

## Ocjena stanja turizma u 2009. godini i preporuke za destinacijsku politiku u 2010. godini

„CroTOUR'10”, 14. travnja 2010.

**50**

godina u službi turističkog razvoja  
years in the service of tourism development

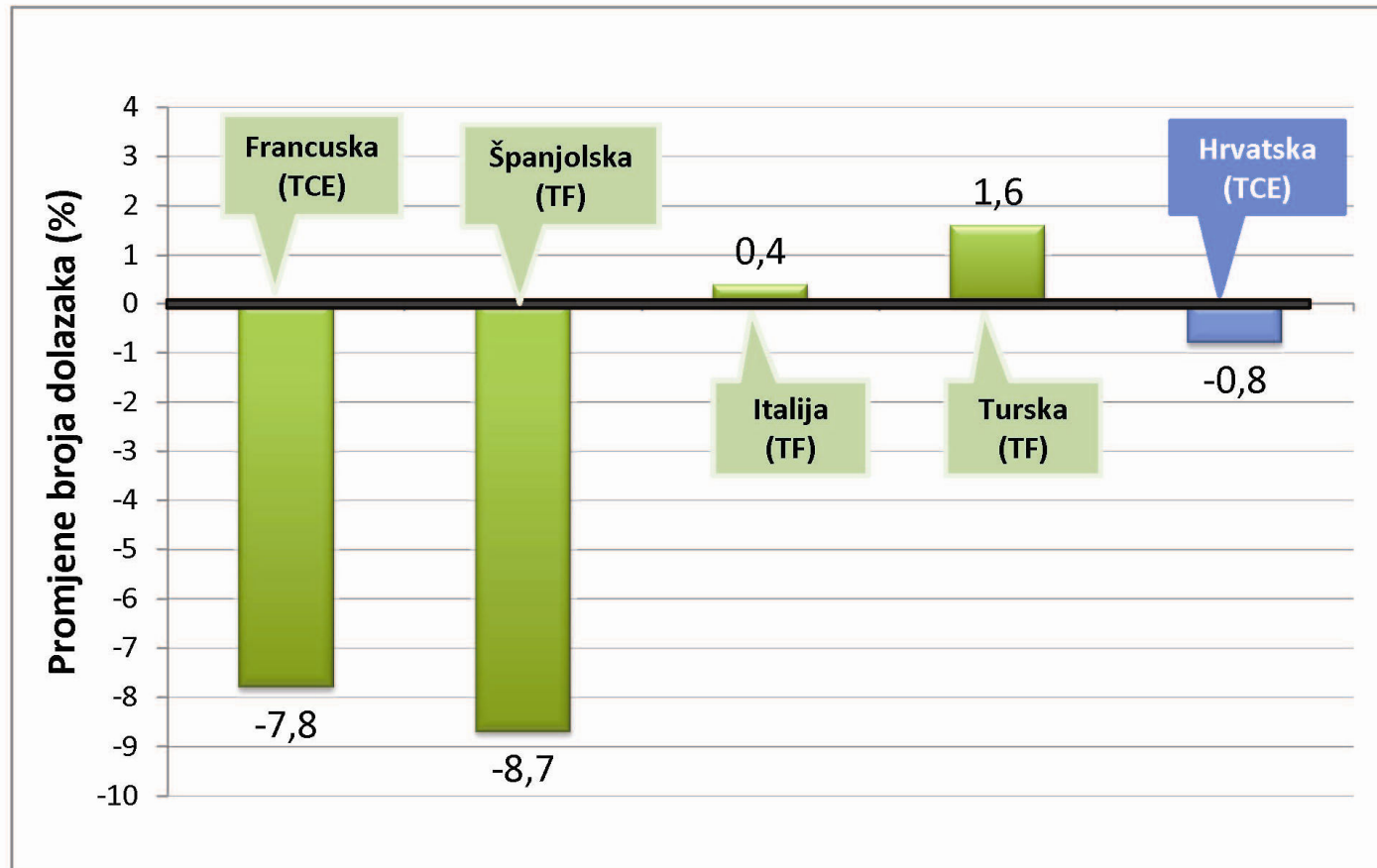
## OCJENA 2009. GODINE – Fizički promet

- U Europi je došlo do pada inozemnih dolazaka od 6%, na Mediteranu 5%, a u Hrvatskoj je pad iznosio 1% (u komercijalnim smještajnim kapacitetima);
- U Hrvatskoj su noćenja domaćih turista pala za 10% dok su noćenja inozemnih turista ostala na razini 2008.



## OCJENA 2009. GODINE – Fizički promet

Promjene broja dolazaka inozemnih turista u izabranim konkurentskim zemljama (I.-III. kvartal 2009/I.-III. kvartal 2008.)



Napomena: podaci za Španjolsku odnose na cijelu 2009. godinu;  
TCE-dolasci u kolektivne smještajne kapacitete, TF-dolasci na granici  
(bez jednodnevnih posjetitelja).

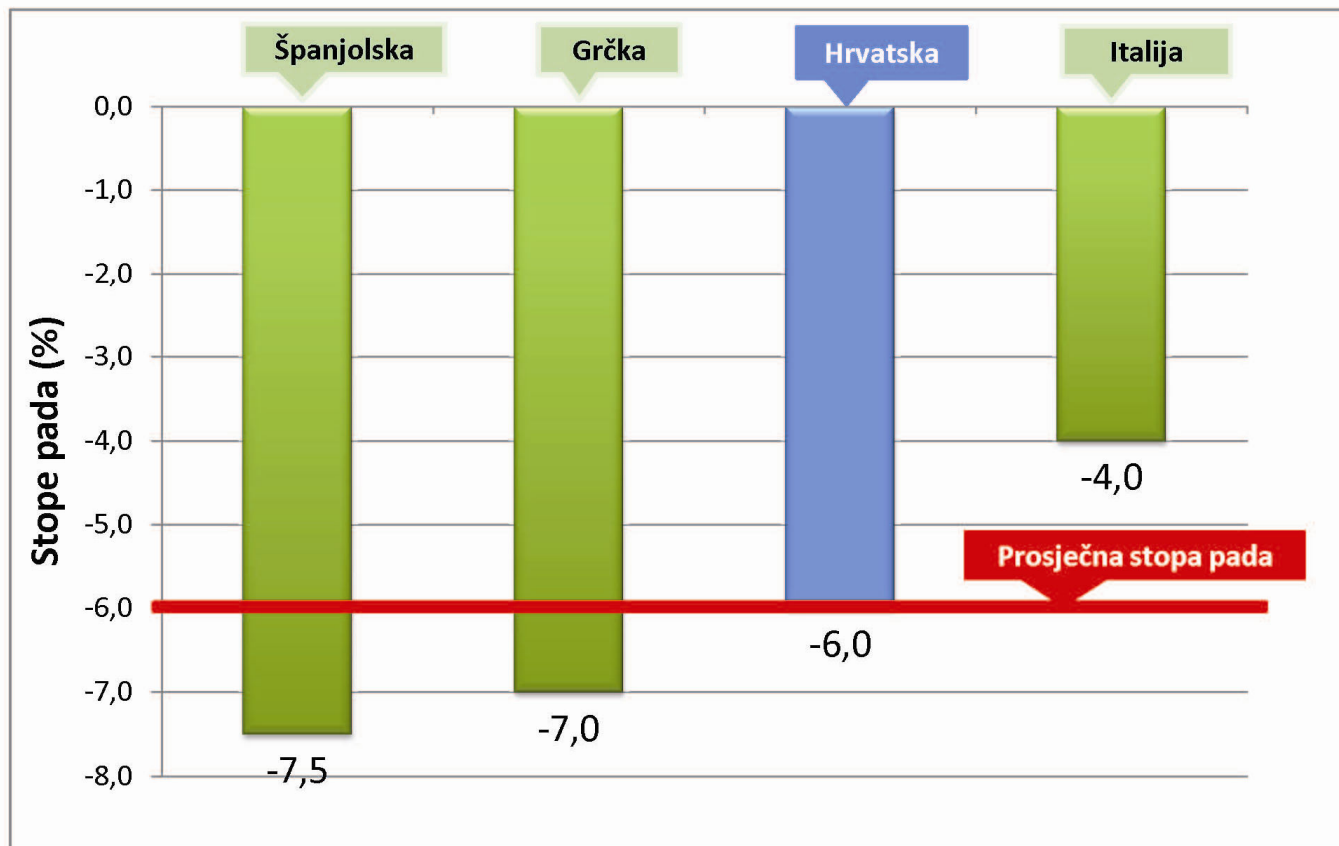
Izvor: UNWTO World Tourism Barometer, 2010.



50 godina u službi turističkog razvoja  
years in the service of tourism development

## OCJENA 2009. GODINE – Hotelijerstvo

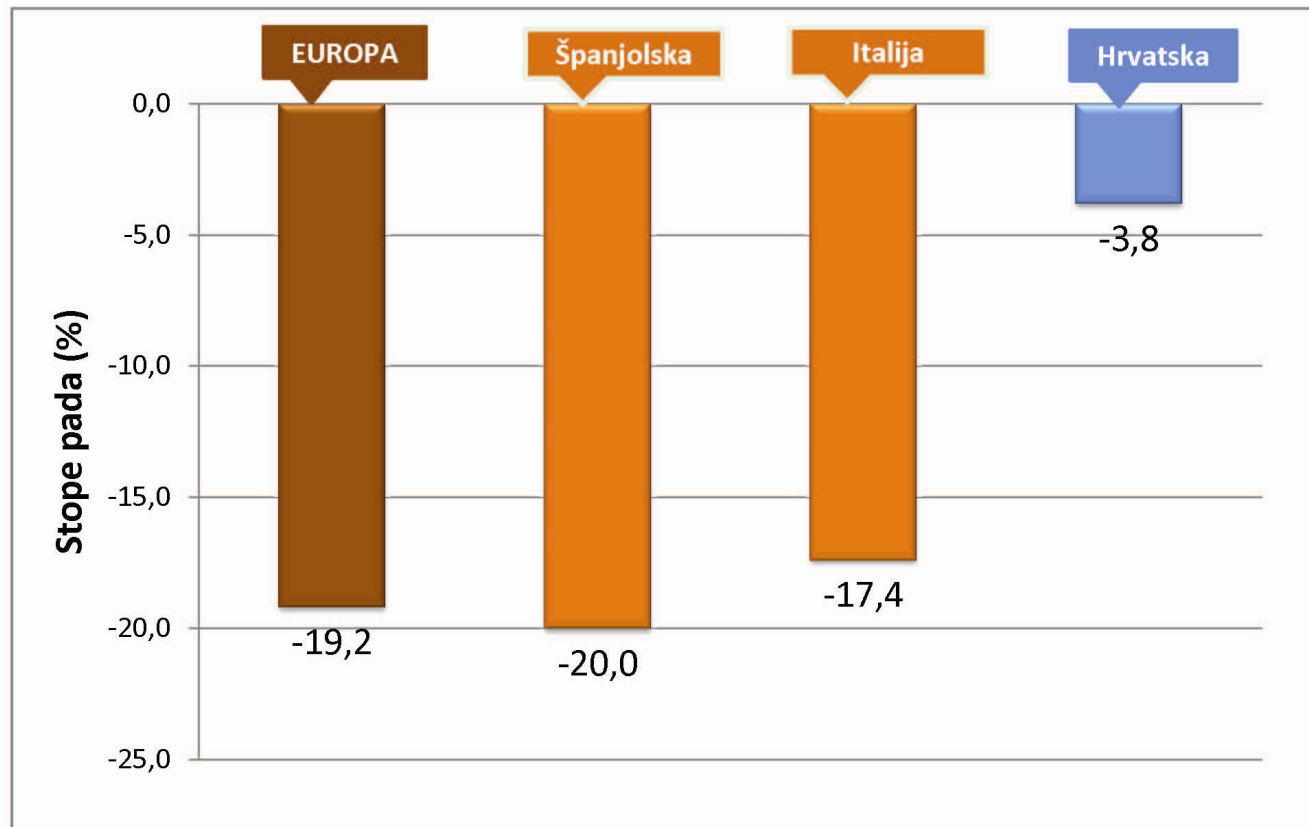
Pad noćenja u hotelima i sličnim kapacitetima  
(I.-VIII. 2009.) u konkurentnom okruženju



Izvor: Nacionalni statistički uredi

## OCJENA 2009. GODINE – Hotelijerstvo

Pad revPAR-a u Europi, Hrvatskoj i konkurentskim zemljama



- **Smanjenje zauzetosti kapaciteta iznosilo je u Europi 7,8% (STR Global), u Hrvatskoj 3,5% (DZS)**

Izvor: STR Global, Horwath

## OCJENA 2009. GODINE – Potrošnja turista

- **Potrošnja inozemnih turista iznosila je 6,3 milijarde eura (HNB)**
- **Potrošnja domaćih turista iznosila je 1,0 milijardu eura (IT)**
- **UKUPNA POTROŠNJA domaćih i inozemnih turista iznosila je 7,3 milijarde eura (IT i HNB)**



## OCJENA 2009. GODINE – Potrošnja turista

- **Pad potrošnje inozemnih turista iznosi 14,6% (HNB)**
- **Pad potrošnje domaćih turista iznosi 9,7% (IT)**
- **Pad ukupnog prometa u sektoru hoteli (55.1) iznosio je 5% u odnosu na 2008. (DZS)**
- **Pad potrošnje inozemnih turista rezultat je najvećim dijelom manje izvanpansionske potrošnje (HNB)**



## PREPORUKE ZA DESTINACIJSKU POLITIKU

- **DESTINACIJSKI MENADŽMENT** – provesti u praksi; zadužen sustav TZ; nužna suradnja javnog i privatnog sektora
- **E-MARKETING** – unapređenje sadržaja i funkcionalnosti internet stranica
- **Pružiti informacije i savjete turista o sadržajima u destinaciji** – info-punktovi
- **Poboljšati prometnu povezanost među destinacijama** – zračne luke i otoci; brodske linije za otoke



## PREPORUKE ZA DESTINACIJSKU POLITIKU

- **TURISTIČKI PROIZVOD** – jačanje ponude tematiziranih tura; poticanje raznolikije ugostiteljske ponude; briga za okoliš; jednostavnost i autentičnost
- **Hotelsko-turistička poduzeća** – osmišljavanje programa lojalnosti; osmišljavanje i ponuda ‘paketa doživljaja’ izvan glavne sezone
- **Osmišljavanje ponude i formiranje nacionalnog lanca maloprodaje** – plasman hrvatskih suvenira i autohtonih, lokalnih proizvoda (2011.)



## OČEKIVANJA ZA 2010. GODINU



- **EUROBAROMETAR –** Hrvatska na 7. mjestu planiranih destinacija provođenja glavnog god. odmora
- Polovica Europljana ima dovoljno sredstava za god. odmor: 5% više ispitanika u odnosu na 2009.
- Za razliku od 32% Europljana, čak 82% Hrvata izjavilo da će provesti odmor u Hrvatskoj
- Teško je procjenjivati – **POTROŠNJA** u 2010. će ovisiti o cjenovnoj politici i sposobnosti ponude konkurentnog turističkog proizvoda tj. povoljnog odnosa ‘ponuđene vrijednosti za novac’

