

Prethodno priopćenje

ANALIZA TURISTIČKIH POKAZATELJA I SIGURNOST U TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE TE MOGUĆNOSTI JAČANJA KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA NAKON ULASKA U EUROPSKU UNIJU

Kristijan Marić, mag. rel. int. et. dipl., predavač, Sveučilište Libertas
Trg J. F. Kennedy 6 b, 10000 Zagreb, Hrvatska
Telefon: +385 91 388 8305, e-mail: kristijan.maric1@gmail.com

Blaženka Samardžić, struč. spec. oec., student, Sveučilište Libertas
Trg J. F. Kennedy 6 b, 10000 Zagreb, Hrvatska
Telefon: +385 95 913 8140, e-mail: samardzic520@gmail.com

Nikola Protrka, univ. spec. inf., predavač, Visoka policijska škola u Zagrebu
Avenija Gojka Šuška 1, 10000 Zagreb, Hrvatska
Telefon: +385 98 231 727, e-mail: nprotrka@gmail.com

SAŽETAK

Kada se govori o hrvatskom turizmu, potrebno je naglasiti da je njegov značaj za nacionalno gospodarstvo velik, što se očituje preko turističkih prometa. Nadalje, isto dokazuje i visoki udio turizma u ukupnom bruto društvenom proizvodu (u daljnjem tekstu BDP) Republike Hrvatske. Nakon ulaska u Europsku uniju otvaraju se mogućnosti za jačanje hrvatskog turizma, zahvaljujući rastu turističkih pokazatelja i sve većem interesu turista iz Europske unije. Shodno navedenom, svrha ovog rada je analizom turističkih pokazatelja utvrditi utjecaj ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju na rezultate u turizmu. U radu je, uz navedeno, istražen hrvatski turizam i njegove konkurentske prednosti te mogućnosti daljnjeg razvoja, što predstavlja problem istraživanja u ovom radu. Također, autori su analizirali i osjećaj sigurnosti inozemnih turista prilikom boravka u Republici Hrvatskoj. Dobiveni rezultati temelje se na sekundarnom istraživanju i sljedećim izvorima podataka: knjige, udžbenici, stručna literatura, znanstveni i stručni članci, razni izvještaji tijela državne uprave, ministarstava i agencija te internetski izvori. Slijedom dobivenih rezultata, ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju pozitivno je utjecao na turističke pokazatelje. To je dokazano povećanjem broja dolazaka i noćenja turista, ali i preko ostvarenih prihoda od turizma. Pozitivni rezultati i njihov rast u promatranom razdoblju značajno su utjecali na pokrivenost platne bilance Republike Hrvatske, što je također prikazano u radu. Uz navedeno, cilj je rada istražiti i predstaviti mogućnosti jačanja konkurentnosti hrvatskog turizma, što je moguće ostvariti korištenjem potpora i fondove Europske unije.

Ključne riječi: *Europska unija; turistički pokazatelji; konkurentska prednost; potpore i fondovi EU; sigurnost*

1. UVOD

Većina zemalja članica Europske unije, pa tako i Republika Hrvatska, danas su u svijetu poznate turističke destinacije. Budući da je Europska unija najveća i najznačajnija regionalna ekonomska zajednica, ona ima bitan utjecaj na razvoj hrvatskog turizma. S druge strane, Republika Hrvatska kao turistički orijentirana zemlja s dugogodišnjom tradicijom bavljenja turizmom, značajni je partner Europskoj uniji i njezinim članicama. Turizam, kao složen gospodarski sustav koji čini skup određenih komplementarnih djelatnosti, iznimno je značajan za razvoj nacionalnoga gospodarstva Republike Hrvatske.

Da je tome tako, prikazuju i podaci koji govore da Republika Hrvatska više od svih ostalih članica Europske unije ovisi o turizmu, što dokazuje prihod od 17 % u ukupnom BDP-u. Bitno je istaknuti da je to najviši prihod u odnosu na sve ostale zemlje članice Europske unije, u kojima je prosjek 2,3 %. Nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju dolazi do mogućnosti daljnjeg razvoja i jačanja hrvatskog turizma, u skladu s rastom turističkog prometa. Kako bi se navedeni rast turističkog prometa nastavio u budućnosti i kako bi se reflektirao na ostale djelatnosti u turizmu, istražene su i konkurentske prednosti hrvatskog turizma.

Također, kako bi Republika Hrvatska opstala u europskom konkurentnom okruženju, predstavljene su potpore i fondovi Europske unije čijim korištenjem Republika Hrvatska može ojačati svoj turizam. S obzirom na to da u Republiku Hrvatsku dolazi više od tri četvrtine inozemnih turista, ulazak u Europsku uniju bio je iznimno važan za hrvatski turizam, što je i dokazano u ovom radu. Republika Hrvatska, sa svojom dugom turističkom tradicijom, danas je jedna od najznačajnijih turističkih destinacija na Mediteranu. Svaka od hrvatskih turističkih regija razvija svoju specifičnu ponudu, u skladu s prirodnim resursima i vlastitom tradicijom, a najznačajnije su: Istra, Kvarner, Dalmacija, Dubrovnik i dubrovačko područje te Zagreb kao glavni grad i kontinentalna Hrvatska. Uz veliki broj konkurentskih prednosti hrvatskog turizma, veliku važnost ima osjećaj sigurnosti turista, po čemu je Republika Hrvatska ocijenjena najsigurnijom zemljom na Mediteranu.

1.1. Problem i predmet rada

Republika Hrvatska se, kao zemlja s velikim turističkim mogućnostima, ulaskom u Europsku uniju nastoji približiti turističkom djelovanju prisutnom u europskim zemljama. Kao osnovnu konkurentsku prednost nudi prirodne ljepote, očuvan okoliš, neizgrađene i neurbanizirane prostore i sigurnost. To uvelike pridonosi raznovrsnosti turističke ponude i osnova je za budući turistički razvoj. Ipak, da bi opstala među članicama Europske unije, Hrvatska mora raditi na jačanju konkurentnosti turizma, što je moguće korištenjem potpora i fondova Europske unije. Jačanje konkurentnosti hrvatskog turizma predstavlja problem ovoga rada. Predmet istraživanja ovoga rada odnosi se na analizu utjecaja ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju na turističke pokazatelje. Također, autori istražuju i predstavljaju u radu mogućnosti

jačanja konkurentnosti hrvatskog turizma korištenjem potpora i fondova Europske unije.

1.2. Cilj rada

Glavni cilj ovoga rada je dokazati važnost ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju za razvoj i jačanje hrvatskog turizma.

Ostali ciljevi ovoga rada jesu:

- istražiti, analizirati i predstaviti turističke pokazatelje Republike Hrvatske
- istražiti i predstaviti konkurentske prednosti hrvatskoga turizma
- analizirati i prezentirati rezultate osjećaja sigurnosti inozemnih turista u Republici Hrvatskoj
- predstaviti potpore i fondove Europske unije.

1.3. Istraživačka pitanja

Istraživačko pitanje 1.: Je li ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju doveo do rasta turističkih pokazatelja?

Istraživačko pitanje 2.: Osjećaju li se inozemni turisti sigurno prilikom boravka u Republici Hrvatskoj?

Istraživačko pitanje 3.: Koje su konkurentske prednosti turizma Republike Hrvatske?

Istraživačko pitanje 4.: Korištenjem kojih programa i fondova Europske unije Republika Hrvatska može ojačati svoj turizam?

2. ANALIZA TURISTIČKIH POKAZATELJA REPUBLIKE HRVATSKE

Ako sagledamo dosadašnja ostvarenja turističkih rezultata u Republici Hrvatskoj, mogu se uočiti značajne varijacije nakon 2013. godine, odnosno nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju. Analizom broja dolazaka turista i broja noćenja uočena je važnost pristupa Europskoj uniji za hrvatski turizam. Republika Hrvatska je, kao nova članica, zemlja s velikim turističkim mogućnostima kojoj je cilj približiti se turističkom djelovanju koje je prisutno u ostalim zemljama Europske unije.

Zemlje članice imaju veliku prednost u svijesti turista kod odabira destinacije za njihov odmor, shodno čemu pet najvećih emitivnih tržišta hrvatskog turizma predstavljaju Njemačka, Italija, Slovenija, Austrija i Češka.

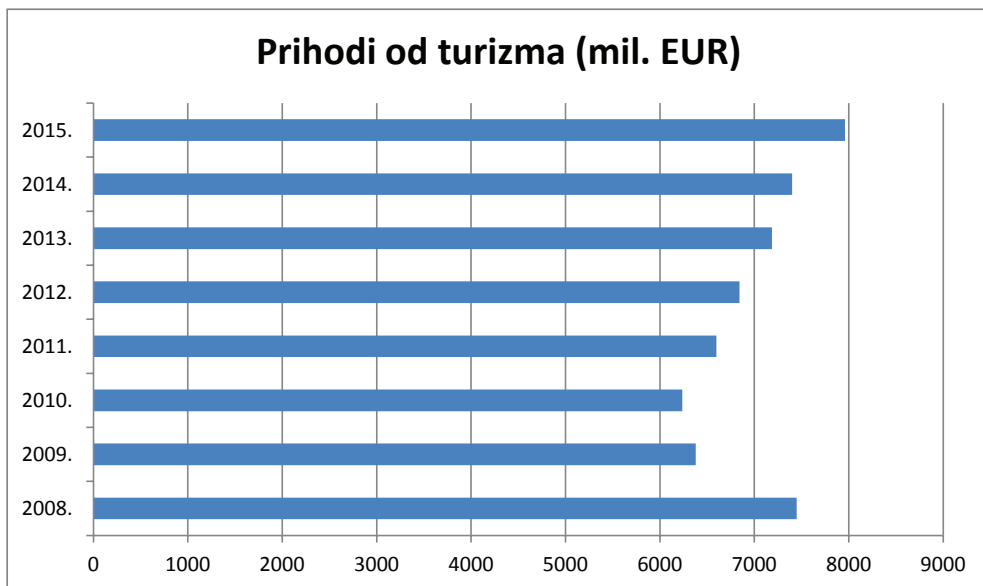
Slika 1. Prikaz pada i/ili rasta prihoda od turizma (mil. EUR) 2008. – 2015.

2008.	2009.	Rezultat
7,449	6,380	-14,35 %
2009.	2010.	Rezultat
6,380	6,237	-2,24 %
2010.	2011.	Rezultat
6,237	6,599	5,80 %
2011.	2012.	Rezultat
6,599	6,843	3,70 %
2012.	2013.	Rezultat
6,843	7,188	5,04 %
2013.	2014.	Rezultat
7,188	7,401	2,96 %
2014.	2015.	Rezultat
7,401	7,961	7,57 %

Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Na slici je prikazan rast i/ili pad prihoda hrvatskog turizma u razdoblju od 2008. do 2015. godine. Usprkos padu od 14,35 % u 2009. godini, vidljiv je oporavak i konstantan rast prihoda od 2010. do 2015. godine. Također, u 2015. godini ostvareni su veći prihodi nego 2008., koja je sve do 2015. godine bila najuspješnija po prihodima. Nadalje, treba naglasiti da su trendovi u turizmu pozitivni, pa se i u budućim godinama očekuje rast prihoda.

Slika 2. Grafički prikaz prihoda Republike Hrvatske od turizma(mil. EUR) za razdoblje 2008. – 2015.



Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Na slici su prikazani prihodi od turizma iz čega je vidljivo da 2008. godine Republika Hrvatska bilježi visoke prihode od turizma, koji su ponovo dostignuti tek u 2015. godini. Razlog pada prihoda u godinama nakon 2008. je početak svjetske ekonomske krize, što je uzrokovalo veliki pad segmenta poslovnih putovanja, koji se prepолоvio u odnosu na 2008. godinu. Ipak, u idućim godinama turističko tržište blago se oporavilo, a nakon 2015. očekuje se jači rast prihoda od turizma, u skladu s oporavkom gospodarstva razvijenih zemalja.

2.1. Analiza dolazaka turista iz Europske unije

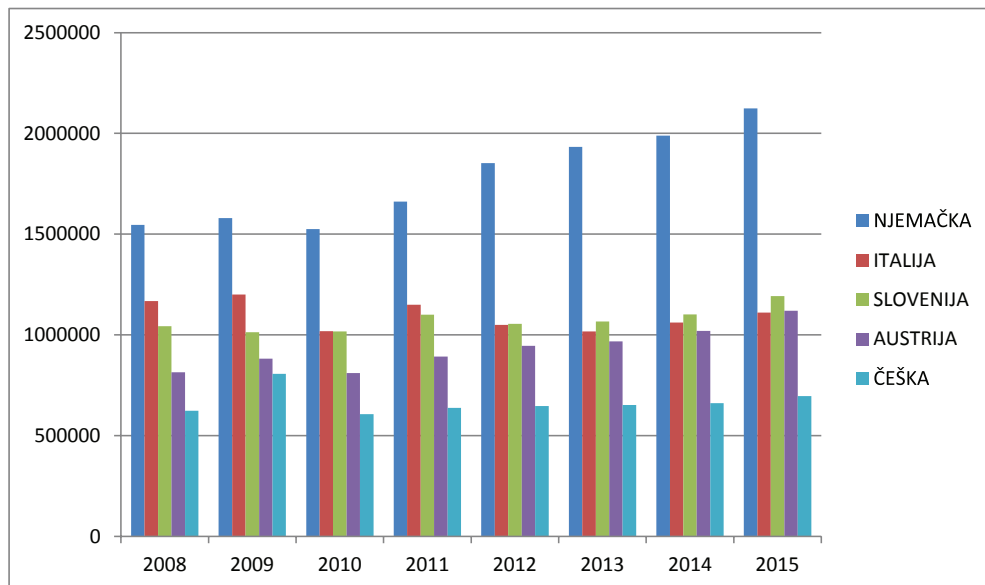
U nastavku rada analiziran je broj dolazaka turista u razdoblju od 2008. do 2015. godine, tablično i grafički. Analizirane su zemlje Europske unije čiji građani ostvaruju najveći broj dolazaka u Republiku Hrvatsku.

Slika 3. Dolasci turista u Hrvatsku za razdoblje 2008. – 2015. (u tisućama 000)

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Njemačka	1.546	1.580	1.525	1.661	1.853	1.933	1.989	2.124
Italija	1.168	1.200	1.018	1.150	1.050	1.017	1.061	1.111
Slovenija	1.043	1.013	1.017	1.100	1.055	1.067	1.102	1.192
Austrija	814	882	810	892	946	968	1.019	1.120
Češka	623	807	606	638	647	652	661	696

Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Na slici je prikazan broj dolazaka turista iz Europske unije. Radi lakše analize, prilikom istraživanja promatrane su zemlje Europske unije čiji državljani ostvaruju najveći broj dolazaka u Republiku Hrvatsku (Njemačka, Italija, Slovenija, Austrija, Češka). Kako je vidljivo, najveći broj dolazaka ostvarili su turisti iz Njemačke, čiji broj varira od milijun i pol do dva milijuna, analizirajući razdoblje od 2008. do 2015. godine. Nešto manje dolazaka ostvarili su turisti iz Italije i Slovenije, a nakon njih slijede turisti iz Austrija i Češka, čiji broj uglavnom ne prelazi milijun. Prema pisanju Ekonomskog instituta u Zagrebu (Sektorske analize, 2016), nakon stagnacije u razdoblju od 2007. do 2010. godine, čemu je uvelike pridonijela globalna financijska i gospodarska kriza, fizički pokazatelji u turizmu počeli su se oporavljati pa se tako lako uočava rast broja dolazaka turista iz promatranih zemalja. Može se, dakle, reći da turistički promet bilježi lagani trend rasta. Uz navedeno, bitno je napomenuti da se najveći broj dolazaka zabilježi u ljetnim mjesecima – srpnju i kolovozu (preko 50 %). Uz oporavak od svjetske gospodarske krize, očigledno je da europsko gospodarstvo taj oporavak najbrže osjeća, što je još više pridonijelo snažnijem rastu hrvatskog turizma. Za razumijevanje pozitivnih trendova ne treba zanemariti ni lošu političku i gospodarsku situaciju u drugim zemljama. Tu se prije svega misli na Grčku, koja je jedan od glavnih konkurenata Republici Hrvatskoj kada je riječ o turizmu. Također, na umu treba imati i političke nestabilnosti na Bliskom istoku i u Sjevernoj Africi zbog kojih se povećava interes za druge destinacije, uključujući i Hrvatsku.

Slika 4. Grafički prikaz dolazaka turista u Hrvatsku za razdoblje 2008. – 2015.

Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Na slici je prikazan broj dolazaka turista iz pet zemalja Europske unije u razdoblju od 2008. do 2015. godine. Vidljivo je kako najveći rast bilježe Njemačka i Slovenija, nešto manji rast ostvaruje Austrija, dok Italija i Češka uglavnom stagniraju.

Slika 5. Prikaz rasta i/ili pada dolazaka turista u Republiku Hrvatsku iz top pet zemalja za razdoblje 2008. – 2015. (%)

	2008/ 2009	2009/ 2010	2010/ 2011	2011/ 2012	2012/ 2013	2013/ 2014	2014/ 2015
Njemačka	2,20%	-3,48%	8,92%	11,56%	4,32%	2,90%	6,79%
Italija	2,74%	-15,17%	12,97%	-8,70%	-3,14%	4,33%	4,71%
Slovenija	-2,88%	0,39%	8,16%	-4,09%	1,14%	3,28%	8,17%
Austrija	8,35%	-8,16%	10,12%	6,05%	2,33%	5,27%	9,91%
Češka	29,53%	-24,91%	5,28%	1,41%	0,77%	1,38%	5,30%

Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Slika prikazuje rast i/ili pad broja dolazaka turista u Republiku Hrvatsku iz top pet zemalja Europske unije, a rezultat je izražen u postotnom odnosu. Tako je Češka 2009. godine ostvarila najveći rast dolazaka turista koji je iznosio 29,53 % više u odnosu na godinu ranije, da bi se 2010. „vratila na staro“ te ostvarila pad dolazaka gostiju od 24,91 %. Također, 2009. godine pad dolazaka turista iz Italije iznosio je 15,17 %, a iz Austrije 8,16 %. U daljnjem promatranom razdoblju Njemačka ostvaruje najveći rast, koji je ujedno i konstantan, dok rast dolazaka turista iz ostalih zemalja ostvaruje značajniji rezultat tek 2014. i 2015. godine.

2.2. Analiza noćenja turista iz Europske unije

Republika Hrvatska, kao nova članica, prihvaćena je kao vrijedno odredište na europskom kontinentu. Slijedom toga, ukupan broj noćenja turista iz odabranih pet zemalja Europske unije, koje ostvaruju najveći turistički promet, varira iz godine u godinu. Prikazanom analizom u sljedećim tablicama i grafikonima, uočava se rast i pad broja noćenja turista iz navedenih zemalja, čime se dolazi do utvrđivanja značaja ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju.

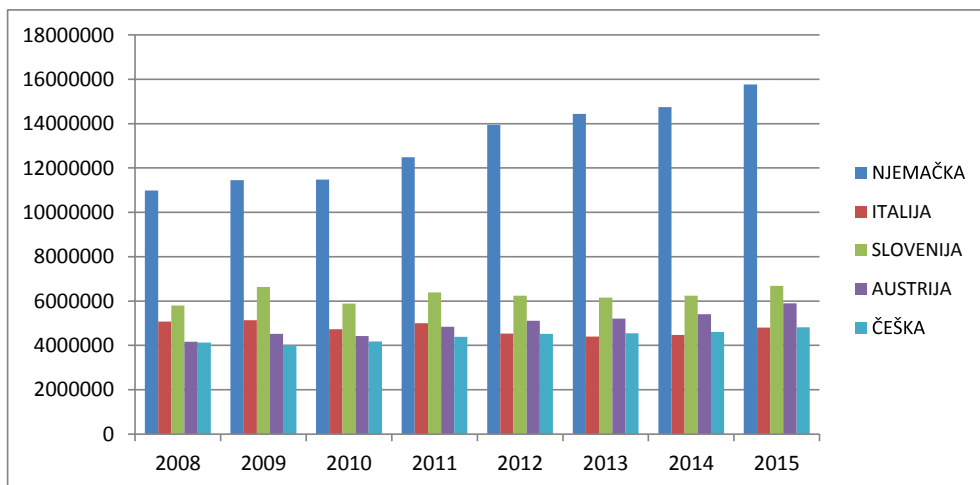
Slika 6. Noćenja turista u Republici Hrvatskoj iz top pet zemalja za razdoblje 2008. – 2015. (u tisućama 000)

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Njemačka	10.983	11.451	11.476	12.487	13.947	14.436	14.749	15.770
Italija	5.069	5.135	4.732	4.995	4.535	4.397	4.466	4.800
Slovenija	5.802	6.635	5.885	6.389	6.239	6.159	6.236	6.678
Austrija	4.165	4.515	4.420	4.836	5.104	5.208	5.404	5.902
Češka	4.122	4.020	4.170	4.389	4.519	4.539	4.600	4.812

Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Kao što je prikazano na slici, prema kriteriju ostvarenog udjela u noćenjima, najjača emitivna tržišta za Republiku Hrvatsku čine: Njemačka, Italija, Slovenija, Austrija i Češka, nakon kojih slijede Poljska, Nizozemska, Slovačka, Velika Britanija i Mađarska. Stoga, na slici je prikazan broj noćenja turista iz navedenih zemalja Europske unije u Republici Hrvatskoj, iz čega je vidljivo da prvo mjesto zauzima ponovo Njemačka, koja je rekorder i u broju noćenja, dok ostale promatrane zemlje imaju gotovo upola manje noćenja.

Slika 7. Grafički prikaz broja noćenja turista u Republici Hrvatskoj iz top pet zemalja za razdoblje 2008. – 2015.



Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Na slici je prikazan broj noćenja turista iz promatranih pet zemalja Europske unije, koje ujedno čine zemlje iz kojih najčešće i dolaze turisti u Republiku Hrvatsku. Vidljiv je porast broja noćenja turista iz Njemačke, Slovenije, Austrije i Češke, dok se broj noćenja turista iz Italije kontinuirano smanjuje od 2008. do 2015. godine, kada je zabilježen blagi rast.

Slika 8. Prikaz rasta i/ili pada noćenja turista u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2008. – 2015. (%)

	2008./ 2009.	2009./ 2010.	2010./ 2011.	2011./ 2012.	2012./ 2013.	2013./ 2014.	2014./ 2015.
Njemačka	4,26%	0,22%	8,81%	11,69%	3,51%	2,17%	6,92%
Italija	1,30%	-7,85%	5,56%	-9,21%	-3,04%	1,57%	7,48%
Slovenija	14,36%	-11,30%	8,56%	-2,35%	-1,28%	1,25%	7,09%
Austrija	8,40%	-2,10%	9,41%	5,54%	2,04%	3,76%	9,22%
Češka	-2,47%	3,73%	5,25%	2,96%	0,44%	1,34%	4,61%

Izvor: Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb.

Na slici je prikazan rast i/ili pad noćenja turista u postotnom odnosu, iz čega je vidljivo da jedino Njemačka bilježi porast broja noćenja u kontinuitetu tijekom promatranog razdoblja. Od preostala četiri najveća emitivna tržišta hrvatskog turizma, Slovenija i Italija bilježe smanjenje broja noćenja, pa tako Slovenija 2010. godine bilježi pad od 11,30 %. Pad broja noćenja turista iz Slovenije i Italije posljedica je negativnih kretanja u tamošnjim gospodarstvima. Republika Hrvatska izdvojena je u skupini zemalja Europske unije s najvećim udjelom inozemnih gostiju (92 %) u ukupnom broju noćenja u 2015. godini. Veći su udio zabilježile samo Malta (96 %) i Cipar (94 %).

3. SIGURNOST TURISTA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Svjedoci smo sve turbulentnijih promjena na geopolitičkoj karti Europe kao i emigrantske krize koja je potresala (i još uvijek potresa) europski prostor, a time i Hrvatsku. Ne smijemo zaboraviti da je nestabilna situacija u pojedinim zemljama (naročito Grčkoj) rezultirala porastom broja noćenja u Hrvatskoj i zato treba u narednom razdoblju izbjeći svaku mogućnost ponavljanja scenarija s Hrvatskom u glavnoj ulozi (Boban, 2016).

Kako bi Republika Hrvatska ostala sigurna turistička destinacija, upravljanje sigurnošću treba postaviti u fokus javnog, ali i privatnog sektora. Teroristički napadi koji su se dogodili u okruženju govore o mogućnostima za prevenciju koje su minimalne, shodno čemu sigurnost u turizmu treba predstavljati kompleksan sustav unutar državnih institucija, čiji će procesi imati pozitivan učinak u slučaju neželjenih događaja.

Ako se uzme u obzir da je Republika Hrvatska zadnjih godina okrenuta samo turizmu, kao sektoru koji donosi prihod, a u isto se vrijeme ne razvijaju druge gospodarske grane, dolazi se do činjenice da je narušavanje sigurnosti za Republiku Hrvatsku puno veći problem nego što bi takva situacija predstavljala krizu drugim, ponajprije razvijenim zemljama, koje ne ovise samo u turizmu.

Funkcija planiranja sigurnosti u turizmu jedna je od osnovnih i početnih funkcija u ukupnom sklopu procesnih funkcija suvremenog menadžmenta u turizmu. Sam proces planiranja, u današnjoj situaciji, uvelike se svodi na krizno upravljanje s ciljem preventivne djelatnosti kao temeljnih sastavnica sigurnosti u turizmu. Sigurnost je komponenta kvalitete na poslovnoj i organizacijskoj razini, dok je na društvenoj razini sigurnost prikaz funkcionalne pouzdanosti infrastrukture i usluge. Sve se češće izbor turističke destinacije temelji na informacijama o sigurnosti i sigurnosnoj situaciji. Polazeći od međunarodne prakse, sustav planiranja sigurnosti u turizmu podrazumijeva prilagodbu novim sigurnosnim izazovima uz uporabu novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija koje dolaze iz sigurnosnog okruženja (Boban, 2016).

Trenutna je situacija u Republici Hrvatskoj na zadovoljavajućoj razini, kada se govori o sigurnosti među turistima, shodno čemu su svjedočili i dobri rezultati hrvatskog turizma u zadnjih nekoliko godina. „Osobna sigurnost“ u ljetnom, odmorišnom

turizmu u Republici Hrvatskoj prikazana je u sljedećoj tablici, rezultatima koji predstavljaju rang listu sačinjenu od 28 elemenata, koji su analizirani u prethodnih 27 godina.

Slika 9. Rang ocjene „osobne sigurnosti“ u Hrvatskoj za razdoblje 1987. – 2014.

GODINA	RANG
2014.	4
2010.	5
2007.	3
2004.	3
2001.	4
1997.	5
1994.	5
1989.	2
1987.	2

Čorak, S., Marušić, Z. (2015.) Turizam i sigurnost: stavovi turista o razini osobne sigurnosti u Hrvatskoj, prezentacija s *Okruglog stola Terorizam i turističko novinarstvo, Marko Polo 2015.*, dostupno na: http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2015/Turizam-i-sigurnost_11_12_2015.pdf (15.10.2016.)

Na slici je prikazan stupanj zadovoljstva turista razinom „osobne sigurnosti“ za promatrano razdoblje, od 1987. do 2014. godine. Tijekom cijelog promatranja razdoblja stupanj zadovoljstva „osobnom sigurnošću“ bio je vrlo visok. Od 1987. do 1989. godine stupanj zadovoljstva „osobnom sigurnošću“ bio je na drugom mjestu i to je ujedno bio i najbolji rang u promatranom razdoblju. Od 1994. do 1997. godine stupanj zadovoljstva „osobnom sigurnošću“ pada na rang 5, što je rezultat ratnih godina u Republici Hrvatskoj. Ipak, od 2001. do 2007. godine stupanj zadovoljstva „osobnom sigurnošću“ raste i rang iznosi 4, da bi se u 2010. godini ponovo vratio na rang 5. Ipak, trend stupnja zadovoljstva „osobnom sigurnošću“ raste i dolazi do ranga 4 u 2014. godini.

„Osobna sigurnost“ u ljetnom, odmorišnom turizmu u Republici Hrvatskoj analizirana je i komparirana u odnosu na druge zemlje s područja Mediterana, a promatrano je razdoblje od 1987. do 2014. godine. Rezultati istraživanja podijeljeni su u tri kategorije, koje prikazuju je li stanje „osjećaja sigurnosti“ u kompariranim zemljama u odnosu na Republiku Hrvatsku bolje, isto ili lošije.

Slika 10. „Osjećaj sigurnosti“ u Republici Hrvatskoj u odnosu na zemlje Mediterana za razdoblje 1987. – 2014.

LOŠIJE	4%	6%	7%	4%	4%	5%	7%	2%
ISTO	74%	55%	59%	58%	56%	69%	49%	42%
BOLJE	23%	39%	34%	39%	41%	26%	45%	56%
ZEMLJE	PORTUGAL	ŠPANIJOLSKA	FRANCUSKA	ITALIJA	SLOVENIJA	CRNA GORA	GRČKA	TURSKA

Čorak, S., Marušić, Z. (2015.) Turizam i sigurnost: stavovi turista o razini osobne sigurnosti u Hrvatskoj, prezentacija s *Okruglog stola Terorizam i turističko novinarstvo*, Marko Polo 2015., dostupno na: http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2015/Turizam-i-sigurnost_11_12_2015.pdf (15.10.2016.)

Na slici su predstavljeni rezultati istraživanja koji u postotnoj vrijednosti prikazuju stanje „osjećaja sigurnosti“ u zemljama Mediterana u odnosu na stanje „osjećaja sigurnosti“ u Republici Hrvatskoj. Iz prikupljenih rezultata vidljivo je da Republika Hrvatska ima najbolje rezultate u odnosu na ostale promatrane zemlje. Promatrano je razdoblje od 1987. – 2014. godine, a rezultat je izražen za svaku pojedinu zemlju u okruženju. Od analiziranih zemalja, najlošiji rezultat ostvarile su Turska i Grčka. Zatim slijedi Slovenija, a izjednačen rezultat imaju Španjolska, Francuska i Italija. Najbolji rezultat ostvario je Portugal, a na drugom je mjestu Crna Gora.

4. MOGUĆNOSTI JAČANJA KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA NAKON ULASKA U EUROPSKU UNIJU

Europa je oduvijek bila turistički vrlo atraktivan kontinent, a zemlje članice Europske unije danas su najjače emitivne zemlje koje određuju suvremena turistička kretanja. Gotovo svi turisti svijeta posjećuju ili žele posjetiti razvijene zemlje s bogatom turističkom ponudom u Europskoj uniji. Članice Europske unije imaju veliku prednost kod pozicioniranja u svijesti turista i kreiranju imidža.

Ostale se destinacije u zemljama nečlanicama prihvaćaju kao manje vrijedna odredišta. Hrvatska kao nova članica Europske unije, zemlja je s velikim turističkim mogućnostima kojoj je cilj približiti se turističkom djelovanju prisutnom u zemljama Europske unije. Republika Hrvatska svojim članstvom u Europskoj uniji stekla je mogućnost samostalnog korištenja programa pomoći i pretpristupnih programa Europske unije (popularno nazvanih EU fondova).

Republika Hrvatska ima veliki broj konkurentskih prednosti, ali kada se govori o turizmu, valja izdvojiti sljedeće prednosti:

- prirodne ljepote jadranske obale i otoka
- turistički potencijali kontinentalnog dijela (termalni izvori, rijeke, skijališta, dvorci, zaštićena područja, nacionalni parkovi, parkovi prirode i dr.)
- ekološki čisto prirodno okruženje
- bogatstvo flore i faune
- zemljopisni položaj Hrvatske koji omogućuje brzu dostupnost glavnim europskim emitivnim tržištima
- osobna sigurnost i u smještajnim objektima i u destinacijama
- bogata kulturno-povijesna baština.

4.1. Financijske potpore i fondovi Europske unije

Programi Europske unije predstavljaju integrirani niz aktivnosti koje usvaja Europska unija u svrhu promicanja suradnje između država članica u različitim područjima povezanim sa zajedničkim politikama Europske unije. Europski parlament usvojio je 2. srpnja 2014. nove zakonske okvire za Programe Europske unije u financijskom razdoblju 2014. – 2020., prema dostupnim podacima (dostupno na Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, n. d.).

Programi za turistički sektor jesu:

- COSME
- Obzor 2020.
- Kreativna Europa
- Erasmus +
- Life
- Easi.

Turizam pomaže ojačati osjećaj europskog građanstva poticanjem kontakata i razmjene između građana, bez obzira na razlike u jeziku, kulturi ili tradiciji. EU ministri za turizam podržavaju Madridsku deklaraciju, koja uspostavlja niz preporuka koje se odnose na provedbu konsolidirane europske turističke politike, naglašava potrebu za jačanjem održive konkurentnosti u sektoru i prepoznaje dodane vrijednosti i akcije Europske unije o turizmu (Keča, 2013).

Nakon ulaska Hrvatske u Europsku uniju jedan od značajnih izvora financiranja koje nikako ne bi trebalo propustiti su EU fondovi, namijenjeni između ostalog i unaprjeđenju turističke ponude. U strategiji 2014. – 2020. Europska komisija namijenila je sedam milijardi eura hrvatskom turističkom sektoru, koje za krajnji cilj imaju poboljšanje svih segmenata održivog turizma i produljenje turističke sezone (Rogić, 2014).

Europski fond za regionalni razvoj jedan je od pet europskih strukturnih i investicijskih fondova koji se spominje u kontekstu investicija u turizmu. Taj fond podupire jedanaest tematskih ciljeva i investicijskih prioriteta Europa 2020., a prema dostupnim podacima (na Fondovi i programi za financiranje projekata u turizmu, n. d.) to se odnosi na sljedeće kategorije:

1. Istraživanje i inovacije
2. Informacije i komunikacijske tehnologije
3. Konkurentnost malih i srednjih tvrtki
4. Zaokret prema niskoj razini ugljika
5. Zaštita okoliša i učinkovitost resursa
6. Zapošljavanje i podrška mobilnosti radne snage
7. Obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.

Također, prema dostupnim podacima (na Fondovi i programi za financiranje projekata u turizmu, n. d.) Europski fond za regionalni razvoj financira primjerice sljedeće aktivnosti u turizmu:

- istraživanje povezano s turizmom, tehnološki razvoj i inovacije, uključujući i inovacije i klastere
- razvoj ICT proizvoda za turizam (aplikacije, prikupljanje podataka...)
- razvoj inovativnih turističkih usluga, osobito u manje razvijenim i udaljenim područjima
- razvoj visoke dodane vrijednosti proizvoda i usluga u tržišnim nišama (zdravstveni turizam, turizam za umirovljenike, kulturni i ekoturizam, gastronomski turizam, sportski turizam), i to mobiliziranjem određenih lokalnih resursa
- razvrstavanje aktivnosti među različitim turističkim djelatnostima, kao i s kreativnim industrijama, diverzificiranjem regionalnih turističkih proizvoda i produljenje turističke sezone (primjerice u industriji nautičkog turizma i plovidbi, kao i za krstarenja).

EU fondovi za turizam osiguravaju snažan razvoj te gospodarske grane, što ima pozitivan utjecaj na cjelokupno gospodarstvo. Da bi se što bolje iskoristile mogućnosti sufinanciranja iz EU fondova za turizam, potrebno je izraditi kvalitetne projekte koji će pridonijeti unaprjeđenju i rastu gospodarstva. Također, time će se povećati i stupanj zaposlenosti i poboljšati konkurentnost turističkog sektora (EU fondovi za turizam, n. d.).

Investicije u turizmu u širem smislu mogu se definirati kao vrjednovanje prirodnih i kulturnih resursa te ulaganje materijalnih i financijskih vrijednosti kao i znanja i ljudskih potencijala u sadašnjosti radi ostvarivanja pozitivnih učinaka u budućnosti (Bartoluci, 2013, str. 373).

4.2. Dostupni fondovi Europske unije za jačanje turizma Republike Hrvatske

U turizmu su se bespovratna sredstva usmjeravala u sufinanciranje javne infrastrukture te malo i srednje poduzetništvo. Prepoznavanjem razvoja i jačanja ljudskih potencijala u turizmu kao jednog od ključnih dijelova Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, otvorena je mogućnost subvencioniranja turizma za komponentu ljudskih potencijala i obrazovanje.

Turizam je industrija doživljava i emocija, stoga je poticanje i unaprjeđenje obrazovnog sustava te ulaganje u turističke stručne kadrove nužno za dodatno jačanje kvalitete turističke ponude i usluga. EU fondovi u turizmu fokusirani su na investicijske prioritete kod dodjele bespovratnih sredstava u financijskom razdoblju 2014. – 2020. godine, a odredit će se sljedećim tematskim ciljevima (EU fondovi za turizam, n. d.):

- a) promicanje zapošljavanja i potpore mobilnosti radne snage
- b) promicanje socijalnog uključivanja i borba protiv siromaštva
- c) ulaganje u obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.

Kreativnost, inovacije i nove metode privlačenja turista, uključujući marketing, glavni su preduvjet za uspjeh. Pri realizaciji određene ideje potrebno je imati stručni kadar za pripremu i provedbu projekata. EU fondovi za turizam sufinancirat će projekte izravno i posredno preko institucija za postizanje razvoja poduzetništva i drugih sektora. Državna tijela, čije je natječaje dobro pratiti kod traženja bespovratnih sredstava za turizam su: mrežna stranica Ministarstva turizma: <http://www.mint.hr>.

5. ZAKLJUČAK

U ovom radu dokazano je da su nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju rasli ukupni prihodi ostvareni od turizma, zahvaljujući rastu ostalih pokazatelja, kao što je broj dolazaka turista i broj noćenja turista iz Europske unije, čime je odgovoreno na prvo istraživačko pitanje: Je li ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju doveo do rasta turističkih pokazatelja?

Nadalje, u radu je dokazano da sigurnost turista u Republici Hrvatskoj predstavlja najvišu razinu, što je pokazalo istraživanje za promatrano razdoblje od 1987. do 2014. godine. Tijekom cijelog promatranja razdoblja stupanj zadovoljstva „osobnom sigurnošću“ bio je vrlo visok. Također, analizirajući zemlje na Mediteranu, „osjećaj sigurnosti“ u Republici Hrvatskoj ocijenjen je najvišom ocjenom, čime je odgovoreno na drugo istraživačko pitanje: Osjećaju li se inozemni turisti sigurno prilikom boravka u Republici Hrvatskoj?

Uz navedeno, u radu su predstavljene konkurentne prednosti hrvatskog turizma, od kojih valja izdvojiti: ekološki čisto i prirodno okruženje s velikim bogatstvom flore i faune, zemljopisni položaj Hrvatske koji omogućuje brzu dostupnost glavnim europskim emitivnim tržištima, osobna sigurnost i bogata kulturno-povijesna

baština. Shodno navedenom, odgovoreno je na treće istraživačko pitanje: Koje su konkurentske prednosti turizma Republike Hrvatske?

Nastavno na konkurentske prednosti hrvatskog turizma i zahvaljujući ulasku u Europsku uniju, hrvatski turizma može se ojačati korištenjem programa za turistički sektor, kao što su: COSME, Obzor 2020., Kreativna Europa, Erasmus+, Life, Easi. Uz programe na raspolaganju turističkom sektoru nalazi se i Europski fond za regionalni razvoj, kao jedan od pet europskih strukturnih i investicijskih fondova koji se spominje u kontekstu investicija u turizmu. Podupire jedanaest tematskih ciljeva i investicijskih prioriteta Europa 2020. Time je odgovoreno na četvrto istraživačko pitanje: Korištenjem kojih programa i fondova Europske unije Republika Hrvatska može ojačati svoj turizam?

Članstvom u Europskoj uniji Republika Hrvatska stekla je mogućnost samostalnog korištenja programa pomoći i pretprijetnih programa Europske unije – EU fondova. Tim potporama i fondovima mogu se ojačati konkurentske prednosti hrvatskog turizma. EU fondovi za turizam osiguravaju snažan razvoj velikog broja djelatnosti, što ima pozitivan utjecaj na cjelokupno gospodarstvo.

Ovaj rad predstavlja podlogu za daljnja istraživanja, koja mogu odgovoriti na pitanja o jačanju hrvatskog turizma u budućem razdoblju, razvijajući poglavlja kroz navedene glavne sektore unutar strategije razvoja turizma Republike Hrvatske 2020.

ANALYSIS OF TOURIST INDICATORS AND SECURITY OF THE REPUBLIC OF CROATIA WITH THE POSSIBILITY OF STRENGTHENING THE COMPETITIVENESS OF CROATIAN TOURISM UPON ACCESSION INTO THE EU

Kristijan Marić, mag.rel.int.et dipl., Lecturer, Libertas International University
Trg J. F. Kennedy 6 b, 10000 Zagreb, Hrvatska
Telephone: +385 91 3888-305 E-mail: kristijan.marić1@gmail.com

Blaženka Samardžić, struč.spec.oec., Student, Libertas International University
Trg J. F. Kennedy 6 b, 10000 Zagreb, Hrvatska
Telephone: +385 95 913 8140 E-mail: samardzic520@gmail.com

Nikola Protrka, univ.spec.inf., Lecturer, Police College in Zagreb
Avenija Gojka Šuška 1., 10000 Zagreb, Hrvatska
Telephone: +385 98 231 727 E-mail: nprotrka@gmail.com

ABSTRACT

When we discuss Croatian tourism, it is necessary to emphasise its vast significance for the national economy observable from tourist traffic. Furthermore, the same is evident in the high share of tourism in the gross domestic product (hereinafter GDP) of the Republic of Croatia. Upon admittance into the European Union, there are opportunities to strengthen Croatian tourism, owing to the growth of tourist indicators and the increasing interest of tourists from the EU. According to the aforementioned, the purpose of this paper is to determine the effect of the admittance of Croatia into the EU, and its tourism results by analysis of tourist indicators. The paper also shows research of Croatian tourism, its competitive advantage and possibilities of further development. This also represent the biggest researched problem described in the paper. Furthermore, the authors analysed the sense of security of foreign tourists during their stay in Croatia. They obtained results founded in secondary research and the following databases: books, textbooks, professional literature, scientific and professional papers, and various reports by bodies of government administration, ministries and agencies, as well as online sources. In accordance with the obtained results, we conclude that the accession of the Republic of Croatia into the EU had positive effects on tourist indicators. This was evident in the increase of number of tourist arrivals and overnights, as well as in the tourism-generated revenue. The positive results and their growth in the observed period significantly contributed to the coverage of Croatian balance of payments, to which the paper also pays attention. In addition, we investigated and presented the possibilities of strengthening the competitiveness of Croatian tourism, by using grants and EU funds.

Keywords: European Union; tourist indicators; competitive advantage; support and EU funds; security.

LITERATURA

1. Bartoluci, M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Školska knjiga: Zagreb.
2. Boban, M. (2016, 4. veljače). Sigurnost i turizam. *Poslovni turizam*. Dostupno na <http://terraconbusinessnews.com/turizam-i-sigurnost-planiranje-sigurnosti-u-turizmu-kao-znacajan-ekonomski-faktor-uspjesnosti-hrvatske-kao-pozeljne-turisticke-destinacije/> (15.09.2016.)
3. Čorak, S., Marušić, Z. (2015.) Turizam i sigurnost: stavovi turista o razini osobne sigurnosti u Hrvatskoj, prezentacija s *Okruglog stola Terorizam i turističko novinarstvo, Marko Polo 2015*. Dostupno na http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2015/Turizam-i-sigurnost_11_12_2015.pdf (15.10.2016.)
4. EU fondovi za turizam. (n. d.) *Prava ideja*. Dostupno na <http://www.pravaideja.net/eu-fondovi-za-turizam/> (17.05.2016.)
5. Fondovi i programi za financiranje projekata u turizmu.(n. d.). *Europrojekti*. Preuzeto s <http://www.europrojekti.eu/fondovi-prorami-financiranje-projekata-turizmu/> (06.05.2016.)
6. Keča, K. (2013). *Turistička politika Europske unije* [materijali s predavanja]. Zagreb: Libertas međunarodno sveučilište.
7. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. (n. d.) *Programi Unije*. Dostupno na <http://www.mint.hr/default.aspx?id=27343> (20.05.2016.)
8. Rogić, M. (2014, 24. rujna) Kako dobiti sredstva EU fondova u turizmu? *Poslovni turizam*. Preuzeto s na <http://www.poslovniturizam.com/savjeti/kako-dobiti-sredstva-eu-fondova-u-turizmu/1606>, (20.04.2016.)
9. Samardžić, B. (2016). *Analiza turističkih pokazatelja Republike Hrvatske i mogućnosti jačanja konkurentnosti Hrvatskog turizma* (Stručni specijalistički diplomski rad). Zagreb: Libertas međunarodno sveučilište.