

Dr. IVAN VUKOVIĆ, izvanredni profesor
Hotelijski fakultet Opatija, Sveučilište u Rijeci, Hrvatska
Faculty of Hotel Management, University of Rijeka, Croatia

SUVREMENE TENDENCIJE U RAZVOJU EUROPSKOGA TURIZMA I NJEGOVE IMPLIKACIJE NA RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ

UDK 338.484(4)

Primljeno: 05.12.1997.

Pregledni rad

Suvremene tendencije u razvoju europskoga turizma, osobito u zemljama sjeverozapadne Europe, karakterizira stalno povećanje turističkoga prometa, ali isto tako i traženje novih turističkih destinacija koje pružaju kvalitetnije turističke usluge. U tom je kontekstu za razvoj hrvatskoga turizma osobito bitno sagledati suvremene tendencije u razvoju europskoga turizma i čimbenike koji na nj utječu, kao i mogućnosti daljnje afirmacije Hrvatske kao jedne od vodećih turističkih europskih zemalja.

Namjera je ovoga rada istražiti suvremene tendencije u razvoju europskoga turizma, kao i utjecaj stupnja gospodarskoga, socijalnoga i političkoga razvoja na razvoj turizma u europskim zemljama, osobito inozemnoga turizma.

Te razvijene tendencije u turizmu Europe imaju reperkusije na mogućnosti razvoja turizma u Hrvatskoj, uz pretpostavku da se izvrše određene strukturalne promjene u hotelijersko-turističkom gospodarstvu, da se implementiraju europski standardi u kvalitetu hotelijersko-turističkih usluga, te da se intenzivnije poveže (integrira) s Europskom unijom.

Ključne riječi: suvremene tendencije, europski turizam, implikacije, hrvatski turizam, čimbenici, strukturalne promjene, europski standardi, integracija, intenzivnije

1. UVOD

U ovom smo radu istraživali suvremene tendencije u razvoju europskoga turizma, kao i njegove implikacije na razvoj turizma u Hrvatskoj, s osnovnom namjerom spoznavanja određenih zakonitosti koji vladaju u turističkom europskom gospodarstvu i mogućih reperkusija na razvoj turizma u Hrvatskoj. Nema sumnje da se radi o vrlo značajnoj temi koja se odnosi na razvoj turizma u Europi, kao jedne od najznačajnijih gospodarskih, socijalnih i kulturnih djelatnosti u naše vrijeme, a koja će imati vrlo velike implikacije na gospodarski i socijalni razvoj Hrvatske u sljedećem razdoblju. Turistička je razvijenost u Europi sredinom devedesetih godina postigla zavidnu razinu jer je više od jedne trećine europskoga stanovništva uključeno u turistički promet u svijetu, a istovremeno stalno rastu osobne i društvene potrebe u

pojedini europskim zemljama, osobito u visokorazvijenim zemljama sjeverozapadne Europe, za turističkim uslugama i za putovanjima u nove destinacije. U tom je kontekstu za Hrvatsku, kao izrazito turistički orijentiranu europsku zemlju s vrlo razvijenim prirodnim, ljudskim i kapitalnim resursima za razvoj turizma koji čine značajne komparativne prednosti u odnosu na druge europske zemlje, važno da se uklopi u te moderne trendove turističke ponude i potražnje, te da kroz svoju promidžbu na europskom turističkom tržištu osigura jedno od značajnijih mjesta, koje joj osiguravaju relativno velika financijska sredstva od turizma, što treba imati za posljedicu značajniji rast društvenoga bruto proizvoda i nacionalnoga dohotka, kao i ekonomskoga blagostanja stanovništva.

2. ODREĐENJE EUROPSKOGA TURIZMA I NJEGOVO DRUŠTVENO, EKONOMSKO I KULTURNO ZNAČENJE

Europski turizam ima dugu tradiciju i on se kao gospodarska, socijalna i kulturna djelatnost razvija više od dvije stotine godina, a u svom povijesnom je razvoju prošao nekoliko faza.¹ Prva je faza u razvoju europskog turizma bila relativno najduža i trajala je od početka sedamdesetih godina 18. stoljeća do početka šezdesetih godina našega stoljeća. U drugoj je fazi, koja je trajala od šezdesetih do kraja osamdesetih godina, došlo do znatnoga razvoja europskoga turizma i to se razdoblje naziva fazom masovnoga turizma u Europi. Treća faza u razvoju europskoga turizma označava razdoblje od devedesetih godina dvadesetoga stoljeća, kada se sve više napušta masovni, a sve se više razvija individualni turizam.² U svom je povijesnom razvoju europski turizam prema tome prošao nekoliko faza i svaka od njih bila uvjetovana društveno-ekonomskim, političkim, kulturnim i znanstveno-tehnološkim razvojem. U svakoj su od spomenutih faza dominirale određene ekonomske, društvene te političke strukture, kao i društveni odnosi, što je determiniralo razvoj turizma u pojedinim europskim zemljama, kao i međunarodnoga europskoga turizma. U tom kontekstu treba istaknuti da je industrijski razvoj u 18., 19. i 20. stoljeću u Europi, a osobito u industrijski visokorazvijenim zemljama, uvjetovao i razvoj tercijalnih djelatnosti, kao što su trgovina, financije, bankarstvo, turizam, hotelijerstvo, promet i sl., što je determiniralo međusobno povezivanje europskih država i putovanja europskih građana iz jedne zemlje u drugu radi rekreacije, rasonode i uživanja u prirodnim i kulturnim resursim. Osim toga, ekonomski je razvoj, osobito razvoj europske i svjetske trgovine, doveo i do razvoja poslovnoga i kongresnoga turizma u Europi.³

¹ Počeci razvoja turizma javljaju se u Europi u antičko doba, zatim u doba renesanse i humanizma, kao i u razdoblju razvoja industrije i trgovine u 16., 17. i 18. stoljeću, ali se moderni turizam kao djelatnost razvija krajem 18. stoljeća, a pun procvat doživljava od sredine 18. stoljeća (da bi svoj najveći uspon doživio od šezdesetih godina našeg stoljeća).

² U znanstvenoj i stručnoj literaturi postoje različite interpretacije i peridizacije razvoja turizma u Europi i svijetu, ali u skladu s nekim novijim istraživanjima po našem bi mišljenju bila najbolja gornja peridizacija u razvoju turizma u Europi, Cievarić, A., *Ekonomika turizma*, Zagreb, Poduzeće za grafičku djelatnost, Zagreb, 1990., str. 25-27, i Vuković, B., *Turizam u susret budućnosti*, Mikrorad i Ekonomski fakultet, Zagreb, 1994.

³ Prema najnovijim istraživanjima Amerikanci su u SAD-u tijekom 1996. g. potrošili za poslovna putovanja 156,0 milijardi američkih dolara, a Europljani iz Europske unije 148,0 milijardi američkih dolara, što dovoljno govori o društvenom i gospodarskom značenju poslovnoga turizma u svijetu.

U pojedinim fazama razvoja europskoga turizma htijenja i potrebe stanovnika pojedinih europskih zemlja bila su različita, i u pravilu što su brži bili tempo i dinamika ekonomskoga, političkoga i kulturnoga razvoja neke zemlje, to su bili brži tempo i dinamika rasta turizma u tim zemljama, bilo da se radi o domaćem ili međunarodnom turizmu.

Političke su i gospodarske krize u pojedinim razdobljima europske povijesti utjecale i na razvoj turizma: tako je tridesetih godina znatno smanjen turistički promet putovanja, u doba Prvoga i Drugoga svjetskoga rata te Zaljevskoga rata devedesetih godina došlo je također do krize u razvoju turizma i turističkoga gospodarstva, a ekonomska su recesija osamdesetih godina i politička kriza devedesetih godina, u jugoistočnoj Europi produbili tu krizu. Međutim, integracijska su kretanja u Europi, osobito od sredine osamdesetih godina našega stoljeća, intenzivirala razvoj europskoga gospodarstva i turizma. Usprkos ovim proturječnim tendencijama koje su bile prisutne u razvoju europskoga turizma u proteklom razdoblju, a determinirane su objektivnim društveno-ekonomskim i političkim faktorima, turizam je kao gospodarska djelatnost postao jednom od vodećih gospodarskih djelatnosti u Europi što se najbolje vidi iz činjenice da europske države troše oko 1,8% svoga društvenoga bruto proizvoda za turističku djelatnost, a istovremeno turizam sudjeluje s više od 10,0% u europskom izvozu, što znači da on pridonosi stvaranju društvenoga bruto proizvoda i nacionalnoga dohotka, kao i uopće blagostanja europskih naroda.⁴

Prema znanstvenim istraživanjima razvoja turizma u Europi proizlazi da je Europa 1992. godine ostvarila do tada jednu od najvećih razina razvijenosti turizma, jer je te godine više od 300 milijuna Europljana sudjelovalo u međunarodnom turističkom prometu, što je oko 61,0% ukupnoga svjetskoga turističkoga prometa, a mjereno kroz ostvarena financijska sredstva od turizma, Europa sudjeluje s više od 50,1%.⁵ Takve će se tendencije u razvoju europskog turizma nastaviti idalje jer se može očekivati da će doći do daljnjega porasta turističkoga prometa, kao i do porasta nacionalnoga dohotka i društvenoga bruto proizvoda, te blagostanja europskih naroda, osobito onih iz visokorazvijenih europskih zemalja sjevernozpadne Europe i Europske unije.⁶

Propast socijalističkoga sustava u Europi otvorila je nove mogućnosti za razvoj turizma i tercijalnih djelatnosti općenito u zemljama istočne i srednje Europe, što je također povećalo potrebe za turizmom i putovanjima u Europi i svijetu.⁷

Ove tendencije u razvoju turističkoga gospodarstva u Europi, uvjetovat će i određivati daljnji razvoj turizma u Hrvatskoj jer je ona relativno mala europska država, no turističkim potencijalima, osobito prirodnim, kapitalnim i ljudskim resursima, vrlo bogata što joj daje izvanredne prilike za razvoj turizma.

⁴ Prema podacima IMF: Balance of Payments Statistics, Washington, 1997. za europski izvoz, a za prihode od turizma prema podacima International Tourism Reports Database.

⁵ Vukonić, B., Turizam u susret budućnosti, Mikrorad i Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb 1994., str. 2-4.

⁶ Vidi: Welford Richard i Prescott, European Business, third edition, Publisinging, 1996., str. 76-85.

⁷ Vukonić, B., Turizam u susret budućnosti, Mikrorad i Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb 1994., str.104-105.

3. OSNOVNE ZNAČAJKE SUVREMENIH TENDENCIJA U RAZVOJU EUROPSKOGA TURIZMA

Ovom se istraživanju, bitnom za ocjenu suvremenih tendencija u razvoju europskoga turizma, može pristupiti s kvantitativnoga aspekta i kvalitativnoga aspekta.⁸ Istraživanja u svezi suvremenih tendencija u razvoju europskoga turizma ima relativno malo i pretežno se temelje na kvantitativnim analizama, ne ulazeći pritom u kvalitativne analize.⁹ Osim toga valja istaknuti da je u Europi dosad obavljen relativno mali broj istraživanja u svezi razvoja europskoga turizma, a naročito glede razvoja od devedesetih godina naovamo, jer su znanstvenici pretežno orijentirani na istraživanja nacionalnih turističkih kretanja, te ne ulaze u širu analizu i istraživanja razvojnih tendencija u razvoju europskoga turizma. Radi toga su istraživanja i projekti s tom tematikom, kao i radovi koji su do sada obavljani u organizaciji Hotelijerskoga fakulteta iz Opatije i Fakulteta za vanjsku trgovinu i turizam iz Dubrovnika od izuzetnoga značenja, kako za sagledavanje i spoznavanje zakonitosti koje vladaju u suvremenom europskom turizmu, tako i za Hrvatsku i promidžbu njezina turizma u Europi. U tom kontekstu treba spomenuti da je izuzetno značajan prvi takav znanstveni skup, koji je bio posvećen plasmanu hrvatske turističke ponude i održan u lipnju 1993., jer je dotakao niz tema i dao niz odgovora u svezi plasmana hrvatske turističke ponude na europsko tržište.¹⁰ Zatim je Ivo Ban s Fakulteta za vanjsku trgovinu i turizam iz Dubrovnika izvršio jednu vrlo značajnu analizu i istraživanje s temom Svjetski turizam i ekonomija gdje je dao vrlo zapažene interpretacije u svezi europskoga turizma.¹¹

Drugi je takav znanstveni i stručni skup na temu Hrvatske u europskom turizmu održan krajem 1995. godine u Opatiji gdje su razmatrani novi trendovi, te prednosti i nedostaci razvojne politike i strategije hrvatskoga turizma.¹²

Konačno i znanstveni i stručni skup Temeljni procesi i tendencije u hrvatskom turizmu, koji je održan početkom listopada 1997. godine u Dubrovniku trebao je dati odgovore na pitanja o suvremenim trendovima u europskom i hrvatskom turizmu, kao i utvrditi moguće strategije razvoja hrvatskoga turizma u europskom okruženju.¹³

U istraživanju je suvremenih tendencija u razvoju europskoga turizma potrebno, po našem mišljenju, dati analizu i istraživanje utemeljeno na statističkim podacima koje vodi Svjetska organizacija za turizam (WTO), a isto je tako potrebno

⁸ Vidi: Vuković, B., Turizam u susret budućnosti, Mikrorad d.o.o. Zagreb i Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 1994., str. 2.

⁹ A. Vizjak je u svojoj knjizi Hrvatski turizam u Europskoj i svjetskoj turističkoj razmjeni nastojala uči u širu problematiku europskoga turizma, kao i njegove reperkusije na razvoj turizma u Hrvatskoj. Vidi: dr. sc. Ana Vizjak, Hrvatski turizam u svjetskoj turističkoj razmjeni, Hotelijerski fakultet Opatija, 1997.

¹⁰ Vidi: Plasman hrvatske turističke ponude, Zbornik radova, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1993.

¹¹ Vidi: Ban, Ivo, Svjetski turizam i ekonomija, Ekonomska misao i praksa, br. 1.1/96., str. 9-48.

¹² Vidi: Hrvatska u europskom turizmu, Zbornik radova, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1995., te tematski broj časopisa Tourism and hospitality management, br. 1./95., posvećen istoj tematici.

¹³ Ovaj su znanstveni i stručni skup organizirali zajedno Hotelijerski fakultet Opatija i Fakultet za vanjsku trgovinu i turizam iz Dubrovnika, što je znak izuzetno dobre suradnje ovih dviju znanstvenih institucija.

istražiti suvremene tendencije u razvoju europskoga turizma s kvalitativnoga gledišta, što se temelji na istraživanju turističke ponude i potražnje, zatim na konkurenciji, formiranju cijena, razini potrošnje po pojedinim europskim zemljama, novim turističkim trendovima europskih turista, kao i na novim turističkim potrebama determiniranim suvremenim i novim turističkim oblicima putovanja, potom na europskim standardima, te na ostvarenju što veće kvalitete u turizmu i ostvarenju održivoga ekonomskoga i prirodnoga razvoja kroz turizam i slično. Prema podacima Svjetske turističke organizacije (WTO), u 1995. godini u Europi je ostvareno 337,240 tisuća međunarodnoga turističkoga prometa, a u svijetu ukupno 567,033 tisuća, što znači da je u Europi ostvareno te godine oko 56,0% svjetskoga međunarodnoga turističkoga prometa.¹⁴ U isto je vrijeme u 1995. godini udio Europe u ukupno ostvarenim prihodima od turizma iznosio 174,811 milijuna američkih dolara, a cijeli je svijet ostvario 371,682 milijuna američkih dolara, što znači da je Europa sudjelovala sa 46,2%.¹⁵ Ovakve su tendencije glede rasta europskoga turizma nastavljene i u 1996. godini, što najbolje ilustriraju podaci iz sljedeće tablice.

Tablica 1. Struktura ukupno ostvarenoga turističkoga međunarodnoga prometa u Europi po pojedinim regijama u 1996. godini

	Turistički dolasci u 000		Postotna promjena (u %)		Turistički prihod u \$ u 000.000		Postotna promjena (u %)	
	1995.	1996.	96/95	95/94	1995.	1996.	96/95	95/94
Ukupno Europa	335,337	347,329	3,6	2,1	202,507	214,673	6,0	15,5
Srednja i istočna	76,040	78,350	3,0	0,7	19,778	22,075	11,6	26,7
Sjeverna	36,844	38,938	5,7	12,6	32,197	34,643	7,6	20,6
Južna	94,276	100,107	6,2	2,7	64,821	68,003	5,0	15,5
Zapadna	116,823	117,708	0,8	-1,4	76,187	78,461	3,0	11,0
Istočni Mediteran	11,391	12,226	7,3	14,6	9,524	11,461	20,3	14,4

Izvor: World Tourism Organisation/WTO, 1996., Highlights, 1996., str. 12.

U istraživanju suvremenih trendova u razvoju europskoga turizma bitno je uočiti tendencije u najznačajnijim destinacijama u svijetu, kao i položaj europskih zemalja u tome. U tom su sklopu vrlo zanimljivi podaci o dvadeset najposjećenijih destinacija u svijetu i o trendovima u porastu inozemnih turista u tim destinacijama.

¹⁴ Podaci iz: International Tourism Overview, A Special Report from the World Tourism Organisation, WTO, 1995., str. 5.

¹⁵ Izračunato prema preliminarnim podacima turističkog prometa u svijetu u 1995. godini, International Tourism Overview, A Special Report From The World Tourism Organisation, WTO, 1995., str. 5.

Tablica 2. Svjetska rang lista dvadeset najznačajnijih turističkih destinacija u svijetu u razdoblju od 1990. do 1995. godine

Rang		Zemlja	Međunarodni turistički dolasci u 000		Postotne promjene 95/94	Udio u svjetskom tržištu (u %)	
1990.	1995.		1990.	1995.		1990.	1995.
1	1	Francuska	52,497	60,584	-1,19	11,43	10,68
3	2	Španjolska	37,441	45,125	4,38	8,15	7,96
2	3	SAD	39,539	44,730	-1,70	8,61	7,89
4	4	Italija	26,679	29,184	6,20	5,81	5,15
12	5	Kina	10,484	24,368	10,91	2,28	4,12
7	6	Ujedinjeno Kraljevstvo	18,013	22,700	7,92	3,92	4,00
5	7	Mađarska	20,510	22,087	3,09	4,92	3,90
8	8	Mexiko	17,176	19,870	16,10	3,74	3,50
27	9	Poljska	3,400	19,225	2,26	0,74	3,39
6	10	Austrija	19,011	17,750	-0,80	4,14	3,13
10	11	Kanada	15,209	16,854	5,53	3,31	2,97
16	12	Češka R.	7,278	16,600	-2,35	-1,58	2,93
9	13	Njemačka	17,045	14,535	0,28	3,71	2,56
11	14	Švicarska	13,200	11,835	-2,99	2,87	2,09
13	15	Grčka	8,873	11,095	3,57	1,93	1,96
19	16	Hong Kong	6,581	9,598	2,86	1,43	1,69
14	17	Portugal	8,020	9,513	4,17	1,75	1,68
15	18	Malezija	7,446	7,936	10,27	1,62	1,40
22	19	Singapur	4,842	6,595	5,22	1,05	1,16
21	20	Tajland	5,299	6,532	5,94	1,15	1,15
Ukupno		1-20	338,543	415,716	3,07	73,72	73,31

Izvor: International Tourism Overview, A Special Report From The Tourism Organisation, WTO 1995., str. 3.

Iz podataka u gornjoj tablici vidi se da ovih dvadeset promatranih zemalja sudjeluju u međunarodnom turističkom prometu skoro s dvije trećine ukupnoga međunarodnoga turističkoga prometa,¹⁶ te da od dvadeset najrazvijenijih turističkih zemalja svijeta, s obzirom na međunarodni turistički promet, deset zemalja otpada na europske zemlje. Isto je tako zanimljivo istaknuti da je deset europskih zemalja 1995. godine vlastitim turističkim prometom sudjelovalo s više od 40% tržišnoga svjetskoga udjela, što govori o vrlo velikom značenju ovih zemalja u razvoju turizma u svjetskim razmjerima. Razvidno je i to da od deset zemalja, koje su imale najveći turistički i međunarodni promet u 1995. godini, njih sedam otpada na europske zemlje, u čemu osobito prednjače Francuska, Španjolska i Italija. Od deset zemalja s najrazvijenijim

¹⁶ Ovi podaci govore o nepovoljnoj strukturi turističke razvijenosti pojedinih zemalja svijeta, kao i o tome da međunarodni turistički promet pretežno otpada na visokorazvijene zemlje svijeta i na zemlje koje imaju vrlo značajne prirodne i povijesno-kulturne potencijale.

međunarodnim turističkim prometom u 1990. i 1995. godini bile su i dvije zemlje u tranziciji, Poljska i Mađarska, a značajno mjesto ima i Češka Republika na toj rang-listi.

Za naše je istraživanje osobito značajno spoznati udio najrazvijenijih europskih zemalja u svjetskom turističkom prometu, kao i u ostvarenom ukupnom dohotku od međunarodnoga turizma, te utvrditi udio članica Europske unije koje predstavljaju skoro polovicu europskoga stanovništva i više od jedne trećine vrijednosti svjetske trgovine.¹⁷

Tablica 3. Udio članica Europske unije u turističkom prometu u zemljama OECD-a u 1996. godini

Zemlja	Turistički dolasci po pojedinim zemljama u 000	Udio u turističkom prometu po pojedinim zemljama u %	Prihod od inozemnog turizma po pojedinim zemljama u milijunima USD	Udio prihoda od inozemnog turizma po pojedinim zemljama u %
Ujedinjeno Kraljevstvo	22,700	6,7	17,469	7,0
Italija	29,184	8,6	27,072	10,8
Španjolska	45,125	13,3	25,165	10,1
Portugal	9,513	2,8	4,500	1,8
Grčka	11,095	3,3	4,150	1,7
Irska	4,398	1,3	1,180	0,7
Nizozemska	6,304	1,8	6,050	2,4
Danska	1,614	0,5	6,350	1,3
Švedska	683	0,2	2,93	1,2
Luxenburg	770	0,2	2,92	0,1
Njemačka	14,535	4,3	11,922	4,8
Finska	835	0,2	1,450	0,6
Austrija	17,750	5,2	12,500	11,0
Francuska	60,584	17,8	27,322	11,0
Belgija	5,224	1,5	5,250	2,1
Europska unija	230,314	67,8	151,121	60,7
Meksiko	19,870	5,8	5,021	2,0
Australija	3,779	1,1	6,875	2,8
Novi Zeland	1,454	0,4	1,492	0,6
Turska	6,521	1,9	5,021	2,0
Kanada	16,584	4,9	7,048	2,8
Norveška	2,905	0,8	2,385	1,6
Island	182	0,1	139	0,1
SAD	44,730	13,1	58,370	23,4
Japan	1,858	0,1	3,250	1,3
Švicarska	11,835	3,5	7,250	2,9
OECD	340,293	100,0	249,021	100,0

Izvor: Izračunato na temelju podataka iz International Tourism Overview, Highlights, WTO 1996., str. 21. i 22.

¹⁷ Vidi: Welford, Richard & Prescott, Kate, European Business, Third Edition, Pitman Publishing, London, 1996., str.48-54.

Mjereno prema ostvarenu dohotku od turističkoga međunarodnoga prometa, od dvadeset promatranih zemalja svijeta u 1995. godini deset je europskih zemalja, s time što na ovoj rang-listi nema nekih europskih zemalja poput Mađarske i Češke Republike, ali vrlo značajna mjesta imaju Nizozemska i Belgija.¹⁸

U razdoblju od 1990. do 1995. godine po razini ostvarenoga dohotka od međunarodnoga turističkoga prometa, nije došlo do bitnih promjena za prvih osam od deset mjesta, ali je izuzetan prodor na svjetsku rang-listu u tom razdoblju napravila Kina, i to s 25. na 9. mjesto.

Iz gornjih se pokazatelja vidi da je petnaest članica Europske unije u ukupnom međunarodnom turističkom prometu u 1995. godini imalo 230,314 tisuća turista, što je 67,8% od ukupnoga turističkoga prometa u zemljama OECD-a, kao i da su ostvarile ukupan dohodak od međunarodnoga turističkoga prometa 151,121 milijuna USD, što iznosi 60,7% od ukupnoga ostvarenoga dohotka u zemljama OECD-a.¹⁹

Od petnaest članica Europske unije najveći su turistički promet, kao i financijske učinke od međunarodnoga turizma imale: Francuska, Italija, Španjolska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Austrija, Njemačka itd.

U 1996. godini u odnosu na 1995. u većem je dijelu europskih zemalja zabilježen izvjestan porast turističkoga prometa i razine ostvarenoga prihoda od međunarodnoga turizma, a najizraženiji su porast turističkoga prihoda zabilježile: Turska (31,9), Mađarska (30,0), Ruska Federacija (19,8), Španjolska (12,3), Izrael (4,6), skandinavske zemlje (9,8), Poljska (9,4) itd.²⁰

Na suvremene tendencije u razvoju turizma u europskim zemljama, kao i u svijetu utječe niz čimbenika, a najznačajniji su: broj smještajnih kapaciteta kojima se raspolaže u hotelijerstvu i drugim oblicima smještaja inozemnih i domaćih turista; razina bruto domaćega društvenoga proizvoda; broj hotelskih soba na broj dolazaka inozemnih turista; broj hotelskih soba po glavi stanovnika.²¹

U tom su kontekstu zanimljivi podaci o raspoloživim hotelskim smještajnim kapacitetima, dolascima inozemnih turista, broju korištenih hotelskih soba, te broju stanovnika i razini bruto domaćega društvenoga proizvoda u nekim odabranim zemljama Europe i svijeta.

¹⁸ Zemlje srednje i istočne Europe koje se nalaze u tranziciji, premda vrlo dobro kotiraju na europskom i svjetskom turističkom tržištu, još uvijek nisu po razini dohotka od turizma ušle među prvih dvadeset svjetskih zemalja.

¹⁹ Ovi pokazatelji o udjelu turističkoga prometa Europske unije u ukupnom međunarodnom turističkom prometu, kao i o udjelu u ostvarenom ukupnom prihodu 25 najrazvijenijih zemalja dovoljno govore o njihovom značenju na europskom i svjetskom tržištu.

²⁰ Vidi: Kovač, V., Ohrabrujući signali, Hrvatska na turističkoj burzi u Berlinu, Privredni vjesnik, 24. ožujka 1997.

²¹ Vidi detaljnije u: The International Hotel Industry, E.I.U., London, 1995., str. 19-21.

Tablica 4. Osnovni indikatori hotelijersko-turističke potražnje u odabranim zemljama Europe i svijeta u 1993. i 1994. g.

Zemlja	Međunarodno tržište			Domaće tržište			Ukupno tržište
	Broj hotelskih soba u 000/a/	Broj tur. dolaz. u 000 /a/	Broj hotelskih soba na 000 turističkih dolazaka /a/	Stanovništvo /b/	GDP po glavi stan. u US \$ /c/	Broj hotelskih soba po glavi stan. u 000 /b/	Broj hotelskih soba po glavi stan. i udio u tur. dolascima u 000 /a/
SAD	3,080	45,793	67,3	261,0	25,820	11,8	10,0
Italija	942	26,379	35,7	57,0	18,070	16,5	11,3
Njemačka	744	14,348	51,9	81,1	25,300	9,2	7,8
Kina	738	18,982	38,9	1.200,0	370	0,6	0,6
Španjolska	641	40,085	16,0	39,2	12,220	16,4	8,1
Francuska	589	60,100	9,8	57,9	22,970	10,2	5,0
Japan	386	1,925	200,5	125,0	36,730	3,1	3,0
Mexiko	366	16,534	22,1	91,8	3,880	4,0	3,4
Ujedinjeno Kraljevstvo	364	19,186	19,0	58,4	17,520	6,2	4,7
Austrija	320	18,257	17,5	8,0	24,530	40,0	12,2
Kanada	285	15,105	18,9	29,2	18,770	9,8	6,4
Grčka	257	9,413	27,3	10,3	9,320	25,0	13,0
Tajland	212	5,761	36,8	59,5	2,250	3,6	3,2
Turska	178	5,904	30,1	61,1	2,000	2,9	2,7
Indonezija	168	3,403	49,4	193,1	820	0,9	0,9
Australija	167	2,996	55,7	17,9	17,970	9,3	8,0
Brazil	139	1,650	84,2	159,1	3,690	0,9	0,9
Malezija	61	6,504	9,4	19,5	3,570	3,1	2,3
Egipat	59	2,112	27,9	56,9	890	1,0	1,0
Indija	49	1,765	27,8	905,1	280	0,1	0,1
Južna Afrika	43	3,358	12,8	40,4	3,040	1,1	1,0

a/ 1993., b/ zadnji podaci, c/ 1994.

Izvor: The International Hotel Industry, E.I.U., London, 1995., str. 19.

Iz podataka u gornjoj tablici vidi se da je po broju smještajnih hotelskih kapaciteta u razdoblju od 1993. do 1994. godine od dvadeset promatranih svjetskih zemalja bilo osam europskih, kao i to da one raspolažu relativno velikim hotelskim kapacitetima, odnosno, hotelskim sobama.²² Šest je europskih zemalja po broju hotelskih soba među deset vodećih zemalja u svijetu, i one raspolažu gotovo dvjema trećinama hotelskih kapaciteta.

Poznata je činjenica da na razvoj turizma u Europi i svijetu utječe stupanj ekonomske razvijenosti, kao i broj stanovnika s kojim raspolaže pojedina zemlja, što se osobito odražava na udio pojedinih zemalja u ukupnom turističkom tržištu. Gornja je tablica vrlo zanimljiva zato što potvrđuje tezu da, što je ekonomski stupanj pojedine zemlje razvijeniji, odnosno, što je veći domaći bruto proizvod, ona u pravilu ima i veći broj hotelskih soba po glavi stanovnika, a ekonomski bogatije zemlje često imaju relativno veći udio u turističkim dolascima u pojedinu zemlju. Iz zadnjega se stupca ove tablice vidi da su 1993. godine u ukupnom tržištu relativno najveći broj hotelskih soba i turističkih dolazaka imale Italija, SAD, Njemačka, Španjolska, Austrija, Grčka, Japan i sl.

Znanstvena istraživanja u svezi financijske efikasnosti poslovanja hotelijerske industrije u svijetu i Europi, koja su proveli eksperti londonskoga Economista, pokazala su da na rezultate financijskoga poslovanja u hotelijerstvu najviše utječe razina iskorištenosti hotelijerskih kapaciteta tijekom godine, kao i visina cijene po hotelskoj sobi.

Iz podataka u Tablici 5. vide se: tendencije u popunjenosti hotelijerskih kapaciteta, prosječna razina cijene hotelske sobe, prihod po hotelskoj sobi izražen u USD te izdaci za fiksne troškove izraženi u USD u glavnim regijama svijeta u razdoblju od 1991. do 1993. godine. U tom kontekstu treba naglasiti da su popunjenost hotelskih kapaciteta tijekom jedne godine i razina cijena hotelskih soba najbitniji čimbenici za ostvarenje ukupnoga prihoda u hotelijerstvu. Kako se vidi iz navedenih pokazatelja, u promatranu je razdoblju od 1991. do 1993. godine došlo u hotelskoj industriji do neznatnoga povećanja korištenja hotelskih kapaciteta za 1,2%, a u Europi do izvjesnoga pada od 62,3% na 60,7%, dakle, pad za 1,6 postotnih poena.

²² Vidi detaljnije u: The International Hotel Industry, E.I.U., London, 1995., str. 30.

Tablica 5. Rezultati postignuti u svjetskoj hotelskoj industriji u razdoblju od 1991. do 1993. godine

	Popunjenost kapaciteta (%)			Prosječna dnevna cijena sobe (US \$)			Ukupan prihod po sobi (US \$)			Prihod prije fiksnih troškova (US \$)		
	1991.	1992.	1993.	1991.	1992.	1993.	1991.	1992.	1993.	1991.	1992.	1993.
AFRIKA I SREDNJI ISTOK												
Srednji Istok	59,8	60,8	61,6	67,71	65,82	73,62	29,477	30,666	31,172	10,678	8,329	7,988
Afrika	59,8	60,8	60,5	51,12	65,40	63,75	23,087	27,265	28,110	8,986	4,067	3,889
AZIJAI AUSTRALIJA												
Azija	67,3	69,7	70,2	77,83	77,93	75,74	31,930	34,937	33,609	7,932	9,755	9,207
Azija	70,0	71,0	67,6	72,21	84,51	75,30	28,183	36,985	31,565	9,686	14,130	10,581
Sjeverna Azija	73,4	83,4	87,4	66,18	65,19	86,03	36,826	35,459	42,827	9,186	10,889	13,468
Australija	59,7	58,3	63,8	89,32	85,53	72,17	33,694	33,138	30,025	5,308	4,539	4,948
SJEVERNA AMERIKA												
Amerika	63,0	60,1	65,0	73,62	55,13	57,23	24,337	17,183	21,009	6,229	3,551	5,044
Kanada	62,6	54,3	61,3	73,62	69,85	57,86	30,018	21,427	20,042	4,315	3,620	4,015
SAD	63,0	60,1	65,6	73,26	54,33	55,54	23,948	17,794	21,105	6,229	3,551	5,044
LATINSKA AMERIKA												
Amerika	53,8	58,7	61,6	43,64	58,05	60,61	14,065	19,645	22,095	2,246	2,455	3,876
Meksiko	64,4	60,4	62,9	58,95	66,31	74,08	22,589	24,285	28,621	3,600	2,552	5,506
Juzna Amerika	51,3	50,1	56,4	35,06	44,73	58,21	11,693	15,747	18,507	1,924	2,775	3,226
EUROPA	62,3	60,6	60,7	79,35	77,16	66,39	37,793	38,363	32,250	9,698	10,019	8,467
Kontinentalna Europa	62,2	62,4	59,1	79,48	104,29	81,71	37,887	44,570	34,106	9,747	10,243	1,116
Velika Britanija	59,4	58,0	61,9	77,66	70,41	59,75	36,456	36,431	30,727	10,666	10,325	9,588
SVI HOTELI	61,9	61,6	62,3	75,49	72,20	68,22	33,435	32,968	30,573	8,242	8,469	7,691

Izvor: Svjetska Hotelska Industrija, 1992-1994., "Horwath International"

Istodobno se vidi da su prosječne cijene hotelskih soba u hotelskoj industriji u svijetu u razdoblju od 1991. do 1993. godine pale sa 75,49 USD na 68,22 USD, a isto je tako u Europi došlo do relativno velikoga pada cijena hotelskih soba sa 79,35 USD na 66,39 USD, osobit je pad cijena hotelskih soba zabilježen u Velikoj Britaniji. Ono što je najbitnije u svezi rezultata postignutih u hotelijerskoj industriji jest svakako ukupan prihod ostvaren po pojedinoj sobi tijekom jedne godine. Podaci pokazuju da je ukupan prihod po hotelskoj sobi u promatranu razdoblju u hotelskoj industriji pao s 33,435 USD na 30,573 USD, što je pad prosječno za 12,7%. Udio se fiksnih troškova u ukupnom prihodu u hotelskoj industriji kretao negdje na razini od jedne četvrtine ostvarenih prihoda, a slična je razina fiksnih troškova bila i u Europi.

U Hrvatskoj je iskorištenost hotelskoga kapaciteta u promatranu razdoblju i dvadesetih godina, bila znatno niža. Na temelju statističkih pokazatelja može se procijeniti da je iskorištenost hotelijerskih kapaciteta negdje oko 35,0 do 40,0% godišnje, prosječne su cijene po sobi manje za oko 30%, a prihodi ostvareni po hotelskoj sobi kretali su se na razini od 60% od europskih.

U Europi je 1995. godine bilo oko 807.000.000 stanovnika, a u Europskoj uniji 368.000.000, što znači da na Europsku uniju otpada 45,2% stanovništva. Budući da Europa daje više od 50% godišnjega svjetskoga turističkoga prometa, Europska unija kao takva predstavlja jednu od najemitivnijih turističkih regija svijeta. Razumljivo je da na to utječe stupanj ekonomske razvijenosti Europe, a osobito visokorazvijenih zemalja sjeverozapadne Europe koje su pretežno udružene u Europsku uniju, te koje imaju per capite nacionalni dohodak oko 20.000,0 USD.²³

Tablica 6. Tendencije u izdacima za inozemni turizam u Europi i drugim regijama svijeta od 1980. do 1993. godine^{x/}

Područje	1980. u mil. US \$	%	1991. u mil. US \$	%	1993. u mil. US \$	%
Europa	57,371	56,0	126,917	52,2	138,119	0,8
Srednja i Istočna Europa	784	0,8	1,250	0,5	2,161	0,8
Sjeverna Europa	12,326	12,0	34,852	14,3	31,811	11,8
Južna Europa	3,791	3,7	18,460	7,6	21,128	7,8
Zapadna Europa	39,766	38,8	70,099	28,9	79,639	29,6
Istočni Mediteran	704	0,7	2,256	0,9	3,380	1,3
Afrika	3,191	3,3	4,465	1,8	4,398	1,6
Amerika	24,921	24,3	60,639	25,0	67,654	25,1
Istočna Azija i Pacifik	9,597	9,4	45,164	18,6	53,135	19,7
Južna Azija	1,986	1,9	1,922	0,8	2,009	0,8
Srednji Istok	5,476	5,3	3,878	1,6	4,018	1,5
Svijet	102,542	100,0	242,985	100,0	269,333	100,0

x/ nisu uključeni troškovi prijevoza

Izvor: Ivo Ban, Svjetski turizam i ekonomija, Ekonomska misao i praksa broj 1/96, str. 308.

²³ Vidi: Vuković, I., Uloga i funkcija moderne hrvatske diplomacije u razvoju turizma u Hrvatskoj, Zbornik radova Hrvatska u europskom turizmu, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1995., str. 34-36.

U okviru suvremenih tendencija razvoja turizma u Europi osobito je značajno uočiti suvremene tendencije glede izdataka za turizam po pojedinim europskim zemljama, a osobito u onim zemljama koje troše relativno najveća sredstva za međunarodni turizam. Prema istraživanjima koja su s tim u svezi izvršena proizlazi da je u razdoblju od 1986. do 1995. godine zemlja s najvećim izdacima za međunarodni turizam ostvarile sljedeće zemlje.

Tablica 7. Izdaci za međunarodni turizam u zemljama s relativno najvećim izdacima za turizam u svijetu (u milionima US \$)^{x/}

Zemlja	1986.	1990.	1991.	1992.	1993.	1994.	1995.
Njemačka ^{xx/}	18,000	29,413	30,518	37,309	37,514	41,623	48,054
SAD	25,913	37,349	35,322	39,872	41,260	43,782	45,856
Japan	7,229	24,928	23,983	26,837	26,860	30,715	36,792
Ujedinjeno Kraljevstvo	8,942	17,793	17,147	19,831	17,244	22,186	24,815
Francuska	6,513	12,424	12,330	13,910	12,805	13,053	16,341
Italija	2,910	14,045	11,631	16,617	13,053	12,085	12,419
Austrija	4,016	7,723	7,392	8,393	8,180	9,401	11,687
Ruska F.	-	-	-	-	-	7,092	11,599
Svijet	125,400	246,205	246,157	277,206	271,800	306,845	353,495

x/ uključeni troškovi prijevoza

xx/ podaci za 1986. za Z. Njemačku

Izvor: International Tourism Report No. 2. 1997.

Prema znanstvenim istraživanjima, o suvremenim tendencijama u razvoju europskoga turizma, s kvalitativnoga aspekta proizlazi da postoji nekoliko temeljnih razvojnih tendencija uvjetovanih, osim ekonomskim čimbenicima, i socijalnim, kulturnim, ekološkim i antropološkim čimbenicima razvoja.²⁴ U tom kontekstu treba istaknuti da je jedna od temeljnih suvremenih tendencija u razvoju europskoga turizma težnja europskih turista prema zdravoj ljudskoj okolini i očuvanim prirodnim resursima, što je jedan od osnovnih motiva turističkih putovanja.²⁵ Osim toga europski turisti, osobito oni iz visokorazvijenih zemalja koje imaju razvijenu industrijsku proizvodnju, teže i žele posjetiti one zemlje koje imaju izvanredne prirodne i klimatske uvjete te zdravu hranu koja nije onečišćena, ali koja odgovara određenim europskim standardima. Europski turisti u posljednje vrijeme bitno mijenjaju oblike svojih putovanja, odmora i rekreacije jer ih sve više turista u odlaženju u turističke svjetske destinacije koristi zrakoplovni prijevoz, brodske veze, te osobne jahte i druga plovila.²⁶ Iz toga proizlazi sve češća tendencija u europskom turizmu za razvojem nautičkoga

²⁴ Vidi: Jadrešić, Vlatko, Značenje sociokulturoloških i prostornoekoloških elemenata u razvoju turizma, Zborniku radova Plasman hrvatske turističke ponude, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1993., str. 78-86.

²⁵ Isto, str. 84.

²⁶ Isto, str. 81.

turizma, rekreacijskoga i sportskoga aktivnoga turizma, zatim traganje za najboljim oblicima zdravstvenoga turizma, kao i sve češće organiziranje različitih tipova kružnih putovanja u Sredozemnom moru, što je osobito atraktivno za razvoju europskoga turizma. Pritom ne treba zaboraviti da znatiželja i kulturne potrebe u vidu velikih kulturnih i umjetničkih priredbi i kulturne baštine kojom raspolažu pojedine europske zemlje postaju glavnim motivima turističkih putovanja u Europi, osobito u velike europske gradove.²⁷

4. SUVREMENE EUROPSKE TENDENCIJE U RAZVOJU TURIZMA I NJEGOVE IMPLIKACIJE NA RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ

Ove ranije naznačene tendencije u razvoju europskoga turizma u kvantitativnom i kvalitativnom pogledu bitno utječu i imaju implikacije na razvoj turizma u Hrvatskoj, kako u prethodnom razdoblju, tako i danas, a može se očekivati da će bitno utjecati i na budućnost razvoja inozemnoga turizma u Hrvatskoj.²⁸ U tom kontekstu treba podsjetiti da je u strukturi ukupnoga turističkoga prometa u Hrvatskoj devedesetih godina više od dvije trećine turista otpadalo na inozemne, a u tome je najznačajniji udio Europljana koji čine više od 95% turista u Hrvatskoj. Isto tako treba napomenuti da je u ukupnom turističkom prometu Hrvatske najznačajniji ponder devedesetih godina bio iz zemalja Europske unije, i to više od 60%, a te su zemlje dale i najveći doprinos u financijama. U posljednjih je sedam godina, tj. od 1991. do 1997., došlo do bitnih kvantitativnih, kvalitativnih i strukturalnih promjena u inozemnom turizmu u Hrvatskoj, što je determinirano ratom nametnutim Hrvatskoj i uopće političkom krizom u zemljama bivše Jugoslavije. Međutim, okončavanjem rata u Hrvatskoj, sve većom obnovom porušenih hotelskih i turističkih kapaciteta i izgradnjom novih, razvojem poduzetništva i menadžmenta i uvođenjem europskih standarda u poslovanje hotelijersko-turističkih poduzeća.²⁹ Hrvatski se turizam sve više revitalizira u europskim razmjerima. Kada je riječ o hrvatskom turizmu, treba imati na umu i to da je on u europskom turističkom prometu devedesetih godina sudjelovao s 1,8-2,1% i da je 1993. godine to sudjelovanje u europskom turizmu bilo nešto više od 1,0% ukupnoga međunarodnoga turističkoga prometa u Europi. Ako se udio hrvatskoga turizma mjeri prema ukupnoj financijskoj vrijednosti ostvarenoj od inozemnoga turizma, onda je on devedesetih godina bio oko 2,5%, a 1996. godine 1,2%.³⁰

Međutim, prema nekim procjenama Hrvatska može u budućnosti ostvariti godišnje više od 10.000.000 turističkoga prometa, a s tim u svezi 60,0 milijuna -70,0 milijuna noćenja inozemnih turista, što bi moglo pridonijeti povećanju financijskih

²⁷ Swarbrooke, John, *Towards a Sustainable Future For Culture Tourism A European Perspective*, Zborniku radova *Tourism And Cultural Change*, UNESCO, str. 246-252.

²⁸ Vidi: Jordan, Peter i Jardešić, Vlatko, *Strategija razvoja europskog turizma, kvaliteta i selektivnost hrvatske turističke ponude*, (Uvodna izlaganja na Okruglom stolu), Zborniku radova: *Hrvatska u europskom turizmu*, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1995., str. 229-234.

²⁹ Radišić, Franjo, *Poduzetnički menadžment u turizmu*, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1997., str. 59-69.

³⁰ Procjena je napravljena na temelju podataka o turističkom prometu u svijetu, o ostvarenom dohotku od turizma u svijetu u 1996. godini, o turističkom prometu u Hrvatskoj, te o ostvarenim financijskim rezultatima od turističke djelatnosti u Hrvatskoj.

efekata s 3,5 milijardi USD na 7,5-8,0 milijardi USD.³¹ U okviru takve jedne računice i procjene mogućnosti razvoja turističkoga prometa, kao i financijskih efekata u Hrvatskoj, najveće će značenje svakako imati dolazak inozemnih turista iz Europe, i to posebno onih iz visokorazvijenih zemalja sjeverozapadne Europe, ali isto tako i onih iz srednje i istočne Europe.³²

Ako bi se ovakvi trendovi razvoja turizma u Hrvatskoj ostvarili u sljedećih desetak godina, tada bi to imalo vrlo značajne posljedice na razvoj gospodarstva Hrvatske s jedne strane, a s druge bi strane turizam bio jedan od najznačajnijih čimbenika koji bi pridonosio stvaranju društvenoga bruto domaćega proizvoda Hrvatske i znatno utjecao na efekte u vanjskoj trgovini jer bi imao najznačajniju funkciju u ostvarenju pozitivne platne bilance Hrvatske. U tom se kontekstu postavlja ozbiljno pitanje hoće li Hrvatska znati iskoristiti ovu svoju šansu, a osobito hoće li znati iskoristiti šanse koje pruža europski turizam u Hrvatskoj. Ovakav je scenarij razvoja hrvatskoga turizma moguć pod sljedećim uvjetima: ako se izvrše bitne strukturalne promjene u hrvatskom turističko-hotelijerskom gospodarstvu, ako se kvaliteta turističkih usluga podigne na razinu europskih standarda, te ako se Hrvatska bude uklapala u osnovne pravce i aktivnosti europskoga turizma, osobito u pogledu razvoja individualnoga turizma s naglaskom na kvalitativni turizam.³³

Da bi Hrvatska prihvatila europske izazove u turizmu i da bi se moglo ostvariti sve što je prethodno navedeno, trebat će izvršiti daljnju privatizaciju i restrukturiranje hotelijersko-turističkoga gospodarstva, sa ciljem da se poduzetništvo u većini hotela i turističkih poduzeća temelji na obiteljskom poduzetništvu ili pak na korporativnom poduzetništvu. Ako se nastavi transformacija vlasničkih odnosa, tada naglasak treba staviti na restrukturiranje i izgradnju obiteljskih hotela, pansiona, kampova, turističkih agencija s relativno malim brojem zaposlenih djelatnika, te na hotele i druga turistička poduzeća koja će poslovati po načelu kooperacija na europskom i svjetskom tržištu. Jedan dio velikih hotela u Hrvatskoj trebao bi se kvalitetom svojih proizvoda i usluga uklopiti u europsku i svjetsku utakmicu za ostvarenje što većega profita i tržišta, ali isto bi se tako morali uključiti na europsko tržište financijskoga kapitala, kao i na tržište dionica, te na taj način osigurati relativno velika sredstva za svoje financiranje i investicije. Osim toga u hotelijerstvo Hrvatske treba u potpunosti uvesti europske standarde, koji su dogovoreni u Europskoj uniji, i kvalitetu usluga dignuti na tu razinu.

U hotelijerstvu je u sljedećih desetak godina potrebno osigurati povećanje smještajnih kapaciteta za skoro jednu trećinu, kako bi se osigurala bitna promjena u strukturi smještaja inozemnih i domaćih turista u pojedinim oblicima smještaja. Naime, više bi od 50% turista trebalo biti smješteno u hotele visokih kvaliteta sa četiri

³¹ Prema procjenama Ministarstva za turizam Republike Hrvatske, Hrvatska će u 1997. godini ostvariti oko 5,5 milijuna turista, te oko 30,0 milijuna noćenja, a na toj se osnovi procjenjuje ukupan prihod od turizma na 3,5 milijarde USD. S obzirom na turističke potencijale moguće je da taj promet za deset godina naraste na 10,0 milijuna turista i 70,0 milijuna noćenja, kao i da se ostvari prihod od turizma od 7,5 do 8,0 milijardi USD.

³² Vidi: Dragičević, Miro, Osnovne strategije tur. sektora Hrvatske, Turizam, br.5.-6./92.

³³ Vizjak, Ana, Hrvatski turizam u europskoj i svjetskoj turističkoj ponudi, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1997., str. 117-125.

i pet zvjezdica.³⁴ Jedan je od osnovnih problema u hrvatskom hotelijersko-turističkom gospodarstvu niska iskorištenost smještajnih kapaciteta u hotelima, hotelskim i apartmanskim naseljima, kampovima, te u privatnom smještaju. Godišnja iskorištenost tih kapaciteta u Hrvatskoj iznosi oko 35%, a u Europi više od 65%,³⁵ pa se postavlja temeljno pitanje kako je moguće osigurati znatno veću iskorištenost hotelijerskih i drugih smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj i doseći europsku razinu. Da bi se to promijenilo, nužne su promjene u strukturi tržišne ponude Hrvatske prema Europi i trebalo bi izbjeći isključivo sezonski karakter hotelskih i drugih smještajnih kapaciteta, što je moguće kroz razvoj različitih vidova turizma, osobito poslovnoga, kongresnoga, zdravstvenoga, rekreativnoga, sportskoga i sl. Valja istaknuti da Hrvatska raspolaže relativno velikim lječilišnim zdravstvenim kapacitetima, osobito različitim vrstama termalnih toplica, no oni su neznatno iskorišteni.³⁶

Prema nekim procjenama nautički turizam u Hrvatskoj ima najveće perspektive za razvoj hrvatskoga turizma i za zadovoljavanje turističkih potreba gostiju iz visokorazvijenih zemalja Europe. Taj vid turizma daje najveće financijske efekte, pa je na Hrvatskoj izuzetna šansa da ih iskoristi.

Da bi zadovoljila turističke potrebe europskih turista i uklopila se u suvremene turističke trendove, Hrvatska mora bitno izmijeniti strukturu prehrane i orijentirati se sve više na zdravu prehranu koja nije bogata kalorijama i koja će biti izraz specifičnosti hrvatskoga podneblja.³⁷

Naravno, jedan je od velikih problema za uklapanje Hrvatske u suvremene turističke trendove i izgradnja moderne infrastrukture, posebno modernih prometnica koje će biti vezane za europske koridore, bilo da se radi o kopnenom, pomorskom ili pak zračnom prometu.³⁸ Nadalje, kada je riječ o turističkoj infrastrukturi bitno je poboljšati energetska i vodovodna mrežu te kapacitete, osobito na našim otocima.

Na kraju treba istaknuti da je jedan od najbitnijih preduvjeta za uključivanje Hrvatske u suvremene tijekove turizma usklađivanje svih cijena hotelskih, pansionskih, kampovskih, a osobito cijena izvanpansionskih usluga sa cijenama sličnih proizvoda i usluga u visokorazvijenim zemljama Europe,³⁹ što će biti izuzetno značajno i za daleko bolju promidžbu hrvatskoga turizma na europskom tržištu, posebno na europskim turističkim sajmovima i burzama. Perspektivno gledajući najbitnije je da Hrvatska intenzivira svoje uključivanje u EU, jer će joj to dati izvanrednu šansu za još brži razvoj turizma, kao i implementaciju europskih standarda u turizmu.

³⁴ Prema statističkim podacima za 1996. godine u ukupnoj strukturi smještajnih kapaciteta na hotele otpada svega oko 32% i radi se pretežno o hotelima niže kvalitete s dvije ili tri zvjezdice.

³⁵ Vidi: Vizjak, A., Hrvatski turizam u europskoj i svjetskoj turističkoj razmjeni, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija 1997., str. 106.

³⁶ Vidi: Kovač, Vlasta, Toplice pred velikom inventurom, Privredni vijesnik, 12. svibnja 1997., str. 5.

³⁷ Šimundić, B., Zdravija prehrana u suvremenoj turističkoj ponudi, Zborniku radova Plasman hrvatske turističke ponude, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1993., str. 167-174.

³⁸ Kobašić, A., Strategija razvoja turizma u Hrvatskoj nakon rata, Turizam, 1-2/92, str. 20-23.

³⁹ Vidi: Konkurentnost hrvatskog turizma, Nalazi, zaključci i preporuke, Institut za turizam, Zagreb, 1997.

5. ZAKLJUČAK

U ovom smo radu istraživali suvremene tendencije u razvoju europskoga turizma, kao i njegove implikacije na razvoj turizma u Hrvatskoj, s osnovnom namjerom spoznavanja određenih zakonitosti i trendova u razvoju turizma u Europi i njihovih konzekvencijama na budući razvoj turizma u Hrvatskoj. U tom smo kontekstu u okviru ovoga rada najprije istražili osnovne značajke europskoga turizma, zatim dali jedan kraći povijesni presjek njegova razvitka, te naznačili osnovne čimbenike koji determiniraju suvremeni razvoj turizma u Europi. Potom smo istraživali suvremene tendencije u razvoju europskoga turizma najprije istraživši strukturalne promjene, kao i bitne kvalitativne promjene u suvremenom europskom turizmu, u kojem je naglasak sve više na individualnom turizmu i u kojem se javljaju nove potrebe za rekreacijom, aktivnim turizmom, te za novim oblicima i sadržajima turističkih potreba. Nadalje, u tom je dijelu rada dan pregled višegodišnjih tendencija u razvoju europskoga turizma, s osobitim osvrtom na suvremene tendencije u udjelu pet pojedinih europskih regija u međunarodnom turizmu, zatim je dana analiza najznačajnijih europskih i svjetskih turističkih destinacija, kao i razina ostvarenoga prihoda (dohotka) od turizma u pojedinim europskim zemljama i izdaci za turizam u tim zemljama. U zadnjem su dijelu rada analizirane implikacije suvremenih razvijenih tendencija na razvoj turizma u Hrvatskoj, dane su određene naznake za bitnu preorijentaciju u razvoju turizma u Hrvatskoj, kao i određene kvantitativne procjene razvoju turizma u Hrvatskoj za sljedećih desetak godina.

LITERATURA

1. Dragičević, M., Osnovne strategije turističkog sektora Hrvatske, Turizam, br. 5-6/92
2. Ban, Ivo, Svjetski turizam i ekonomija, Ekonomska misao i praksa, br. 1/96.
3. Grupa autora, Plasman hrvatske turističke ponude, Zbornik radova, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1993.
4. Grupa autora, Hrvatska u europskom turizmu, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1995.
5. Grupa autora, The International Hotel Industry, The Economist Intelligence Unit, London, 1995.
6. Jordan, dr. sc. Peter i Jadrešić, dr. sc. Vlatko, Strategija razvoja europskog turizma, kvaliteta i selektivnost hrvatske turističke ponude, Zbornik radova Hrvatska u europskom turizmu, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1995.
7. Jadrešić, dr. sc. Vlatko, Značenje sociokulturoloških i prostornoekoloških elemenata u razvoju turizma, Zbornik radova Plasman hrvatske turističke ponude, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1993.
8. Radišić, dr. sc. Franjo, Poduzetnički menadžment u turizmu, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1997.
9. Swarbrooke, John, Towards a Sustainable Future for Culture Tourism, A European Perspective, Zborniku radova Tours and Culture Change, UNESCO, 1996.

10. Vukonić, B., Turizam u susret budućnosti, Mikrorad i Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 1994.
11. Vuković, I., Uloga i funkcija moderne hrvatske diplomacije u razvoju turizma u Hrvatskoj, Zbornik radova Hrvatska u europskom turizmu, Hotelijski fakultet Opatija, Opatija, 1995.
12. Vizjak, Ana, Hrvatski turizam u europskoj i svjetskoj turističkoj razmjeni, Hotelijski fakultet Opatija, Opatija, 1997.
13. Welford, Richard & Prescott, Kate, European Business, Pitman Publishing, London, 1996.

Ostala literatura i dokumentacija:

1. WTO, International Tourism Overview, A Special Report from the World Tourism Organisation, WTO, 1995.
2. Tourism Highlights, 1996., WTO
3. Ljetopis Republike Hrvatske, različita godišta, RZS Hrvatske
4. Konkurentnost hrvatskog turizma, nalazi, zaključci i preporuke, Institut za turizam, Zagreb, 1997.

Summary

MODERN TRENDS IN DEVELOPMENT OF EUROPEAN TOURISM AND ITS IMPLICATIONS ON THE DEVELOPMENT OF CROATIA'S TOURISM

Modern trends in the development of European tourism, especially in the north-western european countries, characterise a permanent increasment of tourism and a demand for new tourist destinations, which provide quality tourist services.

In this context, the importance for development of Croatian tourism is as one of the biggest european tourism countries.

In this research we tried to investigate modern trends in the devlopment of European tourism, as well as the influence of economical, social and political development on development of tourism.

These trends in European tourism have repercussions on the possibility of development of Croatian tourism, with condition of changing the structure in hotel and tourism economy. We must have the high standards of services in our hotels, so we should integrate with the European Union.

Key words: modern trends, European tourism, implications, Croatian tourism, factors, structural changes, European standards, integration