

# ANALIZA STRUKTURE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U REPUBLICI HRVATSKOJ

---

**Pajić, Andrea**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split / Sveučilište u Splitu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:228:921992>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-04**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of University Department of Professional Studies](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
**SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE**  
Preddiplomski stručni studij Menadžment trgovine i turizma

**ANDREA PAJIĆ**

**ZAVRŠNI RAD**

**ANALIZA STRUKTURE SMJEŠTAJNIH  
KAPACITETA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Split, srpanj 2024.

**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
**SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE**  
Preddiplomski stručni studij Menadžment trgovine i turizma

**Predmet:** Hotelsko poslovanje

**ZAVRŠNI RAD**

**Kandidat:** Andrea Pajić

**Naslov rada:** Analiza strukture smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj

**Mentor:** dr. sc. Mijana Matošević Radić, prof. struč. stud.

Split, srpanj 2024.

# SADRŽAJ

SAŽETAK .....	2
SUMMARY .....	3
1. UVOD.....	4
2. TURIZAM I UGOSTITELJSTVO.....	6
2.1. Određenje pojma turizam .....	6
2.1. Određenje pojma ugostiteljstvo.....	7
3. VRSTE SMJEŠTAJNIH OBJEKATA .....	10
3.1. Razvrstavanje ugostiteljskih objekata .....	10
3.2. Hotel kao ugostiteljski objekt.....	10
3.3. Vrste ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli.....	12
3.4. Kategorizacija ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli .....	13
3.5. Kamp kao ugostiteljski objekt.....	15
3.6. Ostali oblici smještajnih objekata iz skupine hoteli .....	16
4. ANALIZA SMJEŠTAJNIH OBJEKATA U REPUBLICI HRVATSKOJ .....	17
4.1. Analiza strukture turista koji posjećuju Republiku Hrvatsku .....	17
4.2. Analiza ugostiteljskih objekata u Republici Hrvatskoj prema vrstama .....	19
4.3. Analiza popunjenosti ugostiteljskih objekata u Republici Hrvatskoj .....	20
4.4. Analiza strukture hotelskih objekata u Republici Hrvatskoj prema kategoriji .....	22
4.5. Analiza popunjenosti kampova u Republici Hrvatskoj.....	24
5. UTJECAJ STRUKTURE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA NA SEZONALNOST I KONKURENTNOST DESTINACIJE .....	26
6. ZAKLJUČAK.....	28
LITERATURA .....	29
POPIS TABLICA .....	31
POPIS GRAFIKONA .....	31
POPIS SLIKA .....	31

## SAŽETAK

### **Analiza strukture smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj**

Struktura smještajnih kapaciteta ima važnu ulogu u tržišnoj poziciji destinacije i tome kako će ona biti okarakterizirana među turistima. Smještajni kapaciteti pripadaju ugostiteljskim objektima, koji se razvrstavaju u sedam kategorija i to: hotel, kamp, ostali ugostiteljski objekti za smještaj, restoran, bar, catering i objekt jednostavnih ugostiteljskih usluga. Zajedničkim djelovanjem na tržištu ponude nude jedinstvenu turističku ponudu destinacije. Ukupan smještajni kapacitet u Republici Hrvatskoj u 2023. godini bio je 1.881.516 kreveta. To je porast od 11% u usporedbi sa 2019. godinom. Najveću popunjenost smještajni objekti imaju u srpnju i kolovozu, a ostatak godine popunjenost je značajno manja. Hoteli čine prvu skupinu ugostiteljskih objekata a u Hrvatskoj se prema Pravilniku razlikuje devet vrsta hotela. Hoteli se kategoriziraju u određene kategorije prema vrstama usluga koje pružaju i razini kvalitete usluga. kategorizacija se označavaju brojem zvjezdica. Kampovi kao vrsta smještajnih objekata imaju važnu ulogu u turizmu Hrvatske jer su otporniji na svjetske krize u odnosu na ostale objekte za smještaj. Privlače različite profile turista i imaju neiskorišten potencijal redistribucije potražnje van glavne sezone. Ostali oblici smještajnih objekata služe kao „nadopuna glavnim“ oblicima objekata i obogaćuju ponudu. Struktura smještajnih kapaciteta utječe na sezonalnost, konkurentnost destinacije i njenu poziciju na turističkom tržištu. Destinacijama sa izraženom sezonalnošću hotelski oblici smještaja mogu produžiti sezonu i redistribuirati potražnju izvan vrhunca sezone. Što su smještajni objekti luksuzniji privlače turiste veće platežne moći, utječu na percepciju turista o samoj destinaciji, te tako izravno utječu na prihode od turizma.

**Ključne riječi:** smještajni kapaciteti, ugostiteljski objekti, hotel, kamp, sezonalnost, konkurentnost

## **SUMMARY**

### **Analysis of the structure of accommodation capacity in the Republic of Croatia**

The structure of accommodation capacity plays an important role in the market position of the destination and how it will be characterized among tourists. Accommodation facilities belong to catering facilities, which are classified into seven categories: hotel, camp, other catering facilities for accommodation, restaurant, bar, catering and facilities for simple catering services. By working together on the offer market, they offer a unique tourist offer of the destination. The total accommodation capacity in the Republic of Croatia in 2023 was 1,881,516 beds. This is an increase of 11% compared to 2019. Accommodation facilities have the highest occupancy in July and August, and the rest of the year occupancy is significantly lower. Hotels make up the first group of catering establishments, and according to the Ordinance, nine types of hotels are distinguished in Croatia. Hotels are categorized into specific categories according to the types of services they provide and the level of service quality. categorization are indicated by the number of stars. Camps as a type of accommodation facilities play an important role in Croatian tourism because they are more resistant to world crises than other accommodation facilities. They attract different profiles of tourists and have an untapped potential to redistribute demand outside the main season. Other forms of accommodation facilities serve as a "supplement" to the main forms of facilities and enrich the offer. The structure of accommodation capacity affects the seasonality, competitiveness of the destination and its position on the tourist market. In destinations with pronounced seasonality, hotel forms of accommodation can extend the season and redistribute demand outside the peak season. The more luxurious the accommodation facilities are, they attract tourists with higher paying power, influence the perception of tourists about the destination itself, and thus directly affect tourism revenues.

**Keywords:** accommodation facilities, catering facilities, hotel, camp, seasonality, competitiveness

## 1. UVOD

Republika Hrvatska već je desetljećima jedna od najpopularnijih turističkih destinacija na području Europe, što je rezultiralo značajnim razvojem turističke infrastrukture, uključujući i samu ponudu smještaja. Smještena na Jadranskoj obali, s brojnim otocima, povijesnim gradovima i prirodnim ljepotama, Republika Hrvatska privlači milijune posjetitelja godišnje. Analiza ponude smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj ključna je za razumijevanje turističkog tržišta, prilagođavanje ponude potrebama i željama turista te unaprjeđenje kvalitete usluga.

Struktura smještajnih kapaciteta ima značajan utjecaj na cjelokupnu turističku destinaciju i same turiste koji je posjećuju. U ovom radu biti će opisana i analizirana struktura smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj.

Rad je strukturiran u 6 međusobno povezanih poglavlja.

Prvo poglavlje je uvodno poglavlje koje daje kratak uvid u ono što slijedi. Na početku rada, to jest u drugom poglavlju, daju se osnovne informacije o turizmu i ugostiteljstvu.

U trećem poglavlju opisane su vrste smještajnih objekata, s naglaskom na razvrstavanje ugostiteljskih objekata prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti. U istom poglavlju definira se hotel kao ugostiteljski objekt te se analiziraju vrste ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli. Također se objašnjava kategorizacija ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli. Osim hotelima u Poglavlju Vrste smještajnih objekata analiziraju se kampovi i ostali oblici smještajnih objekata iz skupine hoteli.

U četvrtom poglavlju s naslovom Analiza smještajnih objekata u Republici Hrvatskoj, analizira se struktura turista koji posjećuju Republiku Hrvatsku, te se prikazuju rezultati analize ugostiteljskih objekata u Republici Hrvatskoj prema vrstama. Nakon toga se analizira popunjenost ugostiteljskih objekata u Republici Hrvatskoj, te struktura hotelskih objekata prema kategorijama. Osim hotelskih objekata u ovom poglavlju analizira se i popunjenost kampova u republici Hrvatskoj.

Utjecaj i važnost smještajnih objekata na sezonalnost u turizmu opisano je u petom poglavlju s naslovom Utjecaj strukture smještajnih kapaciteta na sezonalnost i konkurentnost destinacije. Isto poglavlje govori i o utjecaju strukture smještajnih objekata na konkurentski položaj destinacije.

Na samom kraju rada u šestom poglavlju dan je zaključak na cjelokupnu analizu strukture smještajnih objekata Republike Hrvatske. Iza zaključka nalazi se popis svih tablica, grafikona i slika korištenih u radu.



## 2. TURIZAM I UGOSTITELJSTVO

### 2.1. Određenje pojma turizam

Pojam turizam izveden je iz riječi turist. Etimologija mu je u engleskim riječima *the tour* koja znači izlet, ekskurzija, putovanje koje obuhvaća posjet većeg broja mjesta i promjenu boravka radi zabave ili sklapanja poslova, odnosno provedbu ili prakticiranje putovanja radi zabave ili obavljanja poslova<sup>1</sup>.

Turizam je skup gospodarskih i negospodarskih pojava i odnosa koji se temelje na putovanju i boravku turista u mjestu izvan njihovog stalnog prebivališta i njihovoj potrošnji u toj destinaciji. Turizam je društvena, ali i gospodarska pojava. Turizam ima pozitivnu ulogu u općem kulturnom razvoju jer na mnogo načina utječe na razvoj osobne kulture, te promiče toleranciju između različitih kultura.<sup>2</sup>

Turizam je jedan od važnih aspekata gospodarskog rasta i razvoja cjelokupne države, posebice onih sa nižim BDP-om. Razvoj turizma donosi sa sobom i porast investiranja u infrastrukturu, objekte namijenjene izravno turističkoj potrošnji ali i ulaganje u prateće objekte.

Razvoj turizma donosi određene pozitivne ali i negativne efekte. Od pozitivnih efekata značajni su: ulaganje u infrastrukturu, zapošljavanje velikog broja radnika, privlačenje investitora, rast gospodarstva, promocija i prepoznatljivost cjelokupne destinacije. Omogućuje razvoj zabačenijih područja i pomaže im u urbanizaciji. Negativni efekti očituju se u porastu kriminala, velikim gužvana u prometu, opterećenost vodovodne i električne mreže.<sup>3</sup> Iako pruža mnoga radna mjesta u sektoru ugostiteljstva to može biti i negativan efekt jer je zapošljavanje uglavnom sezonsko.

Turizam ima mnogo pozitivnih utjecaja sve do one razine u kojoj se rast može kontrolirati i upravljati. Kada se pređe ta razina i turizam postane samo mehanizam za iskorištavanje potencijala, prirodnih ili društvenih, počinju svi negativni učinci turizma. Negativni učinci vrlo brzo mogu prevladati pozitivne učinke i tako donijeti više štete nego koristi.

---

<sup>1</sup> Alfier, D. (1994) Turizam, izbor radova, Institut za turizam, Zagreb, str. 38-39.

<sup>2</sup> Vlahović, D. (2002) Vrijeme novog životnog i turističkog stila, Ekonomska misao i praksa, Vol. 11, No. 1, str. 147.

<sup>3</sup> Mostofa, G. (2017) Introduction to travel and tourism, Tour & Travel Agency Mangement, Daffodil International University, Bangladeš, str. 2.

Turizam se u Hrvatskoj počeo razvijati u 19. stoljeću a njegovi početci vezuju se za Opatiju. Razvoj se nastavlja u 20. stoljeću i to u: Opatiji, Dubrovniku, Crikvenici i na Rabu.<sup>4</sup>

Turizam je od velikog značaja za cjelokupno gospodarstvo Republike Hrvatske. Iz podataka prikazanih u Tablici 1 može se iščitati udio koji on ostvaruje u cjelokupnom gospodarstvu Republike Hrvatske u 2021. i 2022. godini. Također je prikazan i prihod od turizma u promatranim godinama.

Prihod od turizma u 2021. godini iznosio je 9.134.400 EUR, a udjel turizma u BDP-u bio je 15,7%. U 2022. godini prihod od turizma se značajno povećao, a samim time se povećao i njegov udjel u BDP-u. Prihod od turizma 2022. godine iznosio je 13.113.800 EUR, a udjel turizma u cjelokupnom BDP-u iznosio je 19,5%<sup>5</sup>.

Tablica 1. Prihodi od turizma i udio turizma u BDP-u u Republici Hrvatskoj

<b>Prihodi od turizma</b>			
	2021.	2022.	INDEKS 2022./2021.
BDP (u mil. EUR)	58.207	67.390	115,8
PRIHODI OD TURIZMA (u mil EUR)*	9.134,4	13.113,8	143,6
UDJEL TURIZMA U BDP-u (u %)	15,7	19,5	124,0

\*IZVOR: Hrvatska Narodna Banka

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (10.05.2024.)

Loša strana ovog prikaza je to što veliki udio BDP- a se oslanja na jedan sektor, sektor turizma i o njemu ovisi skoro petina prihoda. Veliki problem nastaje kada se zbog različitih vanjskih utjecaja, koje je teško kontrolirati, ovaj sektor ne ostvari potrebne prihode. Kao jedna od takvih situacija može se izdvojiti i pandemija COVID-19 koja je nepovoljno utjecala na cjelokupno svjetsko gospodarstvu pa tako i na gospodarstvo Republike Hrvatske.

## 2.1. Određenje pojma ugostiteljstvo

Ugostiteljstvo je tercijarna gospodarska djelatnost, proizvodno – uslužnog karaktera, koja se bavi pružanjem usluga smještaja, točenja pića te pripreme i posluživanja hrane. Ugostiteljske

<sup>4</sup> Petrić, L. (2007) Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split, str. 7.

<sup>5</sup> Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (10.05.2024.)

usluge pružaju se u posebno uređenim prostorima, a pružaju se u momentu kada ih gosti naruče. Osim ovih osnovnih usluga koje ugostiteljstvo pruža, postoji i niz dodatnih usluga koje se mogu pružati u ugostiteljskim objektima kao što su tereni za tenis, golf, bazeni, različite trgovine sa suvenirima, prostori za održavanje različitih manifestacija.<sup>6</sup>

Prema tehničkom procesu ugostiteljstvo se dijeli na:<sup>7</sup>

- hotelijerstvo
- restoraterstvo.

Hotelijerstvo podrazumijeva pružanje usluga smještaja, a restoraterstvo podrazumijeva pružanje usluga točenja pića, pripreme i posluživanja hrane.

U ugostiteljstvu danas postoje različiti trendovi koji izravno utječu na potražnju za ugostiteljskim objektom. Trenutni trendovi na tržištu očituju se kroz digitalizaciju koja podrazumijeva aplikacije za rezervacije, digitalne ključeve, automatizirane recepcije i sličan sadržaj. Povećana je svijest o okolišu i naglasak je na održivosti objekata, to jest upotrebi obnovljivih izvora energije, razvrstavanju otpada itd. Također, jedan od trendova je i personalizacija ugostiteljskih usluga prema potrebama i željama potencijalnih gostiju.

Slika 1. Vrste ugostiteljskih objekata



Izvor: Galičić, V. (2017) Poslovanje hotelskog odjela smještaja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 11.

<sup>6</sup> Bunja, Đ. (2006) Turističko ugostiteljstvo, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Zadar Đani, Turističko ugostiteljstvo, str. 3.

<sup>7</sup> Bunja, Đ. (2007) Skripta predavanja iz predmeta Turističko poslovanje, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Zadar, str. 8.

Na Slici 1. prikazana je struktura ugostiteljskih objekata iz skupine hotelijerstva i restoraterstva.

U skupinu hotelijerstvo pripadaju:

- hoteli
- kampovi
- ostali ugostiteljski objekti za smještaj.

U skupinu restoraterstvo pripadaju<sup>8</sup>:

- restorani
- barovi
- catering objekti
- objekti jednostavnih usluga

Svi oni podjednako doprinose cjelokupnoj turističkoj ponudi u određenoj destinaciji.

---

<sup>8</sup> Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina "restorani", "barovi", "catering objekti" i "objekti jednostavnih usluga" Narodne novine br. 82/07, 82/09, 75/12, 69/13, 150/14

### **3. VRSTE SMJEŠTAJNIH OBJEKATA**

#### **3.1. Razvrstavanje ugostiteljskih objekata**

Ugostiteljski objekti se razvrstavaju u kategorije kako bi potencijalni korisnik ugostiteljske usluge lakše prepoznao vrstu i kvalitetu usluge. Ugostiteljski objekti grupiraju se u određene skupine prema vrstama ugostiteljskih usluga koje pružaju, a u nekim slučajevima i prema načinu na koji se one pružaju.

U ovom poglavlju opisati će se podjela smještajnih objekata u Republici Hrvatskoj prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti.

Ugostiteljski objekti s obzirom na vrstu ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju razvrstavaju se u sljedeće skupine:<sup>9</sup>

- Hoteli
- Kampovi
- Ostali ugostiteljski objekti za smještaj
- Restorani
- Barovi
- Catering objekti
- Objekti jednostavnih usluga.

Struktura smještajnih kapaciteta ima vrlo važnu ulogu u konkurentnosti i prepoznatljivosti cjelokupne turističke destinacije. Kvaliteta i raznolikost smještajnih objekata može značajno utjecati na percepciju turista o samoj destinaciji, a sama struktura objekata ima mogućnost privlačenja različitih segmenata turista.

#### **3.2. Hotel kao ugostiteljski objekt**

Povijesno gledano riječ "hotel" počela se koristiti u Engleskoj kada su se u Londonu pojavili objekti poznati kao "hotel garni", to jest velike kuće u kojima su se iznajmljivali stanovi na

---

<sup>9</sup> Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl. 8., Narodne novine, br. 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 42/20, 126/21

dnevnoj, tjednoj ili mjesečnoj bazi. Njihovim nastankom nestalo je tradicionalnog smještaja u svratištima i gostionicama te se krenulo prema nečemu raskošnijem i luksuznijem.

Prvi hoteli za smještaj gostiju nisu se značajno razlikovali od privatnih stambenih zgrada, to su bile preuređene stambene prostorije. Početkom 19. stoljeća počeli su se graditi posebni objekti namijenjeni smještaju putnika, podijeljeni na različite jedinice i prostorije. Tada se razvijaju hoteli sa recepcijom, menadžerima i ostalim osobljem.

Danas su u Republici Hrvatskoj ugostiteljski objekt iz skupine hoteli definirani Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli<sup>10</sup>. Prema navedenom Pravilniku, „hotel je poslovni objekt u kojem ugostitelj obavlja ugostiteljsku djelatnost odnosno pruža ugostiteljske usluge (smještaja, prehrane, pića i napitaka) u ugostiteljskim sadržajima (recepcija, sanitarni čvorovi, smještajne jedinice, sadržaji za prehranu i drugo)“.

Hotel čini funkcionalnu cjelinu od jedne ili više građevina (najviše četiri), sa zasebnim ulazom, koja se sastoji od recepcije, najmanje pet smještajnih jedinica, ugostiteljskih sadržaja za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka (kuhinju i restoran), sanitarnog čvora i ostalih turističkih sadržaja kao što su: spa centar, teretana, bazen, tereni za nogomet, mini golf i slično. Smještajne jedinice hotela su sobe i/ili hotelski apartmani, te obiteljske sobe<sup>11</sup>.

Hotel je poslovna organizacija koja se nalazi u vlasništvu određenih subjekata. Oni su u hotel investirali vlastita novčana sredstva i stoga očekuju povrat ulaganja i određene materijalne koristi od hotelskog poslovanja. To predstavlja temeljni cilj hotelskog poslovanja, a to je realizacija profita. Uz to, hoteli nastoje biti i pozitivna snaga u društvenom i ekološkom okruženju u kojem djeluju. Mogućnost realizacije profita pod utjecajem je orijentacije hotela na tržištu, odnosno hotel treba kroz svoju ponudu nuditi određenu uslugu potrošačima za vrijeme njihovog boravka u hotelskim objektima.

Širinu asortimana hotelskih usluga uvjetuje kategorija objekta, veličina kapaciteta, lokacija, vremenski aspekt poslovanja, složenost organizacijske strukture i poslovna politika na tržištu.

Osnovne ili pansionerske usluge najvažniji su dio hotelske ponude jer u ukupno ostvarenim prihodima prosječnog hotela ostvaruju više od 90% prihoda. Međutim, hotel se ne može

---

<sup>10</sup> Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine br. 56/16, 120/19

<sup>11</sup> Galičić, V. (2017): Poslovanje hotelskog odjela smještaja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 41. – 47.

osloniti samo na ponudu smještaja, pripreme hrane i pića, nego treba neprestano širiti ponudu i uključivati različite dodatne to jest izvanpansionske usluge i sadržaje kako bi ostvario veće zadovoljstvo gostiju, te se diferencirao od konkurencije<sup>12</sup>.

### **3.3. Vrste ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli**

Kako bi obavljali svoju djelatnost svi ugostiteljski objekti iz skupine hoteli moraju ispunjavati minimalne uvjete propisane zakonom. Neki od uvjeta propisanih zakonom su: objekt mora pružiti sigurnost, funkcionalnost i udobnost, s uređenih okolišem i vanjskim izgledom. Oprema i uređaji unutar objekta ne smiju biti dotrajali i oštećeni te moraju biti stalno u funkcionalnom stanju, rublje i posuđe u direktnom kontaktu s gostom, kada nije u uporabi, mora biti zaštićeno od prašine. U objektu moraju biti dostupna sredstva za pružanje prve pomoći, komunalni i ostali otpad mora se redovito odstranjivati iz objekta, restoran mora imati kuhinju za pripremu obroka (doručak, ručak, večera i à la cart) i slično.

Prema Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli smještajni objekti iz skupine hoteli razvrstavaju se u sljedeće vrste:<sup>13</sup>

- hotel baština (heritage) – je hotel koji mora biti u izvornim, starim i tradicionalnim strukturama ili građevinama (dvorac, stara vila i sl.) ali prilagođen suvremenim potrebama. Uređeni su na tradicionalan način promovirajući lokalne običaje, gastronomiju i kulturu.
- difuzni hotel – je funkcionalna cjelina na području jednog naselja koju čine tri i više rasprostranjenih i funkcionalno povezanih građevina, uklopljenih u lokalnu sredinu i način života. Građevine hotela mogu biti rasprostranjene po cijelom naselju između objekata drugih namjena.
- hotel – je funkcionalna cjelina sa zasebnim ulazom, horizontalnim i vertikalnim komunikacijama koju čini dio građevine, jedna građevina ili najviše četiri građevine povezane zatvorenom vezom. Recepcija i obvezni ugostiteljski sadržaji za pripremu i usluživanje jela, pića i napitaka u hotelu ne mogu se nalaziti u građevini u kojoj se ne nalaze smještajne jedinice.

---

<sup>12</sup> Galičić, V. (2005) Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, str. 30.

<sup>13</sup> Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine br. 56/16, 120/19

- aparthotel – je objekt u kojemu najmanje 51% smještajnih jedinica moraju biti apartmani i/ili studio apartmani u kojima gost može sam pripremati i konzumirati jela. Ostale smještajne jedinice u aparthotelu mogu biti sobe.
- turističko naselje – predstavlja skupinu objekata u kojima se gostima mora osigurati mogućnost bavljenja sportom i/ili drugim oblicima rekreacije na otvorenim prostorima, koji su prilagođeni specifičnim uvjetima destinacije
- turistički apartmani – smještajni objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja u smještajnim jedinicama ustrojenim i opremljenim tako da gost može sam pripremati jela
- pansion – objekt u kojemu se gostima obvezno pružaju usluge smještaja s prehranom koja se može posluživati u neposrednoj blizini pansiona
- integralni hotel (udruženi) – funkcionalna cjelina u tri ili više građevina i/ili dijelova građevina na području jednog naselja. Građevine ili dijelovi građevina hotela mogu biti rasprostranjeni po cijelom naselju između objekata drugih namjena
- lječilišne vrste – to su funkcionalne cjeline koje moraju biti prilagođene potrebama zdravstvene djelatnosti.

### **3.4. Kategorizacija ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli**

Da bi se lakše procijenila kvaliteta usluge hotela razvijen je sustav koji rangira hotele ovisno o unaprijed postavljenim specifičnim kriterijima, te im dodjeljuje određene kategorije kvalitete. Radi se o sustavu kategorizacije hotela koji osigurava gostima informacije o tome što mogu očekivati od hotela, koju razinu usluge i kakvu kvalitetu proizvoda. Kategorizacija objekata za smještaj predstavlja svrstavanje objekata iste vrste u kategorije jednake ili približno jednake kvalitete.

Uvjeti kategorizacije ugostiteljskih objekata u Republici Hrvatskoj propisani su Pravilnicima o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata izrađenim za pojedinu skupinu ugostiteljskih objekata<sup>14</sup>. Ugostiteljski objekti iz skupine hoteli kategoriziraju se ovisno o uređenju, opremi uređajima, uslugama, održavanju i drugim elementima i mjerilima, a oznaka kategorije objekta za smještaj je zvjezdica. Iz skupine hoteli kategoriziraju

---

<sup>14</sup> Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine br. 56/16, 120/19



se sljedeće vrste: hotel, aparthotel, turističko naselje, turistički apartmani, pansion i pojedine lječilišne vrste.

Kategorije ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli označavaju se zvjezdicama, odnosno oznakama »standard« i »komfor«.

Slika 2 Grafički prikaz standardiziranih ploča za označavanje vrste i kategorije hotela



Izvor: Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine br. 56/16, 120/19, dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016\\_06\\_56\\_1451.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html) (20.05.2024.)

Na Slici 2 su prikazana grafička rješenja ploča za označavanje vrste i kategorije smještajnih objekata iz skupine hoteli prema Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli. Na metalnoj ploči (podlozi) srebrno – metalne boje, pravokutnog oblika, ispisan je naziv vrste ugostiteljskog objekta u tamnoplavoj boji, dok su oznake za kategoriju – zvjezdice odnosno standard i komfor, u svijetloplavoj boji. Dimenzije ploča su 30 x 30 cm. Grafička rješenja ploča za označavanje vrsta ugostiteljskih objekata Hotel baština, Difuzni hotel i Integralni hotel dizajnirana su na metalnoj ploči smeđe boje s obrubom krem boje a naziv vrste ugostiteljskog objekta ispisan je u krem boji.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine br. 56/16, 120/19

### 3.5. Kamp kao ugostiteljski objekt

Kamp je objekt koji gostima nudi usluge kampiranja, uključujući smještaj na posebno uređenom otvorenom prostoru, to jest na kamp mjestu i/ili kamp parceli, smještaj u građevinama poput kućica u kampu, bungalova i slično, te on omogućuje bavljenje sportom i drugim oblicima rekreacije na otvorenom prostoru u kampu ili njegovoj blizini.

Kamp mora imati recepciju za prijem gostiju, najmanje 10 smještajnih jedinica koje mogu biti kamp parcele, te zajedničke sanitarne čvorove. Ostale usluge koje kamp može nuditi uključuju ugostiteljske objekte za pripremu hrane i pića, trgovine i slične objekte za turističku potrošnju.

Kampistima s vlastitom opremom dozvoljeno je postavljanje pred ulazom baza za pokretnu opremu, ali im je zabranjeno postavljanje trajnih ograda i popločavanje tla. Svi priključci moraju biti lako pomični u svakom trenutku. Kampovi se kategoriziraju u četiri kategorije: dvije, tri, četiri i pet zvjezdica.

Kampovi se razvrstavaju prema vrsti usluga u sljedeće vrste:<sup>16</sup>

- Kamp
- Kamp naselje
- Kampiralište
- Kamp odmorište.

Kamping turizam ima važnu ulogu u turističkom razvoju Hrvatske i postizanju željenih turističkih rezultata. Iako je ustaljeno mišljenje da je kamping prvenstveno fokusiran i namijenjen za ljetno razdoblje godine zbog povoljnijih klimatoloških prilika, na njega se može gledati kao i na perspektivan način redistribucije turističke potražnje i izvan vrhunca sezone.

Razvoj kamping smještajnih objekata pogoduje privlačenju različitih skupina potrošača - onih koji traže opuštanje i uživanje, kao i turista koji su dinamični i putuju radi istraživanja i uživanja u svim aktivnostima na većem broju destinacija u okvirima jednog odmora. Kamping turizam može tako značajno doprinijeti produljenju turističke sezone i povećanju turističke potrošnje u različitim dijelovima godine.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi Narodne novine br. 54/16, 68/19, 120/19

<sup>17</sup> Hrvatska turistička zajednica (2022) Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf> (20.05.2024.)

### 3.6. Ostali oblici smještajnih objekata iz skupine hoteli

Prema pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj razvrstavaju se sukladno obveznim ugostiteljskim uslugama u vrste:<sup>18</sup>

- Soba
- Apartman
- Studio apartman
- Kuća za odmor
- Prenočište
- Odmaralište za djecu
- Hostel
- Planinarski dom
- Lovački dom
- Učenički dom ili Studentski dom ili Akademis
- Objekt za robinzonski smještaj.

Ovi oblici smještajnih objekata dodatno obogaćuju ponudu smještaja i omogućavaju privlačenje različitih profila turista. Raznolikost smještajnih kapaciteta doprinosi konkurentnosti destinacije, omogućava personalizirana iskustva i pomaže u ravnomjernijem rasporedu turističkih tokova kroz cijelu godinu.

---

<sup>18</sup> Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj, Narodne novine br. 54/16, 69/17

## 4. ANALIZA SMJEŠTAJNIH OBJEKATA U REPUBLICI HRVATSKOJ

### 4.1. Analiza strukture turista koji posjećuju Republiku Hrvatsku

U tablici 2 prikazuju se podaci o ostvarenim dolascima i noćenjima stranih turista prema zemljama podrijetla u 2021. i 2022. godini.

Tablica 2. Dolasci i noćenja stranih turista prema zemljama podrijetla u Republici Hrvatskoj

Strani turistički promet po zemljama (u 000)						
	DOLASCI TURISTA			NOĆENJA TURISTA		
	2021.	2022.	INDEKS 2022./21.	2021.	2022.	INDEKS 2022./21.
Njemačka	2.737	3.281	119,9	19.931	23.555	118,2
Austrija	1.026	1.453	141,6	5.682	7.440	130,9
Slovenija	995	1.419	142,6	6.127	7.470	121,9
Poljska	957	1.006	105,1	6.287	6.336	100,8
Italija	417	908	217,7	1.996	3.898	195,3
Češka	721	835	115,8	4.784	5.508	115,1
Ujedinjena Kraljevina	221	696	496,4	1.097	3.403	310,2
Mađarska	431	573	132,9	2.286	2.809	122,9
Francuska	376	518	137,8	1.304	1.783	136,7
Slovačka	327	480	146,8	2.189	3.072	140,3
Ostali	2.433	4.155	170,8	11.165	17.014	152,4
UKUPNO STRANI	10.641	15.324	144,0	62.848	82.288	130,9

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (16.05.2024.)

U Republici Hrvatskoj 2021. godine bilo je ukupno 10.641.000 stranih dolazaka i taj se broj u 2022. godini uvećao za 44%, što znači da je ostvareno ukupno 15.324.000 dolazaka stranih turista. Najviše dolazaka u 2021. godini ostvarili su turisti iz Njemačke i to 2.737.000 dolaska, a taj se broj u 2022. godini povećao na 3.281.000 dolaska, što predstavlja porast od 19,9%. Drugo najznačajnije emitivno tržište u 2021. godini bilo je austrijsko. Turisti iz Austrije u 2021. godini ostvarili su 1.026.000 dolaska, a u 2022. godini 41% više, odnosno 1.453.000 dolaska<sup>19</sup>.

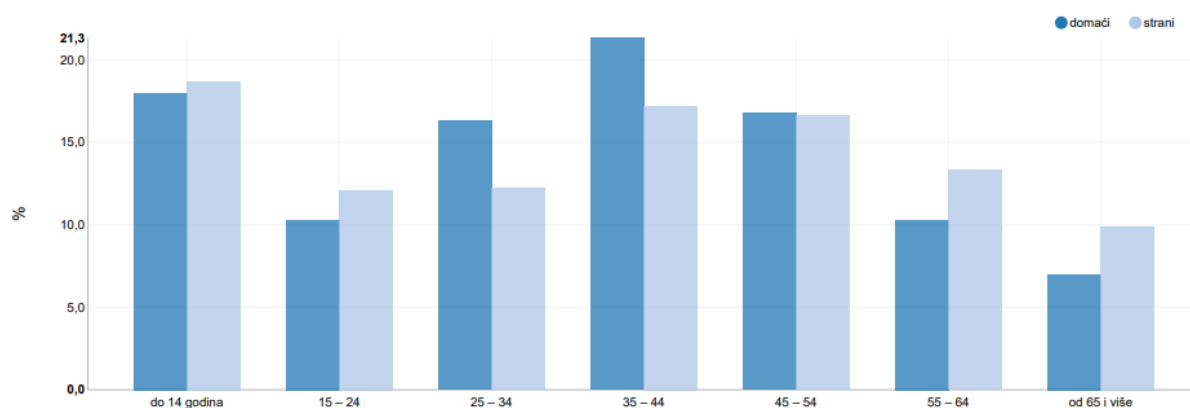
<sup>19</sup> Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (16.05.2024.)

Turisti iz Slovenije i Poljske ostvarili su u 2021. godini približan broj dolazaka i to Slovenija 995.000 dolaska, a Poljska 957.000, dok je 2022. godine Slovenija ostvarila 42% više dolazaka, a Poljska samo 5% više. 2021. godine značajan broj turističkih dolazaka ostvarili su još turisti iz Italije, Češke, Ujedinjenog Kraljevstva, Mađarske i Francuske. Među 10 vodećih emitivnih tržišta, najmanje turista u 2021. i 2022. godini bilo je iz Slovačke.

Ostvarenih noćenja stranih turista u 2021. godini bilo je 62.848.000, a u 2022. godini ostvareno je 82.288.000 noćenja što je čak 30% više nego u prethodnoj godini. Turisti iz Njemačke ostvarili su 23.555.000 noćenja u 2021. godini, a u 2022. godini broj noćenja turista iz Njemačke se povećao za 18%. Turisti iz Slovenije i Austrije ostvarili su približan broj noćenja, odnosno u 2021. godini turisti iz Austrije ostvarili su 5.682.000 noćenja, a iz Slovenije nešto više od 6.000.000 noćenja. U 2022. godini turisti iz Austrije i Slovenije ostvarili su po nešto više od 7.400.000 noćenja što je povećanje od 30% na austrijskom i 20% na slovenskom emitivnom tržištu<sup>20</sup>.

Među deset vodećih emitivnih tržišta najmanje noćenja u 2021. godini su ostvarili turisti iz Francuske i to 1.304.000 noćenja, a isto je i u 2022. godini kada su turisti iz Francuske ostvarili 1.783.000 noćenja.

Grafikon 1. Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u Republici Hrvatskoj (2023)



Izvor: Državni zavod za statistiku (DZS) (2024) Dolasci i noćenja turista u 2023., Priopćenje TUR-2023-1-2, dostupno na:  
[https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2024\\_dokumenti//DZS\\_tur\\_promet\\_2023.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2024_dokumenti//DZS_tur_promet_2023.pdf) (18.05.2024.)

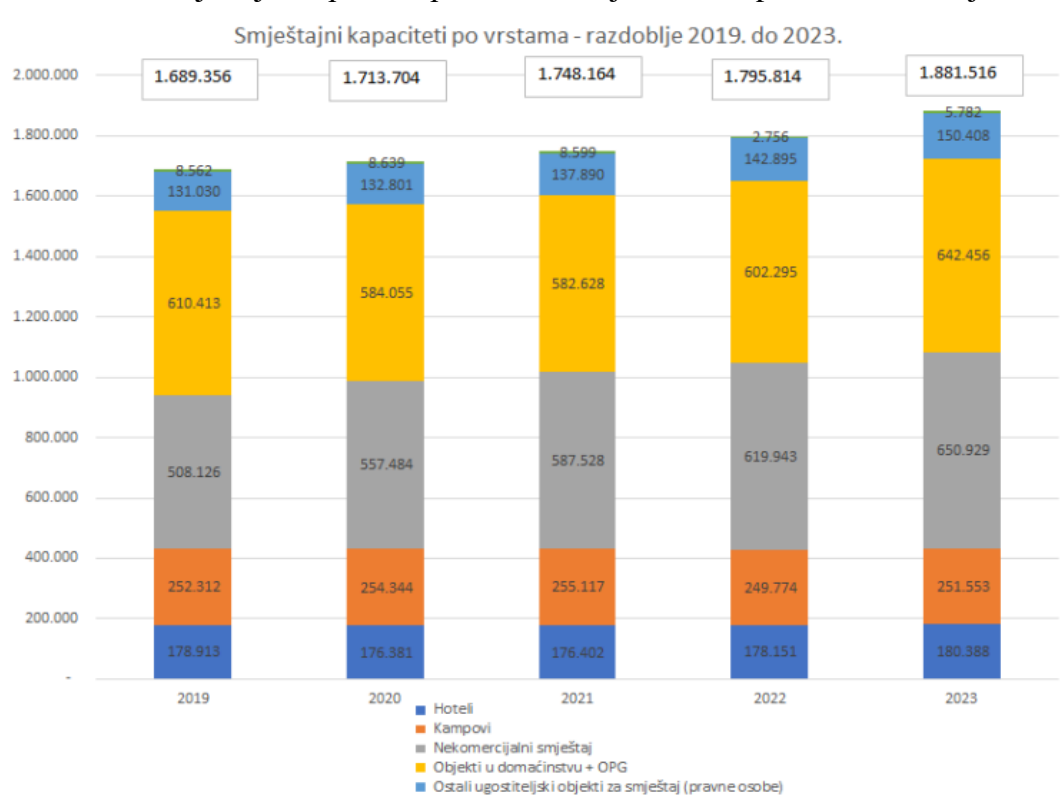
<sup>20</sup> Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na:  
[https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (16.05.2024.)

Iz Grafikona 1 može se iščitati da su najviše noćenja prema dobnim skupinama u 2023. godini ostvarili domaći turisti u dobi od 35 – 44 godine, slijede ih oni koji imaju do 14 godina, a najmanje noćenja ostvaruju dobne skupine od 65 godina i više<sup>21</sup>. Strani turisti u dobi do 14 godina ostvaruju najviše noćenja, a oni u dobi od 35 do 44 i od 45 do 54 ostvaruju isti postotak noćenja. Također, može se uočiti da strani turisti u dobi iznad 65 godina ostvaruju značajno više noćenja od domaćih turista u istoj dobnoj skupini.

#### 4.2. Analiza ugostiteljskih objekata u Republici Hrvatskoj prema vrstama

Ukupni smještajni kapacitet Republike Hrvatske, prema podacima iz eVisitor-a, koje je preuzela i obradila Hrvatska turistička zajednica, u 2023. godini iznosio je 1.881.516 kreveta, a u 2019. godini bilo je 1.689.356 kreveta, što predstavlja porast za 11,4%<sup>22</sup>.

Grafikon 2. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Republici Hrvatskoj



Izvor: Hrvatska turistička zajednica (HTZ) (2024) Rezultati hrvatskoj turizmu u razdoblju 2019.-2023., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-02/Turizam%20Hrvatske%202019-2023.pdf> (15.05.2024.)

<sup>21</sup> Državni zavod za statistiku (DZS) (2024) Dolasci i noćenja turista u 2023., Priopćenje TUR-2023-1-2, dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2024\\_dokumenti//DZS\\_tur\\_promet\\_2023.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2024_dokumenti//DZS_tur_promet_2023.pdf) (18.05.2024.)

<sup>22</sup> Hrvatska turistička zajednica (HTZ) (2024) Rezultati hrvatskoj turizmu u razdoblju 2019.-2023., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-02/Turizam%20Hrvatske%202019-2023.pdf> (15.05.2024.)

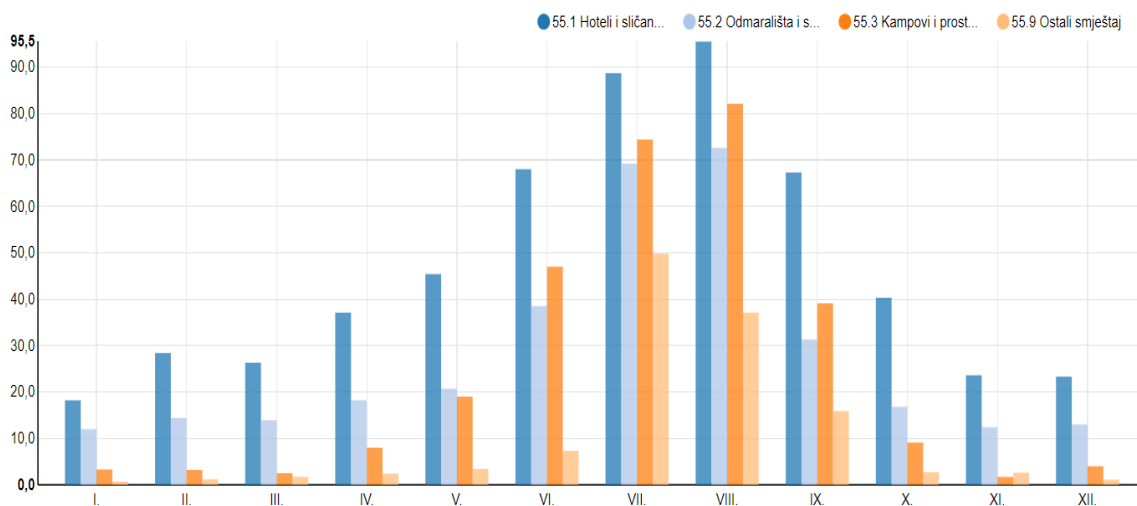
Taj porast novoregistriranih kreveta u promatranom razdoblju najviše se ogleda u porastu nekomercijalnih kapaciteta. Zatim ga slijede objekti u domaćinstvu i OPG-ovi, dok je hotelski smještaj neznatno rastao. Navedeni podaci prikazani su na Grafikonu 2.

Iz naprijed navedenih podataka, može se doći do zaključka da se u Republici Hrvatskoj povećava broj smještajnih kapaciteta ponajviše u nekomercijalnom smještaju. Ovakav ritam povećanja smještaja neće dugoročno riješiti problematiku sezonalnosti niti privući klijentelu veće potrošne moći. Zasigurno se može zaključiti da je potrebno ulaganje u hotelski smještaj i smještaj veće kategorizacije.

### 4.3. Analiza popunjenosti ugostiteljskih objekata u Republici Hrvatskoj

U nastavku rada analiziraju se podaci o popunjenosti stalnih postelja i prosječan broj noćenja turista prema skupinama smještajnih objekata, a navedeni podaci prikazani su na Grafikonu 2.

Grafikon 3. Popunjenost stalnih postelja u Republici Hrvatskoj prema skupinama (2023.)



Izvor: Državni zavod za statistiku (DZS) (2024) Dolasci i noćenja turista u 2023., Priopćenje TUR-2023-1-2, dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58169> (15.05.2024.)

Na prikazanom grafikonu može se iščitati popunjenost stalnih postelja prema skupinama smještajnih objekata u 2023. godini. Uočava se da je popunjenost izvan glavne sezone (I, II,

III, IV mjeseci) niska i iznosi oko 20%, te da tek u V mjesecu kreće s rastom i to na skoro 50%. Popunjenost u VI mjesecu iznosi skoro 70%, a VII mjesec doseže do 90% popunjenosti<sup>23</sup>.

Vrhunac dolazi u VIII mjesecu kada doseže oko 95% ukupne popunjenosti, pri čemu najveću popunjenost ostvaruju smještajni objekti iz skupine hoteli, a nakon toga kreće lagano opadanje popunjenosti. U IX mjesecu popunjenost je oko 70%, te u X, XI i XII mjesecu pada na 20% - 40%. U mjesecima kada je najmanja popunjenost smještajnih objekata, hoteli ostvaruju najveći postotak popunjenost iz čega se uočava važnost hotelskog oblika smještaja na samo produženje sezone.

Tablica 2. prikazuje podatke o prosječnom broju noćenja turista po dolasku prema vrstama smještajnog objekta u 2021. i 2022. godini. Podaci prikazuju da su u 2021. godini turisti u prosjeku ostvarili najveći broj noćenja u lječilišnom obliku smještajnog kapaciteta, gdje je ostvareno u prosjeku 10,1 noćenja po dolasku. Međutim, u 2022. godini prosječan broj noćenja po dolasku u lječilišnom obliku smještajnog kapaciteta je pao na 8,3 noćenja po dolasku<sup>24</sup>.

Tablica 3. Prosječan broj noćenja po vrstama objekata u Republici Hrvatskoj

	PROSJEČNI BROJ NOĆENJA PO DOLASKU		PROSJEČNI BROJ NOĆENJA PO POSTELJI	
	2021.	2022.	2021.	2022.
Hoteli	3,5	3,3	90	138
Turistička naselja	5,8	5,5	82	126
Turistički apartmani	6,2	5,5	36	87
Kampovi	6,7	6,5	74	86
Kućanstva	6,2	5,9	63	60
Lječilišta	10,1	8,3	32	50
Odmarališta	6,2	5,7	21	43
Hosteli	3,1	2,7	49	55
Ostalo	4,6	8,6	50	99
Nekategorizirani objekti	6,0	5,8	14	8
UKUPNO	5,5	5,1	68	75

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (16.05.2024.)

<sup>23</sup> Državni zavod za statistiku (DZS) (2024) Dolasci i noćenja turista u 2023., Priopćenje TUR-2023-1-2, dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58169> (15.05.2024.)

<sup>24</sup> Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (16.05.2024.)



Nakon lječilišnih smještajnih kapaciteta, drugi po broju ostvarenog prosječnog broja noćenja po dolasku su kampovi u kojima je 2021. godine prosječan broj noćenja iznosio 6,7 ali se taj broj u 2022. godini smanjio na 6,5 noćenja u prosjeku po jednom dolasku.

Najmanji prosječan broj noćenja u prosjeku imali su hosteli sa tek 3,1 noćenjem u prosjeku po jednom dolasku u 2021. godini, dok je prosječan broj noćenja po dolasku u 2022. godini smanjen na 2,7.

Hoteli su ostvarili 3,5 prosječna noćenja po dolasku u 2021. godini, a u 2022. godini taj broj se smanjio na 3,3. Prosječan broj noćenja po dolasku u objektima kućanstva iznosio je u 2021. godini 6,2 ali se taj broj 2022. godine smanjio na 5,9. Odmarališta su prema prosječnom broju noćenja po dolasku u sličnoj razini kao i kućanstva, u njima je ostvareno u 2021. godini u prosjeku 6,2 noćenja po dolasku, a u 2022. godini taj broj je pao na 5,7 noćenja u prosjeku po dolasku.

Promatrajući sve vrste smještajnih objekata i njihov prosječan broj noćenja po dolasku u 2021. godini s obzirom na 2022. godinu može se zaključiti da su svi objekti pretrpjeli smanjenje u prosječnom broju noćenja po jednom dolasku, odnosno da se turisti u prosjeku kraće zadržavaju u istom smještajnom objektu.

#### **4.4. Analiza strukture hotelskih objekata u Republici Hrvatskoj prema kategoriji**

Tablica 4 prikazuje broj hotela u Republici Hrvatskoj prema kategorizaciji.

Prema podacima Ministarstva turizma i sporta u 2023. godini u Republici Hrvatskoj bilo je kategorizirano ukupno 749 hotelskih objekata sa 60.911 smještajnih jedinica koje su raspolagale sa 119.414 stalnih kreveta<sup>25</sup>.

Analizom strukture hotela prema kategorizaciji, što je prikazano u Tablici 3., može se uočiti da je najveći dio hotelske ponude smještaja kategorizirano sa 3 i 4 zvjezdice. Od ukupnog broja hotela, čak 49% njih je kategorizirano sa 4 zvjezdice, zatim ga slijede hoteli sa 3 zvjezdice koji čine 39% ukupnog broja hotela. Tek 56 hotela u Republici Hrvatskoj kategorizirano je sa 5

---

<sup>25</sup> Ministarstvo turizma i sporta (2024) Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj, dostupno na: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516> (17.05.2024.)

zvjezdica što čini 7% ukupnog broja hotela. U 2023. godini 5% hotela bilo je kategorizirano sa 2 zvjezdice.

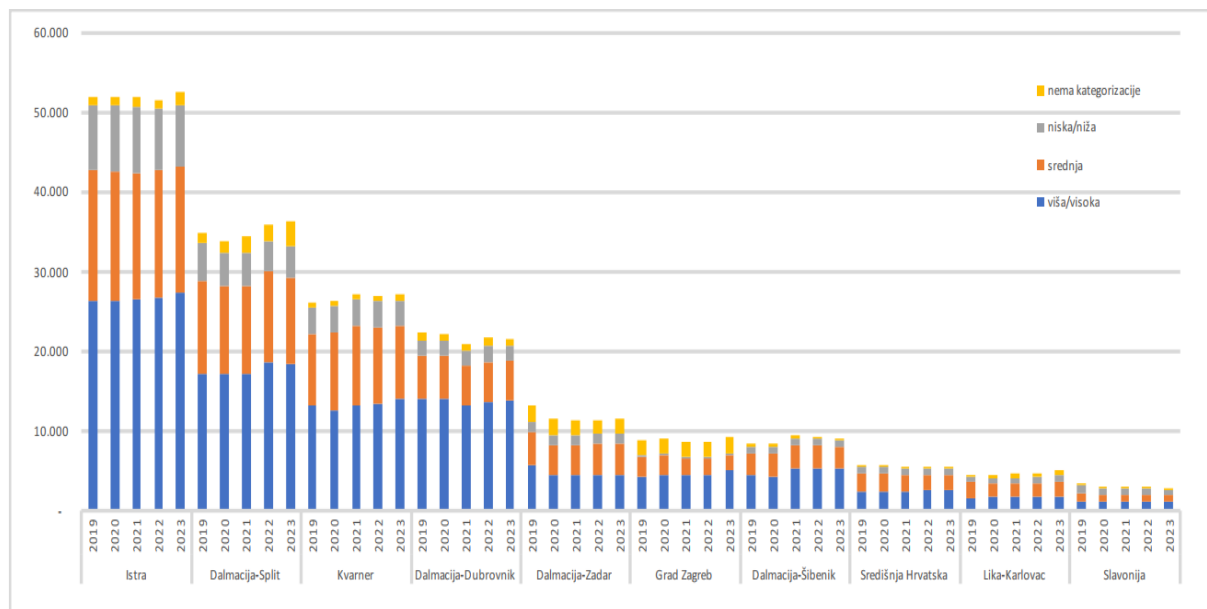
Tablica 4. Broj hotela prema kategoriji u Republici Hrvatskoj

	Broj objekata		Broj smještajnih jedinica		Broj stalnih kreveta	
	Ukupno	% od ukupnog	Ukupno	% od ukupnog	Ukupno	% od ukupnog
*****	56	7%	7.426	12%	14.628	12%
****	364	49%	31.868	52%	61.845	52%
***	291	39%	18.424	30%	36.531	31%
**	38	5%	3.193	5%	6.410	5%
<b>Ukupno RH:</b>	<b>749</b>	<b>100%</b>	<b>60.911</b>	<b>100%</b>	<b>119.414</b>	<b>100%</b>

Izvor: izradila autorica prema podacima Ministarstva turizma i sporta (2024) Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj, dostupno na: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516> (17.05.2024.)

Na Grafikonu 4. prikazani su podaci o broju hotela prema turističkim klasterima Republike Hrvatske i njihove kategorije.

Grafikon 4. Hotelski kapaciteti prema kategoriji i klasterima u Republici Hrvatskoj



Izvor: Hrvatska turistička zajednica (2024) Rezultati hrvatskog turizma u razdoblju 2019. – 2023., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-02/Turizam%20Hrvatske%202019-2023.pdf> (17.05.2024.)

Prema podacima prikazanim na Grafikonu 4 može se zaključiti da Istra prednjači u hotelskom smještajnom kapacitetu i hotelima više i visoke kategorije. Slijedi je Dalmacija - Splitski

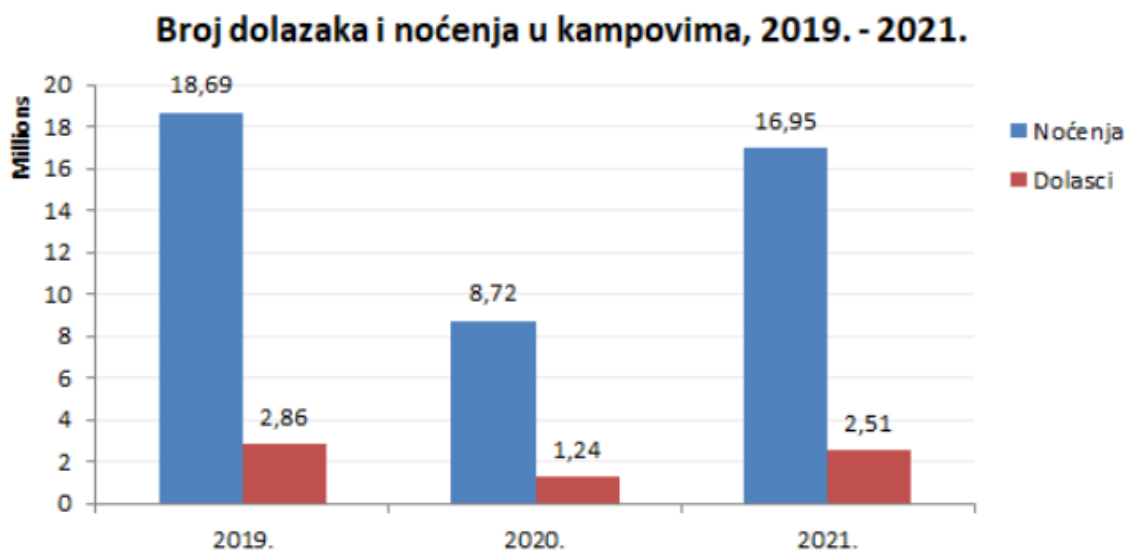
klaster kao drugi klaster sa najviše hotelskog smještaja više i visoke kategorije. Treći je dubrovački klaster.

Najmanje hotelskog smještaja, a samim time i smještaja više i visoke kategorije imaju Slavonija, Karlovac i Središnja Hrvatska kroz svih pet promatranih godina. Zadar, Zagreb i Šibenik imaju sličan broj hotela, a i struktura hotela im je gotovo ista, iako se Zadar neznatno ističe sa malo većim brojem hotelskog smještaja.

#### 4.5. Analiza popunjenosti kampova u Republici Hrvatskoj

Prema podacima Hrvatske turističke zajednice u 2019. godini u Republici Hrvatskoj ostvareno je više od 2,8 milijuna dolazaka i 18,6 milijuna noćenja turista u kampovima<sup>26</sup>. Posljedično COVID pandemiji 2020. godine broj dolazaka turista u kampove pao je na 1,24 milijuna, a broj noćenja na 8,72 milijuna. U 2021. godini došlo je do porasta broja dolazaka, te je on iznosio 2,5 milijuna, a samim time povećao se i broj noćenja na 16,95 milijuna. Iako je 2021. godine porastao broj i noćenja i dolazaka, on nije dosegao razinu iz 2019. godine.

Grafikon 5. Broj dolazaka i noćenja u kampovima u Republici Hrvatskoj



Izvor: Hrvatska turistička zajednica (2022) Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf> (20.05.2024.)

<sup>26</sup> Hrvatska turistička zajednica (2022) Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf> (20.05.2024.)

Od svih vrsta smještajnih kapaciteta koji su pretrpjeli velike padove u dolascima i noćenjima turista u pandemijskim okolnostima, kampovi su najmanje bili pogođeni po pitanju dolazaka turista. To može potvrditi njihovu važnost za cjelokupnu turističku ponudu Republike Hrvatske ali i neiskorišteni potencijal koji oni nose i samu mogućnost njihovog razvoja.

## 5. UTJECAJ STRUKTURE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA NA SEZONALNOST I KONKURENTNOST DESTINACIJE

Pojam sezonalnosti je jedan od najizraženijih, ali ne tako lako rješivih, problema u okviru razvoja gotovo svake destinacije. Najveći utjecaj ima na sektor turizma i turističkih aktivnosti gdje je ovaj fenomen izrazito izražen. Sezonalnost je uzrokovana različitim čimbenicima kao što su klimatski (sunčani dani u godini, oborine, snježni pokrivač i sl.), praznici (godišnji odmori, raspust), hodočašća, razni festivali sl. Sezonalnost donosi i različite posljedice u destinacijama u kojima je ona izražena.<sup>27</sup>

Posljedice sezonalnosti mogu se podijeliti u tri osnovne skupine: gospodarske, ekološke i socio-kulturne posljedice.<sup>28</sup> Gospodarske posljedice su nagli pad prihoda izvan vrhunca sezone i smanjenje razine zaposlenosti van sezone. Ekološke posljedice očituju se u zagađenosti okoliša, prekomjernoj proizvodnji otpada, otpadnim vodama, te uništenju zaštićenih prirodnih područja. Ekološke posljedice imaju i pozitivnih strana, a to znači da se priroda u periodu izvan sezone može regenerirati. Socio-kulturne posljedice pogađaju najviše lokalno stanovništvo, a one se očituju u pretjeranim gužvama u javnom prometu, povećanju cijena u sezoni, povećanoj stopi kriminala i sl.

Hrvatska ima izraženu sezonalnost u ljetnim mjesecima zbog povoljnih klimatski uvjeta i izlaza na Jadransko more. Prepoznatljiva je i okarakterizirana među turistima kao destinacija koja turistima nudi „sunce i more“.

Struktura smještajnog kapaciteta može značajno utjecati na izraženost sezonalnosti. Hotelski smještajni oblici značajno pridonose „produženju“ sezone jer nude različite dodatne sadržaje turistima<sup>29</sup>. Ti dodatni sadržaji privlače turiste na dolazak i izvan sezone kako bi uživali u uslugama koje se pružaju, a ne samo u moru i suncu. Hoteli, za razliku od ostalih smještajnih objekata, organiziraju različite kongrese, skupove, te pružaju gostima mogućnost uživanja u različitim wellness uslugama i sl.

U Republici Hrvatskoj ne postoji dovoljno hotela, posebice hotela više kategorije, kako bi se redistribuirala potražnja u mjesece izvan vrhunca sezone. Kako u Republici Hrvatskoj

---

<sup>27</sup> Cannas, R. (2012) An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies, *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, No. 5, str. 41.-47.

<sup>28</sup> Jurić, J. (2017) Sezonalnost i struktura smještajnih kapaciteta u turizmu, Završni rad, Ekonomski fakultet, Split, str. 7. – 8.

<sup>29</sup> Ćorluka, G. (2015) Analiza utjecaja obilježja hotela na sezonalnost poslovanja, Doktorski rad, Ekonomski fakultet, Split, str. 74.-89.

prevladavaju smještajni objekti u domaćinstvu i nekomercijalni smještajni oblici oni nemaju snagu da privuku turiste izvan sezone jer nemaju dovoljno dodatnog sadržaja kako bi zadovoljili potrebe turista.

Budući da struktura smještajnih kapaciteta, odnosno udio kolektivnih i privatnih kapaciteta, ima izravan utjecaj na sezonalnost turističke ponude, potrošnju po jedinici kapaciteta i ukupne prihode od turizma i ugostiteljstva, potrebno je na smještajne kapacitete gledati, ne samo kao ograničenje, već kao neiskorišteni potencijal cjelokupne destinacije.<sup>30</sup>

Kroz raznolikost, kvalitetu, cjenovnu pristupačnost i inovacije, smještajni objekti mogu značajno doprinijeti privlačenju turista, njihovom zadovoljstvu i lojalnosti, te povećati atraktivnost i održivost destinacije na globalnom turističkom tržištu.

Planiranjem i usmjerenjem na objekte više kategorije, Hrvatska kao destinacijska cjelina može poboljšati konkurentnost na turističkom tržištu te privući turiste više potrošačke moći.

Investiranjem u nove smještajne objekte ali i obnovom i unaprjeđenjem postojećih objekata, koji stvaraju osjećaj dodatne vrijednosti i jedinstvene usluge i sadržaja unaprjeđuje se konkurentna pozicija cijele Hrvatske kao turističke destinacije.<sup>31</sup>

Podizanjem kvalitete smještajnih kapaciteta i proširenjem turističke ponude unutar smještajnih objekata, moguće je povećati iskorištenost kapaciteta izvan sezone te povećati potrošnju turista. Kako bi se podigla razina kvalitete hotelskih objekata i usluga, potrebno je potaknuti izgradnju novih hotela viših kategorija, kategoriziranih sa četiri ili pet zvjezdica. Također, kampovi i privatni smještaj ne bi smjeli zaostajati za kvalitetom hotelske ponude pa je stoga važno da se kvaliteta i ove ponude kontinuirano povećava.

---

<sup>30</sup> Majić, A. (2017) Utjecaj smještajnih kapaciteta na razinu konkurentnosti turističke destinacije, Završni rad, Ekonomski fakultet, Split, str. 23.

<sup>31</sup> Carev, D. (2023) Konkurentnost Republike Hrvatske kao turističke destinacije na međunarodnom tržištu, Doktorski rad, Sveučilište u Zadru, Zadar, str. 22.-29.

## 6. ZAKLJUČAK

Budući da svaki turistički proizvod uključuje uslugu smještaja, jasno je da količina i struktura smještajnih kapaciteta značajno utječu na razvoj turizma u destinaciji.

Republika Hrvatska ostvaruje veliki broj dolazaka i noćenja turista, te visoke prihode od turizma. Bruto domaći proizvod Republike Hrvatske uvelike ovisi o turizmu i prihodima od turizma.

Smještajni kapacitet temelji se na nekomercijalnom smještaju, apartmanima, kućama za odmor, smještaju u domaćinstvu i sl. Trenutna ponuda hotelskog smještaja u Republici Hrvatskoj, posebno hotela visoke kategorije, nije dovoljna da zadovolji sve potrebe i zahtjeve suvremenih turista, koji često traže luksuzne i visoko standardizirane usluge. Povećanje broja hotela, posebice onih s četiri i pet zvjezdica, moglo bi značajno poboljšati konkurentnost Hrvatske kao turističke destinacije.

Hoteli visoke kategorije privlače turiste veće platežne moći, koji troše više novca tijekom svog boravka, čime se dodatno potiče gospodarski rast. Kampovi su sve popularniji oblik smještaja i oni daju perspektivan razvoj turizma u budućnosti. Kampiranje nudi jedinstven doživljaj prirode i slobode, što privlači mnoge turiste, posebno one koji traže avanturistički odmor.

Analiza ponude usluge smještaja u Republici Hrvatskoj je kompleksan proces koji zahtijeva sustavno prikupljanje i interpretaciju podataka. Rezultati ove analize ključni su za razumijevanje trenutnog stanja i identifikaciju mogućnosti za unaprjeđenje turističke ponude. Na temelju ovih informacija, turistički sektor može implementirati strategije koje će povećati konkurentnost Hrvatske kao turističke destinacije i osigurati dugoročni održivi razvoj.

Jedan od ključnih izazova hrvatskog turizma je sezonalnost, gdje je većina turističke aktivnosti koncentrirana u ljetnim mjesecima. Povećanje hotelskih kapaciteta, kao i razvoj kampova, moglo bi pomoći u redistribuciji turističke potražnje izvan glavne sezone. To bi omogućilo dužu turističku sezonu, smanjujući pritisak na infrastrukturu tijekom ljetnih mjeseci istovremeno pružajući stabilnije prihode tijekom cijele godine.

## LITERATURA

### Knjige, znanstveni i stručni članci:

1. Alfier, D. (1994) Turizam, izbor radova, Institut za turizam, Zagreb
2. Bunja, Đ. (2006) Turističko ugostiteljstvo, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Zadar Đani, Turističko ugostiteljstvo.
3. Bunja, Đ. (2007) Skripta predavanja iz predmeta Turističko poslovanje, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Zadar.
4. Cannas, R. (2012) An Overview of Tourism Seasonality: Key Cocepts and Policies, Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development, No. 5
5. Carev, D. (2023) Konkurentnost Republike Hrvatske kao turističke destinacije na međunarodnom tržištu, Doktorski rad, Sveučilište u Zadru, Zadar
6. Čorluka, G. (2015) Analiza utjecaja obilježja hotela na sezonalnost poslovanja, Doktorski rad, Ekonomski fakultet, Split
7. Galičić, V. (2005) Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija
8. Galičić, V. (2017) Poslovanje hotelskog odjela smještaja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
9. Jurić, J. (2017) Sezonalnost i struktura smještajnih kapaciteta u turizmu, Završni rad, Ekonomski fakultet, Split
10. Majić, A. (2017) Utjecaj smještajnih kapaciteta na razinu konkurentnosti turističke destinacije, Završni rad, Ekonomski fakultet, Split
11. Mostofa, G. (2017) Introduction to travel and tourism, Tour & Travel Agency Mangement, Daffodil International University, Bangladeš.
12. Petrić, L. (2007) Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split.
13. Vlahović, D. (2002) Vrijeme novog životnog i turističkog stila, Ekonomska misao i praksa, Vol. 11, No. 1.



## Pravni izvori:

14. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi Narodne novine br. 54/16, 68/19, 120/19
15. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj, Narodne novine br. 54/16, 69/17
16. Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina "restorani", "barovi", "catering objekti" i "objekti jednostavnih usluga" Narodne novine br. 82/07, 82/09, 75/12, 69/13, 150/14
17. Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine br. 56/16, 120/19
18. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl. 8., Narodne novine, br. 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 42/20, 126/21

## Web izvori:

19. Državni zavod za statistiku (DZS) (2024) Dolasci i noćenja turista u 2023., Priopćenje TUR-2023-1-2, dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2024\\_dokumenti//DZS\\_tur\\_promet\\_2023.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2024_dokumenti//DZS_tur_promet_2023.pdf) (18.05.2024.)
20. Državni zavod za statistiku (DZS) (2024) Dolasci i noćenja turista u 2023., Priopćenje TUR-2023-1-2, dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58169> (15.05.2024.)
21. Hrvatska turistička zajednica (2022) Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf> (20.05.2024.)
22. Hrvatska turistička zajednica (HTZ) (2024) Rezultati hrvatskoj turizma u razdoblju 2019.-2023., dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-02/Turizam%20Hrvatske%202019-2023.pdf> (15.05.2024.)
23. Ministarstvo turizma i sporta (2024) Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj, dostupno na: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516> (17.05.2024.)
24. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023) Turizam u brojkama 2022., dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-07/HTZ%20TUB%20HR_%202022.pdf) (10.05.2024.)

## **POPIS TABLICA**

1. Tablica 1. Prihodi od turizma i udio turizma u BDP-u u Republici Hrvatskoj.....7
2. Tablica 2. Dolasci i noćenja stranih turista prema zemljama podrijetla u Republici Hrvatskoj.....17
3. Tablica 3. Prosječan broj noćenja po vrstama objekata u Republici Hrvatskoj.....21
4. Tablica 4. Broj hotela prema kategoriji u Republici Hrvatskoj .....23

## **POPIS GRAFIKONA**

1. Grafikon 1. Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u Republici Hrvatskoj (2023).....18
2. Grafikon 2. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Republici Hrvatskoj .....19
3. Grafikon 3. Popunjenost stalnih postelja u Republici Hrvatskoj prema skupinama (2023.).....20
4. Grafikon 4. Hotelski kapaciteti prema kategoriji i klasterima u Republici Hrvatskoj.23
5. Grafikon 5. Broj dolazaka i noćenja u kampovima u Republici Hrvatskoj .....24

## **POPIS SLIKA**

1. Slika 1. Vrste ugostiteljskih objekata.....8
2. Slika 2 Grafički prikaz standardiziranih ploča za označavanje vrste i kategorije hotela .....14