

**Analiza kretanja prosječne potrošnje gostiju u Republici Hrvatskoj
u razdoblju 2014.-2023.g.**

***Analysis of the Trends in Average Tourist Spending in the Republic of
Croatia in the Period 2014–2023.***

¹Toni Miljak, ²Hrvoje Miler

¹Međimursko veleučilište u Čakovcu, Bana Josipa Jelačića 22a, Čakovec

² Hrvoje Miler, student Međimurskog veleučilišta u Čakovcu,
Bana Josipa Jelačića 22a, Čakovec

e-mail: toni.miljak@mev.hr, hrvoje.miler@student.mev.hr

Sažetak: *Turizam predstavlja jednu od najvažnijih gospodarskih grana u Republici Hrvatskoj s obzirom da čini 19,6 % udjela u BDP-u. Rezultati uspješnosti u turizmu ne temelje se samo na ostvarenom broju dolazaka i noćenja gostiju nego i na potrošnji gostiju. Utjecaj na količinu potražnje, samim tim i potrošnju, može imati motivacija gostiju, način putovanja i razvoj tehnologije. Potrošačko ponašanje turista uvjetovano je njihovim demografskim obilježjima, željenom dužinom boravka u nekom mjestu, vrstom smještajnog objekta, svrhom putovanja, osobnim stavovima, aktivnostima koje žele iskusiti, njihovim motivima. Slijedom navedenoga, u kontekstu potrošnje gostiju potrebno je uzeti u obzir i socioekonomska obilježja samih gostiju. Nastavno na navedeno, u ovom radu dat će se prikaz analize kretanja prosječne potrošnje gostiju u Republici Hrvatskoj od 2014. do 2023.g. s osvrtom na države iz kojih gosti dolaze te njihov socioekonomski status.*

Ključne riječi: *prosječna potrošnja, Republika Hrvatska, socioekonomski status, turizam*

Abstract: *Tourism is one of the most important economic sectors in the Republic of Croatia, accounting for 19.6% of GDP. The results of success in tourism are not based only on the number of arrivals and overnight stays of guests, but also on guest spending. The amount of demand, and therefore consumption, can be influenced by the motivation of guests, the type of travel, and the development of technology. Tourists' consumer behavior is determined by their*

demographic characteristics, the desired length of stay in a place, the type of accommodation facility, the purpose of travel, personal attitudes, activities they want to experience, and their motives. Accordingly, in the context of guest spending, it is necessary to take into account the socioeconomic characteristics of the guests themselves. In addition to the above, this paper will present an analysis of the trend in average guest spending in the Republic of Croatia from 2014 to 2023, with a focus on the countries from which guests come and their socioeconomic status.

Keywords: *average consumption, Republic of Croatia, socioeconomic status, tourism*

1. Uvod

Turizam je ključan segment gospodarstva Republike Hrvatske sa značajnim udjelom u BDP-u. Međutim, ekonomija turizma se ne temelji samo na broju dolazaka i noćenja, nego značajan pokazatelj uspješnosti čini i prosječna potrošnja gostiju. Značaj turizma vidljiv je i u poticanju zapošljavanja i kao funkcija uravnoteženja platne bilance države.

Turist kupnjom turističkoga proizvoda ima utjecaj na raspodjelu potrošnje te njeno multipliciranje na gospodarstvo (Gržinić J., 2018, 44). Turistički sektor značajno pridonosi prihodima i stvaranju radnih mjesta, potičući socioekonomski razvoj (Buljat, M., 2022, 1).

Slijedom navedenoga, za analizu značajnosti turizma za cjelokupno gospodarstvo Republike Hrvatske potrebno je kontinuirano analizirati podatke o ostvarenim prihodima od turizma te udjelu turizma u BDP-u. Napominje se da značajno velik udio turizma u BDP-u ukazuje na mogući problem nerazvijenosti, odnosno nekonkurentnosti ostalih grana gospodarstva.

U nastavku se daje tablični prikaz kretanja prihoda od turizma te udjela turizma u BDP-u u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2014. do 2023.g.

Tablica 1. Osnovni podaci o turizmu za razdoblje 2014.-2023.g.

Godina	Prihodi od turizma (u mil. EUR)	Kretanje prihoda u odnosu na prethodnu godinu	Udio u BDP (%)
2014	7.402,30	2,08 %	17,2
2015	7.949,80	7,04 %	18,1
2016	8.635,00	8,05 %	18,9
2017	9.492,90	9,90 %	19,6
2018	10.096,50	6,40 %	19,6
2019	10.539,10	4,40 %	19,5
2020	4.346,50	-58,20 %	8,9
2021	9.134,40	89,50 %	15,7
2022	13.113,80	43,60 %	19,2
2023	14.597,80	11,30 %	19,1

Izvor: Autori prema publikacijama Turizam u brojkama

Iz prethodno prikazanoga može se zaključiti kako je u razdoblju od 2014. do 2023. godine ostvareno povećanje prihoda od turizma za 197,21 %, odnosno prihodi od turizma porasli su s 7.402.300.000 EUR na 14.597.800.000 EUR. Tijekom navedenoga razdoblja ostvareno je povećanje udjela turizma u ukupnom BDP-u sa 17,2% u 2014. godini na više od 19 % tijekom 2023. godine. Napominje se da su tijekom 2020. i 2021. godine kao i u svim drugim gospodarskim granama, uslijed pandemije koronavirusa, ostvareni nepovoljniji rezultati u odnosu na rezultate tijekom 2018. i 2019. godine.

Nadalje, bitno je za napomenuti kako je gospodarstvo Republike Hrvatske tijekom 2014. i 2015. godine obilježila deflacija, odnosno umanjene stope inflacije, dok u je razdoblje od 2016. do 2023.godine obilježila inflacija. Može se reći da sama inflacija ima utjecaj na ponašanje, odnosno potrošnju gostiju jer ona utječe na financijsku mogućnost samoga gosta. Turizam je posebno osjetljiv na inflacijske pritiske zbog svoje prirode, odnosno putovanja i turistička potrošnja često nisu nužni troškovi, već ovise o raspoloživom dohotku. Navedeno je bitno za gospodarstva poput hrvatskog, kao i za druga gospodarstva koja u značajnoj mjeri ovise o (ne)uspjesima turističke djelatnosti.

Stoga se u nastavku daje pregled kretanja stope inflacije tijekom analiziranoga razdoblja.

Tablica 2. Kretanje stope inflacije u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2014.-2023.g.

Godina	Godišnja stopa inflacije (indeks potrošačkih cijena) u %	% promjena u odnosu na prethodno razdoblje
2014	-0,4	-
2015	-0,1	-75,00
2016	1,0	-1.100,00
2017	1,1	10,00
2018	1,5	36,36
2019	0,8	-46,67
2020	0,1	-87,50
2021	2,6	2.500,00
2022	10,8	315,38
2023	8,0	-25,93

Izvor: Autori prema Glavnim makroekonomskim indikatorima HNB-a

Iz prethodno prikazanoga može se zaključiti da je najznačajniji rast stope inflacije zabilježen tijekom razdoblja 2021.-2023.g. kada su godišnje stope inflacije iznosile 2,6 %, 10,8 %, te 8,0 %, odnosno tijekom kojega razdoblja je zabilježen rast stope inflacije za 2.500,00 % u 2021.g. u odnosu na 2020.g. dok bi stopa inflacije u 2022.g. rasla 315,38 % u odnosu na

2021. godinu.

U vrijeme rastuće inflacije mora se voditi računa o postizanju ravnoteže između prilagodbi cijena, pogoršanja kupovne moći posjetitelja i očekivanih prihoda od turizma (Miljak, T., Perman, L., Lozić, I., 2022., 63).

Na temelju podataka prikazanih u Tablici 2. u nastavku se daje grafički prikaz kretanja stope inflacije tijekom analiziranoga razdoblja.

.Grafikon 1. Kretanje godišnje stope inflacije tijekom analiziranoga razdoblja



Izvor: Autori prema Glavnim makroekonomskim indikatorima

Unatoč tome što se u javnosti u Republici Hrvatskoj turizam dovodi u izravnu vezu s rastom cijena, autori Kožić, Sorić i Sever (2024) dokazali su da turizam nema značajnoga efekta na ukupnu razinu cijena u Republici Hrvatskoj. Međutim, autori su dokazali da turizam ima značajan efekt na rast cijena kategorije namještaj, kućanski pribor i rutinsko održavanje kućanstva, ali nema efekta na ostale kategorije povezane s turističkom djelatnosti, uključujući i kategoriju hotela i restorana.

Uvođenje eura se često navodi kao uzrok inflacije, jer je inflacija ubrzala otprilike u isto vrijeme kada je uveden euro. Međutim, relevantna istraživanja pokazuju kako euro je imao ograničen efekt na ukupan rast cijena. Drugim riječima, efekt postoji, ali je ograničen na one kategorije potrošnje kod kojih se zabilježio rast i u drugim zemljama koje su uvele euro. Efekt na ukupan rast cijena, odnosno na agregatnu inflaciju je bio vrlo ograničen (Arčabić, V., 2025, 48). Autorice Tkalec i Vizek (2016) dokazale su da turizam ima efekt utjecaja na ukupnu razinu cijena. Međutim, turizam najznačajnije utječe na cijene hotela i restorana te cijene potrošačkih usluga i to najviše na cijene rekreacije i kulture.

Izuzev inflacije, i različiti događaji mogu utjecati na turističku potražnju. Ti različiti

dogadjaji mogu biti politička nestabilnost, terorizam, naftna kriza, ekonomska kriza i slično i upravo ti događaji mogu negativno utjecati na turističku potražnju. Učinkovito upravljanje krizama zahtijeva informacije o načinima na koje turisti iz različitih zemalja reaguju na različite vrste krize (Devčić, K., Tonković Pražić, I., 2023, 40).

2. Potrošačke navike

Motivi turista za putovanje mogu biti rekreacijski, iskustveni, vezani za razonodu, eksperiment i postojanje (Brunsko Z., 2002, 73). Oni se mogu podijeliti na motive koji potiču na putovanje samo radi posjeta određenoj destinaciji i zbog specifičnih aktivnosti koje gosti žele doživjeti na svom putovanju. Motiv predstavlja poticaj osobe na aktivnost, usmjerava ka ostvarenju određenoga cilja i pomaže da bude ustrajan, a kreće od osnovne potrebe (Jakšić J., 2003, 6).

Ponašanje gostiju, kao pojedinaca, nužno je analizirati. Rezultati navedene analize ukazuju na to kakav je utjecaj na turističko tržište te je lakše predvidjeti buduće trendove i prilagoditi turističku ponudu (Jurić E., 2021, 10). Posljedično tome, ponuda prilagođena promjenama u ponašanju turista može povećati turističku potrošnju. Prilikom kreiranja turističke ponude potrebno je uzeti u obzir i očekivanja turista prema turističkoj destinaciji i željenim aktivnostima. Za današnje turiste naglasak je na personalizaciji radi zadovoljenja specifičnih potreba pojedinih segmenata gostiju. Poboljšanje životnoga standarda utječe na masovnost kretanja turista i povećanje njihove potrošnje čime se ostvaruju veći prihodi u turizmu (Veselčić A., 2017, 18).

Ponuda hrane i pića predstavlja značajan dio potrošnje, pri čemu mnogi gosti žele iskusiti autentični gastronomski doživljaj. Kada se radi o duljim boravcima značajni su troškovi smještaja, dok se prilikom kratkih aranžmana putovanja više troši na obilazak atrakcija i ostale aktivnosti. Gosti najčešće donose odluke za putovanje na temelju usmene predaje osoba koje su posjetile neko mjesto, gledajući objave na društvenim mrežama ili čitajući recenzije te je, iz tog razloga, ključno pobrinuti se da turisti budu zadovoljni kako bi osigurali daljnje uspješno poslovanje i razvoj.

3. Potrošnja gostiju u Republici Hrvatskoj

Od 1987. godine Institut za turizam kontinuirano provodi istraživanje o strukturi i navikama gostiju. Proces prikupljanja podataka proveden je uz suradnju s turističkim djelatnicima, podršku i pomoć djelatnika smještajnih objekata te predstavnika turističkih zajednica. Danas se može reći da su predmetna TOMAS istraživanja Instituta za turizam primarna kvantitativna

istraživanja u okviru kojih se podatci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama (Hrvatska turistička zajednica, 2025.).

3.1. Tomas 2014 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj

Prema Institutu za turizam (Tomas ljeta 2014., 2014) istraživanje je provedeno na području sedam primorskih županija u razdoblju od lipnja do rujna 2014. godine i to s ciljem identifikacije tržišnoga profila gostiju kao pretpostavke za segmentaciju tržišta. Nadalje, cilj istraživanja bio je utvrditi glavne prednosti i slabosti turističke ponude, utvrditi trendove kretanja potražnje te obilježja potrošnje gostiju. U istraživanju je sudjelovalo 4.035 ispitanika koji su anketirani putem osobnoga intervjua u 77 mjesta.

Analizom prikupljenih podataka utvrđeno je da prosječna starost turista iznosi 41 godinu, a da je svaki drugi turist u dobi od 30 do 49 godina. Nešto više od jedne trećine, odnosno 36 % ispitanika, fakultetski je obrazovano. Jedna četvrtina ispitanika imala je mjesečna primanja kućanstva u visini iznad 3.000,00 EUR. Obiteljski dolazi skoro polovica ispitanika, odnosno njih 48,5 % dok jedna trećina ispitanika dolazi u pratnji partnera, a tek 14 % s prijateljima te 4,5 % bez pratnje. Pasivni odmor i opuštanje primarni su motiv dolaska koji privlači oko 75 % gostiju, zatim slijede zabava, nova iskustva i doživljaji i gastronomija.

Nadalje, predmetno istraživanje obuhvatilo je i dnevne izdatke gostiju tijekom boravka u destinaciji po osobi. Utvrđeno je da su prosječni dnevni izdatci gostiju tijekom ljeta 2014. godine iznose 66,36 EUR po osobi dok se struktura dnevnih izdataka prikazuje u nastavku.

Tablica 3. Struktura dnevnih izdataka gostiju u 2014.g.

Usluga	Iznos (EUR)	Udio (u %)
Smještaj	36,22	54,6
Hrana u restoranima i barovima (izvan smještaja)	12,18	18,4
Trgovina	9,49	14,3
Kultura	0,93	1,4
Sport i rekreacija	1,83	2,8
Zabava	3,06	4,6
Izleti	1,57	2,4
Ostalo	1,08	1,6
Ukupno - Dnevni izdaci gosta	66,36	100

Izvor: Autori prema publikaciji Tomas ljeta 2014.

Iz prethodno prikazanoga može se zaključiti da pojedinačno najveći udio prosječnih dnevnih izdataka u destinaciji odnosi se na izdatke za ugostiteljstvo (sveukupno 48,40 EUR) i to na uslugu smještaja 54,6 % dok se na hranu u restoranima i barovima izvan smještaja odnosi 18,4 % prosječnih ukupnih izdataka. Izdatci za ostale usluge iznose 17,97 EUR te predstavljaju

27 % prosječnih dnevnih izdataka u destinaciji.

Nadalje, rezultati istraživanja navode kako su prosječni dnevni izdatci u odnosu na 2010. godinu porasli za 14 %, odnosno s 58 EUR na 66,36 EUR., a što je rezultat povećanja izdataka za sve vrste usluga. Također, u usporedbi s 1997. godinom kao prvoj poslijeratnoj godini u kojoj je provedeno istraživanje o navikama i potrošnji gostiju, može se zaključiti da su prosječni dnevni izdatci u destinaciji u razdoblju od 1997. do 2014. godine povećani za 124 %, odnosno s 29,69 EUR u 1997. godini na 66,36 EUR u 2014. godini iz čega proizlazi da bi prosječni godišnji rast tijekom sedamnaestogodišnjega razdoblja iznosio 7,3 % (Tomas ljeta 2014., 2014).

3.2. Tomas 2017 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj

Prema Institutu za turizam (Tomas 2017., 2017) istraživanje je provedeno na području sedam primorskih županija u razdoblju od srpnja do listopada 2017. godine. U istraživanju je sudjelovalo 5.950 ispitanika koji su anketirani putem osobnoga intervjua u 67 mjesta.

Analizom prikupljenih podataka utvrđeno je da prosječna starost turista iznosi 41,5 godinu, a da je 54 % gostiju u dobi od 30 do 49 godina. Fakultetski je obrazovano 38 % anketiranih gostiju dok je 40 % ispitanika imalo mjesečna primanja kućanstva u visini iznad 3.000,00 EUR. U odnosu na 2014. godinu došlo je do značajnijih promjena obilježja putovanja gostiju. Tako je tijekom 2017. godine 48 % gostiju došlo u pratnji partnera, 38 % u krugu obitelji, a 10 % s prijateljima. Pasivni odmor i opuštanje primarni su motiv dolaska koji privlači oko 55 % gostiju što je umanjeње za 20 postotnih poena u odnosu na istraživanje provedeno u 2014. godini, zatim slijede nova iskustva i doživljaji te gastronomija.

Nadalje, predmetno istraživanje obuhvatilo je i dnevne izdatke gostiju tijekom boravka u destinaciji po osobi. Utvrđeno je da su prosječni dnevni izdatci gostiju tijekom ljeta 2017. godine iznosi 78,77 EUR po osobi što je povećanje od oko 19 % u odnosu na 2014. godinu. U nastavku prikazuje se struktura dnevnih izdataka gostiju za 2017. godinu.

.Tablica 4. Struktura dnevnih izdataka gostiju u 2017.g.

Usluga	Iznos (EUR)	Udio (u %)
Smještaj	38,77	49,2
Hrana u restoranima i barovima izvan smještaja	12,96	16,5
Trgovina	12,03	15,3
Kultura i zabava	2,72	3,4
Sport i rekreacija	3,05	3,9
Izleti	2,66	3,4
Lokalni prijevoz	4,7	6

Ostalo	1,88	2,3
Ukupno - Dnevni izdaci gosta	78,77	100

Izvor: Autori prema publikaciji Tomas 2017.

Iz prethodno prikazanoga može se zaključiti da se pojedinačno najveći udio prosječnih dnevnih izdataka u destinaciji odnosi na izdatke za ugostiteljstvo (sveukupno 51,73 EUR) i to na uslugu smještaja 49,2 % dok se na hranu u restoranima i barovima izvan smještaja odnosi 16,5 % ukupnih izdataka. Izdatci za ostale usluge poput sporta i rekreacije, izleta, kulture, trgovine iznose 27,04 EUR te predstavljaju 34,3 % prosječnih dnevnih izdataka u destinaciji. Nadalje, rezultati istraživanja navode kako su prosječni dnevni izdatci u odnosu na 2014. godine porasli za 19 %, odnosno sa 66,36 EUR na 78,77 EUR, a što je rezultat povećanja izdataka za sve vrste usluga. Također, u usporedbi s 1997. godine može se zaključiti da su prosječni dnevni izdatci u destinaciji u razdoblju od 1997. do 2017. godine povećani za 165 %, odnosno s 29,69 EUR u 1997. godini na 78,77 EUR u 2017. godini iz čega proizlazi da bi prosječni godišnji rast tijekom razdoblja iznosio 8 % (Institut za turizam, Tomas, 2017, 55).

3.3. Tomas 2019 – Stavovi i potrošnja turista u Republici Hrvatskoj

U razdoblju od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine na uzorku od 13.582 ispitanika u hotelima, hostelima, kampovima i obiteljskom smještaju u 143 mjesta diljem Republike Hrvatske provedeno je istraživanje stavova i potrošnje turista u Republici Hrvatskoj. Predmetno istraživanje je po prvi put provedeno na području cijele Republike Hrvatske.

Analizom prikupljenih podataka utvrđeno je da prosječna starost turista iznosi 43 godine, a da je 55 % gostiju u dobi od 30 do 49 godina dok je 15 % mlađe od 30 godina dok je 30 % starije od 50 godina. Fakultetski je obrazovano 43 % anketiranih gostiju dok je 48 % ispitanika imalo mjesečna primanja kućanstva u visini iznad 3.000,00 EUR. U odnosu na 2014. godinu došlo je do značajnijih promjena obilježja putovanja gostiju. U odnosu na 2017. godinu gosti su najviše doputovali s obitelji (njih 43 %) dok ih je 405 doputovalo u pratnji partnera. S prijateljima je doputovalo 11 % gostiju dok je njih 7 % doputovalo bez pratnje. Što se tiče motivacije dolaska u primorski dio Hrvatske, more i priroda primarni su motiv dolaska koji privlači oko 81 % (more), odnosno 56 % (priroda) gostiju dok je city break razlog dolaska 24 % gostiju. Kod posjeta kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske najzastupljeniji motiv dolaska su priroda (32 %) i touring (26 %), a potom slijedi sport i rekreacija (15 % gostiju) dok je 13 od 100 gostiju, odnosno njih 13 %, navelo da su im kultura i umjetnost glavni razlog dolaska u kontinentalni dio Republike Hrvatske (Tomas 2019., 2020).

Nadalje, predmetno istraživanje obuhvatilo je i dnevne izdatke gostiju tijekom boravka u

destinaciji po osobi. Utvrđeno je da su prosječni dnevni izdatci gostiju tijekom promatranoga razdoblja iznosi 97,90 EUR , odnosno 96,86 EUR na području primorskoga dijela Republike Hrvatske dok je na području kontinentalnoga dijela potrošnja veća i iznosi 115,38 EUR na dan. Slijedom navedenoga, u nastavku se daje prikaz strukture prosječne dnevne potrošnje gosta na razini cijele Republike Hrvatske.

.Tablica 5. Struktura dnevnih izdataka gostiju tijekom 2019/2020.g.

Usluga	Iznos (EUR)	Udio (u %)
Smještaj	52,87	54
Hrana u restoranima i barovima	16,64	17
Kupnja, sport, zabava, kultura i ostalo	28,39	29
Ukupno - Dnevni izdaci gostiju	97,90	100

Izvor: Autori prema publikaciji Tomas Hrvatska 2019.

Iz prethodne tablice vidljivo je da je prosječna dnevna potrošnja gosta na smještaj iznosila 58,87 EUR što čini 54 % dnevne potrošnje. Na hranu izvan smještaja gost je u prosjeku dnevno trošio 16,64 EUR. Nadalje, istraživanje provedeno tijekom 2019. i početkom 2020. godine prvi put zbirno prikazuje izdatke za kupnju, sport, zabavu, kulturu i ostalo, a koja potrošnja po gostu za jedan dan iznosi 28,39 %, odnosno 29 % prosječne dnevne potrošnje.

Prosječni dnevni izdatci gosta u razdoblju od 1997. do 2019. godine nominalno su više nego utrostručeni (povećanje od 213 %), što predstavlja prosječan godišnji rast u analiziranom razdoblju od 22 godine od 5,3 %, pri čemu je najveći rast zabilježen u razdoblju od 2001. do 2004. godine tijekom kojega je ostvareno povećanje izdataka od 41 % (Tomas 2019., 2020).

3.4. Tomas Hrvatska 2022/2023 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj

Prema prethodno opisanome, razdoblje 2021.-2023. godine obilježile su visoke godišnje stope inflacije u Republici Hrvatskoj. U razdoblju od lipnja 2022. do ožujka 2023.g. do ožujka 2020.g. na uzorku od 14.632 ispitanika u hotelima, hostelima, kampovima i obiteljskom smještaju u 148 mjesta diljem Hrvatske provedeno je istraživanje stavova i potrošnje turista u Republici Hrvatskoj.

Analizom prikupljenih podataka utvrđeno je da prosječna starost turista iznosi 42 godine, a da je 60 % gostiju u dobi od 30 do 49 godina dok je 15 % mlađe od 30 godina dok je 25 % starije od 50 godina. Fakultetski je obrazovano 42 % anketiranih gostiju dok je 64 % ispitanika imalo mjesečna primanja kućanstva u visini iznad 3.000,00 EUR. Nadalje, na području primorskoga dijela Hrvatske 45,1 % gostiju doputovalo je s obitelji dok je njih 37,5 % doputovalo s partnerom, a 13,2 % s prijateljima. Samo je doputovalo 4,1 % anketiranih. Na

području kontinentalnog dijela Republike Hrvatske s partnerom je doputovalo 38,5 % anketiranih gostiju dok je s obitelji doputovalo njih 16,1 %. S prijateljima je doputovalo 11,5 % gostiju dok je čak 33,9 % gostiju samo doputovalo što je udio veći za 29,8 postotna boda u odnosu na primorski dio Republike Hrvatske. Prosječna dnevna potrošnja gosta tijekom analiziranog razdoblja iznosi 140,15 EUR. Ukoliko se prosječna potrošnja promatra u odnosu putovanja gosta u kontinentalni dio, odnosno na primorski dio, tada proizlazi da bi prosječna potrošnja gosta u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske iznosio 135,62 EUR dok bi u primorskom dijelu iznosio 140,37 EUR iz čega proizlazi da su gosti u primorskom dijelu Hrvatske u prosjeku dnevno trošili veći iznos dok je istraživanje provedeno 2019. i početkom 2020. godine pokazalo da su u prosjeku gosti dnevno trošili veći iznos u kontinentalnom dijelu države (Tomas 2022/2023., 2023).

Slijedom navedenoga, u nastavku se daje prikaz strukture prosječne dnevne potrošnje gosta na razini cijele Hrvatske.

.Tablica 6. Struktura dnevnih izdataka gostiju tijekom 2022./2023.g.

Usluga	Iznos (EUR)	Udio (u %)
Smještaj	67,27	48
Hrana u restoranima i barovima	28,03	20
Kupnja, sport, zabava, kultura i ostalo	44,85	32
Ukupno - Dnevni izdaci gostiju	140,15	100

Izvor: Autori prema publikaciji Tomas 20202/2023.

Iz prethodne tablice vidljivo je da je prosječna dnevna potrošnja gosta na smještaj tijekom anketiranoga razdoblja iznosila 62,27 EUR što čini 48 % dnevne potrošnje što je umanjeње za 6 postotnih bodova u odnosu na prethodno istraživanje. Na hranu izvan smještaja gost je u prosjeku dnevno trošio 28,03 EUR što je povećanje za 68,45 % u odnosu na 2019. godinu kada je prosječni dnevni izdatak za prehranu izvan smještaja iznosio 16,64 EUR. Prosječni izdatak za kupnju, sport, zabavu i kulturu povećao se za 57,98 % u odnosu na prethodno istraživanje te iznosi 44.85 EUR dnevno.

Nadalje, prosječni dnevni izdatci gosta u razdoblju od 1997. do 2022. godine nominalno su gotovo upeterostručeni (povećanje od 374 %), što predstavlja prosječan godišnji rast od 15 % u analiziranom razdoblju od 25 godine pri čemu je najveći rast zabilježen u razdoblju od 2019. do 2022. godine tijekom kojega je ostvareno povećanje izdataka od 51 % (Tomas Hrvatska 2022/2023, 2023).

3.5. Rekapitulacija

Na temelju prethodno prikazanih provedenih rezultata istraživanja u razdoblju od 2014. do 2023. godine u nastavku daje se rekapitulacija prosječne dnevne potrošnje kao i prikaz postotne promjene predmetnih stavki potrošnje iz 2020./2023.g. u odnosu na 2014. godinu

.Tablica 7. Rekapitulacija dnevnih izdataka gostiju

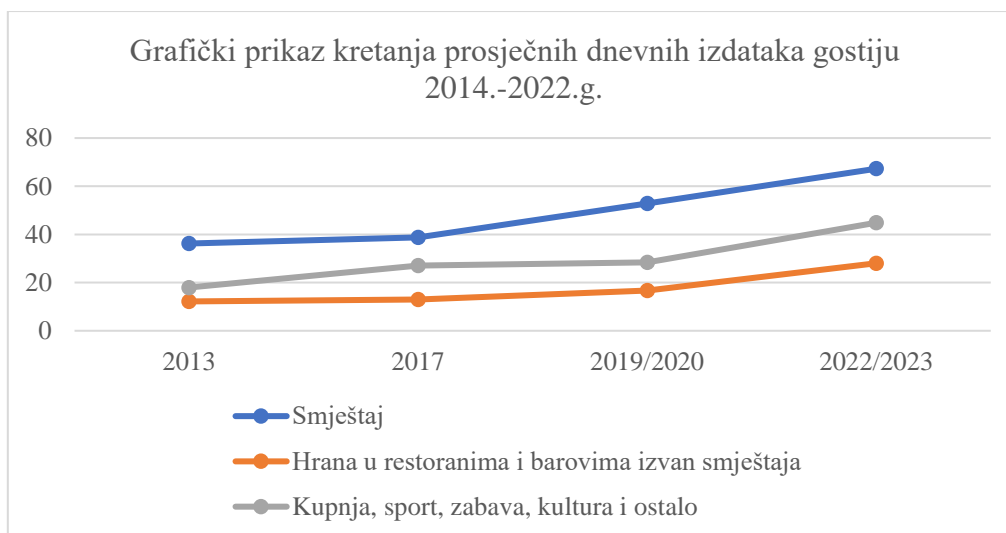
Opis	2014.	2017.		2019.		2022./2023.		promjena 2022./2023. u odnosu na 2014.
	Iznos u EUR	iznos u EUR	% promjene u odnosu na 2014.	iznos u EUR	% promjene u odnosu na 2014.	iznos u EUR	% promjene u odnosu na 2019.	
Smještaj	36,22	38,77	7,00 %	52,87	36,37 %	67,27	27,24 %	85,73 %
Hrana u restoranima i barovima izvan smještaja	12,18	12,96	6,40 %	16,64	28,40 %	28,03	68,45 %	216,28 %
Kupnja, sport, zabava, kultura i ostalo	17,96	27,04	50,56 %	28,39	5,00 %	44,85	57,98 %	165,87 %

Izvor: Autori prema rezultatima TOMAS istraživanja

Na temelju prikazanih podataka u prethodnoj tablici može se zaključiti da bi prosječna dnevna potrošnja gosta na smještaj tijekom 2022./2023.g. bila 85,73 % viša u odnosu na 2014.g. dok bi prosječno u jednom danu gost na prehranu izvan smještaja tijekom posljednjega analiziranoga razdoblja trošio 216,28 % veći iznos u odnosu na 2014. godinu. Na ostale aktivnosti poput kupnje, sporta, kulture, itd. gost je u prosjeku na kraju razdoblja trošio 165,87 % veći iznos dnevno u odnosu na 2014. godinu. Pojedinačno, najveći iznos rasta troška na ostale usluge bio je tijekom 2022./2023.g. i to u odnosu na 2019. godinu, a koje povećanje se dovodi u vezu s učincima inflacije koja je zahvatila hrvatsko gospodarstvo.

Na temelju podataka iskazanih u tablici 5. u nastavku se daje grafički prikaz kretanja prosječnih dnevnih izdataka gosta tijekom analiziranoga razdoblja.

.Grafikon 2. Kretanje dnevnih izdataka gostiju tijekom analiziranoga razdoblja



Izvor: Autori prema Tablici 7.

4. Zaključak

Analiza podataka i činjenica ukazuje na mnogobrojne promjene u turizmu u Republici Hrvatskoj tijekom analiziranoga razdoblja. Primjetan je značajan porast prosječne dnevne potrošnje gostiju što je pokazatelj odgovarajuće prilagodbe promjenama navika turista i ukazuje na poboljšanje kvalitete usluge u svim segmentima sektora turizma. Primjerice u razdoblju od 2014. do 2023. godine prosječni dnevni izdatak gosta za smještaj povećao se s 36,22 EUR na iznos od 67,27 EUR iz čega proizlazi da bi bila riječ o povećanju izdatka za 85,73 %. Predmetno povećanje najmanje je u kontekstu ostale potrošnje gosta. Tako na hranu u restoranima i barovima izvan smještaja gost tijekom 2022./2023.g. potrošio je 216,28 % dnevno veći iznos u odnosu na 2014. godinu dok je na ostale usluge poput sporta, kulture, izleta i slično potrošio 165,87 % veći iznos.

Usporedbom stope rasta prosječne dnevne potrošnje gosta tijekom 2022. godine te početka 2023. godine, čija stopa iznosi 27,24 %, s godišnjim stopom inflacije od 10,8 %, ne može se zaključiti da bi porast prosječne dnevne potrošnje gostiju isključivo bio posljedica kretanja stope inflacije već bi preostale uzroke trebalo tražiti u povećanju cijene sata rada, nedostatku radne snage, imidžu Republike Hrvatske među gostima, ali i u promjeni strukture gostiju. Republiku Hrvatsku je 2019. godine posjetilo 48 % gostiju čija prosječna mjesečna primanja kućanstva su veća od 3.000,00 EUR dok je tijekom 2022./2023.g. udio takvih gostiju bio veći od 60 %.

Zaključno, može se reći da istraživanja prosječne potrošnje gostiju pridonose određivanju obilježja turističke potražnje i potrošnje kako bi bilo moguće pratiti trendove te oblikovati i kreirati inovativne turističke proizvode. Istraživanje profila turista, obilježja njihovoga boravka

u destinaciji i općenitoga zadovoljstva turističkom ponudom ključno je zbog utvrđivanja kretanja potrošnje gostiju i mogućnosti daljnjega razvoja turizma koji značajno pridonosi gospodarstvu Republike Hrvatske s obzirom da turizam čini više od 19 % BDP-a države.

Literatura

1. Arčabić, V. (2025). *Priča o dvije inflacije u Hrvatskoj: uloga domaćih i inozemnih šokova*, Zbornik radova 33. tradicionalnog savjetovanja Ekonomska politika Hrvatske u 2026. godini, Hrvatsko društvo ekonomista, str. 37-66.
2. Brunsko, Z. (2002). *Turistička motivacija*, Naše more: znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol. 49, No. 1-2., Sveučilište u Dubrovniku, str. 70-75
3. Buljat, M., (2022). *Comparative analysis of tourism indicators for Croatia and selected competitive countries*, Mednarodno inovativno poslovanje, Vol. 13, No. 1, Doba Business School, str. 19-38
4. Devčić, K., Tonković Pražić, I. (2023). *Obujam turističkog prometa za vrijeme smanjene potražnje u Republici Hrvatskoj i konkurentskim zemljama*, Oeconomica Jadertina 1/23, Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju, str. 35-49
5. Gržinić J., (2018). *Turizam i razvoj- rasprava o globalnim izazovima*, 2.izdanje, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
6. Hrvatska narodna banka (2025). *Glavni makroekonomski indikatori*.
<https://www.hnb.hr/statistika/glavni-makroekonomski-indikatori> (22.11.2025.)
7. Institut za turizam, (2014). *Tomas ljeta 2014.* Zagreb.
<https://turizam.gov.hr/docs/stavovi-i-potrosnja-turista-u-hrvatskoj-tomas-ljeta-2014/>
(26.11.2025)
8. Institut za turizam (2017). *Tomas ljeta 2017.*, Zagreb
<https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-07/Tomas-Ljeta-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (27.11.2025)
9. Institut za turizam (2020). *Tomas Hrvatska 2019.*, Zagreb.
<https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (27.11.2025)
10. Institut za turizam (2023). *Tomas Hrvatska 2022./2023.*, Zagreb
<https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf> (28.11.2025.)
11. Jakšić, J. (2003). *Motivacija – psihopedagoški pristup*, Kateheza, vol 25.No. 1.

12. Kožić, I., Sorić, P., Sever, I. (2024). *Assessing the Tourism-Led Inflation Hypothesis: An Empirical Framework*, *Tourism - An International Interdisciplinary Journal* , Vol. 72, No. 4, str. 524-537
13. Miljak, T., Perman, L., Lozić, I. (2022). *The Impact of inflation on restaurant prices in Croatia in the Tourist Season 2022*, 81st International Scientific Conference on Economic and Social Development - "Green Economy & Sustainable Development", Book of Proceedings, 61-68
14. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2014.-2024). *Turizam u brojkama*
<https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> (28.11.2025)
15. Tkalec, M., Vizek. M. (2016) *The price tag of tourism: does tourism activity increase prices of goods and services?*, *Tourism economics*, Vol. 22, No. 1, str.93-109, doi: 10.5367/te.2014.0415
16. Veselčić, A. (2017). *Globalizacija u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije