

# ISTRAŽIVANJE UTJECAJA TURISTIČKE PONUDE PRIVATNOG SMJEŠTAJA NA ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

---

Šarić, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:708293>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-25**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU**

**EKONOMSKI FAKULTET**

**DIPLOMSKI RAD**

**ISTRAŽIVANJE UTJECAJA TURISTIČKE  
PONUDE PRIVATNOG SMJEŠTAJA NA ODRŽIVI  
RAZVOJ TURIZMA**

**Mentor:**

**Izv. prof. dr. sc. Mira Krneta**

**Studentica:**

**Ivana Šarić univ.bacc.oec.**

**Split, rujan, 2019**

# SADRŽAJ

<b>1. Uvod .....</b>	<b>4</b>
1.1. Predmet i problem istraživanja .....	4
1.2. Struktura rada.....	10
<b>2. Obilježja privatnog smještaja i utjecaj na održivost turizma .....</b>	<b>11</b>
2.1. Obilježja turističke ponude i potražnje u Hrvatskoj .....	11
2.1.1. Obilježja turističke ponude .....	11
2.1.2. Obilježja turističke potražnje .....	19
2.1.3. Glavni izazovi razvoja turističke ponude.....	25
2.2. Turistička djelatnost i održivost.....	28
2.2.1. Pojmovno određenje održivog turizma.....	28
2.2.2. Obilježja održivog turizma .....	32
2.2.3. Utjecaj održivog turizma na gospodarstvo i okolinu .....	34
2.2.4. Iskustva razvijenih zemlja u razvoju održivog turizma .....	36
2.2.5. Strateški okvir razvoja održivog turizma u Hrvatskoj .....	38
<b>3. Empirijsko istraživanje o utjecaju privatnog smještaja na održivi turizam.....</b>	<b>42</b>
3.1. Obilježja osnovnog skupa i uzorka .....	43
3.2. Konceptualni model istraživanja utjecaja privatnog smještaja na održivi razvoj.....	45
3.3. Obiteljski smještaj, gospodarski i kulturni razvoj turističke destinacije.....	46
3.4. Obiteljski smještaj i kvaliteta turističke ponude destinacije .....	54
3.5. Utjecaj privatnog smještaja na okolinu.....	59
<b>4. Zaključak.....</b>	<b>67</b>
4.1. Glavni rezultati istraživanja .....	68
4.2. Doprinos istraživanja .....	69
4.3. Ograničenja istraživanja.....	70

<b>LITERATURA .....</b>	<b>71</b>
<b>PRILOZI.....</b>	<b>76</b>
Prilog 1: Popis tablica .....	76
Prilog 2: Popisslika .....	78
Prilog 3: Anketni upitnik .....	79
Prilog 4: Grafikoni strukture ispitanika .....	83
<b>SAŽETAK .....</b>	<b>88</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>88</b>

## 1. Uvod

Smještaj u hrvatskom turizmu temelji se većinom na privatnim kapacitetima, čija ponuda ubrzano raste iz dana u dan. Uzimajući u obzir činjenicu da se privatni smještaj većinom registrira kao dodatan izvor prihoda domaćinstava, za razliku od hotelskog poslovanja koje je poduzetnički pothvat koji donosi više blagodati gospodarstvu države u kojoj se nalazi, smatra se važnim istražiti koji faktori utječu na ljude da ulažu u izgradnju i povećanje privatnih smještajnih kapaciteta, te kako porast turističkih aktivnosti utječe na provođenje koncepta održivog turizma.

### 1.1. Predmet i problem istraživanja

Turizam kao gospodarska, društvena, ali i kulturna djelatnost predstavlja jednu od najznačajnijih djelatnosti suvremenog društva, te gospodarskog razvoja u svjetskim razmjerima, a postao je osobito značajan u brojnim zemljama Europe<sup>1</sup>, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Također, turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih, najsloženijih društveno gospodarskih pojava današnjeg vremena, ali i jedna od najbrže rastućih grana svjetske i hrvatske ekonomije. Obuhvaća široki raspon pojava i odnosa, te utječe na brojne aspekte života.

Prema UNWTO-u, međunarodni turizam podrazumijeva prelazak nacionalnih granica (kopnom, morem ili zrakom) i provođenje barem jedne noći u inozemstvu, ali ne uzastopno više od dvanaest mjeseci.<sup>2</sup>

Jedna od ključnih sastavnica rada je pojam održivog razvoja turizma, koji podrazumijeva dvije međusobno zavisne komponente, a to su turizam i održivi razvoj. Održivi razvoj turizma podrazumijeva zaštitu i održivost svih turističkih resursa s ciljem zadovoljenja potreba svih generacija koje u njemu egzistiraju. Geografski položaj Hrvatske, kao i činjenica da je Mediteran kolijevka starih civilizacija i kultura sa pogodnim klimatskim uvjetima i brojnim drugim faktorima koji utječu na podatak da je to jedna od najposjećenijih regija u svijetu. Slijedom toga, velika koncentracija turista za vrijeme turističke sezone uzrokuje prijetnje za očuvanje okoliša i infrastrukture u Hrvatskoj.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Vuković I.,(2006.): Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka

<sup>2</sup> UNWTO: Globalni etički kodeks za turizam 31.1.2019.

<sup>3</sup> Hitrec, T., (2002.), „Održivi turizam i okoliš u žiži interesa Vijeća Europe“, Turizam, No.2, str. 457.-459.

Održivi razvoj u turizmu predstavlja sposobnost destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, te sposobnost da ostane konkurentna na tržištu unatoč pojavi manje posjećenih destinacija i da uspije privući podjednaki broj posjetitelja koji se vraćaju u destinaciju, ali i onih koji prvi put dolaze.<sup>4</sup> Često se koristi i izraz „odgovorni turizam“ tj. turizam koji maksimizira pozitivne učinke na lokalnu zajednicu, minimizira negativne socijalne i prirodne učinke, a pomaže lokalnom stanovništvu u očuvanju kulture i okoliša. Konceptom održivog razvoja turizma žele se povećati pozitivni učinci turizma na lokalnu zajednicu i nacionalno gospodarstvo, a cilj je smanjiti negativne posljedice na okoliš, društvo i ekonomiju.<sup>5</sup> Važno je naglasiti kako održivi razvoj turizma počiva na tri stupa: ekonomskoj održivosti, društvenoj odgovornosti, te zaštiti okoliša.<sup>6</sup>

Predmet ovog rada je analiza utjecaja ponude objekata za najam, koji se koriste u turističke svrhe, na provedbu koncepta održivog turizma. Godinama unazad zabilježen je rast tržišta nekretnina u tranzicijskim zemljama (jedna od njih je i Hrvatska), a svakim danom raste broj izgrađenih nekretnina i stambenih prostora za razne namjene. Razlikuju se tri dominantne kategorije prema broju transakcija, a to su: stambeni prostor, građevinsko i poljoprivredno zemljište.<sup>7</sup> Također, razlikuju se i tri kategorije vlasništva nekretnina, a to su: javno, privatno i javno-privatno vlasništvo. Privatno vlasništvo može se koristiti u svrhu najma studentima, stanovništvu, turistima, u privatne svrhe i slično. Predmet analize u radu su stambeni prostori u privatnom vlasništvu koji se koriste u svrhu najma turistima.

Prema podacima Ekonomskog instituta ukupna vrijednost transakcija na hrvatskom tržištu nekretnina u 2017. godini iznosila je 27,8 milijardi kuna, odnosno 536 811 transakcija. Čak 103 000 transakcija otpada na stanove i apartmane i to u području Zagreba, Splita, Rijeke, Osijeka i Dubrovnika.<sup>8</sup>

Privatni smještaj podrazumijeva privatno vlasništvo. Bronzan (2003.) tvrdi da je puno prihvatljiviji termin privatno gostoprimstva, jer donosi puno osobniji pristup od samog krova nad

---

<sup>4</sup> Marušić, M., Prebežac, D., (2004.), „Istraživanje turističkih tržišta“, Zagreb, Adeco, str. 397

<sup>5</sup> Dostupno na : <http://www.responsibletravel.org/home/about.html>. ( Transforming the Way the World Travels) 13.2.2019.

<sup>6</sup> Dostupno na: <http://hrturizam.hr/odrzivi-turizam-kljucni-je-smjer-razvoja-turizma/> (Održivi turizam ključni je smjer razvoja turizma) 13.2.2019.

<sup>7</sup> Uređena Zemlja, (2009.); Studija tržišta nekretnina u RH (Zagreb)

<sup>8</sup> Dostupno na: <https://prviplan.hr/aktualno/ekonomski-institut-istrazio-trziste-nekretnina-korak-smo-bliže-porezu/> (Ekonomski institut istražio tržište nekretnina, korak smo bliže porezu) 13.2.2019.

glavom. Pristup se povezuje sa osjećajem povezanosti uz destinaciju i uživanjem u putovanju. Privatni smještaj je zapravo alternativa manjku hotelskog smještaja o čemu se priča u nastavku.<sup>9</sup> Smještaj je jedan od glavnih elemenata turizma i njegov razvoj se sve više dovodi u poveznicu sa održivim razvojem turizma.<sup>10</sup>

Svjetske organizacije vezane uz turizam predviđaju da turizam još uvijek nije doživio potpuni procvat i da se očekuje rast broja ljudi koji putuju. Prema svjetskom turističkom barometru broj međunarodnih turističkih posjeta u 2017. godini narastao je za 7%, odnosno ukupan broj međunarodnih turističkih posjeta u toj godini iznosio je 1,3 milijuna, od čega 51% pripada Europi, 24% Aziji i Pacifiku, 16% Sjevernoj i Južnoj Americi, 5% Africi i 4% Bliskom Istoku. Vodeće destinacije po broju dolazaka su: Europa sa 8% porasta, Azija i Pacifik 6%, Bliski istok 5%, te Sjeverna i Južna Amerika 3%.<sup>11</sup>

Ukupni svjetski prihodi od turizma u 2017. godini iznosili su 1,3 milijardi američkih dolara, od toga 39% pripada Europi, 29% Aziji i Pacifiku, 34% Sjevernoj i Južnoj Americi, 5% Bliskom Istoku i 3% Africi. EUROSTAT-ovi izvještaji pokazuju kako je udio turizma u ukupnom BDP- u razvijenih svjetskih zemalja u rasponu od 2% do 5%<sup>12</sup>.

U 2017. godini najposjećenija država u svijetu bila je Francuska sa čak 87 milijuna turista, te porastom posjetitelja od čak 5,1%. Slijedi je Španjolska sa skoro 82 milijuna turista, nakon nje SAD sa 77 milijuna, Kina sa 61 milijunom i na petom mjestu nalazi se Italija sa 58 milijuna gostiju.<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Portolan A., (2012): Impact of the attributes of private tourist accomodation facilities onto prices: A hedonic price approach, University of Dubrovnik, Dubrovnik

<sup>10</sup> Surya Poudel S., (2013): THE INFLUENCE OF THE ACCOMMODATION SECTOR ON TOURISM DEVELOPMENT AND ITS SUSTAINABILITY Case Study: Strand Camping, Larsmo

<sup>11</sup> Dostupno na: <https://www.travel-advisor.eu/unwto-rezultati-turizma-u-2017/> (UNWTO rezultati turizma u 2017.) 12.2.2019.

<sup>12</sup> EUROSTAT: Statistički podaci u području turizma 1.2.2019.

<sup>13</sup> Dostupno na: <https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/svjetski-turizam/> (Svjetski turizam u brojkama: Francuska prva, Hrvatske nema niti među prvih 10 u Europi) 12.2.2019.

U 2017. godini ukupan broj ležajeva u Europi iznosio je 31,5 milijuna, od čega je Francuska imala 5,1 milijun kreveta, a Italija 5 milijuna. Slijede ih Ujedinjeno Kraljevstvo, Španjolska i Njemačka.<sup>14</sup>

U Europi se u 2017. godini odvijalo oko 1,530 milijuna noćenja, a od zemalja prednjači Španjolska sa 306 milijuna noćenja, odnosno 20% od ukupnog broja u Europi. Slijede je Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija, Francuska i Grčka.<sup>15</sup>

U 2016. godini Hrvatska je bila na šestom mjestu prema važnosti u ukupnim međunarodnim noćenjima EU sa 6,7% udjela, te 12. zemlja prema veličini primitaka od međunarodnog turizma sa udjelom od 2,9%. No, Hrvatska ostvaruje najnižu razinu primitaka po jedinici fizičkog prometa od svih zemalja u EU, a taj podatak se često povezuje sa strukturom smještaja, odnosno činjenicom da Hrvatska ostvaruje najmanji udio hotelskih noćenja u cijeloj Uniji.<sup>16</sup>

Na temelju brojnih članaka i izvještaja, analitičari tvrde da je turizam jedina gospodarska grana u Hrvatskoj koja pokazuje neprekidnu liniju rasta i razvoja. Turizam igra glavnu ulogu na lokalnoj, ali i na globalnoj razini.<sup>17</sup> No, još uvijek nije ostvaren potpuni „boom“ i u budućnosti će turizam još više sudjelovati u rastu i razvoju hrvatskog gospodarskog stanja.<sup>18</sup> Udio turizma u ukupnom BDP-u Hrvatske za 2017. godinu iznosi čak 19,6%.<sup>19</sup> Kada se usporede udjeli turizma u BDP-u razvijenih zemalja i u Hrvatskoj može se doći do zaključka da gospodarstvo RH previše ovisi o turizmu, ali to je jako teško izbjeći i „popraviti“.

Strani turisti dolazili su iz više od 70 zemalja, a ostvarili su više od 90% ukupnih dolazaka i noćenja, a najbrojniji su Česi, Nijemci, Poljaci, Skandinavci, te dolazi veliki broj Britanaca i Amerikanaca.

---

<sup>14</sup> Dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics#Bed\\_places\\_in\\_the\\_EU-28:\\_France\\_and\\_Spain\\_predominate](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#Bed_places_in_the_EU-28:_France_and_Spain_predominate) ( Bed places in the EU-28: France and Spain predominate) 12.2.2019.

<sup>15</sup> Dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics#Bed\\_places\\_in\\_the\\_EU-28:\\_France\\_and\\_Spain\\_predominate](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#Bed_places_in_the_EU-28:_France_and_Spain_predominate) (Nights spent by non- residents in the EU- 28: Spain on top) 12.2.2019.

<sup>16</sup> Ivandić N., Šimović H., Topalović S., Tutek E., (2019): Ključna pitanja održivosti Hrvatskog turizma, Zagreb

<sup>17</sup> Portolan A., (2011.); The impact of private accommodation on economic development of tourist destination-the case of Dubrovnik-Neretva County, University of Dubrovnik, Dubrovnik

<sup>18</sup> Dostupno na : <https://www.bik-travel.com/hr/novosti/turizam-kao-pokretac-gospodarstva-rh/> (Turizam kao pokretač gospodarstva RH) 1.2.2019.

<sup>19</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2018.): Turizam u brojkama 2017, Zagreb str.43



Hrvatski turizam obiluje brojnim specifičnostima, a jedna od njih je struktura smještajnih kapaciteta u kojoj prevladava smještaj u privatnim smještajnim jedinicama uz mali udjel hotela, a tome svjedoče niže navedeni podaci za 2007. i 2017. godinu. Također, jako je teško pronaći istraživanja i stručnu literaturu koja govori o privatnom smještaju i njegovim obilježjima s obzirom na činjenicu da su podaci vrlo transparentni i dostupni. Konstantan porast trendova zahtjeva veću posvećenost i konstruktivan pristup ovoj vrsti smještaja.<sup>20</sup>

Iako Hrvatska raspolaže sa velikim brojem registriranih ležajeva, malo pomnije proučavanje strukture kapaciteta dovodi do zaključka o tome kako se radi o jednoj od najnekonkurentnijih smještajnih struktura na razini cijele Europe. Hrvatska raspolaže sa svega 11% čistih hotelskih kapaciteta i država je s najmanjim brojem takvih smještajnih kapaciteta u odnosu na najjače europske i mediteranske zemlje s kojima se često uspoređuje. Te države raspolažu sa udjelima od 45% do 65% hotelskog smještaja u ukupnom smještajnom kapacitetu, za razliku od slabih 11%.<sup>21</sup>

U 2017. godini ostvaren je rekordan broj dolazaka i noćenja, posebice u gradovima Split, Makarska i Hvar, te općinama Baška Voda i Seget. Porastao je promet u pred i post sezoni, a Splitsko- dalmatinska županija ostala je na samom vrhu turističkih regija u državi prema broju dolazaka i noćenja (12% više dolazaka, a čak 15% više noćenja u odnosu na 2016. godinu).<sup>22</sup>

Najviše smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj ima Istra, a slijedi je Splitsko- dalmatinska županija. Razlika između Istre i Splitsko- dalmatinske županije je u vrsti smještaja koji dominira, naime u Istri dominira smještaj u kampovima, a u Dalmaciji privatni smještaj.

S ciljem motiviranja privatnih iznajmljivača u poboljšanju kvalitete i podizanju postojećih resursa na viši nivo, Županija je u 2017. godini pružila potporu privatnim iznajmljivačima u vidu edukacija, seminara, priručnika, besplatnog savjetovaništa i dr. za što su potrošili oko 200 000,00

---

<sup>20</sup> Portolan A., (2012): Impact of the attributes of private tourist accommodation facilities onto prices: A hedonic price approach, University of Dubrovnik, Dubrovnik

<sup>21</sup> Ivandić N., Šimović H., Topalović S., Tutek E., (2019): Ključna pitanja održivosti Hrvatskog turizma, Zagreb str.30

<sup>22</sup> TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2018.): Financijsko izvješće o izvršenju i realizaciji programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2017. godinu, Split

kuna.<sup>23</sup> U međunarodnom natjecanju za najbolji obiteljski smještaj u 2017. godini, Hrvatska je bila apsolutni pobjednik sa 4 od 8 najboljih obiteljskih smještaja.

Trendovi u cijeloj Europi naginju ka smještaju u hotelima, a Cipar i Malta nude gotovo 100% smještaja upravo u hotelima. Slijede ih Španjolska, Portugal, Grčka i dr. U Hrvatskoj će se u budućnosti tražiti smještaj u tzv. alternativnim hotelima, neka vrsta između hotela i hostela, kuće za odmor, stanovi i naravno apartmani i to u sezoni kupanja i godišnjih odmora.<sup>24</sup>

Problem istraživanja jest analiza i evaluacija faktora koji pokazuju kako ponuda privatnog smještaja utječe na održivi razvoj turizma. Na temelju postavljenih ciljeva i istraživačkih hipoteza nastoji se doći do zaključka zašto u Hrvatskoj, koja sebe predstavlja kao turističku zemlju, prednjači ponuda u privatnom u odnosu na hotelski smještaj, te kako takva struktura smještajnih kapaciteta utječe na održivi turizam.

Analiza se bavi strukturom i trendovima na tržištu po pitanju broja turista, broja dolazaka, noćenja i broja postelja tj. stupnjem diverzifikacije turističke smještajne ponude. Struktura turističke ponude evidentno dokazuje kako je ponuda u privatnom smještaju skoro dva puta veća od one u hotelskom, a taj trend i dalje raste.

Ulaganje u rast i razvoj privatnog smještaja ima brojne pozitivne ali i negativne učinke na okolinu i gospodarstvo, a samim time i na održivi razvoj turizma. U Hrvatskoj je to posebno važno, zato što obiluje kulturnom i povijesnom baštinom koju je bitno zaštititi i sačuvati za buduće generacije.

Rast privatnog smještaja pozitivno utječe na diverzifikaciju turističke ponude zbog brojnih mogućnosti koje se nude u privatnim aranžmanima. Međutim, ima negativan utjecaj na okolinu, odnosno na infrastrukturu gradova, ali i kvalitetu života rezidenta, posebice po pitanju postizanja održivog razvoja turizma.

Problem koji se analizira je prikaz trenutnog poslovnog modela hrvatskog turizma, koji otvara pitanje o održivosti njegove monokulture, pritiska na nacionalne prirodne resurse i mogućnost

---

<sup>23</sup> TZ Splitsko – dalmatinske županije, (2018.): Financijsko izvješće o izvršenju i realizaciji programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2017. godinu, Split

<sup>24</sup> Zajednica obiteljskog turizma HGK (2018): Svjetski trendovi u obiteljskom „privatnom“ smještaju, Hrvatski obiteljski smještaj

ireverzibilnih posljedica na cijelu ekonomiju i društvo. Hrvatska prodaje klasičan stari odmorišni proizvod, takozvani „sunce i more“ koji se silom povijesnih prilika odvija u kulturno prebogatom području, a ponuda je obogaćena smještajem u većinski privatnim kapacitetima. Uspoređujući Hrvatsku sa državama koje nude „sličan“ proizvod, evidentno je da RH zaostaje u jednomsegmentu, a to je hotelska ponuda. Razlika u ponudi reflektira se i na dohodovnu, te cjenovnu osjetljivost potražnje, pa je Hrvatska od svih zemalja najmanje cjenovno elastična.<sup>25</sup>

## **1.2. Struktura rada**

Rad se sastoji od ukupno četiri poglavlja, uključujući uvod i zaključak.

U prvom uvodnom poglavlju predstavljeni su i detaljno objašnjeni predmet i problem istraživanja, te jedefinirana struktura rada.

Drugo poglavlje prikazuje obilježja privatnog smještaja i njihov utjecaj na održivost turizma. Prvi dio odnosi se na obilježje ponude i potražnje smještaja u RH, te njihove glavne izazove. Nadalje, u drugom dijelu predstavljen je održivi turizam sa svim svojim obilježjima i načinima sa kojima utječe na gospodarstvo i okolinu. Prikazana su iskustva razvijenih zemalja u razvoju održivog turizma, kao i strateški okvir razvoja održivog turizma u Hrvatskoj.

Treće poglavlje je zapravo empirijsko istraživanje o utjecaju privatnog smještaja na održivi turizam. Obavljeno je istraživanje na stvarnom tržištu sa stvarnim podacima. U prvom dijelu su predstavljena obilježja osnovnog skupa i uzorka istraživanja. Drugi dio je konceptualni model istraživanja, a treći i četvrti dio daju podatke o utjecaju privatnog smještaja na razvoj gospodarstva i okoline. Peti dio predstavlja učinke privatnog smještaja na kvalitetu turističke ponude.

U zadnjem poglavlju, tj. u zaključku predstavljeni su glavni rezultati i doprinos istraživanja, kao i ograničenja istraživanja. Na kraju rada nalaze se prilozi, korištena literatura i sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

---

<sup>25</sup> Ivandić N., Šimović H., Topalović S., Tutek E., (2019): Ključna pitanja održivosti Hrvatskog turizma, Zagreb str.21

## **2. Obilježja privatnog smještaja i utjecaj na održivost turizma**

### **2.1. Obilježja turističke ponude i potražnje u Hrvatskoj**

Turizam je činjenica koju generiraju potrebe suvremenog čovjeka.<sup>26</sup> Turističko putovanje nastaje zbog težnje za zadovoljavanjem turističke potrebe koja nastaje zbog dva čimbenika: slobodno vrijeme i višak raspoloživih sredstava. Onda kada se uz potrebu za putovanjem osiguraju slobodno vrijeme, te raspoloživa sredstva, turistička potreba pretvara se u turističku potražnju.

Turistička potražnja je ekonomska kategorija koja označava količinu turističkih dobara i usluga koje budući turisti mogu i žele kupiti po određenoj cijeni.

Turistička ponuda podrazumijeva količinu robe i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljavanja turističkih potreba.

Turističko tržište definira se kao skup odnosa turističke potražnje i ponude, koji nastaje razmjenom turističkih dobara i usluga posredovanjem novca.<sup>27</sup>

#### **2.1.1. Obilježja turističke ponude**

Turistička ponuda predstavlja određenu količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme, po određenoj cijeni. Širi smisao ove definicije podrazumijeva sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje koji direktno ili indirektno doprinose širenju i raznolikosti ukupne ponude, a samim time i mogućnosti povećanja turističke potrošnje u državi.

Turističku ponudu karakteriziraju određeni čimbenici, a to su: dislociranost od potražnje, heterogenost ponude, statičnost ponude, sezonalnost, neelastičnost (njeni kapaciteti se teško prilagođavaju promjenama u potražnji, npr. ponuda smještajnih kapaciteta u kratkom roku).

Turistička ponuda sastoji se od različitih elemenata, a to su: atraktivni, komunikativni (komunikacijski) i receptivni elementi.

1. Atraktivni elementi su prirodni ili biotropni, te društveni ili atropični elementi.
2. Komunikativni elementi obuhvaćaju prometnu infrastrukturu, te vrste prijevoznih sredstava u destinaciji.

---

<sup>26</sup>Dulčić. A.,(1991.): Turizam- načela razvoja i praksa, Institut za turizam Zagreb, Zagreb- Split, str. 5

<sup>27</sup>Weber. S., Mikačić. V.,(1999.):Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, str. 20

3. Receptivni elementi u najužem smislu obuhvaćaju restauraterstvo i hotelijerstvo, odnosno objekte koji su namijenjeni prehrani i smještaju turista.<sup>28</sup>

Republika Hrvatska je jedna od zemalja koja posjetitelje privlači bogatstvom prirodnog prostora i kulturno-povijesnom baštinom, dok kvaliteta i raznolikost novoootvorenih turističkih atrakcija zaostaju u ponudi. Najvažnija prirodna atrakcija je more, razvedena obala sa mnoštvom otoka i očuvanim plažama. Hrvatska obiluje velikim brojem zaštićenih prirodnih područja koji su turistički vrlo atraktivni. Veliki potencijal za razvoj turizma nalazi se u područjima uz Dunav, Savu, Dravu, Unu, Kupu, Cetinu, te druge rijeke i jezerska područja. Hrvatska ima i veliki broj nacionalnih parkova i parkova prirode, te brojne kulturno-povijesne atrakcije pod UNESCO-ovom zaštitom. Brojne jezgre gradova su također pod zaštitom UNESCO-a, a upravo su to područja koja su postala žarišta malih hotela, apartmana i soba. Neki od primjera su: povijesna jezgra Dubrovnika, Dioklecijanova palača u Splitu, povijesna jezgra grada Trogira i grada Hvara itd. No, za razliku od prirodnih atrakcija i kulturno-povijesne baštine, Hrvatska je izuzetno siromašna po pitanju novostvorenih turističkih atrakcija, kao što su kongresni centri, tematski parkovi, golf igrališta i slično.<sup>29</sup>

Komunikativnu infrastrukturu karakterizira mreža autocesta, loše uređene državne, regionalne i lokalne ceste sa jednako lošom prometnom i turističkom signalizacijom, te nedovoljno dobro izgrađenim pratećim uslužnim objektima uz same ceste. Ističu se i problemi javnog prometa u destinaciji, ali i ponuda parkirnih mjesta, te biciklističkih staza. Nepovoljna situacija je i po pitanju trajektnih i brodskih veza zbog nedovoljne učestalosti i brzine veza, te međuutočne povezanosti. Srećom, pet od sedam zračnih luka nalazi se u priobalnom području i ta činjenica pomaže dobroj povezanosti sa turističkim destinacijama. Svake godine sve više zračnih prijevoznika uvodi charter linije koje u ljetnom sezonskom razdoblju povezuju hrvatsku obalu sa Europom i svijetom. Komunalna infrastruktura, s izuzetkom sustava telekomunikacije koji je na svjetskoj razini, nije optimalna i potrebni su naponi kako bi se pojedini elementi unaprijedili. Također, Hrvatska posjeduje kvalitetne vodne resurse sa dobrom vrsnoćom vode za piće iz javnih

---

<sup>28</sup> Petrić, L.(2006.): Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split, str. 88

<sup>29</sup>Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf) (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 28.3.2019.

vodoopskrbnih sustava, što joj daje dodatan privlačni faktor, jer ispijanje vode iz slavina nije moguće u konkurentskim destinacijama, te u brojnim zemljama Europske unije.<sup>30</sup>

Hrvatska ima nekoliko temeljnih oblika turizma na kojima se temelji cjelokupna ponuda na razini države, a posebice na razini priobalnih regija koje primaju najveći broj posjeta. Neki od tih oblika su<sup>31</sup>:

- 1. Sunce i more (seaandsun)-** unatoč brojnim naporima ka smanjenju sezonalnosti i razvoju drugih proizvoda, udio sunca i mora ima više od 75% fizičkog volumena sa nešto manjim udjelom u prihodima s obzirom na nižu rentu uzrokovanu velikim kapacitetima obiteljskog smještaja u kućanstvima. Na ovakvo stanje utjecala je stabilna potražnja na globalnom tržištu kao i situacija u konkurentskim zemljama ( Španjolska, Francuska, Grčka i Turska), ali i zaostajanje u razvoju infrastrukture potrebne za neke druge proizvode.
- 2. Nautički turizam (yachting/cruising)-** zahvaljujući geoprometnom položaju, te jednoj od najrazvedenijih obala na svijetu, ugodnoj klimi i pogodim vjetrovi ma, Hrvatska je jedna od najpoželjnijih nautičkih destinacija svijeta. Ovu informaciju potvrđuju stalno rastući rezultati u nautičkom turizmu, ali i rast poslovanja u popratim aktivnostima i djelatnostima. Unatoč svemu navedenom, ponuda Hrvatske u nautičkom turizmu stagnira po pitanju novih vezova u marginama, kao i sidrišta diljem Jadrana.
- 3. Poslovni turizam-** iako se u svim novijim člancima i publikacijama navodi kako bi se trebalo poraditi na infrastrukturi koja je potrebna za razvoj ovog vida turizma, određeni podaci pokazuju kako poslovni gosti u hotelima čine stabilnih 10% do 15% udjela hotelskih gostiju. Neosporna je činjenica da postoji barijera u rastu ove vrste proizvoda i Hrvatska mora uložiti u izgradnju kongresnih dvorana i poslovnih centara kako bi u budućnosti imali puno veći udio poslovnih gostiju koji su definitivno jedni od najvećih potrošača.
- 4. Kulturni turizam-** zahvaljujući donošenju državne strategije razvoja kulturnog turizma posljednje desetljeće, ali i više, mnogo je učinjeno po pitanju razvoja ove vrste turizma na

---

<sup>30</sup> Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf) (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 29.3.2019.

<sup>31</sup> Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf) (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 29.3.2019.

državnoj, ali i na lokalnoj razini. Velik je i doprinos od strane kreatora regionalno i globalno prepoznatljivih događaja, kao i pojačano otvaranje ka kulturnom turizmu od strane brojnih destinacija. Relevantni proizvodi hrvatskog kulturnog turizma su: *gradski turizam, turizam baštine, turizam događanja, kreativni turizam i vjerski turizam*. Kako bi se ostvario daljnji rast i razvoj potrebno je poraditi na komercijalizaciji i uključivanju u svjetske sustave, te na poboljšanju destinacijskog upravljanja kako bi se kulturni sadržaji na pravi način integrirali u pozicioniranje i isporuku ukupnog doživljaja neke destinacije i njenog turističkog proizvoda.

Uz gore navedene najrazvijenije vrste turizma, na tržištu se nalazi i nekoliko oblika sa izraženom perspektivom razvoja, a to su<sup>32</sup>:

- 1. Zdravstveni turizam-** Hrvatska ima brojne komparativne prednosti za razvoj ove vrste turizma, a to su: prirodne ljepote, povoljna klima, sigurna zemlja, duga tradicija, konkurentne cijene, te dobra reputacija zdravstvenih usluga. Neki od oblika zdravstvenog turizma koji se polako razvijaju u RH su: *wellness turizam, lječilišni turizam i medicinski turizam*.
- 2. Cikloturizam-** Hrvatska raspolaže sa prekrasnim krajolikom u kojem bi se ova vrsta turizma mogla odvijati, ali potrebno je poraditi na mreži biciklističkih staza diljem države.
- 3. Gastronomija i enologija-** iako su se Istra i Dalmacija, te Slavonija razvile po pitanju gastro-enološke turističke ponude, ovaj vid turizma još uvijek je nedovoljno valoriziran, iako je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije RH. Brojni gosti naručuju domaća vina u restoranima i žele isprobati što više autohtonih jela, no još uvijek ne postoje turisti koji dolaze u Hrvatsku isključivo zbog gastro-enoloških iskustava.
- 4. Ruralni i planinski turizam-** ponuda ruralnog turizma razvija se dosta sporo uz iznimke Istre i dijela Osječko- baranjske županije. Planinski centri također nisu napravili nikakav iskorak ka razvoju cjelogodišnjeg poslovanja.

---

<sup>32</sup> Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf) (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine ) 29.3.2019.

5. **Golf turizam-** Hrvatska trenutno raspolaže sa samo šest golf igrališta i samo dva vježbališta. RH se uopće ne nalazi na mapi turističke golf ponude usprkos činjenici da teži razvoju elitnog turizma, a golf je elitni sport koji može doprinijeti produženju sezone, čak i razvoju turizma van standardne ljetne sezone.
6. **Pustolovni i sportski turizam-** iako se u brdovitog, ali i obalnom dijelu Hrvatske ubrzano razvija ponuda raznih proizvoda ovog tipa, Hrvatska još uvijek nedovoljno iskorištava svoje mogućnosti i komparativne prednosti. Neki od sportova su: ronjenje, kajaking, kanuing, rafting, adrenalinski sportovi, lov, ribolov, zimski sportovi i sportske pripreme.
7. **Ekoturizam-** unatoč tome što Hrvatska raspolaže atraktivnim i nadasve očuvanim prirodnim resursima ekoturizam je izrazito slabo razvijen.

Prema podacima publikacije Turizam u brojkama za 2017. godinu vidljivo je kako je proteklih desetljeća konstantno rastao broj smještajnih jedinica po različitim vrstama ugostiteljskih objekata.

Smještajni kapaciteti po vrstama objekata 1980. - 2015. (stanje 31. kolovoza)								
	broj postelja							
	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.
Hoteli i aparthoteli	113.177	127.802	142.917	138.535	126.656	115.776	122.879	135.322
Turistička naselja	41.715	51.065	58.201	61.389	64.593	61.991	31.891	30.836
Kampovi	232.960	278.779	292.934	260.764	210.148	217.324	232.134	237.758
Privatne sobe	196.034	246.995	264.092	125.370	273.833	400.454	428.464	575.428
Lječilišta	1.045	2.292	2.906	2.683	2.830	2.258	2.547	2.510
Radnička odmarališta	68.228	76.061	69.319	6.996	11.657	11.124	7.429	2.749
Odmarališta za djecu / hosteli	25.742	27.397	19.853	3.321	6.192	4.667	5.934	11.692
Ostalo	13.099	9.860	12.458	9.568	14.279	95.616	78.673	33.017
<b>UKUPNO</b>	<b>692.000</b>	<b>820.251</b>	<b>862.680</b>	<b>608.626</b>	<b>710.188</b>	<b>909.210</b>	<b>909.951</b>	<b>1.029.312</b>

**Slika 1: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata 1980. -2015. (stanje 31.kolovoza)**

Izvor: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brojkama 2017. godine)



Također, u tablici ispod vidljiv je rast ukupnog broja smještajnih jedinica po različitim vrstama objekata, ali kada se pogledaju zasebne brojke može se vidjeti kako je u 2017. godini u odnosu na 2016. godinu pao broj smještajnih kapaciteta u hotelima, turističkim naseljima i apartmanima. No, broj posjetitelja porastao je u sferi kampova i kampirališta, u privatnim sobama i hostelima, pa se može zaključiti kako je porastao broj posjetitelja u jeftinijim smještajnim jedinicama.

### Smještajni kapaciteti po vrstama objekata (stanje 31. kolovoza)

	BROJ POSTELJA			STRUKTURA (u %)	
	2016.	2017.	INDEKS 2017./16.	2016.	2017.
Hoteli i aparthoteli	137.222	132.576	96,6	12,1	11,0
Turistička naselja	30.087	26.289	87,4	2,7	2,2
Turistički apartmani	14.753	11.854	80,3	1,3	1,0
Kampovi i kampirališta	227.559	241.819	106,3	20,1	20,0
Privatne sobe	668.830	741.509	110,9	59,0	61,4
Lječilišta	2.071	2.011	97,1	0,2	0,2
Odmarališta	1.849	1.968	106,4	0,2	0,2
Hosteli	15.176	16.398	108,1	1,3	1,4
Ostalo	31.927	28.566	89,5	2,8	2,4
Nekategorizirani objekti	4.277	4.437	103,7	0,4	0,4
UKUPNO	1.133.751	1.207.427	106,5	100,00	100,00

### Slika 2: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata (stanje 31. kolovoza)

Izvor: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brojkama 2017. godine)

Broj hotela je narastao u 2017. godini u odnosu na 2016. godinu, no smanjio se iznos ukupnog broja postelja i to za više od 4000. U Hrvatskoj prevladavaju hoteli sa tri zvjezdice, a prate ih hoteli sa četiri zvjezdice, koji imaju i najviše smještajnih kapaciteta. Slijede ih hoteli sa dvije zvjezdice, a zadnji po broju objekata su hoteli sa pet zvjezdica, koji srećom imaju više smještajnih kapaciteta od hotela sa dvije zvjezdice. U nastavku se nalaze tablice i grafički prikazi struktura hotela prema kategoriji, tj. broju zvjezdica.

### Broj hotela po kategorijama (stanje 31. kolovoza)

	2016.	2017.	2016. u %	2017. u %	INDEKS 2017./16.
Hoteli ukupno	691	700	100	100	101,3
*****	38	39	5	6	102,6
****	271	290	39	41	107,0
***	311	306	45	44	98,4
**	71	65	10	9	91,5

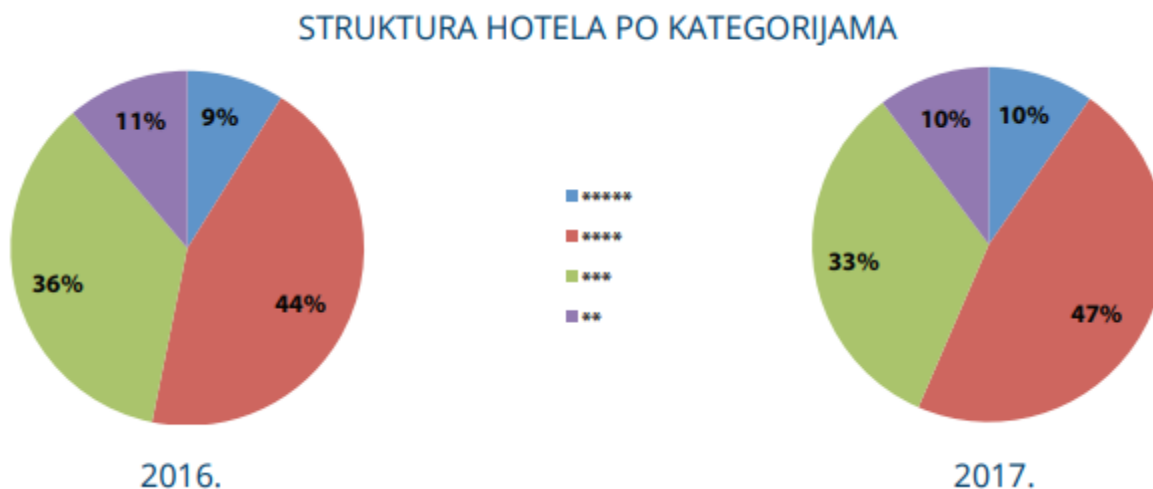
### Slika 3: Broj hotela po kategorijama (stanje 31. kolovoza)

Izvor: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brojkama 2017. godine)

Smještajni kapaciteti po kategoriji hotela (stanje 31. kolovoza)					
	2016.	2017.	2016. u %	2017. u %	INDEKS 2017./16.
Hoteli ukupno	135.236	131.152	100	100	97,0
*****	12.051	12.722	9	10	105,6
****	59.905	61.415	44	47	102,5
***	48.117	43.550	36	33	90,5
**	15.163	13.465	11	10	88,8

### Slika 4: Smještajni kapaciteti po kategoriji hotela (stanje 31. kolovoza)

Izvor: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brojkama 2017. godine)



### Slika 5: Struktura hotela po kategorijama

Izvor: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brojkama 2017. Godine)

Konkretni podaci koji govore o ponudi smještajnih kapaciteta u hotelskom ili privatnom smještaju razlikuju se od izvora do izvora i razlike znaju biti značajne.

Prema informacijama publikacije Turizam u brojkama, Hrvatska je u 2007. godini raspolagala sa 944 tisuće ležajeva, od čega je njih 115.631 u hotelima, a 431.411 je pripalo privatnom

smještaju.<sup>33</sup> U 2017. godini Hrvatska je imala 1 207 427 ležajeva, od čega je 132 576 kreveta u hotelima, a 753 363 postelje nalaze se u privatnom smještaju.<sup>34</sup>

U proteklim sezonama, u ljetnoj sezoni 2017. godine i sezoni 2018. godine, srušeni su rekordi po pitanju ponude privatnih smještajnih kapaciteta. Iznajmljivanjem kuća, apartmana, soba, ali i stanova u zgradama, koji su donedavno služili za stanovanje, bavilo se oko 100 000 osoba. Cijene apartmana na vrhuncu sezone dosežu previsoke i nerealne iznose. Primjerice, u srpnju ili u kolovozu na području Trogira ili Primoštena nemoguće je pronaći apartman čija je cijena manja od stotinu eura po danu. Ta cijena realna je jedino za apartmane koji imaju kategoriju od četiri ili pet zvjezdica, kapacitet prihvata za četiri osobe, balkon, klima uređaj, moderan namještaj, pristup internetu i slično. Međutim, u centru Splita za ovakvu cijenu iznajmljuju se daleko lošije uređeni apartmani i sobe.

S obzirom da se u užem centru Splita nalazi veliki broj stambenih zgrada vlasnici stanova sve češće odlučuju iznajmljivati svoje stanove turistima, a oni se odsele u vikendice i slično. Sve to obavlja se mimo zakonskih regulativa, odnosno ovakav način poslovanja je nelegalan.<sup>35</sup>

U 2017. godini u Splitsko- dalmatinskoj županiji nalazila su se 253 hotela i oko 25 000 privatnih smještajnih objekata.<sup>36</sup> Splitsko- dalmatinska županija imala je ukupno 32 755 ležajeva u hotelima, dok je broj registriranih ležajeva u privatnom smještaju iznosio vrtoglavih 159 860 i više, jer se ne zna točna brojka nelegalnih postelja na području Županije.<sup>37</sup>

U strukturi smještaja dominira privatni smještaj i to sa 76% u ukupnom iznosu, a gotovo dvije trećine noćenja, točnije njih 63% odvija se u obiteljskom smještaju.<sup>38</sup>

---

<sup>33</sup> Institut za turizam (2008.): Hrvatski turizam u brojkama 2007, Zagreb

<sup>34</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2018.): Turizam u brojkama 2017., Zagreb str. 14

<sup>35</sup> Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/globus/Globus-biznis/kako-je-eksplodirao-trend-iznajmljivanja-privatnih-stanova-u-turistickoj-sezoni-zimi-obicajski-dom-ljeti-zimmer-frei/7811655/> (Kako je eksplodirao trend iznajmljivanja privatnih stanova u turističkoj sezoni?) 4.4.2019.

<sup>36</sup> TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2008.): Statistička analiza turističkog prometa 2007., Split, str.10

<sup>37</sup> Hrvatska turistička zajednica, (2018.): Preferencije smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima u 2017. i usporedba s 2015

<sup>38</sup> Dostupno na: [https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Program\\_rada\\_za\\_2018\\_godinu.pdf](https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Program_rada_za_2018_godinu.pdf) (Program rada TZ Splitsko- dalmatinske županije za 2018. godinu) 4.4.2019.



**Slika 6: Struktura smještaja i noćenja prema smještaju**

Izvor: [https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Program\\_rada\\_za\\_2018\\_godinu.pdf](https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Program_rada_za_2018_godinu.pdf) (Program rada TZ Splitsko-dalmatinske županije za 2018. godinu)

Konačno, prema istraživanju na svim ključnim platformama koje se koriste za ponudu i pronalazak smještajnih objekata, u Splitsko dalmatinskoj županiji definitivno dominiraju apartmani. Uvjerljivo najveći broj apartmana koji se nudi su oni kategorizirani sa tri zvjezdice, zatim slijede oni nekategorizirani, pa apartmani sa četiri zvjezdice, oni sa dvije i najmanje je apartmana sa pet zvjezdica. No, nudi se i nekoliko apartmana kategoriziranih jednom zvjezdicom. Nakon apartmana, najveći broj ponuda je u sferi privatnih kuća i vila, a tek onda hotela.

Veliki broj apartmana nalazi se u strogom centru grada Splita i ostalih gradova u županiji i opremljeni su sa svime što je potrebno jednom turistu. Brojni apartmani nalaze se tik uz plažu, a kuće za odmor su uglavnom smještene u zaleđu. Većina kuća za odmor opremljena je bazenima, nalaze se na osami, ali i u blizini cesta koje ih spajaju s obalom.

### 2.1.2. Obilježja turističke potražnje

Turistička potražnja se prati i mjeri prvenstveno zbog brojnih ekonomskih učinaka koji se generiraju uz pomoć turizma, kao i radi kreiranja promidžbene poruke. Turistička potražnja definira se s različitih aspekata i to: ekonomskog, psihološkog i geografskog.

1. Ekonomski aspekt definira potražnju kao ukupnu količinu roba i usluga koje su kupci spremni kupiti na određenom tržištu, u određeno vrijeme, po određenoj cijeni.
2. Psihološki aspekt potražnju promatra kroz motivaciju i ponašanje kupaca/turista.

3. Geografski aspekt djeluje kroz promatranje ukupnog broja osoba koje putuju ili žele putovati isključivo zbog korištenja turističkih sadržaja i usluga koji su udaljeni od njihovog mjesta boravka i rada.<sup>39</sup>

Turistička potražnja temelji se na doživljaju, učenju i individualiziranom pristupu putovanjima, te rezervacijama, a na potražnju utječu faktori iz vanjske okoline koji se dijele na: političke, ekonomske, demografske, socio-kulturne, tehnološke i ekološke. Navedeni čimbenici mogu imati direktan i indirektan utjecaj na potražnju.

1. **Politički čimbenici-** brojne političke promjene utječu na obrasce, procese i smjerove razvoja turizma, a ciljevi se postižu definiranim mjerama, pravilima i programima. Turistička politika je ukupnost mjera svjesnog utjecaja države na turizam posredstvom potrebnih instrumenata usmjerenih prema razvitku i unaprjeđenju turizma, održavanju njegove konkurentnosti, te ostvarivanju ekoloških i drugih ciljeva. Sastoji se od mjera, pravila, regulativa, smjernica, direktiva i ciljeva razvoja, te strategija koje osiguravaju okvir unutar kojeg se donose kolektivne individualne odluke na koje turizam utječe. Ciljevi turističke politike su osiguravanje uvjeta za održiv i dinamičan razvoj turizma, zadovoljavanje potreba suvremenog turista, zaštita i briga o temeljnim turističkim resursima, osiguravanje uvjeta za profitabilno i održivo poslovanje svih subjekata u turizmu i slično.<sup>40</sup> Turističkim politikama može se usmjeriti razvoj destinacije u smjeru novih turističkih proizvoda koji će zadovoljiti potrebe suvremenog turista i uskladiti interese i potrebe zajednice u kojoj se turizam događa. Neke od značajnijih promjena su uvođenje, tj. ukidanje viznog režima, stabiliziranje deviznog tečaja, sigurnost i politička stabilnost.<sup>41</sup> S obzirom na suvremene prilike u globalnom okruženju, sigurnost predstavlja jedan od odlučujućih faktora prilikom izbora destinacije.
2. **Ekonomski čimbenici-** odnose se na cjenovne značajke i elastičnost potražnje. Turistička potražnja je vrlo elastična i osjetljiva na promjene cijena i razinu dohotka. Prilikom izbora destinacije ključni faktori su troškovi prijevoza i troškovi usluge u destinaciji. Na razinu cijene usluga u receptivnoj destinaciji utječu porezne stope,

---

<sup>39</sup> Petrić, L. (2006.); Osnove turizma; Ekonomski fakultet, Split, str. 124

<sup>40</sup> Slivar I. i Golja T, (2016.): Europsko turističko tržište i trendovi razvoja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str.12

<sup>41</sup> Dostupno na: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/industry-trends/#view/fn-16> (Travel and Tourism Competitiveness Report 2017.) 6.4.2019.

kamatne stope, stopa inflacije, boravišna pristojba i brojna druga davanja. S obzirom na visoku cjenovnu i dohodovnu elastičnost turističke potražnje, konkurentnost destinacija sa sličnom ponudom dolazi do izražaja. Na taj način se olakšava odabir potencijalnom turistu, jer će tako od sličnih destinacija sa sličnom ponudom turistu biti poželjnija ona destinacija sa nižom cijenom. Padom cijena potražnja za destinacijom raste.

3. **Ekološki čimbenici**-su sveprisutna tema u proučavanju održivog turizma i održivog razvoja. Neuravnotežen razvoj turizma je velika prijetnja koja nosi brojna opterećenja i troškove, kao npr. troškovi degradacije okoliša. Razvoj turizma uvelike ovisi o prostoru odnosno okolišu i klimi, a neke vrste turizma se baziraju isključivo na tim načelima npr. zdravstveni tj. lječilišni turizam. Očuvanje kvalitete prostora i okoliša uz konstantnu brigu o okolišu kroz mjere prilagođavanja sektora i ublažavanja njegovog negativnog utjecaja, te planirano upravljanje destinacijom, čimbenici su koji pogoduju razvoju ekološki prijateljske destinacije i zadovoljstvu gosta.<sup>42</sup>
4. **Tehnološki čimbenici**-informacijske i komunikacijske tehnologije su najdinamičniji pokretači globalizacijskih procesa i razvoja svjetskog gospodarstva. Primjena novih tehnologija pridonosi sustavnim inovacijama, praćenju i prilagođavanju suvremenim trendovima, te novim zahtjevima korisnika turističkih usluga. Informacijsko-komunikacijske tehnologije nude brojna rješenja koja se konstantno unaprjeđuju ili se otkrivaju neka nova.<sup>43</sup> Suvremeni turist je ovisan o tehnologiji koja mu omogućava direktnu povezanost s ponuđačima i posrednicima turističkih usluga prije, tijekom i nakon samog putovanja.<sup>44</sup>
5. **Demografski čimbenici**- dijele se na primarne i sekundarne. Primarni su rast broja stanovnika svijeta, padajuća stopa fertiliteta, starenje stanovništva, produženje životnog vijeka, te lokacija stanovništva. Pod sekundarne spadaju kompozicija stanovništva, dobna i spolna struktura, bračni status, te obrazovna struktura.<sup>45</sup> Demografski profil ima tendenciju rapidnog starenja, odnosno broj ljudi starije životna dobi se sve intenzivnije

---

<sup>42</sup> Kotler P. i suradnici (2010.): Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu, MATE d.o.o., Zagreb, str. 729

<sup>43</sup> Horvatić A. i Bačić L (2013.): Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude Hrvatske, Učenje za poduzetništvo, Sveučilište u Splitu, Split, str. 165

<sup>44</sup> Slivar I. i T. Golja (2016.): Europsko turističko tržište i trendovi razvoja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str.25

<sup>45</sup> Slivar I. i T. Golja (2016.): Europsko turističko tržište i trendovi razvoja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula str. 27

povećava i u idućih 20 godina predviđa se porast broja osoba iznad 65 godina, to bi moglo imati pozitivne učinke na turističku potražnju.<sup>46</sup>

- 6. Sociokulturni čimbenici-** pri suvremenom proučavanju sociokulturnih čimbenika danas, društvene vrijednosti i njima odgovarajući stilovi života stanovništva, ali i turista čine glavnu ulogu. Kao posljedica turističkog djelovanja u brojnim destinacijama, nastale su promjene u vrijednosnim sustavima stanovništva. Životni stil orijentiran na slobodno vrijeme, materijalni simboli, ali i unutarnje vrijednosti poput duhovnog oslobođenja i emocionalnost, iznimno su cijenjene. U porastu je osjetljivost turista prema boravku na istom mjestu s ljudima sličnih životnih stilova, odnosno pri odabiru destinacije, značajnu ulogu ima želja da se u istoj sredini sretnu ljudi sličnih životnih stilova.<sup>47</sup> Novi iskusni, sofisticiran i zahtjevan putnik traži interakciju s ponuđačima kako bi zadovoljio svoje posebne potrebe i želje.

Potražnja je raznolika jer su raznolike i potrebe nositelja potražnje, ali i mogućnost njihovog zadovoljenja. Očekivanja turista su sve veća, a postoji i nekoliko opravdanih razloga za to, npr. prethodno osobno iskustvo, veća razina obrazovanja i znanja, te napredne telekomunikacije i mediji. Svaki suvremeni turist na putovanju želi osjetiti nešto različito od njegovog svakodnevnog života i okruženja. Raste potražnja za netaknutim, ekološki čistim područjima koja su utočište u bijegu od urbanog i ubrzanog suvremenog načina života.

Prilikom odabira destinacije osobna sigurnost postaje jedan od glavnih kriterija odluke, a raste svijest o brizi za vlastito zdravlje. Za suvremene turiste privlačni su kvalitetan smještaj, bogata ponuda, zabava, razni sadržaji, usluge i prijevoz. Tržište se sve više dijeli na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim preferencijama, potrebama i životnim prilikama.<sup>48</sup>

Napredak tehnologije i modernizacija doveli su do sve manjeg fizičkog rada, a samim time i sve više bolesti izazvanih nekretanjem. U središtu čovjekovog života nije rad, već slobodno vrijeme. Putovanja su nadoknada za sve ono što čovjeku nedostaje u svakodnevnici.

---

<sup>46</sup>Vuković I. (2006.): Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj Uniji i implikacije na Hrvatsku, *Tourism and Hospitality Management*, str. 47

<sup>47</sup>Horvat B., (1999.): Profil suvremenog turista i hrvatski turistički proizvod, *Tourism and Hospitality Management*, str. 164

<sup>48</sup>Bašić, I. (2015.): Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću

Suvremeni turist ima velika očekivanja po pitanju učinkovitosti i nisku toleranciju na barijere na koje nailazi u sklopu globalnih kretanja (vizni režimi i sigurnosni protokoli). Prema Svjetskom ekonomskom Forumu, ovakvi procesi turiste ne čine sigurnijima, već usporavaju rast i razvoj, te smanjuju međukulturalnu toleranciju.<sup>49</sup>

Danas se na tržištu događaju bitne promjene, nakon masovnog turizma, putovanja se skraćuju i putuje se češće. Interes turista više nije povezan sa atraktivnosti destinacije, već u vezi s vlastitim interesima. Iskustvo, novost i aktivnost su glavne odlike novog suvremenog turista. Dobro se služe novim tehnologijama, medijski su pismeni i putem različitih platformi prikupljaju najveći dio informacija i saznanja koja su im potrebna za planiranje putovanja.<sup>50</sup>

Najznačajnije karakteristike suvremenog turista su: u potrazi je za novim iskustvima, veća fleksibilnost vremena za odmor, hedonist, pronicljiv, svjestan važnosti kvalitete, individualnost, u potrazi za samounaprjeđenjem, kritičniji, manje lojalan, u potrazi za vrijednostima za novac (ne nužno niskim cijenama), izražena briga o okolišu i društvu, u potrazi za autentičnim turističkim iskustvom, sudionik, a ne promatrač.<sup>51</sup>

Jedan od najvažnijih trendova u razvoju turizma u svijetu, ali i u Hrvatskoj je trend porasta turističke potražnje, koji je povezan sa stalnim trendom rasta turističke ponude, a to je vidljivo iz podataka navedenih u nastavku.

Ukupan broj noćenja u 2007. godini bio je 56.005 492, a broj dolazaka iznosio je 11.162 406.<sup>52</sup> Ukupan broj dolazaka u RH u 2017. godini iznosio je 17.516 473, dok je ukupan broj noćenja bio 86.805 713.<sup>53</sup>

Prema podacima TOMAS istraživanja za ljeto 2017. godine, 55% gostiju na dolazak u Hrvatsku motivirano je odmorom (pasivnim) na moru, 31% došlo je zbog novih iskustava i doživljaja, 29% zbog gastronomije, 26% zbog upoznavanja prirodnih ljepota, 24% motivirano je zabavom i

---

<sup>49</sup> Dostupno na: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/industry-trends/#view/fn-16> (Travel and Tourism Competitiveness Report 2017.) 6.4.2019.

<sup>50</sup>Gržinić J. i V. Bevanda (2014.): Suvremeni trendovi u turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str.15

<sup>51</sup> Slivar I. i T. Golja (2016.): Europsko turističko tržište i trendovi razvoja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 223

<sup>52</sup>Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2011.): Turizam u 2010., Statistička izvješća, Zagreb str. 12 i str. 13

<sup>53</sup> Hrvatska turistička zajednica, (2018.): Preferencije smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima u 2017. i usporedba s 2015



20% bavljenjem sportom i rekreacijom. 50% inozemnih gostiju već je posjetilo Hrvatsku tri ili više puta, a 33% inozemnih gostiju bilo je prvi puta u Hrvatskoj. 44% gostiju prikuplja informacije putem interneta, 25% preko medija, 24% putem preporuke rodbine i prijatelja, a 18% iz prijašnjih iskustava.<sup>54</sup>

U 2007. godini u Republici Hrvatskoj je ostvareno 11.162 000 dolazaka, tj. 1.856 000 dolazaka domaćih i 9.306 000 dolazaka stranih turista.<sup>55</sup> U 2017. godini u Hrvatskoj je ostvareno ukupno 17.431 000 dolazaka, od kojih je 1.249 000 domaćih turista i 9.823 000 stranih turista koji su došli u individualnom aranžmanu. 589 000 domaćih, a 5.770 000 stranih turista Hrvatsku je posjetilo u organiziranim turama.<sup>56</sup>

U 2007. godini u Hrvatskoj je ostvareno ukupno 56.005 000 noćenja, od čega je 6.431 000 domaćih i 49.574 000 stranih turista.<sup>57</sup> U 2017. godini u Republici Hrvatskoj je ostvareno ukupno 86.200 000 noćenja, od čega je 5.978 00 domaćih gostiju i čak 80.222 000 stranih gostiju.<sup>58</sup>

Podaci koje pruža Ministarstvo turizma pokazuju da je Splitsko-dalmatinska županija uz Dubrovačko-neretvansku, županija na Jadranu koja ima najveći trend rasta dolazaka turista u 2017. godini<sup>59</sup> tj. čak 3.193 940 dolazaka.<sup>60</sup> Ukupan broj dolazaka za 2007. godinu iznosio je oko 1.731 000<sup>61</sup>, tj. u deset godina taj broj se povećao za skoro dva puta.

Prema broju ostvarenih noćenja u 2017. godini, Splitsko-dalmatinska županija nalazi se na drugom mjestu i u njoj je ostvareno 19% noćenja u odnosu na ukupan ostvareni broj u cijeloj

---

<sup>54</sup> Dostupno na: <http://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeto-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (Ljeto 2017. Tomas stavovi i potrošnja turita u Hrvatskoj) 10.4.2019.

<sup>55</sup> Dostupno na: [https://www.dzs.hr/hrv\\_eng/publication/2011/si-1436.pdf](https://www.dzs.hr/hrv_eng/publication/2011/si-1436.pdf) (Turizam u 2010.- Statistička izvješća) 10.4.2019.

<sup>56</sup> Dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brojkama 2017. godine) 10.4.2019.

<sup>57</sup> Dostupno na: [https://www.dzs.hr/hrv\\_eng/publication/2011/si-1436.pdf](https://www.dzs.hr/hrv_eng/publication/2011/si-1436.pdf) (Turizam u 2010. - Statistička izvješća) 10.4.2019.

<sup>58</sup> Dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brjkama 2017. godina) 10.4.2019.

<sup>59</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2018.): Turizam u brojkama 2017, Zagreb (Svjetski turizam u brojkama) 12.2.2019.

<sup>60</sup> Hrvatska turistička zajednica, (2018.): Preferencije smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima u 2017. i usporedba s 2015

<sup>61</sup> TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2008.): Statistička analiza turističkog pormeta 2007., Split, str.2

državi, tj. 16.595 717 noćenja.<sup>62</sup> U 2007. godini ukupan broj noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji iznosio je 9.246 960<sup>63</sup>, odnosno dva puta manji broj noćenja turista nego u 2017. godini.

Po broju dolazaka i noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji prednjače strani turisti koji su ostvarili 94% noćenja u 2017. Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Poljske, slijede ih turisti iz Njemačke, a na trećem mjestu su domaći turisti. Česi su četvrti, nakon njih dolaze Britanci, turisti iz susjedne BiH, Francuzi, Šveđani, turisti iz SAD-a i na desetom mjestu nalaze se Slovaci.<sup>64</sup>

2007. kao i 2017. godine najveći broj noćenja ostvaren je u privatnom smještaju. 2007. godine ostvareno je 17.670 000 noćenja<sup>65</sup>, a 2017. godine više od 42 milijuna noćenja u privatnom smještaju.<sup>66</sup>

Najveći broj dolazaka imaju Britanci, Amerikanci, Francuzi i Nijemci, a najviše noćenja imaju Britanci, Poljaci, Nijemci, Česi i Francuzi. Hotelski smještaj broji najviše dolazaka od strane Britanaca, Hrvata, Amerikanaca, Francuza i Nijemaca, najviše noćenja imaju također Britanci, Nijemci, Francuzi, Hrvati i Amerikanci.<sup>67</sup>

Obiteljski odnosno privatni smještaj vrlo je popularan zato što gostima pruža mogućnost da dožive domaća, lokalna, autohtona iskustva, a to je turistima današnjice najveća potreba. Željni su lokalne priče i iskustva, a smještaj im više nije prioritet. Glavna preokupacija je potraga za pričom koju žele ponijeti sa sobom kao glavnu uspomenu.<sup>68</sup>

### **2.1.3. Glavni izazovi razvoja turističke ponude**

RH je klasičan primjer zrele turističke destinacije u kojoj dominira jedan proizvod (sunce i more) s visokom sezonalnosti poslovanja, karakteristično upravo za zemlje Mediterana i Jadrana.

---

<sup>62</sup> TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2018.): Financijsko izvješće o izvršenju i realizaciji programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2017. godinu, Split

<sup>63</sup> TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2008.): Statistička analiza turističkog pormeta 2007., Split, str.2

<sup>64</sup> TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2008.): Statistička analiza turističkog pormeta 2007., Split

<sup>65</sup> Dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/u-2007-najvise-turistickih-nocenja-u-kucanstvima/1135> (U 2007. najviše turističkih noćenja u kućanstvima) 6.4.2019.

<sup>66</sup> Dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) (Turizam u brojkama 2017. godine) 9.4.2019.

<sup>67</sup> Hrvatska turistička zajednica, (2018.): Preferencije smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima u 2017. i usporedba s 2015 str.42

<sup>68</sup> Dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/obiteljski-turizam/5-obiteljski-forum-kvaliteta-protiv-pada-turisticke-potraznje/> (5. Obiteljski forum: Kvaliteta protiv pada turističke potražnje) 6.4.2019.

Međutim, druge zemlje Mediterana već su se sredinom 80-ih počele poslovno restrukturirati u skladu sa promjenama obrazaca ponašanja turista. U tom vremenskom periodu Hrvatska je ušla u razdoblje raspada bivše države koje je trajalo između 10 i 15 godina, ovisno o području, a to je usporilo razvoj turizma.

Ozbiljan zaokret počinje od 2000. godine kada se kreće sa obnovom turističkih destinacija i smještajnih kapaciteta u njima. U idućem desetljeću Hrvatska je ostvarila značajan turistički rast koji se temeljio na brojnim investicijama u izgradnji i obnovi hotela i kampova, kao i nekontrolirani rast kapaciteta obiteljskog smještaja. No, uslijed ovih promjena ipak nije došlo do ozbiljne promjene u prosječnoj zauzetosti turističkih kapaciteta, jer je stvoreno premalo motiva za putovanje i općenito boravak u Hrvatskoj izvan klasične ljetne sezone. Neki od razloga su izostanak poduzetničkog interesa, razvojno-poslovne barijere i pasivno vođeni procesi od strane javnog sektora.

Doprinos turizma gospodarskom i društvenom razvoju zemlje je manji od onoga koliki bi mogao biti zbog uvjeta koji vladaju na tržištu, a to su niska konkurentnost operativnog poslovnog okruženja i manjak regulatornih funkcija između državne, regionalne i lokalne razine.

Hrvatski turizam obilježava: nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga, manjak inovativnih i kvalitetnih sadržaja za goste, rast utemeljen na ekspanziji obiteljskog smještaja, manjak hotelske ponude, nedovoljna investicijska aktivnost, slaba povezanost željezničkim i morskim putem, statičan nacionalni marketing, maleni broj globalno brendiranih destinacija i slično.

Svi prethodno navedeni čimbenici ograničavaju daljnji rast i napredak, a potrebno je uklanjanje što većeg broja ograničenja s kojima se turistička politika nije uspješno bavila u prošlosti. Bitno je posvetiti pažnju na stvaranje razvojno stimulativnih institucionalnih uvjeta potrebnih za jačanje poduzetničkog interesa i ulaganja u turistički sektor, naročito hotele i resorte. Bilo bi dobro napraviti kvalitativnu transformaciju smještaja u kućanstvima kao i unaprjeđenje turističkog lanca vrijednosti u brojnim turističkim destinacijama.

Za sve prethodno navedeno preporuča se korištenje raspoloživih sredstava fondova Europske Unije. Sustav poticaja mora biti u funkciji ubrzavanja turističkog razvoja u kontinentalnom dijelu zemlje uz primjene suvremenih tehnologija i ekološki održivog poslovanja. Razvoj turizma treba poticati kroz upravljanje razvojem putem različitih oblika suradnje institucija u sferi javnog

sektora, ali i kroz uspostavljenje vertikalnih i horizontalnih oblika javno-javne, javno-privatne i privatno-privatne suradnje.<sup>69</sup>

Ključna razvojna ograničenja hrvatskog turizma su:<sup>70</sup>

- 1. Kvaliteta i struktura ponude**- odnosi se na maleni postotak hotelskog smještaja u cjelokupnoj smještajnoj infrastrukturi, nedostatak kongresnih centara, zdravstvenih kapaciteta i golf igrališta, tematskih parkova, kulturnih sadržaja, te centara za kupovinu. Također, odnosi se i na nedovoljno dobru povezanost posebice pomorsku i željezničku koja bi mogla imati značajnu ulogu u budućnosti.
- 2. Investicijska klima**- odnosi se na pretjeranu količinu administracije, neusklađenosti u zemljišnim knjigama, duge rokove ishoda potrebnih dozvola i općenito kompliciranu birokraciju. Dostupnost kapitala je vrlo niska, troškovi poslovanja visoki, a investicijski poticaji nedovoljni. Imovina na najboljim lokacijama je neiskorištena, a osnovni razlog tome su dugotrajni procesi pripreme projekata za stavljanje na tržište, nedostatak upravljačkog kapitala i znanja pomoću kojega bi imovina pronašla najbolje investitore, neutvrđene granice pomorskog dobra, neusklađeni prostorni planovi i loša komunikacija između lokalne i državne razine.
- 3. Marketing i prodaja**- odnosi se na jako malo online oglašavanja koje je loše odrađeno, zastarjeli vizualni identitet i promotivne poruke zasnovane na nacionalnom turističkom brendu, loše web platforme, naročito na lokalnim razinama, nedostatak kvalitetnih analiza podataka i slaba komunikacija između hrvatskog turizma i javnosti.
- 4. Ljudski potencijali i upravljanje kvalitetom**- slabo prilagođen sustav obrazovanja koji ne osigurava dovoljno kvalitetnog kadra, sustav cjeloživotnog obrazovanje ne zadovoljava potrebe turističkog sektora, ne postoji opći obrazovni program namijenjen najširoj populaciji.
- 5. Zakonski okvir i upravljanje**- kompleksna i nedovoljno jasna zakonska regulativa koja otežava investicijsku aktivnost domaćih, a posebice inozemnih ulagača. Jedan od čimbenika je i nedovršena privatizacija, a i nedovoljno korištenje strateških planova kao

---

<sup>69</sup> Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf) (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 14.4.2019.

<sup>70</sup> Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf) (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 14.4.2019.

stručne podloge te nepostojanje međuresornog tijela s misijom provođenja turističke strategije te donošenja i provođenja operativnih mjera.

Dodatni ograničavajući čimbenici su eksterni tj. klimatske promjene i izvanredne situacije, te se svi prethodno navedeni čimbenici s izuzetkom eksternih, mogu rješavati autonomno i isključivo unutar hrvatskih granica.

Dugoročno održivi turistički rast i razvoj podrazumijevaju postizanje razvojnog konsenzusa između svih dionika turističkog razvoja neke destinacije bez obzira radi li se o lokalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj razini. Uz potrebu međusobnog usuglašavanja stavova (vizija, ciljeva i prioriteta) nositelja javne vlasti, poduzetničkog sektora, civilnih udruga i lokalne populacije, ali i jasno razumijevanje prostornih mogućnosti destinacije i očekivanja turističkog tržišta. Potrebno je pronaći najbolja rješenja u danim uvjetima.<sup>71</sup>

## **2.2. Turistička djelatnost i održivost**

### **2.2.1. Pojmovno određenje održivog turizma**

21. stoljeće sa sobom nosi tri turistička trenda, getoizaciju, alternativni turizam i održivi turizam. Getoizacija predstavlja boravak u rezervatima, klubovima koji čine artificijelnu okolinu u kojoj su turisti izolirani i imaju sve što im je potrebno, bez lokalnih utjecaja i nepredvidivih situacija. Alternativni turizam odnosi se na individualizirana putovanja koja imaju određenu svrhu (obrazovanje, sport, pješačenje, gastronomija i sl.) i suprotstavlja se masovnom turizmu. No, upravo alternativna putovanja postaju predispozicija za razvoj masovnog turizma. Treći trend je održivi turizam koji obuhvaća sve oblike turizma koji oblikuju ponudu uz poštivanje okoliša, interesa lokalnog stanovništva i svih ostalih sudionika.<sup>72</sup>

Održivi razvoj je jedan od nekoliko selektivnih vrsta turizma. Selektivni turizam javlja se kao suprotnost masovnom obliku turizma zasnovanom na velikom broju turista koji posjećuju određenu destinaciju u kojoj je izrazito izražena sezonalnost. Upravo je sezonalnost dovela do potrebe za razvojem selektivnog, odgovornog, individualnog ili alternativnog oblika turizma.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Dostupno na: <http://iztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-06-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf> (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 15.4.2019.

<sup>72</sup> Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A1794/datastream/PDF/view> (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 15.4.2019.

<sup>73</sup> Čavlek, N. et al.,(2011.); Turizam, Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str 39

Selektivni oblici turizma privlače turiste koji su obrazovani, ekološki osviješteni i spremni su platiti više za turistički proizvod iza kojeg stoji društveno odgovorno poduzeće. Spremni su osobno doprinijeti energetskej efikasnosti u svrhu poticanja razvoja zelenog turizma i teže ka odabiru destinacija koje poduzimaju mjere ublažavanja negativnih utjecaja na okoliš. Segmenti poput ekološke učinkovitosti, upravljanje otpadom, minimiziranje uporabe štetnih kemikalija, smanjenje potrošnje vode i neobnovljivih izvora energije, ekološki hoteli, ekološki turistički proizvodi i slične ekološke inicijative postaju apsolutni trend u turističkoj potražnji ali i ponudi.<sup>74</sup>

Pojam održivog razvoja potječe iz pojma općeg razvoja i odnosi se na promjenu strukture globalne proizvodnje i potrošnje koji ne remete ekosustave, a takva vrsta razvoja koji je usklađen s ekosustavima trebala bi biti dugoročno održiva. Ne postoji niti jedna ljudska aktivnost koja na izravan ili na posredan način ne utječe na održivi razvoj.<sup>75</sup>

Održivi razvoj ima nekoliko definicija, a najčešće se upotrebljava ona iz izvješća UN-ove Komisije za okoliš i razvoj iz 1987. godine koja kaže: „Održivi razvoj je razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe današnjih naraštaja, a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja uz zadovoljavanje njihovih potreba.“ To je vrsta razvoja u kojem su procesi promjena, upotreba resursa, smjer investicija, tehnološki razvoj i institucionalne promjene koje se provode konzistentne s potrebama današnjih i budućih generacija.<sup>76</sup>

Održivi razvoj treba onemogućiti nesmotren razvoj i uništenje resursa na kojima se temelji razvoj čovječanstva. Može se definirati kao sinergijski učinak triju diferentnih strana, a to su: društvo, okoliš i ekonomija. Međutim, ispravnim upravljanjem moguće je postići društveno i socijalno osjetljivi, ekološki odgovoran i prihvatljiv, te ekonomski efikasan i ostvariv razvoj. Da bi se postigli željeni rezultati potrebno je definirati jasne smjernice i planove, te uskladiti nacionalne politike, kao i politike na međunarodnoj razini. Ključno je ostvariti sinergijsko djelovanje između zemalja, organizacija i ljudi, te minimizirati ciljeve koji su okrenuti isključivo ka ostvarenju dobiti. Postizanje održivog razvoja i ravnoteže moguće je jedino ako svi dionici današnjeg društva poštuju moralna i etička načela, razmjenjuju stečena iskustva i vještine, a da

---

<sup>74</sup>Slivar I. i T. Golja (2016.): Europsko turističko tržište i trendovi razvoja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 20

<sup>75</sup>Čavlek, N. et al., (2011.); Turizam, Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 415

<sup>76</sup>Dostupno na: <http://www.dop.hr/?p=700> (Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj - Održivi razvoj) 16.4.2019.

pritom ništa ne traže zauzvrat, te da upotrebljavaju nove, ekološki prihvatljive tehnologije. Sve organizacije, bilo turističke ili iz nekog drugog sektora, moraju adekvatnim mjerama i kontinuirano provoditi aktivnosti kojima će utjecati na stvaranje vrijednosti koje ne narušavaju ravnotežu u društvenom, ekonomskom ili prirodnom okruženju.<sup>77</sup>

Održivi razvoj u turizmu moguće je pojasniti kroz odnose između različitih aktivnosti u turizmu i svih komponenti održivosti tj. u ekološkom, sociokulturnom i ekonomskom području. Ključni čimbenik svih odnosa su ljudi koji se u turizmu nalaze u različitim ulogama i aktivnostima. Neke od uloga u kojima se ljudi pojavljuju su: turisti, zaposlenici, organizacije i javne službe, lokalno stanovništvo i sve druge osobe koje rade ili posjećuju destinaciju.<sup>78</sup>

U brojnim turističkim destinacijama postoji opasnost od nezaustavljivog prodiranja profinerskog turizma, koji vodi prema napuštanju vlastite kulture i duhovnog nasljeđa, a trivijaliziranje i revitaliziranje vrijednosti naziva osuvremenjivanje. Obezvrjeđivanje tradicionalne kulture i podaničkog ponašanja ugrožava perspektivu razvoja turizma. Zaštita i očuvanje vlastitog turističkog idioma uvjet je za očuvanje onog što je prirodno određenoj zajednici kao oblik života i kao iznimno važan oblik proživljavanja kultura i njezinih kulturnih učinaka na domicilno stanovništvo i turiste.<sup>79</sup>

Koncept održivog razvoja jedan je od najraširenijih modernih koncepata razvoja svih ljudskih aktivnosti, a samim time i turizma. Turizam je kao globalno poželjan faktor zbog brojnih mogućnosti koje donosi lokalnoj zajednici sagledan i kroz okolišni aspekt od kojeg je nedjeljiv iz čega je proizašlo da su turizam i okoliš međuzavisni faktori, te jačanje njihove pozitivne veze donosi brojne koristi za oba faktora.<sup>80</sup>

Održivi razvoj turizma izveden je iz teorije održivog razvoja, koja se razvijala kao reakcija na sve izraženije ekološke i sociokulturne probleme s kojima se čovječanstvo suočava. Primjena koncepcije održivog razvoja turizmu treba osigurati da nekontrolirani razvoj ne uništi, odnosno devastira resurse na temelju kojih se turizam počeo razvijati. Ova koncepcija podrazumijeva da se potrebe sadašnjih naraštaja trebaju zadovoljiti s time da se ne ugroze mogućnosti budućih naraštaja u zadovoljavanju svojih potreba.<sup>81</sup>

---

<sup>77</sup> Dostupno na: [http://www.odraz.hr/media/21831/odrzivi\\_razvoj.pdf](http://www.odraz.hr/media/21831/odrzivi_razvoj.pdf) (Održivi razvoj) 16.4.2019.

<sup>78</sup> Čavlek, N. (2011.); Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 416

<sup>79</sup> Vlahović, D. (2015.): Hrvatska strana Jadrana – Turizam i transformacije, Netgen, Zgareb, str. 43-44.

<sup>80</sup> Čorak, S. (2011.): Izazovi upravljanja turizmom, Institut za turizam, Zagreb, str. 124.

<sup>81</sup> Čavlek, N.(2011.): Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 415-416

Održivi turizam može se definirati kao turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije.

Konceptualna definicija: smjernice i praksa upravljanja održivim razvojem turizma mogu se primijeniti na sve oblike turizma, u svim vrstama destinacija, uključujući i masovni turizam ali i različite turističke niše. Principi održivosti odnose se na okolišne, gospodarske i društveno-kulturne aspekte razvoja turizma, a postizanje dugotrajne održivosti postiže se uspostavljanjem ravnoteže između tri prethodno navedene dimenzije odnosno aspekta.

Od održivog turizma očekuje se optimalno iskorištavanje okolišnih resursa koji su ključni i privlačni elementi turističkog razvoja uz zadržavanje ekoloških procesa u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti. Očekuje se poštivanje društveno- kulturne autentičnosti turističke destinacije, očuvanje izgrađenog i kulturnog nasljeđa, te doprinos međukulturalnom razumijevanju i toleranciji. Važno je osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne, te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima, uz stabilnu klimu za zapošljavanje i mogućnost zarade.

Za provođenje održivog turizma potrebno je informiranje svih relevantnih dionika i snažno političko vodstvo. Postizanje održivog turizma je trajan proces koji zahtjeva kontinuirano praćenje i uvođenje potrebnih mjera. Koncept održivog turizma mora zadržati visoki stupanj zadovoljstva turista, uz istovremeno postizanje svijesti o održivosti da bi osigurao vrijedno iskustvo turistima.<sup>82</sup>

Koncept održivog razvoja i održivog turizma podrazumijeva komunikaciju i suradnju rezidenata neke destinacije i poslovnih subjekata u smislu zajedničke aktivnosti prilikom očuvanja okoliša. Održivost podrazumijeva dugoročne promjene u tehnologiji i prilagodbu postojećih sustava, a eko-inovacije postale su neophodne zbog želje za poboljšanjem stanja u okolišu.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Dostupno na: <http://odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97> (Održivi razvoj) 7.4.2019.

<sup>83</sup> Dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/DRAGICEVIC\\_PROROCIC\\_LETUNIC.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/DRAGICEVIC_PROROCIC_LETUNIC.pdf) (The role of tour operators in the sustainable tourism development- the case of the tourist destination- Kotor) 8.4.2019



### 2.2.2. Obilježja održivog turizma

U nastavku su nabrojana neka od obilježja održivog turizma:

- Održivi turizam nastoji maksimalno održati važnost lokalne kulture i tradicije.
- Održivi turizam je informativan, jer turistima daje informacije o destinaciji u koju su došli, ali i o kulturi i civilizaciji.
- Održivi turizam usmjeren je ka očuvanju prirodnih, ali i svih ostalih resursa koje turisti posjećuju.
- Održivi turizam zahtjeva uključivanje lokalnog stanovništva u interakciju sa turistima.<sup>84</sup>

Održivi turizam bi trebao:<sup>85</sup>

1. Optimalno iskoristiti okolišne resursekoji su ključni elementi turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti.
2. Poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacije, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti, te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
3. Osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne, te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostalog stabilnost zaposlenja, mogućnost zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.

U publikaciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO) "Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaratelje politika" navedene su smjernice kojima bi se trebali voditi svi ključni subjekti turističke ponude i potražnje koji su ujedno i obilježja koncepta održivog turizma.<sup>86</sup>

1. Ekonomska održivost: osiguravanje održivosti i konkurentnosti turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju dugotrajno napredovati i osiguravati korist.

---

<sup>84</sup> Dostupno na: [http://www.ecoindia.com/sustainable-tourism/\(Sustainable tourism\)](http://www.ecoindia.com/sustainable-tourism/(Sustainable%20tourism)) 16.4.2019.

<sup>85</sup> Dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97> (Održivi turizam) 16.4.2019.

<sup>86</sup> Dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534&pregled=1&gadatum=12.02.2016%2011:12:34> (12. ciljeva održivog turizma) 17.4.2019.

2. Boljitak lokalne zajednice: maksimiziranje doprinosa turizma gospodarskom napretku destinaciju, uključujući i lokalno zadržavan udio potrošnje posjetitelja.
3. Kvaliteta radnih mjesta: poboljšanje količine i kvalitete lokalnih poslova stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete rada i dostupnost svima bez diskriminacije na temelju spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge osnove.
4. Društvena pravednost: teži se ka uspostavljanju opsežne i pravedne raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u cijeloj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
5. Zadovoljstvo posjetitelja: cilj je osigurati sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima, bez diskriminacije vezano uz spol, rasu, invaliditet ili bilo koju drugu osnovu.
6. Lokalno upravljanje: podrazumijeva davanje prava glasa lokalnim zajednicama i njihovo uključivanje u planiranje i donošenje odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma u njihovom području u suradnji s ostalim dionicima.
7. Blagostanje zajednice: održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene sektore i pristup resursima, pogodnostima i ustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
8. Kulturno bogatstvo: podrazumijeva poštivanje i poboljšavanje povijesnog nasljedstva, autentične kulture, tradicija i osebnosti destinacije.
9. Fizički integritet: podrazumijeva održavanje i poboljšanje kvalitete krajobraza.
10. Biološka raznolikost: brine se o očuvanju prirodnih područja, staništa te biljnog i životinjskog svijeta, te minimiziranjem njihovog oštećivanja.
11. Učinkovito korištenje resursa: minimiziranje korištenja rijetkih i neobnovljivih izvora u razvoju i radu turističkih objekata i usluga.
12. Čistoća okoliša: cilj je zagađenje zraka, vode i zemlje, te stvaranje otpada koje uzrokuju turistička poduzeća svesti na najmanju razinu zagađenja.

### **2.2.3. Utjecaj održivog turizma na gospodarstvo i okolinu**

U dokumentu Agenda 21 koji je donesen na Svjetskom skupu u Rio 1992. godine, uviđaju se brojne posebnosti turizma kao pojave. Turizam sa svojim ekološki odgovornim i kulturno osjetljivim programima može utjecati na održivi razvoj urbanih i ruralnih područja, povećanje zaposlenosti i društveno- gospodarskog blagostanja, bez negativnih ekoloških utjecaja. Dodatni pozitivni utjecaji održivog turizma su zaštita i upravljanje šumama, zaštita mora i voda, ekosustava i bioraznolikosti, posebice u ruralnim i planinskim područjima. Do donošenja Agende 21 turizam nije percipiran kao velika prijetnja okolišu kao neke druge industrije, ali od 1992. godine postavljeni su temelji održivog razvoja turizma.

Održivi turizam utječe na: smanjenje i recikliranje otpada, energetska učinkovitost i uštedu uz smanjenje emisije štetnih plinova, očuvanje, te zaštitu tla i resursa pitke vode, pročišćavanje otpadnih voda, uklanjanje proizvoda koji su štetni za okoliš uz istodobnu upotrebu tehnologije i razvoj učinkovitih proizvoda koji ne ugrožavaju okoliš i smanjenje negativnih utjecaja prijevoznih sredstava.

Održivi turizam je sredstvo za ostvarenje društveno- gospodarskih koristi brojnih lokalnih zajednica, suzbijanje siromaštva u nerazvijenim državama, te sredstvo za rast i razvoj ekoturizma i turizma u područjima sa osjetljivom kulturno- prirodnom baštinom. 2017. godina proglašena je kao međunarodna godina održivog turizma, a turizam ima važnu ulogu u ostvarenju tri milenijska cilja: promicanje održivog gospodarskog rasta uz osiguranje pune i produktivne zaposlenosti, ostvarenje održive potrošnje i proizvodnje, te očuvanje i održivo korištenje oceana, mora i morskih resursa koji su potrebni za održivi razvoj (UNWTOSTD).

Ovaj koncept razvoja turizma temelji se na održavanju ravnoteže između ekoloških, društveno- kulturnih i ekonomskih stajališta s ciljem ostvarenja dugoročne održivosti.

- Ekološka održivost podrazumijeva racionalnu i učinkovitu upotrebu prirodnih resursa koji su ključni za razvoj turizma, održavanje temeljnih prirodnih procesa i zaštite prirodnih resursa i bioraznolikosti.
- Društveno- kulturna održivost odnosi se na poštivanje društveno-kulturne izvornosti receptivnih tj. lokalnih zajednica, očuvanje i izgradnju njihove kulturne i društvene baštine i tradicije, razvijanje međukulturalne tolerancije i razumijevanja, kao i pružanje potpunog zadovoljstva i iskustva svim posjetiteljima.

- Ekonomska održivost zahtjeva osiguranje dugoročno održivih poslovnih aktivnosti koje će omogućiti društveno- ekonomsku korist svim dionicima, utjecati na povećanje zaposlenosti i ostvarivanje dohotka u svrhu postizanja općeg blagostanja i smanjivanja siromaštva.

Održivi razvoj turizma je kontinuiran i dugoročan proces koji je ekonomski isplativ, društveno odgovoran, ali i ekološki prihvatljiv način. Zahtjeva multidionički pristup u usklađivanju interesa, ciljeva i ponašanja dionika, s obzirom na heterogenost i složenost turizma traži uključenost svih dionika u njegovu provedbu te kompromisno upravljanje na svim društveno-političkim razinama. Utemeljeno je na upravljanju ekološkim, društveno- kulturnim i ekonomskim razvojem koje ima za cilj očuvati društveno- kulturni identitet lokalne zajednice, unaprijediti kvalitetu života i osigurati blagostanje. Razvojem visoko kvalitetnih turističkih proizvoda i usluga unaprjeđuje se kvaliteta i zadovoljstvo doživljaja turista uz racionalnu upotrebu i očuvanje resursa za buduće naraštaje.<sup>87</sup>

Održivi turizam ima mogućnost da očuvanu prirodu i okoliš upotrijebi kao ekonomsku vrijednost, ali i da na takav način ima izravan interes u očuvanju i uvećanju te vrijednosti. Također, na nekoliko načina doprinosi zapošljavanju tj. stvara dodatno tržište za ponuditelje zelenih tehnologija i usluga, stvara nova radna mjesta u nastojanju da se prihod poveća na temelju više ponuđene kvalitete i dodatne ponude koja produžuje sezonu. Takva vrsta radnih mjesta vezana su izravno ili uz turističku ponudu ( turističke agencije ili turističko vođenje) ili su potrebna za stvaranje okružja u kojem je takvoadodatna turistička ponuda moguća ( zelena gradnja). Također, ovaj koncept doprinosi smanjenju sezonalnosti i povećanju prihoda po gostu, koje zahtjeva kvalitetnu ponudu odnosno visoke okolišne standarde i očuvanost, te usmjeravanje prema razvoju raznolike i bogate turističke ponude u određenom receptivnom lokalitetu.

Poduzetnicima koji se bave turizmom dostupna su brojna financiranja zelenih tj. održivih projekata putem kojih razmjenjuju iskustva i znanja, te prate mjere i unaprjeđuju okolišnu održivost turizma. Pružene su im brojne informacije o mogućnostima i koristima integriranja održivih praksi u poslovanje u turizmu, a tvrtke imaju dodatne koristi od primjene održivog

---

<sup>87</sup>Dostupno na: <https://dr.nsk.hr/islandora/object/efri:970/preview> (Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urbanim destinacijama RH) 18.4.2019.

razvoja. Prednosti su: manji operativni troškovi, konkurentske prednosti te privlačenje investitora koji su zainteresirani za tvrtke i projekte koji imaju dugoročnu poslovnu održivost.<sup>88</sup>

#### **2.2.4. Iskustva razvijenih zemlja u razvoju održivog turizma**

Prije nekoliko godina Svjetska turistička organizacija postala je specijalizirana agencija UN- a za turizam s nekoliko jasnih zadaća tj. dobila je središnju ulogu u poticanju i razvoju odgovornosti, održivosti i univerzalne prihvatljivosti turizma, te doprinosu gospodarskog razvoja, razvijanju međunarodnog razumijevanja, promicanju mira, napretka i općeg uvažavanja, uključujući i ljudska prava tj. temeljnu slobodu svih ljudi. Na taj način posebno je naglašena ekonomska, ali i socijalna komponenta turizma, a to je od odlučujuće važnosti u cijelom prethodno opisanom procesu. Turizam prerasta u iznimno značajnu stratešku odrednicu u brojnim zemljama sa bitnim utjecajem na smanjivanje siromaštva, gospodarski rast, diverzifikaciju okoliša i njegovo očuvanje.

Svjetska turistička organizacija odlučila je utemeljiti ST-EP fondaciju ( SustainableTourism-EliminatingPoverty) gdje su postavljeni jasni zadaci: ST-EP financira nova istraživanja i nove razvojne projekte i na taj način uključuje održivi turistički razvoj u milenijske razvojne ciljeve UN-a. Razvoj održivog turizma javlja se kao realna mogućnost i za najmanje razvijene zemlje svijeta.<sup>89</sup>

Njemačka je jedna od najrazvijenijih zemalja na svijetu koja posljednjih nekoliko godina postaje sve posjećenija destinacija od strane brojnih turista. Jedna od glavnih grana razvoja te države je turizam, pa i ne čudi činjenica da u Njemačkoj posluju najveći turistički koncerni u Europi tj. TUI, NUR i drugi. Posjeduju čak 38 kulturnih i prirodnih spomenika koji su pod UNESCO-vom zaštitom.<sup>90</sup>

Njemačka pridaje veliku pažnju očuvanju i zaštiti okoliša, pa i ne čudi da im se turizam razvija u tom smjeru. Jedan od najvažnijih segmenata u turizmu čini wellness, a čak 200-tinjak lječilišta privlači brojne turiste željne takve vrste odmora i oporavka. Raste i ekološki turizam te održiva putovanja, a sama politika te države vođena je po principima održivosti i odgovornosti što

---

<sup>88</sup> Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:1281/preview> (Kreiranje modela održivog rvoja turizma u urbanim destinacijama) 18.4.2019.

<sup>89</sup> Dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/ekstra/top-story/turizam-u-borbi-protiv-siromastva/> (Turizam u borbi protiv siromaštva) 23.4.2019.

<sup>90</sup> Dostupno na: [www.germany.travel](http://www.germany.travel) (Sustainable travel- Germany) 23.4.2019.

doprinosi njihovom kontinuiranom gospodarskom rastu i razvoju. Primjena ovakvog koncepta vođenja gospodarstva daje vidljive rezultate pa su se tako povećali udjeli električne energije dobiveni iz obnovljivih izvora, smanjena je emisija štetnih plinova, povećala se kvaliteta tla i slično. Njemačka je jedna od europskih zemalja koja je uspješno dokazala da se gospodarstvo i ekologija mogu usporedno razvijati, ali samo uz znatna financijska ulaganja i razvoj ekološke svijesti stanovništva, a to je i glavni preduvjet održivog razvoja.<sup>91</sup>

Još jedna država koja se posljednje desetljeće počela profilirati kao destinacija održivog turizma je Cipar. Cipar je imao razvojnih problema zbog liberalnog političkog režima, ali i nezainteresiranosti vlastitog stanovništva. Došlo je do ogromnog pritiska na prirodne i ljudske resurse, te je ciparsko gospodarstvo postalo ovisno o turističkom sektoru. Iako se već od 1960. godine u dokumentima o planiranju turizma na Cipru spominje potreba za održivim razvojem turizma, turizam te države razvijao se u potpuno suprotnom smjeru do prije nekoliko godina. Svijest i percepcija se uvelike promijenila te Cipar spoznaje da je autohtonost jedan od ključnih segmenata održivosti i privlačenja turista. Ciparski turizam svoju atraktivnost ne temelji samo na proizvodima mora i sunca, već pronalazi nove tržišne niše poput sportova (biciklizam, golf, planinarenje, ronjenje), zdravlja (medicinski turizam, holističko liječenje), gastronomije (vinske rute), kulture i religije (kulturne i vjerske rute, kulturni spomenici i baština pod zaštitom UNESCO-a), tematskih ruta i slično. Održivost turizma na Cipru ogleda se u netaknutoj prirodi brojnih predjela, suradnju lokalne zajednice i hotela kao npr. regija Pitsilia.<sup>92</sup>

S vremenom važnost održivog razvoja u turizmu prihvaćaju i turoperatori te počinju djelovati u tom smjeru. Uz turoperatore djeluju i sami turisti koji počinju shvaćati važnost prirode i stoga će rado prihvatiti turističku ponudu koja se temelji na održivom razvoju. Aktivnosti koje turoperatori moraju poduzeti da bi poboljšali održivost svog poslovanja je započeti od samih sebe. Za početak mogu djelovati u svojim uredima koristeći manje papira, vode, struje i drugih resursa. Mogu obučavati osoblje za provedbu održive politike, trebaju koristiti kriterije održivosti za planiranje turističkih aktivnosti, npr. izbjegavati mjesta na kojima turizam štetno djeluje na okoliš. Još jedan od načina je surađivanje s destinacijama i lokalnim dobavljačima,

---

<sup>91</sup> Čuka, A. (2003.) Ulaganja u zaštitu okoliša u EU-na primjeru Njemačke : <http://www.geografija.hr/svijet/ulaganjau-zastitu-okolisa-u-eu-na-primjeru-njemacke/>,

<sup>92</sup>Dostupno na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:1352/preview> ( Održivi turizam EU: Analiza odabranih turističkih destinacija) 23.4.2019.

zapošljavanje lokalnog osoblja. Poticanjem i informiranjem poslovnih partnera, dobavljača, te klijenata prema održivom razvoju potičući ih na biranje paketa koji se temelje na održivosti.<sup>93</sup>

### **2.2.5. Strateški okvir razvoja održivog turizma u Hrvatskoj**

2007. godine Zakonom o zaštiti okoliša donesena je Strategija održivog razvoja Hrvatske kao dokument koji bi dugoročno trebao usmjeravati gospodarski i socijalni razvoj, te zaštitu okoliša prema održivom razvoju. Strategija je usvojena 2009. godine u Hrvatskom Saboru na desetogodišnje razdoblje te sadrži analizu postojećeg gospodarskog, socijalnog i okolišnog stanja i utvrđuje smjernice za dugoročno buduće djelovanje.

Sadrži temeljna načela i mjerila koja služe za određivanje ciljeva i prioriteta u promišljanju dugoročne preobrazbe prema održivom razvoju RH. Također, u strategiji je identificirano osam ključnih izazova na kojima Hrvatska mora raditi da bi postigla koncept održivog razvoja, a to su:<sup>94</sup>

1. Poticaj rasta broja stanovnika
2. Okoliš i prirodna dobra
3. Usmjeravanje na održivu proizvodnju i potrošnju
4. Ostvarivanje socijalne kohezije i pravde
5. Postizanje energetske neovisnosti i rasta učinkovitosti korištenja energije
6. Jačanje javnog zdravstva
7. Povezivanje RH
8. Zaštita Jadranskog mora, priobalja i otoka

Pretpostavka održivog razvoja je uspostava učinkovite uprave, ulaganje u znanje i istraživanje, a ulaganje u obrazovanje smatra se preduvjetom za nužne promjene i postizanje ciljeva održivog razvoja. Strategija postavlja osnovne ciljeve i mjere održivog razvitka gospodarstva, održivog socijalnog razvoja, te zaštite okoliša i identificira ključne izazove u njihovom ostvarivanju. Analiza najvažnijih izazova daje opis trenutnog stanja kroz sve tri dimenzije: gospodarsku, socijalnu i okolišnu, te time pridonosi održivosti.<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup>Gržinić, J. Floričić, T. (2015): Turoperatori i hoteljeri u suvremenom turizmu, str. 45-46

<sup>94</sup>Dostupno na: <http://iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-06-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf> (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 19. 4. 2019.

<sup>95</sup>Dostupno na: <http://iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-06-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf> (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 19. 4. 2019.

Suradnja i multisektorski pristup ključ su uspješnog dokumenta i uspješnog zaokreta u smjeru održivosti. Kada svi sektori prepoznaju i prihvate svoje obveze i odgovornosti na području održivosti, tek će tada održivi razvoj biti stvarno moguć, a njegovom primjenom biti će osiguran dugoročan društveni razvoj u zemlji sa zdravim okolišem i konkurentnim gospodarstvom.<sup>96</sup>

Jedan od ključnih ciljeva je usmjerenost ka povećanju svijesti o održivosti kod ljudi, a kako bise to postiglo potrebno je teme poput održivog razvoja turizma uključiti u obrazovne programe da bi se posredno razvili svjesni građani s usađenim etičkim načelima odgovornog djelovanja. Na takav način obrazovali bi se potencijalni, kvalitetni kadrovi u turizmu koji će u svom daljnjem radu primjenjivati elemente odgovornog i etički prihvatljivog poslovanja, te tako promicati održivi razvoj turizma i utjecati na podizanje kvalitete turističke ponude i imidža RH. Također, Strategijom se želi ukazati na važnost komunikacije dionika, te na potrebu za kontinuiranim informiranjem javnosti, kako bi se stvorila i ojačala moralna, ali i etička uvjerenja vezana za održivi razvoj, a samim time omogućila prirodna, društvena i gospodarska ravnoteža.<sup>97</sup>

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, donesena 2013. godine, predstavljena je kao krovni razvojni dokument hrvatskog turizma, a njena uloga je putokaz i otvaranje novog prostora za razvoj turizma u nadolazećem razdoblju. Strategija analizira ključne pokazatelje razvoja, razvojna ograničenja i mogućnosti koje se mogu sagledati iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju, te nastoji spoznati koji su ključni čimbenici uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u nadolazećem razdoblju. Daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati, a samim time utvrđuje i ključne aktivnosti turističke ponude koje su usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki koje služe za poboljšavanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma.<sup>98</sup>

Prema Strategiji, poželjan razvoj hrvatskog turizma trebao bi se razvijati u smjeru racionalnog upravljanja ograničenim resursima uz udovoljavanje osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja. Takvo dugoročno održivo poslovanje podrazumijeva rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta integritet, te vitalnih ekoloških

---

<sup>96</sup>Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/57548> (Strategija održivog razvoja: Krovni razvojni dokument RH) 19.4.2019.

<sup>97</sup>Dostupno na: <http://iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-06-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf> (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) (19.4.2019.)

<sup>98</sup>Dostupno na: <http://iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-06-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf> (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) (19.4.2019)



sustava ibiološke raznolikosti. U skladu sa svime navedenim vizija razvoja turizma RH do 2020. Trebala bi se temeljiti na nekoliko ključnih načela, a to su:<sup>99</sup>

1. Partnerstvo- horizontalna(međuresorna) i vertikalna (nacionalno-regionalno-lokalna) suradnja, suradnja nositelja javne vlasti s privatnim, civilnim sektorom, institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sli.
2. Institucionalno dereguliranje- pojednostavniti postojeći pravno-legislativni okvir.
3. Ekološki odgovoran razvoj- radi se prvenstveno o primjeni suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, energetski učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja i sl.), racionalnosti u korištenju raspoloživog prostora, poštivanju odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnost priključenja na postojeće infrastrukturne sustave. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti promicanju rješenja koja vode ka niskougličnom razvoju Hrvatske i sudjelovanju turističkog sektora u provedbi proaktivnih mjera Strategije zaštite morskog okoliša s ciljem njegovog očuvanja i trajne zaštite.
4. Više od sunca i mora- potrebno je razviti niz novih međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja, kao npr. kulturni turizam, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam, eko turizam i sl.
5. Turizam na cijelom prostoru- povećanje kapitalnih investicija u resursno-atraksijsku osnovu uz korištenje sredstava EU fondova.
6. Autentičnost i kreativnost- diferenciranje Hrvatske od ostalih konkurentskih destinacija treba temeljiti na njegovanju prirodne, sociokulturne, klimatske i proizvodne autentičnosti, tj. na kreativnosti u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniranju i komunikaciji sa tržištem.
7. Hotelijerstvo- je ključni pokretač investicijskog ciklusa, a njegov ubrzan razvoj podrazumijeva, ne samo izgradnju hotelskih objekata pogodnih za međunarodno brendiranje, već i izgradnju tematiziranih hotelskih objekata u vlasništvu malih i srednjih poduzetnika, te razvoj integriranih resort projekata.
8. Inovirani tržišni nastup- nakon ulaska u EU potrebno je uspostaviti imidž zemlje koja nudi više od ljeta i više od sunca i mora. Rebranding treba temeljiti na interpretiranju

---

<sup>99</sup> Dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine) 19.4.2019

Hrvatske kao zemlje ljepote i ispunjenosti sa vrijednostima kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode, dobre hrane i vina, te gostoljubivih domaćina.

9. Proizvodnja za turizam- klstersko povezivanje trebao bi biti smjer budućeg razvoja, s ciljem predstavljanja kvalitetnih domaćih proizvoda inozemnom tržištu.
10. Kultura kvalitete- potrebno je prilagoditi postojeći sustav obrazovanja potrebe turizma, ali i uvesti obvezne programe cjeloživotnog učenja za različite kategorije djelatnika koji su zaposleni u turizmu. Potrebno je poraditi na uvođenju kvalitativnih standarda svih kategorija objekata turističke ponude, a naglasak se stavlja na uvođenje obveznog licenciranja pojedinih vrsta uslužne ponude, uvođenje certifikacijskih shema i znakova kvalitete.

### **3. Empirijsko istraživanje o utjecaju privatnog smještaja na održivi turizam**

Istraživanje stavova populacije mladih, odnosno studenata preddiplomskog i diplomskog studija Sveučilišta u Splitu u odnosu na utjecaj obiteljskog smještaja na održivi razvoj turizma provelo se upravo zato što se smatra da su mladi ljudi najviše sposobni utjecati na pokretanje promjena na bolje. Studijskim obrazovanjem stekli su i stječu pregršt znanja iz brojnih područja i iz različitih materija, a stečeno znanje uz malo truda vrlo lako mogu primijeniti u praksi. Generacije koje se bliže kraju studija većinom su već uključene u tržište rada i dobrim djelom barataju korisnim informacijama kako iz teorije tako iz prakse.

Mlade generacije spremne su za ulazak na tržište rada, neki kao posloprimci, a neki i kao poslodavci. Brojni mladi ljudi uključeni su i u obiteljsko poslovanje, te vrlo dobro znaju kako funkcionira poslovanje u obiteljskom smještaju. Postoji i pretpostavka da su mladi zainteresirani za analizu oba aspekta ovog rada, tj. obiteljski smještaj i održivi turizam. Isto tako, brojni studenti Splitsko- dalmatinske županije povezani su s iznajmljivanjem, obiteljskim smještajem i apartmanima, neovisno o studijskom programu koji pohađaju, pa se smatraju kompetentnima za dati odgovore i sudjelovati u istraživanju.

Studenti Sveučilišta su odabrani u uzorak zato što pripadaju skupini do koje je najlakše prodrijeti, posebno uz pomoć društvenih mreža. Društvene mreže su glavni alat za komunikaciju današnjeg doba i većina studenata koristi barem jednu od bezbroj onih koje se nude. Da su se u uzorak uzeli stanovnici grada Splita ili Županije bilo bi jako teško doći do njihovih mišljenja i anketa bi zasigurno imala manji odaziv. Uz građane u uzorak su mogli ući i privatni iznajmljivačima, ali onda bi se dobile informacije koje bi išle njima u prilog. Svakako postoji oprečno mišljenje i stavovi po pitanju ove teme i od strane običnog puka, ali i od strane privatnih iznajmljivača. Stoga studenti imaju prvenstvo ispunjavanja i smatra se da će dati najbolje odgovore.

### 3.1. Obilježja osnovnog skupa i uzorka

Sveučilište u Splitu broji preko 20 000 studenata, na 11 različitih fakulteta, jednoj umjetničkoj akademiji, te četiri sveučilišna odjela. U ponudi se nalazi preko 150 studijskih programa koji se izvode u područjima društvenih, humanističkih, prirodnih, tehničkih, biotehničkih te medicinskih i biomedicinskih znanosti, ali i u području umjetnosti.

Istraživački rad Sveučilišta temelji se na znanstvenim područjima tj. disciplinama koje obilježavaju prirodne, kulturno-povijesne, društvene, gospodarske i druge značajke regije kao dijela hrvatskog jadranskog, pa i šireg mediteranskog prostora. Tu se ubrajaju i istraživanje i zaštita umjetničke i graditeljske baštine, filologija, poljoprivredne kulture, oceanografija i ribarstvo, jadranska botanika i zoologija, gospodarstvo otočnog i obalnog područja, jadranski turizam, pomorsko pravo, nautika, brodogradnja i specifične tehničke znanosti (kemijsko inženjerstvo, građevinarstvo, elektrotehnikai strojarstvo).

Jedan od osnovnih uvjeta prepoznatljivosti Sveučilišta je i međunarodna suradnja. Sveučilište potiče i ohrabruje studente na sudjelovanje u međunarodnoj mobilnosti kroz brojne programe, a najpopularniji i najznačajniji je Erasmus koji se provodi od 2009. godine. Također, Sveučilište privlači i veliki broj inozemnih studenata koji dolaze ili preko Erasmus programa ili žele provesti cijelo razdoblje studija upravo u Splitu.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> Dostupno na: <https://www.unist.hr/sveuciliste/o-sveucilistu/sveuciliste-danas> (Sveučilište u Splitu, Sveučilište danas) 9.5.2019

Sveučilište u Splitu	20.429	20.237	19.641	19.529	19.325
EKONOMSKI FAKULTET, SPLIT	3.341	3.363	3.079	2.830	2.622
FAKULTET ELEKTROTEHNIKE, STROJARSTVA I BRODOGRADNJE, SPLIT	2.614	2.383	2.308	2.428	2.422
FAKULTET GRAĐEVINARSTVA ARHITEKTURE I GEODEZJE, SPLIT	903	847	875	892	953
FILOZOFSKI FAKULTET, SPLIT	1.318	1.293	1.223	1.243	1.277
KATOLIČKI BOGOSLOVNI FAKULTET, SPLIT	222	248	235	245	243
KEMIJSKO-TEHNOLOŠKI FAKULTET, SPLIT	546	596	605	660	618
KINEZILOŠKI FAKULTET, SPLIT	673	745	781	840	856
MEDICINSKI FAKULTET, SPLIT	864	928	990	1.087	1.271
POMORSKI FAKULTET, SPLIT	1.753	1.718	1.623	1.602	1.550
PRAVNI FAKULTET, SPLIT	3.433	3.531	3.443	3.303	3.035
PRIRODOSLOVNO-MATEMATIČKI FAKULTET, SPLIT	960	953	914	875	875
SVEUČILIŠNI ODJEL ZA FORENZIČNE ZNANOSTI, SPLIT	126	100	74	87	101
SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STUDIJE MORA, SPLIT	194	191	176	158	156
SVEUČILIŠNI ODJEL ZDRAVSTVENIH STUDIJA, SPLIT	465	428	453	461	462
SVEUČILIŠNI STUDIJSKI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE, SPLIT	2.681	2.558	2.432	2.399	2.457
UMJETNIČKA AKADEMIJA, SPLIT	336	355	430	419	427

### Slika 7. Broj studenata po akademskoj godini 2019. i nazivu ustanove

IZVOR: Broj studenata po akademskoj godini i nazivu ustanove; <https://www.azvo.hr/hr/visoko-obrazovanje/statistike/2109-broj-studenata-po-akademskoj-godini-i-nazivu-ustanove-izvodaca-2013-14-2017-18>

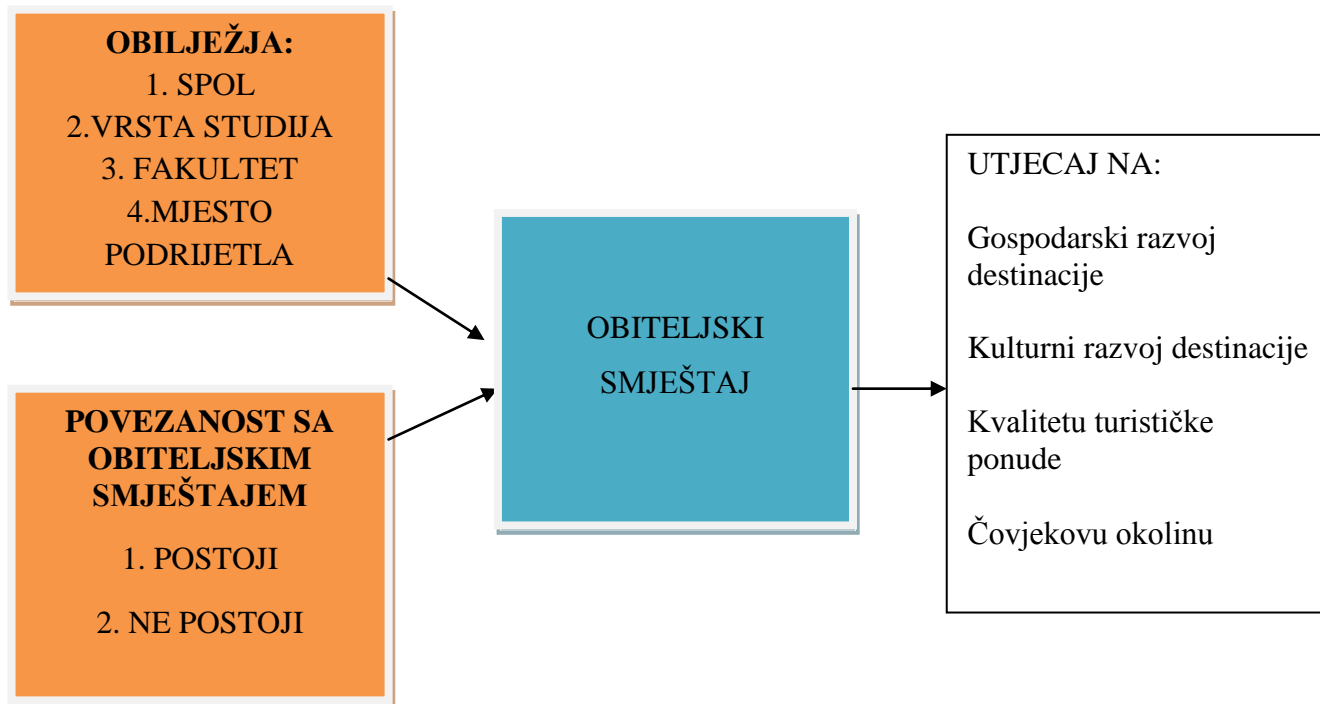
Anketa je bila dostupna u razdoblju od 22. svibnja 2019. godine do 5. lipnja 2019. godine. Anketi je pristupilo 105 ispitanika, odnosno sudjelovalo je 43 ispitanika muškog spola i 62 ispitanika ženskog spola. 26 ispitanika je na preddiplomskom studiju, dok je 79 ispitanika na diplomskom studiju. Ispitanici najviše pohađaju Ekonomski fakultet (77 ispitanika), dok najmanje ispitanika dolazi sa Medicinskog i Pravnog fakulteta (po 1 ispitanik). S obzirom na mjesto podrijetla, 72 ispitanika dolaze iz urbanog područja, 24 iz ruralnog, a 9 ispitanika dolazi s otoka. Poveznicu sa privatnim/obiteljskim smještajem ima 44 ispitanika, dok 61 ispitanik nema nikakvu poveznicu sa privatnim/obiteljskim smještajem.

### **3.2. Konceptualni model istraživanja utjecaja privatnog smještaja na održivi razvoj**

Osnovna obilježja koja su se koristila u anketnom upitniku su obilježja spola (muški i ženski), razina studija (preddiplomski ili diplomski studij), fakultet koji se pohađa ( Ekonomski fakultet, Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje, Filozofski fakultet, Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije, Katolički bogoslovni fakultet, Medicinski fakultet, Pravni fakultet, Pomorski fakultet, Prirodoslovno-matematički fakultet, Kemijsko tehnološki fakultet ili Kineziološki fakultet), mjesto podrijetla ( urbano područje, ruralno područje ili otoci) i glavno razlikovno obilježje bilo je postojanje povezanosti sa privatnim obiteljskim smještajem (ispitanik ili netko od članova obitelji se bavi privatnim obiteljskim smještajem ili ispitanik nema nikakvu povezanost sa obiteljskim privatnim smještajem).

Anketni upitnik podijeljen je preko društvenih mreža i ispunilo ga je ukupno 105 ispitanika. Prikupljeni odgovori su anonimni i koriste se samo za potrebe ovog diplomskog rada.

Osnovni cilj ovog istraživanja je doći do informacija koje govore o fenomenu strukture smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj, tj. na području Splitsko- dalmatinske županije. Istražuje se stav mladih ljudi, budućih akademskih građana od kojih će neki aktivno ili pasivno sudjelovati u kreiranju turističke politike RH. Ispituje se njihov stav o neprestanoj potrebi rasta smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu te odraz takve pojave na održivi razvoj turizma. Kroz postavljene hipoteze i istraživačka pitanja nastoji se identificirati čimbenike koji se pozitivno i negativno manifestiraju u konceptu održivog turizma, s aspekta populacije mladih, odnosno studenata.



**Slika 8: Konceptijski model istraživanja**

Izvor: Izrada autora

### 3.3. Obiteljski smještaj, gospodarski i kulturni razvoj turističke destinacije

**H1- Razvoj privatnog turističkog smještaja pozitivno utječe na gospodarski i kulturni razvoj destinacije.**

Ovom hipotezom se pretpostavlja kako rast sve većeg broja privatnih smještajnih kapaciteta ima pozitivan utjecaj na gospodarski i kulturni razvoj neke destinacije. Gospodarski razvoj ogleda se prvenstveno u rastućoj zaradi od iznajmljivanja, ali i u porastu broja dolazaka koji utječe na rast potrošnje turista u destinaciji. Također, ogleda se i u rastu građevinskih pothvata, otvaranju više radnih mjesta, te u brojnim stranim i domaćim investicijama. Kulturni razvoj turističke destinacije ogleda se u pozitivnim posljedicama dolaska stranih državljana i drugačijih kultura u destinaciju. Na kulturni razvoj utječe i zaštita, ali i promocija kulturne baštine nekog kraja, kako prema turistima tako i prema domaćem stanovništvu.

**Tablica 1: Smještaj najrazvijenijih turističkih zemalja okrenut je ka hotelskim smještajnim kapacitetima**

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Ne mogu procijeniti	15	14.3	14.3	14.3
Ne slažem se	2	1.9	1.9	16.2
Valid Dijelom se slažem	50	47.6	47.6	63.8
Slažem se u cijelosti	38	36.2	36.2	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Najviše ispitanika (47,6%) se dijelom slaže sa tvrdnjom da je smještaj najrazvijenijih turističkih zemalja okrenut ka hotelskim smještajnim kapacitetima, dok se 36,2% ispitanika slaže u cijelosti. 14,3% ispitanika ne može procijeniti, a 1,9% ispitanika se ne slaže sa tvrdnjom da je smještaj najrazvijenijih turističkih zemalja okrenut ka hotelskim smještajnim kapacitetima.

**Tablica 2: U RH prevladava ponuda privatnog/obiteljskog smještaja**

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Ne mogu procijeniti	7	6.7	6.7	6.7
Ne slažem se	2	1.9	1.9	8.7
Valid Dijelom se slažem	43	41.0	41.3	50.0
Slažem se u cijelosti	52	49.5	50.0	100.0
Total	104	99.0	100.0	
Missing System	1	1.0		
Total	105	100.0		

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice je vidljivo da se najviše ispitanika (49,5%) slaže u cijelosti sa tvrdnjom da u RH prevladava ponuda privatnog/obiteljskog smještaja, dok se 41,0% ispitanika dijelom slaže sa navedenom tvrdnjom. 6,7% ispitanika ne može procijeniti, dok se 1,9% ispitanika ne slaže sa tvrdnjom da u RH prevladava ponuda privatnog/obiteljskog smještaja.



**Tablica 3: Jedan od glavnih motiva ulaganja u kapacitete obiteljskog smještaja jeste aktualna politika oporezivanja primitaka ostvarenih od aktivnosti iznajmljivanja kapaciteta obiteljskog smještaja u RH**

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Ne mogu procijeniti	24	22.9	23.1	23.1
Ne slažem se	17	16.2	16.3	39.4
Valid Dijelom se slažem	36	34.3	34.6	74.0
Slažem se u cijelosti	27	25.7	26.0	100.0
Total	104	99.0	100.0	
Missing System	1	1.0		
Total	105	100.0		

Izvor: Izrada autora

Da je jedan od glavnih motiva ulaganja u kapacitete obiteljskog smještaja jeste aktualna politika oporezivanja primitaka ostvarenih od aktivnosti iznajmljivanja kapaciteta obiteljskog smještaja u RH dijelom smatra 34,3% ispitanika, dok se 25,7% ispitanika slaže u cijelosti sa navedenom tvrdnjom. 22,9% ispitanika ne mogu procijeniti, dok se 16,2% ispitanika ne slaže sa tvrdnjom da je jedan od glavnih motiva ulaganja u kapacitete obiteljskog smještaja jeste aktualna politika oporezivanja primitaka ostvarenih od aktivnosti iznajmljivanja kapaciteta obiteljskog smještaja u RH.

**H1.-** Razvoj privatnog turističkog smještaja pozitivno utječe na gospodarski i kulturni razvoj destinacije.

$H_0 \dots\dots\dots X > 2.5$

$H_1 \dots\dots\dots X \leq 2.5$

Postavlja se pitanje može li se na osnovu zadanog uzorka prihvatiti pretpostavka da je aritmetička sredina veća od 2.5 uz graničnu signifikantnost (statistička značajnost koja daje odgovor na pitanje da li je utjecaj uvjeta koji se istražuje izazvao promjene u promatranom svojstvu) od 5%.

**Tablica 4: Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre**

**Statistics**

Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre

N	Valid	104
	Missing	1
Mean		3.24
Std. Deviation		.770

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina iz uzorka je 3,24 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5 pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 5: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre**

**One-Sample Test**

	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre	9.812	103	.000	.740	.59	.89

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 9,812, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| > t_{tab}$  tj. prihvaća se nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5.

S obzirom da se prihvatila tvrdnja da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, može se prihvatiti tvrdnja da rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre.

**Tablica 6: Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije**

**Statistics**

Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije

N	Valid	104
	Missing	1
Mean		3.48
Std. Deviation		.653

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina iz uzorka je 3,48 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5 pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 7: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije**

**One-Sample Test**

	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije	15.310	103	.000	.981	.85	1.11

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 15,310, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| > t_{tab}$  tj. prihvaća se nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5.

S obzirom da se prihvatila tvrdnja da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, može se prihvatiti tvrdnja da privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije.

**Tablica 8: RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu**

**Statistics**

RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu

N	Valid	104
	Missing	1
Mean		3.00
Std. Deviation		1.033

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina iz uzorka je 3,00 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5 pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 9: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu**

**One-Sample Test**

	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	95% Confidence Interval oftheDifference	
					Lower	Upper
RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu	4.934	103	.000	.500	.30	.70

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 4,934, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| > t_{tab}$  tj. prihvaća se

nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5.

S obzirom da se prihvatila tvrdnja da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, može se prihvatiti tvrdnja da RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu.

**Tablica 10: RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude**

**Statistics**

RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude

N	Valid	104
	Missing	1
Mean		2.89
Std. Deviation		.891

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina izuzorka je 2,89 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5 pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 11: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude**

**One-Sample Test**

	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	95% Confidence Interval oftheDifference	
					Lower	Upper
RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude	4.510	103	.000	.394	.22	.57

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 4,510, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| > t_{tab}$  tj. prihvaća se nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5.

S obzirom da se prihvatila tvrdnja da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, može se prihvatiti tvrdnja da RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude.

Na temelju prethodno iznesenog donosi se zaključak o **odbacivanju H1 hipoteze** da razvoj privatnog turističkog smještaja pozitivno utječe na gospodarski i kulturni razvoj destinacije.

**Tablica 12: Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre \* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Correlations			
	Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	
Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .091 104	.091 .359 104
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.091 .359 104	1 1 105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije 0,091 što predstavlja slabu i pozitivnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi 0,359% što je veće od 5% pa se donosi zaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

### 3.4. Obiteljski smještaj i kvaliteta turističke ponude destinacije

#### H2- Razvoj privatnog turističkog smještaja ima pozitivan utjecaj na kvalitetu turističke ponude određene destinacije.

Ova hipoteza pretpostavlja kako porast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu pozitivno utječe na turističku ponudu destinacije. Pretpostavlja se da je destinacija privlačnija, bogatija i ponudom raznovrsnija ako ima velik broj različitih smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu. Smatra se da je raznovrsna ponuda privatnog smještaja najprivlačniji element za potencijalne goste i da upravo ta raznolika ponuda utječe na donošenje konačne odluke u finalnom izboru destinacije.

H2- Razvoj privatnog turističkog smještaja ima pozitivan utjecaj na kvalitetu turističke ponude određene destinacije.

$$H_0 \dots\dots\dots X > 2.5$$

$$H_1 \dots\dots\dots X \leq 2.5$$

Postavlja se pitanje može li se na osnovu zadanog uzorka prihvatiti pretpostavka da je aritmetička sredina veća od 2.5 uz graničnu signifikantnost (statistička značajnost koja daje odgovor na pitanje da li je utjecaj uvjeta koji se istražuje izazvao promjene u promatranom svojstvu) od 5%.

#### Tablica 13: Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije

##### Statistics

Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije

N	Valid	104
	Missing	1
Mean		2.72
Std. Deviation		1.119

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina iz uzorka je 2,72 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5 pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 14: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije**

One-Sample Test						
	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije	2.016	103	.046	.221	.00	.44

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 2,016, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| > t_{tab}$  tj. prihvaća se nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5.

S obzirom da se prihvatila tvrdnja da je aritmetička sredina konačne iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, može se prihvatiti tvrdnja da rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije.

Na temelju prethodno iznesenog donosi se zaključak o **prihvaćanju H2 hipoteze** da razvoj privatnog turističkog smještaja ima pozitivan utjecaj na kvalitetu turističke ponude određene destinacije.



**Tablica 125: Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije \* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Correlations			
		Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem
Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije	Pearson Correlation	1	-.055
	Sig. (2-tailed)		.577
	N	104	104
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation	-.055	1
	Sig. (2-tailed)	.577	
	N	104	105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije -0,055 što predstavlja slabu i negativnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi 0,577% što je veće od 5% pa se donosi zaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

**Tablica 16: RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu\* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Correlations		
	RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem
RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 -.132 104
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.132 .180 105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije -0,132 što predstavlja slabu i negativnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi 0,180% što je veće od 5% pa se donosi zaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

**Tablica 17: RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude \* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Correlations		
	RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem
RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 -.014 104
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.014 .885 105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije  $-0,014$  što predstavlja slabu i negativnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi  $0,885\%$  što je veće od  $5\%$  pa se donosi zaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

**Tablica 18: Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije \* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Correlations		
	Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem
Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 -.075 104
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.075 .451 105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije  $-0,075$  što predstavlja slabu i negativnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi  $0,451\%$  što je veće od  $5\%$  pa se donosi zaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

### 3.5. Utjecaj privatnog smještaja na okolinu

#### H3- Razvoj privatnog turističkog smještaja pozitivno utječe na zaštitu čovjekove okoline.

Ova hipoteza pretpostavlja kako razvoj privatnog obiteljskog smještaja u staroj jezgri grada ili općenito u turističkim središtima pozitivno utječe na svakodnevni život rezidenata. Pretpostavlja se kako rezidenti nemaju nikakvih smetnji u svakodnevnom životu i kako sve veći broj turista pozitivno utječe na njih. Također, pretpostavlja se da apartmanizacija i širenje ponude privatnog smještaja ne štete kulturno- povijesnoj baštini, već je obogaćuju i oplemenjuju.

H3- Razvoj privatnog turističkog smještaja pozitivno utječe na zaštitu čovjekove okoline.

$H_0 \dots\dots\dots X > 2.5$

$H_1 \dots\dots\dots X \leq 2.5$

Postavlja se pitanje može li se na osnovu zadanog uzorka prihvatiti pretpostavka da je aritmetička sredina veća od 2.5 uz graničnu signifikantnost (statistička značajnost koja daje odgovor na pitanje da li je utjecaj uvjeta koji se istražuje izazvao promjene u promatranom svojstvu) od 5%.

**Tablica 19: Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma**

**Statistics**

Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma

N	Valid	105
	Missing	0
Mean		3.12
Std. Deviation		.768

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina iz uzorka je 3,12 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5, pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 20: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma**

One-Sample Test						
	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma	8.320	104	.000	.624	.48	.77

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 8,320, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| > t_{tab}$  tj. prihvaća se nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5.

S obzirom da se prihvatila tvrdnja da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, može se prihvatiti tvrdnja da stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma.

**Tablica 21: Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline**

**Statistics**

Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline

N	Valid	105
	Missing	0
Mean		3.25
Std. Deviation		.875

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina iz uzorka je 3,25 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5 pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 22: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline**

**One-Sample Test**

	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	95% Confidence Interval oftheDifference	
					Lower	Upper
Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline	8.759	104	.000	.748	.58	.92

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 8,759, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| > t_{tab}$  tj. prihvaća se nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenojvrijednosti od 2.5.

S obzirom da se prihvatila tvrdnja da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, može se prihvatiti tvrdnja da Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline.

**Tablica 23: Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima**

**Statistics**

Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima

N	Valid	105
	Missing	0
Mean		2.57
Std. Deviation		1.018

Izvor: Izrada autora

Aritmetička sredina iz uzorka je 2,57 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 2.5 pa bi se ta hipoteza mogla prihvatiti.

**Tablica 24: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima**

**One-Sample Test**

	Test Value = 2.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima	.719	104	.474	.071	-.13	.27

Izvor: Izrada autora



Iz prethodne tablice vidljivo je da je vrijednost t testa 0,719, dok je tablična vrijednost uz graničnu signifikantnost od 5%, 1,98. Dakle, može se zaključiti da je  $|t^*| < t_{tab}$  tj. odbacuje se nulta hipoteza da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5.

S obzirom da se odbacila tvrdnja da je aritmetička sredina iz uzorka veća ili jednaka pretpostavljenoj vrijednosti od 2.5, ne može se prihvatiti tvrdnja da primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima.

**Tablica 25: Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma \* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Correlations		
	Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem
Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .011 105
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.011 .909 105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije 0,011 što predstavlja slabu i pozitivnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi 0,909% što je veće od 5% pa se donosi zaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

**Tablica 13: Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline\* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

			Correlations		
			Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	
Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline	Pearson Correlation		1		-.158
	Sig. (2-tailed)				.108
	N		105		105
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation		-.158		1
	Sig. (2-tailed)		.108		
	N		105		105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije -0,158 što predstavlja slabu i negativnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi 0,108% što je veće od 5% pa se donos izaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

**Tablica 14: Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima \*  
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Correlations			
	Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima	Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	
Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1  105	.003 .978 105
Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.003 .978 105	1  105

Izvor: Izrada autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da je koeficijent korelacije 0,003 što predstavlja slabu i pozitivnu korelaciju između varijabli. Signifikantnost ovog testa iznosi 0,978% što je veće od 5% pa se donosi zaključak da ne postoji značajna korelacija između varijable primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima i varijable poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem.

Na temelju prethodno iznesenog donosi se zaključak o **prihvatanju H3 hipoteze** da razvoj privatnog turističkog smještaja pozitivno utječe na zaštitu čovjekove okoline.

## 4. Zaključak

Hrvatska je zemlja kojoj je turizam glavni izvor prihoda, deklarira se kao turizmu orijentirana država, ali stvarno stanje pokazuje kako Hrvatska, koja obiluje brojnim bogatstvima i potencijalima, ide u potpuno pogrešnom smjeru. Turizam i turistička politika razvijaju se bez cilja i bez konzistentnog upravljanja na svim razinama (državnoj, regionalnoj i lokalnoj). Ukoliko se nastavi taj trend Hrvatska će propustiti priliku za ostvarenje višestrukih prihoda i zarade, a ekonomska i socijalna stabilnost biti će ozbiljno poljuljane.

Jedan od glavnih faktora prilikom izbora destinacije za odmor, uz kulturnu i prirodnu baštinu, klimu, zabavne sadržaje, atrakcije i slično, je i smještaj. Smještajna struktura destinacije jedan je od glavnih pokazatelja koliko se ozbiljno i profesionalno vodi turistička politika. Pokazuje koliko je destinacija atraktivna domaćim ili stranim investitorima, te kakvoj je vrsti turizma destinacija orijentirana, masovnom turizmu ili selektivnim oblicima turizma.

Održivi razvoj turizma je jedan od pojmova koji se veže uz selektivne oblike turizmai uz potencijalne goste koji su spremni platiti više za proizvod iza kojeg stoji ekološki osviješteno i društveno odgovorno poduzeće. Održivi razvoj u turizmu pojam je koji se u literaturi počeo koristiti u ne tako davnoj prošlosti, a u praksu se uvukao tek odnedavno. Glavni cilj tog koncepta je odgovorno iskorištavanje resursa u granicama koje su potrebne u sadašnjosti sa mišlju da se ostatak resursa ostavlja budućim generacijama kojima će biti potreban, naravno sve uz socijalno i ekološki odgovorno postupanje.

Smještajna struktura i održivi razvoj turizma pojmovi su koji imaju mnogo dodirnih točaka, posebice u Splitsko- dalmatinskoj županiji. Gledajući na razini države, ali i na regionalnoj razini, smještajna struktura orijentirana je privatnim kapacitetima, što dokazuju brojke navedene u drugom dijelu rada. Iz godine u godinu raste broj apartmana i ostalih obiteljskih smještajnih jedinica, dok rast broja hotela nije ni približno proporcionalan. Obiteljske smještajne jedinice grade se stihijski, sve češće ili u starim jezgrama grada ili na lokacijama koje nisu predodređene za građevinsko zemljište (neposredno uz obalu mora i slično), te tako ne dopuštaju provođenje održivog razvoja turizma.

Proučavajući brojne svjetske zemlje koje provode koncept održivog razvoja u turizmu, dolazi se do saznanja da Hrvatska obiluje svim potrebnim prirodnim resursima i potencijalima koji mogu biti osnovni stup za provođenje održivog razvoja turizma. No, nedostaje najvažnija karika u lancu, a to je kvalitetno i stručno vodstvo na državnoj, regionalnoj i lokanoj razini. Iako je

Strategija o održivom razvoju donesena prije jednog desetljeća, očito još uvijek nije profunkcionirala na pravi način.

Istraživanje je provedeno na razini Splitsko- dalmatinske županije, a anketu su ispunili studenti splitskog Sveučilišta. Anketa je podijeljena studentima zato što su neki od njih već sada uključeni u poslovanje s obiteljskim smještajem, dok ostali vrlo brzo odlaze na tržište rada i njihovo mišljenje je izrazito važno. Anketa je podijeljena preko društvenih mreža, jer su društvene mreže najučestaliji alat komunikacije 21. stoljeća.

#### **4.1. Glavni rezultati istraživanja**

Glavni rezultati istraživanja pokazuju da turizam drži više od 19% ukupnom bruto domaćeg proizvoda Republike Hrvatske. Prethodno navedeni podatak pokazuje da RH previše ovisi o turizmu kada se usporede brojke sa turistički razvijenim zemljama svijeta. Hrvatska je u 2016. godini bila na šestom mjestu prema važnosti u ukupnim međunarodnim noćenjima u Europskoj Uniji, te 12. zemlja prema visini primitaka od međunarodnog turizma. Međutim, Hrvatska ostvaruje najnižu razinu primitaka po jedinici fizičkog prometa od svih zemalja EU, a to je povezano sa smještajnom strukturom, odnosno Hrvatska ostvaruje najmanji udio hotelskih noćenja u cijeloj EU.

Gosti dolaze iz cijelog svijeta i svake godine raste broj dolazaka, kao i noćenja, što zahtjeva rast broja smještajnih kapaciteta. Nažalost, taj rast se više odrazio na privatni smještaj, nego na hotelski. Pomnije proučavanje smještajne strukture pokazuje kako je stanje u hotelskom smještaju najgore u odnosu na sve europske i mediteranske zemlje s kojima se Hrvatska uspoređuje. Splitsko- dalmatinska županija druga je na ljestvici po broju dolazaka u 2017. godini, ali i po broju smještajnih kapaciteta u obiteljskom/ privatnom vlasništvu.

Istraživanje pokazuje da Hrvatska još uvijek prodaje klasičan turistički proizvod koji je poznat pod nazivom „sunce i more“, a ima još pregršt mogućnosti kojima sunce i more mogu biti samo popratna atrakcija. Uz sunce i more, prednjači nautički turizam, poslovni i kulturni turizam. No, Hrvatska ima potencijal za zdravstveni turizam, cikloturizam, gastronomski, ruralni i planinski, golf turizam, pustolovni i sportski, te ekoturizam. Također, brojni nedostaci u ponudi reflektiraju se i na dohodovnu, te cjenovnu osjetljivost potražnje, pa je Hrvatska od svih zemalja najmanje cjenovno elastična.

Strategija razvoja održivog turizma donesena je 2007. godine, usvojena je 2009. godine. Daje smjernice kako riješiti ključne izazove Hrvatskog turizma da bi se postigao koncept održivog razvoja. Pretpostavke održivog razvoja su uspostava učinkovite uprave, ulaganje u znanje i istraživanje te ulaganje u obrazovanje koje se smatra preduvjetom za nužne promjene i postizanje postavljenih ciljeva. Trenutno stanje pokazuje kako se većina navedenog ne primjenjuje u praksi.

Prva postavljena hipoteza je odbijena, tj. nakon provedene ankete i analize rezultata došlo se do zaključka da razvoj privatnog turističkog smještaja ne utječe pozitivno na gospodarski i kulturni razvoj destinacije. Sjedeća hipoteza je prihvaćena i govori da razvoj privatnog turističkog smještaja ima pozitivan utjecaj na kvalitetu turističke ponude destinacije. Posljednja, treća hipoteza, je također prihvaćena i kaže da razvoj privatnog turističkog smještaja pozitivno utječe na zaštitu čovjekove okoline.

Kao autor rada, ne slažem se sa prihvaćanjem druge i treće hipoteze. Smatram da su obje hipoteze trebale biti odbačene, a činjenica da su prihvaćene govori da ispitanici, studenti Sveučilišta, ipak nisu dovoljno upoznati kakva bi smještajna struktura trebala biti. Nisu svjesni koliko apartmanizacija šteti održivom razvoju turizma, a sve zbog činjenice jer nisu upoznati sa pravilima koncepta održivog razvoja turizma.

#### **4.2. Doprinos istraživanja**

Doprinos ovog rada i istraživanja je pronalazak i stvarno sagledavanje situacije po pitanju broja dolazaka, noćenja i sagledavanja same smještajne strukture u Hrvatskoj i Splitsko-dalmatinskoj županiji. Također, rezultati ankete pokazali su mišljenje i znanje mladih ljudi o povezanosti održivog razvoja turizma sa strukturom smještajnih kapaciteta.

Istraživanje je pokazalo da je potrebno posvetiti više pažnje konceptu održivog razvoja turizma, u smislu poučavanja stanovništva, ali i u smislu donošenja strožih mjera na državnoj razini. Isto tako, nužno je donijeti žustre odluke i stopirati nekontroliranu apartmanizaciju Splitsko-dalmatinske županije.

### **4.3. Ograničenja istraživanja**

Ograničenje ovog istraživanja su zapravo ispitanici postavljene ankete. Bilo je dosta teško donijeti odluku o tome koja će skupina građana biti glavni uzorak. Studenti su se pokazali kao najlakša skupina do koje se može doprijeti, međutim njihovi odgovori nisu u potpunosti realni. Privatni iznajmljivači također ne bi dali realne odgovore, kao i skupine za zaštitu okoliša i promicanje održivog razvoja, i jedni i drugi bi davali odgovore koji više naginju prema njihovim stajalištima.

Uz ispitanike, još jedno od ograničenja bili su podaci iz različitih statističkih ljetopisa i baza podataka. Često se znalo dogoditi da se za isti podatak objavljuju dva različita rezultata.

## LITERATURA

1. Agencija za znanost i visoko obrazovanje: „Broj studenata po akademskoj godini i nazivu ustanove izvođača (2013/14- 2017/18“, (Internet), dostupno na: <https://www.azvo.hr/hr/visoko-obrazovanje/statistike/2109-broj-studenata-po-akademskoj-godini-i-nazivu-ustanove-izvodaca-2013-14-2017-18> (24.5.2019.)
2. Bašić, I. (2015.): „Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. Stoljeću“, (Internet), dostupno na: [https://zavod.pgz.hr/pdf/34\\_Ivo\\_BASIC.pdf\\_str.410](https://zavod.pgz.hr/pdf/34_Ivo_BASIC.pdf_str.410)
3. BIK Travel: „Turizam kao pokretač gospodarstva RH“ (Internet), dostupno na: <https://www.bik-travel.com/hr/novosti/turizam-kao-pokretac-gospodarstva-rh> (1.2.2019.)
4. Čavlek, N. et al.,(2011.): „Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga“, Zagreb, str. 39, 415, 416.
5. Čorak, S. (2011.): „Izazoviupravljanjaturizmom, Institutzturizam” , Zagreb, str. 124.
6. Čuka, A. (2003.): „Ulaganja u zaštitu okoliša u EU-na primjeru Njemačke“, (Internet), dostupno na: <http://www.geografija.hr/svijet/ulaganjau-zastitu-okolisa-u-eu-na-primjeru-njemacke/> (23.4.2019.)
7. Dragičević., Proročić., Letunić., (2013.): „The role oftouoperatorsinthesustainabletourism development-thecaseofthetouristdestination Kotor“ (Internet), dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/DRAGICEVIC\\_PROROCIC\\_LETUNIC.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/DRAGICEVIC_PROROCIC_LETUNIC.pdf) (8.4.2019.)
8. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2011.): „Turizam u 2010.,Satistička izvješća“, Zagreb str. 12, 13,
9. Dulčić. A.,(1991.): „Turizam- načela razvoja i praksa, Institut za turizam Zagreb“, Zagreb- Split, str. 5
10. EC Europa EU: „ Bed placesinthe EU-28: France and Spain predominate“ (Internet), dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics#Bed\\_places\\_in\\_the\\_EU-28:\\_France\\_and\\_Spain\\_predominate](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#Bed_places_in_the_EU-28:_France_and_Spain_predominate) (12.2.2019.)



11. EC Europa EU: „Nightsspentbynon- residentsinthe EU- 28: Spain on top“, (Internet), dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics#Bed\\_places\\_in\\_the\\_EU-28: France and Spain predominate](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#Bed_places_in_the_EU-28:France_and_Spain_predominate) (12.2.2019.)
12. Encodia (2008.): „Sustainabletourism“, (Internet), dostupno na: <http://www.ecoindia.com/sustainable-tourism/> (16.4.2019.)
13. EUROSTAT: „Statistički podaci u području turizma“, (Internet), dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics/hr&oldid=220877](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/hr&oldid=220877) (1.2.2019.)
14. Germanytravel: „Sustainabletravel- Germany“, (Internet), dostupno na: <https://www.germany.travel/en/ms/sustainable-travel/sustainability.html> (23.4.2019.)
15. Gržinić J. i V. Bevanda (2014.): „Suvremeni trendovi u turizmu“ ,Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str.15
16. Gržinić, J. Floričić, T. (2015): „Turoperatori i hoteljeri u suvremenom turizmu“ , str. 45-46
17. Hitrec, T., (2002.), „Održivi turizam i okoliš u žiži interesa Vijeća Europe“, Turizam, No.2, str. 457.-459.
18. Horvat B., (1999.): „Profil suvremenog turista i hrvatski turistički proizvod, Tourism and Hospitality Management“ , str. 164
19. Horvatić A. i Bačić L (2013.): „Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude Hrvatske, Učenje za poduzetništvo“ ,Sveučilište u Splitu, Split, str. 165
20. HR Turizam: „Održivi turizam ključni je smjer razvoja turizma“, (Internet), dostupno na: <http://hrturizam.hr/odrzivi-turizam-kljucni-je-smjer-razvoja-turizma> (13.2.2019.)
21. Hrvatska turistička zajednica, (2018.): „Preferencije smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima u 2017. i usporedba s 2015.“ (Internet), dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/Preferencija%20smjestajnih%20kapaciteta%20u%20pojednim%20klasterima%202017.pdf> str.5, 42,
22. Institut za turizam (2008.): „ Hrvatski turizam u brojkama 2007“ (Internet), dostupno na [http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Projekti/Informacije/Hrvatski\\_Turizam\\_u\\_Brojkama\\_2007\\_Broj\\_04.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Projekti/Informacije/Hrvatski_Turizam_u_Brojkama_2007_Broj_04.pdf): , str 5

23. Institut za turizam (2018.): „Ljeto 2017. Tomas stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“, (Internet), dostupno na: <http://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeto-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (10.4.2019.) str. 5
24. Ivandić N., Šimović H., Topalović S., Tutek E., (2019): „Ključna pitanja održivosti Hrvatskog turizma“, Zagreb str. 12, 21, 30, 37,
25. Jutarnji List: „Kako je eksplodirao trend iznajmljivanja privatnih stanova u turističkoj sezoni?“, (Internet), dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/globus/Globus-biznis/kako-je-eksplozirao-trend-iznajmljivanja-privatnih-stanov-a-u-turistickoj-sezoni-zimi-obiteljski-dom-ljeti-zimmer-frei/7811655> (4.4.2019)
26. Klarin, T. (2017.): „Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urbanim destinacijama RH“, Sveučilište u Rijeci, (Internet), dostupno na: <https://dr.nsk.hr/islandora/object/efri:970/preview> (18.4.2019.) str. 66,
27. Kotler P. i suradnici (2010.): „Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu“, MATE d.o.o., Zagreb, str. 729
28. Marušić, M., Prebežac, D., (2004.), „Istraživanje turističkih tržišta“, Zagreb, Adeco, str. 397
29. Matešić, M. (2008.): „Strategija održivog razvoja: Krovni razvojni dokument RH“, (Internet), dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/57548> (19.4.2019.)
30. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2013.): „Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine“ (Internet), dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf) (28.3.2019.) str. 5, 7, 8, 20,
31. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2018.): „Turizam u brojkama 2017“, Zagreb str. 13, 14, 15, 18, 43,
32. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2008.): „U 2007. najviše turističkih noćenja u kućanstvima“, (Internet) dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/u-2007-najvise-turistickih-nocenja-u-kucanstvima/1135> (6.4.2019.)
33. Održivi turizam: „12. ciljeva održivog turizma“ (Internet), dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534&pregled=1&gadatum=12.02.2016%2011:12:34> (17.4.2019.)

34. Pavić-Rogošić L. (2010): „Održivi razvoj“, (Internet), dostupno na: [http://www.odraz.hr/media/21831/odrzivi\\_razvoj.pdf](http://www.odraz.hr/media/21831/odrzivi_razvoj.pdf) (16.4.2019) str. 2, 7
35. Petrić, L.(2006.): „Osnove turizma, Ekonomski fakultet“, Split, str. 88, 124
36. Pičuljan, M. (2016.): „Održivi turizam EU: Analiza odabranih turističkih destinacija“, (Internet), dostupno na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:1352/preview> (23.4.2019.)
37. Portolan A., (2012): „Impactoftheattributesofprivatetouristaccomodationfacilitiesontoprices: A hedonicpriceapproach“, University of Dubrovnik, Dubrovnik str. 5, 75
38. Prvi plan HR: „ Ekonomski institut istražio tržište nekretnina, korak smo bliže porezu“ (Internet), dostupno na: <https://prviplan.hr/aktualno/ekonomski-institut-istrasio-trziste-nekretnina-korak-smo-blize-porezu> (13.2.2019.)
39. Responsibletravel, (2019.): „TransformingtheWaythe World Travels“ (Internet), dostupno na: <http://www.responsibletravel.org/home/about.html> (13.2.2019.)
40. Slivar I. i Golja T, (2016.): „Europsko turističko tržište i trendovi razvoja“, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str.12, 20, 25, 27,223
41. Sveučilište u Splitu: „Sveučilište danas“, (Internet), dostupno na: <https://www.unist.hr/sveuciliste/o-sveucilistu/sveuciliste-danas> (9.5.2019.)
42. Svjetski turizam u brojkama: „Francuska prva, Hrvatske nema niti među prvih 10 u Europi“, (Internet), dostupno na: <https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/svjetski-turizam> (12.2.2019.)
43. SuryaPoudel S., (2013): „The influence oftheaccommodationsector on tourism development anditssustainabilityCaseStudy: StrandCamping, Larsmo“, str. 2
44. TravelAdvisor: „UNWTO rezultati turizma u 2017.“ (Internet), dostupno na: <https://www.travel-advisor.eu/unwto-rezultati-turizma-u-2017> (12.2.2019.)
45. Turizmoteka HR: „5.Obiteljski forum: Kvaliteta protiv pada turističke potražnje“, (Internet), dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/obiteljski-turizam/5-obiteljski-forum-kvaliteta-protiv-pada-turisticke-potraznje> (6.4.2019.)
46. Turizmoteka HR: „Turizam u borbi protiv siromaštva“, (Internet), dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/ekstra/top-story/turizam-u-borbi-protiv-siromastva> (23.4.2019.)

47. TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2018.): „Financijsko izvješće o izvršenju i realizaciji programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2017. godinu“ (Internet), dostupno na:  
[file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Financi.izvjeYYe\\_za\\_2017.\\_godinu%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Financi.izvjeYYe_za_2017._godinu%20(2).pdf)(12.5.2019.) str. 5, 36.
48. TZ Splitsko- dalmatinske županije, (2008.): „Statistička analiza turističkog prometa 2007.“, Split, str. 2, 10.
49. TZ Splitsko- dalmatinske, (2007.): „Program rada TZ Splitsko- dalmatinske županije za 2018. godinu“ (Internet), dostupno na:  
[https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Program\\_rada\\_za\\_2018\\_godinu.pdf](https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Program_rada_za_2018_godinu.pdf) (4.4.2019.) str.7.
50. UNWTO: „Globalni etički kodeks za turizam“, (Internet), dostupno na:  
<https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/101213-unwto-kodeks.pdf> ( 31.1.2019.)
51. Uređena Zemlja, (2009.): „ Studija tržišta nekretnina u RH“, Zagreb, str 54.
52. Vlahović, D. (2015.): „Hrvatska strana Jadrana – Turizam i transformacije“, Netgen, Zgareb, str. 43-44.
53. Vuković I. (2006.): „Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj Uniji i implikacije na Hrvatsku, Tourism and Hospitality Management“, str. 47
54. Weber. S., Mikačić. V.,(1999.): „Osnove turizma“, Školska knjiga, Zagreb, str. 20
55. World Economic Forum: „Travel and Tourism Competitiveness Report 2017“, (Internet), dostupno na: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/industry-trends/#view/fn-16> (6.4.2019.)
56. Zajednica obiteljskog turizma HGK (2018): „Svjetski trendovi u obiteljskom „privatnom“ smještaju, Hrvatski obiteljski smještaj“, (Internet), dostupno na:  
<http://www.central-istria.com/images/upload/Svjetski%20i%20domaći%20trendovi%20u%20obiteljskom%20smještaju%202017%20-2018.pdf> (25.4.2019.) str. 35.

## **PRILOZI**

### **Prilog 1: Popis tablica**

Tablica15: Smještaj najrazvijenijih turističkih zemalja okrenut je ka hotelskim smještajnim kapacitetima

Tablica16: U RH prevladava ponuda privatnog/obiteljskog smještaja

Tablica17: Jedan od glavnih motiva ulaganja u kapacitete obiteljskog smještaja jeste aktualna politika oporezivanja primitaka ostvarenih od aktivnosti iznajmljivanja kapaciteta obiteljskog smještaja u RH

Tablica18: Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre

Tablica19: Podaci o prosječnimvrijednostimastava da rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre

Tablica20: Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije

Tablica21: Podaci o prosječnimvrijednostimastava da privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije

Tablica22: RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu

Tablica23: Podaci o prosječnimvrijednostimastava da RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu

Tablica24: RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude

Tablica25: Podaci o prosječnimvrijednostimastava da RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude

Tablica 12: Rast broja postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre \* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem

Tablica 13: Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije

Tablica 14: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije

Tablica 265: Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije \* Poveznica sa privatnim/ obiteljskim smještajem

Tablica 16: RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu\* Poveznica sa privatnim/obiteljskim smještajem

Tablica 17: RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude \* Poveznica sa privatnim/ obiteljskim smještajem

Tablica 18: Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije \* Poveznica sa privatnim/ obiteljskim smještajem

Tablica 19: Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma

Tablica 20: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma

Tablica 21: Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline

Tablica 22: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline

Tablica 23: Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima

Tablica 24: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima

Tablica 25: Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma \* Poveznica sa privatnim/ obiteljskim smještajem

Tablica 27: Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline\* Poveznica sa privatnim/ obiteljskim smještajem

Tablica 28: Primjena pravila koncepta koji podrazumijeva očuvanje bioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje priljeva novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima \* Poveznica sa privatnim/ obiteljskim smještajem

## **Prilog 2: Popis slika**

Slika 1: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata 1980. -2015. (stanje 31. kolovoza)

Slika 2: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata (stanje 31. kolovoza)

Slika 3: Broj hotela po kategorijama (stanje 31. kolovoza)

Slika 4: Smještajni kapaciteti po kategoriji hotela (stanje 31. kolovoza)

Slika 5: Struktura hotela po kategorijama

Slika 6: Struktura smještaja i noćenja prema smještaju

Slika 7. Broj studenata po akademskoj godini 2019. i nazivu ustanove

Slika 8: Konceptijski model istraživanja

### **Prilog 3: Anketni upitnik**

#### ISTRAŽIVANJE UTJECAJA TURISTIČKE PONUDE PRIVATNOG SMJEŠTAJA NA ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Poštovani,

pred Vama se nalazi anketni upitnik u svrhu istraživanja za diplomski rad na temu "Istraživanje utjecaja turističke ponude privatnog smještaja na održivi razvoj turizma". Cilj ankete je istražiti stav studenata Sveučilišta u Splitu prema prethodno navedenoj temi.

Anketni upitnik je u potpunosti anoniman, a rezultati će se koristiti isključivo za potrebe diplomskog rada.

Molim Vas da iskreno i samostalno odgovorite na sva pitanja, te zahvaljujem na utrošenom vremenu i sudjelovanju.

#### SPOL

- Muški
- Ženski

#### RAZINA STUDIJA

- Preddiplomski studij
- Diplomski studij

#### FAULTET KOJI POHAĐATE

- Ekonomski fakultet
- Fakultet elektrotehnike strojarstva i brodogradnje
- Filozofski fakultet
- Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije
- Katolički bogoslovni fakultet
- Medicinski fakultet
- Pravni fakultet
- Pomorski fakultet
- Prirodoslovno-matematički fakultet
- Kemijsko tehnološki fakultet
- Kineziološki fakultet



## MJESTO PODRIJETLA

- Urbano područje
- Ruralno područje
- Otoci

## POVEZNICA SA PRIVATNIM/OBITELJSKIM SMJEŠTAJEM

- Ja ili netko od članova obitelji bavi se obiteljskim/privatnim smještajem
- Nitko iz obitelji ne bavi se privatnim smještajem

## TURISTIČKI TRENDOVI U SVIJETU I STANJE U RH

	SLAŽEM SE U CIJELOSTI	DIJELOM SE SLAŽEM	NE SLAŽEM SE UOPĆE	NE MOGU PROCIJENITI
Smještaj najrazvijenijih turističkih zemalja okrenut je ka hotelskim smještajnim kapacitetima				
U RH prevladava ponuda privatnog/obiteljskog smještaja				
Jedan od glavnih motiva ulaganja u kapacitete obiteljskog smještaja jeste aktualna politika oporezivanja primitaka ostvarenih od aktivnosti iznajmljivanja kapaciteta obiteljskog smještaja u RH.				

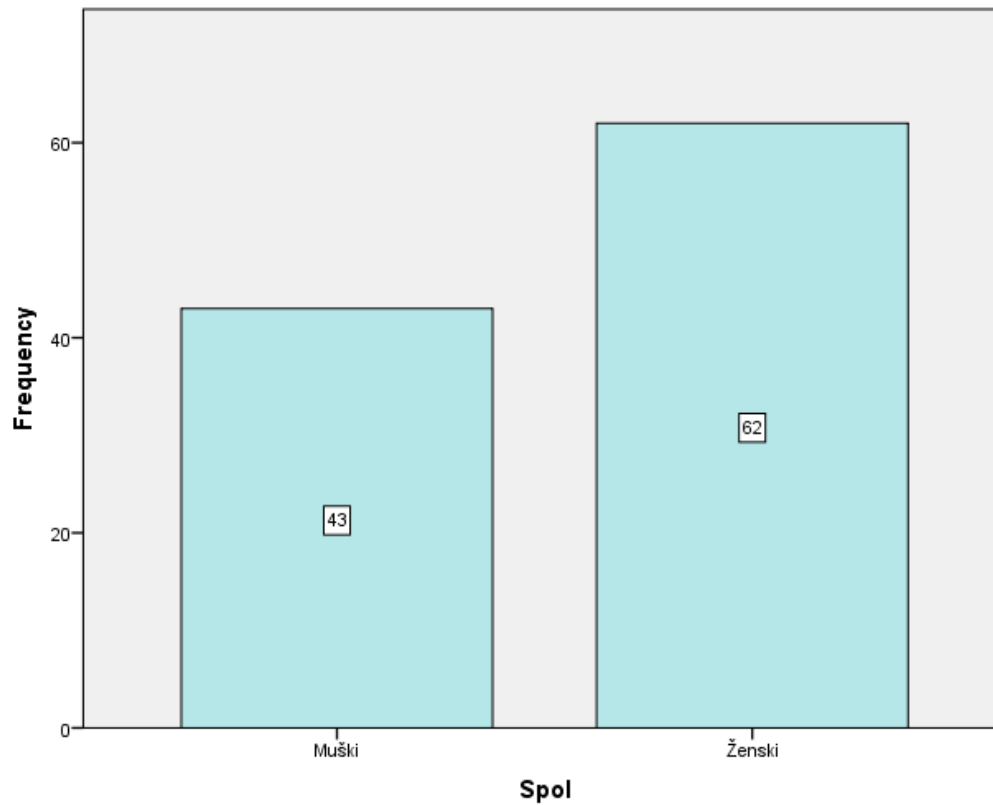
TURISTIČKA PONUDA I INFRASTRUKTURA

	SLAŽEM SE U CIJELOSTI	DIJELOM SE SLAŽEM	NE SLAŽEM SE UOPĆE	NE MOGU PROCIJENITI
Rast br. postelja u privatnim smještajnim kapacitetima narušava izgled stare gradske jezgre.				
Privatni smještajni kapaciteti u jezgrama gradova imaju veliki utjecaj na svakodnevni život rezidenata destinacije.				
RH turističku ponudu temelji na rastućem broju smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu.				
RH zanemaruje prirodna i kulturna bogatstva prilikom predstavljanja turističke ponude.				
Rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom vlasništvu značajno utječe na poboljšanje turističke ponude destinacije.				

ODRŽIVI RAZVOJ/ EKOLOŠKI PRIHVATLJIVO PONAŠANJE

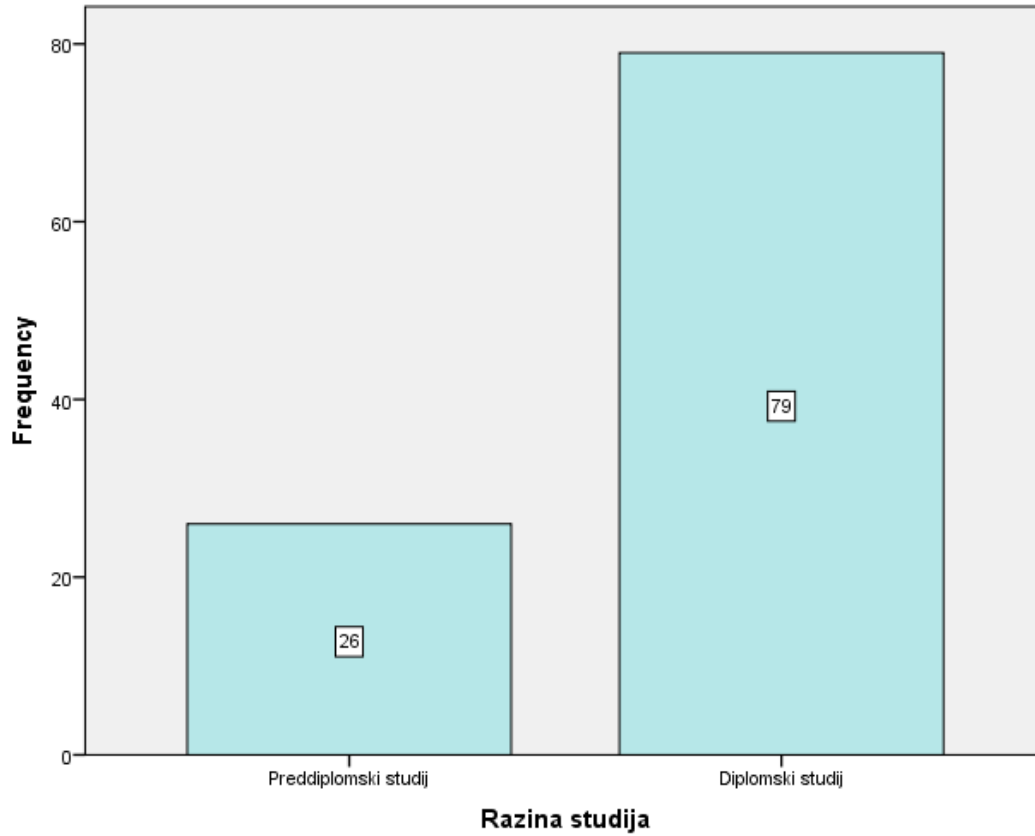
	SLAŽEM SE U CIJELOSTI	DIJELOM SE SLAŽEM	NE SLAŽEM SE UOPĆE	NE MOGU PROCIJENITI
Stanovništvo u Hrvatskoj nije upoznato sa konceptom održivog razvoja/ ekološki prihvatljivog ponašanja u razvoju turizma.				
Hrvatska ima sve predispozicije za bavljenje turističkim aktivnostima koje nemaju utjecaj na narušavanje čovjekove okoline.				
Primjena pravila kocepta koji podrazumijevaočivanjebioraznolikosti u destinaciji utječe na smanjenje novčanih sredstava privatnim iznajmljivačima.				

#### Prilog 4: Grafikoni strukture ispitanika



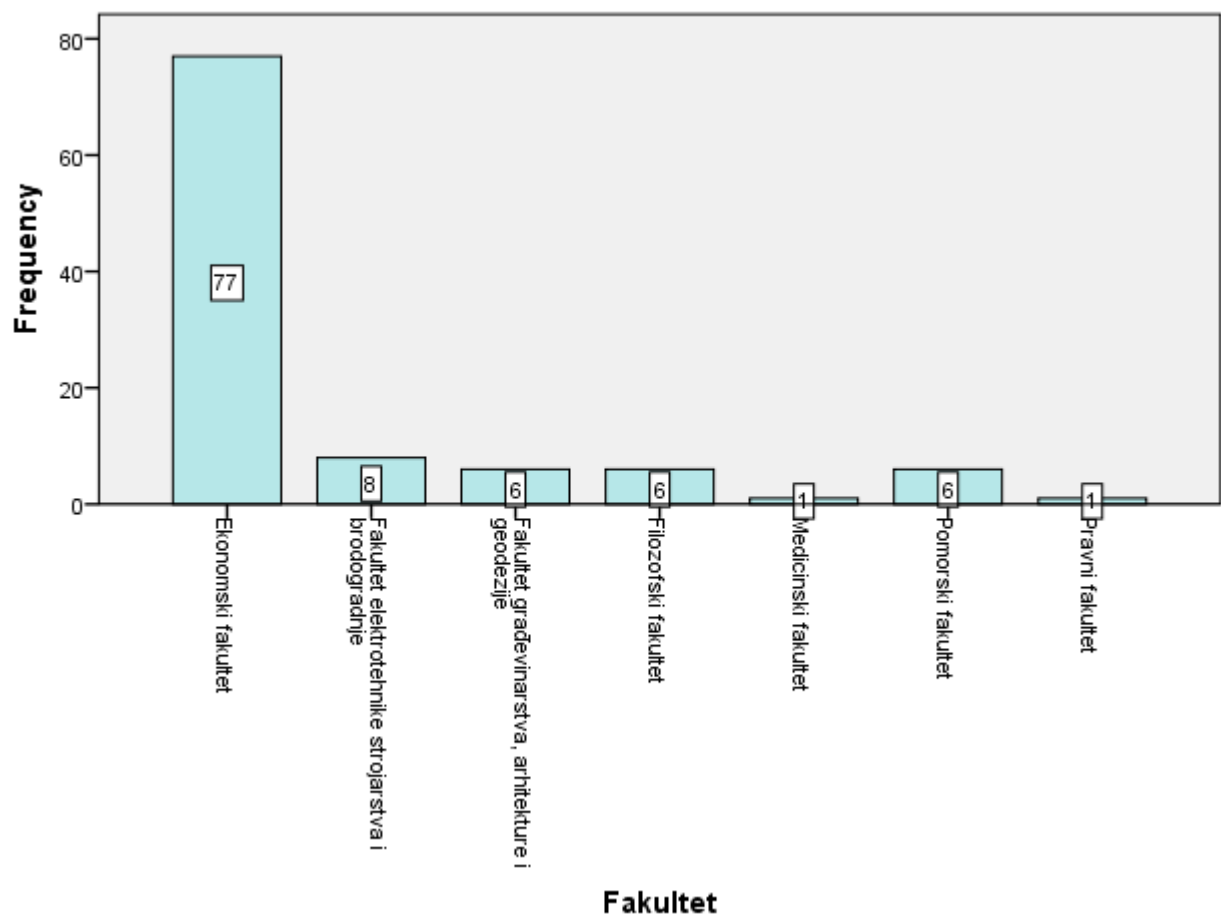
**Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu**

Izvor: Izrada autora



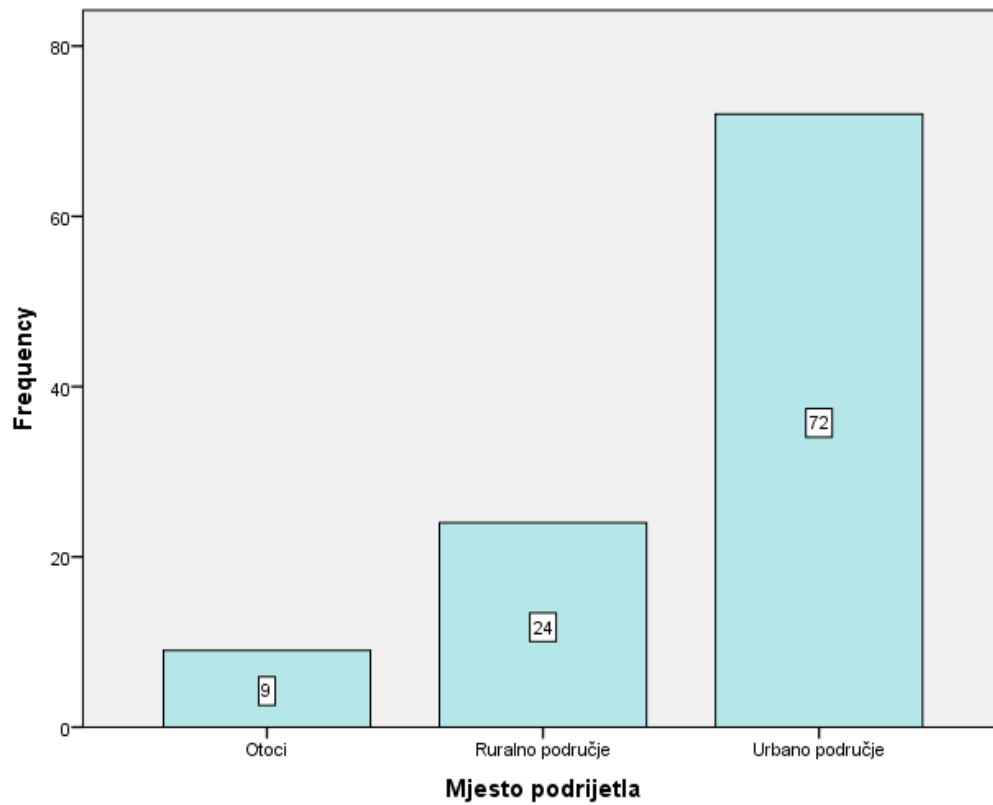
**Grafikon 2: Struktura ispitanika prema razini studija**

Izvor: Izrada autora



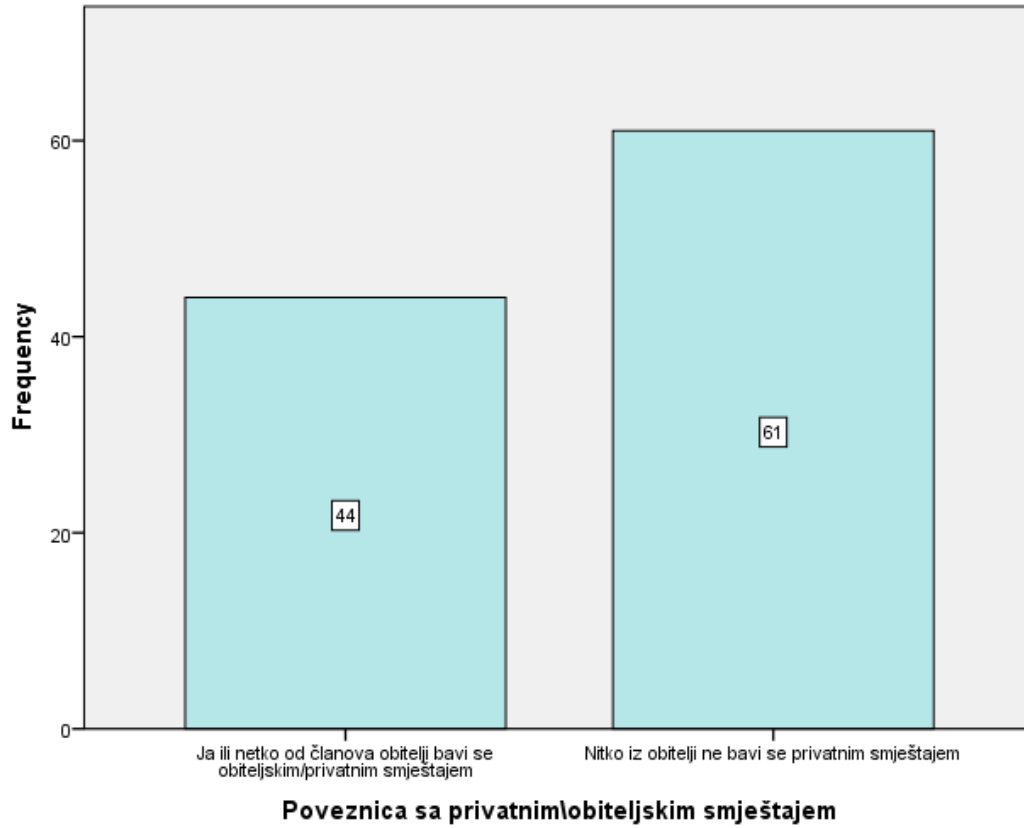
**Grafikon 3: Struktura ispitanika prema fakultetu**

Izvor: Izrada autora



**Grafikon 4: Struktura ispitanika prema mjestu podrijetla**

Izvor: Izrada autora



**Grafikon 5: Struktura ispitanika prema poveznici sa privatnim/obiteljskim smještajem**

Izvor: Izrada autora



## SAŽETAK

Hrvatska je u zadnjih deset godina postala jedna od najposjećenijih destinacija u Europi, a to dokazuju brojni statistički podaci, kao i stvarno stanje na tržištu. Veliki broj dolazaka, za sobom povlači i veliki broj noćenja koja zahtijevaju rast broja smještajnih jedinica. U Hrvatskoj je izražen rast broja smještajnih kapaciteta u privatnom/obiteljskom vlasništvu, za razliku od onog u hotelskim smještajnim jedinicama. Ekspanzija broja gostiju, kao i apartmana u jezgrama starih gradova, polako bude svijest o važnosti očuvanja kulturne i prirodne baštine, odnosno bude svijest o važnosti provođenja održivog razvoja turizma. Cilj rada bio je doći do informacija koje govore o fenomenu strukture smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj, odnosno o fenomenu privatnog/obiteljskog smještaja i o neprestanoj potrebi za njegovim rastom, te kako se cijela pojava odražava na razvoj održivog turizma. Za statističku analizu koristi se Excel i SPSS, a rezultati su prikazani grafički i tablično.

**Ključne riječi:** dolasci i noćenja, obilježja hrvatskog turizma, obiteljski/ privatni smještaj, održivi razvoj turizma.

## SUMMARY

In the last ten years Croatia has become one of the most visited destinations in Europe. Many statistical research results prove that, as well as the real situation on the market. Big number of arrivals brings big number of overnight stays which demands increase of a number of accommodation capacities. The number of accommodation capacities is increasing in Croatia in private/family property, but not in hotels. Expansion of the number of guests, as well as the apartments in the old parts of the town are awakening people`s minds about the importance of preserving a culture and natural heritage, in fact awakening people`s minds about importance of sustainable development of tourism. Main goal was to get the information about phenomenon of the accommodation capacities in Croatia, in fact about private/family property phenomenon and about it`s constant growth and how all of that reflects on sustainable development of tourism. For statistics analysis Excel and SPSS are used, and results are shown in graphic and tabular way.

**Key words:** arrivals and overnight stays, characteristics of Croatian tourism, private/family accommodation, sustainable development of tourism.