

institutzaturizam 

hrvatski turizam u brojkama *croatian tourism in numbers*

VOL 9. broj
VOL 9 issue

1 /2015.

ISSN 1847-3369

“Hrvatski turizam u brojkama” je stalna tromjesečna publikacija Instituta za turizam koja u ovom broju donosi izbor ključnih pokazatelja o turističkom prometu u prvom tromjesečju 2015. godine (A), o lojalnosti gostiju smještajnim kapacitetima te duljini boravka u njima u ljeto 2014. godine (B), o internetskim izvorima informiranja, online rezerviranim uslugama, te navikama u rezerviranju smještaja (C), o prosječnim dnevnim troškovima u destinaciji u ljetnom periodu u razdoblju 1997. – 2014. (D) te podatke o prihodima i rashodima od putovanja u platnoj bilanci Hrvatske u četvrtom tromjesečju 2014. godine (E). Publikacija je, prije svega, namijenjena onima kojima turizam nije u interesnom fokusu, a žele znati osnovne činjenice. Jednako tako, publikacija može biti i polazište za daljnja istraživanja.

“Croatian tourism in numbers” is a quarterly publication issued by the Institute for Tourism. This issue is focused on a number of key indicators related to: tourist arrivals and overnights in first quarter 2015 (A), guest loyalty and length of their stay in accommodation facilities in 2014 (B), information sources on internet, online reservation of services, timing of accommodation booking (C), trends in average daily expenditure in destination in period 1997 - 2014 (D) and credit and debit from travel in balance of payments of Croatia in fourth quarter 2014 (E). The publication is primarily conceived for those not focused on tourism, but who want to know the basic facts. Also, the publication can be a starting point for further research.

Izdaje/ Publisher

- Institut za turizam, Vrhovec 5, 10000 Zagreb, Hrvatska/
Institute for Tourism, Vrhovec 5, 10000 Zagreb, Croatia

Za izdavača/ For publisher

- Sanda Čorak

Urednica i autorica/ Editor and author

- Blaženka Vrdoljak-Šalamon

Kartografski prikazi/ Maps

- Izidora Marković

Recenzenti/ Consulting editors

- Neven Ivandić
- Zrinka Marušić

Lektori/ Proofreading

- Ljiljana Cikota (hrvatski/ Croatian),
Ksenija Tokić (engleski/ English)

Dizajn/ Design

- Goran Curl

Grafički prijelom/ Graphical layout

- Zoran Petrović

Zagreb, srpanj/ July 2015.

O izdavaču

Institut za turizam jedini je javni znanstveni institut u Hrvatskoj specijaliziran za istraživanja na području turizma i jedna je od najstarijih takvih institucija u Europi. Svoje znanje temelji na znanstvenom radu, kontinuiranim istraživanjima, praćenju poslovnog okruženja te stalnom usavršavanju multidisciplinarnog radnog tima. U svom radu Institut se oslanja na znanstvenu objektivnost i neovisnost djelovanja, svoje strateške ciljeve te strateške ciljeve postavljene u Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije (2014).

Institut je pridružena članica Svjetske turističke organizacije (UNWTO) s kojom surađuje na području otkrivanja novih segmenata turističke potražnje i na harmonizaciji instrumenata istraživanja radi postizanja veće međunarodne usporedivosti podataka.

55 godina Instituta za turizam Naše putovanje, Institut za turizam 2015., str. 121- 122.

About publisher

The Institute for Tourism is the only public scientific institute in Croatia and one of the oldest such institutions in Europe specialising in tourism research. Its expertise is based on scientific approach, permanent research, monitoring of the business environment and continuous education of its multidisciplinary team. In its work, the Institute relies on scientific objectivity and independence, its strategic objectives, as well as the strategic objectives defined by the national Strategy for Education, Science and Technology (2014).

The Institute is a member of the World Tourism Organisation (UNWTO), which it cooperates with on determining new segments of the tourist demand and the harmonization of research instruments in order to achieve greater data comparability on an international level.

55 years of the Institute for tourism Our journey, Institute for tourism, pages 121 – 122.

**Sadržaj/
Content**

A. TURISTIČKA POTRAŽNJA/

A. TOURIST DEMAND

- A1. Potražnja prema emitivnim zemljama/
A1. Tourist demand by generating countries
- A2. Potražnja prema vrstama smještaja/
A2. Tourist demand by types of accommodation
- A3. Potražnja prema turističkim područjima/
A3. Tourist demand by tourist regions

B. SMJEŠTAJNI OBJEKTI: LOJALNOST I DULJINA BORAVKA/

B. ACCOMMODATION FACILITIES: LOYALTY AND LENGTH OF STAY

- B1. Lojalnost gostiju smještajnim objektima/
B1. Guest loyalty to accommodation facilities
- B2. Duljina boravka u smještajnim objektima/
B2. Length of stay in accommodation facilities

C. INFORMIRANJE I REZERVIRANJE U DOBA INTERNETA/

C. INFORMATION AND RESERVATION IN INTERNET AGE

- C1. Izvori turističkih informacija na internetu/
C1. Internet sources of travel information
- C2. Online rezervacije usluga/
C2. Online reservation of services
- C3. Rezervacija smještaja u mjestu turističkog boravka/
C3. Accommodation facilities booking in destination
- C4. Trenutak rezerviranja smještaja/
C4. The moment of accommodation booking

D. TURISTIČKI IZDACI/

D. TOURIST EXPENDITURE

- D1. Prosječni dnevni izdaci u destinaciji/
D1. Average daily expenditure in destination

E. PRIHODI I RASHODI OD PUTOVANJA/

E. CREDIT AND DEBIT FROM TRAVEL

- E1. Prihodi i rashodi od putovanja u platnoj bilanci Hrvatske/
E1. Credit and debit from travel and tourism in Croatian balance of payments

F. IZVORI PODATAKA/

F. SOURCES

A.

TURISTIČKA POTRAŽNJA/ TOURIST DEMAND

A1. POTRAŽNJA PREMA EMITIVNIM ZEMLJAMA/ A1. TOURIST DEMAND BY GENERATING COUNTRIES

Struktura potražnje prema emitivnim zemljama, I. - III. 2015.
Demand structure by generating countries in period of I-III 2015

	Noćenja (u 000)/ <i>Tourist nights</i> (in 000)	Udio u ukupnim noćenjima (u %)/ <i>Share in total</i> <i>tourist nights</i> (in %)	Stopa promjene (I. - III. 2015./ I. - III. 2014.)/ Rate of change (I-III 2015/ I-III 2014)	Prosječna duljina boravka/ <i>Average</i> <i>length</i> <i>of stay</i>
Austrija/ <i>Austria</i>	117	8,3	62,1	2,9
Njemačka/ <i>Germany</i>	114	8,1	20,5	3,5
Slovenija/ <i>Slovenia</i>	95	6,7	20,3	2,4
Italija/ <i>Italy</i>	79	5,6	4,3	2,0
Bosna i Hercegovina/ <i>Bosnia and Herzegovina</i>	53	3,8	8,6	2,8
Republika Koreja/ <i>Republic of Korea</i>	53	3,7	66,4	1,1
SAD/ <i>USA</i>	35	2,5	50,6	3,0
Ujedinjeno Kraljevstvo/ <i>United Kingdom</i>	26	1,9	30,7	3,0
Srbija/ <i>Serbia</i>	23	1,7	10,7	2,2
Japan/ <i>Japan</i>	19	1,4	66,8	1,3
Prvih 10/ <i>Top 10 countries</i>	615	43,7	28,6	2,3
Ostali strani/ <i>Other foreign countries</i>	238	16,9	18,6	2,4
Ukupno strani/ <i>Total foreign countries</i>	853	60,6	25,6	2,3
Domaći/ <i>Domestic</i>	556	39,4	9,4	2,4
Sveukupno/ <i>Total</i>	1.409	100,0	18,7	2,4

Izvor: Priopćenja Turizam po mjesecima u 2015.; godina III., brojevi 4.3.1/1-3, 2015.; www.dzs.hr/
Source: First Releases: Tourism by month in 2015; Year III, Numbers 4.3.1/1-3, 2015; [www.dzs.hr.](http://www.dzs.hr/)

U prvom tromjesečju 2015. godine zabilježeno je oko 1,4 milijuna noćenja što je za 18,7% više nego u istom razdoblju prethodne godine. Rezultat je to povećanja broja noćenja prije svega inozemnih gostiju (stopa rasta blizu 26%), ali i ukupnih noćenja domaćih gostiju (stopa rasta 9%). Izraženo u apsolutnim iznosima to znači da su inozemni gosti ostvarili 174 tisuće, a domaći blizu 48 tisuća više noćenja nego u istom razdoblju 2014. godine.

Udio noćenja gostiju iz skupine prvih deset zemalja porijekla u ukupnim noćenjima iznosi blizu 44%, dok je udio noćenja svih inozemnih gostiju, a prikupljaju se podaci za 74 strane zemlje porijekla, približno 61%.

Gosti iz Austrije, Njemačke, Slovenije i Italije ostvarili su zajedno blizu 29% ukupnih noćenja u prvom tromjesečju, što je skoro dvostruko više od gostiju iz zemalja koje se rangiraju od 5. do 10. mjesta u skupini prvih deset zemalja porijekla prema ostvarenim noćenjima. U tom drugom dijelu rang-liste nalaze se Bosna i Hercegovina, Republika Koreja, SAD, Ujedinjeno Kraljevstvo, Srbija i Japan. U masi ukupnih noćenja zajednički udio tih šest zemalja iznosi 15%.

Statistički podaci o turističkom prometu gostiju iz Republike Koreje govore o kontinuiranom porastu potražnje putovanja u hrvatske destinacije. Tako je u prva tri mjeseca iz te zemlje došlo skoro 19 tisuća više turista nego u istom razdoblju prethodne godine. Međutim, valja reći da ti gosti u Hrvatskoj ostvare prosječno jedno noćenje.

Prosječan broj noćenja iznosi 2,4. Najduže su boravili gosti iz Njemačke (3,5 noćenja), a najkraće, gosti iz Republike Koreje koji u prosjeku ostaju jednu noć.

A2. POTRAŽNJA PREMA VRSTAMA SMJEŠTAJA/ A2. TOURIST DEMAND BY TYPES OF ACCOMMODATION

Noćenja turista prema glavnim vrstama smještajnih kapaciteta, I. – III. 2015./
Tourist nights by main types of facilities in period of I-III 2015

	Hoteli (1)/ Hotels (1)	Smještaj sličan hotelskom/ Accommo- dation similar to hotel	Privatni smještaj/ Private accommo- dation facilities	Kampovi/ Camping sites	Hosteli/ Hostels	Ostalo/ Other facilities	Ukupno/ Total
Noćenja (u 000)/ Tourist nights (in 000)							
I.	229	6	56	2	16	53	362
II.	246	6	47,9	2	17	50	369
III.	482	16	75	13	26	65	678
Ukupno I. - III./ Total I-III	957	28	179	17	59	168	1.409
Struktura (u %)/ Structure (in %)							
I.	23,9	19,8	31,2	12,1	27,8	31,7	25,7
II.	25,7	22,4	26,8	11,7	28,2	29,7	26,2
III.	50,4	57,8	42,0	76,3	44,0	38,6	48,1
Ukupno I. - III./ Total I-III	68,0	2,0	12,7	1,2	4,2	12,0	100,0
Stopa promjene (I. - III. 2015./ I. - III. 2014.)/ Rate of change (I-III 2015/ I-III 2014)							
I.	16,5	-5,7	24,0	97,9	29,7	5,8	16,2
II.	17,9	-6,9	18,2	78,7	15,4	3,8	15,4
III.	21,1	72,1	29,2	107,3	29,5	2,6	22,0
Ukupno I. - III./ Total I-III	19,1	27,2	24,5	102,4	25,2	3,9	18,7

* Smještajni kapaciteti prema NKD 2007, Odjeljak 55, se dijele na grupe: 55.1 Hoteli i sličan smještaj; 55.2 Odmarališta i slični objekti za kraći odmor; 55.3. Kampovi i prostor za kampiranje i 55.9 Ostali smještaj./ * Accommodation facilities according to Division 55 of NKD 2007 are composed from several groups: 55.1 Hotels and similar accommodation, 55.2 Holiday and short-stay accommodation, 55.3 Camping grounds, recreational vehicle parks and trailer parks and 55.9 Other accommodation.

Napomena: U ovoj tablici se radi usporedivosti s analizama prethodnih godina promatraju sljedeće grupe smještajnih kapaciteta: • "Hoteli (1)" iz grupe 55.1 (od srpnja 2014. se objavljuju samo agregirani podaci za noćenja u hotelima, hotelima baštine, aparthotelima i integralnim hotelima) • "Smještaj sličan hotelskom" (smještajni kapaciteti iz grupe 55.1 ne računajući kapacitete uključene u grupu "Hoteli (1)") • "Privatni smještaj" (uključuje sobe za iznajmljivanje, apartmane, studio-apartmane i kuće za odmor u kućanstvima te sobe za iznajmljivanje, apartmane i studio-apartmane i kuće za odmor u seljačkim kućanstvima iz grupe 55.2) • "Kampovi" (odgovara grupi 55.3) • "Hosteli" (odgovaraju "Hosteli" iz 55.2) • "Ostali smještaj" (obuhvaća smještajne kapacitete iz grupe 55.2 osim hostela i kapaciteta uključenih u "Privatni smještaj" i kapacitete grupe 55.9.)

Note: In this table there are six groups in order to facilitate the comparison with analysis published in previous issues: • "Hotels (1)" (includes hotels, heritage hotel, all-suite hotels and integral hotels) • "Accommodation similar to hotel" (includes accommodation from group 55.1 not included in "Hotels (1)") • "Private accommodation" (includes rooms to let, apartments, studio-type suites and summer houses in households as well as rooms to let, apartments, studio-type suites and summer houses in rural households) • "Camping sites" (includes accommodation from 55.3) • "Other accommodation" (includes accommodation facilities from group 55.2 except "Hostels" and facilities included in "Private accommodation" and facilities from the group 55.9).

Izvor: Priopćenja Turizam po mjesecima u 2015.; godina LII., brojevi 4.3.1/1-3, 2015.; www.dzs.hr/
Source: First Releases: Tourism by month in 2015; Year LII, Numbers 4.3.1/1-3, 2015; www.dzs.hr.

U prvom tromjesečju 2015. u hotelima je ostvareno 957 tisuća, što čini 68% svih noćenja. U usporedbi s prvim tromjesečjem 2014. postignut je porast od skoro 19%.

U privatnom smještaju je zabilježeno 179 tisuća noćenja ili oko 25% više nego u istom periodu prethodne godine. Prema tome, glavnina turističkog prometa promatranog razdoblja ostvarena je u hotelima i u privatnom smještaju (81%).

U ovom broju se prvi put iz grupe "Ostalo" izdvajaju pokazatelji za hostele s obzirom da su njihovi kapaciteti u stalnom porastu. S 59 tisuća zabilježenih noćenja u prvom tromjesečju 2015. sudjeluju s 4% u ukupno zabilježenim noćenjima.

Rezidualna grupa "Ostalo" obuhvaća 12 raznovrsnih vrsta smještaja u kojima se, pojedinačno gledajući, ne ostvari značajniji turistički promet (vidjeti fusnotu tablice A2).

A3. POTRAŽNJA PREMA TURISTIČKIM PODRUČJIMA/ A3. TOURIST DEMAND BY TOURIST REGIONS

Noćenja turista prema turističkim područjima*, I. – III. 2015./
Tourist nights by tourist regions* in period of I-III 2015

	Istra/ Istria	Kvarner/ Kvarner	Lika – Karlovac/ Lika – Karlovac	Dalmacija – Zadar/ Dalmatia – Zadar	Dalmacija – Šibenik/ Dalmatia – Šibenik	Dalmacija – Split/ Dalmatia – Split	Dalmacija – Dubrovnik/ Dalmatia – Dubrovnik	Grad Zagreb/ City of Zagreb	Središnja Hrvatska/ Central Croatia	Slavonija/ Slavonia	Ukupno/ Total
Noćenja (u 000)/ Tourist nights (in 000)											
I.	48	64	9	13	8	37	32	83	55	15	362
II.	65	63	8	12	7	37	32	81	44	18	369
III.	174	120	15	27	23	63	74	108	49	24	678
Ukupno I. - III./ Total I - III	287	247	31	52	38	138	138	272	148	58	1.409
Struktura (u %)/ Structure (in %)											
I.	13,2	17,5	2,4	3,5	2,2	10,2	8,9	22,8	15,1	4,3	25,7
II.	17,7	17,1	2,2	3,4	2,0	10,1	8,6	22,0	12,1	4,9	26,2
III.	25,6	17,8	2,2	4,0	3,4	9,3	10,9	16,0	7,3	3,6	48,1
Ukupno I. - III./ Total I - III	20,4	17,5	2,2	3,7	2,7	9,8	9,8	19,3	10,5	4,1	100,0
Stopa promjene (I. - III. 2015./ I. - III. 2014.)/ Rate of change (I - III 2015/ I - III 2014)											
I.	1,4	25,0	30,9	21,2	5,9	39,6	-1,1	23,6	11,9	6,6	16,2
II.	18,0	24,0	41,6	10,5	1,9	21,3	10,0	10,1	9,1	17,1	15,4
III.	26,9	21,9	13,9	17,9	26,9	32,3	34,4	11,5	9,4	14,8	22,0
Ukupno I. - III./ Total I - III	19,8	23,2	24,7	16,8	16,6	30,9	18,4	14,5	10,2	13,2	18,7

* Turistička područja prema Hrvatskoj turističkoj zajednici/ * Tourist regions by Croatian National Tourist Board.

- Kvarner obuhvaća Primorsko-goransku županiju/ Kvarner includes County of Primorje-Gorski Kotar.
- Lika – Karlovac obuhvaća Ličko-senjsku i Karlovačku županiju/ Lika-Karlovac includes County of Lika-Senj and County of Karlovac
- Središnja Hrvatska obuhvaća Bjelovarsko-bilogorsku, Koprivničko-križevačku, Krapinsko-zagorsku, Međimursku, Sisačko-moslavačku, Varaždinsku i Zagrebačku županiju/ Central Croatia includes County of Bjelovar-Bilogora, County of Koprivnica-Križevci, County of Krapina-Zagorje, County of Međimurje, County of Sisak-Moslavina, County of Varaždin and County of Zagreb.
- Slavonija obuhvaća Brodsko-posavsku, Osječko-baranjsku, Požeško-slavonsku, Virovitičko-podravsku i Vukovarsko-srijemsku županiju/ Slavonia includes County of Slavonki Brod-Posavina, County of Osijek-Baranja, County of Požega-Slavonia, County of Virovitica-Podravina and County of Vukovar-Sirmium.
- Ostale turističke regije poklapaju se sa županijama/ Other tourist regions are the same as counties.

Izvor: Priopćenja Turizam po mjesecima u 2015.; godina LII., brojevi 4.3.1/1-3, 2015.; www.dzs.hr/
Source: First Releases: Tourism by month in 2015; Year LII, Numbers 4.3.1/1-3, 2015; www.dzs.hr.

Na kraju prvog tromjesečja, najviše noćenja zabilježeno je u Istri, Kvarneru i Zagrebu. Na te tri turističke regije otpada više od polovice ukupnih noćenja – 57% ili 806 tisuća.

Sljedeće regije – prema veličini udjela – su kontinentalna regija Središnja Hrvatska (blizu 11% ili 148 tisuća) te splitska i dubrovačka regija s udjelima veličine 10% ili 138 tisuća u ukupnim noćenjima.

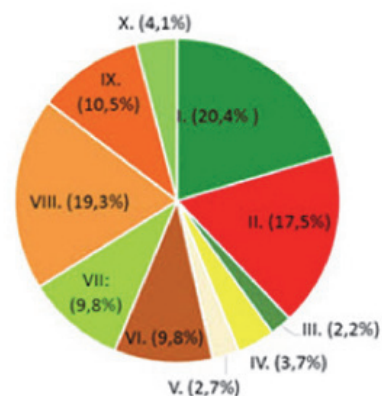
Stope promjena u svim regijama su pozitivne, a u nekim regijama su zabilježene i dvocifrene stope rasta. Najvišu stopu rasta imala je regija Dalmacija – Split u kojoj je zabilježeno skoro 31% više noćenja nego u istom razdoblju 2014. godine.

Struktura noćenja prema turističkim regijama, siječanj - ožujak 2015./
Structure of tourist nights by tourist regions, January - March 2015



Legenda/ Legend

- I. ■ Istra/ Istria
- II. ■ Kvarner/ Kvarner
- III. ■ Lika - Karlovac/ Lika - Karlovac
- IV. ■ Dalmacija - Zadar/ Dalmatia - Zadar
- V. ■ Dalmacija - Šibenik/ Dalmatia - Šibenik
- VI. ■ Dalmacija - Split/ Dalmatia - Split
- VII. ■ Dalmacija - Dubrovnik/ Dalmatia - Dubrovnik
- VIII. ■ Grad Zagreb/ City of Zagreb
- IX. ■ Središnja Hrvatska/ Central Croatia
- X. ■ Slavonija/ Slavonia



B.

SMJEŠTAJNI OBJEKTI: LOJALNOST I DULJINA BORAVKA/ ACCOMMODATION FACILITIES: LOYALTY AND LENGTH OF STAY

B1. LOJALNOST GOSTIJU SMJEŠTAJNIM OBJEKTIMA/ B1. GUEST LOYALTY TO ACCOMMODATION FACILITIES

Lojalnost gostiju smještajnim objektima u ljeto 2014. /
Guest loyalty to accommodation facilities in summer 2014

	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Kampovi/ Campsites	Privatni smještaj/ Private accommodation
Prvi posjet/ First visit	50,8	57,5	31,2	59,7
Drugi posjet/ Second visit	17,4	18,0	17,6	16,8
3 - 5 posjeta/ 3 to 5 visits	16,8	17,0	23,9	12,0
6 i više posjeta/ 6 and more visits	15,0	7,5	27,3	11,5
Ukupno/ Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014., Intitut za turizam, travanj 2015./
Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

U ovoj analizi lojalnim gostom se smatra gost koji je u smještajnom objektu boravio tri ili više puta.

Prema istraživanju TOMAS Ljeto 2014. (vidjeti uvod u poglavlje C, str. 10.) u Hrvatskoj je u ljetnim mjesecima bilo 15% gostiju koji su bili 6 i više puta u istom objektu, te 17% onih koji su boravili od 3 do 5 puta. Na temelju tih podataka može se zaključiti da je svaki treći gost prošlog ljeta boravio u istom objektu 3 ili više puta.

Najvjernije goste imaju kampovi u kojima je svaki drugi gost koji je koristio tu vrstu smještaja u ljeto 2014. izjavio da je bio 3 ili više puta (51%).

Hoteli i privatni smještaj mogu računati s približno četvrtinom lojalnih gostiju: u hotelima je 25%, a u privatnom smještaj blizu 24% onih koji su boravili 3 ili više puta.

B2. DULJINA BORAVKA U SMJEŠTAJNIM OBJEKTIMA B2. LENGTH OF STAY IN ACCOMMODATION FACILITIES

Duljina boravka prema vrstama smještajnih objekata u ljeto 2014.
Length of stay by types of accommodation facilities in summer 2014

Broj noćenja u turističkom mjestu/ Number of overnights in destination	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Kampovi/ Campsites	Privatni smještaj/ Private accommodation
od 1 do 3/ 1 to 3	5,8	6,5	4,0	6,5
od 4 do 7/ 4 to 7	50,2	61,8	36,1	52,4
od 8 do 10/ 8 to 10	25,2	20,7	29,1	25,4
od 11 do 14/ 11 to 14	11,3	8,2	16,0	10,3
od 15 do 21/ 15 to 21	6,1	2,4	11,8	4,6
22 do 28/ 22 to 28	0,4	0,1	0,9	0,2
od 29 i više/ 29 and more	1,0	0,3	2,1	0,6
Ukupno/ Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014., Intitut za turizam, travanj 2015./
Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

Podaci Državnog zavoda za statistiku o noćenjima i dolascima turista u pojedinim vrstama smještaja omogućavaju izračunavanje prosječnog broja noćenja po vrsti smještaja, ali ne nude uvid u razdiobu duljine boravka u smještajnim objektima. Podaci o stvarnoj duljini boravka prikupljaju se u istraživanju TOMAS Ljeto i za potrebe analize raspoređeni su u nekoliko grupa prema različitoj duljini boravka.

U smještajnim objektima polovina gostiju (50%) ostvaruje od 4 do 7 noćenja u ljetnim mjesecima. Svaki četvrti gost boravi od 8 do 10 noćenja, a tek približno svaki deseti ostaje od 11 do 14 noćenja (11%).

Ne uzimajući u obzir kraće boravke (do 3 noćenja), u hotelima 62% gostiju ostaje od 4 do 7 noći. Jedna petina (21%) gostiju boravi od 8 do 10 noćenja dok je udio onih koji ostaju između 11 i 14 noći na razini 8%. Duži boravci (više od 14 noći) su rijetki u hotelima.

Svaki drugi gost u privatnom smještaju (52%) ostaje od 4 do 7 noćenja, dok svaki četvrti (25%) ostaje od 8 do 10 noćenja. Također se može računati da se svaki deseti gost zadrži od 11 do 14 noćenja.

Nešto više od jedne trećine (36%) gostiju ostaje u kampovima od 4 do 7 noćenja, a oko 29% se zadrži od 8 do 10 noćenja; 28% gostiju ostaju u kampovima dulje – od 11 do 21 noćenja.

C.

INFORMIRANJE I REZERVIRANJE U DOBA INTERNETA/ INFORMATION AND RESERVATION IN INTERNET AGE

Istraživanje "TOMAS Ljeto – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj" usmjereno je na obilježja turističke potražnje u ljetnim mjesecima u hrvatskim primorskim destinacijama. Ovo istraživanje se provodi još od 1987. i do danas je – u suradnji s turističkim zajednicama – provedeno 9 puta.

Istraživanje TOMAS Ljeto se provodi "istim metodama na usporedivim, reprezentativnim uzorcima svake dvije do tri godine te, osim što rezultira pouzdanim i reprezentativnim rezultatima za ljetnu turističku potražnju u Hrvatskoj u određenoj godini, omogućuje i donošenje zaključaka o trendovima turističke potražnje." (TOMAS Ljeto 2014., str. 13.).

Ovdje treba istaknuti da je ovo jedino istraživanje koje se provodi u svih sedam primorskih županija što osigurava usporednu analizu na regionalnoj razini: obilježja putovanja, obilježja boravka u destinaciji, izdataka na turističkim putovanjima, stavova o ponudi, namjera ponovnog dolaska te sociodemografskih obilježja posjetitelja.

U istraživanju se 2014. koristio stratificirani slučajni uzorak, a okvir za njegov izbor bio je turistički promet u sedam primorskih županija, ostvaren u razdoblju lipanj – rujan 2013. godine. Osim županija, stratumi su bili vrste smještajnih kapaciteta (hoteli, privatni smještaj i kampovi) te odabrane zemlje porijekla.

Zainteresirani mogu naći u knjizi "Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014.", u metodološkom dijelu, detaljniji opis metoda i instrumenta istraživanja, uzorka, težinskih faktora, točnosti procjena i metoda obrade podataka. Date su i napomene za interpretaciju podataka. Knjiga obuhvaća nalaze istraživanja za sve primorske županije u cjelini kao i nalaze po zemljama porijekla, vrstama smještajnih objekata i turističkim sezonama.

U poglavljima B, C i D ovog broja Hrvatskog turizma u brojkama korišteni su odabrani podaci istraživanja za primorske županije u cjelini.

C1. IZVORI TURISTIČKIH INFORMACIJA NA INTERNETU/ C1. INTERNET SOURCES OF TRAVEL INFORMATION

Izvori turističkih informacija na internetu i dob turista/ Internet sources of travel information and age of tourists

Dob turista (godine)/ Age of tourists (years)	Internet korišten kao izvor informacija/ Internet used as information source	
	Da/ Yes	Ne / No
do 29 godina/ Up to 29	43,0	57,0
od 30 do 49 godina/ 30 to 49	29,7	70,3
od 50 i više godina/ 50 and over	18,8	81,2

Web stranice kao izvori turističkih informacija*/ Websites as sources of travel information*

Vrste web stranica/ Types of web sites	%
Stranice smještajnih objekata/ Web page of accommodation	51,3
Društvene mreže/ Social media	38,6
WEB stranice hrvatskih turističkih zajednica/ Croatian Tourism boards web pages (national, regional, local ...)	36,7
Online turističke agencije (Booking.com, Expedia, ...)/ Online travel agency (Booking.com, Expedia ...)	33,6

* Mogućnost više odgovora. Obrada na skupu ispitanika koji su koristili internet kao izvor informacija./

* Multiple response. Data for those who used internet as a source of information.

Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014., Intitut za turizam, travanj 2015./

Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

Internet kao izvor informacija je drugi po važnosti na rang-listi od osam u istraživanju navedenih izvora koje su turisti koristili pripremajući se za putovanje, ali i tijekom boravka u Hrvatskoj u ljeto 2014. Koristilo ga je skoro 30% ispitanika.

Analiza po dobnim skupinama pokazuje da internet koristi skoro jedna petina osoba u dobi od 50 i više godina (19%), naspram nešto više od dvije petine gostiju u dobi do 29 godina (43%). Nešto manje od trećine ispitanika srednje dobi (od 30 do 49 godina) tražilo je na internetu informacije o Hrvatskoj (30%).

Gosti su najčešće tražili informacije na stranicama smještajnih objekata, zatim društvenim mrežama, web stranicama turističkih zajednica te stranicama online turističkih agencija. Svaki drugi gost, od onih koji su koristili internet kao izvor informacija, je pretraživao web stranice smještajnih objekata.

C2. ONLINE REZERVACIJE USLUGA/ C2. ONLINE RESERVATION OF SERVICES

Online rezervacije usluga u ljeto 2014./ Online reservation of services in summer 2014

Usluga*/ Service*	%
Smještaj/ Accommodation	73,4
Prijevoz/ Transport	71,3
Izleti/ Excursions	50,0
Ulaznice za koncerte, manifestacije, priredbe i sl./ Tickets for concerts, events, exhibitios etc.	39,8
Najam automobila, plovila, motocikla ili bicikla/ Rent a car, rent a boat, rent a bicycle/motorcycle	40,4

*Mogućnost više odgovora. Obrada na skupu ispitanika koji su unaprijed rezervirali pojedinu uslugu/

*Multiple response. Data for those who booked a service in advance.

Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014., Intitut za turizam, travanj 2015./

Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

Oko tri četvrtine gostiju rezerviralo je jednu ili više usluga prije dolaska u određenu destinaciju 2014. godine. Najčešće se, od svih usluga, unaprijed rezervira smještaj (72%), a zatim prijevoz (16%). Sve ostale usluge koje su bile obuhvaćene istraživanjem, a to su:

izleti, ulaznice za koncerte, manifestacije, priredbe i slično te najam automobila, plovila, motocikla ili bicikla se rijetko unaprijed rezerviraju.

Istraživanjem se dalje htjelo doznati koje usluge, oni koji rezerviraju unaprijed, rezerviraju koristeći online rezervacijske sustave. Rezultati navode na sljedeći zaključak: turisti koji unaprijed rezerviraju smještaj i prijevoz za to najčešće koriste mogućnosti koje postoje na internetu. Od svih gostiju koji su unaprijed rezervirali smještaj njih 73% je za to koristilo Internet. Taj podatak za one koji su unaprijed rezervirali prijevoz iznosi 71%.

C3. REZERVACIJA SMJEŠTAJA U MJESTU TURISTIČKOG BORAVKA/ C3. ACCOMMODATION FACILITIES BOOKING IN DESTINATION

Rezervacija smještaja u mjestu turističkog boravka/ Accommodation facilities booking in destination

Način rezervacije/ Booking channels	%
Izravno sa smještajnim objektom/ Directly with an accommodation establishment	42,5
Posredstvom turističke agencije/ Through a travel agency	26,1
Nije unaprijed rezerviran smještaj/ No prior booking	27,7
Na neki drugi način/ Other	3,7
Ukupno/ Total	100,0

Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014., Intitut za turizam, travanj 2015./

Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

Više od dvije petine gostiju (43%) rezervira smještaj izravno kontaktirajući smještajni objekt. Oko jedne četvrtine gostiju (26%) se za tu uslugu obraća turističkoj agenciji, a toliko gostiju otprilike krenulo je na put smatrajući da će smještaj naći na licu mjesta (28%).

C4. TRENUTAK REZERVIRANJA SMJEŠTAJA/ C4. THE MOMENT OF ACCOMMODATION BOOKING

Trenutak rezerviranja smještaja u ljetu 2014./ The moment of accommodation booking

Vrijeme rezervacije smještaja*/ The moment of accommodation booking*	%
Manje od tjedan dana prije dolaska/ Less than a week before arrival	6,2
Od 1 do 4 tjedna prije dolaska/ 1 to 4 weeks prior to arrival	22,8
Od 5 do 8 tjedana prije dolaska/ 5 to 8 weeks prior to arrival	32,2
Od 9 do 12 tjedana prije dolaska/ 9 to 12 weeks prior to arrival	17,2
Više od 12 tjedana prije dolaska/ More than 12 weeks prior to arrival	21,6
Ukupno/ Total	100,0

* Na skupu ispitanika koji su unaprijed rezervirali smještaj/

*Data for those who booked the accommodation in advance.

Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014., Intitut za turizam, travanj 2015./

Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

Smještajni objekti, bez obzira o kojoj vrsti smještajnog objekta je riječ, preferiraju rane, *first minute* rezervacije i poduzimaju različite mjere kako bi imali što manje rezervacija u zadnji trenutak – *last minute* – prije dolaska u smještajni objekt. Da bi se dobio uvid u ponašanje gostiju kada je riječ o rezerviranju, a koji dolaze u Hrvatsku, prikupljeni su podaci o trenutku rezerviranja smještaja za boravak 2014. godine.

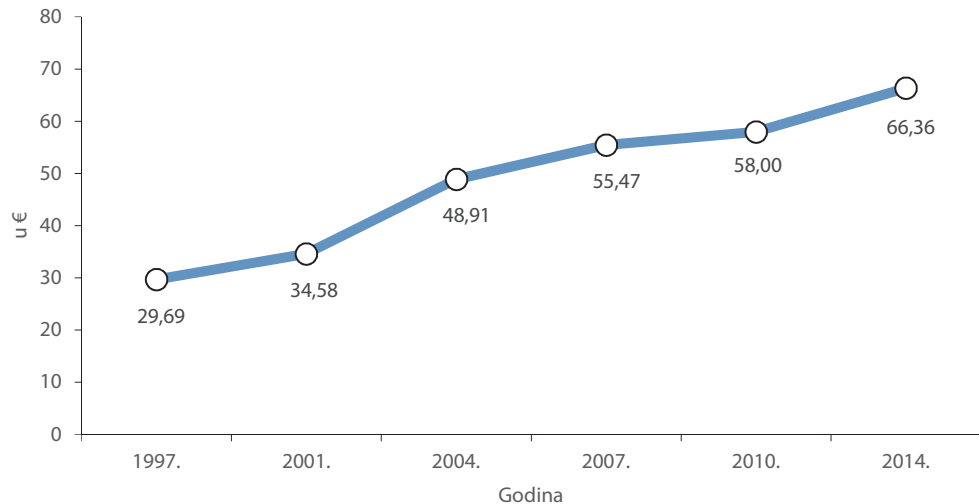
Podaci istraživanja govore da tek 6% gostiju smještaj rezervira unutar tjedan dana prije dolaska tako da se može zaključiti da je bilo relativno malo *last minute* rezervacija. Za približno dvije petine gostiju (39%) može se reći da smještaj rezerviraju u *first minute*, tj. u razdoblju od 9 i više tjedana prije početka boravka. Najviše rezervacija smještajni objekti trebaju očekivati, prema rezultatima istraživanja, u razdoblju od 1 do 8 tjedana prije datuma dolaska. Tako je postupilo 55% ispitanika u 2014. godini.

D.

TURISTIČKI IZDACI/ TOURIST EXPENDITURE

D1. PROSJEČNI DNEVNI IZDACI U DESTINACIJI/ D1. AVERAGE DAILY EXPENDITURE IN DESTINATION

Prosječni dnevni izdaci turista u mjestu boravka u ljetnim mjesecima: trend 1997. – 2014./
Average daily expenditure of tourist in destination in summer: trend 1997 – 2014



Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014., Institut za turizam, travanj 2015./
Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

Prosječni dnevni izdaci turista u mjestu boravka obuhvaćaju: ukupne izdatke za smještaj, zatim izdatke za hranu i piće u restoranima i barovima, izdatke u trgovinama, izdatke za kulturu, sport i rekreaciju, zabavu, izlete, i ostalo. Ti su troškovi u stalnom porastu u promatranom razdoblju.

Prosječni dnevni izdaci turista u mjestu boravka u ljeto 2014. u primorskim županijama iznosili su 66,36 eura. U odnosu na istraživanje provedeno 2010. povećali su se za 8,36 eura. Najveći skok prosječnih dnevnih izdataka dogodio se 2004. godine kada su u odnosu na 2001. godinu, prosječni dnevni troškovi porasli za 14,33 eura.

E.

PRIHODI I RASHODI OD PUTOVANJA/ CREDIT AND DEBIT FROM TRAVEL

E1. PRIHODI I RASHODI OD PUTOVANJA U PLATNOJ BILANCI HRVATSKE/ E1. CREDIT AND DEBIT FROM TRAVEL IN CROATIAN BALANCE OF PAYMENTS

Prihodi i rashodi od putovanja u četvrtom tromjesečju 2014. godine (u milijunima eura)* **/ *Travel credit and debit by purpose of travel in fourth quarter 2014 (mil EUR)* ***

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.**	2013. Q1	2013. Q2	2013. Q3	2013. Q4	2014. Q1	2014. Q2	2014. Q3	2014. Q4
1. Robni deficit/ <i>Trade deficit in goods</i>	-5.922,2	-6.382,2	-6.297,5	-6.588,7	-6.333,8	-1.574,5	-2.005,6	-1.625,5	-1.382,6	-1.544,9	-1.858,7	-1.636,7	-1.293,5
2. Putovanja - turizam (netoprihod)/ <i>Travel (net income)</i>	5.600,8	5.984,5	6.136,7	6.523,0	6.767,6	168,7	1.587,4	4.345,5	421,4	157,1	1.649,4	4.468,1	493,1
2.1. Prihodi/ <i>Credit</i>	6.230,0	6.616,9	6.858,7	7.202,8	7.402,3	307,6	1.772,5	4.526,0	596,7	298,5	1.820,8	4.660,2	622,8
2.1.1. Poslovni razlozi/ <i>Business</i>	236,3	210,1	233,2	225,5	194,0	39,5	91,3	51,5	43,1	28,3	73,9	49,7	42,1
2.1.2. Osobni razlozi/ <i>Personal</i>	5.993,6	6.406,9	6.625,6	6.977,4	7.208,3	268,1	1.681,2	4.474,5	553,6	270,1	1.746,9	4.610,5	580,7
2.2. Rashodi/ <i>Debit</i>	-629,2	-632,4	-722,0	-679,8	-634,6	-139,0	-185,1	-180,5	-175,3	-141,4	-171,4	-192,1	-129,7
2.2.1. Poslovni razlozi/ <i>Business</i>	-180,6	-184,3	-224,6	-211,7	-180,4	-42,8	-59,1	-48,8	-61,0	-43,2	-50,8	-41,8	-44,5
2.2.2. Osobni razlozi/ <i>Personal</i>	-448,6	-448,1	-497,4	-468,2	-454,2	-96,1	-126,0	-131,7	-114,3	-98,2	-120,5	-150,3	-85,2

* 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./ * *Travel credit data are based on the balance of payment entry "travel, credit", including all transactions of consumption of foreign travellers and same-day visitors on accommodation, food and beverage, travel within the country, entertainment, shopping etc.*

** Podaci od *Biltena* HNB-a broj 207 izrađeni su prema novoj metodologiji koju propisuje šesto izdanje Priručnika za sastavljanje platne bilance i stanja međunarodnih ulaganja (BPM6) te novoj sektorskoj klasifikaciji institucionalnih jedinica u skladu sa standardom ESA210./ ** *As from CNB Bulletin No. 207, data have been compiled in accordance with the new methodology prescribed by the sixth edition of the Balance of Payments and International Investment Position Manual (BPM6) and the new sector classification of institutional units in line with ESA 2010.*

*** Preliminarni podaci/ *** *Preliminary data.*

Izvori: *Bilten* HNB-a 215 (lipanj 2015.); <http://www.hnb.hr/publikac/bilten/arhiv/bilten-215/hbilt215.pdf>; Sources: *Bulletin HNB 215 (Jun 2015)*;

U četvrtom tromjesečju 2014. godine netoprihod koji se vodi na stavci "2. Putovanja – turizam (neto prihod)" u "Platnoj bilanci – robe i usluge", iznosio je blizu 493 milijuna eura što je oko 17% više od netoprihoda u četvrtom tromjesečju 2013. godine. Prihodi od usluga pruženih putnicima i turistima u Hrvatskoj iznosili su blizu 623 milijuna eura i u odnosu na četvrto tromjesečje 2013. porasli su za oko 4,4%. Na strani rashoda zabilježen je pad od 26%. Ukupni rashodi u četvrtom tromjesečju 2014. godine iznosili su blizu 130 milijuna eura naspram 175 milijuna eura u istom razdoblju 2013. godine. Do smanjenja rashoda došlo je, prije svega, zbog smanjenja izdataka hrvatskih građana na privatnim putovanjima (pad približno od 25%). Na poslovna putovanja u inozemstvo potrošeno je blizu 45 milijuna eura, što je 16,5 milijuna manje nego u istom razdoblju prethodne godine.

INSTITUT ZA TURIZAM/ INSTITUTE FOR TOURISM

- Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014, Institut za turizam, travanj 2015., <http://www.iztztg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/>
Source: Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS Summer 2014, Institute for tourism, April 2015.

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU/ CROATIAN BUREAU OF STATISTICS (www.dzs.hr)

- Priopćenje: Turizam u siječnju 2015.; godina LII., broj 4.3.1/1, 10. ožujka 2015./
First Release: Tourism, January 2015; Year LII, Number 4.3.1/1, 10 March, 2015.
- Priopćenje: Turizam u veljači 2015.; godina LII., broj 4.3.1/2, 7. travnja 2015./
First Release: Tourism, February 2015; Year LII, Number 4.3.1/2, 7 April, 2015.
- Priopćenje: Turizam u ožujku 2015.; godina LII., broj 4.3.1/3, 7. svibnja 2015./
First Release: Tourism, March 2015; Year LII, Number 4.3.1/3, 7 May, 2015.

HRVATSKA NARODNA BANKA/ CROATIAN NATIONAL BANK

- Bilten 215, lipanj 2015.; www.hnb.hr/
Bulletin 215, Jun 2015; www.hnb.hr.
- Bilten 214, svibanj 2015.; www.hnb.hr/
Bulletin 214, May 2015; www.hnb.hr.

O TOMAS ISTRAŽIVANJIMA

Ocjenjujući nedostatnom informacijsku osnovicu (broj dolazaka turista i broj ostvarenih noćenja) za donošenje odluka o turističkom razvoju Hrvatske, još smo davne 1987. godine pokrenuli istraživanja stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj, poznatija pod nazivom TOMAS. Istraživanja TOMAS dionicima turističkog razvoja, od destinacijske do nacionalne razine, pružaju relevantne, reprezentativne i pouzdane informacije o tržišnom profilu posjetitelja, nužnom za segmentaciju tržišta, prednostima i slabostima turističke ponude kao osnovici za unapređenje turističkog proizvoda te izdacima posjetitelja kao osnovici za izradu Satelitskog računa turizma. Kao kontinuirana (longitudinalna) istraživanja, omogućuju i praćenje trendova u obilježjima turističke potražnje.

Istraživanja TOMAS primarna su istraživanja u kojima se podaci prikupljaju izravno od posjetitelja, osobnim intervjuom. TOMAS Ljeto, istražujući obilježja potražnje ljetnoga odmorišnog turizma, provedeno je do danas devet puta, uvijek na uzorcima od nekoliko tisuća ispitanika – turista u hotelima, kampovima i privatnom smještaju, u 80-ak mjesta na području sedam obalnih županija, tijekom četiri ljetna mjeseca.

Istraživanja TOMAS kontinuirano prate i obilježja potražnje gradskog (TOMAS Zagreb) te nautičkog turizma (TOMAS Nautika), a po jednom su do danas provedena i na segmentu potražnje u tranzitnom turizmu, međunarodnim brodskim kružnim putovanjima, turizmu u zaštićenim prirodnim područjima te kulturnom turizmu.

55 godina Instituta za turizam Naše putovanje, Institut za turizam 2015., str. 30-31.

ABOUT TOMAS SURVEYS

Acknowledging the information base (number of tourist arrivals and overnights) as insufficient for decision making on tourism development in Croatia, we launched a series of surveys on attitudes and expenditures of tourists in Croatia, known as TOMAS surveys, in the 1987. TOMAS surveys provide relevant, representative and reliable information on tourism demand to tourism stakeholders on destination and national level. TOMAS surveys provide information on: (i) visitors profile, necessary for market segmentation, (ii) strengths and weaknesses of tourism offer, as a basis for tourism product development, and (iii) visitor expenditure, as a basis for compilation of Tourism Satellite Account. As continuous (longitudinal) surveys, TOMAS surveys allow for trend analysis on different characteristics of tourist demand in Croatia.

In TOMAS surveys data are collected by personal interview with visitors. TOMAS Summer survey, exploring demand characteristics of the sun and sea tourism, has been conducted for the ninth time in 2014. The population of TOMAS Summer surveys are tourists staying in hotels, camp sites or private accommodation (households) in about 80 destinations in seven coastal counties during four summer months. The survey sample size amounts to several thousand respondents.

TOMAS surveys have been extended to research demand characteristics in city tourism (TOMAS Zagreb) and nautical/yachting tourism (TOMAS Nautika). Furthermore, ad-hoc TOMAS surveys have been conducted on transit tourism, cruising, tourism in protected natural areas and cultural tourism.

55 years of the Institute for tourism Our journey, Institute for tourism, pages 30-31