

# Turistička potrošnja na području kontinentalne Hrvatske

---

**Ptiček, Elena**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:420447>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-22**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni diplomski studij**

**ELENA PTIČEK**

**TURISTIČKA POTROŠNJA NA PODRUČJU**  
**KONTINENTALNE HRVATSKE: PRIMJER KRAPINSKO**  
**ZAGORSKE I VARAŽDINSKE ŽUPANIJE**

**TOURIST EXPENDITURE IN THE CONTINENTAL**  
**CROATIA: EXAMPLE OF KRAPINA- ZAGORJE AND**  
**VARAŽDIN COUNTY**

Diplomski rad

Zabok, 2024.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni diplomski studij**  
**Održivi razvoj u turizmu**

**TURISTIČKA POTROŠNJA NA PODRUČJU  
KONTINENTALNE HRVATSKE: PRIMJER KRAPINSKO  
ZAGORSKE I VARAŽDINSKE ŽUPANIJE**

**TOURIST EXPENDITURE IN THE CONTINENTAL  
CROATIA: EXAMPLE OF KRAPINA- ZAGORJE AND  
VARAŽDIN COUNTY**

Diplomski rad

Kolegij:	<b>Nacionalna ekonomija</b>	Student:	<b>Elena Ptiček</b>
Mentor:	<b>Prof. dr. sc. Marinela Krstinić Nižić</b>	Matični broj:	<b>4061/24</b>
Komentor:	<b>Dr. sc. Maša Trinajstić</b>		

Zabok, rujan 2024.



## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

**ELENA PTIČEK**

(ime i prezime studenta)

**4061/24**

(matični broj studenta)

**TURISTIČKA POTROŠNJA NA PODRUČJU KONTINENTALNE HRVATSKE:  
PRIMJER KRAPINSKO ZAGORSKE I VARAŽDINSKE ŽUPANIJE**

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, \_\_\_\_\_ 18. 09. 2024. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Potpis studenta

## **Sažetak**

U ovom diplomskom radu analizirana je turistička potrošnja na primjeru Krapinsko-zagorske i Varaždinske županije, te je prikazana i potrošnja turista u Europi. Gospodarski rast obje županije uvelike zavisi o turizmu, što potvrđuju statistike o broju dolazaka i noćenja turista, zapošljavanju u turizmu i turističkoj potrošnji. Turisti prilikom putovanja, sve više novaca izdvajaju za put, aktivnosti i razne proizvode i usluge koje konzumiraju prilikom boravka u destinaciji. U radu je prikazana potrošnja u obje županije. Krapinsko-zagorska županija još uvijek je županija koja nema toliku posjećenost, no u županiji se radi na poboljšanju infrastrukture kako bi se privuklo čim više gostiju. Krapinsko-zagorska županija kontinuirano radi na poboljšanju promocije, kako bi privukla veći broj gostiju kroz vrhunsku ponudu. Varaždinska županija također je županija koja ima manji broj turista, te kao i Krapinsko-zagorska županija slovi kao destinacija za jednodnevni izlet. Obje županije raspolažu velikim brojem prirodnih ljepota, znamenika, predivnom kulturom, divnim ljudima koji rado ugošćuju turiste, te vrhunskom eno-gastronomskom ponudom.

Ključne riječi: turistička potrošnja; Krapinsko-zagorska županija; Varaždinska županija; turistička potrošnja; turisti

## **Sadržaj**

<b>Uvod</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Teorijski okvir turističke potrošnje</b> .....	<b>2</b>
1.1. Pojam i obilježje turističke potrošnje .....	3
1.1.1 Turistička potrošnja unutar osobne potrošnje.....	6
1.2. Izračun turističke potrošnje .....	13
1.2.1. Satelitska bilanca .....	14
1.2.2. Turistička satelitska bilanca Hrvatske .....	16
<b>2. Turistička potrošnja u Europi</b> .....	<b>20</b>
2.1. Turistička potrošnja u Hrvatskoj .....	25
<b>3. Općenito o Krapinsko-zagorskoj županiji</b> .....	<b>32</b>
3.1. Turizam u Krapinsko-zagorskoj županiji .....	36
3.2. Turistička potrošnja u Krapinsko-zagorskoj županiji.....	38
<b>4. Općenito o Varaždinskoj županiji</b> .....	<b>43</b>
4.1. Turizam u Varaždinskoj županiji .....	44
4.2. Turistička potrošnja u Varaždinskoj županiji.....	46
<b>5. Analiza turističke potrošnje – usporedba Krapinsko- zagorske županije u odnosu na Varaždinsku županiju</b> .....	<b>51</b>
<b>Zaključak</b> .....	<b>54</b>
<b>Bibliografija</b> .....	<b>56</b>

## Uvod

Tema ovog diplomskog rada jest analiza turističke potrošnje na primjeru Krapinsko-zagorske i Varaždinske županije. U radu je i obrađena turistička potrošnja u Europi. Turistička potrošnja temelj je svih ekonomskih učinaka turizma, a bez nje nije moguće ostvariti nijedan ekonomski benefit od razvoja turizma. Upravo turistička potrošnja omogućava plasman mnogih proizvoda i usluga na tržište. Hrvatski turizam se analizira i opisuje kroz statističke podatke, a uspjeh turističke sezone mjeri se brojem dolazaka i noćenja turista. Podaci o turističkoj potrošnji u Hrvatskoj mogu se pronaći u brojnim izvorima. U Hrvatskoj se tradicionalno istraživanje koje provodi Institut za turizam, a koje se fokusira na karakteristike putovanja i boravka turista, naziva „TOMAS Ljeto – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“. U diplomskom radu podaci o turističkoj potrošnji nisu u potpunosti točni jer županije ne vode nikakvu statistiku, pa su podaci temeljeni na brojkama iz istraživanja Tomas.

Svrha ovog diplomskog rada je temeljitije istražiti turističku potrošnju u Krapinsko-zagorskoj, te Varaždinskoj županiji. Cilj rada je pružiti analizu troškova u obje navedene županije, a hipoteza rada je da turistička potrošnja pozitivno utječe na Krapinsko-zagorsku i Varaždinsku županiju.

U izradi diplomskog rada primijenjene su različite znanstvene tehnike: sinteza, analiza, istraživanje, indukcija i dedukcija te klasifikacija.

Rad je strukturiran u pet dijela. U prvom dijelu rada objašnjen je pojam turističke potrošnje, te turistička potrošnja unutar turističke potrošnje. Nadalje, obrađen je i izračun turističke potrošnje. U nastavku prvog dijela obuhvaćena je satelitska bilanca, te turistička satelitska bilanca Hrvatske. Drugi segment rada obrađuje turističku potrošnju u Europi te Hrvatskoj. U trećem dijelu rada opisan je turizam u Krapinsko-zagorskoj županiji, te turistička potrošnja. Nadalje u četvrtom dijelu rada, prikazan je turizam Varaždinske županija i turistička potrošnja. I u posljednjem dijelu rada napravljena je usporedba turističke potrošnje Krapinsko-zagorske i Varaždinske županije.

# 1. Teorijski okvir turističke potrošnje

Turizam ima vrlo važnu ulogu u svjetskoj ekonomiji, društvu i kulturi. Turizam je pojam koji se sastoji od mnogo čimbenika, oblika, pa tako postoji i mnogo definicija turizma. Kako bi se turizam definirao, koristi se definicija koja je najčešće korištena ali i prihvaćena 1954. godine od strane Međunarodne organizacije znanstvenih stručnjaka u turizmu. W. Hunziker i K. Krapf turizam definiraju na sljedeći način: „ Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“<sup>1</sup> Preduvjeti turizma jesu financijska sredstva i slobodno vrijeme. U suvremenoj turističkoj teoriji, definicije turizma mogu se analizirati s obzirom na perspektivu potražnje ili ponude. Sa potražne strane turizam se može promatrati kao aktivnost osoba koje putuju i odsjedaju u mjestima izvan njihovog uobičajenog okruženja, ne više od jedne godine u nizu, zbog dokolice, poslovnih ili drugih razloga.<sup>2</sup> Turizam proizlazi iz mobilnosti ljudi i njihovog boravka na različitim lokacijama. Prema definiciji turizma koju često navodi teoretičar Leiper, turizam se može opisati kao: „ Turistička industrija sastoji se od svih onih malih tvrtki, organizacija i objekata koji imaju namjeru da zadovolje specifične potrebe i želje turista.“<sup>3</sup> Turizam nije ograničen samo na ekonomski aspekt, koji se vidi kroz troškove turista, jer tijekom putovanja van vlastite zemlje troše novac na smještaj, hranu i ostale usluge. Dakle, turistička putovanja imaju utjecaj na gospodarstvo, kulturu, politiku i druge aspekte ljudskog života.

Kada promatramo turizam iz šire perspektive, uspješnost turizma u nekoj zemlji ovisit će o kvaliteti i raznolikosti turističkih usluga, te sposobnosti zemlje da pruži turističke proizvode i usluge koji će privući turiste i potaknuti njihovu potrošnju. Turistička potrošnja obuhvaća sve troškove proizvoda i usluga koje turisti kupuju ili koriste kako bi zadovoljili svoje potrebe tijekom pripreme i provedbe putovanja te boravka u određenoj turističkoj destinaciji. Turisti su danas sve zahtjevniji i sve teže je zadovoljiti njihova očekivanja, stoga turistička tržišta sve više pokušavaju međusobno uvjetovati i sukladno tome mijenjati ponudu i potražnju. S jedne strane, ponuda prati

---

<sup>1</sup> Pirjavec, Ekonomska obilježja turizma, 19. ( pristupljeno 19.3.2024.)

<sup>2</sup> Cooper, Ekonomija turizma: načela i praksa, 12. ( pristupljeno 19.3.2024.)

<sup>3</sup> Cooper, Ekonomija turizma: načela i praksa, 12. ( pristupljeno 19.3.2024.)



promjene u preferencijama potražnje, dok s druge strane potražnje rastu očekivanja i sve ju je teže zadovoljiti.<sup>4</sup> Tako se privlačnost turističke destinacije može ojačati naglašavanjem njezine kulturne baštine, prirodnih ljepota, lokalnih običaja, manifestacija ili zabavnih programa. Da bi destinacija bila konkurentna, važno je privući sve veći broj turista i produžiti turističku sezonu. Što je destinacija privlačnija, to će privući veći broj posjetitelja koji će koristiti raznolike turističke proizvode i usluge, što dovodi do povećanja ukupne turističke potrošnje. Odnosno, kada strani turisti troše u turistički razvijenim zemljama, dio tog novca se prenosi u te zemlje, što može dovesti do smanjenja bogatstva zemlje iz koje turisti dolaze. Međutim, povećanje bogatstva zemlje koja prima turiste može nadoknaditi taj gubitak. Turizam se može opisati kao oblik izvoza koji stvara prihode putem "nevidljivog izvoza" ili "izvoza na samom mjestu", što ga razlikuje od ostalih izvoznih sektora.

## 1.1. Pojam i obilježje turističke potrošnje

Kada je riječ o turizmu, uvijek se radi o veličini potrošnje, jer je turist potrošač s financijskim sredstvima zarađenima izvan mjesta svojega privremenog boravka.<sup>5</sup> Turistička potrošnja prema Rječniku turizma se definira kao ukupna potrošnja pojedinca na robe i usluge koje turist kupuje ili konzumira da bi zadovoljio ponajprije svoje turističke potrebe bez obzira na to je li se akt potrošnje dogodio u mjestu stalnog boravka turista, tijekom putovanja ili u turističkoj destinaciji.<sup>6</sup> Potrošnja u turizmu može se podijeliti u tri faze prema:

- Mjestu stalnog boravka turista ili izletnika, što uključuje troškove prije i nakon putovanja.
- Troškove tijekom putovanja prema odabranoj turističkoj destinaciji i na povratku iz nje.
- Potrošnju u samoj turističkoj destinaciji ili više destinacija, osobito ako se radi o turama ili višednevnim putovanjima.

---

<sup>4</sup> Gračan, Rudanić, Konkurentnost turističke destinacije, 271. (pristupljeno 19.3.2024.)

<sup>5</sup> Frleta, Kvalitativne i kvantitativne odrednice turističke potrošnje na razini destinacije, 144. (pristupljeno 21.3.2024.)

<sup>6</sup> Vuković and Čavlek, Rječnik turizma, 393. (pristupljeno 21.3.2024.)

Budući da turizam uključuje kompresiju prostora i vremena, gdje se turisti kreću izvan svojih uobičajenih mjesta boravka, turistička potrošnja dobiva internacionalni karakter. Kada se turist odluči na putovanje u određenu destinaciju, potrebno je određenim sredstvom doputovati u destinaciju. Dakle, prva usluga koju turist konzumira prije dolaska u željenu destinaciju je usluga prijevoza. Dolaskom u destinaciju turist koristi usluge smještaja, hrane, te ostalih dopunskih usluga. Turisti često troše više nego što su planirali, potaknuti različitim ponudama destinacija. Potrošnja turista često je motivirana različitim čimbenicima, poput želje za pripadanjem određenoj društvenoj klasi. Također, postoji razlika između "unaprijedne potrošnje", koja može biti nerealna i potaknuta emotivnim faktorima, te stvarne potrošnje koja proizlazi iz stvarnih potreba i raznolike ponude.

Važno je razlikovati domaću i inozenu turističku potrošnju zbog razlika u ekonomskim posljedicama koje proizlaze iz njih. Domaći turisti troše dio svojeg osobnog dohotka unutar granica svoje zemlje za zadovoljenje turističkih potreba. Ta domaća potrošnja ima ograničen utjecaj na nacionalno gospodarstvo jer se dohodak samo prenosi unutar zemlje, na primjer, između različitih regija ili gradova, bez značajnog utjecaja na ekonomski rezultat zemlje. Nasuprot tome, pridaje se velika važnost inozemnoj turističkoj potrošnji. Inozemni turisti troše dio svojeg osobnog dohotka izvan svoje matične zemlje. Kroz tu potrošnju, dohodak se prenosi iz zemlje iz koje dolaze u zemlju koju posjećuju, što rezultira značajnim ekonomskim učincima. To povećava bruto domaći proizvod u zemlji koja prima turiste. Ova vrsta potrošnje pridonosi ekonomiji zemlje koja prima turiste, dok istodobno utječe na gospodarstvo zemlje iz koje turisti dolaze. U tablici ispod prikazane su razlike između potrošnje u mjestu boravka i destinaciji izvan mjesta boravka.

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

OBILJEŽJA	POTROŠAČ U MJESTU STALNOG BORAVKA	POTROŠAČ U DESTINACIJI NA PUTOVANJU
Svrha potrošnje	pretežno iz nužde	pretežno iz zabave
Stupanj utjecaja irracionalnih čimbenika pri potrošnji	nizak	visok
Poznavanje okoline u kojoj se potrošnja odvija	dobro poznavanje okoline	u pravilu ne poznaje
Spoznaja o razvijenosti ukupne ponude	širok	vrlo ograničen
Usporedba kvalitete korištenih proizvoda i usluga s ponuđenim	dobro poznata	otežana ili onemogućena
Poznavanje supstituta ponuđenih proizvoda i usluga	dobro poznate	malo poznate ili nepoznate
Stupanj orijentacije kod procjene vrijednosti za novac	visok	nizak
Poznavanje vrijednosti lokalnog novca	vrlo visok	vrlo nisk

Izvor: Izrada autorice prema: Čavlek, N. i suradnici, Turizam: Ekonomske osnove i organizacija, Školska knjiga, Zagreb, 2010., str. 314. (pristupljeno 21.3.2024.)

Oba oblika potrošnje dijele osobnu potrošnju kao zajednički element, ali postoje značajne razlike između potrošača u njihovom stalnom boravištu i potrošača tijekom turističkih putovanja, koje karakteriziraju suprotne tendencije. Motivi putovanja i pristup trošenju vlastitog novca znatno se razlikuju u odnosu na ono što vrijedi u njihovom stalnom boravištu. Sudionici turističke ponude, uključujući ugostitelje, i turistički posrednici, kao

što su turoperatori, prepoznaju da se turisti ponašaju na potpuno drugačiji način tijekom turističkih putovanja u usporedbi s njihovim svakodnevnim životom. Stoga, kako bi što bolje zadovoljili turističke potrebe, oni se trude prilagoditi svoje proizvode i usluge zahtjevima potražnje.

Kolika će visina i kakva će struktura turističke potrošnje biti, ovisit će o brojnim unutrašnjim i vanjskim čimbenicima koji na izravan ili posredan način utječu na pojedinca u procesu donošenja inicijalne odluke o potrošnji, odnosno tijekom same potrošnje o njezinoj strukturi i visini.<sup>7</sup> Unutrašnji čimbenici turističke potrošnje obuhvaćaju osobni dohodak pojedinca, razvijenost turističke industrije, motivaciju turista, kulturne karakteristike odabrane destinacije, razina obrazovanja turista i slično. Nasuprot tome, vanjski čimbenici turističke potrošnje uključuju razinu razvijenosti turističke ponude odabrane destinacije, intenzitet marketinških aktivnosti i jedinstvene značajke destinacije na međunarodnom tržištu, kao i sigurnost putovanja. Dio elemenata turističke potrošnje može se lako identificirati, poput troškova smještaja, dok su drugi elementi predmet procjene i istraživanja putem anketa provedenih s turistima na granici ili u smještajnim objektima. Važno je napomenuti da ukupna turistička potrošnja, kako domaćih tako i stranih turista, doprinosi rastu prihoda od turizma i, stoga, utječe na rast ukupnog bruto domaćeg proizvoda zemlje. Također, važno je uočiti da dio turističke potrošnje dolazi iz uvoza, što može smanjiti ukupni ekonomski učinak turizma u zemlji i utjecati na bruto domaći proizvod.

### **1.1.1 Turistička potrošnja unutar osobne potrošnje**

U najširem smislu, turistička ponuda predstavlja važan segment ukupne agregatne ponude. Ako se pretpostavi da je turistička ponuda maksimalno iskorištena, posebno tijekom sezone kada su kapaciteti potpuno iskorišteni, tada će turistička potražnja postati sastavni dio ukupne potražnje, što će značajno utjecati na proizvodnju, a time i na bruto domaći proizvod i cijene. Turistička je potrošnja samo dio ukupne potrošnje namijenjene putovanju i boravku izvan mjesta stalnoga boravka, (radi odmora, oporavka, zabave i razonode, zdravlja,

---

<sup>7</sup> Čavlek i suradnici, Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, 315. (pristupljeno 21.3.2024.)

rekreacije, edukacije i sl). U svim je gospodarstvima osobna potrošnja najvažniji dio komponente agregatne potražnje.<sup>8</sup>

Agregatna potrošnja je definirana kao zbroj osobne potrošnje, investicijske potrošnje, javne potrošnje i neto izvoza, pri čemu je neto izvoz razlika između uvoza i izvoza. Turistička potrošnja, s druge strane, čini dio agregatne potrošnje. Drugim riječima, turistička potrošnja se računa kao dio osobne potrošnje, a njezino povećanje izravno utječe na rast zaposlenosti i domaćeg proizvoda. Investicijska potrošnja je također komponenta agregatne potrošnje, a turističke investicije – kao i komunalne investicije radi turizma – dio su ukupne investicijske potrošnje koje također svojim povećanjem putem multiplikatora povećavaju domaći proizvod i zaposlenost i dugoročno stvaraju ponudu i nove vrijednosti.<sup>9</sup> Inozemna turistička potrošnja često se izjednačava sa deviznim priljevom od inozemnog turizma, iako je to samo jedan dio ukupne inozemne turističke potrošnje i zato postoje različite metodologije za utvrđivanje veličine turističke potrošnje.<sup>10</sup> Domaća turistička potrošnja nije uključena u inozemnu turističku potrošnju, budući da čini dio osobne potrošnje i raspodijeljuje se unutar osobne potrošnje zemlje. Prihodi od turizma nisu evidentirani samo na jednom mjestu, već se distribuiraju u različitim oblicima domaće potrošnje. Odrediti koliko turisti troše unutar svoje osobne potrošnje često nije jednostavno, jer zahtijeva detaljne podatke o strukturi njihovih troškova. Budući da turizam nije samo jedna kategorija troška, već se često preklapa s drugim stavkama, teško je dobiti precizne podatke o tome koliko se novca stvarno troši na turističke aktivnosti. Drugim riječima, točno mjerenje turističke potrošnje je izazovno, pa su svi dostupni podaci približni. Zbog toga, najpreciznije informacije obično se prikupljaju putem anketa koje direktno pitaju turiste o njihovim troškovima i navikama potrošnje.

U Švicarskoj se pojavila 1983. godine nova varijanta anketnog istraživanja inozemnog turizma pod poznatom kraticom TOMAS (Touristisches Marktforschungssystem Schweiz). Institut za turizam u Zagrebu predložio je saveznim i republičkim faktorima da se i u nas provedu TOMAS anketna istraživanja, što je i prihvaćeno.<sup>11</sup> Posljednje istraživanje turističke potrošnje pod nazivom „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“ provedeno je 2022. godine. Predmet istraživanja su stavovi turista, te njihova potrošnja, a sve informacije o troškovima

---

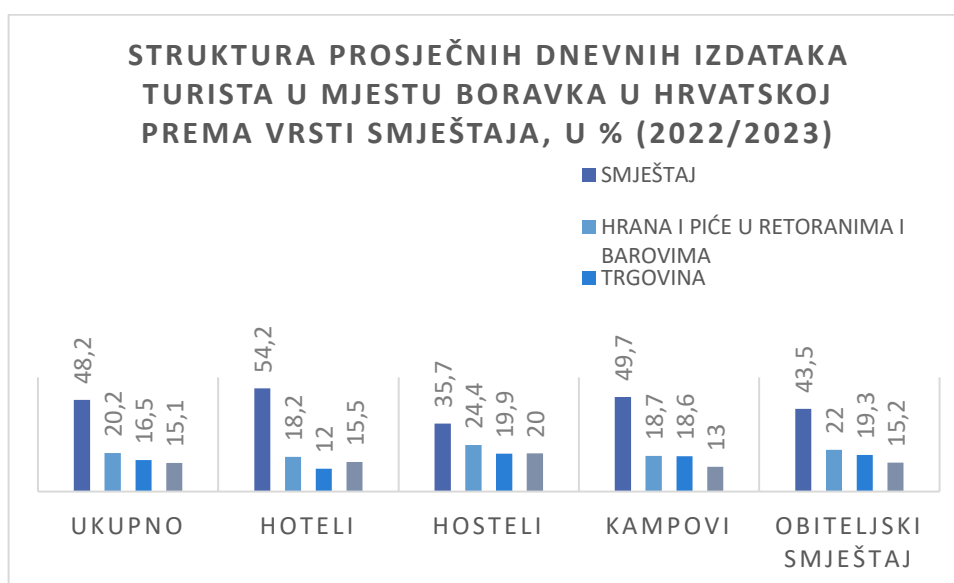
<sup>8</sup> Blažević, „Agregatna potrošnja u Hrvatskoj i turizam“, 340. (pristupljeno 2.4.2024.)

<sup>9</sup> Blažević, Turizam u gospodarstvu sustavu, 343. (pristupljeno 2.4.2024.)

<sup>10</sup> Blažević, Turizam u gospodarstvu sustavu, 332. (pristupljeno 2.4.2024.)

<sup>11</sup> Antunac, „Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista“, 241. (pristupljeno 2.4.2024.)

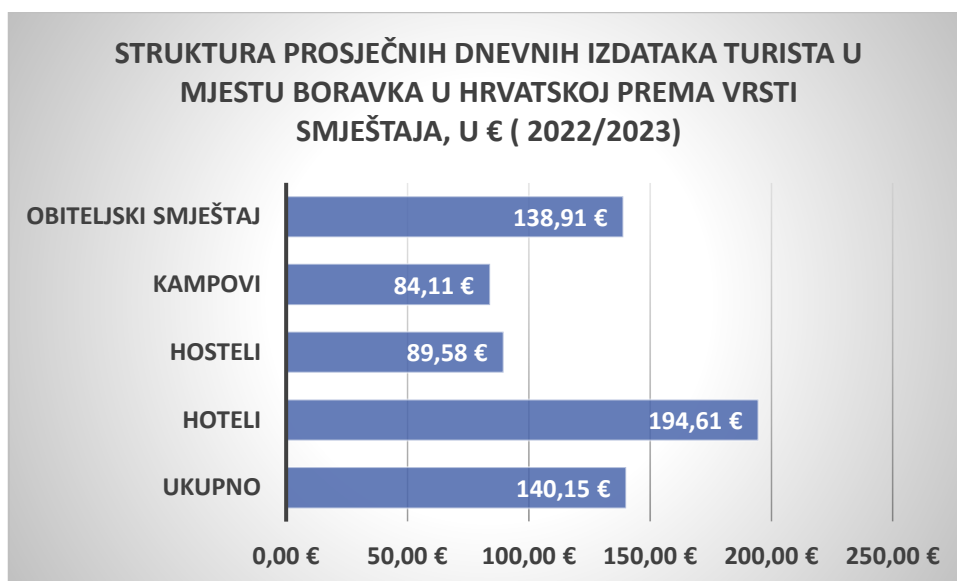
putovanja i dnevnoj potrošnji turista u destinaciji obuhvaćaju razdoblje od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine. Istraživanje je provedeno osobnim intervjuom, uz pomoć računala odnosno tableta. U istraživanju je sudjelovalo 14.632 ispitanika. Kao usporedbu, uzeto je istraživanje iz 2019 godine koje se provodilo od svibnja 2019.godine do ožujka 2020.godine. Prikupljanje podataka je bilo predviđeno do svibnja, no zbog pandemije COVID-19 je prekinuto. U istraživanju koje je bilo 2019. Godine, sudjelovalo je 13.582 ispitanika. U analizi je obuhvaćena prosječna dnevna potrošnja turista tijekom boravka u destinaciju, po osobi u eurima, te bez troškova prijevoza u dolasku i odlasku iz destinacije. Dnevni izdaci tijekom boravka u destinaciji po osobi prikazuju se za sve turiste na razini Hrvatske, vrsti smještaja (hoteli, hosteli, kampovi i privatni/obiteljski smještaj). Prikazani su ukupni izdaci i njihova struktura prema vrsti usluga, i to usluge smještaja s povezanom hranom u okviru smještaja, usluge hrane i pića izvan smještajnog objekta, usluge trgovine te ostale usluge (trgovina, kultura, zabava, sport i rekreacija, izleti, lokalni prijevoz i ostale usluge).



**Graf 1:** Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u % (2022/2023)

Izvor: Izrada autorice prema: TOMAS HRVATSKA 2022./2023. STAVOVI I POTROŠNJA TURISTA U HRVATSKOJ U 2022. i 2023. GODINI (pristupljeno 2.4.2024.)

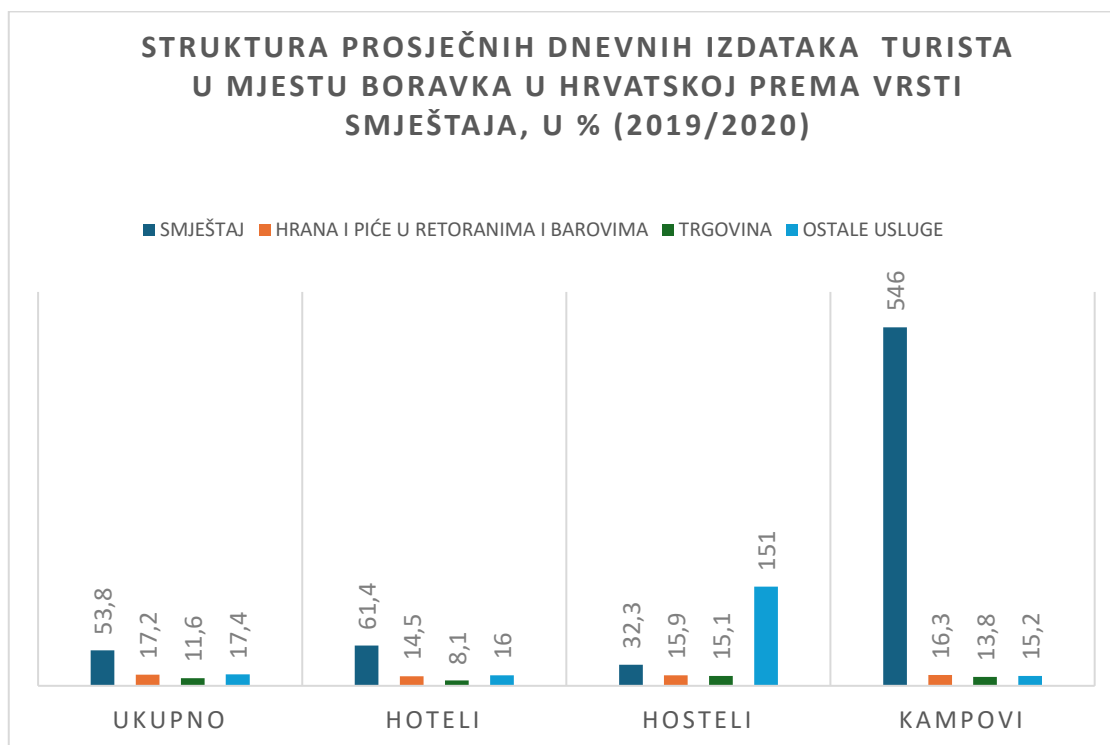
Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj u razdoblju od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine iznosila je 140 eura. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 48% se odnosilo na uslugu smještaja s povezanom hranom, 20% na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 32% na sve ostale usluge.



**Graf 2:** Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u € (2022/2023)

Izvor: Izrada autorice prema: Tomas Hrvatska 2022./2023. stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2022. i 2023. Godini (pristupljeno 2.4.2024.)

Najveće izdatke ostvaruju hotelski gosti (195 eura na dan), a potom gosti u obiteljskom smještaju (139 eura), hostelima (90 eura) i kampovima (84 eura). Udio izdataka za usluge ugostiteljstva, odnosno usluge smještaja te hrane i pića, u strukturi dnevnih izdataka turista koji su boravili u hotelima iznosi 72%, 68% u kampovima, 66% u obiteljskom smještaju i 60% u hostelima.

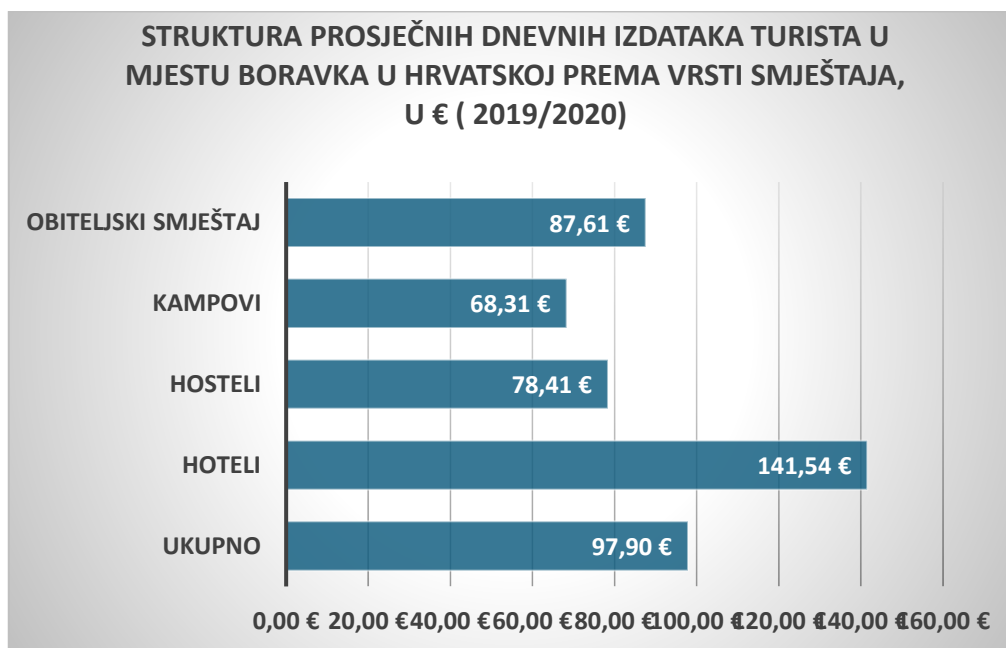


**Graf 3:**Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u % (2019/2020)

Izvor: Izrada autorice prema: tomas Hrvatska 2019./2020. stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2019. i 2020. Godini (pristupljeno 2.4.2024.)

Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj tijekom 2019. godine, odnosno u razdoblju od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, iznosila je 98 eura. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 54% se odnosilo na uslugu smještaja s povezanom hranom, 17% na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 29% na sve ostale usluge.



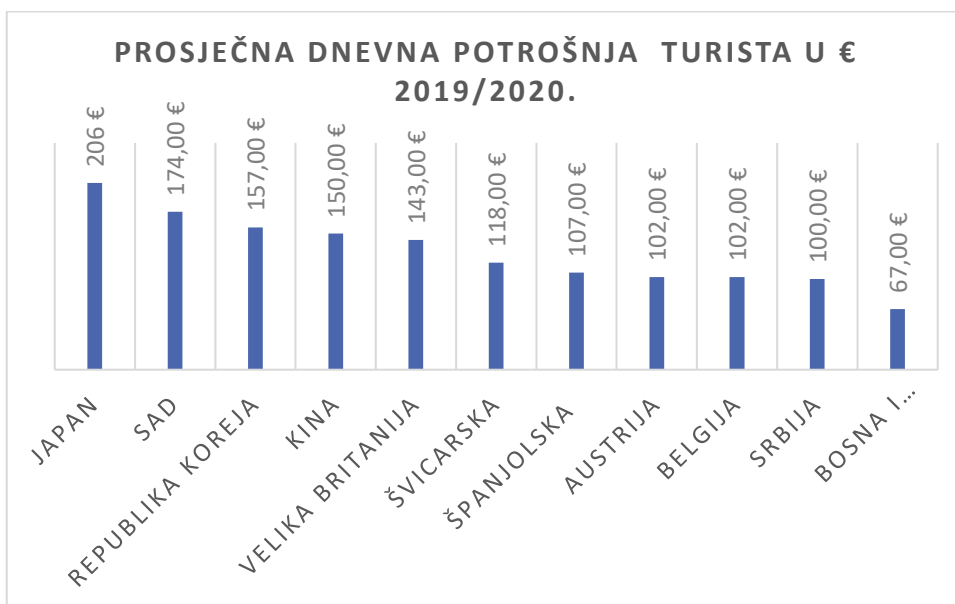


**Graf 4:**Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u € ( 2019/2020)

Izvor: Izrada autorice prema: Tomas Hrvatska 2019./2020. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2019. i 2020. Godini (pristupljeno 2.4.2024.)

Najveće izdatke ostvaruju hotelski gosti (142 eura na dan), a potom gosti u obiteljskom smještaju (88 eura), hostelima (78 eura) i kampovima (68 eura). Udio izdataka za usluge ugostiteljstva, odnosno usluge smještaja te hrane i pića, u strukturi dnevnih izdataka turista koji su boravili u hotelima iznosi 76%, 71% u kampovima, 67% u obiteljskom smještaju i 61% u hostelima. Usporedbom grafova, vidljivo je kako je COVID 19 utjecao na turizam, te da su turisti manje putovali, samim time manje i trošili na turističke usluge. U dosadašnjim istraživanjima utvrđeno je da veći osobni izdaci korespondiraju s ubrzanjem rasta turističkih potrošnji, što implicira elastičnost turističke potrošnje u odnosu na osobnu potrošnju.

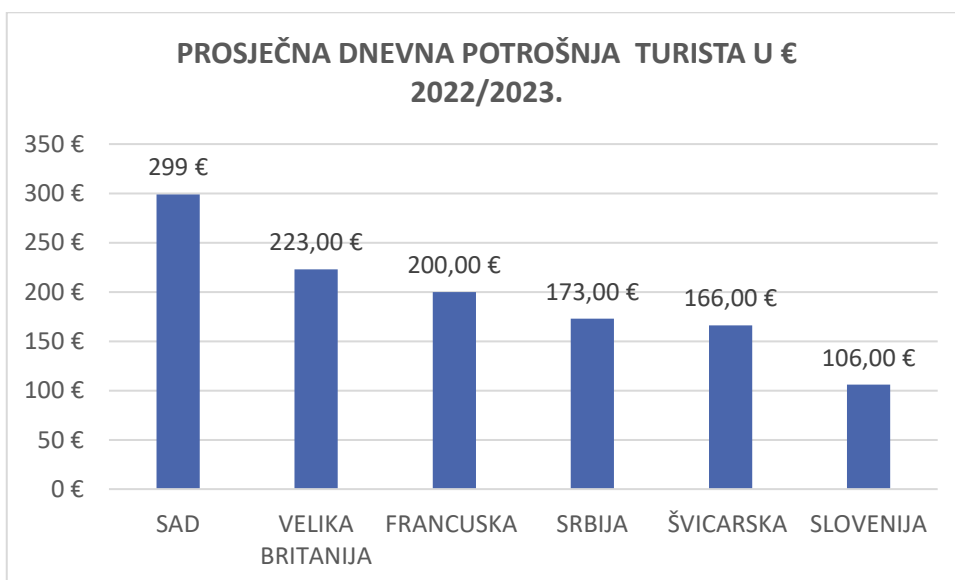
U Hrvatsku stiže velik broj stranih posjetitelja koji investiraju dio troše svoj novac na različite usluge dostupne na raznim lokacijama. Prema grafikonu niže u Republici Hrvatskoj 2019/2020. godine najviše su trošili Japanci 206,00 €, a najmanje turisti iz Bosne I Heregovine 67, 00 €.



**Graf 5:** Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj u € 2019/2020.

Izvor: Izrada autorice prema: tomas Hrvatska 2019./2020. stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2019. i 2020. godini. (pristupljeno 2.4.2024.)

Sukladno grafikonu niže, vidljivo je kako se situacija vezana za potrošnju turista u 2022./2023. godini promijenila.



**Graf 6:** Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj u € 2022/2023.

Izvor: Izrada autorice prema: tomas Hrvatska 2022./2023. stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2022. i 2023. godini. (pristupljeno 2.4.2024.)

Za vrijeme boravka turisti koji su najviše novaca trošili na razne usluge u Hrvatskoj su turisti iz SAD-a, čak 299, 00 € dnevno, a najmanje Slovenci- 106, 00 €. Naravno vidljivo je naspram 2019. Godine koja je obilježena COVID 19 pandemijom, turisti su više putovali, te imali više novčanih sredstava za trošenje.

## **1.2. Izračun turističke potrošnje**

Sve što turisti ili izletnici troše u određenom vremenskom razdoblju predstavlja turističku potrošnju. To uključuje troškove za različite usluge i proizvode kao što su prijevoz, smještaj, hrana, aktivnosti, suveniri i druge potrepštine koje koriste tijekom putovanja ili privremenog boravka, ali ne duže od 12 mjeseci.

Već desetljećima u Hrvatskoj nedostaje pouzdan i efikasan sustav mjerenja turističke potrošnje koji bi na najprikladniji način ocijenio utjecaj turizma na nacionalnu ekonomiju, gospodarski rast, zaposlenost i bruto domaći proizvod. Još uvijek nije precizno izračunato koliko je turistička industrija važna za cjelokupnu ekonomiju i gospodarstvo, iako je poznato da je njen utjecaj relativno značajan. Turističke zemlje obično koriste turističku satelitsku bilancu za mjerenje turističke potrošnje. Ova metoda se temelji na složenoj statističkoj i dokumentacijskoj osnovi, koja omogućuje pouzdanu međusektorsku analizu utjecaja turizma na ekonomiju. Službeno je prihvaćena 2000. godine od strane EUROSTAT-a. Iako je Hrvatska počela primjenjivati ovu metodu, nedostaju stalni, usporedivi i dosljedni statistički podaci na dugoročnoj razini, što dovodi u pitanje potpunu pouzdanost njenih rezultata.

Iako je turistička potrošnja kompleksna i raznolika, teško ju je precizno kvantificirati zbog svoje raznolikosti i različitih oblika. Ipak, ona je mjerljiva. Stoga, unatoč nedostatku potpune statističke i dokumentacijske osnove, Hrvatska bi trebala prihvatiti europske standarde u mjerenju i procjeni ekonomskih učinaka turizma, kako su definirani u Turističkoj satelitskoj bilanci. To bi omogućilo bolje iskorištavanje potencijala turizma, ali i smanjenje negativnih posljedica koje on može imati.

### 1.2.1. Satelitska bilanca

Mnoge zemlje sustavno prate turizam putem statističkih analiza kako bi kvantificirale njegove značajne učinke na javni i privatni sektor. Turistička statistika se fokusira na prikupljanje podataka o potražnji i ponudi u turističkom sektoru te nastoji prikupiti što više pouzdanih informacija kako bi se utvrdili stvarni učinci. To omogućava bolje usmjeravanje politika za razvoj turizma. Tijekom godina, uloženi su znatni naponi u poboljšanje metodologije praćenja turizma i njegovih ekonomskih utjecaja. Razvijeno je više različitih sustava za praćenje indikatora turističke potrošnje. Jedan od najpoznatijih je Turistička satelitska bilanca (Tourism Satellite Account). Turistička satelitska bilanca predstavlja skup definicija i klasifikacija integriranih u tabele te organiziranih na logičan i konzistentan način, koji omogućava pregled svih ekonomskih učinaka turizma, kako na strani ponude tako i na strani potražnje<sup>12</sup>. Ona omogućava pregled svih ekonomskih učinaka turizma, kako na strani ponude, tako i na strani potražnje. Na strani potražnje obuhvaća različite aspekte osobne potrošnje, državne potrošnje, investicija i izvoza koji su izravno povezani s turizmom i putovanjima. Zatim se koriste input/output tablice kako bi se procijenili elementi ponude. Ekonomski koncept Turističke satelitske bilance temelji se na ideji potražne strane ekonomske aktivnosti, što uključuje sve agregate koji, kako na strani potražnje, tako i na strani ponude, utječu na stvaranje prihoda i rashoda potaknutih turizmom.

U svijetu su poznate dvije osnovne klasifikacije djelatnosti: ISIC (Standard International Classification of Tourism Activities) i klasifikacija europske unije EUROSTAT, a u njima se ne spominje posebna turistička djelatnost. Turistička satelitska bilanca bez odgovarajuće klasifikacije djelatnosti, uspostavljanja odgovarajućeg sustava računovodstva i bez jasnog statističkog razgraničenja u načinu evidentiranja potrošnje inozemnih turista i domicilnog stanovništva ne može biti bilanca jer nije egzaktna već samo još jedna u nizu procjena i pretpostavki o ulozi turizma u ukupnom gospodarskom sustavu.<sup>13</sup> Godine 1994., stručne službe UN-a (UNSTAT) predložile su dopunu klasifikacije djelatnosti ISIC kako bi se omogućilo uključivanje turizma u tu klasifikaciju. WTO i UN su također predložili prilagodbu ISIC klasifikacije, ali budući da turizam nije bio izričito naveden kao djelatnost

---

<sup>12</sup> Petrić, Osnove turizma, 36. (pristupljeno 20. 4. 2024.)

<sup>13</sup> 9 Blažević, Turizam u gospodarskom sustavu, 362. (pristupljeno 20. 4. 2024.)

u tim globalnim klasifikacijama, prihvaćen je samo u nekoliko zemalja. Tek od 1990. godine započet je razvoj TSA metodologije od strane dvije organizacije, WTTC (World Travel & Tourism Council) i OE (Oxford Economics). Te dvije organizacije su objavile istraživanje o ekonomskom doprinosu turizma i putovanja na globalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. UN je 2001. godine prihvatio TSA metodologiju kao međunarodni standard, a iste godine je objavljena knjiga "TSA: Recommended Methodological Framework" od strane WTO-a, OECD-a, Europske komisije i UN-a. Kasnije su ta izdanja nadopunjena i proširena, te je 2011. godine WTTC objavio posljednju metodološku publikaciju pod nazivom „2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework“ (TSA: RMF 2008).

<sup>14</sup>Satelitski račun turizma omogućava mjerenje ekonomskih učinaka turizma čija posebnost proizlazi iz činjenice da s jedne strane, turističku aktivnost određuju (privremena) situacija u kojoj se potrošač nalazi, a da s druge strane njegova potrošnja nije ograničena na skup određenih proizvoda i usluga kojeg proizvodi određeni skup djelatnosti. TSA ima za cilj temeljito analizirati i identificirati sve elemente potražnje za proizvodima i uslugama povezanim s turizmom, uz istovremenu analizu ponude tih proizvoda i usluga unutar gospodarstva. Također, TSA istražuje kako je ponuda povezana s ostalim ekonomskim aktivnostima kako bi se razumjelo njihovo međusobno djelovanje. TSA mjeri<sup>15</sup>:

1. Makroekonomske agregate koji opisuju veličinu i ekonomski utjecaj turizma
2. Potrošnju posjetitelja kao i odnos potrošnje posjetitelja i ponude
3. Odnos monetarnih i nemonetarnih podataka o turizmu

Važno je istaknuti tri ključne koristi TSA, koje su posebno naglašene u radu Ivandića i Marušić. u. Prva je unapređenje pretpostavki za vođenje nacionalne turističke politike i definiranje marketinške strategije. Druga je važna korist usklađivanja sustava statistike turizma. Treća korist proizlazi iz povećanja primjene i korištenja istraživanja o turizmu u privatnom turističkom sektoru.<sup>16</sup> Sve ekonomske aktivnosti turista obuhvaćene TSA modelom uključuju osobnu potrošnju tijekom, prije i nakon putovanja, koja mora biti povezana s putovanjem, kao i potrošnju trajnih dobara. To uključuje trajna dobra

---

<sup>14</sup> Šutolo, Ivandić, and Marušić, Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske, 270. (pristupljeno 20. 4. 2024.)

<sup>15</sup> Ivandić, and Marušić, „Je li sustav statistike turizma u Hrvatskoj spreman za izradu satelitskog računa turizma?“, 186. (pristupljeno 20. 4. 2024.)

<sup>16</sup> Ivandić, and Marušić, „Je li sustav statistike turizma u Hrvatskoj spreman za izradu satelitskog računa turizma?“, 187-188. (pristupljeno 20. 4. 2024.)

namijenjena turizmu, koji se koriste i u turističke i u ne-turističke svrhe. Osnovni ciljevi TSA su :<sup>17</sup>

- Pregled cjelovite strukture turizma u regiji i državi,
- Analiza utjecaja turizma na makroekonomske agregate kao što su bruto društveni proizvod, Nacionalni dohodak i dr.,
- Analiza turističke potrošnje i njene veze s domaćom proizvodnjom / ponudom i izvozom,
- Detaljna analiza proizvodnih računa turističkih „industrija“ , analiza utjecaja turizma na zaposlenost, analiza povezanosti s ostalim proizvodnim aktivnostima i investicijama,
- Analiza veza između ekonomskih podataka i osnovnih elemenata turističkog informacijskog sustava

## 1.2.2. Turistička satelitska bilanca Hrvatske

Turizam ima ključnu ulogu u gospodarstvima mnogih država u Europi i diljem svijeta. Razni stručnjaci su nastojali formulirati modele kako bi procijenili utjecaj turizma na ukupno gospodarstvo. Međutim, pokazalo se da je najučinkovitiji pristup za mjerenje ekonomskog doprinosa turizma i prikupljanje ključnih informacija za analizu turističke industrije u mnogim zemljama - satelitska bilanca.

### a) Utjecaj turizma na BDP Hrvatske

	2019.
Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, mil. kuna	82.840
Udio bruto dodane vrijednosti turističkih djelatnosti u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti, %	24,41
Izravna bruto dodana vrijednost turizma, mil.kuna	38.509
Udio izravne bruto dodane vrijednosti turizma u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti, %	11,35
Izravni bruto domaći proizvod turizma, mil.kuna	48.739
Udio izravnog bruto domaćeg proizvoda turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu, %	11,82

**Tablica 2:** Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turizma i izravni bruto domaći proizvod turizma u 2019

Izvor: Izrada autorice prema: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/31541>

U 2019. godini, bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti dostigla je 82 840 milijuna kuna, što predstavlja 24,41% ukupne bruto dodane vrijednosti ostvarene u toj godini. Nakon

<sup>17</sup> Petrić, Osnove turizma, 36. ( pristupljeno 20. 4. 2024.)

izračunatog udjela turizma u proizvodnji za svaku turističku djelatnost i ostale djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turizma iznosila je 38 509 milijuna kuna, što čini 11,35% ukupne bruto dodane vrijednosti. Izravni bruto domaći proizvod turizma u 2019. iznosio je 48 739 milijuna kuna, što čini udio od 11,82% u ukupnom bruto domaćem proizvodu.

b) Utjecaj turizma na zaposlenost

ZAPOSLENI U DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA, PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANOM						
GODINA	UKUPNO ( U 000)	U PRAVNIM OSOBAMA ( U 000)	U OBRTU I SLOBODNIM PROFESIJAMA ( U 000)	UKUPNO ( U %)	U PRAVNIM OSOBAMA ( U %)	U OBRTU I SLOBODNIM PROFESIJAMA ( U %)
2003	78	39	39	5,9	3,8	16,1
2004	81	41	40	6	3,6	15,9
2005	80	40	40	5,9	3,7	15,5
2006	82	41	41	5,9	3,6	15,6
2007	86	45	41	6	3,4	15,4
2008	89	48	40	6	3,9	15,3
2009	86	46	40	5,8	3,8	15,6
2010	82	45	37	6	4	15,9
2011	81	45	36	6,1	4,1	16,3
2012	82	47	35	6,1	4,1	16,4
2013	84	50	35	6,3	4	16,8
2014	85	52	33	6,4	4,6	16,6
2015	90	58	32	6,9	5,2	16,7
2016	93	61	32	7	5,2	16,6
2017	92	61	31	6,8	5,3	16,2
2018	103	73	30	7,2	6	15,7
2019	115	85	29	7,4	6,4	15,3
2020	99	73	26	6,4	5,5	13,7
2021	102	75	27	6,5	5,5	14,1
2022	104	83	27	6,5	5,6	14,2

**Tablica 3:**Zaposleni u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hranom

Izvor: Izrada autorice prema : [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf)

( pristupljeno 1. 5. 2024.)

S obzirom na to da je Hrvatska popularna turistička destinacija koju svake godine posjećuje velik broj turista, razumljivo je da ima znatan broj zaposlenih u turističkom sektoru. Osim što stvara nova radna mjesta, turizam također utječe na migracije stanovništva, s obzirom na to da mnogi pojedinci iz istočnih dijelova Hrvatske dolaze raditi na obalu tijekom ljetnih mjeseci. Na globalnoj razini, više od 2,5 milijuna ljudi zaposleno je u turističkom sektoru, što čini više od 14% ukupnog broja zaposlenih. Djelatnost smještaja, pripreme hrane i usluživanja pića ključna je pokretačka snaga ekonomije i turizma u Europi, predstavljajući treću najveću društveno-ekonomsku aktivnost u Europskoj uniji. Hospitality sektor je snažan pokretač novog zapošljavanja, direktno pružajući 10 milijuna radnih mjesta, što čini 4,7% ukupne zaposlenosti u Europskoj uniji. Od 2000. do 2010. godine, hoteli, restorani, barovi i slični objekti godišnje su zapošljavali 2,9% više radnika, što je rezultiralo stvaranjem dodatnih 2,5 milijuna radnih mjesta. Prema tablici iznad možemo vidjeti kako je ukupan broj zaposlenih u turizmu u porastu od 2003. do 2019. godine. U 2020. godini, turizam je bio jedna od najviše pogođenih grana gospodarstva kako u Europi tako i u svijetu. Zabrane putovanja i ograničenja međunarodnih letova, zajedno s općim strahom od zaraze i širenja virusa, rezultirale su smanjenjem broja turista u Europi za čak 90% prema UNWTO-u. Tako je i 2020. godine broj zaposlenih u turizmu pao, no ponovni rast uslijedio je 2021. godine.

#### c) Nevidljivi izvoz

Prihodi se ostvaruju putem nevidljivog izvoza ili izvoza na licu mjesta u turizmu, što predstavlja ključnu komponentu direktnog utjecaja turizma. Nevidljivi izvozi i uvozi imaju direktan utjecaj na platnu bilancu zemlje, a ti utjecaji mogu biti pozitivni ili negativni. Republika Hrvatska i dalje značajno ovisi o uvozu proizvoda iz inozemstva, što rezultira zaduživanjem. Ipak, negativni učinak na hrvatsko gospodarstvo ublažava se prihodima od turista i njihove potrošnje.

#### d) Investicije u Hrvatskoj

Investicije u turizmu mogu biti kategorizirane prema različitim sektorima. Prvotne investicije obuhvaćaju ulaganja u ugostiteljske objekte, turističke agencije, prijevoz i slično. Sekundarne investicije obuhvaćaju ulaganja u kongresne centre, sportske i zabavne sadržaje te trgovačke centre. Konačno, tercijarne investicije obuhvaćaju ulaganja u zdravstvene

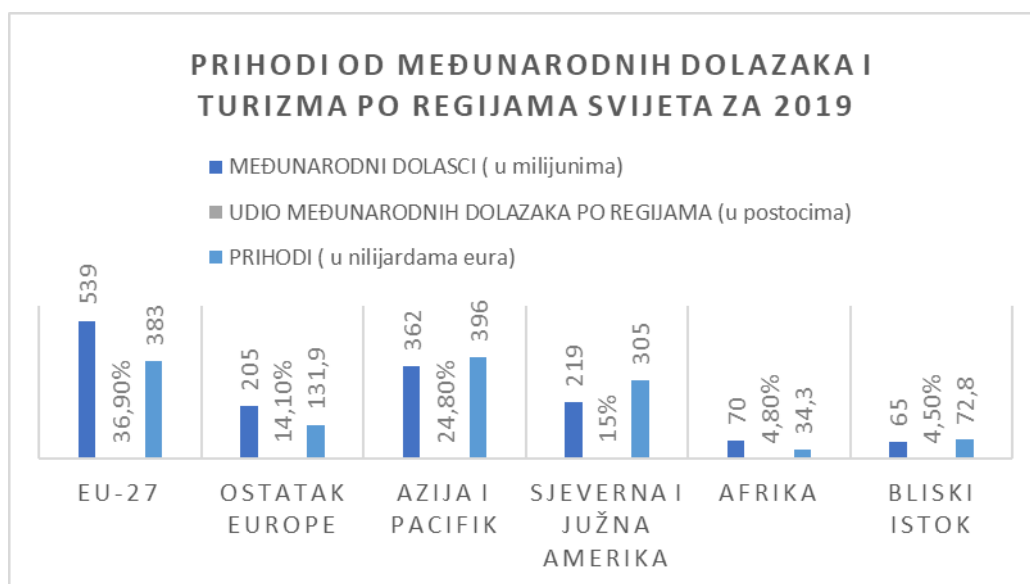


ustanove, administraciju, sigurnost na turističkim lokacijama te financijske usluge. Turizam i pripadajuće djelatnosti potiču različite oblike kapitalnih ulaganja, bilo da su ona od strane domaćih ili stranih investitora. Na globalnoj razini, više od 2,5 milijuna ljudi zaposleno je u turističkom sektoru, što čini više od 14% ukupnog broja zaposlenih.

## **2. Turistička potrošnja u Europi**

Danas se turizam smatra jednim od vodećih sektora gospodarstva. Većina europskih zemalja ima dobro razvijen sustav praćenja statistike turističke potrošnje, što obuhvaća podatke o putovanjima stranih i domaćih turista, njihovom smještaju te potrošnji tijekom putovanja. UNWTO, UNSTAT, OECD i EUROSTAT surađuju u razvoju sustava Turističke satelitske bilance koji omogućava analizu europskog turizma unutar makroekonomskog okvira.

Europska unija je najpopularnija turistička destinacija na svijetu. Trenutno je u Europskoj uniji 27 država članica. Većina država članica Europske unije se ističe kao važna destinacija za turiste i istovremeno kao značajan izvor turističkih putovanja. Turizam je ključan za gospodarstvo mnogih zemalja, uključujući Europsku uniju, koja je svjetski poznata turistička destinacija. Za mnoge članice EU-a, turizam predstavlja značajan pokretač ekonomskog rasta i povećanja zaposlenosti. Europska unija, kao jedinstvena nadnacionalna zajednica europskih država, okupljena je radi zajedničkog promicanja i suradnje. U grafikonu ispod prikazani su podaci od međunarodnih dolazaka i turizma po regijama svijeta iz 2019. Godine. 2019.godine države članice EU-27 zabilježile su oko 539 milijuna međunarodnih dolazaka turista, što čini gotovo 37 % ukupnog broja dolazaka na globalnoj razini. Također 2019.godine prihodi od međunarodnog turizma u EU-27 iznosili su 383 milijarde eura, što predstavlja 28,9 % ukupnih globalnih prihoda od turizma.



**Graf 7:** Prihodi od međunarodnih dolazaka i turizma po regijama svijeta za 2019.

Izvor: Izrada autorice prema: UNWTO-a, „International Tourism Highlights, 2020 Edition (pristupljeno 1.5. 2024.)

Procijenjeno je da je 2019. godine turistički sektor, uključujući izravne i neizravne učinke (učinci prelijevanja), činio 9,9% BDP-a EU-a. Također, turizam je zapošljavao 11,6% ukupne radne snage EU-a, što predstavlja oko 23,5 milijuna radnih mjesta.<sup>18</sup> Četiri države članice EU-a (Francuska, Španjolska, Italija i Njemačka) svrstane su među deset zemalja s najvišim brojem međunarodnih dolazaka turista i najvišim prihodima od turizma na svjetskoj razini. Turizam, u statističkom smislu, obuhvaća posjetitelje koji putuju izvan svog uobičajenog boravišta na manje od godinu dana. Ti putnici mogu putovati iz različitih razloga, poput odmora, poslovnih obveza ili drugih namjena. Tijekom putovanja, turisti troše novac u odabranoj destinaciji. Međunarodni turizam može se procjenjivati pomoću omjera prihoda od turizma i bruto domaćeg proizvoda. Među svim članicama Europske unije, Hrvatska ima jedan od najvećih udjela turizma u BDP-u. Prema najnovijim dostupnim podacima, udio turizma u ukupnom BDP-u iznosio je značajnih 15,39% tijekom 2022. godine.

<sup>18</sup> WTTC, „Economic Impact Report 2021. European Union.” (pristupljeno 1.5. 2024.)

U sljedećim tablicama prikazana je ukupna godišnja turistička potrošnja za određene usluge, izražena u eurima.

UKUPNA GODIŠNJA POTROŠNJA TURISTA U OSTALIM ZEMLJAMA NA USLUGU SMJEŠTAJA U €					
ZEMLJA	2018.godina	2019.godina	2020.godina	2021.godina	2022.godina
ŠPANJOLSKA	11 065 708 215	11 436 847 544	4 479 402 212	7 572 298 589	12 220 089 275
FRANCUSKA	23 208 552 829	22 784 201 146	16 017 249 526	19 402 805 644	27 324 982 221
ITALIJA	9 503 652 751	10 346 545 471	4 493 798 618	6 331 875 120	8 835 936 665
AUSTRIJA	6 329 472 753	6 918 545 500	3 089 853 198	4 551 605 319	7 720 401 561
PORTUGAL	805 706 152	1 109 153 998	604 769 546	820 826 047	1 305 801 381
SLOVENIJA	559 909 105	554 381 727	261 113 099	544 148 210	667 544 817

**Tablica 4:** Ukupna godišnja potrošnja turista u ostalim zemljama na uslugu smještaja u €

Izvor: Izrada autorice, prema:

[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t\\_tour.t\\_tour\\_dem](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t_tour.t_tour_dem) (pristupljeno 27. 6. 2024.)

Prema tablici 4 vidljivo je kako na uslugu smještaja na svojim višednevnim putovanjima najviše troše stanovnici Francuske, a najmanje stanovnici Slovenije. Prema podacima možemo vidjeti pad potrošnje 2020.godine kada su sve zemlje bile pogođene pandemijom, no već u 2021. godini počinje se putovati i bilježi se ponovno rast potrošnje na uslugu smještaja.

UKUPNA GODIŠNJA POTROŠNJA TURISTA U OSTALIM ZEMLJAMA NA USLUGU PRIJEVOZA U €					
ZEMLJA	2018.godina	2019. godina	2020. godina	2021.godina	2022. godina
ŠPANJOLSKA	11 543 214 896	11 426 164 257	4 179 653 716	6 381 391 129	11 479 557 499
FRANCUSKA	22 852 570 541	22 129 562 437	13 903 785 107	16 174 777 235	23 746 467 221
ITALIJA	8 326 136 992	7 804 204 167	2 760 167 919	3 637 203 237	5 642 384 135
AUSTRIJA	4 142 544 509	4 583 592 950	1 787 923 850	2 800 249 896	6 138 180 816
PORTUGAL	889 464 056	1 167 424 567	529 254 767	688 738 876	1 214 637 021
SLOVENIJA	371 620 024	361 927 099	101 965 020	329 887 941	482 236 340

**Tablica 5:** Ukupna godišnja potrošnja turista u ostalim zemljama na uslugu prijevoza u €

Izvor: Izrada autorice, prema:

[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t\\_tour.t\\_tour\\_dem](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t_tour.t_tour_dem) (pristupljeno 27. 6. 2024.)

U tablici je prikazana ukupna godišnja potrošnja za prijevoz. Na svojim putovanjima, najviše na prijevoz troše stanovnici Francuske, dok najmanje stanovnici Slovenije. Može se primjetiti kako svake godine potrošnja na ovu uslugu raste, osim 2020. Godine zbog pandemije.

UKUPNA GODIŠNJA POTROŠNJA TURISTA U OSTALIM ZEMLJAMA NA USLUGU HRANE I PIĆA, TE OSTALIH USLUGA U €					
ZEMLJA	2018.godina	2019. godina	2020. godina	2021.godina	2022. godina
ŠPANJOLSKA	8 136 840 940	8 626 730 555	4 706 858 277	6 644 368 122	9 305 686 149
FRANCUSKA	28 653 133 929	26 345 926 386	17 464 343 154	20 624 244 390	26 178 194 669
ITALIJA	8 999 633 838	8 057 143 664	4 109 991 675	5 165 171 758	6 750 907 910
AUSTRIJA	4 148 214 174	4 572 832 608	2 408 87 480	3 189 491 064	2 309 299 935
PORTUGAL	470 213 503	554 317 968	361 670 445	421 883 957	539 667 260
SLOVENIJA	224 456 210	185 925 050	78 004 492	368 965 657	417 894 944

**Tablica 6:** Ukupna godišnja potrošnja turista u ostalim zemljama na uslugu hrane i pića i ostalih usluga u €

Izvor: Izrada autorice, prema:

[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t\\_tour.t\\_tour\\_dem](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t_tour.t_tour_dem) (pristupljeno 27. 6. 2024.)

U tabeli 6 prikazani su podaci o ukupnoj potrošnji turista u navedenim zemljama za uslugu hrane i pića. Prema tablici vidljivo je kako na hranu i piće najviše troše stanovnici Francuske, a najmanje kao i u svim navedenim uslugama u Sloveniji. Naspram 2018. Godine u 2022. Godini potrošnja na uslugu hrane i pića, pada.

Prema tablicama o potrošnji vidljivo je kako turisti u stranim destinacijama najviše novčanih sredstava troše na uslugu smještaja, zatim hrane i pića. U daljnjem nastavku rada navedena je i potrošnja turista u Hrvatskoj.

## 2.1. Turistička potrošnja u Hrvatskoj

Turizam u Hrvatskoj je jedna od glavnih i najvažnijih grana gospodarstva. Povijest hrvatskog turizma pokazuje intenzivniji razvoj od sredine 19. stoljeća, koji se uspješno nastavlja sve do današnjeg dana. Danas je Hrvatska jedno od najposjećenijih turističkih odredišta. U 2014. godini uspjela se pozicionirati među top deset država članica Europske unije po posjećenosti i broju noćenja. Hrvatske turističke regije kontinuirano razvijaju svoju ponudu kako bi privukle što više turista i zadovoljile njihove potrebe. Primorski dio Hrvatske, s regijama poput Istre, Kvarnera, Dalmacije, Dubrovnika i otoci južnog Jadrana, imaju razvijeniji turizam u usporedbi s kontinentalnim dijelom zemlje. Grad Zagreb, je najposjećeniji grad u kontinentalnom dijelu.

Svake godine Institut za turizam provodi istraživanje u turizmu. Jedno od tradicionalnih istraživanja koje se provodi u Hrvatskoj, a fokusira se na obilježja putovanja i boravka turista u zemlji, naziva se "TOMAS Ljeto – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj". Prema posljednjem istraživanju iz 2022./2023. godine kao što je ranije spomenuto u radu. Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine iznosila je 140 eura. Prosječni dnevni izdaci prema zemlji porijekla gostiju kretali su se u rasponu od 106 eura, najviše su trošili gosti iz SAD-a, a najmanje iz azijskih zemalja do 155 eura. Prosječni dnevni izdaci turista u 2019.g. variraju ovisno o njihovoj zemlji porijekla, krećući se u rasponu od 67 eura za goste iz Bosne i Hercegovine do 206 eura za goste iz Japana. Vidljivo je smanjenje izadataka u 2019.godini zbog pojave COVID- 19 pandemije. Što se tiče gostiju, prosječna starost turista koji su posjetili destinacije u Hrvatskoj od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine iznosila je 42 godine. Prosječna starost turista koji su boravili u nekoj od destinacija u Hrvatskoj od svibnja 2019. godine do ožujka 2020. godine iznosila je 43 godine. Što se tiče udjela gostiju po smještajnim objektima većina mlađih gostiju boravi u hostelima u usporednim godinama, te tu nema neke velike promjene.

### UDIO GOSTIJU U HRVATSKOJ S PRATNJOM 2019. i 2022.godine

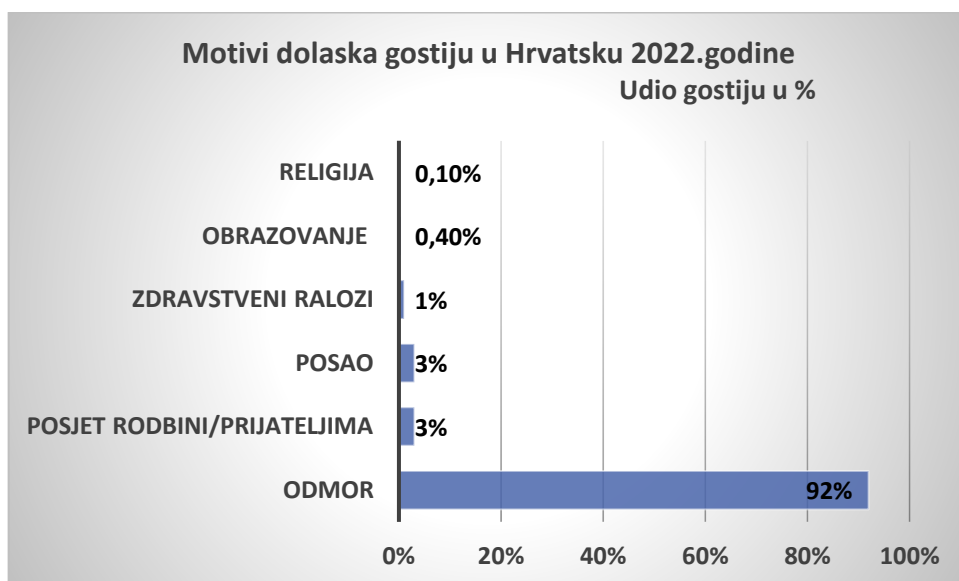
GODINA	JADRANSKA/KONTINENTALNA HRVATSKA	PRATNJA NA PUTOVANJU	UDIO U %
2019.	JADRANSKA	BEZ PRATNJE	7%
2019.	JADRANSKA	OBITELJ	43%
2019.	JADRANSKA	PARTNER	40%
2019.	JADRANSKA	PRIJATELJI	11%
2022.	JADRANSKA	BEZ PRATNJE	4%
2022.	JADRANSKA	OBITELJ	45%
2022.	JADRANSKA	PARTNER	38%
2019.	KONTINENTALNA	BEZ PRATNJE	38%
2019.	KONTINENTALNA	OBITELJ	14%
2019.	KONTINENTALNA	PARTNER	32%
2019.	KONTINENTALNA	PRIJATELJI	16%
2022.	KONTINENTALNA	BEZ PRATNJE	34%
2022.	KONTINENTALNA	PARTNER	39%

**Tablica 7:** Udio gostiju u Hrvatskoj s pratnjom 2019.i 2022.godine

Izvor: Izrada autorice, prema: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (pristupljeno 10.5. 2024.)

U Jadransku Hrvatsku u 2019.godini, dolazak u pratnji obitelji dominantan je način dolaska (43%), slijedi dolazak s partnerom (40%), zatim s prijateljima (11%), te bez pratnje (7%). Nasuprot tome, struktura dolazaka s obzirom na pratnju na putovanju potpuno je drugačija u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Najviše turista dolazi bez pratnje (38%), slijedi dolazak samo s partnerom (32%), zatim s prijateljima (16%), te u krugu obitelji (14%). Nadalje za 2022.godinu situacija je vrlo slična, odnosno dolazak u pratnji obitelji je i dalje dominantan među turistima u Jadranskoj Hrvatskoj (45%), dok slijedi dolazak samo s partnerom (38%). Samo 4% gostiju posjećuje Jadransku Hrvatsku bez pratnje. Nasuprot tome, Kontinentalna Hrvatska najčešće se posjećuje u pratnji partnera (39%), a zatim bez pratnje (34%). Motivacija gostiju za dolazak u destinaciju odražava preferencije potražnje, ali također otkriva karakteristike turističke ponude destinacije. Ova motivacija se izravno manifestira kroz aktivnosti koje gosti provode tijekom svog boravka u odredištu. U grafikonu ispod navedeni su glavni motivi dolaska turista.

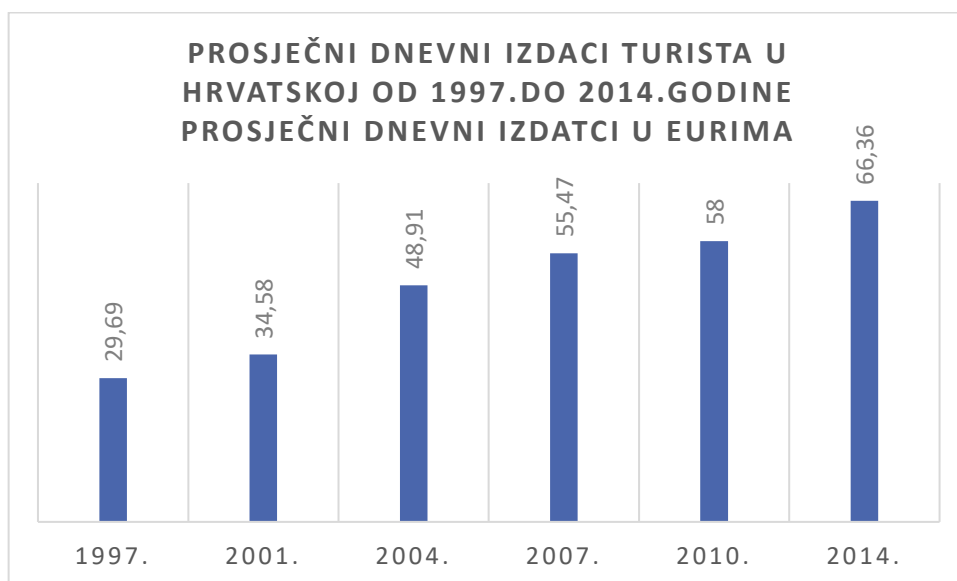




**Graf 8:** Motivi dolaska gostiju u Hrvatsku 2022.godine

Izvor: Izrada autorice, prema: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf> (pristupljeno 10.5. 2024.)

Većini gostiju (92%), glavni motiv dolaska u destinaciju je odmor, dok manji udio posjećuje destinaciju radi posjeta rodbini i prijateljima (3%), posla (3%) ili zdravstvenih razloga (1%). Obrazovanje je motiv putovanja za samo 0,4% gostiju, dok je religijski motiv naveden od strane 0,1% gostiju. Što se tiče motiva dolaska u destinaciju svi podatci su jedanki, jedino je udio gostiju kojima je glavni motiv obrazovanje iznosio 1%, te možemo primjetiti pad u tom području, a godinama je glavni motiv dolaska u destinaciju odmor. Kada se govori o načinu dolaska turista u Hrvatsku, 80% turista dolazi automobilima. Automobilski prijevoz je najdominantniji način dolaska u Hrvatsku. Što se tiče duljine boravka u Hrvatskoj, prema istraživanju Jadranska i Kontinentalna Hrvatska imaju značajne razlike u duljini boravka svojih posjetitelja. Gotovo  $\frac{3}{4}$  gostiju koji putuju u Hrvatsku ostvaruju boravke koji traju do 10 noći. Najčešći su boravci u rasponu od 4 do 7 noći, što čini 44%, dok slijede boravci u rasponu od 8 do 10 noći, što čini 20%.

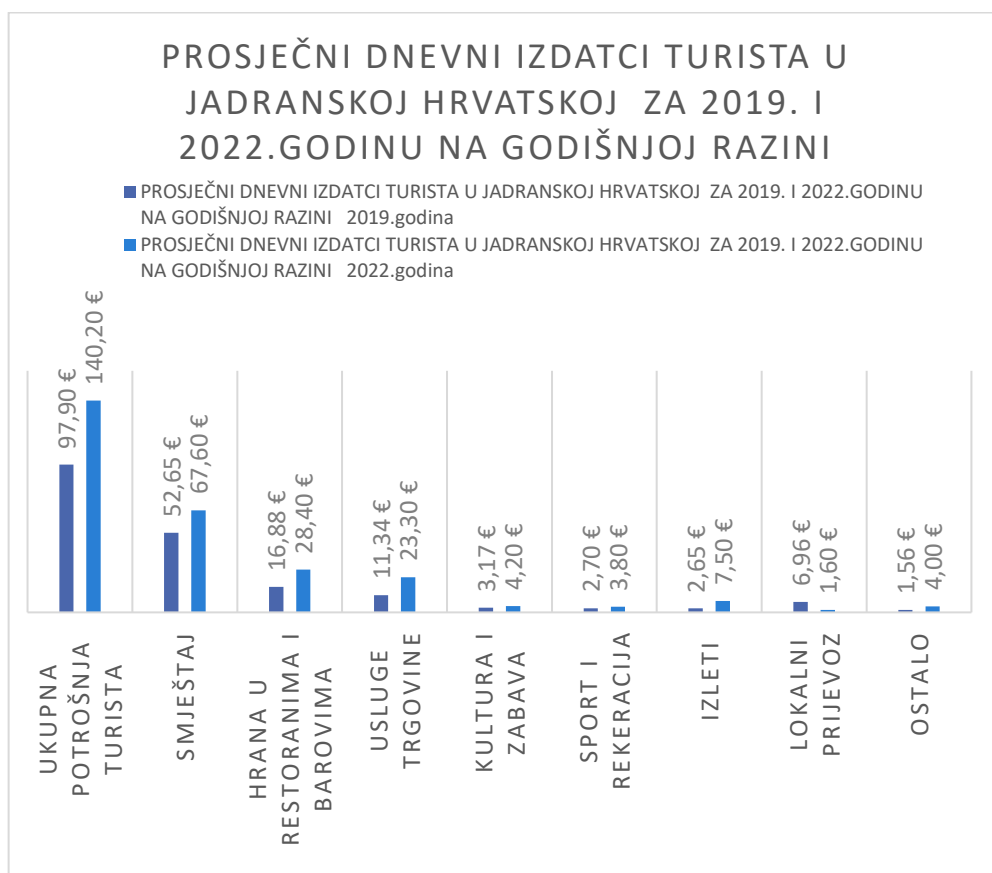


**Graf 9:** Prosječni dnevni izdaci turista u Hrvatskoj od 1997. – 2014. Godine

Izvor: Izrada autorice prema: Tomas Ljeto 2014., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2015 (pristupljeno 10.5. 2024.)

Na kraju ovog dijela, grafikon 9 prikazuje prosječnu dnevnu potrošnju turista u Hrvatskoj od 1997. do 2014. godine. Iz grafikona je vidljivo da je prosječna dnevna potrošnja turista u tom razdoblju kontinuirano rasla svake godine. Najveći porast zabilježen je u razdoblju od 2001. do 2004. godine, kada je potrošnja porasla za 41,4%.

U sljedećim grafovima prikazani su potrošnji u Jadranskoj Hrvatskoj za 2019. i 2022. godinu.



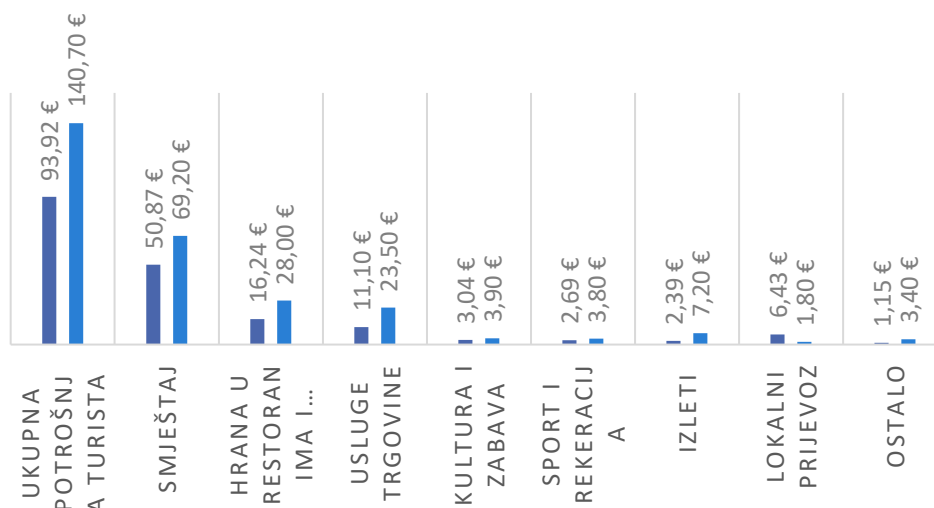
**Graf 10: Prosječni dnevni izdatci turista u Jadranskoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu na godišnjoj razini**

Izvor: Izrada autorice, prema: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf> (pristupljeno 26. 6. 2024.)

Iz grafa 10 vidljivo je kako na području Jadranske Hrvatske, u 2019. godini ukupna dnevna potrošnja turista izosila 97, 90 € dok je u 2022. godini potrošnja porasla na 140, 20 €. Prema prikazanom grafu vidljivo je kako turisti najviše novčanih sredstava izdvajaju za uslugu smještaja, u 2019. godini izdvajali su 52,65 € a u 2022. godini 67, 60 €, dok je najmanje novaca utrošeno 2019.godine na ostale usluge a 2022.godine na lokalni prijevoz.

## PROSJEČNI DNEVNI IZDATCI TURISTA U JADRANSKOJ HRVATSKOJ ZA 2019. I 2022.GODINU TIJEKOM LJETNE SEZONE

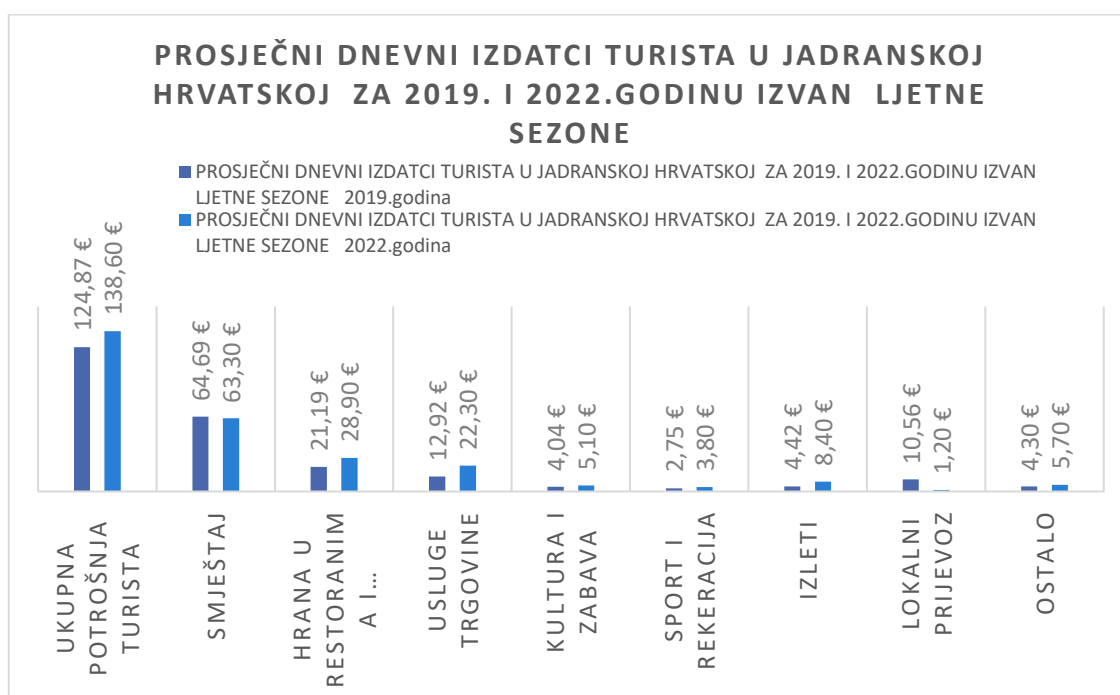
■ PROSJEČNI DNEVNI IZDATCI TURISTA U JADRANSKOJ HRVATSKOJ ZA 2019. I 2022.GODINU TIJEKOM LJETNE SEZONE 2019.godina  
■ PROSJEČNI DNEVNI IZDATCI TURISTA U JADRANSKOJ HRVATSKOJ ZA 2019. I 2022.GODINU TIJEKOM LJETNE SEZONE 2022.godina



**Graf 11: Prosječni dnevni izdatci turista u Jadranskoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu tijekom ljetne sezone**

Izvor: Izrada autorice, prema: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf> (pristupljeno 26. 6. 2024.)

Iz grafikona 11 vidljivo je kako ukupna dnevna potrošnja turista za vrijeme ljetne sezone u 2019. godini iznosi 93,20 €, a u 2022. potrošnja turista povećala se na 140,70 €. Turisti tijekom sezone najviše novaca izdvajaju za uslugu smještaja. Za vrijeme sezone 2019.godine na smještaj je dnevno utrošeno 50,87 €, a u 2022. Godini 18,33 € više. Najmanje novčanih sredstava za vrijeme sezone turisti su 2019. Godine izdvajali za ostale usluge, a u 2022. godini najmanje novaca izdvojeno je za izlete.



**Graf 12: Prosječni dnevni izdatci turista u Jadranskoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu izvan ljetne sezone 2019. i 2022.godine**

Izvor: Izrada autorice, prema: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf> (pristupljeno 26. 6. 2024.)

Prema grafikonu 12 vidljivo je kako izvan ljetne sezone prosječna dnevna potrošnja turista u 2019. Godini iznosila 124,87 €, a u 2022. Godini 138,60 €. U 2019. Godini izvan sezone turisti su najviše novaca izdvajali za uslugu smještaja – 64,69 €, dok su u 2022.godini izdvajali 63,60 €. Najmanje novčanih sredstava izvan sezone u 2019. Godini izdvojeno je za usluge sporta i rekreacije, a u 2022. Godini na uslugu lokalnog prijevoza.

Možemo zaključiti kako je turistička potrošnja u Jadranskoj Hrvatskoj dosta slična ondosno nema prevelike razlike u potrošnji van sezone i za vrijeme trajanja sezone, dok se za kontinentalnu Hrvatsku to ne može reći. Analiza turističke potrošnje u kontinentalnoj Hrvatskoj prikazana je u sljedećem poglavlju.

### **3. Općenito o Krapinsko-zagorskoj županiji**

Krapinsko-zagorska županija, smještena u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, pripada regiji središnje Hrvatske. Iako je po površini manja u usporedbi s nekim drugim regijama, ističe se gustoćom naseljenosti koja premašuje prosjek nacionalne razine. Sa svojih 25 općina i 7 gradova, središte u Krapini, županija je obogaćena bogatom kulturnom baštinom te očuvanim prirodnim ljepotama poput zelenih područja, čistog zraka i izvora ljekovitih voda. Brojne prirodne ljepote privlače turiste u Hrvatsko Zagorje. Svojom povijesnom baštinom i prirodnim darovima, Krapinsko-zagorska županija ima čvrstu osnovu za razvoj turizma. Posebno se ističu termalni izvori poput onih u Krapinskim, Tuheljskim i Stubičkim Toplicama, koji se mogu mjeriti s toplicama u susjednoj Sloveniji. Osim poznatih većih toplica, postoje i manji ali ne manje važna kupališta kao što su Sutinske toplice, Šemničke toplice i Terme Jezerčica u Donjoj Stubici. Ovi termalni izvori predstavljaju temelj za razvoj zdravstvenog i sportsko-rekreativnog turizma.

Krapinske Toplice su poznate po dugoj tradiciji liječenja termalnom vodom bogatom radioaktivnim elementima i hidrogen-karbonatima, s temperaturom između 39°C i 41°C. Ovo mjesto je stoljećima poznato po svojem termalnom lječilištu i kupalištu zahvaljujući četiri termalna izvora. U Krapinskim Toplicama se nalazi mnogo objekata koji koriste blagodati ove ljekovite vode. Među njima su termalni kompleksi *Aquae Vivae*, među najvećima i najsuvremenijima u Hrvatskoj. Odmah pokraj njih je hotel "Toplice" s vlastitim bazenom ispunjenim termalnom vodom te sa 221 krevetom, uključujući 45 jednokrevetnih i 86 dvokrevetnih soba. Još jedan smještajni objekt u Krapinskim Toplicama je Villa Magdalena, koja nudi ugodan boravak i jedinstvenu uslugu. Njihove sobe imaju jacuzzi kade s termalnom vodom, a tu je i restoran s nagrađivanom gastronomijom. U Tuheljskim Toplicama se nalazi kompleks Terme Tuhelj smješten na samom izvoru termalne vode. Ono što ovaj kompleks čini posebnim je njegova ponuda prirodnog ljekovitog blata, koje se također dostavlja i u druge toplice. Uz Terme Tuhelj je hotel Well, koji dopunjuje vrhunsku ponudu opuštanja za svakog gosta koji posjeti Tuheljske Toplice. Treće, ali jednako važne toplice za razvoj kupališnog turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji su Stubičke Toplice. Smještene su podno Medvednice, a izgradnja kupališta započela je 1811. godine kada je zagrebački biskup Maksimilijan Vrhovec kupio Toplice i izgradio bazene. Termalna voda Stubičkih Toplica ima visoku temperaturu od 43-63°C i radioaktivnost od 3,16 Macheovih

jedinica. Hotel "Matija Gubec" smješten je na samom izvoru termalne i ljekovite vode, koristeći sve prednosti vode i nudeći bogatu gastronomsku ponudu. Ova tri kvalitetna termalna izvora u Krapinskim, Stubičkim i Tuheljskim Toplicama čine osnovu turističke ponude Zagorja, privlačeći brojne turiste. Osim termalnih izvora, Krapinsko-zagorska županija obiluje zelenim i slikovitim brežuljcima Zagorja poput Ivančice, Maceljskog gorja, Medvednice i Strahinjčice. Na ovim brežuljcima smješteni su brojni vinogradi, te se razvija seoski turizam. Posljednjih godina, seoski turizam u ovoj županiji rapidno raste, s sve većim brojem obiteljskih gospodarstava koja pružaju turističke usluge posjetiteljima. Glavni cilj seoskog turizma je omogućiti gostima iskustvo povratka u prirodu te bijeg od užurbanog svakodnevnog života. Među poznatim seoskim gospodarstvima u Krapinsko-zagorskoj županiji koja nude raznolike usluge, od smještaja i hrane do aktivnosti kao što su promatranje i hranjenje životinja, ističu se Vuglec Breg, Grešna gorica, Lojzekova hiža, Seoski turizam "Masnec", Vinotočje "Coha", Vinotočje "Lipovečka klet", Vinotočje "Zagorska klet" i Seoski turizam "Trsek". Turističko selo Vuglec Breg smješteno je među prekrasnim zagorskim brežuljcima, nedaleko od Krapinskih Toplica. Obnovljeno od strane obitelji Vuglec, ovo se selo prostire na površini od 12 hektara. Sastoji se od četiri tradicionalne zagorske kuće, restorana i vinskog podruma. Kako bi posjetiteljima još više dočarali duh Zagorja, sagradili su sjenicu s krušnom peći i roštiljem te obnovili stare bunare. Za one sklonije sportskim aktivnostima, nude tenisko igralište i igralište za mali nogomet, dok ljubiteljima šetnji po svježem zraku pružaju brojne staze i šetnice okružene šumama, voćnjacima i vinogradima. Grešna gorica, taborgradska klet smještena na obronku nasuprot dvorca Velikog Tabora u Desiniću, pruža posjetiteljima pravi seoski ugođaj. Mirisi hrastove šume i livade te razigranost jelena i srna koji pasu na obroncima Grešne gorice čine boravak ovdje ugodnim, a kulinarska ponuda u taborgradskoj kleti mami turiste da se ponovno vrate. Seoski turizam Lojzekove hiže, smješten nedaleko od Marije Bistrice u selu Gusakovec, nudi još jedno iskustvo ruralnog ugođaja. Pogled na Medvednicu i male šumovite brežuljke koji okružuju Lojzekovu hižu stvara poseban doživljaj za turiste, pružajući im bijeg od urbanog načina života. Lojzekova hiža, tradicionalno uređena kuća, privlači mnoge posjetitelje zbog svoje poznate kuhinje s autohtonim zagorskim jelima. Posjetiteljima se nudi mogućnost razgledavanja prirode vožnjom u kočiji, doživljaj koji će sigurno ostati u njihovom sjećanju. Vinotočje Coha nalazi se na vrhu brijega Juraščak u Stubičkom Strmcu, u podsljemenskom dijelu Hrvatskog zagorja. Ovo gospodarstvo posjetiteljima nudi tradicionalnu domaću hranu

poput domaćih sireva, vrhnja, kobasica, šunke i krvavica. To su samo neka od seoskih gospodarstava u Krapinsko-zagorskoj županiji koja žele privući posjetitelje i pružiti im novo iskustvo, udaljiti ih od brzog tempa života i istaknuti tradicije seoskog života koje polako blijede, kao i ljepote zagorskih brežuljaka. Krapinsko-zagorska županija obiluje kulturno-povijesnim spomenicima, dvorcima i muzejima koji privlače pažnju svojom grandioznošću i poviješću. Posebno su impresivni dvorci koji oživljavaju priče prošlosti i privlače brojne turiste. Dvor Veliki Tabor, primjerice, poznat je po svojoj ulozi kao središte mačevaoca. Tu su i noviji dvorci poput Oršića u Gornjoj Stubici, gdje se nalazi Muzej seljačke bune, te dvorac Bežanec kod Pregrade koji je preuređen u luksuzni hotel. Iako su dvorci glavna atrakcija županije, Dvor Veliki Tabor se ističe kao najposjećeniji. Hrvatsko Zagorje krije mnoge druge dragulje, poput "Dvorca Mali Tabor", "Dvorca Velika Horvatska", "Dvorca Sveti Križ Začretje", "Dvorca Lužnica", "Dvorca Miljana" i "Dvorca Klenovnik". Pored dvoraca, muzeji igraju važnu ulogu u oživljavanju povijesti Hrvatskog Zagorja. Na području Krapinsko-zagorske županije nalaze se nekoliko značajnih muzeja, uključujući Dvor Veliki Tabor, Galeriju Antuna Augustinčića, Muzej seljačkih buna, Muzej "Staro selo" i Muzej krapinskih neandertalaca. Posebno ističemo Muzej krapinskih neandertalaca koji privlači veliku pažnju turista. Smješten na nalazištu Krapinskih neandertalaca na Hušnjakovom brdu u Krapini, ovaj muzej je 2015. godine dobio prestižnu oznaku Europske baštine, postavljajući se kao deveti muzej u Hrvatskoj s tom počašćenom oznakom. Sam dizajn muzeja predstavlja svojevrsni vremeplov kroz povijest Zemlje, od davnih vremena do suvremenosti. Muzej "Staro selo" je drugi najposjećeniji muzej u Krapinsko-zagorskoj županiji. Jedinstven u Hrvatskoj, Muzej "Staro selo" pruža posjetiteljima iskustvo tradicionalnog seoskog života na otvorenom prostoru. Ovaj muzej organizira različite muzejske aktivnosti poput tradicionalnih zagorskih svadbi, prezentacija starih zanata te demonstracija procesa proizvodnje hrane "Od zrna do pogače", s ciljem privlačenja posjetitelja i prikazivanja zagorske ruralne tradicije. Osim poznatih dvoraca i plemićkih obitelji koje su ih gradile, Krapinsko-zagorska županija obiluje i mnogim povijesnim događajima, znamenitostima te poznatim osobama koje su imale značajan utjecaj na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Istaknutiji među njima su Ljudevit Gaj, Ksaver Šandor Gjalski, Janko Leskovar, Matija Gubec i Slavko Pulj. Krapinsko-zagorska županija aktivno potiče razvoj vjerskog turizma kao važnog segmenta svoje opće turističke ponude. Posebna pažnja već dugi niz godina usmjerena je prema marijanskom svetištu Majke Božje Bistričke



u Mariji Bistrici, koje ima značajno mjesto u vjerskom životu hrvatskog naroda. Proglašeno je nacionalnim svetištem od strane Hrvatske biskupske konferencije 1971. godine. Svake godine, oko 800.000 hodočasnika iz raznih krajeva posjećuje ovo svetište, posebno tijekom vjerskih blagdana poput Velike Gospe. Osim duhovnih sadržaja, posjetiteljima se nudi prilika da dožive i tradicionalne zanate i obrte poput izrade drvenih igračaka i licitarskih srca, koji su 2003. godine uvršteni na UNESCO-vu Reprezentativnu listu nematerijalne baštine čovječanstva. Marija Bistrica nastoji osigurati udobnost i sigurnost svojim hodočascima te ih svojom gostoljubivošću potiče da se svake godine iznova vrate. Osim toga, u Krapinsko-zagorskoj županiji postoje i druga manja svetišta poput Proštenjarske crkve Majke Božje Gorske u Loboru, Župne crkve Pohođenja Blažene Djevice Marije u Pregradi, Župne crkve Uznesenja Blažene Djevice Marije u Tuhlju, Župne crkve Svete Katarine u Stubičkim Toplicama i Crkve Majke Božje Jeruzalemske na Trškom Vrhu. Posjetitelji koji žele istražiti Zagorje imaju obilje mogućnosti, jer ovo područje obiluje povijesnim znamenitostima poput dvoraca i muzeja, kao i bogatom ponudom u vjerskom turizmu. Osim toga, Zagorje je poznato po svojim termalnim izvorima, što ga čini atraktivnim i za kupališni turizam. Za one koji traže bijeg od gradske gužve i buke te brzog tempa života, seoski turizam je izvrsna opcija. On nudi opuštanje u prirodi, mogućnost upoznavanja tradicionalnih zanata i obrta, te uživanje u autentičnoj domaćoj kuhinji koja budi sjećanja na djetinjstvo. Među idealnim mjestima za odmor i relaksaciju u Krapinsko-zagorskoj županiji su hoteli poput Terma Tuhelj, Terma Jezerčica, Hotela Toplice i Bluesun Hotela Kaj. Svojim udobnim smještajem, raznovrsnom ponudom i izvrsnom gastronomijom, ovi hoteli osiguravaju ugodan boravak za svakog gosta. Krapinsko-zagorska županija obiluje turističkim potencijalom, s posebnim fokusom na razvoj kupališnog turizma, očuvanje kulturne baštine i promociju vjerskog turizma u Mariji Bistrici. Iako se nalazi u kontinentalnom dijelu Hrvatske, ovo područje ima potencijal za povećanje broja dolazaka i noćenja turista, ali njegov razvoj zahtijeva sveobuhvatan pristup i integriranu strategiju.

### 3.1. Turizam u Krapinsko-zagorskoj županiji

Kažu da Zagorje ima sve što jedna bajka treba – zelene livade, prostrane šume, veličanstvene dvorce i kurije, zanimljive muzeje, termalne izvore, slikovite crkve, pješačke staze, vinograde i vinske ceste, ukusnu kuhinju, srdačne ljude, priče, legende i „popevke“. Krapinsko-zagorska županija bogata je kulturnim sadržajima, atrakcijama i smještajnim kapacitetima. U Krapinsko-zagorskoj županiji može se pronaći osam hotela: Well, Terme Jezerčica, Kaj, Matija Gubec, Villa Magdalena, Heritage Hotel Dvorac Gjalski, Zagi i SE-MI. Osim hotela, tu su i dva kampa, Terme Jezerčica i Kamp & Glamping Village Vita, kao i šest pansiona: Vuglec Breg, Zagylant, Stara Škola, Villa Zelenjak-Ventek, Stara Vodenica i Rody.

Turizam u Krapinsko-zagorskoj županiji je još uvijek u fazi razvoja i Zagorje nije široko poznata destinacija. Međutim, Krapinsko-zagorska županija aktivno radi na promociji i privlačenju turista.

Broj dolazaka i noćenja u Krapinsko-Zagorskoj županiji 2018.-2023.godine				
GODINA	DOLASCI/NOĆENJA	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI
2018.	DOLASCI	160 669	83 521	77 148
2018.	NOĆENJA	361 864	201 592	160 272
2019.	DOLASCI	177 835	90 705	87 130
2019.	NOĆENJA	386 985	213 970	173 015
2020.	DOLASCI	89 836	57 419	32 417
2020.	NOĆENJA	200 684	135 598	65 086
2021.	DOLASCI	151 644	96 995	54 649
2021.	NOĆENJA	315 268	207 204	108 064
2022.	DOLASCI	177 266	94 306	82 960
2022.	NOĆENJA	383 672	207 399	176 273
2023.	DOLASCI	191 603	94 658	96 945
2023.	NOĆENJA	414 222	208 500	205 722

**Tablica 8: Broj dolazaka i noćenja u Krapinsko-Zagorskoj županiji 2022./2023.godine**

Izvor: Izrada autorice prema: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/29506> (pristupljeno 15.5. 2024.)

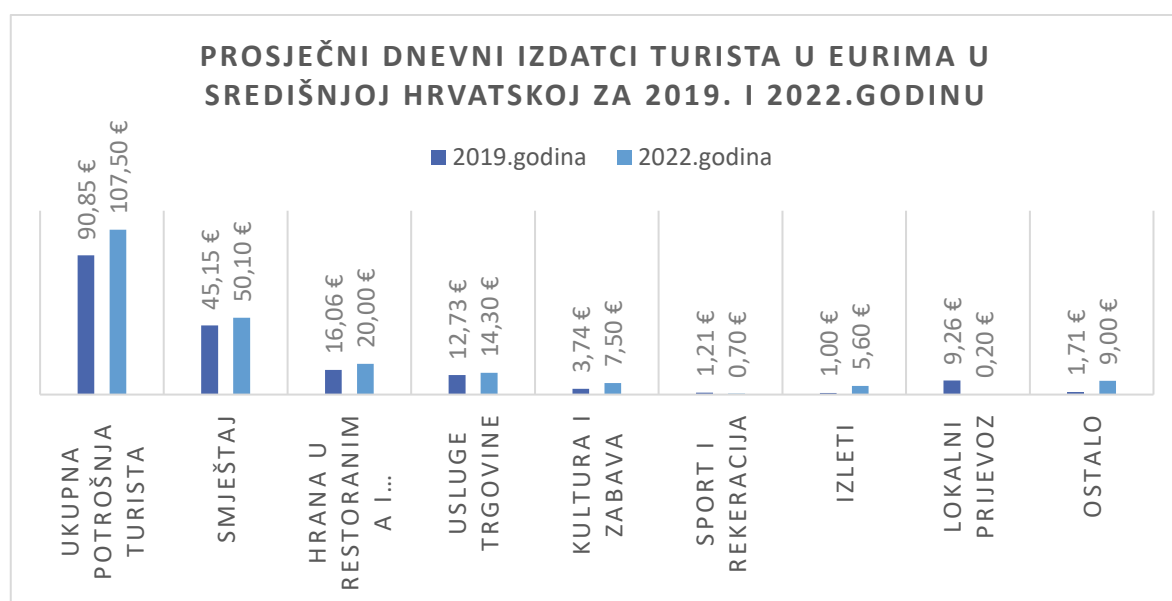
Prema tablici iznad vidljivo je kako od 2018. godine broj dolazaka i noćenja u porastu. 2018. godine Krapinsko-zagorsku županiju posjetilo je ukupno 160 669 gostiju, od kojih je 83 521 domaćih turista, te 77 148 stranih turista. Što se tiče noćenja, tijekom 2018. godine

u Krapinsko-zagorskoj županiji ostvareno je ukupno 361 864 noćenja. 201 592 noćenja ostvareno je od strane domaćih turista, te 160 272 noćenja od strane stranih turista. Iz tablice možemo iščitati kako je u 2018. godini veći broj noćenja i dolazaka ostavljen od strane domaćih turista. U 2019. godini na području Krapinsko-zagorske županije ukupno je ostvareno 177 835 dolazaka, od kojih je 90 705 ostvareno od strane domaćih, a 87 130 od strane inozemnih turista. Ukupan broj noćenja ostvaren u Krapinsko-zagorskoj županiji 2019. godine iznosi 386 985, od toga je 213 970 noćenja ostvareno od strane domaćih, a 173 015 od strane stranih turista. Nadalje u 2020. godini vidljiv je značajan pad dolazaka i noćenja na koje je utjecala COVID-19 pandemija, pa je tako u 2020. godini na području Krapinsko-zagorske županije zabilježeno 89 836 dolazaka, u omjeru od 57 419 domaćih gostiju te 32 417 inozemnih gostiju, što je razumljivo obzirom da je u tom periodu bilo zabranjeno putovati van županije a kamoli države. Što se tiče noćenja, broj noćenja je također smanjen, te je zabilježeno ukupno 200 684 noćenja, od kojih je 135 598 ostvareno od strane domaćih gostiju, a znatno manje odnosno 65 086 noćenja od strane inozemnih turista. 2021. godine svijet se počinje oporavljati od posljedica pandemije, pa se tako i sve više ljudi vraća starim navikama te putovanjima. U 2021. godini vidljiv je porast dolazaka koji je iznosio 151 64 dolazaka. 2021. godine na području Krapinsko-zagorske županije 96 995 dolazaka je domaćih gostiju, a 54 649 stranih turista. Broj noćenja 2021. godine dosegao je brojku od 315 268 noćenja, od kojih je 207 204 domaćih gostiju, a 108 064 stranih. 2022. godine broj dolazaka u Krapinsko-zagorskoj županiji dosegao je brojku od ukupno 177 266 dolazaka, te i dalje broj stranih gostiju u odnosu na domaće manji za 11 346. Kada se govori o noćenju, ostvareno je ukupno 383 672 noćenja, te je i dalje broj noćenja ostavljenih od domaćih gostiju veći no stranih za 31 126. I posljednja prikazana godina u tabeli je 2023. godina, kada je u Krapinsko-zagorskoj županiji zabilježeno 191 603 dolazaka, od kojih je 94 658 ostvareno od strane domaćih gostiju, a čak 96 945 dolazaka od strane inozemnih gostiju, što je više naspram domaćih. Broj noćenja 2023. godine dosegao je brojku od 414 222, te je od strane domaćih turista ostvareno 208 500 noćenja, dok je broj inozemnih turista ostvario 205 722 noćenja. Možemo vidjeti kako broj dolazaka te noćenja kontinuirano raste, te je u 2023. godini smanjena razlika između domaćih i stranih turista što znači da Krapinsko-zagorska županija povećava broj inozemnih posjetitelja. Strani gosti često percipiraju Hrvatsku kao destinaciju uz more, što može objasniti manji broj stranih turista u Krapinsko-zagorskoj županiji u usporedbi s domaćim gostima. Krapinsko-zagorska županija ima udio od 48%

inozemnih posjetitelja, i 52% domaćih gostiju. Vidljivo je da se broj stranih gostiju povećava, gosti prepoznaju tradiciju ove županije, ljepotu krajolika, srdačnost ljudi te raznovrsnost usluga. U Krapinsko-zagorskoj županiji najviše se razvija toplički turizam o kojem je više navedeno u prijašnjem poglavlju, samim time u taj oblik turizma se najviše investira. Prema postotku inozemnih gostiju, može se reći da je Krapinsko-zagorska županija destinacija koja je poznata i van granica Hrvatske.

### 3.2. Turistička potrošnja u Krapinsko-zagorskoj županiji

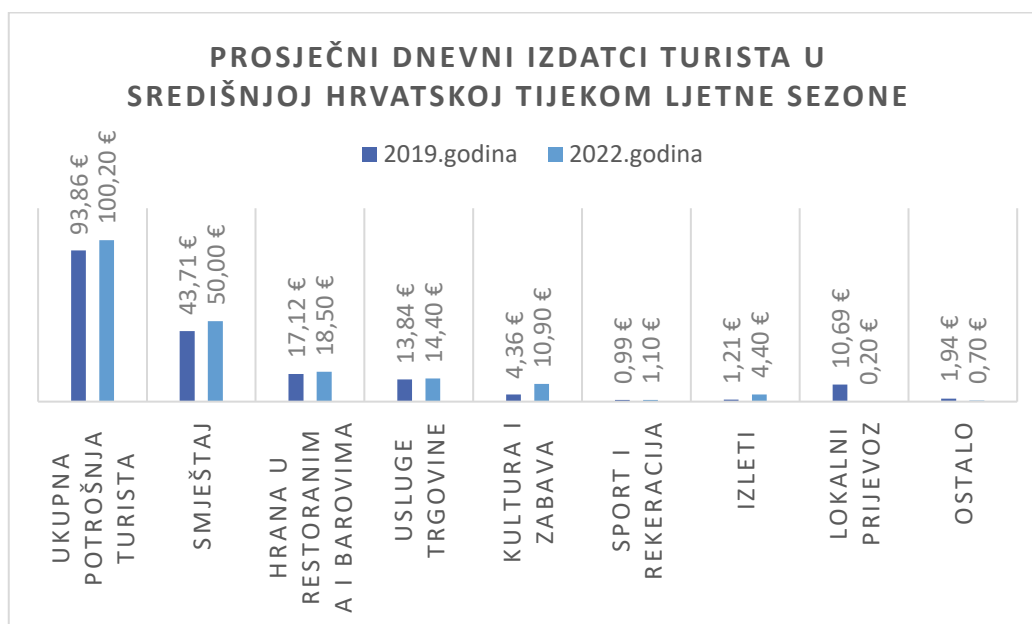
Iz prethodnih dijelova možemo zaključiti da turisti posjećuju ovu županiju kako bi se opustili, uživali u bogatstvu kulturnih atrakcija, muzeja i galerija te otkrili ljepotu netaknute prirode. Također, privlači ih ljekovita termalna voda, autentična gastronomska ponuda u restoranima te vjerski sadržaji koji obogaćuju iskustvo posjetitelja. Podaci o izdacima koje turisti imaju u Krapinsko-zagorskoj županiji za razne turističke ponude i usluge nisu dostupni jer nitko u županiji ne vodi takvu statistiku. Stoga nije moguće izračunati prosječnu dnevnu potrošnju turista u toj regiji. Međutim, radi procjene, možemo koristiti prosječne dnevne izdatke turista za Hrvatsku iz TOMAS istraživanja. Prema istraživanju TOMAS Ljeto 2019., i 2022.godine ukupni prosječni dnevni izdaci turista u Krapinsko-zagorskoj županiji bit će prikazani u grafikonu.



**Graf 13:** Prosječni dnevni izdaci turista u eurima u Središnjoj Hrvatskoj 2019./2022.godine

Izvor: Izrada autorice prema: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (pristupljeno 16.5. 2024.)

Prema grafikonu iznad vidljivo je kako su turisti u 2019., te 2022.godini najviše dnevno trošili na uslugu smještaja. Turistička ponuda Krapinsko-zagorske županije uključuje raznoliku gastronomsku ponudu koja je obilježena autohtonim zagorskim jelima. Pa je tako nakon smještaja usluga hrane i pića najviše korištena od strane turista u uspoređenim godinama. U Krapinsko-zagorskoj županiji turisti su za kupovinu i uslugu trgovine dnevno trošili 10, 44 € 2019.godine, a 2022.godine potrošnja je porasla na 14, 30 € dnevno. Među prednostima Krapinsko-zagorske županije ističu se njezina prirodna ljepota, bogatstvo kulturnih znamenitosti te osjećaj mira koji pruža. Posjetitelji koji su razgledali određene kulturne znamenitosti za tu aktivnost su izdvojili oko 2,45 € dnevno, dok su 2022.godine za tu istu aktivnost trošili više oko 5,50 €. Troškovi turista za sportske aktivnosti i rekreaciju u 2019. godini iznosili su 1,65 €, dok je 2022.godine ta potrošnja smanjena na 0,50 € dnevno. Ovdje je vidljiv utjecaj Covid-19 pandemije, jer su turisti 2019.godine zbog pandemije više brinuli o rekreaciji, te im neke druge aktivnosti nisu bile dostupne. S obzirom na razvoj seoskog, kupališnog, kulturnog i vjerskog turizma u županiji, posjetitelji koji su uživali u jednom od tih oblika turizma dnevno su 2019.godine izdvojili 0,57 €, dok je u 2022. Godini vidljivo kako su turisti nakon pandemije trošili više na izlete – 6,40 €. Od ukupnih izdataka, turisti su za lokalni prijevoz 2019.godine trošili oko 6,27 €, a 2022. Godine 0,10 €. Što se tiče svih ostalih aktivnosti odnosno usluga, turisti su 2019.godine izdvojili oko 1,24 €, a 2022.godine i do 14, 10 €. U grafikonu ispod prikazani su podaci vezani za prosječnu dnevnu potrošnju turista u Krapinsko-zagorskoj županiji tijekom ljetne sezone.

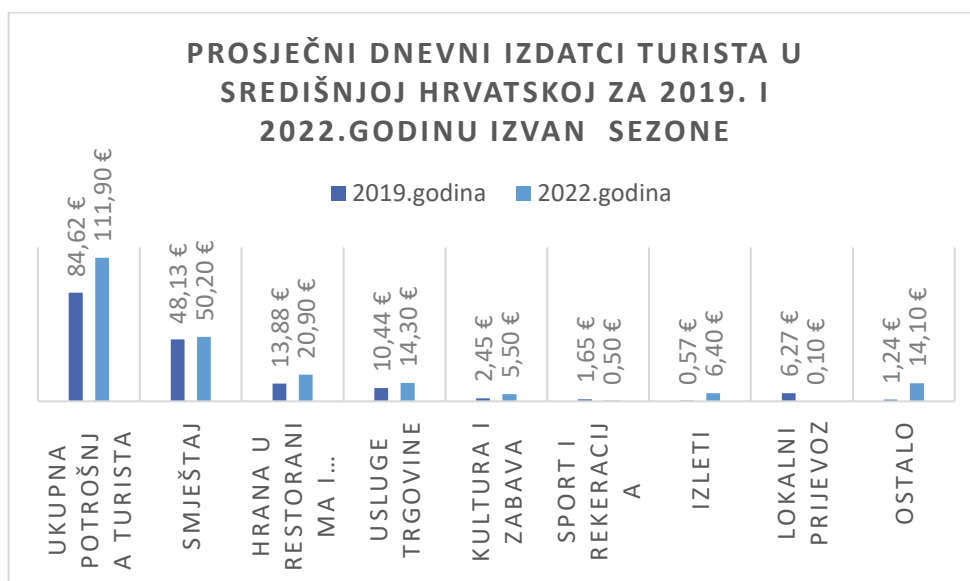


**Graf 14:** Prosječni dnevni izdatci turista u Središnjoj Hrvatskoj tijekom ljetne sezone 2019./2022.

Izvor: izrada autorice prema: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (pristupljeno 16.5. 2024.)

Tijekom ljetne sezone u Krapinsko-zagorskoj županiji, zabilježeni su sljedeći izdatci. Kako i izvan sezone, tako su turisti I u sezoni najviše novaca trošili na uslugu smještaja. Nakon usluge smještaja turisti su 2019.godine za hranu izdvajali 17,12 € dnevno, a 2022.godine za prehranu turisti su trošili 18,50 € dnevno. U županiji turisti su za kupovinu, te usluge trgovine 201.godine izdvajali 13,84 € dnevno, a 2022.godine taj trošak je narastao na 14,40 € dnevno. Nadalje za zabavu, te kulturu turisti su 2019.godine trošili 4,36 € dnevno što je značajno manje naspram 2022.godine kada su turisti izdvajali i do 10,90 € dnevno. Za izlete 2019.godine turisti su trošili 1,21 €, dok je 2022. Godine na izlete potrošeno 4,40 €. Ovdje je vidljiv utjecaj COVID -19 pandemije jer u 2019.godini turisti nisu imali mogućnost odlazanja na izlete zbog raznih ograničenja. Samim time 2019.godine 10,69€ potrošeno je na lokalni prijevoz, dok je 2022. Godine taj trošak smanjen na 0,20 € dnevno. Na ostale troškove turisti u Krapinsko- zagorskoj županiji izdvajali su 2019.godine 1, 94€ a 2022.godine samo 0,70 € dnevno. Najmanje novaca od strane turista potrošeno je 2019.godine na sport i rekreaciju, a 2022.godine na lokalni prijevoz.

U grafu ispod prikazani su podaci o dnevnim izdancima izvan sezone.



**Graf 15:** Prosječni dnevni izdatci turista u Središnjoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu izvan sezone

Izvor: izrada autorice prema: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (pristupljeno 16.5. 2024.)

Izvan sezone u 2019. Godini ukupna potrošnja turista iznosila je 84, 62 €, a u 2022. Godini 111,90 €. Kao i u vrijeme sezone, najviše novčanih sredstava izdvojeno je za uslugu smještaja, u 2019. Godini 48, 13 €, a u 2022. Godini 2,07 € više. Za uslugu hrane i pića turisti su 2019. Godine dnevno trošili 13,88 €, a u 2022. Godini 20,90 €. Za uslugu kupnje, trgovine izvan sezone u 2019. Godini potrošeno je 10, 44 €, dok je 2022. Godine za istu uslugu potrošeno 3,86 € više. Turisti su i izvan sezone iako u manjem broju, izdvajali novce za kulturu i zabavu, pa je tako u 2019. Godini van sezone potrošeno 2, 45 € a u 2022. Godini 5, 50 €. Za sport i rekreaciju turisti su 2019. Godine izdvojili 1, 65 € dnevno, a tijekom 2022. Godine potrošeno je 0, 50 €. Za izlete u 2019. Godini izvan sezone je potrošeno 0,57 € dnevno, dok je u 2022. Godini potrošeno 5,83 € više. Turisti su za usluge lokalnog prijevoza u 2019. Godini izdvojeno je 6,27 €, dok je u 2022. Godini izdvojeno znatno manje – 0, 10 €. Za ostale usluge izvan sezone, turisti su u 2019. Godini utrošili 1,24 €, a u 2022. Godini 14, 10 €.

Iako su ovi podaci samo približni, turistička potrošnja u Krapinsko-zagorskoj županiji je relativno visoka kada se uspoređuje sa ostalim županijama. Krapinsko-zagorska županija ima dobru infrastrukturnu povezanost s europskim zemljama, što olakšava pristup gotovo svim turističkim odredištima unutar nje. Ključno pitanje je kako privući turiste u županiju te ih zadržati duže od jednog dana. Krapinsko-zagorska županija ima

velik potencijal za isto, zbog brojnih znamenitosti, prirodnih ljepota no potrebno je više ulagati u promociju istih. Povećanjem broja turista u županiji, prihodi od turizma bi se povećali, što bi rezultiralo i boljim načinom života za lokalno stanovništvo.



## 4. Općenito o Vraždinskoj županiji

Varaždinska županija nalazi se u sjevernom dijelu Republike Hrvatske, te se sastoji od 6 gradova, 22 općine i 302 naselja. Varaždinska županija, kao jedna od najstarijih u Hrvatskoj, bila je među prvim područjima organiziranim kao upravno-teritorijalna jedinica. Varaždin je grad koji svoj specifični urbani identitet ne ističe samo ljepotom barokne arhitekture, već i toplinom svojih šarmantnih trgova, ulica i parkova. Do danas je sačuvao važne značajke hrvatskog "Beča" kao grada baroka, glazbe i cvijeća, čineći ga privlačnom i ugodnom destinacijom za posjetitelje.

Varaždinska županija obiluje raznolikim turističkim resursima, uključujući bogatu prirodnu raznolikost, povijesne spomenike, tradicionalnu arhitekturu i brojne manifestacije. Najpoznatije znamenitosti grada Varaždina obuhvaćaju tvrđavu Starog grada, crkve, gradska vijećnica, samostane i barokne palače grofova u Starom gradu, te Hrvatsko narodno kazalište. Ove znamenitosti čine Varaždin, uz Zagreb, ključnim kulturnim središtem sjeverozapadne Hrvatske. Tu su i drugi potencijali poput seoskog, izletničkog, lovnog i ribolovnog turizma koji pružaju mogućnosti za razvoj turizma u regiji. Na području Županije djeluju brojna obiteljska gospodarstva koja svoje proizvode dijelom plasiraju i prema turističkom tržištu. U Nacionalnom katalogu Ruralni turizam Hrvatske, koji je razvijen u suradnji Hrvatske gospodarske komore i Ministarstva turizma, usmjeren je na stvaranje snažne ponude ruralnog turizma te prikazuje objekte seoskog turizma u Vraždinskoj županiji. Varaždinska županija poznata je i po vinskim cestama. Udruživanje vinara iz različitih krajeva i vinarskih udruga omogućilo je formiranje vinskih cesta, koje, zahvaljujući dugogodišnjoj tradiciji vinogradarstva u ovim područjima, predstavljaju izuzetno kvalitetnu turističku ponudu. Stvorene su četiri vinske ceste: Vinska cesta Ludbreg, Vinska cesta Jalžabet, Vinska cesta "Klampotić" Cestica i Toplička vinska cesta. Kako bi posjetitelji mogli uživati u hrani i piću, potrebno je da prvo ogladne. Zbog toga vinske ceste uvijek nude dodatnu turističku ponudu, koja uključuje raznovrsne sportske i zabavne aktivnosti poput lova, ribolova, biciklizma, šetnji, plivanja, jahanja, trčanja, razgledavanja kulturnih i prirodnih znamenitosti, te tradicionalnih pučkih svečanosti i veselica. Kada se govori o turističkoj ponudi Varaždinske županije, ne smije se zaboraviti njezino bogato kulturno i prirodno, materijalno i nematerijalno naslijeđe. To uključuje Varaždinske barokne večeri, dvorac Trakošćan, Arboretum Opeka, Stari grad Varaždin, rimske iskopine Iovia,

Špancirfest, Dani Performansa, Festival čipke, Zlatnu nimfu, Povijesne svečanosti, Ivanščicu, Zeljarijadu i Dravsku park šumu. Ivanščica i Ravna Gora idealne su za sportsko-rekreacijske aktivnosti poput planinarenja i biciklizma, s više od 250 km označenih planinarskih staza i oko 1.000 km biciklističkih staza. "Mura-Drava Bike" je međunarodni planinski biciklistički projekt koji nas spaja s primarnom europskom biciklističkom rutom. Zbog povoljnih zračnih struja, Ravna gora je omiljena destinacija za paraglajdere. Stjenoviti pejzaži čine ju savršenim mjestom za planinarenje i ekstremne sportove. Lovište Zelendvor je cijenjeno zbog svog prirodnog okoliša i uzgajališta divljači, te organizira organizirane lovačke izlete, koji mogu trajati jedan ili više dana, u suradnji s drugim lovištima u okolici.

Varaždinska županija se ističe kao visokokvalitetna turistička destinacija, što znači da obuhvaća sve ključne turističke atrakcije unutar svog područja, koje su opisane ranije u tekstu. Varaždinska županija. Više o samom turizmu ove županije, opisano je u sljedećem poglavlju.

#### **4.1. Turizam u Varaždinskoj županiji**

Ovaj dio sjeverozapadne Hrvatske, gdje se susreću „bregi i doli“, pruža bogatstvo raznolikosti i obećava nezaboravno iskustvo koje će vas očarati. Varaždinska županija može se usporediti s najfinijim čipkastim radom. Što dublje istražujete njene slojeve, to otkrivete još finije detalje koji čine njezinu bogatu povijest. Ovo je područje koje obiluje baroknim palačama i dvorcima, s drevnim spomenicima iz antičkih vremena. U Varaždinskoj županiji smješteno je 9 hotela: Hotel Trakošćan, Park Botique Hotel, Hotel Istra, Hotel Turist, Hotel Varaždin, Hotel La'gus, Hotel Orion, Hotel Amalia te Hotel Crnković. Osim hotela, u županiji gosti mogu odsjesti u pansionima, hostelima, kućama za odmor, brojnim sobama te apartmanima, i kućama za odmor s pričom.

Zahvaljujući svojoj povijesti, geografskom položaju te ekonomskom napretku i pratećim društvenim i socijalnim promjenama, Varaždin je temeljno odredište za kulturni (urbani) turizam. Grad je među najomiljenijim turističkim destinacijama na kontinentu Hrvatske, a kontinuirana ulaganja u razvoj gospodarstva, komunalne infrastrukture i podizanje društvenih standarda svake godine unaprjeđuju njegovu turističku ponudu i kvalitetu.

Broj dolazaka i noćenja u Varaždinskoj županiji 2022./2023.godine				
GODINA	DOLASCI/NOĆENJA	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI
2018.	DOLASCI	71 150	34 015	37 135
2018.	NOĆENJA	167 776	90 785	76 991
2019.	DOLASCI	81 284	36 752	44 532
2019.	NOĆENJA	184 409	98 018	86 391
2020.	DOLASCI	45 180	21 340	23 840
2020.	NOĆENJA	85 036	44 482	40 554
2021.	DOLASCI	72 675	34 120	38 555
2021.	NOĆENJA	148 509	70 507	78 002
2022.	DOLASCI	88 592	40 489	48 103
2022.	NOĆENJA	202 467	93 937	108 530
2023.	DOLASCI	103 216	46 452	56 764
2023.	NOĆENJA	241 220	113 596	127 624

**Tablica 9:** Broj dolazaka i noćenja u Varaždinskoj županiji 2022./2023.godine

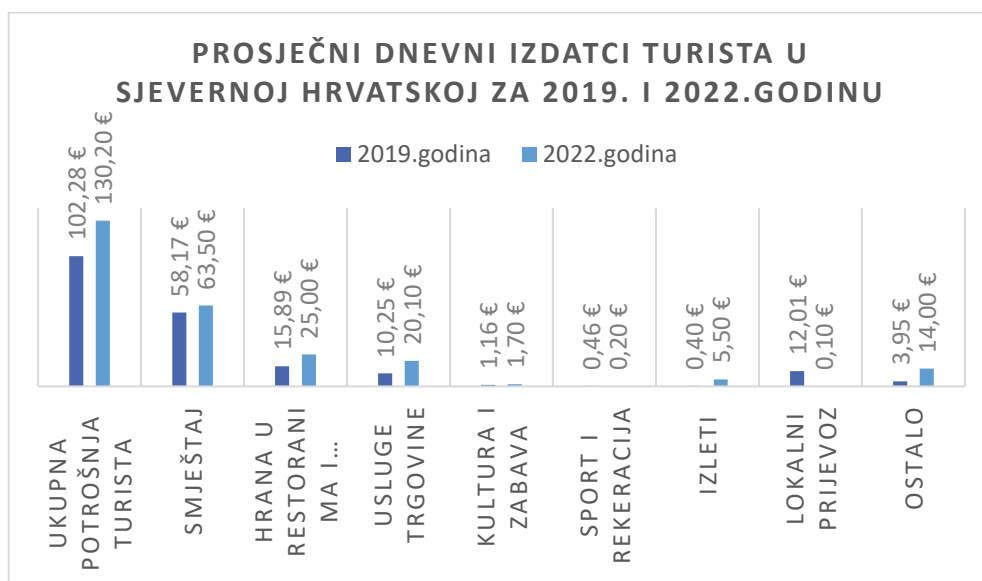
Izvor: Izrada autorice prema: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506> (pristupljeno 26.5. 2024.)

Iako je Varaždin savršena destinacija za jednodnevne izlete zahvaljujući svojoj dobroj povezanosti s Zagrebom i susjednim zemljama, posebnoj atmosferi grada te obilju znamenitosti, prema tablici iznad vidljivo je kako se i velik broj turista zadržava u županiji. Prema tablici vidljivo je kako Varaždinsku županiju posjećuje veći broj stranih gostiju no domaćih. 2018. godine Varaždinsku županiju posjetilo je ukupno 71 150 gostiju, od kojih je 34 015 domaćih, a 37 135 stranih turista. Što se tiče noćenja u 2018. Godini zabilježeno je 167 776 noćenja, te je 13 794 noćenja više ostvareno od strane stranih turista u odnosu na domaće. 2019. godine vidljiv je porast od 10 134 dolazaka. Veći broj dolazaka ostvaren je od inozemnih turista – 44 532, dok su domaći turisti ostvarili 36 753 dolazaka. Broj noćenja također je porastao na 184 409 noćenja. 98 018 noćenja ostvarili su domaći turisti, a 86 391 noćenje inozemni gosti. U 2020. Godini broj dolazaka znatno je smanjen, zbog COVID-19 pandemije, pa je tako broj dolazaka pao na 45 180, te je 2500 dolazaka više ostvareno od strane stranih gostiju. Broj noćenja također je pao, ostvareno je 85 036 noćenja. Broj noćenja domaćih gostiju veći je za 3928 u odnosu na strane turiste. 2021. godine vidi se blagi porast, te oporavak od pandemije pa se tako i više putovalo. Ostvareno je 72 675 dolazaka, od kojih je 34 120 dolazaka ostvarenih od strane domaćih gostiju, a 38 555 od strane inozemnih. Broj noćenja znatno je porastao u 2021. godini te je tada ostvareno 148 509 noćenja, te je 7495 noćenja više ostvareno od strane inozemnih turista. Tijekom 2022. godine Varaždinsku

županiju ukupno je posjetilo 88 592 turista. Prema broju dolazaka, županiju je posjetilo 40 489 domaćih gostiju, te 48 103 inozemnih posjetitelja. U 2023. Godini Varaždinska županija ostvarila je 103 216 dolazaka, od kojih je 46 452 dolaska ostvarenih od strane domaćih turista, a nešto veći broj od 56 764 od strane inozemnih gostiju. Što se tiče noćenja u županiji je ukupno ostvareno 241 220 noćenja tijekom 2023. godine. 113 596 noćenja ostvareno je od strane domaćih turista, a nešto veća brojka noćenja – 127 624 od strane inozemnih gostiju. Jasno je kako Varaždinsku županiju iz godine u godinu otkriva sve veći broj posjetitelja. Također primjećeno je kako se za dolazak u županiju više odlučuju strani nego domaći posjetitelji. U županiju velik broj turista osim zbog prirodnih ljepota, zanimljivosti, culture dolaze i zbog manifestacija, a jedno od najpoznatijih je Špancirfest- najveći i najprestižniji ulični festival u Hrvatskoj. 2023. godina za Varaždinsku županiju bila je iznimno uspješna, što osim brojka govori i to da je Varaždinski advent proglašen najljepšim u Hrvatskoj. Prošla godina donijela je iznimno uspješno razdoblje za turizam u Varaždinu, posebice zbog stjecanja titule UNESCO-ovog grada glazbe, čime je Varaždin postao prvi grad u Hrvatskoj koji se može ponositi tim priznanjem. To je vrhunac dugogodišnjih nastojanja i posvećenosti Grada Varaždina u promicanju glazbene kulture i naslijeđa. Sve je to plod sustavnog rada Turističke zajednice grada Varaždina u stvaranju visokokvalitetnih sadržaja te promociji destinacije koja postaje sve prepoznatljivija i traženija na međunarodnoj razini.

## **4.2. Turistička potrošnja u Varaždinskoj županiji**

Tijekom cijele godine, Varaždin je živahan grad koji nudi raznolike turističke atrakcije na svojim ulicama. Kako izdatci za Krapinsko-zagorsku županiju nisu dostupni, jer nitko ne vodi statistiku tako i za Varaždinsku županiju ne postoje, pa nije moguće odrediti prosječnu dnevnu potrošnju posjetitelja u tom području. Ipak, radi procjene, možemo se osloniti na prosječne dnevne troškove turista u Hrvatskoj prema podacima iz TOMAS istraživanja. Podaci o prosječnim dnevnim troškovima turista u Varaždinskoj županiji za godinu 2019. i 2022. bit će prikazani u grafikonu prema rezultatima istraživanja TOMAS.

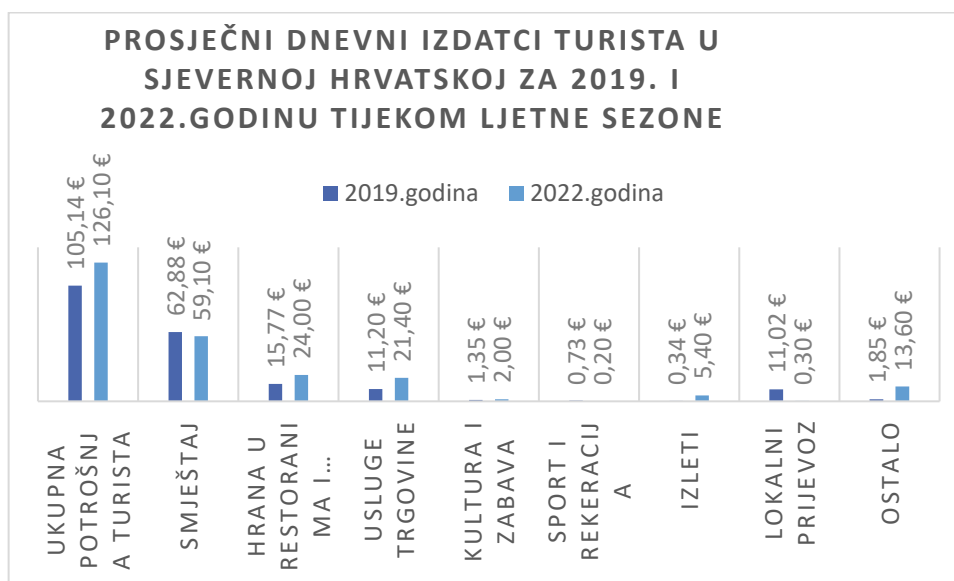


**Graf 16:** Prosječni dnevni izdatci turista u Sjevernoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu

Izvor: Izrada autorice prema: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (pristupljeno 26.5. 2024.)

Ukupna dnevna potrošnja turista u Varaždinskoj županiji 2019. Godine, iznosila je 102,28 €, a u 2022.godini potrošnja se povećala za 27,92 €. Tijekom 2019. godine turisti su najviše novaca trošili na uslugu smještaja – 58,17 €, a u 2022.godini gosti su za istu uslugu trošili 63, 50 €. Nakon smještaja, turisti su dosta novaca izdvajali na hranu i piće. Gastronomija Varaždina reflektira obilje kulturnog naslijeđa i tradicije toga područja, te su gosti to i prepoznali, pa su tako u 2019. Godini dnevno na hranu izdvojili do 15,89 €, a u 2022.godini izdvajalo se 25,00 €. Gosti su za kupnju raznih proizvoda u 2019. Godini potrošili 10, 25 €, dok je u 2022. Godini vidljiv porast za 9,85 €. Varaždin je prepoznatljiv po svojoj bogatoj kulturnoj baštini, te se tijekom cijele godine održava raznolik spektar kulturnih manifestacija na koje su turisti u 2019. godini trošili 1,16 €, a u 2022. godini 1,70 €. Za sportske aktivnosti i rekreaciju turisti su 2019. Godine izdvojili 0,46 €, dok je u 2022. Godini za istu uslugu utrošeno 0,26 € manje. Turisti su za izlete u 2019.godini izdvojili 0, 40 €, a u 2022. Godini primjećen je porast u ovom segment na 5, 50 €. Za uslugu lokalnog prijevoza turisti su 2019. Izdvajali 12, 10 € dnevno, no u 2022. godini samo 0,10 €. Za ostale usluge turisti su 2019. Godine trošili 3,95 €, a u 2022. Godini 14,00 €. U 2019. Godini turisti su najmanje novaca izdvajali za izlete. Tijekom 2022. Godine gosti su najmanje novaca izdvajali za lokalni prijevoz.

U sljedećem grafu biti će prikazani prosječni dnevni izdatci turista u Vraždinskoj županiji u 2019., te 2022. Godine tijekom sezone.

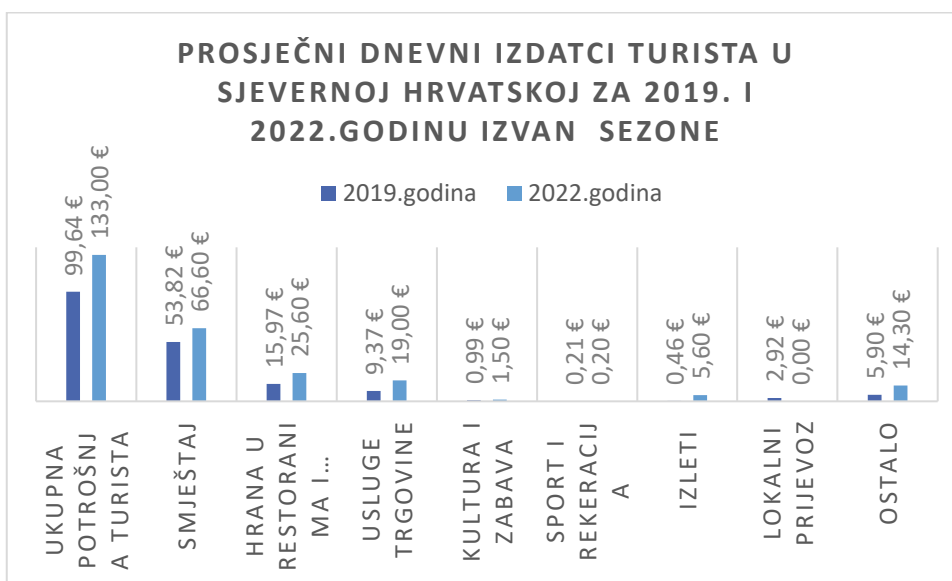


**Graf 17:** Prosječni dnevni izdatci turista u Sjevernoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu tijekom ljetne sezone

Izvor: Izrada autorice prema: <https://www.iztzg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (pristupljeno 26.5. 2024.)

Prema grafu 13., turisti su tijekom sezone 2019.godine ukupno potrošili 105,14 €, a u 2022.godini potrošeno je ukupno 126,10 €. Kao i do sada, turisti su najviše izdataka izdvajali za uslugu smještaja, pa je tako za vrijeme ljetne sezone 2019. Godine na tu uslugu potrošeno 62, 88 €, a u 2022. Godini 59,10 €. Uživajući u raznim gastronomskim dleicijima koje nudi Varaždinska županija, gosti su za vrijeme sezone 2019.godine izdvojili 15, 77 €, a u 2022. Godini na uživanje u gastronomiji trošilo se 24,00 € više. Za kupovinu tijekom sezone 2019.godine turisti su izdvojili 11,20 € a u sezoni 2022.godine čak 21,40 €. Turisti su na razne kulturne sadržaje te zabavu u Varaždinskoj županiji u sezoni 2019.godine potrošili 1,35 €, a tijekom sezone 2022. 2,00 € dnevno. Za sport i rekreaciju u sezoni 2019. Utrošeno je 0, 73 €, a u sezoni 2022.godine 0, 20 €. Na uslugu lokalnog prijevoza tijekom sezone u 2019.godini gosti su potrošili 11,02 €, a u sezoni 2022.godine na istu uslugu utrošeno je 0, 30 €. Turisti su za ostale usluge tijekom sezone 2019. Godine izdvojili 1,85 €, a za vrijeme sezone 2022. Godine 13, 60 €. Najmanje izdataka u sezoni 2019. Godine turisti su izdvojili za izlete, a u sezoni 2022. Godine najmanje novaca od strane gostiju utrošeno je na sport i rekreaciju.

U grafikonu broj 14. Biti će prikazani prosječni Dnevni izdatci turista u Varaždinskoj županiji, također za 2019. te 2022.godinu ali izvan sezone.



**Graf 18:** Prosječni dnevni izdatci turista u Sjevernoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu izvan sezone

Izvor: Izrada autorice prema: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (pristupljeno 26.5. 2024.)

U Varaždinskoj županiji izvan sezone u 2019. godini turisti su ukupno izdvojili 99, 64 € dnevno, a u 2022. Godini 133,00 € dnevno. Za uslugu smještaja I dalje se najviše novaca trošilo, 2019. Godine utrošeno je 53, 82 € dnevno, a 2022. godine 66, 00 €. Turisti su izvan sezone trošili nešto manje novaca na hranu I pića u restoranima, 2019. Godine izdvojili su 15,97 €, a tijekom 2022. Godine 25, 60 €. Za kupnju raznih potrepština turisti su 2019. Godine potrošili 9, 37 €, dok je u 2022. Godini izdvojeno 19,00 €. Na kulturne sadržaje, te zabavu u Varaždinskoj županiji u 2019. Godini od strane turista potrošeno je 0,99 €, a u 2022. Godini 1, 50 €. Što se tiče sporta I rekreacije, izvan sezone u 2019. Godini potrošeno je 0,21 €, te u 2022. Godini 0, 20 €. Na izlete izvan sezone 2019. Godine izdvojeno je 0,46 € dok je za istu uslugu u 2022.godini izdvojeno 5, 60 €. Turisti su izvan sezone 2019. Godine na lokalni prijevoz utrošili 2, 92 €, dok u 2022. Godini nisu ništa trošili na tu uslugu. Za ostale usluge izvan sezone u 2019. Godini utrošeno je 5, 90 €, a 2022. Godine 8, 40 € više. Tijekom sezone najmanje novaca u 2019. Godini izdvojeno je za sport I rekreaciju, dok je u 2022. Godini najmanje izdvojeno na lokalni prijevoz, odnosno za tu uslugu se nije ništa trošilo.

Podatci o potrošnji u Varaždinskoj županiji, su približni, no prema podacima možemo zaključiti kako je Varaždinska županija posjećena tijekom cijele godine. Vidljivo je kako nema prevelike razlike u sezoni te izvan sezone iako je Varaždinska županija, županija u

kontinentalnom dijelu Hrvatske, no uočeno je kako turisti najmanje novčanih sredstava izdvajaju za: izlete, lokalni prijevoz, te sport i rekreaciju.



## **5. Analiza turističke potrošnje – usporedba Krapinsko- zagorske županije u odnosu na Varaždinsku županiju**

U ovom poglavlju uspoređena je turistička potrošnja Krapinsko- zagorske u odnosu na Varaždinsku županiju. Obje županije imaju priličan broj sličnosti. Županije su bogate kulturnom baštinom, imaju zanimljivu povijest, i brojne znamenitosti. Osim po povijesti, obje su smještene na brdovitom području, te je gastronomija i uzgoj vinove loze uz turizam vrlo bitna aktivnost za lokalne stanovnike.

Što se tiče turističke potrošnje na godišnjoj bazi u 2019. Godini ukupna potrošnja turista manja je u Krapinsko-zagorskoj za 11, 43 € u odnosu na Varaždinsku županiju. U 2022. Godini situacija je jednaka, odnosno ukupna potrošnja turista iznosila u Krapinsko-zagorskoj županiji iznosila je 107, 50 € dok je u Varaždinskoj županiji dosegla 130,20 € dnevno. Kada govorimo o smještaju Varaždinska županije u obje godine ima bolje rezultate. Vezano za troškove hrane u restoranima i barovima u 2019. Godini gostiju su za tu uslugu izdvajali 0,17 € više nego u Varaždinskoj županiji, a u 2022. godini potrošnja je manja za 5,00 € u odnosu na Varaždinsku županiju. Za uslugu trgovine turisti su u Krapinsko-zagorskoj županiji trošili 12,37 € dnevno, dok u Varaždinskoj županiji 10, 25 €. U 2022. Godini potrošnja za ovu uslugu u Krapinsko- zagorskoj županiji je manja u odnosu na Varaždinsku za 5,8 €. Gosti su za kulturu i zabavu u Krapinsko-zagorskoj županiji dnevno izdvajali 3,74 € u 2019. Godini, dok su u Varaždinskoj županiji turisti za iste usluge trošili 2,58 € manje. 2022. Godine u Krapinsko-zagorskoj županiji turisti su za kulturne i zabavne aktivnosti trošili 7, 50 € dnevno, a u Varaždinskoj županiji 1, 70 €. Na dnevnoj bazi turisti su za sport i rekreaciju u Krapinsko-zagorskoj županiji izdvajali 1, 21 € a u 2022. Godini manje, odnosno 0,70 €. U Varaždinskoj županiji na iste usluge trošilo se manje, 2019. godine – 0, 17 € manje, a u 2022. 1,01 € manje. Kada govorimo o izletima turisti su više trošili novčanih sredstava u odnosu na Varaždinsku županiju, dok je za uslugu lokalnog prijevoza situacija obratna. Na ostale aktivnosti turisti u Varaždinskoj županiji u obje godine trošili su više.

Nakon izdataka na godišnjoj razini, u ovom odlomku uspoređeni su izdaci tijekom ljetne sezone. U ljetnoj sezoni u Krapinsko-zagorskoj županiji ukupna potrošnja turista iznosila je 93,86 € dnevno, a u 2022. Godini dnevna potrošnja se povećala na 100,02 €. U odnosu na

Varaždinsku županiju, županija je ostvarila bolje rezultate, odnosno u 2019. Godini izdatci turista iznosili su 105, 14 € a u 2022. Godini 126, 10 €. Za uslugu smještaja turisti su u Krapinsko-zagorskoj županiji izdvajali u 2019. Godini 43,71 € a u Varaždinskoj županiji 19, 17 €. U 2022. Godini također je u Krapinsko-zagorskoj županiji od strane gostiju potrošnja manja za 9, 10 €. Na dnevnoj bazi za uslugu hrane i pića u Krapinsko-zagorskoj županiji 2019. Godine izdvajalo se 17, 12 € dnevno, a u 2022. Godini 18, 50 €. U Varaždinskoj županiji 2019. Godine za istu uslugu gosti su trošili 1,35 € manje, a u 2022. 5,5 € više. Za uslugu trgovine u 2019. Godini turisti u Krapinsko-zagorskoj županiji izdvajali su više novčanih sredstava u odnosu na Varaždin, no u 2022. Godini je stanje suprotno. Za kulturu i zabavu u Krapinsko-zagorskoj županiji izdvajalo se 3, 36 € dnevno u 2019. Godini, te u 2022. Godini 10, 90 €, a u Varaždinskoj županiji znatno manje. 2019. Godine turisti su trošili 1, 35 € dnevno, a u 2022. Godini 2,00 €. Za sport i rekreaciju u Krapinsko-zagorskoj županiji turisti su izdvajali više nego u Varaždinskoj, za obje analizirane godine. Što se tiče izleta 2019. Godine su turisti u Krapinsko-zagorskoj županiji trošili 0,87 € više u odnosu na Varaždinsku, a u 2022. Godini u Krapinsko-zagorskoj županiji 1, 00 € manje u odnosu na Varaždinsku. Radi usluge lokalnog prijevoza turisti su u Varaždinskoj županiji izdvajali više novčanih sredstava u odnosu na Krapinsko-zagorsku županiju. Za ostale aktivnosti također je u Varaždinskoj županiji izdvojeno više novaca od strane gostiju.

I posljednja usporedba, je ona van sezone. Izvan sezone u Krapinsko-zagorskoj županiji 2019. godine ukupna potrošnja turista iznosila je 84,62 €, a u 2022. Godini 111,90 €. U Varaždinskoj županiji ukupna potrošnja van sezone 2019.godine bila je 99,64 € a u 2022. godini 133,00 €. Za uslugu smještaja, hrane i pića te usluge trgovine za obje godine više novaca izdvajali su turisti u Varaždinskoj županiji. Za kulturu i zabavu, sport i rekreaciju te za izlete van sezone više su u obje godine izdvajali turisti u Krapinsko-zagorskoj županiji. Također za uslugu lokalnog prijevoza više novaca izdvajali su gosti u Krapinsko-zagorskoj županiji. I za ostale usluge u obje godine turisti u Varaždinskoj županiji na dnevnoj bazi više su izdvajali u odnosu na goste iz Krapinsko-zagorske županije.

Uzevši u obzir da Varaždinska županija ima više smještajnih kapaciteta, poznatijih i većih manifestacija, u odnosu na Krapinsko-zagorsku županiju smatram da je turistička potrošnja županija približna. Kada uspoređujemo turističku potrošnju na godišnjoj razini, zaista nema prevelikih razlika. Smatram kako se u obje županije treba poticati razvitak raznih aktivnosti u prirodi kao što su pješčačenje, biciklizam jer županije imaju kapacitet za isto. U Krapinsko-

zagorskoj i Varaždinskoj županiji trebala bi se više promovirati lokalna gastronomija, te unaprijediti infrastruktura kako bi se privukao veći broj turista. Naravno potrebna je i bolja promocija obje županije, kako bi kontinentalna Hrvatska bila poznatija većem broju turista.

## **Zaključak**

Turizam je aktivnost s velikim potencijalom u Hrvatskoj, naročito vidljivim tijekom ljetnih mjeseci kada turisti kreću na odmor. Kontinentalni dio Hrvatske također pokazuje značajan potencijal za turistički razvoj. Ovaj diplomski rad istražuje alternativne aspekte turizma u Hrvatskoj koje turistima nudi, ali razvoj kontinentalnog turizma još nije dostigao svoj puni potencijal, iako postoji velika mogućnost da postane važan dio hrvatskog turizma. U radu su obrađene dvije županije koje su smještene u kontinentalnom dijelu Hrvatske, a to su: Krapinsko-zagorska i Varaždinska županija.

Krapinsko-zagorska županija i Varaždinska županije svake godine bilježe porast broja turista iz različitih dijelova svijeta, ali još nisu potpuno iskoristili svoje mogućnosti u turizmu. Krapinsko-zagorska županija nastoji privući strane posjetitelje i potaknuti rast turističke potrošnje putem raznovrsnih programa poput "Zagorje- Bajka na dlanu", s ciljem jačanja gospodarstva u regiji. Radi povećanja turističke potrošnje, veće turističke destinacije u županijama trebaju proširiti svoje ponude usluga osim osnovnih kao što su smještaj i ugostiteljstvo kako županije više ne bi bile poznate kao destinacije za jednodnevni izlet. Posebnu pažnju trebaju posvetiti razvoju ponude u zabavi, sportu, rekreaciji i kulturi, prilagođavajući je kvalitetom, raznolikošću, cijenom i drugim karakteristikama prema zahtjevima turističke potražnje. Za podizanje turističke potrošnje u Krapinsko-zagorskoj ali i Varaždinskoj županiji, potrebno je ponuditi inovativne turističke atrakcije, što će ih učiniti konkurentnija na regionalnoj razini.

Inozemnim gostima, Hrvatska je destinacija poznata po preljepim plažama i moru, a manje po kontinentalnim ljepotama. Cilj obje županije je povećati broj stranih u odnosu na domaće turiste. Unatoč iznimnom potencijalu, ključno je iskoristiti raspoloživa financijska sredstva iz Europskih fondova kako bi se ulagalo u turistički sektor. Krapinsko-zagorska i Varaždinska županija trebale bi privući turiste novim, inovativnim turističkim proizvodima kako bi potaknule potrošnju i postigle veću konkurentnost na tržištu, a samim time i dolazak stranih gostiju. Također smatram kako bi se na razini obje županije trebale početi voditi statistike o turističkoj potrošnji kako bi se moglo vidjeti na koje usluge turisti najviše troše, te koje bi usluge trebalo unaprijediti. Temeljem provedene analize, potvrđuje se i postavljena hipoteza rada, a to je da turistička potrošnja pozitivno utječe na Krapinsko-zagorsku i Varaždinsku županiju. Ukupna potrošnja U Krapinsko-zagorskoj županiji povećala se za

16,65 Eur-a u odnosu na 2019., te za 27,92 € u Varaždinskoj županiji , što svakako doprinosi gospodarskom razvitku promatranih županija.

## Bibliografija

### KNJIGE:

1. Blažević, Branko. Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: FMTU, 2007
2. Čavlek, Nevenka, et.al. Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga, 2010.
3. Petrić, Lidija. Osnove turizma. Split: Ekonomski fakultet, 2003.
4. Pirjavec, Boris. Ekonomska obilježja turizma. Zagreb: Golden marketing, 1998.
5. Vuković, Boris, and Nevenka Čavlek. Riječnik turizma. Zagreb: Masmedia, 2001.

### ČLANCI:

1. Antunac, Ivan. „Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista“. Ekonomski pregled 53, No. 3-4 (2002): 223-263
2. Blažević, Branko. „Agregatna potrošnja u Hrvatskoj i turizam“. Ekonomski pregled 52, No. 3-4 (2001): 339-353.
3. Šutolo, Ivan, Neven Ivandić, and Zrinka Marušić. „ Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske: Input – output model i satelitski račun turizma.“ Ekonomski pregled 62, No. 5-6 (2011): 267 – 285.

### INTERNET I OSTALI IZVORI:

1. Varaždinska županija: <https://www.varazdinska-zupanija.hr/>
2. Turistička zajednica Varaždinske županije: <https://www.varazdinska-zupanija.hr/>
3. Krapinsko-zagorska županija: <https://kzz.hr/>
4. Visit Zagorje: <https://visitzagorje.hr/>
5. UNWTO: <https://www.unwto.org/>
6. European Economy: Croatia's Tourism Industry – Part 2: Curse or Blessing?; Kristian Orsini and Mario Pletikosa: [https://economy-finance.ec.europa.eu/system/files/2019-07/eb047\\_en.pdf](https://economy-finance.ec.europa.eu/system/files/2019-07/eb047_en.pdf)
7. UNSD: [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf)
8. Turizam u brojkama: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2023\\_dokumenti//230804\\_turizam\\_u\\_brojkama\\_2022\\_hrv.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2023_dokumenti//230804_turizam_u_brojkama_2022_hrv.pdf)

9. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj TOMAS 2019.:  
<https://www.iztztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>
10. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj TOMAS 2022.:  
<https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf>
11. DZS: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506>
12. Eurostat:  
[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t\\_tour.t\\_tour\\_dem](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00194/default/table?lang=en&category=t_tour.t_tour_dem)

## Popis ilustracija

### TABLICE

Tablica 1: Razlike između obilježja potrošnje u mjestu stalnog boravka i potrošnje na turističkom putovanju .....	5
Tablica 2: Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turizma i izravni bruto domaći proizvod turizma u 2019 .....	16
Tablica 3: Zaposleni u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hranom .....	17
Tablica 4: Ukupna godišnja potrošnja turista u ostalim zemljama na uslugu smještaja u € .....	22
Tablica 5: Ukupna godišnja potrošnja turista u ostalim zemljama na uslugu prijevoza u € .....	23
Tablica 6: Ukupna godišnja potrošnja turista u ostalim zemljama na uslugu hrane i pića u € .....	24
Tablica 7: Udio gostiju u Hrvatskoj s pratnjom 2019. i 2022. godine .....	26
Tablica 8: Broj dolazaka i noćenja u Krapinsko-Zagorskoj županiji 2022./2023. godine ....	36
Tablica 9: Broj dolazaka i noćenja u Varaždinskoj županiji 2022./2023. godine .....	45

### GRAFOVI

Graf 1: Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u % (2022/2023) .....	8
Graf 2: Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u € (2022/2023) .....	9
Graf 3: Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u % (2019/2020) .....	10
Graf 4: Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u Hrvatskoj prema vrsti smještaja, u € (2019/2020) .....	11
Graf 5: Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj u € 2019/2020. ....	12
Graf 6: Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj u € 2022/2023. ....	12
Graf 7: Prihodi od međunarodnih dolazaka i turizma po regijama svijeta za 2019. ....	21



Graf 8:Motivi dolaska gostiju u Hrvatsku 2022.godine .....	27
Graf 9: Prosječni dnevni izdaci turista u Hrvatskoj od 1997. – 2014. Godine .....	28
Graf 10: Prosječni dnevni izdatci turista u eurima u Središnjoj Hrvatskoj 2019./2022.godine .....	38
Graf 11:Prosječni dnevni izdatci turista u Središnjoj Hrvatskoj tijekom ljetne sezone 2019./2022. ....	40
Graf 12:Prosječni dnevni izdatci turista u Središnjoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu izvan sezone.....	41
Graf 13:Prosječni dnevni izdatci turista u Sjevernoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu.....	47
Graf 14: Prosječni dnevni izdatci turista u Sjevernoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu tijekom ljetne sezone .....	48
Graf 15: Prosječni dnevni izdatci turista u Sjevernoj Hrvatskoj za 2019. i 2022.godinu izvan sezone.....	49