

OSNOVE TRGOVINE I TURIZMA

Praktikum

Dr. sc. Mijana Matošević Radić

SADRŽAJ

	str.
VJEŽBA 1. PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA DISTRIBUTIVNA TRGOVINA na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU (1. dio – Statistički ljetopis)	3
VJEŽBA 2. PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA DISTRIBUTIVNA TRGOVINA na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU (2. dio – Priopćenja i Statistička izvješća)	11
VJEŽBA 3. PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TRGOVINA NA MALO na stranicama HRVATSKE GOSPODARSKE KOMORE	20
VJEŽBA 4. PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TRGOVINA na stranicama MINISTARSTVA GOSPODARSTVA, PODUZETNIŠTVA I OBRTA	30
VJEŽBA 5. PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TRGOVINA na stranicama MEĐUNARODNE TRGOVINSKE ORGANIZACIJE	38
VJEŽBA 6. PRIPREMA ZA PROVJERU ZNANJA iz područja OSNOVE TRGOVINE	50
VJEŽBA 7. PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TURIZAM na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU (1. dio – Statistički ljetopis)	57

VJEŽBA 8.	68
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TURIZAM na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU (2. dio – Priopćenja i Statistička izvješća)	
VJEŽBA 9.	77
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TURIZAM na stranicama HRVATSKE GOSPODARSKE KOMORE	
VJEŽBA 10.	86
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TURIZAM na stranicama MINISTARSTVA TURIZMA	
VJEŽBA 11.	99
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TURIZAM na stranicama TURISTIČKIH ZAJEDNICA	
VJEŽBA 12.	110
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA TURIZAM na stranicama MEĐUNARODNIH TURISTIČKIH ORGANIZACIJA	
VJEŽBA 13.	123
PRIPREMA ZA PROVJERU ZNANJA iz područja OSNOVE TURIZMA	

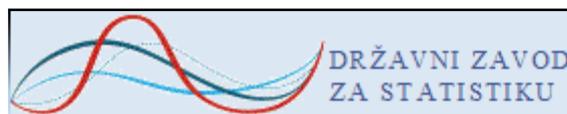
VJEŽBA 1.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
DISTRIBUTIVNA TRGOVINA

na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU
(1. dio – Statistički ljetopis)

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU

www.dzs.hr

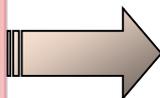
Državni zavod za statistiku je glavni nositelj, diseminator i koordinator sustava službene statistike Republike Hrvatske i glavni predstavnik nacionalnoga statističkog sustava pred europskim i međunarodnim tijelima nadležnim za statistiku.



Državni zavod za statistiku je državna upravna organizacija koja samostalno obavlja svoje poslove sukladno Zakonu o službenoj statistici (NN, br. 103/03., 75/09. i 59/12.), a redovita statistička istraživanja provodi na temelju Programa statističkih aktivnosti Republike Hrvatske 2013. - 2017. (NN, br. 69/2013) i Godišnjega provedbenog plana statističkih aktivnosti Republike Hrvatske u kojima su određene sve institucije koje zajedno s Državnim zavodom za statistiku čine sustav službene statistike RH (DZS, 2017).

Zavod je u svome radu potpuno samostalan, ali se u programskom i metodološkom smislu nastoji što više uskladiti sa statistikom Europske unije.

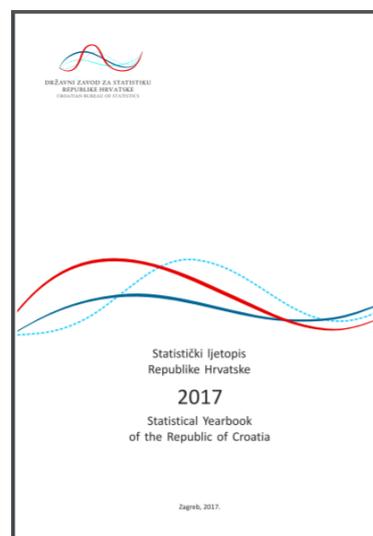
Iako je hrvatski statistički sustav potpuno usklađen s europskim, Državni zavod za statistiku kontinuirano radi na daljnjem usklađivanju s novim propisima Europske unije, koordinaciji i razmjeni statističkih podataka s Eurostatom te razvija nova istraživanja i ostale statističke proizvode. Članstvom Republike Hrvatske u Europskoj uniji Državni zavod za statistiku postao je punopravni član Europskoga statističkog sustava, čime je omogućeno njegovo aktivno sudjelovanje u proizvodnji europske statistike i definiranju razvoja Europskoga statističkog sustava (DZS, 2017).



STATISTIČKI LJETOPIS

Statistički ljetopis Republike Hrvatske, pregled je najvažnijih i najzanimljivijih statističkih podataka Državnog zavoda za statistiku. Statistički ljetopis namijenjen je najširem krugu korisnika, a sadržava najvažnije statističke podatke o stanju i promjenama u gospodarskim i društvenim pojavama i procesima. Kao i sve ostale publikacije Državnog zavoda za statistiku, Ljetopis ima svrhu korisnicima olakšati izradu stručnih i znanstvenih analiza, pripremu stajališta i politika te donošenje odluka temeljenih na činjenicama (DZS, 2017).

Molimo korisnike da pri korištenju podataka navedu izvor:
"Stat. ljetop. Repub. Hrvat. 2017., str. ..."
Those using data from this issue are requested to state the source:
"Statistical Yearbook of the Republic of Croatia 2017, page ..."



Statistički ljetopisi

- ▶ Statistički ljetopis 2017.  (6,6 MB)
- ▶ Statistički ljetopis 2016.  (23,1 MB)
- ▶ Statistički ljetopis 2015.  (24,2 MB)
 - Statistički ljetopis 2015. - ispravak  (27. siječnja 2016.)
- ▶ Statistički ljetopis 2014.  (22,8 MB)
 - Statistički ljetopis 2014. - ispravak  (12. ožujka 2015.)
 - Statistički ljetopis 2014. - ispravak  (13. svibnja 2015.)
- ▶ Statistički ljetopis 2013.  (17,6 MB)
- ▶ Statistički ljetopis 2012.  (12,5 MB)
 - Statistički ljetopis 2012. - ispravak  (23. prosinca 2013.)
- ▶ Statistički ljetopis 2011.  (13,5 MB)
 - Statistički ljetopis 2011. - ispravak  (16. prosinca 2011.)
 - Statistički ljetopis 2011. - ispravak  (20. veljače 2012.)
- ▶ Statistički ljetopis 2010.  (13,6 MB)
 - Statistički ljetopis 2010. - ispravak  (7. srpnja 2011.)

Statistički ljetopisi Republike Hrvatske dostupni su u elektroničkoj verziji na stranicama Državnog zavoda za statistiku za zadnjih petnaest godina.

Najstariji Ljetopis dostupan na web stranicama Državnog zavoda za statistiku je Statistički ljetopis iz 2003. godine.

Uz Statističke ljetopise Državni zavod za statistiku po potrebi objavljuje i ispravke Statističkih ljetopisa, koji sadrže korigirane podatke iz pojedinih područja. Potrebno ih je svakako pregledati prije korištenja kao interpretacije podataka iz Statističkih ljetopisa.

SADRŽAJ CONTENTS

23. DISTRIBUTIVNA TRGOVINA I OSTALE USLUGE

DISTRIBUTIVE TRADE AND OTHER SERVICES

Metodološka objašnjenja	
Notes on Methodology	414
23-1. Godišnje stope promjene prometa u trgovini na malo 2007. – 2016.	
Annual percentage of turnover changes in retailing activities, 2007 – 2016	418
G 23-1. Izvorni nominalni i realni indeksi prometa od trgovine na malo 2014. – 2016.	
Gross value and volume retail trade turnover indices, 2014 – 2016	418
23-2. Indeksi prometa u trgovini na malo	
Retail trade turnover indices	419
23-3. Indeksi prometa uslužnih djelatnosti prema djelatnostima NKD-a 2007.	
Turnover indices of service activities, according to NKD 2007. activities	420
G 23-2. Indeksi prometa uslužnih djelatnosti po tromjesečjima 2010. – 2016.	
G Turnover indices in services activities, by quarters, 2010 – 2016	422
G 23-3. Struktura poslovnih subjekata i ukupnog prometa u uslužnim djelatnostima u 2016.	
G Structure of business entities and total turnover in service activities, 2016	422

Metodološka objašnjenja

Izvor podataka o trgovini na malo jest redovito istraživanje Mjesečni izvještaj trgovine na malo (TRG-1), koje se provodi od siječnja 1998. Njime su obuhvaćeni poslovni subjekti koji se bave trgovinom na malo bez obzira na pretežnu djelatnost u kojoj su registrirani.

Osnovni izvor podataka o ostalim uslužnim djelatnostima jest redovito istraživanje Tromjesečni izvještaj trgovine i ostalih usluga (USL-1), koje se provodi od prvog tromjesečja 2011.

Radi formiranja višegodišnjih serija indeksa, podaci iz Tromjesečnog istraživanja trgovine i ostalih usluga povezani su s rezultatima tromjesečnih istraživanja o ugostiteljstvu i distributivnoj trgovini koja su se provodila do kraja 2010. (Tromjesečni izvještaj distributivne trgovine, TRG-2; Tromjesečni izvještaj ugostiteljstva za pravne osobe, UG-11 i Tromjesečni izvještaj ugostiteljstva za obrtnike, UG-11/OBRT), dok su za ostale djelatnosti nadopunjeni podacima iz administrativnih izvora (preuzetima iz datoteka obveznika poreza na dodanu vrijednost Porezne uprave Ministarstva financija Republike Hrvatske). Indeksi prometa iz datoteka poreza na dodanu vrijednost dobiveni su na temelju podataka o ukupnim (oporezivim i neoporezivim) isporukama.

Definicije

Distributivna trgovina jest skup svih oblika trgovačkih aktivnosti, od nabave robe od proizvođača do isporuke te robe krajnjim potrošačima. Ona obuhvaća trgovinu na veliko za svoj račun, posredovanje u trgovini na veliko, trgovinu na malo i popravke motornih vozila i motocikla.

Trgovina na veliko (skupine 46.2 – 46.9, razred 45.31 i dio skupina 45.1 i 45.4 NKD-a 2007.) djelatnost je kupnje i preprodaje robe industrijskim, trgovačkim i profesionalnim korisnicima i ustanovama te drugim poslovnim subjektima koji se bave trgovinom na veliko ili trgovinom na malo. Tu je uključen tranzitni promet robe (prodaja robe koja se po nalogu prodavača neposredno isporučuje

kupcu iz skladišta ili drugog odredišta proizvođača, uvoznika ili drugoga poslovnog subjekta bez prethodnog skladištenja te robe kod prodavača).

Posredovanje u trgovini na veliko (skupina 46.1 i dio skupina 45.1, 45.3 i 45.4 NKD-a 2007.) obavljanje je djelatnosti trgovine na veliko uz naplatu ili prema ugovoru. Tu su uključene prodaja s konsignacijskih skladišta, djelatnosti komisionara (opunomoćenika, agenata), posrednika za trgovačku robu i svih drugih veletrgovaca koji trguju u ime ili za račun drugih te djelatnosti onih koji su uključeni u povezivanje prodavača s kupcima ili poduzimaju trgovačke transakcije u ime vlasnika robe. Ne obuhvaćaju se robne burze.

Trgovina na malo (odjeljak 47, razred 45.32 i dio skupina 45.1 i 45.4 NKD-a 2007.) prodaja je robe krajnjim potrošačima, tj. stanovništvu za osobnu upotrebu ili upotrebu u kućanstvu.

Popravci motornih vozila i motocikla (razred 45.20 i dio razreda 45.40 NKD-a 2007.) obuhvaćaju djelatnosti onih popravaka koji nisu povezani s prerađivačkom djelatnosti, trgovinom na veliko ili trgovinom na malo.

Promet je vrijednost svih prodanih roba i obavljenih usluga na tržištu tijekom promatranog razdoblja, bez obzira na to jesu li naplaćene. U mjesečnom izvještaju izvještajne jedinice iskazuju promet s uključenim porezom na dodanu vrijednost, dok je u tromjesečnom izvještaju porez na dodanu vrijednost isključen iz prometa.

23-1. GODIŠNJE STOPE PROMJENE PROMETA U TRGOVINI NA MALO 2007. – 2016.
ANNUAL PERCENTAGE OF TURNOVER CHANGES IN RETAILING ACTIVITIES, 2007 – 2016

	Izvorni, neprilagođeni indeksi Gross non-adjusted indices				Kalendarski prilagođeni indeksi Working-day adjusted indices			
	promet od trgovine na malo ¹⁾ Turnover from retailing activities ¹⁾		promet odjeljka 47 ²⁾ Turnover of division 47 ²⁾		promet od trgovine na malo ¹⁾ Turnover from retailing activities ¹⁾		promet odjeljka 47 ²⁾ Turnover of division 47 ²⁾	
	nominalno Change in value	realno Change in volume	nominalno Change in value	realno Change in volume	nominalno Change in value	realno Change in volume	nominalno Change in value	realno Change in volume
2007.	9,0	5,8	8,1	5,0	9,0	5,8	8,1	4,9
2008.	5,8	-0,7	8,2	1,6	5,5	-1,0	7,8	1,2
2009.	-10,4	-11,6	-4,6	-5,8	-10,2	-11,3	-4,3	-5,5
2010.	-1,5	-2,1	-2,8	-3,5	-1,5	-2,2	-2,8	-3,5
2011.	3,6	0,6	2,5	-0,5	3,6	0,6	2,5	-0,5
2012.	-0,9	-4,1	-0,2	-3,5	-1,1	-4,4	-0,4	-3,7
2013.	1,7	-0,6	2,7	0,4	1,9	-0,3	2,9	0,7
2014.	-0,4	0,4	-1,2	-0,4	-0,4	0,4	-1,2	-0,4
2015.	1,4	2,4	2,5	3,6	1,4	2,4	2,5	3,6
2016.	2,7	4,4	0,3	1,9	2,4	4,0	0,0	1,6

Nominalni indeksi prikazuju kretanje prometa u tekućim cijenama.

Realni indeksi dobiveni su deflacioniranjem nominalnih indeksa indeksom maloprodajnih cijena dobara (bez električne energije i distribucije vode) prema indeksu potrošačkih cijena.

Positivna vrijednost godišnje stope promjene označava rast vrijednosti prometa u odnosu na prethodnu godinu a negativna vrijednost stope promjene pad vrijednosti prometa u odnosu na prethodnu godinu.

Bazni indeks s bazom u 2010. godini tumači se kao postotna promjena vrijednosti u odnosu na vrijednost u 2005. godini.

23-2. INDEKSI PROMETA U TRGOVINI NA MALO
RETAIL TRADE TURNOVER INDICES

	Nominalno Value indices				Realno Volume indices			
	izvorni indeksi Gross indices	sezonski i kalendarski prilagođeni indeksi Seasonally and working-day adjusted indices	kalendarski prilagođeni indeksi Working-day adjusted indices	trend-ciklus Trend cycle	izvorni indeksi Gross indices	sezonski i kalendarski prilagođeni indeksi Seasonally and working-day adjusted indices	kalendarski prilagođeni indeksi Working-day adjusted indices	trend-ciklus Trend cycle
Ukupan promet od trgovine na malo ¹⁾ Total turnover from retail trade activities ¹⁾								
2008.	113,3	113,1	113,1	112,8	115,6	115,5	115,4	114,9
2009.	101,5	101,7	101,6	101,5	102,2	102,4	102,3	102,2
2010.	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2011.	103,6	103,6	103,8	103,6	100,6	100,6	100,7	100,7
2012.	102,8	102,7	102,7	102,8	96,4	96,4	96,3	96,4
2013.	104,5	104,5	104,6	104,3	95,9	96,0	96,0	95,7
2014.	104,0	104,1	104,1	104,0	96,3	96,4	96,4	96,3
2015.	105,4	105,5	105,6	105,4	98,6	98,7	98,7	98,6
2016.	108,2	108,0	108,1	107,9	102,9	102,6	102,7	102,7
Ukupan promet odjeljka 47 ²⁾ Total turnover of division 47 ²⁾								
2008.	107,9	107,6	107,7	107,4	110,1	109,9	109,9	109,5
2009.	102,9	103,2	103,1	103,2	103,7	104,0	103,9	104,0
2010.	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2011.	102,5	102,6	102,6	102,6	99,5	99,6	99,6	99,7
2012.	102,3	102,3	102,3	102,5	96,0	96,1	96,0	96,1
2013.	105,0	105,2	105,2	104,7	96,4	96,6	96,6	96,2
2014.	103,7	103,9	103,9	103,5	96,0	96,2	96,2	96,0
2015.	106,4	106,4	106,6	106,3	99,5	99,6	99,7	99,3
2016.	106,7	106,5	106,5	106,5	101,4	101,1	101,2	101,2

Kalendarski prilagođeni indeksi su indeksi iz kojih je isključena kalendarska komponenta (utjecaj neradnih dana).

Desezonirani indeksi su indeksi iz kojih je isključena sezonska komponenta.

Izvorni indeksi su indeksi koji nisu prilagođavani (iz kojih nije uklonjen utjecaj sezonske, kalendarske ili trend komponente).

Vrijednost indeksa pokazuje da je u 2015. godini promet u trgovini na malo smanjen za 1,4% u odnosu na 2010. godinu.

Vrijednost indeksa pokazuje da je u 2015. godini promet u trgovini na malo porastao za 5,4% u odnosu na 2010. godinu.

23-3. INDEKSI PROMETA USLUŽNIH DJELATNOSTI PREMA DJELATNOSTIMA NKD-a 2007.
TURNOVER INDICES OF SERVICE ACTIVITIES, ACCORDING TO NKD 2007. ACTIVITIES

(nastavak)
 (continued)

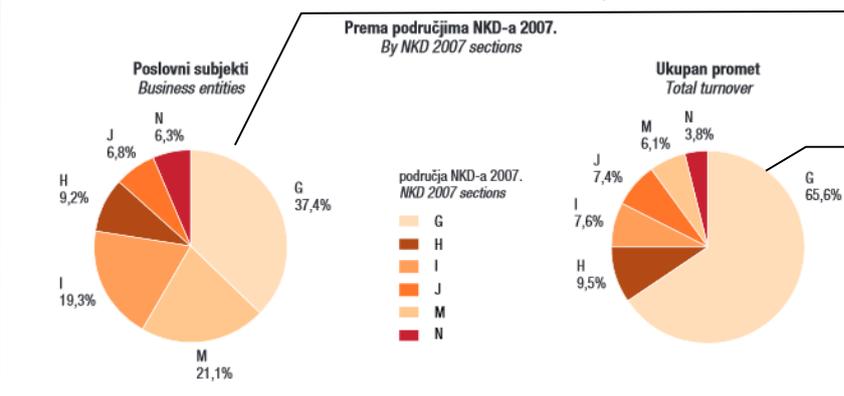
	Izvorni indeksi Gross indices						Kalendarski prilagodeni indeksi Working-day adjusted indices					
	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
J 62	100,1	95,3	97,3	102,6	120,2	128,1	100,1	95,3	97,3	102,6	120,2	128,1
J 63	103,4	112,4	127,5	142,4	155,6	180,6	103,4	112,4	127,5	142,4	155,6	180,6
L ⁹	111,9	99,7	124,2	144,7	153,4	178,9	111,9	99,7	124,2	144,7	153,4	178,9
L 68 ⁹	111,9	99,7	124,2	144,7	153,4	178,9	111,9	99,7	124,2	144,7	153,4	178,9
M	97,8	93,5	93,0	95,0	99,8	105,5	97,8	93,5	93,0	95,0	99,8	105,5
M 69 + 702	101,6	100,2	102,0	106,4	111,4	119,9	101,6	100,2	102,0	106,4	111,4	119,9
M 71	96,4	92,1	92,1	94,5	99,5	103,5	96,4	92,1	92,1	94,5	99,5	103,5
M 73	95,7	86,1	82,4	81,3	86,3	90,6	95,7	86,1	82,4	81,3	86,3	90,6
M 74	100,9	106,9	103,9	105,0	106,9	116,6	100,9	106,9	103,9	105,0	106,9	116,6

Bazni indeks s bazom u 2010. godini, tumači se kao postotna promjena vrijednosti u odnosu na vrijednost u 2005. godini.

Prema izvornom indeksu promet u informacijskim uslužnim djelatnostima u 2016. godini porastao je za 80,6% u odnosu na vrijednost prometa iz 2010. godine.

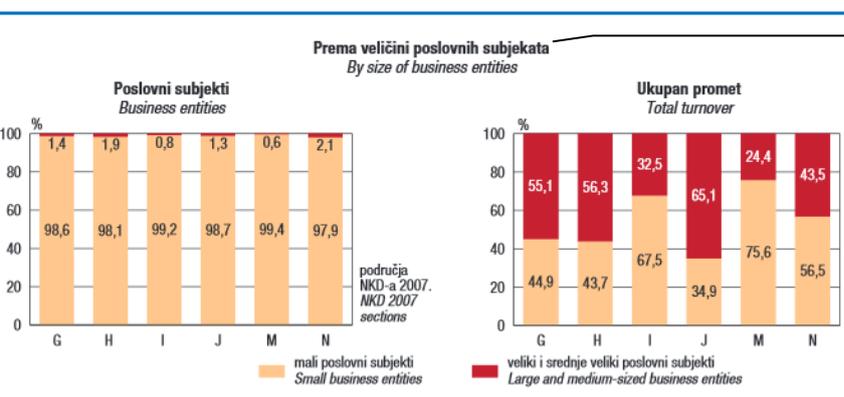
Prema kalendarski prilagođenom indeksu promet u stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima u 2013. godini smanjen je za 7% u odnosu na vrijednost prometa iz 2010. godine.

G 23-3. STRUKTURA POSLOVNIH SUBJEKATA I UKUPNOG PROMETA U USLUŽNIM DJELATNOSTIMA¹⁾ U 2016.
STRUCTURE OF BUSINESS ENTITIES AND TOTAL TURNOVER IN SERVICE ACTIVITIES¹⁾, 2016



Od ukupnog broja poslovnih subjekata u uslužnim djelatnostima u 2016. godini 37,4% poslovnih subjekata bilo je registrirano u uslužnim djelatnostima područja G NKD-a 2007.

Od ukupno ostvarenog prometa u uslužnim djelatnostima u 2016. godini 65,6% ukupnog prometa realizirano je u uslužnim djelatnostima područja G NKD-a 2007.



Iako je u 2016. godini u uslužnim djelatnostima područja J NKD-a 2007. bilo registrirano samo 1,3% velikih poslovnih subjekata, oni su ostvarili 65,1% ukupnog prometa u uslužnim djelatnostima područja J NKD-a 2007.

S druge strane, 99,2% malih poslovnih subjekata registriranih u uslužnim djelatnostima područja I NKD-a 2007. ostvarili su samo 67,5% od ukupnog prometa u uslužnim djelatnostima područja I NKD-a 2007.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. Prema izvornom, neprilagođenom indeksu, promet u trgovini na malo ostvaren od djelatnosti trgovine na malo bez obzira na pretežitu djelatnost poslovnog subjekta, u 2016. godini nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
2. Prema izvornom, neprilagođenom indeksu, ukupan promet poslovnih subjekata s pretežitom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a 2007. u 2016. godini nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
3. Prema kalendarski prilagođenom indeksu promet u trgovini na malo ostvaren od djelatnosti trgovine na malo bez obzira na pretežitu djelatnost poslovnog subjekta, u 2016. godini nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
4. Promet od trgovine na malo poslovnih subjekata s pretežitom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a 2007. u 2016. godini nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
5. Desezonirani indeks ukupnog prometa ostvarenog od djelatnosti trgovine na malo bez obzira na pretežnu djelatnost poslovnog subjekta, za 2016. godinu, pokazuje nominalni porast/smanjenje prometa u 2016. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu te realni porast/smanjenje prometa u 2016. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu.
6. Kalendarski prilagođeni indeks ukupnog prometa ostvarenog od djelatnosti trgovine na malo bez obzira na pretežnu djelatnost poslovnog subjekta, za 2016. godinu, pokazuje realni porast/smanjenje prometa u 2016. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu.
7. Izvorni indeks ukupnog prometa poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a pokazuje realni porast/smanjenje prometa u 2016. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu.

8. Desezonirani indeks ukupnog prometa poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a pokazuje nominalni porast/smanjenje prometa u 2016. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu.
9. Izvorni indeks prometa u trgovini na malo poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a pretežno prehrambenim proizvodima pokazuje nominalni porast/smanjenje prometa u 2011. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu.
10. Prema kalendarski prilagođenom indeksu prometa u trgovini na malo poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a hranom, pićem i duhanskim proizvodima, u 2012. godini pokazuje nominalni porast/smanjenje prometa za _____ u odnosu na 2010. godinu, a realni porast/smanjenje prometa za _____ u odnosu na 2010. godinu.
11. Izvorni indeks prometa u trgovini na malo poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a pretežno neprehrambenim proizvodima pokazuje nominalni porast/smanjenje prometa u 2009. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu, te realni porast/smanjenje prometa u 2009. godini za _____ u odnosu na 2010. godinu.
12. Prema izvornom indeksu, promet u uslužnoj djelatnosti iz područja I, Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, u 2016. godini porastao je/smanjio se za _____ u odnosu na vrijednost ostvarenog prometa iz 2010. godine.
13. Prema kalendarski prilagođenom indeksu, promet u uslužnoj djelatnosti iz područja N79, Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperator) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima, u 2015. godini, porastao je/smanjio se za _____ u odnosu na vrijednost ostvarenog prometa iz 2010. godine.
14. Prema kalendarski prilagođenom indeksu, promet u uslužnoj djelatnosti iz područja M71, Arhitektonske djelatnosti, tehničko ispitivanje i analiza, u 2012. godini, porastao je/smanjio se za _____ u odnosu na vrijednost ostvarenog prometa iz 2010. godine, a u 2016. godini porastao je/smanjio se za _____ u odnosu na vrijednost ostvarenog prometa iz 2010. godine.

15. Protumačite grafikon.

G 23-2. PROMET I ZAPOSLENI U DISTRIBUTIVNOJ TRGOVINI PREMA PRETEŽNOJ DJELATNOSTI POSLOVNIH SUBJEKATA U 2010.
TURNOVER AND PERSONS EMPLOYED IN DISTRIBUTIVE TRADE, BY MAIN ACTIVITY OF BUSINESS ENTITIES, 2010



VJEŽBA 2.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
DISTRIBUTIVNA TRGOVINA

na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU
(2. dio – Priopćenja i Statistička izvješća)

PRIOPĆENJA I STATISTIČKA IZVJEŠĆA

Priopćenja su kratke i brze statističke informacije koje izlaze prema periodičnosti provođenja statističkih istraživanja.

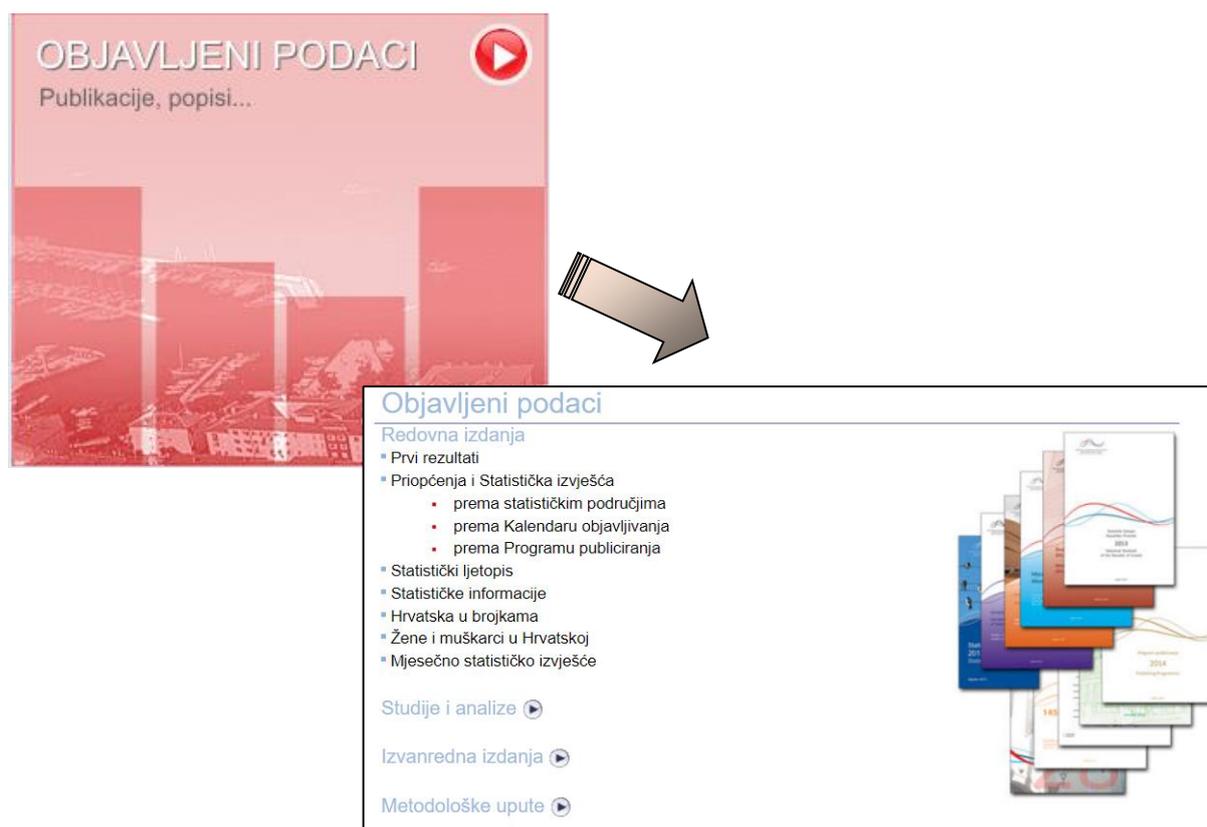
Statistička izvješća prikazuju sveobuhvatne rezultate pojedinačnih istraživanja ili više istraživanja iz istog područja.

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske u procesu je stvaranja i promicanja modernoga statističkog sustava, kojim hrvatska statistika postaje usklađena i usporediva s međunarodnim statistikama i statističkim metodologijama.

Jedno od istraživanja koja ovaj zavod redovito provodi jest Mjesečni izvještaj trgovine na malo na osnovi kojega se prati dinamika kretanja prometa u djelatnosti trgovine na malo. Indeks prometa u trgovini na malo ključni je ekonomski pokazatelj i jedan od najvažnijih kratkoročnih pokazatelja ekonomske aktivnosti zemlje.

Koristi se za procjenu potrošnje stanovništva i outputa maloprodajnog sektora, pokazatelja koji se primjenjuju u kompilaciji nacionalnih računa zemlje. Iz važnosti ovog pokazatelja proizlazi i potreba da se taj indeks proizvodi na osnovi odgovarajućih međunarodno usporedivih standarda i najbolje prakse (DZS, 2017).

Državni zavod za statistiku svaki mjesec izračunava i objavljuje indeks prometa u trgovini na malo. Glavna mu je svrha utvrđivanje osnovnih značajki poslovanja trgovaca na malo u Republici Hrvatskoj, što omogućuje kratkoročna mjerenja razvoja maloprodajnog sektora.



The image shows a screenshot of the DZS website. On the left, there is a red banner with the text 'OBJAVLJENI PODACI' and 'Publikacije, popisi...' below it. A play button icon is visible in the top right corner of the banner. Below the banner is a large grey arrow pointing to the right. On the right side, there is a white box with a blue header 'Objavljeni podaci'. Below the header, there is a section 'Redovna izdanja' (Regular publications) with a list of items: 'Prvi rezultati', 'Priopćenja i Statistička izvješća' (with sub-items: 'prema statističkim područjima', 'prema Kalendaru objavljivanja', 'prema Programu publiciranja'), 'Statistički ljetopis', 'Statističke informacije', 'Hrvatska u brojkama', 'Žene i muškarci u Hrvatskoj', and 'Mjesečno statističko izvješće'. Below this list are three more sections: 'Studije i analize', 'Izvanredna izdanja', and 'Metodološke upute', each with a right-pointing arrow. To the right of the white box is a stack of colorful report covers.

Priopćenja i statistička izvješća moguće je pretraživati na tri načina:

- Prema statističkim područjima
- Prema Kalendaru objavljivanja
- Prema Programu publiciranja.

➤ Pretraživanje prema statističkim područjima

Publikacije prema statističkim područjima

- Publikacije prema Kalendaru objavljivanja
- Publikacije prema Programu publiciranja

Proširi cijelo stablo ? Uključi u pregled i publikacije izdane prije 2013.
 Skupi cijelo stablo Pretražuj samo objavljene publikacije

Izbor publikacija prema statističkim područjima

- Poljoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo
- Industrija, energija i informacijsko društvo
- Građevinarstvo
- Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam**
- Transport i komunikacije
- Okoliš
- Stanovništvo
- Obrazovanje, znanost, kultura i socijalna skrb
- Zaposlenost i plaće
- Kazeno pravosuđe i socijalna zaštita (metodologija ESSPROS)
- Registri
- Nacionalni računi
- Cijene
- Osobna potrošnja i pokazatelji siromaštva
- Strukturne poslovne statistike

Publikacije prema statističkim područjima

- Publikacije prema Kalendaru objavljivanja
- Publikacije prema Programu publiciranja

Proširi cijelo stablo ? Uključi u pregled i pu
 Skupi cijelo stablo Pretražuj samo objavl

Izbor publikacija prema statističkim područjima

- Poljoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo
- Industrija, energija i informacijsko društvo
- Građevinarstvo
- Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam
 - Distributivna trgovina i ostale usluge**
 - Robna razmjena s inozemstvom
 - Turizam
- Transport i komunikacije
- Okoliš
- Stanovništvo
- Obrazovanje, znanost, kultura i socijalna skrb
- Zaposlenost i plaće
- Kazeno pravosuđe i socijalna zaštita (metodologija ESSPROS)
- Registri
- Nacionalni računi
- Cijene
- Osobna potrošnja i pokazatelji siromaštva
- Strukturne poslovne statistike

Izbor publikacija prema statističkim područjima

- Poljoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo
- Industrija, energija i informacijsko društvo
- Građevinarstvo
- Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam
 - Distributivna trgovina i ostale usluge
 - Trgovina na malo
 - Distributivna trgovina i ostale usluge**
 - Cijene uslužnih djelatnosti pri pružateljima usluga
 - Prodajni kapaciteti u trgovini na malo
 - Trgovina motornim vozilima, dijelovima i priborom prema skupinama proizvoda
 - Robna razmjena s inozemstvom
 - Turizam
- Transport i komunikacije
- Okoliš
- Stanovništvo
- Obrazovanje, znanost, kultura i socijalna skrb
- Zaposlenost i plaće
- Kazeno pravosuđe i socijalna zaštita (metodologija ESSPROS)
- Registri
- Nacionalni računi
- Cijene
- Osobna potrošnja i pokazatelji siromaštva
- Strukturne poslovne statistike

Ako je potrebno pretraživati podatke ranijih godina, potrebno je uključiti opciju prikaza publikacija izdanih prije 2013. godine

Proširi cijelo stablo ? Uključi u pregled i publikacije izdane prije 2013.
 Skupi cijelo stablo Pretražuj samo objavljene publikacije

Izbor publikacija prema statističkim područjima

Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam

Distributivna trgovina i ostale usluge

Distributivna trgovina i ostale usluge

09.03.2018. ■ Statistika u Indeksi prometa uslužnih djelatnosti nizu

09.03.2018. ■ Pr 4.1.2/4. Distributivna trgovina i ostale usluge u 2017.

Program publiciranja 2017

Područje: Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam

Podpodručje: Distributivna trgovina i ostale usluge

Vrsta publikacije: Priopćenja

Godišnje brojeva: 4

Referentno razdoblje: **IV. tromjesečje 2017**

Razina prikazivanja: Republika Hrvatska

15.02.2018. ■ Statistika u Indeksi prometa uslužnih djelatnosti nizu Neplanirano

15.01.2018. ■ Statistika u Indeksi prometa uslužnih djelatnosti nizu Neplanirano

Kako bi se iz rezultata pretraživanja eliminirale publikacije koje još nisu objavljene ali su predviđene kalendarom objavljivanja, potrebno je označiti opciju pretraživanja samo objavljenih publikacija.

Više informacija o odabranoj publikaciji može se dobiti klikom na ikonu s oznakom slova i.

Referentno razdoblje je razdoblje u kojem su mjerene vrijednosti navedenih pokazatelja, u ovom slučaju, podaci su kvartalni (predviđena su 4 godišnja broja), a odnose se na IV tromjesečje 2017.

➤ Pretraživanje prema Kalendaru objavljivanja

Kalendar objavljivanja

- Kalendar objavljivanja statističkih podataka 2018.
- Kalendar objavljivanja statističkih podataka 2017. *ažurirano: 23. 03. 2018.*
- Kalendar objavljivanja statističkih podataka 2016. *ažurirano: 22. 03. 2017.*
- Kalendar objavljivanja statističkih podataka 2015. *ažurirano: 25. 03. 2016.*
- Arhiva kalendara za ranija godišta
- Kalendar objavljivanja statističkih podataka za DSBB *za sljedeća tri mjeseca*
- Dissemination Standard Bulletin Board - DSBB HOME PAGE

Izaberite dan, tjedan ili mjesec na kalendaru

ožujak	travanj 2018						svibanj
	pon	uto	sri	čet	pet	sub	ned
▶▶▶	26	27	28	29	30	31	1
▶▶	2	3	4	5	6	7	8
▶▶▶	9	10	11	12	13	14	15
▶▶▶▶	16	17	18	19	20	21	22
▶▶▶▶▶	23	24	25	26	27	28	29
▶▶▶▶▶▶	30	1	2	3	4	5	6

Izaberite dan, tjedan ili mjesec na kalendaru

ožujak	travanj 2018						svibanj
	pon	uto	sri	čet	pet	sub	ned
▶▶▶	26	27	28	29	30	31	1
▶▶	2	3	4	5	6	7	8
▶▶▶	9	10	11	12	13	14	15
▶▶▶▶	16	17	18	19	20	21	22
▶▶▶▶▶	23	24	25	26	27	28	29
▶▶▶▶▶▶	30	1	2	3	4	5	6

Klikom na ikonu za pomoć dobije se više informacija koje detaljnije objašnjavaju kako pretraživati potrebne podatke prema danu, tjednu ili mjesecu objavljivanja.

Što je što na ovoj stranici?

Korištenje kontrole kalendara:
 Biranje dana: klik na 23
 Biranje tjedna: klik na ▶▶
 Biranje mjeseca: klik na ▶▶▶

Popis publikacija - legenda:
 ■ Ranije objavljene publikacije
 ... dodatne informacije o publikaciji ⓘ
 ... Potraži slične publikacije 🔍
 ■ Danas objavljene publikacije
 ■ Danas za objavljivanje u 11 sati
 ■ Planirano po Kalendaru objavljivanja

Publikacije prema datumu objavljivanja

06.04.2018. ■ Pr 1.1.21. Broj stoke i peradi. Stanje 1. prosinca 2017.
 ■ Baze podataka Trgovina na malo
 ■ Pr 4.1.1/2. Trgovina na malo u 2018.
 ■ Statistika u Indeksi prometa trgovine na malo nizu

09.04.2018. ■ Pr 4.2.1/1. Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom u 2018. - privremeni
 ■ Statistika u Robna razmjena s inozemstvom - privremeni podaci nizu
 ■ Statistika u Registar poslovnih subjekata nizu

Klikom na ikonu dvostruke strelice označe se svi dani u prikazanom mjesecu, čime se prikazuju rezultati pretraživanja prema kalendaru objavljivanja u mjesecu travnju 2018.

Klikom na ikonu jednostruke strelice može se označiti samo jedan tjedan, čime se prikazuju rezultati pretraživanja prema kalendaru objavljivanja samo za označeni tjedan.

Izaberite dan, tjedan ili mjesec na kalendaru

ožujak	travanj 2018						svibanj
	pon	uto	sri	čet	pet	sub	ned
▶▶▶	26	27	28	29	30	31	1
▶▶	2	3	4	5	6	7	8
▶▶▶	9	10	11	12	13	14	15
▶▶▶▶	16	17	18	19	20	21	22
▶▶▶▶▶	23	24	25	26	27	28	29
▶▶▶▶▶▶	30	1	2	3	4	5	6

Publikacije prema datumu objavljivanja

06.04.2018. ■ Pr 1.1.21. Broj stoke i peradi. Stanje 1. prosinca 2017.
 ■ Pr 4.1.1/2. Trgovina na malo u 2018.
 ■ Statistika u Indeksi prometa trgovine na malo nizu
 ■ Baze podataka Trgovina na malo

➤ Pretraživanje prema Programu publiciranja

Izbor po područjima iz programa publiciranja za određenu godinu

Uključi u pregled i publikacije izdane prije 2013.
 Uključi u pregled samo objavljene publikacije

Program publiciranja za: **2018**

Statističko područje: **1. Poljoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo**

Statističko podpodručje: **1. Poljoprivreda**

Prikaži sve publikacije iz odabranog podpodručja

Naziv publikacije: **1. Indeksi poljoprivredne proizvodnje u 2017.**

Publikacije prema odabranoj godini, području i podpodručju
 09.07.2018. ■ Pr 1.1.1. Indeksi poljoprivredne proizvodnje u 2017.

Izbor po područjima iz programa publiciranja za određenu godinu

Uključi u pregled i publikacije izdane prije 2013.
 Uključi u pregled samo objavljene publikacije

Program publiciranja za: **2017**

Statističko područje: **4. Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam**

Statističko podpodručje: **1. Distributivna trgovina i ostale usluge**

Prikaži sve publikacije iz odabranog podpodručja

Naziv publikacije: **Prvi rezultati: Trgovina na malo u 2017.**

Publikacije prema odabranoj godini, području i podpodručju

30.01.2018.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
29.12.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
30.11.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
30.10.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
29.09.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
30.08.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
28.07.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
30.06.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
30.05.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
28.04.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
30.03.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
13.03.2017.	■ Prvi rezultati	Trgovina na malo u 2017.
08.02.2018.	■ Pr 4.1.1/12.	Trgovina na malo u 2017.

Ako je potrebno pretraživati podatke ranijih godina, potrebno je uključiti opciju prikaza publikacija izdanih prije 2013. godine.

Za godinu Programa publiciranja odabrati godinu za koju se pretražuju podaci.

Odabrati Statističko područje u kojemu se pretražuju podaci. Za potrebe pretraživanja podataka distributivne trgovine odabrati područje 4. Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam.

Odabrati Naziv publikacije: npr. Prvi rezultati, Trgovina na malo ili Distributivna trgovina i ostale usluge.

Publikacije prema odabranoj godini, području i podpodručju

07.02.2019.	■ Baze podataka	Trgovina na malo
07.02.2019.	■ Statistika u nizu	Indeksi prometa trgovine na malo
07.02.2019.	■ Pr 4.1.1/12	Trgovina na malo u 2018.
Program publiciranja 2018 Područje: Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam Podpodručje: Distributivna trgovina i ostale usluge Vrsta publikacije: Priopćenja Godišnje brojeva: 12 Referentno razdoblje: prosinac 2018 Razina prikazivanja: Republika Hrvatska		
08.01.2019.	■ Pr 4.1.1/11.	Trgovina na malo u 2018.
08.01.2019.	■ Statistika u nizu	Indeksi prometa trgovine na malo
08.01.2019.	■ Baze podataka	Trgovina na malo
07.12.2018.	■ Baze podataka	Trgovina na malo

Više informacija o odabranoj publikaciji može se dobiti klikom na ikonu s oznakom slova i.

Ako je naznačeno da je prema programu publiciranja predviđeno 12 brojeva publikacije godišnje, znači da su u publikaciji prikazane mjesečne vrijednosti navedenih pokazatelja.

Referentno razdoblje je razdoblje u kojem su mjerene vrijednosti navedenih pokazatelja, u ovom slučaju, podaci su mjesečni, a odnose se na prosinac 2018.

Oznaka pokazuje da se radi o publikaciji iz statističkog područja 4. (Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam), statističkog podpodručja 1. (Distributivna trgovina i ostale usluge), te publikaciji čiji se podaci odnose na mjesec prosinac (12)

Izbor po područjima iz programa publiciranja za određenu godinu

Uključiti u pregled i publikacije izdane prije 2013.
 Uključiti u pregled samo objavljene publikacije

Program publiciranja za: 2017

Statističko područje: 4. Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam

Statističko podpodručje: 1. Distributivna trgovina i ostale usluge

Naziv publikacije: 1. Indeksi prometa trgovine na malo

Publikacije prema odabranoj godini, području i podpodručju

08.02.2018. ■ Baze podataka Trgovina na malo
08.02.2018. ■ Statistika u Indeksi prometa trgovine na malo nizu

08.02.2018. ■ Pr 4.1.1/17. Trgovina na malo u 2017.
10.01.2018. ■ Pr 4.1.1/11. Trgovina na malo u 2017.
10.01.2018. ■ Statistika u Indeksi prometa trgovine na malo nizu

10.01.2018. ■ Baze podataka Trgovina na malo
08.12.2017. ■ Baze podataka Trgovina na malo

TRGOVINA NA MALO U PROSINCU 2017.

RETAIL TRADE DECEMBER 2017

PRIOPĆENJE DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU REPUBLIKE HRVATSKE CROATIAN BUREAU OF STATISTICS **FIRST RELEASE**

GODINA/ YEAR: LIV. ZAGREB, 8. VELJAČE 2018./ 8 FEBRUARY, 2018 BROJ/ NUMBER: 4.1.1/12.
CODEN POPCEA ISSN 1330-0350

**TRGOVINA NA MALO
U PROSINCU 2017.**
**RETAIL TRADE
DECEMBER 2017**

Metodološka objašnjenja

Indeks prometa u trgovini na malo izračunava se na osnovi podataka prikupljenih redovitim statističkim istraživanjem Mjesečni izvještaj trgovine na malo (obrazac TRG-1), koje se provodi od 1998. godine.

Izračunavaju se indeksi ukupnog prometa što ga ostvaruju poslovni subjekti koji su prema pretežnosti registrirani u tim djelatnostima. U njihov ukupan promet uključen je promet od trgovine na malo, ali i od ostalih djelatnosti ako ih obavljaju poslovni subjekti. Dodatno, za nacionalne potrebe, Državni zavod za statistiku izračunava i indeks prometa samo od djelatnosti trgovine na malo svih poslovnih subjekata koji tu djelatnost obavljaju bez obzira na to gdje su prema pretežnosti registrirani (u odjeljku 47 ili u drugim djelatnostima).

Obveza je praćenja mjesečna, a trenutačno je bazna godina 2010., uz napomenu da je prethodna bazna godina bila 2005. (do siječnja 2014.). Bazna godina mijenja se svakih pet godina.

Podaci se računaju kao nominalni i realni indeksi, i to u obliku originalnih (nep prilagođenih), sezonski prilagođenih indeksa (SA) i kalendarski prilagođenih indeksa (WDA).

Dodavanjem novih mjesečnih podataka u seriji može doći do promjene desezoniranih i kalendarski prilagođenih indeksa za protekla razdoblja.

1. TRGOVINA NA MALO – MJESEČNE STOPE PROMJENA IZRAČUNANE IZ SEZONSKI I KALENDARSKI PRILAGOĐENIH INDEKSA
RETAIL TRADE – MONTH-ON-MONTH GROWTH RATES CALCULATED ON BASIS OF SEASONALLY AND WORKING-DAY ADJUSTED INDICES %

	VII. 2017 VI. 2017.	VIII. 2017. VII. 2017.	IX. 2017 VIII. 2017.	X. 2017. IX. 2017.	XI. 2017. X. 2017.	XII. 2017 XI. 2017.	
Ukupan promet – odjeljak 47							Total turnover – division 47
Nominalno	-0,3	0,5	-0,6	-0,2	1,3	-0,1	Value index
Realno	-0,2	0,3	-0,9	-0,4	1,2	-0,4	Volume index
Promet od trgovine na malo							Retail trade turnover
Nominalno	-0,2	0,7	-0,4	0,0	0,6	-0,6	Value index
Realno	-0,3	0,5	-0,8	-0,2	0,6	-0,5	Volume index
Trgovina na malo, osim specijalizirane trgovine motornim gorivima i mazivima							Retail trade, except of automotive fuels in specialised stores
Nominalno	0,1	0,5	-0,4	-1,8	2,2	-0,5	Value index
Realno	-0,3	0,6	-0,7	-1,8	2,1	-0,6	Volume index

Prikazana vrijednost mjesečne stope promjena u trgovini na malo prikazuje da je ukupan promet – odjeljka 47 izračunan iz sezonski i kalendarski prilagođenih indeksa u 07/2017. U odnosu na prethodni mjesec nominalno je porastao za 0,5 %, a realno za 0,3 %.

Prikazana vrijednost mjesečne stope promjena u trgovini na malo pokazuje da je ukupan promet od trgovine na malo iz sezonski i kalendarski prilagođenih indeksa u 10/2017 nominalno ostao isti kao i u prethodnom mjesecu, dok se realno smanjio za 0,2 % u odnosu na vrijednost prometa od trgovine na malo u 09/2017 godine.

2. TRGOVINA NA MALO – GODIŠNJE STOPE PROMJENA IZRAČUNANE IZ KALENDARSKI PRILAGOĐENIH INDEKSA
RETAIL TRADE – YEAR-ON-YEAR GROWTH RATES CALCULATED ON BASIS OF WORKING-DAY ADJUSTED INDICES

	VII. 2017. VII. 2016.	VIII. 2017. VIII. 2016.	IX. 2017. IX. 2016.	X. 2017. X. 2016.	XI. 2017. XI. 2016.	XII. 2017. XII. 2016.	I. – XII. 2017. I. – XII. 2016.	%
Ukupan promet – odjeljak 47								Total turnover – division 47
Nominalno	7,8	8,2	5,9	4,4	7,2	5,1	6,4	Value index
Realno	6,0	6,1	3,7	2,2	5,2	3,2	4,2	Volume index
Promet od trgovine na malo								Retail trade turnover
Nominalno	7,7	8,5	6,5	5,4	7,8	3,2	6,9	Value index
Realno	5,9	6,4	4,3	3,1	5,7	1,4	4,7	Volume index
Trgovina na malo, osim specijalizirane trgovine motornim gorivima i mazivima								Retail trade, except of automotive fuels in specialised stores
Nominalno	7,7	8,3	6,7	3,4	7,0	4,5	5,7	Value index
Realno	5,7	6,5	4,8	1,3	5,3	3,0	3,9	Volume index

Prikazana vrijednost godišnje stope promjena u trgovini na malo prikazuje da je ukupan promet – odjeljka 47 izračunan iz kalendarski prilagođenih indeksa u 07/2017 u odnosu na isti mjesec prethodne godine nominalno porastao za 7,8 %, a realno za 6,0 %.

Prikazana vrijednost godišnje stope promjena u trgovini na malo pokazuje da je ukupan promet od trgovine na malo iz kalendarski prilagođenih indeksa u prvih 12 mjeseci (kumulativno) nominalno porastao za 6,9 % u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, dok je realno porastao za 4,7 % u odnosu na vrijednost prometa od trgovine na malo u istom razdoblju prethodne godine.

4. KALENDARSKI PRILAGOĐENI INDEKSI PROMETA PREMA PRETEŽNOJ DJELATNOSTI POSLOVNIH SUBJEKATA PREMA NKD-u 2007.
WORKING-DAY ADJUSTED TURNOVER INDICES, BY MAIN ACTIVITY OF BUSINESS ENTITIES, ACCORDING TO NKD 2007.

	Ukupan promet – odjeljak 47 Total turnover – division 47						Promet od trgovine na malo Retail trade turnover					
	nominalno Value indices			realno Volume indices			nominalno Value indices			realno Volume indices		
	X. 2017. X. 2016.	XI. 2017. XI. 2016.	XII. 2017. XII. 2016.	X. 2017. X. 2016.	XI. 2017. XI. 2016.	XII. 2017. XII. 2016.	X. 2017. X. 2016.	XI. 2017. XI. 2016.	XII. 2017. XII. 2016.	X. 2017. X. 2016.	XI. 2017. XI. 2016.	XII. 2017. XII. 2016.
Ukupno Total	-	-	-	-	-	-	105,4	107,8	103,2	103,1	105,7	101,4
47 Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima Retail trade, except of motor vehicles and motorcycles	104,4	107,2	105,1	102,2	105,2	103,2	104,1	107,2	104,5	101,9	105,2	102,7
47.11 + 47.2 Trgovina na malo hranom, pićem i duhanskim proizvodima Retail trade of food, beverages and tobacco	99,9	101,2	101,3	96,8	98,5	99,0	101,0	102,8	100,7	97,9	100,0	98,5
47.19 + 47.4 + 47.5 + 47.6 + 47.7 + 47.8 + 47.9 Trgovina na malo neprehrambenim proizvodima (osim trgovine motornim gorivima) Retail trade of non-food products (except of automotive fuels)	107,1	111,7	108,9	106,7	111,7	108,4	106,3	112,1	109,3	105,9	112,1	108,8
47 - 47.3 Trgovina na malo, osim specijalizirane trgovine motornim gorivima i mazivima Retail trade, except of automotive fuels in specialised stores	103,6	106,6	105,2	101,5	104,9	103,6	103,4	107,0	104,5	101,3	105,3	103,0
Ostale djelatnosti (izvan odjeljka 47) Other activities (excluding division 47)	-	-	-	-	-	-	108,6	109,3	98,4	106,3	107,1	96,7

Prikazana vrijednost kalendarski prilagođenog indeksa prometa u trgovini na malo pokazuje da je ukupan promet trgovine na malo hranom, pićem i duhanskim proizvodima – odjeljka 47 u studenom 2017. godine u odnosu na isti mjesec prethodne godine nominalno porastao za 1,2 %, a realno se smanjio za 1,5 %.

Prikazana vrijednost kalendarski prilagođenog indeksa prometa u trgovini na malo pokazuje da je promet od trgovine na malo neprehrambenim proizvodima (osim trgovine motornim gorivima) u listopadu 2017. godine nominalno porastao za 6,3 % a realno porastao za 5,9 % u odnosu na isti mjesec prethodne godine.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. Izvorni indeks prometa od trgovine na malo pokazuje da je promet u rujnu 2012. godine u odnosu na baznu 2005. godinu nominalno porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
2. Izvorni indeks prometa od trgovine na malo pokazuje da je promet u studenom 2011. godine u odnosu na baznu 2005. godinu nominalno porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
3. Izvorni indeks prometa od trgovine na malo pokazuje da je promet u rujnu 2012. godine u odnosu na rujnu 2011. godine nominalno porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
4. Izvorni indeks prometa od trgovine na malo pokazuje da je promet u prvih devet mjeseci 2012. godine u odnosu na isto razdoblje 2011. godine nominalno porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
5. Ukupan promet (odjeljak 47 NKD-a) prema mjesečnoj stopi promjene izračunanoj iz desezoniranih indeksa u rujnu 2012. godine u odnosu na kolovoz iste godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
6. Ukupan promet (odjeljak 47 NKD-a) prema mjesečnoj stopi promjene izračunanoj iz desezoniranih indeksa u svibnju 2012. godine u odnosu na travanj iste godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
7. Promet od trgovine na malo prema mjesečnoj stopi promjene izračunanoj iz desezoniranih indeksa u rujnu 2012. godine u odnosu na kolovoz iste godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .

8. Promet od trgovine na malo prema mjesečnoj stopi promjene izračunanoj iz desezoniranih indeksa u srpnju 2012. godine u odnosu na lipanj iste godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
9. Promet od trgovine na malo izračunan iz kalendarski prilagođenih indeksa, u rujnu 2012. godine u usporedbi s rujnom 2011. godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
10. Ukupan promet (odjeljak 47 NKD-a) izračunan iz kalendarski prilagođenih indeksa, u rujnu 2012. godine u usporedbi s rujnom 2011. godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
11. Promet od trgovine na malo izračunan iz kalendarski prilagođenih indeksa, u srpnju 2012. godine u usporedbi sa srpnjem 2011. godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
12. Izvorni indeks prometa prema pretežnoj djelatnosti poslovnih subjekata prema NKD-u 2007., Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima, pokazuje da je promet od trgovine na malo u rujnu 2012. godine u odnosu na kolovoz 2012. godine nominalno porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.
13. Izvorni indeks prometa prema pretežnoj djelatnosti poslovnih subjekata prema NKD-u 2007., Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima, pokazuje da je ukupan promet u rujnu 2012. godine u odnosu na rujnu 2011. godine nominalno porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____.

VJEŽBA 3.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TRGOVINA NA MALO

na stranicama HRVATSKE GOSPODARSKE KOMORE

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

www.hgk.hr

Hrvatska gospodarska komora je najstarija hrvatska i regionalna gospodarska institucija s kontinuiranim djelovanjem.

Hrvatska gospodarska komora je institucija koja predstavlja sve gospodarske subjekte u Republici Hrvatskoj.

Članarina i doprinos plaćaju se u ovisnosti od ekonomske snage svake pojedine članice, a svi imaju jednaka prava na usluge i pristup informacijama čime se zadržava pravedan princip međusobne potpore i solidarnosti.

Sadašnje financiranje Komore obavlja se tako da sredstva za rad kroz zakonsku obveznost u najvećoj mjeri osiguravaju gospodarski subjekti registrirani u Republici Hrvatskoj, a Skupština Komore ima potpunu slobodu u definiranju i odlučivanju o visinama iznosa članarina i doprinosa.

1852. godine počinje ključni period u organizaciji komora te je prvi put na jednoobrazan način i na temelju istog zakonskog akta osnovana mreža komora na cijelom teritoriju Hrvatske.

Hrvatska ima javno-pravni ili kontinentalni model koji podrazumijeva komoru utemeljenu na zakonu, a obvezatno komorsko članstvo stabilni je jamac olakšanog partnerstva između Vlade RH i gospodarstva. Isti komorski sustav imaju još i Italija, Njemačka, Austrija, Francuska, Mađarska, Grčka, Luksemburg, Turska, zemlje s kojima Hrvatska ostvaruje 4/5 ukupnih ekonomskih odnosa sa svijetom.

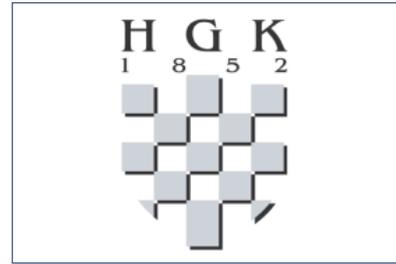
Hrvatska gospodarska komora, kao nevladina a nacionalna institucija jedina ima snagu na globaliziranom tržištu realizirati projekte otvaranja tržišta. Hrvatska gospodarska komora promovira nacionalne gospodarske interese (akcijama "Kupujmo hrvatsko", „BeCroative“, „Drvo je prvo“, „Vrijedne ruke“ i „Izvorno hrvatsko“) prije svega u područjima u kojima opća politika, ali ni udruge koje zastupaju samo određeni segment gospodarstva ili manji broj gospodarskih subjekata, to ne mogu učinkovito činiti (HGK, 2017).

Preko Hrvatske gospodarske komore domaće su tvrtke članice i međunarodnih asocijacija komora, Eurochambresa i International Chamber of Commerce, koje svojim djelovanjem utječu na tokove europske, odnosno svjetske trgovine i proizvodnje te na političke odluke koje reguliraju pitanja značajna za svjetsko gospodarstvo.

Eurochambres je udruženje europskih komora osnovano 1958. godine sa sjedištem u Bruxellesu, koje artikulira interese poslovnog sektora pri institucijama Europske unije. Unutar Eurochambresa okupljeno je više od 20 milijuna članica (tvrtki) iz 45 europskih država putem mreže nacionalnih, regionalnih i lokalnih komora.

Hrvatska gospodarska komora je članica Eurochambresa od 2000. godine. Sudjelovanjem u radu europskih krovnih udruga, mreža i inicijativa, aktivno zastupa interese hrvatskih poduzeća pred Europskim institucijama.

ICC Hrvatska – Nacionalni odbor Međunarodne trgovačke komore (International Chamber of Commerce - ICC) djeluje pri Hrvatskoj gospodarskoj komori. Osnovni je cilj promicanje međunarodne trgovine i investicija i predstavljanje svih sektora hrvatske poslovne zajednice na međunarodnoj razini. Članstvo je dobrovoljno, a učlanjenjem u ICC Hrvatska automatski postajete i članovi globalne mreže ICC-a, najveće svjetske poslovne organizacije i krovne svjetske udruge komora (HGK, 2018).



Na stranicama Hrvatske gospodarske komore podaci iz područja trgovina na malo mogu se pretraživati na tri načina:

- pretraživanjem djelatnosti HGK-a po granama gospodarstva
- pretraživanjem prema sektorima i odjelima.

➤ Pretraživanje djelatnosti HGK-a po granama gospodarstva

The screenshot shows the website interface for searching economic activities. On the left is a dark navigation menu with the following items: 'Vijesti', 'Kontakti', 'Djelatnost HGK po granama gospodarstva' (circled in red), 'Sektor i odjeli' (with a dropdown arrow), 'Županijske komore', 'Ostale usluge', 'Udruženja i zajednice', 'Predstavništva', 'Nabava HGK', and 'O nama'. An arrow points from the circled menu item to the right-hand page. The right-hand page is titled 'GOSPODARSKE DJELATNOSTI' and lists various economic sectors: 'POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO', 'RUDARSTVO', 'PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA', 'PROIZVODNJA NAMJEŠTAJA', 'ENERGETIKA', 'ZAŠTITA OKOLIŠA I GOSPODARENJE VODAMA', 'GRADITELJSTVO', and 'TRGOVINA' (circled in red). Each sector has a link to 'Odaberi podkategoriju' followed by a plus sign.

The screenshot shows the search results for 'TRGOVINA'. At the top, the category 'TRGOVINA' is displayed with a plus sign. Below it is the section 'PRETRAŽIVANJE NOVOSTI'. Three search filters are visible and circled in red: 'Svi Sektori i Županije' (with a dropdown arrow), 'Svi mjeseci' (with a dropdown arrow), and '2017' (with a dropdown arrow). Below the filters, there is a list of news items, including: 'PRIJAVE SU ZAKLJUČENE Besplatan seminar o pripremama za godišnji obračun i novostima u godišnjem financijskom izvješću', 'Plakete Zlatne kune za M Adler D, Hempel i Valamar', '50 mjeseci realnoga rasta maloprodajnoga prometa EU', 'ŽK Split predstavio lokalnoj samoupravi znakove kvalitete HGK', 'Škorić: Cilj nam je braniti interese hrvatskoga gospodarstva', and 'Održan seminar Nabavom do konkurentnosti u sedam koraka'. Three callout boxes provide explanations for the filters:

- The first filter: 'Omogućava pretraživanje svih novosti (objave, pokazatelji) prema teritorijalnom kriteriju, na primjer: Teritorij RH, Komora Zagreb ili Županijska komora Split, te prema Sektorima, npr. Sektor za trgovinu'
- The second filter: 'Omogućava pretraživanje svih novosti (objave, pokazatelji) prema mjesecima objave'
- The third filter: 'Omogućava pretraživanje svih novosti (objave, pokazatelji) prema godina u kojoj su objavljeni'

➤ Pretraživanje prema sektorima i odjelima



SEKTOR ZA TRGOVINU

Sukladno uređenju i djelokrugu rada Hrvatske gospodarske komore, Sektor za trgovinu kao ustrojstvena jedinica promiče, zastupa i štiti interese svojih članica kroz provođenje aktivnosti vezanih za razvoj i unapređenje djelatnosti trgovine, promociju gospodarstva Republike Hrvatske te unapređenje politike zaštite potrošača (HGK, 2018).

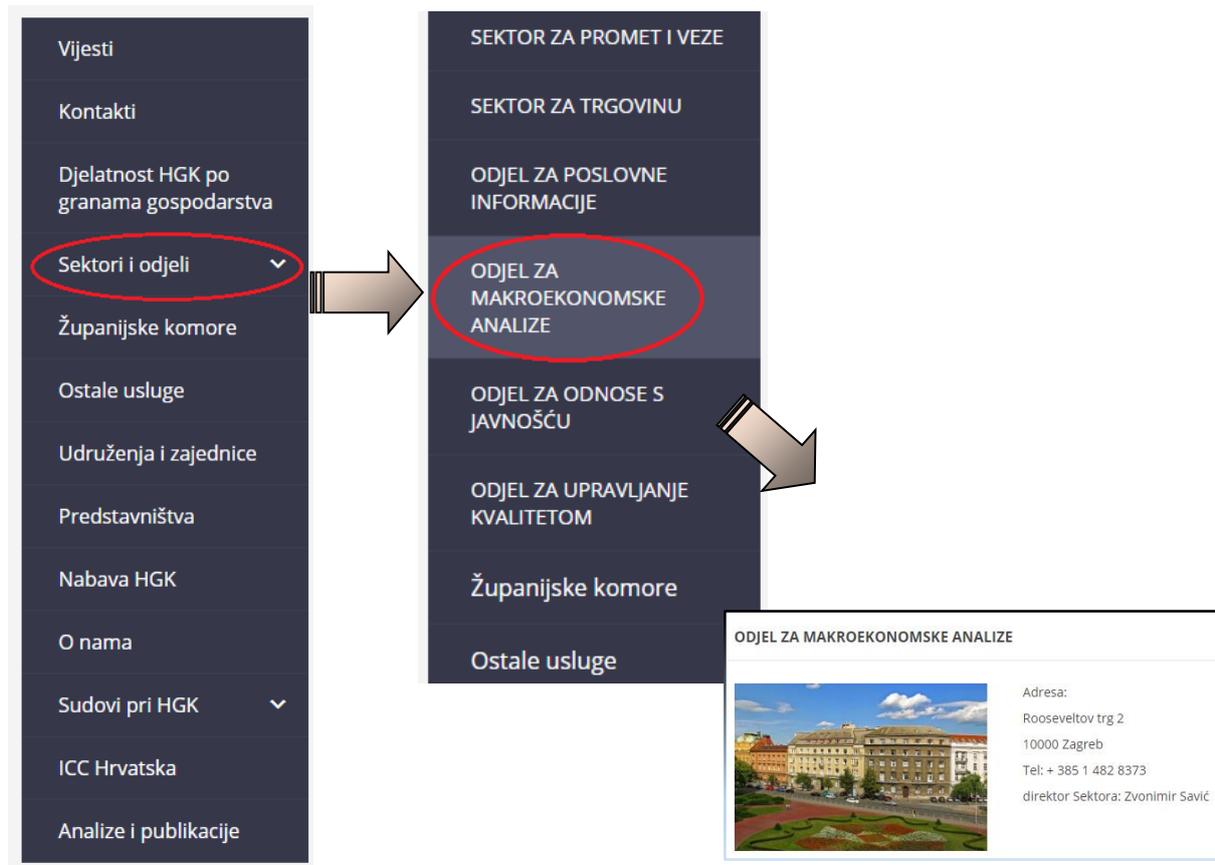
Sektor djeluje kroz dva Odjela:

- Odjel za usluge u trgovini
- Odjel za zaštitu potrošača

U okviru **Odjela za usluge u trgovini** djeluju 7 udruženja i 1 zajednica:

- Udruženje trgovine
- Udruženje trgovine motornim vozilima i dijelovima
- Udruženje trgovine na veliko farmaceutskim proizvodima i ortopedskim pomagalima
- Udruženje poslovanja nekretninama
- Udruženje marketinga
- Udruženje za istraživanje tržišta
- Udruženje trgovine novim tehnologijama
- Zajednica franšiznog poslovanja

Odjel za zaštitu potrošača provodi niz aktivnosti u cilju zaštite interesa svojih članica kao i unapređenja politike zaštite potrošača kao krajnjih korisnika roba i usluga u trgovini te surađuje aktivno sa nadležnim tijelima državne uprave i s udrugama civilnog društva koje zastupaju interese potrošača u Republici Hrvatskoj.



ODJEL ZA MAKROEKONOMSKE ANALIZE

Odjel za makroekonomske analize, kao dio komorskog sustava, bavi se praćenjem i analizama osnovnih makroekonomskih pokazatelja te ukupne društveno-ekonomske situacije u Republici Hrvatskoj. Istodobno se prate i analiziraju ekonomski trendovi u svijetu, posebice u tranzicijskim zemljama u okruženju te Europskoj uniji.

Odjel izdaje mjesečnu publikaciju pod nazivom "Gospodarska kretanja", u kojoj se tekstualno, tabelarno i grafički daje prikaz osnovnih makroekonomskih indikatora razvoja hrvatskog gospodarstva i to prema NKD-u, po godinama i mjesecima. Na taj način upućuje se na dinamiku kretanja realnog, fiskalnog i monetarnog sektora.

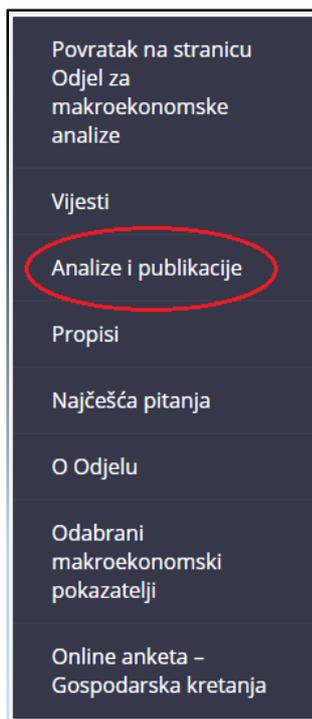
Osim toga, Odjel povremeno elaborira odraze mjera aktualne ekonomske politike na pojedine segmente hrvatskog gospodarstva.

Unatrag desetak godina Odjel jednom godišnje provodi istraživanje o poslovnim očekivanjima hrvatskih poduzetnika u pogledu investicija, zaposlenosti, poslovne klime te prihoda od prodaje na domaćem i inozemnom tržištu. Ta istraživanja u konačnici završavaju nacionalnim izvješćem "Croatian Country Report", koji čini dio European Economic Survey, koji jednom godišnje izdaje Eurochambres.

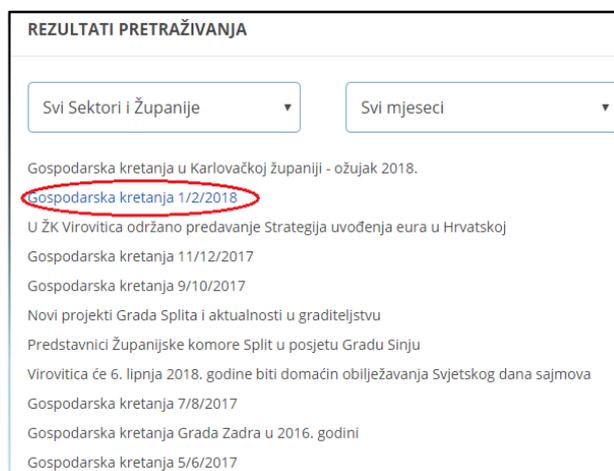
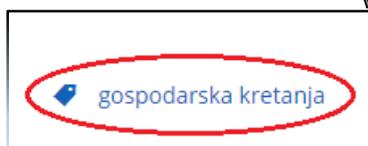
Odjel jednom godišnje izrađuje analize prethodnih razdoblja koje se nalaze na web stranici Odjela. U tim materijalima prikazana je dinamika razvoja pojedinih ekonomskih područja hrvatskog gospodarstva kao i analiza odraza pojedinih mjera aktualne ekonomske politike.

Odjel je 2000. godine napravio istraživanje "Rezultati istraživanja socioekonomskog standarda hrvatskog kućanstva" kojim je bilo obuhvaćeno 1000 kućanstava.

U svom radu Odjel surađuje i koristi se podacima županijskih komora, Hrvatske narodne banke, Ministarstva financija, Državnog zavoda za statistiku, FINA-e, Ekonomskog instituta, te European Commission-a, OECD-a, World Bank, Emerging Europe Monitor, WIIW i dr.



ILI



GOSPODARSKA KRETANJA 1-2/2018.

Elektroničko izdanje publikacije Gospodarska kretanja, koju izdaje Odjel za makroekonomske analize HGK-a, analizira kretanja najznačajnijih ekonomskih pokazatelja hrvatskoga gospodarstva.

Ta je publikacija koncipirana u tri dijela koja čine cjelinu analize aktualnih trendova hrvatskoga gospodarstva.



Sadržaj	
Osnovni makroekonomski pokazatelji hrvatskog gospodarstva	4
Bruto domaći proizvod	7
Industrijska proizvodnja	8
Trgovina na malo	9
Turizam	10
Prijevoz putnika i roba	11
Gradevinarstvo	12
Osnovni agregati cijena	13
Tržište rada	14
Zaposlenost i nezaposlenost	14
Plaće	15

Na početku je tablica s osnovnim makroekonomskim pokazateljima, zatim, u tekstualnom dijelu slijedi opis događanja i razina razvoja pojedinih sektora hrvatskoga gospodarstva i na kraju je tzv. dokumentacija, odnosno tablice s prikazom pojedinih ekonomskih pokazatelja, i to u nominalnom i realnom iznosu, koji pokazuju mjesečnu i godišnju dinamiku kretanja.

Na samom su kraju predstavljeni odabrani makroekonomski pokazatelji tranzicijskih i razvijenih zemalja (HGK, 2018).

TRGOVINA NA MALO

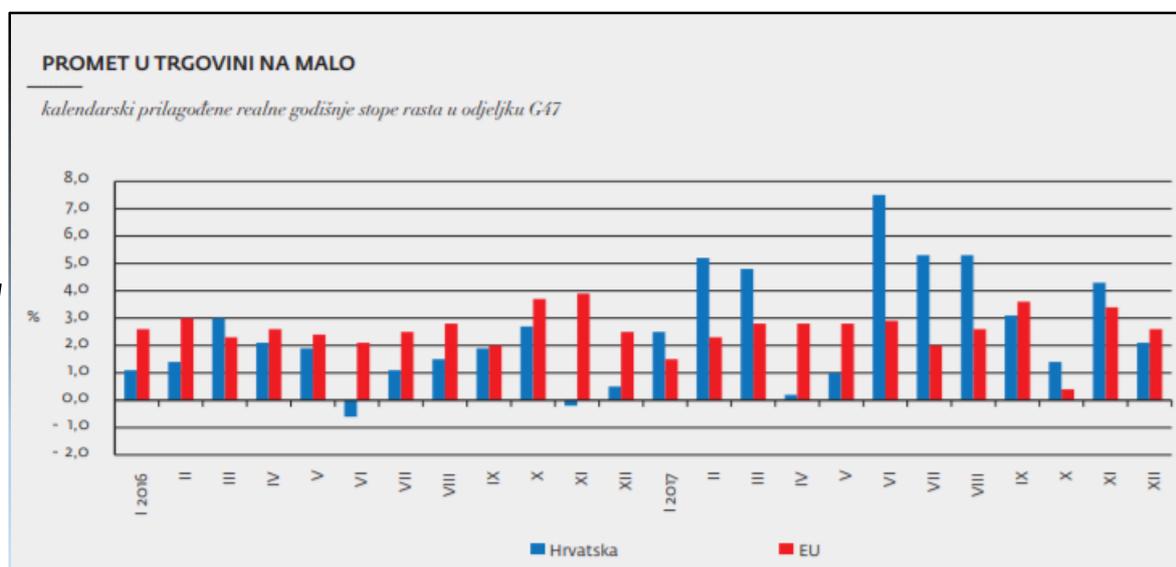
Maloprodajni promet raste već četvrtu godinu.

Prema objavljenim prvim rezultatima Državnog zavoda za statistiku, realan je promet u trgovini na malo u prosincu 2017. godine bio, prema kalendarski prilagođenim podacima, 1,4% veći u odnosu na isti mjesec 2016. godine. Tim je rastom nastavljen uzlazni trend koji kontinuirano traje od rujna 2014. godine.

Taj je uzlazni trend maloprodajnoga prometa, koji traje već 40 mjeseci, djelomično rezultat poboljšanja pouzdanja potrošača koje se kontinuirano bilježilo (na godišnjoj razini) od listopada 2014. do lipnja 2016. godine, kada je zabilježeno prvo pogoršanje. U posljednjih godinu dana pouzdanje potrošača uglavnom ima povoljnija kretanja. Na pozitivan su trend potrošačkog optimizma u posljednje dvije godine određeni utjecaj imale povoljnije promjene oporezivanja plaća, koje su uslijedile početkom 2015. i 2017. godine, a imale su utjecaj na povećanje kupovne moći stanovništva te tako i na rast prometa u 2017. godini. Osim toga, na prošlogodišnji rast povoljno je utjecao i turizam, tj. rekordni turistički rezultati koji najveći utjecaj imaju u srpnju i kolovozu, tj. u mjesecima kada se ostvari najviše noćenja i najveći maloprodajni promet u godini.

U 2017. godini promet u trgovini na malo realno je bio, prema kalendarski prilagođenim podacima, 4,7% veći u odnosu na 2016. godinu, što predstavlja najbržu dinamiku rasta još od 2007. godine (kada je rast u prosjeku iznosio 5,8%). Prošla je godina bila četvrta godina rasta (i treća godina ubrzanja dinamike rasta), ali s obzirom na to da je u razdoblju 2008. – 2013. bio zabilježen samo jedan rast (u 2011. godini), prošlogodišnja je razina realnoga prometa 6,8% manja u odnosu na onu iz 2008. godine.

Podaci na razini cijele EU pokazuju da je maloprodajni promet EU (odjeljak G47) realno bio, prema kalendarski prilagođenim podacima, u 2017. godini 2,5% veći (u Hrvatskoj 3,5%) u odnosu na 2016. godinu, odnosno 7,3% veći (u Hrvatskoj 5,5% manji) u odnosu na isto razdoblje 2008. godine. Prošla je godina bila četvrta u nizu uzlaznoga trenda, što je djelomično rezultat povoljnijega trenda na tržištu rada te kretanja potrošačkoga optimizma koji je, iako i dalje negativan, bio znatno povoljniji u odnosu na prethodno razdoblje (2008. – 2013.).



Izvor: Hrvatska gospodarska komora, Gospodarska kretanja 1-2/2018., str. 9

Grafikon prikazuje kalendarski prilagođene realne godišnje stope rasta prometa u trgovini na malo u odjeljku G47 u trgovini na malo u Hrvatskoj i EU u 2016. i 2017. godini u odnosu na iste mjesece prethodne godine.

Podaci pokazuju da je promet u trgovini na malo (odjeljak G47) u 2016. godini u Europskoj uniji ostvario više stope rasta u svim mjesecima (izuzev ožujka) u odnosu na Hrvatsku. U 2016. godini u Hrvatskoj je čak ostvaren pad prometa u trgovini na malo u lipnju i studenom u usporedbi s istim mjesecima prethodne godine.

U 2017. godini u Republici Hrvatskoj ostvaren je značajniji rast prometa u trgovini na malo u siječnju, veljači, ožujku, ali i u mjesecima ljetne turističke sezone, kada realne godišnje stope rasta u RH premašuju prosječne stope rasta prometa u trgovini na malo na razini Europske unije.

Treba naglasiti da su relativno visoke stope rasta ostvarene u 2017. godini još izraženije budući da su izračunane u odnosu na 2016. godinu u kojoj su ostvareni skromne rezultate u trgovini na malo.

INDEKSI PROMETA U TRGOVINI NA MALO

Retail Turnover Indices

	Lančani indeksi		Međugodišnji indeksi		Međugodišnji indeksi, kumulativ		Prosjeak 2010=100
	<i>Chain indices</i>		<i>Year on year indices</i>		<i>Year on year indices, cumulative</i>		<i>Average 2010-100</i>
	Nominalni	Realni	Nominalni	Realni	Nominalni	Realni	Realni
	<i>Nominal</i>	<i>Real</i>	<i>Nominal</i>	<i>Real</i>	<i>Nominal</i>	<i>Real</i>	<i>Real</i>
2011.	-	-	-	-	104,0	101,0	100,6
2012.	-	-	-	-	99,1	95,8	96,4
2013.	-	-	-	-	101,7	99,4	95,9
2014.	-	-	-	-	99,6	100,4	96,3
2015.	-	-	-	-	101,4	102,4	98,6
2016.	-	-	-	-	102,7	104,4	102,9
2017.	-	-	-	-	106,6	104,4	107,4
XI '15	91,2	91,5	102,5	103,8	101,2	102,3	90,7
XII	115,3	116,3	103,2	104,1	101,4	102,4	105,5
I '16	76,2	77,1	100,8	102,1	100,8	102,1	81,3
II	100,0	100,5	105,8	108,1	103,3	105,0	81,6
III	115,0	113,8	101,8	104,3	102,7	104,7	92,9
IV	105,5	105,4	100,6	103,2	102,1	104,3	97,9
V	103,6	103,1	100,6	103,2	101,8	104,1	101,0
VI	106,6	106,9	101,3	103,6	101,7	104,0	107,9
VII	115,1	116,7	101,2	103,6	101,6	103,9	125,9
VIII	100,9	101,3	103,4	105,9	101,9	104,2	127,5
IX	87,3	85,8	103,5	104,5	102,1	104,3	109,4
X	95,3	94,7	103,8	104,5	102,3	104,3	103,6
XI	90,6	90,5	103,2	103,4	102,3	104,2	93,8
XII	118,6	119,1	106,2	105,9	102,7	104,4	111,6
I '17 ^a	75,2	74,7	104,8	102,7	104,8	102,7	83,5
II ^b	99,2	98,8	104,0	101,0	104,4	101,8	82,4
III ^b	119,8	119,2	108,3	105,8	105,8	103,2	98,3

Lančani ili verižni indeksi pokazuju promjenu stanja pojave u uzastopnim razdobljima, npr. pokazuju promjenu prometa u trgovini na malo u mjesecu svibnju u usporedbi s vrijednošću prometa u trgovini na malo iz prethodnog mjeseca.

Međugodišnji indeksi, kumulativ pokazuju promjenu kumulativne vrijednosti pojave u određenom razdoblju u odnosu na kumulativnu vrijednost pojave u istom razdoblju prethodne godine, npr. pokazuju promjenu prometa u trgovini na malo u prva četiri mjeseca 2016. godine u odnosu na istu vrijednost prva četiri mjeseca prethodne godine.

Međugodišnji indeksi pokazuju promjenu stanja pojave u promatranom razdoblju u odnosu na vrijednost pojave u istom razdoblju prethodne godine, npr. pokazuju promjenu prometa u trgovini na malo u svibnju 2016. u odnosu na vrijednost prometa u istom mjesecu prethodne godine.

Promet u trgovini na malo u prosincu 2016. godine nominalno je porastao za 18,6%, a realno za 19,1% u odnosu na vrijednost prometa u trgovini na malo iz prethodnog mjeseca (studen 2016.).

Promet u trgovini na malo u prvih jedanaest mjeseci 2016. godine nominalno je porastao za 2,3%, a realno za 4,2% u odnosu na vrijednost prometa u trgovini na malo iz istog razdoblja prethodne godine (prvih jedanaest mjeseci 2015.).

Promet u trgovini na malo u kolovozu 2016. godine nominalno je porastao za 3,4%, a realno za 5,9% u odnosu na vrijednost prometa u trgovini na malo iz istog mjeseca prethodne godine (kolovoz 2015.).

Promet u trgovini na malo u studenom 2016. godine realno se smanjio za 6,2%, u odnosu na prosječnu vrijednost prometa u trgovini na malo u 2010. godini.

ZADACI ZA VJEŽBU

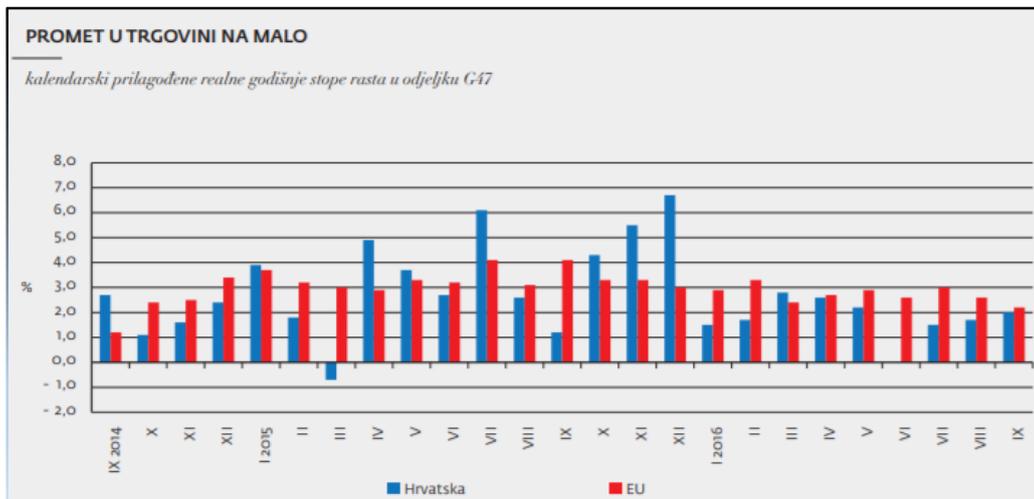
1. Promet u trgovini na malo u veljači 2015. godine u odnosu na siječanj iste godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
2. Promet u trgovini na malo u srpnju 2015. godine u odnosu na srpanj 2014. godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
3. Promet u trgovini na malo u prvih pet mjeseci 2015. godine u odnosu na isto razdoblje prethodne godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ a realno je porastao/se smanjio za _____ .
4. Promet u trgovini na malo u svibnju 2015. godine u odnosu na prosjek u 2010. godini realno je porastao/se smanjio za _____ .
5. U kojem mjesecu je promet u trgovini na malo u 2015. godini u usporedbi s vrijednošću prometa u trgovini na malo iz prethodnog mjeseca (i nominalno i realno) ostvario najveći porast? _____ .
6. Promet u trgovini na malo u navedenom mjesecu nominalno je porastao za _____ a realno za _____ .
7. U kojem mjesecu je promet u trgovini na malo u 2015. godini u usporedbi s vrijednošću prometa u trgovini na malo iz prethodnog mjeseca realno najviše smanjen? _____ .
8. U kojem mjesecu je promet u trgovini na malo u 2015. godini najviše realno smanjen u odnosu na prosječan promet u 2010. godini? _____ .
9. Promet u trgovini na malo u navedenom mjesecu realno je smanjen za _____ .
10. U kojem je mjesecu u 2015. godini promet od trgovine na malo u odnosu na promet istog mjeseca prethodne godine:

- a) realno najviše porastao? _____, a porastao je realno za _____
- b) nominalno se najviše smanjio? _____, a smanjen je nominalno za _____.

11. Objasnite što znači vrijednost međugodišnjeg nominalnog indeksa prometa u trgovini na malo u kolovozu 2015. godine (100,1).

12. Objasnite što znači vrijednost kumulativa međugodišnjeg realnog indeksa prometa u trgovini na malo u kolovozu 2015. godine (102,2).

13. Protumačite grafikom.



Izvor: Hrvatska gospodarska komora, Gospodarska kretanja 9-10/2016., str. 12

VJEŽBA 4.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TRGOVINA

na stranicama **MINISTARSTVA GOSPODARSTVA, PODUZETNIŠTVA I**
OBRTA

MINISTARSTVO GOSPODARSTVA, PODUZETNIŠTVA I OBRTA

www.mingo.hr

Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: razvoj i unapređenje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva, instrumente i mjere gospodarske politike; industrijsku politiku i politiku primjene inovacija i novih tehnologija; upravljanje jamstvenim fondom za unapređenje industrije; poslove vezane uz primjenu i korištenje prava intelektualnog i industrijskog vlasništva i poticanje stvaralaštva u industriji i trgovini u cilju razvoja konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva; energetska politiku Republike Hrvatske; rudarstvo; strategiju olakšavanja i poticanja ulaganja i izvoza.

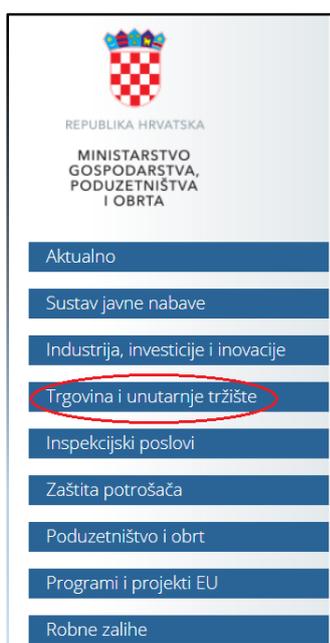


Ministarstvo s drugim nadležnim tijelima državne uprave sudjeluje u koordinaciji strategije upravljanja državnom imovinom, uključujući i sudjelovanje u koordinaciji restrukturiranja i sanacije pravnih osoba, izradi analiza u postupcima restrukturiranja trgovačkih društava u vlasništvu Republike Hrvatske te upravljanja vlasničkim udjelima u trgovačkim društvima u vlasništvu Republike Hrvatske; djelatnost trgovine na unutarnjem tržištu Europske unije; opskrbu i cijene; nacionalnu koordinaciju aktivnosti djelovanja na unutarnjem tržištu Europske unije, uključujući tehničko zakonodavstvo i infrastrukturu kvalitete, koordinaciju i razvoj nacionalne politike u području normizacije, akreditacije, ocjene sukladnosti i mjeriteljstva; stanje i pojave na tržištu; zaštitu potrošača; strateške robne zalihe.

Ministarstvo obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na razvoj, unapređenje i koordinaciju sustava javnih nabava; unapređenje i razvoj sustava koncesija u području svoje nadležnosti i nadzor nad njegovim provođenjem te unapređenje i razvoj sustava javno-privatnog partnerstva.

Ministarstvo obavlja poslove koji se odnose na sudjelovanje Republike Hrvatske u radu tijela Europske unije u područjima iz njegove nadležnosti. Ministarstvo obavlja i druge poslove koji su mu stavljeni u nadležnost posebnim zakonom.

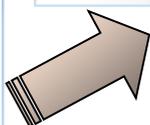
Stupanjem na snagu Zakona o ustroju ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave (NN, 93/16, 104/16), Ministarstvo gospodarstva nastavlja s radom, sukladno ustrojstvu i djelokrugu propisanom ovim zakonom, kao Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. Slijedom navedenog, sadržaj internetskih stranica Ministarstva gospodarstva i bivšeg Ministarstva poduzetništva i obrta objedinjen je na jednu službenu stranicu.



Trgovina u Hrvatskoj – visoko razvijena gospodarska grana

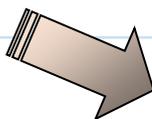
Trgovina u cjelini, a posebno maloprodaja, u Republici Hrvatskoj spada među najvažnije dijelove hrvatskoga gospodarstva. Preko trgovine, Republika Hrvatska se ubrzano globalizira što je posebna dimenzija njezine uloge u gospodarskom životu. Nesporna je činjenica da upravo trgovine pokazuje smjer kretanja u gospodarstvu u smislu nužnosti prilagođavanja poslovanja u odnosu na zahtjeve suvremenih svjetskih trendova.

U trgovini, prema kriteriju udjela u ukupnom broju registriranih pravnih osoba, posluje 28,1% gospodarskih subjekata te zapošljava oko 22,1% ukupnog broja zaposlenih. Udio distributivne trgovine u BDP-u kreće se oko 10%. S obzirom na važnost trgovine i dinamičnost tog sektora koji treba biti u funkciji u interesu cjelokupnog gospodarstva Republike Hrvatske, uspostavljen je pravni temelj u okviru kojeg se vodi računa kako o zaposlenicima tako i o potrošačima u smislu njihove opskrbljenosti robljem na udaljenim i izoliranim područjima kao i robljem koje su vezane uz poštovanje kulturnih i obiteljskih tradicija te potreba turista. Dakle, kod stvaranja pravnog temelja za obavljanje trgovine vodilo se računa o funkcioniranju cjelokupne društvene zajednice.



Paket mjera EK za digitalizaciju europske industrije	›
Prekogranična prenosivost digitalnih sadržaja	›
Suzbijanje monopola u sektoru internetske trgovine	›
Objavljen Pregled mjera, politika i aktivnosti Uprave za trgovinu i unutarnje tržište	›
Pokretač konkurentnosti i rasta gospodarstva (2. ICT summiT 2015. Rijeka)	›
Komisija predstavlja 16 inicijativa za uspostavljanje Jedinstvenog digitalnog tržišta	›
Europa se digitalizira	›
Uporaba ICT-a u poduzećima u EU 2014.	›
Uskoro „e-Mark U Trust“	›
EK objavila rezultate DESI 2015	›
Program rada Junckerove Komisije (New Start): Novi početak za Europu	›

1 2



Novosti	
Kontaktne točke i alati unutarnjeg tržišta koji vam mogu pomoći	›
Stanje internetske trgovine u 2013. u Republici Hrvatskoj i Europskoj uniji	›
Uredba o elektroničkoj identifikaciji za uspostavljanje jedinstvenog EU digitalnog tržišta	›
Vodič za trgovce	›

1 2

STANJE INTERNETSKE TRGOVINE U 2013. U REPUBLICI HRVATSKOJ I EUROPSKOJ UNIJI

Digitalna ekonomija i realizacija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu su jedan od četiri glavna pokretača napretka i konkurentnosti, a internetska trgovina dio je elektroničkog poslovanja, šire digitalne ekonomije.

Europska komisija usvojila je u siječnju 2012. (u kontekstu Zakona o jedinstvenom tržištu i Digitalnog programa za Europu), Komunikaciju o internetskoj trgovini i online uslugama, dokument u kojem je definirano 16 ciljanih inicijativa usmjerenih na identificiranje glavnih prepreka razvoju jedinstvenog digitalnog tržišta te na udvostručenje udjela internetske trgovine u trgovini na malo (3,4% u 2010) i udjela internetskog sektora u europskom BDP-u (manje od 3% u 2010) do 2015. godine.

Stanje internetske trgovine u 2013. godini u Republici Hrvatskoj i Europskoj uniji u odnosu na ciljeve koji su postavljeni u strategiji Digitalni program za Europu, procjene kao i ciljevi Ministarstva gospodarstva postavljenima za taj oblik trgovine koji ima značajan potencijal rasta, objavljeni su u brošuri 'Stanje internetske trgovine u 2013. u RH i EU'.

Vanjske poveznice i dokumenti

stanje internetske trgovine u 2013. u rh i eu 

Zatvori

UVOD

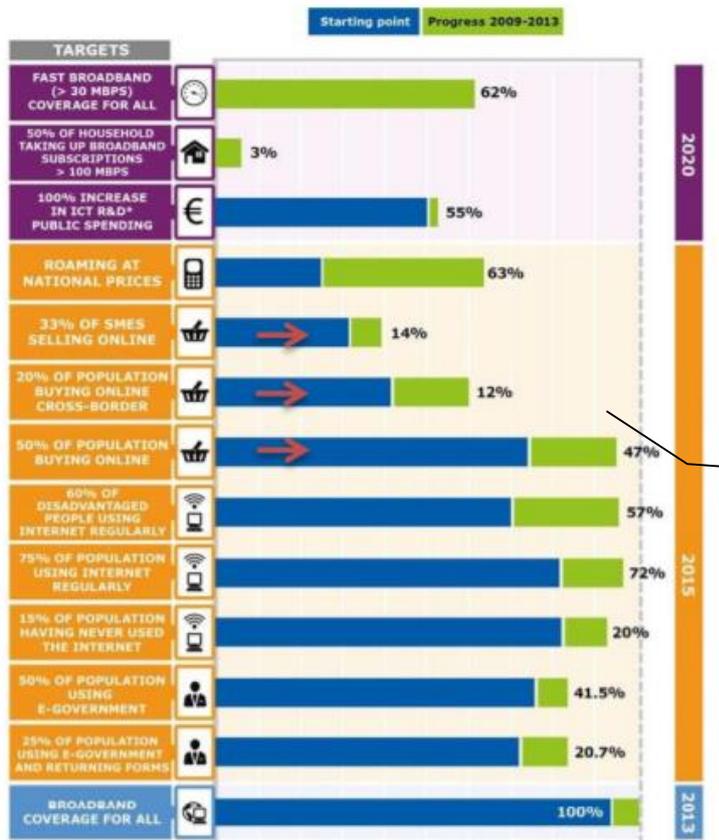
Internet je pokrenuo revoluciju u našem svakodnevnom životu, promjenu koju je moguće usporediti s industrijskom revolucijom jer je (u odnosu na tradicionalnu trgovinu) dramatično promijenio način na koji je moguća prodaja i kupnja proizvoda i usluga, način na koji se traže korisne informacije o proizvodima i uslugama i na koji su takve informacije dostupne, način plaćanja, distribuciju podataka itd. Internetska trgovina postavila je velike izazove pred zakonodavce, tradicionalnu trgovinu, tradicionalne medije i same potrošače.

Budućnost je digitalna, a pokretač rasta je digitalna ekonomija, utemeljena na informacijskim i komunikacijskim tehnologijama, na inovaciji i kreativnosti, na znanju. Ključne osobine digitalne ekonomije su globalizacija, umrežavanje, mobilnost, elektroničko poslovanje (kojega veliki dio čini internetska trgovina), digitalni proizvodi i usluge te nove organizacijske forme. Pokazatelji stanja u izvješću za 2013. godinu o postignutom u odnosu na ciljeve postavljene Digitalnim programom za Europu upućuju na zaključak da su na razini EU28 pomaci značajni, no digitalna ekonomija na jedinstvenom digitalnom tržištu još uvijek je daleko od postizanja svog punog potencijala, a troškovi neuspjeha ostvarivanja jedinstvenog digitalnog tržišta procijenjeni su na barem 4,1% BDP-a do 2020. godine, odnosno oko 500 milijardi eura.

Ciljevi EU za internetsku trgovinu do 2015. Kad je riječ o digitalnoj ekonomiji kao koraku prema ostvarenju jedinstvenog digitalnog tržišta, Komisija predlaže da se internetska trgovina u EU promiče omogućavanjem lakšeg korištenja platnih usluga koje trebaju biti pouzdanije i na konkurentnijoj razini, pronalaženjem rješenja za uzroke nedostatka ulaganja u brze širokopojasne mreže, stvaranjem uvjeta da e-račun postane standardna praksa u postupcima javne nabave te daljnjim naglašavanjem važnost povjerenja potrošača.

Nizom mjera i aktivnosti na razini EU28 planira se postizanje ciljeva:

- 33% malih i srednjih trgovaca ima internetsku prodaju
- 50% stanovništva kupuje putem interneta
- 20% stanovništva kupuje putem interneta - prekogranično.

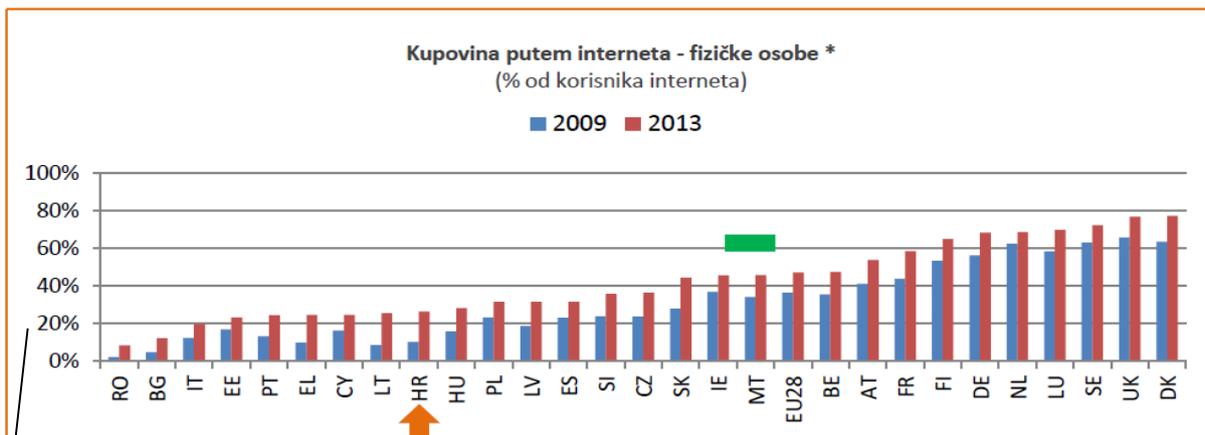


Krajem svibnja Europska komisija je objavila procjenu napretka u 2013. godini u odnosu na ciljeve koji su postavljeni u strategiji Digitalni program za Europu. Općenito, rezultati su pozitivni i upućuju da je Europska komisija na dobrom putu da do 2015. godine ostvari velik dio od 132 postavljenog cilja.

Pregled ostvarenih rezultata pokazuje da građani i pravne osobe u EU sve više koriste internet, raste udio internetske kupovine te se povećava razina povjerenja u kupovinu putem interneta kao i vještine u korištenju komunikacijskih i informacijskih tehnologija.

U nekim područjima ostvareni napredak nije dostatan: samo 14% malih i srednjih tvrtki koristi internet kao kanal za prodaju, što je rast od niskih 2% u odnosu na 2009. godinu, a s tako malim porastom ograničene su i mogućnosti malim i srednjim tvrtkama da rastu i stvaraju radna mjesta.

Rast prekogranične internetske kupovine također je ispod očekivanja. S obzirom na potencijalne uštede od oko 16% koje mogu biti ostvarene, osobito prekogranična Internetska trgovina ima mnogo neiskorištenog potencijala i još uvijek zaostaje za ciljem (20% u 2020.) koji je postavila Europska komisija u strateškom dokumentu Digitalni program za Europu.

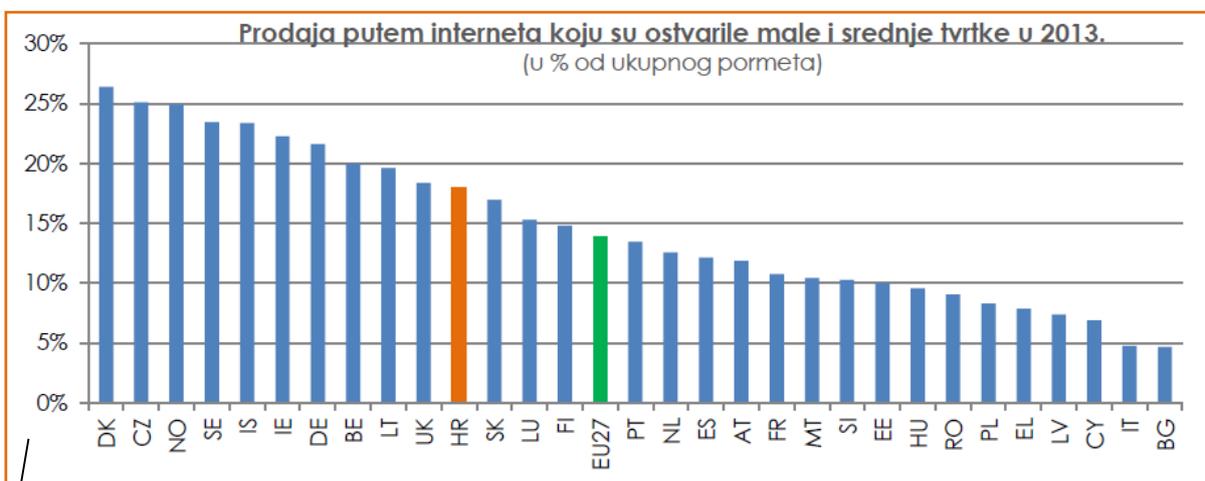


Broj građana koji kupuju putem interneta u stalnom je porastu pa je u četverogodišnjem razdoblju (2009. – 2013.) njihov udjel u ukupnom stanovništvu porastao za 10%. Izgledno je postizanje cilja od 50% do 2015. godine.

Zemlje koje imaju najmanje korisnika interneta imaju i najmanji postotak kupaca u tom prodajnom kanalu (Rumunjska, Bugarska, Italija i Estonija), dok najveći postotak internetskih kupaca u populaciji korisnika interneta imaju Velika Britanija (85%), Danska (81%) i Njemačka (80%).

Najbrži rast broja internetskih kupaca, u razdoblju od 2008. do 2013. godine, bilježe Hrvatska, Belgija, Litva, Slovačka i Malta (20 i više posto).

Prekogranična internetska kupovina također bilježi porast, ali nedovoljan, tek 4% rasta u razdoblju od četiri godine, što je presporo za postizanje cilja od 20% do 2015. (manje države članice imaju veći porast prekogranične internetske kupovine).



U 2012. godini 14% malih i srednjih tvrtki imalo je internetsku prodaju, a porast tog oblika prodaje veći od 5% bilježe samo Velika Britanija, Češka i Slovačka.

Prema sadašnjem stanju niti jedna država članica neće do 2015. godine postići ciljani postotak od 33% trgovaca koji imaju internetsku prodaju.

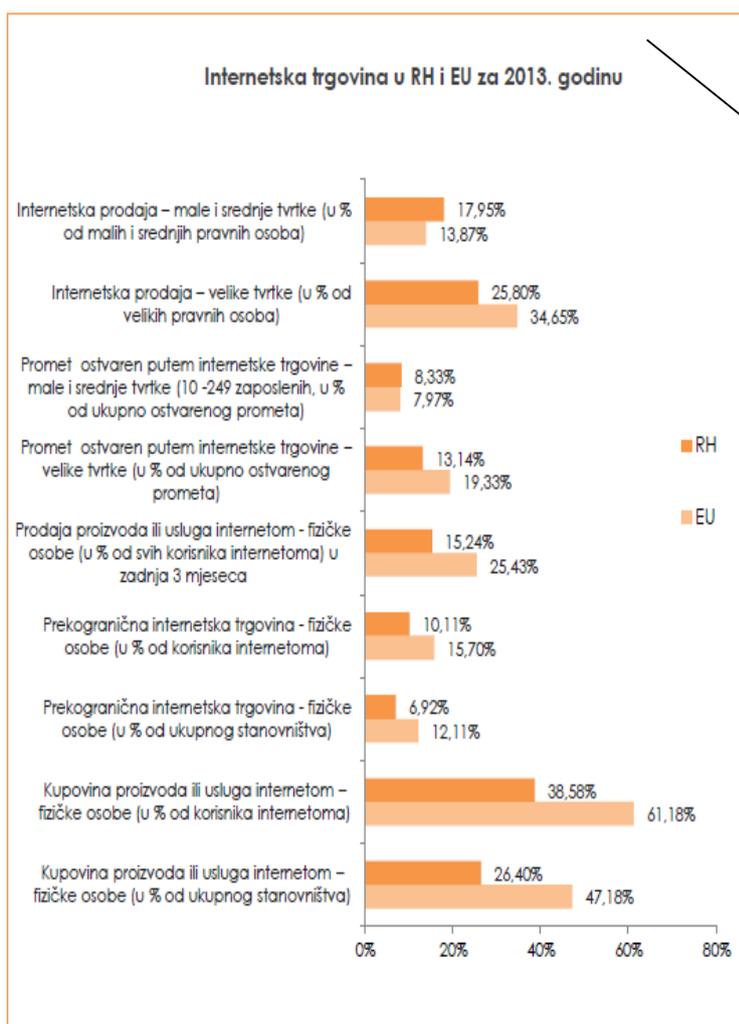
Također, više je tvrtki koje obavljaju kupovinu putem interneta (26%) nego prodaju, a razlog je tome, uz ostalo, i činjenica da je za kupovinu putem internet dostatan broj kreditne kartice, dok je za prodaju potrebna platforma s mehanizmom za naplatu i isporuku.

Pokazatelj uporabe interneta (fizičke osobe)	Hrvatska		EU28
	2012.	2013.	2013.
redoviti korisnici interneta (tjedno odlaze na mrežu) – fizičke osobe (% od ukupnog stanovništva)	58%	63%	72%
česti korisnici interneta (dnevno odlaze na mrežu) – fizičke osobe (% od ukupnog stanovništva)	48%	53%	62%
fizičke osobe koje nikada nisu koristile internet (% od ukupnog stanovništva)	35%	29%	20%

Iako je u 2013. godini udjel hrvatskih građana u ukupnom stanovništvu koji redovito koriste internet (63%) još uvijek ispod prosjeka EU (72%), u četverogodišnjem razdoblju, od 2009. godine kada je 44,4% hrvatskih građana redovito (barem jednom tjedno) koristilo internet pa do svibnja 2013. godine (63%), Hrvatska je ostvarila porast od gotovo 19%, što je najveći porast tog pokazatelja u EU.

Čestih korisnika interneta je u 2013-oj bilo 53%, što je manje nego što iznosi prosjek EU (62%), ali se broj građana koji nikada nisu koristili Internet smanjuje, s 35% u 2012. godini na 29% stanovništva u 2013. godini, no taj postotak je još uvijek veći od prosjeka EU (20%).

Usporedba pokazatelja internetske trgovine u Hrvatskoj i EU28 za 2013.



Uspoređujući pokazatelje trgovine putem interneta RH i EU u 2013. godini može se zaključiti da velike tvrtke u internetskoj prodaji zaostaju za EU, dok su male i srednje ispred EU.

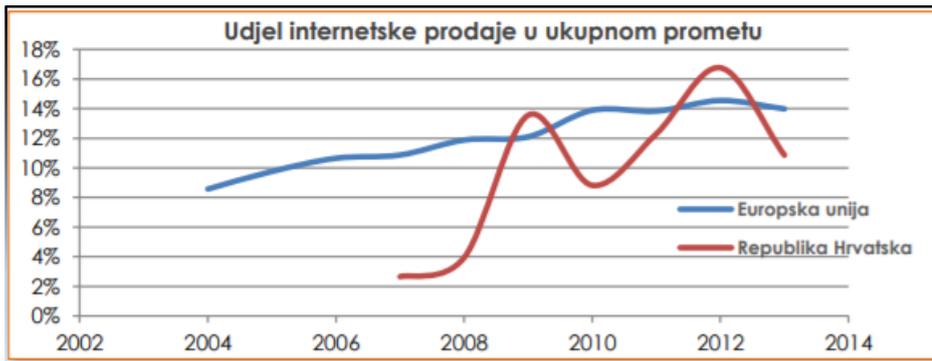
Od ukupnog prometa 13,14% je ostvareno putem interneta u RH, a 19,33% u EU.

Od ukupnog broja stanovnika 26,4% u RH kupuje proizvode i usluge internetom, a u EU 47,18% što predstavlja značajnu razliku.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. Od ukupnog prometa što su ga ostvarile male i srednje tvrtke u 2013. godini, najveći udio prodaje putem interneta ostvarila je _____ a najmanji _____ . Hrvatska se nalazi ispod/iznad prosjeka EU27.
2. Udjel hrvatskih građana u ukupnom stanovništvu koji redovito koriste internet u 2012. godini iznosio je _____ a u 2013. godini _____ , te je još uvijek ispod/iznad prosjeka EU koji iznosi _____ .
3. Broj građana koji nikada nisu koristili internet se smanjio/povećao u 2013. u odnosu na 2012. godinu za _____ , no taj postotak je još uvijek veći/manji od prosjeka EU koji iznosi _____ .
4. U 2013. godini je _____ hrvatskih državljana (od ukupnog broja korisnika interneta) kupovalo proizvode ili usluge putem interneta, što je znatno niže/više od prosjeka EU koji iznosi _____ .
5. U 2013. godini _____ hrvatskih građana (od ukupnog broja korisnika interneta) obavilo je kupovinu internetom prekogranično, od trgovca sa sjedištem u drugoj državi EU, dok taj postotak na razini EU28 iznosi _____ .
6. U EU28 od ukupnog broja korisnika interneta u 2008. i 2012. potrošači su putem interneta najviše kupovali _____ , dok su potrošači u Hrvatskoj putem interneta u 2008. godini najviše kupovali _____ a u 2012. godini _____ .
7. Od ukupno ostvarenog prometa velikih tvrtki _____ prometa je ostvareno putem interneta u 2013. godini u Hrvatskoj, a _____ u EU.
8. Vrijednost internetske prodaje koju su ostvarile male i srednje tvrtke u Hrvatskoj je u 2013. godini iznosila _____ od ukupnog prometa tih pravnih osoba. Na razini EU taj udjel iznosio je _____ .

9. Protumačite grafikon.



Izvor: Ministarstva gospodarstva RH, Stanje internetske trgovine u 2013. u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji, 2014., str. 9

VJEŽBA 5.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TRGOVINA

na stranicama MEĐUNARODNE TRGOVINSKE ORGANIZACIJE

WORLD TRADE ORGANIZATION – WTO
SVJETSKA TRGOVINSKA ORGANIZACIJA
www.wto.org

Svjetska trgovinska organizacija (kratica WTO od engl. World Trade Organization) je međunarodna organizacija koja predstavlja institucionalni i pravni okvir multilateralnog trgovinskog sustava u područjima carina i trgovine robama, uslugama i intelektualnog vlasništva. Hrvatska je članica WTO-a od 30. studenog 2000. godine.



Primarni cilj WTO-a je liberalizacija trgovine radi dobrobiti svih. WTO također, predstavlja i forum za sklapanje sporazuma u cilju smanjenja prepreka za međunarodnu trgovinu i osiguravanje jednakih uvjeta za sve, čime se pridonosi gospodarskom rastu i razvoju. WTO pruža pravni i institucionalni okvir za provedbu i praćenje raznih trgovinskih ugovora, kao i za rješavanje sporova koji proizlaze iz njihovog tumačenja i primjene.

Pristupanjem 23 države Općem sporazumu o carinama i trgovini (GATT) u Genevi je pokrenuta postupna trgovinska liberalizaciju i uklanjanje protekcionističkih mjera u trgovini robom koje su predstavljale ostavštinu iz 30-ih godina 20. stoljeća.

Sve do 1994. godine, tijekom 47 godina i kroz četiri runde pregovora (Dillon runda (1960.-1961.), Kennedy runda (1964.-1967.), Tokyo runda (1973.-1979.) i Urugvajaska runda (1986.-1994.), GATT-om je stvaran multilateralni trgovinski sustav, koji je 1995. godine prerastao u Svjetsku trgovinsku organizaciju (WTO, 2017.).

Formalno utemeljenje WTO-a proizlazi iz Urugvajske runde koja je uspješno okončana Ministarskom konferencijom u Marrakeshu (Maroko) 1994. godine gdje je utemeljena WTO kao međunarodna organizacija koja je u svoju strukturu ugradila dotadašnji Opći sporazum o carinama i trgovini, ali je svoju nadležnost proširila na dva druga nova područja – trgovinu uslugama (GATS) i intelektualno vlasništvo (TRIPS).

Tijekom proteklih 60 godina, WTO, a njegov prethodnik - organizacija GATT, pomogli su stvoriti jak i prosperitetan međunarodni trgovinski sustav, doprinoseći globalnom gospodarskom rastu. WTO trenutno ima 164 države članice, od kojih je 117 zemalja u razvoju ili zasebnih carinskih teritorija.

Aktivnosti WTO-a su podržane od strane Tajništva s više od 600 zaposlenih, na čelu s Robertom Azevedom, ravnateljem WTO-a. Tajništvo se nalazi u Genevi, Švicarska, i ima godišnji proračun od oko 200 milijuna švicarskih franaka (180 milijuna dolara, 130.000.000

€). Tri službena jezika kojim se govori u WTO-u su engleski, francuski i španjolski. Odluke se u pravilu donose konsenzusom cjelokupnog članstva.

Najveće institucionalno tijelo je *Ministarska konferencija*, koja se sastaje otprilike svake dvije godine. *Opće vijeće* obavlja organizaciju poslovanja u intervalima između ministarskih konferencija. Oba ova tijela obuhvaćaju sve članove. Specijalizirana pomoćna tijela (vijeća, odbori, pododbori), također obuhvaćaju sve članove, upravljaju i nadziru provedbu različitih sporazuma WTO.

Glavne aktivnosti WTO-a:

1. pregovori za smanjenje ili uklanjanje prepreka trgovini (uvoznih carina, drugih prepreka trgovini) i dogovaranje oko pravila koja uređuju vođenje međunarodne trgovine (npr. antidamping, subvencije, standardi proizvoda, itd.)
2. upravljanje i praćenje primjene dogovorenih pravila WTO-a za trgovinu robom, trgovinu uslugama, te trgovinu prava intelektualnog vlasništva
3. praćenje i pregled trgovinske politike članica, kao i osiguranje transparentnosti regionalnih i bilateralnih trgovinskih sporazuma
4. rješavanje sporova među članicama o tumačenju i primjeni sporazuma
5. jačanje kapaciteta u razvoju državnih službenika zemlje u međunarodnim trgovinskim pitanjima
6. pružanje pomoći u procesu pristupanja zemalja koje još nisu članovi organizacije
7. provođenje ekonomskih istraživanja, prikupljanje i objavljivanje podataka o trgovini u svrhu provođenja glavnih djelatnosti WTO-a
8. edukacija javnosti o WTO-u, njegovoj misiji i aktivnostima.

Cilj osnivanja i misao vodilja WTO-a je: otvaranje granica, nediskriminirajući tretman od strane nečlanica i među članicama, te predanost transparentnosti u obavljanju svoje djelatnosti. Otvaranje nacionalnih tržišta za međunarodnu trgovinu, s opravdanim izuzecima ili s odgovarajućim fleksibilitetima, potaknut će i pridonijeti održivom razvoju, podići blagostanje ljudi, utjecati na smanjenje siromaštva i potaknuti mir i stabilnost. U isto vrijeme, takvo otvaranje tržišta mora biti praćeno domaćim i međunarodnim politikama koje pridonose gospodarskom rastu i razvoju u skladu s potrebama i željama svake članice.

WTO membership	Documents, data and resources	WTO and you																																				
<p>OFFICIAL DOCUMENTS</p> <p>WTO "Documents Online"</p> <p>Documents for meetings</p> <p>Latest documents</p> <p>Legal texts</p> <p>Depositing legal instruments</p> <p>GATT documents</p> <p>PUBLICATIONS</p> <p>Key publications</p> <p>By title</p> <p>By category/subject</p> <p>Online bookshop</p> <p>WTO bookshop in Geneva</p> <p>Library</p>	<p>STATISTICS</p> <p>Merchandise trade</p> <p>Trade in services</p> <p>Tariffs</p> <p>Non-tariff measures (NTMs)</p> <p>Global value chains (GVCs)</p> <p>Other statistics</p> <p>ECONOMIC RESEARCH</p> <p><u>World Trade Report</u></p> <p>Working papers</p> <p>WTO Chairs Programme</p> <p>Trade Dialogues</p>	<p>MULTIMEDIA</p> <p>Audio/podcasting</p> <p>Video</p> <p>Photos</p> <p>Maps</p> <p>OTHER RESOURCES</p> <p>Glossary</p> <p>Distance learning</p> <p><input type="checkbox"/> ECampus</p> <p>Terminology database</p>																																				
		<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Economic research and analysis</td> <td>2017</td> <td></td> <td>Trade, technology and jobs</td> </tr> <tr> <td>Trade and tariffs data</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Trade Dialogues Lecture Series</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><u>World Trade Report</u></td> <td>2016</td> <td></td> <td>Levelling the trading field for SMEs</td> </tr> <tr> <td>Other ERSD publications</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>WTO working papers</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>See also:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>> International trade statistics</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>2015</td> <td></td> <td>Speeding up trade, benefits and challenges of implementing the WTO Trade Facilitation Agreement</td> </tr> </tbody> </table>	Economic research and analysis	2017		Trade, technology and jobs	Trade and tariffs data				Trade Dialogues Lecture Series				<u>World Trade Report</u>	2016		Levelling the trading field for SMEs	Other ERSD publications				WTO working papers				See also:				> International trade statistics					2015		Speeding up trade, benefits and challenges of implementing the WTO Trade Facilitation Agreement
Economic research and analysis	2017		Trade, technology and jobs																																			
Trade and tariffs data																																						
Trade Dialogues Lecture Series																																						
<u>World Trade Report</u>	2016		Levelling the trading field for SMEs																																			
Other ERSD publications																																						
WTO working papers																																						
See also:																																						
> International trade statistics																																						
	2015		Speeding up trade, benefits and challenges of implementing the WTO Trade Facilitation Agreement																																			

IZVJEŠĆE O SVJETSKOJ TRGOVINI

Izvešće o svjetskoj trgovini je godišnja publikacija koja ima za cilj produbiti razumijevanje o trendovima u trgovini, pitanjima trgovinske politike i multilateralnom trgovinskom sustavu.



IZVJEŠĆE O SVJETSKOJ TRGOVINI 2014. - TRGOVINA I RAZVOJ: AKTUALNI TRENDovi I ULOGA WTO-a

World Trade Report 2014. pokazuje jesu li se i u kojoj mjeri veliki ekonomski trendovi promijenili, te kako zemlje u razvoju mogu koristiti trgovinu kako bi potaknule vlastiti razvoj.

Trendovi koji se prikazuju i promatraju su: *ekonomski rast gospodarstva u razvoju, rastuća integracija svjetske proizvodnje kroz opskrben lance, više cijene poljoprivrednih proizvoda i prirodnih resursa, te povećanje međuovisnosti u svjetskoj ekonomiji.*

Izvešće također prikazuje i ulogu WTO-a.

Mnoge zemlje u razvoju su doživjele neočekivani rast i sve više se integriraju u globalno gospodarstvo, čime se otvaraju mogućnosti i za zemlje koje još uvijek zaostaju u razvoju. Međutim, značajne prepreke i dalje postoje.

Integracija u globalnim lancima vrijednosti može omogućiti lakše ostvarenje procesa industrijalizacije u zemljama u razvoju. Međutim, konkurentna prednost može se lako izgubiti, a postizanje nadogradnje predstavlja izazov.

Više cijene poljoprivrednih proizvoda i prirodnih resursa su pomogle u nekim zemljama u razvoju ostvariti snažan rast, ali rast cijena može uzrokovati probleme za uvoznike tih proizvoda.

Rastuća međuovisnost u globalnom gospodarstvu omogućuje zemljama da brže profitiraju od rasta u ostalim dijelovima svijeta, ali to također može rezultirati raznim izazovima, kao što se kriza može brzo prenijeti preko granice.

Mnoge zemlje u razvoju još uvijek imaju dug put u rješavanju svojih razvojnih izazova.

Multilateralni trgovinski sustav pruža zemljama u razvoju, a osobito najslabije razvijenim zemljama, jedinstvene mogućnosti da to i učine.

Published in 2014
> Order printed copy
Download pdf:
> Complete report (240 pages; 7.9MB)
> Contents, acknowledgements, disclaimer, DG Foreword and Executive Summary (15 pages; 497KB)
I- The world economy and trade in 2013 and early 2014 (22 pages; 517KB)
II- Trade and development: recent trends and the role of the WTO
> A. Introduction (14 pages; 618KB)
> B. The increasing importance of developing countries in the global economy (26 pages; 545KB)
> C. The rise of global value chains (50 pages; 851KB)
> D. A new role for commodities in development strategies (42 pages; 639KB)
> E. Increased synchronization and globalization of macroeconomic shocks (18 pages; 373KB)
> F. The WTO and developing countries (21 pages; 485KB)
> G. Conclusions (2 pages; 48KB)

SVJETSKO GOSPODARSTVO I TRGOVINA U 2013. I PRVOJ POLOVICI 2014. GODINE

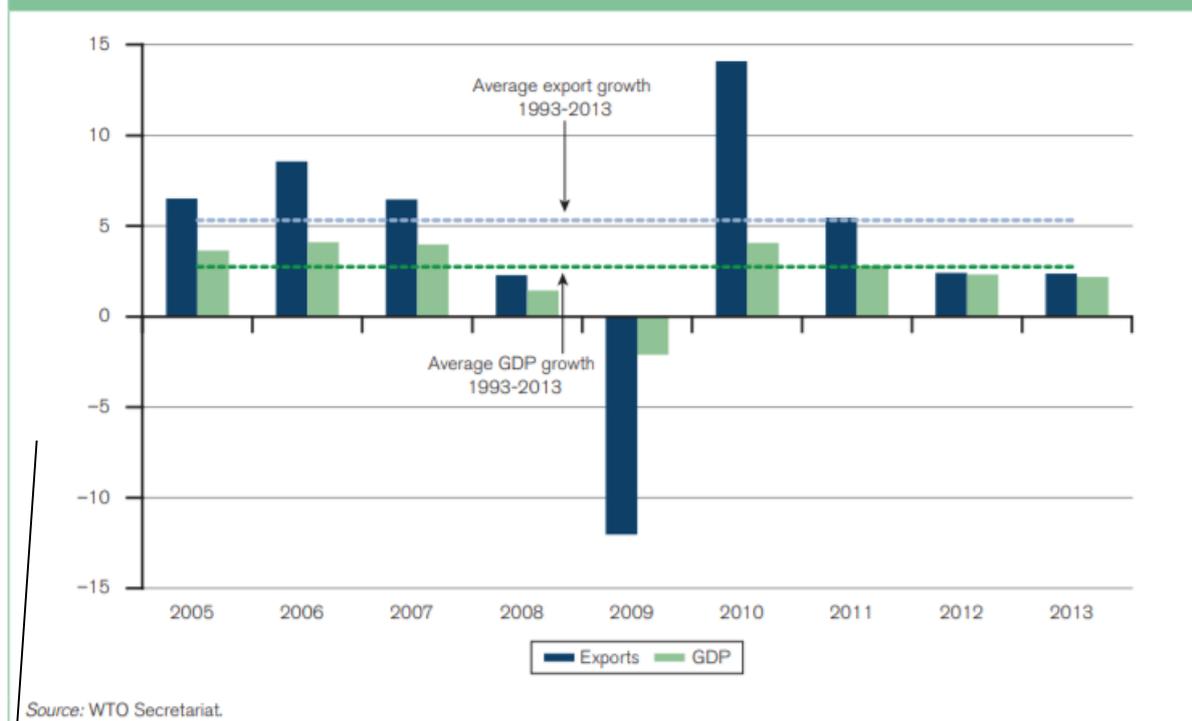
U 2013. godini ostvaren je rast svjetske trgovine robama od 2,2%, što je gotovo identično porastu od 2,3% ostvarenom u prethodnoj godini. Porast svjetske trgovine robama u 2012. i 2013. godini bio je manji od 20-godišnjeg prosjeka od 5,3% ostvarenog u razdoblju od 1993. do 2013, a bio je značajno ispod prosjeka od 6,0% u 20 godina koje su prethodile krizi 2008.-09. godine. Volumen svjetske robne razmjene nastavio se polako povećavati od početka 2014. godine, s povećanjem od 2,1% u prvom tromjesečju u usporedbi s istim razdobljem 2013. godine. Ipak, očekuje se da će porast svjetske trgovine robama u 2014. godini biti veći nego u 2013. godini, budući da globalna ekonomija uzima zamah.

Spor tempo rasta trgovine u 2013. godini bio je posljedica kombinacije čimbenika, uključujući nisku potražnju za uvozom u razvijenim ekonomijama (-0,3%) i umjereni rast uvoza u zemljama u razvoju (4,7%).

Što se tiče izvoza, i razvijene zemlje i zemlje u razvoju zabilježile su samo mali porast (1,5% i 3,6%). Nekoliko čimbenika pridonijelo je slabijem razvoju trgovine i ukupne proizvodnje u 2013., uključujući i dugotrajni utjecaj recesije u EU, visoku nezaposlenost u gospodarstvima Euro zone (s izuzetkom Njemačke) i neizvjesnost o vremenu usklađivanja Federalnih rezervi s monetarnim poticajima u Sjedinjenim američkim državama. To je doprinijelo financijskoj volatilnosti u zemljama u razvoju u drugoj polovici 2013. godine, osobito u nekim gospodarstvima u nastajanju s velikim neravnotežama na tekućim računima.

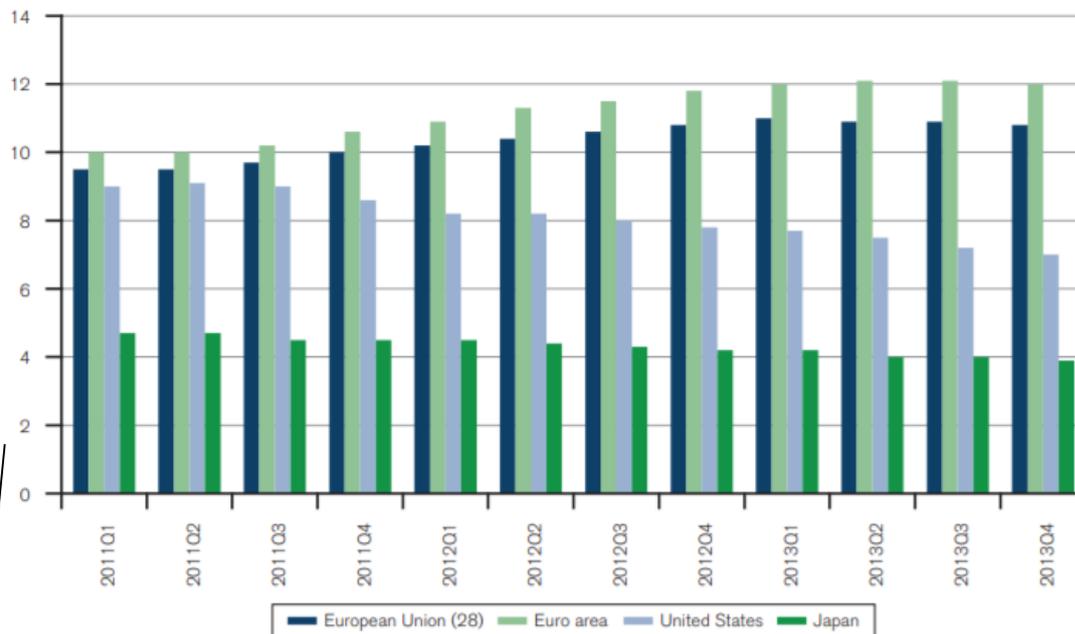
Procjena godišnje stope rasta od 2,2 % svjetske trgovine u 2013. godini odnosi se na prosjek robnog izvoza i uvoza, u smislu volumena, prilagođenog za iznos promjena inflacije i deviznog tečaja po zemljama. Ova brojka nešto je niža od prognoze WTO-a od 2,5 % rasta za 2013. godinu. Glavni razlog za to bio je jači pad od očekivanog u trgovinskim tokovima u gospodarstvima u razvoju u drugoj polovici prošle godine. Već drugu godinu zaredom, svjetska trgovina je rasla po otprilike istoj stopi kao svjetski bruto domaći proizvod (BDP), a ne dva puta brže, kao što je to obično slučaj.

Figure 1: Growth in volume of world merchandise exports and GDP, 2005–13
(annual percentage change)



Grafikon prikazuje rast obujma svjetskog robnog izvoza i BDP-a od 2005-2013. u godišnjim stopama rasta. U 2013. vrijednost svjetskog robnog izvoza je rasla za 2,0 %, na 18,8 trilijuna američkih dolara. Ova stopa rasta bila je nešto manja od procjene rasta izvoza od strane WTO-a (2,4 %), što podrazumijeva da su izvozne cijene blago padale iz godine u godinu.

Figure 6: Unemployment rates in the European Union (28), the euro area, the United States and Japan, 2011Q1–2013Q4 (per cent of labour force)



Source: OECD Labour Force Statistics.

Grafikon prikazuje stope nezaposlenosti u EU28, Euro zoni, USA-u i Japanu po kvartalima od 2011. do 2013. godine, kao udjel u ukupnoj radnoj snazi stanovništva navedenih područja. Iz grafikona je vidljivo da je nezaposlenost rasla iz godine u godinu u Euro zoni, dok je u Japanu u promatranom razdoblju nezaposlenost bila najniža ostvarujući istovremeno blagi pad.

Table 1: GDP and merchandise trade by region, 2011–13 (annual percentage change)

	GDP			Exports			Imports		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
World	2.8	2.3	2.2	5.5	2.4	2.5	5.3	2.1	1.9
North America	2.0	2.8	1.8	6.6	4.4	2.8	4.4	3.1	1.2
United States	1.8	2.8	1.9	7.3	3.8	2.6	3.8	2.8	0.8
South and Central America^a	4.5	2.7	3.0	6.8	0.7	1.4	13.0	2.3	3.1
Europe	1.9	-0.1	0.3	5.6	0.8	1.5	3.2	-1.8	-0.5
European Union (28)	1.7	-0.3	0.1	5.8	0.4	1.7	2.8	-1.9	-0.9
Commonwealth of Independent States (CIS)	4.9	3.5	2.0	1.6	0.9	0.8	17.3	2.8	-1.3
Africa	1.1	5.7	3.8	-8.2	6.5	-2.4	5.1	12.9	4.1
Middle East	5.7	3.4	3.0	7.8	5.2	1.9	4.5	10.5	6.2
Asia	4.1	4.0	4.2	6.4	2.8	4.7	6.6	3.7	4.5
China	7.7	7.7	7.5	8.8	6.2	7.7	8.8	3.6	9.9
Japan	1.4	1.6	1.5	-0.6	-1.0	-1.9	4.3	3.8	0.5
India	3.2	4.4	5.4	15.0	0.2	7.4	9.7	6.8	-3.0
Newly industrialized economies (4) ^b	4.1	1.8	2.7	7.7	1.4	3.5	2.7	1.4	3.4
Memo: Developed economies	1.5	1.3	1.1	5.2	1.1	1.5	3.4	0.0	-0.3
Memo: Developing and CIS	5.7	4.5	4.4	5.8	3.8	3.6	8.0	5.1	4.7

Tablica prikazuje godišnje stope promjene BDP-a i robne razmjene (uvoza i izvoza) po regijama od 2011.-2013. Pozitivna vrijednost godišnje stope promjene označava rast vrijednosti prometa u odnosu na prethodnu godinu a negativna vrijednost stope promjene označava pad vrijednosti prometa u odnosu na prethodnu godinu.

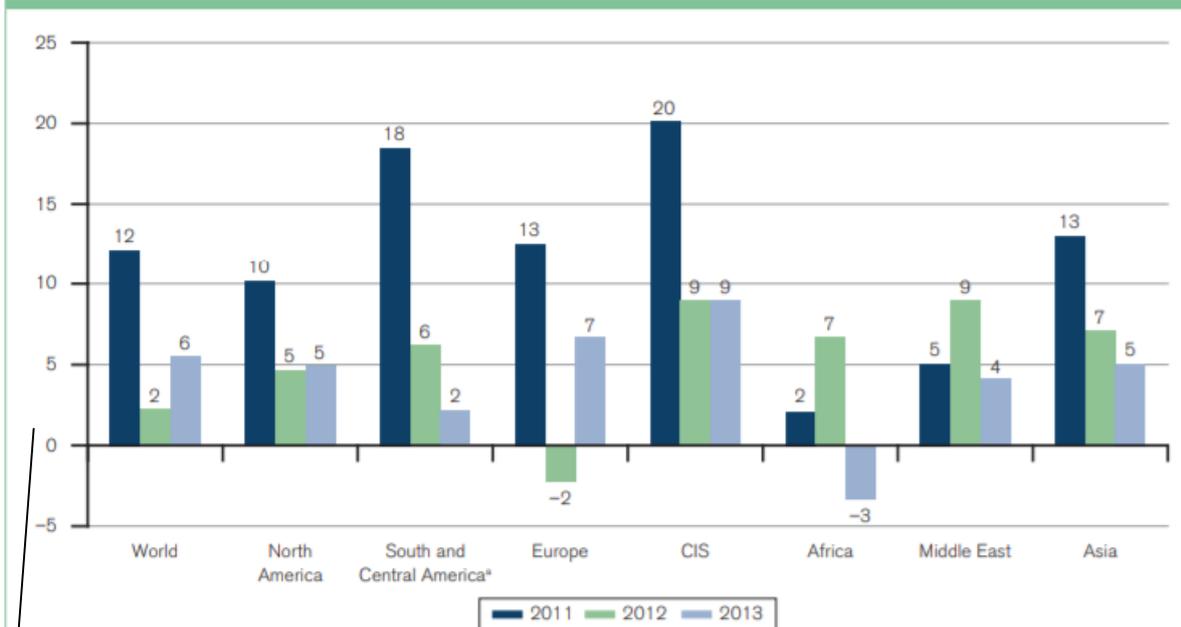
Podaci pokazuju da je u Europskoj uniji (28) u 2013. godini ostvaren rast uvoza od 1,7% u odnosu na prethodnu godinu, uz istovremeni pad izvoza od 0,9%, također u usporedbi s podacima iz prethodne godine.

Table 3: World exports of merchandise and commercial services, 2005–13
(US\$ billion and annual percentage change)

	Value	Annual % change			
	2013	2011	2012	2013	2005-13
Merchandise	18,816	20	0	2	8
Commercial services	4,645	12	2	6	8
Transport	905	9	1	2	6
Travel	1,185	12	4	7	7
Other commercial services, of which:	2,550	14	2	6	9
Communications services	120	9	5	9	9
Construction	105	7	0	-2	8
Insurance services	105	9	-1	-2	10
Financial services	335	12	-3	9	8
Computer and information services	285	17	5	10	14
Royalties and licence fees	310	14	1	6	9
Other business services	1,245	15	4	6	9
Personal, cultural and recreational services	40	17	2	8	8
Memo: Goods and commercial services (BOP)	23,255	18	1	3	8

Tablica prikazuje godišnje stope promjene robnog izvoza i komercijalnih usluga, te njihovu vrijednost u bilijunima US\$. Pozitivna vrijednost godišnje stope promjene označava rast vrijednosti prometa u odnosu na prethodnu godinu, a negativna vrijednost stope promjene pad vrijednosti prometa u odnosu na prethodnu godinu.

Figure 8: Growth in the value of commercial services exports by region, 2011–13
(annual percentage change)



Source: WTO Secretariat.

*Includes the Caribbean.

Grafikon prikazuje godišnje stope rasta vrijednosti izvoza komercijalnih usluga od 2011. do 2013. po svjetskim regijama. Iz grafikona je vidljivo da su jedino Europa u 2012., a Afrika u 2013., ostvarile negativne stope rasta izvoza komercijalnih usluga u odnosu na prethodnu godinu, dok su sve ostale regije ostvarile rast izvoza komercijalnih usluga u promatranom razdoblju, pri čemu se ipak može zaključiti da gotovo sve regije ostvaruju sporiji rast u 2012. i 2013. godini u odnosu na ostvarenu stopu rasta u 2011. godini.

Appendix Table 3: Merchandise trade: leading exporters and importers, 2013
(US\$ billion and percentage)

Rank	Exporters	Annual			Rank	Importers	Annual		
		Value	Share	% change			Value	Share	% change
1	China	2,209	11.7	8	1	United States	2,329	12.3	0
2	United States	1,580	8.4	2	2	China	1,950	10.3	7
3	Germany	1,453	7.7	3	3	Germany	1,189	6.3	2
4	Japan	715	3.8	-10	4	Japan	833	4.4	-6
5	Netherlands	672	3.6	3	5	France	681	3.6	1
6	France	580	3.1	2	6	United Kingdom	655	3.5	-5
7	Korea, Republic of	560	3.0	2	7	Hong Kong, China	622	3.3	12
8	United Kingdom	542	2.9	15		- retained imports	141	0.7	4
9	Hong Kong, China	536	2.8	9	8	Netherlands	590	3.1	0
	- domestic exports	20	0.1	-11	9	Korea, Republic of	516	2.7	-1
	- re-exports	516	2.7	10	10	Italy	477	2.5	-2
10	Russian Federation	523	2.8	-1	11	Canada ^a	474	2.5	0
11	Italy	518	2.8	3	12	India	466	2.5	-5
12	Belgium	469	2.5	5	13	Belgium	451	2.4	3
13	Canada	458	2.4	1	14	Mexico	391	2.1	3
14	Singapore	410	2.2	0	15	Singapore	373	2.0	-2
	- domestic exports	219	1.2	-4		- retained imports ^b	182	1.0	-9
	- re-exports	191	1.0	6	16	Russian Federation ^a	343	1.8	2
15	Mexico	380	2.0	3	17	Spain	339	1.8	0
16	United Arab Emirates ^c	379	2.0	9	18	Chinese Taipei	270	1.4	0
17	Saudi Arabia, Kingdom of ^c	376	2.0	-3	19	Turkey	252	1.3	6
18	Spain	317	1.7	7	20	United Arab Emirates ^c	251	1.3	11
19	India	313	1.7	6	21	Thailand	251	1.3	0
20	Chinese Taipei	305	1.6	1	22	Brazil	250	1.3	7
21	Australia	253	1.3	-1	23	Australia	242	1.3	-7
22	Brazil	242	1.3	0	24	Malaysia	206	1.1	5
23	Switzerland	229	1.2	1	25	Poland	205	1.1	3
24	Thailand	229	1.2	0	26	Switzerland	201	1.1	2
25	Malaysia	228	1.2	0	27	Indonesia	187	1.0	-2
26	Poland	202	1.1	9	28	Austria	182	1.0	2
27	Indonesia	183	1.0	-3	29	Saudi Arabia, Kingdom of	168	0.9	8
28	Austria	175	0.9	5	30	Sweden	160	0.8	-3
29	Sweden	168	0.9	-3					
30	Czech Republic	162	0.9	3					
	Total of above ^d	15,364	81.7	-		Total of above ^d	15,505	82.1	-
	World ^d	18,816	100.0	2		World ^d	18,890	100.0	2

Tablica prikazuje robnu razmjenu, vodeće zemlje uvoznike i izvoznike u 2013. godini. U tablici je prikazana vrijednost uvoza/izvoza u bilijunima US \$, udio na tržištu, godišnja stopa promjene, te rang svake pojedine zemlje.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u 2013. godini najveći svjetski izvoznik bila Kina koja je ostvarila izvoz u vrijednosti 2.209 bilijuna US\$, što predstavlja udio od 11,7% u ukupnom izvozu. Izvoz roba u Kini je u 2013. godini porastao za 8% u odnosu na vrijednost izvoza iz prethodne godine.

Također je vidljivo da su najveći svjetski uvoznik u 2013. godini bile Sjedinjene Američke Države koje su ostvarile 2.329 bilijuna US\$ robnog uvoza, što predstavlja 12,3% ukupnog svjetskog robnog uvoza.

Appendix Table 4: Merchandise trade: leading exporters and importers excluding intra-EU (28) trade, 2013 (US\$ billion and percentage)

Rank	Exporters	Value	Share	Annual % change	Rank	Importers	Value	Share	Annual % change
1	Extra-EU(28) exports	2,307	15.3	7	1	United States	2,329	15.4	0
2	China	2,209	14.7	8	2	Extra-EU(28) imports	2,235	14.8	-3
3	United States	1,580	10.5	2	3	China	1,950	12.9	7
4	Japan	715	4.8	-10	4	Japan	833	5.5	-6
5	Korea, Republic of	560	3.7	2	5	Hong Kong, China	622	4.1	12
6	Hong Kong, China	536	3.6	9		– retained imports	141	0.9	4
	– domestic exports	20	0.1	-11	6	Korea, Republic of	516	3.4	-1
	– re-exports	516	3.4	10	7	Canada ^a	474	3.1	0
7	Russian Federation	523	3.5	-1	8	India	466	3.1	-5
8	Canada	458	3.0	1	9	Mexico	391	2.6	3
9	Singapore	410	2.7	0	10	Singapore	373	2.5	-2
	– domestic exports	219	1.5	-4		– retained imports ^b	182	1.2	-9
	– re-exports	191	1.3	6	11	Russian Federation ^a	343	2.3	2
10	Mexico	380	2.5	3	12	Chinese Taipei	270	1.8	0
11	United Arab Emirates ^c	379	2.5	9	13	Turkey	252	1.7	6
12	Saudi Arabia, Kingdom of ^c	376	2.5	-3	14	United Arab Emirates ^c	251	1.7	11
13	India	313	2.1	6	15	Thailand	251	1.7	0
14	Chinese Taipei	305	2.0	1	16	Brazil	250	1.7	7
15	Australia	253	1.7	-1	17	Australia	242	1.6	-7
16	Brazil	242	1.6	0	18	Malaysia	206	1.4	5
17	Switzerland	229	1.5	1	19	Switzerland	201	1.3	2
18	Thailand	229	1.5	0	20	Indonesia	187	1.2	-2
19	Malaysia	228	1.5	0	21	Saudi Arabia, Kingdom of	168	1.1	8
20	Indonesia	183	1.2	-3	22	Viet Nam	132	0.9	16
21	Norway	154	1.0	-4	23	South Africa ^e	126	0.8	-1
22	Turkey	152	1.0	0	24	Norway	90	0.6	3
23	Qatar	137	0.9	3	25	Chile	79	0.5	-1
24	Viet Nam	132	0.9	15	26	Ukraine	77	0.5	-9
25	Kuwait ^e	115	0.8	-3	27	Israel ^e	75	0.5	-1
26	Nigeria ^e	103	0.7	-10	28	Argentina	74	0.5	8
27	South Africa	96	0.6	-4	29	Philippines	65	0.4	0
28	Iraq ^e	90	0.6	-5	30	Iraq ^e	61	0.4	8
29	Venezuela, Bolivarian Rep. of ^e	89	0.6	-9					
30	Kazakhstan	83	0.5	-5					
	Total of above ^d	13,566	90.2	-		Total of above ^d	13,912	92.0	-
	World ^f (excl. Intra-EU(28))	15,047	100.0	1		World ^f (excl. Intra-EU(28))	15,121	100.0	1

Tablica prikazuje trgovinu komercijalnim uslugama, vodeće zemlje uvoznike i izvoznike u 2013. godini. U tablici je prikazana vrijednost uvoza/izvoza u bilijunima US\$, udio na tržištu, godišnja stopa promjene, te rang svake pojedine zemlje.

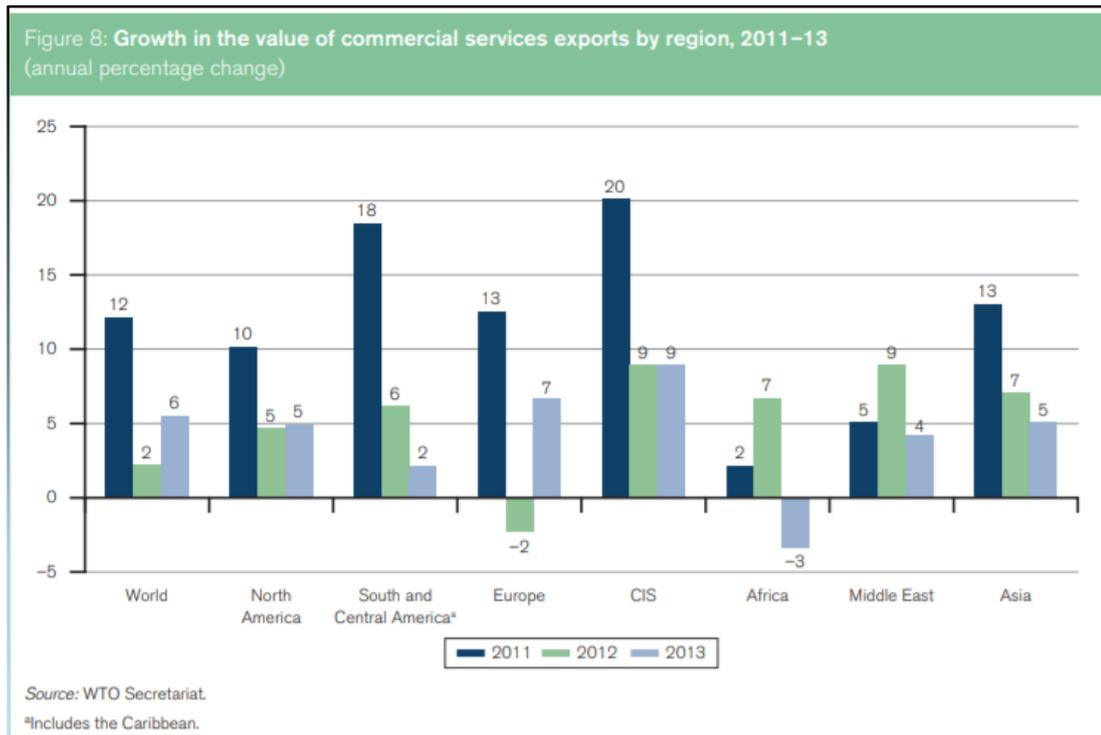
Iz podataka u tablici je vidljivo da je u 2013. godini najveći svjetski izvoznik komercijalnih usluga bila EU28 koja je ostvarila izvoz komercijalnih usluga u vrijednosti 2.307 bilijuna US\$, što predstavlja udio od 15,3% u ukupnom izvozu. Izvoz komercijalnih usluga u EU28 je u 2013. godini porastao za 7% u odnosu na vrijednost izvoza iz prethodne godine. Također je vidljivo da su najveći svjetski uvoznik komercijalnih usluga u 2013. godini bile Sjedinjene Američke Države koje su ostvarile 2.329 bilijuna US\$ uvoza komercijalnih usluga, što predstavlja 15,4% ukupnog svjetskog uvoza komercijalnih usluga.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. U 2013. godini u Aziji se ukupan izvoz roba povećao/smanjio za _____, uvoz se povećao/smanjio za _____, dok se BDP povećao/smanjio za _____.
2. U 2012. godini u EU28 ukupan izvoz roba povećao/smanjio se za _____, uvoz se povećao/smanjio za _____, dok se BDP povećao/smanjio za _____.
3. U 2013. godini cijene svih roba su se povećale/smanjile za _____, s tim da su se cijene metala povećale/smanjile za _____, cijene pića povećale/smanjile za _____, cijene hrane povećale/smanjile za _____, cijene poljoprivrednih sirovina povećale/smanjile za _____, te cijene energije povećale/smanjile za _____.
4. Vrijednost izvoza roba u svijetu 2013. godini je iznosila _____ bilijuna US \$, što predstavlja povećanje /smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu.
5. Vrijednost izvoza komercijalnih usluga u svijetu 2013. godini je iznosila _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu, s tim da je sektor putovanja ostvario povećanje/smanjenje za _____.
6. U 2013. godini u Njemačkoj je ukupna vrijednost izvoza roba iznosila _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu.
7. U 2013. godini u Italiji je ukupna vrijednost uvoza roba iznosila _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu.
8. U 2013. godini u Kini je ostvaren ukupni izvoz komercijalnih usluga u vrijednosti od _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu.

9. U 2013. godini u Japanu je ukupna vrijednost uvoza komercijalnih usluga iznosila _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu.
10. U 2013. godini vodeći izvoznik robe u svijetu je bila _____, s ukupnom vrijednošću izvoza od _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu, što predstavlja _____ ukupnog izvoza robe u svijetu.
11. U 2013. godini vodeći uvoznik robe u svijetu je bila _____, s ukupnom vrijednošću uvoza od _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu, što predstavlja _____ ukupnog uvoza robe u svijetu.
12. U 2013. godini Japan je bio _____ zemlja po rangi izvoznika robe u svijetu, s ukupnom vrijednošću izvoza od _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu, s udjelom na tržištu od _____.
13. U 2013. godini vodeći izvoznik komercijalnih usluga u svijetu je bila _____, s ukupnom vrijednošću izvoza od _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu, s udjelom na tržištu od _____.
14. U 2013. godini vodeći uvoznik komercijalnih usluga u svijetu je bila _____, s ukupnom vrijednošću uvoza od _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu, s udjelom na tržištu od _____.
15. U 2013. godini Rusija je bila _____ zemlja po rangi uvoznika komercijalnih usluga u svijetu, s ukupnom vrijednošću uvoza od _____ bilijuna US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ u odnosu na 2012. godinu, s udjelom na tržištu od _____.

14. Protumačite grafikon.



Izvor: WTO, World Trade Report 2014., I. poglavlje: Trade developments in 2013 and early 2014., str. 26

VJEŽBA 6.
PRIPREMA ZA PROVJERU ZNANJA
iz područja OSNOVE TRGOVINE

PRAKTIČNI ZADATAK – PROVJERA ZNANJA

PRIMJER 1.

Smjernice za rješavanje Praktičnog zadatka:

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 1. i 2. koristite Statistički ljetopis 2013. Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 3. i 4. koristite Priopćenja za ožujak 2012, Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 5. i 6. koristite Gospodarska kretanja 7-8/2016, Hrvatske gospodarske komore.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 7. koristite dokument Ministarstva gospodarstva RH pod nazivom: Stanje internetske trgovine u 2013. u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 8. i 9. koristite publikaciju WTO-a World Trade Report 2013., I. poglavlje: Trade developments in 2012 and early 2013.

Zadaci:

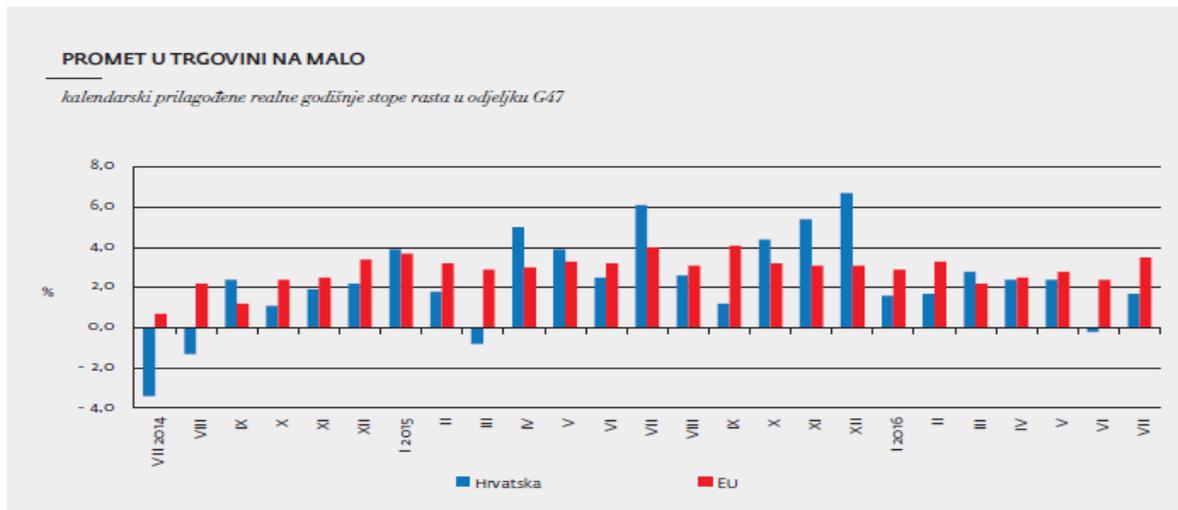
1. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti desezoniranog indeksa, promet u trgovini na malo ostvaren od djelatnosti trgovine na malo bez obzira na pretežitu djelatnost poslovnog subjekta, u 2012. godini, nominalno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2005. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2005. godine.
2. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti kalendarski prilagođenog indeksa, ukupan promet poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a, u 2012. godini, nominalno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2005. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2005. godine.
3. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti desezoniranog indeksa, promet u trgovini na malo poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a, u ožujku 2012. godine, nominalno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost

prometa iz veljače 2012. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz prethodnog mjeseca.

4. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti kalendarski prilagođenog indeksa, promet od trgovine na malo, u ožujku 2012. godine, nominalno je porastao/se smanjio _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz ožujka 2011. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz istog mjeseca prethodne godine.
5. Objasnite što znači vrijednost međugodišnjeg kumulativnog realnog indeksa prometa u trgovini na malo koji je u Republici Hrvatskoj u svibnju 2016. godine iznosio 104,1.

6. U kojem je mjesecu u 2014. godini promet od trgovine na malo, u Republici Hrvatskoj, u odnosu na promet istog mjeseca prethodne godine:
- a) nominalno najviše porastao? _____, a porastao je nominalno za _____%.
- b) realno se najviše smanjio? _____, a smanjen je realno za _____%.
7. Od ukupno ostvarenog prometa, male i srednje tvrtke (10-249 zaposlenih) u Republici Hrvatskoj su putem internetske trgovine ostvarile _____% prometa, dok su male i srednje tvrtke (10-249 zaposlenih) u EU putem internetske trgovine ostvarile _____% prometa u 2013. godini.
8. U 2012. godini vodeća zemlja izvoznik robe u svijetu je bila _____, s ukupnom vrijednošću izvoza od _____ bilijuna US \$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na 2011. godinu, a s udjelom na tržištu od _____% u 2012. godini.
9. U 2012. godini Njemačka je bila _____ zemlja po rangui zemalja uvoznika komercijalnih usluga u svijetu, s ukupnom vrijednošću uvoza od _____ bilijuna US \$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na 2011. godinu, s udjelom na tržištu od _____% u 2012. godini.

10. Objasnite grafikon.



Izvor: Hrvatska gospodarska komora, Gospodarska kretanja 7-8/2016, str. 10

PRAKTIČNI ZADATAK – PROVJERA ZNANJA

PRIMJER 2.

Smjernice za rješavanje Praktičnog zadatka:

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 1. i 2. koristite Statistički ljetopis 2014. Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 3. i 4. koristite Priopćenja za listopad 2015. (**Trgovina na malo u 2015.**) Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 5. i 6. koristite Gospodarska kretanja 1-2/2017. Hrvatske gospodarske komore.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 7. koristite dokument Ministarstva gospodarstva RH pod nazivom: Stanje internetske trgovine u 2013. u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 8. i 9. koristite publikaciju WTO-a World Trade Report, 2012. (Trade and public policies: Closer look at non-tariff measures in the 21st century), I. poglavlje: World trade in 2011.

Zadaci:

1. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti kalendarski prilagođenog indeksa, ukupan promet u trgovini na malo ostvaren od djelatnosti trgovine na malo bez obzira na pretežitu djelatnost poslovnog subjekta, u 2013. godini, nominalno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2010. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2010. godine.
2. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti desezoniranog indeksa, ukupan promet poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a u 2013. godini nominalno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2010. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz bazne 2010. godine.
3. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti desezoniranog indeksa, promet od trgovine na malo u listopadu 2015. godine nominalno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz rujna 2015. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz prethodnog mjeseca.

4. U Republici Hrvatskoj, prema vrijednosti kalendarski prilagođenog indeksa, ukupan promet u trgovini na malo poslovnih subjekata s pretežnom djelatnošću u odjeljku 47 NKD-a, u listopadu 2015. godine, nominalno je porastao/se smanjio _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz listopada 2014. godine, a realno je porastao/se smanjio za _____ %, u odnosu na vrijednost prometa iz istog mjeseca prethodne godine.

5. Objasnite što znači vrijednost lančanog nominalnog indeksa prometa u trgovini na malo koji je u Republici Hrvatskoj u studenom 2016. godine iznosio 90,6.

6. U kojem je mjesecu u 2016. godini promet od trgovine na malo, u Republici Hrvatskoj, u odnosu na promet prethodnog mjeseca:

a) nominalno se najviše smanjio? _____, a smanjen je nominalno za _____%.

b) realno najviše porastao? _____, a porastao je realno za _____%.

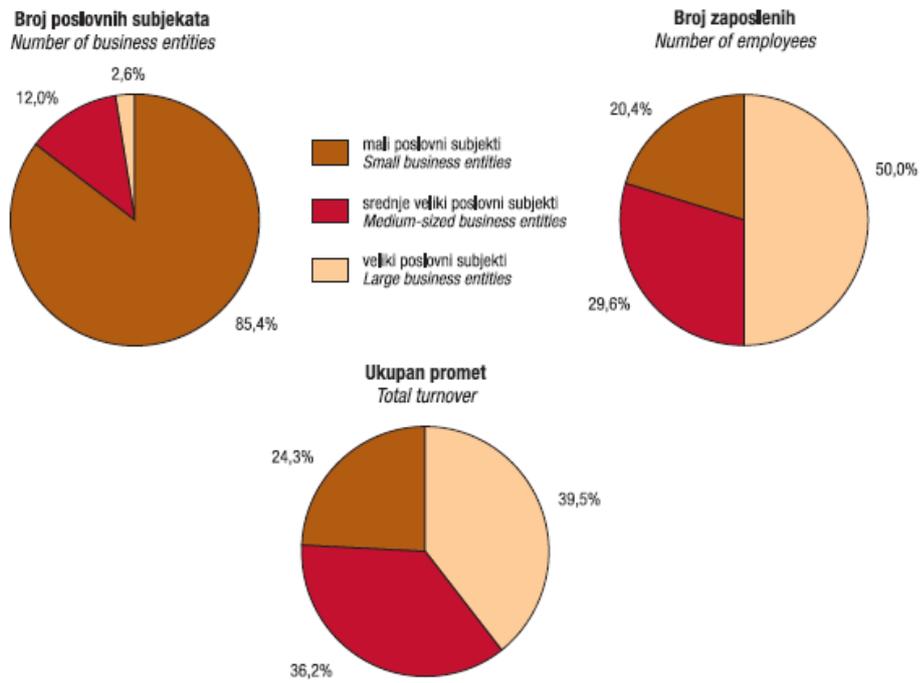
7. Od ukupno ostvarenog prometa u 2013. godini, velike tvrtke u Republici Hrvatskoj su putem internetske trgovine ostvarile _____% prometa, dok su velike tvrtke u EU putem internetske trgovine ostvarile _____% prometa.

8. U 2011. godini Nizozemska je bila _____ zemlja po rangui zemalja uvoznika robe u svijetu, s ukupnom vrijednošću uvoza od _____ bilijuna US \$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na 2010. godinu, a udjelom na tržištu od _____% u 2011. godini.

9. U 2011. godini Sjeverna Amerika je ostvarila _____ bilijuna US \$ vrijednosti izvoza komercijalnih usluga, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na 2010. godinu, a _____ bilijuna US \$ vrijednosti uvoza komercijalnih usluga, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na 2010. godinu.

10. Objasnite grafikon.

G 23-3. BROJ POSLOVNIH SUBJEKATA, BROJ ZAPOSLENIH I UKUPAN PROMET U USLUŽNIM DJELATNOSTIMA U 2013.
NUMBER OF BUSINESS ENTITIES, NUMBER OF EMPLOYEES AND TOTAL TURNOVER IN SERVICE ACTIVITIES, 2013



Izvor: Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis, 2014., str. 423.

VJEŽBA 7.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZAM

na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU
(1. dio – Statistički ljetopis)

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU

www.dzs.hr

OBJAVLJENI PODACI

Publikacije, popisi...



➔

Objavljeni Podaci

Redovna izdanja

- Prvi rezultati
- Priopćenja i Statistička izvješća
 - prema statističkim područjima
 - prema Kalendaru objavljivanja
 - prema Programu publiciranja
- Statistički ljetopis
- Statističke informacije
- Hrvatska u brojkama
- Žene i muškarci u Hrvatskoj
- Mjesečno statističko izvješće

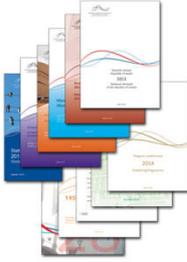
Studije i analize ➔

Izvanredna izdanja ➔

Metodološke upute ➔

Ostalo

- Turistička aktivnost domaćeg stanovništva u 2013. godini 📄
- Turistička aktivnost domaćeg stanovništva u 2012. godini 📄
- Turistička aktivnost domaćeg stanovništva u 2011. godini 📄
- Turistička aktivnost domaćeg stanovništva u 2009. godini 📄



STATISTIČKI LJETOPIS

STATISTIČKI LJETOPIS 2017.

SADRŽAJ CONTENTS

Statistički ljetopis Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske u Poglavlju 24. objavljuje podatke vezane za turizam u Republici Hrvatskoj. Klikom na naslov neke od tablica ili grafikona unutar sadržaja, automatski se otvara odabrana tablica ili grafikon unutar Statističkog ljetopisa.

24. TURIZAM	
<i>TOURISM</i>	
<i>Metodološka objašnjenja</i>	
<i>Notes on Methodology</i>	
	423
24-1. Dolasci i noćenja turista	427
<i>Tourist arrivals and nights</i>	427
24-2. Smještajni kapaciteti prema vrstama turističkih smještajnih objekata, stanje 31. kolovoza	428
<i>Accommodation capacities, by types of tourist accommodation establishments, situation as on 31 August</i>	428
24-3. Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta	429
<i>Tourist arrivals and nights, by country of residence</i>	429
G 24-1. Noćenja turista od 2007. do 2016.	430
<i>Tourist nights, 2007 – 2016</i>	430
G 24-2. Noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta od 2014. do 2016.	430
<i>Foreign tourist nights, by country of residence, 2014 – 2016</i>	430
24-4. Dolasci turista prema vrstama turističkih smještajnih objekata	431
<i>Tourist arrivals, by types of tourist accommodation establishments</i>	431
24-5. Noćenja turista prema vrstama turističkih smještajnih objekata	432
<i>Tourist nights, by types of tourist accommodation establishments</i>	432
G 24-3. Noćenja domaćih i stranih turista prema vrstama turističkih smještajnih objekata u 2016.	434
<i>Domestic and foreign tourist nights, by types of tourist accommodation establishments, 2016</i>	434
24-6. Nekomercijalni turistički promet u kućama i stanovima za odmor	434
<i>Non-commercial tourist activity in summer houses and apartments</i>	434
24-7. Kapaciteti luka nautičkog turizma, stanje 31. kolovoza	435
<i>Capacities of nautical ports, situation as on 31 August</i>	435
24-8. Plovila u lukama nautičkog turizma prema zastavi plovila	435
<i>Vessels in nautical ports, by flag</i>	435
G 24-4. Plovila u lukama nautičkog turizma prema zastavi plovila u 2016.	436
<i>Vessels in nautical ports, by flag, 2016</i>	436
24-9. Turistička aktivnost stanovništva Republike Hrvatske	436
<i>Tourist activity of population of Republic of Croatia</i>	436
24-10. Dolasci i noćenja turista u 2016. po županijama	438
<i>Tourist arrivals and nights, by counties, 2016</i>	438
24-11. Dolasci i noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta u 2016. po županijama	439
<i>Tourist arrivals and nights, by country of residence, by counties, 2016</i>	439
M 24-1. Noćenja domaćih turista u 2016.	442
<i>Domestic tourist nights, 2016</i>	442
M 24-2. Noćenja stranih turista u 2016.	443
<i>Foreign tourist nights, 2016</i>	443

Metodološka objašnjenja

Izvor podataka o turizmu jesu redovita istraživanja: Mjesečni izvještaj o dolascima i noćenjima turista (TU-11), Izvještaj o turistima i noćenjima u kućama i stanovima za odmor – nekomercijalni turistički promet (TU-11v) te Izvještaj o kapacitetu i prometu luka nautičkog turizma (TU-18).

Izvor podataka o putovanjima stanovništva Republike Hrvatske (tablica 24-10.) jest anketa o turističkoj aktivnosti domaćeg stanovništva, koju je proveo Institut za turizam.

Metodologija statistike turizma temelji se na preporukama Eurostata i Svjetske turističke organizacije (UN WTO).

Definicije

Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskome ili drugom objektu za smještaj turista radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, porodice, poslova, javnih misija i skupova.

Turist je registriran u svakome mjestu ili objektu u kojem boravi i zbog toga u slučaju promjene mjesta ili objekta dolazi do njegova ponovnog iskazivanja, a time i do dvostrukosti u podacima. Prema tome, statistika evidentira broj dolazaka turista, a ne broj turista.

Domaći turist je svaka osoba s prebivalištem u Hrvatskoj koja u nekome mjestu u Hrvatskoj izvan mjesta svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskome ili drugom objektu za smještaj gostiju.

Strani turist jest svaka osoba s prebivalištem izvan Hrvatske koja privremeno boravi u Hrvatskoj i provede najmanje jednu noć u ugostiteljskome ili drugom objektu za smještaj gostiju.

Kolektivni smještajni objekti pružaju noćenje turistima u sobi ili nekoj drugoj jedinici, ali broj mjesta koji osiguravaju mora biti veći od minimuma određenoga za skupine osoba koje premašuju jednu obitelj, a sva mjesta u objektu moraju biti pod istim zajedničkim komercijalnim tipom rukovođenja, čak i ako objekt ne stvara profit.

Privatni smještajni objekti prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN, br. 138/06., 43/09., 88/10. i 50/12.) jesu objekti u kojima iznajmljivač vlasnik pruža usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor, do najviše 10 soba, odnosno 20 stalnih postelja te usluge smještaja u kampu, organiziranome na zemljištu koje iznajmljuje vlasnik, s najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istodobno.

Kuća ili stan za odmor jest svaka zgrada ili stan koji se koristi sezonski ili povremeno, a nije smještajni objekt u kojima usluge smještaja pružaju pravne i fizičke osobe koje obavljaju ugostiteljsku djelatnost.

Boravišna pristojba jest prihod turističkih zajednica. Plaća se po svakome ostvarenom noćenju ili paušalno.

Vrsta mjesta. Turističkim mjestom u ovom istraživanju smatra se ono mjesto koje ispunjava sljedeće osnovne uvjete: atraktivne (prirodne ljepote, ljekoviti izvori, kulturno-povijesni spomenici, razne kulturne, zabavne i sportske priredbe), komunikativne (mogućnost pristupa, prometne veze) i receptivne (objekti za smještaj i uz njih potrebni prateći objekti za pružanje raznih usluga – trgovinskih, obrtničkih, poštanskih i sl.) ili ima parkove, kupališta, šetališta itd.

Turistička mjesta razvrstavaju se u sljedeće vrste.

Zagreb je glavni grad Hrvatske i mjesto koje posjetitelje privlači ponajprije kao administrativno-politički centar te svojim povijesnim, etničkim, gospodarskim, urbanističko-administrativnim i drugim osobitostima.

Kupališna mjesta jesu mjesta kod kojih je ljekovitost termalnih ili mineralnih voda i ostalih geološko-mineraloških sastojaka znanstveno-medicinski ili empirijski dokazana i imaju odgovarajuće objekte s uređajima za liječenje i oporavak posjetitelja.

Primorska mjesta jesu mjesta duž morske obale i na otocima.

Planinska mjesta jesu mjesta koja se nalaze iznad 500 metara nadmorske visine ili leže u teritorijalnom okviru neke planine.

Ostala turistička mjesta jesu mjesta koja imaju atraktivne faktore (npr. klimatske, kulturno-povijesne spomenike i sl.), riječna i jezerska mjesta i druga, a ne mogu se razvrstati u navedena mjesta.

Ostala mjesta jesu sva ostala mjesta koja se ne mogu razvrstati ni u jednu od prethodnih vrsta, a raspoložu ugostiteljskim objektima za smještaj.

Luka nautičkog turizma jest turistički objekt koji u poslovnome, prostornome, građevinskome i funkcionalnom pogledu čini cjelinu ili u sklopu šire prostorne cjeline ima izdvojeni dio te potrebne uvjete za potrebe nautičkog turizma i turista nautičara.

Marina je specijalizirana turistička luka namijenjena nautičko--turističkom prometu koja po pravilu raspoložuje kompleksom pogodnih modernih objekata i uređaja za privez plovnih objekata, smještaj na kopnu, spuštanje u vodu, pregled, popravak, održavanje, čuvanje i zimovanje, za tehničku pomoć i opću opskrbu čamaca i brodova za nautičku razonodu, rekreaciju i sport te za odmor i ugostiteljske usluge na obali nautičkim turistima i posadama tih plovnih objekata.

Akvatorij je površina mora luke nautičkog turizma s pripadajućim gatovima (bez kopnenog dijela).

Vež je dio morskog prostora gdje se može smjestiti plovna jedinica, gdje postoji mogućnost za privez na krmu i pramcu te mogućnost za priključak na vodu i struju.

S obzirom na svrhu, putovanja mogu biti privatna i poslovna.

Privatno putovanje jest putovanje čija je svrha odmor, rekreacija, kupnja, zdravlje, hodočašće, vjerski razlozi, posjet rodbini i prijateljima i slično. Privatna putovanja nisu: tjedne migracije ili odlazak na posao ili školovanje, sezonski rad, boravak u bolnicama ili lječilištima koji je plaćen putem socijalnog osiguranja, boravak u izbjeglištvu i azilu.

Poslovno putovanje jest putovanje čija je svrha posao ili profesionalni razlozi, ali ne i svakodnevna lokalna putovanja i poslovno motivirana putovanja u uobičajenoj sredini. U poslovna putovanja ulaze putovanja na kongrese, konferencije, poslovne sastanke, sajmove, izložbe, učenje jezika i ostala obrazovna putovanja, kulturna, sportska i slična putovanja, ali ne i poslovna putovanja koja su plaćena iz posjećenog mjesta.

Duljina boravka za višednevno putovanje određuje se brojem provedenih noći u mjestu boravka. Razlikujemo kraća i dulja putovanja. Kraća putovanja jesu putovanja na kojima turisti ostvare 1 – 3 noćenja. Dulja putovanja jesu putovanja na kojima turisti ostvare četiri i više noćenja.

Izdaci na putovanju obuhvaćaju sve izdatke koje je posjetitelj imao za putovanje, a nastali su prije samog početka putovanja i za vrijeme putovanja. Navedene izdatke može načiniti i druga osoba u ime posjetitelja i na njegov trošak.

24-1. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA
TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS

	Smještajni kapaciteti, stanje 31. VIII. Accommodation capacities, situation as on 31 August				Dolasci, tis. Tourist arrivals, '000			Noćenja, tis. Tourist nights, '000		
	sobe, apartmani i mjesta za kampiranje Rooms, apartments and camping sites	ukupno Total	postelje Beds	pomoćne Auxiliary	ukupno Total	domaćih turista Domestic tourists	stranih turista Foreign tourists	ukupno Total	domaćih turista Domestic tourists	stranih turista Foreign tourists
2006. ¹⁾	304 022	863 884	796 582	67 302	9 660	1 667	7 993	51 797	5 907	45 890
2007. ¹⁾	311 087	881 987	813 880	68 107	10 351 ²⁾	1 793	8 559	54 627	6 347	48 280
2008. ¹⁾	316 371	906 433	834 814	71 619	10 454	1 789	8 665	55 669	6 401	49 268
2009. ¹⁾	317 834	908 768	838 168	70 600	10 270 ²⁾	1 577	8 694	54 988 ²⁾	5 759	49 230
2010.	315 864	909 951	833 118	76 833	10 604	1 493	9 111	56 416	5 424	50 992
2011.	321 417	934 564	852 433	82 131	11 456	1 529	9 927	60 354	5 603	54 751
2012.	305 159	880 170	805 489	74 681	11 835	1 466	10 369	62 743	5 221	57 522
2013.	310 016	925 773	838 776	86 997	12 434 ²⁾	1 485	10 948	64 818	5 138	59 680
2014.	322 277	977 414	878 672	98 742	13 128	1 505	11 623	66 484	5 160	61 324
2015.	336 573	1 029 312	914 058	115 254	14 343	1 660	12 683	71 605 ²⁾	5 743	65 863
2016.	358 986	1 133 761	975 366	158 395	15 594 ²⁾	1 786	13 809	78 050	5 857	72 193

Podaci pokazuju broj ostvarenih turističkih dolazaka (u tisućama) u navedenom vremenskom razdoblju, i to u ukupnom iznosu te strukturirano na domaće i strane turiste.

Podaci pokazuju broj ostvarenih turističkih noćenja (u tisućama) u navedenom vremenskom razdoblju, i to ukupan broj noćenja te broj noćenja koji su ostvarili domaći i broj noćenja koji su ostvarili strani turisti zasebno.

Podatak pokazuje broj raspoloživih soba u navedenom vremenskom razdoblju. Iz istog razloga kao i kod podatka o raspoloživim posteljama, podaci od 2010. nisu usporedivi s podacima prethodnih godina.

Podatak pokazuje broj raspoloživih postelja u navedenom vremenskom razdoblju, i to ukupan broj raspoloživih postelja, ali i strukturu prikazanu kolektivnim i privatnim smještajnim objektima. Treba imati na umu da zbog nove zakonske regulative u praćenju turista od 2010. luke nautičkog turizma nisu više vrsta smještajnog objekta te stoga podaci od 2010. nisu usporedivi s podacima prethodnih godina.

24-3. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA
TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, BY COUNTRY OF RESIDENCE

	Dolasci Arrivals					Noćenja Nights					Total
	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	
Ukupno	11 835	12 434 ⁹⁾	13 128	14 343	15 594 ⁹⁾	62 743	64 818	66 484	71 605 ⁹⁾	78 050	
Domaći turisti	1 466	1 485	1 505	1 660	1 786	5 221	5 138	5 160	5 743	5 857	Domestic tourists
Strani turisti	10 369	10 948	11 623 ⁹⁾	12 683 ⁹⁾	13 809 ⁹⁾	57 522	59 680	61 324 ⁹⁾	65 863 ⁹⁾	72 193 ⁹⁾	Foreign tourists
Albanija	18	22	22	22	27	43	57	48	47	53	Albania
Austrija	946	968	1 019	1 120	1 238	5 104	5 208	5 404	5 902	6 511	Austria
Belgija	137	160	154	164	183	687	763	747	787	860	Belgium
Bjelorusija	5	7	13	14	13	30	42	54	67	77	Belarus
Bosna i Hercegovina	220	212	229	280	333	1 066	1 002	1 091	1 300	1 481	Bosnia and Herzegovina
Bugarska	37	45	51	56	63	68	85	90	102	119	Bulgaria
Cipar	1	2	2	2	3	4	4	5	5	8	Cyprus
Crna Gora	12	13	15	17	20	32	33	34	42	44	Montenegro
Češka	647	652	661	696	689	4 520	4 539	4 600	4 812	4 770	Czech Republic
Danska	86	90	87	82	104	626	688	590	539	700	Denmark
Estonija	9	12	15	18	22	35	49	63	72	93	Estonia
Finska	39	54	57	68	85	172	238	256	319	427	Finland
Francuska	418	449	441	466	495	1 539	1 644	1 658	1 709	1 886	France
Grčka	21	32	32	25	34	43	58	60	55	68	Greece
Irska	28	38	46	51	58	128	165	197	230	259	Ireland
Island	2	3	3	3	4	7	9	10	10	14	Iceland
Italija	1 051	1 017	1 061	1 111	1 120	4 535	4 396	4 466	4 800	4 961	Italy
Letonija	11	15	15	17	19	34	43	48	70	77	Latvia
Litva	24	26	27	31	36	91	99	105	122	151	Lithuania
Luksemburg	5	5	6	7	8	21	25	26	29	41	Luxembourg
Mađarska	308	326	366	436	486	1 630	1 728	1 931	2 266	2 528	Hungary

tis.
'000

Oznaka „tis. – '000“ upućuje da su svi podaci u tablici iskazani u tisućama.

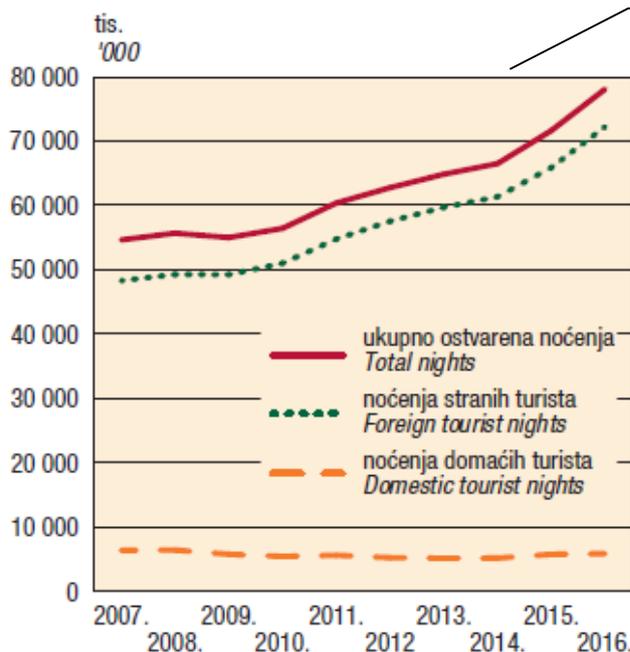
Podaci prikazuju broj ostvarenih turističkih noćenja u prikazanom vremenskom razdoblju prema zemlji prebivališta (porijekla) turista, izražen u tisućama.

Također treba uzeti u obzir da je od 2011. godine Albanija izdvojena iz ostalih europskih zemalja te se prati samostalno.

Podaci pokazuju broj ostvarenih turističkih dolazaka u prikazanom vremenskom razdoblju prema zemlji prebivališta (porijekla) turista, izražen u tisućama.

Npr. u 2016. godini turisti s prebivalištem u Francuskoj (porijeklom iz Francuske) ostvarili su 495.000 turističkih dolazaka, odnosno 1.886.000 turističkih noćenja. Iz navedenih podataka može se izračunati da je prosječan broj noćenja koje su u 2016. godini ostvarili turisti s prebivalištem u Francuskoj po jednom dolasku iznosio 3,81.

G 24-1. NOĆENJA TURISTA OD DO 2007. DO 2016.
TOURIST NIGHTS, 2007 – 2016



Grafikon prikazuje dinamiku ostvarenih turističkih noćenja (domaćih i stranih turista, kao i ukupnih turističkih noćenja) u razdoblju od 2007. do 2016. godine.

Iz podataka prikazanih na grafikonu može se uočiti da su noćenja turista u posljednjih 10 godina porasla s oko 55.000.000 na gotovo 80.000.000, pri čemu je vidljivo da je u svim godinama (osim 2009. godine) ostvaren porast broja turističkih noćenja u odnosu na prethodnu godinu.

Međutim, treba napomenuti da je iz grafikona također vidljivo da su za porast broja noćenja turista zaslužni uglavnom strani turisti, budući da krivulja koja prikazuje noćenja stranih turista gotovo u potpunosti prati dinamiku krivulje ukupno ostvarenih noćenja, dok je njihova grafička razlika krivulja ostvarenih noćenja domaćih turista koja u navedenom razdoblju ima oblik vodoravne linije, što znači da se broj noćenja domaćih turista u promatranom razdoblju ne mijenja značajno.

24-4. DOLASCI TURISTA PREMA VRSTAMA TURISTIČKIH SMJEŠTAJNIH OBJEKATA⁽¹⁾⁽²⁾ TOURIST ARRIVALS, BY TYPES OF TOURIST ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS⁽¹⁾⁽²⁾

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	
Dolasci ukupno <i>Total tourist arrivals</i>						
Ukupno	11 835	12 434	13 128	14 343	15 594	Total
Hoteli ⁽³⁾	4 665	4 839	5 052	5 403	5 617	Hotels ⁽³⁾
Turistička naselja	420	413	420	481	495	Tourist resorts
Turistički apartmani	210	200	217	207	230	Tourist apartments
Pansioni ⁽⁴⁾	87	81	81	90	115	Boarding houses ⁽⁴⁾
Guest house	29	22	15	16	16	Guest houses
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor ⁽⁵⁾	3 427	3 823	4 248	4 934	5 811	Rooms to let, apartments, studio-type suites, summer houses ⁽⁵⁾
Hosteli	164	233	285	334	438	Hostels
Lječilišta	27	31	34	33	21	Spas
Prenočišta	61	58	56	62	55	Overnight accommodations
Odmarališta za djecu	41	33	19	19	17	Vacation establishments for children
Gostionice s pružanjem usluge smještaja	5	5	6	5	6	Inns offering accommodation services
Kampovi ⁽⁶⁾	2 290	2 445	2 433	2 555	2 601	Camping sites ⁽⁶⁾
Ostalo ⁽⁷⁾	309	252	262	205	172	Other ⁽⁷⁾
Dolasci domaćih turista <i>Domestic tourist arrivals</i>						
Ukupno	1 466	1 485	1 505	1 660	1 786	Total
Hoteli ⁽³⁾	804	805	796	859	904	Hotels ⁽³⁾
Turistička naselja	44	42	41	48	51	Tourist resorts
Turistički apartmani	15	12	12	14	14	Tourist apartments
Pansioni ⁽⁴⁾	22	25	22	24	34	Boarding houses ⁽⁴⁾

tis.
000

Oznaka „tis. – '000“ upućuje da su svi podaci u tablici iskazani u tisućama.

Tablica prikazuje broj ostvarenih turističkih dolazaka prema vrstama turističkih smještajnih objekata u razdoblju od 2012. do 2016. godine, pri čemu je osim broja ukupno ostvarenih turističkih dolazaka prikazana i struktura dolazaka (razdijeljenih na dolaske domaćih i dolaske stranih turista).

Treba napomenuti da, prema korištenoj metodologiji, hoteli obuhvaćaju: hotele, hotele baštine, aparthotele, integralne hotele, difuzne hotele, lječilišne hotele i hotele posebnog standarda.

Npr. u 2016. godini u hotelima je ostvareno 5.617.000 turističkih dolazaka, što predstavlja 36% ukupno ostvarenih dolazaka turista.

Od toga su 904.000 turističkih dolazaka ostvarili domaći turisti, što predstavlja 16% ukupno ostvarenih turističkih dolazaka u hotelima, dok su preostalih 4.713.000 turističkih dolazaka (odnosno 84% ukupnih turističkih dolazaka ostvarenih u hotelima) ostvarili strani turisti.

Podaci pokazuju nekomercijalni turistički promet u kućama i stanovima za odmor.

24-6. NEKOMERCIJALNI TURISTIČKI PROMET U KUĆAMA I STANOVIMA ZA ODMOR NON-COMMERCIAL TOURIST ACTIVITY IN SUMMER HOUSES AND APARTMENTS

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	
Prijavljeni turisti	405 706	397 688	460 209	452 182	473 261	Registered tourists
Domaći	158 739	151 942	159 368	152 056	141 982	Domestic
Strani	246 967	245 746	300 841	300 126	331 279	Foreign
Noćenja turista	6 199 024	6 540 896	7 982 757	8 147 831	9 898 022	Tourist nights
Domaći	3 378 510	3 338 818	3 681 331	3 638 210	4 757 274	Domestic
Strani	2 820 514	3 202 078	4 301 426	4 509 621	5 140 748	Foreign
Noćenja za koja se boravišna pristojba plaća po noćenju	2 018 413	2 138 006	2 821 757	2 980 256	3 727 004	Tourist nights for which sojourn tax is paid per night
Domaći	527 683	491 476	635 750	687 008	874 857	Domestic
Strani	1 490 730	1 646 530	2 186 007	2 293 248	2 852 147	Foreign
Noćenja za koja se plaća paušalna boravišna pristojba	4 180 611	4 402 890	5 161 000	5 167 575	6 171 018	Tourist nights for which sojourn tax is paid as package deal
Domaći	2 850 827	2 847 342	3 045 581	2 951 202	3 882 417	Domestic
Strani	1 329 784	1 555 548	2 115 419	2 216 373	2 288 601	Foreign

Npr. u 2016. godini u kućama i stanovima za odmor (nekomercijalni turistički promet) prijavljen je 473.261 turist, od čega su 331.279 bili strani turisti (što predstavlja 70% ukupno prijavljenih turista u kućama i stanovima za odmor) a preostalih 141.982 (odnosno 30%) su bili domaći turisti.

U istoj godini u kućama i stanovima za odmor (nekomercijalni turistički promet) ostvareno je 9.898.022 turističkih noćenja, pri čemu su 4.757.274 noćenja (odnosno 48% ukupnih noćenja u kućama i stanovima za odmor) ostvarili domaći, a preostalih 5.140.748 noćenja strani turisti.

Iz navedenih podataka se može zaključiti da su domaći turisti u usporedbi sa stranim turistima u 2016. godini u prosjeku ostvarivali veći broj noćenja po jednom dolasku.

Prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, od 1. siječnja 2009. strani, ali samo državljani država ugovornica Ugovora o Europskome gospodarskom prostoru (sve države EU-a, Island, Norveška i Lihtenštajn) koji su vlasnici kuća i stanova za odmor mogu boravišnu pristojbu plaćati isto kao i hrvatski državljani, i to u godišnjemu paušalnom iznosu.

Obuhvaćeni su vlasnici kuća i stanova za odmor i sve ostale osobe koje borave u toj kući ili stanu (u dijelu koji se ne iznajmljuje gostima) i koji su na temelju članka 15. stavka 4. Zakona o boravišnoj pristojbi platili boravišnu pristojbu. Do 2010. vlasnici kuća ili stanova za odmor, članovi njihovih obitelji, ostala rodbina i prijatelji koji noće u toj kući ili stanu za odmor plaćali su boravišnu pristojbu za razdoblje od 15. lipnja do 15. rujna. Od 1. siječnja 2010. razdoblje plaćanja boravišne pristojbe promijenjeno je Pravilnikom o razdobljima glavne sezone (NN, br. 92/09.) te stoga podaci od 2010. nisu usporedivi s podacima 2008. i 2009.

24-9. TURISTIČKA AKTIVNOST STANOVNIŠTVA REPUBLIKE HRVATSKE TOURIST ACTIVITY OF POPULATION OF REPUBLIC OF CROATIA

	2015.				2016.				
	turisti, tis. '000	putovanja, tis. '000	noćenja, tis. '000	izdaci, tis. kuna Expenditure, thousand kuna	turisti, tis. '000	putovanja, tis. '000	noćenja, tis. '000	izdaci, tis. kuna Expenditure, thousand kuna	
Privatna putovanja Private trips									
Putovanja s jednim i više noćenja	1 559 ⁹⁾	5 653 ⁹⁾	37 593	10 288 834	1 598	3 758 ⁹⁾	23 078	6 451 426	Trips with one and more nights
samo u zemlji	1 039	3 588	22 163	4 033 712	1 058	2 546	16 792	3 146 706	Only within country
samo u inozemstvu	221	2 066	15 430	6 255 122	222	1 211	6 286	3 304 720	Only abroad
u zemlji i inozemstvu	900	-	-	-	318	-	-	-	In country and abroad
Putovanja s četiri i više noćenja	1 085	2 875	31 954	7 481 449	1 120 ⁹⁾	1 799	19 160	4 497 521	Trips with four and more nights
samo u zemlji	759	1 729	18 518	2 859 533	821	1 228	14 192	2 186 689	Only within country
samo u inozemstvu	205	1 146	13 436	4 621 916	171	571	4 968	2 310 832	Only abroad
u zemlji i inozemstvu	121	-	-	-	127	-	-	-	In country and abroad
Posjeti rođacima i prijateljima s četiri i više noćenja	-	793	10 939	1 186 166 ⁹⁾	-	484	4 572	873 968	Visits to relatives and friends with four and more nights
samo u zemlji	-	400	4 140	362 203	-	240	1 912	271 744	Only within country
samo u inozemstvu	-	393	6 799	823 962	-	244	2 660	602 224	Only abroad
u zemlji i inozemstvu	-	-	-	-	-	-	-	-	In country and abroad
Putovanja u inozemstvo s jednim i više noćenja u	-	2 066	15 430	6 255 122	-	1 211	6 286	3 304 720	Trips abroad with one and more nights in
Austriju	-	210	833	624 248	-	137	493	254 390	Austria
Bosnu i Hercegovinu	-	378	1 743	356 537	-	261	865	244 217	Bosnia and Herzegovina
Češku	-	58	209	168 357	-	30	197	94 342	Czech Republic
Francusku	-	90	782	337 496	-	32	176	158 215	France
Grčku	-	20	180	159 662	-	3	18	12 951	Greece

Podaci također prikazuju da je u 2016. godini ostvareno 484.000 putovanja hrvatskih građana u svrhu posjeta rođacima i prijateljima u trajanju od 4 ili više noćenja, pri čemu je ostvareno 4.572.000 noćenja, uz ostvarenu potrošnju od 873.968.000 KN.

Podaci prikazuju turističku aktivnost stanovnika Republike Hrvatske u zemlji i inozemstvu u 2015. i 2016. godini strukturiranu na privatna i poslovna putovanja.

Za svaku godinu prikazani su podaci o broju hrvatskih turista (stanovnika Republike Hrvatske koji su ostvarili turističko putovanje) u tisućama, broju putovanja u tisućama, broju ostvarenih noćenja u tisućama te ostvarenoj potrošnji u tisućama kuna.

Npr. podaci pokazuju da je u 2016. godini 1.598.000 hrvatskih građana ostvarilo privatno putovanje s jednim ili više noćenja, pri čemu je ostvareno 3.758.000 putovanja te 23.078.000 turističkih noćenja, a u 2016. godini hrvatski građani u svrhu putovanja s jednim ili više noćenja u zemlji i inozemstvu ostvarili su potrošnju u iznosu od 6.451.426 KN.

24-10. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U 2016. PO ŽUPANIJAMA TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, BY COUNTIES, 2016

Županija County of	Smještajni kapaciteti, stanje 31. VIII. Accommodation capacities, situation as on 31 August			Dolasci Tourist arrivals			Noćenja Tourist nights		
	sobe, apartmani i mjesta za kampiranje Rooms, apartments and camping sites	postelje Beds		ukupno Total	domaćih turista Domestic tourists	stranih turista Foreign tourists	ukupno Total	domaćih turista Domestic tourists	stranih turista Foreign tourists
		ukupno Total	stalne Permanent						
Republika Hrvatska Republic of Croatia	358 986	1 133 761	975 356	15 594 157	1 785 625	13 808 532	78 049 852	5 856 500	72 193 352
Zagrebačka Zagreb	789	1 726	1 622	75 527	23 922	51 605	128 255	45 312	82 943
Krapinsko-zagorska Krapina-Zagorje	1 193	2 633	2 442	124 585	66 979	57 606	283 351	163 625	119 726
Sisačko-moslavačka Sisak-Moslavina	535	1 083	1 031	29 579	16 933	12 646	84 290	58 330	25 960
Karlovačka Karlovac	2 592	7 457	6 871	278 965	21 661	257 304	466 432	42 786	423 646
Varaždinska Varaždin	1 209	2 309	2 226	52 008	27 774	24 234	128 595	81 565	47 030
Koprivničko-križevačka Koprivnica-Križevci	286	730	687	18 864	10 966	7 898	39 747	23 100	16 647
Bjelovarsko-bilogorska Bjelovar-Bilogora	377	730	693	20 490	14 346	6 144	67 666	52 243	15 423
Primorsko-goranska Primorje-Gorski kotar	62 448	194 126	171 212	2 685 436	319 492	2 365 944	13 989 567	1 191 326	12 798 241
Ličko-senjska Lika-Senj	12 219	41 057	33 622	621 129	35 932	585 197	2 322 753	115 803	2 206 950
Virovitičko-podravska Virovitica-Posravina	263	609	604	12 789	9 116	3 673	30 840	22 112	8 728
Požeško-slavonska Požega-Slavonia	190	479	438	11 654	8 726	2 928	25 917	19 582	6 335
Brodsko-posavska Slavonski Brod-Posavina	409	995	913	26 569	11 268	15 301	46 031	21 136	24 895
Zadarska Zadar	42 482	147 102	121 929	1 362 206	165 964	1 196 242	8 209 852	834 389	7 375 463
Osječko-baranjska Osijek-Baranja	1 218	2 661	2 482	89 060	57 697	31 363	172 945	107 865	65 080

Npr. u 2016. godini u Hrvatskoj je ostvareno 15.594.157 turističkih dolazaka (od čega su 13.808.532 dolaska ili 88,55% ostvarili strani turisti).

Od ukupnog broja ostvarenih turističkih dolazaka u Hrvatskoj u 2016. godini 1.362.206 turistička dolaska ostvarena su u Zadarskoj županiji što predstavlja oko 8,74% ukupnog broja ostvarenih turističkih dolazaka u Hrvatskoj, pri čemu su 165.964 turistički dolazaka ostvarili domaći a 1.196.242 (ili oko 87,82% ukupno ostvarenih turističkih dolazaka u Zadarskoj županiji) strani turisti.

Podaci prikazuju strukturu smještajnih kapaciteta (sa stanjem na dan 31. kolovoza) prema županijama, te strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja (razdijeljenih na dolaske i noćenja domaćih i stranih turista) po županijama u 2016. godini.

Npr. u 2016. godini u Hrvatskoj je bilo raspoloživo 358.986 soba, apartmana i mjesta za kampiranje u kojima je bilo raspoloživo 1.133.761 postelja.

Od ukupnog broja soba (i ostalih oblika smještajnih kapaciteta) 62.448 soba se nalazi u Primorsko-goranskoj županiji (oko 17,4%) a raspoloživo su 194.126 postelja.

U Zadarskoj županiji je u 2016. godini ostvareno 8.209.852 turistička noćenja što predstavlja oko 10,52% ukupnog broja ostvarenih turističkih noćenja u Hrvatskoj, pri čemu su 834.389 turističkih noćenja ostvarili domaći turisti a preostalih 7.375.463 noćenja ostvarili su strani turisti.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. U Republici Hrvatskoj je u 2011. godini ostvareno _____ turističkih dolazaka, od čega su _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupnih turističkih dolazaka, ostvarili strani turisti, a preostalih _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnih turističkih dolazaka ostvarili domaći turisti.
2. Iste godine je u Republici Hrvatskoj ostvareno _____ turističkih noćenja, od čega je _____ turističkih noćenja, što predstavlja _____% ukupnih turističkih noćenja ostvareno od strane stranih turista, a preostalih _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih turističkih noćenja ostvareno od strane domaćih turista.
3. Navedeni podaci pokazuju da je u 2011. godini prosječan broj ostvarenih turističkih noćenja po dolasku stranih turista u Hrvatskoj iznosio _____, a prosječan broj ostvarenih turističkih noćenja po dolasku domaćih turista iznosio je _____.
4. U 2011. godini u Republici Hrvatskoj bilo je raspoloživo _____ soba.
 - a) Prema strukturi vrste turističkih mjesta najveći broj soba, njih _____ bilo je smješteno u _____, što predstavlja _____% ukupnog broja soba, a u Zagrebu, glavnom gradu, bilo je smješteno _____ soba, što predstavlja _____% ukupnog broja raspoloživih soba u Hrvatskoj.
 - b) Prema strukturi vrste objekata najveći broj soba, njih _____ bilo je smješteno u _____, što predstavlja _____% ukupnog broja soba. U hotelima, vilama i aparthotelima bilo je smješteno _____ soba, što predstavlja _____% ukupnog broja raspoloživih soba u Hrvatskoj a u kampovima, kampiralištima i kamp-odmorištima _____ soba, odnosno _____% ukupno raspoloživih soba.
5. Najznačajnije hrvatsko emitivno turističko tržište (prema strukturi zemlje prebivališta stranih turista) u 2011. godini bilo je _____. Turisti s prebivalištem u _____ ostvarili su _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupnih turističkih dolazaka u 2011. godini te _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih noćenja, a prosječan broj ostvarenih

noćenja po jednom dolasku turista s najznačajnijeg hrvatskog emitivnog turističkog tržišta u 2011. godini bio je _____.

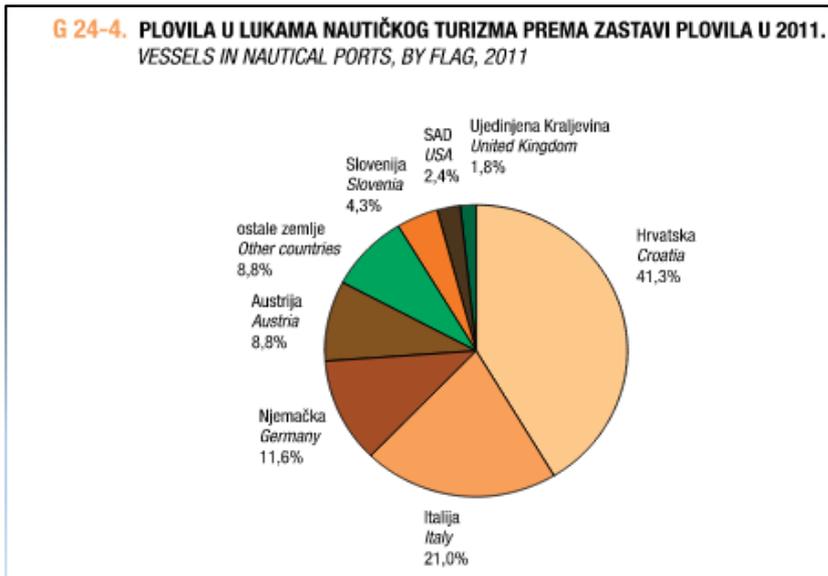
6. Prema vrstama turističkih mjesta najveći broj turističkih dolazaka i noćenja ostvareno je u 2011. godini u _____, a ostvareno je _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupnih turističkih dolazaka, te _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih noćenja.
7. Od ukupnog broja dolazaka u navedenoj vrsti turističkog mjesta, njih _____ što predstavlja _____% ukupnih dolazaka u navedenoj vrsti turističkog mjesta ostvarili su strani turisti, a preostalih _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnog broja dolazaka u navedenoj vrsti turističkog mjesta ostvarili su domaći turisti.
8. U Republici Hrvatskoj je u 2011. godini u kupališnim mjestima, koja predstavljaju _____

_____ ostvareno _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupnih turističkih dolazaka, te _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih turističkih noćenja.
9. Od ukupnog broja ostvarenih turističkih noćenja u kupališnim mjestima, njih _____ što predstavlja _____% ukupnih noćenja u kupališnim mjestima ostvarili su strani turisti, a preostalih _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnog broja noćenja u kupališnim mjestima ostvarili su domaći turisti.
10. U kućama i stanovima za odmor (u nekomercijalnom turističkom prometu) u 2011. godini u Republici Hrvatskoj bilo je prijavljeno _____ turista, od čega su njih _____, odnosno _____% bili strani turisti, a preostalih _____, odnosno _____% domaći turisti.
11. U kućama i stanovima za odmor (u nekomercijalnom turističkom prometu) u 2011. godini u Republici Hrvatskoj ostvareno je _____ turističkih noćenja, od čega je za njih _____, odnosno _____% boravišna pristojba plaćena po noćenju, a za preostalih _____ turističkih noćenja, odnosno _____%

ukupnih noćenja u nekomercijalnom turističkom prometu je plaćena paušalna boravišna pristojba.

12. U 2011. godini stanovnici Republike Hrvatske ostvarili su _____ privatnih putovanja u Njemačku (s jednim ili više ostvarenih noćenja), te su ostvarili _____ turističkih noćenja. Za privatna putovanja stanovnici Republike Hrvatske u 2011. godini u Njemačkoj su potrošili _____ KN.
13. U 2011. godini _____ stanovnika Republike Hrvatske putovalo je u svrhu poslovnih putovanja, te su ostvarili _____ turističkih noćenja. U svrhu poslovnih putovanja stanovnici Republike Hrvatske u 2011. godini potrošili su _____ KN, od čega _____ KN, ili _____% ukupnih sredstava za poslovna putovanja u inozemstvu, a _____ KN, odnosno _____% sredstava u zemlji.
14. U Splitsko-dalmatinskoj županiji je u 2011. godini ostvareno _____ turističkih dolazaka, od čega su _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupnih turističkih dolazaka ostvarili strani turisti, a preostalih _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnih turističkih dolazaka ostvarili domaći turisti. U istoj godini, u Splitsko-dalmatinskoj županiji turisti iz Italije ostvarili su _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupnih turističkih dolazaka Splitsko-dalmatinske županije, a turisti iz Bosne i Hercegovine ostvarili su _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnih dolazaka.
15. U Gradu Zagrebu je u 2011. godini ostvareno _____ turističkih noćenja, od čega su _____ turističkih noćenja, što predstavlja _____% ukupnih turističkih noćenja Grada Zagreba ostvarili strani turisti, a preostalih _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih turističkih noćenja ostvarili domaći turisti. U istoj godini, u Gradu Zagrebu turisti iz SAD-a ostvarili su _____ turističkih noćenja, što predstavlja _____% ukupnih turističkih noćenja u Gradu Zagrebu, a turisti iz Francuske ostvarili su _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih noćenja u Gradu Zagrebu.

16. Protumačite grafikon.



Izvor: DZS, Statistički ljetopis 2012., str. 416.

VJEŽBA 8.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZAM

na stranicama DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU
(2. dio – Priopćenja i Statistička izvješća)

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU

www.dzs.hr

PRIOPĆENJA I STATISTIČKA IZVJEŠĆA

Objavljeni podaci

Redovna izdanja

- Prvi rezultati
- Priopćenja i Statistička izvješća**
 - prema statističkim područjima
 - prema Kalendaru objavljivanja
 - prema Programu publiciranja
- Statistički ljetopis
- Statističke informacije
- Hrvatska u brojkama
- Žene i muškarci u Hrvatskoj
- Mjesečno statističko izvješće

Studije i analize

Izvanredna izdanja

Metodološke upute

Izbor po područjima iz programa publiciranja za određenu godinu

Uključi u pregled i publikacije izdane prije 2013.

Uključi u pregled samo objavljene publikacije

Program publiciranja za: 2017

Statističko područje: 4. Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam

Statističko područje: 3. Turizam

Prikaži sve publikacije iz odabranog podpodručja

Naziv publikacije: 1. Dolasci i noćenja turista

Publikacije prema odabranom području

Godina	Statističko područje	Naziv publikacije
08.02.2018.	Statistika u nizu	1. Dolasci i noćenja turista
08.02.2018.	Pr 4.3.1/12	2. Dolasci i noćenja turista u 2017.
08.01.2018.	Pr 4.3.1/11	3. Nekomercijalni turistički promet u 2017.
08.01.2018.	Statistika u nizu	4. Luke nautičkog turizma
08.12.2017.	Statistika u nizu	4. Nautički turizam - kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2017.
08.12.2017.	Pr 4.3.1/10	5. Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj u 2017.
08.11.2017.	Pr 4.3.1/9	6. Putničke agencije u 2017.
08.11.2017.	Statistika u nizu	7. Turistička aktivnost stanovništva Republike Hrvatske u 2016. Privremeni podaci
10.10.2017.	Statistika u nizu	8. Turistička aktivnost stanovništva Republike Hrvatske
		8. Turistička aktivnost stanovništva Republike Hrvatske u 2016.
		9. Gradovi u statistici - Turizam
		1594. Turizam u 2016.
		1595. Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2016.

Ako je potrebno pretraživati podatke ranijih godina, potrebno je uključiti opciju prikaza publikacija izdanih prije 2013. godine.

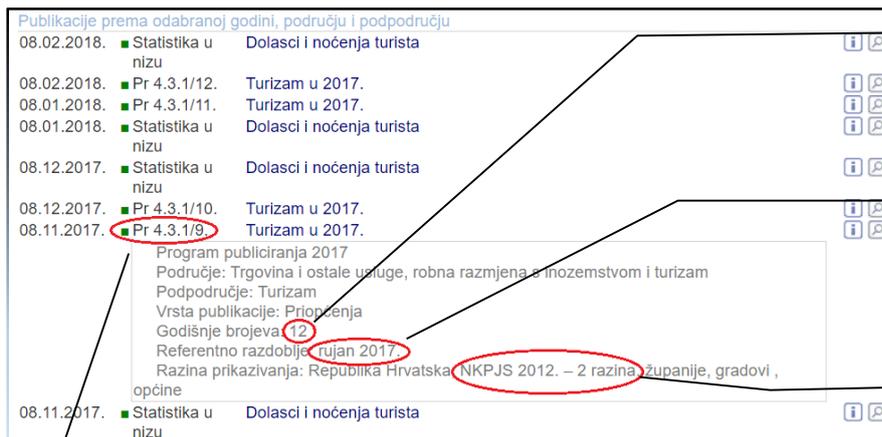
Za godinu Programa publiciranja odabrati godinu za koju se pretražuju podaci.

Odabrati Statističko područje i podpodručje u kojemu se pretražuju podaci.

Za potrebe pretraživanja podataka iz područja turizma za područje odabrati područje **4. Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam**, a za podpodručje **Turizam**.

Za naziv publikacije iz padajućeg izbornika odabrati publikaciju, npr. **Turizam u 2017**

Iako će se za u okviru nastave obraditi samo publikacija Turizam (za određenu godinu) korisni podaci za analizu iz kolegija na višim godinama studija su također i: Nekomercijalni turistički promet, Luke nautičkog turizma, Kružna putovanja stranih brodova, Putničke agencije i dr.



Ako je naznačeno da je prema programu publiciranja predviđeno 12 brojeva godišnje, znači da su prikazane mjesečne vrijednosti navedenih pokazatelja.

Referentno razdoblje je razdoblje u kojem su mjerene vrijednosti navedenih pokazatelja, u ovom slučaju, podaci su mjesečni, a odnose se na rujan 2017.

Razina prikazivanja je NKPJS – Nacionalna klasifikacija prostornih jedinica za statistiku (eng. NUTS) 2. razina.

Oznaka naziva publikacije Pr 4.3.1/9. upućuje na to da se radi o Priopćenju (Pr), iz statističkog područja 4. (Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam), statističkog podpodručja 3. (Turizam), da je naziv publikacije iz područja 1. (Turizam u 2017.), a da se podaci odnose na referentno razdoblje 9. (mjesec rujan)



PRIOPĆENJE DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU REPUBLIKE HRVATSKE
CROATIAN BUREAU OF STATISTICS

FIRST RELEASE

GODINA/ YEAR: LIV. ZAGREB, 8. STUDENOGA 2017./ 8 NOVEMBER, 2017 BROJI/ NUMBER: 4.3.1/9.

CODEN POPCEA ISSN 1330-0350

TURIZAM U RUJNU 2017.¹⁾
TOURISM, SEPTEMBER 2017¹⁾

Istarska županija prva, a Splitsko-dalmatinska druga po ostvarenim noćenjima

Najviše noćenja turista u rujnu 2017. ostvarila je Istarska županija, i to 3,1 milijun noćenja, što je 31% ukupno ostvarenih noćenja. Najviše noćenja ostvareno je u skupinama Kampovi i prostori za kampiranje te Hoteli i sličan smještaj (36% svaka).

Slijede noćenja turista ostvarena u Splitsko-dalmatinskoj županiji i to 2,1 milijun noćenja što je 21% ostvarenih noćenja. Najviše noćenja ostvareno je u skupini Odmarališta i slični objekti za kraći odmor, 58%, a zatim u skupini Hoteli i sličan smještaj, 34%.

Porast dolazaka i noćenja stranih, a pad dolazaka i noćenja domaćih turista

U rujnu 2017. u komercijalne smještajne objekte došlo je 2 milijuna turista, što je 6% više nego u rujnu 2016. Turisti su ostvarili 9,9 milijuna noćenja, od toga su 4% ostvarili domaći turisti, a 96% strani turisti. U odnosu na rujan 2016. turisti su ostvarili 3% više noćenja. Domaćih turista došlo je 6% manje i ostvarili su 6% manje noćenja nego u rujnu 2016. Stranih turista je došlo 7% više i ostvarili su 3% više noćenja u rujnu 2017. nego u istom razdoblju protekle godine.

Najviše noćenja stranih turista u rujnu 2017. ostvarili su turisti iz Njemačke (32%), Austrije (10%), Ujedinjene Kraljevine i Poljske (svaka po 7%), Češke (6%) i Slovenije (5%).

U odnosu na rujan 2016. porast noćenja ostvarili su turisti iz Ujedinjene Kraljevine (27% više), Poljske (9% više) i Njemačke (3% više), dok su pad noćenja ostvarili turisti iz Slovenije (18% manje), Austrije (4% manje) te Češke (3% manje).

Rovinj i u rujnu ostvario najviše noćenja

Rovinj je i u rujnu 2017. ostvario najviše noćenja turista u Hrvatskoj, i to više od 465 tisuća, od čega su 3% ostvarili domaći turisti, a 97% strani turisti. Najviše noćenja stranih turista ostvarili su turisti iz Njemačke (202 tisuće noćenja ili 45%). U skupini Kampovi i prostor za kampiranje ostvareno je najviše noćenja, i to 231 tisuća noćenja, što je 50% ukupno ostvarenih noćenja u Rovinju.

Dvoznamenkasti porast dolazaka i noćenja turista u prvih devet mjeseci

U prvih devet mjeseci 2017. u komercijalnim smještajnim objektima turisti su ostvarili 16 milijuna dolazaka i 82 milijuna noćenja, što je porast dolazaka turista za 13% i porast noćenja turista za 11% u odnosu na isto razdoblje 2016.

Od ukupnog broja dolazaka i noćenja turista, strani turisti ostvarili su 14,5 milijuna dolazaka i 77,1 milijun noćenja, što je porast dolazaka za 14% i porast noćenja za 11%. Najviše noćenja stranih turista ostvarili su turisti iz Njemačke (24%), Slovenije i Austrije (svaka po 9%), Poljske (8%) i Češke (7%). Domaći su turisti u razdoblju od siječnja do rujna 2017. ostvarili 6% više dolazaka te 3% više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine.

Najviše noćenja ostvareno u sobama za iznajmljivanje, apartmanima, studio-apartmanima i kućama za odmor

U rujnu 2017. najviše noćenja ostvareno je u sobama za iznajmljivanje, apartmanima, studio-apartmanima i kućama za odmor, i to 4 milijuna noćenja, što je 41% ukupno ostvarenih noćenja. U usporedbi s istim razdobljem prošle godine u tim vrstama smještaja ostvaren je porast dolazaka za 15% i porast noćenja za 7%. Slijede noćenja ostvarena u hotelima s 2,8 milijuna noćenja, što je 28% ukupno ostvarenih noćenja.

Najviše soba i stalnih postelja raspoloživo u skupini Odmarališta i slični objekti za kraći odmor

Turistima je u rujnu 2017. bilo ponuđeno 345 tisuća soba, apartmana i mjesta za kampiranje s ukupno 909 tisuća stalnih postelja. Od ukupno ponuđenih soba i stalnih postelja, najviše soba (183 tisuća soba, što je 53% ukupno ponuđenih soba) i stalnih postelja (491 tisuća stalnih postelja, što je 54% od ukupnih stalnih postelja) bilo je ponuđeno u skupini Odmarališta i slični objekti za kraći odmor.

U skupini Hoteli i sličan smještaj turistima je bilo raspoloživo ukupno 79 tisuća soba i apartmana s ukupno 164 tisuće stalnih postelja. Prosječna popunjenost soba bila je 76%, a stalnih postelja 73%.

Rujan najdraži turistima u dobnoj skupini od 55 do 64 godine

U rujnu 2017. najviše noćenja ostvarili su turisti u dobnoj skupini od 55 do 64 godine, 1,9 milijuna noćenja, što je 20% ukupno ostvarenih noćenja. Slijede turisti u dobnoj skupini od 65 i više godina s ostvarenih 1,8 milijuna noćenja, što je 18% ukupno ostvarenih noćenja.

1. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS									
	Dolasci Arrivals			Noćenja Nights			struktura noćenja, % Structure of nights (%)	prosječan broj noćenja po dolasku Average number of nights by arrival	
	IX. 2016.	IX. 2017.	indeksi Indices IX. 2017. IX. 2016.	IX. 2016.	IX. 2017.	indeksi Indices IX. 2017. IX. 2016.			
Ukupno	1 862 611	1 978 713	106,2	9 650 476	9 899 830	102,6	100,0	5,0	Total
Domaći turisti	161 235	151 809	94,2	467 501	437 299	93,5	4,4	2,9	Domestic tourists
Strani turisti	1 701 376	1 826 904	107,4	9 182 885	9 462 531	103,0	95,6	5,2	Foreign tourists

Prikazuje turističke dolaske i noćenja usporedno u mjesecu rujnu 2016. i mjesecu rujnu 2017. godine, te međugodišnji indeks ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja u rujnu 2017. u odnosu na rujnu 2016. godine.

Broj turističkih dolazaka i noćenja prikazan je odvojeno za domaće i strane turiste, ali i u ukupnom iznosu.

Struktura noćenja prikazuje postotak ukupnih noćenja koji su ostvarili domaći, odnosno, strani turisti.

Podaci prikazuju da su u mjesecu rujnu 2017. godine domaći turisti ostvarili 4,4% a strani turisti 95,6% ukupnih turističkih noćenja.

Prikazuje prosječan broj noćenja po dolasku.

Računa se kao omjer broja ukupno ostvarenih noćenja i ukupno ostvarenih turističkih dolazaka.

Podaci pokazuju da su strani turisti u mjesecu rujnu 2017. godine ostvarili u prosjeku 5,2 noćenja po dolasku.



Grafikon prikazuje noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta u rujnu 2016. i 2017. godine (mjerilo na lijevoj strani grafikona) te prosječan broj noćenja po dolasku stranih turista prema zemlji prebivališta (mjerilo na desnoj strani grafikona).

Podaci na grafikonu prikazuju da su najveći broj noćenja u rujnu 2017. i 2016. godine ostvarili turisti porijeklom iz Njemačke. Veći broj noćenja u rujnu 2017. godine u odnosu na rujnu 2016. godine ostvarili su turisti porijeklom iz Nizozemske, Poljske i Ujedinjene Kraljevine, dok su manji broj noćenja u rujnu 2017. godine u odnosu na rujnu 2016. godine ostvarili turisti porijeklom iz Austrije, Češke, Italije i Slovenije.

Najdulji prosječan broj noćenja po jednom dolasku u mjesecu rujnu 2017. godine ostvarili su turisti porijeklom iz Njemačke (nešto manje od 8 noćenja u prosjeku po dolasku), te turisti iz Češke (više od 7 noćenja u prosjeku po jednom dolasku), dok su najkraći prosječni boravak po dolasku ostvarili Turisti porijeklom iz Italije (4 noćenja u prosjeku po jednom dolasku).

4. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA PREMA NAČINU DOLASKA TURISTA
TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, BY ORGANISATION OF TOURIST ARRIVALS

	Individualno Individual arrangement						Organizirano Organised trip						Total
	dolasci Arrivals			noćenja Nights			dolasci Arrivals			noćenja Nights			
	IX. 2016.	IX. 2017.	indeksi Indices IX. 2017. IX. 2016.	IX. 2016.	IX. 2017.	indeksi Indices IX. 2017. IX. 2016.	IX. 2016.	IX. 2017.	indeksi Indices IX. 2017. IX. 2016.	IX. 2016.	IX. 2017.	indeksi Indices IX. 2017. IX. 2016.	
Ukupno	1 047 152	1 136 991	108,6	5 486 149	5 833 627	106,3	815 459	841 722	103,2	4 164 327	4 066 203	97,6	
Domaći turisti	97 608	92 925	95,2	284 333	269 461	94,8	63 627	58 884	92,5	183 258	167 838	91,6	Domestic tourists
Strani turisti	949 544	1 044 066	110,0	5 201 816	5 564 166	107,0	751 832	782 838	104,1	3 981 069	3 898 365	97,9	Foreign tourists

Podaci prikazuju dolaske i noćenja turista prema načinu dolaska, odnosno broj ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja turista koji su putovanje organizirali samostalno (individualno) te broj ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja turista koji su za organizaciju putovanja koristili usluge turističkog posrednika.

Prikazane su vrijednosti podataka u mjesecu rujnu 2016. i mjesecu rujnu 2017. godine, te je izračunan međugodišnji indeks ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja u rujnu 2017. u odnosu na rujnu 2016. godine.

Podaci pokazuju da je u rujnu 2017. godine ostvareno 2,4% manje organiziranih turističkih noćenja u odnosu na vrijednost noćenja u istom mjesecu prethodne godine, pri čemu je broj noćenja stranih turista bio manji za 2,1%, a domaćih za 8,4%.



Grafikon prikazuje dobnu strukturu ostvarenih turističkih noćenja u rujnu 2017. godine izraženu u %.

Prema podacima prikazanim na grafikonu vidljivo je da su gotovo 20% ukupnih turističkih noćenja ostvarenih u rujnu 2017. godine ostvarili turisti u dobnoj skupini od 55 do 64 godine, te više od 18% turisti stariji od 65 godina.

Najmanje turističkih noćenja u rujnu 2017. godine (samo nešto više od 8% ukupnog broja noćenja u rujnu 2017. godine) ostvarili su turisti u dobnoj skupini od 15 do 24 godine.

5. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA, REPUBLIKA HRVATSKA, NKPJS 2012. – 2. RAZINA, ŽUPANIJE, GRADOVI, OPĆINE U RUJNU 2017.
TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, REPUBLIC OF CROATIA, NUTS 2013 – 2nd LEVEL, COUNTIES, TOWNS, MUNICIPALITIES, SEPTEMBER 2017

		Ukupno Total	Domaći Domestic	Strani Foreign	Indeksi IX 2017. Indices IX 2016		
					ukupno Total	domaći Domestic	strani Foreign
Republika Hrvatska Republic of Croatia	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	1 978 713 9 899 830	151 809 437 299	1 826 904 9 462 531	106,2 102,6	94,2 93,5	107,4 103,0
Jadranska Hrvatska Adriatic Croatia	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	1 723 923 9 460 538	99 025 335 059	1 624 898 9 125 479	105,1 102,1	90,6 91,7	106,2 102,5
Primorsko-goranska županija County of Primorje-Gorski kotar	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	291 001 1 583 846	24 072 83 123	266 929 1 500 723	94,7 94,5	93,9 86,9	94,8 94,9
Gradovi/ Towns							
Bakar	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	185 1 439	17 84	168 1 355	256,9 307,5	85,0 98,8	323,1 353,8
Cres	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	12 623 103 289	494 2 341	12 129 100 948	84,4 88,9	80,5 84,5	84,6 88,1
Crikvenica	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	33 608 175 016	4 307 20 075	29 301 154 941	99,3 95,5	82,4 80,2	102,4 97,9
Čabar	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	76 185	40 102	36 83	86,4 125,0	72,7 139,7	109,1 110,7
Delnice	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	957 1 477	266 468	691 1 009	95,1 91,2	73,7 72,4	107,1 103,6
Kastav	dolasci/ Arrivals noćenja/ Nights	800 2 282	109 247	491 2 035	111,1 108,9	143,4 135,7	105,8 106,4

Podaci prikazuju ostvarene dolaske i noćenja domaćih i stranih turista iskazane u apsolutnom iznosu te kao međugodišnji indeks u rujnu 2017. godine u odnosu na isti mjesec prethodne godine, po regijama NUTS 2 razine (NKPJS u 2012.).

Npr. u regiji Jadranska Hrvatska u rujnu 2017. godine ostvareno je 1.723.923 turistička dolaska, te 9.460.538 turističkih noćenja.

Podaci prikazuju ostvarene dolaske i noćenja domaćih i stranih turista iskazane u apsolutnom iznosu te kao međugodišnji indeks u rujnu 2017. godine u odnosu na isti mjesec prethodne godine, po županijama unutar NUTS 2 regije Jadranska Hrvatska.

Npr. u Primorsko-goranskoj županiji u rujnu 2017. godine ostvareno je 291.001 turistički dolazak te 1.583.846 turističkih noćenja, pri čemu su 1.500.723 noćenja ostvarili strani turisti a preostalih 82.123 noćenja domaći turisti.

Podaci prikazuju ostvarene dolaske i noćenja domaćih i stranih turista iskazane u apsolutnom iznosu te kao međugodišnji indeks u rujnu 2017. godine u odnosu na isti mjesec prethodne godine, po gradovima i općinama u pojedinim županijama (u konkretnom primjeru u primorsko-goranskoj županiji).

Npr. u Crikvenici je u rujnu 2017. godine ostvareno 33.608 turističkih dolazaka te 175.016 turističkih noćenja.

U usporedbi s istim mjesecom prethodne godine broj turističkih dolazaka u rujnu 2017. godine smanjen je za 0,7%, a turističkih noćenja za 4,5%. Broj turističkih dolazaka domaćih turista smanjen je za 7,6%, a broj dolazaka stranih turista porastao je za 2,4% u odnosu na isti mjesec prethodne godine.

6. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA PREMA DOBNIM SKUPINAMA U RUJNU 2017.
TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, BY AGE GROUPS, SEPTEMBER 2017

Dobne skupine	Dolasci Arrivals				Noćenja Nights				Age groups
	muškarci Men		žene Women		muškarci Men		žene Women		
	domaći turisti Domestic tourists	strani turisti Foreign tourists	domaći turisti Domestic tourists	strani turisti Foreign tourists	domaći turisti Domestic tourists	strani turisti Foreign tourists	domaći turisti Domestic tourists	strani turisti Foreign tourists	
Ukupno	90 167	889 748	61 642	937 156	243 987	4 603 062	193 312	4 859 469	Total
do 14 godina	9 194	55 166	9 077	51 603	27 802	456 309	27 026	430 819	Up to 14 years
15 – 24	6 360	68 315	5 499	82 642	18 657	365 009	16 999	434 088	15 – 24
25 – 34	18 682	146 428	13 054	154 463	47 414	638 886	35 266	689 753	25 – 34
35 – 44	22 352	117 595	12 992	105 654	52 584	574 754	32 848	565 200	35 – 44
45 – 54	17 353	147 588	9 881	161 905	42 714	774 219	28 184	866 787	45 – 54
55 – 64	11 294	179 600	6 753	204 971	31 906	896 364	25 503	999 155	55 – 64
od 65 i više	4 932	176 056	4 386	175 918	22 910	897 521	27 486	873 667	65 and over

Podaci prokazuju dolaske i noćenja turista prema dobnim skupinama i spolu u rujnu 2017. godine.

Podaci također pokazuju strukturu domaćih i stranih turista.

Prema podacima prikazanim u tablici vidljivo je da su turisti u dobnj skupini od 65 godina i više ostvarili 361.292 turistička dolaska. Od toga su muškarci u navedenoj dobnj skupini ostvarili 180.988 turističkih dolazaka a preostalih 180.304 ostvarile su žene.

Ako se analizira i struktura domaćih i stranih turista, onda je vidljivo da su od ukupnog broja ostvarenih turističkih dolazaka muškaraca u rujnu 2017. godine, 4.932 turistička dolaska ostvarili domaći turisti (muškarci od 65 godina i više), a preostalih 176.056 turističkih dolazaka strani turisti (muškarci od 65 godina i više).

ZADACI ZA VJEŽBU

1. U Republici Hrvatskoj je u lipnju 2012. godine ostvareno _____ turističkih dolazaka, što predstavlja porast/smanjenje broja turističkih dolazaka u odnosu na lipanj prethodne godine za ____%. Od ukupnog broja ostvarenih turističkih dolazaka _____% ostvarili su strani turisti, a preostalih _____% ukupnih turističkih dolazaka ostvarili su domaći turisti.
2. U Republici Hrvatskoj je u lipnju 2012. godine ostvareno _____ turističkih noćenja, što predstavlja porast/smanjenje broja turističkih noćenja u odnosu na lipanj prethodne godine za ____%. Od ukupnog broja ostvarenih turističkih noćenja _____% ostvarili su strani turisti, a preostalih _____% ukupnih turističkih noćenja ostvarili su domaći turisti.
3. U lipnju 2012. godine turisti su u prosjeku po dolasku ostvarili _____ turističkih noćenja po jednom dolasku, s tim da su domaći turisti ostvarili _____ turističkih noćenja, a strani turisti _____ turističkih noćenja po jednom dolasku.
4. U Republici Hrvatskoj u lipnju 2012. godine turisti s prebivalištem u Austriji ostvarili su:
 - a) _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% više/manje u odnosu na lipanj prethodne godine
 - b) _____ turističkih noćenja, što predstavlja porast/smanjenje broja turističkih noćenja u odnosu na lipanj prethodne godine za ____%.
 - c) _____% ukupno ostvarenih turističkih noćenja u Republici Hrvatskoj.
 - d) u prosjeku _____ noćenja po jednom dolasku.
5. U Republici Hrvatskoj u lipnju 2012. godine turisti s prebivalištem u Njemačkoj ostvarili su:
 - a) _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% više/manje u odnosu na lipanj prethodne godine
 - b) _____ turističkih noćenja, što predstavlja porast/smanjenje broja turističkih noćenja u odnosu na lipanj prethodne godine za ____%.
 - c) _____% ukupno ostvarenih turističkih noćenja u Republici Hrvatskoj.
 - d) u prosjeku _____ noćenja po jednom dolasku.

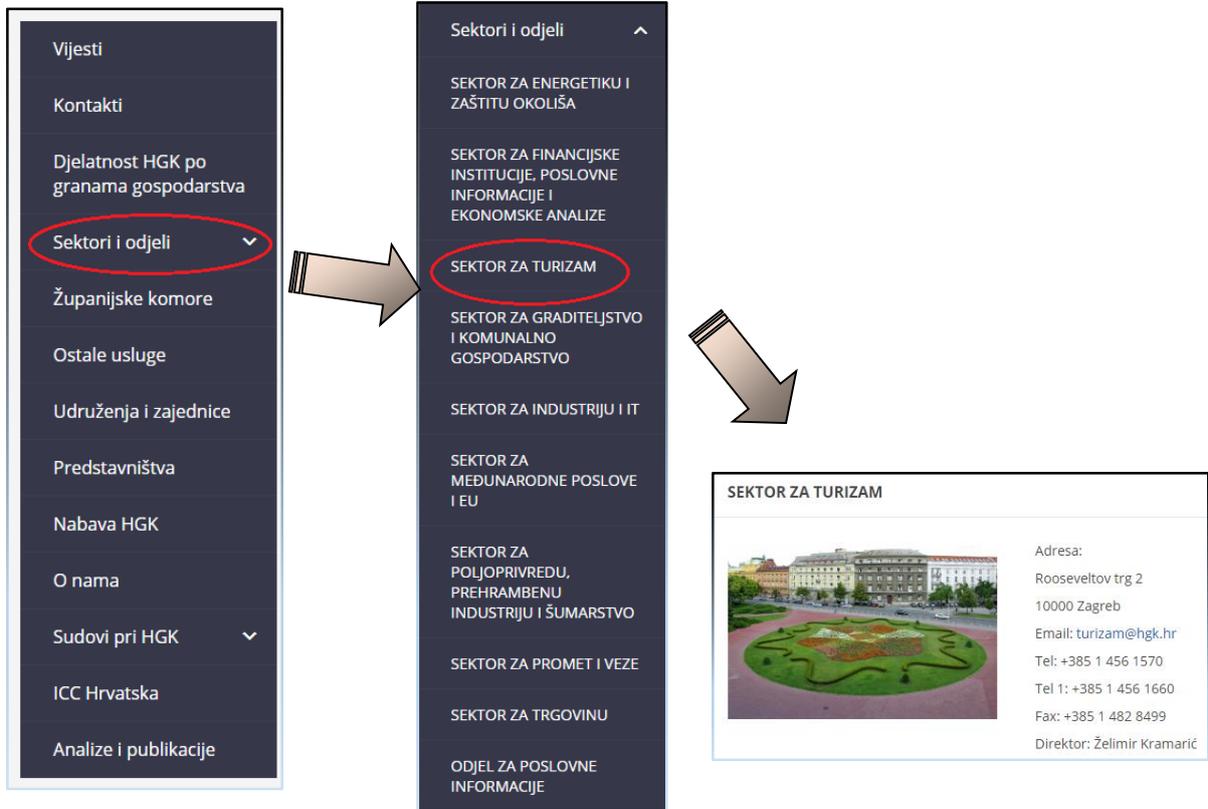
6. U lipnju 2012. godine u Republici Hrvatskoj od ukupnog broja turističkih dolazaka turisti su u kolektivnim smještajnim kapacitetima ostvarili _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupnih turističkih dolazaka u lipnju 2012. u RH, što je _____% više/manje u odnosu na lipanj prethodne godine. Preostalih _____ dolazaka u lipnju 2012., odnosno _____% ukupnih turističkih dolazaka ostvarili su u privatnim smještajnim kapacitetima.
7. U lipnju 2012. godine u Republici Hrvatskoj su domaći turisti ostvarili _____ turističkih noćenja u kolektivnim smještajnim kapacitetima, što predstavlja _____% ukupnih turističkih noćenja domaćih turista. Preostalih _____% ukupnih turističkih noćenja domaćih turista, odnosno _____ turističkih noćenja domaći turisti ostvarili su u privatnim smještajnim kapacitetima.
8. U lipnju 2012. godine u Republici Hrvatskoj su strani turisti ostvarili _____ turističkih noćenja u hotelima, što predstavlja _____% ukupnih turističkih noćenja stranih turista u kolektivnim smještajnim kapacitetima, te predstavlja porast/smanjenje broja turističkih noćenja u hotelima odnosu na lipanj prethodne godine za _____%.
9. U lipnju 2012. godine u Republici Hrvatskoj je od ukupnog broja ostvarenih turističkih dolazaka, njih _____, odnosno _____% ukupnih turističkih dolazaka organizirano samostalno (individualno), a preostalih _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnih turističkih dolazaka organizirano je uz pomoć turističkih posrednika (organizirano). Od ukupnog broja dolazaka organiziranih uz pomoć turističkih posrednika, njih _____, odnosno _____% ukupnih dolazaka uz pomoć posrednika, ostvarili su strani turisti, a preostalih _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnih dolazaka uz pomoć posrednika, ostvarili su domaći turisti.
10. U lipnju 2012. godine u regiji Jadranska Hrvatska ostvareno je _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih turističkih noćenja Republike Hrvatske. Od toga je u Primorsko-goranskoj županiji ostvareno _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih turističkih noćenja ostvarenih u Jadranskoj Hrvatskoj, a u Splitsko-dalmatinskoj županiji _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnih turističkih noćenja ostvarenih u Jadranskoj Hrvatskoj. Najveći broj turističkih noćenja u Regiji Jadranska Hrvatska ostvareno je u _____ županiji, u kojoj je ostvareno _____

VJEŽBA 9.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZAM

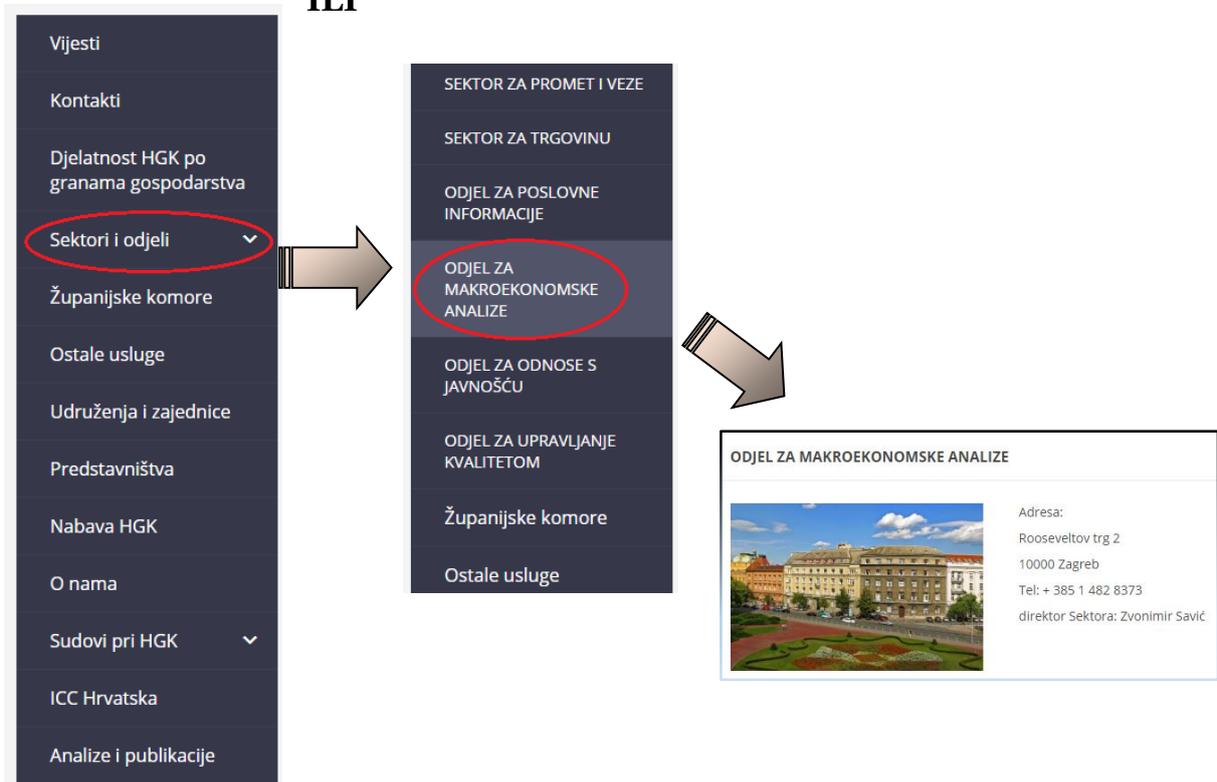
na stranicama HRVATSKE GOSPODARSKE KOMORE

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

www.hgk.hr



ILI



Povratak na stranicu
Odjel za
makroekonomske
analize

Vijesti

Analize i publikacije

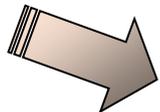
Propisi

Najčešća pitanja

O Odjelu

Odabrani
makroekonomski
pokazatelji

Online anketa –
Gospodarska kretanja



ANALIZE I PUBLIKACIJE

IZDVOJENE PUBLIKACIJE — ODJEL ZA MAKROEKONOMSKE ANALIZE

Svibanj, 2018.
Portugal - informacije za potencijalne izvoznike

Travanj, 2018.
BDP po županijama - Prikaz trendova u kretanju BDP-a županija na razini Hrvatske i EU

Travanj, 2018.
Konkurentnost zemalja srednje i istočne Europe: osvrt na Bugarsku

Travanj, 2018.
Robna razmjena po županijama

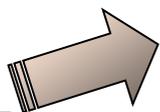
Ožujak, 2018.
Gospodarska kretanja 1/2/2018

Ožujak, 2018.
Južna Amerika (s osvrtom na Argentinu i Čile) - informacije za potencijalne izvoznike

Veljača, 2018.
Broj i struktura poslovnih subjekata po županijama - stanje 31.12.

ILI

gospodarska kretanja



REZULTATI PRETRAŽIVANJA

Svi Sektori i Županije ▼ Svi mjeseci ▼

Gospodarska kretanja u Karlovačkoj županiji - ožujak 2018.

Gospodarska kretanja 1/2/2018

U ŽK Virovitica održano predavanje Strategija uvođenja eura u Hrvatskoj

Gospodarska kretanja 11/12/2017

Gospodarska kretanja 9/10/2017

Novi projekti Grada Splita i aktualnosti u graditeljstvu

Predstavnici Županijske komore Split u posjetu Gradu Sinju

Virovitica će 6. lipnja 2018. godine biti domaćin obilježavanja Svjetskog dana sajмова

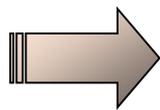
Gospodarska kretanja 7/8/2017

Gospodarska kretanja Grada Zadra u 2016. godini

Gospodarska kretanja 5/6/2017

GOSPODARSKA KRETANJA 2018. 1/2

H.G.K.



Sadržaj

Osnovni makroekonomski pokazatelji hrvatskog gospodarstva	4
Bruto domaći proizvod	7
Industrijska proizvodnja	8
Trgovina na malo	9
Turizam	10
Prijevoz putnika i roba	11
Građevinarstvo	12
Osnovni agregati cijena	13
Tržište rada	14
Zaposlenost i nezaposlenost	14
Plaće	15
Ekonomski odnosi s inozemstvom	16

TURIZAM

U prosincu 2017. godine najviše noćenja ostvarili turisti u dobnoj skupini 35 – 44 godine.

Prema podacima DZS-a, u prosincu 2017. godine u komercijalnome smještaju ostvareno je 313,5 tisuća turističkih dolazaka i 645,1 tisuća turističkih noćenja, što predstavlja rast od 11,3%, tj. 9,4% u odnosu na isti mjesec 2016. godine. U nekoliko prošlogodišnjih mjeseci ostvarene su najveće razine noćenja u posljednjih dvadesetak godina, a takav slučaj zabilježen je i u prosincu.

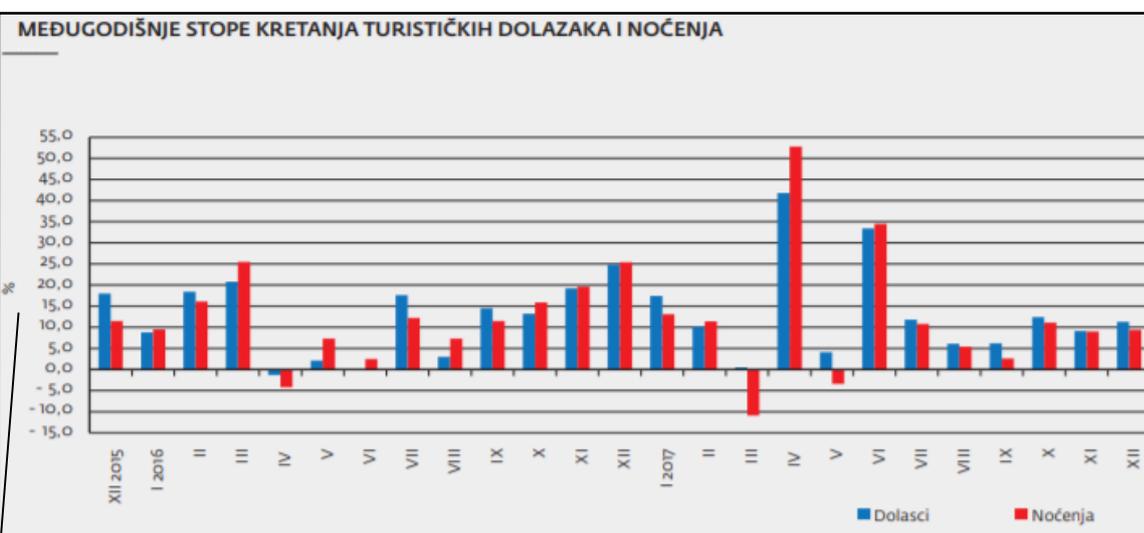
U posljednjih se godinu dana bilježi kontinuirani uzlazni godišnji trend turističkih dolazaka, dok je kod turističkih noćenja, u istom razdoblju, zabilježen uglavnom uzlazni trend, odnosno samo je u ožujku i svibnju 2017. godine zabilježen godišnji pad tog pokazatelja.

U 2017. godini, u komercijalnom smještaju zabilježeno je 17,4 milijuna turističkih dolazaka i 86,2 milijuna turističkih noćenja, što predstavlja rast od 12,7%, tj. 10,6% u odnosu na 2016. godinu. Na razini cijele 2017. godine zabilježeni su novi turistički rekordi, a spomenuti rast turističkih noćenja nastavak je uzlaznoga trenda koji je u posljednjih 15 godina prekinut samo jednom (u 2009. godini). U strukturi noćenja stranih turista u 2017. godini najviše su noćenja ostvarili turisti iz Njemačke (24,3%), Slovenije (8,9%) i Austrije (8,7%).

Uz rekordne fizičke pokazatelje, u turizmu se bilježe i rekordni financijski pokazatelji. Naime, devizni prihod od turizma od 2011. godine ima trend rasta, a prema dostupnim podacima, već je u prva tri tromjesečja 2017. godine ostvaren veći devizni prihod od turizma (8,7 mlrd. eura) nego u cijeloj, dosad rekordnoj, 2016. godini.

Bolji su rezultati u potrošnji turista uočljivi i u brojkama istraživanja Tomas koje je proveo Institut za turizam. Prema tome je uočljiv porast prosječne dnevne potrošnje turista sa 66,36 eura, koliko je iznosila u istraživanju 2014. godine, na 78,77 eura, koliko je iznosila u istraživanju 2017. godine. Iz strukture potrošnje vidljiv je povećan značaj izvanpansionske potrošnje.

Prema preliminarnim podacima organizacije World Tourism Organization, u 2017. godini u svijetu su zabilježene 1,32 milijarde međunarodnih turističkih dolazaka, što predstavlja rast od 6,7% u odnosu na 2016. godinu. Prošlogodišnja je razina tog pokazatelja bila rekordna, s time da World Tourism Organization očekuje rast i u ovoj godini (između 4% i 5%).



Izvor: Hrvatska gospodarska komora, Gospodarska kretanja 1-2/2018., str. 10.

Grafikon prikazuje međugodišnje stope promjene turističkih dolazaka i noćenja na mjesečnoj razini u razdoblju od prosinca 2015. do prosinca 2017. godine.

Podaci pokazuju da je u promatranom razdoblju ostvaren porast turističkih dolazaka i noćenja gotovo u svim mjesecima u odnosu na vrijednosti iz istog mjeseca prethodne godine. Turistički dolasci samo su u travnju 2016. godine neznatno smanjeni u odnosu na broj dolazaka ostvaren u travnju 2015. godine, dok je manji broj turističkih noćenja u odnosu na isti mjesec prethodne godine ostvaren u travnju 2016. godine (nešto manje od 5%), ožujku 2017. (malo više od 10%) te svibnju 2017. godine. Najveći porast broja turističkih dolazaka i noćenja u odnosu na vrijednosti iz istog mjeseca prethodne godine ostvaren je u travnju 2017. godine.

	Dolasci turista - u tisućama <i>Tourist arrivals - in thousands</i>							Indeksi <i>Indices</i>	
	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	I-XII '17	I-XII '16	
Ukupno	11.211	11.599	12.233	12.914	14.175	15.463	17.431	112,7	
Domaći	1.488	1.419	1.442	1.461	1.623	1.749	1.838	105,1	
Strani	9.723	10.180	10.791	11.453	12.553	13.715	15.993	113,7	
Austrija	892	946	969	1.019	1.120	1.231	1.331	108,2	
Bosna i Hercegovina	223	220	212	229	280	331	354	106,9	
Češka	636	647	652	661	696	689	742	107,7	
Francuska	395	418	449	441	466	491	536	109,3	
Italija	1.150	1.051	1.017	1.061	1.111	1.087	1.110	102,2	
Mađarska	328	308	326	366	436	486	546	112,2	
Nizozemska	287	335	336	334	357	389	443	113,8	
Njemačka	1.661	1.853	1.932	1.989	2.124	2.270	2.616	115,2	
Poljska	495	544	636	630	675	757	934	123,5	
Slovačka	335	337	337	355	381	390	425	109,1	
Slovenija	1.100	1.054	1.067	1.102	1.192	1.298	1.298	100,0	
Švicarska	162	176	191	194	219	224	251	111,7	
Ujedinjeno Kraljevstvo	256	307	389	429	491	595	751	126,2	
Kanada	49	55	66	79	95	110	137	124,4	
SAD	151	174	220	256	317	335	452	135,1	

Podaci prikazuju broj dolazaka turista u tisućama od 2011.-2016. godine, te kumulativ broj dolazaka turista za 12 mjeseci 2017. godine. Prikazana je struktura broja dolazaka domaćih i stranih turista.

Podaci prikazuju da su strani turisti 2017. godini ostvarili 15.993.000 dolazaka, što predstavlja povećanje od 13,7% u odnosu na isto razdoblje lani, dok su domaći turisti ostvarili 1.838.000 dolazaka, što predstavlja povećanje od 5,1% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

Podaci prikazuju međugodišnji kumulativni indeks broja dolazaka turista u 2017. godini (12 mjeseci) u odnosu na isto razdoblje 2016. godine.

	Dolasci turista - u tisućama <i>Tourist arrivals - in thousands</i>								Indeksi <i>Indices</i>	
	V '17	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII '17	XII '16
Ukupno	1.257	2.526	4.346	4.206	1.979	850	308	314	111,3	
Domaći	180	207	258	252	152	143	113	116	105,2	
Strani	1.077	2.319	4.089	3.953	1.827	707	195	197	115,2	
Austrija	121	228	308	291	163	58	18	25	119,7	
Bosna i Hercegovina	18	36	98	91	27	11	9	15	116,6	
Češka	12	123	296	213	80	4	2	1	113,6	
Francuska	50	56	121	176	64	24	3	4	137,1	
Italija	43	136	205	473	72	26	15	27	108,7	
Mađarska	14	69	195	182	45	11	3	4	117,3	
Nizozemska	32	52	149	135	45	11	2	1	110,9	
Njemačka	172	455	584	758	390	111	10	13	121,4	
Poljska	32	137	332	283	105	10	2	2	113,8	
Slovačka	6	42	189	150	23	2	1	1	130,1	
Slovenija	71	204	401	255	94	52	18	24	100,0	
Švicarska	22	31	82	39	36	17	2	3	129,4	
Ujedinjeno Kraljevstvo	84	125	150	168	128	46	3	4	131,7	
Kanada	16	21	25	23	29	14	1	1	123,4	
SAD	55	74	82	69	73	38	8	6	117,9	

Podaci prikazuju broj dolazaka turista u tisućama, po mjesecima, od svibnja do prosinca 2017. godine. Prikazana je struktura broja dolazaka domaćih i stranih turista.

Podaci prikazuju da je u rujnu 2017. godine ostvareno 1.979.000 turističkih dolazaka turista, od čega su 152.000, što predstavlja 7,68% ostvarili domaći turisti, a preostalih 1.827.000 turističkih dolazaka (odnosno 92,32%) ostvarili su strani turisti.

Podaci prikazuju da su u kolovozu 2017. godine najveći broj dolazaka turista među stranim turistima ostvarili turisti iz Njemačke, koji su ostvarili 758.000 dolazaka, što predstavlja udio od 19,18% u ukupnom broju dolazaka stranih turista u kolovozu 2017. godine.

Noćenja turista - u tisućama <i>Tourist nights - in thousands</i>							Indeksi <i>Indices</i>	Struktura noćenja - u % <i>Composition nights - in %</i>	Prosječan broj noćenja po dolasku <i>Average number of tourist night by tourists arrivals</i>	
2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	I-XII '17 I-XII '16				
60.110	62.507	64.617	66.270	71.437	77.919	86.200	110,6	100,0	4,9	<i>Total</i>
5.562	5.174	5.095	5.116	5.705	5.819	5.978	102,7	6,9	3,3	<i>Domestic</i>
54.547	57.333	59.523	61.154	65.732	72.099	80.222	111,3	93,1	5,1	<i>Foreign</i>
4.836	5.104	5.221	5.404	5.902	6.504	6.991	107,5	8,7	5,3	<i>Austria</i>
1.061	1.066	1.002	1.091	1.300	1.479	1.547	104,6	1,9	4,4	<i>Bosnia and Herzegovina</i>
4.389	4.519	4.539	4.600	4.812	4.770	5.067	106,2	6,3	6,8	<i>Czech Republic</i>
1.484	1.538	1.644	1.658	1.709	1.882	1.970	104,7	2,5	3,7	<i>France</i>
4.995	4.535	4.396	4.466	4.800	4.927	4.915	99,8	6,1	4,4	<i>Italy</i>
1.746	1.630	1.728	1.931	2.266	2.528	2.770	109,6	3,5	5,1	<i>Hungary</i>
2.224	2.566	2.491	2.415	2.477	2.661	2.904	109,2	3,6	6,6	<i>Netherlands</i>
12.487	13.947	14.435	14.749	15.770	17.074	19.526	114,4	24,3	7,5	<i>Germany</i>
3.134	3.408	4.079	4.078	4.323	4.963	6.056	122,0	1,5	6,5	<i>Poland</i>
2.282	2.294	2.258	2.383	2.550	2.606	2.794	107,2	3,5	6,6	<i>Slovakia</i>
6.389	6.239	6.159	6.236	6.678	7.139	7.140	100,0	8,9	5,5	<i>Slovenia</i>
660	730	784	787	891	981	1.088	110,9	1,4	4,3	<i>Switzerland</i>
1.237	1.505	1.907	2.102	2.419	3.025	3.810	125,9	4,7	5,1	<i>United Kingdom</i>
134	150	176	206	244	293	364	124,0	0,5	2,7	<i>Canada</i>
395	433	549	630	806	878	1.178	134,2	1,5	2,6	<i>SAD</i>

Podaci prikazuju broj noćenja turista u tisućama, od 2011. do 2016. godine, te kumulativno broja noćenja turista za 12 mjeseci 2017. godine. Prikazana je struktura broja dolazaka domaćih i stranih turista.

Podaci također prikazuju kumulativne indekse ostvarenih turističkih noćenja, strukturu noćenja stranih turista prema zemlji porijekla turista te prosječan broj noćenja po dolasku.

Podaci prikazuju da je u 12 mjeseci 2017. godine ostvareno 86.200.000 turističkih noćenja, od čega su 80.222.000 turističkih noćenja, što predstavlja 93,1% ostvarili strani turisti, a preostalih 5.978.000 turističkih noćenja (odnosno 6,9%) ostvarili su domaći turisti.

Podaci prikazuju da su u 2017. godini najveći broj noćenja turista među stranim turistima ostvarili turisti iz Njemačke, koji su ostvarili 114.400 noćenja, što predstavlja udio od 24,3% u ukupnom broju noćenja stranih turista u 2017. godini. Turisti iz Njemačke ostvarili su u prosjeku 7,5 noćenja po jednom dolasku.

DEVIZNI PRIHOD OD TURIZMA ¹						
<i>Balance of Payments - Travel¹</i>						
	Nominalne vrijednosti - u milijunima USD <i>Nominal values - in millions of USD</i>			Stope rasta prema istom tromjesečju prethodne godine - u % <i>Growth rates with corresponding quarter of the previous year - in %</i>		
	Prihod <i>Credit</i>	Rashod <i>Debit</i>	Neto prihod <i>Net credit</i>	Prihod <i>Credit</i>	Rashod <i>Debit</i>	Neto prihod <i>Net credit</i>
2010.	8.075,2	832,5	7.242,6	-10,5	-17,7	-9,6
2011.	9.352,2	881,0	8.471,2	16,6	5,8	17,8
2012.	8.675,8	926,2	7.749,6	-7,2	5,1	-8,5
2013.	9.524,9	902,7	8.622,2	9,8	-2,5	11,3
2014.	9.866,2	845,7	9.020,4	3,6	-6,3	4,6
2015.	8.834,2	755,4	8.078,8	-10,5	-10,7	-10,4
2016.	9.633,7	944,5	8.689,1	9,0	25,0	7,6
01 '10	449,9	189,3	260,6	14,1	12,9	15,0
02	1.879,4	202,4	1.677,0	-14,8	-21,7	-13,8
03	4.983,0	228,4	4.754,6	-10,3	-32,1	-8,9
04	762,8	212,4	550,4	-12,4	-14,9	-11,5
01 '11	375,0	179,3	195,7	-16,7	-5,3	-24,9
02	2.324,8	221,6	2.103,2	23,7	9,5	25,4
03	5.917,9	253,0	5.664,9	18,8	10,8	19,1
04	734,6	227,1	507,4	-3,7	6,9	-7,8
01 '12	379,8	196,1	183,7	1,3	9,4	-6,1

Podaci prikazuju nominalne vrijednosti prihoda od turizma, rashoda s osnova turizma i putovanja, te neto prihod od turizma kao razliku prihoda od turizma i rashoda s osnove turizma i putovanja iskazane u milijunima USD.

Podaci također prikazuju stope rasta prihoda od turizma, rashoda s osnove turizma i putovanja, kao i neto prihoda od turizma u razdoblju od 2010. do 2016. godine na godišnjoj razini te na kvartalnoj razini počevši od 1. kvartala 2010. godine.

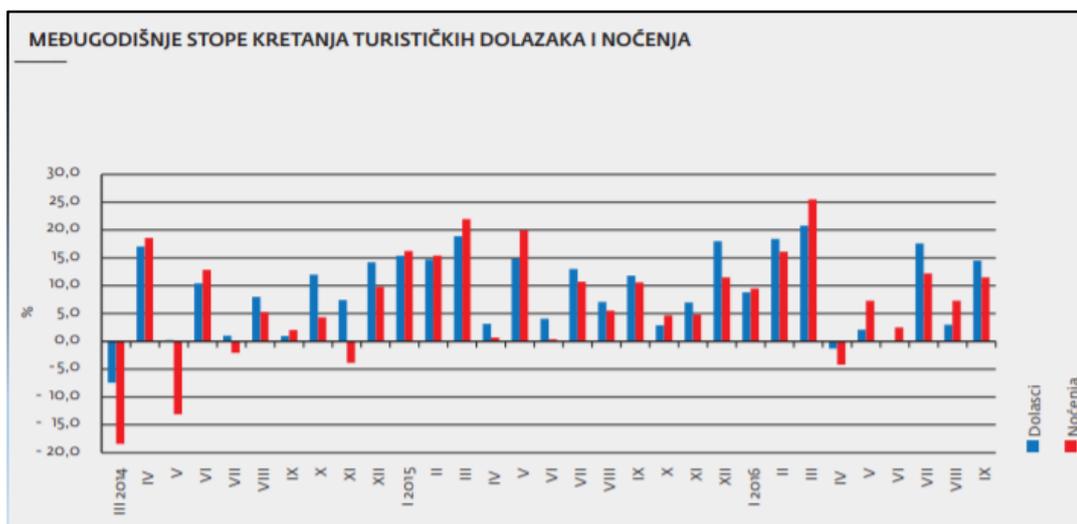
Podaci prikazuju da je prvom kvartalu (siječanj, veljača, ožujak) ostvaren prihod od turizma u iznosu 375.000.000 USD, rashod s osnova turizma u iznosu od 179.300.000 USD, što je rezultiralo neto prihodom od turizma u iznosu od 195.700.000 USD.

Podaci prikazuju da je u četvrtom kvartalu (listopad, studeni, prosinac) 2011. godine prihod od turizma smanjen za 3,7% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, dok je rashod s osnove turizma u istom razdoblju porastao za 6,9% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, što je rezultiralo smanjenjem neto prihoda za 7,8% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. U Republici Hrvatskoj u prvih devet mjeseci 2016. godine broj turističkih dolazaka porastao je/se smanjio za ____% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, pri čemu je broj turističkih dolazaka stranih turista porastao/se smanjio za ____%, a broj turističkih dolazaka domaćih turista porastao/se smanjio za ____%, u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.
2. U Republici Hrvatskoj u prvih devet mjeseci 2016. godine broj turističkih dolazaka turista porijeklom iz Austrije iznosio je _____, što predstavlja porast/smanjenje za ____% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Udio turista porijeklom iz Austrije u ukupnom broju dolazaka stranih turista u prvih devet mjeseci 2016. godine je iznosio ____%.
3. U svibnju 2016. godine u Republici Hrvatskoj ostvareno je _____ turističkih dolazaka. Udio dolazaka domaćih turista iznosio je ____%, a udio dolazaka stranih turista ____%.
4. U Republici Hrvatskoj u prvih devet mjeseci 2016. godine broj turističkih noćenja porastao je/se smanjio za ____% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, pri čemu je broj turističkih noćenja stranih turista porastao/se smanjio za ____%, a broj turističkih noćenja domaćih turista porastao/se smanjio za ____%, u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.
5. U Republici Hrvatskoj je u prvih devet mjeseci 2016. godine ostvareno _____ turističkih noćenja. Od ukupnog broja ostvarenih turističkih noćenja _____% ostvarili su strani turisti, odnosno _____ noćenja, a preostalih _____% ukupnih turističkih noćenja, odnosno _____ noćenja ostvarili su domaći turisti.
6. U Republici Hrvatskoj u prvih devet mjeseci 2016. godine strani turisti su u prosjeku ostvarili _____ noćenja po dolasku, a domaći turisti _____ noćenja po dolasku.

7. U svibnju 2016. godine u Republici Hrvatskoj ostvareno je _____noćenja. Udio noćenja domaćih turista je iznosio _____%, a udio noćenja stranih turista _____%
8. U Republici Hrvatskoj u trećem kvartalu 2009. godine prihod od turizma iznosio je _____ USD, dok je rashod s osnova turizma iznosio _____ USD, pri čemu je neto prihod od turizma iznosio _____ USD. Prihod od turizma u Republici Hrvatskoj u trećem kvartalu 2009. godine porastao je/smanjio se za _____% u odnosu na isti kvartal prethodne godine, dok je rashod s osnova turizma porastao/smanjio se za _____%, što je rezultiralo rastom/smanjenjem neto prihoda od turizma za _____% u odnosu na isti kvartal prethodne godine.
9. U Republici Hrvatskoj u 2012. godini prihod od turizma iznosio je _____ USD, dok je rashod s osnova turizma iznosio _____ USD, pri čemu je neto prihod od turizma iznosio _____ USD. Prihod od turizma u Republici Hrvatskoj u 2012. godini porastao je/smanjio se za _____% u odnosu na prethodnu godinu, dok je rashod s osnova turizma porastao/smanjio se za _____%, što je rezultiralo rastom/smanjenjem neto prihoda od turizma za _____% u odnosu na prethodnu godinu.
10. Protumačite grafikon.



Izvor: Hrvatska gospodarska komora, Gospodarska kretanja 9-10/2016., str. 11

VJEŽBA 10.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZAM

na stranicama MINISTARSTVA TURIZMA

MINISTARSTVO TURIZMA

www.mint.hr

Ministarstvo turizma obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: turističku politiku Republike Hrvatske, strategiju razvitka hrvatskog turizma, razvoj i investicije u turizmu, razvitak kongresnoga, seoskoga, lovnoga, zdravstvenoga, omladinskoga i drugih selektivnih oblika turizma, unapređivanje i razvoj malog poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu, sanacijske programe u svezi s restrukturiranjem hotelsko-ugostiteljskih tvrtki, praćenje i sudjelovanje u procesu privatizacije, turističku informatiku, promicanje hrvatskog turizma u inozemstvu, sustav turističkih zajednica, turističku i ugostiteljsku statistiku, stanje i pojave na području turističkih i ugostiteljskih usluga, međunarodnu suradnju u svezi s turizmom, djelovanje instrumenata gospodarskog sustava i mjera gospodarske politike na razvoj ponude i pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga i poslovanje turističkih i ugostiteljskih gospodarskih subjekata, uvjete obavljanja turističke i ugostiteljske djelatnosti, praćenje i analiziranje kvalitete turističke ponude, turističkih i ugostiteljskih usluga, uvođenje međunarodnih standarda kvalitete ponude smještaja i usluga, kategorizaciju turističkih i ugostiteljskih objekata, unapređivanje turističke i ugostiteljske djelatnosti. Ministarstvo obavlja poslove koji se odnose na sudjelovanje Republike Hrvatske u radu tijela Europske unije u područjima iz njegove nadležnosti. Ministarstvo obavlja i druge poslove koji su mu stavljeni u nadležnost posebnim zakonom.



Statistika

2018.

- ožujak, siječanj-ožujak
- veljača, siječanj-veljača
- siječanj

Prikazuju se osnovni statistički podaci iz područja turističkog prometa, poput: broja ostvarenih turističkih noćenja i dolazaka turista, strukture ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja stranih turista prema zemlji porijekla, strukture ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja po vrstama objekata za smještaj, broj ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja po županijama, na mjesečnoj razini te kumulativno.

Npr. u dokumentu ožujak, siječanj-ožujak, prikazane su vrijednosti navedenih pokazatelja za mjesec ožujak te za razdoblje siječanj-ožujak (kumulativno).

TURISTIČKI PROMET U OŽUJKU 2018. GODINE (SLUŽBENI PODACI)

TURISTI I NOĆENJA U REPUBLICI HRVATSKOJ U OŽUJKU 2018. GODINE										
	TURISTI			INDEX	18./17.	NOĆENJA			INDEX	18./17.
	2017.	2018.	18./17.			2017.	2018.	18./17.		
DOMAĆI	110.553	118.715	107,38			227.485	243.931	107,23		
STRANI	231.987	321.555	138,61			522.851	770.846	147,43		
				INDEX	UDJEL U RH U %			INDEX	UDJEL U RH U %	
	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.
INDIVIDUALNI	174.204	213.933	122,81	50,86	48,59	387.360	496.380	128,14	51,62	48,92
DOMAĆI	70.694	76.621	108,38	20,64	17,40	143.134	158.578	110,79	19,08	15,63
STRANI	103.510	137.312	132,66	30,22	31,19	244.226	337.802	138,32	32,55	33,29
ORGANIZIRANI	168.336	226.337	134,46	49,14	51,41	362.976	518.397	142,82	48,38	51,08
DOMAĆI	39.859	42.094	105,61	11,64	9,56	84.351	85.353	101,19	11,24	8,41
STRANI	128.477	184.243	143,41	37,51	41,85	278.625	433.044	155,42	37,13	42,67
UKUPNO HRVATSKA	342.540	440.270	128,53	100,00	100,00	750.336	1.014.777	135,24	100,00	100,00

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja u ožujku 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa iskazanu kroz domaće i strane turiste/noćenja.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u ožujku 2018. godine ostvareno 118.715 turističkih dolazaka, odnosno 7,38% dolazaka više nego u istom mjesecu prethodne godine, pri čemu je ostvareno 243.931 turističko noćenje, odnosno 7,23% više turističkih noćenja u usporedbi s istim razdobljem lani.

Podaci također prikazuju strukturu turističkih dolazaka i noćenja prema načinu organizacije putovanja (individualni vs. organizirani), dodatno strukturiranu kroz domaće i strane dolaske/noćenja.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u ožujku 2018. godine od ukupno ostvarenih turističkih noćenja, njih 51,08% bilo organizirano (od čega su 8,41% noćenja ostvarili domaći turisti, a preostalih 42,67% strani turisti), dok je preostalih 48,92% turističkih noćenja bilo individualno (od čega su 15,63% noćenja ostvarili domaći, a preostalih 33,29% strani turisti).

TURISTIČKI PROMET STRANIH TURISTA U OŽUJKU 2018. GODINE											
ZEMLJE	TURISTI			INDEX	18./17.	UDJEL U % 2017.	NOĆENJA		INDEX	18./17.	UDJEL U % 2018.
	2017.	2018.	18./17.				2017.	2018.			
NJEMAČKA	19.537	38.269	195,88	11,9	11,9	66.839	131.924	197,38	17,1	17,1	
AUSTRIJA	22.212	35.324	159,03	11,0	11,0	60.792	114.350	188,10	14,8	14,8	
KOREJA, REPUBLIKA	32.485	31.487	96,93	9,8	9,8	36.720	33.994	92,58	4,4	4,4	
SLOVENIJA	28.556	30.905	108,23	9,6	9,6	62.693	68.437	109,16	8,9	8,9	
ITALIJA	18.877	24.093	127,63	7,5	7,5	36.665	44.428	121,20	5,8	5,8	
SAD	9.168	13.404	146,20	4,2	4,2	26.168	33.224	126,96	4,3	4,3	
BOSNA I HERCEGOVINA	12.710	11.833	93,10	3,7	3,7	27.083	27.646	102,08	3,6	3,6	
UJEDINJENA KRALJEVINA	5.094	11.451	224,79	3,6	3,6	15.720	38.130	242,56	4,9	4,9	
KINA	7.232	9.083	125,59	2,8	2,8	7.849	9.621	122,58	1,2	1,2	
MAĐARSKA	4.640	7.954	171,42	2,5	2,5	13.783	20.225	146,74	2,6	2,6	
OSTALO	71.476	107.752	150,75	33,5	33,5	168.539	248.857	147,88	32,3	32,3	
UKUPNO STRANI	231.987	321.555	138,61	100,0	100,0	522.851	770.846	147,43	100,0	100,0	

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja stranih turista prema zemlji porijekla, u ožujku 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa.

Iz podataka u tablici je vidljivo da su u ožujku 2018. godine najveći udio ostvarenih turističkih noćenja (17,1%) ostvarili turisti porijeklom iz Njemačke, koji su ostvarili 131.924 turističko noćenje, što predstavlja porast za 97,38% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

TURISTI I NOĆENJA PO VRSTAMA OBJEKATA ZA SMJEŠTAJ U OŽUJKU 2018. GODINE

OBJEKTI	TURISTI		INDEX 18./17.	UDJEL TURISTA U UKUPNOM U % 2018.	NOĆENJA		INDEX 18./17.	UDJEL TURISTA U UKUPNOM U % 2018.
	2017.	2018.			2017.	2018.		
Hoteli ¹⁾	262.659	325.145	123,79	73,85	534.145	691.811	129,52	68,17
Kampovi i kampirališta ³⁾	3.730	9.394	251,85	2,13	11.173	27.566	246,72	2,72
Hosteli	19.268	18.895	98,06	4,29	35.310	37.168	105,26	3,66
Lječilišta	797	931	116,81	0,21	6.591	7.353	111,56	0,72
Kućanstva - sobe, apartmani, kuće za odmor ²⁾	44.738	69.988	156,44	15,90	130.991	205.216	156,66	20,22
Ostali objekti	11.348	15.917	140,26	3,62	32.126	45.663	142,14	4,50
UKUPNO OBJEKTI	342.540	440.270	128,53	100,00	750.336	1.014.777	135,24	100,00

IZVOR: Državni zavod za statistiku

- 1) Obuhvaćeni su hoteli, hoteli baštine, aparthoteli i integralni hoteli.
- 2) Obuhvaćene su sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u kućanstvima i seljačkim kućanstvima
- 3) Obuhvaćeni su kampovi, kampirališta, kamp-odmorišta, kampovi u kućanstvu i u seljačkom kućanstvu

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja po vrstama objekata za smještaj, u ožujku 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u ožujku 2018. godine najveći udio ostvarenih turističkih noćenja (68,17%) ostvareno u hotelima, u kojima je ostvareno 691.811 turističkih noćenja, što predstavlja porast za 29,52% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

TURISTIČKI PROMET PO ŽUPANIJAMA U OŽUJKU 2018.

ŽUPANIJE	TURISTI		INDEX 18./17.	NOĆENJA		INDEX 18./17.
	2017.	2018.		2017.	2018.	
ZAGREBAČKA ŽUPANIJA	4.035	5.063	125,48	8.397	9.660	115,04
KRAPINSKO-ZAGORSKA	8.808	10.994	124,82	22.881	25.565	111,73
SISAČKO-MOSLAVAČKA	1.897	1.872	98,68	6.232	6.071	97,42
KARLOVAČKA ŽUPANIJA	6.558	7.116	108,51	8.404	9.981	118,76
VARAŽDINSKA ŽUPANIJA	3.682	3.712	100,81	9.847	9.983	101,38
KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA	1.497	840	56,11	3.352	1.688	50,36
BJELOVARSKO-BILOGORSKA	1.736	1.730	99,65	5.025	5.784	115,10
PRIMORSKO-GORANSKA	50.013	56.868	113,71	121.503	136.371	112,24
LIČKO-SENSKA	10.723	12.882	120,13	12.793	16.097	125,83
VIROVITIČKO-PODRAVSKA	703	1.137	161,74	1.420	4.076	287,04
POŽEŠKO-SLAVONSKA	1.142	1.179	103,24	2.401	2.163	90,09
BRODSKO-POSAVSKA	1.756	1.794	102,16	3.745	3.643	97,28
ZADARSKA	16.845	24.079	142,94	33.120	46.805	141,32
OSJEČKO-BARANJSKA	6.451	6.731	104,34	11.385	13.138	115,40
ŠIBENSKO-KININSKA	11.554	15.171	131,31	27.344	36.321	132,83
VUKOVARSKO-SRIJEMSKA	7.394	5.693	76,99	11.458	9.611	83,88
SPLITSKO-DALMATINSKA	33.193	48.908	147,34	65.942	110.925	168,22
ISTARSKA ŽUPANIJA	58.269	97.214	166,84	161.467	287.515	178,06
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	37.469	46.680	124,58	88.022	111.798	127,01
MEDIMURSKA ŽUPANIJA	5.073	5.786	114,05	11.351	12.057	106,22
GRAD ZAGREB	73.742	84.821	115,02	134.247	155.525	115,85
UKUPNO ŽUPANIJE	342.540	440.270	128,53	750.336	1.014.777	135,24

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja po županijama, u ožujku 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u ožujku 2018. godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvareno 110.925 turističkih noćenja, odnosno 68,22% više nego u ožujku 2017. godine (kada je ostvareno 65.942 turistička noćenja).

U ožujku 2018. godine u Primorsko-goranskoj, Istarskoj te Dubrovačko-neretvanskoj županiji ostvaren je veći broj turističkih noćenja u usporedbi sa Splitsko-dalmatinskom županijom.

TURISTIČKI PROMET SIJEČANJ-OŽUJAK 2018. GODINE (SLUŽBENI PODACI)

TURISTI I NOĆENJA U REPUBLICI HRVATSKOJ SIJEČANJ-OŽUJAK 2018. GODINE

	TURISTI					NOĆENJA				
	2017.	2018.	18./17.			2017.	2018.	18./17.		
DOMAĆI	270.971	288.699	106,54			593.289	629.829	106,16		
STRANI	458.506	581.319	126,79			1.068.784	1.402.274	131,20		
	INDEX			UDJEL U RH U %		INDEX			UDJEL U RH U %	
	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.
INDIVIDUALNI	417.194	477.216	114,39	57,19	54,85	955.103	1.138.241	119,17	57,46	56,01
DOMAĆI	188.481	200.988	106,64	25,84	23,10	404.638	442.794	109,43	24,35	21,79
STRANI	228.713	276.228	120,77	31,35	31,75	550.465	695.447	126,34	33,12	34,22
ORGANIZIRANI	312.283	392.802	125,78	42,81	45,15	706.970	893.862	126,44	42,54	43,99
DOMAĆI	82.490	87.711	106,33	11,31	10,08	188.651	187.035	99,14	11,35	9,20
STRANI	229.793	305.091	132,77	31,50	35,07	518.319	706.827	136,37	31,19	34,78
UKUPNO HRVATSKA	729.477	870.018	119,27	100,00	100,00	1.662.073	2.032.103	122,26	100,00	100,00

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja u razdoblju siječanj-ožujak 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa iskazanu kroz domaće i strane turiste/noćenja.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine ostvareno 288.699 turističkih dolazaka, odnosno 6,54% dolazaka više nego u istom razdoblju prethodne godine, pri čemu je ostvareno 629.829 turističkih noćenja, odnosno 6,16% turističkih noćenja više nego u istom razdoblju lani.

Podaci također prikazuju strukturu turističkih dolazaka i noćenja prema načinu organizacije putovanja (individualni vs. organizirani), dodatno strukturiranu kroz domaće i strane dolaske/noćenja.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine od ukupno ostvarenih turističkih noćenja, njih 43,99% bilo organizirano (od čega je 9,2% noćenja bilo ostvareno od strane domaćih turista, dok je preostalih 34,78% organizirano od strane stranih turista), dok je preostalih 56,01% turističkih noćenja bilo individualno (od čega su 21,79% noćenja ostvarili domaći turisti, a preostalih 34,22% strani turisti).

TURISTIČKI PROMET STRANIH TURISTA SIJEČANJ-OŽUJAK 2018. GODINE

ZEMLJE	TURISTI			UDJEL U % 2017.	NOĆENJA		INDEX 18./17.	UDJEL U % 2018.
	2017.	2018.	INDEX 18./17.		2017.	2018.		
SLOVENIJA	63.377	69.166	109,13	11,9	146.236	161.286	110,29	11,5
KOREJA, REPUBLIKA	65.600	66.495	101,36	11,4	75.843	72.826	96,02	5,2
NJEMAČKA	30.478	53.367	175,10	9,2	104.296	186.256	178,58	13,3
AUSTRIJA	37.860	53.106	140,27	9,1	116.394	176.303	151,47	12,6
ITALIJA	43.522	47.837	109,91	8,2	96.452	101.378	105,11	7,2
BOSNA I HERCEGOVINA	26.229	27.356	104,30	4,7	63.486	70.534	111,10	5,0
SAD	15.585	20.370	130,70	3,5	50.964	54.691	107,31	3,9
UJEDINJENA KRALJEVINA	10.012	16.018	159,99	2,8	29.033	51.100	176,01	3,6
SRBIJA	14.043	15.501	110,38	2,7	31.159	37.161	119,26	2,7
MAĐARSKA	9.162	13.654	149,03	2,3	26.723	33.748	126,29	2,4
OSTALO	142.638	198.449	139,13	34,1	328.198	456.991	139,24	32,6
UKUPNO STRANI	458.506	581.319	126,79	100,0	1.068.784	1.402.274	131,20	100,0

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja stranih turista prema zemlji porijekla, u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa.

Iz podataka u tablici je vidljivo da su u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine najveći udio ostvarenih turističkih noćenja (13,3%) ostvarili turisti porijeklom iz Njemačke, koji su ostvarili 186.256 turističkih noćenja, što predstavlja porast za 78,88% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

TURISTI I NOĆENJA PO VRSTAMA OBJEKATA ZA SMJEŠTAJ SIJEČANJ-OŽUJAK 2018. GODINE

OBJEKTI	TURISTI		INDEX 18./17.	UDJEL TURISTA U UKUPNOM U % 2018.	NOĆENJA		INDEX 18./17.	UDJEL TURISTA U UKUPNOM U % 2018.
	2017.	2018.			2017.	2018.		
Hoteli ¹	546.958	639.525	116,92	73,51	1.139.561	1.359.378	119,29	66,90
Kampovi i kampirališta ³	5.078	10.642	209,57	1,22	18.531	37.073	200,06	1,82
Hosteli	44.166	41.664	94,34	4,79	84.378	83.867	99,39	4,13
Lječilišta	1.826	2.182	119,50	0,25	14.168	16.565	116,92	0,82
Kućanstva - sobe, apartmani, kuće za odmor ²	103.615	146.189	141,09	16,80	322.988	452.161	139,99	22,25
Ostali objekti	27.834	29.816	107,12	3,43	82.447	83.059	100,74	4,09
UKUPNO OBJEKTI	729.477	870.018	119,27	100,00	1.662.073	2.032.103	122,26	100,00

IZVOR: Državni zavod za statistiku

1) Obuhvaćeni su hoteli, hoteli baštine, aparthoteli i integralni hoteli.

2) Obuhvaćeni su sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u kućanstvima i seljačkim kućanstvima

3) Obuhvaćeni su kampovi, kampirališta, kamp-odmorista, kampovi u kućanstvu i u seljačkom kućanstvu

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja po vrstama objekata za smještaj, u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine najveći udio ostvarenih turističkih noćenja (66,9%) ostvareno u hotelima, u kojima je ostvareno 1.359.378 turističkih noćenja, što predstavlja porast za 19,29% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

TURISTIČKI PROMET PO ŽUPANIJAMA SIJEČANJ-OŽUJAK 2018.

ŽUPANIJE	TURISTI		INDEX 18./17.	NOĆENJA		INDEX 18./17.
	2017.	2018.		2017.	2018.	
ZAGREBAČKA ŽUPANIJA	11.083	12.291	110,90	22.705	24.424	107,57
KRAPINSKO-ZAGORSKA	28.443	33.103	116,38	72.663	83.217	114,52
SISAČKO-MOSLAVAČKA	5.912	6.386	108,02	18.899	19.867	105,12
KARLOVAČKA ŽUPANIJA	15.333	16.085	104,90	21.253	24.472	115,15
VARAŽDINSKA ŽUPANIJA	8.856	11.464	129,45	25.450	33.422	131,32
KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA	3.812	3.106	81,48	9.356	7.558	80,78
BIJELOVARSKO-BILOGORSKA	4.771	5.083	106,54	14.922	17.056	114,30
PRIMORSKO-GORANSKA	99.851	105.469	105,63	253.954	256.285	100,92
LIČKO-SENJSKA	20.046	23.942	119,44	25.878	31.357	121,17
VIROVITIČKO-PODRAVSKA	2.100	3.246	154,57	4.067	9.163	225,30
POŽEŠKO-SLAVONSKA	2.896	2.960	102,21	6.435	6.348	98,65
BRODSKO-POSAVSKA	4.900	4.837	98,71	8.378	9.106	108,69
ZADARSKA	25.174	40.688	161,63	67.679	78.979	116,70
OSJEČKO-BARANJSKA	15.732	16.896	107,40	30.611	34.500	112,70
ŠIBENSKO-KNINSKA	18.304	21.986	120,12	45.756	52.166	114,01
VUKOVARSKO-SRIJEMSKA	18.584	16.203	87,19	25.816	25.723	99,64
SPLITSKO-DALMATINSKA	68.519	88.214	128,74	146.985	204.552	139,17
ISTARSKA ŽUPANIJA	115.547	163.222	141,26	332.531	486.138	146,19
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	67.724	79.029	116,69	167.588	191.048	114,00
MEDIJURSKA ŽUPANIJA	14.901	15.880	106,57	38.844	38.213	106,61
GRAD ZAGREB	171.158	199.928	116,81	325.303	398.509	122,50
UKUPNO ŽUPANIJE	729.477	870.018	119,27	1.662.073	2.032.103	122,26

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Podaci prikazuju strukturu ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja po županijama, u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine nominalno te u obliku međugodišnjeg indeksa.

Iz podataka u tablici je vidljivo da je u razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvareno 204.552 turistička noćenja, odnosno 39,17% više nego u istom razdoblju prethodne godine (kada je ostvareno 146.985 turistička noćenja).

U razdoblju od siječnja do ožujka 2018. godine dvije županije (Istarska i Primorsko-goranska), te Grad Zagreb ostvarili su veći broj turističkih noćenja od broja noćenja ostvarenih u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

Statistika

2018.

- ožujak, siječanj-ožujak
- veljača, siječanj-veljača
- siječanj

Arhiva

Ispiši stranicu

Podijeli na Facebooku

Arhiva

2017.

- prosinac, siječanj-prosinac
- studenj, siječanj-studenj
- listopad, siječanj-listopad
- rujan, siječanj-rujan
- kolovoz, siječanj-kolovoz
- srpanj, siječanj-srpanj
- lipanj, siječanj-lipanj
- svibanj, siječanj-svibanj
- travanj, siječanj-travanj
- ožujak, siječanj-ožujak
- veljača, siječanj-veljača
- siječanj

2016.

- TURIZAM U BROJKAMA 2016.**
- listopad, siječanj-listopad
- rujan, siječanj-rujan



Sadržaj

OPĆI PODACI O REPUBLICI HRVATSKOJ	05
01. OSNOVNI POKAZATELJI RAZVOJA	12
02. SMJEŠTAJNE MOGUĆNOSTI	14
03. KRETANJE TURISTIČKOG PROMETA	18
04. DINAMIKA TURISTIČKOG PROMETA PO MJESECIMA U 2016.	20
05. TURISTIČKI PROMET PO VRSTAMA OBJEKATA	22
06. TURISTIČKI PROMET PO ZEMLJAMA PODRIJETLA	26
07. TURISTIČKI PROMET PO ŽUPANIJAMA	31
08. TURISTIČKI PROMET GRADOVA, OPĆINA I OTOKA	33
09. NAUTIČKI TURIZAM	34
10. PUTNIČKE AGENCIJE I BIROI	36
11. NEKOMERCIJALNI TURISTIČKI PROMET	39
12. GRANIČNI PROMET	39
13. KRUŽNA PUTOVANJA STRANIH BRODOVA	40
14. ZAPOSLENI U TURIZMU	41
15. PRIHODI OD TURIZMA	43

TURIZAM U BROJKAMA 2016.

Broj hotela po kategorijama (stanje 31. kolovoza)					
	2015.	2016.	2015. u %	2016. u %	INDEKS 2016./15.
Hoteli ukupno	671	691	100	100	103,0
*****	37	38	6	5	102,7
****	243	271	36	39	111,5
***	315	311	47	45	98,7
**	76	71	11	10	93,4

Tablica prikazuje broj hotela po kategorijama u Republici Hrvatskoj u 2015. i 2016. godini izražen nominalno (kao broj objekata), strukturno (udio pojedine kategorije u ukupnom broju hotela), te dinamički (uz pomoć indeksa koji prikazuje porast/smanjenje broja hotela u odnosu na prethodnu godinu).

Podaci pokazuju da je u obje promatrane godine najveći broj hotela (čak više od 450% od ukupnog broja) bio kategoriziran s ***.

Broj hotela u 2016. godini porastao je u odnosu na prethodnu godinu za 3%, što je posljedica porasta broja hotela s **** i ***** uz istovremeno smanjenje broja hotela kategoriziranih s ** i ***.

Smještajni kapaciteti po kategoriji hotela (stanje 31. kolovoza)					
	2015.	2016.	2015. u %	2016. u %	INDEKS 2016./15.
Hoteli ukupno	133.534	135.236	100	100	101,3
*****	11.788	12.051	9	9	102,2
****	54.059	59.905	40	44	110,8
***	51.927	48.117	39	36	92,7
**	15.760	15.163	12	11	96,2

Tablica prikazuje smještajne kapacitete (broj raspoloživih postelja) po kategorijama hotela u Republici Hrvatskoj u 2015. i 2016. godini izražen nominalno (kao broj objekata), strukturno (udio pojedine kategorije u ukupnom broju hotela), te dinamički (uz pomoć indeksa koji prikazuje porast/smanjenje broja hotela u odnosu na prethodnu godinu).

Podaci pokazuju da je u obje promatrane godine najveći broj raspoloživih postelja (više od 40% ukupnog broja) bio kategoriziran s ****, a značajan udio raspoloživih postelja (više od 35% ukupnog broja) kategoriziran je s ***.

Broj raspoloživih postelja u 2016. godini porastao je u odnosu na prethodnu godinu za 1,3%, a najviše je porastao broj postelja kategoriziranih s **** (10,8%).

Prosječni broj noćenja po dolasku		
	2015.	2016.
Domaći	3,5	3,3
Strani	5,2	5,2
UKUPNO	5,0	5,0
	2015.	2016.
Siječanj	2,53	2,55
Veljača	2,25	2,20
Ožujak	2,36	2,45
Travanj	2,64	2,57
Svibanj	3,34	3,51
Lipanj	4,58	4,69
Srpanj	6,12	5,84
Kolovoz	6,13	6,39
Rujan	5,28	5,15
Listopad	2,90	2,97
Studenj	2,13	2,14
Prosinac	2,07	2,08

Tablica prikazuje prosječan broj noćenja po dolasku u 2015. i 2016. godini ukupno, te prosječan broj noćenja po dolasku u 2015. i 2016. godini po mjesecima.

U obje promatrane godine ostvareno je u prosjeku 5 noćenja po dolasku, pri čemu je prosječan broj noćenja po dolasku stranih turista 5,2 a domaćih 3,5 u 2015. godini, te 3,3 u 2016. godini.

Iz podataka u tablici je vidljivo da se najdulji boravci (najveći broj noćenja po dolasku) ostvaruje u glavnoj sezoni (kolovoz i srpanj) u obje promatrane godine.

Prema prikazanim podacima najkraći turistički boravci (najmanji broj prosječni broj noćenja po dolasku) u obje promatrane godine ostvaruju se u veljači, prosincu i studenom.

Deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom

GRAD/ OPĆINA	TURISTI (u 000)		INDEKS 2016./ 2015.	NOĆENJA (u 000)		INDEKS 2016./ 2015.
	2015.	2016.		2015.	2016.	
Zagreb	1.077,8	1.152,6	106,9	1.804,3	2.016,1	111,7
Dubrovnik	889,7	987,6	111,0	2.984,4	3.371,1	113,0
Split	487,5	583,0	119,6	1.339,6	1.717,4	128,2
Rovinj	509,7	561,0	110,1	3.141,9	3.329,7	106,0
Poreč	445,7	511,9	114,9	2.602,2	2.925,5	112,4
Zadar	391,1	421,1	107,7	1.433,7	1.550,5	108,1
Opatija	411,7	413,8	100,5	1.219,5	1.252,7	102,7
Umag	376,5	408,2	108,4	1.774,3	1.960,8	110,5
Medulin	323,3	365,5	113,1	2.138,7	2.410,4	112,7
Pula	282,7	330,9	117,0	1.441,9	1.606,6	111,4

Tablica prikazuje deset najposjećenijih gradova i općina u Republici Hrvatskoj u 2016. godini, rangiranih prema broju ostvarenih turističkih dolazaka.

Iz podataka je vidljivo da je u 2016. godini najveći broj turističkih dolazaka ostvaren u Gradu Zagrebu (1.152.600), slijede ga Dubrovnik i Split. Ako se analizira porast broja dolazaka na godišnjoj razini, najveći porast broja turističkih dolazaka u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu od prikazanih gradova ostvaren je u Splitu (19,6%) te Poreču (14,9%).

Međutim, ako se promatra broj ostvarenih turističkih noćenja u 2016. godini, podaci pokazuju da je najveći broj noćenja ostvaren u Dubrovniku i Rovinju (više od 3.300.000 turističkih noćenja).

Iako Split ostvaruje najveći rast turističkih noćenja na godišnjoj razini (28,2%), u 2016. godini veći broj turističkih noćenja od broja noćenja ostvarenih u gradu Splitu ostvarili su i grad Zagreb, Poreč, Umag te Medulin.

Turistički promet na otocima

OTOCI	TURISTI (u 000)		INDEKS 2016./ 2015.	NOĆENJA (u 000)		INDEKS 2016./ 2015.
	2015.	2016.		2015.	2016.	
Krk	716,5	754,6	105,3	4.134,4	4.391,9	106,2
Pag	357,1	371,4	104,0	2.408,6	2.485,8	103,2
Lošinj	256,4	272,8	106,4	1.827,2	1.877,6	102,8
Rab	244,1	259,0	106,1	1.767,5	1.935,1	109,5
Hvar	224,6	280,4	124,8	1.064,2	1.469,1	138,0
Brač	203,2	243,1	119,6	1.397,8	1.699,5	121,6
Cres	114,8	117,3	102,2	819,3	840,1	102,5
Murter	104,6	107,6	102,9	808,1	823,2	101,9
Korčula	114,3	124,1	108,6	643,6	698,8	108,6
Vis	36,8	42,5	115,5	213,9	264,7	123,7
Ugljan	29,1	28,9	99,3	253,7	246,1	97,0
Pašman	23,6	25,7	108,9	213,0	227,1	106,6
Dugi Otok	21,9	23,7	108,2	161,8	167,2	103,3
Mljet	19,8	25,8	130,3	92,3	117,6	127,4
Šolta	12,1	15,1	124,8	109,2	128,3	117,5
Lastovo	6,3	6,5	103,2	41,6	43,7	105,0

Tablica prikazuje podatke o ostvarenom turističkom prometu (izraženom brojem turista i brojem ostvarenih noćenja) na otocima u 2015. i 2016. godini.

Iz podataka se može uočiti da su najposjećeniji hrvatski otoci (promatrano i prema broju ostvarenih turističkih dolazaka i ostvarenih turističkih noćenja) Krk i Pag.

Najveći porast turističkog prometa u promatranom razdoblju ostvario je otok Hvar (na kojemu je u 2016. broj turista porastao za 24,8%, a broj ostvarenih noćenja za 38%).

Značajan porast ostvarenog turističkog prometa u 2016. godinu zabilježen je također na otoku Visu (na kojemu je zabilježen porast broja ostvarenih turističkih dolazaka za 15,5%, a noćenja za 23,7%), Mljetu i Solti, a smanjenje ostvarenog turističkog prometa od promatranih otoka, ostvareno je jedino na Ugljanu (na kojemu je broj turističkih dolazaka smanjen za 0,7%, a noćenja za 3%).

Promet domaćih turista realiziran posredovanjem putničkih agencija u 2016. godini

	PUTOVANJA U ZEMLJI	INDEKS 2016. /2015.	PUTOVANJA U INOZEMSTVO	INDEKS 2016. /2015.	UKUPNO	INDEKS 2016. /2015.
Višednevni boravak						
- Broj turista	304.552	107,1	245.995	104,3	550.547	105,8
- Broj noćenja	1.217.445	100,0	966.265	101,6	2.183.710	100,7
Jednodnevni boravak						
	219.613	96,5	72.089	119,9	291.702	101,4

Tablica prikazuje podatke o turističkom prometu domaćih turista realiziranom posredovanjem putničkih agencija u 2016. godini.

Podaci pokazuju da je broj ostvarenih putovanja domaćih turista u zemlji u 2016. godini u odnosu na 2015. smanjen za 3,5% kod jednodnevnih, a porastao za 7,1% kod višednevnih putovanja, dok je broj putovanja domaćih turista realiziran posredovanjem putničkih agencija u inozemstvo povećan za 19,9% u odnosu na 2015. godinu kod jednodnevnih te 4,3% kod višednevnih putovanja.

Zaposleni s evidencije HZZ-a

	UKUPNO 2016. GODINA			INDEKS 2016./2015.		
	Ukupno	Na određeno	Sezonski	Ukupno	Na određeno	Sezonski
diplomirani ekonomist hotelijerstva	54	50	25	78,3	75,8	71,4
ekonomist turizma i ugostiteljstva	144	139	93	78,3	78,5	98,9
turistički animator	55	54	38	93,2	93,1	95,0
ekonomist za hotelijerstvo	29	26	12	76,3	68,4	70,6
hotelijersko-turistički službenik	1.172	1.111	643	100,9	100,2	107,2
recepcionar	578	552	443	98,3	94,7	104,5
pomoćni kuhar	1.998	1.930	1.386	99,9	99,5	108,4
kuhar	4.381	4.165	2.719	91,5	90,6	98,9
kuhar, majstor	121	114	73	96,0	94,2	104,3
pomoćni konobar	843	784	422	89,4	87,5	97,5
konobar	5.130	4.905	2.903	87,3	87,0	95,5
barmen	91	89	64	86,7	86,4	94,1
natkonobar	110	108	73	125,0	125,6	132,7
sobarica	1.772	1.759	1.430	92,9	92,7	97,7
kuhinjski radnik	1.294	1.265	949	91,1	90,9	97,8
pralja	146	146	127	90,7	90,7	93,4
ostala zanimanja iz turizma i ugostiteljstva	11.475	11.276	8.170	53,6	55,2	77,3
SVEUKUPNO	29.393	28.473	19.570	71,8	72,4	88,7

Tablica prikazuje podatke o zaposlenima u turizmu u Republici Hrvatskoj u 2016. godini prema vrstama radnih mjesta. Podaci pokazuju da je od ukupnog broja zaposlenih, prema vrsti radnog mjesta, najveći broj zaposlenih radilo na mjestu konobara (5.130 zaposlenih, odnosno 17,45% ukupno zaposlenih) i kuhara (4.381 zaposlenih, odnosno 14,9%).

Od ukupnog broja zaposlenih konobara, njih 2.903, odnosno više od 56% bilo je zaposleno sezonski, a čak 62% ukupno zaposlenih kuhara bilo je zaposleno također sezonski. Od ukupnog broja zaposlenih ekonomista i diplomiranih ekonomista turizma i hotelijerstva (198), čak njih 118, odnosno 59,59% ukupno zaposlenih radilo je sezonski.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. Prema vrstama smještajnih objekata u 2011. godini u Republici Hrvatskoj poslovalo je ukupno _____ smještajnih jedinica hotela i aparthotela, što predstavlja udio od _____% u ukupnom broju svih smještajnih jedinica u Hrvatskoj. U 2011. godini u RH poslovalo je ukupno _____ smještajnih jedinica kampova i kampirališta, što predstavlja udio od _____% u ukupnom broju svih smještajnih jedinica u Hrvatskoj. Prema podacima iz 2011. godine u odnosu na prethodnu godinu, broj hotela i aparthotela je porastao/smanjio se za _____%, a broj kampova i kampirališta je porastao/smanjio se za _____%.
2. U 2011. godini u Republici Hrvatskoj poslovalo je ukupno _____ hotela. Od ukupnog broja hotela, njih _____, odnosno _____% ukupnog broja hotela bilo je kategorizirano s *****, a njih _____, odnosno _____% ukupnog broja hotela bilo je kategorizirano s ****. Prema podacima iz 2011. godine u odnosu na prethodnu godinu, najviše je porastao broj hotela kategoriziranih s _____, a porastao je za _____%, dok je istovremeno smanjen broj hotela kategoriziranih s _____, a smanjen je za _____%.
3. Prema vrstama turističkih mjesta u 2011. godini u Republici Hrvatskoj najveći broj postelja je bio raspoloživ u _____. U _____ bilo je raspoloživo _____ postelja, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na prethodnu godinu. U gradu Zagrebu (glavni grad) u 2011. godini bilo je raspoloživo _____ postelja, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na prethodnu godinu.
4. U 2011. godini u Republici Hrvatskoj bilo je raspoloživo _____ postelja. Od toga je u Splitsko-dalmatinskoj županiji bilo raspoloživo njih _____, odnosno _____% ukupno raspoloživih postelja. U Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2011. godini u hotelima je bilo raspoloživo _____ postelja, odnosno _____% ukupno raspoloživih postelja Splitsko-dalmatinske županije. Iste godine u Dubrovačko-neretvanskoj županiji bilo je raspoloživo _____ postelja, odnosno _____% ukupno raspoloživih postelja u RH, dok je _____ postelja, odnosno _____% ukupno raspoloživih postelja Dubrovačko-neretvanske županije bilo raspoloživo u hotelima.

5. U 2011. godini najveći broj turističkih dolazaka u RH je ostvaren u mjesecu _____, i to _____ dolazaka, od čega je _____ turista došlo organizirano (posredovanjem putničkih agencija), što predstavlja udio od _____% u ukupnom broju turističkih dolazaka u navedenom mjesecu 2011. godine, a _____ turista je došlo individualno, što predstavlja udio od _____% u ukupnom broju turističkih dolazaka u navedenom mjesecu 2011. godine.
6. U 2011. godini najmanji broj turističkih noćenja u RH je ostvaren u mjesecu _____, i to _____ noćenja, od čega je _____% noćenja ostvareno organizirano (posredovanjem putničkih agencija), a _____% noćenja je ostvareno individualno.
7. U 2011. godini u RH domaći turisti su ostvarili _____ noćenja po dolasku, a strani _____ noćenja po dolasku. Prema vrstama smještajnih objekata u 2011. godini strani turisti su najveći broj noćenja po dolasku ostvarili u _____, i to _____ noćenja po dolasku, a domaći u _____, i to _____ noćenja po dolasku.
8. U 2011. godini u RH najveći broj noćenja je ostvarila općina _____, i to _____ noćenja, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na prethodnu godinu. Iste godine otok _____ je ostvario najviše noćenja i dolazaka turista u RH, i to _____ noćenja i _____ dolazaka turista.
9. U 2011. godini u Republici Hrvatskoj održano je _____ poslovnih skupova, odnosno _____% više/manje poslovnih skupova u odnosu na prethodnu godinu. Iste godine na poslovnim skupovima bilo je _____ sudionika koji su ostvarili _____ noćenja. Ukupan prihod od poslovnih skupova u Republici Hrvatskoj u 2011. godini iznosio je _____ KN (s uključenim PDV-om), što predstavlja porast/smanjenje ukupnog prihoda od poslovnih skupova u odnosu na 2010. godinu za _____%.
10. Od ukupnog broja domaćih turista na višednevnim putovanjima koja su ostvarena posredovanjem putničkih agencija u 2011. godini, njih _____, odnosno _____% ostvarilo je putovanje u zemlji, a preostali dio njih _____, odnosno _____% putovalo je u inozemstvo. Broj ostvarenih noćenja domaćih turista na višednevnim putovanjima koja su ostvarena posredovanjem putničkih agencija koji su putovali u inozemstvo povećan je/smanjen je za _____% u 2011. godini u odnosu na prethodnu godinu.

VJEŽBA 11.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZAM

na stranicama **TURISTIČKIH ZAJEDNICA**

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

<https://htz.hr/hr-HR>

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) je nacionalna turistička organizacija, a osnovana je radi stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije njegove promocije, predlaganja i izvedbe promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Hrvatske.



Najznačajnije zadaće HTZ-a:

- objedinjuje sveukupnu turističku ponudu Republike Hrvatske
- ustrojava i provodi operativno istraživanje tržišta za potrebe promocije hrvatskog turizma
- izrađuje programe i planove promocije hrvatskog turističkog proizvoda
- ustrojava, provodi i nadzire sve poslove oko promocije turističkog proizvoda Republike Hrvatske
- analizira i ocjenjuje svrhovitost i djelotvornost poduzetih promidžbenih poslova
- ustrojava hrvatski turistički informacijski sustav
- obavlja opću i turističku informativnu djelatnost
- potiče i koordinira poticanje svih Turističkih zajednica kao i svih gospodarskih te drugih subjekata u turizmu koji djeluju neposredno i posredno na unapređenju i promidžbi turizma u Hrvatskoj
- osniva turistička predstavništva i ispostave u inozemstvu, organizira i nadzire njihov rad
- surađuje s nacionalnim turističkim organizacijama drugih zemalja i specijaliziranim međunarodnim regionalnim turističkim organizacijama
- na temelju izvješća turističkih zajednica županija prati, analizira i ocjenjuje izvršavanje zadaća utvrđenih planovima i programima i uloga sustava turističkih zajednica, poduzima mjere i aktivnosti za razvitak i promicanje turizma u turistički nerazvijenim dijelovima Republike Hrvatske.

Tijela Hrvatske turističke zajednice su Sabor, Turističko vijeće, Nadzorni odbor i predsjednik. Dužnost predsjednika HTZ-a obnaša ministar turizma.

HTZ djeluje na temelju godišnjeg Programa rada i Financijskog plana koje donosi Sabor, a ostvaruje prihode iz sljedećih izvora: boravišne pristojbe, članarine, državnog proračuna i ostalih izvora. Stručna služba HTZ-a je Glavni ured sa sjedištem u Zagrebu, Iblerov trg 10/IV koji obavlja stručne i administrativne poslove koji se odnose na zadaće Hrvatske turističke zajednice.

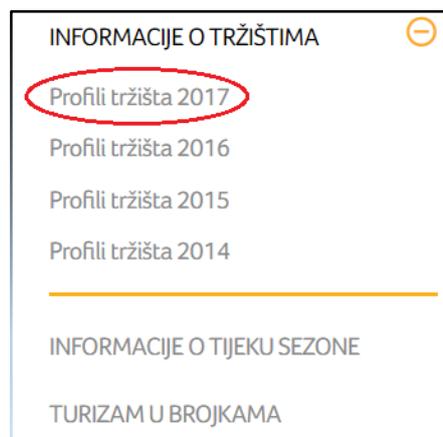
The screenshot shows a website interface with a dark blue header containing four menu items: 'PROJEKTI I POTPORE', 'POSLOVNA DOGAĐANJA', 'INFORMACIJE O TRŽIŠTIMA', and 'PRESS'. The 'INFORMACIJE O TRŽIŠTIMA' menu is highlighted with a red circle. Below the header, there is a news article titled 'NJEMAČKI NOVINARI U ŠIBENSKOJ KNINSKOJ ŽUPANIJU'. The article text is partially visible, mentioning 'Predstavništvo HTZ-a u Njemačkoj je, u suradnji s kninske županije, pokrenulo inicijativu dovođenja afirmiranih njemačkih novinara na šibensko ...'. Below the article is a 'PROČITAJ VIŠE' link with a right-pointing arrow. To the right of the article is a vertical list of menu items under the 'INFORMACIJE O TRŽIŠTIMA' category: 'Informacije o tržištimu', 'Informacije o tijeku sezone', 'Turizam u brojkama', 'Programi tržišnih istraživanja', 'Analize turističkog prometa', 'Kalendar praznika', 'Pregled letova', 'Organizatori putovanja', and 'Popunjenost smještajnih kapaciteta'.

INFORMACIJE O TRŽIŠTIMA

S ciljem pružanja podrške u procesu donošenja odluka i strateškog planiranja subjekata javnog i privatnog sektora u turističkom gospodarstvu Hrvatske, HTZ kontinuirano objavljuje informacije vezane uz tržišna kretanja i trendove, analize postignutih receptivnih rezultata, kao i rezultate ciljanih programa tržišnih istraživanja vezanih uz različite segmente turističkog poslovanja, tj. promidžbene aktivnosti nacionalne turističke organizacije.

Na mjesečnoj osnovi objavljuje ažurne „Informacije o tijeku sezone i stanju na emitivnim tržištima“, dok na periodičkoj osnovi objavljuje i druga izvješća iz domene analize tržišta i turističke potražnje, kao i analize rezultata ključnih konkurenata na Mediteranu.

Sukcesivno se proširuje i ažurira baza izvješća/analiza vezanih uz tržišne profile svih za Hrvatsku značajnih emitivnih tržišta, kao i baza tematskih infografika.



Za značajnija emitivna tržišta na godišnjoj razini objavljuju se publikacije Profil emitivnog tržišta, koje obuhvaćaju sljedeće informacije o tržištu: opće podatke o tržištu, opće karakteristike gospodarstva, medije i oglašavanje na tržištu, profil emitivnog turističkog tržišta, osvrt na tekuću godinu te predviđanja za narednu godinu.

AUSTRIJA PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2017.

Službeni podaci Državnog zavoda za statistiku (Statistik Österreich) ukazuju da je 5,7 milijuna Austrijanaca starijih od 15 godina 2016. realiziralo barem jedno turističko putovanje u vlastitoj zemlji i u inozemstvu (intenzitet putovanja 76,8 %) i da su ostvarili 19,68 milijuna turističkih putovanja. U inozemstvu je ostvareno 9,68 milijuna turističkih putovanja, a u zemlji 10 milijuna.

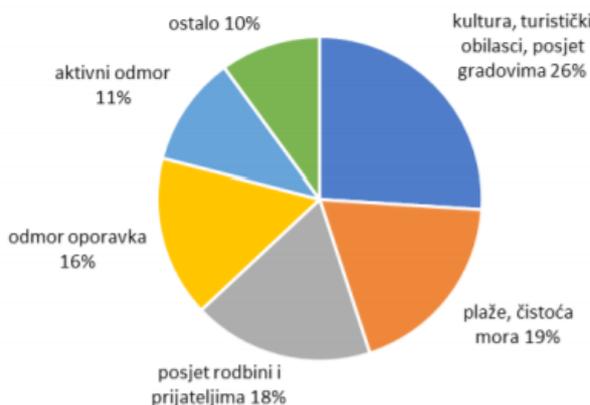
Na kratka putovanja (do 3,5 noćenja) u vlastitoj zemlji otpada 35 %, a izvan zemlje 16 %. Na glavna putovanja (6,7 noćenja) u vlastitoj zemlji otpada 16 % turističkih putovanja, a izvan zemlje 33 %.

Odmor u vlastitoj zemlji provelo je 51,1 % Austrijanaca (2,91 mil.), dok je izvan zemlje odmor provelo njih 48,9 % (2,79 mil.).

Omiljene odmorišne destinacije Temeljem analize Statistik Austria, omiljene destinacije u 2016. su: Italija (21 %), Hrvatska (16 %), Njemačka (10 %), Španjolska (8 %), Grčka (5 %), UK (3 %) i Francuska (3 %). Na sve ostale destinacije otpada 34 %.

Putuje se češće, ali kraće: 49 % glavnih putovanja u 2016. trajalo je u prosjeku između pet i sedam dana. Omjer je u odnosu 70 % individualni promet – 30 % organizirani promet.

Motivi putovanja u inozemstvo, 2016.



Analiza Statistik Austria ukazuje da su Austrijanci u 2016. godini na prvom mjestu s 26% naveli sljedeće razloge za putovanjem: kulturu, turističke obilaski i posjet gradovima.

Plaže, čistoća mora i uvjeti na plažama važni su kod njih 19%, 18% ih kao razlog putovanja navodi posjet obitelji i poznanicima, odmor oporavka ima učešće od 16%, aktivni odmor 11%, dok 10% otpada na ostale motive za putovanjima.

AUSTRIJA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	426.745		100	2.975.349		100
1991.	54.008	13	13	303.144	10	10
1992.	164.124	304	38	1.014.203	335	34
1993.	248.988	152	58	1.594.904	157	54
1994.	362.458	146	85	2.406.360	151	81
1995.	193.082	53	45	1.254.548	52	42
1996.	342.000	177	80	2.165.000	173	73
1997.	447.437	131	105	2.836.888	131	95
1998.	456.899	102	107	2.871.271	101	97
1999.	374.276	82	88	2.377.516	83	80
2000.	640.199	171	150	3.358.250	141	113
2001.	686.844	107	161	3.600.881	107	121
2002.	690.366	101	162	3.543.456	98	119
2003.	708.506	103	166	3.585.371	101	121
2004.	740.960	105	174	3.638.005	101	122
2005.	742.498	100	174	3.756.535	103	126
2006.	790.083	106	185	4.069.302	108	137
2007.	839.717	106	197	4.244.607	104	143
2008.	813.728	97	191	4.164.793	98	140
2009.	776.450	95	182	4.258.338	102	143
2010.	810.340	104	190	4.420.058	104	149
2011.	892.467	110	209	4.836.232	109	163
2012.	945.578	106	222	5.103.762	106	172
2013.	969.422	103	227	5.221.182	102	175
2014.	1.018.521	105	239	5.403.515	103	182
2015.	1.119.709	110	262	5.902.474	109	198
2016.	1.237.969	111	290	6.511.388	110	219

Izvor: DZS (komercijalni smještajni kapaciteti)

U tablici su prikazani podaci o broju ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja turista s prebivalištem u Austriji u razdoblju od 1990. godine do 2016. godine.

Iz prikazanih podataka je vidljivo da se u zadnjih 20 godina broj turista porijeklom iz Austrije povećava. Izuzetak su bile dvije godine svjetske gospodarske krize (2008. i 2009. godina) kad je ostvaren manji broj turističkih dolazaka i 2008. kada je ostvaren manji broj turističkih noćenja u odnosu na prethodnu godinu.

Nakon svjetske gospodarske krize 2008.-2009. godine promet turista iz Austrije raste po stopi od 5-10% u prosjeku.

Top deset gradova/općina po noćenjima

	noćenja
Poreč	535.576
Rovinj	515.461
Medulin	357.293
Umag	351.324
Vrsar	237.659
Mali Lošinj	235.896
Opatija	234.009
Tar	225.511
Novigrad (Istarska)	211.132
Zadar	168.427

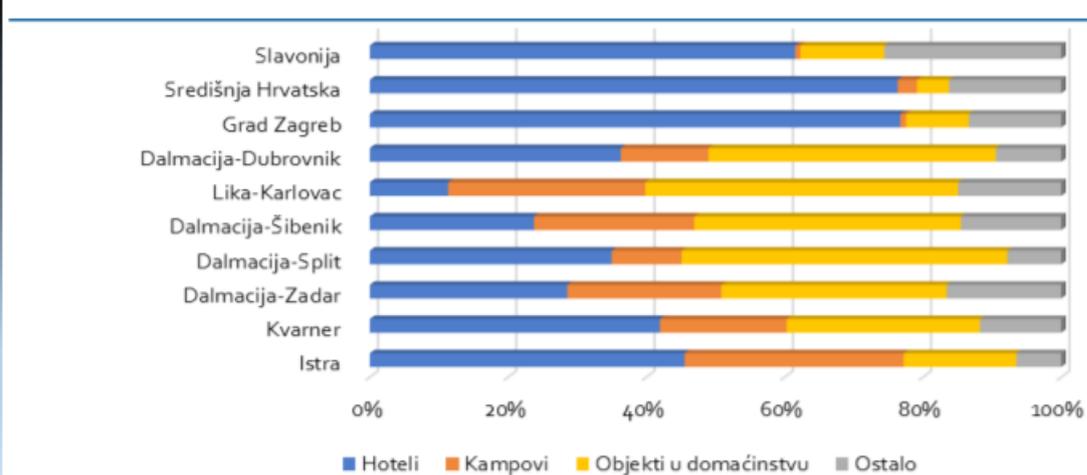
Tablica prikazuje podatke o najposjećenijim gradovima/općinama od strane turista porijeklom iz Austrije u 2016. godini.

Prema prikazanim podacima, u 2016. godini, Austrijanci su najveći broj noćenja u Hrvatskoj ostvarili u Poreču i Rovinju (više od 500.000), zatim u Medulinu i Umagu (više od 300.000) te u Vrsaru, Malom Lošinju, Opatiji, Taru i Novigradu (više od 200.000).

Tablica prikazuje podatke o ostvarenim turističkim noćenjima u pojedinim klasterima prema vrstama smještaja u 2016. godini

Prema prikazanim podacima, u 2016. godini, Austrijanci su najveći broj noćenja u Hrvatskoj u hotelima ostvarili u Slavoniji, Središnjoj Hrvatskoj i Gradu Zagrebu, dok su najčešće boravili u objektima u domaćinstvima u Dalmaciji-Dubrovnik, Dalmaciji-Split, Dalmaciji-Šibenik, te Lici-Karlovac. Najčešće su za smještajne objekte birali kampove u Istri i Lici-Karlovac.

Noćenja austrijskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2016.



Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Istra	609.591	3.348.189
Kvarner	325.722	1.727.778
Dalmacija-Zadar	103.296	681.092
Dalmacija-Split	88.711	547.949
Nautika	62.791	406.714
Dalmacija-Šibenik	54.290	350.104
Dalmacija-Dubrovnik	37.326	203.872
Lika-Karlovac	46.699	188.601
Grad Zagreb	25.849	42.731
Središnja Hrvatska	11.196	21.995
Slavonija	4.401	8.183
Ukupno	1.369.872	7.527.208

Tablica prikazuje podatke o ostvarenim dolascima i noćenjima turista porijeklom iz Austrije po klasterima.

Iz prikazanih podataka je vidljivo da su Austrijanci najveći broj noćenja ostvarili u Istri (više od 3.300.000 noćenja), Kvarneru (više od 1.700.000 noćenja), Dalmaciji (Zadar, Split, Šibenik i Dubrovnik), a najmanje u Slavoniji.

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	2,6%	2,4%
6-11 godina	3,5%	3,3%
12-17 godina	3,4%	3,5%
18-24 godina	4,0%	4,3%
25-34 godina	6,3%	6,5%
35-44 godina	7,7%	7,6%
45-54 godina	10,0%	8,9%
55-64 godina	7,4%	6,9%
65-120 godina	6,0%	5,6%

Tablica prikazuje podatke o ostvarenim dolascima turista porijeklom iz Austrije prema dobnim skupinama i spolu.

Iz prikazanih podataka je vidljivo da je 10% Austrijanaca koji su u 2016. godini boravili u Hrvatskoj imalo između 45 i 54 godine (muškarci, te 9% žena iste dobne skupine), što predstavlja najbrojniju dobnu skupinu Austrijanaca u Hrvatskoj navedene godine.

Više od 7% ukupnog broja Austrijanaca koji su 2016. godine boravili u Hrvatskoj bilo je u dobnim skupinama od 55 do 64 te od 35 do 44 godine.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. Prosječno trajanje putovanja u danima Nijemaca koji su bili na odmoru dužem od 5 dana u razdoblju od 1980. do 2014. godine smanjilo se/povećalo se s prosječno ostvarenih _____ dana u 1980. godini do _____ prosječno ostvarenih dana odmora u 2014. godini.
2. Od ukupnog broja Nijemaca koji su u 2014. godini ostvarili putovanje od 5 i više dana, njih _____% putovalo je u Njemačkoj, a preostalih _____% u inozemstvo. Nijemci koji su u inozemstvu ostvarili putovanje od 5 i više dana najčešće su dirali države _____ (36,2%), a zemlje Zapadne Europe biralo je njih _____%, dok je na daleka putovanja otišlo _____% Nijemaca koji su u 2016. godini ostvarili putovanje od 5 i više dana.
3. Broj ostvarenih turističkih dolazaka turista iz Njemačke u Hrvatskoj premašio je razinu iz 1990. godine u _____ godini, dok je broj noćenja iz 1990. godine premašen tek u _____ godini. Najveći porast ostvarenih turističkih dolazaka Nijemaca u Hrvatsku u odnosu na prethodnu godinu ostvaren je u _____ godini, kada je ostvareno ukupno _____ turističkih dolazaka, odnosno _____ turističkih noćenja.
4. Prema vrsti smještajnih objekata, u 2014. godini, najveći broj ostvarenih noćenja turisti porijeklom iz Njemačke ostvarili su u _____, u kojima su ukupno ostvarili _____ turističkih noćenja, odnosno _____% ukupnog broja noćenja turista porijeklom iz Njemačke koji su u 2014. godini boravili u Hrvatskoj, dok su u hotelima ostvarili _____ turističkih dolazaka, što predstavlja povećanje/smanjenje broja turističkih dolazaka za _____% u odnosu na broj dolazaka iz prethodne godine.
5. Po klasterima, u 2014. godini, najveći broj ostvarenih dolazaka turisti porijeklom iz Njemačke ostvarili su u _____, u kojoj su ukupno ostvarili _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnog broja dolazaka turista porijeklom iz Njemačke koji su 2014. godine boravili u Hrvatskoj, dok su u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvarili _____ turističkih noćenja, što predstavlja povećanje/smanjenje broja turističkih noćenja za _____% u odnosu na broj noćenja iz prethodne godine.

TURISTIČKA ZAJEDNICA SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

<https://www.dalmatia.hr/hr>



Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije. Prilaz braće Kaliterna 10/I, p.p. 430, 21000 Split, Tel/fax: +385(0)21 490 032, 490 033, 490 036 Email:

info@dalmatia.hr

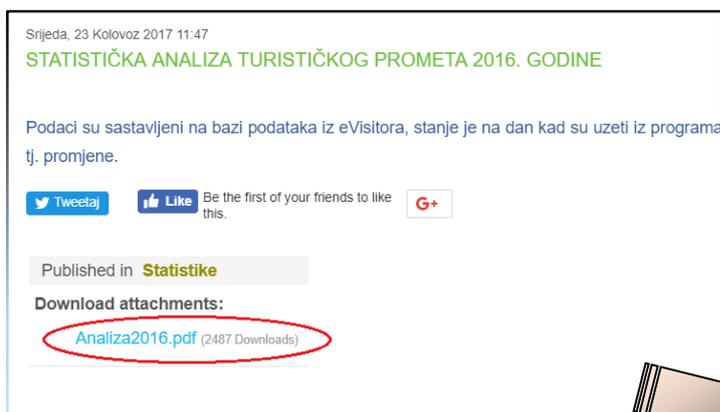
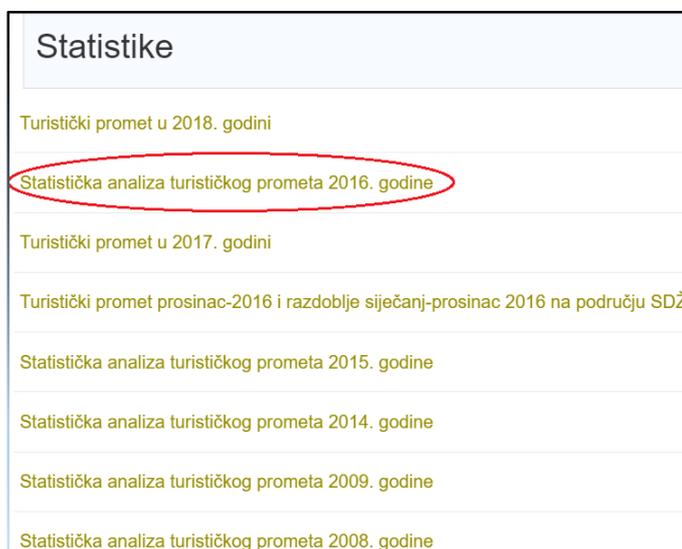
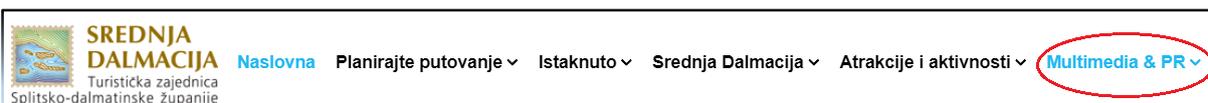


Tabela 1. TURISTI I NOĆENJA, PO VAŽNIJIM TURISTIČKIM ŽUPANIJAMA U HRVATSKOJ u 2016.

	turisti			noćenja			indeks 16/15	% noć	% tur
	domaći	strani	ukupno	domaći	strani	ukupno			
REPUBLIKA HRVATSKA - UKUPNO	1785625	13808532	15594157	5856500	72193352	78049852	109	100	100
PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA	319492	2365944	2685436	1191326	12798241	13989567	107	18	17
LIČKO-SENJSKA ŽUPANIJA	35932	585197	621129	115803	2206950	2322753	106	3	4
ZADARSKA ŽUPANIJA	165964	1196242	1362206	834389	7375463	8209852	105	11	9
ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA	121087	696668	817755	543195	4445108	4988303	103	6	5
SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA	232571	2504733	2737304	889382	13991509	14880891	112	19	18
ISTARSKA ŽUPANIJA	222421	3540753	3763174	741019	22387214	23128233	110	30	24
DUBROVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA	109231	1489536	1598767	380927	6446910	6827837	111	9	10
OSTALE ŽUPANIJE	578927	1429459	2008386	1160459	2541957	3702416	112	5	13

Tablica prikazuje podatke o ostvarenim turističkim dolascima i noćenjima turista po županijama u Hrvatskoj u 2016. godini.

Iz navedenih podataka je vidljivo da je u 2016. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvareno 2.737.304 turističkih dolazaka, te 14.880.891 turističkih noćenja.

Splitsko-dalmatinska županija ostvarila je najveći porast turističkog prometa u 2016. u odnosu na 2015. godinu i to za 12 %. Udio noćenja Splitsko-dalmatinske županije u ukupnom broju noćenja u RH je 18 %, a udio turističkih dolazaka je 19%, što je stavlja na 3. mjesto po broju turističkih dolazaka i noćenja, iza Istarske i Primorsko-goranske županije.

Tabela 2. TURISTIČKI PROMET U POJEDINIM TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE 2016.g.

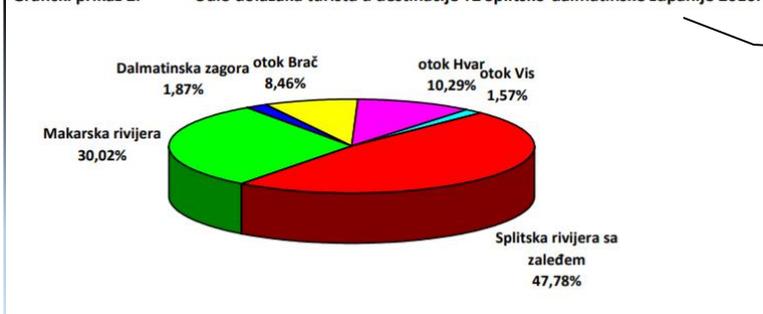
R B	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTI 2016			NOĆENJA 2016			INDEKS
		DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	
1	OPĆINA MARINA	1293	32554	33847	9984	289161	299145	110
2	OPĆINA SEGET	18693	123411	142104	65709	641509	707218	123
3	OPĆINA OKRUG	3734	70932	74666	27704	548182	575886	101
4	GRAD TROGIR	5136	95262	100398	25522	428257	453779	74
5	GRAD KAŠTELA	7291	54231	61522	33718	337595	371313	132
6	GRAD SINJ	4436	5638	10074	10272	9058	19330	79
7	GRAD TRILJ	1384	1509	2893	3573	10509	14082	97
8	GRAD SOLIN	2968	12795	15763	7801	39712	47513	138
9	OPĆINA KLIS	39	843	882	94	5675	5769	257
10	GRAD SPLIT	62502	524324	586826	149353	1620775	1770128	131
11	OPĆINA DUGOPOLJE	4697	25549	30246	7668	34503	42171	119
12	OPĆINA PODSTRANA	12792	96787	109579	32202	478090	510292	115
13	OPĆINA DUGI RAT	1692	40349	42041	12560	295670	308230	126

Tablica prikazuje podatke o ostvarenim turističkim dolascima i noćenjima turista po pojedinim turističkim zajednicama u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2016. godini.

Iz navedenih podataka je vidljivo da je u 2016. godini u Gradu Splitu ostvareno 586.826 turističkih dolazaka, od čega su 89,4% ukupnog broja dolazaka ostvarili strani turisti, a preostalih 10,6% domaći turisti.

Iste godine ostvareno je 1.770.128 turističkih noćenja što predstavlja porast od 31% u odnosu na isto razdoblje lani.

Grafički prikaz 2. Udio dolazaka turista u destinacije TZ Splitsko-dalmatinske županije 2016.



Grafičkom prikazuje udio dolazaka turista u pojedinoj destinaciji Splitsko-dalmatinske županije u 2016. godini.

Budući da Glavni plan razvoja turizma dijeli Splitsko-dalmatinsku županiju na različite destinacije/područja, analizom intenziteta turističkog prometa po pojedinim destinacijama pokazuje se da je i dalje najveći broj dolazaka turista ostvaren u Splitskoj rivijeri sa zaleđem (47,8%), koja je ostvarila porast od 2% u odnosu na prethodnu godinu, zatim Makarskoj rivijeri (30,02%), otoku Hvaru (10,29%), otoku Braču (8,46%), Dalmatinskoj zagori (1,87%) te otoku Visu (1,57%).

Tabela 5. TURISTIČKI PROMET U POJEDINIM MJESECIMA 2016. GODINE NA PODRUČJU SDŽ

MJESEC	TURISTI 2016			struktura turista	NOĆENJA 2016			struktura noćenja
	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO		DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	
Siječanj	6.279	6805	13084	0,48	17466	21255	38721	0,26
Veljača	9.701	8942	18643	0,68	26455	27333	53788	0,35
Ožujak	12.111	22194	34305	1,25	37110	61669	98779	0,65
Travanj	15.487	63551	79038	2,88	46600	178803	225403	1,48
Svibanj	19.862	157383	177245	6,46	58773	612903	671676	4,42
Lipanj	25.137	317819	342956	12,51	98331	1608902	1707233	11,25
Srpanj	44.311	749176	793487	28,94	234804	4464717	4699521	30,95
Kolovoz	47.434	725699	773133	28,19	307530	4789517	5097047	33,57
Rujan	22.279	318996	341275	12,45	86735	1887942	1974677	13,01
Listopad	16.005	103184	119189	4,35	42230	425704	467934	3,08
Studeni	10.237	17228	27465	1,00	25359	57526	82885	0,55
Prosinac	9.591	12833	22424	0,82	23694	40575	64269	0,42
UKUPNO	238434	2503810	2742244	100	1005087	14176846	15181933	100

Tablica prikazuje podatke o ostvarenom turističkom prometu u Splitsko-dalmatinskoj županiji po mjesecima u 2016. godini.

Sudjelovanje tzv "špice" sezone (srpanj i kolovoz) što se tiče udjela u noćenjima je 64,52 (što predstavlja smanjenje udjela od oko 1% u odnosu na 2015. godinu), a u strukturi turista 57,13% (ostao je praktički isti udio dolazaka u tom dvomjesečnom periodu vrha sezone).

Udio razdoblja od početka lipnja do kraja rujna iznosi 88,78% (2015 iznosio je 89,03% u noćenjima), a dolasci turista su isto tako gotovo ostali isti po udjelu, 82,09% (2015.-81,88% u turistima), što znači da na svih ostalih osam mjeseci otpada oko 11% noćenja, te oko 18% dolazaka.

Tabela 8. TURISTIČKI PROMET U HOTELIMA PO KATEGORIJI HOTELA I PROSJEČNA POPUNJENOST

Vrsta objekta	Objekt Kategorija	Broj objekata	Broj kreveta	Broj dolazaka	Broj noćenja	Ø popunjenost po krevetima
Hoteli	1 zvjezdica	1	14	199	435	8,49%
Hoteli	2 zvjezdice	24	5.267	108.556	577.027	29,93%
Hoteli	3 zvjezdice	95	10.435	282.033	1.375.163	36,01%
Hoteli	4 zvjezdice	92	11.014	436.665	1.701.800	42,22%
Hoteli	5 zvjezdica	4	1.323	96.583	216.207	44,65%
Hoteli	Komfor	11	883	14.462	91.774	28,40%
Hoteli	Nema kategorizacije	17	2.432	95.181	314.270	35,31%
Hoteli	Standard	3	119	1.399	9.347	21,46%
Ukupno		247	31.487	1.035.078	4.286.023	37,19%

Izvor: eVisitor

Tablica prikazuje podatke o kategorizaciji objekata iz skupine hoteli, te o ostvarenom turističkom prometu u hotelima po kategoriji u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2016. godini.

Iz prikazanih podataka je vidljivo da je u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2016. godini bilo svega 5 hotela kategoriziranih s ***** koji su raspolagali sa 1.323 kreveta. U isto vrijeme najveći broj hotela bio je kategoriziran s *** dok je najviše raspoloživih kreveta bilo u hotelima kategoriziranim s ****.

Što se tiče prosječne popunjenosti hotelskih objekata u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2016. godini, najbolju prosječnu popunjenost ostvarili su hoteli kategorizirani s ***** u kojima je ostvareno 216.207 turističkih noćenja, što uz raspoloživi broj kreveta (1.323) predstavlja prosječnu popunjenost od 44,65%.

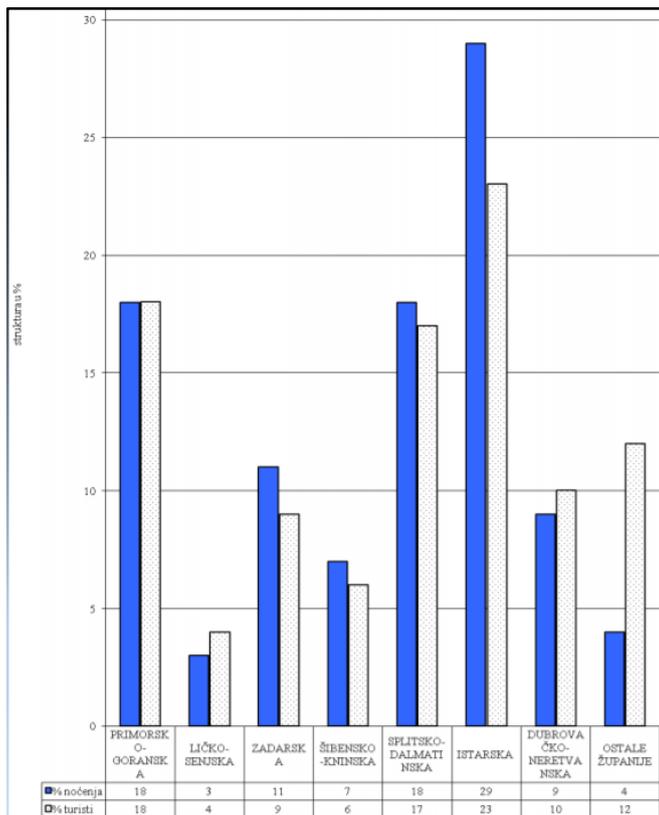
Daleko najslabiju popunjenost ostvario je hotelski objekt kategoriziran s * koji je na svojih raspoloživih 14 kreveta ostvario 435 noćenja, odnosno prosječnu popunjenost od 8,49%.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. Prema podacima o turističkom prometu u turističkim zajednicama Splitsko-dalmatinske županije u 2014. godini turistička zajednica koja je ostvarila najviše turističkih dolazaka i noćenja je turistička zajednica _____ u kojoj je ostvareno _____ turističkih dolazaka, te _____ noćenja, što predstavlja povećanje/smanjenje noćenja za _____ % u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu.
2. U 2014. godini u gradu Solinu evidentirano je _____ turističkih dolazaka, te _____ noćenja. Ako promotrimo turističke dolaske u grad Solin, _____ % su ostvarili domaći turisti, a _____ % strani turisti. Grad Solin sudjeluje u ukupnim turističkim dolascima u SDŽ s _____ %.
3. Prema podacima o noćenjima turista po područjima Splitsko-dalmatinske županije u 2014. godini, područje/destinacija koja je ostvarila najviše noćenja je _____, i to _____ noćenja, što predstavlja udio od _____ % u ukupnom broju noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2014. godini. U _____ ukupan broj noćenja je padao/rastao za _____ % u 2014. u odnosu na 2013.
4. U 2014. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji je poslovalo _____ poslovnih jedinica ugostiteljskih objekta, s ukupno _____ soba i apartmana, te _____ postelja. U kolektivnim smještajnim kapacitetima, poslovalo je _____ hotela, što predstavlja udio od _____ % u ukupnom broju kolektivnih smještajnih kapaciteta. Hoteli su raspolagali s _____ soba i apartmana, te _____ postelja u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2014. godini.
5. U 2014. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji najviše noćenja je ostvareno u hotelima kategoriziranim s _____ zvjezdica, i to _____ noćenja, što predstavlja udio od _____ % u ukupnim noćenjima u hotelima u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2014. godini. U hotelima kategoriziranim s _____ zvjezdica u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2014. godini, udio noćenja stranih turista je _____ %, a domaćih _____ %.

6. Turisti s prebivalištem u Češkoj u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2014. godini su ostvarili _____ turističkih dolazaka, što predstavlja udio od ____ % u ukupnom broju turističkih dolazaka u Splitsko-dalmatinskoj županiji, te _____ noćenja, što predstavlja udio od ____ % u ukupnom broju turističkih noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Broj dolazaka turista iz Češke u 2014. godini u odnosu na 2013. je porastao/smanjio se za ____ %, a broj noćenja je porastao/smanjio se za ____ %. Turisti iz Češke su u prosjeku boravili _____ dana u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2014. godini.

7. Objasnite grafikon.



Izvor: Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije, Statistička analiza turističkog prometa, 2014. godine, str. 3.

VJEŽBA 12.
PRETRAŽIVANJE PODATAKA IZ PODRUČJA
TURIZAM

na stranicama MEĐUNARODNIH TURISTIČKIH ORGANIZACIJA

THE WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO) SVJETSKA TURISTIČKA ORGANIZACIJA

www2.unwto.org

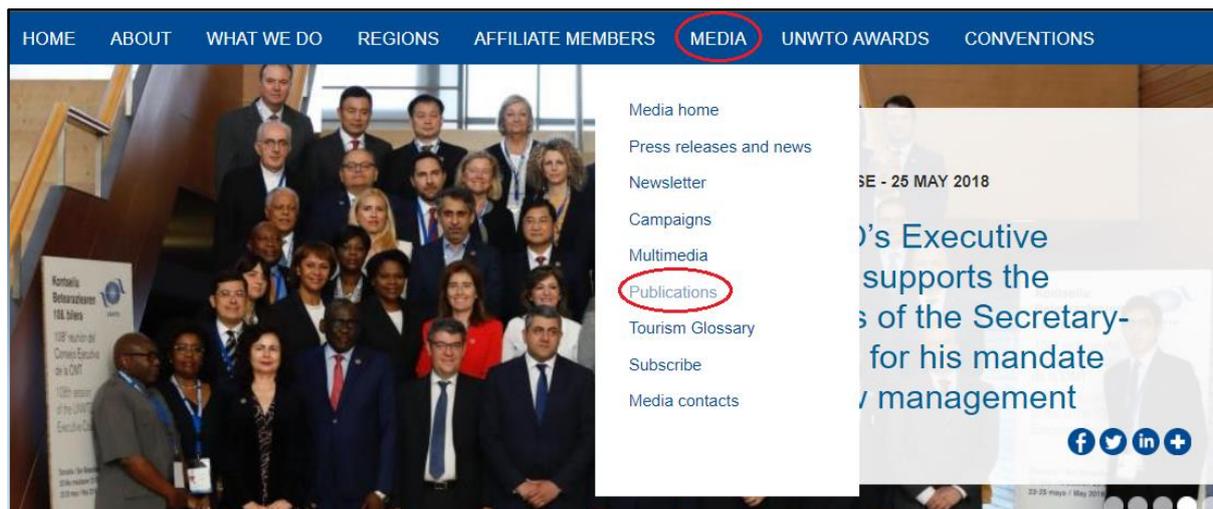
Svjetska turistička organizacija (UNWTO) je agencija Ujedinjenih naroda specijalizirana za promicanje odgovornog, održivog i univerzalno dostupnog turizma. Kao vodeća međunarodna organizacija na području turizma, UNWTO promiče turizam kao pokretačku snagu gospodarskog rasta, uključivog razvoja i okolišne održivosti, koja nudi vodstvo i potporu sektoru diljem svijeta kroz unapređivanje znanja i turističkih politika.

UNWTO potiče provedbu Globalnog Etičkog kodeksa za turizam, kako bi se povećao društveno-ekonomski doprinos turizma, a minimizirali mogući negativni utjecaji. Zalaže se i za promicanje turizma kao instrumenta u ostvarivanju Milenijskih ciljeva razvoja UN-a, usmjerenih prema smanjenju siromaštva i poticanju održivog razvoja.

UNWTO promiče konkurentne i održive turističke politike i instrumente, potiče turizam obrazovanja i osposobljavanja kroz projekte tehničke pomoći u više od 100 zemalja širom svijeta, sve u cilju kako bi turizam bio učinkovit instrument razvoja.

UNWTO članstvo uključuje 156 zemalja, 6 pridruženih članova i više od 400 partnerskih članova koji zastupaju privatni sektor, obrazovne institucije, turistička udruženja i lokalne turističke vlasti.

Hrvatska je članica UNWTO-a od 1993. godine.



Browse by Subject

All Subjects

- About UNWTO (34)
- Affiliate Members reports (20)
- Conferences and Seminars (60)
- Directories (3)
- Ecotourism (43)
- Education and Training (17)
- Energy Efficiency (15)
- Ethics and Sustainable Development (61)
- Financing (12)
- Free UNWTO Documents (264)
- Market Research (174)
- Marketing (86)
- Planning & Management (17)
- Policy (66)
- Poverty Alleviation (20)
- Quality (20)
- Risk and Crisis Management (15)
- Statistics (43)
- Sustainable Development (90)
- System of Tourism Statistics (49)
- Tourism Forecasts (27)
- Tourism Highlights (67)**
- Tourism Market Trends (153)
- Tourism Satellite Account Project (36)
- UNWTO Declarations (4)
- UNWTO Volunteers (4)
- World Tourism Barometer (4)
- World Travel Journal – Revue du Tourisme Mondial (1954-1986) (1)

Tourism Highlights Per page: 20

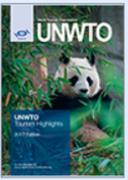
UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition (Japanese version)	■
UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition	■
UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition (Japanese version)	■
UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition	■
UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition (Japanese version)	■
UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition 日本語版	■
UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition	■

Prev 1 2 3 4

UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition

Published: July 2017

eISBN: 978-92-844-1902-9 | **ISBN:** 978-92-844-1901-2



Abstract:

UNWTO Tourism Highlights presents a concise overview of international tourism in the world based on the results for the year 2016.

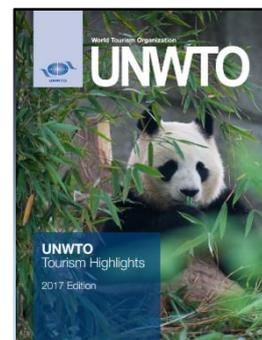
[Download this book \(PDF 2.56MB\)](#)

UNWTO TOURISM HIGHLIGHTS: 2017 EDITION

UNWTO Tourism Highlights je publikacija koja predstavlja sažeti pregled međunarodnog turizma u svijetu, na osnovi rezultata za 2016. godinu.

Sadrži prikaz:

- a) ključnih trendova u međunarodnom turizmu u 2016. godini
- b) rezultata po (pod)područjima i zemljama odredišta
- c) svjetskih top turističkih destinacija
- d) izlaznog turizam po regijama i top potrošača
- e) dugoročnu prognozu: Turizam do 2030.



Turizam - ključ razvoja, prosperiteta i blagostanja

Sve veći broj destinacija širom svijeta otvorio se za turizam i investira u turizam, pretvarajući turizam u ključni pokretač društveno-gospodarskog napretka putem otvaranja novih radnih mjesta i poduzeća, ostvarivanja značajnih izvoznih prihoda i razvoja infrastrukture.

Tijekom proteklih šest desetljeća, turizam je doživio neprekinuti razvoj i diversifikaciju te je postao jedan od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih sektora u svijetu. Pored tradicionalno najposjećenijih destinacija u Europi i Sjevernoj Americi otkrivene su mnoge nove destinacije.

Turizam se tijekom vremena održao gotovo neprekidno, unatoč povremenim šokovima, pokazujući snagu i otpornost sektora. Međunarodni dolasci turista porasli su s 25 milijuna na globalnoj razini 1950. godine na 278 milijuna u 1980. godini, 674 milijuna u 2000. godini i 1.235 milijuna u 2016. godini.

Također, međunarodni turistički prihodi koji su ostvareni u destinacijama diljem svijeta porasli su od 2 milijarde USD u 1950. na 104 milijarde USD u 1980. godini, u 2000. godini iznosili su 495 milijardi USD, a 2016. na 1220 milijardi USD.

Turizam je glavna kategorija međunarodne trgovine uslugama. Pored prihoda ostvarenih u destinacijama, međunarodni turizam također je ostvario 216 milijardi dolara u izvozu kroz usluge međunarodnog prijevoza putnika nerezidentima 2016. godine, čime je ukupna vrijednost izvoza turizma iznosila 1,4 bilijuna dolara, odnosno u prosjeku 4 milijarde dolara dnevno.

Međunarodni turizam predstavlja 7% svjetskog izvoza robe i usluga, što predstavlja porast za jedan postotni bod od 2015. godine. Turizam je u posljednjih pet godina rastao brže od svjetske trgovine.

Kao svjetska izvozna kategorija, turizam je na trećem mjestu nakon kemijske i naftne industrije, a ispred automobilske i prehrambene industrije. U mnogim zemljama u razvoju, turizam je najvažnija izvozna kategorija.

Međunarodni turizam u 2016. godini - Ključni trendovi i prognoze

Međunarodni turistički dolasci (noćenja posjetitelja) u 2016. godini porasli su za 3,9%, dosegnuvši ukupno 1.235 milijuna u svijetu, što predstavlja povećanje od 46 milijuna u odnosu na prethodnu godinu. U 2016. godini ostvaren je već sedmu godinu za redom iznadprosječan rasta međunarodnog turizma nakon globalne gospodarske krize 2009. godine. Ovakav rasta nije zabilježen još od šezdesetih godina prošlog stoljeća.

Potražnja za međunarodnim turizmom slijedila je pozitivan trend zabilježen prethodnih godina, pri čemu su mnoge destinacije ostvarile dobre rezultate, dok se nekoliko destinacija suočilo sa sigurnosnim pitanjima. Zabilježena su određena preusmjerenja turističkih tokova, iako je većina destinacija zabilježila rast zbog snažnije turističke potražnje, bolje povezanosti i pristupačnijeg zračnog prijevoza.

Prema UNWTO regijama, Azija i Pacifik ostvarili su najveći rast u 2016. godini s 9% povećanjem međunarodnih dolazaka, a slijede Afrika (+ 8%) i Amerike (+ 3%). Najposjećenija svjetska regija, Europa (+ 2%) ostvarila je skromnije rezultate, dok su dostupni podaci za Bliski istok (-4%) upućivali na manji broj turističkih dolazaka.

Međunarodni turistički prihodi realno su u 2016. godini porasli na svjetskoj razini za 2,6% (uzimajući u obzir fluktuacije tečaja i inflaciju) te dosegli razinu od 1,102 milijardi eura (1,220 milijardi američkih dolara).

Francuska, Sjedinjene Američke Države, Španjolska i Kina zadržale su vodeće pozicije na vrhu ljestvice međunarodnih dolazaka 2016. godine. Promatrano prema ostvarenim prihodima SAD i Španjolska ostaju na vrhu, nakon čega slijedi Tajland, koji se prošle godine popeo na treću poziciju, a Kina je četvrta. Francuska i Italija su prema ostvarenim prihodima od turizma na 5. i 6. mjesto, a slijede Velika Britanija i Meksiko.

Kina, Sjedinjene Američke Države i Njemačka predvodnice su izlaznog turizam u svojim regijama 2016. godine budući da ostvaruju najveću potrošnju u svrhu međunarodnih putovanja.

Dugoročne prognoze

Očekuje se da će međunarodni turistički dolasci u svijetu rasti za 3,3% godišnje u razdoblju od 2010. do 2030. godine čime bi dosegli 1,8 milijardi u 2030. godini, prema dugoročnoj prognozi UNWTO- a Tourism Towards 2030.

U razdoblju od 2010. do 2030. godine očekuje se da će broja dolazaka u zemljama u razvoju rasti dvostruko brže (+ 4,4% godišnje) nego u razvijenim gospodarstvima (+ 2,2% godišnje).

Tržišni udio gospodarstava u razvoju povećan je s 30% u 1980. na 45% u 2016. godini, a očekuje se da će 2030. godine dosegnuti 57%, što podrazumijeva više od milijardu međunarodnih turističkih dolazaka.



	International tourist arrivals (million)					2016*	Market share (%)	Change (%)			Average a year (%)	
	1990	1995	2000	2005	2010			2015	14/13	15/14		16*/15
World	435	526	674	809	953	1,189	1,235	100	4.0	4.5	3.9	3.9
Advanced economies ¹	299	337	424	470	516	654	685	55.5	5.7	5.0	4.8	3.5
Emerging economies ²	136	189	250	339	437	536	550	44.5	2.1	4.0	2.7	4.5
By UNWTO regions:												
Europe	261.5	303.5	386.6	453.2	489.0	603.7	616.2	49.9	1.7	4.8	2.1	2.8
Northern Europe	28.7	36.4	44.8	59.9	62.8	75.4	80.2	6.5	5.3	6.5	6.4	2.7
Western Europe	108.6	112.2	139.7	141.7	154.4	181.4	181.5	14.7	2.2	3.5	0.0	2.3
Central/Eastern Europe	33.9	58.9	69.6	95.3	98.5	121.4	126.0	10.2	-9.1	5.4	3.8	2.6
Southern/Medit. Europe	90.3	96.0	132.6	156.4	173.3	225.5	228.5	18.5	6.9	4.9	1.3	3.5
-of which EU-28	230.1	266.0	330.5	367.9	384.3	477.8	500.1	40.5	4.7	5.3	4.7	2.8
Asia and the Pacific	55.9	82.1	110.4	154.1	208.1	284.0	308.4	25.0	6.1	5.4	8.6	6.5
North-East Asia	26.4	41.3	58.3	85.9	111.5	142.1	154.3	12.5	7.3	4.3	8.6	5.5
South-East Asia	21.2	28.5	36.3	49.0	70.5	104.2	113.2	9.2	2.9	7.4	8.6	7.9
Oceania	5.2	8.1	9.6	10.9	11.4	14.3	15.6	1.3	6.1	7.6	9.4	3.3
South Asia	3.2	4.2	6.1	8.3	14.7	23.4	25.3	2.0	12.9	2.3	7.8	10.7
Americas	92.8	108.9	128.2	133.3	150.1	192.7	199.3	16.1	8.5	5.9	3.5	3.7
North America	71.8	80.5	91.5	89.9	99.5	127.5	130.5	10.6	9.7	5.5	2.4	3.4
Caribbean	11.4	14.0	17.1	18.8	19.5	24.1	25.2	2.0	5.5	8.1	4.7	2.7
Central America	1.9	2.6	4.3	6.3	7.8	10.2	10.7	0.9	5.6	6.8	4.9	5.0
South America	7.7	11.7	15.3	18.3	23.2	30.8	32.8	2.7	7.1	5.9	6.6	5.4
Africa	14.8	18.7	26.2	34.8	50.4	53.4	57.8	4.7	0.6	-2.9	8.1	4.7
North Africa	8.4	7.3	10.2	13.9	19.7	18.0	18.6	1.5	-1.4	-12.0	3.5	2.7
Subsaharan Africa	6.4	11.5	16.0	20.9	30.7	35.4	39.2	3.2	1.9	2.4	10.5	5.9
Middle East	9.6	12.7	22.4	33.7	55.4	55.6	53.6	4.3	8.7	0.6	-3.7	4.3

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

(Data as collected by UNWTO, July 2017)

Tablica prikazuje podatke o broju međunarodnih turističkih dolazaka (international tourist arrivals) u pojedinim regijama svijeta za odabrane godine, kao i udio na tržištu (market share) svake regije u 2016. godini, stopu promjene (change) u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu, te prosječnu godišnju stopu rasta (average a year) u razdoblju od 2005. do 2016. godine.

Iz podataka prikazanih u tablici je vidljivo da je broj turističkih dolazak u svijetu u 2016. godini premašio 1,2 milijarde, što je porast za 3,9% u odnosu na 2015. godinu. Broj turističkih dolazaka u svijetu od 2005. do 2016. godine je rastao po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,9%.

Najveći udio na tržištu u 2013. (49,9%) u broju turističkih dolazaka ima Europa s 616.200.000 turističkih dolazaka, što je porast za 2,1% u 2016. u odnosu na 2015. g.

Azija i Pacifik su ostvarili najveću stopu rasta od 8,6% u 2016. u odnosu na 2015. s udjelom na tržištu od 25 %. Bliski istok je ostvario pad broja turističkih dolazaka za 3,7 % u 2016. u odnosu na 2015. godinu.

	International tourism receipts (local currencies, constant prices (% change))					Market share (%)	Receipts (US\$)		Receipts (euro)				
	13/12	14/13	15/14	16*/15	2016*		2014	2015	2016*	2014	2015	2016*	
World	5.6	4.3	4.1	2.6	100	1,252	1,196	1,220	990	942	1,078	1,102	890
Advanced economies ¹	6.0	5.1	2.9	1.6	64.5	829	773	787	1,150	624	697	711	1,040
Emerging economies ²	4.7	2.8	6.4	4.4	35.5	423	422	433	790	318	381	391	710
By UNWTO regions:													
Europe	4.1	4.4	2.7	0.9	36.7	513.7	449.6	447.3	730	386.7	405.3	404.1	660
Northern Europe	7.6	5.8	7.4	2.7	6.1	81.5	77.3	74.6	930	61.3	69.7	67.4	840
Western Europe	2.1	3.4	-1.3	-0.3	11.9	174.2	145.8	145.3	800	131.1	131.4	131.3	720
Central/Eastern Europe	3.4	0.1	-0.7	5.7	4.3	58.8	50.4	52.6	420	44.3	45.4	47.5	380
Southern/Medit. Europe	4.8	6.1	5.2	-0.2	14.3	199.2	176.1	174.7	760	150.0	158.7	157.9	690
-of which EU-28	3.7	4.6	3.1	2.7	30.9	427.1	372.1	376.6	750	321.5	335.4	340.2	680
Asia and the Pacific	8.5	1.5	2.5	4.8	30.1	359.0	349.4	366.7	1,190	270.2	314.9	331.3	1,070
North-East Asia	9.1	-1.6	-3.7	-0.2	13.9	176.9	167.1	168.9	1,090	133.1	150.6	152.6	990
South-East Asia	10.6	2.1	8.0	9.8	9.6	108.2	108.5	117.2	1,030	81.4	97.8	105.9	940
Oceania	1.5	7.6	11.6	10.0	3.8	44.2	42.3	46.7	2,990	33.3	38.1	42.2	2,700
South Asia	8.7	9.9	6.3	7.1	2.8	29.8	31.6	33.8	1,340	22.4	28.4	30.6	1,210
Americas	6.6	6.7	8.2	2.7	25.7	288.9	305.6	313.2	1,570	217.5	275.5	283.0	1,420
North America	7.4	7.0	8.3	1.9	20.0	225.9	239.7	243.7	1,870	170.0	216.1	220.2	1,690
Caribbean	3.2	5.1	7.1	6.3	2.5	26.7	28.5	30.2	1,200	20.1	25.6	27.3	1,080
Central America	7.2	5.9	6.6	7.8	1.0	10.6	11.4	12.2	1,140	8.0	10.2	11.1	1,030
South America	3.3	6.3	9.2	3.2	2.2	25.7	26.1	27.0	820	19.4	23.6	24.4	740
Africa	2.5	3.7	0.5	8.3	2.9	36.5	32.8	34.8	600	27.5	29.5	31.4	540
North Africa	-2.1	8.3	-8.8	2.6	0.7	11.0	8.9	9.1	490	8.3	8.0	8.3	440
Subsaharan Africa	4.3	1.9	4.5	10.5	2.1	25.5	23.9	25.6	650	19.2	21.5	23.2	590
Middle East	-3.3	10.2	7.4	-1.6	4.7	53.6	58.2	57.6	1,080	40.3	52.4	52.0	970

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

(Data as collected by UNWTO, July 2017)

Tablica prikazuje podatke o prihodu od međunarodnih turističkih dolazaka (international tourism receipts) u pojedinim regijama svijeta, ukupno i po dolasku turista u USD i eurima, kao i udio na tržištu (market share) svake regije u 2016. godini, te stopu promjene (u lokalnoj valuti) (tourism receipts change) u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu.

Iz podataka prikazanih u tablici je vidljivo da je u Europi prihodu od turističkih dolazaka u 2016. dosegno brojku od 447,3 milijarde USD ili 404,1 milijardi eura, što predstavlja porast za 0,9% u odnosu na 2015. godinu. Prosječan prihodu po turističkom dolasku je bio 730 USD ili 660 eura u 2016.g.

U 2016. godini Afrika bilježi najveći porast prihoda od međunarodnog turizma (+8,3%), slijede Azija i Pacifik (+4,8%) te Amerike (+2,7%). Europa je zabilježila skroman rast prihoda od međunarodnog turizma u 2016. godini u odnosu na prethodnu godinu od 0,9%, a prihodi na Bliskom istoku su smanjeni za 1,6% u odnosu na 2015. godinu.

International tourist arrivals						International tourism receipts								
Rank	Series	(million)		Change (%)		Rank	US\$ (billion)		Change (%)		Local currencies			
		2015	2016*	15/14	16*/15		2015	2016*	15/14	16*/15	15/14	16*/15		
1	France	TF	84.5	82.6	0.9	-2.2	1	United States	205.4	205.9	7.0	0.3	7.0	0.3
2	United States	TF	77.5	75.6	3.3	-2.4	2	Spain	56.5	60.3	-13.3	6.9	3.8	7.1
3	Spain	TF	68.5	75.6	5.5	10.3	3	Thailand	44.9	49.9	16.9	11.0	23.0	14.7
4	China	TF	56.9	59.3	2.3	4.2	4	China	45.0	44.4	2.1	-1.2	3.6	5.3
5	Italy	TF	50.7	52.4	4.4	3.2	5	France	44.9	42.5	-22.9	-5.3	-7.6	-5.1
6	United Kingdom	TF	34.4	35.8	5.6	4.0	6	Italy	39.4	40.2	-13.3	2.0	3.8	2.3
7	Germany	TCE	35.0	35.6	6.0	1.7	7	United Kingdom	45.5	39.6	-2.3	-12.9	5.2	-1.4
8	Mexico	TF	32.1	35.0	9.4	8.9	8	Germany	36.9	37.4	-14.8	1.4	2.0	1.7
9	Thailand	TF	29.9	32.6	20.6	8.9	9	Hong Kong (China)	36.2	32.9	-5.8	-9.1	-5.8	-9.0
10	Turkey	TF	39.5	..	-0.8	..	10	Australia	28.9	32.4	-8.2	12.3	10.2	13.5

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

(Data as collected by UNWTO, July 2017)

Tablica prikazuje deset najposjećenijih zemalja svijeta, rangiranih prema ostvarenim međunarodnim turističkim dolascima u 2016. godini, te vrijednosti ostvarenih međunarodnih turističkih dolazaka u milijunima kao i stope promjene međunarodnih turističkih dolazaka u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu.

Prema prikazanim podacima, najveći broj međunarodnih turističkih dolazaka u 2016. godini ostvarila je Francuska s 82,6 milijuna turističkih dolazaka, slijede je SAD, Španjolska, Kina te Italija.

Tablica prikazuje podatke o deset najuspješnijih zemalja svijeta, rangiranih prema ostvarenim prihodima od međunarodnog turizma u 2016. godini, te vrijednosti ostvarenih prihoda od međunarodnog turizma u milijardama USD, kao i stope promjene prihoda od međunarodnog turizma u lokalnoj valuti u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu.

Prema prikazanim podacima, najveće prihode od međunarodnog turizma u 2016. godini ostvarile su SAD koje su ostvarile 205,9 milijardi USD prihoda, a slijedi, Španjolska, Tajland, Kina te Francuska.

Destinations	Series	International tourist arrivals						International tourism receipts							
		2010	2014	2015	2016*	Change (%)		Share (%)	US\$ million				Share (%)		
		(1000)													
Europe		488,954	576,128	603,658	616,190	1.7	4.8	2.1	100	411,908	513,747	449,649	447,309	100	
Northern Europe		62,845	70,799	75,410	80,244	5.3	6.5	6.4	13.0	59,547	81,475	77,330	74,628	15.9	
Denmark	TF	8,744	10,267	10,424	..	20.0	1.5	5,853	7,626	6,684	6,877	1.5	
Finland	TCE	2,319	2,731	2,622	2,789	-2.3	-4.0	6.4	0.5	3,051	3,672	2,559	2,717	0.6	
Iceland	TF	489	998	1,289	1,792	23.6	29.2	39.0	0.3	561	1,371	1,617	2,415	0.5	
Ireland	TF	7,134	8,813	9,528	..	6.7	8.1	4,118	4,857	4,793	5,186	1.2	
Norway	TF/TCE	4,767	4,855	5,361	..	1.6	10.4	4,707	5,575	4,893	5,205	1.2	
Sweden	TCE/TF	4,951	10,522	-4.2	8,366	11,835	11,322	12,614	2.8	
United Kingdom	TF	28,296	32,613	34,436	35,814	5.0	5.6	4.0	5.8	32,892	46,539	45,462	39,615	8.9	
Western Europe		154,362	175,313	181,413	181,467	2.2	3.5	0.0	29.4	142,319	174,206	145,786	145,337	32.5	
Austria	TCE	22,004	25,291	26,728	28,121	1.9	5.7	5.2	4.6	18,596	20,824	18,218	19,300	4.3	
Belgium	TCE	7,186	7,887	8,355	7,479	2.6	5.9	-10.5	1.2	11,425	13,929	11,968	11,839	2.6	
France	TF	77,648	83,701	84,452	82,600	0.1	0.9	-2.2	13.4	47,015	58,147	44,858	42,481	9.5	
Germany	TCE	26,875	33,005	34,971	35,579	4.6	6.0	1.7	5.8	34,679	43,321	36,908	37,433	8.4	
Liechtenstein	TCE	64	61	57	69	2.7	-7.5	21.7	0.0	
Luxembourg	TCE	793	1,038	1,091	1,054	9.9	5.1	-3.5	0.2	4,149	5,491	4,297	4,292	1.0	
Monaco	THS	279	329	331	336	0.3	0.7	1.4	0.1	
Netherlands	TCE	10,883	13,926	15,007	15,828	9.0	7.8	5.5	2.6	11,732	14,704	13,176	14,054	3.1	
Switzerland	THS	8,628	9,158	9,305	10,402	2.1	1.6	n/a	1.7	14,724	17,790	16,361	15,937	3.6	

Tablica prikazuje podatke o međunarodnim turističkim dolascima (international tourism arrivals) i prihodu od međunarodnog turizma (international tourism receipts) u pojedinim zemljama grupiranim prema regijama svijeta, u 2016. godini, iskazane u tisućama dolazaka/ milijunima USD, te pripadajuće tržišne udjele (share).

Iz podataka prikazanih u tablici je vidljivo da je Austrija u 2016. godini ostvarila 28.121.000 turističkih dolazaka, što predstavlja porast za 5,2% u odnosu na 2015. godinu, čime joj pripada udio na tržištu od 4,6%. Promatrano prema prihodima ostvarenim od međunarodnog turizma, Austrija je ostvarila nešto niži tržišni udio (4,3%) s ukupno ostvarenih 19,3 milijarde USD od međunarodnog turizma.

S druge pak strane, Belgija je u 2016. godini ostvarila smanjenje broja međunarodnih turističkih dolazaka za 10,5% u odnosu na 2015. godinu, s tržišnim udjelom od 1,2%. Istovremeno je Belgija generirala 19,3 milijardi USD prihoda od međunarodnog turizma s udjelom od 2,6% ukupnog svjetskog prihoda.

Rank	International tourism expenditure (US\$ billion)		Local currencies change (%)		Market share (%)	Population (million)	Expenditure per capita (US\$)	International departures (million)				
	2015	2016*	15/14	16*/15				2015	2016*	2015	2016*	
1	China	249.8	261.1	11.4	11.7	21.4	1,383	189	127.9	135.1
2	United States	114.7	123.6	8.6	7.8	10.1	323	382	130.4	..	74.0	..
3	Germany	77.5	79.8	-0.6	3.2	6.5	83	964	83.7	..
4	United Kingdom	63.3	63.6	8.8	13.8	5.2	66	970	65.7	70.8	64.2	69.4
5	France	39.3	40.5	-3.5	3.3	3.3	65	627	30.6	..	26.6	..
6	Canada	30.1	29.1	1.3	0.0	2.4	36	802	50.0	53.0	32.3	31.3
7	Korea (ROK)	25.3	26.6	9.0	5.4	2.2	51	520	19.3	22.4
8	Italy	24.4	25.0	1.4	2.4	2.0	61	411	61.2	62.6	27.9	28.7
9	Australia	23.8	24.9	6.1	6.0	2.0	24	1,026	9.5	9.9	9.5	9.9
10	Hong Kong (China)	23.1	24.2	4.7	5.1	2.0	7	3,284	89.1	91.8

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

(Data as collected by UNWTO, July 2017)

Iz podataka prikazanih u tablici je vidljivo da je Kina vodeća zemlja s izdacima za međunarodni turizam u 2016. godini u vrijednosti 261,1 milijardu USD, te udjelom na tržištu od 21,4%. Prema prikazanim podacima je vidljivo da je kineska potrošnja za turizam u inozemstvu dvostruko veća od drugorangiranih Sjedinjenih Američkih Država koje ostvaruju 123,6 milijardi USD.

Među prvih 10 značajnih svjetskih emitivnih turističkih tržišta nalaze se i Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska i Kanada.

Tablica prikazuje podatke o najvećim turističkim potrošačima u svijetu u 2016. godini iskazane kroz ostvarene rashode u svrhu turističkih putovanja (international tourism expenditure).

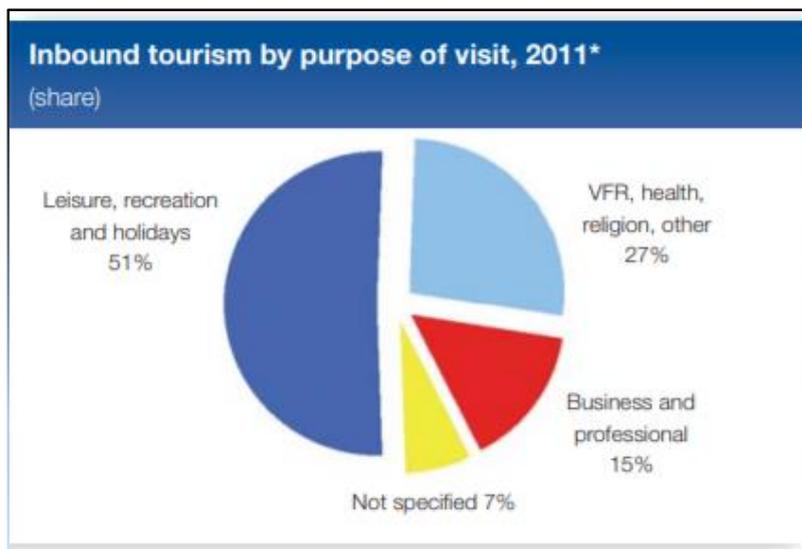
ZADACI ZA VJEŽBU

1. U 2011. godini Europa je ostvarila _____ milijuna dolazaka, što je povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2010. godinu. Europa u 2011. godini je ostvarila udjel od _____ % u ukupnim svjetskim dolascima, te je imala prosječnu godišnju stopu rasta/pada broja dolazaka turista od 2005.-2011. godine od _____ %.
2. U 2011. godini Bliski Istok je ostvario _____ milijuna dolazaka, što je povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2010. godinu. Bliski Istok je u 2011. godini ostvario udjel od _____ % u ukupnim svjetskim dolascima, te je imao prosječnu godišnju stopu rasta/pada broja dolazaka turista od 2005.-2011. godine od _____ %.
3. U 2011. godini Afrika je ostvarila ukupan prihod od turizma u iznosu od _____ milijardi (billion) US\$, što je povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2010. godinu. Afrika u 2011. godini je ostvarila udjel od _____ % u ukupnim svjetskim prihodima u turizmu, te su turisti u Africi po dolasku ostvarili potrošnju od _____ US\$.
4. U 2011. godini Azija i Pacifik su ostvarili ukupan prihod od turizma u iznosu od _____ milijardi (billion) US\$, što je povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2010. godinu. Azija i Pacifik u 2011. godini su ostvarili udjel od _____ % u ukupnim svjetskim prihodima u turizmu, te su turisti u Aziji i Pacifiku po dolasku ostvarili potrošnju od _____ US\$.
5. U 2011. godini po rangu zemalja (top turističke destinacije svijeta), zemlja s najvećim brojem dolazaka turista je bila _____ s _____ milijuna dolazaka, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2010. godinu. Zemlja s najvećim prihodima od turizma u 2011. godini je bila _____ s prihodima od _____ milijardi (billion) US\$, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2010. godinu.
6. U 2011. godini Tunis je ostvario _____ turističkih dolazaka, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2010. godinu, te udio na tržištu Afrike od _____ %.

7. U 2010. godini Egipat je ostvario prihod od _____ US\$, a u 2011. godini prihod od _____ US\$, što predstavlja udio na tržištu Bliskog Istoka od _____%.

8. Među najvećim potrošačima u turizmu u 2011. godini (top spenders in international tourism), zemlja koja je najviše potrošila na internacionalni turizam/putovanja je _____ s potrošnjom od _____ milijardi (billion) US\$ i udjelom na svjetskom tržištu od _____ %.

9. Objasnite grafikon.



10.

Izvor: UNWTO, Tourism highlights: 2012. Edition, str. 4.

THE WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC) SVJETSKO VIJEĆE ZA PUTOVANJA I TURIZAM

<https://www.wttc.org/>

WTTC je osnovan 1990. godine kao forum vodećih stručnjaka s područja turizma i ugostiteljstva radi jačanja svijesti o utjecaju i važnosti sektora turizma i ugostiteljstva na svjetsko gospodarstvo.

Članovi WTTC-a su direktori poduzeća iz raznih grana turističkog gospodarstva (prijevoza, hotelijerstva itd.). Aktivnosti WTTC-a uključuju istraživanja ekonomskog i društvenog/socijalnog utjecaja turističke industrije, kao i aktivnosti vezanih uz organizaciju svjetskih i regionalnih konferencija usmjerenih na pitanja i razvojne trendove u turizmu.



Sjedište WTTC-a je u Londonu, a na čelu je predsjednik i izvršni direktor.

Strateški prioriteti WTTC-a:

- sloboda putovanja - WTTC vjeruje u prava ljudi na prelazak međunarodne granice u slobodno vrijeme ili u svrhu poslovnih putovanja, bez ugrožavanja nacionalne sigurnosti. Unatoč sve manjeg broja zemalja za koje je potrebna viza, ljudi i dalje smatraju da je teško ući u određene zemlje kao međunarodni putnik. Fokus WTTC-a su vizne olakšice, budući da poduzimaju kontinuirane napore da uvjere vlade pojedinih zemalja o ogromnim ekonomskim prednostima koje generiraju strani posjetitelji.
- politike rasta - WTTC-a provodi različite kampanje kako bi uvjerile vlade da provode politike koje osiguravaju poslovno okruženje koje pogoduje rastu putovanja i turizma. To znači planiranje i investiranje u odgovarajuću infrastrukturu i stvaranje poreznog sustava koji omogućava konkurentnost privatnom sektoru. Prioritet WTTC-a je i podizanje svijesti o negativnom utjecaju kaznenog oporezivanje – osobito zrakoplovnih pristojbi - na ulazni i izlazni turizam.
- "turizam za sutra" - WTTC je odgovoran prema zaštiti okoliša te aktivno djeluje u nastojanju da osigura odgovorno upravljanje rastom turističkog sektora, postizanjem i održavanjem ravnoteže između ljudi, planeta i profita. WTTC promovira najbolje u održivom turizmu dodjeljujući nagradu pod nazivom "Turizam za sutra".

ABOUT	AGENDA	PRIORITIES	ECONOMIC IMPACT	PUBLICATIONS	SUMMITS	BLOG
CITY ANALYSIS	COUNTRY ANALYSIS	BENCHMARK REPORTS				
CITY REPORTS	DATA GATEWAY	COUNTRY RESULTS				
REGIONAL REPORTS	COUNTRY REPORTS	REGIONAL RESULTS				
METHODOLOGY	REGIONAL REPORTS	THE COMPARATIVE ECONOMIC IMPACT OF TRAVEL & TOURISM				
	LEAGUE TABLE SUMMARIES	TOTAL ECONOMY ANALYSIS - 5 KEY COUNTRIES				
	METHODOLOGY					

WTTC obavlja i objavljuje istraživanja u suradnji s Oxford Economics Forecasting o ekonomskom i društvenom utjecaju putovanja i turizma. Temelj istraživačke aktivnosti WTTC-a je skup godišnjih izvješća pod nazivom "Izvješće o ekonomskom učinku putovanja i turizma" (Travel & Tourism Economic Impact Reports). Ona uključuju globalno izvješće, kao i 24 regionalna i 184 izvješća pojedinih zemalja. Izvješća prikazuju ekonomski utjecaj turističke industrije, uključujući izravni i ukupni utjecaj na BDP, zaposlenost, investicije i izvoz. Jedna od aktivnosti je i izrada jednogodišnjih i desetogodišnjih prognoza utjecaja turizma.

C Back to the top ↕

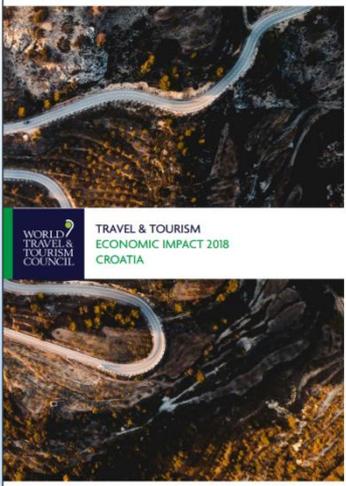
Cambodia	Cameroon	Canada
Cape Verde	Cayman Islands	Central African Republic
Chad	Chile	China
Colombia	Comoros	Congo
Costa Rica	Croatia	Cuba
Cyprus	Czech Republic	



Download

COPYRIGHT WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. THE PERMITTED USE OF THIS CONTENT IS DEFINED BY THE COPYRIGHT LAW OF THE UNITED KINGDOM, AND ANY LICENCE STATEMENT APPEARING ON OR ASSOCIATED WITH THIS CONTENT. READ THE TERMS & CONDITIONS OF THIS WEBSITE.

[Download](#)



HRVATSKA

2018. GODIŠNJE ISTRAŽIVANJE: OSOVNI POKAZATELJI

BDP – izravni doprinos

Izravni doprinos putovanja i turizma BDP-a u 2017. godini bio je 39.782,7 milijuna HRK, odnosno 10,9% ukupnog BDP-a, a predviđa se da će u 2018. porasti za 3,4% te da će u razdoblju od 2018. do 2028. godine rasti po prosječnoj stopi od 4,4% godišnje, te dosegnuti 63.226,3 milijuna HRK, odnosno 14,2% BDP-a u 2028. godini.

BDP – ukupni doprinos

Ukupni doprinos putovanja i turizma BDP-a u 2017. godini bio je 91.033,5 milijuna HRK, odnosno 25,0% ukupnog BDP-a, a predviđa se da će u 2018. porasti za 3,3% te da će u razdoblju od 2018. do 2028. godine rasti po prosječnoj stopi od 4,1% godišnje, te dosegnuti 141.135 milijuna HRK, odnosno 31,7% BDP-a u 2028. godini.

Zaposlenost – izravni doprinos

U 2017. godinu putovanja i turizam izravno su zapošljavala 138.000 radnika (10,1% ukupnog broja zaposlenih). Očekuje se da će se broj zaposlenih u putovanjima i turizmu u 2018. godini smanjiti za 0,3%, ali će do 2028. godine rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 1,4% do 158.000 zaposlenih u 2028. godini (odnosno 11,8% ukupno zaposlenih).

Zaposlenost – ukupni doprinos

U 2017. godinu putovanja i turizam ukupno su zapošljavala 23,5% ukupnog broja zaposlenih (320.500 radnih mjesta). Očekuje se da će se broj zaposlenih u putovanjima i turizmu u 2018. godini smanjiti za 0,2%, ali će do 2028. godine rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 1,4% do 366.000 zaposlenih u 2028. godini (odnosno 27,2% ukupno zaposlenih).

Izvoz posjetitelja

Izvoz posjetitelja generirao je u 2017. godini 73.029,1 milijun HRK, odnosno 39% ukupnog izvoza. Procjenjuje se da će u 2018. godini rasti za 3,5%, a u razdoblju od 2018. do 2028. po prosječnoj godišnjoj stopi od 4,4% te dostići vrijednost od 116.742 milijuna HRK u 2028. godini, odnosno 47,2% ukupnog izvoza.

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)	TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
5	Italy	106.8	6	Italy	253.5
15	Turkey	32.0	14	Turkey	98.4
	European Union Average	23.8		European Union Average	63.8
	World Average	21.5		World Average	62.9
25	Greece	16.2	29	Greece	39.7
50	Croatia	6.0	52	Czech Republic	16.8
52	Czech Republic	5.6	55	Croatia	13.7
85	Bulgaria	1.8	75	Bulgaria	6.6
89	Slovenia	1.6	79	Slovenia	5.8
92	Cyprus	1.5	88	Cyprus	4.7
131	Montenegro	0.5	127	Bosnia-Herzegovina	1.7
134	Bosnia-Herzegovina	0.5	140	Montenegro	1.1

Tablica prikazuje apsolutnu vrijednost (u milijardama US\$) izravnog i ukupnog doprinosa putovanja i turizma BDP-u u 2017. godini.

Prema vrijednostima prikazanim u tablici, izravni doprinos turizma BDP-u Hrvatske u 2017. godini iznosio je 6 milijardi US\$, dok je ukupni iznosio 13,7 milijardi US\$, što je ispod svjetskog prosjeka i ispod prosjeka Europske unije.

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs	TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
13	Italy	1490.5	14	Italy	3394.7
	World Average	937.5		World Average	2341.0
35	Turkey	461.8	22	Turkey	2093.6
36	Greece	459.0		European Union Average	975.2
	European Union Average	424.6	40	Greece	934.4
58	Czech Republic	223.4	69	Czech Republic	477.0
79	Croatia	138.0	83	Bulgaria	335.6
98	Bulgaria	90.2	87	Croatia	320.5
133	Slovenia	30.8	124	Slovenia	101.3
137	Cyprus	26.1	134	Cyprus	85.2
142	Bosnia-Herzegovina	23.2	136	Bosnia-Herzegovina	81.3
154	Montenegro	14.4	156	Montenegro	36.4

Tablica prikazuje apsolutnu vrijednost (u 000 radnih mjesta) izravnog i ukupnog doprinosa putovanja i turizma zaposlenosti u 2017. godini.

Prema vrijednostima prikazanim u tablici u 2017. godini u Hrvatskoj je bilo 138.000 izravno zaposlenih, te 138.000 ukupno zaposlenih u putovanjima i turizmu (što uključuje i neizravan doprinos), što je ispod svjetskog prosjeka ali i ispod prosjeka Europske unije.

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2017 (US\$bn)	VISITOR EXPORTS		2017 (US\$bn)
10	Turkey	20.5	7	Italy	44.9
17	Italy	11.6	13	Turkey	31.3
	European Union Average	6.3	21	Greece	18.6
	World Average	4.8		European Union Average	16.2
40	Greece	3.6	35	Croatia	11.0
53	Czech Republic	2.0		World Average	8.1
64	Croatia	1.2	43	Czech Republic	7.5
71	Bulgaria	0.8	58	Bulgaria	4.5
76	Slovenia	0.8	67	Cyprus	3.1
93	Cyprus	0.4	72	Slovenia	2.8
95	Montenegro	0.4	105	Montenegro	1.1
122	Bosnia-Herzegovina	0.2	113	Bosnia-Herzegovina	0.8

Tablica prikazuje apsolutnu vrijednost (u milijardama US\$) investicija u putovanja i turizam te izvoza posjetitelja u 2017. godini.

Prema vrijednostima prikazanim u tablici u 2017. godini u Hrvatskoj je investirano 1,2 milijarde US\$ u putovanja i turizam, a generirano je 11 milijardi US\$ izvoza posjetitelja. Investicije u putovanja i turizam su ispod svjetskog prosjeka te prosjeka EU, dok je izvoz posjetitelja ispod prosjeka EU, ali ipak iznad svjetskog prosjeka.

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 % share	TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 % share
21	Montenegro	11.0	27	Croatia	25.0
22	Croatia	10.9	30	Montenegro	23.7
34	Greece	8.0	33	Cyprus	22.3
36	Cyprus	7.3	38	Greece	19.7
54	Italy	5.5	64	Italy	13.0
	European Union	3.9	68	Slovenia	11.9
86	Turkey	3.8	70	Turkey	11.6
103	Slovenia	3.3	72	Bulgaria	11.5
	World	3.2		World	10.4
109	Bulgaria	3.1		European Union	10.3
130	Bosnia-Herzegovina	2.6	96	Bosnia-Herzegovina	9.6
132	Czech Republic	2.6	119	Czech Republic	7.8

Tablica prikazuje relativni položaj udjela izravnog i ukupnog doprinosa putovanja i turizam BDP-u Hrvatske u 2017. godini.

Prema vrijednostima prikazanim u tablici u 2017. godini Hrvatska je prema ostvarenom udjelu izravnog doprinosa putovanja i turizma BDP-u bila na 22. mjestu ostvarivši udio od 10,9%, dok je prema ostvarenom udjelu ukupnog doprinosa putovanja i turizma BDP-u bila na 27. mjestu ostvarivši udio od 25%, što je iznad prosjeka Europske unije.

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 % share	TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 % share
20	Greece	12.2	26	Greece	24.8
23	Croatia	10.1	29	Croatia	23.5
31	Montenegro	7.6	30	Cyprus	22.7
39	Cyprus	6.9	38	Montenegro	19.3
45	Italy	6.5	51	Italy	14.7
	European Union	5.1	65	Slovenia	12.3
74	Czech Republic	4.4		European Union	11.7
	World	3.8	73	Bosnia-Herzegovina	11.2
86	Slovenia	3.7	77	Bulgaria	10.7
110	Bosnia-Herzegovina	3.2		World	9.9
114	Bulgaria	2.9	91	Czech Republic	9.4
168	Turkey	1.6	117	Turkey	7.4

Tablica prikazuje relativni položaj udjela izravnog i ukupnog doprinosa putovanja i turizam zaposlenosti u Hrvatskoj u 2017. godini.

Prema vrijednostima prikazanim u tablici u 2017. godini Hrvatska je prema ostvarenom udjelu izravnog doprinosa putovanja i turizma zaposlenosti bila na 23. mjestu ostvarivši udio od 10,1%, dok je prema ostvarenom udjelu ukupnog doprinosa putovanja i turizma zaposlenosti bila na 29. mjestu ostvarivši udio od 23,5%, što je iznad prosjeka Europske unije.

TRAVEL & TOURISM CONTRIBUTION TO TOTAL CAPITAL INVESTMENT		2017 % share	VISITOR EXPORTS CONTRIBUTION TO EXPORTS		2017 % share
3	Montenegro	35.1	22	Montenegro	52.6
26	Greece	15.9	32	Croatia	39.0
36	Cyprus	12.0	45	Greece	28.4
44	Croatia	10.9	56	Cyprus	23.3
55	Slovenia	8.8	73	Turkey	14.8
64	Turkey	8.0	77	Bosnia-Herzegovina	13.2
72	Bulgaria	7.4	81	Bulgaria	11.9
95	Bosnia-Herzegovina	5.2	102	Slovenia	7.7
	European Union	5.1	106	Italy	7.4
	World	4.5		World	6.5
129	Czech Republic	3.6		European Union	5.8
135	Italy	3.4	141	Czech Republic	4.2

Tablica prikazuje relativni položaj udjela investicija u putovanja i turizam u ukupnim investicijama te izvoza posjetitelja u ukupnom izvozu u Hrvatskoj u 2017. godini.

Prema vrijednostima prikazanim u tablici u 2017. godini Hrvatska je prema ostvarenom udjelu investicija u putovanja i turizam u ukupnim investicijama bila na 44. mjestu ostvarivši udio od 10,9%, dok je prema ostvarenom udjelu izvoza posjetitelja u ukupnom izvozu bila na 32. mjestu ostvarivši udio od 39%, što je iznad prosjeka Europske unije.

ZADACI ZA VJEŽBU

1. U 2016. godini u Francuskoj je izravan doprinos turizma BDP-u iznosio _____ milijardi US\$, što je _____% BDP-a Francuske, dok je ukupan doprinos turizma BDP-u iznosio _____ milijardi US\$, što je _____ % BDP-a.
2. U 2016. godini u Francuskoj turizam je izravno generirao _____ radnih mjesta, što je _____% od ukupnog broja zaposlenih u Francuskoj, dok je ukupno generirao _____ radnih mjesta, što je _____% od ukupnog broja zaposlenih u Francuskoj.
3. U 2016. godini u Francuskoj je u kapitalne investicije u turizmu uloženo _____ milijardi US\$, što predstavlja udio od _____% u ukupnim kapitalnim investicijama u Francuskoj, a to je više/manje od svjetskog prosjeka koji iznosi _____%.
4. U Francuskoj u 2016. godini strani turisti su potrošili _____ milijardi US\$, u svrhu izvoza posjetitelja, što predstavlja udio od _____% u ukupnom izvozu Francuske, a to je više/manje od europskog prosjeka koji iznosi _____%.
5. Ako promotrimo doprinos turizma BDP-u Francuske u 2016 .godini, potrošnja u svrhu odmora (ulazni i domaći turizam) generirala je _____ % doprinosa turizma BDP-u, a potrošnja u svrhu poslovnih putovanja _____ % BDP-a.
6. Prema prognozama i procjenama u Francuskoj, u 2017. godini direktni doprinos turizma BDP-u će porasti/smanjiti se za _____ %, dok će u 2027. godini on iznositi _____ milijardi US\$, što je udio od _____ % u BDP-u, te rast/smanjenje za _____ %.
7. Prema prognozama i procjenama u Francuskoj, u 2017. godini ukupni doprinos turizma zapošljavanju će porasti/smanjiti se za _____%, dok će u 2027. godini on iznositi _____ zaposlenih, što je udio od _____% u ukupnom broju zaposlenih, te rast/smanjenje za _____%.

VJEŽBA 13.
PRIPREMA ZA PROVJERU ZNANJA
iz područja OSNOVE TURIZMA

PRAKTIČNI ZADATAK – PROVJERA ZNANJA

PRIMJER 1.

Smjernice za rješavanje Praktičnog zadatka:

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 1. koristite Statistički ljetopis 2013. Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 2. koristite Priopćenja za RUJAN 2014. (Turizam u 2014.) Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 3. koristite Gospodarska kretanja 11-12/2016. Hrvatske gospodarske komore.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 4. koristite publikaciju Turizam u brojkama 2012. Ministarstva turizma.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 5. i 6. koristite dokument Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije (statistike) pod nazivom: Statistička analiza turističkog prometa 2013. godine za TZ Splitsko-dalmatinske županije

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 7. koristite dokument Svjetske turističke organizacije – UNWTO-a, pod nazivom: TOURISM HIGHLIGHTS 2014.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 8. koristite dokument Svjetskog savjeta za putovanja i turizam -WTTC-a, pod nazivom: COUNTRY REPORT – ARGENTINA (Economic impact analysis)

Zadaci:

1. U Republici Hrvatskoj, prema vrstama turističkih mjesta, u 2012. godini u primorskim mjestima je ostvareno _____ turističkih noćenja, što predstavlja _____% ukupno ostvarenih turističkih noćenja u Republici Hrvatskoj u 2012. godini. Od ukupnog broja ostvarenih noćenja u primorskim mjestima _____ turističkih noćenja ostvarili su strani turisti, što predstavlja _____% ukupnog broja noćenja ostvarenih u primorskim mjestima u Republici Hrvatskoj u 2012. godini.
2. U rujnu 2014. godine u regiji Kontinentalna Hrvatska ostvareno je _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnih turističkih dolazaka Republike Hrvatske. Od toga je u Gradu Zagrebu ostvareno _____ turističkih dolazaka, odnosno _____% ukupnih turističkih dolazaka ostvarenih u Kontinentalnoj

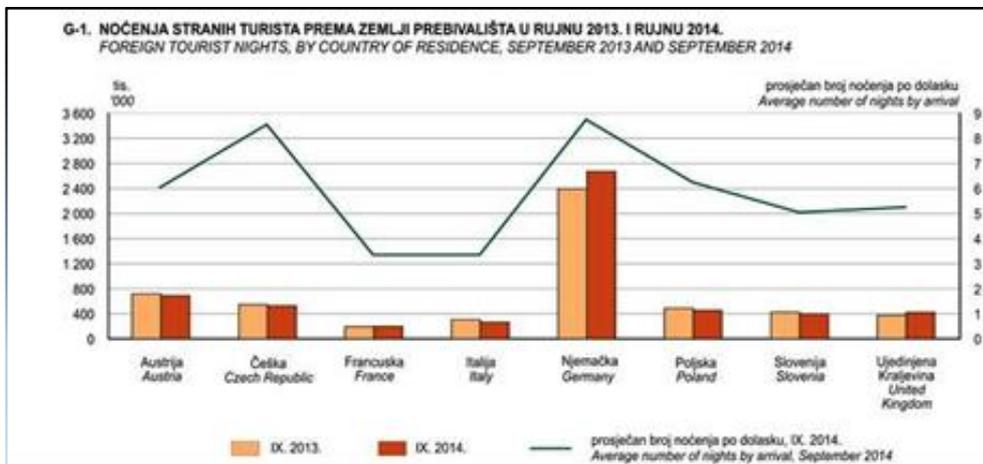
Hrvatskoj, a broj ostvarenih turističkih dolazaka u rujnu 2014. godine u Gradu Zagrebu porastao je/smanjio se za _____% u odnosu na isti mjesec prethodne godine, te su gosti ostvarili prosječno _____ noćenja po dolasku u rujnu 2014. godine.

3. U Republici Hrvatskoj, prema podacima Hrvatske Narodne Banke u četvrtom kvartalu 2015. godine neto prihod od turizma iznosio je _____ USD. Neto prihod od turizma je u četvrtom kvartalu 2015. godine bio veći/manji za _____% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, što je posljedica povećanja/smanjenja prihoda od turizma za _____% te istovremenog povećanja/smanjenja rashoda s osnova turizma za _____%.
4. Prema broju posjetitelja, najposjećeniji nacionalni park u Republici Hrvatskoj u 2012. godini bio je _____. U najposjećenijem nacionalnom parku u 2012. godini bilo je _____ posjetitelja, a u usporedbi s prethodnom godinom broj posjetitelja u najposjećenijem nacionalnom parku u Hrvatskoj u 2012. godini porastao je/smanjen je za _____%. Najveće smanjenje broja posjetitelja u 2012. godini u usporedbi s prethodnom godinom ostvario je nacionalni park _____, koji je u 2012. godini posjetilo _____% manje/više posjetitelja nego prethodne godine.
5. Prema podacima o turističkom prometu u turističkim zajednicama Splitsko-dalmatinske županije u 2013. godini u gradu Makarskoj evidentirano je _____ turističkih dolazaka, s tim da se broj dolazaka domaćih turista povećao/smanjio za _____%, a broj dolazak stranih turista se povećao/smanjio za _____% u odnosu na 2012. godinu. Makarska sudjeluje u ukupnim turističkim dolascima u SDŽ s _____%.
6. U 2013. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvareno je _____ noćenja turista, što je povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na 2012. godinu, te udio od _____% u ukupnom broju turističkih noćenja u RH u 2013. godini. Domaći turisti su ostvarili _____ noćenja, što predstavlja udio od _____% u ukupnom broju turističkih noćenja u SDŽ u 2013. godini.
7. U 2013. godini Japan je ostvario _____ turističkih dolazaka, što predstavlja povećanje/smanjenje za _____% u odnosu na 2012. godinu, te udio na tržištu Azije

i Pacifika od _____ %. U 2013. godini Japan je ostvario prihod od _____
 _____US\$, što predstavlja udio na tržištu Azije i Pacifika od _____%.

8. U 2016. godini u Argentini turizam je ukupno generirao _____
 radnih mjesta, što je _____ % od ukupnog broja zaposlenih u Argentini. Prema
 prognozama i procjenama u Argentini, u 2017. godini ukupni doprinos turizma
 zapošljavanju će porasti/smanjiti se za _____ %, dok će u 2027. godini on iznositi
 _____ zaposlenih, što je udio od _____ % u ukupnom broju
 zaposlenih, te prosječan godišnji rast/smanjenje za _____ % u razdoblju od 2017.-
 2027.g.

9. Protumačite grafikon.



Izvor: Državni zavod za statistiku, Priopćenja i izvješća, TURIZAM U 2014., Priopćenje TURIZAM U RUJNU 2014.

PRAKTIČNI ZADATAK – PROVJERA ZNANJA

PRIMJER 2.

Smjernice za rješavanje Praktičnog zadatka:

!!! !!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 1. koristite Statistički ljetopis 2014. Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 2. koristite Priopćenja za KOLOVOZ 2014. (Publikacija: Turizam u 2014.) Državnog zavoda za statistiku.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadataka pod rednim brojem 3. koristite Gospodarska kretanja 1/2/2017. Hrvatske gospodarske komore.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 4. koristite publikaciju Turizam u brojkama 2013. Ministarstva turizma.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 5. koristite dokument Hrvatske turističke zajednice (Informacije o tijeku sezone) pod nazivom: Turistička statistika: SIJEČANJ 2017.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 6. koristite dokument Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije (statistike) pod nazivom: Statistička analiza turističkog prometa 2015. godine za TZ Splitsko-dalmatinske županije

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 7. koristite dokument Svjetske turističke organizacije – UNWTO-a, pod nazivom: TOURISM HIGHLIGHTS 2013.

!!! Kao izvor podataka za rješavanje zadatka pod rednim brojem 8. koristite dokument Svjetskog savjeta za putovanja i turizam -WTTC-a, pod nazivom: COUNTRY REPORT – DANSKA (Economic impact analysis).

Zadaci:

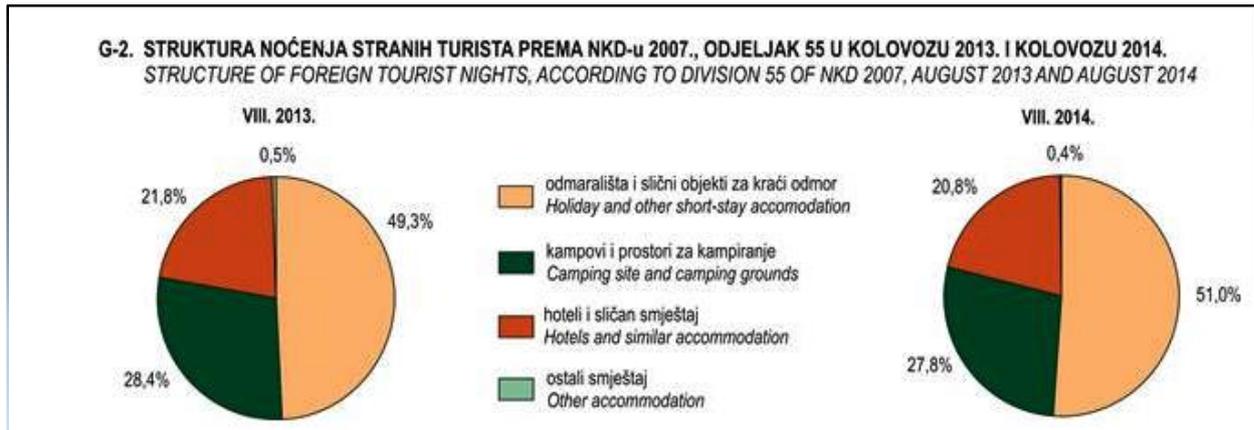
1. U Republici Hrvatskoj prema vrstama turističkih mjesta u 2013. godini u planinskim mjestima je ostvareno _____ turističkih dolazaka, što predstavlja _____% ukupno ostvarenih turističkih dolazaka u Republici Hrvatskoj u 2013. godini. Od ukupnog broja ostvarenih dolazaka u 2013. godini u planinskim mjestima _____ turističkih dolazaka ostvarili su strani turisti, a _____ turističkih dolazaka ostvarili su domaći turisti.
2. U kolovozu 2014. godine u Republici Hrvatskoj ostvareno je _____ turističkih noćenja, što je povećanje/smanjenje noćenja za _____% u odnosu na

kolovoz 2013. godine. Strani turisti su u ukupnim noćenjima u RH u kolovozu 2014. sudjelovali s _____%, te su u prosjeku ostvarili _____ noćenja po dolasku.

3. U Republici Hrvatskoj, prema podacima Hrvatske Narodne Banke u četvrtom kvartalu 2014. godine neto prihod od turizma iznosio je _____USD. Neto prihod od turizma je u četvrtom kvartalu 2014. godine bio veći/manji za _____% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, što je posljedica povećanja/smanjenja prihoda od turizma za _____% te istovremenog povećanja/smanjenja rashoda s osnova turizma za _____%.
4. Prema vrstama smještajnih objekata u 2013. godini u Republici Hrvatskoj hoteli i aparthoteli su raspolagali s ukupno _____ postelja , što predstavlja udio od _____% u ukupnom broju svih raspoloživih postelja u Hrvatskoj. Prema podacima iz 2013. godine u odnosu na prethodnu godinu, broj postelja u hotelima i aparthotelima je porastao/smanjio se za _____%.
5. Prema podacima o turističkom prometu Zadarska županija je u siječnju 2017. godine ukupno ostvarila _____ turističkih noćenja, što predstavlja udio od _____ % u ukupnim noćenjima u RH. Broj ostvarenih noćenja u Zadarskoj županiji u siječnju 2017. godine u odnosu na siječanj 2016. godine se povećao/smanjio za _____ %, s tim da se broj noćenja stranih turista povećao/smanjio za _____ %, a broj noćenja domaćih turista povećao/smanjio za _____ %.
6. Prema podacima o turističkom prometu u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2015. godini turisti s prebivalištem u Poljskoj su ostvarili _____ turističkih dolazaka, što predstavlja udio od _____ % u ukupnom broju turističkih dolazaka stranih turista u 2015. g. u SDŽ. Broj dolazaka turista iz Poljske u 2015. godini u odnosu na 2014. g. je porastao/smanjio se za _____ %, a broj noćenja je porastao/smanjio se za _____ %. Turisti iz Poljske su u prosjeku boravili _____ noćenja po dolasku u 2015. g.
7. U 2012. godini Bliski Istok je ostvario ukupan prihod od turizma u iznosu od _____ milijardi US\$, što je povećanje/smanjenje za _____ % u odnosu na 2011. godinu. Bliski Istok u 2012. godini je ostvario udjel od _____ % u ukupnim svjetskim prihodima u turizmu, te su turisti na Bliskom Istoku po dolasku ostvarili potrošnju od _____ US\$.

8. U 2016. godini u Danskoj ukupan (total) doprinos turizma BDP-u je iznosio _____ milijardi (bn) US\$,, što je _____ % BDP-a Danske. Prema prognozama i procjenama (estimates & forecasts) u Danskoj, u 2017. godini ukupan doprinos turizma BDP-u će porasti/smanjiti se za _____ %, dok će u 2027. godini on iznositi _____ milijardi (bn) US\$, što je udio od _____ % u BDP-u, te godišnji rast/smanjenje za _____ % u razdoblju od 2017. do 2027. godine.

9. Objasnite grafikon.



Izvor: Državni zavod za statistiku, Priopćenja i izvješća, TURIZAM U 2014., Priopćenje TURIZAM U KOLOVOZU 2014.
