

Statistička analiza turizma Zagrebačke županije od 2016. do 2019.

Orač, Maja

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:989281>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

MAJA ORAČ

STATISTIČKA ANALIZA TURIZMA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE
OD 2016. DO 2019. GODINE

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2021.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

MAJA ORAČ

STATISTIČKA ANALIZA TURIZMA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

OD 2016. DO 2019. GODINE

STATISTICAL ANALYSIS OF TOURISM IN ZAGREB COUNTY

2016-2019

ZAVRŠNI RAD

Mentor: Tibor Rodiger, v. pred.

ČAKOVEC, 2021.

ZAHVALA

Zahvaljujem mentoru Tiboru Rodigeru, pred., na uloženom vremenu, pomoći i trudu u izradi mojega završnog rada.

Zahvaljujem i svim ostalim profesorima koji su sve ove godine prenosili znanje na mene te mi svojim predavanjima olakšali daljnje učenje i oblikovanje mojega razmišljanje o daljnjoj budućnosti.

Također zahvaljujem prijateljima i kolegama koji su moje studiranje pretvorili u jedno nezaboravno iskustvo.

Veliko hvala mojoj obitelji - mami, baki, bratu, teti i mom Vedranu koji su bili uz mene cijelo vrijeme moga studiranja.

Hvala vam što ste bili tu za mene i u lijepim i manje lijepim danima.

Hvala svima!

Maja Orač

SAŽETAK

Predmet istraživanja u ovom radu su teorijske i statističke spoznaje o turizmu Zagrebačke županije jučer, danas i sutra prikazane kroz tablice i grafove.

U uvodnom dijelu navodi se značaj turizma općenito, govori se o turizmu te o sportskim i rekreativnim aktivnostima u Zagrebačkoj županiji, prikazuje se kratka povijest turizma te značaj turizma za gospodarski sustav Zagrebačke županije te se nadalje govori o adekvatnom statističkom praćenju turizma kao pojave s aspekta statističkih istraživanja kroz dolaske, noćenja te izdatke stranih i domaćih turista.

Kroz SWOT analizu prikazane su jake i slabe strane turizma u Zagrebačkoj županiji te prilike i prijetnje u četiri područja kroz društvo, gospodarstvo, okoliš i prostor koje su prikupljene po ocjeni stanja po područjima.

U radu analiziraju se postojeća statistička istraživanja turizma kroz četiri godine od 2016. do 2019. godine koja provodi Državni zavod za statistiku, kao i prijedlozi za provođenja novih statističkih istraživanja iz područja turizma.

Rad također definira sam pojam statistike grane koja svoju primjenu nalazi u različitim područjima među kojima je i turizam te se nadalje govori o adekvatnom statističkom praćenju turizma kroz četiri godine kao pojave s aspekta statističkih istraživanja te na samom kraju rada donosimo zaključak o većem ili manjem broju dolaznosti i noćenja od strane domaćih ili stranih turista.

U nastavku slijedi statistički prikaz varijabli koje su u radu prikazane kroz tablice i grafove, a neke od njih su: noćenja domaćih i stranih turista u Zagrebačkoj županiji, dolasci domaćih i stranih turista u Zagrebačkoj županiji, statistička i smještajna analiza kapaciteta Zagrebačke županije, izdatci domaćih i inozemnih turista na putovanjima, usporedbe noćenja domaćih i stranih turista, usporedbe dolazaka domaćih i stranih turista, broj noćenja po dolasku za strane i domaće turiste, Aritmetička sredina, Standardna devijacija, Pearsonov koeficijent korelacije prema godinama, koeficijent varijacije, povezanost između broja dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista itd..

Ključne riječi: *turizam, statistička analiza, dolasci, broj noćenja, grafički prikazi, usporedba, Zagrebačka županija.*

Sadržaj

1.	UVOD	5
2.	TURIZAM	6
2.1.	FUNKCIJE TURIZMA	8
2.2.	POPISI I STATISTIKA TURIZMA U SVIJETU	8
2.3.	ULOGA TURIZMA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANJI	9
2.4.	SPORTSKE I REKREATIVNE AKTIVNOSTI U „ ZAGREBAČKOM PRSTENU “ .	10
3.	SWOT ANALIZA	11
3.1.	JAKE I SLABE STRANE TURIZMA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE.....	11
3.2.	PRILIKE I PRIJETNJE RAZVOJA TURIZMA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE.....	12
4.	POJAM STATISTIKE	15
5.	STATISTIČKA ANALIZA	16
5.1.	STATISTIČKA ANALIZA NOĆENJA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANJI OD 2016. DO 2019.	16
5.2.	STATISTIČKA ANALIZA DOLAZAKA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANJI OD 2016. DO 2019. GODINE	25
5.3.	USPOREDBA DOLAZAKA I NOĆENJA DOMAĆIH I STRANIH TURISTA OD 2016. DO 2019. GODINE	30
6.	IZDACI DOMAĆIH I INOZEMNIH TURISTA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANJI	44
7.	ZAKLJUČAK	48
8.	LITERATURA	49
9.	POPIS TABLICA:	50
10.	POPIS GRAFIKONA:	51

1. UVOD

Zagrebačka županija je po svojim brojnim resursima prepoznatljiva i omiljena turistička destinacija mnogima te nastoji konkurirati ostalim županijama. Od turizma Zagrebačka županija ostvaruje značajnu zaradu čime potiče razvoj svog gospodarstva.

Samoborsko gorje, Jastrebarsko, Žumberak samo su neke od lokacija koje tijekom cijele godine nude pregršt sadržaja za posjetitelje. Od restorana, dvoraca, muzeja pješačkih i biciklističkih staza do predivne prirode; na području Zagrebačke županije svatko može pronaći nešto za sebe.

Zagrebačka županija odlična je turistička destinacija za vikend izlete kao odmak od posla i svakodnevnih obveza, ali i za one koji vole uživati u aktivnom odmoru. Osim prirode, šuma i zelenila tijekom cijele godine u zimskim su danima posjetiteljima aktualne kuće za odmor te dobro poznati u gradu nam Zagrebu advent.

„Turizam se povezuje s razvojem civilizacija. U prapovijesno doba čovjek je putovao iz potrebe za opstankom, dakle iz potrage za hranom ili u traženju boljih uvjeta stanovanja. S razvojem društava motivi putovanja proširili su se i na trgovinu, zdravstvene razloge i stjecanje znanja. Tako su već u starome vijeku, što potvrđuju sačuvani pisani tragovi, znatizeljni pojedinci počeli posjećivati egipatske piramide.“

<http://bioci.hr/turizam-kroz-povijest/>

U antičko doba ili kako kažu „zlatno doba“ spominju se prva putovanja iz zadovoljstva - u staroj Grčkoj to je bio odlazak na olimpijske igre i proročište Delfi, a stari Rimljani su odlazili na dobro znane borbe gladijatora i ostala u to vrijeme poznata mjesta amfiteatrima diljem države, od kojih je najpoznatiji Koloseum u Rimu. Išlo se i u lječilišta, u ladanjske vile, počinje jačanje trgovina, pojava pisanja, stvaranje pravnih sustava, razvoj umjetnost i kulture. U svemu tome vidljivi su tragovi suvremenog turizma. Sa dolaskom Srednjeg vijeka s kojim dolazi razvoj kulture povezane s vjerom i podjela društvene staleži nestaje antički svijet te tako nestaju i dotadašnji rani oblici turizma.

Razdoblje turizma kakvoga danas poznajemo započinje sredinom 19. stoljeća. Osnovni preduvjeti razvoja turizma su prije svega promet, te slobodno vrijeme i životni standard. U početku je bio rezerviran samo za plemstvo, a potom se u turizam uključuje i građanski sloj društva te radnici organizirani u sindikate.

„ Nakon drugog svjetskog rata turizam doživljava veliki skok i širenje. Putovanja postaju sve više masovna i nisu ograničena samo na društvenu kremu, države počinju skrbiti o turizmu kao gospodarskoj djelatnosti koja uvelike utječe na razvoj, a odnos između destinacije i posjetitelja postaje kompleksniji i aktivniji.“

(<http://bioci.hr/turizam-kroz-povijest/>)

2. TURIZAM

Turizam je za mnoge od nas zasigurno najunosnija djelatnost osobito u Jadranskoj Hrvatskoj tijekom ljeta.

Turizam (*engl. tourism*), ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost (gospodarska djelatnost koja obuhvaća turistička kretanja i sve odnose koji proizlaze iz takvih kretanja.) U jednoj od prvih definicija (1905.) turizam se opisuje kao pojava modernoga doba, izazvana povećanom potrebom za odmorom i promjenom klime, probuđenim i njegovanim smislom za ljepote krajolika, radosti i užitak boravka u slobodnoj prirodi.

Danas je u većini zemalja prihvaćena opća konceptijska definicija turizma Svjetske turističke organizacije (UNWTO, 1999.) prema kojoj turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju.

Osnovna jedinica za proučavanje turizma jest *turist*, odnosno svaka osoba (putnik) koja na putovanju izvan svog mjesta stalnog boravka (domicila) provede najmanje 24 sata (ali ne dulje od jedne godine), a putovanje (koje ima obilježja privremenog

boravka i na koje je krenuo dobrovoljno) poduzima radi odmora, razonode, rekreacije i relaksacije, obiteljskih, zdravstvenih, poslovnih, profesionalno-stručnih i sličnih razloga.

„UNWTO definira turista kao posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje. Definiranjem pojma turist su se najviše bavili sociolozi i antropolozi.“

(<https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763#poglavlje37484>)

Činjenica da je turizam toliko sveobuhvatan, mnogo značajan i raznolik pojam da često slušajući „znalce“ moram konstatirati, kako je taj pojam istovremeno divna mogućnost za velika „razmatranja“, mnogo riječi, različite i često kontradiktorne argumente te je osobito pogodan za planska predviđanja, jer je kasnije uvijek moguće naći razlog za opravdanje, za vrlo pogrešne prognoze itd.

Vrlo je teško stvoriti općenitu sliku o turizmu. Previše je čimbenika „u igri“. Onaj tko dobro poznaje turizam tu pojavu objašnjava sustavno, ali suzdržano, bez velikih pretenzija da na jednom obliku te pojave može objasniti sve o turizmu. Potrebna je suzdržanost kod davanja kratkoročnih, a posebno dugoročnih prognoza, jer golem broj faktora djeluje na turistička zbivanja, tako da je objektivno realan pogled unaprijed, moguć samo za vrlo kratko vremensko razdoblje.

Za razliku od sociologa Cohena, koji zadovoljenje turističke potrebe vidi kao centralnu točku svoje definicije, AIEST-ova definicija turizma tretira cjelokupnu pojavu sa znatno jačim naglaskom na njezinom ekonomskom aspektu.

Turizam je skup odnosa i pojava. Turizam, dakle, nije jednoznačna pojava, to je splet odnosa društvenog i ekonomskog karaktera. Npr. mnogi čimbenici djeluju na formiranje, ponašanje i potrošnju turističke potražnje, koja svojom prisutnošću u određenom vremenu i prostoru, koristeći različite turističke objekte ponuda, izaziva mnogobrojne međuzavisne odnose, bilo socijalnog bilo gospodarskog značenja.

Turizam je kao takav definiran s jedne strane putovanjem, i s druge strane, privremenim boravkom u nekom turističkom mjestu.

2.1. Funkcije turizma

Zbog niza okolnosti koje proizlaze iz njegova razvoja, turizam je stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Osnovne funkcije suvremenog turizma dijele se na *društvene* (humanističke, neekonomske), i *ekonomske*. Društvene funkcije turizma pridonose humanističkim vrijednostima turizma (obogaćivanju čovjeka novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima) i povezuju se s izvornim motivima turističkih kretanja, koji nisu u vezi s postizanjem gospodarskih ciljeva, a dijele se na one s neposrednim djelovanjem (zdravstvene, rekreacijske i kulturne funkcije) i s posrednim djelovanjem (socijalne, obrazovne, i političke funkcije.)

„ Ekonomske funkcije turizma su aktivnosti usmjerene na postizanje konkretnih gospodarskih učinaka (turistička potrošnja, izvoz roba i usluga, izravne investicije, poboljšanje devizne bilance, aktiviranje turističkih potencijala, povećanje nezaposlenosti, razvoj nedovoljno razvijenih područja i sl.) na razini poduzeća i organizacija izravno ili neizravno uključenih u kreiranje turističke ponude, ali i na području turističke destinacije (mjesto, regije ili države), gdje se odvijaju pojedine faze turističke potrošnje.“

„ Ekonomske funkcije turizma možemo svrstati u 10 temeljnih funkcija: multiplikativna, induktivna, konverzijska, apsorpcijska, integracijska i akceleracijska funkcija, funkcija zapošljavanja, poticanje međunarodne razmjene dobara, uravnoteženja platne bilance te razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja.“

(<https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763#poglavlje37484>)

2.2. Popisi i statistika turizma u svijetu

Ukupan broj prekograničnih turističkih putovanja

Međunarodni turistički dolasci u 2012. godini dosegli su brojku od 1.035 milijardi, u odnosu na brojku od 996 milijuna u 2011. godini, te 952 milijuna u 2010. godini. U 2011. i 2012. godini međunarodna potražnja za putovanjima nastavila se povećavati unatoč gubicima koji su nastali kao rezultat velike recesije iz kasnih 2000-ih godina,

kada je turizam, od druge polovice 2008. godine do kraja 2009. godine, kao grana doživio snažan pad.

Nakon porasta od 5% u prvoj polovici 2008. godine, postotak inozemnih dolazaka turista se u drugoj polovici te godine smanjio, pa je godina završila s povećanjem od 2% u odnosu na povećanje od 7% prethodne godine. Negativni trend se nastavio tijekom 2009. godine, a u nekim zemljama i pojačao zbog izbijanja virusa gripe H1N1, što je rezultiralo padom od 4,2% te godine, a broj dolazaka međunarodnih turista smanjio se na 880 milijuna. Međunarodni turistički prihodi doživjeli su pad od 5,7%.

2.3. Uloga turizma u Zagrebačkoj županiji

TURIZAM U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI - „ZAGREBAČKI PRSTEN“

Zagreb, glavni grad Republike Hrvatske, stari je srednjoeuropski grad. Po mnogočemu je poznat, ali ponajprije je grad koji gosti pamte po divnoj arhitekturi i gostoljubivosti stanovništva.

Zagreb se često uspoređuje s Bečom zbog javnog prijevoza, gradskih vrtova, klizališta koje se radilo po Bečkom sistemu za vrijeme adventa i sl.

Zagreb je kraj bogat zelenim brežuljcima, romantičnim dvorcima kojih Zagrebačka županija ima oko 37 i nedirnutom kulturom seoskog života. Položajem spada u središnji dio sjeverozapadne Hrvatske, površine 3078 km kvadratnih, šesta je po veličini županija u zemlji s brojem stanovnika 309,306 i treća je hrvatska županija iza Grada Zagreba i Splitsko-dalmatinske županije.

Svoje posjetitelje oduševljava baroknim ugođajem središnjeg dijela grada, autentičnim tržnicama na otvorenom, mnogobrojnim trgovinama, uređenim šetalištima, domaćom kuhinjom i srdačnim domaćinima.

Zagrebački je prsten tradicionalni i obrtnički zanatski kraj gdje prevladava zagorska industrija, osobito je atraktivan zbog blizine glavnog grada, ali i bogate kulturno-povijesne baštine, zanimljivih priča i legendi, seoskog ugođaja, različitih folklornih, rekreacijskih i ostalih sadržaja.

Automobil je svakako najjednostavniji i najpraktičniji način kretanja po regiji, no onima koji nisu „motorizirani“ imaju na raspolaganju autobuse i vlakove koji iz Zagreba redovno voze u bilo koji od većih regionalnih gradova. Zračni put je dobra opcija za inozemne goste jer im brzo i povoljno putovanje omogućuje nekoliko „low cost“ aviokompanija koje lete na zračne luke Zagreb i Osijek.

2.4. Sportske i rekreativne aktivnosti u „zagrebačkom prstenu“

Zagrebački prsten poznat je kao izletnička destinacija. Jedno od najpopularnijih izletišta tijekom cijele godine je grad Samobor, nadaleko poznat po kremšnitama, fašniku, (maskenbal) i bermetu (aperitiv koji se prvenstveno proizvodio kao lijek).

„Sljeme, najviši vrh Medvednice, nudi mogućnost za skijanje, sanjkanje, skijaško trčanje, planinarenje i rekreativno pješaćenje. Planinarima je vrlo atraktivno penjanje Žumberačkim gorjem. (<http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/kontinentalna-hrvatska/zagrebacki-prsten/aktivnosti/>)

Jezera i ribnjaci razveselit će ribolovce, dok će lovci svoj interes naći u šumama bogatima raznovrsnom divljači. Rekreacija je obnavljanje psihičkih i fizičkih sposobnosti čovjeka. Ako potražimo uzročnu vezu između turizma i rekreacije, vrlo brzo dolazimo do odgovora na naše temeljno pitanje, što je turizam.

Rekreacija je temeljna turistička potreba, jer čovjek privremeno napušta svoje mjesto stalnog boravka upravo zbog obnove svojih sposobnosti, svog općeg stanja, dakle i psihičkog i fizičkog, očekujući nove poticaje i snagu za ponovno ispunjavanje svakodnevnih obveza.

Čovjek se može na mnogo načina rekreirati i u mjestu stalnog boravka, ne napuštajući to mjesto tako da bude samo promatrač, npr. nogometne utakmice, (*pasivna rekreacija*), ili pak da sam igra nogomet (*aktivna rekreacija*).

Aktivnosti koje interesiraju posjetitelje seoskih domaćinstava su: jahanje, druženje s domaćim životinjama, vožnja kočijom, razgledavanje etno-zbirki i mlinova, mužnja koza i krava, pješaćenje ili vožnja kroz šumu do kleti i vinograda i sl.

Razvoj turizma proizlazi iz specifičnosti uslužnog sektora i karakteristika turističke ponude i potražnje u uvjetima dinamične okoline. Najveću prednost predstavlja

sposobnost prilagođavanja novim trendovima te inovativnost i generiranje originalnih sadržaja.

U suvremenom turizmu dinamika je sve naglašenija, što daje mogućnost sustavu da se stabilizira kroz neko vrijeme, stoga se sustav mora prilagođavati i kontinuirano davati odgovore na problemska pitanja na najbolji mogući način. Razvojem turizma nastoji se pridonijeti ostvarenju ciljeva gospodarstva u cjelini pa se vrednovanje napretka definira po kriteriju doprinosa glavnim ciljevima razvojne politike.

Razvojem turizma pojedine regije, sektora ili zemlje zapravo se želi pridonijeti rješavanju specifičnih razvojnih ograničenja i približiti očekivanom razvoju cjelokupnog sustava.

3. SWOT ANALIZA

Temeljem prethodno sagledanog profila Zagrebačke županije kao turističke destinacije te ključnih relevantnih trendova na turističkom tržištu u nastavku se iznose njene snage i slabosti.

3.1. Jake i slabe strane turizma Zagrebačke županije

Ovdje sagledavamo jače i slabe strane turizma zagrebačke županije

Tablica 1. Jake i slabe strane turizma Zagrebačke županije

	SNAGE	SLABOSTI
Prostor, gospodarstvo i infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> • Blizina Zagreba • Tranzitni tokovi • Bogatstvo zaštićenih i očuvanih prostora • Infrastrukturna opremljenost • Slikovitost pejzaža 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljna povezanost gospodarskih aktivnosti s turizmom • Nedovoljna prometna povezanost nekih dijelova Županije • Turistička nedovoljna valoriziranost nekih prostora • Prometna signalizacija
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> • Dvorci i kurije • Prepoznatljive manifestacije • Očuvana tradicijska arhitektura sela • Kulturna baština • Tradicija imidža „zelene“ okolice Zagreba • Rijeka Sava 	<ul style="list-style-type: none"> • Neuređenost/neturistificiranost nekih ključnih turističkih resursa • Neriješeni imovinsko-pravni odnosi

Turistička suprastruktura	<ul style="list-style-type: none"> • Inicijative za razvoj ruralnog turizma • Kvaliteta ugostiteljske ponude • Razvoj vinskih cesta • Izgrađena izletnička turistička infrastruktura 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak kapaciteta više kategorije • Nedostatak cjelovitih turističkih proizvoda • Nedostatak receptivne funkcije postojećih agencija • Nedostatak „shopping“ sadržaja (autohtoni proizvodi)
Upravljanje destinacijom i ljudski potencijali	<ul style="list-style-type: none"> • Pozitivna orijentacija Županije prema turizmu • Jak i prepoznatljiv imidž pojedinih destinacija • Uvažavanje turizma u razvojnim projektima • Strateško planiranje i njegovo povezivanje unutar Županije 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljna orijentacija na turizam u pojedinim dijelovima županije • Needuciranost u turizmu • Nerazumijevanje potencijala turizma • Nedovoljno provođenje destinacijskog menadžmenta • Nedovoljna suradnja dionika u turizmu • Razina informiranosti potencijalnih turista • Nedovoljno korištenje obrazovnih progama • Nedovoljna apsorpcijska moć pojedinih JLS za korištenje sredstava EU fondova

https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer_public/3f/df/3fd379-802c-4921-9f6d-90fedb6767bb/strategija_turistickog_razvoja_zagrebacke_zupanije_do_2025.pdf

3.2. Prilike i prijetnje razvoja turizma Zagrebačke županije

U nastavku se iznose prilike koje treba kapitalizirati kao i prijetnje čije negativne učinke treba minimalizirati u nadolazećem razdoblju.

Tablica 2. Prilike i prijetnje razvoja turizma Zagrebačke županije

	PRILIKE	PRIJETNJE
Prostor, gospodarstvo i infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> • Jačanje gospodarske snage i kupovne moći • Razvojni trendovi vezani uz okolišnu održivost • Uvažavanje specifičnih potreba Županije od strane državnih poduzeća (HŽ, HAC) • EU fondovi/ programi za obnovu infrastrukture 	<ul style="list-style-type: none"> • Nastavak gospodarske krize • Nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj • Nedostatak institucionalne podrške poduzetništvu
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> • EU fondovi / programi za ruralni razvoj • Trend rasta potražnje za aktivnim odmorom i boravkom u prirodi • Trend rasta potražnje za aktivnim odmorom i boravkom u prirodi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ograničeni apsorpcijski kapaciteti EU strukturnih fondova / programa

	<ul style="list-style-type: none"> • Trend rasta potražnje za proizvodima kulturnog turizma 	
Turistička suprastruktura	<ul style="list-style-type: none"> • EU fondovi / programi za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu • Segmentacija tržišta • Diversifikacija proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> • Ograničeni apsorpcijski kapaciteti EU strukturnih fondova / programa • Nepovoljna investicijska klima • Brži razvoj konkurencije
Upravljanje destinacijom i ljudski potencijali	<ul style="list-style-type: none"> • Nova zakonska regulativa za destinacijski menadžment • Ponuda obrazovnih programa / korištenje sustava cjeloživotnog obrazovanja 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljna prepoznatljivost Županije kao turističke destinacije • Nemogućnost sagledavanja ukupnih turističkih tokova • Neuključivanje lokalnog stanovništva

(https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer_public/3f/df/3fd379-802c-4921-9f6d-90fedb6767bb/strategija_turistickog_razvoja_zagrebacke_zupanije_do_2025.pdf)

Zagrebačka županija vodeća je inovativna gospodarska županija čiji se razvoj temelji na društvu znanja, prepoznatljivosti i očuvanoj kulturnoj i prirodnoj baštini, privlačnosti za rad, boravak i življenje, a skladno je povezana s razvojem grada Zagreba.

Vizija Zagrebačke županije temelji se na tri strateška cilja ;

- I. Povećati konkurentnost i društvenu odgovornost gospodarstva
- II. Poboljšati infrastrukturu i kvalitetu života održivim korištenjem prirodnih resursa i kulturnih dobara
- III. Razvijati ljudske resurse i unaprijediti upravljanje razvojem

U skladu sa propisanom metodologijom izrade, SWOT analiza izrađena je u suradnji sa oba ključna dionika, Stručnom radnom skupinom i Partnerskim vijećem grada Zagreba.

SWOT analiza izrađena je na temelju prikupljenih podataka Osnovne analize koja uključuje baze podataka i ocjenu stanja po područjima. SWOT analiza uključuje definirane snage i slabosti, te prilike i prijetnje u četiri područja (društvo, gospodarstvo, okoliš i prostor.) Po tome SWOT analiza sadrži prikaz onih slabosti, snaga, prilika i prijetnji koje su identificirane kao ključne tj. najbolje ističu obilježja pojedinog sektora.

Sve kategorije i sastavnice formulirane su prvenstveno s orijentacijom na budući razvoj, dok je upravljanje razvojem kao osobito važno područje navedeno kroz pojedine sastavnice u sve četiri kategorije.

U skladu sa definicijama primjenjene analitičke metode, snage su pozitivni unutarnji čimbenici koji se mogu iskoristiti za ostvarenje strateških ciljeva, a slabosti ukazuju na područja i resurse unutar Grada koji predstavljaju razvojne izazove te se trebaju unaprijediti /osnažiti u perspektivi razvojnog planiranja.“

(http://zacorda.hr/wp-content/uploads/2017/11/glasnik_29-2017.pdf)

Prilike i prijetnje predstavljaju čimbenike iz vanjskog okruženja koji mogu pozitivno, odnosno negativno utjecati na razvoj.

Prostorni plan navodi i konkretne specifične ciljeve razvoja turizma;

- Inventarizaciju i promociju vrijednih dvoraca u području Zaprešića i u drugim dijelovima Županije te njihovo uključivanje u turističku ponudu
- Razvoj i unapređenje zdravstvenog turizma kroz korištenje geotermalnih i ljekovitih izvora vode i ljekovite nafte
- Zaštitu kulturne baštine s posebnim naglaskom na obnovi i revitalizaciji povijesno i estetski vrijednih arhitektonskih objekata te urbanih i ruralnih arhitektonskih cjelina
- Kontroliranu turistifikaciju područja Parka prirode Žumberak-Samoborsko gorje kroz uređenje sustava pješačkih, planinarskih i biciklističkih staza
- Razvoj tranzitnog turizma kroz izgradnju odgovarajuće ponude i informacijskih punktova na važnijim državnim cestama i graničnim prijelazima, pri čemu ključnu ulogu ima međunarodni granični prijelaz Bregana kao glavni ulaz u Hrvatsku iz smjera zapadne Europe
- Općenito unapređenje kvalitete ugostiteljske i smještajne ponude, kroz ponudu različitih usluga i povećanja standarda poslovanja
- Stvaranje prepoznatljivog turističkog proizvoda županijske turističke vinske ceste
- Naglasak na razvoju turističkih agencija s receptivnim obilježjem poslovanja kroz oblikovanje kvalitetnih novih turističkih proizvoda i njihovo plasiranje na turističko tržište i poslovno povezivanje s inozemnim agencijama i drugim poslovnim partnerima.

(https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer_public/3f/df/3fd379-802c-4921-9f6d-90fedb6767bb/strategija_turistickog_razvoja_zagrebacke_zupanije_do_2025.pdf)

4. POJAM STATISTIKE

Statistika je znanstvena disciplina koja proučava metode prikupljanja, sređivanja, analize i tumačenja podataka. Statističke metode i modeli u području ekonomije prikupljaju i analiziraju podatke o industrijskoj, poljoprivrednoj i drugoj proizvodnji, unutrašnjoj i vanjskoj trgovini, turizmu, cijenama, financijskim tokovima i drugim ekonomskim pojavama.

Statistika se dijeli na: deskriptivnu i inferencijalnu.

Deskriptivna statistika obuhvaća postupke uređivanja, tabličnog i grafičkog prikazivanja podataka te izračunavanje opisnih statističkih pokazatelja, temelji se na konkretnim rezultatima dobivenim nekim istraživanjima ili mjerenjima pri čemu je obuhvaćen statistički skup u potpunosti.

Zadaća je deskriptivne statistike da te rezultate „opiše“ tj. da ih sredi i sažme, kako bi bili pregledniji, razumljiviji i pogodniji za interpretaciju i daljnju analizu i primjenu.

Rezultati su deskriptivne statistike mnogobrojni, a među njima osobito su važni oni o gospodarstvu, financijskim tržištima i sl. Najčešće su dani u obliku tabela, grafičkih prikaza i jednostavnih brojevnih pokazatelja.

Inferencijalna statistika se temelji na teoriji vjerojatnosti i proučava metode kojima se pomoću dijela informacija (uzorak) donose zaključci o cjelini (populacija).

Jasno da se pritom izlažemo određenom riziku pogreške. Rizik i nesigurnost u primjeni rezultata dobivenih istraživanjem na temelju uzorka procjenjuje se na temelju načela teorije vjerojatnosti. Osnova analize metodama inferencijalne statistike jest slučajni uzorak.

Primjenjuju li se u istraživanju slučajni uzorci tada se može brojčano izraziti pogreška nastala zbog primjene uzorka.

Pojava je takve pogreške razumljiva jer se pri računanju statističkog pokazatelja umjesto podataka za svaku jedinicu rabe podaci za dio jedinica. Predmet proučavanja statistike su određene zakonitosti koje se javljaju u masovnim pojavama.

Zadaća statistike je uočiti zakonitosti u masovnim i slučajnim pojavama te ih iskazati. Brojčano.masovne pojave su skupine istovrsnih elemenata koje imaju jedno ili više zajedničkih svojstava i nazivamo ih statističkom masom ili statističkim skupom.

Statistika se prije posljednjeg stoljeća, a i ranije, u području gospodarstva većim dijelom sastojala od sustavnih, razrađenih postupaka prikupljanja podataka i njihova tabelarnoga, grafičkog prikazivanja i jednostavne brojčane analize. Takva uloga statistike postoji i danas.

Veliku raznovrsnost i raširenost primjene u gospodarskoj i poslovnoj analizi statistika duguje dostignućima u statističkoj teoriji i metodologiji. Pritom je osobito veliki utjecaj statističkih informacijskih sustava i razvijene statističke programske potpore.

Statistička programska potpora omogućuje ekonomičnu i jednostavnu primjenu velikog broja složenih statističkih postupaka, ponavljanje statističkih modela i poslovno odlučivanje.

Rezultati primjene statističkih metoda važni su u modernom menadžmentu, upravljanju proizvodnjom i produktivnošću rada.

Kod donošenja poslovnih odluka važne su prosudbe kretanja prodaje, zaliha, cijena, profita, pokazatelja burzovnih transakcija i burzovnog poslovanja u vremenu.

Razvijene metode statističkih predviđanja na temelju vremenskih nizova postale su važno sredstvo pomoću kojega se smanjuje rizik od donošenja pogrešnih odluka.

5. STATISTIČKA ANALIZA

5.1. Statistička analiza noćenja u zagrebačkoj županiji od 2016. do 2019.

Gospodarske, znanstvenoistraživačke i druge djelatnosti odvijaju se u doba razvijene tehnologije i komunikacija te neprestanog priljeva golemog broja različitih

podataka. Stoga je gotovo u svakom stručnom i istraživačkom radu važno poznavati i tumačiti podatke te razumijevati dobivene zaključke.

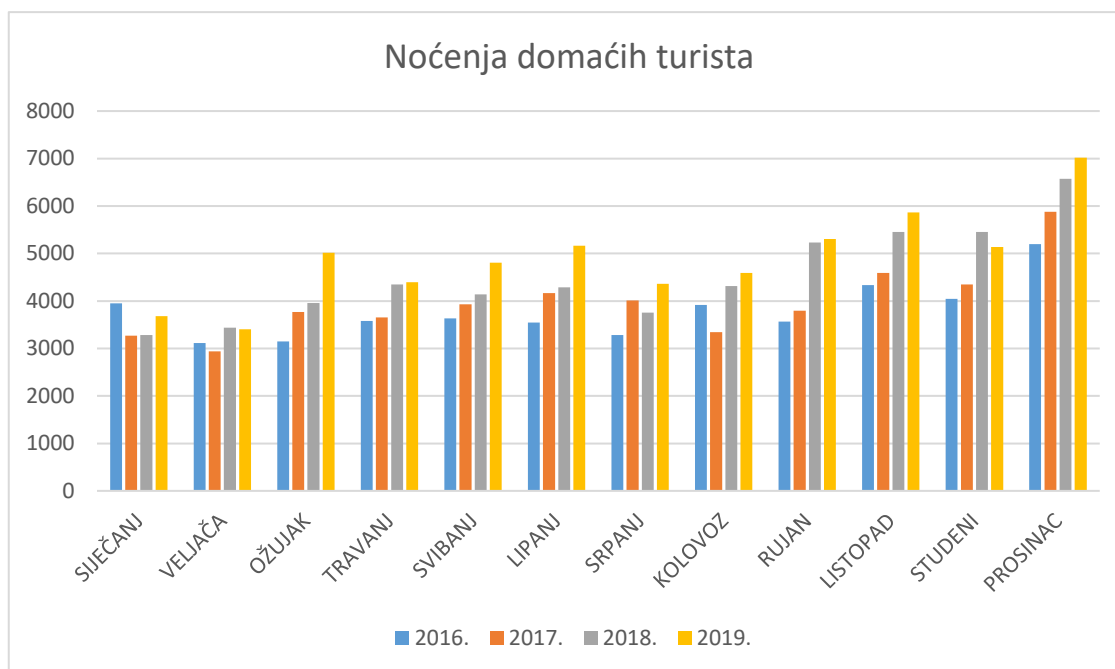
Osim toga, nužno je poznavati i načine prikupljanja podataka i metode njihove analize. Podaci i s njima povezane metode analize u svezi su s područjem statistike, stoga ćemo kroz idućih nekoliko tablica proanalizirati noćenja domaćih i stranih turista u Zagrebačkoj županiji.

Tablica 3. Statistički podaci **noćenja domaćih** turista od 2016. do 2019. godine

	2016.	2017.	2018.	2019.
SIJEČANJ	3950	3268	3283	3680
VELJAČA	3115	2938	3435	3404
OŽUJAK	3149	3765	3954	5018
TRAVANJ	3577	3652	4350	4394
SVIBANJ	3632	3932	4142	4804
LIPANJ	3545	4165	4284	5163
SRPANJ	3285	4009	3755	4359
KOLOVOZ	3915	3345	4313	4589
RUJAN	3569	3795	5231	5302
LISTOPAD	4334	4588	5453	5867
STUDENI	4043	4350	5452	5135
PROSINAC	5198	5881	6570	7019
UKUPNO	45312	47688	54222	58734
Aritmetička sredina	3776	3974	4518,5	4894,5
Standardna devijacija	553,9263	726,9382	927,8295	917,6909
Koeficijent varijacije	0,146697	0,182924	0,20534	0,187494

Izvor: Vlastita izrada autora (preuzeto sa: <https://www.dzs.hr/>)

Grafikon 1. Noćenja domaćih turista 2016.-2019. godina.



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije prema godinama:

2016. i 2017. - 0,787699

2017. i 2018. - 0,858695

2018. i 2019. - 0,915573

Ukupan broj noćenja domaćih turista je svake godine bio sve veći, a promatrajući Pearsonov koeficijent korelacije koji je između godina bio srednje visok i visok vidljivo je da je taj rast bio ravnomjeran što se tiče dolazaka domaćih turista po mjesecima.

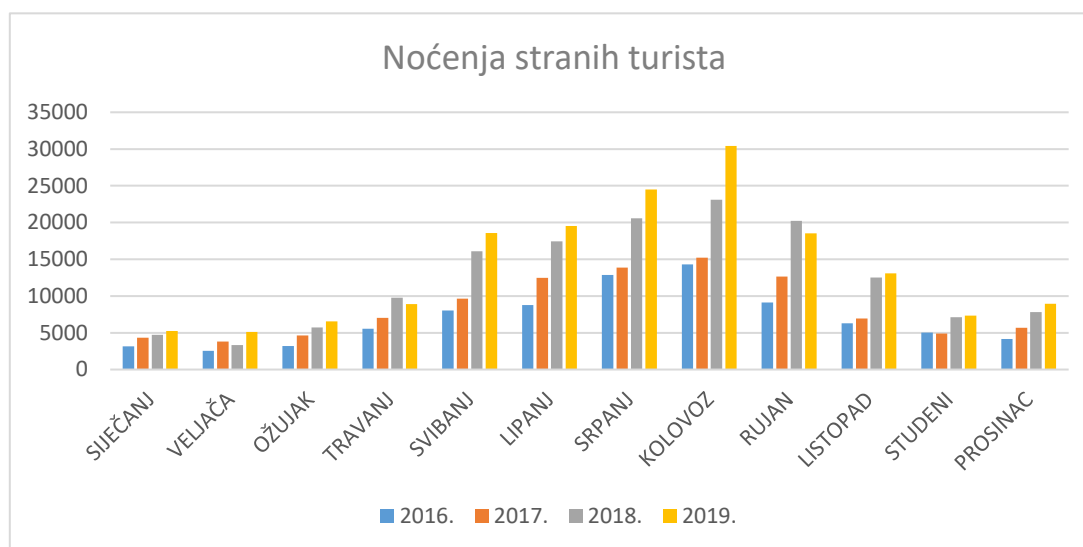
Prema Pearsonovom koeficijentu korelacije koji je prema promatranim razdobljima bio sve veći, vidimo da su se noćenja domaćih turista ustabilili, te tako zaključujemo da je postignuta određena pravilnost. Iako je broj dolazaka domaćih turista u zimskim mjesecima bio nešto veći, prema koeficijentu varijacije po godinama, vidi se da je raspršenost mala te zaključujemo da nema značajnije razlike noćenja domaćih turista po mjesecima.

Tablica 4. Statistički podatci **noćenja stranih** turista od 2016. do 2019. godine

	2016.	2017.	2018.	2019.
SIJEČANJ	3159	4316	4703	5227
VELJAČA	2525	3786	3343	5123
OŽUJAK	3197	4632	5706	6557
TRAVANJ	5539	7031	9768	8915
SVIBANJ	8024	9653	16073	18585
LIPANJ	8762	12492	17427	19530
SRPANJ	12870	13855	20561	24514
KOLOVOZ	14283	15206	23103	30432
RUJAN	9123	12643	20245	18541
LISTOPAD	6288	6949	12525	13101
STUDENI	5032	4896	7105	7338
PROSINAC	4141	5663	7825	8964
UKUPNO	82943	101122	148384	166827
Aritmetička sredina	6911,917	8426,833	12365,33	13902,25
Standardna devijacija	3651,442	3961,294	6604,549	7959,469
Koeficijent varijacije	0,528282	0,470081	0,534118	0,572531

Izvor: Vlastita izrada autora (preuzeto sa: <https://www.dzs.hr/>)

Grafikon 2. Noćenja stranih turista 2016. - 2019. godine



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije:

2016.-2017. – 0,965221

2017.-2018. - 0,983521

2018.-2019. – 0,968945

Ukupan broj noćenja stranih turista je rastao i padao iz godine u godinu, a promatrajući Pearsonov koeficijent korelacije koji je između godina bio visok, vidljivo je da je taj rast bio ravnomjeran što se tiče noćenja stranih turista po mjesecima. Vidljivo je da je najveći broj noćenja stranih turista bio u ljetnim mjesecima, točnije u kolovozu, dok je najmanji broj noćenja stranih turista bio u zimskim mjesecima odnosno u veljači.

Broj noćenja stranih turista u ljetnim mjesecima bio je izrazito veći, a prema koeficijentu varijacije po godinama vidi se da je raspršenost velika, te zaključujemo da postoji statistički značajna razlika u noćenjima stranih turista po mjesecima.

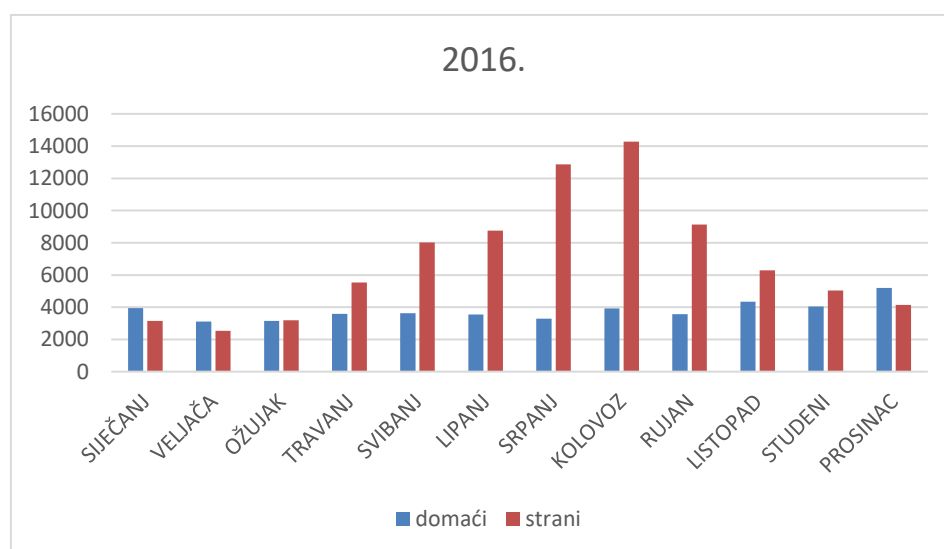
Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2016., 2017., 2018., i 2019. godinu

Tablica 5. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2016. godinu

	DOMAĆI	STRANI
SIJEČANJ	3950	3159
VELJAČA	3115	2525
OŽUJAK	3149	3197
TRAVANJ	3577	5539
SVIBANJ	3632	8024
LIPANJ	3545	8762
SRPANJ	3285	12870
KOLOVOZ	3915	14283
RUJAN	3569	9123
LISTOPAD	4334	6288
STUDENI	4043	5032
PROSINAC	5198	4141

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 3.: Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2016. godinu



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: - 0,11895

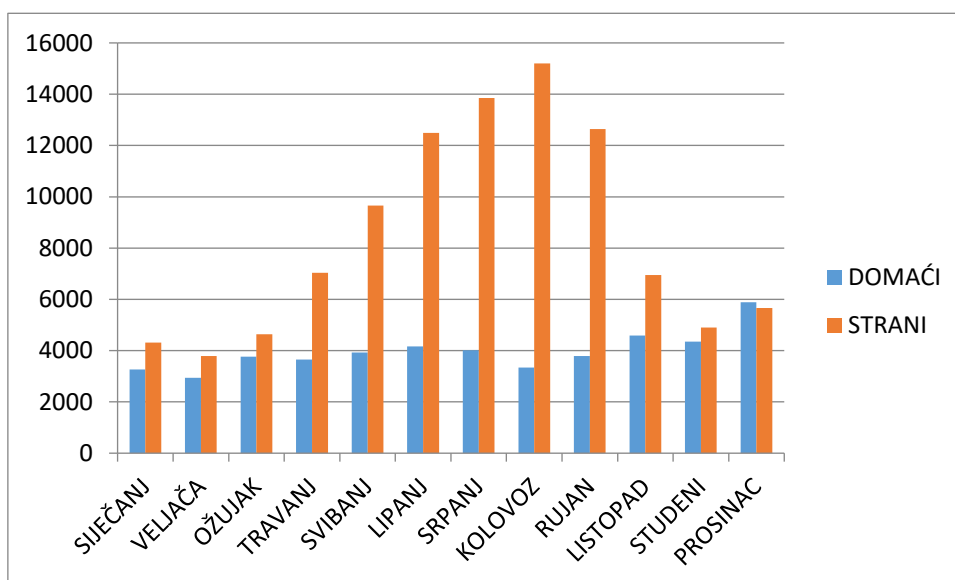
Iz ove tablice i grafa možemo zaključiti da nema nikakve povezanosti tj. da je izrazito mala povezanost između noćenja domaćih i stranih turista.

Tablica 6. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2017. godinu

2017.	DOMAĆI	STRANI
SIJEČANJ	3268	4316
VELJAČA	2938	3786
OŽUJAK	3765	4632
TRAVANJ	3652	7031
SVIBANJ	3932	9653
LIPANJ	4165	12492
SRPANJ	4009	13855
KOLOVOZ	3345	15206
RUJAN	3795	12643
LISTOPAD	4588	6949
STUDENI	4350	4896
PROSINAC	5881	5663

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 4. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista u 2017. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: - 0,07688

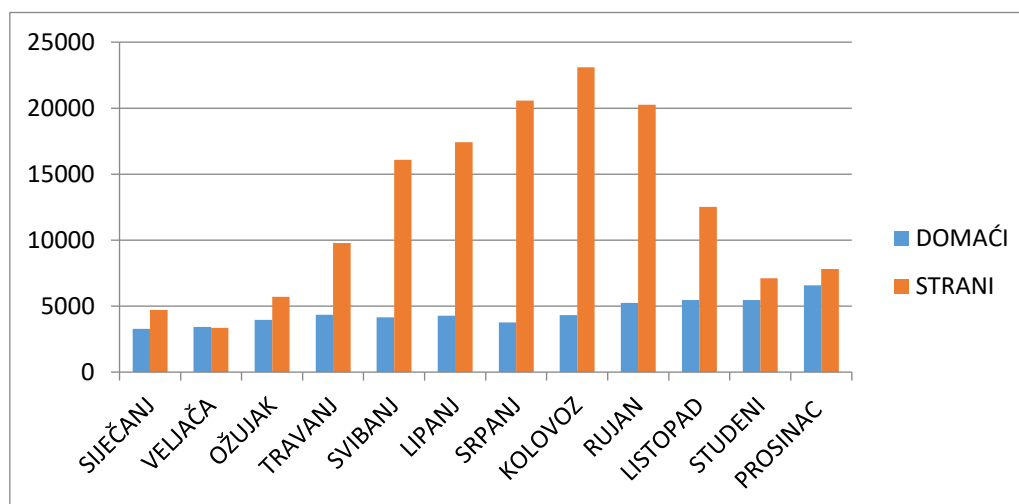
Prema Personovom koeficijentu korelacije možemo zaključiti da nema nikakve povezanosti tj. da je izrazito mala povezanost između noćenja domaćih i stranih turista. Najveća sličnost broja noćenja je u prosincu, a najmanja u kolovozu.

Tablica 7. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2018. godinu

2018.	DOMAĆI	STRANI
SIJEČANJ	3283	4703
VELJAČA	3435	3343
OŽUJAK	3954	5706
TRAVANJ	4350	9768
SVIBANJ	4142	16073
LIPANJ	4284	17427
SRPANJ	3755	20561
KOLOVOZ	4313	23103
RUJAN	5231	20245
LISTOPAD	5453	12525
STUDENI	5452	7105
PROSINAC	6570	7825

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 5. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2018. godinu



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: 0,053457

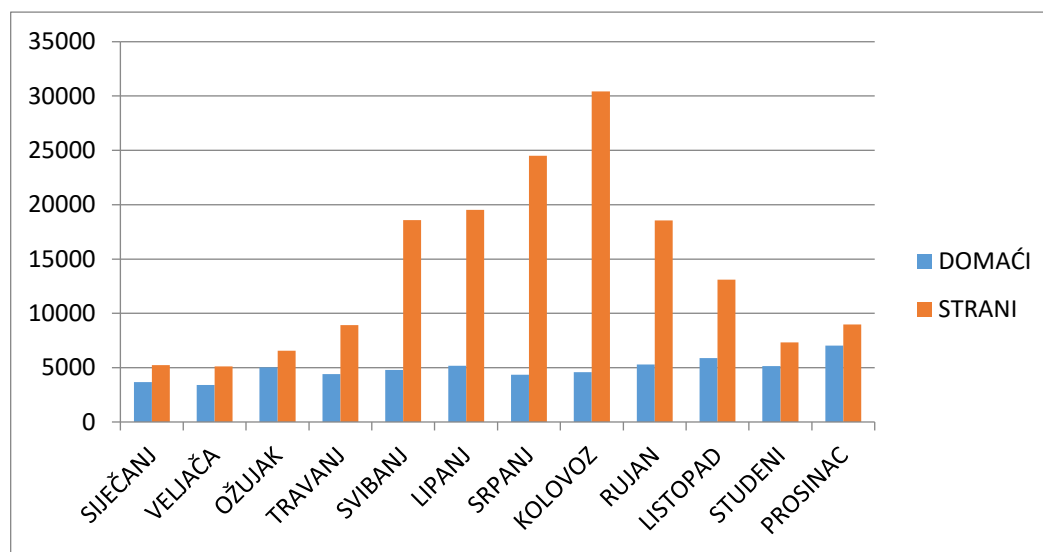
Prema Pearsonovom koeficijentu korelacije možemo zaključiti da nema nikakve povezanosti tj. da je izrazito mala povezanost između noćenja domaćih i stranih turista. Najveća sličnost broja noćenja je u veljači, a najmanja u kolovozu.

Tablica 8. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2019. godinu

2019.	DOMAĆI	STRANI
SIJEČANJ	3680	5227
VELJAČA	3404	5123
OŽUJAK	5018	6557
TRAVANJ	4394	8915
SVIBANJ	4804	18585
LIPANJ	5163	19530
SRPANJ	4359	24514
KOLOVOZ	4589	30432
RUJAN	5302	18541
LISTOPAD	5867	13101
STUDENI	5135	7338
PROSINAC	7017	8964

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 6. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2019. godinu



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: 0,052689

Iz ove tablice i grafa možemo zaključiti da nema nikakve povezanosti tj. da je izrazito mala povezanost između noćenja domaćih i stranih turista. Najveća sličnost broja noćenja je u siječnju, a najmanja u kolovozu.

5.2. Statistička analiza dolazaka u zagrebačkoj županiji od 2016. do 2019. godine

Statističke su metode dosta važne za ostvarenje upravljanja kakvoćom. Te se metode odnose na praćenje i upravljanje poslovnim događajima i proizvodnim procesima, a bez njih se ne bi mogao postići odgovarajući upravljački standard.

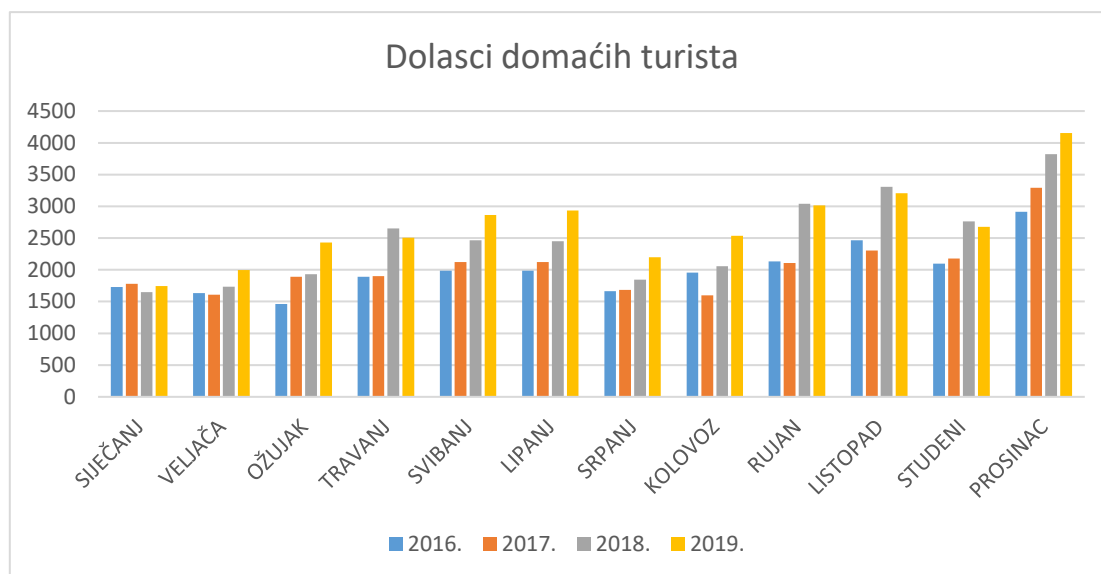
Među mnogobrojnim su rezultatima razvoja statistike i modeli odlučivanja u doba neizvjesnosti i rizika.

Tablica 9. Statistički podatci dolazaka domaćih turista u Zagrebačkoj županiji

	2016.	2017.	2018.	2019.
SIJEČANJ	1731	1781	1648	1743
VELJAČA	1634	1606	1732	1997
OŽUJAK	1461	1891	1933	2432
TRAVANJ	1892	1899	2651	2508
SVIBANJ	1988	2120	2465	2865
LIPANJ	1988	2121	2448	2934
SRPANJ	1662	1683	1844	2198
KOLOVOZ	1956	1596	2057	2534
RUJAN	2133	2109	3038	3014
LISTOPAD	2467	2305	3305	3208
STUDENI	2096	2177	2764	2678
PROSINAC	2914	3290	3819	4156
UKUPNO	23922	24578	29704	32267
Aritmetička sredina	1993,5	2048,167	2475,333	2688,917
Standardna devijacija	376,9232	436,8943	647,4409	602,4874
Koeficijent varijacije	0,189076	0,21331	0,261557	0,224063

Izvor: vlastita izrada autora preuzeto sa: (<https://www.dzs.hr/>)

Grafikon 7. Dolasci domaćih turista u Zagrebačkoj županiji od 2016. do 2019. godine



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije :

2016.-2017. – 0,886361

2017.-2018. – 0,877581

2018.-2019. – 0,929818

Prema ukupnom broju dolazaka domaćih turista iz godine u godinu vidljivo je da nema značajnijih promjena među mjesecima te tako zaključujemo da je cijelo vrijeme postojao kontinuitet.

Promatrajući Pearsonov koeficijent korelacije koji je između godina bio srednje visok i visok, vidljivo je da je taj rast bio ravnomjeran što se tiče dolazaka domaćih turista po mjesecima.

Prema Pearsonovom koeficijentu korelacije koji je prema promatranim razdobljima bio veći, vidimo da su se dolasci domaćih turista ustabilili, te tako zaključujemo da je postignuta određena pravilnost.

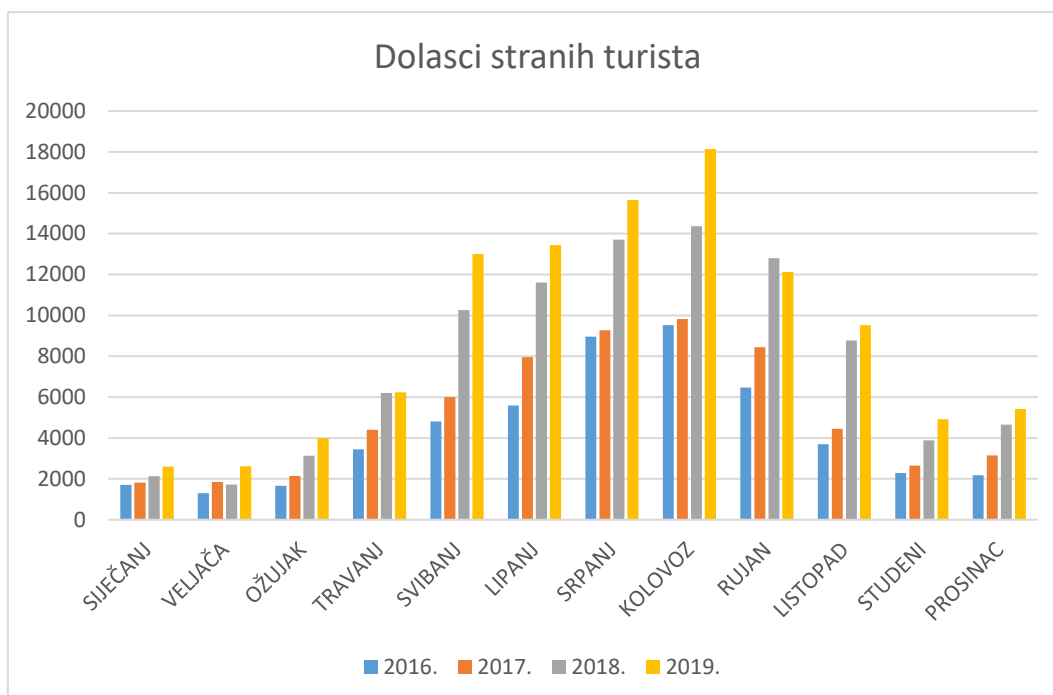
Iako je broj dolazaka domaćih turista u zimskim mjesecima bio nešto veći, prema koeficijentu varijacije po godinama, vidi se da je raspršenost mala te zaključujemo da nema značajnije razlike dolazaka domaćih turista po mjesecima.

Tablica 10. Statistički podatci dolazaka stranih turista u Zagrebačkoj županiji

	2016.	2017.	2018.	2019.
SIJEČANJ	1700	1812	2121	2593
VELJAČA	1302	1849	1727	2620
OŽUJAK	1666	2144	3130	3989
TRAVANJ	3442	4396	6209	6233
SVIBANJ	4805	5999	10257	12998
LIPANJ	5583	7960	11606	13439
SRPANJ	8960	9267	13706	15655
KOLOVOZ	9518	9815	14367	18141
RUJAN	6467	8443	12805	12126
LISTOPAD	3702	4451	8779	9516
STUDENI	2292	2646	3881	4915
PROSINAC	2168	3141	4658	5421
UKUPNO	51605	61923	93246	107646
Aritmetička sredina	4300,417	5160,25	7770,5	8970,5
Standardna devijacija	2706,433	2895,535	4502,13	5144,416
koeficijent varijacije	0,629342	0,561123	0,579387	0,573482

Izvor: Vlastita izrada autora, (preuzeto sa <https://www.dzs.hr/>)

Grafikon 8. Dolasci stranih turista u Zagrebačkoj županiji od 2016. do 2019. godine



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije:

2016.- 2017. – 0,973706

2017.- 2018. – 0,983797

2018.- 2019. – 0,980034

Ukupan broj dolazaka stranih turista je rastao iz godine u godinu, a promatrajući Pearsonov koeficijent korelacije koji je između godina bio visok, vidljivo je da je taj rast bio ravnomjeran što se tiče dolazaka stranih turista po mjesecima.

Vidljivo je da je najveći broj dolazaka stranih turista bio u ljetnim mjesecima, točnije u kolovožu, dok je najmanji broj dolazaka stranih turista bio u zimskim mjesecima odnosno u siječnju.

Broj dolazaka stranih turista u ljetnim je mjesecima bio izrazito veći, a prema koeficijentu varijacije po godinama, vidi se da je raspršenost velika te zaključujemo da postoji statistički značajna razlika u dolascima stranih turista po mjesecima.

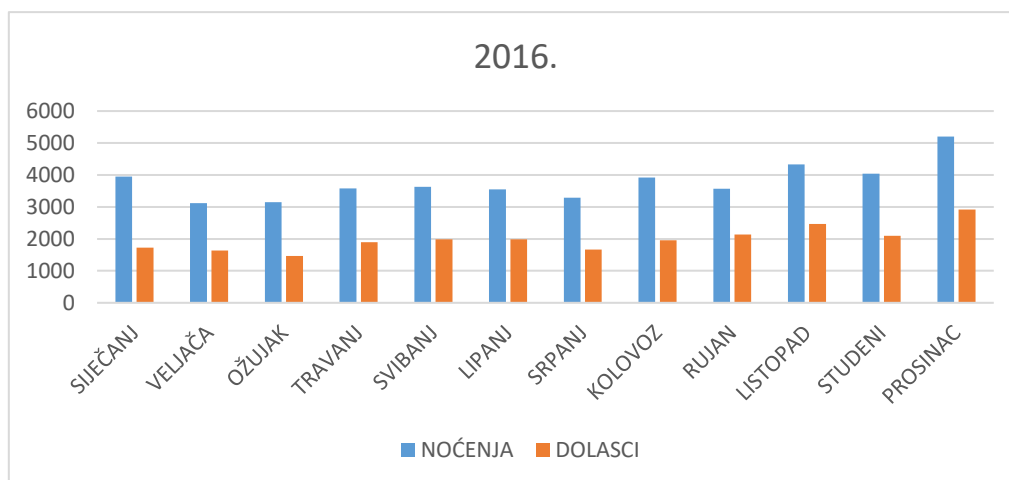
5.3. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista od 2016. do 2019. godine

Tablica 11. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2016. godini

2016.	NOĆENJA	DOLASCI	BROJ NOĆENJA PO DOLASKU
SIJEČANJ	3950	1731	2,281918
VELJAČA	3115	1634	1,906365
OŽUJAK	3149	1461	2,155373
TRAVANJ	3577	1892	1,890592
SVIBANJ	3632	1988	1,826962
LIPANJ	3545	1988	1,783199
SRPANJ	3285	1662	1,976534
KOLOVOZ	3915	1956	2,001534
RUJAN	3569	2133	1,67323
LISTOPAD	4334	2467	1,75679
STUDENI	4043	2096	1,928912
PROSINAC	5198	2914	1,783802

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 9. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2016. godini

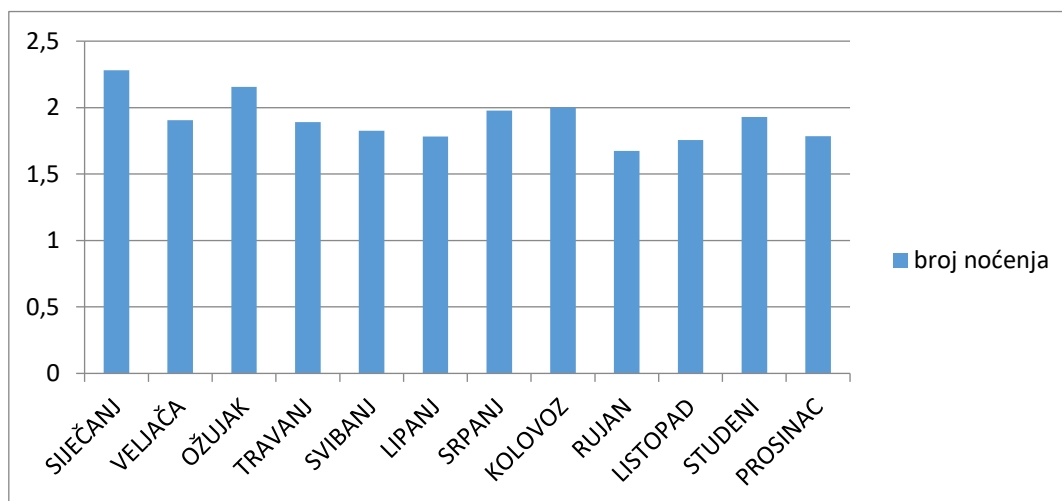


Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: 0,908939

Gledajući Pearsonov koeficijent korelacije prema mjesecima, možemo zaključiti da je korelacija visoka te možemo zaključiti da je velika povezanost između dolazaka i noćenja domaćih turista u 2016. godini.

Grafikon 10. Broj noćenja po dolasku domaćih turista 2016. godine



Izvor: Vlastita izrada autora

Aritmetička sredina: 1,913768

Standardna devijacija: 0,173296

Koeficijent varijacije: 9,055225

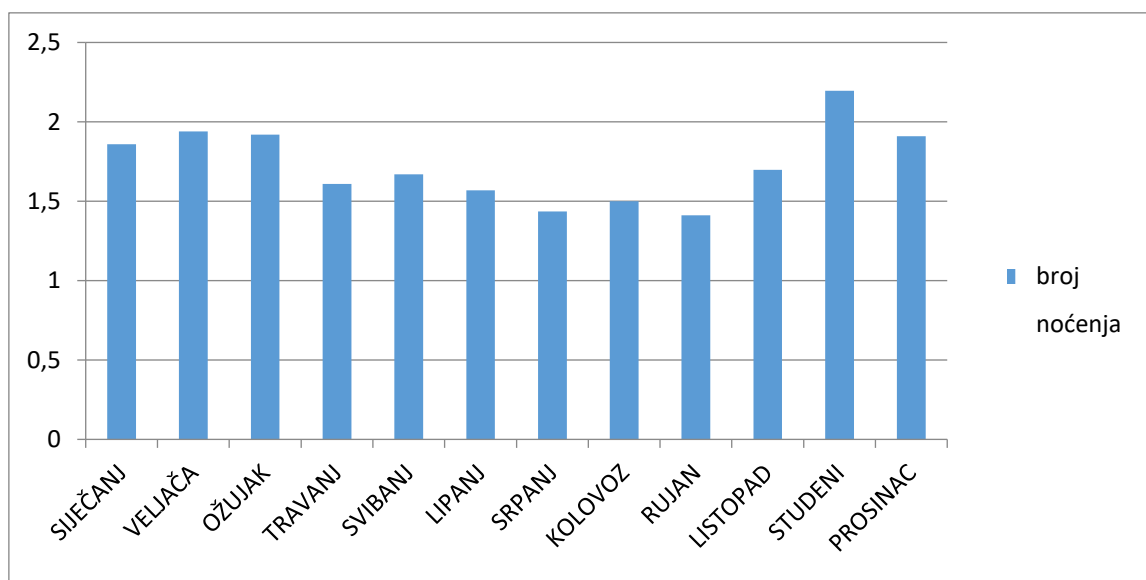
Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,9 noćenja.

Tablica 12. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2016. godini

2016.	NOĆENJA	DOLASCI	BR.NOĆENJA PO DOLASKU
SIJEČANJ	3159	1700	1,858235
VELJAČA	2525	1302	1,939324
OŽUJAK	3197	1666	1,918968
TRAVANJ	5539	3442	1,609239
SVIBANJ	8024	4805	1,669927
LIPANJ	8762	5583	1,569407
SRPANJ	12870	8960	1,436384
KOLOVOZ	14283	9518	1,50063
RUJAN	9123	6467	1,4107
LISTOPAD	6288	3702	1,698541
STUDENI	5032	2292	2,195462
PROSINAC	4141	2168	1,910055

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 11. Broj noćenja po dolasku stranih turista u 2016. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

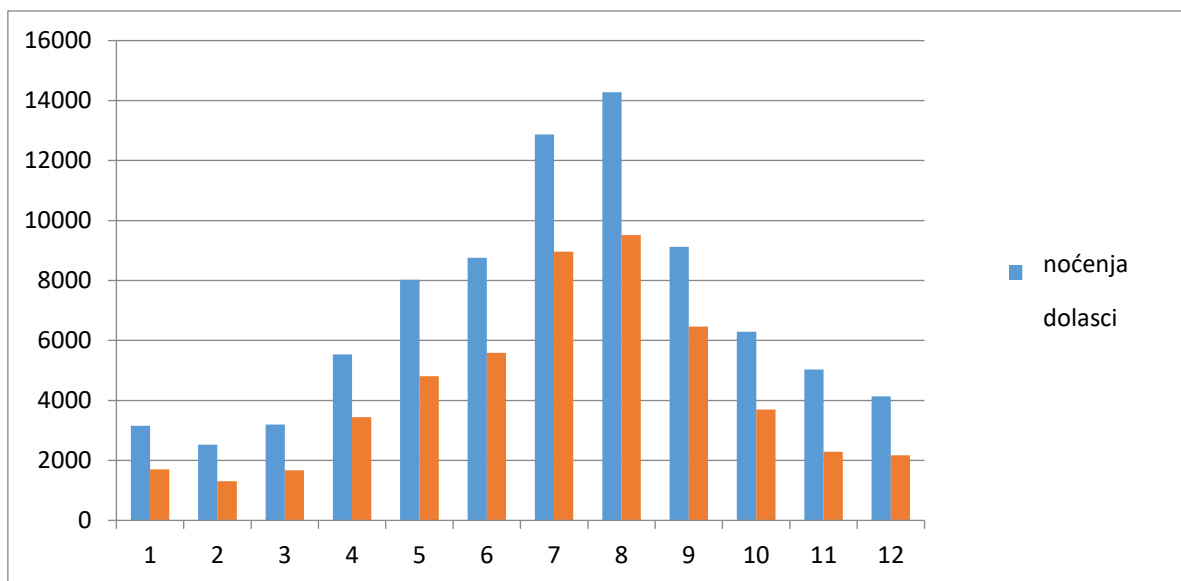
Aritmetička sredina: 1,726406

Standardna devijacija: 0,239438

Koeficijent varijacije: 13,86914

Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,7 noćenja.

Grafikon 12. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2016. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Pearson: 0,99404

Prema Pearsonovom koeficijentu korelacije povezanost između broja noćenja i dolazaka stranih turista u 2016. godini je visoka

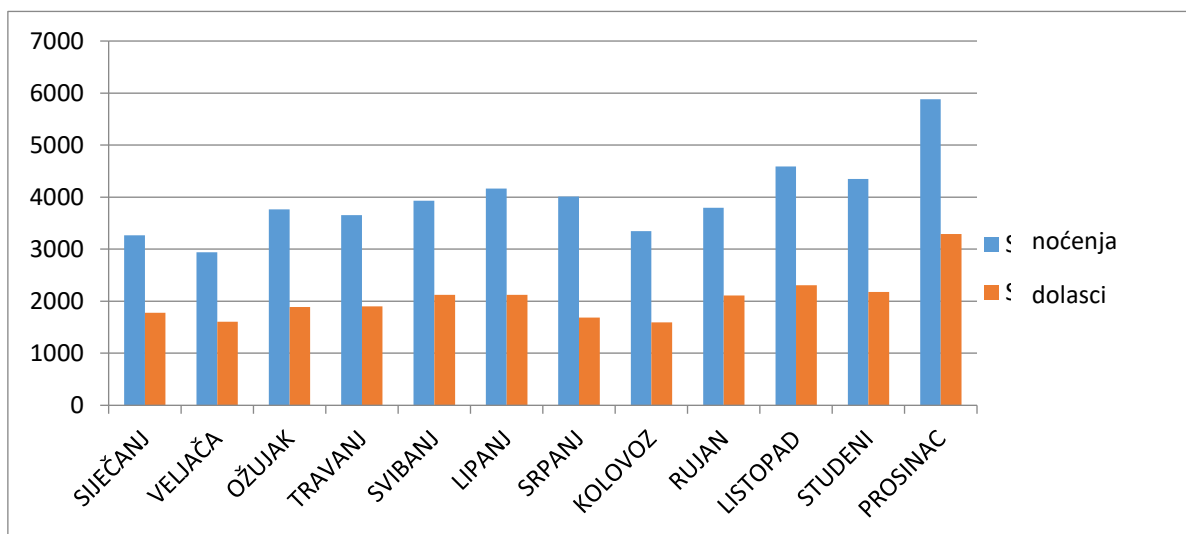
Tablica 13. Usporedba dolazaka i noćenja **domaćih** turista za 2017. godinu

2017.	NOĆENJA	DOLASCI	BROJ NOĆENJA PO DOLASKU
SIJEČANJ	3268	1781	1,834924
VELJAČA	2938	1606	1,82939
OŽUJAK	3765	1891	1,99101
TRAVANJ	3652	1899	1,923117
SVIBANJ	3932	2120	1,854717
LIPANJ	4165	2121	1,963696
SRPANJ	4009	1683	2,382056

KOLOVOZ	3345	1596	2,095865
RUJAN	3795	2109	1,799431
LISTOPAD	4588	2305	1,990456
STUDENI	4350	2177	1,998163
PROSINAC	5881	3290	1,787538

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 13. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2017. godini

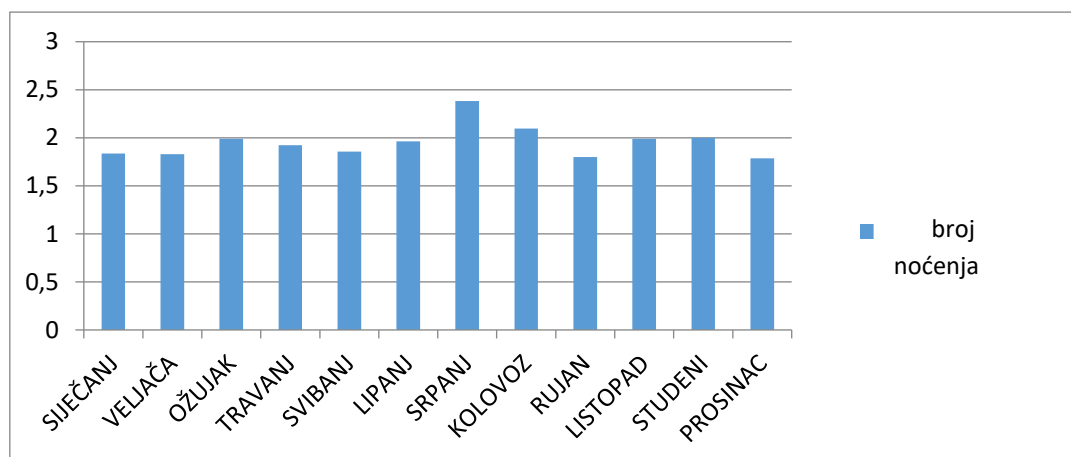


Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: 0,937654

Prema Pearsonovom koeficijentu korelacije povezanost između broja noćenja i dolazaka domaćih turista u 2017. godini je visoka.

Grafikon 14. Broj noćenja po dolasku domaćih turista u 2017. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Aritmetička sredina: 1,954197

Standardna devijacija: 0,165205

Koeficijent varijacije: 8,453845

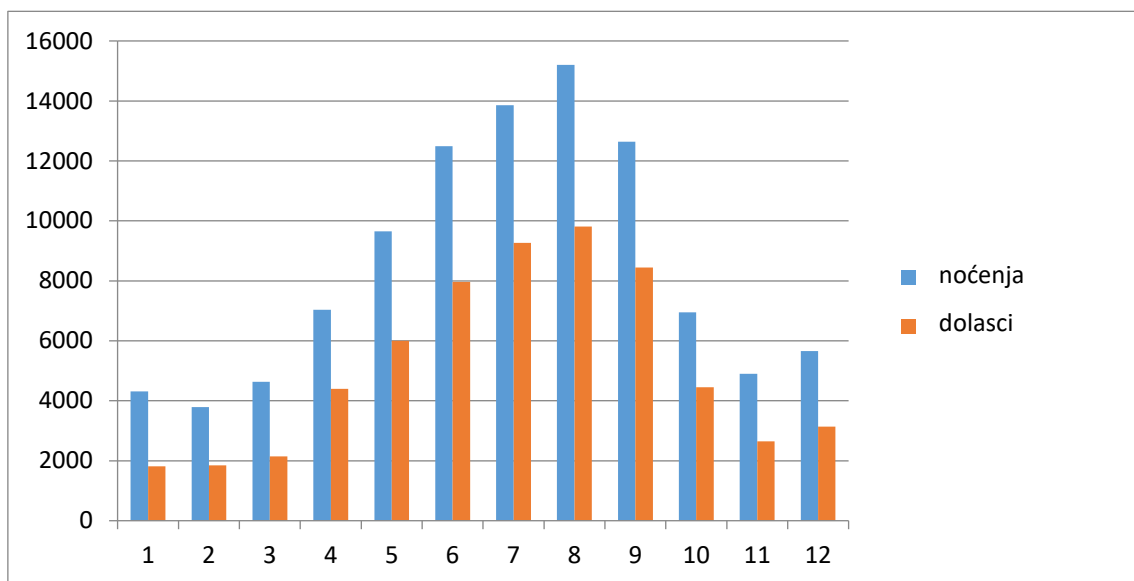
Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,9 noćenja.

Tablica 14. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2017. godini

2017.	NOĆENJA	DOLASCI	BR.DOLAZAKA PO NOĆENJU
SIJEČANJ	4316	1812	2,381898
VELJAČA	3786	1849	2,047593
OŽUJAK	4632	2144	0,658797
TRAVANJ	7031	4396	1,599409
SVIBANJ	9653	5999	1,609102
LIPANJ	12492	7960	1,569347
SRPANJ	13855	9267	1,49509
KOLOVOZ	15206	9815	1,549261
RUJAN	12643	8443	1,497454
LISTOPAD	6949	4451	1,561222
STUDENI	4896	2646	1,85034
PROSINAC	5663	3141	1,802929

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 15. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2017. godini

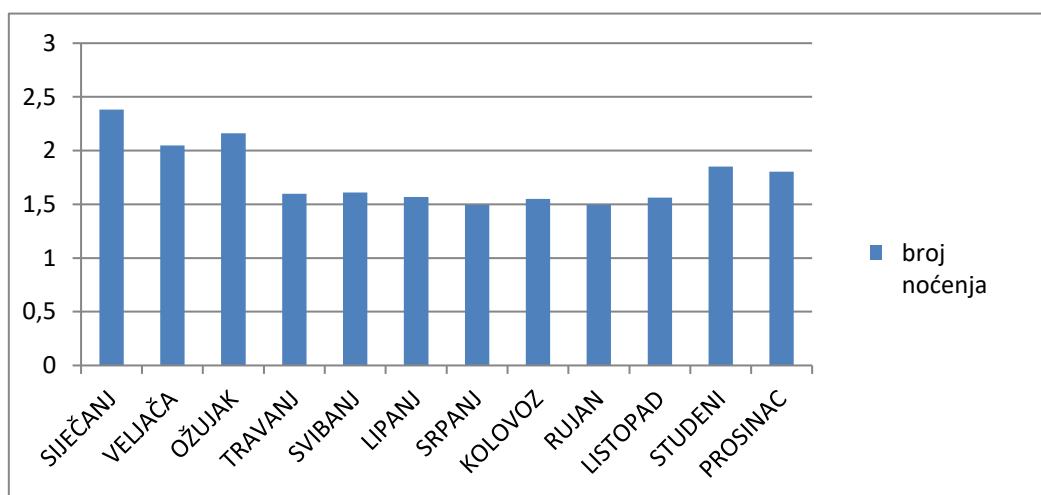


Izvor: Vlastita izrada autora

Pearson: 0,997149

Prema Perasonovom koeficijentu korelacije povezanost između dolazaka i noćenja stranih turista u 2017. godini je visoka.

Grafikon 16. Broj noćenja po dolasku stranih turista u 2017. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Aritmetička sredina: 1,760341

Standardna devijacija: 0,293532

Koeficijent varijacije: 16,6747

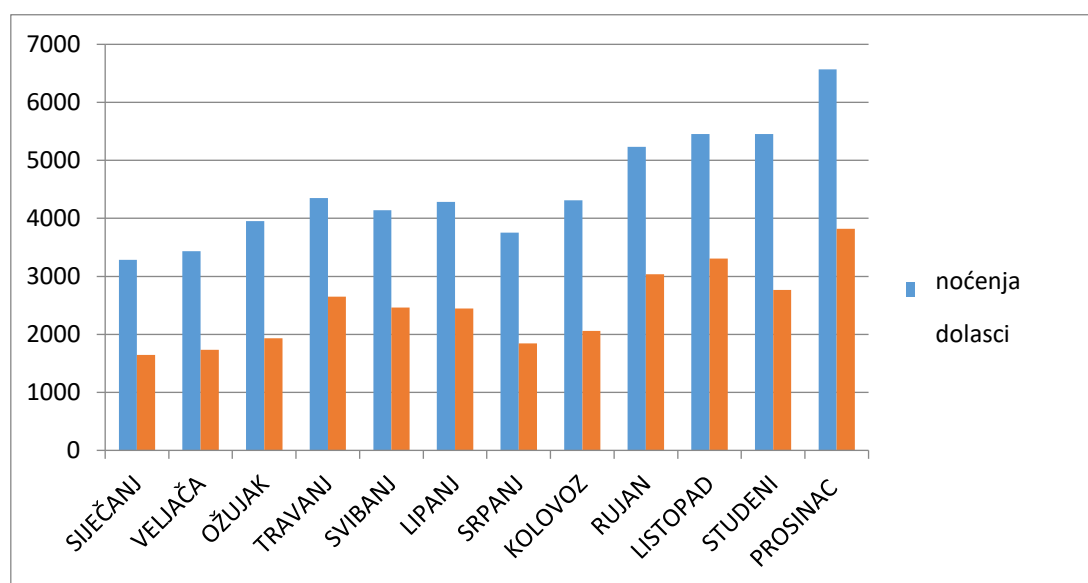
Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,7 noćenja.

Tablica 15. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista za 2018. godinu

2018.	NOĆENJA	DOLASCI	BROJ NOĆENJA PO DOLASKU
SIJEČANJ	3283	1648	1,992112
VELJAČA	3435	1732	1,983256
OŽUJAK	3954	1933	2,045525
TRAVANJ	4350	2651	1,64089
SVIBANJ	4142	2465	1,680325
LIPANJ	4284	2448	1,75
SRPANJ	3755	1844	2,036334
KOLOVOZ	4313	2057	2,096743
RUJAN	5231	3038	1,721856
LISTOPAD	5453	3305	1,649924
STUDENI	5452	2764	1,972504
PROSINAC	6570	3819	1,720346

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 17. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2018. godini

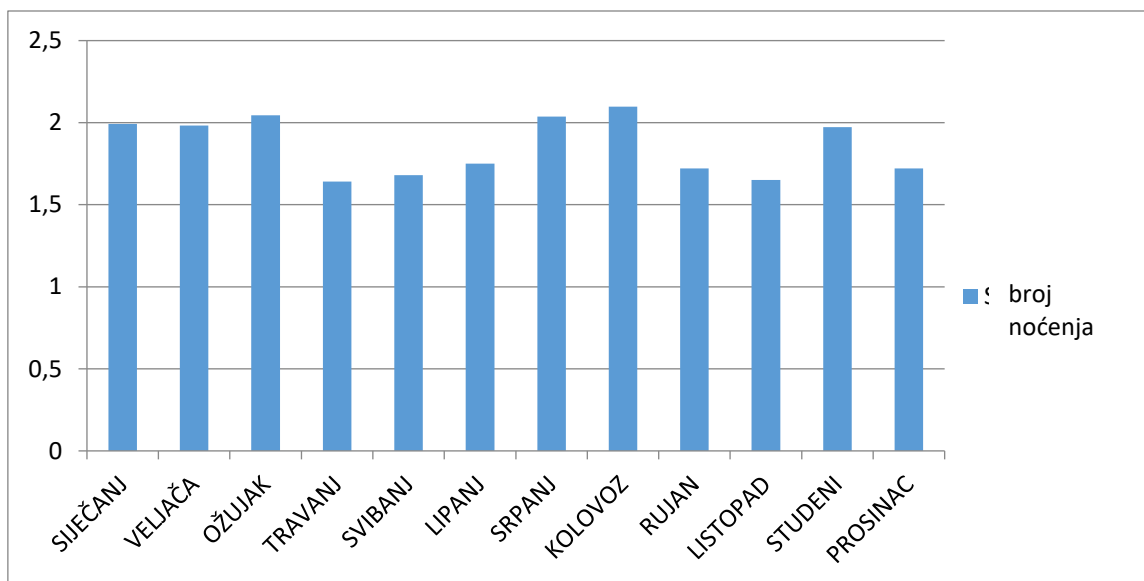


Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: 0,955062

Promatrajući Pearsonov koeficijent korelacije vidljivo je da je Pearson bio velik i da je velika povezanost između dolazaka i noćenja domaćih turista u 2018. godini.

Grafikon 18. Broj noćenja po dolasku domaćih turista u 2018. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Aritmetička sredina: 1,857485

Standardna devijacija: 0,1763

Koeficijent varijacije: 9,491326

Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,8 noćenja.

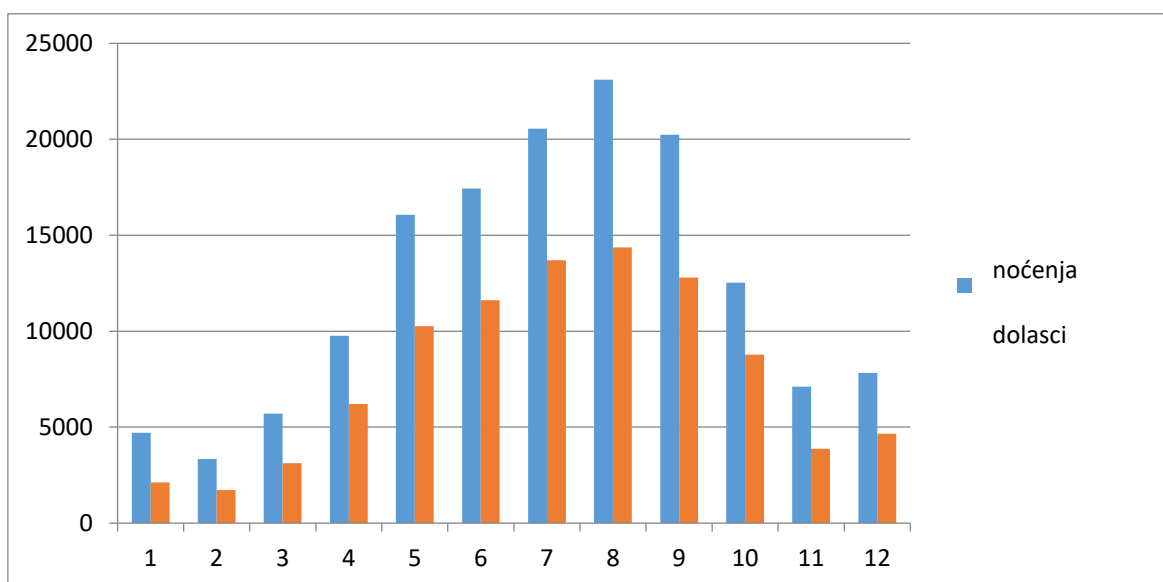
Tablica 16. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista za 2018. godinu

2018.	NOĆENJA	DOLASCI	BR.NOĆENJA PO DOLASKU
SIJEČANJ	4703	2121	2,21735
VELJAČA	3343	1727	1,935727
OŽUJAK	5706	3130	1,823003
TRAVANJ	9768	6209	1,5732
SVIBANJ	16073	10257	1,567027

LIPANJ	17427	11606	1,501551
SRPANJ	20561	13706	1,500146
KOLOVOZ	23103	14367	1,60806
RUJAN	20245	12805	1,581023
LISTOPAD	12525	8779	1,4267
STUDENI	7105	3881	1,830714
PROSINAC	7825	4658	1,679906

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 19. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista 2018. godine

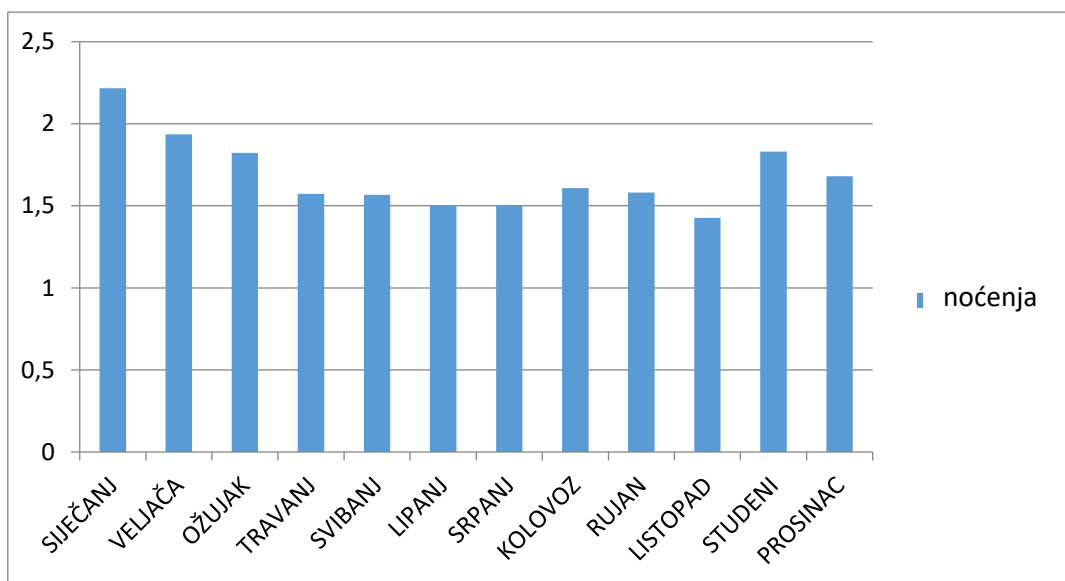


Izvor: Vlastita izrada autora

Perasonov koeficijent korelacije: 0,995772

Prema Personovom koeficijentu korelacije povezanost između broja noćenja i dolazaka stranih turista u 2018. godini je velika.

Grafikon 20. Broj noćenja po dolasku stranih turista u 2018. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Aritmetička sredina: 1,687034

Standardna devijacija: 0,226476

Koeficijent varijacije: 13,42451

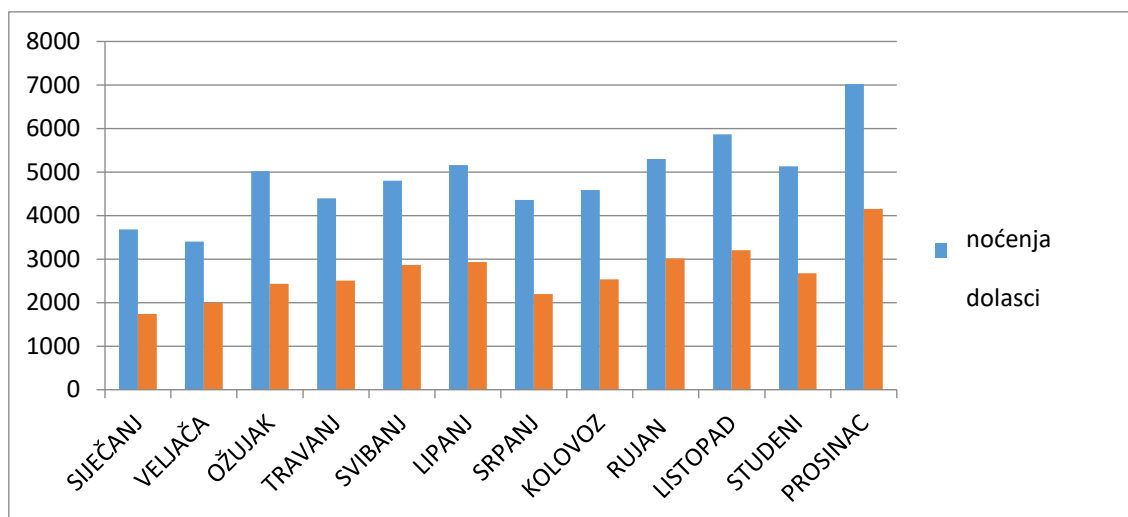
Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,7 noćenja.

Tablica 17. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista za 2019. godinu

2019.	NOĆENJA	DOLASCI	BROJ NOĆENJA PO DOLASKU
SIJEČANJ	3680	1743	2,111302
VELJAČA	3404	1997	1,704557
OŽUJAK	5018	2432	2,063322
TRAVANJ	4394	2508	1,751994
SVIBANJ	4804	2865	1,676789
LIPANJ	5163	2934	1,759714
SRPANJ	4359	2198	1,983167
KOLOVOZ	4589	2534	1,810971
RUJAN	5302	3014	1,759124
LISTOPAD	5867	3208	1,828865
STUDENI	5135	2678	1,917476
PROSINAC	7019	4156	1,688884

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 21. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2019. godini

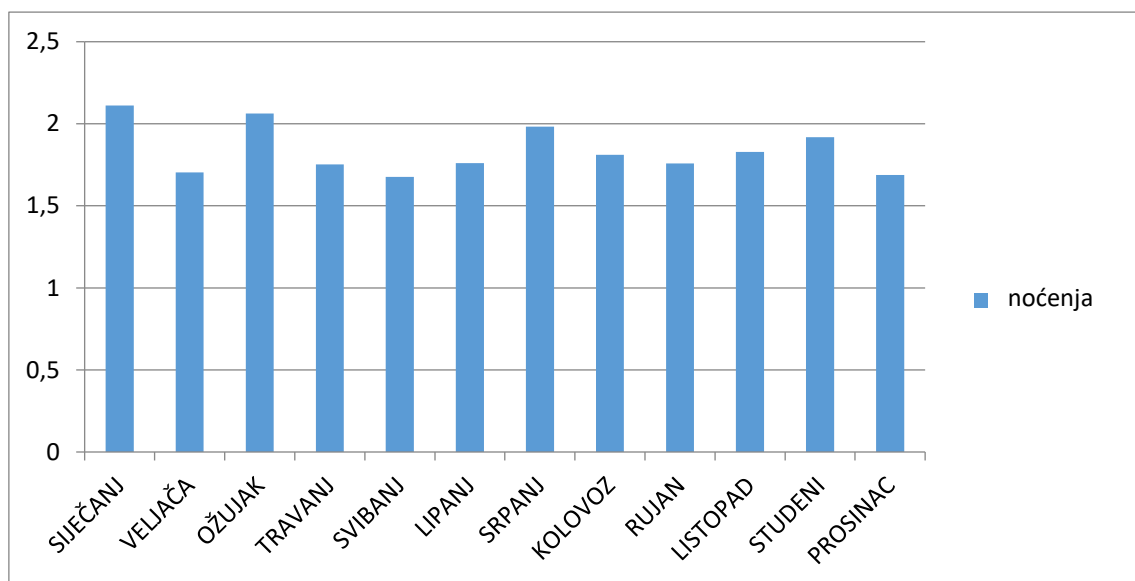


Izvor: Vlastita izrada autora

Pearsonov koeficijent korelacije: 0,957154

Prema Pearsonovom koeficijentu korelacije povezanost između broja noćenja i dolazaka domaćih turista u 2019. godini je visoka.

Grafikon 22. Broj noćenja po dolasku domaćih turista u 2019. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Aritmetička sredina: 1,838014

Standardna devijacija: 0,14754

Koeficijent varijacije: 8,02712

Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,8 noćenja.

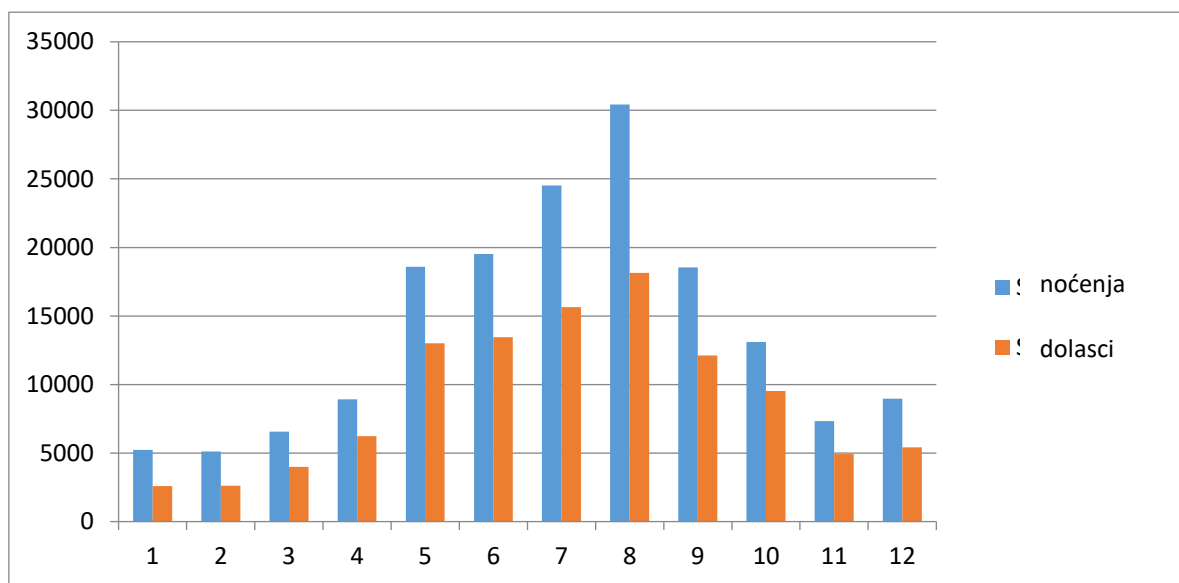
Tablica 18. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. godini

2019.	NOĆENJA	DOLASCI	BR.NOĆENJA PO DOLASKU
SIJEČANJ	5227	2593	2,015812
VELJAČA	5123	2620	1,955344
OŽUJAK	6557	3989	1,64377
TRAVANJ	8915	6233	1,43029
SVIBANJ	18585	12998	1,429835
LIPANJ	19530	13439	1,453233
SRPANJ	24514	15655	1,565889
KOLOVOZ	30432	18141	1,677526
RUJAN	18541	12126	1,529029
LISTOPAD	13101	9516	1,376734

STUDENI	7338	4915	1,492981
PROSINAC	8964	5421	1,653569

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 23. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. godini

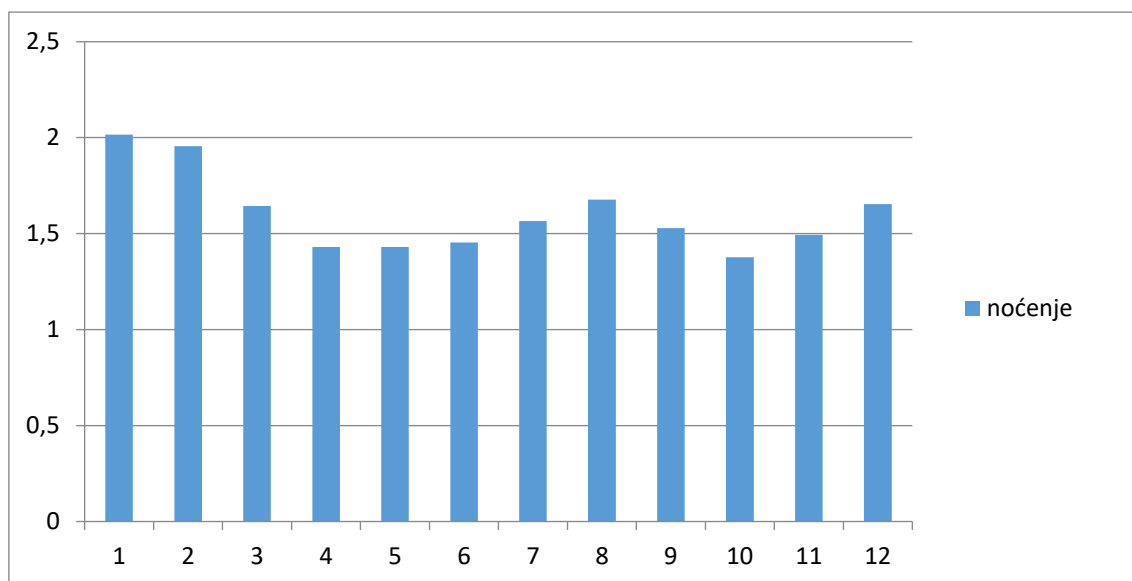


Izvor: Vlastita izrada autora

Perasonov koeficijent korelacije: 0,989494

Prema Perasonovom koeficijentu korelacije povezanost između broja dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. godini je visoka.

Grafikon 24. Broj noćenja po dolasku stranih turista u 2019. godini



Izvor: Vlastita izrada autora

Aritmetička sredina: 1,602001

Standardna devijacija: 0,203764

Koeficijent varijacije: 12,71931

Obzirom na niski koeficijent varijacije možemo zaključiti da su turisti u prosjeku ostvarili 1,6 noćenja.

Zagrebačka Županija je 2018. godine imala 2.343 broja postelja, od čega 761 broj postelja u hotelima dok je 2019. imala 12.486 broja postelja od čega 765 broja postelja u hotelima.

6. IZDACI DOMAĆIH I INOZEMNIH TURISTA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI

Tablica 19. Izdaci turista na višednevnim putovanjima Zagrebačke županije

Domaći	izdaci
2016.	168.565,91
2017.	228.869,93

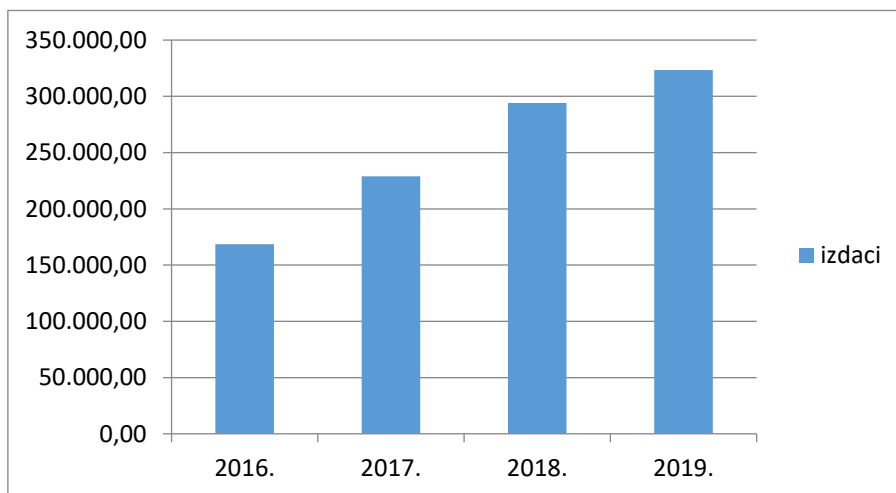
2018.	294.023,14
2019.	323.363,85
Aritmetička sredina	253.705,71
Standardna devijacija	59881,87
Koeficijent varijacije	0,2360289

Izvor: vlastita izrada autora, (preuzeto sa <https://www.dzs.hr/>)

Tabela prikazuje koliko prema godinama domaći turisti potroše na svojim putovanjima. Tabela se odnosi na putovanja koja uključuju 4 i više noćenja.

Prosječni dnevni izdaci prema zemlji porijekla gostiju kreće se u rasponu od 67 eura koliko prosječno dnevno izdvajaju gosti iz Bosne i Hercegovine dok 206 eura po danu potroše gosti iz Japana.

Grafikon 25. Izdaci domaćih turista na putovanjima



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje koliko su domaći turisti trošili na putovanjima koja uključuju 4 ili više noćenja.

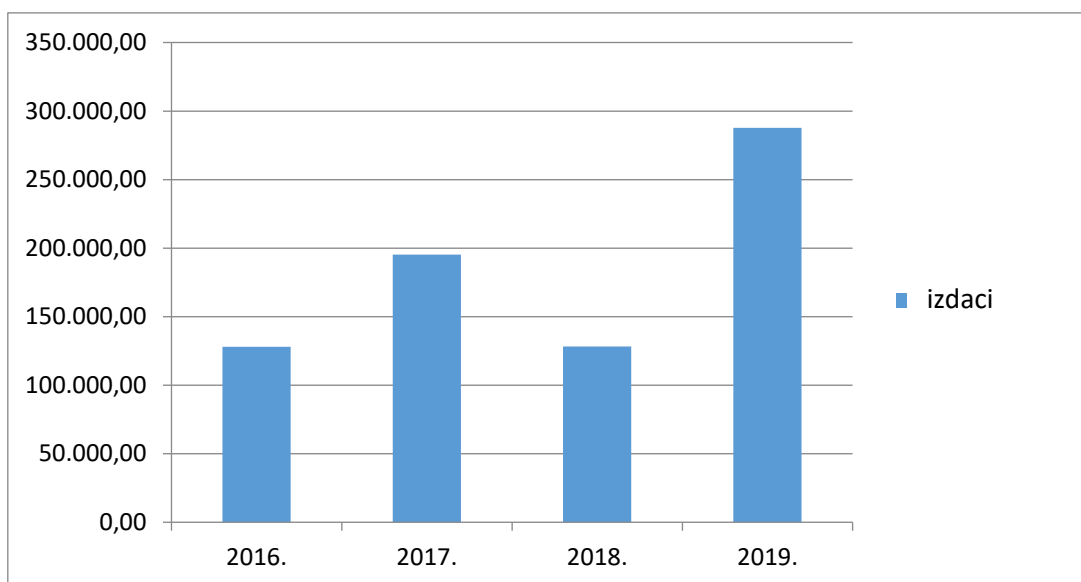
Tablica 20. Izdaci inozemnih turista na višednevnim putovanjima Zagrebačke županije

Inozemni	Izdaci
2016.	128.007,38
2017.	195.244,75
2018.	128.338,53
2019.	287.759,84
Aritmetička sredina	184.837,62
Standardna devijacija	65427,659
Koeficijent varijacije	0,3539737

Izvor: vlastita izrada autora, (preuzeto sa <https://www.dzs.hr/>)

Tabela prikazuje izdatke turista tj. koliko su inozemni turisti potrošili kroz 4 godine u Zagrebačkoj županiji. Tabela se odnosi na 4 i više noćenja.

Grafikon 26. Izdaci inozemnih turista na putovanjima



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje koliko su potrošili inozemni turisti na putovanjima u Zagrebačkoj županiji, a potrošnja se odnosi na 4 noćenja i više.

Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj tijekom 2019.godine tj. u razdoblju od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, iznosila je 98 eura. Dnevni prosječni izdaci odnosili su se na uslugu smještaja s hranom i to je iznosilo 54%, dok se 17% odnosilo na uslugu hrane i pića izvan smještaja, a 29% na sve ostale usluge.

7. ZAKLJUČAK

Kroz statističku analizu vidljivo je kako funkcionira turizam i sam turist te kako je izgledala dolaznost turista u Zagrebačku županiju kroz 4 godine. Vidljivo je da je turizam rastao iz godine u godinu te je samim time rasla i dolaznost i posjećenost domaćih i stranih turista. U 2016. godini noćenja domaćih turista iznosila su 45312 dok su 2019. godine dosegle broj od 58734 noćenja u godini što je povećanje od 29,6%. Broj noćenja stranih turista 2016. bio je izrazito veći od noćenja domaćih, radilo se o broju od 82943, dok je 2019. godina završila sa brojem od 166827 noćenja što je povećanje od 101,1%. Nema povezanosti u dolaznosti domaćih i stranih turista, strani su više dolazili u ljetnim mjesecima, dok su domaći više koristili zimske mjesece za odmor ili rekreaciju. Sami dolasci domaćih turista u Zagrebačku županiju 2016. godine iznosila su 23922 dolaska po osobi, dok je u 2019. to bio broj od 32267 što je također povećanje od 34,88% isto tako dolasci stranih turista u 2016. godini iznosila su 51605 dok su 2019. godine stranci posjetili Zagrebačku županiju 107646 puta što je povećanje od 108,60%. Možemo zaključiti da je broj turista koji je dolazio u izletničke destinacije imao prosječan ostanak do 2 dana najviše. Turisti koji su boravili u Hrvatskoj od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine bili su izrazito zadovoljni svojim boravkom- 81% turista ocijenilo je svoj ukupan boravak ocjenama 6 ili 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (jako dobro) te se tako pokazao visok stupanj zadovoljstva ukupnim boravkom. Uz ukupni boravak, najbolje ocijenjene ponude Hrvatske su ljepota prirode i krajolika, ljepota mjesta, osobna sigurnost, ugođaj u destinaciji te gostoljubivost lokalnog stanovništva.

8. LITERATURA

1. Horvat, J. i Mijoč, J. (2014.), Osnove statistike- treće izdanje, Zagreb, Ljevak
2. Mikulić, S. (2009.) Statistika, Uvod u osnovne statističke metode, Split, Školska knjiga
3. Pirjevec, B. (1998.) – Ekonomska obilježja turizma, Zagreb, Ljevak
4. Šošić, I. (2005.) – Statistika (udžbenik za srednje škole sa zbirkom zadataka), Zagreb, Školska knjiga
5. Turistička zajednica Zagrebačke županije, (2016.) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije, Zagreb

LITERATURA PREUZETA S INTERNETSKIH STRANICA

1. Državni zavod za statistiku- Republika Hrvatska
<https://www.dzs.hr/> , (10.09.2021.)
2. Glasnik Zagrebačke županije, broj 29. Godina, XXII, Zagreb, 5. listopada 2017.
http://zacorda.hr/wp-content/uploads/2017/11/glasnik_29-2017.pdf ,
(08.09.2021.)
3. Gradski ured za stratejsko planiranje i razvoj Grada, Zagreb, kolovoz, 2017.
Razvojna strategija grada Zagreba za razdoblje do 2020.godine
https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/gu%20za%20strategijsko%20planiranje/Razvojna%20strategija%20Grada%20Zagreba_SGGZ_18-17.pdf ,
(08.09.2021.)
4. Rural koncept, Agroturizam u Zagrebačkoj županiji- „Zagrebački prsten“
<http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/kontinentalna-hrvatska/zagrebacki-prsten/> , (10.09.2021.)
5. Strategija turističkog razvoja Zagrebačke Županije (do 2025.godine)
https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer_public/3f/df/3fdfd379-802c-4921-9f6d-

[90fedb6767bb/strategija_turistickog_razvoja_zagrebacke_zupanije_do_2025.pdf](#), (09.09.2021.)

6. Turizam kroz povijest- Predturističko razdoblje
<http://bioci.hr/turizam-kroz-povijest/>, (10.09.2021.)
7. Tomas, institut za turizam 2020., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Tisak, Zagreb, srpanj, 2020.
https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_MINTIS/dokumenti/TOMAS%20Hrvatska%202019.pdf, (09.09.2021.)

9. POPIS TABLICA:

- Tablica 1. Jake i slabe strane turizma Zagrebačke županije
- Tablica 2. Prilike i prijetnje razvoja turizma Zagrebačke županije
- Tablica 3. Statistički podaci noćenja domaćih turista od 2016.-2019. godine
- Tablica 4. Statistički podaci noćenja stranih turista od 2016.-2019. godine
- Tablica 5. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2016. godinu
- Tablica 6. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2017. godinu
- Tablica 7. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2018. godinu
- Tablica 8. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2019. godinu
- Tablica 9. Statistički podaci dolazaka domaćih turista u Zagrebačkoj županiji
- Tablica 10. Statistički podaci dolazaka stranih turista u Zagrebačkoj županiji
- Tablica 11. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2016. godini
- Tablica 12. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2016. godini
- Tablica 13. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista za 2017. godinu
- Tablica 14. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2017. godini
- Tablica 15. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista za 2018. godinu
- Tablica 16. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista za 2018. godinu
- Tablica 17. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista za 2019. godinu

Tablica 18. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. godini

Tablica 19. Izdaci turista na višednevnim putovanjima Zagrebačke županije

Tablica 20. Izdaci inozemnih turista na višednevnim putovanjima Zagrebačke županije

10. POPIS GRAFIKONA:

Grafikon 1. Noćenja domaći turisti 2016.-2019. godina

Grafikon 2. Noćenja strani turisti 2016.-2019. godina

Grafikon 3. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2016. godinu

Grafikon 4. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2018. godinu

Grafikon 5. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2018. godinu

Grafikon 6. Usporedba noćenja domaćih i stranih turista za 2019. godinu

Grafikon 7. Dolasci domaćih turista u Zagrebačkoj županiji od 2016.-2019.godine

Grafikon 8. Dolasci stranih turista u Zagrebačkoj županiji 2016.-2019. godine

Grafikon 9. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2016. godini

Grafikon 10. Broj noćenja po dolasku domaćih turista 2016. godine

Grafikon 11. Broj noćenja po dolasku stranih turista u 2016. godini

Grafikon 12. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2016. godini

Grafikon 13. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2017. godini

Grafikon 14. Broj dolazaka i noćenja domaćih turista u 2017. godini

Grafikon 15. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2017. godini

Grafikon 16. Broj dolazaka i noćenja stranih turista u 2017. godini

Grafikon 17. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2018. godini

Grafikon 18. Broj noćenja po dolasku domaćih turista u 2018. godini

Grafikon 19. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2018. godini

Grafikon 20. Broj noćenja po dolasku stranih turista u 2018. godini

Grafikon 21. Usporedba dolazaka i noćenja domaćih turista u 2019. godini

Grafikon 22. Broj noćenja po dolasku domaćih turista u 2019. godini

Grafikon 23. Usporedba dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. godini

Grafikon 24. Broj dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. godini

Grafikon 25. Izdaci domaćih turista na putovanjima

Grafikon 26. Izdaci inozemnih turista na putovanjima