

TURIZAM U SVIJETU

- u odnosu na 2016. broj turističkih posjeta porastao je globalno za **7%** a iznosi **1,3 mlrd. posjetitelja**
- globalna dobit od turizma iznosi **1340 milijardi USD**, što je **rast od 5%** u odnosu na 2016.
- najčešće prijevozno sredstvo je **zrakoplov**, a glavni motiv dolaska je **dokolica, rekreacija i odmor**
- **najposjećenija je Europa** (Francuska, Španjolska i Italija), a posebno **Mediterran** (*51% posjeta / 39% dobiti od turizma*)
- povećan broj dolazaka bilježe **Turska, Meksiko i Španjolska**
- najveći rast dobiti u odnosu na 2016. imaju **Macao, Japan i Tajland**
- u međunarodnom turizmu najviše troše **Kinezi, Amerikanci i Nijemci**

TURIZAM U HRVATSKOJ

SMJEŠTAJNI KAPACITETI

- oko **8000 smještajnih jedinica i 1,2 mil. postelja** od čega je većina **privatni smještaj** (740 000 postelja), **hoteli i hosteli te kampovi**
- porast smještajnih jedinica **za 700%** u odnosu na 2000. g i smještajnih kapaciteta **za duplo** u odnosu na 1995. g
- porast broja **hotela s 4 (47%) i 5 (10%) zvjezdica**

TURISTIČKA KRETANJA

- porast br. dolazaka u nacionalne parkove – sve osim Brijuna
 - najposjećeniji **Plitvička jezera, Krka i Kornati** (nautički turizam)
- oko **17,4 mil. dolazaka** i oko **86 mil. noćenja** – izražena sezonalnost (od lipnja do rujna)
 - **86% turističkog prometa u 5 primorskih županija** – najposjećenija **Istra** (kampovi)
 - od 5 najposjećenijih gradova, 4 su iz istre (Rovinj, Poreč, Medulin i Umag), **Dubrovnik** najviše noćenja (oko 4 mil.)
 - **Zagreb** – najviše posjetitelja kroz cijelu godinu (turizam glavnih gradova)
- otoci **Krk** (4,4 mil.), **Pag** (2,7 mil.) i **Rab** (2 mil) imaju najviše noćenja
- većina gostiju dolazi **individualno**
- emitivne zemlje za Hrvatsku su **Njemačka, Slovenija, Austrija, Češka i Italija**
- udio turizma u hrvatskom BDP-u 2017. godine – **oko 20% (9,5 mlrd. €)**

TURISTIČKE MOGUĆNOSTI HRVATSKE

- **činitelji razvoja turizma:**
 - **PRIRODNI činitelji** - razvedena obala, očuvana priroda, 1246 otoka, otočića i hridi, oko 500 zaštićenih područja
 - **DRUŠTVENI činitelji** - bogat kulturno-povijesna baština – preko 3000 zaštićenih spomenika kulture
 - **DOSTUPNOST** - informativna i prometna dostupnost
 - gusta mreža prometnica, autoceste i niskotarifni zračni prijevoznici
- **SMJEŠTAJNE MOGUĆNOSTI HRVATSKE**
 - ukupno **1,2 mil. postelja**
 - dominiraju **privatni smještajni kapaciteti** – preko 740 000 postelja
 - velik broj posjetitelja **u kampovima, turističkim naseljima i hotelima**

OBLICI TURIZMA

- najzastupljeniji oblik turizma u Hrvatskoj je **kupališni**
- **nautički turizam** se sve više razvija – prednost je razvedena obala
- u Nizinskoj Hrvatskoj razvijen je **lječilišni turizam, toplice, dvorci, turizam gradova, vjerski turizam, lovni turizam i dr.**

TURISTIČKE REGIJE HRVATSKE

- **PRIMORSKA HRVATSKA** – ostvaruje 95% turističkih noćenja
- **Istra najposjećenija** – 32% turističkih noćenja
 - razlog: blizina Srednjoj Europi, turistička tradicija, brojne prirodne ljepote i povijesna baština
- vodeća turistička mjesta – **Dubrovnik, Rovinj, Poreč, Medulin i Umag**
- **Kvarnerski otoci, Opatija i Crikvenica** po broju noćenja odmah iza Istre
- **Dalmacija** – nacionalni parkovi, marine i kultura
- **GORSKA HRVATSKA** – najslabije iskorištena regija (**iznimka Plitvička jezera**)
- **PERIPANONSKA REGIJA** – Zagreb, brojne toplice (*Krapinske, Varaždinske, Tuheljske...*), srednjovjekovni dvorci u Zagorju (*Trakošćan, Veliki Tabor...*), parkovi prirode i svetišta (*Marija Bistrica, Krašić, Ludbreg...*)
- **PANONSKA REGIJA** – slabije iskorištena
 - gradovi, lovišta Kopačkog rita, Bizovačke toplice, folklor (*Vinkovačke jeseni, Đakovački vezovi...*) i ruralni turizam

RAZVOJNI PRAVCI UGOSTITELJSTVA

- izgradnja **manjih obiteljskih** hotela, pansiona, restauracija srednje, visoke i više kategorije
- manji objekti se lakše prilagođavaju raznim promjenama na tržištu
- u narednim godinama očekuje se **dolazak multinacionalnih ugostiteljskih poduzeća na naše tržište** (npr. kampovi u Istri, hotelski lanci, turoperatoriji...)
 - **pozitivna strana:** povećanje kvalitete usluge, *know-how* (znanje i iskustvo) i otvaranje novih radnih mjesta
 - **negativna strana:** odljev kapitala u strane zemlje (centre kompanija)

LOKACIJA UGOSTITELJSKIH OBJEKATA

- **makrolokacija** (zemlja, regija, grad, gradska četvrt) i **mikrolokacija** (ulica, trg, građevina...)
- **optimalna lokacija ugostiteljskog objekta:**
 - lokacija koja osigurava dovoljan broj gostiju,
 - cjelogodišnje poslovanje,
 - iznadprosječnu cijenu usluga,
 - minimalne troškove poslovanja i maksimalnu zaradu