globalnim izazovima*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- Horvat, J. i Mijoč, J. (2014). *Osnove statistike*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Indian Strategic Studies Forum. (2022). *ISSF's World Soft Power Index 2022*.
- Institut za društveno odgovorno poslovanje (n.d.). 17 ciljeva održivog razvoja. <https://idop.hr/ciljevi-odrzivog-razvoja/> (pristupljeno: 15.6.2023.)
- Jurin, E., Gorup, T., Karuza, I. i Marić, P. (2016). *Priručnik o doživljajima*. Zagreb: Hrvatska turistička zajednica.
- Karousakis, K. i Symes, W. (2020). *Tracking Economic Instruments and Finance for Biodiversity*. OECD.
- Kožić, I. (2013). The seasonality in tourism in Croatia. *Ekonomski vjesnik Vol. XXVI, No. 2*.

- Krešić, D. i Mikulić, J. (2020). Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije (popularni rad). *Institut za turizam*.
- Marušić, M., Prebežac, D. i Mikulić, J. (2019). *Istraživanje turističkih tržišta*. Zagreb: Ekonomski fakultet - Zagreb.
- Marušić, M. i Prebežac, D. (2004). *Istraživanje turističkih tržišta*. Zagreb: Adeco.
- Mataković, H. (2020). COVID-19 kriza, provedba sigurnosnih mjera i turizam. Utjecaj pandemije COVID-19 bolesti na turizam. Institut za turizam. Popularni rad.
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. (2023). *Turizam u brojkama 2012.-2021*. Dohvaćeno iz Hrvatska turistička zajednica: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> (pristupljeno: 6.4.2023.)
- Motik, N., Škoro, I., Štefan, H. i Vrančić, D. (2022). Dohvaćeno iz TOURISM SATELLITE ACCOUNT FOR THE REPUBLIC OF CROATIA, 2019: <https://podaci.dzs.hr/2021/en/31538> (pristupljeno: 20.6.2023.)
- Narodne novine. (2023). *NN 2/2023 (4.1.2023.)*. Dohvaćeno iz Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html (pristupljeno: 7.6.2023.)
- OECD. (n.d.). *Better Policies for 2030- An OECD Action Plan on the Sustainable Development Goals*.
- OECD et al. (2017). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*.
- Pavić, A. i Šundalić, A. (2021). *Uvod u metodologiju društvenih znanosti (drugo, dopunjeno izdanje)*. Osijek: Filozofski fakultet Osijek.
- Pfeifer, S. (2013). *Ekonomski fakultet u Osijeku*. Dohvaćeno iz Metode pristupa informacijama: <http://www.efos.unios.hr/competitive-intelligence/nastavni-materijali/> (pristupljeno: 4.5.2023.)
- Pfeifer, S., Oberman Peterka, S., Šarlija, N., Alpeza, M., Dujak, D., J Perić, J., . . . Sedlan Koenig, L. (2021). *Reakcije poduzeća na prvi val pandemije COVID-19 : primjeri dobre*

- prakse : katalog studentskih radova*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet u Osijeku.
- Prokopis, C. A. (2022). *The History and Evolution of Tourism*.
- Rašić, I. (2022). *Sektorske analize - Turizam*. Ekonomski institut Zagreb.
- Rupčić, N. (2018). *Suvremeni menadžment : teorija i praksa*. Rijeka, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet.
- Šošter, L., Šehanović, J. i Šehanović, I. (2000). 'EKOLOŠKI PRISTUP TURIZMU'. *Ekonomska misao i praksa* 9(1), str. 97-106.
- Towner, J. i Wall, G. (1991). History of tourism. *Annals of Tourism Research* 18 (1), str. 71-84.
- UN - The Trade Statistics Branch. (n.d.). *Tourism statistics- meth odology*. Dohvaćeno iz <https://unstats.un.org/unsd/tourism/methodology.asp#> (pristupljeno: 15.6.2023.)
- UN. (2023). *Communications materials*. Dohvaćeno iz Sustainable Development Goals: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/>
- UNSTATS. (2023). *SDG Indicators - Metadata repository*. Dohvaćeno iz <https://unstats.un.org/sdgs/metadata/> (pristupljeno: 12.6.2023.)
- UNWTO. (2022). *STATISTICAL FRAMEWORK FOR MEASURING THE SUSTAINABILITY OF TOURISM (SF-MST)*. UNWTO.
- UNWTO. (2023). *Global and regional tourism performance*. Dohvaćeno iz UNWTO.org: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
- UNWTO. (2023). *Tourism Recovery Tracker*. Dohvaćeno iz <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker>
- UNWTO Publication. (2017). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database*.
- World Bank. (2020). *Rebuilding Tourism Competitiveness: Tourism Response, Recovery and Resilience to the COVID-19 Crisis*. World Bank, Washington, DC. Dohvaćeno iz <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34348> (pristupljeno: 14.4.2023.)
- World Tourism Organization. (2022). *Compendium of Tourism Statistics, Data 2016-2020*. <https://doi.org/10.18111/9789284423583>: UNWTO, Madrid. (pristupljeno: 14.6.2023.)

Zubak, D. i Hanzl, Ž. (2021). *Hrvatsko gospodarstvo 2020*. Zagreb: Hrvatska gospodarska komora.

Popis slika

Slika 1. Faze transformacije turizma te karakteristike razdoblja	14
Slika 2. Prikaz PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku	29
Slika 3. Prikaz 17 ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda.....	44

Popis shema

Shema 1. Razlika u definiranju pojmova putnika i posjetitelja	15
Shema 2. Prikaz kombinacija osnovnih vrsta turizma	28
Shema 3. Prikaz pokazatelja temeljnih stupova EU Tourism Dashboard	50

Popis tablica

Tablica 1. Podjela, prednosti i nedostaci sekundarnih podataka	5
Tablica 2. Izvori sekundarnih podataka na međunarodnoj razini za sektor turizma	6
Tablica 3. Izvori sekundarnih podataka na nacionalnoj razini za sektor turizma.....	7
Tablica 4. Prikaz povijesnih razdoblja i glavnih karakteristika turizma.....	10
Tablica 5. Usporedba turističkog proizvoda u prošlosti i sadašnjosti.....	13
Tablica 6. Prikaz metodološke obrade međunarodne preporuke u obradi podataka iz područja turizma	15
Tablica 7. Prepreke u međunarodnom turizmu.....	18
Tablica 8. Ključni izazovi i strateški ciljevi u turističkom sektoru Republike Hrvatske.....	19
Tablica 9. Glavne skupine pokazatelja konkurentnosti u turizmu	20
Tablica 10. Prikaz izazova različitih subjekata u poslovanju tijekom pandemije koronavirusa ..	22
Tablica 11. Ovisnost turizma prema udjelu turizma u BDP-u u 2019. godini u Europi i središnjoj Aziji.....	23
Tablica 12. Prihod i financijski rezultati u sektoru smještaja te pripreme i usluživanja hrane (u milijunima eura).....	24
Tablica 13. Prikaz sastavnica pokazatelja ovisnosti turizma o pandemiji COVID-19	25
Tablica 14. Osnovne vrste turizma, definicija pojmova i načini mjerenja	27
Tablica 15. Shematski prikaz baze podataka Državnog zavoda za statistiku za turizam	30
Tablica 16. Neki od neizravnih pokazatelja SDG-jeva povezanih s turističkim sektorom	45
Tablica 17. Izdvojeni pokazatelji SDG-jeva koji su izravno povezani s turističkim sektorom....	46
Tablica 18. Prikaz različitih tema obuhvaćenih statističkim okvirom za mjerenje održivosti turizma	47
Tablica 19. Temeljni skup pokazatelja održivog razvoja za turizam.....	48

Popis grafikona

Grafikon 1. Usporedba bruto domaćeg proizvoda Republike Hrvatske te prihoda od turizma (u milijunima eura).....	31
Grafikon 2. Ukupni dolasci i noćenja turista u Republici Hrvatskoj (u 000)	32
Grafikon 3. Struktura noćenja u turizmu RH (u postotku)	33
Grafikon 4. Usporedba prosječnog broja noćenja turista po dolasku (u danima).....	34
Grafikon 5. Regije EU-a s najvećim broj noćenja (u mil) u turističkom smještaju tijekom 2020	35
Grafikon 6. Ukupni broj noćenja u turističkom smještaju u EU (mlrd.)	36
Grafikon 7. Ostvarena noćenja u turističkom smještaju tijekom srpnja i kolovoza u EU-u i EFTA zemljama (% , 2022)	37
Grafikon 8. Turizam u odnosu na BDP u odnosu na svjetske regije (%)	38
Grafikon 9. Kretanje turizma u odnosu na BDP u različitim svjetskim regijama do početka pandemije.....	39
Grafikon 10. Udio turizma u bruto domaćem proizvodu – zemlje vodilje (%).....	40
Grafikon 11. Ukupan broj zaposlenih u turističkim industrijama (u 1000) – najveći iznosi.....	41
Grafikon 12. Prikaz indeksa sezonalnosti triju najprometnijih mjeseci odabranih zemalja (%) ..	42
Grafikon 13. Broj dolazaka u odabranim zemljama (u milijunima).....	42

