



# hrvatski turizam u brojkama

VOL 3. BROJ  
ISSN 1847-3369

3

/2009.

**sadržaj:**

**A. TURISTIČKA POTRAŽNJA**

- A1. Potražnja prema emitivnim zemljama
- A2. Potražnja prema vrstama smještaja
- A3. Potražnja prema turističkim područjima

**B. SMJEŠTAJNI KAPACITETI**

- B1. Struktura smještajnih kapaciteta
- B2. Iskorištenost smještajnih kapaciteta prema turističkim područjima

**C. NEKA OBILJEŽJA POSJETITELJA KULTURNIH  
ATRAKCIJA I DOGAĐANJA**

- C1. Vrsta posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja
- C2. Motivi posjeta kulturnoj atrakciji i događanju
- C3. Posjetitelji kulturnih atrakcija i događanja prema zemlji stalnog boravka
- C4. Posjećenost kulturnih atrakcija i događanja

**D. TURISTIČKA POTROŠNJA POSJETITELJA KULTURNIH  
ATRAKCIJA I DOGAĐANJA**

- D1. Prosječna dnevna potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja na višednevnim putovanjima
- D2. Prosječna dnevna potrošnja jednodnevnih posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja

**E. TURISTIČKA POTROŠNJA**

- E1. Prihodi i rashodi od putovanja u platnoj bilanci Hrvatske

Hrvatski turizam u brojkama je stalna tromjesečna publikacija Instituta za turizam koja u ovom broju donosi izbor ključnih pokazatelja o turističkom prometu u turističkim regijama Hrvatske (A), smještajnim kapacitetima (B), zatim neka obilježja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj (C), strukturu prosječne dnevne potrošnje posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja (D) te podatke o prihodima i rashodima od putovanja u platnoj bilanci Hrvatske (E). Publikacija je, prije svega namijenjena onima kojima turizam nije u fokusu, a žele poznavati osnovne činjenice. Jednako tako, publikacija može biti i polazište za daljnja istraživanja.

**Izvori podataka:**

- Institut za turizam
- BIST – Sustav poslovne inteligencije u turizmu, Institut za turizam
- TOMAS Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – Trendovi 1987.-2008., Institut za turizam, 2009.
- TOMAS Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja – Kulturni turizam 2008, Institut za turizam, 2009.
- DZS - Državni zavod za statistiku
- HNB - Hrvatska narodna banka; www.hnb.hr

**Impresum:**

Izdaje: Institut za turizam, Vrhovec 5, 10000 Zagreb, Hrvatska  
 Za izdavača: Sanda Ćorak  
 Urednice: Blaženka Vrdoljak-Šalamon i Petra Gatti  
 Recenzent: Neven Ivandić  
 Lektor: Danijela Unić  
 Dizajn: Goran Curl  
 Grafički prijelom: Zoran Petrović  
 Zagreb, 2009.

## A.

## TURISTIČKA POTRAŽNJA

## A1. POTRAŽNJA PREMA MITIVNIM ZEMLJAMA

## Struktura potražnje prema emitivnim zemljama u razdoblju I.-VIII. 2009.

	Noćenja (u 000)	Udio u ukupnim noćenjima u %	Stopa promjene I-VIII. 2009/ I-VIII. 2008.	Prosječna duljina boravka
Njemačka	9.166	19,1	4,3	7,3
Slovenija	5.155	10,7	-3,5	5,8
Italija	4.742	9,9	0,9	4,5
Austrija	4.704	9,8	5,3	5,2
Češka	3.682	7,7	-2,0	6,6
Poljska	3.535	7,4	8,6	6,2
Nizozemska	2.411	5,0	4,3	8,2
Slovačka	2.273	4,7	5,6	6,5
Mađarska	1.869	3,9	-14,9	5,2
Francuska	1.469	3,1	-4,9	3,9
Prvih 10	39.007	81,2	11,0	5,9
Ostali strani	4.291	8,9	-48,3	4,4
Ukupno strani	43.298	90,1	-0,3	5,6
Domaći	4.742	9,9	-10,0	4,0
Sveukupno	48.040	100,0	-1,4	5,3

Izvješće: BIST - Sustav poslovne inteligencije u turizmu; www.iztg.hr  
 Izvorni podaci DZS-a

U razdoblju od siječnja do kolovoza 2009. godine zabilježeno je oko 48 milijuna noćenja što je 1,4% manje u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Domaći turisti pri tome su imali znatno veći pad broja noćenja od inozemnih, dok su među deset najznačajnijih emitivnih

zemalja najveći pad zabilježile Mađarska (-15%), Francuska (-5%), Slovenija (-4%) i Češka (-2%), a najveći rast Poljska (9%). Najznačajnije emitivne zemlje, u koje se ubrajaju deset zemalja s najvećim brojem noćenja, ostvarile su više od 80% ukupnog prometa u komercijalnim smještajnim kapacitetima. Među njima, u Hrvatskoj su najduži prosječni boravak u prvih osam mjeseci ostvarili Nizozemci i Nijemci, a najkraće su boravili Francuzi.

## A2. POTRAŽNJA PREMA VRSTAMA SMJEŠTAJA

### Noćenja turista prema glavnim vrstama smještajnih kapaciteta u razdoblju I.-VIII. 2009.

	Hoteli	Turistička naselja	Apartmentni smještaj	Kampovi	Privatni smještaj	Ostalo	Ukupno
<b>Noćenja (u 000)</b>							
I.-IV.	1.780	67	69	155	186	398	2.654
V.-VI.	3.393	692	441	2.548	1.996	974	10.044
VII.-VIII.	5.510	1.576	1.276	9.680	14.931	2.370	35.342
<b>Ukupno I.-VIII.</b>	<b>10.683</b>	<b>2.334</b>	<b>1.785</b>	<b>12.382</b>	<b>17.113</b>	<b>3.742</b>	<b>48.040</b>
<b>Struktura (u %)</b>							
I.-IV.	67,1	2,5	2,6	5,8	7,0	15,0	100,0
V.-VI.	33,8	6,9	4,4	25,4	19,9	9,7	100,0
VII.-VIII.	15,6	4,5	3,6	27,4	42,2	6,7	100,0
<b>Ukupno I.-VIII.</b>	<b>22,2</b>	<b>4,9</b>	<b>3,7</b>	<b>25,8</b>	<b>35,6</b>	<b>7,8</b>	<b>100,0</b>
<b>Stopa promjene (u odnosu na isto razdoblje 2008.)</b>							
I.-IV.	-6,6	-6,6	-8,5	27,1	7,8	-7,1	-4,4
V.-VI.	-9,5	-22,1	-7,9	1,3	2,0	1,2	-4,8
VII.-VIII.	-3,8	-14,4	6,4	2,3	0,7	1,3	-0,1
<b>Ukupno I.-VIII.</b>	<b>-6,1</b>	<b>-16,6</b>	<b>-4,8</b>	<b>2,3</b>	<b>0,9</b>	<b>3,7</b>	<b>-1,4</b>

Izvješće: BIST - Sustav poslovne inteligencije u turizmu; www.iztzg.hr

Izvorni podaci DZS-a

Turistička naselja: hotelsko naselje, hotelsko-apartmansko naselje, turističko naselje

Apartmentni smještaj: apartman, apartman tip studio, apartmani, apartmansko naselje, turistički apartman

Kampovi: kamp, kamp odmaralište, kampiralište

U prvih osam mjeseci 2009. godine najveći broj noćenja zabilježen je u privatnom smještaju (36%) i u kampovima (26%), a na trećem se mjestu nalaze hoteli (22%). U predsezoni (svibanj-lipanj) ostvareno je oko 10 milijuna noćenja, a u glavnoj ljetnoj sezoni (srpanj-kolovoz) 3,5 puta više (oko 35 milijuna noćenja). Najveći pad broja noćenja u glavnoj sezoni zabilježila su turistička naselja (-14%) i hoteli (oko -4%), dok je u apartmanskom smještaju zabilježen porast od 6%. Vrlo blagi pozitivan trend uočen je u noćenjima u kampovima (2%), a za privatni smještaj se može reći da je imao rezultate na razini 2008. godine (rast manji od 1%).

## A3. POTRAŽNJA PREMA TURISTIČKIM PODRUČJIMA

Od ukupno 48 milijuna noćenja koliko je zabilježeno u prvih osam mjeseci 2009., više od polovice (55%) ostvareno je u Istri i Kvarneru i gorju. Četiri dalmatinska područja u ukupnom prometu sudjeluju sa oko 42%, a Zagreb i Kontinentalna Hrvatska sa oko 3%. U glavnoj sezoni (srpanj-kolovoz) sve turističke regije, osim Istre i Kvarnera i gorja, zabilježile su pad noćenja u odnosu na prethodnu sezonu. Budući da je predsezona (svibanj-lipanj) bila puno lošija od prošlogodišnje (na razini Hrvatske pad od oko -5%), na kraju osmomjesečnog razdoblja su sva turistička područja imala negativne stope promjena, osim Istre u kojoj su ostvarena noćenja bila na razini prošlogodišnjih (rast ispod 1%). Isto se može reći i za područje Kvarnera i gorja u kojem je registrirano neznatno manje noćenja u odnosu na isto razdoblje prošle godine (-0,4%). Najveći pad noćenja u osam mjeseci zabilježen u Zagrebu (oko -10%).

## Noćenja turista prema turističkim područjima\* u razdoblju I-VIII. 2009.

	NOĆENJA (u 000)				STRUKTURA (ukupno I.-VIII., u%)			STOPA PROMJENE (u odnosu na isto razdoblje 2008.)				Udio regija u ukupnom prometu I.-VIII.
	I.-IV.	V.-VI.	VII.-VIII.	Ukupno	I.-IV.	V.-VI.	VII.-VIII.	I.-IV.	V.-VI.	VII.-VIII.	Ukupno	
Istra	713	3.662	11.217	15.592	4,6	23,5	71,9	-2,4	-2,0	1,8	0,7	32,5
Kvarner i gorje	583	2.195	8.161	10.939	5,3	20,1	74,6	-2,6	-3,1	0,5	-0,4	22,8
Zadarsko područje	141	861	4.432	5.434	2,6	15,9	81,6	12,5	-6,9	-3,2	-3,5	11,3
Šibensko područje	102	608	2.607	3.318	3,1	18,3	78,6	-15,6	-6,3	-2,5	-3,7	6,9
Splitsko-makarsko područje	246	1.406	6.030	7.682	3,2	18,3	78,5	-10,9	-10,9	-0,9	-3,3	16,0
Dubrovačko područje	249	871	2.378	3.498	7,1	24,9	68,0	-3,5	-5,1	-0,4	-1,9	7,3
Grad Zagreb	294	206	212	711	41,3	28,9	29,8	-10,4	-12,8	-4,7	-9,5	1,5
Kontinentalna	328	233	305	867	37,9	26,9	35,2	-3,3	-4,3	-0,9	-2,7	1,8
Hrvatska - Ukupno	2.654	10.044	35.342	48.040	5,5	20,9	73,6	-4,4	-4,8	-0,1	-1,4	100,0

Izvješće: BIST - Sustav poslovne inteligencije u turizmu; www.iztg.hr

Izvorni podaci DZS-a

\*Kvarner i gorje obuhvaća Ličko-senjsku i Primorsko-goransku županiju

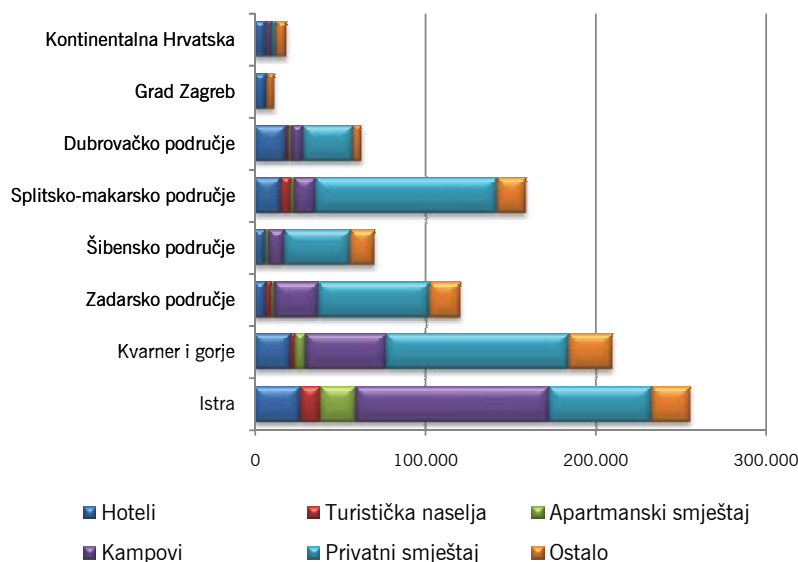
\*Kontinentalna Hrvatska obuhvaća Bjelovarsko-bilogorsku, Brodsko-posavsku, Karlovačku, Koprivničko-križevačku, Krapinsko-zagorsku, Međimursku, Osječko-baranjsku, Požeško-slavonsku, Sisačko-moslavačku, Varaždinsku, Virovitičko-podravsku, Vukovarsko-srijemsku i Zagrebačku županiju

\*Ostale turističke regije poklapaju se sa županijama

## B. SMJEŠTAJNI KAPACITETI

### B1. STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA

#### Struktura smještajnih kapaciteta u turističkim regijama prema broju stalnih ležajeva (VIII./2009.)



Ukupni smještajni kapacitet u Hrvatskoj je u kolovozu 2009. godine iznosio oko 900 tisuća ležajeva (stalni ležajevi). U ponudi prevladava privatni smještaj (45%) te kampovi (24%). Hoteli, zajedno sa turističkim naseljima i apartmanskim smještajem čine manje od jedne petine ponude.

U Istri u ukupnim smještajnim kapacitetima dominiraju kampovi (44%), a u ostalim je primorskim regijama izražena ponuda privatnog smještaja, i to najviše na Splitsko-makarskom (67%), Šibenskom (55%) i Zadarskom području (54%). Dubrovačka regija je specifična utoliko što ima blizu polovice kapaciteta u privatnom smještaju (47%) i oko trećine u hotelima (30%). Grad Zagreb više od polovine ukupne ponude ima u hotelima (58%), a hoteli su najzastupljeniji i u ukupnoj smještajnoj ponudi Kontinentalne Hrvatske (34%).

## B2. ISKORIŠTENOST KAPACITETA PREMA TURISTIČKIM PODRUČJIMA

### Iskorištenost\* smještajnih kapaciteta prema turističkim područjima u razdoblju VII.-VIII. 2009. (u %)

	Hoteli	Turistička naselja	Apartmentski smještaj	Kampovi	Privatni smještaj	Ostalo	Ukupno
Istra	50,0	57,4	26,2	39,1	30,7	15,6	36,0
Kvarner i gorje	46,7	48,9	40,7	40,8	27,0	19,9	31,9
Zadarsko područje	42,4	44,3	37,9	30,7	32,6	13,6	30,2
Šibensko područje	46,7	45,2	35,3	28,4	34,0	14,1	30,5
Splitsko-makarsko područje	43,2	43,6	45,3	25,9	30,0	25,6	31,2
Dubrovačko područje	39,2	35,5	34,0	20,9	30,2	21,7	31,5
Grad Zagreb	19,7	-	3,6	11,8	15,0	8,7	15,3
Kontinentalna Hrvatska	14,2	7,4	12,5	22,7	12,7	9,5	13,6
Hrvatska - Ukupno	41,1	49,2	30,8	36,2	30,0	19,0	32,0

Izvešće: BIST - Sustav poslovne inteligencije u turizmu; [www.iztg.hr](http://www.iztg.hr)

Izvorni podaci DZS-a

\*odgovara bruto iskorištenosti (računa se na ukupan broj dana u mjesecu)

Prosječna iskorištenost svih kapaciteta u primorskim regijama Hrvatske u glavnoj turističkoj sezoni 2009. godine kretala se od 30% za Zadarsko područje do 36% za područje Istre. Na razini Hrvatske, u istom je razdoblju zabilježena najveća iskorištenost turističkih naselja (49%) i hotela (41%), a najmanja iskorištenost je prema službenim podacima privatnog smještaja (30%). Najveća iskorištenost hotela ostvarena je u Istri (50%), a kampova u Kvarneru i gorju (41%), te Istri (39%). Ako se promatra iskorištenost kapaciteta unutar same regije, može se uočiti da su u Istri, Kvarneru i gorju i Zadarskom području najviši stupanj iskorištenosti dostigla turistička naselja, a na Splitsko-makarskom području apartmanski smještaj. U Šibenskom području, gradu Zagrebu i na Dubrovačkom području među komercijalnim smještajnim kapacitetima najveća je iskorištenost hotela u odnosu na ostale smještajne objekte.

# C

## NEKA OBILJEŽJA POSJETITELJA KULTURNIH ATRAKCIJA I DOGAĐANJA

Istraživanje 'Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj - TOMAS 2008 Kulturni turizam' je prvo istraživanje takve vrste u Hrvatskoj. Provedeno je u 2008. godini za potrebe Ministarstva turizma, a u suradnji sa Savjetom za kulturni turizam Hrvatske turističke zajednice. Više o istraživanju se može naći na [www.iztg.hr](http://www.iztg.hr) pod 'TOMAS i druga istraživanja' ili [www.iztg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/](http://www.iztg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/).

## C1. VRSTA POSJETITELJA KULTURNIH ATRAKCIJA I DOGAĐANJA

### Vrsta posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja

Jednodnevni posjetitelji	43,2
Posjetitelji iz mjesta stalnog boravka*	26,3
Posjetitelj na proputovanju - na putu do krajnjeg odredišta	10,6
Posjetitelj u sklopu organiziranog kružnog putovanja	6,3
Posjetitelji na višednevnom putovanju	56,9
Noćenje u mjestu gdje je atrakcija ili u bližoj okolici	43,4
Noćenje u nekom drugom mjestu u Hrvatskoj	13,5

\* Posjetitelji koji su iz mjesta gdje se nalazi kulturna atrakcija ili gdje je kulturno događanje, nisu anketirani

Izvor: TOMAS Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - Trendovi 1987.-2008., Institut za turizam, 2009.

TOMAS Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj - Kulturni turizam 2008, Institut za turizam, 2009.

Gosti koji posjećuju kulturne atrakcije segmentirani su u jednodnevne posjetitelje i posjetitelje na višednevnom putovanju. Prema rezultatima istraživanja najveći broj posjetitelja, više od polovine (57%) su gosti koji su na višednevnom putovanju, a to su gosti koji su noćili u samom mjestu ili u blizini gdje se nalazi kulturna atrakcija, odnosno gdje je događanje, te gosti koji su noćili u nekom drugom mjestu u Hrvatskoj. Jednodnevnih posjetitelja ima oko 43%. U tu skupinu posjetitelja ubrajaju se posjetitelji koji dolaze iz stalnog mjesta stanovanja, zatim posjetitelji koji su na proputovanju do krajnjeg odredišta te posjetitelji koji dolaze u okviru kružnog putovanja. Među jednodnevnim posjetiteljima je najviše onih koji dolaze iz stalnog mjesta boravka (26%).

## C2. MOTIVI POSJETA KULTURNOJ ATRAKCIJI I DOGAĐANJU

### Osnovni motivi posjeta kulturnoj atrakciji i događanju (u %)

Motivi	
Učenje o kulturi, povijesti i baštini dotičnog kraja	26,1
Imidž/reputacija atrakcije/događanja	18,3
Znatiželja	17,9
Kvalitetno provođenje vremena sa svojom obitelji ili prijateljima	16,7
Nagovor prijatelja ili rođaka	8,0
Slučajni prolazak i odluka o posjetu na licu mjesta	7,1
Kraćenje vremena tj. razbijanje dosade	3,4
Dovođenje gostiju koji ne žive u dotičnom kraju	2,5
Ukupno	100,0

Izvor: TOMAS Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - Trendovi 1987.-2008., Institut za turizam, 2009.

TOMAS Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj - Kulturni turizam 2008, Institut za turizam, 2009.

S jasnim ciljem da kulturnu atrakciju i događanje posjećuje u želji da uči i stekne 'novo znanje', dolazi više od četvrtine posjetitelja (26%). Oko 18% gostiju dolazi zato što želi vidjeti i doživjeti atrakciju ili događanje zbog njenog imidža ili reputacije. Isto toliko ih dolaze iz znatiželje (oko 18%). Kulturna ponuda može omogućiti i kvalitetno provođenje vremena u obiteljskom ili prijateljskom krugu i u 2008. godini je s takvim namjerama došlo 17% gostiju. Oko 8% ispitanika navodi da su u posjet došli na poticaj prijatelja ili rođaka, a 7% da su došli spontano.

### C3. POSJETITELJI KULTURNIH ATRAKCIJA I DOGAĐANJA PREMA ZEMLJI STALNOG BORAVKA

#### Struktura posjetitelja prema zemlji stalnog boravka posjetitelja

Italija	15,4
Njemačka	13,8
Francuska	9,3
Velika Britanija	8,6
Slovenija	6,1
Češka	5,6
Poljska	4,9
Bosna i Hercegovina	4,5
Austrija	4,4
Mađarska	4,1
Ostale europske zemlje	17,0
Ostale izvan europske zemlje	6,3
<b>Ukupno</b>	<b>100,0</b>

Izvor: TOMAS Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - Trendovi 1987.-2008., Institut za turizam, 2009.

TOMAS Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj - Kulturni turizam 2008, Institut za turizam, 2009.

U strukturi posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja domaći posjetitelji sudjeluju sa 38%, a inozemni sa 62%. U domaće posjetitelje ne ubrajaju se osobe koje imaju stalno mjesto boravka u mjestu gdje se nalazi atrakcija odnosno gdje je samo događanje. Među prvih deset zemalja čiji građani najviše posjećuju kulturne atrakcije i događanja u Hrvatskoj rangiraju se Italija, Njemačka, Francuska, Velika Britanija, Slovenija, Češka, Poljska, Bosna i Hercegovina, Austrija i Mađarska. Posjetitelji iz prvih pet zemalja – Italije, Njemačke, Francuske, Velike Britanije i Slovenije čine više od polovine ukupnih gostiju (53%). Najveće pojedinačne udjele imaju Talijani (oko 15%) i Nijemci (oko 14%) koji zajedno čine oko 29% ukupnog broja posjetitelja.

### C4. POSJEĆENOST KULTURNIH ATRAKCIJA I DOGAĐANJA

#### Posjećenost kulturnih atrakcija i događanja\* za vrijeme godišnjeg odmora (u %)

Kulturno-povijesne znamenitosti	Crkve i samostani	Muzeji i galerije	Festivali	Tematske rute i putevi	Glazbeno-scenska događanja i predstave
64,9	64,1	58,6	42,2	33,2	32,5

\* Postotak obuhvaća odgovore o obavljenim i planiranim posjetima za vrijeme aktualnog boravka; moguće više odgovora

TOMAS Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj - Kulturni turizam 2008, Institut za turizam, 2009.

Kulturne atrakcije i događanja su svrstane u 6 grupa: a) kulturno-povijesne znamenitosti i atrakcije, b) crkve i samostani, c) muzeji i galerije, d) festivali, e) tematske rute i putevi i f) glazbeno-scenska događanja i predstave. Kulturno-povijesne znamenitosti kao što su primjerice Dioklecijanova palača, Trg Sv. Marka u Zagrebu, Tvrdča u Osijeku i sl., su najčešći ciljevi obilaska gostiju zainteresiranih za kulturu (65% je posjetilo takva mjesta ili ih planira posjetiti za vrijeme godišnjeg odmora). Veliko zanimanje postoji i za crkve i samostane (64%), te muzeje i galerije (59%). Prema rezultatima istraživanja, festivali privlače relativno slabiju pozornost (42%) kao i preostale dvije kategorije atrakcija 'tematske rute i putevi' te 'glazbeno-scenska događanja i predstave' (oko 33%).

# D.

## TURISTIČKA POTROŠNJA POSJETITELJA KULTURNIH ATRAKCIJA I DOGAĐANJA

### D1. PROSJEČNA DNEVNA POTROŠNJA POSJETITELJA KULTURNIH ATRAKCIJA I DOGAĐANJA NA VIŠEDNEVNIM PUTOVANJIMA

#### Struktura prosječne dnevne potrošnje posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja na višednevnim putovanjima\* (u %)

	Plaćene vrste smještaja	Neplaćene vrste smještaja
Ukupno	100,0	100,0
Izdaci za smještaj	42,6	
Izdaci za hranu i piće izvan smještajnog objekta	26,3	44,4
Izdaci za kupnju	18,0	34,4
Izdaci za kulturu i zabavu	7,3	12,6
Izdaci za sport i rekreaciju	2,2	2,8
Izdaci za izlete rganizirane posredstvom turističke agencije	1,8	2,5
Ostali izdaci	1,8	3,3

\*Podaci se odnose na višednevna putovanja (najčešće 4-6 dana)

Izvor: TOMAS Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - Trendovi 1987.-2008., Institut za turizam, 2009.

TOMAS Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj - Kulturni turizam 2008, Institut za turizam, 2009.

Na prosječnu dnevnu potrošnju posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja na višednevnim putovanjima značajno utječe činjenica da li plaćaju smještaj ili ne. Posjetitelji koji borave u vlastitoj vikendici, kući ili stanu odnosno kod prijatelja nemaju trošak smještaja pa je njihova potrošnja manja i iznosi u prosjeku oko 20 eura dnevno. Posjetitelji koji plaćaju svoj smještaj imaju prosječnu potrošnju od 57 eura.

Struktura prosječne dnevne potrošnje posjetitelja koji borave u komercijalnim smještajnim objektima ('plaćene vrste smještaja') govori da najveći dio (oko 43%) odlazi na smještaj. Uz te troškove značajan dio odlazi i na hranu i piće izvan smještaja (26%), tako da je oko jedne trećine prosječnog dnevnog budžeta čine troškovi kupnje, zatim izdatci za kulturu, zabavu, sport, rekreaciju, organizirane izlete te ostali troškovi.

Osobe koje borave u neplaćenim vrstama smještaja, prosječni dnevni iznos raspoređuju tako da manje od pola troše na hranu i piće u restoranima i drugim ugostiteljskim objektima (44%), a više od polovine (oko 56%) na kupnju, kulturu i druge aktivnosti u destinaciji.

## D2. PROSJEČNA DNEVNA POTROŠNJA JEDNODNEVNIH POSJETITELJA KULTURNIH ATRAKCIJA I DOGAĐANJA

### Struktura prosječne dnevne potrošnje jednodnevnih posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja (u%)

Ukupno	100,0
Izdaci za hranu i piće	43,5
Izdaci za kupnju	39,9
Izdaci za kulturu i zabavu	12,5
Izdaci za sport i rekreaciju	1,4
Izdaci za izlete rganizirane posredstvom turističke agencije	0,3
Ostali izdaci	2,4

Izvor: TOMAS Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - Trendovi 1987.-2008., Institut za turizam, 2009.

TOMAS Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj - Kulturni turizam 2008, Institut za turizam, 2009.

Prosječna dnevna potrošnja jednodnevnih posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u 2008. godini je iznosila 28 eura. Njihovi izdaci za hranu i piće za vrijeme posjeta iznose 44% tog iznosa, slično kao kod posjetitelja koji su na višednevnim putovanjima ali ne plaćaju smještaj (44%). Veliki udio u prosječnim dnevnim troškovima jednodnevnih posjetitelja imaju toškovi za kupnju (oko 40%), dok na izdatke za kulturu i zabavu ide oko 13% dnevnog iznosa. Svi ostali troškovi su marginalni.



## TURISTIČKA POTROŠNJA

### E1. PRIHODI I RASHODI OD PUTOVANJA U PLATNOJ BILANCI HRVATSKE

#### Prihodi i rashodi od putovanja prema razlozima putovanja - od 2005. godine do trećeg tromjesečja 2009. godine (u milijunima eura)

	2005.	2006.	2007.	2008.	2008. Q1+Q2	2008. Q3	2009. Q1+Q2	2009. Q3
1. Robni deficit	-7.518,0	-8.344,2	-9.434,0	-10.866,2	-5.671,0	-2.731,6	-3.719,0	-1.836,7
2. Putovanja - turizam (neto prihod)*	5.394,9	5.708,7	6.035,2	6.694,0	1.842,0	4.396,4	1.515,3	3.660,9
2.1. Prihodi	5.998,9	6.293,3	6.752,6	7.459,4	2.194,4	4.612,5	1.830,4	3.897,0
2.1.1. Poslovni razlozi	504,0	388,4	389,2	386,4	194,2	106,8	130,0	65,7
2.1.2. Osobni razlozi	5.494,9	5.904,9	6.363,4	7.073,1	2.000,2	4.505,7	1.700,4	3.831,3
2.2. Rashodi	-604,1	-584,6	-717,3	-765,5	-352,5	-216,2	-315,1	-236,1
2.2.1. Poslovni razlozi	-267,4	-229,5	-266,9	-261,3	-124,5	-66,3	-110,3	-63,9
2.2.2. Osobni razlozi	-336,7	-355,1	-450,4	-540,2	-227,9	-149,9	-204,8	-172,2

Izvor: www.hnb.hr ; podaci za 2009. godinu, preliminarni

\*Podaci o prihodima od putovanja temelje se na stavci platne bilance „putovanja, prihodi“, a obuhvaćaju sve transakcije potrošnje inozemnih turista i jednodnevnih posjetitelja na: smještaj, hranu i piće, prijevoz u zemlji, zabavu, kupnju i sl.

U trećem kvartalu 2009. godine ostvareno je oko 3,9 milijardi eura prihoda od putovanja inozemnih turista, što je za oko 16% manje u odnosu na isti kvartal 2008. godine. Najveći udio prihoda od putovanja u Hrvatskoj ostvarili su inozemni putnici i posjetitelji koji dolaze radi osobnih razloga (98%), a manji je udio potrošnje motivirane poslovnim razlozima (2%). Rashodi koje imaju hrvatski građani na putovanjima u inozemstvo povećani su u odnosu na isto razdoblje za 9%, a pri tome najveći dio rashoda domaćih turista proizlazi iz privatnih putovanja (73%), a manje iz poslovnih putovanja (27%).