

stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj

Tomas

Hrvatska 2025./2026.

1

Uvod i metode

► UVOD I METODE

TKO SU GOSTI?

ZAŠTO I KAKO GOSTI DOLAZE?

ŠTO RADE U DESTINACIJI I JESU LI ZADOVOLJNI?

KOLIKO TROŠE?

ZA NAGLASITI

TOMAS Hrvatska 2025./2026.

1 Što?

- **Nacionalno longitudinalno** istraživanje obilježja turističke potražnje u 2025./2026. godini (provodi se od 1987., prethodno provedeno 2019. i 2022./2023.)
- **Kvantitativno primarno** istraživanje obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj u kojem se podaci prikupljaju izravno od turista koji borave u Hrvatskoj

2 Ciljevi

- Opisivanje turističke potražnje (profil, motivacija, aktivnosti, zadovoljstvo, potrošnja) prema glavnim regijama, emitivnim tržištima, vrsti smještaja i sezonama
- Praćenje trendova obilježja turističke potražnje
- Osiguranje dijela nužne informacijske osnovice za praćenje održivosti turizma

3 Koristi

- Podloga za 'informirano' donošenje odluka i upravljanje turizmom
- Ulazni podaci za planske strateške dokumente na nacionalnim i regionalnim razinama
- Analize trendova, 'benchmarking'
- 'Monitoring'/praćenje održivosti turističke aktivnosti

TOMAS* Hrvatska 2025./2026.

Metodološki okvir

- 1 Sadržaj istraživanja
- 2 Instrument istraživanja
- 3 Metoda prikupljanja podataka
- 4 Organizacija prikupljanja podataka
- 5 Razdoblje prikupljanja podataka
- 6 Ciljna populacija
- 7 Ispitanik

Uzorak

- 1 Dizajn uzorka
 - 2 Okvir za izbor uzorka
 - 3 Veličina uzorka
 - 4 Alokacija uzorka
-
- Analiza podataka
 - Prikaz rezultata

** Naziv TOMAS potječe od istraživanja izvorno provedenog u Švicarskoj pod nazivom 'TOuristisches MArktforschungssystem Schweiz' (Turistički marketinško-informacijski sustav Švicarske).*

TOMAS Hrvatska 2025./2026.

Dizajn uzorka	Stratificirani slučajni uzorak/stratificirani kvotni uzorak
Okvir za izbor uzorka	Dolasci turista i noćenja od travnja 2025. do ožujka 2026. godine prema stratumima (izvor: sustav eVisitor)
Veličina uzorka	14.770 ispitanika - turista (povrat od 100,2% u odnosu na planirani broj od 14.740 ispitanika)
Alokacija uzorka	Alokacija uzorka prema mjestima proporcionalna turističkom prometu 153 mjesta (95 mjesta u Jadranskoj i 58 mjesta u Kontinentalnoj Hrvatskoj) Podaci su se prikupljali od turista u više od 4.200 smještajnih objekata: • 453 hotelskih objekata • 66 hostela • 128 kampova • više od 3.500 objekata obiteljskog smještaja
Utežavanje (ponderiranje) rezultata	Podacima ostvarenog turističkog prometa u Hrvatskoj u razdoblju provođenja istraživanja (izvor: sustav eVisitor) osigurava reprezentativnost rezultata istraživanja TOMAS Hrvatska 2025./2026. prema stratumima

Rezultati prema segmentima potražnje

1

Prema **regijama**
(Primorska/Kontinentalna
Hrvatska, primorske županije,
kontinentalne regije)

2

Prema **zemlji porijekla**

3

Prema **vrsti smještaja**

4

Prema **sezoni**

5

Prema **glavnom motivu**

6

Trendovi:

- Jadranska Hrvatska, ljeto (od 1987.)
- Kontinentalna Hrvatska (2019., 2022./2023., 2025./2026.)

2

Tko su gosti?

UVOD I METODE

► **TKO SU GOSTI?**

ZAŠTO I KAKO GOSTI DOLAZE?

ŠTO RADE U DESTINACIJI I JESU LI ZADOVOLJNI?

KOLIKO TROŠE?

ZA NAGLASITI

Profil turista (1/3)

● Jadranska Hrvatska

● Kontinentalna Hrvatska

Prosječna dob turista
(godine)

41

43,5

Između 30 i 49 godina

61%

53%

TOMAS Ljeto Jadranska HR · 2022. – 2025.



Udio najmlađih raste (do 29 g.: 14% u 2022., 17% u 2025.)

TOMAS Kontinentalna HR · 2022. – 2025.



Distribucija prema dobi stabilna

U prosjeku stariji gosti:

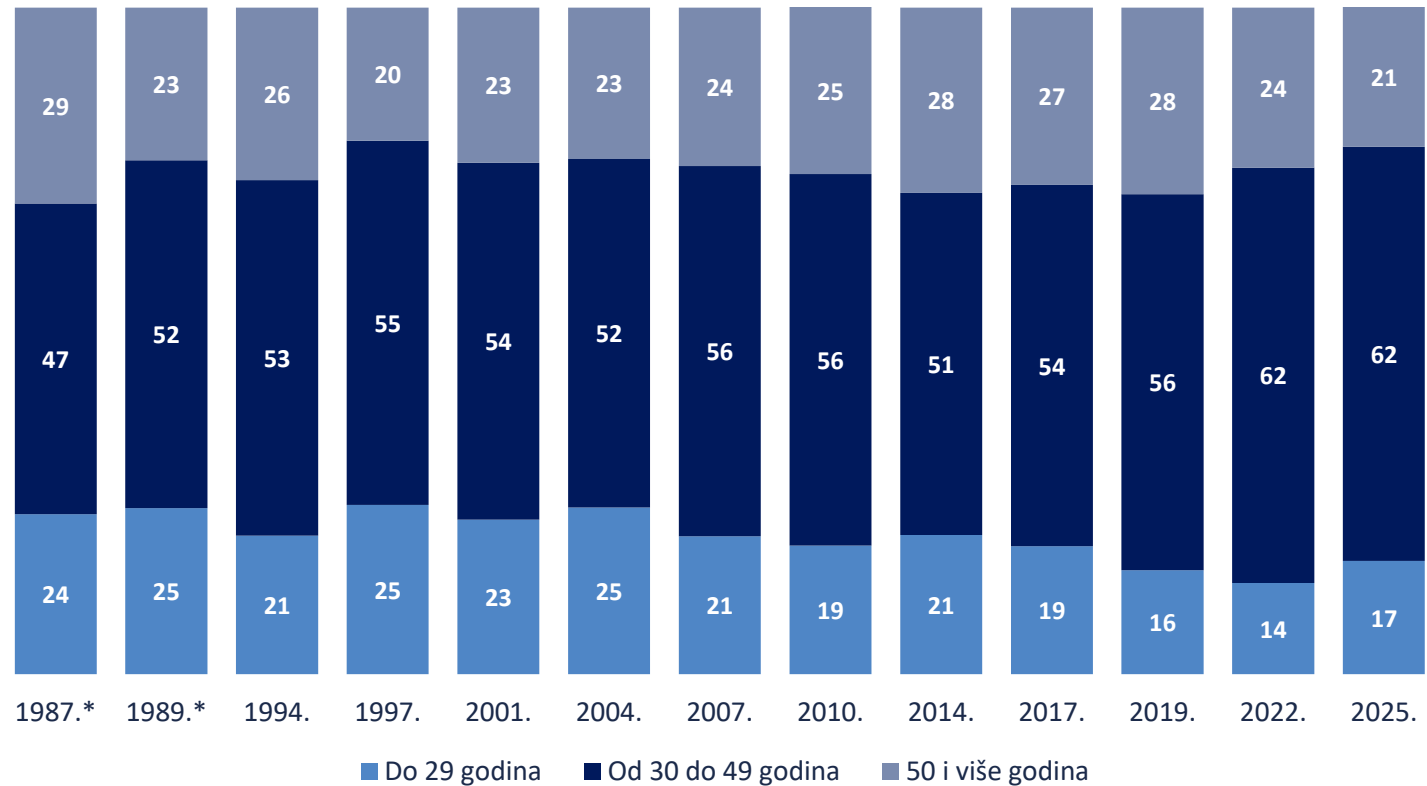
- Primorsko-goranska i Istarska županija (43 g.)
- SAD i Austrija (44 g.), Njemačka i Švicarska (43 g.)
- Hoteli i kampovi (43 g.)
- Motivirani zdravstvenim razlozima (49 g., 50% starije od 50 g.)

U prosjeku mlađi gosti:

- Šibensko-kninska županija (38 g.)
- Španjolska, Nizozemska, BiH i azijske zemlje (39 g.)
- Hosteli (56% gostiju mlađe od 30 g., prosječno 33 g.)
- Motivirani zabavom/festivalima te događanjima (36 g.)

Profil turista (2/3)

Dobna struktura turista (%), 1987. – 2025., TOMAS Ljeto Jadranska HR



* Samo inozemni gosti.

TOMAS Ljeto Jadranska HR • 1987. – 2025.



Dominacija turista srednje životne dobi



Udio najmlađe dobne skupine ponovno raste

Profil turista (3/3)

● Jadranska Hrvatska

● Kontinentalna Hrvatska

Fakultetsko obrazovanje

41%

45%

Mjesečna primanja
kućanstva iznad 5.000 €

41%

25%

TOMAS Ljeto Jadranska HR · 2019. – 2022. – 2025.



Udio fakultetski obrazovanih gostiju stabilan: **42%** (2019.), **40%** (2022.), **40%** (2025.)



Raste udio gostiju s primanjima kućanstva: **36%** (2019.) i **45%** (2022.) iznad 3.500 €; **74%** iznad 4.000 € u 2025.

TOMAS Kontinentalna HR · 2019. – 2022. – 2025.



Mjesečna primanja kućanstva veća od 5.000 eura imalo je **12%** turista u 2019., **14%** turista u 2022. i **25%** u 2025. godini.

Iznadprosječan udio fakultetski obrazovanih gostiju:

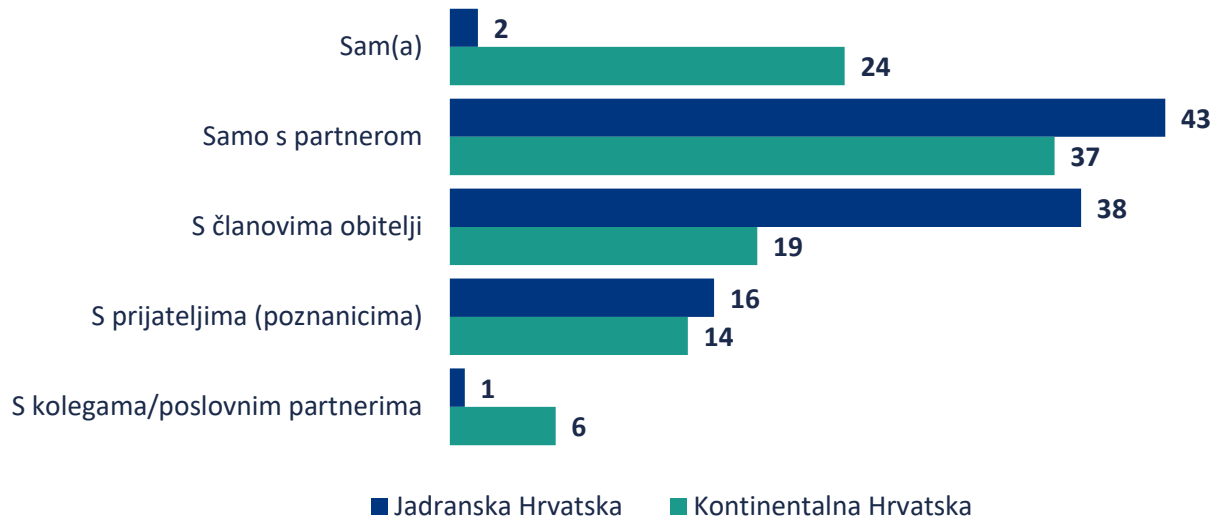
- Grad Zagreb (58%), Splitsko-dalmatinska županija (54%)
- Hoteli s 4*/5* (55%)
- Gosti iz SAD-a, azijskih i skandinavskih zemalja, Belgije, Švicarske, Francuske, UK i Ukrajine
- Motivirani kulturom/umjetnošću (70%), poslovni gosti (64%), motivirani gastronomijom (56%)

Iznadprosječna primanja kućanstva:

- Splitsko-dalmatinska županija (62%)
- Gosti iz skandinavskih zemalja, SAD-a, Nizozemske, Belgije, UK i Švicarske (više od 60%)
- Motivirani posjetom ruralnim područjima (58%)

Pratnja na putovanju

Pratnja na putovanju (%)



TOMAS Ljeto Jadranska HR · 2022. – 2025.



Dolazak **s članovima obitelji** smanjen s 49% na 41% (2022. – 2025.)



Dolazak **samo u pratnji partnera** povećan s 36% na 41% (2022. – 2025.)

TOMAS Kontinentalna HR · 2022. – 2025.



Dolazak **bez pratnje** smanjen s 34% na 24% (2022. – 2025.)

Bez pratnje

24% u Kontinentalnoj Hrvatskoj; 44% poslovnih gostiju

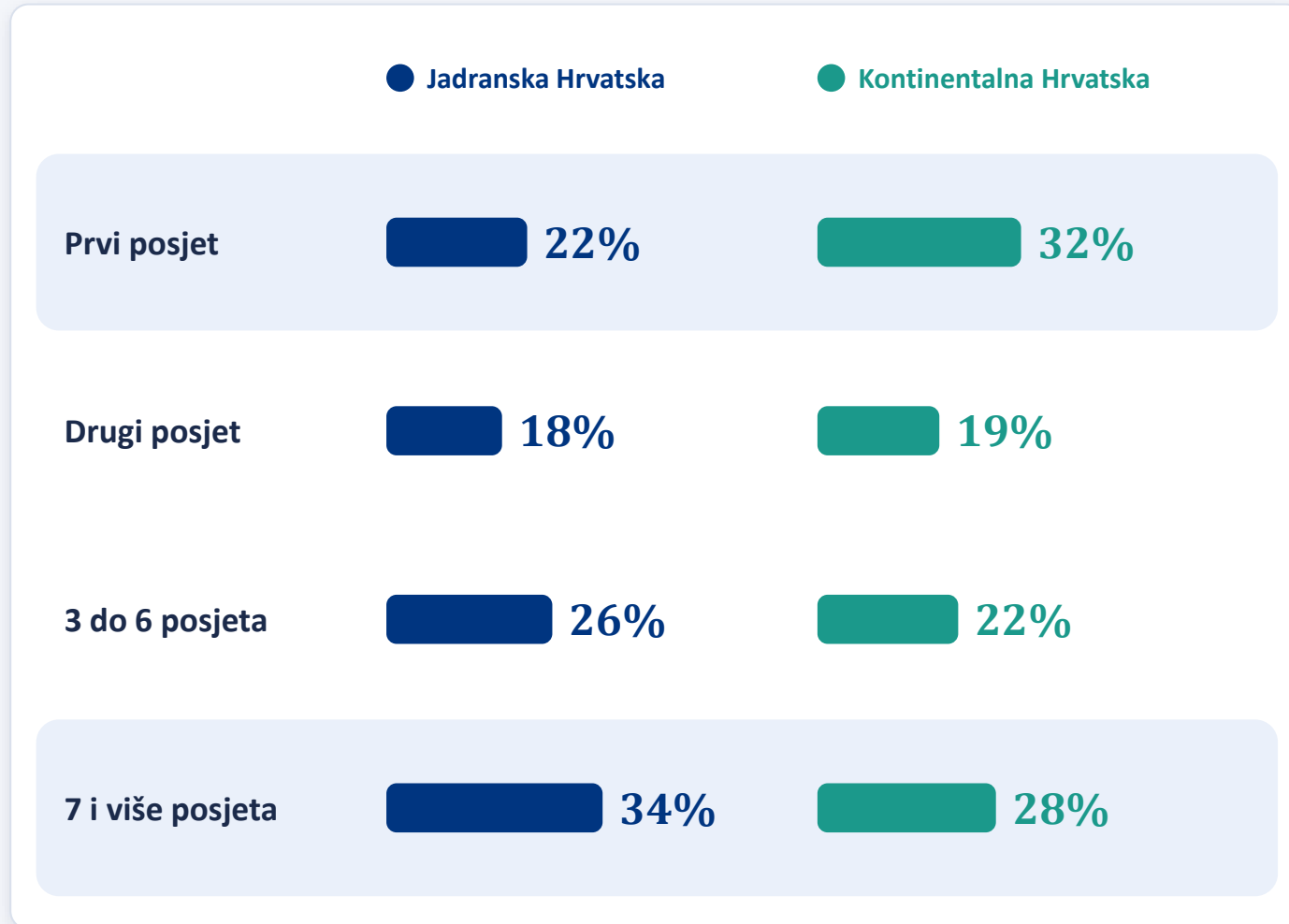
S članovima obitelji

38% u Jadranskoj Hrvatskoj; motiv mora (44%)

Samo s partnerom

43% u Jadranskoj Hrvatskoj; motiv mora (41%)

Učestalost dolaska inozemnih gostiju



TOMAS Ljeto Jadranska HR · 2022. – 2025.



Porast udjela gostiju u prvom posjetu
Hrvatskoj, s 14% na 22% (2022. – 2025.)

Vjernost gostiju

- **60%** inozemnih gostiju već je bilo u Hrvatskoj tri ili više puta; **75%** u kampovima
- Najvjerniji gosti su s najbližih tržišta: Slovenije, BiH, Italije i Austrije

3

Zašto i kako gosti dolaze?

UVOD I METODE

TKO SU GOSTI?

► **ZAŠTO I KAKO GOSTI DOLAZE?**

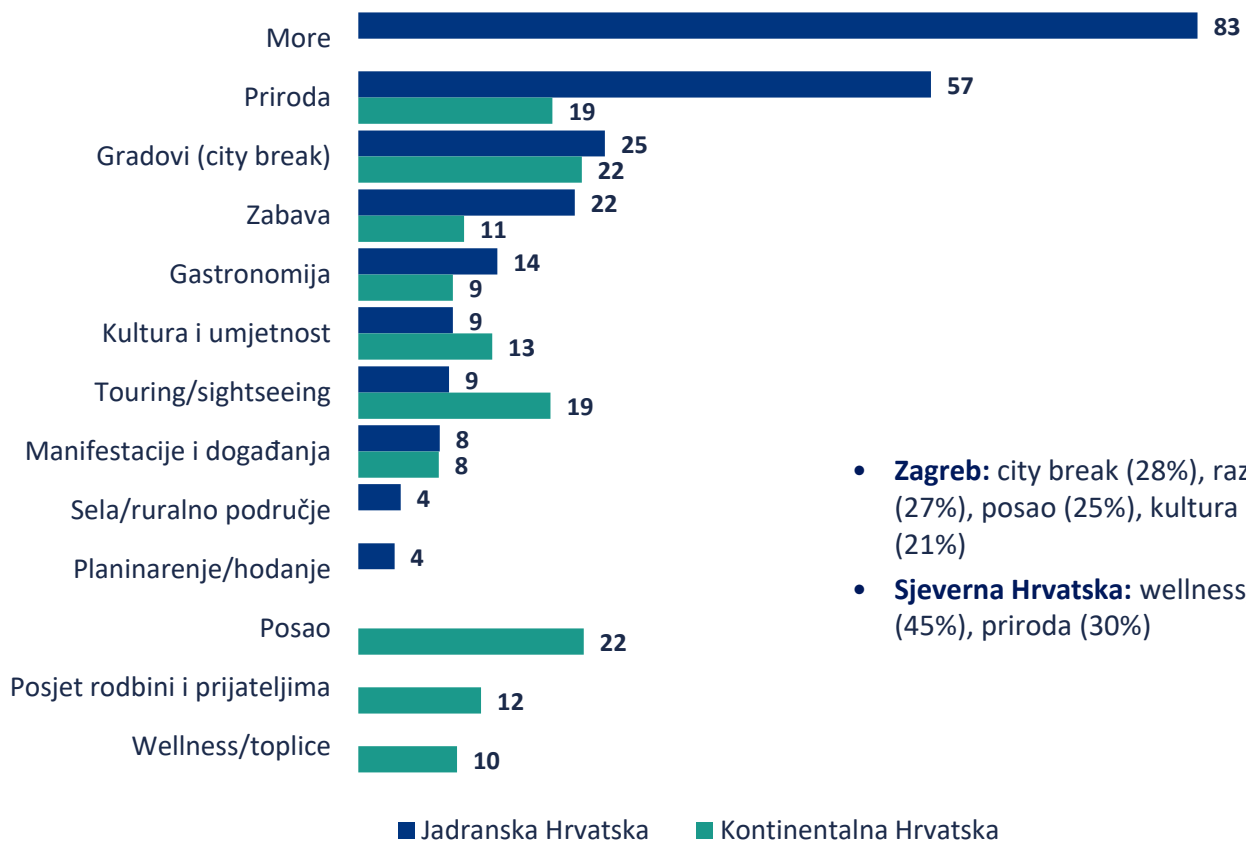
ŠTO RADE U DESTINACIJI I JESU LI ZADOVOLJNI?

KOLIKO TROŠE?

ZA NAGLASITI

3. ZAŠTO I KAKO DOLAZE?

Motivi putovanja*



- **Zagreb:** city break (28%), razgledavanje (27%), posao (25%), kultura i umjetnost (21%)
- **Sjeverna Hrvatska:** wellness/toplice (45%), priroda (30%)

93%

odmorišnih putovanja

56%

odmorišnih putovanja

TOMAS Ljeto Jadranska HR · 2022. – 2025.



Motiv zabave raste s 8% na 21%; **odmor u gradu** raste sa 17% na 23%



Pada važnost **prirode** (sa 64% na 58%), **gastronomije** (s 18% na 13%)

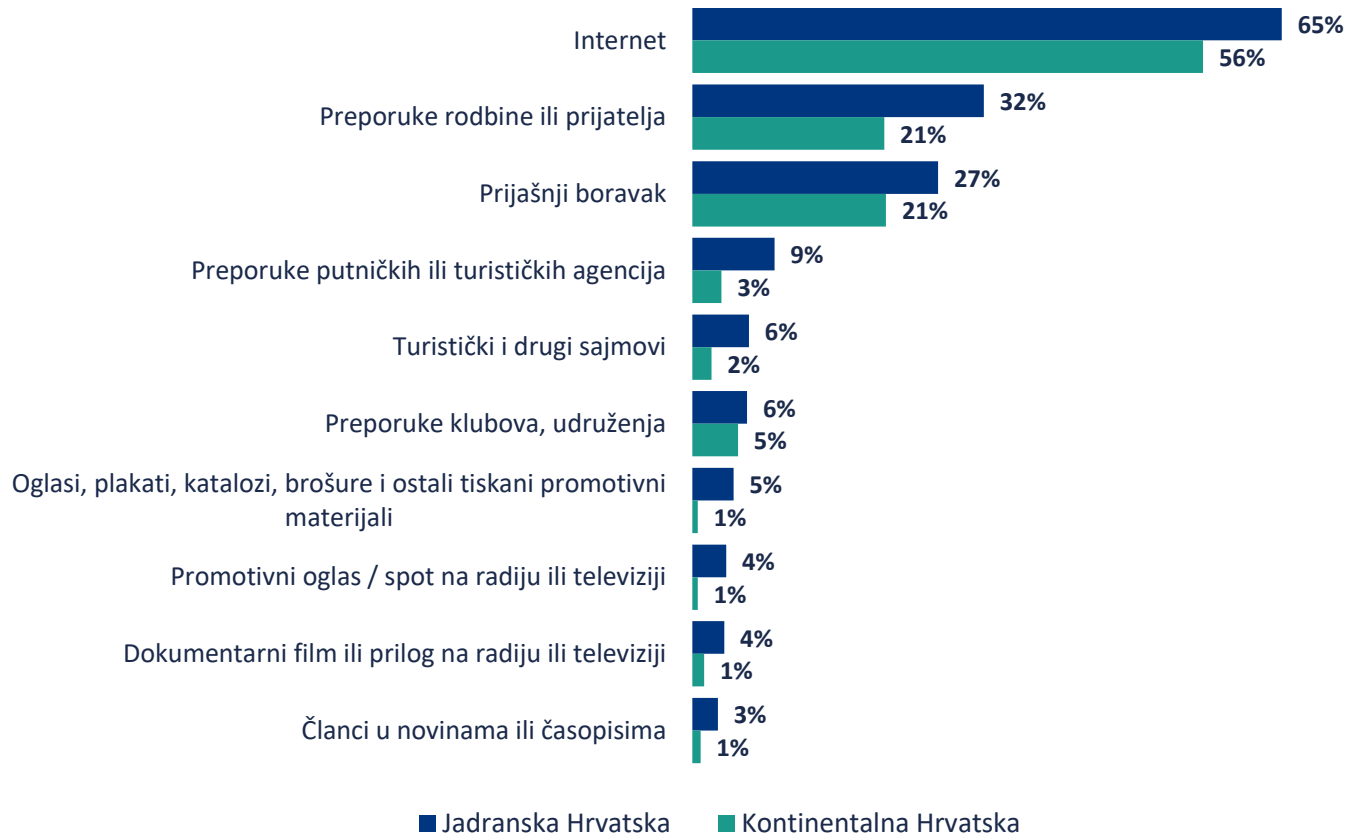
TOMAS Kontinentalna HR · 2022. – 2025.



Raste važnost **touringa/razgledavanja i zabave** kao motiva dolaska

*Mogućnost više odgovora; prikazano prvih 10 motiva za svaku regiju

Izvori informacija



*Mogućnost više odgovora

TOMAS Ljeto Jadranska HR • 2019. – 2022. – 2025.



Korištenje **interneta** kao izvora informacija i dalje u porastu: s 56% na 65% (2019. – 2025.)

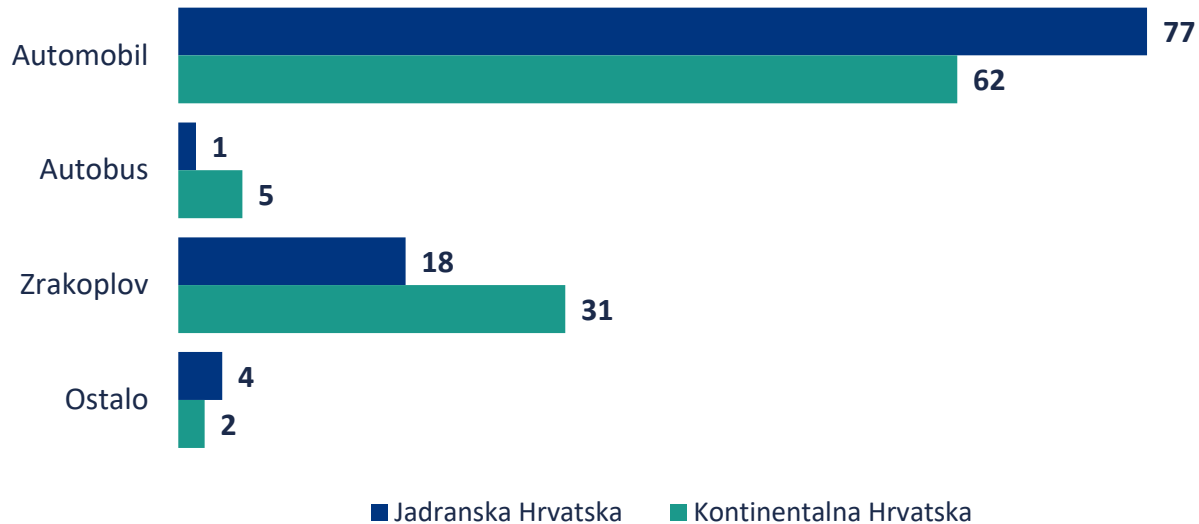
Na internetu najčešće:

- društvene mreže
- online turističke agencije
- meta travel sites
- alati umjetne inteligencije
- stranice i aplikacije smještajnih objekata

Na internet se najmanje oslanjaju domaći gosti (50%), Slovenci (51%), Talijani (53%) i gosti iz BiH (55%), a najviše (više od 80%) Španjolci, gosti iz skandinavskih i azijskih zemalja

Prijevozno sredstvo

Prijevozno sredstvo (%)



TOMAS Ljeto Jadranska HR · 2022. – 2025.



Povećan je udio dolazaka **zrakoplovom**, s 12% na 17% (2022. – 2025.)

TOMAS Kontinentalna HR · 2022. – 2025.



Nastavlja se trend dominantnog dolaska automobilom (60%) uz nepromijenjeni udio dolazaka zrakoplovom (31%)

Zrakoplovom

češće od prosjeka dolaze gosti u DNŽ (70%), Zagreb (48%) i SDŽ (33%)

Autobusom

je doputovalo 22% gostiju hostela

Automobilom

74% gostiju obiteljskog smještaja dolazi automobilom; 42% gostiju kampova dolazi automobilom, 46% kamperom ili kamp-kućicom

4

Što rade u destinaciji i jesu li zadovoljni?

UVOD I METODE

TKO SU GOSTI?

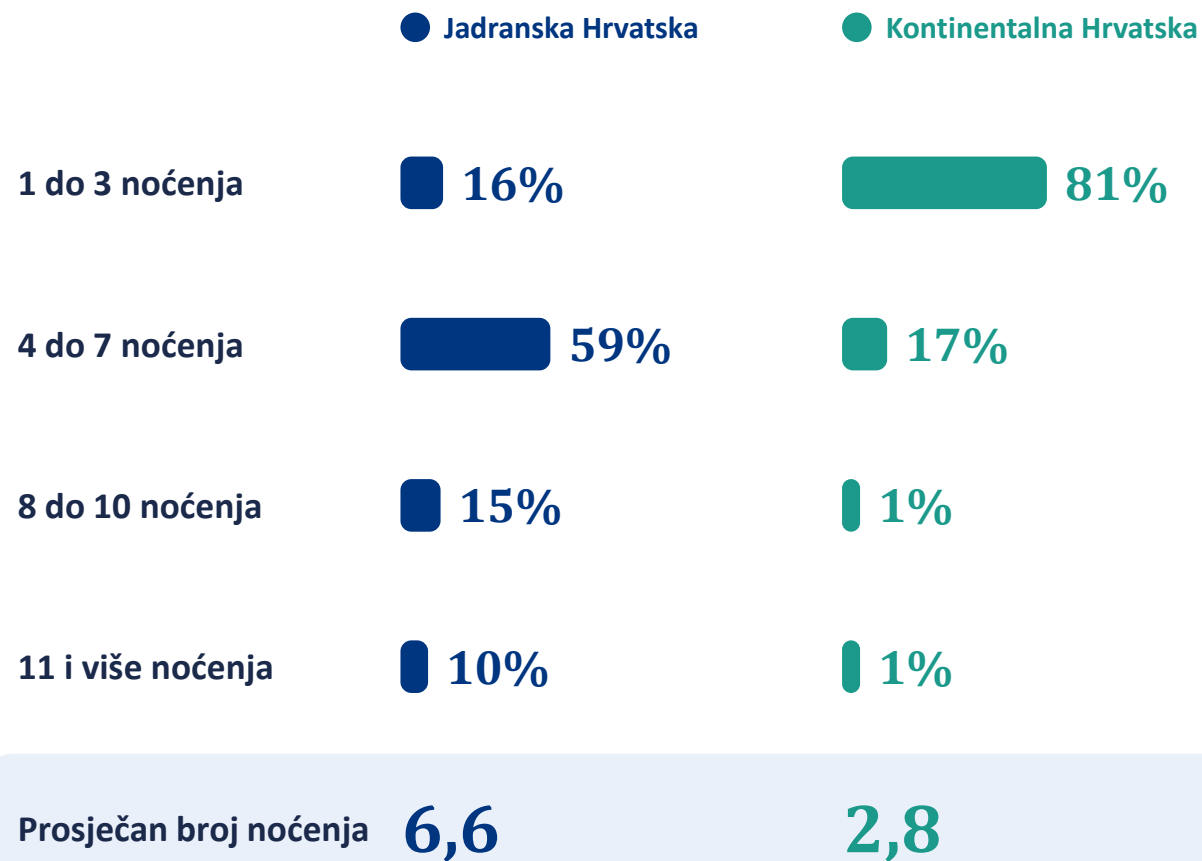
ZAŠTO I KAKO GOSTI DOLAZE?

► **ŠTO RADE U DESTINACIJI I JESU LI ZADOVOLJNI?**

KOLIKO TROŠE?

ZA NAGLASITI

Duljina boravka u destinaciji



TOMAS Ljeto Jadranska HR · 2022. – 2025.



Skraćen je prosječan boravak u mjestu s **8,4** na **6,9** noćenja

TOMAS Kontinentalna HR · 2022. – 2025.



Skraćen je prosječan boravak u mjestu s **3,4** na **2,8** noćenja

Duži boravak na putovanju:

- Kampovi (11 noćenja), Nizozemska (12); motivirani ruralnim područjima (10) i morem (9)

Kraći boravak na putovanju:

- Poslovni gosti (4 noćenja), domaći gosti (5), hotelski gosti (7); Kontinentalna Hrvatska (5,3 noćenja na putovanju, 2,8 u mjestu)

4. ŠTO RADE U DESTINACIJI I JESU LI ZADOVOLJNI?

Aktivnosti u destinacijama*

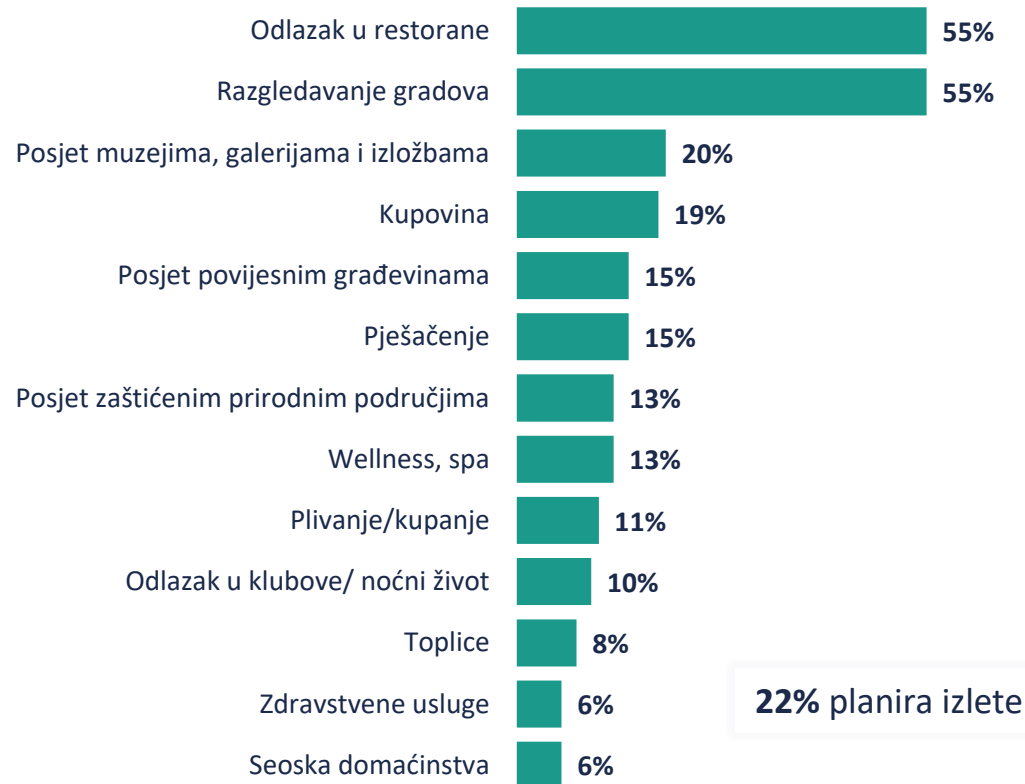
* Mogućnost više odgovora.

● Jadranska Hrvatska

PLIVANJE 82%



● Kontinentalna Hrvatska



Stupanj zadovoljstva turista – Jadranska Hrvatska



Vrlo visok

80% i više

- Ljepota mjesta
- Ljepota prirode i krajolika
- Osobna sigurnost
- Atmosfera, ugođaj
- Čistoća plaža
- Ekološka očuvanost prostora
- **Ukupni boravak**
- Uređenost mjesta
- Gostoljubivost lok. stanovnika
- Smještajni objekt
- Prilagođenost dest. djeci
- Mogućnost kvalitetnog kretanja pješice
- Informacije u destinaciji
- Opremljenost plaža
- Gastro ponuda u mjestu
- Info. u zaštićenim prirodnim područjima



Visok

70% – 79,9%

- Označavanje znamenitosti
- Prometna dostupnost dest.
- Pješačke staze
- **Vrijednost za novac ukupnog boravka**
- Ponuda organiziranih izleta u okolicu
- Biciklističke rute i staze
- Prilagođenost dest. osobama s posebnim potrebama
- Lokalni javni prijevoz
- Događanja i manifestacije
- Kultura i umjetnost
- Sportski sadržaji
- Zabava/noćni život
- Taxi usluga
- Mogućnost za kupnju



Srednji

60% – 69,9%

- Promet u mjestu

Udio gostiju koji su element ocijenili ocjenama 6 ili 7 na skali od 1 do 7.

Stupanj zadovoljstva turista – Kontinentalna Hrvatska



Vrlo visok

80% i više

- Osobna sigurnost
- Gostoljubivost lok. stanovnika
- **Ukupni boravak**
- Atmosfera, ugođaj
- Smještajni objekt
- Ljepota prirode i krajolika
- Informacije u destinaciji
- Ljepota mjesta
- Gastro ponuda u mjestu
- Kultura i umjetnost
- Čistoća plaža
- Mogućnost kvalitetnog kretanja pješice
- Označavanje znamenitosti
- Prometna dostupnost dest.
- Info. u zaštićenim prirodnim područjima
- Prilagođenost dest. djeci
- Uređenost mjesta
- **Vrijednost za novac ukupnog boravka**
- Sportski sadržaji
- Pješačke staze



Visok

70% – 79,9%

- Mogućnost za kupnju
- Ekološka očuvanost prostora
- Ponuda organiziranih izleta u okolicu
- Događanja i manifestacije
- Opremljenost plaža
- Taxi usluga
- Zabava/noćni život
- Prilagođenost dest. osobama s posebnim potrebama
- Biciklističke rute i staze
- Lokalni javni prijevoz



Srednji

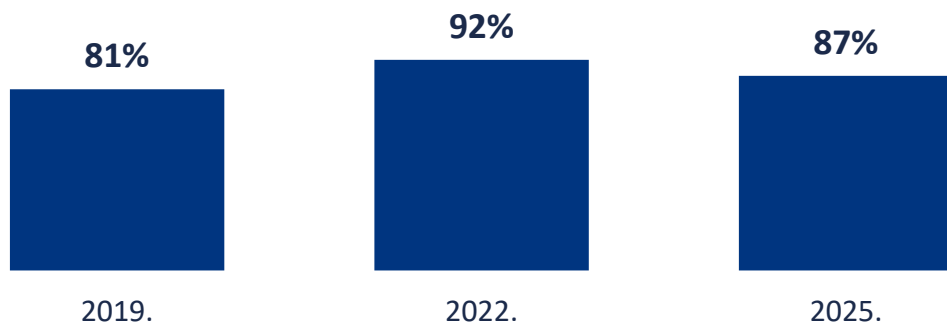
60% – 69,9%

- Promet u mjestu

Udio gostiju koji su element ocijenili ocjenama 6 ili 7 na skali od 1 do 7.

Stupanj zadovoljstva turista

Ukupni boravak – ocjene 6 ili 7 (%)



TOMAS Ljeto Jadranska HR • 2019. – 2022. – 2025.



U 2025. zadovoljstvo elementima ponude nešto je niže nego u 2022.



Redoslijed elemenata prema ocjenama nije znatno promijenjen

Gosti Kontinentalne Hrvatske zadovoljniji su gotovo svim elementima, osobito:

- Kulturom i umjetnošću (85%)
- Označavanjem znamenitosti (83%)
- Sportskim sadržajima (80%)
- **Nešto manje zadovoljni:** ekološkom očuvanošću prostora (79%), prometom u mjestu (64%) (**Zagreb**)

Namjera preporuke destinacije – gotovo sigurno bi preporučilo:

69%

gostiju na kontinentu

58%

gostiju na obali

U ocjeni cijena odabranih usluga, turisti su **nadprosječno visokima** u najvećoj mjeri ocijenili **cijene u restoranima**, a zatim one u **trgovinama**.

Najveća smetnja tijekom boravka u destinaciji - nedostatnost/neodržavanost javnih WC-a (5%)

5

Koliko troše?

UVOD I METODE

TKO SU GOSTI?

ZAŠTO I KAKO GOSTI DOLAZE?

ŠTO RADE U DESTINACIJI I JESU LI ZADOVOLJNI?

► **KOLIKO TROŠE?**

ZA NAGLASITI

5. KOLIKO TROŠE?

Prosječni dnevni izdaci po osobi u €

● Jadranska Hrvatska

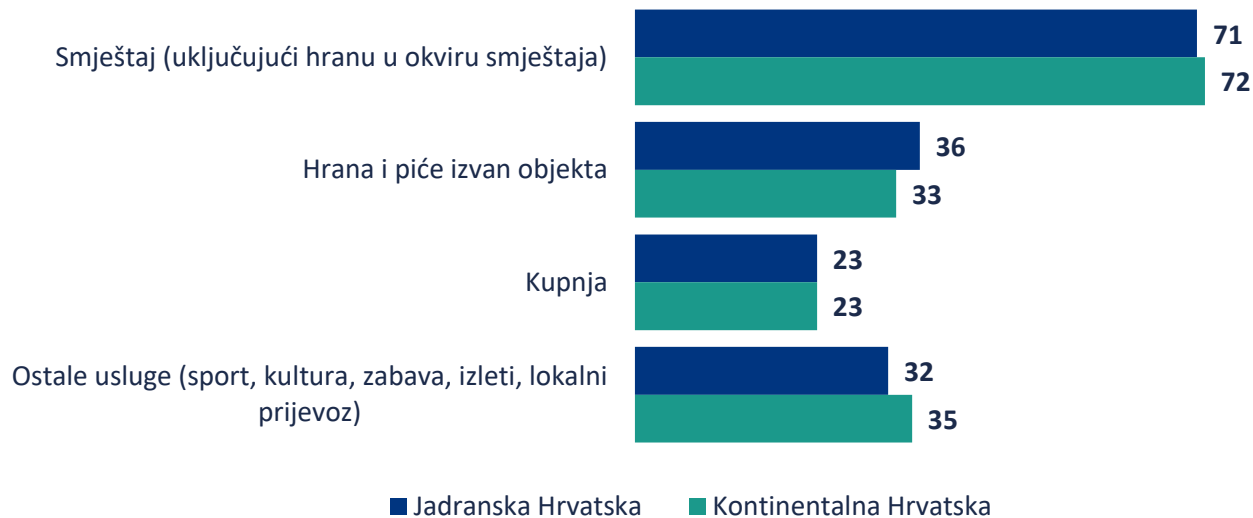
● Kontinentalna Hrvatska

UKUPNO

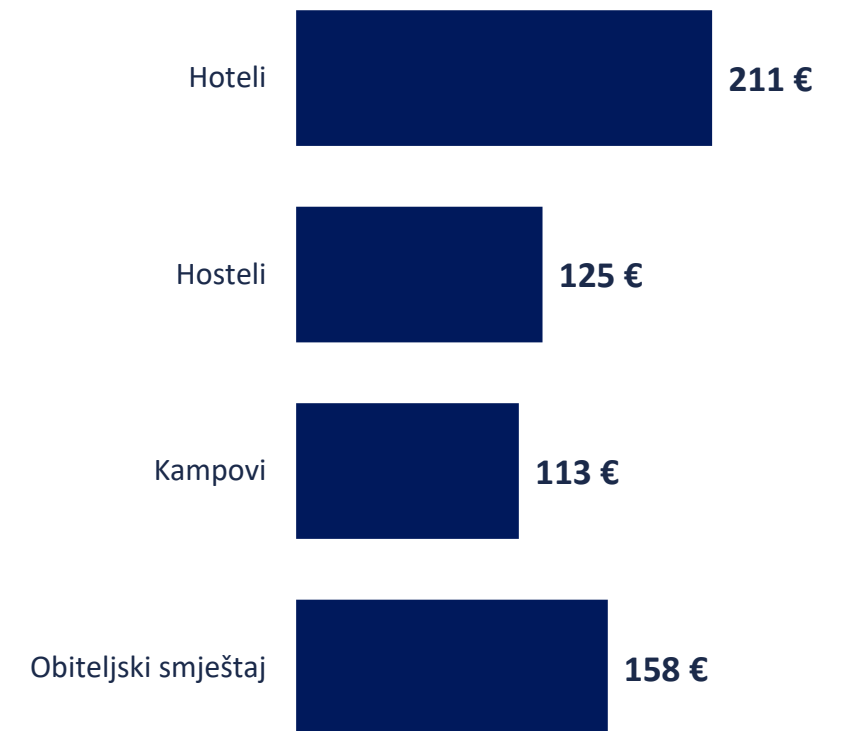
162 €

164 €

Izdaci po kategorijama (€)

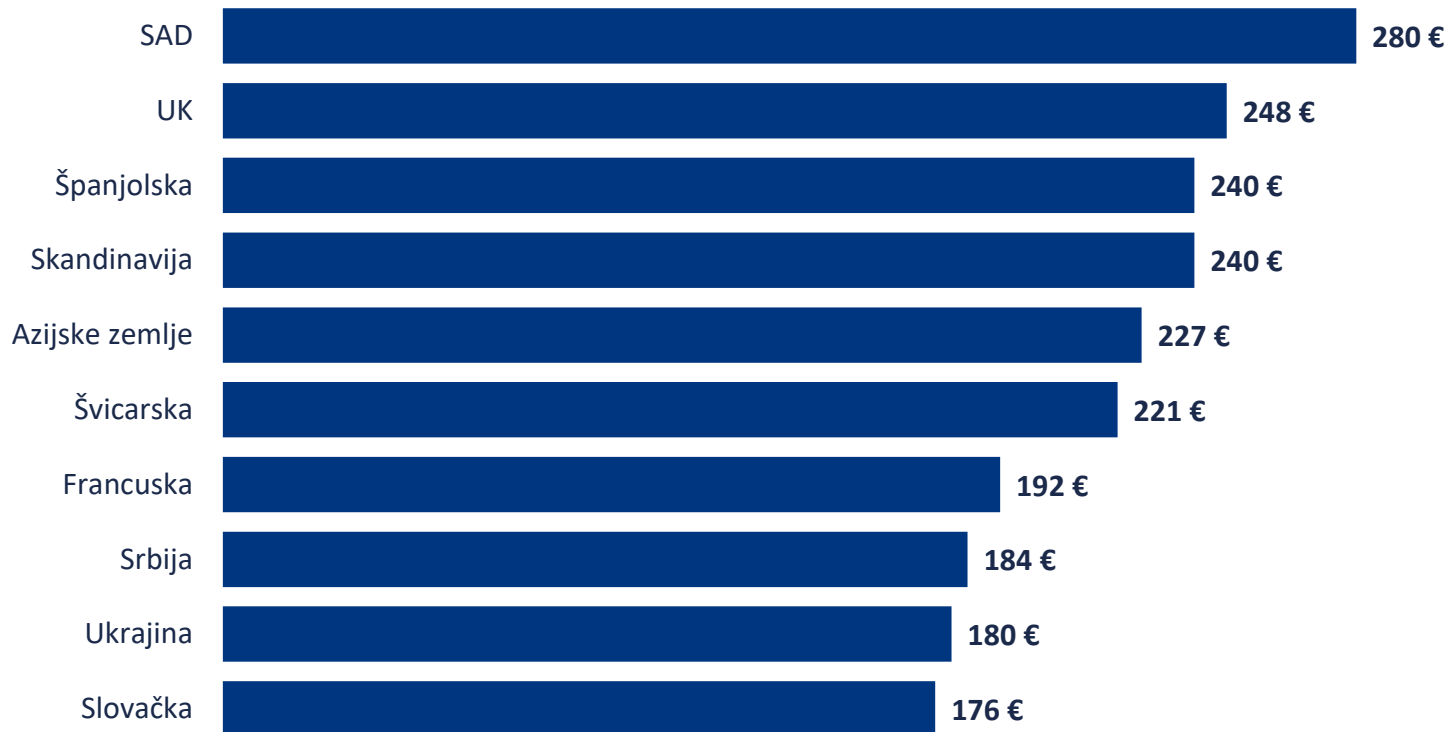


Prema vrsti smještaja (€)



Prosječni dnevni izdaci po osobi u €

Izdaci prema zemlji porijekla (€ po osobi i danu)



Prosječni dnevni izdaci po osobi u €

TOMAS Ljeto Jadranska HR • 2022. – 2025.

UKUPNO (€)

162

2025.

141

2022.

+15%

promjena 2025./2022.

Smještaj, hrana i piće (udio u izdacima)

66%

2025.

69%

2022.

+10%

promjena 2025./2022.

Ostale destinacijske usluge (udio u izdacima)

34%

2025.

31%

2022.

+28%

promjena 2025./2022.

Prosječni dnevni izdaci po osobi u €

TOMAS Kontinentalna HR · 2022. – 2025.

UKUPNO (€)

164

2025.

136

2022.

+21%

promjena 2025./2022.

Smještaj, hrana i piće (udio u izdacima)

65%

2025.

65%

2022.

+20%

promjena 2025./2022.

Ostale destinacijske usluge (udio u izdacima)

35%

2025.

35%

2022.

+22%

promjena 2025./2022.

6

Za naglasiti

UVOD I METODE

TKO SU GOSTI?

ZAŠTO I KAKO GOSTI DOLAZE?

ŠTO RADE U DESTINACIJI I JESU LI ZADOVOLJNI?

KOLIKO TROŠE?

► **ZA NAGLASITI**

Za naglasiti

Jadranska Hrvatska (ljetno)

2019. – 2022. – 2025.

- ✓ Rast udjela gostiju veće kupovne moći (74% s primanjima iznad 4.000 €)
- ✓ Ponovni rast udjela 'novih' gostiju (s 14% na 22%)
- ✓ Dolasci s partnerom izjednačeni s obiteljskim dolascima (41%)
- ✓ Ponovni rast dolazaka zrakoplovom (s 12% na 17%)
- ✓ Raste motiviranost zabavom i odmorom u gradu; pada važnost prirode i gastronomije
- ✓ Internet i dalje glavni izvor informacija (65% gostiju)
- ✓ Skraćivanje boravka
- ✓ Zadovoljstvo nešto niže nego 2022., ali poredak elemenata nepromijenjen
- ✓ Rast potrošnje: 162 € dnevno (+15% u odnosu na 2022.)

Kontinentalna Hrvatska

2019. – 2022. – 2025.

- ✓ Stariji gosti: prosječno 43,5 godina; 32% starijih od 50
- ✓ Posao (22%) i city break (22%) i dalje najvažniji motivi dolaska
- ✓ Raste važnost touringa/razgledavanja i zabave kao motiva dolaska
- ✓ U odnosu na Jadransku HR, gosti češće putuju sami (24%) ili s partnerom (37%); udio dolazaka bez pratnje se smanjuje
- ✓ Zrakoplovom dolazi 31% gostiju (nepromijenjeno)
- ✓ Kraći boravci u odnosu na Jadransku HR: prosječno 2,8 noćenja u mjestu; skraćivanje boravka
- ✓ Veće zadovoljstvo ukupnim boravkom (92%) i veća namjera preporuke (69%) u odnosu na Jadransku HR, ali manje nego 2022.
- ✓ Potrošnja 164 € dnevno (+21% u odnosu na 2022.)

Hvala na pozornosti!

Institut za turizam

Vrhovec 5, 10 000 Zagreb

T: 01 3909 666 · 01 3909 667

zrinka.marusic@iztzg.hr

www.iztzg.hr

TOMAS

Hrvatska 2025./2026.

institut za turizam 
institute for tourism