

# Važnost turizma za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske

---

Prvčić, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:815223>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-28**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



# Važnost turizma za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske

---

Prvčić, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

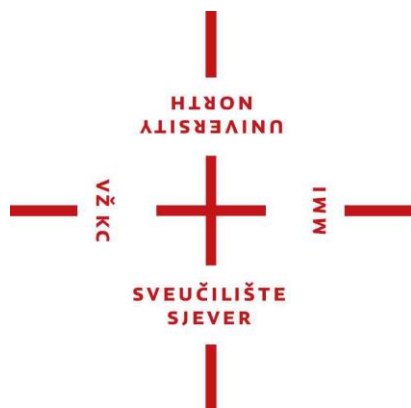
Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University**

North / Sveučilište Sjever

Permanent link / Trajna poveznica:

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

Download date / Datum preuzimanja:



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



DIPLOMSKI RAD BR. 442/PE/2023

**VAŽNOST TURIZMA ZA VANJSKOTRGOVINSKU BILANCU  
REPUBLIKE HRVATSKE**

Martina Prvčić

Varaždin, lipanj 2023.

**SVEUČILIŠTE SJEVER**

**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**

**Studij Poslovna ekonomija, smjer Međunarodna trgovina**



DIPLOMSKI RAD br. 442/PE/2023

**VAŽNOST TURIZMA ZA VANJSKOTRGOVINSKU  
BILANCU REPUBLIKE HRVATSKE**

Studentica:

Martina Prvčić, 0067442336

Mentorica:

prof.dr.sc. Anica Hunjet

Varaždin, lipanj 2023.

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija		
PRISTUPNIK	Martina Prvčić	MATIČNI BROJ	0067442336
DATUM	19.06.2023.	KOLEGIJ	Ekonomika poduzetništva
NASLOV RADA	Važnost turizma za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	The importance of tourism for the foreign trade balance of the Republic of Croatia		

MENTOR	Anica Hunjet	ZVANJE	prof. dr. sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Miro Kovač, predsjednik		
	2. doc. dr. sc. Dijana Vuković, članica		
	3. prof. dr. sc. Anica Hunjet, mentorica		
	4. doc. dr. sc. Damira Keček, zamjen. član		
	5.		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ	442/PE/2023
OPIS	<p>Turizam ima vrlo važnu ulogu u nacionalnom gospodarstvu Republike Hrvatske zbog niza ekonomskih koristi. Jedan od osnovnih ciljeva makroekonomske politike svake zemlje pa tako i Hrvatske je vanjskotrgovinska ravnoteža. Međutim, Hrvatska u vanjskotrgovinskoj razmjeni bilježi stalni deficit, a turizam već dulji niz godina uspješno ublažava negativan učinak robne razmjene Hrvatske s inozemstvom.</p> <p>Kroz empirijsko istraživanje nastoji se potvrditi kako ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora u gospodarstvu što dugoročno predstavlja prijetnju održivosti gospodarskog rasta i razvoja zemlje te se istražuje stajalište ispitanika o ovisnosti turizma u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske i njezin utjecaj na druge sektore gospodarstva.</p> <p>Budući da je hrvatski turizam u većoj mjeri sezonalan, ovim diplomskim radom daje se doprinos u smislu predlaganja rješenja razvoja alternativnih izvora prihoda u samom turizmu te povećanja konkurentnosti drugih sektora u gospodarstvu.</p>

ZADATAK URUČEN 19.06.2023.



## **Sažetak**

Turizam ima vrlo važnu ulogu u nacionalnom gospodarstvu Republike Hrvatske zbog niza ekonomskih koristi. To su prvenstveno rast dohotka, zapošljavanje, kapitalna ulaganja te poticanje regionalnog rasta i razvoja. Jedan od osnovnih ciljeva makroekonomske politike svake zemlje pa tako i Hrvatske je vanjskotrgovinska ravnoteža. Međutim, Hrvatska u vanjskotrgovinskoj razmjeni bilježi stalni deficit, a turizam već dulji niz godina uspješno ublažava negativan učinak robne razmjene Hrvatske s inozemstvom. Stoga se u ovom radu želi ukazati na ovisnost vanjskotrgovinske bilance Republike Hrvatske o turizmu te predložiti moguća rješenja za povećanje konkurentnosti drugih sektora u gospodarstvu. Kroz empirijsko istraživanje nastoji se potvrditi kako ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora u gospodarstvu što dugoročno predstavlja prijetnju održivosti gospodarskog rasta i razvoja zemlje. Budući da je hrvatski turizam u većoj mjeri sezonalan, ovim diplomskim radom daje se doprinos u smislu predlaganja rješenja razvoja alternativnih izvora prihoda u samom turizmu te povećanja konkurentnosti drugih sektora u gospodarstvu.

**Ključne riječi:** *turizam, gospodarstvo, vanjskotrgovinska bilanca, Republika Hrvatska*

## Summary

Tourism plays a very important role in the national economy of the Republic of Croatia due to a number of economic benefits. These are primarily income growth, employment, capital investment, and fostering regional growth and development. One of the basic goals of each country's macroeconomic policy, including Croatia, is foreign trade balance. However, Croatia has seen a constant deficit in foreign trade, and tourism has been successfully mitigating the negative effect of Croatia's trade with abroad for many years. Therefore, the paper seeks to point out the dependence of the foreign trade balance of the Republic of Croatia on tourism and propose possible solutions to increase the competitiveness of other sectors in the economy. Through empirical research, it seeks to confirm how dependence on tourism slows the development of other sectors in the economy, which in the long run poses a threat to the sustainability of the country's economic growth and development. As Croatian tourism is largely seasonal, this thesis contributes in terms of proposing solutions to the development of alternative sources of income in tourism itself and increasing the competitiveness of other sectors in the economy.

**Keywords:** *tourism, economy, foreign trade balance, Republic of Croatia*

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	3
2. Turizam kao važan izvor prihoda u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske .....	5
2.1. Pregled turističke industrije u RH .....	8
2.1.1. Ponuda hrvatskog turizma.....	9
2.1.2. Potražnja hrvatskog turizma.....	13
2.2. Utjecaj turizma na gospodarsku aktivnost.....	13
2.2.1. Analiza utjecaja turizma na ukupan izvoz i uvoz RH.....	17
2.2.2. Procjena utjecaja turizma na proračun RH .....	20
3. Ovisnost o turizmu u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske .....	21
3.1. Ovisnost o sezonalnosti i nepredvidivosti turističke industrije .....	21
3.2. Mogućnost naglog pada u slučaju vanjskih šokova.....	23
3.3. Usporavanje razvoja drugih sektora u gospodarstvu RH .....	28
4. Rješenja za smanjenje ovisnosti o turizmu i povećanje konkurentnosti drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske.....	29
4.1. Razvoj alternativnih izvora prihoda u turističkoj industriji.....	29
4.2. Poticanje razvoja drugih sektora u gospodarstvu .....	30
4.3. Diverzifikacija izvoza.....	31
5. Empirijsko istraživanje.....	33
5.1. Metodologija istraživanja .....	33
5.2. Rezultati istraživanja .....	33
5.3. Ograničenja istraživanja .....	67
5.4. Zaključak istraživanja.....	68
6. Zaključak.....	70
LITERATURA.....	71
PRILOZI.....	76



## 1. Uvod

Važnost turizma za nacionalno gospodarstvo Republike Hrvatske proizlazi iz njegovih brojnih funkcija i ekonomskih učinaka. U Hrvatskoj je razvoj turizma od visoke socioekonomske važnosti te se svrstava u skupinu strateških ciljeva gospodarskog razvoja. Razvoj turizma donosi brojne ekonomske koristi svim tržišnim sudionicima – privatnom, javnom i neprofitnom sektoru te lokalnom stanovništvu turističke destinacije. Rastom turističke potražnje, dohotka, životnog standarda lokalnog stanovništva, privlačenjem i realizacijom kapitalnih ulaganja privatnog sektora te zapošljavanja, javni sektor prikuplja sredstva za financiranje infrastrukture kulturnih i drugih projekata. Iznimno važna ekonomska funkcija turizma je funkcija poticanja međunarodne razmjene. Očituje se u kretanju visine prihoda (izvoza) i rashoda (uvoza) robe i usluga na računu tekućih transakcija. Vanjskotrgovinska ravnoteža je jedan od ciljeva koji se nameće kao primarni zadatak u ekonomskoj politici svih zemalja pa tako i Hrvatske.

Hrvatska već dulji niz godina ima visok deficit robne razmjene s inozemstvom što je posljedica duboko ukorijenjenih strukturnih problema nacionalnoga gospodarstva u nedostatnoj brizi oko poticanja robnog izvoza. Turizam već dulji niz godina uspješno ublažava negativan učinak robne razmjene Hrvatske s inozemstvom vraćajući platnu bilancu u ravnotežno stanje.

S obzirom da je turizam izložen sezonalnosti koja je povezana s godišnjim dobima te vremenskim uvjetima i nepredvidivosti koja se javlja zbog niza faktora kao što su globalni ekonomski uvjeti, prirodne katastrofe, politička nestabilnost i promjene u preferencijama turista, potrebno je razvijati turističku ponudu i izvan ljetne sezone. Stoga bi razvoj alternativnih izvora prihoda u turističkoj industriji trebalo usmjeriti na razvoj posebnih oblika turizma. Razvijanje posebnih oblika turizma kao što su ruralni, zdravstveni, ekoturizam, kulturni, nautički i sl. će pozitivno utjecati na produljenje sezone.

Osim razvoja održivog turizma te ukupnog gospodarskog i društvenog razvoja Hrvatske, potrebno se prilagođavati izazovima globalnih promjena. Trebalo bi težiti povećanju konkurentnosti ostalih sektora u gospodarstvu kako bi se smanjila ovisnost o turizmu. U zemljama u razvoju kao što je Hrvatska, tehnologija ima presudnu ulogu u ekonomskom rastu. Za održanje konkurentnosti, ključan je razvoj nove tehnologije, posebice za malo i srednje poduzetništvo (SME). Moderna tehnologija je presudna za postizanje i očuvanje konkurentnosti gospodarstva u većini zemalja svijeta. (Matešić, 2020) S obzirom da Hrvatska ima povoljne uvjete za razvoj poljoprivrede te prehrambene industrije, investicijama u moderniju tehnologiju te podršku lokalnim proizvođačima, ima veliki potencijal povećati konkurentnost sektora i otvoriti nova tržišta. Pozitivan utjecaj na zapošljavanje te stvaranje nove vrijednosti imaju

inovacije. Stoga je potrebno investirati u istraživačko-tehnološku infrastrukturu u STEM i ICT područjima te poticati istraživanje, razvoj i inovacije.

### **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet rada je analiza važnosti turizma za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske, s naglaskom na utjecaj turizma na ukupan izvoz i uvoz te proračun Republike Hrvatske.

**Ciljevi rada** su:

- Istražiti koliki je doprinos turizma u ukupnom izvozu i uvozu Republike Hrvatske.
- Procijeniti utjecaj turizma na proračun Republike Hrvatske.
- Identificirati probleme koji se javljaju zbog velike ovisnosti o turizmu u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske (istražiti razinu ovisnosti Republike Hrvatske o turizmu u vanjskotrgovinskoj bilanci, posebno u svjetlu mogućnosti naglog pada prihoda u slučaju vanjskih šokova).
- Analizirati utjecaj ovisnosti o turizmu na razvoj drugih sektora gospodarstva Republike Hrvatske i procijeniti dugoročne implikacije za održivost gospodarskog rasta i razvoja zemlje.
- Predložiti rješenja koja bi pomogla u smanjenju ovisnosti o turizmu te povećanju konkurentnosti ostalih sektora u gospodarstvu (razmotriti moguće politike koje bi mogle pomoći u smanjenju ovisnosti o turizmu u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske te potaknuti razvoj drugih sektora gospodarstva).

### **Hipoteze:**

H1: Nagli pad prihoda u slučaju vanjskih šokova izaziva probleme u vanjskotrgovinskoj bilanci. Kako bi se to spriječilo, potrebno je više pažnje posvetiti turističkoj ponudi izvan ljetne sezone.

H2: Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske, što dugoročno predstavlja prijetnju održivosti gospodarskog rasta i razvoja zemlje.

### **1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja**

Pri prikupljanju relevantnih podataka za ovaj rad, korištena je kombinacija različitih izvora: primarnih i sekundarnih. Sekundarni izvori su akademski radovi, znanstvene studije, publikacije stručnih časopisa te relevantna literatura iz područja turizma i gospodarstva. To su razne knjige, članci, publikacije, zbornici radova, relevantni Internet izvori, odnosno dostupna literatura na hrvatskom i engleskom jeziku. Ti izvori pružaju dodatne uvide, teorijsku podršku

i kontekstualni okvir za analizu teme. Primarni dio rada čini empirijsko istraživanje u kojemu se istražuje stajalište ispitanika o ovisnosti turizma u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske i njezin utjecaj na druge sektore gospodarstva. Metodologija istraživanja uključivala je konstrukciju upitnika, odabir uzorka ispitanika, prikupljanje podataka i analizu rezultata. Primarni izvor podataka čine i službene statističke publikacije Republike Hrvatske (izvještaji Državnog zavoda za statistiku, Ministarstva turizma i drugih relevantnih institucija). Ti izvori pružaju pouzdane i ažurirane informacije o turističkoj industriji u Hrvatskoj, uključujući broj dolazaka turista, noćenja, prihode od turizma i ostale važne pokazatelje. Što se tiče metoda prikupljanja podataka, pristup je bio kombinacija deskriptivne analize, statističke analize i kvalitativnih istraživačkih tehnika. Osim toga, korištene su i metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda komparacije, kompilacije, klasifikacije, generalizacije. Sve navedene metode i izvori podataka zajedno su omogućili sveobuhvatan i temeljit pregled teme te su poslužili kao osnova za analizu i zaključke koji se iznose u ovom radu.

### **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Ovaj rad sastoji se od šest cjelina. Nakon uvodnog dijela, u kojem su predstavljeni predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja te sadržaj i struktura rada, slijedi druga cjelina pod nazivom "Turizam kao važan izvor prihoda u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske". U ovoj cjelini pruža se pregled turističke industrije u Hrvatskoj, s posebnim osvrtom na ponudu i potražnju hrvatskog turizma. Također, analizira se utjecaj turizma na gospodarsku aktivnost, uključujući analizu njegovog utjecaja na ukupan izvoz i uvoz Republike Hrvatske te procjenu utjecaja turizma na proračun. Treća cjelina rada, "Ovisnost o turizmu u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske", bavi se temom ovisnosti o sezonalnosti i nepredvidivosti turističke industrije. Također, istražuje se mogućnost naglog pada u slučaju vanjskih šokova te usporevanje razvoja drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske. Četvrta cjelina, "Rješenja za smanjenje ovisnosti o turizmu i povećanje konkurentnosti drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske", predstavlja različite strategije za smanjenje ovisnosti o turizmu i poticanje razvoja drugih sektora. Ovdje se raspravlja o razvoju alternativnih izvora prihoda u turističkoj industriji, poticanju razvoja drugih sektora u gospodarstvu i diverzifikaciji izvoza. Peta cjelina obuhvaća empirijsko istraživanje koje ispituje stajalište ispitanika o ovisnosti turizma u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske i njegov utjecaj na druge sektore gospodarstva. Ovdje se opisuje metodologija istraživanja, iznose se rezultati te se daju ograničenja istraživanja i preporuke za buduća istraživanja.

Na kraju, u šestoj cjelini, nalazi se zaključak koji sažima ključne nalaze i zaključke iz prethodnih dijelova rada. Nakon zaključka slijedi popis literature i popis priloga koji se koriste u radu.

## **2. Turizam kao važan izvor prihoda u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske**

Jedna od najvažnijih gospodarskih grana i jedna od najbrže rastućih na svijetu danas je upravo turizam. Turizam je višesektorska industrija koju je moguće proučavati iz različitih znanstvenih aspekata. Istraživanja vezana uz turizam u prošlosti su bila usmjerena prvenstveno na ekonomske doprinose turizma. Danas se turizam proučava kao cjelina, tj. kao industrija i fenomen u čijem je središtu čovjek, tj. turist. Ovaj pristup turizmu je sustavan, što znači da se proučavaju svi njegovi dijelovi, međuovisnost njegovih struktura i funkcija te načini na koje utječu jedna na drugu. (Galičić, 2014) Turizam se može promatrati s dva aspekta. Ekonomskog, gdje je važno uočiti kako turizam utječe na razvoj brojnih drugih gospodarskih djelatnosti te društvenog, kod kojeg se u prvi plan stavlja unaprjeđenje kulturnog nivoa društva kroz upoznavanje drugih kultura, kao i održavanje psihofizičke kondicije.

Turizam ne bi postojao bez samih turista, a čije značenje je osoba odnosno putnik koji izvan svoje zemlje boravka provede najmanje 24 sata do ne više od jedne godine. "Svjetska turistička organizacija definira turista kao posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja su odmor, razonoda ili poslovni razlozi". (Hrvatska enciklopedija, 2021)

Definicija turizma uključuje odnose i pojave vezane uz aktivnosti osoba koje putuju i koje neprekidno (ne više od 12 mjeseci) borave u mjestima izvan uobičajene sredine kako bi proveli svoje slobodno vrijeme, obavili određene poslovne obveze ili ispunili neki drugi cilj. (Galičić, 2014) Turizam se također može definirati kao „skup aktivnosti osoba tijekom njihova putovanja i boravka u mjestu izvan svog uobičajenog boravišta, i to bez prekida i ne duže od jedne godine, a radi odmora, odnosno zbog poslovnih i drugih razloga". (Petrić, 2007:26) Može se odrediti kao heterogena proizvodno-uslužna djelatnost koja uključuje ugostiteljstvo, turističko posredovanje i različite vrste specifične turističke ponude (zdravstveni, sportsko-rekreacijski, lovni, kulturni, zabavni turizam i sl.). Turizam se smatra heterogenom djelatnošću koja ima neproizvodni karakter i pretežno sezonsko poslovanje te ujedinjuje više gospodarskih djelatnosti.

Zaključak je dakle da riječ turizam danas ima više značenja, a ono najprihvaćenije je da turizam obuhvaća sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osobe izvan njegove uobičajene sredine. Vrste turizma razlikujemo prema razlozima putovanja koji mogu biti različiti, od odmora do poslovnog putovanja.

Usluge za razliku od fizičkih proizvoda predstavljaju ključni element turističkog proizvoda, a karakterizira ih: neopipljivost, nedjeljivost, varijabilnost, potrošnost. (Stanić, 2008)

Važno je pojasniti i pojam turističke destinacije. „Izraz destinacija dolazi od lat. *destinatio*, što znači odredište odnosno mjesto u koje se putuje“ (Anić, Goldstein, 1999:285) te je usklađeno s definicijom turizma gdje je u prvom planu istaknuto kretanje i prostor kao krajnji cilj, s namjerom vršenja različite aktivnosti. Pojam turističke destinacije podrazumijeva više ili manje zaokruženu geografsku cjelinu koja raspolaže atraktivnim, receptivnim i komunikativnim faktorima (prirodnim, društvenim, antropogenim, kulturno-povijesnim i pretpostavkama za smještaj, hranu, odmor i rekreaciju) odnosno sve ono što predstavlja turističku ponudu. Prema navedenoj definiciji, može se zaključiti kako turistički prostor mora zadovoljiti osnovne potrebe za odmorom i rekreacijom, ali i definirati određene specifičnosti kako bi privukao posjetitelje i ponudio visoke kriterije i standarde kvalitete. Razvoj pojma turističke destinacije ima svoje ishodište u pojmu turističkog mjesta „koja su svojim čimbenicima ponude stvarali intenzitet i kontinuitet posjeta te na toj osnovi i egzistencijalna sredstva domicilnom stanovništvu“. (Magaš, 1997:11) Neovisno o prostornom obuhvatu, turističke destinacije su područja koja imaju visoku koncentraciju turističke ponude. Direktno ili indirektno, na turističkom tržištu djeluje velik broj subjekata koji imaju utjecaj na turizam, a isti svojim aktivnostima doprinose funkcioniranju turističkog tržišta. U tom slučaju, turistička destinacija je platforma za raznolika turistička iskustva i doživljaje. (Gržinić i Bevanda, 2021)

Proizvod uspjeha destinacije u prvom redu su sunce i more koji se može definirati kao putovanja motivirana odmorom u destinacijama uz morsku obalu. (Čorak i sur., 2006) Cijena, sigurnost, kvaliteta usluge, vrijednost dobivena za novac, kvaliteta i očuvanost okoliša te društveni aspekti destinacije igraju vrlo veliku ulogu. No važno je također i adekvatno upravljanje turizmom i turističkom destinacijom.

Razvoj turističke destinacije pretpostavlja stalno strateško planiranje i promišljanje. Zbog nedostatka strateškog razmišljanja u Republici Hrvatskoj rast i razvoj turističkih destinacija stagnira. Kao posljedica toga dolazi do prekomjerne izgradnje komercijalnih objekata ili kuća za odmor te slabih poslovnih rezultata ponajviše zbog kratke sezone. Uspješno upravljanje destinacijom nastaje udruženjem turističke zajednice, restorana, hotela, agencija, obrtnika, iznajmljivača soba te svih onih subjekata u destinaciji koji se na bilo koji način bave turizmom. Razvoj turizma uključuje širenje bogatstva ponude u prepoznatljivu prostoru i ozračju, a s druge strane očuvanje prirodnog okoliša, tla, vode i zraka prema najvišim ekološkim standardima. (Lokin, 2000) To uključuje i prostorno planiranje, izradu prostornih i urbanističkih planova, razvitak komunalne i prometne infrastrukture te energetike. (Čavrak i sur., 2011)

Hrvatska raspolaže s vrlo vrijednim i za turistički razvoj pogodnim resursima pa je logično da se u općoj gospodarskoj strategiji razvoja Hrvatske, odgovarajući ponder daje i razvitku turizma. (Alkier Radnić, 2009)

Hrvatski turizam je unatoč ratnim posljedicama i tereta kojeg je stvarala neučinkovita poslovna struktura, uspio opstati, zahvaljujući interesima koji su dolazili sa stranog tržišta, atraktivnosti i otpornosti. Napredovao je posebice nakon 2000. godine, a unatoč ekonomskoj krizi koja je pogodila cijeli svijet, uspio je pokazati svoju jačinu s višim stopama rasta u odnosu na druge konkurentne zemlje. Potencijal hrvatskog turizma prepoznat je i od strane Europske unije pa je sukladno toj politici izdana „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“ kojom je predstavljen temelj razvoja i poboljšanja hrvatskog turizma. Navedena Strategija je prestala važiti, ali je i dalje vrijedan okvir za daljnji razvoj turizma Hrvatske, jer predstavlja svojevrsno polazište razvoja, utvrđuje i pokazuje u kojem smjeru se turizam RH treba razvijati, odnosno koje su glavne aktivnosti na kojima će se temeljiti turistička ponuda u budućnosti. Strategija također utvrđuje organizacijske, institucionalne i ljudske resurse kojima će se poboljšati konkurentnost i ostvariti maksimalan profit. Njome se omogućava: „ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova; cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača; koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike“. (NN 55/2013-1119)

U skladu s “Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine” i temeljnim politikama Europske unije i Republike Hrvatske, donesen je akt “Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine. (NN 2/2023) Strategija predstavlja programsko polazište daljnjeg razvoja turizma RH, u kojoj je kao jedan od prioriteta naveden razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma. U pripremi je i “Nacionalni plan razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine” koji bi trebao detaljnije razraditi prioritetna područja sa konkretnim mjerama. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine definira viziju daljnjeg razvoja turizma, vodeći računa o načelima održivosti, razvojnim potrebama i potencijalima. (Ministarstvo turizma i sporta RH, 2023) Također stvara okvir za razvoj kvalitetne i suvremene turističke ponude koja će povećati konkurentnost hrvatskog turizma te svrstati Hrvatsku među vodeće turističke zemlje na Mediteranu.

## 2.1. Pregled turističke industrije u RH

Turizam u Republici Hrvatskoj ima iznimno dugovječnu povijest, a Hrvatska je oduvijek bila atraktivna destinacija za turiste iz različitih dijelova svijeta. Ovaj privlačni aspekt može se pripisati raznolikosti i bogatstvu prirodne i kulturne baštine, kao i blagodatima sunca i mora, kako naglašava Vukonić. (2005:21) Povijest hrvatskog turizma može se podijeliti na četiri bitna razdoblja:

- Razdoblje prije Prvog svjetskog rata (1850-1914): razvija se turistički promet u kontinentalnom području, ponajprije u mjestima s toplim mineralnim izvorima koja su postupno prerastala u lječilišta, a zatim u kupališta.
- Razdoblje između dva svjetska rata (1918-1939): Nakon Prvog svjetskog rata, započinje se s ulaganjem u smještajne kapacitete i poboljšavaju se prometne veze
- Razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1991.: Nakon Drugog svjetskog rata i razdoblja poslijeratne obnove, hrvatski turizam je nastavio rasti i razvijati se te povećavati smještajne kapacitete.
- Razdoblje od samostalnosti hrvatske države do kraja 20. stoljeća: Od devedesetih godina prošlog stoljeća do danas, hrvatski turizam doživljava značajan napredak. Unatoč ratu, uz silne napore i financijska sredstva, Hrvatska postaje sve popularnija turistička destinacija. (Pirjavec, 1998)

U Hrvatskoj turizam započinje prije Prvog svjetskog rata izgradnjom prvog objekta namijenjenog turizmu, hotela - Villa Angiolina u Opatiji. Između dva svjetska rata, počinju se prepoznavati koristi turizma za lokalnu zajednicu i gospodarstvo cijele države te je započeo intenzivniji razvoj turizma. Uspostavljena je zakonska regulativa koja je značajno pridonijela razvoju turističke djelatnosti. Preko milijun noćenja u Republici Hrvatskoj prvi je put ostvareno 1926. godine, a već tri godine kasnije broj inozemnih turista premašio je broj domaćih gostiju. Hrvatski turizam nakon Drugog svjetskog rata prolazi kroz teško razdoblje tijekom kojeg je zaostajao za konkurentima po prihodima, a doživio je i pad kvalitete turističke ponude. Nakon Domovinskog rata koji je prouzročio stagnaciju hrvatski turizam je drastično pao. U tom razdoblju uvode se marketinški principi u turističko poslovanje, provode mjere za poticanje modernizacije turističke ponude te restrukturiraju i moderniziraju objekti i sadržaji turizma. U hotelijerstvu je provedena privatizacija, poboljšana je prosječna turistička ponuda, uvedeni su ekološki standardi, izrađeni su potrebni razvojni dokumenti te je reformiran obrazovni sustav za potrebe turizma. (Magaš, 2000: 140) Nakon završetka Domovinskog rata, turizam se počeo oporavljati, a strani turisti se ponovno vraćati na hrvatsku obalu. Prema izvješću Hrvatske

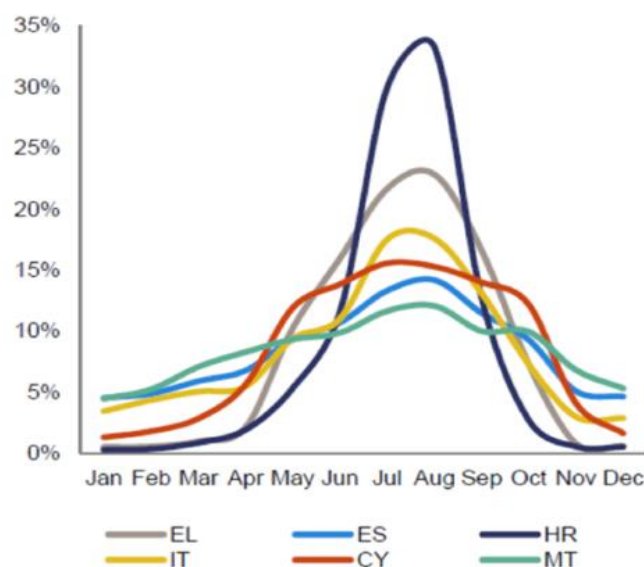


turističke zajednice, nakon Domovinskog rata, 2014. godine zabilježena je prva rekordna turistička sezona s posjetom od 13,05 milijuna dolazaka. (Ministarstvo turizma i sporta, 2015) Međutim, za daljnji napredak, potrebno je ponuditi nove turističke atrakcije (npr. tematske i zabavne parkove), suvremeno opremljene kongresne centre, centre za posjetitelje, kvalitetne tematske rute, centre cjelogodišnjeg planinskog i sportskog turizma, kvalitetne biciklističke staze, jedriličarske i ronilačke centre te druge sadržaje turističke ponude koji bi mogli stvoriti pretpostavke za produljenje turističke sezone, kvalitetni i održivi turizam te proširenje međunarodnog prepoznatljivog proizvoda.

### **2.1.1. Ponuda hrvatskog turizma**

Republika Hrvatska zemlja je bogate i raznolike kulturno-povijesne te prirodne baštine. Iako su najvažniji resurs sunce i more, hrvatska obala obiluje brojnim otocima, uvalama, čistim i očuvanim plažama te bogatstvom zelenila i šuma. Hrvatska ima i brojna prirodna područja koja su uvrštena na UNESCO-ovu listu svjetske kulturne baštine i samim time vrlo privlačna i atraktivna turistima.

Međutim, prisutan je nedostatak turističke ponude kao npr. turističke atrakcije, zabavni parkovi, kongresni centri sa suvremenom opremom, dobro osmišljena ponuda i turistička ruta kojom bi se obuhvatilo više različitih sadržaja, nedovoljna iskorištenost kulturno-povijesne baštine te vanezonska ponuda. Hrvatskoj turističkoj ponudi također nedostaju i sportsko-rekreacijski sadržaji (biciklističke staze, ronilački centri, avanturistički i adrenalinski parkovi i sl.). Jedan od glavnih nedostataka ponude je njezina ograničenost u smislu sezonalnosti (grafikon 1) jer druge mediteranske zemlje u tom smislu imaju bolju ponudu. Prema statističkim podacima u Hrvatskoj se najviše noćenja ostvari upravo u srpnju, kolovozu te rujnu.



**Grafikon 1.** Distribucija noćenja stranih turista po mjesecima

Izvor: Eurostat, *Turizam u Hrvatskoj: usporedba s drugim mediteranskim destinacijama*, dostupno na: <https://arhivanalitika.hr/blog/turizam-u-hrvatskoj-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/> (pristupljeno 06.05.2023.)

Što se tiče smještajne infrastrukture, Hrvatska je u prošlom desetljeću obogatila raspoloživost svojih smještajnih kapaciteta. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz 2019. godine, registrirano je bilo 1,35 milijuna kreveta, a najveći udio imali su privatni smještaji (66,08%), kampovi i prostori za kampiranje (20,41%), hoteli (13,34%) dok su odmarališta i slični objekti najmanje zastupljeni (0,16%). Kada govorimo o hotelskim smještajima, najviše ima hotela s tri i četiri, a najmanje s pet zvjezdica. (Promajna-tours, 2018)

Prema međunarodnoj konkurentnosti, hrvatski turizam je 2019. godine zauzeo 27. mjesto u svijetu. (NN 2/2023) Međutim, poprilično zaostaje za drugim razvijenijim turističkim zemljama Mediterana, no bolje je rangiran po cjenovnoj konkurentnosti. Najkonkurentniji je po pitanju hotelskih soba, rent-a-cara i bankomata, a prosječnu konkurentnost zauzima u sferi zdravstvene zaštite, osobne sigurnosti, kvalitete te raspoloživosti kulturnih atrakcija. Loša ocjena tiče se ljudskih potencijala te legislativnog okruženja što se odnosi na zakonska rješenja i njihovu primjenu. (NN 55/2013-1119)

Sastavni dio svake turističke ponude jest turistički proizvod. U Hrvatskoj se turistički proizvodi mogu podijeliti na dominantne i na proizvode koji imaju izraženu perspektivu razvoja. Što se tiče dominantnih proizvoda, važno je spomenuti kako svaki proizvod doprinosi minimalno 5% u strukturi prihoda. Dominantni proizvodi su: sunce i more, nautički turizam, poslovni te kulturni turizam. Proizvodi koji imaju izraženu perspektivu razvoja su: zdravstveni turizam,

cikloturizam, etno-gastronomski turizam, ruralni, planinski, pustolovni, sportski, golf turizam te ekoturizam.

Najveća prirodna atrakcija Hrvatske je more sa svojom razvedenom obalom te mnoštvom otoka i prirodnih, kao i očuvanih plaža. Hrvatska se može pohvaliti kako ima najviše nematerijalne baštine pod zaštitom UNESCO-a u Europi, dok je u svjetskim razmjerima iza Kine i Japana. (NN 55/2013-1119) Sve navedeno je upravo ono što privlači brojne turiste iz različitih dijelova svijeta.

Po pitanju infrastrukture, Hrvatskoj nedostaje novostvorenih turističkih atrakcija kao što su suvremeno opremljeni kongresni centri, tematski i zabavni parkovi, golfski tereni te slični sadržaji turističke sezone koja bi bila temelj za daljnje proširenje međunarodne prepoznatljivosti te produljenja turističke sezone.

Za turizam je posebice važan promet i sama povezanost sa pojedinim destinacijama. Prometna infrastruktura se u zadnjem desetljeću bitno poboljšala što se očituje izgradnjom mrežama autocesta. Ipak, u sam razvoj lokalnih i regionalnih cesta potrebno je još uložiti kako bi navedeno pratilo ostale zemlje Europske unije. Najveći uspjeh prometne infrastrukture u novijoj hrvatskoj povijesti je izgradnja Pelješkog mosta koji je pušten u promet u srpnju 2023. godine, a kojim je povezan jug Hrvatske s ostatkom zemlje. Zračni promet omogućuje dobru povezanost sa svim turističkim destinacijama, a čak 5 od 7 zračnih luka u Hrvatskoj, nalazi se u priobalnom području. No zbog nedovoljne zainteresiranosti zračnih prijevoznika za uspostavu linija koje bi stalno prometovale ipak nastaje problem. Željeznički i trajektni promet su na zadnjem mjestu po unaprijeđenosti i optimalnosti same infrastrukture te su potrebna značajna ulaganja u njih s obzirom da Hrvatska ima iznimne uvjete za njihov razvitak. Što se tiče komunalne infrastrukture također postoji mjesta za poboljšanje, a najviše bi trebalo poraditi na rješavanju problema otpadne odvodnje te zbrinjavanja otpada koje u jeku turističke sezone stvara velik problem kako za goste tako i za lokalno stanovništvo. Što se tiče pitke vode, Hrvatska odlikuje visokom kvalitetom i čistoćom pitke vode.

Tablica 1 prikazuje swot analizu koja je nastala na temelju analize turističke ponude Hrvatske, resursa s kojima Hrvatska raspolaže, trendova na turističkom tržištu te na temelju rezultata niza primarnih istraživanja kako bi se bolje sagledalo današnje stanje turizma. Swot analiza je doprinijela boljem razumijevanju razvojnih potreba u odnosu na razvojne potencijale prilikom izrade Nacrta Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine.

**Tablica 1. Swot analiza hrvatskog turizma**

<b>SNAGE</b>	<b>SLABOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Različitost prirodnih i kulturnih atrakcija i resursa</li> <li>* Očuvana i zaštićena područja</li> <li>* Bogata kulturna baština</li> <li>* Bogatstvo materijalne i nematerijalne baštine pod zaštitom UNESCO-a</li> <li>* Sigurnost</li> <li>* Raznolikost i jedinstvenost hrvatskih regija</li> <li>* Geoprometni položaj</li> <li>* Tradicija u turizmu</li> <li>* Razvijenost pojedinih posebnih oblika turizma</li> <li>* Prepoznatljivost pojedinih turističkih destinacija Hrvatske</li> <li>* Povoljna klima</li> <li>* Kvaliteta života</li> <li>* Brojnost muzeja, galerija i drugih kulturnih institucija</li> <li>* Autentična etno i gastronomska ponuda</li> <li>* Bogatstvo mora, riječnih i močvarnih područja</li> <li>* Ljekoviti termalni i mineralni izvori</li> <li>* Ljubaznost i gostoljubivost stanovništva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Zakonodavni okvir/nedostatak sinergije</li> <li>* Vremenska i prostorna neujednačenost turističkog prometa i poslovanja</li> <li>* Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti</li> <li>* Naglašena sezonalnost (najveća na Mediteranu)</li> <li>* Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta</li> <li>* Neefikasan sustav upravljanja turizmom</li> <li>* Nepovoljno poslovno okruženje</li> <li>* Slaba iskorištenost EU fondova te slabi kapaciteti za pripremu i provedbu EU projekata</li> <li>* Nedostatna i nefunkcionalna prometna i komunalna infrastruktura u turističkim destinacijama</li> <li>* Nedostatak svijesti o potrebi razvoja održivog turizma, zaštite prirodne i kulturne baštine</li> <li>* Nedostatak novih turističkih atrakcija</li> <li>* Nedostatak marketinške aktivnosti za promociju ruralnog turizma Hrvatske</li> <li>* Manjak inovativnosti</li> <li>* Nedostatna umreženost turizma i ostalog gospodarstva</li> </ul>
<b>PRILIKE</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Potencijal fondova Europske unije</li> <li>* Potencijal ruralnog i kontinentalnog prostora</li> <li>* Javno privatno partnerstvo u realizaciji turističkih projekata i razvoja proizvoda</li> <li>* Porezni sustav poticajan za unapređenje kvalitete i konkurentnosti turizma</li> <li>* Aktivacija napuštene i neiskorištene državne imovine</li> <li>* Povezivanje turizma i poljoprivrede te drugih djelatnosti gospodarstva Hrvatske</li> <li>* Razvoj digitalnih tehnologija</li> <li>* Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu</li> <li>* Rast potražnje za posebnim oblicima turizma</li> <li>* Promjene u globalnim turističkim trendovima</li> <li>* Rast interesa turista za održivim i eko turističkim destinacijama</li> <li>* Interes lokalnih zajednica za uključivanje u međunarodne mreže i asocijacije</li> <li>* Snažnije uključivanje u međunarodne mreže i asocijacije</li> <li>* Jačanje lanca vrijednosti (opskrbe) - zeleno – plavo</li> <li>* Blizina emitivnih tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Krizne situacije (pandemije, ratovi, terorizam, klimatske promjene, ekonomska kriza i dr.)</li> <li>* Percepcija Hrvatske kao ljetne turističke destinacije</li> <li>* Razvoj turističkih proizvoda i posebnih oblika turizma u konkurentskim zemljama</li> <li>* Kontinuirana i sve agresivnija globalna konkurencija</li> <li>* Negativan trend pada lojalnosti gostiju</li> <li>* Brze promjene trendova na globalnom turističkom tržištu</li> <li>* Međuodnos turizma i klimatskih promjena</li> <li>* Utjecaj turizma na okoliš i prirodu</li> </ul>

Izvor: izrada autorice prema: NN 2/2023; *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*, dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html) (pristupljeno 11.05.2023.)

### **2.1.2. Potražnja hrvatskog turizma**

Iako se po broju turističkih dolazaka ne može usporediti s turističkim zemljama kao što su Španjolska, Francuska, Italija, Turska ili Grčka, Hrvatska ipak iz godine u godinu povećava broj turističkih dolazaka te se nedvojbeno ubraja među razvijenije zemlje Sredozemlja po pitanju turizma. U prilog tome ide i činjenica kako se Hrvatska u zadnje vrijeme sve češće spominje u mnogobrojnim člancima u vodećim svjetskim časopisima te drugim medijima, koji naveliko hvale njezine kulturne i prirodne atrakcije.

Najveću ulogu u strukturi hrvatskog turizma imaju inozemni gosti. Tijekom ljetne sezone, najviše stranih noćenja ostvaruje se u Istarskoj županiji, a zatim slijede Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska, Zadarska, Dubrovačko-neretvanska, Šibensko-kninska te Ličko-senjska. Statistički podaci te usporedne analize pokazuju kako se broj inozemnih gostiju iz godine u godinu povećava, dok broj domaćih gostiju stagnira ili se smanjuje. Inozemni gosti najviše noćenja ostvaruju u sobama, apartmanima i kućama za odmor, potom u hotelima, a treće mjesto zauzimaju kampovi.

Najviše dominiraju gosti iz Njemačke, potom iz Slovenije, Hrvatske, Austrije, Italije, Češke i Slovačke. U posljednjih desetak godina povećao se broj turista iz Poljske, Mađarske, Nizozemske, Francuske, Ujedinjenog kraljevstva kao i prekooceanskih zemalja.

U odnosu na druge konkurentne destinacije potrošnja turista u Hrvatskoj je ispod prosjeka, a za to su djelom odgovorne niže cijene: „u 2016. cijena usporedive košarice dobara i usluga u RH bila je 30% niža nego u mediteranskim zemljama“. (Brkljača, 2018)

Trend porasta broja dolazaka i noćenja očekuje se i u budućnosti jer se Hrvatska ponovno smatra „otkrivenom“ turističkom destinacijom, ali treba biti na oprezu kada je riječ o stagnaciji ili pak padu potražnje. S obzirom da se trendovi i potrebe turista mijenjaju sve brže, potrebno je prema očekivanjima i potražnji turista prilagođavati turističku ponudu.

### **2.2. Utjecaj turizma na gospodarsku aktivnost**

Prema procjenama ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske (ukupni izravni i neizravni doprinos turizma bruto dodanoj vrijednosti) iznosi 16,9%, što Hrvatsku svrstava među države EU-a koje najviše ovise o turizmu. (NN 13/2021)

Prvi izračun ekonomske važnosti turizma utemeljen na metodologiji Satelitskog računa turizma izradio je i objavio Institut za turizam 2014. godine za 2011. godinu. Prema tom izračunu sektor turizma činio je 10,4% BDP-a Hrvatske 2011. godine. (Institut za turizam, 2014)

Već 2016. godine udio sektora turizma u BDP-u iznosi 11,4% (Ministarstvo turizma i sporta, 2019) odnosno isti je porastao za 1% u narednih pet godina dok je prema Satelitskom računu turizma u 2019. taj udio iznosio 11,8%. (DZS, 2022)

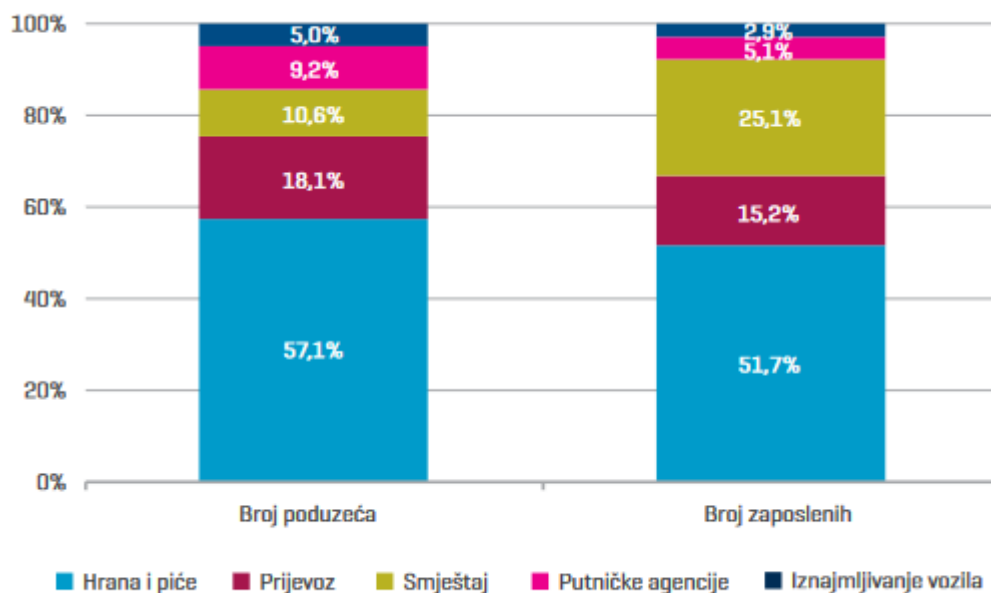
**Tablica 2.** Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti i izravni brutodomaći proizvod turizma u 2016. i 2019. godini

	2016.	2019.	Indeks 2019./2016.
Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, u milijunima eura	9.284	10.995	118,4
Udio bruto dodane vrijednosti turističkih djelatnosti u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti	24,0%	24,4%	0,40 p.b.*
Izravna bruto dodana vrijednost turizma, u milijunima eura	4.212	5.111	121,3
Udio izravne bruto dodane vrijednosti turizma u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti	10,9%	11,35%	0,45 p.b.
Izravni BDP turizma, u milijunima eura	5.314	6.469	121,7
Udio turizma u BDP-u	11,4%	11,8%	0,4 p.b.*

Napomena: \* p.b. – postotni bod

Izvor: izrada autorice prema: DZS, *Sektorske analize*, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA\\_turizam\\_2022.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2022.pdf) (pristupljeno 16.05.2023.)

Analizirajući strukturu poslovnih subjekata koja se bave turističkim djelatnostima njih 16.945 (57,1%) je djelatnost posluživanja hrane i pića, 5.365 (18,1%) je djelatnost pružanja prijevoza, a 3.101 (10,6%) je djelatnost pružanja smještaja. Nešto manji broj poslovnih subjekata čine turističke agencije 9,2% te iznajmljivanje vozila, 5%. Što je veći broj poslovnih subjekata koja se bave određenom djelatnosti, to će biti veća stopa zaposlenosti po pojedinoj djelatnosti. Tako u djelatnosti posluživanja hrane i pića doprinos zaposlenosti iznosi najvećih 51,7%. Djelatnost pružanja smještaja ima stopu zaposlenosti od 25,1%, a odmah iza je prijevoz sa 15,2%.



**Grafikon 2.** Struktura poduzeća i struktura zaposlenosti po djelatnostima sektora turizma, 2020.

Izvor: DZS, *Sektorske analize*, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA\\_turizam\\_2022.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2022.pdf) (pristupljeno 16.05.2023.)

Važno je napomenuti kako poduzeća turističkog sektora čine više od petine (22,8%) ukupnog broja poduzeća u Hrvatskoj 2020. godine i na njih otpada 13,1% ukupne zaposlenosti poduzetničkog sektora.

**Tablica 3.** Broj poduzeća aktivnih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima, od 2015. do 2019. godine

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	Indeks promjene 2019. 2015.
Prijevoz	1.924	1.918	2.134	2.636	6.052	314,6
Smještaj	2.390	2.691	2.839	3.047	3.246	135,8
Hrana	16.909	16.690	16.493	16.925	17.985	106,4
Iznajmljivanje vozila	688	808	1.043	1.092	1.669	242,6
Putničke agencije	1.889	1.955	2.074	2.158	3.179	168,3
<b>Ukupno</b>	<b>23.800</b>	<b>24.062</b>	<b>24.583</b>	<b>26.522</b>	<b>32.131</b>	<b>135,0</b>
<b>Kao % sektora usluga</b>	<b>33,8</b>	<b>33,4</b>	<b>33,0</b>	<b>32,9</b>	<b>31,2</b>	<b>229,6</b>

Izvor: DZS, *Sektorske analize*, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa\\_turizam\\_studeni\\_2021.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_studeni_2021.pdf) (pristupljeno 16.05.2023.)

Analizirajući prethodnu tablicu može se vidjeti da je najveći porast u broju aktivnih poduzeća u periodu od 5 godina ostvario sektor prijevoza sa indeksom promjene od 314,6. Odmah iza je djelatnost iznajmljivanja vozila sa indeksom promjene 242,6.

**Tablica 4.** Broj zaposlenih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima, od 2015. do 2019. godine

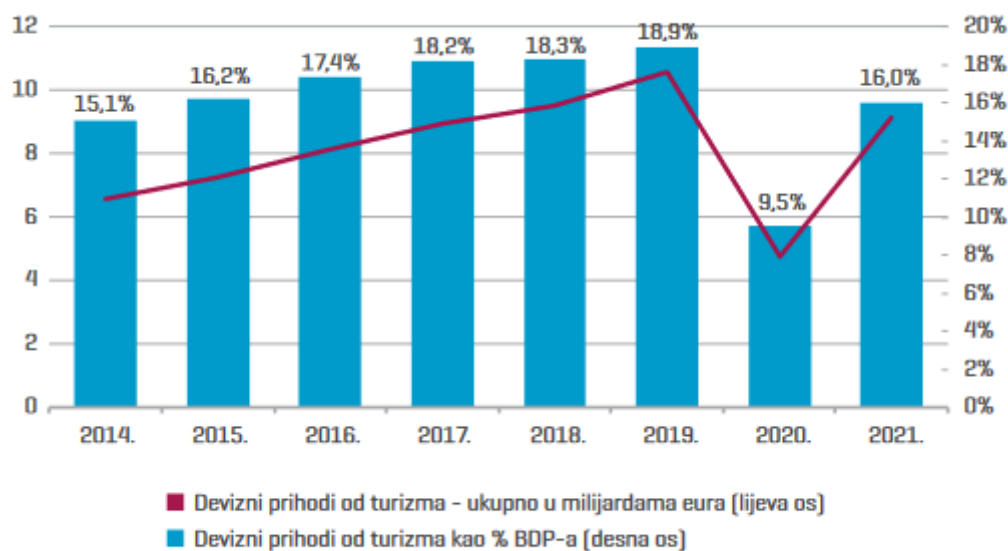
	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	Indeks promjene 2019. 2015.
Prijevoz	15.351	15.273	15.563	15.918	21.256	138,5
Smještaj	31.479	32.519	35.930	38.477	41.197	130,9
Hrana	63.337	65.842	67.647	63.989	73.711	116,4
Iznajmljivanje vozila	1.541	1.896	2.485	1.008	3.999	259,5
Putničke agencije	6.658	6.415	6.799	6.921	8.033	120,7
<b>Ukupno</b>	<b>118.366</b>	<b>121.945</b>	<b>128.424</b>	<b>126.313</b>	<b>148.196</b>	<b>125,2</b>
<b>Kao % sektora usluga</b>	<b>33,2</b>	<b>33,6</b>	<b>33,7</b>	<b>32,8</b>	<b>34,4</b>	

Izvor: DZS, *Sektorske analize*, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa\\_turizam\\_studen\\_2021.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_studen_2021.pdf) (pristupljeno 16.05.2023.)

Kako je u djelatnosti iznajmljivanja vozila bio najveći porast u broju aktivnih poduzeća, tako je još veći porast zabilježen u istoj djelatnosti vezano uz porast broja zaposlenih u navedenih 5 godina sa indeksom promjene od 259,5. Djelatnost koja ima također veliki porast u broju zaposlenih je prijevoz sa indeksom promjene 138,5.

Kako bi se još slikovitije pokazalo koliki je utjecaj hrvatskog turizma na BDP, u nastavku će biti pojašnjen sljedeći grafikon koji prikazuje devizne prihode od turizma od 2014. do 2021. godine.





**Grafikon 3.** Devizni prihodi od turizma (2014.-2021.)

Izvor: DZS, *Sektorske analize*, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA\\_turizam\\_2022.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2022.pdf) (pristupljeno 16.05.2023.)

Hrvatski turizam je 2014. godine ostvario 8,5 milijardi eura deviznih prihoda odnosno 15,1% bruto domaćeg proizvoda. Iz grafikona se vidi kako je nakon gotovo 10 godina odnosno 2019. godine isti iznosio 10,5 milijardi eura, odnosno 18,9% stvarajući time skoro petinu bruto domaćeg proizvoda. Prema preliminarnim podacima HNB-a, turistički sektor s deviznim prihodima u visini od 9,1 milijardi eura u 2021. godini čini čak 30,5% ukupnog hrvatskog izvoza. (Rašić, 2022)

### 2.2.1. Analiza utjecaja turizma na ukupan izvoz i uvoz RH

Zbog svog gospodarskog potencijala i potencijala zapošljavanja, kao i svojih društvenih i ekoloških implikacija, turizam ima važnu ulogu u EU. (Eurostat, 2023) Značajan utjecaj na ukupan izvoz i uvoz Republike Hrvatske ima upravo turizam. Dok doprinosi izvoza rastu kroz turističke usluge, s druge strane potiču povećanje uvoza turističkih proizvoda. Pravilno upravljanje turističkim sektorom je vrlo važno kako bi se postigla ravnoteža u vanjskotrgovinskoj bilanci RH. Trgovinska bilanca Hrvatske je deficitna, a taj deficit u velikoj mjeri smanjuju prihodi ostvareni u turizmu. Time je dakle turizam postao glavni izvozni hrvatski proizvod. (Stipetić, 2012)

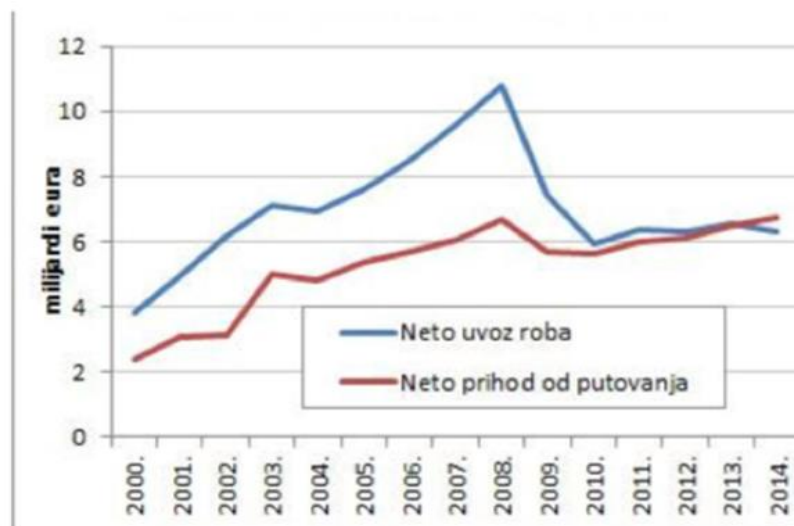
Iako Hrvatskoj raste ukupan izvoz i dalje zabrinjava činjenica da je vrlo nizak izvoz visokotehnoških proizvoda, dok je udio turizma u izvozu drastično izražen, što je inače odlika zemalja s niskim prihodima. (Privredni.hr, 2019)

Prema ažuriranim podacima Državnog zavoda za statistiku, izvoz je na godišnjoj razini porastao za 13,7% u 2023. godini, dosegnuvši iznos od 5,8 milijardi eura. S druge strane, uvoz je zabilježio rast od 6,1%, dostigavši iznos od 9,8 milijardi eura. Ovi novi podaci predstavljaju blagu korekciju u odnosu na prvobitno objavljene podatke DZS-a. Prema prvotnim informacijama, vrijednost hrvatskog robnog izvoza u 2023. godini iznosila je 3,44 milijarde eura, što je predstavljalo rast od 9,1% u odnosu na prethodnu godinu, dok je uvoz zabilježio porast od 11,1%, dosegnuvši iznos od 6,07 milijardi eura. Vanjskotrgovinski deficit je u prva dva mjeseca 2023. godine iznosio 2,7 milijardi eura, a pokrivenost uvoza izvozom je bila na 56,1%.

Prema podacima DZS-a, „u zemlje članice EU-a je u prva tri mjeseca 2023. godine izvezeno roba u vrijednosti 4 milijarde eura ili 12,3% više nego u istom razdoblju godinu ranije. Istodobno je vrijednost uvezene robe u prva tri mjeseca 2023. iz članica EU-a porasla za 8%, na 7,5 milijardi eura. Što se tiče izvoza u zemlje nečlanice EU-a registriran je rast za 16,8%, na 1,8 milijardi eura, uz istodobno tek blagi porast robnog uvoza iz zemalja koje nisu članice EU-a, za 0,3 posto, na 2,3 milijarde eura“. (Izvoz.gov.hr, 2023) Sve navedeno ukazuje na deficit u vanjskotrgovinskoj bilanci RH.

U Hrvatskoj samo oko 15% poduzeća izvozi. Ipak, „ta poduzeća zapošljavaju 51% zaposlenih u svim poduzećima, investiraju 62%, ostvaruju oko 66% od ukupnih prihoda od prodaje te u razvoj ulažu čak oko 73% sredstava od ukupno ulaganih sredstava u razvoj. Također ostvaruju dobit od 76%. Rast takvih zdravih i naprednih poduzeća čini ukupnu hrvatsku ekonomiju snažnijom“. (Izvoz.gov.hr, 2023)

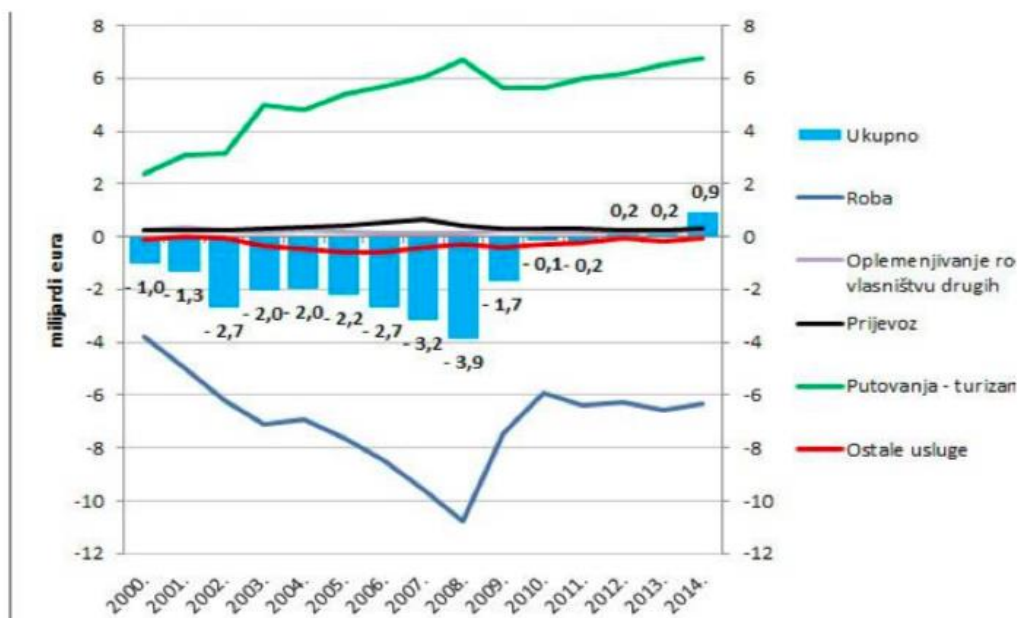
Statistički pokazatelji ukazuju na to da je izvozna komponenta hrvatskog turizma daleko veća od uvozne, što je moguće vidjeti u Grafikonu 4.



**Grafikon 4.** Neto uvoz roba i neto izvoz turizma (2000.-2014.) u Republici Hrvatskoj

Izvor: (Jurić, 2018, prema Bakić, 2015), *Utjecaj turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske*, dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A3102/datastream/PDF/view> (pristupljeno 13.05.2023.)

Iz prethodnog grafikona se može vidjeti da RH u čitavom razdoblju ostvaruje suficit u okviru turizma, a koji se prelijeva i na konačni saldo ukupne vanjske trgovine.



**Grafikon 5.** Platna bilanca hrvatskog turizma (2000.-2014.)

Izvor: (Jurić, 2018, prema Bakić, 2015), *Utjecaj turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske*, dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A3102/datastream/PDF/view> (pristupljeno 13.05.2023.)

Iz prethodnog grafikona može se primijetiti da je ukupna vanjskotrgovinska bilanca roba u Hrvatskoj tijekom cijelog razdoblja negativna, što znači da postoji deficit. S druge strane, bilanca vanjskotrgovinske razmjene putovanja, odnosno usluga, je uglavnom pozitivna i bilježi rast. Ovi podaci potvrđuju ranije objašnjeni pozitivan utjecaj turizma u tom smislu, a očekuje se nastavak ovog trenda u budućnosti.

### **2.2.2. Procjena utjecaja turizma na proračun RH**

Kao što je već ranije navedeno, turizam je u 2022. godini bio ključni izvor prihoda za Republiku Hrvatsku, s udjelom od 19% u bruto domaćem proizvodu. Ti prihodi dolaze iz različitih izvora, uključujući turističke usluge, smještajne kapacitete, restorane i transport.

Porezni prihodi od turizma čine značajan dio proračuna Republike Hrvatske. Vrlo su važan izvor financiranja javnih usluga i infrastrukture, a dijele se na direktne (porez na dodanu vrijednost, turistički porezi, boravišna pristojba, ekološki porezi, troškovi izdavanja viza, trošarine, porez na potrošnju) i indirektne (porez na dobit, porez na dohodak i prirez, porez na kuće za odmor, porez na tvrtku ili naziv te porez na korištenje javnih površina).

Turizam također ima značajan utjecaj na zaposlenost u Republici Hrvatskoj. U 2021. godini, udio stanovnika zaposlenih u turizmu RH iznosio je 37,6%. (Eurostat, 2023) Taj podatak još više ukazuje na važnost turizma kao generatora zapošljavanja i smanjenja nezaposlenosti.

Proračunu Republike Hrvatske također doprinose investicije u turizam. Ove investicije mogu potaknuti gospodarski rast, stvoriti nova radna mjesta te povećati prihode od turizma koji se odražavaju na proračun.

Turizam također ima važan utjecaj na lokalne zajednice u Republici Hrvatskoj. Turizam pridonosi lokalnom razvoju kroz razne kanale, uključujući povećanje potrošnje lokalnih proizvoda, razvoj infrastrukture, očuvanje kulturne baštine i održivi razvoj turističkih destinacija. Održivi razvoj može se opisati kao ciljni trokut u kojem se uravnotežuju tri naizgled konfliktna područja: okoliš, društvo i ekonomija. Ta tri elementa u turističkom razvoju moraju biti iskorištena na način da promoviraju ekološku odgovornost, ekonomsku efikasnost i društveno osjetljiv turizam na svim razinama. (Čavlek i sur., 2011)

### 3. Ovisnost o turizmu u vanjskotrgovinskoj bilanci Republike Hrvatske

Turizam je postao vitalni sektor hrvatskog gospodarstva, koji ima značajan utjecaj na vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske. U ovom poglavlju analizira se ovisnost o turizmu u vanjskotrgovinskoj bilanci te se razmatraju ključni aspekti koji su povezani s tim.

#### 3.1. Ovisnost o sezonalnosti i nepredvidivosti turističke industrije

Turizam je jedna od ključnih gospodarskih grana u Republici Hrvatskoj, ali je istovremeno i izložen sezonalnosti i nepredvidivosti. Ova ovisnost o sezonalnosti proizlazi iz prirode turizma koji je snažno povezan s godišnjim dobima i vremenskim uvjetima. Nepredvidivost se javlja zbog faktora kao što su globalni ekonomski uvjeti, prirodne katastrofe, politička nestabilnost i promjene u preferencijama turista.

Hrvatska gospodarska komora i Državni zavod za statistiku aludiraju na izraženu sezonalnost u Republici Hrvatskoj. Prema podacima za posljednjih deset godina, najveći broj turista dolazi u Hrvatsku tijekom ljetnih mjeseci, posebno u srpnju i kolovozu, dok dolasci tijekom zimskih mjeseci znatno opadaju. Sezonalnost je posebno izražena na obali i otocima, gdje turizam često predstavlja glavni izvor prihoda. U tablici 5 prikazani su dolasci turista po mjesecima u 2021. godini, a u tablici 6 su noćenja turista od siječnja do prosinca 2021. godine.

**Tablica 5.** Dolasci turista po mjesecima u 2021.

Dolasci turista	DOLASCI TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
Siječanj	87.634	18.770	68.864	21,4	78,6
Veljača	104.074	23.339	80.735	22,4	77,6
Ožujak	132.625	31.705	100.920	23,9	76,1
Travanj	219.621	54.405	165.216	24,8	75,2
Svibanj	407.230	96.778	310.452	23,8	76,2
Lipanj	1.370.500	369.586	1.000.914	27,0	73,0
Srpanj	3.532.751	858.318	2.674.433	24,3	75,7
Kolovoz	4.067.300	990.587	3.076.713	24,4	75,6
Rujan	1.760.678	519.632	1.241.046	29,5	70,5
Listopad	636.814	211.796	425.018	33,3	66,7
Studeni	220.572	59.870	160.702	27,1	72,9
Prosinac	235.995	52.469	183.526	22,2	77,8

Izvor: DZS, *Turizam u brojkama 2021.*, dostupno na:

[https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf)

(pristupljeno 19.05.2023.)

Iz prethodne tablice može se zaključiti da je najviše dolazaka turista u Republici Hrvatskoj 2021. godine ostvareno u kolovozu, potom u srpnju te rujnu i lipnju, što ukazuje na veliku sezonalnost. Najmanje dolazaka ostvareno je u siječnju, veljači i ožujku.

**Tablica 6.** Noćenja turista po mjesecima u 2021.

Noćenja turista					
	NOĆENJA TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
Siječanj	249.008	50.281	198.727	20,2	79,8
Veljača	245.157	50.389	194.768	20,6	79,4
Ožujak	359.614	82.923	276.691	23,1	76,9
Travanj	668.067	162.636	505.431	24,3	75,7
Svibanj	1.501.764	359.483	1.142.281	23,9	76,1
Lipanj	6.517.534	1.727.600	4.789.934	26,5	73,5
Srpanj	20.956.215	5.120.744	15.835.471	24,4	75,6
Kolovoz	26.198.107	6.615.809	19.582.298	25,3	74,7
Rujan	10.190.746	3.104.196	7.086.550	30,5	69,5
Listopad	2.185.746	744.011	1.441.735	34,0	66,0
Studeni	576.070	139.571	436.499	24,2	75,8
Prosinac	553.931	115.415	438.516	20,8	79,2

Izvor: DZS, *Turizam u brojkama 2021.*, dostupno na:

[https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf)

(pristupljeno 19.05.2023.)

Govoreći o noćenju turista po mjesecima, u 2021. godini je najviše noćenja ostvareno u kolovozu i srpnju, a potom u rujnu te u lipnju. Najmanje je noćenja ostvareno u veljači i siječnju. Usporedbe radi, u kolovozu je bilo ukupno 26.198.107 noćenja, a u veljači 245.157 noćenja.

Ovisnost o sezonalnosti turističke industrije može imati značajan utjecaj na gospodarsku stabilnost zemlje. Prema istraživanju provedenom od strane Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, sezonalni karakter turizma rezultira periodičnim fluktuacijama u zaposlenosti i prihodima. Ovo može dovesti do nejednake raspodjele dohotka i problema sa održavanjem radnih mjesta izvan sezone. (Ministarstvo turizma i sporta, 2022)

Nepredvidivost turističke industrije također je bitan faktor. Promjene u globalnim ekonomskim uvjetima mogu imati značajan utjecaj na turističku potražnju. Na primjer, svjetska financijska kriza 2008. godine utjecala je na pad broja turista koji su posjetili Hrvatsku, što je dovelo do smanjenja prihoda od turizma. (Solić, 2015) Dodatno, prirodne katastrofe poput poplava ili požara mogu imati negativan utjecaj na turizam, ometajući putovanja i uzrokujući oštećenja turističke infrastrukture. Primjer za to je poplava koja je pogodila dijelove obalnog područja

Hrvatske 2017. godine, što je rezultiralo smanjenjem broja dolazaka turista i padom prihoda u turizmu. (Sabor RH, 2018)

Također, politička nestabilnost u određenim regijama ili zemljama može značajno utjecati na turističku industriju. Primjer za to je politička situacija u susjednim zemljama Balkana tijekom 90-ih godina prošlog stoljeća, koja je negativno utjecala na turističke tokove u Hrvatsku. (Bakić, 2005) Promjene u preferencijama turista također mogu utjecati na nepredvidivost turizma. Turistička tržišta se mijenjaju, a turisti sve više traže nove destinacije i iskustva, što može dovesti do promjena u turističkim tokovima. (Šimleša, 2018)

Zaključno se može reći da ovisnost o sezonalnosti i nepredvidivosti turističke industrije u Republici Hrvatskoj predstavlja izazov za održavanje stabilnosti i održivosti turizma. Sezonalnost uzrokuje fluktuacije u zaposlenosti i prihodima, dok nepredvidivost proizlazi iz globalnih ekonomskih uvjeta, prirodnih katastrofa, političke nestabilnosti i promjena u preferencijama turista. Razumijevanje ovih aspekata omogućuje donositeljima politika i dionicima turističke industrije da razviju strategije za ublažavanje ovisnosti o sezonalnosti i suočavanje s nepredvidivim događajima.

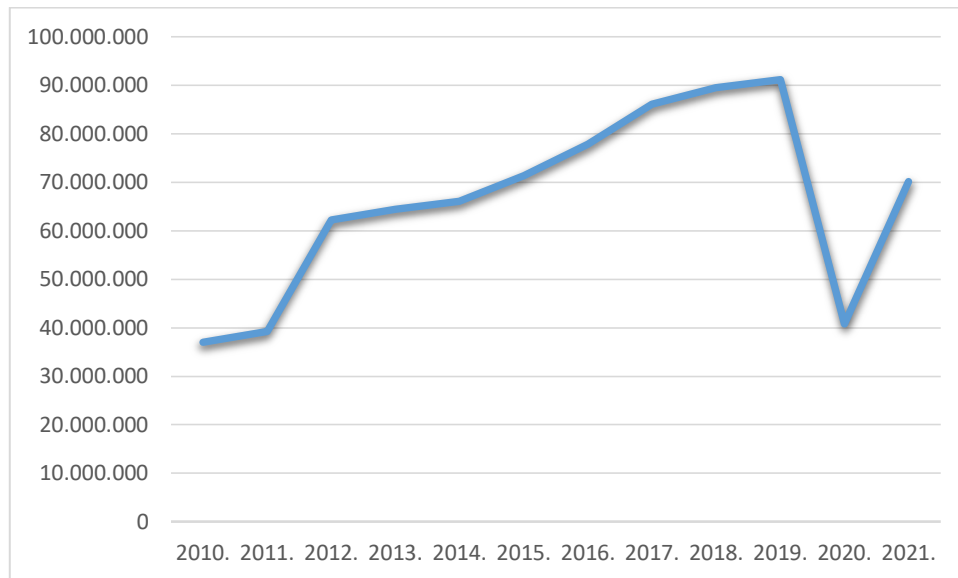
### **3.2. Mogućnost naglog pada u slučaju vanjskih šokova**

Turizam u Republici Hrvatskoj podložan je rizicima i mogućnosti naglog pada uslijed vanjskih šokova. Vanjski šokovi uključuju nepredviđene događaje i faktore koji mogu značajno utjecati na turističku industriju i doprinijeti padu turističkih dolazaka i prihoda.

Iznimno negativan utjecaj na turističku industriju u Hrvatskoj mogu imati prirodne katastrofe poput potresa, poplava ili požara. Potres koji je u prosincu 2020. godine pogodio Sisačko-moslavačku županiju godine je osim ljudskih i materijalnih gubitaka, također uzrokovao oštećenja turističke infrastrukture u blizini epicentra, poput hotela, restorana i atrakcija, što je dovelo do značajnog smanjenja turističkih dolazaka u to područje.

Također, epidemije ili pandemije bolesti su još jedan primjer vanjskog šoka koji može rezultirati naglim padom u turističkoj industriji. To je posebno vidljivo iz iskustva pandemije COVID-19. U Hrvatskoj se virus proširio sredinom ožujka 2020. godine. Zbog potrebnih restrikcija putovanja, zatvaranja granica i ograničenja putovanja koja je Vlada RH morala uvesti kao odgovor na pandemiju, utjecaj na turizam u Hrvatskoj bio je izrazito negativan. Dolasci i noćenja turista te prihodi od turizma značajno su se smanjili zbog smanjene potražnje, otkazivanja rezervacija i ograničenja u poslovanju turističkih objekata. U grafikonu 6 prikazana

su noćenja turista u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2021. godine, iz kojeg je moguće primijetiti kontinuiran rast kroz godine.



**Grafikon 6.** Noćenja turista (2010.-2021.)

Izvor: izrada autorice prema: Eurostat (2021.), *Nights spent at tourist accommodation establishments*, dostupno na:

[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR\\_OCC\\_NINAT/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_NINAT/default/table?lang=en)

(pristupljeno 12.05.2023.)

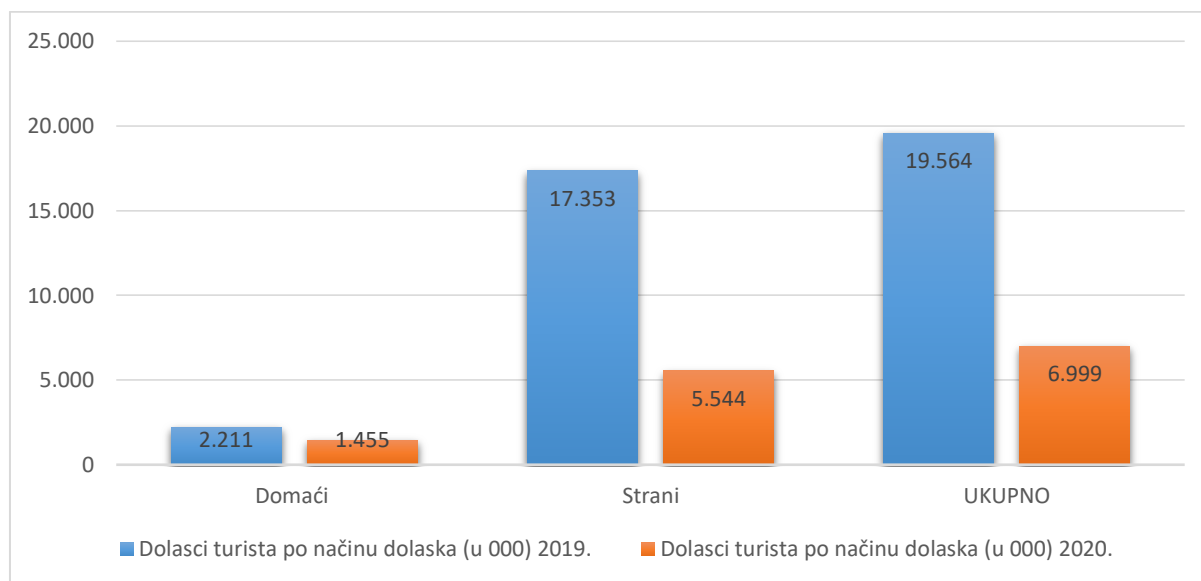
Pandemija koronavirusa posljedično je dovela do velikog pritiska na turističku industriju zemalja članica EU-a. Statistike 2020. godinu na globalnoj razini bilježe kao najgoru godinu u povijesti putovanja. Procjenjuje se da je međunarodni turizam pao za oko 60%, a gubitci u globalnom sektoru putovanja iznose preko 840 milijardi eura. Hrvatska je država članica EU-a koja najviše ovisi o turizmu, čak 24% BDP-a. S obzirom na to, pandemija je imala utjecaj na kretanja na domaćem tržištu. Iako je EU odgovorio na pandemiju brzim i promptnim politikama, predviđa se duboka recesija gospodarstva. (Benko, Krstanović, Sovulj, 2022: 4)

S padom od 74% u međunarodnim dolascima, 2020. godina se općenito bilježi kao najgora godina u povijesti putovanja. Smatra se da je ostavila najviše negativnih posljedica na hrvatsko gospodarstvo. U 2020. godini Hrvatska bilježi pad broja noćenja od 55,3% u odnosu na 2019. godinu. Ipak, neznatan pozitivan pomak ima domaći turizam. U Republici Hrvatskoj udio stranih gostiju u ukupnim statistikama noćenja općenito iznosi oko 90%, što je među najvećim udjelima na Mediteranu (uz Maltu i Cipar). Domaći su turisti 2020. godine ostvarili 13,3% od



ukupnog broja noćenja, uz pad od 23,7%, dok se za strane turiste bilježi pad broja noćenja od čak 58%. (Krešić Lončar, Sanpietro, Županić i sur., 2021: 4)

U nastavku se prikazuju dolasci turista prema načinu dolaska u 2019. u odnosu na 2020. godinu.



**Grafikon 7.** Dolasci turista po načinu dolaska 2019./2020.

Izvor: izrada autorice prema: *Turizam u brojkama 2020.*, dostupno na:

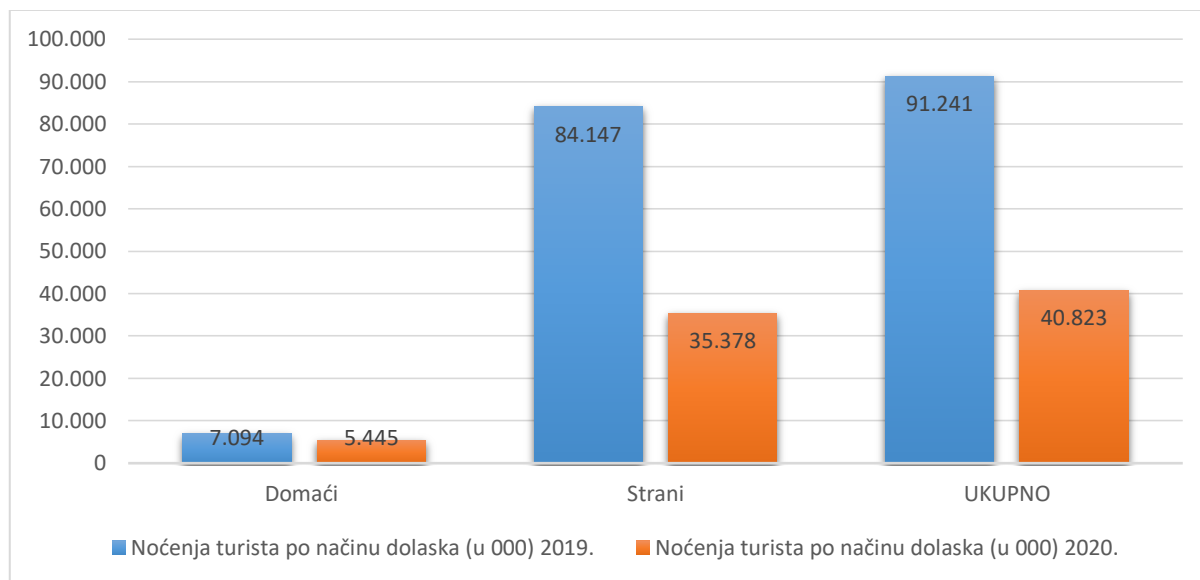
[https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) (pristupljeno 19.05.2023.)

Iz prethodnog grafikona može se vidjeti da su se u 2020. godini, kao posljedica pandemije COVID-19, drastično smanjili dolasci domaćih i stranih turista u turizmu u odnosu na 2019. godinu. U 2020. godini domaćih dolazaka ima manje za 34,1% u usporedbi s 2019. godinom, a stranih čak 68,0% manje. Ukupnih dolazaka (domaćih i stranih) je 64,2% manje u 2020. godini kao posljedica pandemije, spram godine ranije kada je turizam bio u svojoj punoj snazi. Dakle, može se zaključiti da su dolasci kroz godine rasli, da bi doživjeli vrhunac 2019. godine, a potom drastičan pad kao posljedica pandemije koronavirusa. Iako se 2021. godine povećao dolazak turista, situacija se spram 2020. godine poboljšala, ali još uvijek nije dostigla razinu 2019. godine.

Dakle, 2021. godine primjetan je postupni oporavak tržišta putovanja, no zbog visokih ograničenja putovanja broj međunarodnih dolazaka u periodu od siječnja do svibnja 2021. godine bio je 85% manji spram istog razdoblja 2019. godine, uz 65%-tni pad spram 2020. godine. Iako su postojale sumnje u uspjeh turističke sezone, povoljnija epidemiološka situacija i mjere Vlade RH imale su uspjeha te je 2021. godina ipak bila prilično dobra, posebice kada

se uspoređi s 2020. godinom, najgorom u povijesti putovanja. (Krešić Lončar, Sanpietro, Županić, 2021: 9)

U sljedećem grafikonu prikazana su noćenja turista u turizmu Republike Hrvatske u 2019. i 2020. godini.



**Grafikon 8.** Noćenja turista po načinu dolaska 2019./2020.

Izvor: izrada autorice prema: *Turizam u brojkama 2020.*, dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) (pristupljeno 19.05.2023.)

Iz prethodnog grafikona može se također primijetiti drastičan pad noćenja turista u 2020. godini spram 2019. godine, baš kao i kada su u pitanju dolasci. U kategoriji domaćih dolazaka bilježi se pad od 23,2% 2020. naspram 2019. godine. U kategoriji stranih noćenja u 2020. godini bilježi se pad od 57,9%, dok je ukupnih domaćih i stranih noćenja, u 2020. godini manje za 55,26% nego u 2019. godini. Usporedbe radi, u grafikonu 6 prikazana su noćenja domaćih i stranih turista u razdoblju od 2010. do 2021. godine iz čega se može zaključiti da su turistička noćenja, baš kao i dolasci, kroz godine rasla, da bi doživjela vrhunac 2019. godine, a potom drastičan pad kao posljedica pandemije koronavirusa. 2021. godine situacija je puno bolja negoli je to bilo 2020. godine kada se pandemija tek proširila svijetom.

Kao što je ranije navedeno, hrvatsko gospodarstvo u velikoj mjeri ovisi u sektoru turizma. Inozemni prihodi od turizma ostvarili su 13 milijardi eura što iznosi 19% BDP-a. (Stojić, 2023) Turističke djelatnosti donose čak 88,3% izravne bruto vrijednosti turizma u hrvatskom gospodarstvu. (Rašić, 2020) Usporedbe radi, turistički prihodi u 2018. i 2019. godini iznosili

su čak 18,3% i 21% BDP-a, da bi se u 2020. i 2021. smanjili na 8,9% i 15,8% BDP-a kao posljedica negativnih učinaka pandemije na turističku potražnju. Međutim, tako smanjeni prihodi od turizma u pandemijskim godinama bili su i dalje, kada se izraze kao udjel u BDP-u, uvjerljivo najveći u cijeloj Europskoj uniji. (Lidermedia.hr, 2022) U nastavku u tablici prikazano je kretanje BDP-a i prihoda od turizma 2020. i 2021. godine.

**Tablica 7.** BDP i prihodi od turizma 2020./2021.godine

	<b>2020.</b>	<b>2021.</b>	<b>INDEKS 2021./2020.</b>
BDP	50.224	57.232	114,0
PIHODI OD TURIZMA (u mil EUR)*	4.813,5	9.121,8	189,5
UDJEL TURIZMA U BDP-u (u %)	9,6	15,9	166,3

\*Izvor: Hrvatska Narodna Banka

Izvor: izrada autorice prema: DZS, *Turizam u brojkama 2021.*, dostupno na:

[https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf)  
(pristupljeno 18.05.2023.)

Iz prethodne tablice može se vidjeti da je 2020. godine BDP iznosio 50.224 mil. eura, a u 2021. prema procjeni 57.232 mil. eura. Prihodi od turizma 2021. godine iznosili su 9.121,8 mil. eura, a 2020. godine 4.813,5 mil. eura. Udio turizma u BDP-u Hrvatske iznosio je 9,6% 2020. godine te 15,9% 2021. godine.

Turistička aktivnost je u 2019. godini u Hrvatskoj generirala 11,8% od ukupno ostvarenog BDP-a. Bruto dodana vrijednost turističkih aktivnosti u toj godini je iznosila 10,9 milijardi eura (24,4% ukupno ostvarene bruto dodane vrijednosti te godine). (Lidermedia.hr, 2022)

Prema podacima Ministarstva turizma i sporta, u 2022. godini prihodi od stranih turista su iznosili 13,1 milijardi eura, što je za 44% više u odnosu na 2021. godinu dok su u odnosu na dosada rekordnu 2019. godinu prihodi viši za 24%. No kad se usporede podaci iz pandemijske 2020. godine, gdje su prihodi od stranih turista bili za 89% manji u odnosu na 2021., vidljivo je da je pandemija uzrokovala nagli pad prihoda. Navedeno poboljšanje u 2021. u odnosu na 2020. godinu vjerojatno je posljedica mjera Vlade RH i kvalitetne pripreme cjelokupnog sektora, zbog čega je turistički sustav održan stabilnim. (Ministarstvo turizma i sporta, 2023)

Navedeno pokazuje kako vanjski troškovi mogu prouzročiti nagli pad u turizmu. Važno je da turistička industrija u Hrvatskoj bude svjesna takvih rizika i poduzme mjere kako bi se ublažili njihovi učinci. To može uključivati razvoj strategija za upravljanje krizama, diverzifikaciju turističke ponude te promociju manje poznatih destinacija kako bi se smanjila ovisnost o nekoliko glavnih turističkih centara. Također, ulaganje u razvoj infrastrukture za prevenciju i

ublažavanje prirodnih katastrofa, kao i razvoj sigurnosnih protokola i mjera za suzbijanje epidemija, može biti ključno za minimiziranje utjecaja vanjskih troškova na turizam.

Zaključno se može reći da vanjski troškovi mogu biti nepredvidivi i da se mogu javiti iz različitih izvora. Stoga je potrebno redovito pratiti globalne trendove, analizirati rizike i osigurati pravovremene i prilagodljive strategije upravljanja krizama u turističkoj industriji.

### **3.3. Usporavanje razvoja drugih sektora u gospodarstvu RH**

Visoka ovisnost o turizmu može dovesti do usporavanja razvoja drugih sektora gospodarstva. Značajan dio resursa, kapitala i radne snage usmjerava se prema turizmu, što smanjuje mogućnosti za razvoj drugih sektora kao što su industrija, poljoprivreda ili informacijske tehnologije. Ovo usporavanje razvoja drugih sektora može rezultirati manjom diverzifikacijom gospodarstva i povećanom osjetljivošću na promjene u turističkom sektoru.

Također, snažan fokus na turizam može dovesti do neravnoteže u gospodarstvu i nedostatka diverzifikacije izvora prihoda. U situacijama kada turistička industrija doživi pad ili krizu, nedostatak alternativnih izvora prihoda može uzrokovati ozbiljne ekonomske probleme i visoku stopu nezaposlenosti.

Navedeni faktori ukazuju na važnost razvoja drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu i osigurala dugoročna održivost. Diverzifikacija gospodarstva može se postići kroz poticanje ulaganja u druge sektore, podršku razvoju inovacija i tehnološkog napretka te jačanje konkurentnosti na međunarodnom tržištu.

## **4. Rješenja za smanjenje ovisnosti o turizmu i povećanje konkurentnosti drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske**

U nastavku se navode neka rješenja za smanjenje ovisnosti o turizmu i povećanje konkurentnosti drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske. Pritom se obrađuju neke ključne strategije i mjere koje se mogu primijeniti kako bi se smanjila ovisnost o turizmu i potaknuo razvoj drugih sektora u hrvatskom gospodarstvu. U nastavku se razmatraju sljedeće teme: razvoj alternativnih izvora prihoda u turističkoj industriji, poticanje razvoja drugih sektora gospodarstva te diverzifikacija izvoza kao ključna rješenja navedenog problema.

### **4.1. Razvoj alternativnih izvora prihoda u turističkoj industriji**

Turizam je dugi niz godina bio glavni pokretač gospodarstva Republike Hrvatske. Međutim, kako bi se smanjila ovisnost o turizmu i osigurala dugoročna stabilnost gospodarstva, potrebno je razviti alternative izvorima prihoda u turističkoj industriji.

Jedan od glavnih pravaca razvoja alternativnih izvora prihoda je ruralni turizam. Ovaj se oblik turizma uobičajeno razvija na selu i u prirodi, a ovisi o krajoliku, naslijeđu, kulturi i ruralnom životu. (Geić, 2011) Sela i ruralna područja diljem Hrvatske pružaju mogućnost da turisti dožive autentično iskustvo života na selu, uživajući u tradicionalnoj hrani, običajima i prirodnim ljepotama. Ovo stvara nove mogućnosti za lokalne zajednice da razvijaju svoje selo kao turističku destinaciju i stvaraju prihode od smještaja, agroturizma, seoskog domaćinstva i raznih aktivnosti poput biciklizma, planinarenja i degustacija autohtonih proizvoda. Hrvatska se može inspirirati dobrim praksama drugih zemalja poput Slovenije, koja je uspješno razvila seoski turizam kao alternativu glavnim turističkim destinacijama. (Meler, 2010)

Osim toga, treba ulagati u razvoj zdravstvenog i wellness turizma. Hrvatska ima izvrsne prirodne ljepote i blagu klimu koja je pogodna za wellness i zdravstveni turizam. Promocija prirodnih ljekovitih izvora, termalnih i ljekovitih voda te medicinskih centara mogla bi privući posjetitelje koji traže zdravstvene usluge i rehabilitaciju. (Radošević, 2013) S pandemijom COVID-19, briga o mentalnom zdravlju je postala prioritet za mnoge ljude. Očekuje se da će ljudi nastaviti tražiti načine kako održati svoje mentalno zdravlje, a wellness industrija će biti usmjerena na pružanje usluga i proizvoda koji se fokusiraju na ovo područje. Primjeri uključuju aplikacije za mentalno zdravlje, virtualne terapije i savjete te proizvode za opuštanje i smanjenje stresa, kao što su meditacijski jastuci, aromaterapijske svijeće i slično. (Global Wellness Summit, 2022)

Održivi turizam također igra važnu ulogu u razvoju alternativnih izvora prihoda. Održivi turizam je onaj koji udovoljava potrebama turista i domicilnog stanovništva istovremeno čuvajući resurse budućeg razvoja, „što podrazumijeva upravljanje resursima tako da se zadovolje osnovni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi uz istodobno očuvanje kulturnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti“. (Marijanović, 2016:14) Hrvatska ima bogatu prirodnu baštinu s nacionalnim parkovima, parkovima prirode i zaštićenim područjima koja privlače turiste zainteresirane za ekoturizam, avanturistički turizam i aktivnosti na otvorenom. Održive inicijative poput eko-kampova, zelenih hotela i ekoloških tura promiču očuvanje prirode i omogućuju lokalnim zajednicama da ostvare prihode izvan klasičnih turističkih centara.

Kulturni turizam također predstavlja alternativni izvor prihoda. Kulturni turizam „...označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe“. (Jelinčić, 2008:43) Hrvatska ima bogatu kulturnu baštinu s povijesnim gradovima, spomenicima, muzejima i festivalima koji privlače turiste zainteresirane za povijest, umjetnost i tradiciju. Razvoj kulturnog turizma omogućuje lokalnim zajednicama da ožive tradicionalne obrte, umjetničke radionice, prikazuju folklorne predstave i organiziraju tematske ture, što stvara nove prihodovne izvore.

Razvoj alternativnih izvora prihoda u turističkoj industriji Republike Hrvatske također uključuje digitalnu transformaciju. Uvođenje tehnoloških inovacija, poput online rezervacija, mobilnih aplikacija za turiste i digitalnog marketinga, omogućuje turističkim subjektima da dosegnu veći broj potencijalnih posjetitelja i povećaju prihode. Digitalni sadržaji poput virtualnih tura, interaktivnih vodiča i online promocije lokalnih proizvoda također doprinose privlačnosti destinacija i stvaranju dodatnih izvora prihoda.

Još neki alternativni izvori prihoda u turističkoj industriji RH mogu biti: razvoj kreativnog turizma, održivi prijevoz i ekološki prihvatljive opcije prijevoza, razvoj kongresnog turizma, razvoj sportskog i planinskog turizma i dr.

Zaključno se može reći da je razvoj alternativnih izvora prihoda u turističkoj industriji Republike Hrvatske ključan za osiguravanje održivosti i konkurentnosti.

## **4.2. Poticanje razvoja drugih sektora u gospodarstvu**

Da bi se povećala konkurentnost drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske, ključno je poticati njihov razvoj kroz različite politike i mjere.

Jedan od sektora koji bi mogao biti potencijalno razvijen je informacijska tehnologija. Potrebno je ulagati u obrazovanje, istraživanje i razvoj u području informacijske tehnologije te privlačiti investitore i stručnjake iz tog područja. Povećanje konkurentnosti IT sektora može rezultirati stvaranjem visokokvalitetnih radnih mjesta te poticanjem inovacija i digitalne transformacije u drugim sektorima. (Arnerić, 2016)

Osim toga, važno je ulagati u razvoj industrije visoke tehnologije. Poticanje istraživanja i razvoja u području biotehnologije, nanotehnologije, robotike i drugih naprednih tehnologija može donijeti nova rješenja, proizvode i usluge s visokom dodanom vrijednošću. (Razvoj.gov.hr, 2021)

Također, potrebno je podržati razvoj poljoprivrede i prehrambene industrije. Hrvatska ima bogate prirodne resurse i povoljne uvjete za razvoj ove industrije. Investicije u modernizaciju poljoprivredne proizvodnje, podrška lokalnim proizvođačima i promocija domaćih proizvoda mogu povećati konkurentnost sektora i otvoriti nova tržišta. (Njavro, 2012)

#### **4.3. Diverzifikacija izvoza**

Kako bi se smanjila ovisnost o jednom tržištu i povećala konkurentnost drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske, ključno je diverzificirati izvoz.

Jedan od načina za diverzifikaciju izvoza je proširenje postojećih tržišta. Hrvatska treba aktivno istraživati nove tržišne mogućnosti, uspostavljati poslovne veze i promovirati svoje proizvode i usluge na međunarodnoj razini. Također, važno je ulagati u promociju i brendiranje hrvatskih proizvoda kako bi se povećala njihova prepoznatljivost i konkurentnost na globalnom tržištu. (Radić i sur., 2018)

Identificiranje novih tržišnih potreba i trendova te prilagođavanje proizvodnje i ponude može otvoriti nove mogućnosti za izvoz. Na primjer, Hrvatska može istražiti mogućnosti izvoza visokokvalitetnih organskih proizvoda, ekološki prihvatljivih tehnologija ili specijaliziranih usluga. (Jurić Borić i sur., 2018)

Ulaganje u istraživanje i razvoj novih tehnologija može potaknuti inovacije i stvaranje visokovrijednih proizvoda koji imaju potencijal za izvoz. Potrebno je poticati suradnju između akademske zajednice, istraživačkih instituta i industrije kako bi se razvijale nove tehnologije i proizvodi koji su konkurentni na globalnom tržištu. (Tomljanović, 2017)

Diverzifikacija izvoza zahtijeva sustavne napore u identificiranju novih tržišta, prilagodbi proizvodnje i ponude, ulaganju u istraživanje i razvoj te promociji hrvatskih proizvoda i usluga na globalnoj razini. Samo kroz raznolikost izvoza može se smanjiti ovisnost o turizmu i

povećati konkurentnost drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske. (Bašić, Novak i Bošnjak, 2023)



## **5. Empirijsko istraživanje**

U petom poglavlju koje se odnosi na empirijsko istraživanje objasnit će se metodologija istraživanja. Interpretirat će se rezultati istraživanja stajališta ispitanika o ovisnosti turizma u vanjskotrgovinskoj bilanci te njezin utjecaj na druge sektore gospodarstva. Također će se prije samog zaključka objasniti ograničenja istraživanja te preporuke za buduća istraživanja.

### **5.1. Metodologija istraživanja**

Istraživanje je bilo provedeno kroz anketni upitnik te su dobiveni primarni podaci koji su zatim obrađeni u SPSS Statistics. Anketni upitnik je kreiran putem Google Forms obrasca te je bio u potpunosti anonimn. Izrađen upitnik je poslan na e-mail adrese, putem platformi Viber i WhatsApp te na razne grupe putem društvene mreže Facebook.

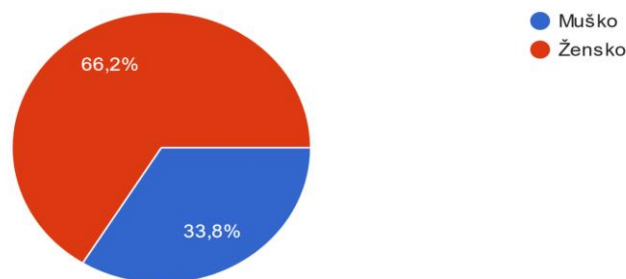
Dobivenim podacima iz upitnika koji će se zatim obraditi u SPSS Statistics-u će se potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze.

### **5.2. Rezultati istraživanja**

Rezultati istraživanja su primarni podaci dobiveni anketnim upitnikom na temelju kojeg je odrađena analiza te u skladu s time donesen zaključak samog istraživanja. Anketa je imala 26 pitanja zatvorenog tipa te se provodila u razdoblju od 01. svibnja do 17. svibnja 2023. godine, a ispunilo ju je 204 ispitanika. S obzirom da je cilj bio 150 ispitanika, konačan broj ispitanika je znatno bolji od očekivanog. Prva četiri pitanja u anketi odnosila su se na sociodemografski status ispitanika, deset pitanja procjenjuju iskustva ispitanika vezana uz zadovoljstvo turističkom ponudom Hrvatske, cijenama te sadržajima koje Hrvatska nudi u turizmu. Ostalih dvanaest pitanja postavljena su Likert ljestvicom gdje su ispitanici ocjenama od 1 do 5 ocjenjivali navedene tvrdnje; 1 – Uopće se ne slažem do 5 – U potpunosti se slažem, 1 – U potpunosti nisu promovirane do 5 – U potpunosti su promovirane te 1 – Bez ikakvih informacija do 5 – Izvrsno.

Prvo pitanje iz anketnog upitnika odnosilo se na spol ispitanika, a od ukupnog broja ispitanika, 66,2% je ženskog roda dok je 33,8% ispitanika muškog roda što je prikazano u grafikonu 9.

1. Spol  
204 odgovora

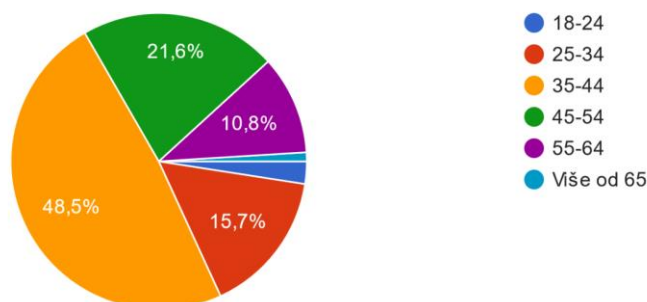


**Grafikon 9.** Struktura ispitanika prema spolu

Izvor: izrada autorice

Drugo pitanje odnosilo se na dob ispitanika, a od ukupnog broja ispitanika, najzastupljenija je dob ispitanika od 35-44 godina 48,5%, slijedi 45-54 godina 21,6%, zatim 25-34 godina 15,7% i 55-65 godina 10,8 % dok je najmanje ispitanika u dobi od 18-24 godina 2,5% te više od 65 godina, 1,0% ispitanika.

2. Dob  
204 odgovora



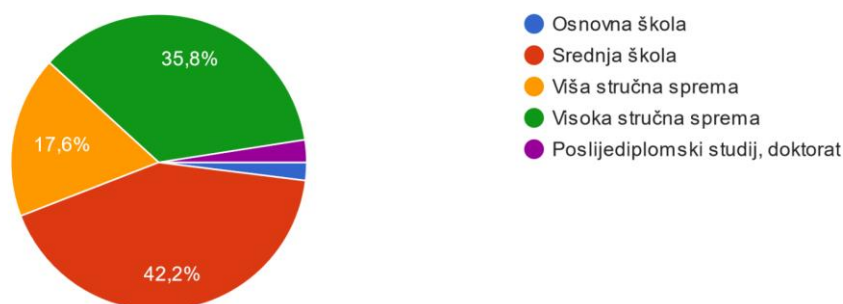
**Grafikon 10.** Dob ispitanika

Izvor: izrada autorice

Treće pitanje odnosilo se na stupanj završenog obrazovanja. Od ukupnog broja ispitanika, najviše ima stečenu srednju stručnu spremu 42,2%, zatim visoku stručnu spremu 35,8%, višu stručnu spremu 17,6%, dok je 2,5% ispitanika odgovorilo da ima poslijediplomski studij ili doktorat, a 2,0% ispitanika završenu osnovnu školu.

### 3. Stupanj (završenog) obrazovanja

204 odgovora



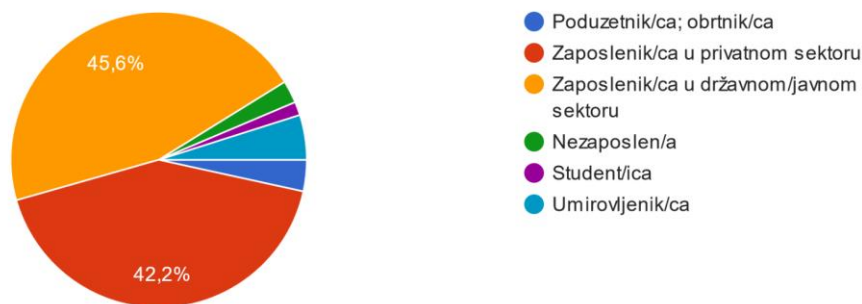
**Grafikon 11.** Stupanj (završenog obrazovanja) ispitanika

Izvor: izrada autorice

Četvrto pitanje odnosilo se na radnopravni status ispitanika, a najviši postotak zastupljenosti imaju zaposleni u državnom/javnom sektoru 45,6%, zatim privatnom sektoru 42,2%, dok su manji broj ispitanika, 4,9% umirovljenici, zatim slijede ispitanici koji su poduzetnici/obrtnici 3,4%, nezaposleni 2,5% dok je najmanje ispitanika trenutno u statusu studenta 1,5%.

### 4. Radnopravni status

204 odgovora



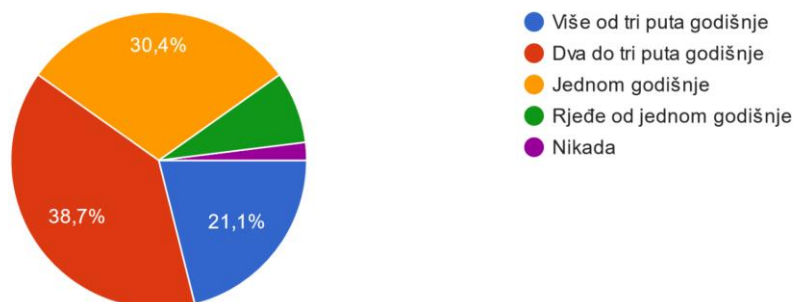
**Grafikon 12.** Radnopravni status ispitanika

Izvor: izrada autorice

Peto pitanje na koje su ispitanici odgovarali odnosilo se na učestalost korištenja turističkih usluga na području Republike Hrvatske. Najviše ispitanika, njih 38,7% odgovorilo je da koristi turističke usluge dva do tri puta godišnje, 30,4% jednom godišnje, 7,8% rjeđe od jednom godišnje dok je 2% ispitanika odgovorilo da nikada ne koristi turističke usluge na području Republike Hrvatske.

5. Koliko često koristite turističke usluge na području Republike Hrvatske?

204 odgovora



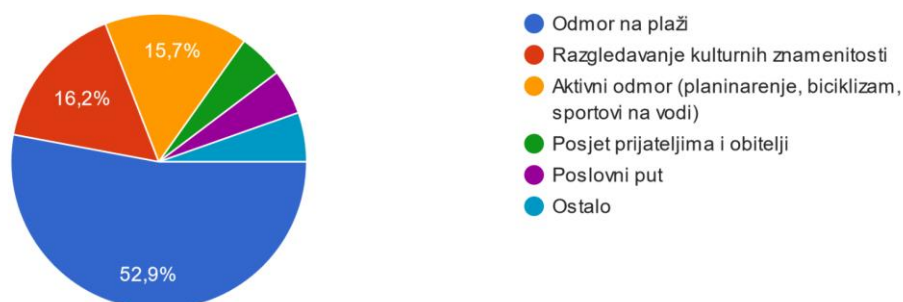
**Grafikon 13.** Učestalost korištenja turističkih usluga ispitanika

Izvor: izrada autorice

Šesto pitanje odnosilo se na odabir najčešćeg razloga za turističke aktivnosti u Hrvatskoj, a najveći broj ispitanika, njih 52,9% odgovorilo je odmor na plaži, 16,2% razgledavanje kulturnih znamenitosti, 15,7% aktivni odmor (planinarenje, biciklizam, sportovi na vodi), 5,4% ostalo, dok je jednak broj ispitanika, njih 4,9% odgovorilo da je razlog poslovni put te posjet prijateljima i obitelji.

6. Koji je Vaš najčešći razlog za turističke aktivnosti u Hrvatskoj?

204 odgovora



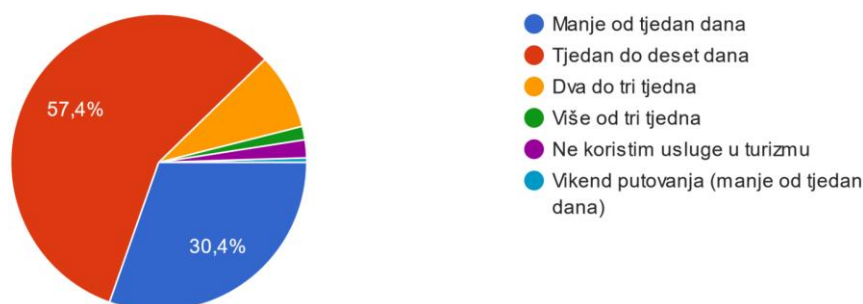
**Grafikon 14.** Najčešći razlog ispitanika za turističke aktivnosti

Izvor: izrada autorice

Na sedmo pitanje ispitanici su odgovarali koliko prosječno traje njihov turistički odmor, a najveći broj ispitanika, njih 57,4% odgovorilo je tjedan do deset dana, 30,4% manje od tjedan dana, 8,3% dva do tri tjedna, 2% ne koristi usluge u turizmu, 1,25% više od tri tjedna dok je 0,5% ispitanika odgovorilo da njihov odmor traje manje od tjedan dana.

### 7. Koliko dugo obično traje Vaš turistički odmor?

204 odgovora



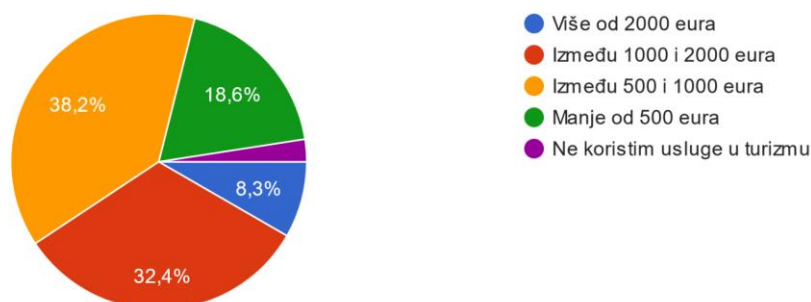
**Grafikon 15.** Duljina trajanja turističkog odmora ispitanika

Izvor: izrada autorice

Na osmom pitanju ispitanici su odgovarali koliki su u prosjeku njihovi troškovi za turističke aktivnosti u Hrvatskoj tijekom jedne godine. Najveći broj ispitanika, njih 38,2% odgovorilo je između 500 i 1000 eura, 32,4% između 1000 i 2000 eura, 18,6% manje od 500 eura, 8,3% više od 2000 eura dok je 2,5% ispitanika odgovorilo da ne koristi usluge u turizmu.

### 8. Koliko iznose vaši prosječni troškovi za turističke aktivnosti u Hrvatskoj tijekom jedne godine?

204 odgovora



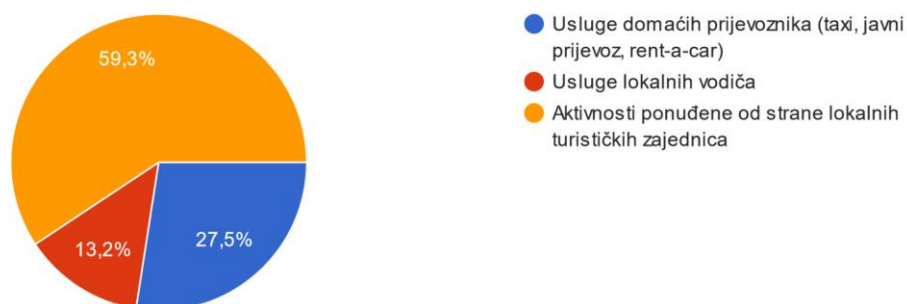
**Grafikon 16.** Prosječni troškovi ispitanika za turističke aktivnosti

Izvor: izrada autorice

Deveto pitanje se odnosilo na usluge koje ispitanici najviše koriste prilikom turističkih aktivnosti, a 59,3% ispitanika je odgovorilo da najviše koristi aktivnosti ponuđene od strane lokalnih turističkih zajednica, 27,5% usluge domaćih prijevoznika (taxi, javni prijevoz, rent-a-car) dok 13,2% koristi usluge lokalnih vodiča.

9. Koju od navedenih usluga najviše koristite prilikom turističkih aktivnosti?

204 odgovora



**Grafikon 17.** Najčešće korištene usluge ispitanika prilikom turističkih aktivnosti

Izvor: izrada autorice

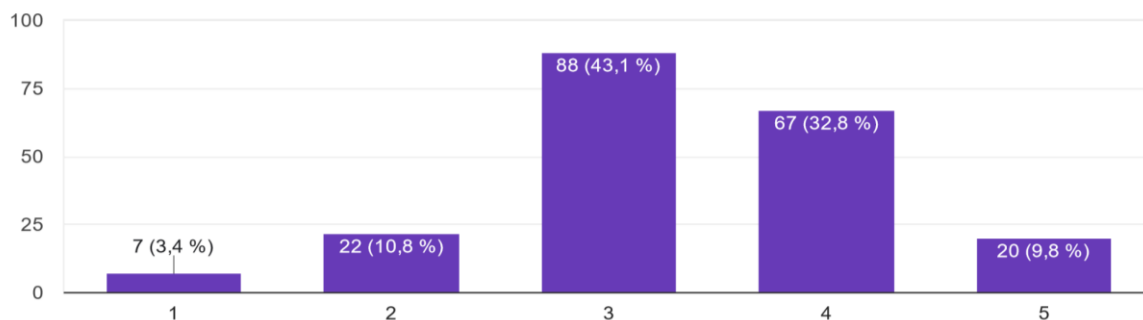
Deseto pitanje odnosilo se na informiranost ispitanika o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj koje su posjetili te su ocjenama od 1 do 5 ocijenili svoju informiranost. 88 ispitanika ili 43,1% je dovoljno dobro informirano, 67 ili 32,8% je vrlo dobro informirano, 22 ili 10,8% je u većoj mjeri loše informirano, 20 ili 9,8% je izvrsno informirano dok je samo 7 ili 3,4% ispitanika bez ikakvih informacija.

10. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom:

*"Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim"*

Pritom vrijedi: 1-bez ikakvih informacija, 2-u većoj mjeri loše, 3-dovoljno dobro, 4- vrlo dobro, 5-izvrsno

204 odgovora



**Grafikon 18.** Informiranost ispitanika o turističkoj ponudi Hrvatske

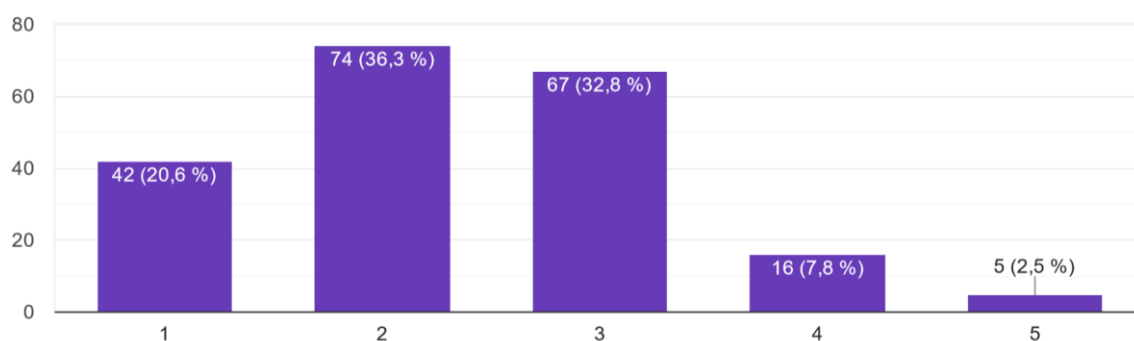
Izvor: izrada autorice

U jedanaestom pitanju ispitanici su ocjenama od 1 do 5 ocijenili svoje slaganje s tvrdnjom kako su cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu prikladne. 74 ispitanika ili 36,3% se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 67 ili 32,8% se niti slaže, niti se ne slaže, 42 ili 20,6% se u potpunosti ne slaže dok se 16 ili 7,8% slaže, a samo 5 ispitanika ili 2,5% se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom.

11. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne“

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

204 odgovora



**Grafikon 19.** Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu

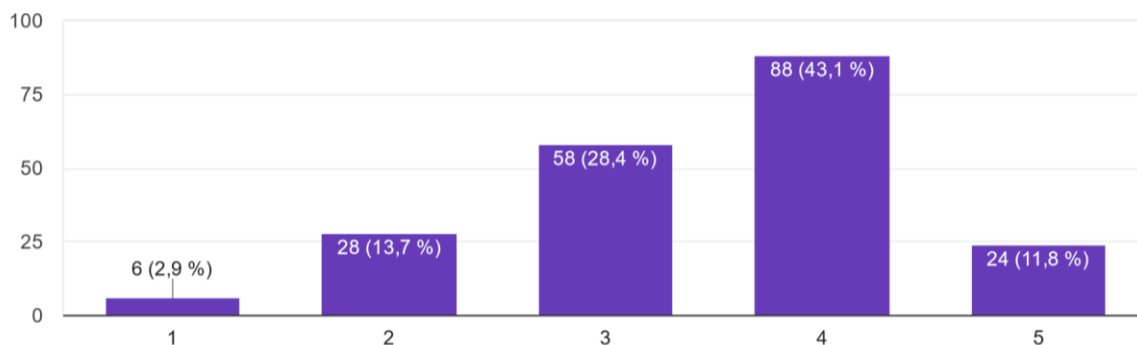
Izvor: izrada autorice

Dvanaesto pitanje odnosilo se na izraz stava ispitanika u odnosu na tvrdnju kako je hrvatska turistička ponuda raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne te su ispitanici ocjenama od 1 do 5 označavali svoje slaganje odnosno neslaganje s navedenom tvrdnjom. 88 ispitanika ili 43,1% se slaže, 58 ili 28,4% se niti slaže niti se ne slaže, 28 ili 13,7% se ne slaže, 24 ili 11,8% se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom dok se samo 6 ili 2,9% ispitanika u potpunosti ne slaže.

12. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne“

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

204 odgovora



**Grafikon 20.** Raznolikost turističke ponude i kvaliteta proizvoda i usluga

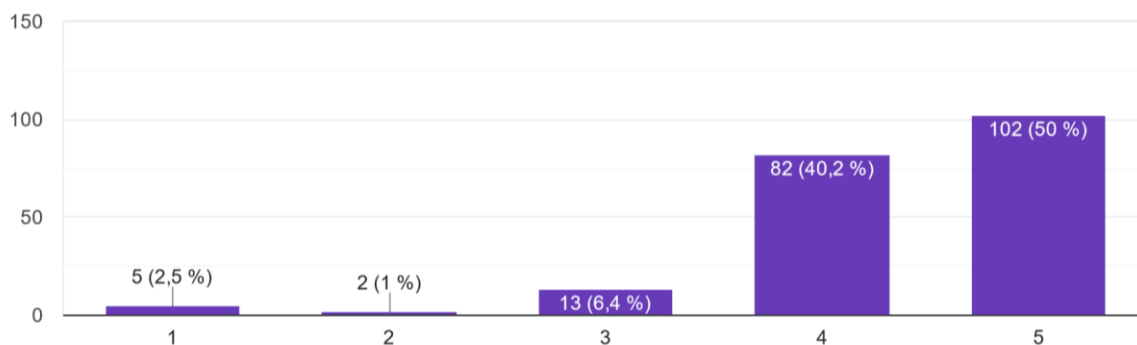
Izvor: izrada autorice

Ocjenom od 1 do 5, ispitanici su u trinaestom pitanju ocijenili svoje slaganje s tvrdnjom kako turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku. 102 ispitanika ili 50,0% se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, njih 82 ili 40,2% se slaže, 13 ili 6,4% se niti slaže niti se ne slaže, 5 ili 2,5% ispitanika se u potpunosti ne slaže, a 2 ili 1% ispitanika se ne slaže.

13. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku“

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

204 odgovora



**Grafikon 21.** Turizam kao važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku

Izvor: izrada autorice

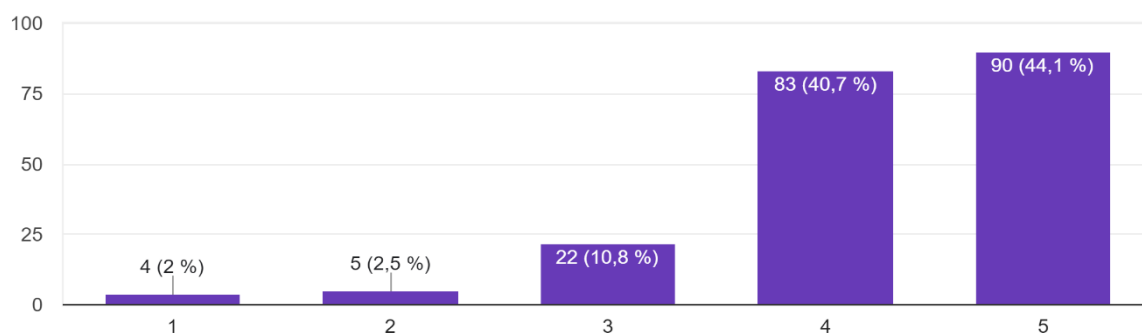


Grafikon 22 odnosi se na tvrdnju pod rednim brojem 14. te je u njemu vidljivo kako se 90 ispitanika ili 44,1% u potpunosti slaže s tvrdnjom da turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku zemlje, 83 ili 40,7% se slaže, 22 ili 10,8% se niti slaže niti se ne slaže, 5 ili 2,5% se ne slaže dok se 4 ili 2,0% ispitanika u potpunosti ne slaže s navedenom tvrdnjom.

14. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske“

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

204 odgovora



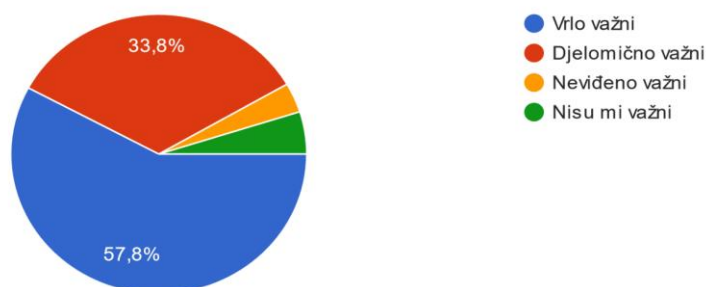
**Grafikon 22.** Značaj turizma za ekonomski i gospodarski razvitak Hrvatske

Izvor: izrada autorice

Na pitanje pod rednim brojem 15., 57,8% ispitanika odgovorilo je kako su im vrlo važni ekološki standardi i održivost u turističkoj ponudi Hrvatske, dok je 33,8% odgovorilo kako su im djelomično važni, za 4,9% ispitanika nisu važni, a za 3,4% su neviđeno važni.

15. Koliko su Vam važni ekološki standardi i održivost u turističkoj ponudi Hrvatske?

204 odgovora



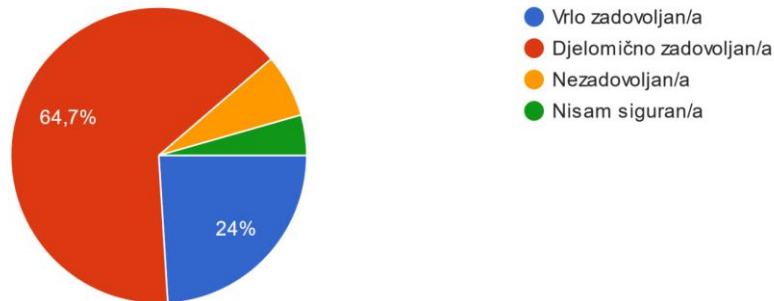
**Grafikon 23.** Važnost ekoloških standarda i održivosti

Izvor: izrada autorice

Grafikon 24 pokazuje kako je 64,7% ispitanika djelomično zadovoljno turističkim sadržajima i uslugama u Hrvatskoj, 24% ih je vrlo zadovoljno, dok je 6,9% ispitanika nezadovoljno, a 4,4% nije sigurno.

16. Koliko ste zadovoljni turističkim sadržajima i uslugama u Hrvatskoj?

204 odgovora



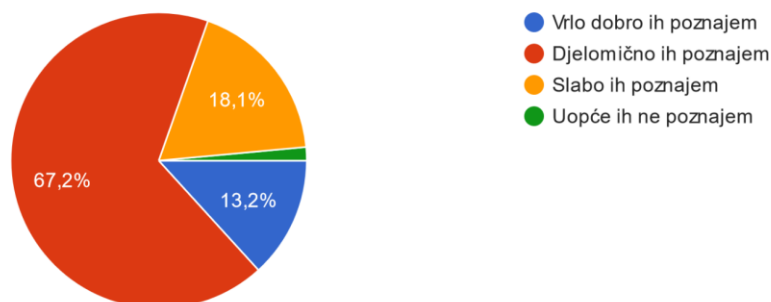
**Grafikon 24.** Zadovoljstvo turističkim sadržajima i uslugama

Izvor: izrada autorice

Na sedamnaesto pitanje je najveći broj ispitanika, njih 67,2% odgovorilo da djelomično poznaje druge industrije koje mogu doprinijeti gospodarskom rastu u Hrvatskoj osim turizma, dok je 18,1% ispitanika odgovorilo da ih poznaje slabo, 13,2% vrlo dobro, a 1,5% ih uopće ne poznaje.

17. Koliko su Vam poznate druge industrije koje mogu doprinijeti gospodarskom rastu u Hrvatskoj osim turizma?

204 odgovora



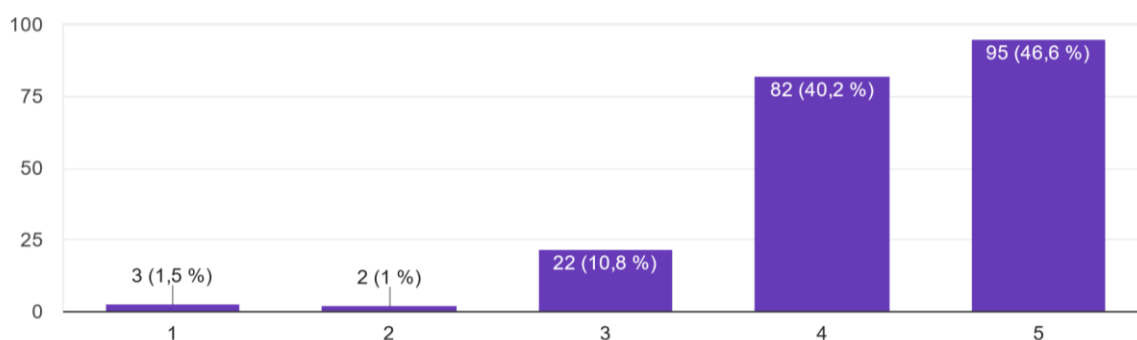
**Grafikon 25.** Informiranost ispitanika o industrijama

Izvor: izrada autorice

Grafikon 26 pokazuje stav ispitanika na tvrdnju da bi Republika Hrvatska trebala jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija. Tako je 95 ispitanika ili 46,6% odgovorilo da se u potpunosti slaže, 82 ili 40,2% se slaže, 22 ili 10,8% ispitanika se niti slaže niti se ne slaže, a 3 ili 1,5% se u potpunosti ne slaže, dok se 2 ili 1,0% ispitanika ne slaže s navedenom tvrdnjom.

18. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija“  
 Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

204 odgovora



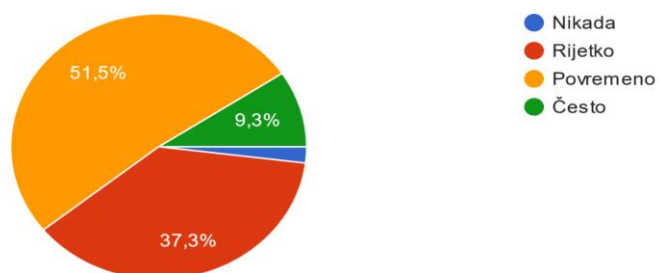
**Grafikon 26.** Primjena inovacija i novih tehnologija

Izvor: izrada autorice

Devetnaesto pitanje u upitniku odnosilo se na posjećenost manje poznatih turističkih destinacija u Hrvatskoj, a najviše ispitanika, njih 51,5% ih povremeno posjećuje, 37,3% ih rijetko posjećuje, 9,3% često, a 2,0% nikada ne posjećuje manje poznate turističke destinacije.

19. Koliko često posjećujete manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj?

204 odgovora



**Grafikon 27.** Posjet ispitanika manje poznatim turističkim destinacijama

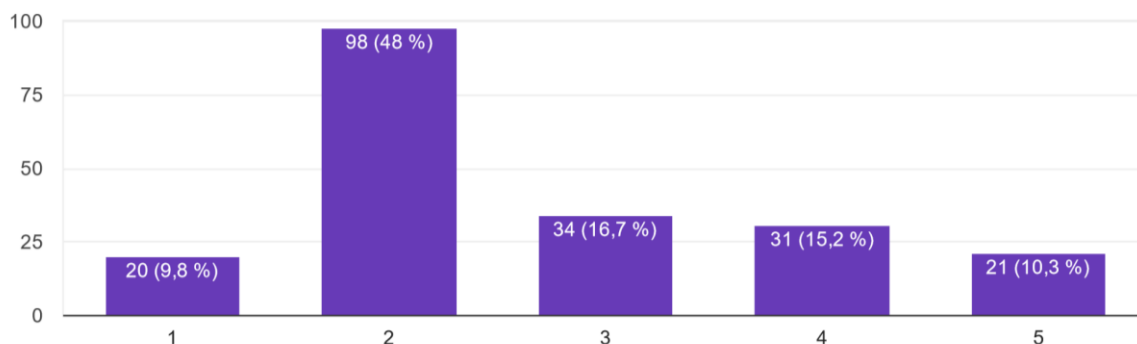
Izvor: izrada autorice

Grafikon br. 28 prikazuje stav ispitanika na tvrdnju o nedovoljnoj promoviranosti manje poznatih turističkih destinacija. Ispitanici su ocjenama od 1 do 5 iznosili svoje slaganje s navedenom tvrdnjom. Najveći broj ispitanika, 98 ili 48,0% smatra da nisu promovirane, 34 ili 16,7% smatra da su dovoljno promovirane, 31 ili 15,2% da su vrlo promovirane, 21 ili 10,3% da su promovirane u potpunosti dok 20 ili 9,8% ispitanika smatra da u potpunosti nisu promovirane.

20. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane“

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti nisu promovirane, 2- nisu promovirane, 3- dovoljno su promovirane, 4-vrlo su promovirane, 5- u potpunosti su promovirane

204 odgovora



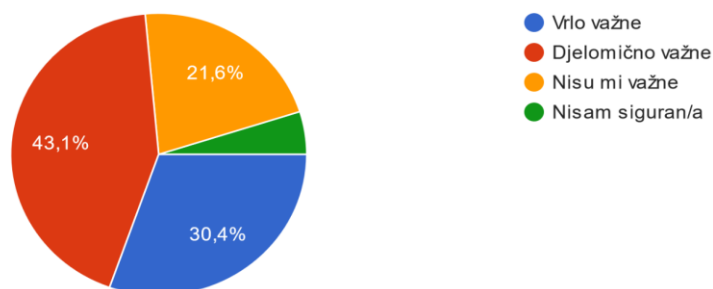
**Grafikon 28.** Promoviranost manje poznatih turističkih destinacija

Izvor: izrada autorice

Pitanje pod rednim brojem 21. odnosilo se na važnost aktivnosti poput planinarenja, biciklizma ili sportova na vodi u turističkoj ponudi Hrvatske. Najveći broj ispitanika, 43,1% odgovorio je da su im aktivnosti djelomično važne, 30,4% ispitanika su vrlo važne, 21,6% ispitanika nisu važne, dok je 4,9% ispitanika odgovorilo da nije sigurno.

21. Koliko su Vam važne aktivnosti poput planinarenja, biciklizma ili sportova na vodi u turističkoj ponudi Hrvatske?

204 odgovora



**Grafikon 29.** Važnost turističkih aktivnosti

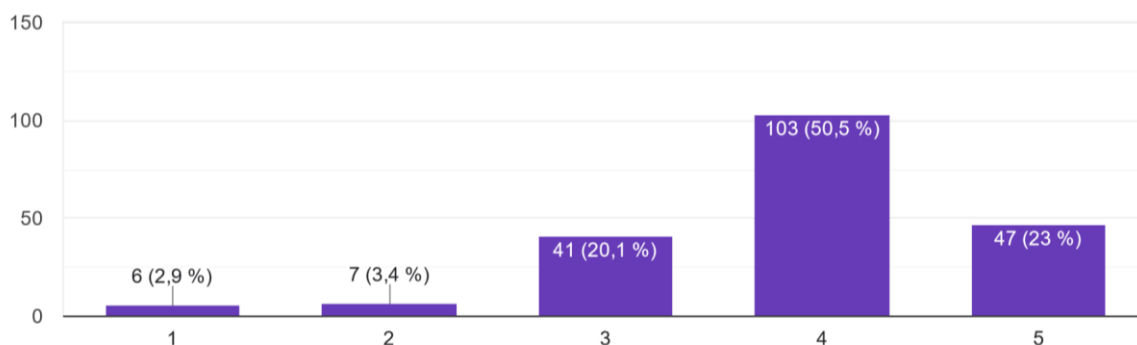
Izvor: izrada autorice

Grafikon 30 prikazuje stav ispitanika na tvrdnju pod rednim brojem 22. kako turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama. Ocjenom od 1 do 5, ispitanici su označavali svoje slaganje odnosno neslaganje s navedenom tvrdnjom. 103 ili 50,5% ispitanika se slaže, 47 ili 23,0% ispitanika se u potpunosti slaže, 41 ili 20,1% ispitanika se niti slaže niti se ne slaže, 7 ili 3,4% ispitanika se ne slaže dok se 6 ili 2,9% ispitanika u potpunosti ne slaže.

22. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)“

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

204 odgovora



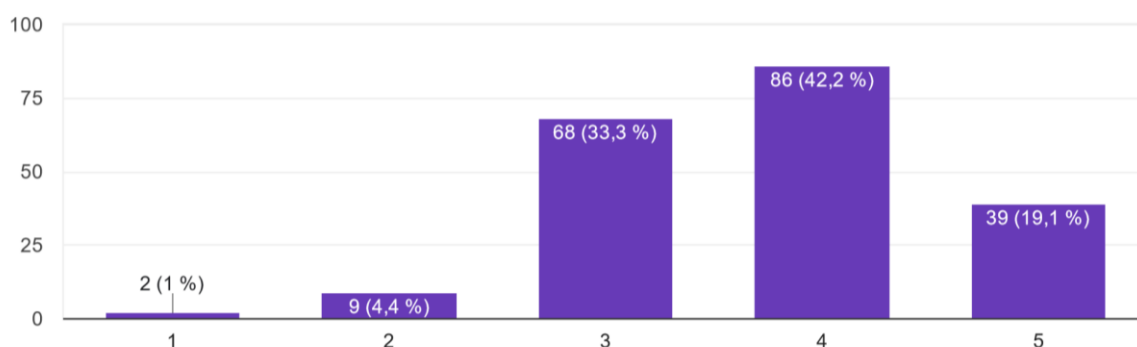
**Grafikon 30.** Turistička ponuda za određene interesne skupine

Izvor: izrada autorice

Grafikon 31 prikazuje ocjene od ispitanika od 1 do 5 na tvrdnju pod rednim brojem 23. 86 ili 42,2% ispitanika smatra da ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske te se slaže s tvrdnjom, 68 ili 33,3% ispitanika se niti slaže niti se ne slaže, 39 ili 19,1% ispitanika se u potpunosti slaže, 9 ili 4,4% se ne slaže, a 2 ili 1,0% ispitanika se u potpunosti ne slaže.

23. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske“  
Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

204 odgovora

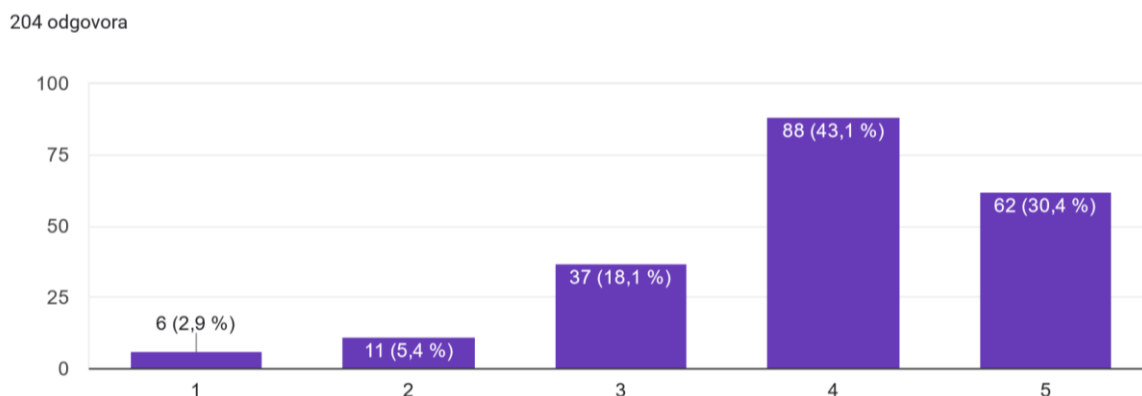


**Grafikon 31.** Problem ovisnosti o turizmu

Izvor: izrada autorice

Na tvrdnju pod rednim brojem 24., 88 ispitanika ili 43,1% ispitanika se slaže da vanjski šokovi poput pandemija, prirodnih katastrofa ili političkih kriza imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj, njih 62 ili 30,4% se u potpunosti slaže, 37 ili 18,1% ispitanika se niti slaže niti se ne slaže, 11 ili 5,4% se ne slaže, a 6 ili 2,9% ispitanika se u potpunosti ne slaže.

24. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj“  
Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

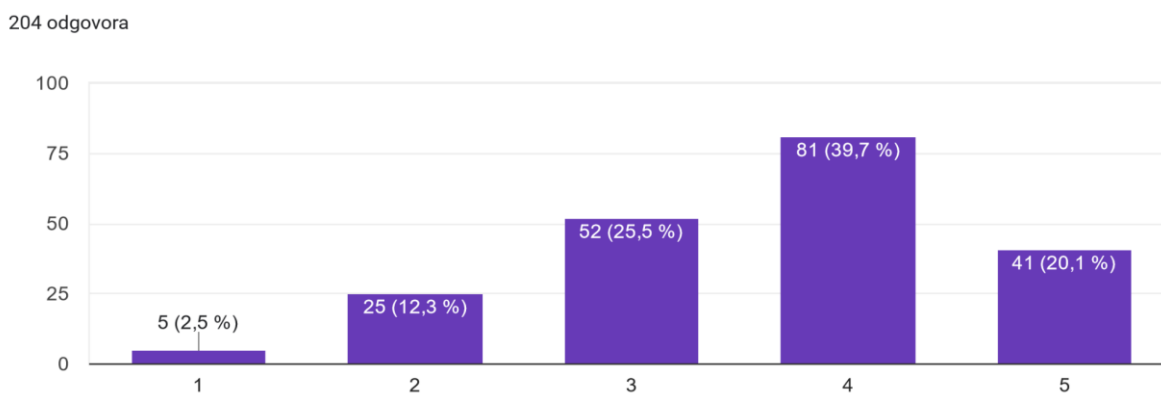


**Grafikon 32.** Negativni utjecaji na turističku sezonu

Izvor: izrada autorice

Grafikon 33 prikazuje ocjene ispitanika od 1 do 5 u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjom da velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj. 81 ili 39,7% ispitanika se slaže, 52 ili 25,5% se niti slaže niti se ne slaže, 41 ili 20,1% se u potpunosti slaže, 25 ili 12,3% se ne slaže dok se 5 ili 2,5% ispitanika u potpunosti ne slaže s navedenom tvrdnjom.

25. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj“  
Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

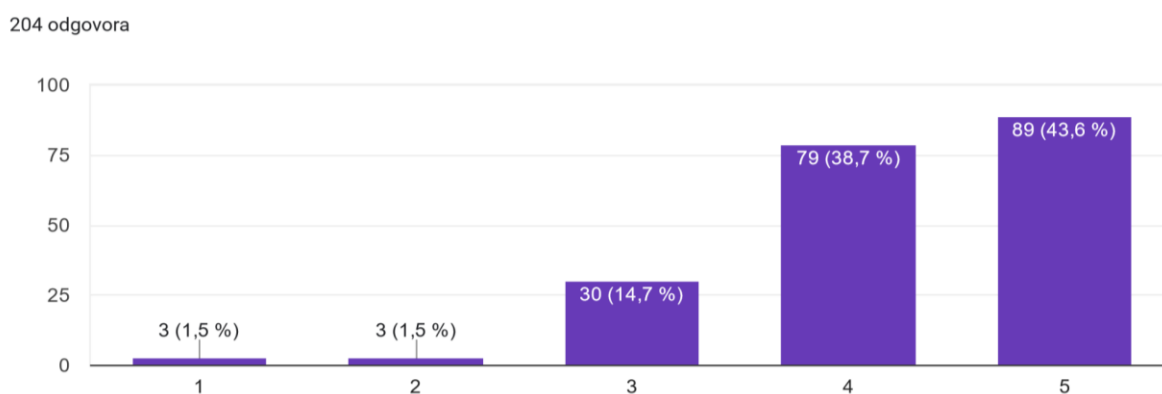


**Grafikon 33.** Razvoj drugih sektora gospodarstva

Izvor: izrada autorice

Posljednje pitanje u upitniku odnosilo se na stav ispitanika u kojoj mjeri se slažu da je potrebno više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj. 89 ili 43,6% ispitanika se u potpunosti slaže, 79 ili 38,7% se slaže, njih 30 ili 14,7% se niti slaže niti se ne slaže, dok se jednak broj ispitanika, 1,5% ne slaže te se u potpunosti ne slaže s navedenom tvrdnjom.

26. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: „Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj“  
Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem



**Grafikon 34.** Ulaganje u razvoj drugih sektora gospodarstva

Izvor: izrada autorice

Prethodno navedene rezultate istraživanja moguće je prikazati i na način da se napravi presjek ispitanika (uzorak istraživanja n=204) prema spolu, dobi, završenom obrazovanju te radnopravnom statusu u sljedećem tabličnom pregledu;



**Tablica 8.** Opis uzorka istraživanja (n=204)

	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>SPOL</b>		
Muški	69	33,8%
Ženski	135	66,2%
<b>DOB ISPITANIKA</b>		
18-24	5	2,5%
25-34	32	15,7%
35-44	99	48,5%
45-54	44	21,6%
55-64	22	10,8%
Više od 65	2	1,0%
<b>ZAVRŠENO OBRAZOVANJE</b>		
Osnovna škola	4	2,0%
Srednja škola	86	42,2%
Viša stručna sprema	36	17,6%
Visoka stručna sprema	73	35,8%
Poslijediplomski studij, doktorat	5	2,5%
<b>RADNOPRAVNI STATUS</b>		
Poduzetnik/ca; obrtnik/ca	7	3,4%
Zaposlenik/ca u privatnom sektoru	86	42,2%
Zaposlenik/ca u državnom/javnom sektoru	93	45,6%
Nezaposlen/a	5	2,5%
Student/ica	3	1,5%
Umirovljenik/ca	10	4,9%

Izvor: izrada autorice

**Tablica 9.** Prikaz čestica u statističkoj analizi

<b>1. Spol</b>	1. Muški		2. Ženski			
<b>2. Dob ispitanika</b>	1. 18-24	2. 25-34	3. 35-44	4. 45-54	5. 55-64	6. Više od 65
<b>3. Završeno obrazovanje</b>	1. Osnovna škola	2. Srednja škola	3. Viša stručna sprema	4. Visoka stručna sprema	5. Poslijediplomski studij, doktorat	
<b>5. Koliko često koristite turističke usluge na području Republike Hrvatske?</b>	1. Više od tri puta godišnje	2. Dva do tri puta godišnje	3. Jednom godišnje	4. Rjeđe od jednom godišnje	5. Nikada	
<b>6. Koji je Vaš najčešći razlog za turističke aktivnosti u Hrvatskoj?</b>	1. Odmor na plaži	2. Razgledavanje kulturnih znamenitosti	3. Aktivni odmor (planinarenje, biciklizam, sportovi na vodi)	4. Posjet prijateljima i obitelji	5. Poslovni put	6. Ostalo
<b>7. Koliko dugo traje Vaš turistički odmor?</b>	1. Manje od tjedan dana	2. Tjedan do deset dana	3. Dva do tri tjedna	4. Više od tri tjedna	5. Ne koristim usluge u turizmu	6. Vikend putovanja (manje od tjedan dana)
<b>8. Koliko iznose Vaši prosječni troškovi za turističke aktivnosti u Hrvatskoj tijekom jedne godine?</b>	1. Više od 2000 eura	2. Između 1000 i 2000 eura	3. Između 500 i 1000 eura	4. Manje od 500 eura	5. Ne koristim usluge u turizmu	
<b>9. Koju od navedenih usluga najviše koristite prilikom turističkih aktivnosti?</b>	1. Usluge domaćih prijevoznika (taxi, javni prijevoz, rent-a-car)		2. Usluge lokalnih vodiča		3. Aktivnosti ponuđene od strane lokalnih turističkih zajednica	
<b>10. Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim</b>	1. Bez ikakvih informacija	2. U većoj mjeri loše	3. Dovoljno dobro	4. Vrlo dobro	5. Izvrsno	

<b>11. Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
<b>12. Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
<b>13. Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
<b>14. Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
<b>15. Koliko su Vam važni ekološki standardi i održivost u turističkoj ponudi Hrvatske?</b>	1. Vrlo važni	2. Djelomično važni	3. Neviđeno važni	4. Nisu mi važni	
<b>16. Koliko ste zadovoljni turističkim sadržajima i uslugama u Hrvatskoj?</b>	1. Vrlo zadovoljan/a	2. Djelomično zadovoljan/a	3. Nezadovoljan/a	4. Nisam siguran/a	
<b>17. Koliko su Vam poznate druge institucije koje mogu doprinijeti gospodarskom rastu u Hrvatskoj osim turizma?</b>	1. Vrlo dobro ih poznajem	2. Djelomično ih poznajem	3. Slabo ih poznajem	4. Uopće ih ne poznajem	
<b>18. Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem

<b>19. Koliko često posjećujete manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj?</b>	1. Nikada	2. Rijetko	3. Povremeno	4. Često
---	-----------	------------	--------------	----------

<b>20. Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane</b>	1. U potpunosti nisu promovirane	2. Nisu promovirane	3. Dovoljno su promovirane	4. Vrlo su promovirane	5. U potpunosti su promovirane
---	----------------------------------	---------------------	----------------------------	------------------------	--------------------------------

<b>21. Koliko su Vam važne aktivnosti poput planinarenja, biciklizma ili sportova na vodi u turističkoj ponudi Hrvatske?</b>	1. Vrlo važne	2. Djelomično važne	3. Nisu mi važne	4. Nisam siguran/a
--	---------------	---------------------	------------------	--------------------

<b>22. Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
---	------------------------------	-----------------	--------------------------------------	--------------	---------------------------

<b>23. Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
---	------------------------------	-----------------	--------------------------------------	--------------	---------------------------

<b>24. Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
---	------------------------------	-----------------	--------------------------------------	--------------	---------------------------

<b>25. Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
--	------------------------------	-----------------	--------------------------------------	--------------	---------------------------

<b>26. Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj</b>	1. U potpunosti se ne slažem	2. Ne slažem se	3. Niti se slažem, niti se ne slažem	4. Slažem se	5. U potpunosti se slažem
---	------------------------------	-----------------	--------------------------------------	--------------	---------------------------

Izvor: izrada autorice

Tablica 10 prikazuje vrijednost koeficijenta pouzdanosti (cronbach alpha). Općenito, vrijednosti cronbach alphe iznad 0.7 smatraju se prihvatljivima, dok vrijednosti iznad 0.8 ukazuju na visoku pouzdanost. Dobivena vrijednost cronbachovog alpha koeficijenta iznosi 0.668. S obzirom na to da je ta vrijednost manja od 0.7, to ukazuje na određenu varijabilnost ili nedosljednost u odgovorima ispitanika.

Vrijednost cronbachovog alpha koeficijenta na temelju standardiziranih stavki je također 0.676, što je slično rezultatu dobivenom na temelju originalnih stavki. To sugerira da standardizacija nije značajno utjecala na unutarnju dosljednost. Ukratko, rezultati pokazuju umjerenu unutarnju dosljednost mjernog instrumenta.

Istraživanje je mjereno na 12 čestica na koja su ispitanici davali odgovore od 1 do 5. S obzirom da je koeficijent pouzdanosti 0,668 može se smatrati da je pouzdanost mjerne ljestvice zadovoljavajuća tj. prihvatljiva.

**Tablica 10.** Koeficijent pouzdanosti (Cronbach Alpha)

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.668	.676	12

Izvor: izrada autorice

Tablica 11 prikazuje rezultate deskriptivne statistike za tvrdnje vezane za H1;

- *Nagli pad prihoda u slučaju vanjskih šokova izaziva probleme u vanjskotrgovinskoj bilanci. Kako bi se to spriječilo, potrebno je više pažnje posvetiti turističkoj ponudi izvan ljetne sezone.*

Ispitanici su odgovarali putem određenog stupnja slaganja/neslaganja s određenom tvrdnjom izraženog na Likertovoj skali (od 1 do 5). Vrijednost mean pokazuje aritmetičku sredinu

odgovora ispitanika na pojedinu tvrdnju. Može se uočiti kako najveću aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj* (3,93). Najmanju aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne* (2,35).

**Tablica 11.** Deskriptivna statistika za hipotezu H1

<b>Descriptive Statistics</b>						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim	204	1	5	3.35	.921	.849
Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne	204	1	5	2.35	.974	.949
Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne	204	1	5	3.47	.970	.940
Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane	204	1	5	2.68	1.158	1.341
Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)	204	1	5	3.87	.906	.821
Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske	204	1	5	3.74	.852	.725
Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj	204	1	5	3.93	.982	.965
Valid N (listwise)	204					

Izvor: izrada autorice

Tablica 12 prikazuje rezultate deskriptivne statistike za tvrdnje vezane za H2;

- *Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske, što dugoročno predstavlja prijetnju održivosti gospodarskog rasta i razvoja zemlje.*

Ispitanici su odgovarali putem određenog stupnja slaganja/neslaganja s određenom tvrdnjom izraženog na Likertovoj skali (od 1 do 5). Vrijednost mean pokazuje aritmetičku sredinu odgovora ispitanika na pojedinu tvrdnju. Može se uočiti kako najveću aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku* (4,34). Najmanju aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj* (3,63).

**Tablica 12.** Deskriptivna statistika za hipotezu H2

<b>Descriptive Statistics</b>						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku**	204	1	5	4.34	.842	.709
Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske	204	1	5	4.23	.881	.776
Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija	204	1	5	4.29	.814	.662
Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj	204	1	5	3.63	1.016	1.033
Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj	204	1	5	4.22	.855	.732
Valid N (listwise)	204					

Izvor: izrada autorice

**Tablica 13. Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H1**

		Correlations						
		Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim	Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne	Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne	Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane	Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)	Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske	Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj
Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim	Pearson Correlation	1	.247**	.367**	.137	.148*	.053	.208**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.051	.035	.451	.003
	Sum of Squares and Cross-products	172.289	44.941	66.588	29.623	25.049	8.446	38.221
	Covariance	.849	.221	.328	.146	.123	.042	.188
	N	204	204	204	204	204	204	204
Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne	Pearson Correlation	.247**	1	.392**	-.048	-.055	-.079	-.004
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.493	.436	.262	.959
	Sum of Squares and Cross-products	44.941	192.588	75.118	-11.059	-9.824	-13.294	-.706
	Covariance	.221	.949	.370	-.054	-.048	-.065	-.003
	N	204	204	204	204	204	204	204
Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne	Pearson Correlation	.367**	.392**	1	.042	.136	.018	.083
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.550	.053	.803	.238
	Sum of Squares and Cross-products	66.588	75.118	190.824	9.588	24.235	2.941	16.059
	Covariance	.328	.370	.940	.047	.119	.014	.079
	N	204	204	204	204	204	204	204
Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane	Pearson Correlation	.137	-.048	.042	1	.097	.135	.187**
	Sig. (2-tailed)	.051	.493	.550		.166	.053	.007
	Sum of Squares and Cross-products	29.623	-11.059	9.588	272.289	20.716	27.113	43.221
	Covariance	.146	-.054	.047	1.341	.102	.134	.213
	N	204	204	204	204	204	204	204
Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)	Pearson Correlation	.148*	-.055	.136	.097	1	.091	.294**
	Sig. (2-tailed)	.035	.436	.053	.166		.196	.000
	Sum of Squares and Cross-products	25.049	-9.824	24.235	20.716	166.686	14.245	53.088
	Covariance	.123	-.048	.119	.102	.821	.070	.262
	N	204	204	204	204	204	204	204
Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske	Pearson Correlation	.053	-.079	.018	.135	.091	1	.230**
	Sig. (2-tailed)	.451	.262	.803	.053	.196		.001
	Sum of Squares and Cross-products	8.446	-13.294	2.941	27.113	14.245	147.230	39.103
	Covariance	.042	-.065	.014	.134	.070	.725	.193
	N	204	204	204	204	204	204	204
Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj	Pearson Correlation	.208**	-.004	.083	.187**	.294**	.230**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.959	.238	.007	.000	.001	
	Sum of Squares and Cross-products	38.221	-.706	16.059	43.221	53.088	39.103	195.897
	Covariance	.188	-.003	.079	.213	.262	.193	.965
	N	204	204	204	204	204	204	204

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Izvor: izrada autorice



Pomoću Pearsonovog koeficijenta korelacije testirana je povezanost između varijabli:

- *Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim*
- *Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne*
- *Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne*
- *Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane*
- *Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)*
- *Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske*
- *Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj*

Iz tablice 13 vidljivo je kako varijabla informiranosti ispitanika o sadržajima koje nudi turistička destinacija u Hrvatskoj koju posjećuju, pozitivno utječe na sve varijable, a najveća korelacija je s raznolikosti i kvalitetom turističke ponude u Hrvatskoj i iznosi 0.367 dok je najniža korelacija s varijablom problem ovisnosti vanjskotrgovinske bilance Republike Hrvatske o turizmu i iznosi 0.053. Također, na sve varijable pozitivno utječe varijabla raznolikost i kvaliteta turističke ponude u Hrvatskoj, a najveća korelacija je s varijablom cijene u hrvatskom turizmu i iznosi 0.392 dok je najniža korelacija s varijablom problem ovisnosti vanjskotrgovinske bilance Republike Hrvatske o turizmu i iznosi 0.018. Ostale varijable su većinom u pozitivnoj korelaciji s drugim varijablama, međutim analiza je pokazala u par varijabli i slabu povezanost, a u nekim varijablama i negativnu vrijednost koeficijenta korelacije.

S ciljem dokazivanja povezanosti statističke značajnosti varijabli s hipotezom H1, potrebno je bilo provesti t-test. Na temelju rezultata t-testa donosi se zaključak o statističkoj značajnosti varijabli - *informiranosti ispitanika o sadržajima koje nudi turistička destinacija u Hrvatskoj koju posjećuju, zatim o cijenama u hrvatskom turizmu, raznolikosti i kvaliteti turističke ponude u Hrvatskoj, promoviranosti turističkih destinacija, usmjerenosti turističke ponude prema određenim interesnim skupinama te problemu ovisnosti vanjskotrgovinske bilance Republike Hrvatske o turizmu i negativnim utjecajima na turističku sezonu* što je prikazano u tablici 14.

**Tablica 14.** T-test – hipoteza H1 – na razini signifikantnosti 95%

	One-Sample Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim	204	3.35	.921	.065
Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne	204	2.35	.974	.068
Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne	204	3.47	.970	.068
Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane	204	2.68	1.158	.081
Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)	204	3.87	.906	.063
Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske	204	3.74	.852	.060
Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj	204	3.93	.982	.069

Izvor: izrada autorice

Temeljem t-testa za hipotezu H1, tablica 15 upućuje na činjenicu da ispitanici nemaju dovoljno saznanja o manje poznatim turističkim destinacijama u Hrvatskoj te da smatraju kako cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu nisu prikladne. Stoga navedene varijable nisu statistički značajne za postavljenu hipotezu s obzirom da je aritmetička sredina tih varijabli manja od 3 dok se sukladno dobivenim rezultatima može zaključiti kako je ostalih pet varijabli statistički značajno za postavljenu hipotezu H1.

**Tablica 15.** T-test hipoteza H1 – na razini signifikantnosti 95% (vrijednost testa=0)

<b>One-Sample Test</b>							
Test Value = 0							
	t	df	Significance		Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			One-Sided p	Two-Sided p		Lower	Upper
Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim	51.907	203	.000	.000	3.348	3.22	3.48
Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne	34.503	203	.000	.000	2.353	2.22	2.49
Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne	51.127	203	.000	.000	3.471	3.34	3.60
Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane	33.068	203	.000	.000	2.681	2.52	2.84
Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)	61.039	203	.000	.000	3.873	3.75	4.00
Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske	62.728	203	.000	.000	3.740	3.62	3.86
Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj	57.089	203	.000	.000	3.926	3.79	4.06

Izvor: izrada autorice

**Tablica 16.** Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H2

<b>Correlations</b>						
		Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku <sup>a</sup>	Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske	Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija	Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj	Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj
Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku <sup>a</sup>	Pearson Correlation	1	.619**	.276**	.127	.088
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.070	.210
	Sum of Squares and Cross-products	143.980	93.216	38.412	22.078	12.902
	Covariance	.709	.459	.189	.109	.064
	N	204	204	204	204	204
Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske	Pearson Correlation	.619**	1	.189**	.006	.046
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.929	.511
	Sum of Squares and Cross-products	93.216	157.627	27.471	1.137	7.078
	Covariance	.459	.776	.135	.006	.035
	N	204	204	204	204	204
Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija	Pearson Correlation	.276**	.189**	1	.127	.298**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.070	.000
	Sum of Squares and Cross-products	38.412	27.471	134.353	21.353	42.059
	Covariance	.189	.135	.662	.105	.207
	N	204	204	204	204	204
Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj	Pearson Correlation	.127	.006	.127	1	.371**
	Sig. (2-tailed)	.070	.929	.070		.000
	Sum of Squares and Cross-products	22.078	1.137	21.353	209.686	65.392
	Covariance	.109	.006	.105	1.033	.322
	N	204	204	204	204	204
Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj	Pearson Correlation	.088	.046	.298**	.371**	1
	Sig. (2-tailed)	.210	.511	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	12.902	7.078	42.059	65.392	148.510
	Covariance	.064	.035	.207	.322	.732
	N	204	204	204	204	204

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor: izrada autorice

Pomoću Pearsonovog koeficijenta korelacije testirana je povezanost između varijabli:

- *Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku*
- *Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske*
- *Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija*
- *Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj*
- *Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj*

Iz tablice 16 vidljivo je da su sve varijable međusobno pozitivno povezane te statistički značajne za istraživanje hipoteze H2. Utvrđeno je kako je najveća korelacija između varijabli turizam kao važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku te značajnost turizma za ekonomski i gospodarski razvitak Hrvatske i iznosi 0.619 dok je najniža korelacija 0.006 između varijabli značajnost turizma za ekonomski i gospodarski razvitak Hrvatske i usporavanje razvoja drugih sektora gospodarstva zbog velike ovisnosti o turizmu.

S ciljem dokazivanja povezanosti statističke značajnosti varijabli s hipotezom H2, potrebno je bilo provesti t-test. Na temelju rezultata t-testa donosi se zaključak o statističkoj značajnosti varijabli – *turizam kao važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku, značajnost turizma za ekonomski i gospodarski razvitak Hrvatske, jačanju gospodarstva primjenom inovacija i novih tehnologija, usporavanju razvoja drugih sektora gospodarstva zbog velike ovisnosti o turizmu te potrebi većeg ulaganja u druge sektore gospodarstva* što je prikazano u tablici 17.

**Tablica 17.** T-test – hipoteza H2 – na razini signifikantnosti 95%

<b>One-Sample Statistics</b>				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku <sup>44</sup>	204	4.34	.842	.059
Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske	204	4.23	.881	.062
Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija	204	4.29	.814	.057
Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj	204	3.63	1.016	.071
Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj	204	4.22	.855	.060

Izvor: izrada autorice

Temeljem t-testa za hipotezu H2, tablica 18 upućuje na činjenicu da ispitanici nemaju dovoljno saznanja kako velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj. Sukladno dobivenim rezultatima u tablici, obzirom da je aritmetička sredina svih varijabli veća od 3, može se zaključiti kako su sve navedene varijable statistički značajne za postavljenu hipotezu H2.

**Tablica 18.** T-test hipoteza H2 – na razini signifikantnosti 95% (vrijednost testa=0)

One-Sample Test							
Test Value = 0							
	t	df	Significance		Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			One-Sided p	Two-Sided p		Lower	Upper
Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku"	73.657	203	.000	.000	4.343	4.23	4.46
Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske	68.490	203	.000	.000	4.225	4.10	4.35
Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija	75.390	203	.000	.000	4.294	4.18	4.41
Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj	50.978	203	.000	.000	3.627	3.49	3.77
Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj	70.397	203	.000	.000	4.216	4.10	4.33

Izvor: izrada autorice

Tablica 19 prikazuje analizu varijance za testiranje hipoteze H1 kojom se utvrđuje postoje li statistički značajne razlike između mišljenja, stavova ili odgovora ispitanika.

- *Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne:*

Između skupina postoji vrlo niska varijacija (Sum of Squares = 0.189) s niskim prosječnim kvadratom (Mean Square = 0.047).

F-vrijednost (F = 0.049) je statistički neznačajna (Sig. = 0.995).

Analiza pokazuje da nema statistički značajnih razlika u percepciji prikladnosti cijena između skupina.

- *Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne:*

Između skupina postoji umjerena varijacija (Sum of Squares = 2.365) s prosječnim kvadratom (Mean Square = 0.591).

F-vrijednost ( $F = 0.624$ ) je statistički neznačajna ( $\text{Sig.} = 0.646$ ).

Analiza pokazuje da nema statistički značajnih razlika u percepciji raznolikosti turističke ponude i kvalitete proizvoda i usluga između skupina.

- *Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane:*

Između skupina postoji visoka varijacija ( $\text{Sum of Squares} = 11.390$ ) s visokim prosječnim kvadratom ( $\text{Mean Square} = 2.847$ ).

F-vrijednost ( $F = 2.172$ ) ima približno statističku značajnost ( $\text{Sig.} = 0.074$ ).

Analiza pokazuje da postoji tendencija razlika u percepciji o promociji manje poznatih turističkih destinacija, ali statistička značajnost nije visoka.

- *Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama:*

Između skupina postoji visoka varijacija ( $\text{Sum of Squares} = 19.610$ ) s visokim prosječnim kvadratom ( $\text{Mean Square} = 4.903$ ).

F-vrijednost ( $F = 6.633$ ) ima visoku statističku značajnost ( $\text{Sig.} < 0.001$ ).

Analiza pokazuje da postoje statistički značajne razlike u percepciji potrebe usmjeravanja turističke ponude prema određenim interesnim skupinama.

- *Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske:*

Između skupina postoji visoka varijacija ( $\text{Sum of Squares} = 14.633$ ) s visokim prosječnim kvadratom ( $\text{Mean Square} = 3.658$ ).

F-vrijednost ( $F = 5.490$ ) ima visoku statističku značajnost ( $\text{Sig.} < 0.001$ ).

Analiza pokazuje da postoje statistički značajne razlike u percepciji o problemu ovisnosti o turizmu za vanjskotrgovinsku bilancu.

- *Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim:*

Između skupina postoji umjerena varijacija ( $\text{Sum of Squares} = 8.179$ ) s prosječnim kvadratom ( $\text{Mean Square} = 2.045$ ).

F-vrijednost ( $F = 2.480$ ) ima statističku značajnost na razini  $p < 0.05$  ( $\text{Sig.} = 0.045$ ).



Analiza pokazuje da postoje statistički značajne razlike u percepciji informiranosti o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta među skupinama.

**Tablica 19.** ANOVA test za hipotezu H1 – na razini signifikantnosti 95%

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne	Between Groups	.189	4	.047	.049	.995
	Within Groups	192.399	199	.967		
	Total	192.588	203			
Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne	Between Groups	2.365	4	.591	.624	.646
	Within Groups	188.459	199	.947		
	Total	190.824	203			
Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane	Between Groups	11.390	4	2.847	2.172	.074
	Within Groups	260.899	199	1.311		
	Total	272.289	203			
Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)	Between Groups	19.610	4	4.903	6.633	.000
	Within Groups	147.076	199	.739		
	Total	166.686	203			
Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske	Between Groups	14.633	4	3.658	5.490	.000
	Within Groups	132.597	199	.666		
	Total	147.230	203			
Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim	Between Groups	8.179	4	2.045	2.480	.045
	Within Groups	164.110	199	.825		
	Total	172.289	203			

Izvor: izrada autorice

Tablica 20 prikazuje analizu varijance za testiranje hipoteze H2 kojom se utvrđuje da li postoje statistički značajne razlike između mišljenja, stavova ili odgovora ispitanika.

- *Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku:*

Između skupina postoji umjerena varijacija (Sum of Squares = 4.167) s prosječnim kvadratom (Mean Square = 1.042).

F-vrijednost (F = 1.483) nema statističku značajnost na razini  $p < 0.05$  (Sig. = 0.209).

Analiza pokazuje da nema statistički značajnih razlika u percepciji važnosti turizma kao izvora prihoda među skupinama.

- *Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske:*

Između skupina postoji vrlo mala varijacija (Sum of Squares = 0.596) s niskim prosječnim kvadratom (Mean Square = 0.149).

F-vrijednost (F = 0.189) nema statističku značajnost na razini  $p < 0.05$  (Sig. = 0.944).

Analiza pokazuje da nema statistički značajnih razlika u percepciji doprinosa turizma ekonomskom i gospodarskom razvitku među skupinama.

- *Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija:*

Između skupina postoji umjerena varijacija (Sum of Squares = 7.937) s prosječnim kvadratom (Mean Square = 1.984).

F-vrijednost (F = 3.124) ima statističku značajnost na razini  $p < 0.05$  (Sig. = 0.016).

Analiza pokazuje da postoje statistički značajne razlike u percepciji potrebe za jačanjem gospodarstva putem inovacija i novih tehnologija među skupinama.

- *Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj:*

Između skupina postoji značajna varijacija (Sum of Squares = 25.047) s visokim prosječnim kvadratom (Mean Square = 6.262).

F-vrijednost (F = 10.093) ima visoku statističku značajnost (Sig. < 0.001).

Analiza pokazuje da postoje statistički značajne razlike u percepciji potrebe za ulaganjem u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu među skupinama.

**Tablica 20.** ANOVA test za hipotezu H2 – na razini signifikantnosti 95%

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku“	Between Groups	4.167	4	1.042	1.483	.209
	Within Groups	139.814	199	.703		
	Total	143.980	203			
Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske	Between Groups	.596	4	.149	.189	.944
	Within Groups	157.031	199	.789		
	Total	157.627	203			
Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija	Between Groups	7.937	4	1.984	3.124	.016
	Within Groups	126.416	199	.635		
	Total	134.353	203			
Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj	Between Groups	25.047	4	6.262	10.093	.000
	Within Groups	123.463	199	.620		
	Total	148.510	203			

Izvor: izrada autorice

### 5.3. Ograničenja istraživanja

Provedeno istraživanje ima određena ograničenja. Naime, anketni upitnik bio je usmjeren na određene e-mail adrese, putem platformi Viber i WhatsApp i na razne grupe putem društvene mreže Facebook te ga je ispunilo 204 ispitanika što predstavlja jedno od osnovnih ograničenja budući da upitnik nisu ispunjavali ispitanici na cijelom teritoriju Republike Hrvatske. Također, ograničenje je i to što je anketni upitnik ispunilo 66,2% žena dok je muški broj ispitanika koji su pristupili istraživanju 33,8%. S obzirom da je upitnik ispunilo samo 2,5% ispitanika od 18-24 godine te 1% umirovljenika, ne može se znati mišljenje te populacije kao ni nezaposlenih osoba kojih je u istraživanju sudjelovalo 2,5%. Jedno od ograničenja istraživanja ujedno je i mali broj ispitanika sa završenim poslijediplomskim studijem 2,5%, sa završenom osnovnom školom 2,0% te vrlo mali broj ispitanika populacije studenata, samo 1,5%.

#### 5.4. Zaključak istraživanja

Prema dobivenim podacima iz anketnog upitnika te provedenom analizom i diskusijom rezultata istraživanja može se zaključiti da je u istraživanju sudjelovao veći broj žena (66,2%) nego muškaraca (33,8%) te da je najveći broj ispitanika u dobi od 35-44 godine (48,5%) dok je najmanji broj ispitanika (1%) u dobi više od 65 godina. Gotovo jednak broj ispitanika zaposleno je u privatnom sektoru (42,2%) te državnom/javnom sektoru (45,6%) dok je najmanji broj ispitanika studentska populacija (1,5%). Prema stupnju obrazovanja, najviše je ispitanika sa završenom srednjom stručnom spremom (42,2%), a samo (2,5%) ispitanika ima završenu osnovnu školu. Iz provedenog istraživanja može se zaključiti da ispitanici dva do tri puta godišnje koriste turističke usluge na području Republike Hrvatske, da je njihov najčešći razlog za odlazak na turističke aktivnosti odmor na plaži te da traje u prosjeku od tjedan do deset dana. Najviše ispitanika odgovorilo je da njihovi prosječni troškovi za turističke aktivnosti u Hrvatskoj tijekom jedne godine iznose između 500 i 1000 eura te 1000 i 2000 eura, a prilikom turističkih aktivnosti najviše koriste aktivnosti ponuđene od strane lokalnih turističkih zajednica. Većina ispitanika je dovoljno dobro informirana o kulturi, povijesti i znamenitostima turističkog mjesta kojeg posjećuje, a njih 36,3% smatra da cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu nisu prikladne. 43,1% ispitanika smatra da je hrvatska turistička ponuda raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne. Polovica ispitanika smatra kako turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku, a gotovo polovica kako turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske. Ispitanicima su vrlo važni ekološki standardi i održivost u turističkoj ponudi Hrvatske te su djelomično zadovoljni sa turističkim sadržajima i uslugama. 67,2% ispitanika tek djelomično poznaje druge industrije koje mogu doprinijeti gospodarskom rastu u Hrvatskoj osim turizma, a većina njih se u potpunosti slaže kako bi Republika Hrvatska trebala jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija i novih tehnologija. Najveći broj ispitanika često posjećuje manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj te smatra kako te destinacije nisu dovoljno promovirane. Ispitanicima su u turističkoj ponudi djelomično važne aktivnosti poput planinarenja, biciklizma ili sportova na vodi te najveći broj ispitanika smatra kako turistička ponuda treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama. Istraživanje pokazuje kako ispitanici smatraju da ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske te da vanjski šokovi imaju negativan utjecaj na turističku sezonu. Također smatraju kako velika ovisnost o

turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva te da je potrebno više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost Hrvatske o turizmu.

U daljnjem istraživanju putem deskriptivne statistike pokušalo se potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze.

*H1: Nagli pad prihoda u slučaju vanjskih šokova izaziva probleme u vanjskotrgovinskoj bilanci. Kako bi se to spriječilo, potrebno je više pažnje posvetiti turističkoj ponudi izvan ljetne sezone.*

Prema dobivenim podacima istraživanja može se zaključiti kako se ispitanici slažu s većinom varijabli te da postoji pozitivna korelacija između varijabli statistički značajnih za postavljenu hipotezu H1, stoga se hipoteza potvrđuje.

*H2: Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora u gospodarstvu Republike Hrvatske, što dugoročno predstavlja prijetnju održivosti gospodarskog rasta i razvoja zemlje.*

Prema dobivenim podacima istraživanja može se zaključiti kako se ispitanici slažu sa svim varijablama te da postoji pozitivna korelacija između varijabli statistički značajnih za postavljenu hipotezu H2.

Analiza anova testa pokazuje da se ispitanici slažu sa tvrdnjom da je potrebno više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva kako bi se smanjila ovisnost o turizmu čime se djelomično potvrđuje ovisnost o turizmu, ali se ne može dokazati da turizam uzrokuje prijetnju održivosti gospodarskog rasta ostalih sektora. Stoga se hipoteza H2 djelomično potvrđuje.

Preporuke za buduća istraživanja odnose se na odabir reprezentativnog uzorka gdje je poželjno uključiti ispitanike iz svih krajeva Republike Hrvatske. U istraživanje bi korisno bilo uključiti određene organizacije mjerodavne za upravljanje turizmom te praćenje pokazatelja održivog turizma kao npr. agencije, zavode i sl. U svrhu usporedbe, analize se mogu usporediti s drugim mediteranskim zemljama kao primjeri dobre prakse.

## 6. Zaključak

Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana Hrvatske koja postaje sve atraktivnija destinacija te je u budućnosti potrebno sve više povećavati konkurentnost hrvatskog turizma. Hrvatska je zemlja bogate tradicije i povijesti te prirodnih ljepota. Međutim, hrvatski turizam ovisi o sezonalnosti te je potrebno razvijati posebne oblike turizma čime bi se produljila sezona. Turisti osim odmora na plaži sve više traže različite sadržaje sukladno njihovim potrebama. Stoga je potrebno turističku ponudu prilagođavati trendovima potražnje na tržištu. Potrebno je razvijati alternativne izvore kao što su ruralni turizam, zdravstveni i wellness turizam, održivi turizam, kulturni i sl. Potrebno je digitalizirati turističku industriju što je ključno za osiguravanje održivosti i konkurentnosti. Budući da je Hrvatska jedna od zemalja EU-a koje najviše ovise o turizmu, vrlo je važno pravilno upravljanje turističkim sektorom kako bi se postigla ravnoteža u vanjskotrgovinskoj bilanci. Međutim, najveći problem je to što se hrvatska trgovinska bilanca već desetljećima nalazi u deficitu, a to ima značajan utjecaj na gospodarsku stabilnost zemlje. Turizam je podložan nepredvidivim događajima i faktorima koji mogu negativno utjecati na turističku industriju, stoga je potrebno analizirati rizike i osigurati pravovremene strategije upravljanja krizama. Pandemija COVID-19 pokazala je kako vanjski šokovi mogu negativno utjecati na prihode od turizma kada su se drastično smanjili dolasci domaćih te posebice stranih turista što je utjecalo na veliki pad prihoda, a zatim i BDP-a. Velika ovisnost o turizmu dovodi do usporavanja razvoja drugih sektora gospodarstva kao što su industrija, poljoprivreda ili informacijska tehnologija. Potrebno je diverzificirati izvoz proširenjem postojećih tržišta. S obzirom na potencijal bogatih prirodnih resursa, Hrvatska uz investicije u modernizaciju poljoprivredne proizvodnje te podrške lokalnim proizvođačima može otvoriti nove mogućnosti za izvoz. Ulaganjem značajnijeg dijela resursa u druge sektore osim turizma te uz podršku razvoju inovacija i tehnološkog napretka može se povećati konkurentnost sektora te stvarati nova radna mjesta.

# LITERATURA

## KNJIGE

1. Alkier Radnić, R. (2009.), *Turizam u Europskoj uniji*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
2. Anić, V., Goldstein, I. (1999.), *Rječnik stranih riječi*, Zagreb: Novi Liber
3. Arnerić, A. (2016.), *Uloga informacijske tehnologije u konkurentnosti gospodarstva*, Poslovna izvrsnost; 10(2): 67-84.
4. Bakić, O. (2005.), *Turizam i politička situacija*, Ekonomski pregled, 56(5-6): 427-438.
5. Čavlek i sur. (2011.), *Turizam; ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Školska knjiga
6. Čavrak i sur. (2011.), *Gospodarstvo Hrvatske*, Zagreb, Politička kultura
7. Čorak i sur. (2006.), *Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno*, Zagreb: Institut za turizam
8. Galičić, V. (2014.), *Leksikon ugostiteljstva i turizma*, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
9. Geić, S. (2011.), *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split: Veleučilište u Splitu
10. Jelinčić, D.A. (2008.), *Abeceda kulturnog turizma*, Zagreb: Meandar
11. Lokin, B. (2000.), *Hrvatska 2015*, Zagreb, Golden marketing, 235-236
12. Magaš, D. (2000.), *Razvoj hrvatskog turizma: koncepcija dugoročnog razvoja*, Rijeka: Adamić
13. Magaš, D. (1997.), *Turistička destinacija*, Opatija: Hotelijerski fakultet Opatija
14. Petrić, L. (2007.), *Osnove turizma*, Split: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
15. Pirjavec, B. (1998.), *Ekonomska obilježja turizma*, Zagreb: Golden marketing
16. Stanić, M. (2008.), *Destinacijski menadžment kompanije – priručnik za razumijevanje poslovanja i uspješni marketing*, Zagreb: Udruga hrvatskih putničkih agencija
17. Stipetić, V. (2012.), *Dva stoljeća razvoja hrvatskoga gospodarstva*, Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti
18. Šimleša, M. (2018.), *Turizam u Hrvatskoj: Povijest, stanje i perspective*, Zagreb: Golden marketing
19. Vukonić, B. (2005.), *Povijest hrvatskoga turizma*, Zagreb: Prometej

## ZNANSTVENI I STRUČNI ČLANCI

1. Bašić i sur. (2023.), *Diverzifikacija izvoza i rast produktivnosti*, Ekonomska misao i praksa, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/421920>, pristupljeno (19.05.2023.)
2. Benko, L., Krstanović, K., Sovulj, L. (2022.), *Procjena učinaka pandemije koronavirusa na turističke dolaske i noćenja u Republici Hrvatskoj te na vrijednost CROBEXturist indeksa Zagrebačke burze*, EFZG working paper series; 2022(1): 1-33., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/397392> (pristupljeno 04.05.2023.)
3. Jurić Borić, M. i sur. (2018.), *Diversifikacija izvoza kao faktor konkurentske prednosti*, Ekonomska istraživanja; 31(1): 1584-1599.
4. Matešić, M. (2020.), *Eko-inovacije za održivi razvoj*, Soc.ekol. Zagreb, Vol.29, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/351944> (pristupljeno 11.05.2023.)
5. Meler, M. (2010.), *Strateško marketinško planiranje kao pretpostavka razvitka ruralnog turizma Republike Hrvatske*, u: Katica, D.(ur.): Drugi hrvatski kongres o ruralnom turizmu. Zagreb: Hrvatski farmer
6. Njavro, M. (2012.), *Strategija razvoja poljoprivrede i prehrambene industrije Republike Hrvatske*, Agronomski glasnik; 74(1), 15-28.
7. Radić, D. i sur. (2018.), *Pristup stranom tržištu kao faktor konkurentske prednosti*, Ekonomska istraživanja; 30(1), 674-688.
8. Radošević, I. (2013.), *Zdravstveni turizam u Hrvatskoj - potencijali i izazovi*, Turizam, znanstveno-stručni časopis; 61(4): 361-375.
9. Rašić, I., (ur.) (2020.), *Sektorske analize*, Zagreb: Ekonomski institut Zagreb, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA\\_turizam\\_2020.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2020.pdf) (pristupljeno 19.05.2023.)
10. Rašić, I., (ur.) (2022.), *Sektorske analize*, Zagreb: Ekonomski institut Zagreb, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA\\_turizam\\_2022.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2022.pdf) (pristupljeno 16.05.2023.)
11. Solić, I. (2015.), *Utjecaj financijske krize na turizam u Hrvatskoj*, Ekonomski pregled, 66(1): 27-48.
12. Tomljanović M. (2017.), *Ulaganje u istraživanje i razvoj – čimbenik gospodarskog rasta Republike Hrvatske*, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/file/271885> (pristupljeno 17.05.2023.)



## INTERNET IZVORI

1. Brkljača, I. (2018.), *Turizam u Hrvatskoj: usporedba s drugim mediteranskim destinacijama*, dostupno na: <https://arhivanalitika.hr/blog/turizam-u-hrvatskoj-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/> (pristupljeno 06.05.2023.)
2. DZS (2022.), *Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku, 2019.*, dostupno na: [https://podaci.dzs.hr/media/urxntbqj/12-1-7\\_satelitski-racuni-turizma-2019.pdf](https://podaci.dzs.hr/media/urxntbqj/12-1-7_satelitski-racuni-turizma-2019.pdf) (pristupljeno 19.05.2023.)
3. Ekonomski institut Zagreb (2021.), *Sektorske analize*, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa\\_turizam\\_studeni\\_2021.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_studeni_2021.pdf) (pristupljeno 16.05.2023.)
4. Ekonomski institut Zagreb (2022.), *Sektorske analize*, dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA\\_turizam\\_2022.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2022.pdf) (pristupljeno 20.09.2023.)
5. Eurostat (2021.), *Nights spent at tourist accommodation establishments*, dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR\\_OCC\\_NINAT/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_NINAT/default/table?lang=en) (pristupljeno 12.05.2023.)
6. Eurostat (2023.), *Tourism Statistics*, dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics\\_-\\_participation\\_in\\_tourism](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_participation_in_tourism) (pristupljeno 17.05.2023.)
7. Global Wellness Summit (2022.), *The Future of wellness 2022: trends report*, dostupno na: <https://www.globalwellnesssummit.com/2022-global-wellness-trends/the-future-of-wellness-2022-executive-summary/> (pristupljeno 12.05.2023.)
8. Gržinić J., Bevanda V. (2021.), *Turistički razvoj i utjecaji na destinaciju*, dostupno na: [https://www.bib.irb.hr/1136566/download/1136566.Turistiki\\_razvoj\\_i\\_utjecaji\\_na\\_destinaciju\\_preview.pdf](https://www.bib.irb.hr/1136566/download/1136566.Turistiki_razvoj_i_utjecaji_na_destinaciju_preview.pdf) (pristupljeno 18.05.2023.)
9. Hrvatska enciklopedija (2021.), *Turizam*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763> (pristupljeno 19.05.2023.)
10. HTZ (2022.), *U 2021. godini Hrvatsku posjetilo gotovo 14 milijuna turista*, dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2021-godini-hrvatsku-posjetilo-gotovo-14-milijuna-turista> (pristupljeno 12.05.2023.)
11. Institut za turizam (2014.), *Turistička satelitska bilanca – izravni i neizravni učinci turizma u RH*, dostupno na: <https://www.iztsg.hr/UserFiles/file/novosti/2014/Opatija-TSA-2011.pdf> (pristupljeno 11.05.2023.)

12. Izvoz.gov.hr (2023.), *O hrvatskom izvozu*, dostupno na: <https://izvoz.gov.hr/o-hrvatskom-izvozu/9> (pristupljeno 25.05.2023.)
13. Jurić D. (2018.), prema Bakić, N. (2015.), *Utjecaj turizma na gospodarstvo Hrvatske; (Grafikoni dana: neto uvoz roba i izvoz turizma)*, Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2018., dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A3102/datastream/PDF/view> (pristupljeno 05.05.2023.)
14. Krešić Lončar, N., Sanpietro, E., Županić, M. i sur. (2021.), *Turizam 2021. u brojkama*, Cimerfraj.hr, dostupno na: <https://www.cimerfraj.hr/docs/Turizam-2021-u-brojkama-CimerfrajHr.pdf> (pristupljeno 21.05.2023.)
15. Lidermedia.hr (2022.), *Udio prihoda od turizma u BDP-u u Hrvatskoj uvjerljivo najveći u Europskoj uniji*, dostupno na: <https://lidermedia.hr/biznis-i-politika/udio-prihoda-od-turizma-u-bdp-u-u-hrvatskoj-uvjerljivo-najveci-u-europskoj-uniji-142865> (pristupljeno 21.05.2023.)
16. Marijanović, M. (2016.), *Usporedba stanja i mogućnosti ekoturizma u Hrvatskoj i Australiji*, Split: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:454/preview> (pristupljeno 08.05.2023.)
17. Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije (2021.), *Plan za industrijsku tranziciju Sjeverne Hrvatske*, dostupno na: [https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages/Planovi%20industrijske%20tranzicije/Plan%20za%20industrijsku%20tranziciju%20Sjeverne%20Hrvatske\\_ilektorirano\\_clean.pdf](https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages/Planovi%20industrijske%20tranzicije/Plan%20za%20industrijsku%20tranziciju%20Sjeverne%20Hrvatske_ilektorirano_clean.pdf) (pristupljeno 17.05.2023.)
18. Ministarstvo turizma i sporta (2015.), *Rekordna turistička 2014. godina*, dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/rekordna-turisticka-2014-godina-5-posto-dolazaka-i-2-posto-nocenja-vise/8799> (pristupljeno 11.05.2023.)
19. Ministarstvo turizma i sporta RH (2019.), *Turistički satelitski račun za 2016. godinu*, dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/190115\\_TSA\\_prezentacija.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/190115_TSA_prezentacija.pdf) (pristupljeno 10.05.2023.)
20. Ministarstvo turizma i sporta RH (2020.), *Hrvatski turizam u brojkama 2020.*, dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) (pristupljeno 19.05.2023.)
21. Ministarstvo turizma i sporta RH (2020.), *Pokrenuta aktivnost izrade nove Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine*, dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/pokrenuta-aktivnost-izrade-nove-strategije-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/22088> (pristupljeno 19.05.2023.)

22. Ministarstvo turizma i sporta RH (2021.), *Hrvatski turizam u brojkama 2021.*, dostupno na:  
[https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf) (pristupljeno 19.05.2023.)
23. Ministarstvo turizma i sporta RH (2022.), *Prihodi od stranih turista u 2021. godini veći od 9 milijardi eura*, dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/prihodi-od-stranih-turista-u-2021-godini-veci-od-9-milijardi-eura/22942> (pristupljeno 23.05.2023.)
24. Ministarstvo turizma i sporta RH (2022.); *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*, dostupno na: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411> (pristupljeno 07.05.2023.)
25. (NN 55/2013-1119), *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_05\\_55\\_1119.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html) (pristupljeno 11.05.2023.)
26. (NN 13/2021), *Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine*, dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021\\_02\\_13\\_230.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html) (pristupljeno 10.05.2023.)
27. Privredni.hr (2019.), *Struktura hrvatskog izvoza i dalje frustrirajuća*, dostupno na: <https://privredni.hr/struktura-hrvatskog-izvoza-i-dalje-je-frustrirajuca> (pristupljeno 11.05.2023.)
28. Promajna-tours (2018.), *Privatni smještaj Hrvatske*, dostupno na: <https://www.promajna-tours.hr/privatni-smjestaj-hrvatska/> (pristupljeno 15.05.2023.)
29. Sabor RH (2018.), *Izješće o stanju turizma u Republici Hrvatskoj za 2017. godinu*, dostupno na: [https://sabor.hr/sites/default/files/uploads/sabor/2021-02-25/154403/IZVJ\\_STANJE\\_U\\_PROSTORU\\_RH\\_2013-2019.pdf](https://sabor.hr/sites/default/files/uploads/sabor/2021-02-25/154403/IZVJ_STANJE_U_PROSTORU_RH_2013-2019.pdf) (pristupljeno 07.05.2023.)
30. Stojić H. (2023.), *Snažan oporavak prihoda od turizam uz manju profitabilnost*, dostupno na: <https://www.ictbusiness.info/kolumne/snazan-oporavak-prihoda-od-turizma-uz-manju-profitabilnost> (pristupljeno 17.05.2023.)
31. Vlada Republike Hrvatske (2023.), *Prihodi od stranih turista u 2022. od 13,1 milijardu eura, premašili i 2019.*, dostupno na: <https://vlada.gov.hr/vijesti/prihodi-od-stranih-turista-u-2022-od-13-1-milijardu-eura-premasili-i-2019/38067> (pristupljeno 16.05.2023.)

## PRILOZI

### Popis tablica:

<b>Tablica 1.</b> Swot analiza hrvatskog turizma.....	12
<b>Tablica 2.</b> Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti i izravni brutodomaći proizvod turizma u 2016. i 2019. godini.....	14
<b>Tablica 3.</b> Broj poduzeća aktivnih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima, od 2015. do 2019. godine.....	15
<b>Tablica 4.</b> Broj zaposlenih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima, od 2015. do 2019. godine. ....	16
<b>Tablica 5.</b> Dolasci turista po mjesecima u 2021. ....	22
<b>Tablica 6.</b> Noćenja turista po mjesecima u 2021. ....	22
<b>Tablica 7.</b> BDP i prihodi od turizma 2020./2021. godine .....	27
<b>Tablica 8.</b> Opis uzorka istraživanja .....	48
<b>Tablica 9.</b> Prikaz čestica u statističkoj analizi .....	49
<b>Tablica 10.</b> Koeficijent pouzdanosti .....	53
<b>Tablica 11.</b> Deskriptivna statistika za hipotezu H1 .....	54
<b>Tablica 12.</b> Deskriptivna statistika za hipotezu H2 .....	55
<b>Tablica 13.</b> Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H1 .....	56
<b>Tablica 14.</b> T-test - hipoteza H1 - na razini signifikantnosti 95% .....	58
<b>Tablica 15.</b> T-test hipoteza H1 - na razini signifikantnosti 95% (vrijednost testa=0) .....	59
<b>Tablica 16.</b> Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H2 .....	60
<b>Tablica 17.</b> T-test - hipoteza H2 - na razini signifikantnosti 95% .....	62
<b>Tablica 18.</b> T-test hipoteza H2 - na razini signifikantnosti 95% (vrijednost testa=0) .....	63
<b>Tablica 19.</b> ANOVA test za hipotezu H1 - na razini signifikantnosti 95% .....	65
<b>Tablica 20.</b> ANOVA test za hipotezu H2 - na razini signifikantnosti 95% .....	67

## Popis grafikona:

<b>Grafikon 1.</b> Distribucija noćenja stranih turista po mjesecima.....	10
<b>Grafikon 2.</b> Struktura poduzeća i struktura zaposlenosti po djelatnostima sektora turizma, 2020.....	15
<b>Grafikon 3.</b> Devizni prihodi od turizma (2014.-2021.).....	17
<b>Grafikon 4.</b> Neto uvoz roba i neto izvoz turizma (2000.-2014.) u Republici Hrvatskoj... 19	
<b>Grafikon 5.</b> Platna bilanca hrvatskog turizma (2000.-2014.).....	19
<b>Grafikon 6.</b> Noćenja turista (2010.-2021.).....	24
<b>Grafikon 7.</b> Dolasci turista po načinu dolaska 2019./2020. ....	25
<b>Grafikon 8.</b> Noćenja turista po načinu dolaska 2019./2020.....	26
<b>Grafikon 9.</b> Struktura ispitanika prema spolu.....	34
<b>Grafikon 10.</b> Dob ispitanika.....	34
<b>Grafikon 11.</b> Stupanj (završenog obrazovanja) ispitanika.....	35
<b>Grafikon 12.</b> Radnopravni status ispitanika.....	35
<b>Grafikon 13.</b> Učestalost korištenja turističkih usluga ispitanika.....	36
<b>Grafikon 14.</b> Najčešći razlog ispitanika za turističke aktivnosti.....	36
<b>Grafikon 15.</b> Duljina trajanja turističkog odmora ispitanika.....	37
<b>Grafikon 16.</b> Prosječni troškovi ispitanika za turističke aktivnosti.....	37
<b>Grafikon 17.</b> Najčešće korištene usluge ispitanika prilikom turističkih aktivnosti.....	38
<b>Grafikon 18.</b> Informiranost ispitanika o turističkoj ponudi Hrvatske.....	38
<b>Grafikon 19.</b> Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu.....	39
<b>Grafikon 20.</b> Raznolikost turističke ponude i kvaliteta proizvoda i usluga.....	40
<b>Grafikon 21.</b> Turizam kao važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku.....	40
<b>Grafikon 22.</b> Značaj turizma za ekonomski i gospodarski razvitak Hrvatske.....	41
<b>Grafikon 23.</b> Važnost ekoloških standarda i održivosti.....	41
<b>Grafikon 24.</b> Zadovoljstvo turističkim sadržajima i uslugama.....	42
<b>Grafikon 25.</b> Informiranost ispitanika o industrijama.....	42
<b>Grafikon 26.</b> Primjena inovacija i novih tehnologija.....	43
<b>Grafikon 27.</b> Posjet ispitanika manje poznatim turističkim destinacijama.....	43
<b>Grafikon 28.</b> Promoviranost manje poznatih turističkih destinacija.....	44
<b>Grafikon 29.</b> Važnost turističkih aktivnosti.....	45
<b>Grafikon 30.</b> Turistička ponuda za određene interesne skupine.....	45
<b>Grafikon 31.</b> Problem ovisnosti o turizmu.....	46

<b>Grafikon 32.</b> Negativni utjecaji na turističku sezonu.....	47
<b>Grafikon 33.</b> Razvoj drugih sektora gospodarstva.....	47
<b>Grafikon 34.</b> Ulaganje u razvoj drugih sektora gospodarstva.....	48

## Anketni upitnik

# Važnost turizma za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske

Ovo istraživanje provodi se za potrebe izrade diplomskog rada na temu "Važnost turizma za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske" na diplomskom sveučilišnom studiju Poslovne ekonomije Sveučilište Sjever u Varaždinu. Iz tog razloga Vas molim da izdvojite dio svog slobodnog vremena i sudjelujete u provedbi istraživanja, a Vaši će odgovori ostati anonimni.

Unaprijed Vam se zahvaljujem na uloženom trudu i vremenu!

Martina Prvčić

\* Označava obavezno pitanje

### 1. 1. Spol \*

*Označite samo jedan oval.*

- Muško
- Žensko

### 2. 2. Dob \*

*Označite samo jedan oval.*

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- Više od 65

3. 3. Stupanj (završenog) obrazovanja \*

*Označite samo jedan oval.*

- Osnovna školaSrednja škola
- Viša stručna sprema
- Visoka stručna sprema
- Poslijediplomski studij, doktorat

4. 4. Radnopravni status \*

*Označite samo jedan oval.*

- Poduzetnik/ca; obrtnik/ca
- Zaposlenik/ca u privatnom sektoru
- Zaposlenik/ca u državnom/javnom sektoru
- Nezaposlen/a
- Student/ica
- Umirovljenik/ca

5. 5. Koliko često koristite turističke usluge na području Republike Hrvatske? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Više od tri puta godišnje
- Dva do tri puta godišnje
- Jednom godišnje
- Rjeđe od jednom godišnje
- Nikada



6. 6. Koji je Vaš najčešći razlog za turističke aktivnosti u Hrvatskoj? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Odmor na plaži
- Razgledavanje kulturnih znamenitosti
- Aktivni odmor (planinarenje, biciklizam, sportovi na vodi)
- Posjet prijateljima i obitelji
- Poslovni put
- Ostalo

7. 7. Koliko dugo obično traje Vaš turistički odmor? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Manje od tjedan dana
- Tjedan do deset dana
- Dva do tri tjedna
- Više od tri tjedna
- Ne koristim usluge u turizmu

8. 8. Koliko iznose vaši prosječni troškovi za turističke aktivnosti u Hrvatskoj\*  
tijekom jedne godine?

*Označite samo jedan oval.*

- Više od 2000 eura
- Između 1000 i 2000 eura
- Između 500 i 1000 eura
- Manje od 500 eura
- Ne koristim usluge u turizmu

9. 9. Koju od navedenih usluga najviše koristite prilikom turističkih aktivnosti? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Usluge domaćih prijevoznika (taxi, javni prijevoz, rent-a-car)
- Usluge lokalnih vodiča
- Aktivnosti ponuđene od strane lokalnih turističkih zajednica

10. 10. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*"Na svakom turističkom putovanju dovoljno sam informiran/a o kulturi, povijestii znamenitostima turističkog mjesta u Hrvatskoj kojeg posjetim"*

Pritom vrijedi: 1-bez ikakvih informacija, 2-u većoj mjeri loše, 3-dovoljno dobro,4- vrlo dobro, 5-izvrsno

*Označite samo jedan oval.*

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. 11. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom tvrdnjom: \*

*„Cijene smještaja, hrane i pića u hrvatskom turizmu su prikladne“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem,niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 12. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*„Hrvatska turistička ponuda je raznolika, a turistički proizvodi i usluge kvalitetne“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1    2    3    4    5

---

---

13. 13. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*„Turizam predstavlja važan izvor prihoda za Republiku Hrvatsku“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1    2    3    4    5

---

---

14. 14. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*„Turizam značajno doprinosi ekonomskom i gospodarskom razvitku Hrvatske“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1    2    3    4    5



15. 15. Koliko su Vam važni ekološki standardi i održivost u turističkoj ponudi\* Hrvatske?

*Označite samo jedan oval.*

- Vrlo važni
- Djelomično važni
- Neviđeno važni
- Nisu mi važni

16. 16. Koliko ste zadovoljni turističkim sadržajima i uslugama u Hrvatskoj? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Vrlo zadovoljan/a
- Djelomično zadovoljan/a
- Nezadovoljan/a
- Nisam siguran/a

17. 17. Koliko su Vam poznate druge industrije koje mogu doprinijeti gospodarskom rastu u Hrvatskoj osim turizma? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Vrlo dobro ih poznajem
- Djelomično ih poznajem
- Slabo ih poznajem
- Uopće ih ne poznajem

18. 18. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*„Republika Hrvatska trebala bi jačati svoje gospodarstvo primjenom inovacija inovih tehnologija“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. 19. Koliko često posjećujete manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Nikada
- Rijetko
- Povremeno
- Često

20. 20. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*„Manje poznate turističke destinacije u Hrvatskoj nisu dovoljno promovirane“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti nisu promovirane, 2- nisu promovirane, 3-dovoljno su promovirane, 4-vrlo su promovirane, 5- u potpunosti su promovirane

*Označite samo jedan oval.*

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

21. 21. Koliko su Vam važne aktivnosti poput planinarenja, biciklizma ili sportova na vodi u turističkoj ponudi Hrvatske? \*

*Označite samo jedan oval.*

- Vrlo važne
- Djelomično važne
- Nisu mi važne
- Nisam siguran/a

22. 22. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*„Turistička ponuda u Hrvatskoj treba biti usmjerena prema određenim interesnim skupinama (npr. obiteljima, avanturistima, povijesnim entuzijastima, gastro-turistima)“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1   2   3   4   5

---

---

23. 23. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom\* tvrdnjom:

*„Ovisnost o turizmu predstavlja problem za vanjskotrgovinsku bilancu Republike Hrvatske“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. 24. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom \*  
tvrdnjom:

*„Vanjski šokovi (poput pandemije, prirodnih katastrofa ili političkih kriza) imaju negativan utjecaj na turističku sezonu u Hrvatskoj“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. 25. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom \*  
tvrdnjom:

*„Velika ovisnost o turizmu usporava razvoj drugih sektora gospodarstva u Hrvatskoj“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 
26. 26. Ocjenom od 1 do 5 označite svoje mišljenje/(ne)slaganje s navedenom \*  
tvrdnjom:

*„Potrebno je više ulagati u razvoj drugih sektora gospodarstva  
kako bi smanjila ovisnost o turizmu u Hrvatskoj“*

Pritom vrijedi: 1-u potpunosti se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-niti se  
slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem

*Označite samo jedan oval.*

1    2    3    4    5

---

---





### IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, MARTINA PRUČIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom VAŽNOST TURIZMA ZA VANJSOTRGOVINSKU BILANCU REPUBLIKE HRVATSKE (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

Martina Pručić

(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.