



Opatija – jedina hrvatska destinacija s cjelogodišnjom turističkom sezonom

Najposjećenije destinacije u Hrvatskoj su geografski vrlo koncentrirane, 80% destinacija se nalazi u Istri i na Kvarneru

Analiza turističke sezone 2009. i najposjećenijih turističkih destinacija u RH

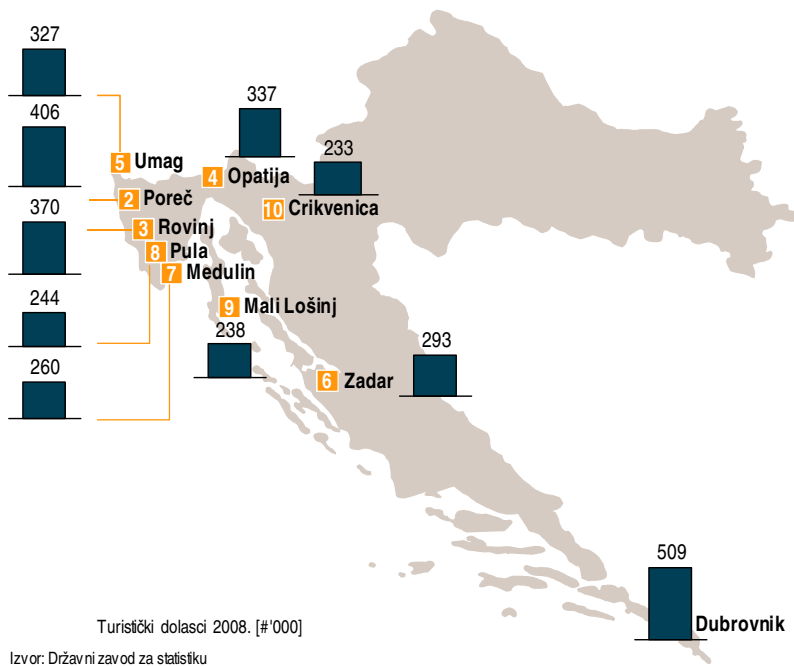
Turističku sezonu 2009. obilježila je ekonomska kriza koja je negativno utjecala na turističku industriju u svijetu. Hrvatsku turističku sezonu u 2009. treba promatrati kroz dva kriterija. Činjenica je da je Hrvatska uspjela zadržati fizički volumen turističkih dolaza i noćenja u usporedbi s prethodnom godinom. U prvih devet mjeseci, koji u pravilu čine gotovo 90% fizičkog volumena sezone, Hrvatska bilježi 2% manje turističkih dolazaka i 1% manje turističkih noćenja. Valja istaknuti da su kontrakciju uzrokovali domaći turisti koji su zabilježili 12% manje dolazaka i 10% manje noćenja. Posjeta stranih gostiju je bila na razini prošle godine. Dobrim rezultatima u fizičkom volumenu zahvaljujemo geografskoj poziciji Hrvatske, izgrađenoj cestovnoj infrastrukturi i značajno smanjenim cijenama. Zbog recesijskih utjecaja strani gosti su se odrekli skupljih i daljih destinacija u zamjenu za boravak u bližim i tradicionalnijim odredištima za koje nisu trebali planirati dolazak. Lijepo vrijeme tijekom cijele sezone također je bio dodatni faktor koji je utjecao na atraktivnost bližih destinacija.

Nažalost, određene financijske žrtve su učinjene kako bi se ostvario fizički volumen jednak prethodnoj godini. Prema najnovijim podacima HNB-a hrvatski turistički prihod u prvih devet mjeseci 2009. iznosio je 1,03 milijardi manje nego u istom razdoblju 2008., što je jednako padu od 15,2%. Spomenuti podaci se temelje na anketi stranih turista koji su odlazili iz Hrvatske. Valja naglasiti da je u vrhuncu sezone od turizma uprihodovano 726 milijuna eura manje nego u istom razdoblju 2008. Vjerodostojnost ovih podataka podupiru i fizički pokazatelji pada u trgovini na malo te u ugostiteljstvu.

Turistička struka naglašava da je dugoročan razvoj destinacija ključan za privlačenje gostiju u teškim gospodarskim vremenima kada dugotrajno građeni odnos gosta i destinacije postane jedina garancija njegovog dolaska. Sukladno tome, krajem 2009. analizirane su najposjećenije hrvatske turističke destinacije na Jadranu prema kriteriju turističkih dolazaka u 2008. s ciljem prikaza njihovog značaja za hrvatski turizam i prikaza problema sezonalnosti s kojim se susreću.

Deset turističkih destinacija koje bilježe najveći broj turističkih dolazaka u 2008. su: Dubrovnik, Poreč, Rovinj, Opatija, Umag, Zadar, Medulin, Pula, Mali Lošinj i Crikvenica. Nesrazmjer hrvatske turističke industrije reflektira se i pri geografskom položaju najposjećenijih turističkih destinacija. Čak osam od deset najvećih turističkih destinacija se nalazi u Istri i na Kvarneru. Točan geografski raspored i broj turističkih dolazaka vidljiv je na prikazu 1.





10 najposjećenijih destinacija u Hrvatskoj

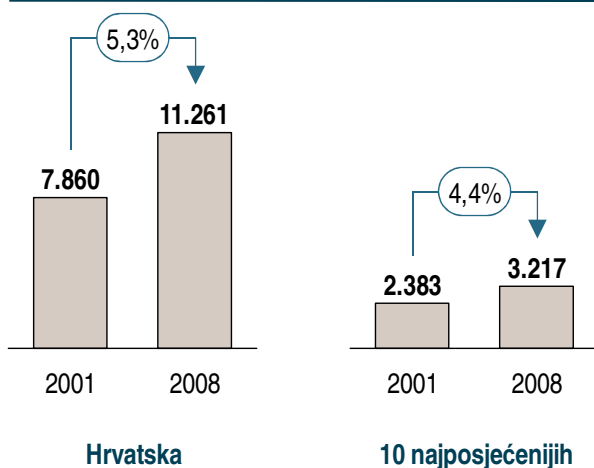
1		Dubrovnik	509
2		Poreč	406
3		Rovinj	370
4		Opatija	337
5		Umag	327
6		Zadar	293
7		Medulin	260
8		Pula	244
9		Mali Lošinj	238
10		Crikvenica	233

Turistički dolasci 2008. [#'000]
Izvor: Državni zavod za statistiku

Prikaz 1: Geografski prikaz najposjećenijih hrvatskih destinacija

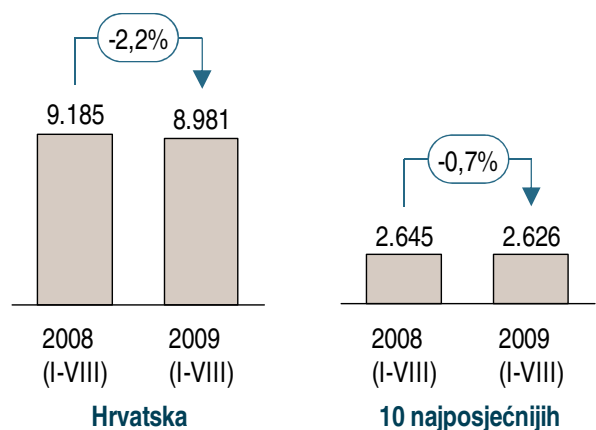
U razdoblju od 2001. do 2008. turistički dolasci u Hrvatskoj su rasli 5,3% p.a. dok dolasci u deset najposjećenijih destinacija rastu 4,4% p.a. (prikaz 2.). Ako promatramo prvih 8 mjeseci 2009. godine dolasci u najposjećenijim turističkim destinacijama su pali samo za 0,7% dok Hrvatska bilježi 2,2% manje turističkih dolazaka. Ovaj podatak potvrđuje veću otpornost najposjećenijih destinacija na utjecaj krize.

Turistički dolasci Hrvatska, najposjećenije destinacije 2001. vs 2008. [#'000], godišnji rast



Izvor: Državni zavod za statistiku

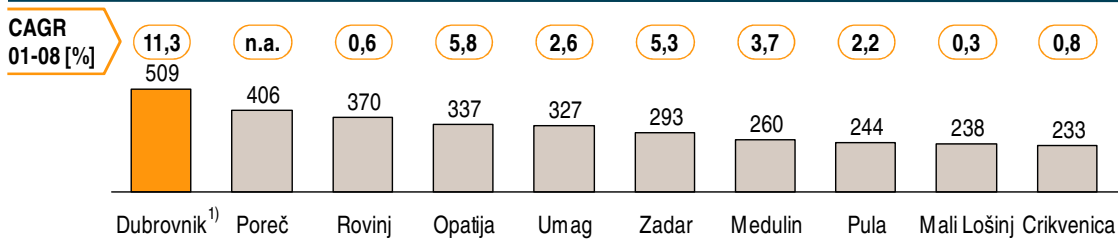
Turistički dolasci Hrvatska najposjećenije destinacije I-VIII 2008./2009. [#'000]



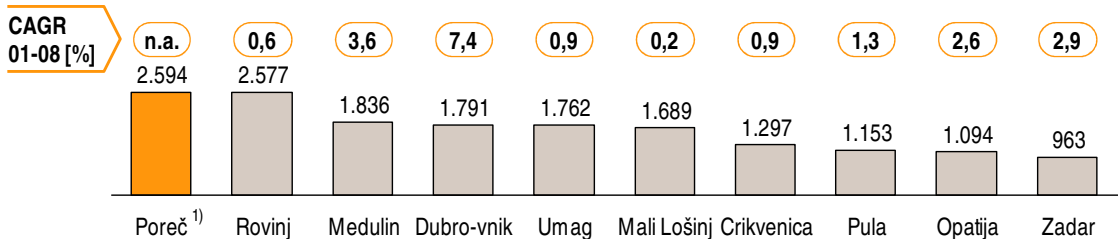
Prikaz 2: Turistički dolasci, destinacije 2001. vs 2008. i I-VIII 2008. vs I-VIII 2009.

Dubrovnik je najposjećenija Hrvatska destinacija u 2008. godini sa zabilježenih 509.000 dolazaka, slijedi Poreč s 406.000 dolazaka, a deset najvećih destinacija zaključuje Crikvenica s 233.000 dolazaka. Prema noćenjima najposjećenija destinacija je Poreč s 2,594.000 noćenja, slijedi ga Rovinj s 2,577.000, a zadnja najveća destinacija je Zadar s 963.000 noćenja. Kompletan poredak vidljiv je na prikazu 3.

Turistički dolasci najposjećenije destinacije 2008. [#'000]



Turistička noćenja najposjećenije destinacije 2008. [#'000]



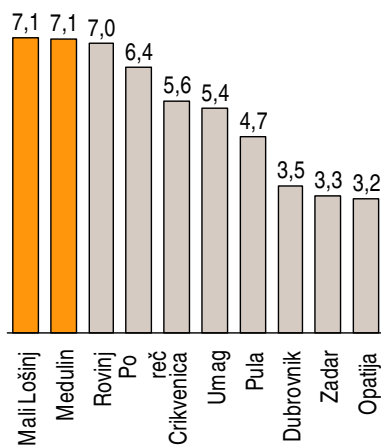
1) Zbog izdvajanja općina iz Grada Poreča u 2007., nemoguće je kontinuirano pratiti pokazatelje od 2001. do 2008.
Izvor: Državni zavod za statistiku, Roland Berger

Prikaz 3: Broj turističkih dolazaka i noćenja u najposjećenijim destinacijama 2008.

U 2008. Mali Lošinj i Medulin bilježe najveći broj noćenja po dolasku (7,1). (prikaz 4). Obje destinacije su orijentirane na obiteljski turizam koji podrazumijeva veći broj noćenja. Uz navedeno za dolazak do Malog Lošinja potrebno je platiti mostarinu i trajekt što krakotrajn boravak na najnaseljenijem otočkom mjestu u Hrvatskoj znatno poskupljuje.

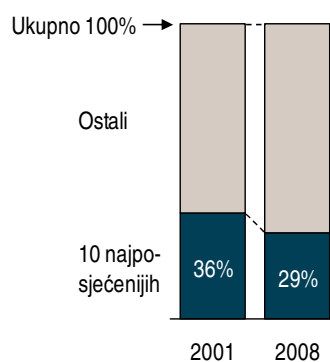
Dubrovnik, Zadar i Opatija ističu se manjim brojem noćenja po dolasku (oko 3 noćenja po dolasku) što je karakteristično za destinacije koje su ekskluzivnije (Dubrovnik), koje su blizu velikih emitivnih gradova (Opatija) ili su polazišna točka za daljna putovanja (Zadar). U 2008. udio najvećih 10 turističkih destinacija čini 29% svih turističkih dolazaka u Republiku Hrvatsku što upućuje na gubitak značaja u usporedbi s 2001. godinom kada je isti udio iznosio 36%. Udio stranih gostiju u najvećim destinacijama čini 86% svih turističkih dolazaka što je nešto više od prosjeka Republike Hrvatske (84%)

Broj noćenja po dolasku u najposječ. hrv. destinacijama, 2008 [#]

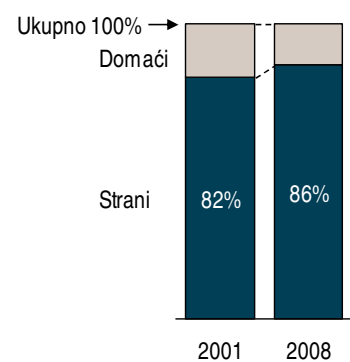


Izvor: Državni zavod za statistiku, Roland Berger

Udio najposječ. destinacija u ukupnim dolascima 2001. vs 2008.



Udio stranih gostiju u najposječ. destinacijama 2001. vs 2008.



Prikaz 4: Karakteristika noćenja po dolasku u najposjećenijim destinacijama i struktura gostiju, 2008.

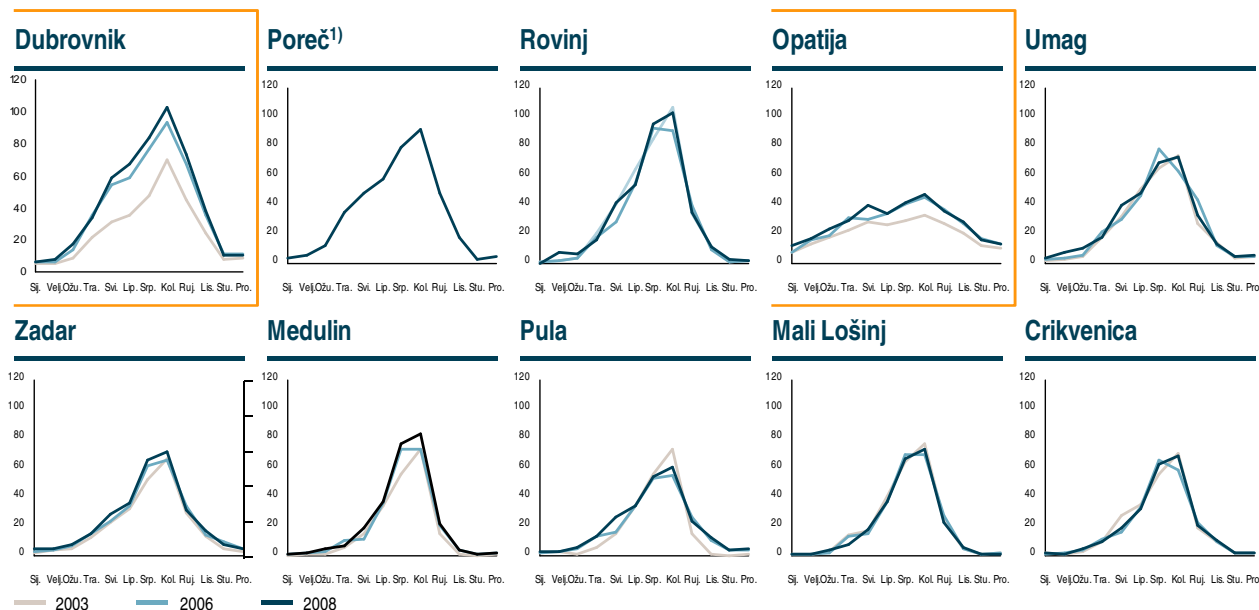
Glavni nedostatak hrvatskog turizma je loša sezonalnost tj. neravnomjerna dinamika posjeta turista tokom godine. Hrvatski turizam obilježava velik priljev turista tokom dva ljetna mjeseca (srpanj i kolovoz) dok lipanj i rujanj, u najboljem slučaju, postižu 50% manju posjetu u odnosu na srpanj i kolovoz. Ostali dio godine hrvatski turizam svodi se na simboličnu posjetu koja generira otužnu sliku praznih destinacija tj. gradova sa zatvorenim smještajnim kapacitetima. Dugoročno, takva sezonalnost onemogućava razvoj mjesta, neosigurava stalna radna mjesta stanovništvu, koči ulaganje u ljudske resurse te otžava optimalno planiranje infrastrukturnih ulaganja.

Osim navedenih posljedica, loša sezonalnost glavni je uzrok ograničenih investicija stranih i domaćih ulagača u nove smještajne kapacitete te izostanka dolaska glavnih svjetskih brandova hoteljerske industrije. Iako postoje pozitivni primjeri, sezonalnost u 10 najvećih destinacija ne razlikuje se značajno od prosjeka hrvatskog turizma. (prikaz 5).

Sezonalnost hrvatskih najvećih destinacija promatrana je u dva perioda. Analiziran je odnos broja turističkih dolazaka u kolovozu u odnosu na siječanj te u odnosu na svibanj. Faktor zimske sezonalnosti (odnos kolovoz/siječanj) ističe alarmantne i zabrinjavajuće podatke za cijeli hrvatski turizam.



Usporedba sezonalnosti najposjećenijih destinacija 03., 06., 08., tur. dolasci [#'000]¹⁾



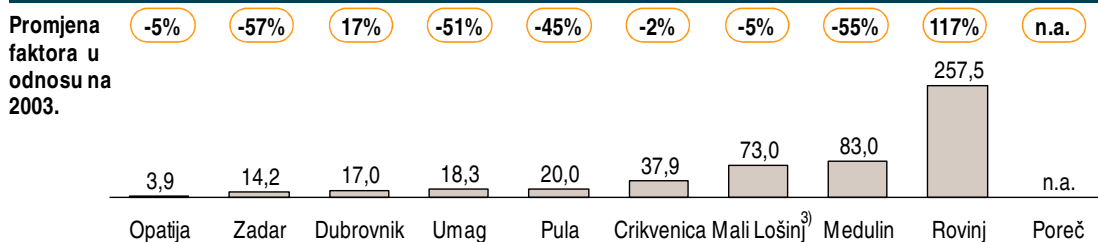
1) Zbog izdvajanja općina iz Grada Poreča u 2007., nemoguće je kontinuirano pratiti pokazatelje od 2001. do 2008.

Izvor: Državni zavod za statistiku, Roland Berger

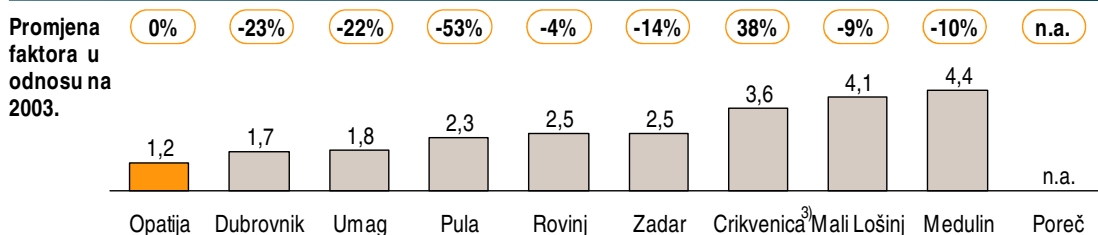
Prikaz 5: Usporedba sezonalnosti top destinacija 2003., 2006., 2008., turistički dolasci

Osim Opatije sve hrvatske velike destinacije bilježe zastrašujući nesrazmjerni turistički dolasci, tako Rovinj bilježi 257 puta više gostiju u kolovozu u odnosu na siječanj, Medulin 83 puta, a Dubrovnik kao najznačajnija destinacija, još uvijek zastrašujućih 17 puta. Prvotno spomenuta Opatija može biti primjer kako se stvara cijelogodšnja destinacija. Posjet Opatije u siječnju je samo 4 puta manji od posjete u kolovozu. Predsezonski pokazatelji destinacije također nisu za pohvaliti. Većina destinacija ima 2 puta manju posjećenost u svibnju u odnosu na kolovoz. Opatija opet prednjači te u kolovozu bilježi samo 1,2 puta veći broj turističkih dolazaka u odnosu na svibanj, dok je u Dubrovniku posjeta veća 1,7 puta. (prikaz 6.)

Faktor sezonalnosti siječanj¹⁾



Faktor sezonalnosti svibanj²⁾



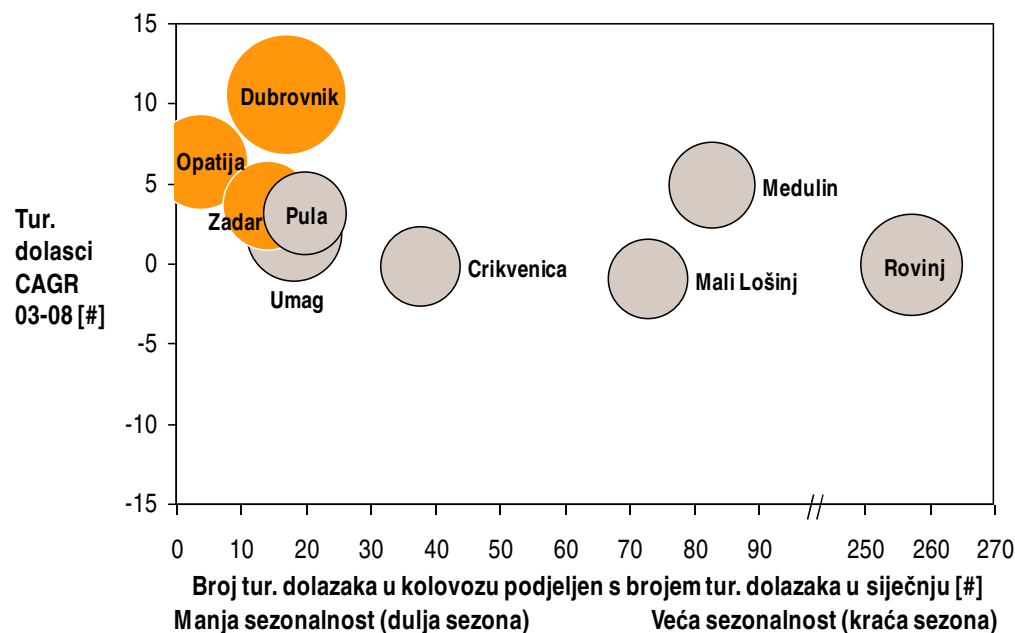
1) Broj tur. dolazaka u kolovozu podijeljen s brojem tur. dolazaka u siječnju
 2) Broj tur. dolazaka u kolovozu podijeljen s brojem tur. dolazaka u svibnju
 3) Zbog izdvajanja općina iz Grada Poreča u 2007., nemoguće je kontinuirano pratiti pokazatelje od 2001. do 2008. Izvor: Državni zavod za statistiku, Roland Berger

Prikaz 6: Odnos turističkih dolazaka, 2008. kolovoz vs siječanj i kolovoz vs svibanj

U razdoblju 2003. - 2008. Dubrovnik je najposjećenija i najbrže rastuća (10,5% p.a.) hrvatska destinacija na jadranskoj obali. Opatija je druga najbrže rastuća destinacija (6,3% p.a.) s najduljim trajanjem turističke sezone. Zadar bilježi treći najveći rast u Hrvatskoj (3,6% p.a.) uz sezonu koja je treća po razini sezonalnosti u Hrvatskoj. (prikaz 7.)



Prema kriterijima turističkih dolazaka, rastu posjećenosti i duljini sezone najbolje tri destinacije u Hrvatskoj su Dubrovnik Opatija i Zadar.



↔ Broj tur. dolazaka 2008.

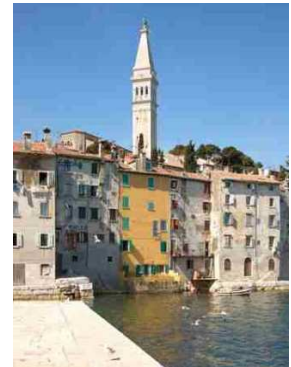
Izvor: Državni zavod za statistiku, Roland Berger

Prikaz 7: Usporedba destinacija prema rastu, broju tur. dolazaka i sezonalnosti



ZAKLJUČAK

- ➔ Najveći broj najposjećenijih destinacija nalazi se u Istarskoj (5) i Primorsko goranskoj županiji (3), a najposjećenija destinacija je Grad Dubrovnik s 509.000 turističkih dolazaka. Najdužu sezonu i sve preduvjete za održivi cjelogodišnji turizam bilježi Grad Opatija. U razdoblju od 2001. do 2008. turistički dolasci rastu 5,3% p.a. na razini države, a 4,4% p.a. na razini top 10 destinacija. U prvih osam mjeseci 2009. najveće destinacije bilježe manji pad u broju turističkih dolazaka u odnosu na ostatak Hrvatske. Osim Opatije i Dubrovnika sve hrvatske destinacije bilježe lošu sezonalnost tj. veliku razliku između broja turističkih dolazaka u ljetnim i zimskim mjesecima.
- ➔ Prema kriterijima turističkih dolazaka, rastu posjećenosti i duljini sezone najbolje tri najposjećenije destinacije u Hrvatskoj su Dubrovnik Opatija i Zadar.
- ➔ Svaka od navedenih destinacija je specifična i ima različite faktore koji su utjecali na uspjeh. Dubrovnik je na UNESCO-ovom popisu svjetske baštine i nakon godina prometne izolacije i ratnih stradanja se vraća na svjetsku scenu. Opatija je destinacija koja je najbliža velikim emitivnim tržištima (Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija i Hrvatska), moguće ju je posjetiti automobilom i pogodna je za posjete vikendom. Zadar je najveći grad među analiziranim destinacijama čiji je ubrzani razvoj rezultat dobre cestovne i aviopovezanosti te pozicioniranja kao srednjodalmatinskog huba.
- ➔ Navedene destinacije primjer su da ne postoji jedinstvena formula za uspjeh destinacije. Uspjeh i posjećenost destinacije rezultat su način korištenja konkurentskih prednosti same destinacije.



Ivan Babić je savjetnik u hrvatskom uredu Roland Berger-a
www.rolandberger.hr