

# Turistički prihodi u funkciji razvoja Republike Hrvatske

---

**Vojković, Ena**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2017**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of Maritime Studies / Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:164:178981>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-27**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository - Faculty of Maritime Studies - Split -  
Repository - Faculty of Maritime Studies Split for  
permanent storage and preservation of digital  
resources of the institution](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
POMORSKI FAKULTET**

**ENA VOJKOVIĆ**

**TURISTIČKI PRIHODI U FUNKCIJI  
RAZVOJA REPUBLIKE HRVATSKE**

**ZAVRŠNI RAD**

**SPLIT, 2017.**

**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
**POMORSKI FAKULTET**

**STUDIJ: POMORSKI MENADŽMENT**

**TURISTIČKI PRIHODI U FUNKCIJI**  
**RAZVOJA REPUBLIKE HRVATSKE**

**ZAVRŠNI RAD**

**MENTOR:**

**dr. sc. Vinko Vidučić**

**STUDENT :**

**Ena Vojković (MB: 0171266792)**

**SPLIT, 2017.**

## **SAŽETAK**

U ovom završnom radu riječ je o važnosti turizma za cjelokupno hrvatsko gospodarstvo i njegovim ekonomskim učincima. Za Hrvatsku kao zemlju u kojoj je turizam od posebne važnosti za stanje i razvitak njenog cjelokupnog gospodarstva, činjenice i podaci o ukupnim gospodarskim učincima turizma imaju, odnosno trebali bi imati posebnu važnost i vrijednost. Doprinos turizma gospodarskom razvitku ogleda se ponajprije njegovim utjecajem na porast nacionalnog dohotka, porast investicija, porast zaposlenosti, više kapitalnih ulaganja i javnih prihoda, a svakako treba istaknuti i činjenicu da turizam uvelike potiče regionalni rast i razvitak. Budući da uloga turizma u gospodarstvu proizlazi iz njegovih ekonomskih funkcija, važno je razumjeti načela djelovanja turizma u gospodarstvu na temelju kojih se generiraju brojni ekonomski učinci. Stoga, može se reći kako turistički prihodi znatno utječu na ekonomski razvoj Hrvatske.

Ključne riječi: turizam, gospodarstvo, turistički prihodi, ekonomski učinci, ekonomski razvoj

## **ABSTRACT**

This final paper is all about the importance of tourism for whole economy of Croatia and its economic effects. Facts and informations of economic effects of Croatian tourism are specially important and valuable because tourism is of particular importance for economic growth of Croatia. Contribution of tourism to the economic growth consists in its influence on the rise of national income, higher investments, higher employment, more capital investments and public revenue. It is appropriate to note that tourism strongly encourages regional growth and development. However, the tourism sector plays an important role in national economies and in general has a particularly positive effect on regional development. Therefore, it could be said that revenues from tourism significantly impact on Croatian economic development.

Key words: tourism, economy, tourism revenues, economic effects, economic development

# SADRŽAJ

<b>UVOD</b> .....	1
<b>1 TURIZAM U NACIONALNOM GOSPODARSTVU</b> .....	2
1.1. EKONOMSKE KORISTI RAZVOJA TURIZMA.....	3
1.2. EKONOMSKI TROŠKOVI RAZVOJA TURIZMA.....	4
1.3. TURISTIČKA POTROŠNJA.....	5
1.3.1.Domaća turistička potrošnja.....	8
1.3.2.Inozemna turistička potrošnja.....	9
1.3.3. Razlike između osobne i turističke potrošnje.....	10
<b>2 EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA</b> .....	11
2.1 MULTIPLIKATIVNA FUNKCIJA.....	12
2.1.1. Izravni ekonomski učinci turističke potrošnje.....	13
2.1.2. Neizravni ekonomski učinci turističke potrošnje.....	14
2.1.3. Inducirani ekonomski učinci turističke potrošnje.....	14
2.2. INDUKTIVNA FUNKCIJA.....	15
2.3. KONVERZIJSKA FUNKCIJA.....	15
2.4. FUNKCIJA ZAPOŠLJAVANJA.....	16
2.5. FUNKCIJA POTICANJA MEĐUNARODNE RAZMJENE DOBARA.....	17
2.6. APSORPCIJSKA FUNKCIJA.....	19
2.7. FUNKCIJA URAVNOTEŽENJA PLATNE BILANCE.....	19
2.8. FUNKCIJA RAZVOJA GOSPODARSKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIH PODRUČJA .....	20
2.9. INTEGRACIJSKA FUNKCIJA.....	20
2.9.1. Prednosti integracijskoga djelovanja turizma.....	21
2.9.2. Ograničenja integracijskoga djelovanja turizma.....	21
2.10. AKCELERACIJSKA FUNKCIJA.....	21

<b>3 EKONOMSKI UČINCI TURIZMA.....</b>	<b>22</b>
3.1 PODJELA EKONOMSKIH UČINAKA TURIZMA.....	23
3.1.1. Fizički ekonomski učinci turizma.....	26
3.1.2. Financijski ekonomski učinci turizma.....	28
3.2. MJERENJE EKONOMSKIH UČINAKA TURIZMA.....	28
3.2.1. Analiza fizičkih pokazatelja razvoja hrvatskog turizma.....	29
3.2.2. Analiza ostvarenog turističkog prometa .....	30
<b>ZAKLJUČAK.....</b>	<b>32</b>
LITERATURA.....	34
POPIS SLIKA.....	35
POPIS TABLICA.....	35
POPIS GRAFIKONA.....	35

## UVOD

Turizam je razvojna mogućnost za Hrvatsku, između ostalog i zato jer različiti proizvodi na domaćem tlu mogu radi svoje kvalitete i ograničene količine, postići odgovarajuću cijenu samo pomoću izvoza, to jest sa direktnom prodajom turistima iz inozemstva. Ta sredstva koja turisti proizvedu vani, a potroše u Hrvatskoj za kupnju dobra i usluga najdragocjeniji su izvor dohotka privatnog i javnog sektora. Upravo je u ovom sadržana najbitnija prednost koju daje turizam. Stoga se u prvom poglavlju ovog rada govori o turizmu u nacionalnom gospodarstvu, ekonomskim koristima i troškovima razvoja turizma te o razlici između domaće i turističke potrošnje. Sustavno se objašnjava uloga i značenje turizma u nacionalnom gospodarstvu analizom deset temeljnih ekonomskih funkcija turizma koje su obrađene u drugom poglavlju ovog završnog rada. Svaka od deset funkcija opisana je u zasebnim potpoglavljima te su istaknute najvažnije karakteristike svake od funkcija turizma. Nadalje, posebno se naglašavaju i razmatraju teškoće vezane za visoku fragmentiranost gospodarske strukture turizma jer iz nje proizlaze sve posljedice koje se bitno odražavaju na upravljanje razvojem turizma. Osim naglašenih ekonomskih funkcija koje turizam generira, analiziraju se i ekonomski učinci turizma. U trećem poglavlju obrađuju se ekonomski učinci turizma, kako pozitivni tako i oni negativni. Upravo je turistička potrošnja polazište svih ekonomskih učinaka turizma, zbog čega je najprije nužno steći temeljna znanja o njezinim obilježjima koja se uvelike razlikuju od obilježja osobne potrošnje u mjestu boravka. Te razlike su golem gospodarski potencijal brojnim sudionicima turističke ponude koji ih trebaju prepoznati i pretvoriti u dodatne ekonomske učinke. Mjerenja ekonomskih učinaka turizma se smatraju približnim, a ne egzaktnim pokazateljima, međutim uvelike mogu pomoći kod donošenja odluka u turizmu. Naposljetku, obrađene su teme analiza fizičkih pokazatelja razvoja hrvatskog turizma te analiza ostvarenog turističkog prometa, u kojima se pomoću brojki dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj koji su promatrani i bilježeni u određenom vremenskom razdoblju došlo do zaključka ovog završnog rada.

# 1. TURIZAM U NACIONALNOM GOSPODARSTVU

Turizam predstavlja jednu od najvažnijih gospodarskih grana naše države. Štoviše, možemo ga definirati kao jedan cijeli gospodarski sustav koji se sastoji od niza međusobno povezanih gospodarskih grana. Sve te gospodarske grane su strukturno različite, ali zajedno čine jednu funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu. Turizam, dakle, označava skup proizvoda i usluga različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji se međusobno nadopunjuju. Razvoj samog turizma utječe i na ostale društvene i gospodarske djelatnosti, a naposljetku i na ukupni gospodarski razvoj. Doprinos turizma gospodarskom razvitku ogleda se ponajprije njegovim utjecajem na porast nacionalnog dohotka, porast investicija, porast zaposlenosti, više kapitalnih ulaganja i javnih prihoda, a svakako treba istaknuti i činjenicu da turizam uvelike potiče regionalni rast i razvitak. Porastom tih čimbenika sukladno raste i životni standard pojedinaca i zajednica u kojima se turizam odvija. Razvojni ciljevi turizma također obuhvaćaju i razvoj regija koje nisu dovoljno razvijene te poboljšanje i uravnoteženje platne bilance države. Važnost turizma se posebice ogleda u značaju za gospodarstvo države kojoj turizam pridonosi nizom ekonomskih učinaka koje su proizašli iz njegovog razvoja. Međutim, kako bi smo bili u mogućnosti vrjednovati ukupnost ekonomskih koristi koje proizlaze iz razvoja turizma naše države prethodno je potrebno definirati obuhvat turizma u strukturi nacionalnog gospodarstva. Također je potrebno ustvrditi koje sve gospodarske djelatnosti i u kolikoj mjeri čine gospodarsku strukturu turizma. Turizam stoga možemo promatrati kao gospodarsku aktivnost, kao gospodarsku djelatnost, kao industriju, kao gospodarsku granu, kao gospodarski sektor te kao jedno cjelokupno gospodarstvo. S obzirom da turizam teško možemo smjestiti u samo jednu od prethodno navedenih ekonomskih kategorija, nužno je zaključiti da turizam predstavlja visokosofisticiran integriran sustav u okviru nacionalnog gospodarstva. Područje djelovanja turizma nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora, a čine ga povezani i međuovisni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine jednu funkcionalnu, logičku i uravnoteženu cjelinu. Sofisticiranost turizma ukazuje na njegovu kompleksnost i fragmentiranu građu odnosno fragmente pojedinih gospodarskih djelatnosti kako bi se postigla potpuno smisljena i logički uravnotežena cjelina. Integralnost turizma promatramo kroz međusobnu povezanost različitih komponenti nacionalnog gospodarstva koje zahvaljujući turizmu ostvaruju ekonomske učinke. Naposljetku, turizam je iznimno složen sustav i ekonomska kategorija i vrlo je teško utvrditi njegov obuhvat u nacionalnom gospodarstvu kao i u potpunosti ga metodološki definirati.



Daljnji, po mogućnosti uspješan, razvoj turizma predstavlja osnovu za razvoj svih gospodarskih djelatnosti i uključivanje Hrvatske u europske i svjetske turističke tijekove. Turizam se može promatrati kroz njegove ekonomske koristi kao i ekonomske troškove razvoja. Prema Vukonić i Keča, troškovi *ovise u velikoj mjeri o izabranoj politici koja ga potiče, promovira i unaprjeđuje.*<sup>1</sup> Razvoj turizma se promatra kao izvoz stoga on ovisi o inozemstvu. Zemlje u razvoju, kao što je Hrvatska, moraju razviti politiku upravljanja turizmom i težiti ekonomskoj i političkoj samostalnosti.

## **1.1. EKONOMSKE KORISTI RAZVOJA TURIZMA**

*Razvoj turizma na određenom prostoru donosi brojne ekonomske koristi svim tržišnim sudionicima- privatnom, javnom i neprofitnom sektoru te lokalnom stanovništvu turističke destinacije.*<sup>2</sup> Lokalno stanovništvo predstavlja prioritet kada je riječ o zadovoljenju interesa razvojem turizma budući da rezidentno stanovništvo većim dijelom snosi učinke turizma, kako pozitivne učinke ekonomske koristi koja proizlazi iz razvoja turizma, tako i negativne koji se odnose na rizike i troškove samog razvoja turizma. Lokalno stanovništvo koristi turizam za ostvarivanje svojih gospodarskih interesa na način zapošljavanja rezidenata. Prihodi zarađeni na takav način direktno utječu na dohodak niza djelatnosti privatnog i javnog sektora koje predstavljaju izvor materijalne osnove za život na tom području. Osim podizanja standarda lokalnog stanovništva i poticanja regionalnog razvoja, razvoj turizma također podiže i opću kvalitetu življenja na takvim turistički receptivnim mjestima. Prvenstveni razlog za to jest bogata ponuda proizvoda i usluga koje su originalno namijenjene turistima, ali ipak na kraju svi ti sadržaji ostaju na korištenje i lokalnom stanovništvu i nakon završetka turističke sezone. *Rast turističke potražnje, dohotka i životnog standarda lokalnog stanovništva, privlačenjem investitora i realizacijom investicija te zapošljavanjem na svim razinama stvara se rastuća osnovica za prikupljanje svih oblika poreza, doprinosa i drugih pristojbi koje prikuplja javni sektor i koristi ih u svrhu financiranja infrastrukturnih i drugih projekata.*<sup>3</sup> Javni sektor koristi u turizmu traži u potencijalnim javno-privatnim partnerstvima budući da na takav način imaju mogućnost financirati velike razvojne projekte koje sa proračunom jednog grada ili općine ne bi uspjeli realizirati zbog nedovoljnih financija.

---

<sup>1</sup> Vukonić, B., Keča, K., Turizam i razvoj: pojam, načela i postupci, Zagreb, 2001., str. 159

<sup>2</sup> Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Kesar, Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, 2010., str. 253

<sup>3</sup> Ibidem, str. 254

Iz takvih javno-privatnih koristi proizlaze razne koristi:<sup>4</sup>

- brža izgradnja infrastrukture i drugih objekata,
- brža realizacija projekata,
- manji ukupni troškovi,
- ravnomjerna alokacija rizika,
- kvalitetnija usluga,
- stvaranje dodatnih prihoda na štetu subvencija,
- učinkovitije upravljanje resursima i dr.

S druge strane, privatni sektor u razvoju turizma vidi mogućnost stjecanja prihoda korištenjem javnih dobara u svrhu turističke valorizacije. Od privatnog sektora se očekuje zapošljavanje, očuvanje resursa, podmirivanje obveza prema javnom sektoru te visoka društvena odgovornost. Privatni sektor se smatra glavnim pokretačem razvoja turizma i sukladno tomu se od njega očekuje doprinos u vidu razvoja privlačnosti turističke destinacije i turističkog proizvoda i definiranje smjernica za daljnji razvitak turizma. Posebno mjesto u razvoju turizma imaju ekonomske koristi koje proizlaze iz putovanja i boravka nerezidenata čija se potrošnja financira novcem koji je stečen izvan nacionalnog gospodarstva turistički receptivne zemlje. Takav novac vitalno je važan za nerazvijene zemlje i zemlje u razvoju, poput Hrvatske, i služi radi prikupljanja dostatnih sredstava kako bi se mogli otplatiti inozemni dugovi, očuvati stabilnost tečaja nacionalne valute i podmiriti obaveze prema inozemstvu odnosno uvoz.

## **1.2. EKONOMSKI TROŠKOVI RAZVOJA TURIZMA**

S jedne strane turizam se može promatrati kao ključni čimbenik razvoja, dok s druge strane taj isti čimbenik generira i određene štete i troškove. Troškove i štete je potrebno predvidjeti i pravovremeno pokušati sanirati. Troškovi mogu biti predviđeni ili nepredviđeni, no bez obzira na njihov karakter tretiraju se kao troškovi razvoja turizma. Uglavnom nastaju kao posljedica iskorištavanja raspoloživih fizičkih i financijskih resursa i ljudskih potencijala. Prema karakteru troškove možemo podijeliti na ekonomske, društvene i ekološke, dok ih s obzirom na vrijeme potrebno za njihovu sanaciju možemo podijeliti na kratkoročne ili dugoročne. Primarni trošak predstavlja izgradnja potrebne infrastrukture za koju je zadužen javni sektor koji procjenjuje svoje mogućnosti s obzirom na proračun ili mogućnosti

---

<sup>4</sup> Ibidem, str. 254

partnerstva sa javnim sektorom odnosno koristi neki drugi oblik financiranja poput novca kojim Europska Unija sufinancira projekte. Sljedeći tip troškova jesu troškovi privatnog sektora uoči turističke sezone i takvi troškovi proizlaze upravo iz sezonalnosti poslovanja. Privatni sektor uoči sezone suočen je sa brojnim troškovima koji uključuju obnavljanje objekata i opreme te zapošljavanje nove radne snage, obuku novih zaposlenika, smještaj i prijevoz. Troškovi mogu biti i troškovi obrazovanja za potrebe turizma, troškovi za sprječavanje nekih ekoloških katastrofa primjerice zaštita od požara, zatim troškovi zbrinjavanja otpada, troškovi zdravstva, troškovi policije i razni drugi. Također među troškove je potrebno ubrojiti i odljeve novca iz lokalnih gospodarstava radi uvoza roba i usluga koje se rabe u turizmu, odljeve novca uloženog nerezidentnog kapitala i troškove zapošljavanja nerezidentne radne snage.<sup>5</sup>

### **1.3. TURISTIČKA POTROŠNJA**

Kao osnovu za razumijevanje ekonomskih učinaka turizma, kako direktnih tako i onih indirektnih, potrebno je razjasniti pojam turističke potrošnje. Turističku potrošnju definiramo kao potrošnju pojedinca na različite proizvode i usluge u pripremi i realizaciji turističkog putovanja i boravka na određenom turistički receptivnom području, bez obzira na činjenicu jesu li sredstva osigurana iz kućnog budžeta ili troškove pokriva netko drugi u njegovo ime. Turistička potrošnja se veže isključivo za privremene posjetitelje koji pripadaju grupi turista i izletnika.

Turistička potrošnja se odvija u tri faze :<sup>6</sup>

- u mjestu stalnog boravka (prije i nakon putovanja),
- na putu (prema destinaciji i na povratku) i
- u turističkoj destinaciji (ili u više njih ukoliko je riječ o turama).

Dakle, iz prethodno navedenih faza može se zaključiti kako je turistička potrošnja ukupnost dobara i usluga koje turist kupuje ili koristi s ciljem zadovoljenja svojih turističkih potreba bez obzira na fazu u kojoj se čin potrošnje realizirao. Kao što je vidljivo iz tablice 1, obilježja potrošnje među potrošačima koji imaju stalan boravak u destinaciji i onih koji su došli povodom turističkog putovanja se razlikuju.

---

<sup>5</sup> Ibidem, str. 254

<sup>6</sup> [www.effect-dubrovnik.hr](http://www.effect-dubrovnik.hr), 10.04.2017.

Tablica 1: Razlike između obilježja potrošnje u mjestu stalnog boravka i potrošnje na turističkom putovanju

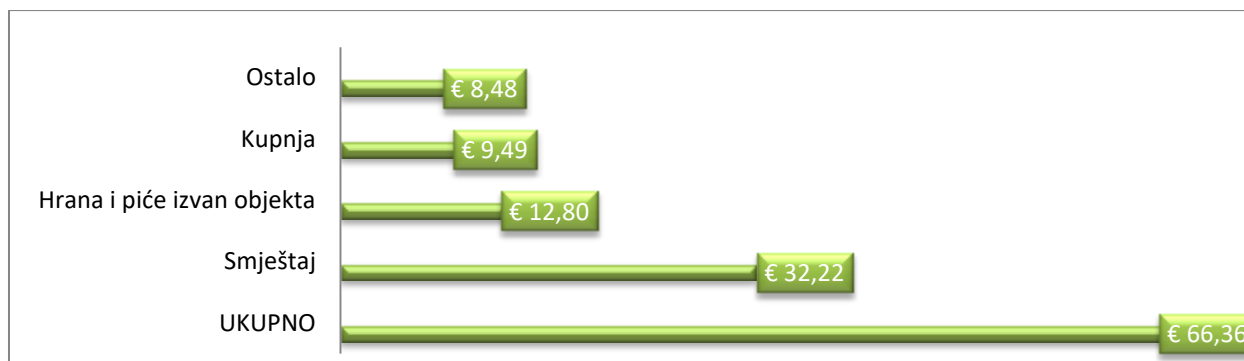
<b>Obilježja</b>	<b>Potrošač u mjestu stalnog boravka</b>	<b>Potrošač na turističkom putovanju</b>
<b>Svrha potrošnje</b>	Pretežno iz nužde	Pretežno iz zabave
<b>Stupanj utjecaja iracionalnih čimbenika pri potrošnji</b>	Nizak	Visok
<b>Poznavanje okoline u kojoj se troši</b>	Dobro poznaje okolinu	U pravilu ne poznaje
<b>Spoznavja o razvijenosti ukupne ponude</b>	Široka	Vrlo ograničena
<b>Usporedba kvalitete prethodno korištenih proizvoda i usluga sa ponudjenima</b>	Dobro poznata	Otežana ili onemogućena
<b>Poznavanje supstituta ponuđenih proizvoda i usluga</b>	Dobro poznate	Malo poznate ili nepoznate
<b>Stupanj orijentacije kod procjene vrijednosti za novac</b>	Visok	Nizak
<b>Poznavanje vrijednosti lokalnog novca</b>	Vrlo visoko	Vrlo nisko

Izvor: Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Ibidem, str. 314

Na grafikonu 1 prikazana je prosječna dnevna potrošnja turista u promatranoj destinaciji, izražena u eurima i vidljivo je da turisti u pravilu najviše troše na smještaj i hranu.

Grafikon 1: Potrošnja u destinaciji; Prosječni dnevni izdaci po osobi



Izvor: Institut za turizam<sup>8</sup>

Prema *Rječniku turizma* turistička potrošnja je *ukupna potrošnja pojedinca na robe i usluge koje turist kupuje ili konzumira da bi zadovoljio ponajprije svoje turističke potrebe bez obzira na to je li se akt potrošnje dogodio u mjestu stalnog boravka turista, tijekom putovanja ili u turističkoj destinaciji.*<sup>9</sup>

S druge strane, u *Ekonomskom leksikonu* turistička potrošnja je definirana kao *dio nacionalnog dohotka, tj. osobne potrošnje, koji stanovništvo izdvaja za realizaciju turističkih putovanja u okviru zemlje i inozemstva.*<sup>10</sup>

Stoga je potrebno ukupno ostvarenu turističku potrošnju raščlaniti na domaći i inozemnu turističku potrošnju budući da se radi o strukturno različitim segmentima koji uvjetuju drugačije metode analize.

<sup>8</sup> Institut za turizam, Zagreb, 2015.

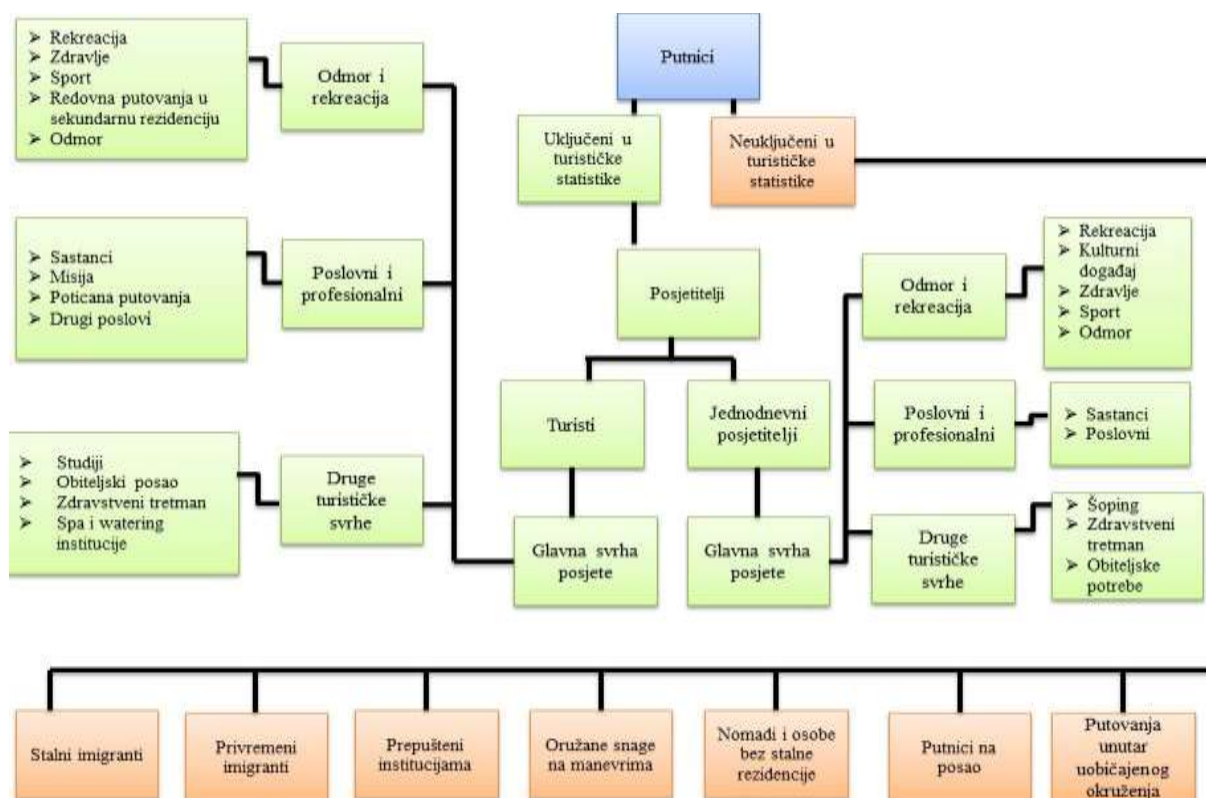
<sup>9</sup> Vukonić B., Čavlek N., *Rječnik turizma*, Zagreb, 2001., str. 393

<sup>10</sup> Bogoev K., *Ekonomski leksikon*, Beograd, 1975., str. 1409

### 1.3.1. DOMAĆA TURISTIČKA POTROŠNJA

Potrošnja domicilnog stanovništva ima relativno mali utjecaj budući da domaći turisti dio osobnog dohotka koji je namijenjen zadovoljenju turističkih potreba troše unutar granica svoje matične zemlje. Razlog tomu jest činjenica da će se takva potrošnja kroz multiplikativne učinke odraziti na pojačanu aktivnost onih područja i gospodarskih djelatnosti u kojima je potrošnja realizirana.

Slika 1: Klasifikacija domaćih posjetitelja



Izvor: Tourism: principles and practice<sup>11</sup>

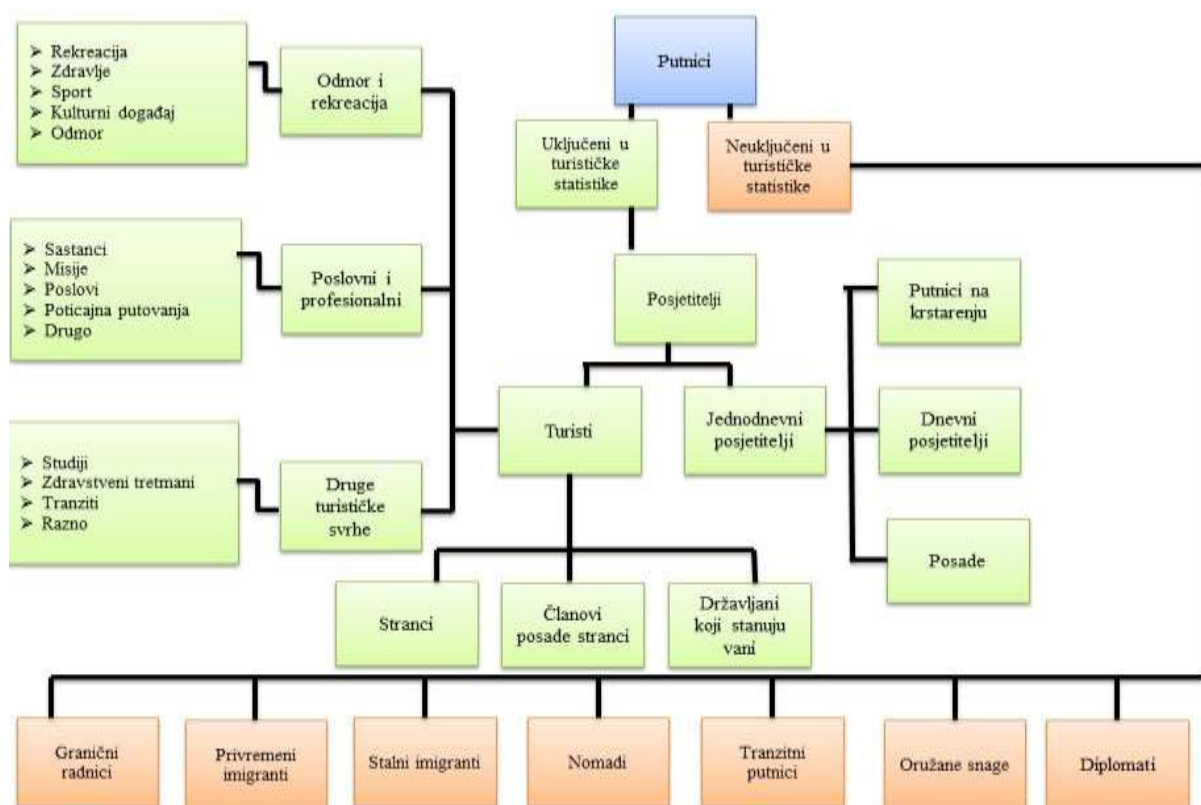
Na slici su prikazani najčešći motivi domaćih posjetitelja za putovanja. Može se zaključiti da takva putovanja ne utječu znatno na BDP zemlje jer se domaćom turističkom potrošnjom zapravo, kao što je ranije spomenuto, vrši preraspodjela stečenog dohotka u okviru nacionalnog prostora.

<sup>11</sup> Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., Tourism: principles and practice, England, 2005., str. 73

### 1.3.2. INOZEMNA TURISTIČKA POTROŠNJA

Inozemnoj turističkoj potrošnji se pridaje posebna važnost zbog toga što ima dalekosežnije učinke od domaće turističke potrošnje. Novac koji inozemni turisti unose u turistički receptivnu zemlju je dio dohotka koji je stečen izvan granica promatranoga gospodarstva, čija agregatna vrijednost čini proširenu potrošnju odnosno ima za posljedicu višak kupovne moći u zemlju privremenog boravka. Takav novac odnosno prihod postaje integralni dio ukupne potrošnje u zemlji. Inozemnom turističkom potrošnjom odlijeva se dohodak iz gospodarskog (monetarnog) sustava turistički emitivne zemlje (te realizacijom turističke potrošnje) uz istodobni priljev dohotka i znatan utjecaj na gospodarstvo turistički receptivne zemlje.<sup>12</sup> Dakle, inozemnom turističkom potrošnjom vrši se prelijevanje dohotka iz turistički emitivne u turistički receptivnu zemlju, na temelju koje se postižu znatni ekonomski učinci, naročito u smislu povećanja BDP-a zemlje.

Slika 2: Klasifikacija inozemnih posjetitelja



Izvor: Tourism: principles and practice<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Pirjevec B., Kesar O., Počela turizma, Zagreb: Mikrorad, 2002., str.156

<sup>13</sup> Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., Tourism: principles and practice, England, 2005., str. 68

Na slici su prikazani najčešći motivi putovanja stranih turista koji osiguravaju priljeve sredstava iz turistički emitivnih zemalja u turistički receptivne zemlje.

### **1.3.3. RAZLIKE IZMEĐU OSOBNE I TURISTIČKE POTROŠNJE**

Promatranjem ponašanja turista u procesu potrošnje na turističkom putovanju ističu se bitne razlike između onoga što nazivamo osobnom potrošnjom (u domicilu) i turističke potrošnje. Iako oba navedena oblika potrošnje imaju zajedničko svojstvo osobne potrošnje, bitna je razlika između potrošnje u mjestu stalnog boravka i potrošnje na turističkom putovanju u turističkoj destinaciji. Ključna razlika između osobne i turističke potrošnje je upravo u putovanju odnosno privremenoj promjeni mjesta boravka kojom turisti ulaze u fazu iracionalnog i hedonističkog ponašanja. Takvo ponašanje zamjećuju sudionici turističke ponude, ponajprije ugostitelji, te turistički posrednici koji se nastoje prilagoditi svoje proizvode i usluge kako bi maksimalno zadovoljili turističke potrebe. Antunac ističe drugačije ponašanje onih u ulozi turista-potrošača jer *turist-potrošač troši veću količinu novca, a za taj novac očekuje kvalitetnije usluge u turističkoj destinaciji od usluga kojima se koristi u mjestu stalnog boravka.*<sup>14</sup> Motivi putovanja turista i trošenje njihovog novca dakle poprimaju potpuno druge dimenzije i obilježja od onih koji vrijede u mjestu stalnog boravka. Međutim primarni cilj sudionika turističke ponude nije zadovoljenje potreba turističkih potrošača, već ostvarivanje maksimalnog ekonomskog učinka iz zadovoljenja turističkih potreba na obostrano zadovoljstvo. Visina i struktura turističke potrošnje ovisi o brojnim unutrašnjim i vanjskim čimbenicima, što je vidljivo iz tablice 2.

---

<sup>14</sup> Antunac, I., Turizam: Teorijsko-znanstvene rasprave, Zagreb, 2001., str. 152



Tablica 2: Unutrašnji i vanjski čimbenici turističke potrošnje

UNUTRAŠNJI ČIMBENICI	VANJSKI ČIMBENICI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socioekonomski profil pojedinca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utjecaji na pojedinca iz okruženja</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visina osobnog dohotka pojedinca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cjenovna pozicioniranost destinacije na međunarodnom turističkom tržištu</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imovinsko stanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvijenost ponude i imidž destinacije</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stupanj obrazovanja i radno mjesto turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trendovi u strukturi putovanja</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvijenost percepcije turista o društvu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvaliteta i raspoloživost ljudskih resursa za potrebe turizma</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivacija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvijenost marketinških aktivnosti turističkih destinacija</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Navike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sigurnost putovanja</li> </ul>

Izvor: Turizam:ekonomske osnove i organizacijski sustav<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Ibidem, str. 316

## 2. EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA

Budući da uloga turizma u gospodarstvu proizlazi iz njegovih ekonomskih funkcija, važno je razumjeti načela djelovanja turizma u gospodarstvu na temelju kojih se generiraju brojni ekonomski učinci. Prema domaćim teoretičarima turizma S. i Z. Marković, pod ekonomskim funkcijama *razumijevaju se sva njegova djelovanja koja su usmjerena na ostvarivanje postavljenih ekonomskih ciljeva i koja rezultiraju određenim ekonomskim učincima.*<sup>16</sup> Deset temeljnih ekonomskih funkcija turizma su:<sup>17</sup>

1. multiplikativna funkcija,
2. induktivna funkcija,
3. konverzijska funkcija,
4. funkcija zapošljavanja,
5. funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara,
6. apsorpcijska funkcija,
7. funkcija uravnoteženja platne bilance,
8. funkcija razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja,
9. integracijska funkcija i
10. akceleracijska funkcija.

### 2.1. MULTIPLIKATIVNA FUNKCIJA

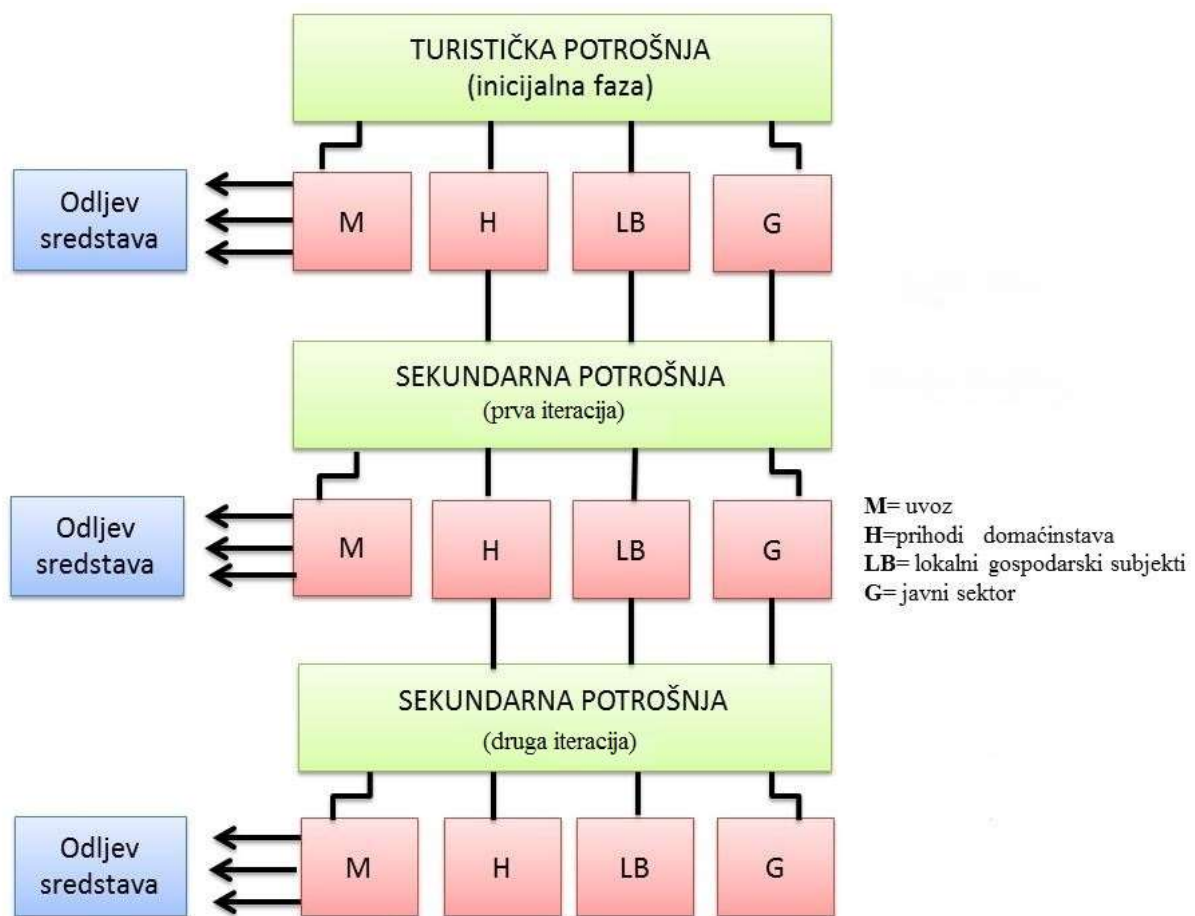
Multiplikativna funkcija turizma opisuje snagu turizma u multipliciranju dohotka ostvarenog u trenutku kada privremeni posjetitelj podmiri račun za bilo koju uslugu ili proizvod koji je konzumirao tijekom svog turističkog putovanja i boravka u turističkoj destinaciji. To se naziva inicijalna faza realizacije turističke potrošnje. Novčana sredstva u inicijalnoj fazi potrošnje ne zaustavljaju gospodarski proces cirkulacije već nastavljaju cirkulirati na nižim razinama u još nekoliko faza. To je posljedica usluga na koje turisti najviše troše, a one se nazivaju složene turističke usluge. Iz toga se može zaključiti da svaki oblik novca stečen izvan turistički receptivnog prostora koji se troši na različite usluge i proizvode koji su dio turističke ponude potiče niz gospodarskih aktivnosti. Na slici 3 prikazana je multiplikacija turističke potrošnje gdje je vidljivo kretanje jedne jedinice inicijalne turističke potrošnje kroz tri razine. Prikazana je inicijalna faza potrošnje koju slijede dvije iteracije. Logično je očekivati veći broj iteracija unutar cirkulacije turističke potrošnje i

<sup>16</sup> Marković, S., Marković, Z., *Ekonomika turizma*, 1972., Zagreb, str. 28

<sup>17</sup> *Ibidem*, str. 262

upravo to je glavni pokazatelj veličine snage turizma u smislu aktiviranja različitih gospodarskih aktivnosti. Rezultat toga je poticanje razvoja i diverzifikacije gospodarskih aktivnosti na lokalnoj i regionalnoj razini. Rezultati istraživanja koja su se dosad provodila na ovu temu pokazuju da sredstva koja cirkuliraju gospodarstvom po osnovi inicijalne turističke potrošnje u prosjeku nestaju tek nakon 13. iteracije, što govori samo po sebi kolika je snaga turizma u multiplikativnog djelovanja na strukturno različite segmente gospodarstva.<sup>18</sup>

Slika 3: Proces multiplikacije turističke potrošnje



Izvor: Turizam:ekonomske osnove i organizacijski sustav<sup>19</sup>

Teorija multiplikatora se zasniva na činjenici da ukupan ekonomski učinak turističke potrošnje proizlazi iz cirkulacije turističke potrošnje kroz više iteracija odnosno gospodarskih ciklusa. Sukladno tome, ekonomski učinci turističke potrošnje koji su nastali na temelju cirkulacije novca, odnosno njegove multiplikacije, mogu se gledati kao izravni, neizravni i inducirani učinci.

<sup>18</sup> Antunac I., Turizam i ekonomska teorija, Institut za istraživanje turizma, Zagreb, 1985., str. 79

<sup>19</sup> Ibidem, str. 264

### **2.1.1. IZRAVNI EKONOMSKI UČINCI TURISTIČKE POTROŠNJE**

Izravni ekonomski učinci turističke potrošnje koji su nastali multiplikacijom novca se odnose na ukupnost inicijalne turističke potrošnje koja je ostvarena u gospodarskim djelatnostima koje izravno apsorbiraju turističku potrošnju. Te djelatnosti su ponajprije ugostiteljstvo, posredovanje u turizmu, promet i trgovina na malo. Primjer izravnog ekonomskog učinka turističke potrošnje jest ostvareni prihod nekog ugostiteljskog subjekta od naplaćene jedne usluge noćenja turista koji je boravio u tom objektu. Do procjene vrijednosti ukupnih izravnih ekonomskih učinaka turizma dolazi se agregiranjem vrijednosti novca koji su privremeni posjetitelji potrošili u promatranoj turističkoj destinaciji, odnosno agregiranjem prihoda sudionika turističke ponude na određenom turističkom tržištu koji su nastali kao rezultat neposrednog pružanja usluga privremenim posjetiteljima.<sup>20</sup>

### **2.1.2. NEIZRAVNI EKONOMSKI UČINCI TURISTIČKE POTROŠNJE**

Neizravni ekonomski učinci turističke potrošnje se odnose na ukupnost svih troškova koji uključuju sirovine, poluproizvode, proizvode i usluge koje su nastale u procesu formiranja turističke usluge. U ekonomske učinke turizma se također ubrajaju i obveze pružatelja turističkih usluga prema svojim dobavljačima, kao i dobavljača prema svojim dobavljačima zato što su i takve vrste usluga posljedice turističke potrošnje. Dobavljači po pravilu pripadaju skupini tzv. neturističkih gospodarskih djelatnosti jer ne dolaze u izravan kontakt s turistima i prihodi im nisu izravno vezani za turističku potrošnju. Primjeri neizravnih ekonomskih učinaka turističke potrošnje mogu se promatrati u osnivanjima raznih građevinskih subjekata koji se specijaliziraju za gradnju građevinskih objekata i popratnih turističkih sadržaja. Njihov ukupni prihod je većinom ostvaren od turizma, ali posredno tj. neizravno. Vrijednosti neizravnih učinaka turizma procjenjuju se pomoću tablice međusektorskih odnosa (*input-output* tablica) hrvatskog gospodarstva u okviru koje je moguće napraviti detaljnu analizu razmjene među pojedinim sektorima nacionalnog gospodarstva i na temelju izdvajanja samo one razmjene koja se dogodila u turizmu, odnosno zbog turizma, utvrditi vrijednost neizravnih ekonomskih učinaka turizma.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Ibidem, str. 263

<sup>21</sup> Ibidem, str. 263

### 2.1.3. INDUCIRANI EKONOMSKI UČINCI TURISTIČKE POTROŠNJE

Inducirani ekonomski učinci turističke potrošnje se odnose na one ekonomske učinke koje su nastali kao rezultat povećane kupovne moći rezidentnog stanovništva i javnog sektora na turistički receptivnom području. To se najčešće odnosi na rast potrošnje rezidenata i privremeno zaposlenih nerezidentnih stanovnika i rast javne potrošnje koju su omogućili prethodno ostvareni izravni i neizravni multiplikativni učinci turističke potrošnje. Rast potrošnje lokalnog stanovništva je između ostalog i posljedica povećanog zapošljavanja u turizmu. Porast javne potrošnje se javlja u obliku poticaja lokalnom poduzetništvu i ulaganja javnog sektora u turizam, najčešće u infrastrukturu. Vrijednosti induciranih ekonomskih učinaka turizma moguće je procijeniti samo za manje geografsko područje poput grada ili općine jer iziskuje najširi mogući obuhvat praćenja i utvrđivanja snage utjecaja tijekom novca na poticanje nove gospodarske aktivnosti, odnosno nove potrošnje.<sup>22</sup>

### 2.2. INDUKTIVNA FUNKCIJA

Induktivna funkcija turizma se nadovezuje na prethodno objašnjenu multiplikativnu funkciju turizma. Induktivna funkcija turizma se razvija zbog multiplikativnih učinaka turističke potrošnje pod određenim tržišnim uvjetima kad se počinju stvarati potrebe za pokretanjem nove i poboljšanjem postojeće ponude u proizvodnji dobara i pružanju usluga na lokalnoj i regionalnoj razini. Time se potiče intenzivniji razvoj turističke ponude u promatranoj turističkoj destinaciji. Prema teoretičarima Marković i Marković, definicija induktivne funkcije turizma počiva na činjenici da *osnovni interes nositelja gospodarske aktivnosti na razini turističke destinacije nije sama turistička potrošnja ni izravna dobit što bi je pojedini gospodarski subjekti realizirali iz same prodaje svojih proizvoda i usluga turizmu, nego uloga te turističke potrošnje u indukciji povećanih ukupnih učinaka proizvodnje, odnosno pružanja usluga.*<sup>23</sup> Prema tome, snaga induktivne funkcije turizma ovisi o porastu potražnje za određenom turističkom destinacijom, ali i o stupnju njezina turističkog razvoja. Primjer induktivne funkcije turizma jest potrošnja goriva za prijevozna sredstva. Izravna potrošnja na gorivo ima relativno malen udio u prihodima velikih naftnih kompanija i njihovih distributera. Međutim, činjenica je da će zbog povećanje potražnje potrošnja goriva svih subjekata koji sudjeluju u lancu dobavljača usluga i proizvoda za krajnje korisnike proporcionalno rasti.

---

<sup>22</sup> Ibidem, str. 263

<sup>23</sup> Marković, S., Marković, Z., *Ekonomika turizma*, 1972., Zagreb, str. 39.

### 2.3. KONVERZIJSKA FUNKCIJA

Turističke destinacije uvijek nastoje iskoristiti što je više moguće prirodnih i društvenih turistički privlačnih resursa kako bi učinile svoju turističku ponudu sadržajnijom. Postoje resursi koji se stavljaju u funkciju turističke eksploatacije jer inače nikada ne bi ostvarili ekonomske učinke. To su najčešće resursi koji zbog svoje privlačnosti ili prirodne ljepote dopunjuju postojeću turističku ponudu i pridonose njenoj diverzifikaciji. Zbog toga je važna konverzijska funkcija turizma, koju Pirjevec i Kesar definiraju kao *sposobnost turizma u pretvaranju neprivrednih resursa u privredne, koji, da nema turizma ili da nisu uključeni u turističke tokove, ne bi ostvarivali ekonomske učinke, ponajprije prihod.*<sup>24</sup> Tako iskoristivih resursa u Hrvatskoj ima mnogo i sigurno će se aktivirati u ekonomskom smislu i postati vrijedni za daljnji razvoj turizma kada se sredina u kojoj se nalaze dosegne određeni stupanj turističkog razvoja. Konverzijska funkcija ogleda se i u generiranju dodatnih ekonomskih učinaka zbog povoljne prostorne pozicije na kojoj se nalazi neki turistički objekt u odnosu na glavnu atrakciju promatrane turističke destinacije. Kao primjer takvog povoljnijeg prostornog položaja mogu se navesti hotelski objekti koji se nalaze neposredno uz staru jezgru grada Dubrovnika koja se nalazi na Popisu svjetske baštine pod zaštitom UNESCO-a. Takvi objekti zasigurno osiguravaju veći dio prihoda zahvaljujući samo povoljnom položaju u usporedbi sa konkurentima koji takav položaj nemaju. Dakle, polazišta konverzijske funkcije jesu društveni resursi koje je moguće valorizirati. Prije svega su to kulturni, povijesni i vjerski resursi koji svojim postojanjem ne ostvaruju nikakav zapaženi ekonomski učinak, ali se uključivanjem u turističku ponudu pretvaraju u ekonomski vrijedne resurse koji omogućavaju stvaranje novoga dohotka i potiču zapošljavanje ponajviše lokalnog stanovništva, a istodobno su u funkciji očuvanja kulturnog nasljeđa i kulturnog identiteta turističke destinacije. Dakle, to su svi oni resursi s pomoću kojih se stvara prepoznatljiv turistički proizvod i gradi identitet kulturno očuvane turističke destinacije, a posjetiteljima omogućava doživljaj za koji su spremni izdvojiti dodatan novac. Bez turizma takvi resursi vjerojatno nikada ne bi postali predmetom ekonomske eksploatacije, odnosno ne bi dobili svoju tržišnu vrijednost.

### 2.4. FUNKCIJA ZAPOŠLJAVANJA

Funkcija zapošljavanja je jedna od najvažnijih funkcija turizma. Zapošljavanje je važno u vidu generiranja novih radnih mjesta u sklopu temeljnih gospodarskih djelatnosti u

---

<sup>24</sup> Pirjevec, B., Kesar, O., Počela turizma, Zagreb, 2002., str 158.

sustavu turizma, ali i nizu ostalih gospodarskih djelatnosti koje su u funkciji opskrbnog sustava djelatnostima koje izravno pružaju usluge posjetiteljima. Pritom je važno razlikovati izravno i neizravno zapošljavanje u turizmu. Naime, izravno zapošljavanje u turizmu se odnosi na zapošljavanje u domeni temeljnih gospodarskih djelatnosti koje čine sustav turizma kao što su ugostiteljstvo, turističko posredništvo, promet i trgovina na malo. Na takvim radnim mjestima djelatnici dolaze u neposredan kontakt s turistima odnosno privremenim posjetiteljima. S druge strane, neizravno zapošljavanje u turizmu obuhvaća sva ona zanimanja koja su povezana sa prethodno navedenim gospodarskim djelatnostima. Tu je uglavnom riječ o zanimanjima u okviru prerađivačke industrije, energetike i vodoopskrbe, građevinarstva, usluga informatičke potpore, poslovanja nekretninama, obrazovanja, istraživanja i razvoja, javne uprave i brojnih drugih. Nadalje, prema Vukonić i Keča, *turizam nije samo kreator novih radnih mjesta, već on omogućuje da lokalno stanovništvo podigne razinu svojih prihoda kao i kvalitetu života.*<sup>25</sup>

Analizom zaposlenih u temeljnim gospodarskim djelatnostima koje čine sustav turizma u Republici Hrvatskoj, ponajprije u ugostiteljstvu i turističkom posredništvu koje zajedno čine većinu ukupno zaposlenih u turizmu, moguće je prepoznati četiri sljedeća temeljna obilježja zaposlenih u turizmu:<sup>26</sup>

- dominacija žena,
- dominacija zaposlenih s prosječno nižim stupnjem obrazovanja i kvalifikacija,
- dominacija prosječno starijih zaposlenika i
- dominacija sezonskog zapošljavanja.

Iz toga se može zaključiti da je hrvatski turizam u osnovi još uvijek obilježen zapošljavanjem i onih radnika koji su niskokvalificirani budući da više do izražaja dolazi njihovo posjedovanje specifičnih znanja i vještina potrebnih za promatrano radno mjesto. Također, uočava se dominacija starijih zaposlenika. To je djelomično posljedica težnje mladog i obrazovanog stanovništva u pronalasku stalnog radnog mjesta. Glavno obilježje hrvatskog turizma svakako je sezonalni karakter budući da sezona traje samo par mjeseci, najčešće u razdoblju od svibnja do rujna, što ostavlja samo par mjeseci zaposlenja za lokalno stanovništvo. Utjecaj turizma na zapošljavanje u Hrvatskoj je veoma izražen i to upravo zbog činjenice da je naša zemlja izrazito ovisna o inozemnim prihodima od turizma. Budući da je

---

<sup>25</sup> Vukonić B., Keča K., Turizam i razvoj: pojam, načela i postupci, Zagreb 2001., str. 157

<sup>26</sup> Ibidem, str. 265

Hrvatska slabije gospodarski razvijena zemlja, odnosno više ovisna o turizmu i njegovim ekonomskim učincima, važnost zapošljavanja je izrazito važna.

## 2.5. FUNKCIJA POTICANJA MEĐUNARODNE RAZMJENE DOBARA

Funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara je iznimno važna i njene učinke je relativno lako prepoznati i kvantificirati budući da se radi o međunarodnoj razmjeni pa se svaka realizirana transakcija registrira u platnoj bilanci zemlje. Funkcija turizma u poticanju međunarodne razmjene dobara očituje se u kretanju visine izvoza i uvoza roba i usluga na računu tekućih transakcija platne bilance. Pritom su najzanimljiviji prihodi, odnosno izvoz usluga putem turizma zbog činjenice da su ti prihodi vrlo važni za nacionalno gospodarstvo. Ti prihodi predstavljaju rezultat turističke potrošnje u međunarodnim turističkim kretanjima i njihov utjecaj na platnu bilancu zemlje može biti pozitivan i negativan. Kad se radi o potrošnji nerezidentnih posjetitelja u Hrvatskoj, sva roba i usluge koje su pritom prodane dobivaju izvozni karakter i imaju pozitivan utjecaj na platnu bilancu. Cilj je putem turizma plasirati što više dobara hrvatskog podrijetla, stoga funkcija turizma u poticanju međunarodne razmjene dobara dolazi do punog izražaja samo kad je riječ o dobrima proizvedenim u Hrvatskoj jer se njihovim izvozom zadržava ili povećava broj radnih mjesta u Hrvatskoj, smanjuje se nezaposlenost i pozitivno utječe na kretanje javnih prihoda. Dok prodane robe i usluge u okviru turizma imaju aktivan utjecaj na kretanje stavke „prihodi od izvoza roba i usluga po osnovi turističkih putovanja“, kad se radi o potrošnji hrvatskog stanovništva na turističkim putovanjima u inozemstvu, tada sva roba i usluge koje turisti pritom kupe u inozemstvu dobivaju karakter uvoznih dobara za Hrvatsku. Takva dobra se izravno bilježe u stavci „rashoda od uvoza roba i usluga po osnovi turističkih putovanja“ u okviru platne bilance. Izvozna funkcija turizma je vrlo važna za Hrvatsku iako se putem turizma izvozi relativno vrlo malo turističkih dobara u vidu suvenira, odjeće, vina i slično. Prema Pirjevec i Kesar, *turizam je za Hrvatsku važan izvor deviza, a samim time i jedan od najvećih izvoznika koji svoje inozemne prihode ostvaruje „nevidljivim izvozom“ ili „izvozom na licu mjesta“*.<sup>27</sup> Izvoz putem turizma stoga obiluje mnogim prednostima u odnosu na robni izvoz. Neke od prednosti uključuju sljedeće:<sup>28</sup>

- na turističkom tržištu potražnja „dolazi k ponudi“, za razliku od robnog tržišta na kojem roba „dolazi k potražnji“,

---

<sup>27</sup> Pirjevec, B., Kesar, O., Počela turizma, Zagreb, 2002., str.159

<sup>28</sup> Ibidem, str. 266



- na turističkom tržištu se proizvodi i usluge konzumiraju u turističkoj destinaciji i plaćaju direktno devizama koje su stečene izvan granica turistički receptivne zemlje,
- proizvode i usluge turist plaća odmah gotovinom ili kreditnim karticama,
- gotovi proizvodi plasirani kao sastavni dio turističke usluge postižu i do četiri puta višu prodajnu cijenu nego što isti proizvodi postižu na inozemnom robnom tržištu i dr.

Najveće ograničenje izvoza putem turizma za Hrvatsku je sezonalni karakter hrvatskog turizma.

## 2.6. APSORPCIJSKA FUNKCIJA

U kontekstu međunarodnih gospodarskih odnosa, ponajprije između europskih zemalja, *apsorpcijska funkcija turizma*<sup>29</sup> ili *inflacijsko-deflacijska funkcija*<sup>30</sup> odnosi se na sposobnost turizma u uravnoteženju robno-novčanih odnosa u razvijenim gospodarstvima, kao i u gospodarstvima u razvoju, a javlja se kao rezultat međunarodnih turističkih kretanja. Ova funkcija je najpoželjnija u razvijenim zemljama kojima je nacionalno gospodarstvo stabilno. U takvim se zemljama često javlja višak kupovne moći radi visoke razvijenosti i izvozne orijentiranosti, pa imaju problem rješavanja viška kupovne moći kako bi održale ravnotežu robno-novčanih odnosa. Emitivni turizam održava njihove stope inflacije niskima. Stoga razvijene zemlje podržavaju emitivni odnosno pasivni turizam, ali ga ne potiču otvoreno zbog mogućnosti prekomjernog odljeva novca. S druge strane, za gospodarstva slabije razvijenih zemalja ili zemalja u razvoju, poput Hrvatske, tipična je niža ili viša stopa inflacije i takve zemlje sa svojim proizvodima i uslugama slabije konkuriraju na međunarodnom robnom tržištu. Za takve zemlje je važan turizam koji nizom proizvoda i usluga predstavlja *pogodan mehanizam za apsorpciju viška kupovne moći iz razvijenih zemalja i pretvaranje tog viška u potencijal za snažniji gospodarski razvoj turistički receptivnih zemalja*.<sup>31</sup> Dakle, svaki turist koji otputuje u turistički receptivnu zemlju povlači za sobom višak kupovne moći iz razvijenih turistički emitivnih zemalja uz istovremeni priljev deviza koji jača kupovnu moć turistički receptivne zemlje koju je posjetio.

<sup>29</sup> Marković, S., Marković, Z., *Ekonomika turizma*, 1972., Zagreb, str. 48

<sup>30</sup> Mihalič, T., *Ekonomске funkcije turizma*, Ljubljana, 2002. str 234

<sup>31</sup> *Ibidem*, str. 277

## 2.7. FUNKCIJA URAVNOTEŽENJA PLATNE BILANCE

Na funkciju poticanja međunarodne razmjene dobara logički se nadovezuje i funkcija turizma u uravnoteženju platne bilance, zbog koje se turizmu i pripisuje vrlo važna *stabilizacijska funkcija*.<sup>32</sup> Hrvatska već dulji niz godina ima visok deficit robne razmjene, a posljedica toga je ovisnost o uvozu robe iz inozemstva koja rezultira i inozemnim zaduživanjem i neprestanim rastom vanjskog duga. Zbog toga je izrazito važna stabilizacijska funkcija turizma koja nastoji pokriti što veći dio ostvarenog deficita robne razmjene s inozemstvom. Prihodi od turističke potrošnje ublažavaju negativan učinak robne razmjene Hrvatske s inozemstvom i održavaju platnu bilancu u relativno uravnoteženom stanju. Ipak, iako turizam svake sezone osigurava velik priljev deviza koje su ključni faktor za smanjenje vanjskog duga i održavanje stabilnog tečaja domaće valute, s obzirom na svoj sezonski karakter teško da će uspjeti pokriti cjelogodišnji deficit robne razmjene. Zaključno, može se reći da je funkcija uravnoteženja robno-novčanih odnosa *slučaj kad turizam utječe na rast nacionalnog dohotka kao posljedica ostvarenja dotoka deviza iz razvijenih u manje razvijene države*.<sup>33</sup>

## 2.8. FUNKCIJA RAZVOJA GOSPODARSKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIH PODRUČJA

Turizam ima važnu ulogu u reguliranju gospodarskih odnosa, a pogotovo je važna njegova sposobnost u redistribuciji dohotka namijenjenog turističkoj potrošnji i redistribuciji kapitala. Ta sposobnost turizma se u literaturi opisuje kao *kompensacijska funkcija turizma*.<sup>34</sup> Budući da se radi o prostornoj redistribuciji, tokove redistribucije dohotka i kapitala moguće je promatrati na globalnoj, makroregionalnoj i nacionalnoj razini.

## 2.9. INTEGRACIJSKA FUNKCIJA

U eri regionalnog razvoja kada zemlja kao cjelina više nije osnovna geografska jedinica za stvaranje i unaprjeđivanje konkurentnosti, regija postaje glavnim nositeljem gospodarskog razvoja što je, prije svega, uvjetovano raspoloživošću kvalitetnih resursa za pokretanje određenih gospodarskih aktivnosti. S aspekta razvoja turizma u Republici

---

<sup>32</sup> Ibidem, str. 278

<sup>33</sup> Vidučić, V: Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme-, Pomorski fakultet u Splitu, Split, 2007., str. 62

<sup>34</sup> Planina, J., Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Ljubljana, 1997., str. 253

Hrvatskoj ključna regija za razvoj je svaka jadranska turistička regija. Kako je turizam integralni sustav čija je ekonomska aktivnost uvjetovana sudjelovanjem velikoga broja najrazličitijih proizvodnih i uslužnih djelatnosti iz svih sektora nacionalnoga gospodarstva, za očekivati je da se na području jadranske turističke regije ne proizvode sva dobra i u dovoljnim količinama koja su nužna za formiranje turističke ponude na tom prostoru. Kad je konkretno riječ o regionalnom razvoju u Republici Hrvatskoj, tada su evidentne velike društvene, gospodarske i političke nejednakosti, kao i nedostatak sveopće kohezije. Izostankom konkurentnosti na međunarodnom robnom tržištu, kontinentalne regije Hrvatske sve više nade polažu u plasman dobara i usluga upravo kroz turizam putem kojeg lakše pronalaze put do inozemnog tržišta u vidu nevidljivog izvoza. U tom kontekstu, turizam treba prepoznati kao jaku kohezijsku snagu koja će svojim integracijskim djelovanjem barem djelomično ublažiti regionalne socioekonomske nejednakosti. Primjer takvog integracijskog djelovanja turizma je povezivanje potreba ugostiteljstva u jadranskoj turističkoj regiji za pripremu nadolazeće sezone s mogućnostima poljoprivrede, odnosno prehrambene industrije u panonskoj i peripanonskoj regiji Hrvatske, na čijem području postoje znatne poljoprivredne površine i proizvodni kapaciteti.<sup>35</sup>

### **2.9.1. PREDNOSTI INTEGRACIJSKOG DJELOVANJA TURIZMA**

Integracijsko djelovanje turizma ima brojne prednosti. Na temelju međuregionalne gospodarske suradnje (primorskih i kontinentalnih regija) turizmom se potiče prošireno cirkuliranje dobara, usluga, ljudi i kapitala, što u završnici svim regijama Hrvatske omogućava da na izravan ili neizravan način ostavruju dohodak od turističke potrošnje. Time se ne utječe samo na ostvarivanje dohotka već i na zapošljavanje stanovništva u najrazličitijim gospodarskih djelatnostima, kao i omogućavanje brojnim proizvodima i uslugama izlaz na međunarodno tržište u jedinstvenom paketu turističkih usluga. Oslanjanjem na turizam i mogućnosti koje to iznimno veliko tržište otvara brojnim gospodarskim subjektima, regije jačaju svoj gospodarski položaj i podižu konkurentnost na međunarodnoj razini.<sup>36</sup>

### **2.9.2. OGRANIČENJA INTEGRACIJSKOG DJELOVANJA TURIZMA**

Integracijsko djelovanje turizma osim prednostima obiluje i ograničenjima. Nužno je spomenuti sezonski karakter u odvijanju turističkog prometa, što će na različit način utjecati na gospodarsko povezivanje s pojedinim gospodarskim djelatnostima, od kojih će neke

---

<sup>35</sup> Ibidem, str. 282

<sup>36</sup> Ibidem, str. 283

intenzivno opskrbljivati sustav turizma u mjesecima uoči nastupa sezone ( prehrambena i tekstilna industrija), neke tijekom sezone ( energetika i telekomunikacije), a neke izvan turističke sezone ( građevinarstvo). Uz sezonski karakter poslovanja, kao potencijalna opasnost javlja se i pretjerana želja da se u funkciju razvoja turizma stavi što je moguće više domaćih proizvoda i usluga pod svaku cijenu, ne vodeći računa o troškovima koji bi se mogli reducirati uvoznim supstitutima jednake kvalitete.<sup>37</sup>

## 2.10. AKCELERACIJSKA FUNKCIJA

Prema definiciji, *akceleracijska funkcija turizma očituje se u snazi turizma da razvija određena područja brže od pojedinih gospodarskih djelatnosti, gdje se pod područja najčešće podrazumijeva neko geografsko područje, ali to može biti i pojedina gospodarska djelatnost.*<sup>38</sup> Mnoga područja zbog svojih povoljnih klimatskih prilika imaju mogućnost razvijati svoj turizam tokom cijele godine ili barem u pretežnom dijelu godine. U slučaju Hrvatske, takvi primjeri su osobito otoci i slabije razvijena područja jadranske turističke regije koja su izlaz iz gospodarske nerazvijenosti tražila upravo u razvoju turizma i boljem povezivanju s međunarodnim turističkim tokovima. Uz ubrzani razvoj geografskih područja, turizam pomaže i u ubrzanom razvoju pojedinih gospodarskih grana u okviru kojih su pojedine djelatnosti svoje resurse usmjerile na razvoj turizma i time postigle znatan uspjeh. Primjeri toga su :<sup>39</sup>

- ekološka proizvodnja hrane,
- proizvodnja vrhunskih vina i ekstradjevičanskog maslinovog ulja,
- visokokvalitetno građevinarstvo (restauracija starih i izgradnja ekskluzivnih objekata),
- gradnja replika starih plovila ( poput autohtone hrvatske gajete falkuše),
- gradnja ekskluzivnih jahti,
- tradicionalni obrtnički suveniri s naglaskom na kvaliteti i dr.

Upravo na ovim navedenim primjerima, hrvatski turizam omogućava stvaranje dodane vrijednosti koju su posjetitelji spremni platiti.

---

<sup>37</sup> Ibidem, str. 283

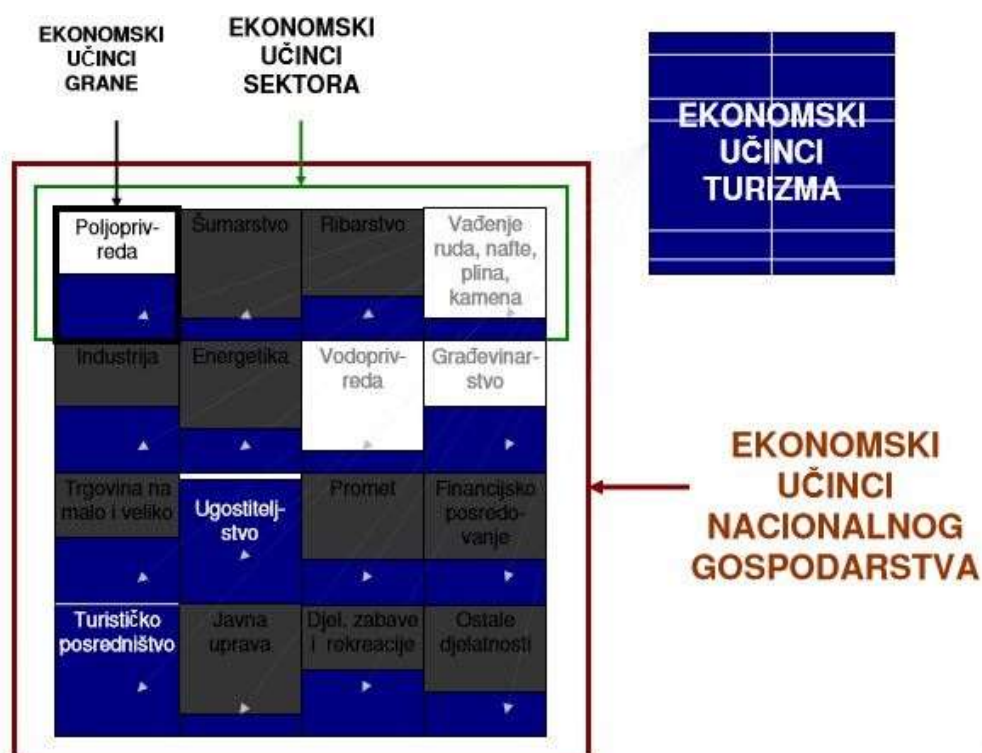
<sup>38</sup> Pirjevec, B., Kesar, O., Počela turizma, Zagreb, 2002., str. 159

<sup>39</sup> Ibidem, str. 285

### 3 EKONOMSKI UČINCI TURIZMA

Ekonomski učinci turizma mogu se definirati kao promjene koje nastaju u strukturi gospodarstva turistički emitivnih, tranzitnih i turistički receptivnih područja kao posljedica turističkih kretanja i turističke potrošnje, a u konačnici i turističkog razvoja. Kako je turizam iznimno složen gospodarski sustav sastavljen od niza fragmenata strukturno različitih gospodarskih grana i sektora nacionalnog gospodarstva, što je vidljivo na slici 4, njegova kohezijska snaga unutar gospodarstva rezultira brojnim ekonomskim učincima.

Slika 4: Turizam kao sastavnica fragmenata mnogih grana i djelatnosti nacionalnog gospodarstva



Izvor: Turizam:ekonomske osnove i organizacijski sustav<sup>40</sup>

Ekonomski učinci rezultat su niza tržišnih interakcija i međuovisnosti na izravnoj i neizravnoj osnovi, a turistička potrošnja predstavlja osnovu svih ekonomskih učinaka turizma jer bez njene realizacije ne bi bilo moguće postići niti jedan ekonomski učinak koji bi proizašao iz razvoja turizma.

<sup>40</sup> Ibidem, str. 246

### 3.1. PODJELA EKONOMSKIH UČINAKA TURIZMA

Kod klasifikacije ekonomskih učinaka turizma najčešće se koriste tri pristupa. Prvi pristup dijeli učinke na fizičke i financijske. Fizički ekonomski učinci se odnose na kvantitativne pokazatelje razvoja, koji uključuju broj ostvarenih noćenja, obujam smještajnih kapaciteta i slično. Financijski ekonomski učinci se odnose na sve one učinke koji se mogu izraziti u novčanoj vrijednosti (npr. visina i struktura turističke potrošnje, vrijednost BDP-a od turizma u ukupnom BDP-u, turistička potrošnja domicilnog stanovništva u inozemstvu itd.). Drugi pristup omogućava podjelu učinaka na izravne i neizravne ekonomske učinke turizma. Izravni odnosno direktni ekonomski učinci nastaju u inicijalnoj fazi gospodarskih kretanja na regionalnoj ili nacionalnoj razini kao posljedica izravne turističke potrošnje, a neizravni nastaju kao posljedica prethodno ostvarenih izravnih ekonomskih učinaka turizma. Treći pristup ekonomske učinke turizma razvrstava na pozitivne i negativne ekonomske učinke turizma, a to se ujedno smatra i najjednostavnijom podjelom i samim time njihovo prepoznavanje u praksi je uvelike olakšano. Pozitivni i negativni ekonomski učinci turizma navedeni su u tablici 3. Od ostalih mogućih podjela, ekonomski učinci turizma se još dijele na registrirane (one koji su zabilježeni u nacionalnim računima i statistikama) i neregistrirane (oni koji su rezultat sive ekonomije) ekonomske učinke. Nadalje, ekonomske učinke je moguće podijeliti na vidljive ekonomske učinke i skrivene ekonomske učinke. Vidljivi ekonomski učinci se odnose na učinke onih djelatnosti koje izravno čine turizam, a skriveni ekonomski učinci se odnose na ekonomske učinke svih onih gospodarskih djelatnosti koje u manjem ili većem dijelu na izravan ili posredan način sudjeluju u ostvarenju prihoda od turizma, a ne prikazuju se eksplicitno kao ekonomski učinci turizma (npr. u građevinarstvu, prometu, trgovini itd.). Na kraju, moguće je razlikovati mjerljive i nemjerljive ekonomske učinke. Mjerljivi ekonomski učinci su oni učinci za čije je utvrđivanje moguće provesti određene metodološke i analitičke postupke radi njihove kvantifikacije ili procjene. Nemjerljivi ekonomski učinci su oni ekonomski učinci koje je čak i uz primjenu metodoloških i analitičkih postupaka gotovo nemoguće izračunati, pa čak ni približe procijeniti.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Ibidem, str. 320

Tablica 3: Pozitivni i negativni ekonomski učinci

Pozitivni ekonomski učinci turizma	Negativni ekonomski učinci turizma
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast dohotka subjekata turističke ponude (pravnih i fizičkih osoba) po osnovi ostvarene turističke potrošnje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• neravnomjernost u ostvarivanju učinaka tijekom godine (sezonalnost)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast bruto domaćeg proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast vrijednosti nacionalne valute za vrijeme trajanja turističke sezone (sezonska aprecijacija)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast prihoda od izvoza proizvoda i usluga putem turizma (bilježi se na računu tekućih transakcija platne bilance)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast cijena nekretnina na turistički receptivnim prostorima (kontinuirano)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast direktnog i indirektnog zapošljavanja te restrukturiranje tržišta rada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast rashoda po osnovi uvoza proizvoda i usluga zbog turizma</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast poduzetničke aktivnosti (malo i srednje poduzetništvo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prekomjerna gospodarska ovisnost o turizmu</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast kapitalnih ulaganja (privatnih i javnih)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• niska stopa povrata na investicije</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktiviranje neprivrednih resursa i pretvaranje u turistički atraktivne resurse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odljev sredstava iz destinacije zbog uvoza roba odnosno plaćanja inozemne radne snage</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• osnaživanje regionalnog razvoja, poticanje općeg gospodarskog rasta i razvoja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rast društvenih troškova nastalih zbog razvoja turizma (npr. zbrinjavanje otpada, zagađenje)</li> </ul>

Izvor: Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav<sup>42</sup>

<sup>42</sup> Ibidem, str. 320

### 3.1.1. FIZIČKI EKONOMSKI UČINCI TURIZMA

Kao što je već ranije navedeno, fizički ekonomski učinci se odnose na kvantitativne pokazatelje razvoja, koji uključuju broj ostvarenih noćenja, obujam smještajnih kapaciteta i slično. Kod mjerenja fizičkih ekonomskih učinaka istraživanje se najčešće temelji na brojenju fizičkih jedinica, a za to je zadužen Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske koji na temelju prikupljenih podataka uređuje i vodi evidenciju. Većina statističkih podataka može se pronaći u serijskim publikacijama koje su dostupne javnosti. Učinci koji se svrstavaju u kategoriju fizičkih ekonomskih učinaka turizma navedeni su u tablici 4 i njihova realizacija izravno ovisi o stupnju razvijenosti ponude turističke destinacije.

Tablica 4: Fizički ekonomski učinci

<b>Ostvareni turistički dolasci i noćenja</b>	Na mjesečnoj i godišnjoj razini, po mjestima, gradovima i županijama, na nacionalnoj ili međunarodnoj razini itd.
<b>Broj održanih poslovnih skupova</b>	S ili bez ostvarenog noćenja
<b>Broj uplovljavanja i broj putnika</b>	Na kružnim putovanjima velikih brodova;krstarenja
<b>Registrirani posjetitelji važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija</b>	Muzeja i galerija, dvoraca, vjerskih središta, nacionalnih parkova, sajмова, sportskih i kulturnih manifestacija itd.
<b>Broj i struktura zaposlenih</b>	Za pojedine djelatnosti (po dobi, spolu, stručnoj spremi i kvalifikacijama) te broj odrađenih radnih sati na tjedan

Izvor: Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Kesar, Turizam:ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, 2010., str. 323

Također, realizacija pokazatelja navedenih u tablici 4 se temelji na statističkim varijablama koje se prate u okviru fizičkih ekonomskih učinaka turizma. Riječ je o turistički receptivnim objektima koji su izgrađeni povodom turizma kako bi ih privremeni posjetitelji koristili prilikom boravka u turističkoj destinaciji. Toj kategoriji pripadaju:<sup>43</sup>

<sup>43</sup> Ibidem, str. 323



- kapaciteti, vrste i kategorije ugostiteljskih objekata, prostorna distribucija kapaciteta, sezonsko kretanje veličine i strukture smještajnih kapaciteta itd.,
- kapaciteti, vrste i kategorije luka nautičkog turizma te vezova u moru i na kopnu, broj registriranih plovila u nautičkom turizmu, raspoloživost čarter-agencija, plovila i skipera, kapaciteti servisa plovila itd.,
- broj i vrsta prijevoznih kapaciteta, trgovinskih kapaciteta., turističkih agencija, turističkih zajednica, turističkih informativnih centara itd..

Na osnovi prethodnih pokazatelja moguće je izračunati i sljedeće pokazatelje koji su prikazani u tablici 5 i također su statistički važni za ekonomsku analizu turizma.

Tablica 5: Pokazatelji fizičkih ekonomskih učinaka

<b>Prosječan broj ostvarenih noćenja po dolasku turista</b>	Za pojedine zemlje iz kojih turisti dolaze
<b>Sezonske oscilacije u kretanju fizičkih pokazatelja</b>	Ostvareni dolasci i noćenja
<b>Iskorištenost ugostiteljskih kapaciteta</b>	Osobito smještajnih kapaciteta
<b>Iskorištenost prijevoznih sredstava i popratnih objekata</b>	Trajektni, autobusni, zračni, željeznički prijevoz
<b>Opteretni kapaciteti pojedinih turističkih atrakcija, objekata i ostalih površina</b>	Plaža, skijališta, zatim sportskih, sajamskih te kulturno-povijesnih i vjerskih objekata, kongresnih dvorana, muzeja, galerija, kazališta, trgova, šetnica, parkirališta itd.

Izvor: Turizam:ekonomske osnove i organizacijski sustav<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Ibidem, str. 324

### 3.1.2. FINANCIJSKI EKONOMSKI UČINCI TURIZMA

Za razliku od fizičkih ekonomskih učinaka turizma, financijski ekonomski učinci turizma su znatno složeniji. Izračun financijskih ekonomskih učinaka je složen i najčešće se izvodi analiziranjem gotovih izvješća, ali i provedbom složenijih terenskih istraživanja. Tu se ubrajaju sljedeći pokazatelji:<sup>45</sup>

- veličina i struktura turističke potrošnje,
- prihodi i rashodi sudionika turističke ponude i gospodarskih subjekata u funkciji opskrbe gospodarskih djelatnosti koje izravno pružaju usluge privremenim posjetiteljima,
- udio turizma u BDP-u,
- kretanje prihoda i rashoda od izvoza i uvoza usluga po osnovi inozemnih turističkih putovanja,
- kretanje veličine i strukture inozemnih ulaganja po pojedinim djelatnostima,
- kretanje prihoda i rashoda javnog sektora po osnovi prikupljenog novca od svih vrsta poreza, prireza, trošarina, doprinosa i dr.,
- prihodi ostvareni po osnovi prikupljenog novca od boravišne pristojbe, kao i pripadajući rashodi za promotivne i druge svrhe,
- visina i struktura dodijeljenih potpora razvojnim programima u turizmu,
- kretanje indeksa potrošačkih cijena ugostiteljskih usluga i turističkih agencija i
- visina osobnih dohodaka zaposlenih po djelatnostima, stručnoj spremi i spolu.

### 3.2. MJERENJE EKONOMSKIH UČINAKA TURIZMA

Prema Kesar, *podaci o turističkim kretanjima, turističkoj potrošnji i ekonomskim učincima turizma u pravilu su rezultat znanstveno utemeljenih procjena, a ne preciznih izračuna iz čega proizlazi da se u velikoj mjeri radi o približnim, a ne egzaktnim pokazateljima.*<sup>46</sup> Međutim, i procjene kao pokazatelji kretanja ili strukture neke pojave mogu također biti od visokog, pa čak i presudnog značenja za donošenje određenih razvojnih odluka. Ovisno o krajnjem cilju istraživanja, odnosno traženom pokazatelju, mjerenje ekonomskih učinaka turizma može biti krajnje složen metodološki postupak. To se ponajprije odnosi na činjenicu da se ukupnost ekonomskih učinaka turizma dobiva agregiranjem učinaka

---

<sup>45</sup> Ibidem, str. 324

<sup>46</sup> Kesar, O., Ekonomski učinci turističke potrošnje, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet-Zagreb, Zagreb, 2006., str. 307

gospodarskih aktivnosti koje u manjoj ili većoj mjeri na izravnoj ili neizravnoj osnovi sudjeluju u prihodima ostvarenim od turističke potrošnje. Kao što je već prethodno navedeno, ekonomski učinci turizma se mogu podijeliti na fizičke i financijske učinke čije mjerenje, po složenosti metodoloških postupaka, može varirati od onih najjednostavnijih do onih najsloženijih. Može se očekivati da se oni jednostavniji ekonomski učinci kontinuirano prate i bilježe u statističkim pregledima, dok se oni složeniji mjere kvartalno, godišnje ili povremeno u sklopu posebnih istraživanja.

### **3.2.1. ANALIZA FIZIČKIH POKAZATELJA RAZVOJA HRVATSKOG TURIZMA**

U analizi fizičkih pokazatelja ostvarenog turističkog prometa u pravilu se polazi od utvrđivanja trenutačnog stanja u odnosu na :<sup>47</sup>

- prethodnu godinu,
- prosjek proteklog 10.godišnjeg razdoblja, odnosno,
- rekordne pokazatelje u proteklom razdoblju ( ukoliko postoje).

Slijede tablica 7 i grafikon 2 koji prikazuju dolaske turista u razdoblju od 1980. do 2015. godine. Iz tablice i grafikona je vidljivo kako su u Hrvatskoj češći posjeti stranih turista. U razdoblju od 1980.-1995. vidljiv je pad dolazaka turista, dok se u razdoblju od 1995.-2015. ponovno bilježi rast dolazaka turista koji se nastavlja i u 2016. i 2017. godini.

---

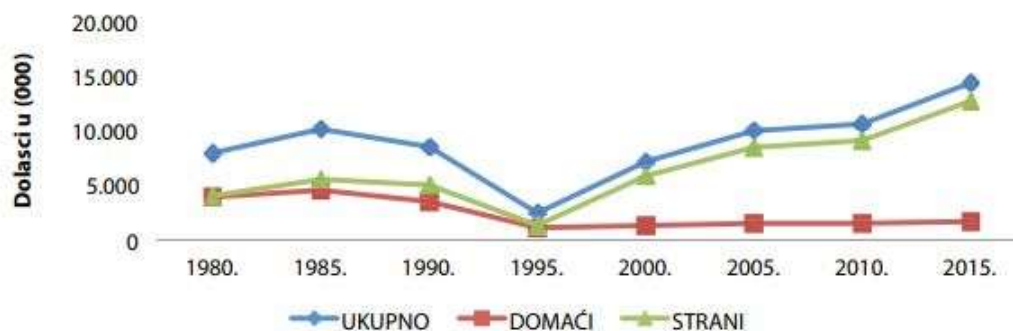
<sup>47</sup> Ibidem, str. 331

Tablica 6: Dolasci turista 1980.- 2015. ( u 000)

GODINA	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI
1980.	7.929	3.922	4.007
1985.	10.125	4.569	5.556
1990.	8.497	3.477	5.020
1995.	2.438	1.113	1.324
2000.	7.136	1.305	5.831
2005.	9.995	1.528	8.467
2010.	10.604	1.493	9.111
2015.	14.343	1.660	12.683

Izvor: www.mint.hr<sup>48</sup>

Grafikon 2: Dolasci turista 1980.- 2015. ( u 000)



Izvor: www.mint.hr<sup>49</sup>

### 3.2.2. ANALIZA OSTVARENOG TURISTIČKOG PROMETA

Pod turističkim prometom razumijevaju se kvantitativni pokazatelji razvoja turizma, i to broj ostvarenih dolazaka i noćenja turista, prosječan broj noćenja po dolasku turista,

<sup>48</sup> www.mint.hr, 27.08.2017.

<sup>49</sup> www.mint.hr, 27.08.2017.

vremenska i prostorna koncentracija u ostvarenju broja dolazaka i noćenja, strukturna obilježja potražnje i njihovih turističkih kretanja itd.<sup>50</sup> Važno je istaknuti kako ukupan broj turista ne znači ujedno i ukupan broj turista koji su boravili na području Republike Hrvatske u određenom razdoblju. Kako je turist, prema definiciji kojom se koristi DZS, svaka osoba koja provede najmanje jednu noć u nekom smještajnom objektu, njegov je boravak registriran u svakome mjestu ili objektu gdje je takav boravak ostvaren. U slučaju promjene mjesta ili objekta u kojem turist privremeno boravi, njegov će se boravak bilježiti svaki put, čime se podaci o broju ostvarenih dolazaka turista multipliciraju i ne odgovaraju stvarnom broju turista. Iz toga proizlazi da je broj turista uvijek manji od ostvarenih dolazaka turista. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2016. zabilježeno je 15 594 157 dolazaka i 78 049 852 noćenja turista u turističkim smještajnim objektima u Republici Hrvatskoj. Ostvareno je 8,7% više dolazaka i 9,0% više noćenja turista u 2016. u odnosu na 2015. u turističkim smještajnim objektima u Republici Hrvatskoj. U strukturi ukupno ostvarenih dolazaka turista 88,5% čine dolasci stranih turista, a 11,5% dolasci domaćih turista. Zabilježeno je 7,6% više dolazaka domaćih i 8,9% više dolazaka stranih turista u 2016. u odnosu na 2015. U strukturi ukupno ostvarenih noćenja strani turisti ostvarili su 92,5%, a domaći 7,5%. Broj noćenja domaćih turista veći je za 2,0%, a broj noćenja stranih turista veći je za 9,6% u 2016. u odnosu na 2015. Za razliku od broja ostvarenih dolazaka, broj ostvarenih noćenja turista je pouzdaniji pokazatelj razvoja turizma i čvršća podloga za složeniju ekonomsku analizu. U tablici 8 prikazani su dolasci i noćenja turista u 2015. i 2016. godini.

Tablica 7: Dolasci i noćenja turista u 2015. i 2016. godini

	DOLASCI		NOĆENJA	
	2015.	2016.	2015.	2016.
<b>UKUPNO</b>	14 343 323	15 594 157	71 605 315	78 049 852
<b>DOMAĆI TURISTI</b>	1 660 144	1 785 625	5 742 635	5 856 500
<b>STRANI TURISTI</b>	12 683 179	13 808 532	65 862 680	72 193 352

Izvor: Priopćenje- Dolasci i noćenja turista u 2016.<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Ibidem, str. 332

<sup>51</sup> Državni zavod za statistiku, Priopćenje- Dolasci i noćenja turista u 2016., br.4.3.2., veljača 2017, DZS, Zagreb

## ZAKLJUČAK

Turizam sa svojih 15 do 20 % udjela u nacionalnom proizvodu i s oko 15 % udjela u zapošljavanju predstavlja ključni gospodarski sektor za Hrvatsku. Nadalje, sve globalno relevantne institucije i prognoze potkrepljuju tezu da je upravo turizam ključ za bržu integraciju Hrvatske u globalnu ekonomiju i društvo. Izravni i neizravni utjecaj turizma na poslovanje i razvoj gospodarstva u cjelini je takav da je turizam nesumnjivo najvažniji pokretač investicija i gospodarskog rasta u godinama koje dolaze. Većina industrije proizvođača kao i industrija komunikacije, cestovnog, avionskog i broskog prometa gotovo su uvjetovane turističkim tržištem te imaju važnu ulogu u stvaranju dodatne vrijednosti u turizmu. S druge strane, činjenica je da rezultati naše države nisu u potpunosti ostvareni na razini potencijala ili očekivanja, kapaciteta i infrastruktura koje Hrvatska posjeduje, s obzirom na to da se rad odvija samo unutar nekoliko mjeseci u godini kada se pod utjecajem klime uspijeva prodati hrvatski glavni proizvod - more. Infrastrukturu, u vidu određenih atrakcija odnosno proizvoda koji omogućavaju zahvaćanje širih tržišnih segmenata i rad tijekom šest, devet ili dvanaest mjeseci u godini, Hrvatska gotovo da i ne posjeduje. Stoga, glavno obilježje hrvatskog turizma u posljednjih nekoliko godina je stagnacija. Stagnacija se ogleda u samom profilu gostiju, izvorišnim tržištima te u fizičkim i financijskim ostvarenjima koja bilježe samo marginalne fluktuacije, i da hotelijeri nastavljaju ostvarivati nisku razinu profitabilnosti čime se ograničava prostor za nove investicije, što je i jedan od glavnih uzroka stagnacije. Zbog svih prethodno navedenih činjenica, može se zaključiti kako odgovarajuća strategija razvoja sve više dobiva na važnosti. Potrebno je definirati okvir upravljanja turizmom u smislu određivanja ključnih nositelja razvoja i uspostavljanja odgovarajućih administrativnih, legalnih i upravljačkih mehanizama koji će dati smjernice budućnosti razvoja hrvatskog turizma. Stoga, najvažniji cilj je osigurati zajedništvo svih zainteresiranih za razvoj turizma i mobilizirati ukupnu kreativnu energiju na nacionalnoj razini. Kako bi turizam zaista poticao ekonomski razvoj, važno je da se njegov razvoj sve više bazira na znanju, infrastrukturi i visokoj tehnologiji. Kako bi da hrvatski turizam postao originalan i kompetitivan i taj položaj zadržao, važno je da bude u korak sa trendovima turizma u svijetu, u vidu prihvaćanja inovacija i adaptaciji novih tehnoloških rješenja koja utječu na povećanje kvalitete, podizanje ugleda destinacije u različitim područjima kao što je održivi turizam, eko turizam i.dr., a što u konačnici utječe na samo konkurentnost na tržištu. Razvoj turizma je pod raznim utjecajima stoga je važno pažljivo planiranje kojim se isti svjesno i usklađeno usmjerava. Hrvatska mora

provoditi aktivnu turističku politiku kojom će stvoriti poticajno okruženje za razvoj turizma kao i učinkoviti sustav upravljanja turizmom te time povećati svoju konkurentnost.

## LITERATURA

1. Antunac I., Turizam i ekonomska teorija, Institut za istraživanje turizma, Zagreb, 1985.
2. Antunac, I., Turizam: Teorijsko-znanstvene rasprave, Zagreb, 2001.
3. Bogoev K., Ekonomski leksikon, Beograd, 1975.
4. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., Tourism: principles and practice, England, 2005.
5. Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Kesar, Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, 2010.
6. Kesar, O., Ekonomski učinci turističke potrošnje, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet-Zagreb, Zagreb, 2006.
7. Marković, S., Marković, Z., Ekonomika turizma, Zagreb, 1972.
8. Mihalič, T., Ekonomske funkcije turizma, Ljubljana, 2002.
9. Pirjevec B., Kesar O., Počela turizma, Zagreb: Mikrorad, 2002.
10. Planina, J., Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Ljubljana, 1997.
11. Vidučić, V: Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme-, Pomorski fakultet u Splitu, Split, 2007.
12. Vukonić, B., Keča, K., Turizam i razvoj: pojam, načela i postupci, Zagreb, 2001.
13. Vukonić B., Čavlek N., Rječnik turizma, Zagreb, 2001.
14. Državni zavod za statistiku, Priopćenje- Dolasci i noćenja turista u 2016., br.4.3.2., veljača 2017, DZS, Zagreblitu, Split, 2007.
15. Institut za turizam, Zagreb, 2015.
16. [www.effect-dubrovnik.hr](http://www.effect-dubrovnik.hr), 10.04.2017
17. [www.mint.hr](http://www.mint.hr), 27.08.2017.



## **POPIS SLIKA**

Slika 1: Klasifikacija domaćih posjetitelja.....	8
Slika 2: Klasifikacija inozemnih posjetitelja.....	9
Slika 3: Proces multiplikacije turističke potrošnje.....	13
Slika 4: Turizam kao sastavnica fragmenata mnogih grana i djelatnosti nacionalnog gospodarstva.....	23

## **POPIS TABLICA**

Tablica 1: Razlike između obilježja potrošnje u mjestu stalnog boravka i potrošnje na turističkom putovanju.....	6
Tablica 2: Unutrašnji i vanjski čimbenici turističke potrošnje.....	11
Tablica 3: Pozitivni i negativni ekonomski učinci.....	25
Tablica 4: Fizički ekonomski učinci.....	26
Tablica 5: Pokazatelji fizičkih ekonomskih učinaka.....	27
Tablica 6: Dolasci turista 1980.- 2015. ( u 000).....	30
Tablica 7: Dolasci i noćenja turista u 2015. i 2016. godini.....	31

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1: Potrošnja u destinaciji; Prosječni dnevni izdaci po osobi.....	7
Grafikon 2: Dolasci turista 1980.- 2015. ( u 000).....	30