

Vlasta Roška\*  
Andre Šmider\*\*

## UTJECAJ TURIZMA NA BDP U HRVATSKOJ

### Sažetak

Turizam je od velikog značaja za gospodarstvo Hrvatske. Svake godine, za vrijeme ljetne turističke sezone, željno se očekuju statistike o broju dolazaka, noćenja i ostvarenih prihoda. Sve djelatnosti vezane za turističku sezonu imaju posrednu ili neposrednu korist od turističke sezone. Ulazak Hrvatske u Europsku uniju 2013. značajno je utjecao na hrvatski turizam te je pridonio većoj konkurentnosti ponude i kvaliteti usluge. Stranim investitorima tako je omogućen lakši ulazak u Hrvatsku, a turizmu novi kapital i investicije. Cilj je rada istražiti u kojoj mjeri prihodi od turizam utječu na bruto društveni proizvod (BDP) Republike Hrvatske. S obzirom na to da su prihodi od turizma oko 20 % BDP-a, može se zaključiti da je hrvatsko gospodarstvo ovisno o turizmu i turističkoj sezoni. Turizam je u Hrvatskoj značajan pokretač gospodarstva, ali izrazito sezonalan i osjetljiv na vanjske čimbenike.

**Ključne riječi:** bruto društveni proizvod (BDP), gospodarski rast, prihodi od turizma, turistička sezona

### 1. Uvod

Turizam je kao gospodarska grana od velikog značaja za gospodarstvo Hrvatske, a pri tome se prvenstveno misli na ljetni turizam. Svjetska turistička organizacija definirala je da: „turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju” (UNWTO, 1999). Hrvatski turizam ne smije biti samo sunce i čisto more. U razdoblju od siječanja do kolovoza 2024. broj dolazaka stranih turista iznosio je 14,67 milijuna, a domaćih turista 2,20 milijuna (HTZ, 2024a). Povećanje dolazaka stranih turista bilo je 3,4 %, dok su dolasci domaćih turista povećani 7,5 % u odnosu na isto razdoblje 2023.

\* izv. prof. dr. sc. Vlasta Roška, Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb, Hrvatska, [vroska@libertas.hr](mailto:vroska@libertas.hr)

\*\* Andre Šmider, Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb, Hrvatska, [asmider@student.libertas.hr](mailto:asmider@student.libertas.hr)

Hrvatska sa svojom raznolikošću ima mogućnosti ostvarivanja prihoda od turizma tijekom cijele godine, a ne samo u tri-četiri ljetna mjeseca. Osim uz more, razvoj se turizma sve više širi i na kontinentalnu Hrvatsku sa svojim beskrajnim ravninama, rijekama, kulturnom baštinom, nacionalnim parkovima i ostalim turističkim atrakcijama. Kontinentalni turizam ima razvijen seoski, ali i zdravstveni turizam u brojnim ljekovitim toplicama. Turizam, i obalni i kontinentalni, obuhvaća gastronomski, zdravstveni, sportski, vjerski turizam, kao i sve ostale oblike turizma. Vizija iskazana u *Strategiji razvoja održivog turizma do 2030.* (2023) glasi: „2030. godine Hrvatska je konkurentna, inovativna i sigurna država s prepoznatljivim identitetom i kulturom, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih mogućnosti za sve.”

Cilj je rada istražiti u kojoj mjeri prihodi od turizam utječu na BDP Hrvatske u usporedbi s ostalim članicama Europske unije, odnosno je li hrvatski BDP previše ovisan o turizmu.

## 2. Općenito o turizmu

Može se pretpostaviti da začetci razvoja turizma (Gržinić, 2019) sežu u doba Egipćana, Grka i Rimljana kada je putovanje započelo u religijske svrhe, radi trgovanja ili u političke svrhe. S početcima industrijske revolucije u 19. stoljeću ljudima su dalje destinacije postale pristupačnije zbog mogućnosti bržeg transporta. U ovom razdoblju počinju se otvarati hoteli i moteli. Početak masovnog turizma javlja se u drugoj polovici 20. stoljeća. Moderni turizam (Gržinić, 2019) određen je grupnim prijevozom, razvitkom cestovne infrastrukture, ekonomskom moći stanovništva i sigurnijim vremenima, odnosno čimbenicima koji potiču ljude na turističke aktivnosti. U moderno doba razvojem digitalizacije sve postaje dostupnije. Aplikacije za rezerviranje smještaja, marketing i velik broj turističkih agencija dovele su do apsolutnog procvata turizma.

Opće je poznata popularnost Hrvatske među turistima. Turisti su uvelike zainteresirani za posjete Hrvatskoj ponajviše zahvaljujući prekrasnim krajolicima, obalama i bogatoj kulturnoj baštini. Korijeni turizma u Hrvatskoj sežu od kraja 19. stoljeća kada su pripadnici elite iz srednje Europe, tražeći bijeg od industrijskog razvoja i urbanizacije svojih domovina, počeli istraživati jadransku obalu. Pitoreskni krajolici, povijesni gradovi i blaga mediteranska klima činili su Hrvatsku privlačnom destinacijom za one željne odmora i kulturnog obogaćenja.

Članstvo u EU dovelo je do novih investicija te većeg interesa stranog kapitala za razvoj turizma. Članstvo je donijelo neke očekivane koristi odnosno benefite, ali i određene troškove za hrvatski turizam (Gržanić, 2014). Neke od koristi su: poboljšanje imidža zemlje, podizanje razine usluživanja i veća zaštita potrošača, primjena

strožih prostorno-planskih standarda, podizanje razine transparentnosti poslovanja, produljenje turističke sezone, mjere zaštite okoliša i odgovornog ponašanja u turizmu. Porast troškova pojavio se zbog preuzimanja propisa i prihvaćanja viših standarda, nužnih investicija u infrastrukturu, povećanja stupnja izgrađenosti zbog pojačanog interesa za posjedovanjem nekretnina, otežanog poslovanja domaćih hotelskih kuća zbog lakšeg ulaska strane konkurencije, porasta cijena nekretnina, teškoća prilagodbi zbog izmjene poreznog obračuna.

### 3. Bruto domaći proizvod i prihodi od turizma

BDP je ključni indikator koji kvantificira sveukupnu vrijednost roba i usluga koje se proizvedu unutar granica jedne zemlje tijekom jedne godine. Smatra se vrlo važnim pokazateljem ekonomske snage zemlje i pozitivna promjena u njemu znak je gospodarskog rasta. Prihodi od turizma čine značajni dio hrvatskog BDP-a. Za ostvarivanje prihoda od turizma potrebni su odgovarajući smještajni kapaciteti.

**Tablica 1.** Smještajni kapaciteti po vrstama objekata

	BROJ POSTELJA		INDEKS 2023./2022.	STRUKTURA (u %)	
	2022.	2023.		2022.	2023.
Hoteli i aparthoteli	126.724	127.363	100,5	10,2	10,0
Turistička naselja	28.058	28.524	101,7	2,3	2,2
Turistički apartmani	10.634	10.278	96,7	0,9	0,8
Kampovi i kampirališta	269.174	264.747	98,4	21,6	20,9
Privatne sobe	762.063	789.829	103,6	61,3	62,3
Lječilišta	1.676	1.559	93,0	0,1	0,1
Odmarališta	1.654	1.710	103,4	0,1	0,1
Hosteli	17.263	17.139	99,3	1,4	1,4
Ostali smještaj	1.280	1.108	86,6	0,1	0,1
Nekategorizirani objekti	1.280	1.108	86,6	0,1	0,1
UKUPNO	1.243.463	1.267.924	102,0	100,00	100,00

Izvor: HTZ (2024b: 13)

Smještajni kapaciteti povećali su se u 2023. u odnosu na 2022. godinu 2 %, kao što je prikazano u Tablici 1. Najveći dio smještajnih kapaciteta čine privatne sobe (62,3 %), zatim slijede kampovi i kampirališta s 20,9 %, a hoteli čine samo 10 % smještajnih kapaciteta. U 2023. smještajni su se kapaciteti povećali 0,09 % u odnosu na 2018. Struktura smještajnih kapaciteta ostala je slična kao i u 2023., odnosno privatne sobe činile su 63,1 %, kampovi i kampirališta 18,6 %, a hoteli 10,3 % smještajnih kapaciteta.

Uz sveprisutan sezonski rad dobar dio ljudi, posebice uz more, svoje prihode ostvaruje isključivo zahvaljujući djelatnostima iz područja turizma. Najzastupljeniji su izvori prihoda ponude privatnih smještajnih kapaciteta. Osim smještaja, prihodi se ostvaruju od ugostiteljskih objekata (kafići, restorani), organiziranih izleta i raznih zabavno-kulturnih sadržaja.

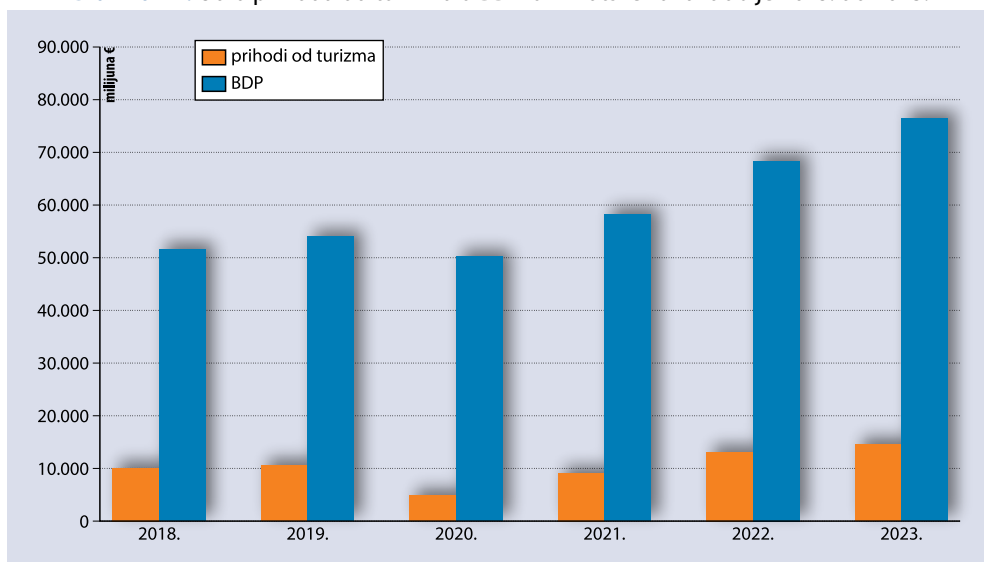
BDP, prihodi od turizma, kao i udio prihoda od turizma u BDP-u Hrvatske za razdoblje od 2018. do 2023. prikazani su u Tablici 2 i Grafikonu 1.

**Tablica 2.** Udio prihoda od turizma u BDP-u Hrvatske za razdoblje od 2018. do 2023.

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
BDP (mil. EUR)	51.527	53.983	50.224	58.207	68.373	76.472
PRIHODI OD TURIZMA (mil. EUR)	10.096,5	10.539,10	4.813,5	9.134,4	13.113,8	14.597,8
UDJEL TURIZMA U BDP-u (u %)	19,6	19,5	9,6	15,7	19,2	19,1

Izvor: HTZ (2024b)

**Grafikon 1.** Udio prihoda od turizma u BDP-u Hrvatske za razdoblje 2018. do 2023.



Izvor: obrada autora

Usporedna analiza utjecaja turizma na BDP od 2018. do 2023. ukazuje na značajne fluktuacije u prihodima od turizma i udjelu turizma u BDP-u tijekom tog perioda (Tablica 2 i Grafikon 1). U 2018. prihodi od turizma iznosili su 10.096,5 milijuna eura, dok su 2019. blago porasli na 10.539,1 milijuna eura. Međutim, 2020. zabilježen je drastičan pad prihoda od turizma na 4.813,5 milijuna eura, što je posljedica pandemije uzrokovane virusom COVID-19 i povezanih restrikcija putovanja. Godine 2021. došlo je do značajnog oporavka, pri čemu su se prihodi od turizma povećali na 9.134,4

milijuna eura. U 2022. prihodi od turizma dosegli su 13.113,8 milijuna eura te samim tim premašili krizu uzrokovanu pademijom virusa COVID-19. Povećanje prihoda nastavilo se i 2023. te su prihodi iznosili 14.597,8 milijuna eura, odnosno bili su 38,51 % veći u odnosu na 2019.

Udjel turizma u BDP-u bio je relativno stabilan u 2018. i 2019., s vrijednostima od 19,6 % i 19,5 %, kao što je prikazano u Tablici 2. No 2020. udjel turizma u BDP-u dramatično je pao na samo 9,6 %, što sugerira značajan negativan utjecaj pandemije na turističku industriju i gospodarstvo općenito. Godine 2021. bilježi se blagi oporavak udjela turizma u BDP-u (15,9 %).

Ključne intervencije Vlade Republike Hrvatske u suočavanju s izazovima koje je donijela globalna kriza bile su u obliku odgode plaćanja turističke članarine, turističke pristojbe, koncesijske naknade te u obliku potpora za financiranja obrtnih sredstava i poboljšanje likvidnosti za male hotele (Benko, Krstanović i Sovulj, 2022). Brzi oporavak ne bi bio moguć bez niza mjera koje je hrvatska vlada poduzimala da bi ublažila utjecaj pandemije na gospodarstvo, uključujući poticajne programe, financijsku pomoć trgovačkim društvima te mjere za očuvanje radnih mjesta. Značajan oporavak zabilježen je 2022. kada je udio turizma u BDP-u ponovno porastao na 19,5 %, dosežući razinu sličnu onoj u 2019. Može se zaključiti da je turizam u Hrvatskoj značajan pokretač gospodarstva, ali i osjetljiv na vanjske čimbenike poput pandemija i drugih nestabilnosti. Unatoč tome, oporavak prihoda od turizma i udjela turizma u BDP-u nakon pada u 2020. sugerira sposobnost sektora u Hrvatskoj da se prilagodi promjenama i oporavi od kriznih situacija.

Ako se uzmu u obzir nekoliko posljednjih godina, turizam čini između 15 % i 20 % ukupnog nacionalnog BDP-a, izuzev pandemijske godine, pa je riječ o daleko najunosnijoj djelatnosti koja ekonomski i društveno utječe na živote velikog dijela hrvatskog stanovništva.

Međutim, prihodi od turizma podliježu sezonalnosti kao što je i prikazano u Tablici 3.

**Tablica 3.** Dolasci turista u 2023. po mjesecima

	DOLASCI TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
siječanj	228.812	55.445	173.367	24,2	75,8
veljača	272.499	88.793	183.706	32,6	67,4
ožujak	424.383	182.156	242.227	42,9	57,1
travanj	1.090.829	449.666	641.163	41,2	58,8
svibanj	1.624.219	649.864	974.355	40,0	60,0
lipanj	2.733.256	828.325	1.904.931	30,3	69,7

	DOLASCI TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
srpanj	4.508.575	1.097.764	3.410.811	24,3	75,7
kolovoz	4.435.764	1.054.978	3.380.786	23,8	76,2
rujan	2.391.616	775.704	1.615.912	32,4	67,6
listopad	1.024.816	445.364	579.452	43,5	56,5
studen	368.797	145.138	223.659	39,4	60,6
prosinac	389.365	112.390	276.975	28,9	71,1

Izvor: HTZ (2024b: 19)

Najveći broj turista bilježi se tijekom ljetnih mjeseci, u srpnju i kolovozu. Nadalje, predsezona počinje ovisno o terminu uskrasnih praznika početkom travnja, a postsezona završava krajem listopada (Tablica 3). Glavni izvor prihoda od turizma ostvaruje se u ljetnim mjesecima, od lipnja do rujna.

Stoga se može potvrditi općepoznata činjenica da više turista znači i više prihoda, što u konačnici rezultira većim BDP-om. Potrebno je poticati razvoj različitih turističkih grana (Vlahović, 2005) uz mogućnost aktiviranja selektivnih segmenata ponude, kao što su zdravstveni turizam, kulturni turizam ili ekoturizam.

#### 4. Bruto društveni proizvod europskih zemalja i prihodi od turizma

Viši životni standard omogućuje stanovnicima raznovrsnije turističke aktivnosti koje uključuju upoznavanje ostalih zemalja ne samo u Europi nego i u ostatku svijeta. Luksemburg ima najveći BDP po stanovniku, a najmanji ima Bugarska (Eurostat, 2024). Slovenija, Češka i Španjolska zaostaju BDP-om po stanovniku za prosjekom Unije oko 10 %. Hrvatska, zajedno s Mađarskom, iako je još uvijek dosta ispod prosjeka EU-a, smanjila je taj zaostatak.

U 2023. vidljiv je snažan oporavak turizma iako u većini EU zemalja još uvijek nije dosegnuta razina prije pandemije virusa COVID-19. Unutar EU zemalja Hrvatska je zemlja s najvećim udjelom prihoda od turizma u BDP-u, što je prikazano u Tablici 4.

**Tablica 4.** Udio prihoda od turizma u BDP-u EU zemlja u 2019. i 2023.

EU 27	2019	2023
Hrvatska	25,2 %	25,8 %
Portugal	17,3 %	19,6 %
Grčka	20,7 %	19,2 %
Španjolska	14,1 %	14,5 %
Malta	14,7 %	13,6 %
Cipar	13,5 %	12,9 %
Njemačka	11,4 %	11 %
Austrija	10,7 %	10,6 %
Italija	10,6 %	10,5 %
Slovenija	10,8 %	9,8 %
Nizozemska	10,6 %	9,6 %
Estonija	12,4 %	9,2 %
Francuska	8,5 %	8,8 %
Luksemburg	9,8 %	8,5 %
Latvija	7,7 %	7,5 %
Mađarska	8,3 %	7,4%
Finska	7,8 %	7,1%
Švedska	7,3 %	7,1%
Bugarska	9,9 %	6,9%
Danska	6,4 %	6,5%
Rumunjska	6 %	5,6%
Belgija	5,7 %	5,5%
Češka	6,2 %	5,5%
Litva	6 %	5,2%
Slovačka	6,7 %	4,8%
Poljska	4,9 %	4,1%
Irska	4,2 %	3,8%

Izvor: Share of travel and tourism's total contribution to GDP in European Union member countries (EU-27) and the United Kingdom (UK) in 2019 and 2023<sup>1</sup>

U 2023. godini udio prihoda od turizma (Eurostat, 2024) u hrvatskom BDP-u iznosio je 25,8 %, a u 2019. godini 25,2 %, kao što je prikazano u Tablici 4. Razlika u postotcima posljedica je različitog korištenja podataka o BDP-u, odnosno izvornih ili sezonskih podataka. No glavno je pitanje je li veliki udio prihoda od turizma, odnosno od jedne djelatnosti, u BDP-u neke zemlje pozitivna ili negativna pojava? Portugal i Grčka kao turistički konkurenti pokazuju visoki udjel od 19,6 %, odnosno 19,2 %

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/statistics/1228395/travel-and-tourism-share-of-gdp-in-the-eu-by-country/> (15. studenoga 2024.)

prihoda od turističke djelatnosti u BDP-u 2023. dok taj udio u Italiji iznosi samo nešto više od 10 % (Tablica 4). Gospodarskom rastu svake države pogoduje ako je uspješna godina za određenu prevladavajuću djelatnost, međutim kada je djelatnost ovisna o sezonalnosti i raznim vanjskim utjecajima, tada bi bilo dobro da je i udio te djelatnosti manji.

## 5. Strategija razvoja turizma

Turistička industrija sve je više postajala digitalizirana, što je rezultiralo promjenama u načinu rezervacije smještaja, planiranju putovanja i interakciji s destinacijama. Ovo može imati dugoročne implikacije na način na koji se turistički poslovi obavljaju. Osim toga, s porastom svijesti o održivosti turisti su postali osjetljiviji na ekološke probleme i tražili su destinacije i usluge koje se pridržavaju ekoloških standarda. Ovo je rezultiralo povećanom potražnjom za održivim turističkim proizvodima i iskustvima, što je sažeto prikazano u Tablici 5.

**Tablica 5.** Turist sutrašnjice

TURIST SUTRAŠNJICE
– želi ostaviti čim manji okolišni otisak dok putuje i boravi na destinaciji, ali i na dublji način doživjeti zajednicu u kojoj je odlučio provesti svoj odmor
– odabire low-risk lokacije iz kojih je povratak lako moguć i brz
– prije rezervacije smještaja želi doživjeti prikaz 360 stupnjeva pojedine sobe, hotelski restoran ili dodatni sadržaj, što je do sada bilo prikazano standardnim fotogalerijama
– zahtjeva mogućnosti beskontaktnog plaćanja, samostalnu prijavu i odjavu
– informacije želi odmah – primjenom chatbotova može se ubrzati odgovaranje na pitanja gostiju te poboljšati iskustvo prilikom procesa rezervacije ili informiranja gostiju o sigurnosnim mjerama koje se poduzimaju
– želi kvalitetnu i stabilnu internet vezu i laptop – tzv. digitalni nomadi
– želi provoditi vrijeme na otvorenom
– „siromašan slobodnim vremenom“ želi zadovoljiti sve više svojih potreba tijekom jednog putovanja
– pasivni odmor i opuštanje na moru motivira više od polovice svih gostiju (55 %) i primarni je motiv dolaska na hrvatsku obalu i otoke
– slijede dolasci motivirani novim iskustvima i doživljajima, gastronomijom, upoznavanjem prirodnih ljepota i kulturnih atrakcija, zabavom te bavljenjem sportom i rekreacijom; zabava i nova iskustva postaju sve važniji motivi posjeta primorskih destinacija

Izvor: Kordić (2021)

U Tablici 5 opisani su trendovi i sklonosti modernih putnika koji teže smanjenju svog ekološkog utjecaja te dubljem proživljavanju zajednica koje posjećuju. Putnici sve više preferiraju destinacije s minimalnim rizikom i jednostavnim povratkom kući. Digitalni alati kao što su 360-stupanjski prikazi, beskontaktno plaćanje i samostalne

prijave/odjave postaju uobičajeni u odabiru smještaja. Očekuje se rast potražnje za takvim iskustvima i uslugama, osobito među digitalnim nomadima koji traže stabilnu internet vezu i mogućnost rada na otvorenom. Putnici sve više traže aktivnosti koje im omogućuju zadovoljenje različitih potreba tijekom jednog putovanja, pri čemu je pasivan odmor na moru i dalje primarni motiv za posjet primorskim destinacijama. Predviđa se daljnji razvoj trendova putovanja prema većoj održivosti, digitalizaciji i personalizaciji iskustava. Destinacije koje će uspjeti prilagoditi svoju ponudu ovim trendovima imat će konkurentnu prednost i privući će sve veći broj putnika koji traže autentična, sigurna i održiva putovanja. Dolasci turista po županijama prikazani su u Tablici 6.

**Tablica 6.** Dolasci turista po županijama u 2022. i 2023.

ŽUPANIJA	DOLASCI TURISTA (u 000)		INDEKS 2023./2022.	STRUKTURA (u %)	
	2022.	2023.		2022.	2023.
Zagrebačka	126	148	117,5	0,7	0,8
Krapinsko-zagorska	177	191	107,9	1,0	1,0
Sisačko-moslavačka	23	25	108,7	0,1	0,1
Karlovačka	292	345	118,2	1,6	1,8
Varaždinska	88	103	117,0	0,5	0,5
Koprivničko-križevačka	18	19	105,6	0,1	0,1
Bjelovarsko-bilogorska	22	29	131,8	0,1	0,1
Primorsko-goranska	2.918	3.072	105,3	16,4	15,8
Ličko-senjska	651	747	114,7	3,7	3,8
Virovitičko-podravska	15	16	106,7	0,1	0,1
Požeško-slavonska	22	24	109,1	0,1	0,1
Brodsko-posavska	36	42	116,7	0,2	0,2
Zadarska	1.670	1.792	107,3	9,4	9,2
Osječko-baranjska	107	124	115,9	0,6	0,6
Šibensko-kninska	885	909	102,7	5,0	4,7
Vukovarsko-srijemska	75	94	125,3	0,4	0,5
Splitsko-dalmatinska	3.202	3.581	111,8	18,0	18,4
Istarska	4.583	4.833	105,5	25,8	24,8
Dubrovačko-neretvanska	1.688	2.001	118,5	9,5	10,3
Međimurska	87	94	108,0	0,5	0,5
Grad Zagreb	1.078	1.301	120,7	6,1	6,7
UKUPNO	17.775	19.493	109,7	100,0	100,0

Izvor: HTZ (2024b: 30)

Najveći broj dolazaka turista bilježe županije smještene na Jadranskom moru, kao što je i prikazano u Tablici 6. U strukturi dolazaka turista najzastupljenija je

Istarska županija s 24,8 %, Splitsko-dalmatinska županija s 18,4 % te Primorsko-goranska županija s 15,8 %. U kontinentalnom dijelu Hrvatske Grad Zagreb vodi sa 6,7 % dolazaka turista.

*Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine* (Narodne Novine, 2/2023) uključuje niz ciljeva i smjernica da bi se održao i unaprijedio turistički sektor te osigurala dugoročna održivost. *Strategija* obuhvaća nekoliko ključnih elementa:

1. održivi turizam: glavni fokus trebao bi biti na razvoju održivog turizma koji poštuje okoliš, lokalnu kulturu i zajednice; to uključuje promicanje ekološki osviještenih praksi, zaštitu prirodnih resursa, očuvanje kulturne baštine te ravnotežu između turističke eksploatacije i zaštite prirodnih i kulturnih vrijednosti
2. diversifikacija ponude: potrebno je diversificirati turističku ponudu da bi se privukli različiti profili turista tijekom cijele godine; to uključuje razvoj različitih oblika turizma poput kulturnog, ruralnog, gastronomskog, aktivnog odmora te medicinskog turizma
3. kvaliteta usluga: kontinuirano poboljšanje kvalitete turističkih usluga, smještaja, ugostiteljskih objekata i infrastrukture da bi se osiguralo zadovoljstvo gostiju i potaknula lojalnost te ponovne posjete
4. digitalizacija i inovacije: integracija digitalnih tehnologija u turističke usluge radi poboljšanja korisničkog iskustva, promocije destinacija, upravljanja turističkim resursima i praćenja turističkih trendova
5. razvoj infrastrukture: investiranje u poboljšanje prometne, energetske, komunikacijske i turističke infrastrukture da bi se osigurala bolja povezanost između turističkih destinacija, olakšao pristup turističkim atrakcijama te potaknulo ravnomjerniji regionalni razvoj
6. održiva mobilnost: promicanje održivih oblika prijevoza poput javnog prijevoza, biciklizma i pješčenja te smanjenje ovisnosti o automobilima radi smanjenja negativnog utjecaja turizma na okoliš i lokalnu zajednicu
7. suradnja i partnerstva: jačanje suradnje između javnog i privatnog sektora, lokalnih vlasti, turističkih organizacija, nevladinih organizacija te ostalih dionika radi zajedničkog promicanja turističke ponude, održavanja kvalitete destinacija i rješavanja izazova u turizmu.

## 6. Zaključak

Turizam je neizostavna i ključna djelatnost u Republici Hrvatskoj, s dubokim utjecajem na gospodarstvo, društvo i okoliš. Analiza prikazana u radu jasno pokazuje da turizam čini u prosjeku oko 20 % bruto domaćeg proizvoda (BDP-a), čime potvrđuje svoju važnost kao pokretač ekonomske aktivnosti i stvaratelj radnih mjesta. Njegova višestruka uloga odražava se u svim segmentima društva, od ekonomskog

rasta i razvoja do očuvanja kulturnog identiteta i prirodnih ljepota zemlje. U kontekstu analize utjecaja turizma na BDP i opće gospodarske tokove u Hrvatskoj, ključno je razumjeti kako turizam oblikuje i transformira gospodarski, sociokulturni i ekološki pejzaž zemlje.

Turizam u Hrvatskoj ima dubok i trajan utjecaj na bruto domaći proizvod (BDP) kroz niz kanala. Izravni doprinos turizma BDP-u očituje se putem prihoda od turističkih usluga, investicija u turističku infrastrukturu i generiranja radnih mjesta u turističkom sektoru. Ovi izravni ekonomski učinci imaju širu ulogu u poticanju gospodarske aktivnosti putem povezanih sektora poput trgovine, poljoprivrede, prijevoza i uslužnih djelatnosti. Time turizam postaje vitalni pokretač ekonomskog rasta, diversifikacije gospodarstva i smanjenja nezaposlenosti u zemlji. Unatoč svojim ekonomskim koristima turizam također nosi određene izazove koji proizlaze iz njegove strukture i dinamike. Ovisnost o sezonskom turizmu čini gospodarstvo ranjivim na sezonske fluktuacije i vanjske šokove, poput pandemija ili političkih kriza, što može značajno utjecati na stabilnost ekonomije. Nadalje, masovni turizam može dovesti do preopterećenja infrastrukture, degradacije okoliša i gubitka autentičnosti lokalnih zajednica, što dugoročno može ugroziti održivost turizma.

Diversifikacija turističke ponude s naglaskom na ruralni, ekološki i kulturni turizam pruža priliku za razvoj održivijih oblika turizma koji poštuju prirodno i kulturno nasljeđe zemlje. Održivi turizam ne samo da pridonosi ekonomskom rastu već i promiče socijalnu uključenost, kulturnu raznolikost i zaštitu okoliša. Održivi turizam trebao bi biti temelj strategija za budući razvoj Hrvatske, osiguravajući da turizam ostane ključni pokretač ekonomskog i društvenog prosperiteta u zemlji, u skladu s vrijednostima očuvanja okoliša i kulturne baštine.

Stoga se može zaključiti da je turizam u Hrvatskoj značajan pokretač gospodarstva, ali i da je osjetljiv na vanjske čimbenike poput pandemija i drugih nestabilnosti. Unatoč tome, oporavak prihoda od turizma i udjela turizma u BDP-u nakon pada u 2020. sugerira sposobnost sektora u Hrvatskoj da se prilagodi promjenama i oporavi od kriznih situacija. No Hrvatsko se gospodarstvo u velikoj mjeri oslanja na turističku potražnju, daleko više nego druge zemlje članice EU-a.

## Literatura

1. Benko, L., Krstanović, K. i Sovulj, L. (2022). Procjena učinka pandemije koronavirusa na turističke dolaske i noćenja u RH te na vrijednost CROBEXturist indeksa Zagrebačke burze. *EFZG Working paper series*, 1-33.
2. EUROSTAT (2024). *GDP per capita, consumption per capita and price level indices*. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=GDP\\_per\\_capita,\\_consumption\\_per\\_capita\\_and\\_price\\_level\\_indices](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=GDP_per_capita,_consumption_per_capita_and_price_level_indices) (4. rujna 2024.)

3. Gržinić, J. (2014). *Međunarodni turizam*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
4. Gržinić, J. (2019). *Uvod u turizam. Povijest, razvoj, perspektive*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
5. HTZ – Hrvatska turistička zajednica (2024a). *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa: kolovoz 2024.; siječanj – kolovoz 2024*. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-09/Informacija%20o%20statisticnim%20pokazateljima%20-%20kolovoz%202024.pdf> (4. rujna 2024.)
6. (4. rujna 2024.)
7. HTZ – Hrvatska turistička zajednica (2024b). *Turizam u brojkama 2023*. <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> (10. rujna 2024.)
8. Kordić, M. (2021). *Digitalna tranzicija turizma*. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/NPOO/M3\\_3\\_1\\_digitalna\\_tranzicija\\_turizma.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/NPOO/M3_3_1_digitalna_tranzicija_turizma.pdf) (4. rujna 2024.)
9. *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine* (2023). Narodne Novine, 2/2023. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html) (4. kolovoza 2024.)
10. Vlahović, D. (2005). Turizam, identitet i globalizacija. *Ekonomski misao i praksa*, 14 (1), 91-104.
11. UNWTO – World Tourism Organization (2020). *Covid-19 response: 96% of global destinations impose travel restrictions, UNWTO reports*. <https://www.unwto.org/news/covid-19-response-travel-restrictions> (4. kolovoza 2024.)



## The Impact of Tourism in Croatia on its GDP

### Abstract

Tourism is of great importance for the economy of Croatia. Every year, during the summer tourist season, statistics on the number of arrivals, nights spent in tourist accommodation and revenues generated from tourism are eagerly awaited. All business activities related to the tourist season benefit from it either directly or indirectly. Croatia joining the European Union in 2013 had a significant impact on Croatian tourism and contributed to greater competitiveness of the offer and quality of service. Croatian market entry is thus facilitated for foreign investors, and tourism receives new capital and investments. The aim of the paper is to investigate the extent to which income generated by tourism affects the gross domestic product (GDP) of the Republic of Croatia. Given that tourism revenues are about 20% of GDP, it can be concluded that the Croatian economy is dependent on tourism and the tourist season. Tourism in Croatia is a significant economic driver, but it is extremely seasonal and sensitive to external factors.

**Keywords:** gross domestic product (GDP), economic growth, revenue generated by tourism, tourist season