

The background of the cover is a photograph of a weathered stone wall. Several fishing nets are draped over the wall, with some hanging vertically and others partially visible on the right side. The stone is light-colored and textured. The overall scene suggests a coastal or fishing community.

Sa

Sektorske analize

ožujak 2013. broj 19 godina 2

eiz ekonomski
instituit,
zagreb

Turizam

Autorica Marina Tkalec

_Sadržaj

_3 Glavni sektorski pokazatelji

Broj noćenja porastao je za 4 posto u odnosu na prethodnu godinu i to isključivo zahvaljujući rastu broja noćenja stranih turista. Domaći su turisti, pogođeni rastom nezaposlenosti, smanjenjem plaća i raspoloživog dohotka, smanjili broj noćenja za 6,8 posto u odnosu na 2011. godinu.

_9 Najveća trgovačka društva

Deset vodećih trgovačkih društava u 2011. godini imalo je tržišni udio od 25,6 posto. Tako mala tržišna koncentracija posljedica je strukture hrvatskog turizma koja se temelji na malim društvima i privatnom turističkom smještaju.

_13 Turizam u 2013.

Očekivanja za 2013. su podijeljena. Dok jedan dio struke tvrdi kako će biti vrlo teško dosegnuti odlične rezultate iz 2012. godine, drugi dio smatra da će trud uložen u pripremu nove sezone još jednom polučiti sjajne rezultate hrvatskog turističkog sektora.

_17 Makroekonomski pregled

Najnoviji podaci Državnog zavoda za statistiku upućuju na to da je Hrvatska i u posljednjem tromjesečju 2012. godine zabilježila pad BDP-a od -2,3 posto u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

_19 Zaključak i očekivanja

Usprkos ostatku hrvatske privrede, turizam se pokazao otpornim i na domaću ekonomsku krizu jer su ovi rezultati ostvareni unatoč padu broja noćenja domaćih turista. Iako je još prerano govoriti o očekivanjima za 2013., predsezona bi mogla podbaciti zbog ranog Uskrsa što će se barem djelomično nadoknaditi rastom broja rezervacija za sezonu i posezonu.

Glavni sektorski pokazatelji

Bliži se Uskrs što znači da uskoro započinje i službeno otvaranje turističke predsezone. Znak je to da ćemo vrlo brzo početi pratiti dolaske i noćenja te brojati devize koje su strani turisti ostavili pretežito na hrvatskoj obali, a manjim dijelom i u glavnome gradu. Prošlogodišnja sezona po mnogim je pokazateljima bila odlična, ali je ukazala i na sve prepreke i potencijale koje skriva turistički sektor. Što je turizmu, ugostiteljima i sveukupnom hrvatskom gospodarstvu donijela sezona 2012. saznat ćemo iz sljedećih odlomaka.

Tablica 1.
Glavni sektorski pokazatelji

Napomene: * označava da se radi o procjeni; ** označava da se radi o podacima za prvih devet mjeseci.

Izvori: Državni zavod za statistiku i Hrvatska narodna banka.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Broj noćenja (u mil.)	57,1	56,3	56,4	60,4	62,7
Prihodi od turizma (u mlrd. eura)	7,5	6,4	6,2	6,6	6,8*
Udio djelatnosti u BDP-u (u %)	3,7	3,8	3,9	4,1	4,1
Udio zaposlenih (% ukupnog broja)	6,0	5,9	6,0	6,0	6,1
Jedinični trošak rada (kuna po 1.000 jedinica BDV-a)	544,56	527,70	497,05	476,56	476,42
Udio djelatnosti u izvozu (u %)	37,6	39,1	35,2	35,2	36,0*
Udio noćenja u Istri (% noćenja na Jadranu)	33,8	34,5	33,8	33,9	34,0
Broj stalnih postelja (u tisućama)	897,0	899,1	833,1	852,4	805,5
Izravna inozemna ulaganja (u mil. eura)	141,8	4,1	4,6	-40,8	26,3**

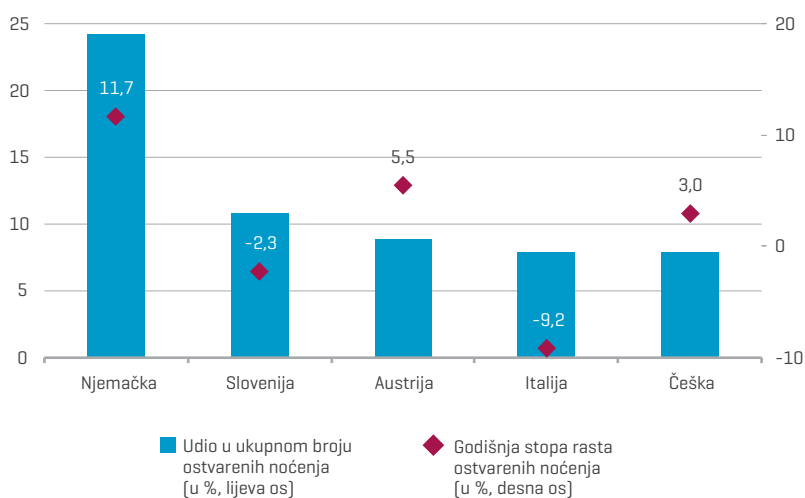
Prošle je godine ostvaren najveći broj noćenja od datuma hrvatskog osamostaljenja: čak 62,7 milijuna, što je dakako odličan rezultat, ali je i dalje za 5,5 milijuna noćenja manji od rekorda iz predratne 1986. godine. Razlog tome vjerojatno je broj postelja koji još nije dosegao predratne razine, ponajviše zbog nedostatnog ulaganja u hotelska poduzeća u državnome vlasništvu. Mnogi neriješeni problemi oko tih nekretnina, koje su golem mrtvi kapital, koče značajniji rast broja postelja u hotelskom smještaju. Ipak, broj noćenja porastao je za 4 posto u odnosu na prethodnu godinu i to isključivo zahvaljujući rastu broja noćenja stranih turista. Domaći su turisti, pogođeni rastom nezaposlenosti, smanjenjem plaća i raspoloživog dohotka, smanjili broj noćenja za 6,8 posto u odnosu na 2011. godinu. Kao

PROŠLE JE GODINE OSTVAREN NAJVEĆI BROJ NOĆENJA OD DATUMA HRVATSKOG OSAMOSTALJENJA: ČAK 62,7 MILIJUNA, ŠTO JE DAKAKO ODLIČAN REZULTAT ALI JE I DALJE ZA 5,5 MILIJUNA NOĆENJA MANJE OD REKORDA IZ PREDRATNE 1986. GODINE

i prethodnih godina, najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke, 24,2 posto od ukupnih noćenja stranih turista, što predstavlja rast na godišnjoj razini od čak 11,7 posto. Osim toga, gosti iz Njemačke u Hrvatskoj su boravili prosječno 7,5 noći što je najdulji boravak od svih stranih gostiju s glavnih pet emitivnih tržišta. Analiza preostalih pet glavnih emitivnih tržišta pokazuje da je približno svaki deseti posjetitelj stigao iz Slovenije, ali i da je dolazak gostiju iz te zemlje prošle godine podbacio. Pad dolazaka od 2,3 posto posljedica je pogoršane ekonomske situacije u toj zemlji. Slično je bilo i s gostima iz Italije koji su u prosjeku ostvarili 9,2 posto noćenja manje nego prethodne godine. Posjetitelji iz Austrije i Češke povećali su broj noćenja i to za 5,5 odnosno 3 posto [slika 1.]

Slika 1.
Pet glavnih emitivnih tržišta stranih posjetitelja prema zemlji porijekla u 2012. godini

Izvor: Državni zavod za statistiku.



Prihodi od turizma, nažalost, nisu proporcionalno popratili rast ostvarenih noćenja. Međutim to ne iznenađuje, uzme li se u obzir da su recesija ili tek slab ekonomski rast u mnogim zemljama te sve nepovoljniji položaj radnika koji su pod pritiskom gubitka posla i pada plaća, doveli do smanjenja raspoloživog proračuna za putovanja. Prema podacima iz platne bilance dostupnim za prva tri tromjesečja prošle godine, prihodi od turizma pali su za 6,6 posto u odnosu na rekordnu 2008. godinu. U odnosu na isto razdoblje prethodne godine, prihodi su porasli za 2,9 posto. Prema našim procjenama za čitavu godinu, rast prihoda u 2012. iznosio je 2,8 posto što

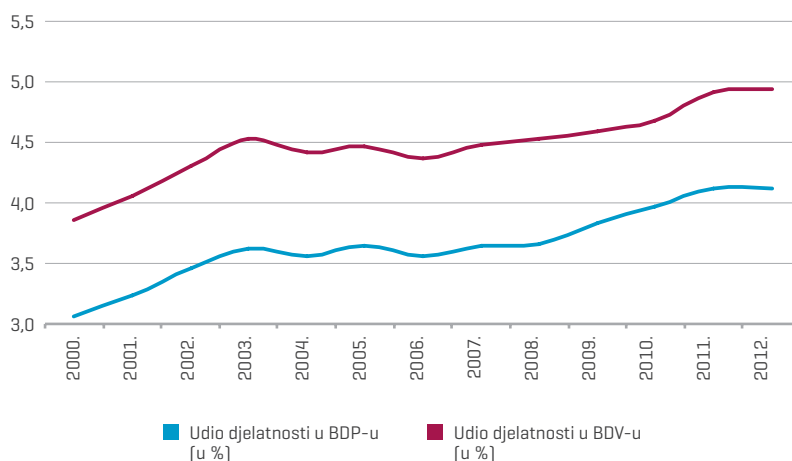
“ Prema podacima iz platne bilance dostupnim za prva tri tromjesečja prošle godine, prihodi od turizma manji su za 6,6 posto u odnosu na rekordnu 2008. godinu.

znači da su prihodi rasli sporije od broja noćenja. Takav je trend u godinu dana doveo do pada prihoda po noćenju i to sa 120,9 na 118,2 eura. Loša ekonomska situacija diljem Europe jedan je od glavnih uzroka pada prihoda po noćenju, no pad prihoda također je posljedica nedovoljno razvijene hrvatske turističke ponude.

Za detaljniju analizu turističkog sektora okrećemo se podacima Državnog zavoda za statistiku koji najveći dio turističkog sektora klasificira kao djelatnost „I” - djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića te djelatnost pružanja usluge smještaja. Posljednji podaci za 2012. godinu upućuju na to da su glavni pokazatelji zadržali dugogodišnji trend. Tako je udio djelatnosti „I” u bruto domaćem proizvodu (BDP-u) s razine od 3,1 posto u 2000., u 2012. porastao na 4,1 posto, dok je njezin udio u bruto dodanoj vrijednosti (BDV-u) s razine 3,9 posto u 2000., porastao na 4,9 posto (slika 2.). Turizam je propulzivna djelatnost, čemu svjedoči i podatak da je u zadnjih 13 godina BDV djelatnosti „I” u prosjeku rastao brže i od BDV-a i od BDP-a cijelog gospodarstva. Također, ovo je djelatnost koja je iz godine u godinu povećavala svoj udio u gospodarstvu, čak i dok su druge djelatnosti ostvarivale smanjenje udjela na godišnjoj razini. Udio turizma u BDV-u u Hrvatskoj još uvijek nije na razini onoga u drugim mediteranskim odredištima. Primjerice, u Španjolskoj i Grčkoj turizam ima gotovo 8 posto udjela u bruto dodanoj vrijednosti. To ukazuje na to kako turizam u Hrvatskoj još uvijek ima prostora za rast.

Slika 2.
Kretanje udjela djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u BDV-u i BDP-u u razdoblju od 2000. do 2012. godine

Izvor: Državni zavod za statistiku.



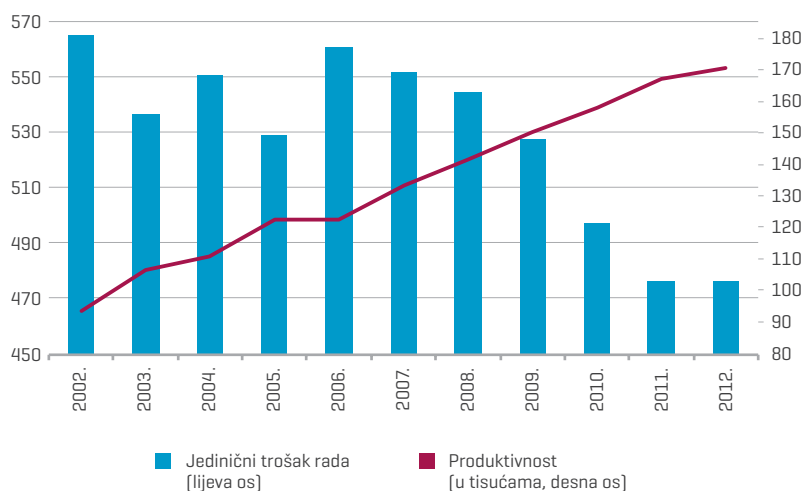
Značaj turizma u zaposlenosti nepromijenjen je već godinama i udio broja zaposlenih u ovoj djelatnosti u ukupnom broju zaposlenih u Hrvatskoj kreće se oko 6 posto. Produktivnost ove djelatnosti u stalnom je porastu, a posljednji podaci za 2012. ukazuju na rast produktivnosti od 0,2 posto na godišnjoj razini. U odnosu na po prihodima rekordnu 2008. godinu, produktivnost je porasla za čak 20 posto (slika 3). Rezultat je to ponajviše ubrzanog smanjenja zaposlenosti u ovoj djelatnosti, a manje poboljšanja efikasnosti poslovanja i rasta cijena usluga restorana i hotela. Broj zaposlenih u ovoj djelatnosti tako se smanjio za 9,7 posto u odnosu na 2008. godinu

što je i dalje manje od pada na razini čitave privrede [-11,1 posto]. To još jednom potvrđuje relativnu otpornost hrvatskog turizma na promjenu ciklusa. U skladu s time, realne bruto i neto plaće pale su za 1,3 odnosno 1,8 posto, što je također manje od državnog prosjeka. Ovoj radno intenzivnoj djelatnosti prepreku predstavlja činjenica da plaće dosežu približno 85 posto prosječnih hrvatskih plaća, drugim riječima ovaj je sektor potplaćen, a ubrzan rast plaća zasigurno je faktor koji bi mogao doprinijeti kvaliteti turističke usluge. U skladu s navedenim, jedinični trošak rada nastavio je padati te je na kraju 2012. iznosio 476,42 kuna po 1.000 jedinica bruto dodane vrijednosti [slika 3].

Slika 3.
Kretanje produktivnosti rada i jediničnog troška rada u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u razdoblju od 2002. do 2012. godine

Napomene: produktivnost rada = BDV/broj zaposlenih; jedinični trošak rada = masa plaća/1.000 jedinica BDV-a.

Izvor: Državni zavod za statistiku.

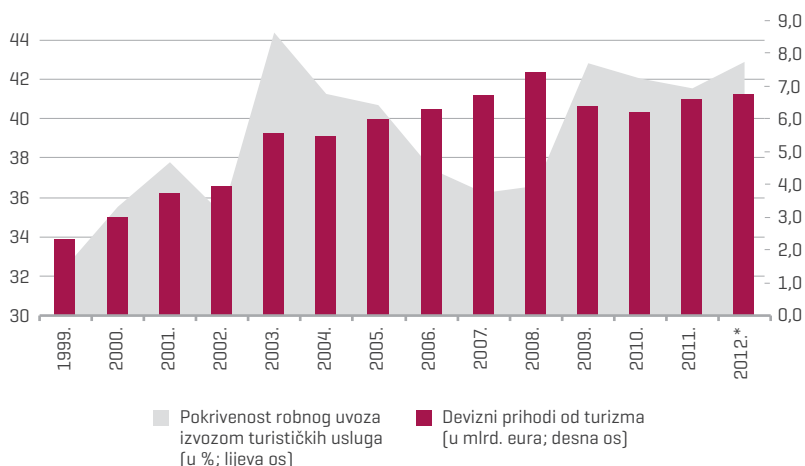


Hrvatska svoje turističke usluge uglavnom izvozi i njihov je udio u ukupnom izvozu vrlo velik. Prema našim procjenama za 2012. godinu, udio usluga putovanja u hrvatskom izvozu iznosio je 36 posto što je daleko iznad udjela naših mediteranskih konkurenata. Nije tome tako zato što je Hrvatska izuzetno mala zemlja s vrlo velikim brojem turista [kao što je npr. Malta], nego zato što je hrvatska izvozna osnovica malena, plitka i orijentirana na izvoz usluga, prvenstveno turističkih. U razdoblju od 1991. do 2011. godine hrvatski robni izvoz iznosio je ukupno 93 milijarde eura dok je u istom razdoblju izvoz generiran turizmom bio tek za četvrtinu manji, odnosno iznosio je 69,9 milijardi eura. Međutim, čak niti ove dvije najveće izvozne stavke nisu u navedenom razdoblju uspjele potpuno pokriti robni uvoz koji iz godine u godinu doprinosi gomilanju deficita robne razmjene. Takvo stanje uzrokuje neravnotežu platne bilance, koja se očituje u povećanju dugovanja izraženog u stranoj valuti, uzrokovanog robnim uvozom kojeg čak niti izvrsni turistički rezultati ne uspijevaju sanirati [slika 4]. Preveliko oslanjanje na devizne prihode od turizma svakako nije dobro jer bi i manji pad u prihodima mogao poljuljati stabilnost tečaja kune prema euru. Stoga bi uz povećanje prihoda od turizma trebalo raditi i na supstituciji robnog uvoza domaćom proizvodnjom, te na jačanju robnog izvoza. Naravno, turizam i ovdje može biti osnova za razvoj proizvodnje jer njegov razvoj može za sobom povući mnoge privredne grane.

Slika 4.
Pokrivenost robnog uvoza izvozom turističkih usluga i devizni prihodi od turizma u razdoblju od 1999. do 2012. godine

Napomena: * označava da se radi o procjeni.

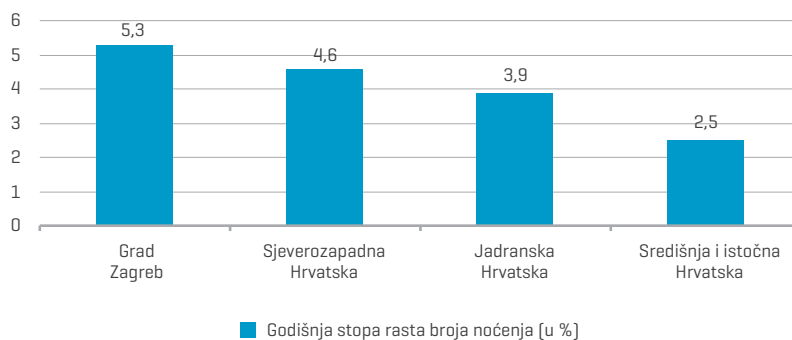
Izvor: Hrvatska narodna banka.



Prošle godine nisu zabilježene promjene u distribuciji po regijama. Jadranska Hrvatska ostaje najposjećenija regija s 96,1 posto noćenja, Sjeverozapadna Hrvatska je u 2012. ostvarila 0,7 posto ukupnih noćenja, Grad Zagreb 2 posto dok je Središnja i Istočna Hrvatska bila zastupljena s 1,2 posto noćenja. Najveći godišnji rast prošle je godine ostvario Grad Zagreb koji je zabilježio 5,3 posto više noćenja i profilirao se kao jedna od omiljenih hrvatskih destinacija. Slijedila ga je Sjeverozapadna Hrvatska s rastom od 4,6 posto, Jadranska s 3,9 posto dok je najmanji rast broja noćenja zabilježen u Središnjoj i Istočnoj Hrvatskoj (slika 5). Prednost Istre nad ostalim dijelovima Jadrana zadržao se i 2012. godine jer je najzapadnija hrvatska županija ostvarila 34 posto svih noćenja na Jadranu.

Slika 5.
Stope rasta broja ostvarenih noćenja po regijama u 2012. godini

Izvor: Državni zavod za statistiku.



S obzirom na to da smještajni kapaciteti ostvaruju najveću popunjenost u jeku sezone, u mjesecu kolovozu, dinamiku tog pokazatelja odlučili smo proučiti upravo na podacima za kolovoz 2012. godine. Vidljivo je da je u razdoblju od godinu dana broj kolektivnih smještajnih kapaciteta porastao za 137 objekata, odnosno za 6,3 posto. Najveći dio tog porasta odnosi se na apartmane kojih je u jednogodišnjem razdoblju otvoreno čak 60. Slijede kuće za odmor (31 novi objekt), hosteli (25 novih objekata), sobe za iznajmljivanje (20 novih objekata), te 13 novootvorenih hotela. Porast broja objekata bio je popraćen i rastom broja postelja od skromnih 0,2 posto, što čini nešto manje od 1.000 novih postelja. Najveći doprinos rastu broja stalnih postelja dali su hoteli, turistički apartmani i hosteli

“ Najveći godišnji rast prošle je godine ostvario Grad Zagreb koji je zabilježio 5,3 posto više noćenja i profilirao se kao jedna od omiljenih hrvatskih destinacija.

koji su doprinijeli s ukupno 4.884 nove postelje. Najznačajnija kategorija smještajnih kapaciteta, koja posluje i izvan visoke sezone, su dakako hoteli, koji su unatoč potrebama za većim investicijama u 2012. godini uspjeli ostvariti rast broja stalnih postelja od 1,1 posto na godišnjoj razini.

Pridodamo li analizi i privatne smještajne kapacitete, uočavamo da je u tom segmentu došlo do pada broja postelja i to za čak 11,6 posto. Smanjenje broja postelja u privatnom smještaju može se objasniti nastojanjem pružatelja usluga da povećaju kvalitetu svojih usluga. No, i u ovom je slučaju potrebno imati na umu utjecaj ekonomske krize. Naime, pad raspoloživog dohotka utjecao je na pomanjkanje sredstava za pripremu sezone. Također, ekonomska kriza stvara preduvjete za jačanje sive ekonomije i nuđenje usluga privatnog smještaja na crnom tržištu. Nadalje, smanjenje plaća i zaposlenosti u Hrvatskoj moglo je pogodovati i rastu potražnje za uslugama na crnom tržištu. Stoga se otvara pitanje u kojoj je mjeri smanjenje broja noćenja domaćih turista za 6,8 posto prema službenim statistikama, odraz stvarnog izostanka turističkih putovanja, a u kojoj su mjeri domaći turisti u službenim statistikama ostali nezabilježeni zbog porasta sive ekonomije u segmentu privatnih smještajnih kapaciteta.

Hrvatska od početka ekonomske krize bilježi pad izravnih inozemnih ulaganja. Prema posljednjim podacima za prvih devet mjeseci 2012. godine, u Hrvatsku je stiglo 3,8 milijardi eura manje nego 2008. godine, odnosno u prva tri tromjesečja prošle godine zabilježen je pad inozemnih ulaganja od 49,9 posto u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Unatoč ovako zabrinjavajućim pokazateljima, djelatnost „Hoteli i restorani” prednjačila je u privlačenju stranih investitora. U promatranom razdoblju zabilježeno je 26,3 milijuna eura ulaganja u ovu djelatnost, 164,5 posto više nego u čitavoj 2011. godini. Vrijedi istaknuti da je time ovaj sektor uvršten među 10 vodećih djelatnosti po interesu stranih ulagača. Ispred „Hotela i restorana” nalaze se djelatnosti koje nisu proizvodnog karaktera i koje ulagačima omogućavaju više profitne stope od turizma. Unatoč nešto nižim profitnim stopama, velikim potrebama za dugoročnim ulaganjima te sporom i dosta niskom povratu na kapital, hrvatski turizam stranim ulagačima postaje sve zanimljiviji. Prošle godine najzapaženije strano ulaganje u ovaj sektor, bilo je ono turske Dogus grupe koja je investirala u dvije dalmatinske marine. Turska nije ostala zapažena samo po tome, već se svojim investicijama u financijski i turistički sektor probila na četvrto mjesto po stranim investicijama u Hrvatsku i tako istisnula primjerice Njemačku i Francusku. Sudeći po svjetskim trendovima, ali i najavama koje pristižu iz raznih ministarstava, ne bi nas iznenadilo da Turska i u ovoj godini ostvari značajne investicije u Hrvatsku, posebno u turizam.

Najveća trgovačka društva

S obzirom na to da financijski izvještaji najvećih trgovačkih društava za 2012. godinu većim dijelom nisu dostupni, odlučili smo dati tek kratak pregled pokazatelja za 2011. godinu i u nastavku analizirati izvještaje triju velikih trgovačkih društava, koji su za prethodnu godinu u potpunosti dostupni.

Kao i obično, veličinu društva mjerili smo prema ukupnim prihodima jer se radi o najobjektivnijoj kategoriji, koja je usporediva i najbolje odražava veličinu trgovačkog društva. Deset vodećih trgovačkih društava u 2011. godini imalo je tržišni udio od 25,6 posto. Tako mala tržišna koncentracija posljedica je strukture hrvatskog turizma, koja se temelji na malim društvima i privatnom turističkom smještaju. Osim toga, osnovna je djelatnost velikih trgovačkih društava djelatnost smještaja, dok se tek dva društva [Globalna hrana i Pleter usluge] bave pripremom i usluživanjem hrane i pića. Velika turistička trgovačka društva imaju i izražen geografski karakter jer je čak 26 od 30 trgovačkih društava smješteno uz obalu. Prvih se pet društava, koja dolaze iz Istre, u 2011. pokazalo djelomično uspješnima. Dva su društva, Maistra i Arenaturist, ostvarila gubitke: potonje zbog otplate kredita uzetog od većinskog vlasnika, a naše najveće društvo i generator važnih investicija u turizmu, rovinjska Maistra, prvenstveno zbog provođenja velikog investicijskog ciklusa. Od preostalih vodećih pet, Plava laguna, Riviera Adria te Istraturist u 2011. godini ostvarili su vrlo dobre rezultate.

Tablica 2.
Prosječne vrijednosti odabranih poslovnih pokazatelja deset vodećih trgovačkih društava u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane za 2011. godinu

Napomene: obuhvat vodećih trgovačkih društava – Maistra, Riviera Adria, Plava laguna, Istraturist Umag, Arenaturist, Globalna hrana, HUP-Zagreb, Liburnia Riviera hoteli, Dubrovnik Babin kuk, Valalta; produktivnost = ukupan prihod/broj zaposlenih; bruto marža = bruto dobit/ukupan prihod*100; profitabilnost imovine = neto dobit/ukupna imovina*100; profitabilnost kapitala = neto dobit/temeljni kapital*100; koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina/kratkoročne obveze; koeficijent zaduženosti = ukupne obveze/ukupna imovina.

Izvor: Poslovna Hrvatska.

Pokazatelj	
Prihodi [u mil. kuna]	335,3
Dobit/gubitak nakon oporezivanja [u mil. kuna]	13,9
Bruto marža [u %]	5,0
Profitabilnost imovine [u %]	1,4
Profitabilnost kapitala [u %]	2,4
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,6
Koeficijent zaduženosti	0,3
Udio dugoročnih obveza u ukupnim obvezama [u %]	48,0
Broj zaposlenih	782
Produktivnost [u tisućama kuna]	428,8

SUDEĆI PREMA NEKONSOLIDIRANIM IZVJEŠTAJIMA
JEDNOG DIJELA NAJVEĆIH HOTELSKIH PODUZEĆA,
PROŠLE JE GODINE VODEĆA DESETORKA
OSTVARILA 4,3 MILIJARDE KUNA PRIHODA ŠTO
JE RAST OD IZNIMNIH 11,8 POSTO U ODNOSU NA
PRETHODNO RAZDOBLJE

Sektor hotelskih poduzeća u razdoblju od 2002. do 2011. godine ne djeluje naročito atraktivno jer je u većini godina ostvario gubitke. Čak i 2011. godine, kada se ekonomska situacija u Europi poboljšala, gubici su iznosili 1,2 milijarde kuna. Ipak, 2011. deset najvećih poduzeća u prosjeku je poslovalo nešto bolje, ostvarivši godišnju stopu rasta prosječnih prihoda od 12,6 posto. Pozitivan trend rezultirao je prosječnom dobiti od 13,9 milijuna kuna što je bruto maržu uspjelo podignuti s negativnih razina iz prethodnih godina na 5 posto u 2011. Pozitivna bruto marža kao i stopa povrata na kapital od 2,4 posto te stopa povrata na imovinu od 1,4 posto privlače ulazak u ovaj sektor i nagovještavaju novi trend u poslovanju trgovačkih društava u ovoj djelatnosti. Preostali indikatori poslovanja i dalje nisu na zadovoljavajućim razinama, prvenstveno nizak koeficijent tekuće likvidnosti, koji je posljedica izraženog problema s naplatom potraživanja, te visok udio dugoročnih obveza u ukupnim obvezama, koji je odraz visokih dugoročnih ulaganja u izgradnju i obnovu smještajnih kapaciteta. Vodećih deset hotelskih poduzeća zapošljava u prosjeku veći broj zaposlenika, ali unatoč tome ostvaruje veću produktivnost od čitavog sektora i veće plaće za svoje zaposlenike.

Sudeći prema nekonsolidiranim izvještajima jednog dijela najvećih hotelskih poduzeća, prošle je godine vodeća desetorka ostvarila 4,3 milijarde kuna prihoda što je rast od iznimnih 11,8 posto u odnosu na prethodno razdoblje. Također, konsolidirani financijski izvještaji triju od deset najvećih trgovačkih društava, koji su nam dostupni za prošlu godinu, potvrđuju da je 2012. bila izrazito uspješna [tablica 3]. Sva tri trgovačka društva ostvarila su dobit i to značajno višu od one iz prethodne godine. Za tako dobre rezultate najzaslužnija je vrlo dobra turistička sezona, ali važna je i dobra priprema najvećih hotelskih društava. Riviera Adria je nakon značajnih gubitaka u 2010. i male dobiti u 2011., prošle godine zabilježila dobit u iznosu od 48,8 milijuna kuna¹. Sukladno tome, Riviera je značajno poboljšala indikatore profitabilnosti te su oni bili iznad prosjeka vodećih deset društava [barem ako je suditi prema posljednjim dostupnim podacima za 2011.

¹ Treba napomenuti da podaci nisu potpuno usporedivi jer je Riviera Adria u 2012. pripojila društva Rabac i Zlatni otok, ali čak i kada to uzmemo u obzir, vidljivo je da je došlo do poboljšanja u poslovanju.

godinu). U 2012. godini društvo je zadržalo povoljnu likvidnost, ali je blago povećalo zaduženost uzrokovanu dugoročnim obvezama. Impresivan rast ukupnih prihoda, ali i pad broja zaposlenih zaslužni su za zavidnu razinu produktivnosti ovoga društva. Plava laguna, društvo koje dugi niz godina ostvaruje izrazito dobre rezultate, s njima je nastavilo i prošle godine. Hotelsko poduzeće u vlasništvu obitelji Lukšić ostvarilo je dobit od 73,8 milijuna kuna, čak 10,2 milijuna više nego u 2011. Osim što je zadržalo visoke indikatore profitabilnosti, ovo je društvo prošle godine ostvarilo jednu značajnu investiciju (obnova jednog od porečkih hotela) te izvršilo pripajanje riječkog hotela Bonavia. Stopa zaduženosti ostala je niska, a zahvaljujući smanjenju broja zaposlenih od 8,8 posto na godišnjoj razini, Plava laguna je povećala produktivnost u odnosu na 2011. godinu. Rast prihoda od 12,1 posto u 2012. godini omogućio je Istraturist Umagu dobit od 47,2 milijuna kuna, više nego dvostruko od one godinu dana ranije. To je dovelo do rasta bruto marže te stopa profitabilnosti imovine i kapitala, dok su koeficijenti tekuće likvidnosti i zaduženosti ostali na razinama iz prethodne godine. Očekujemo i da je preostalih sedam od vodećih deset društava poslovalo slično kao prethodno opisana tri društva. To bi značilo da su u 2012. godini porasle i prosječne vrijednosti odabranih pokazatelja, odnosno da ulaganja u turistički sektor postaju sve isplativija.

Tablica 3.
Odabrani pokazatelji triju trgovačkih društava koja se nalaze među prvih deset za 2012. godinu

Napomene: bruto marža = bruto dobit/ukupni prihod*100; profitabilnost imovine = neto dobit/ukupna imovina*100; profitabilnost kapitala = neto dobit/temeljni kapital*100; koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina/kratkoročne obveze; koeficijent zaduženosti = ukupne obveze/ukupna imovina; produktivnost = ukupni prihod/broj zaposlenih.

Izvor: Poslovna Hrvatska.

	Riviera Adria	Plava laguna	Istraturist Umag	Prosjeak vodećih 10 (2011.)
Prihodi (u mil. kuna)	1.012,6	550,4	463,3	353,3
Dobit nakon oporezivanja (u mil. kuna)	48,8	73,8	47,2	13,9
Bruto marža (u %)	4,8	16,9	12,9	5,0
Profitabilnost imovine (u %)	1,9	4,7	3,6	1,4
Profitabilnost kapitala (u %)	4,6	6,8	10,1	2,4
Koeficijent tekuće likvidnosti	1,1	1,9	0,4	0,6
Koeficijent zaduženosti	0,3	0,1	0,4	0,3
Produktivnost (u tisućama kuna)	802,4	654,4	744,8	428,8

Taj je ulagački interes prepoznala i Zagrebačka burza koja odnedavno objavljuje CROBEXTurist – sektorski burzovni indeks. Indeks koji se zasada sastoji od pet vrijednosnih papira iz sektora turizma, napravljen je s ciljem boljeg i jasnijeg praćenja ovog sektora koji, čini se, odolijeva padu interesa za hrvatskim dionicama. Od 16. siječnja 2012., kada je započelo praćenje ovoga indeksa, do 18. ožujka 2013., CROBEXTurist je ostvario stopu rasta od 71 posto. U navedenom razdoblju rasle su sve sastavnice indeksa, a posebno dionice Arenaturista i Valamar Adria Holdinga, zbog izvrsnih rezultata ostvarenih u trećem tromjesečju 2012. godine.

“ Pozitivna bruto marža kao i stopa povrata na kapital od 2,4 posto te stopa povrata na imovinu od 1,4 posto privlače ulazak u ovaj sektor i nagovještavaju novi trend u poslovanju trgovačkih društava u ovoj djelatnosti.

Prema podacima za 2012., na Zagrebačku burzu uvršteno je 41 trgovačko društvo, sva iz djelatnosti pružanja usluge smještaja. Ovaj sektor gotovo je nevažan u smislu prometa Zagrebačke burze jer je prošle godine činio tek 2,4 posto njenog ukupnog prometa. Od naših deset vodećih trgovačkih društava, osam je uvršteno na burzu, što čini 78,6 posto prometa čitavog sektora. Dionice Riviera Adrie ostvarile su najveći promet od 32,6 posto, pratile su je dionice HUP-a Zagreb s 11,3 posto te Istraturist Umaga s 8,8 posto. Kretanje ostalih dionica iz ovog sektora bilo je zanemarivo i nije imalo utjecaja na cjelokupnu burzu. Treba napomenuti da je Valamar Adria Holding, trgovačko društvo koje nije klasificirano u ovu djelatnost, ali se ipak bavi pretežito turističkom djelatnošću, ostavilo traga na Zagrebačkoj burzi. Naime, dionice ovog holdinga u 2012. godini ostvarile su promet na burzi dvostruko veći od prometa čitave djelatnosti pružanja usluge smještaja. Osim toga, dionice Valamara prošle su godine svojim vlasnicima osigurale godišnji rast cijene od čak 53,5 posto što ovu dionicu svrstava u deset najznačajnijih promjena cijene zabilježenih na Zagrebačkoj burzi u toj godini.

Turizam u 2013.

— Prošla godina ostala je zapamćena po rekordnom broju turističkih noćenja od vremena hrvatskog osamostaljenja i po ostvarenom godišnjem rastu svih važnih pokazatelja ovoga sektora. Ipak, očekivanja za 2013. su podijeljena. Dok jedan dio struke tvrdi kako će biti vrlo teško dosegnuti odlične rezultate iz 2012. godine, drugi dio smatra da će trud uloženi u pripremu nove sezone još jednom polučiti sjajne rezultate hrvatskog turističkog sektora. Na konačan rezultat u ovoj godini, utjecat će nekoliko čimbenika, od kojih su neki neupitno pozitivni, neki negativni, neki predstavljaju izazov ili prijetnju, a moguć utjecaj drugih još uvijek je neizvjestan. Tablica 4 prikazuje sažetak naših očekivanja za 2013. godinu.

Kao pohvalan i pozitivan potez dočekano je smanjenje stope PDV-a na usluge smještaja te pripremanja pića i hrane na 10 posto, koje je stupilo na snagu 1. siječnja 2013. Povlaštena stopa PDV-a trebala bi rezultirati rastom zaposlenosti i investicija u turizmu, a manje padom cijena usluga. Tako bi porasla profitabilnost ove privredne grane, a time i njezin značaj u ukupnoj privredi, privlačnost ulagačima, a konačno i konkurentnost hrvatskog turizma. Također, u proceduri je i zakon o strateškim investicijama koji, između ostalog, potiče ulaganja u turizam nudeći velikim ulagačima povlašten, ubrzan tretman. Projekti vrijedni najmanje 150 milijuna kuna, koji imaju značajan učinak na gospodarstvo (kroz rast izvoza, zaposlenosti ili proizvodnje), pozitivan učinak na više djelatnosti (primjerice izgradnja hotela koji će biti opremljeni domaćim namještajem, odnosno potaknut će proizvodnju domaćeg prerađivačkog sektora) te doprinose održivom razvoju i zaštiti prostora i okoliša (primjerice novi hotelski kompleks koji dio električne energije dobiva korištenjem obnovljivih izvora energije) ovim bi zakonom dobili poticaj za bržu i jeftiniju realizaciju. Ovaj bi zakon mogao intenzivirati investicije u turizam (posebno zato što je za ovu godinu najavljeno objavljivanje natječaja za privatizaciju Kupara, projekta vrijednog 400 milijuna eura) te potaknuti daljnji rad na privatizaciji 13 velikih državnih hotelskih poduzeća. Ovakav zakon o investicijama uvelike bi skratio proceduru oko velikih projekata i osigurao njihovo neometano i brzo završavanje. Jedna od glavnih zamjerki zakonu njegova je diskriminacijska priroda prema malim i srednjim ulagačima pa se stoga zajedno s njim promovira i program za

“ Povlaštena stopa PDV-a trebala bi rezultirati rastom zaposlenosti i investicija u turizmu, a manje padom cijena usluga.

male i srednje poduzetnike koji u suradnji s Hrvatskom bankom za obnovu i razvitak (HBOR-om) omogućava povoljnije financiranje. Ruku pod ruku s ovim mjerama ide i strategija hrvatskog turizma za razdoblje do 2020., koja bi trebala biti usvojena ove godine. Da podsjetimo, jedan je od ciljeva strategije uložiti čak 4,3 milijarde eura u hrvatski turizam u razdoblju od 2013. do 2020. godine. Navedene zakonske promjene otkrivaju dva bitna cilja povezana s turizmom, a to su snažan investicijski zamah fokusiran na krupne investicije (izgradnja hotela, kampova, golf terena, tematskih parkova i marina) te jačanje konkurentnosti turizma kako u domaćim tako i međunarodnim okvirima. Prvi cilj nužan je kako bi se poboljšala turistička ponuda i smanjila izražena sezonalnost hrvatskog turizma. Ta bi dva rezultata stoga trebala dovesti do rasta ponajprije deviznih prihoda od turizma, ali u kasnijim razdobljima i do rasta zaposlenosti. Drugi bi pak cilj zbog očekivanog rasta marži trebao privući poduzetnike u ovu granu, što bi kasnije povuklo i ostale branše povezane s turizmom. Jačanjem položaja turizma u hrvatskome gospodarstvu postao bi izražen njegov satelitski utjecaj na sve privredne grane. Ipak, ti efekti nisu potpuno poznati pa se zato i priprema satelitski račun hrvatskoga turizma i to već ove godine. Na temelju satelitskog računa bilo bi jasnije kako je turizam povezan s ostatkom hrvatske privrede i kako je djelovanjem na turistički sektor moguće razvijati i jačati ostale branše.

Neovisno o zakonskim mjerama kojima je u cilju povećati investicije u turizam do 2020. godine, za ovu su godinu već najavljene investicije u turizam u vrijednosti od barem tri milijarde kuna. Time se osigurava toliko važan kontinuitet u poboljšanju i modernizaciji turističke ponude, za koju znamo da je najveća prepreka produljenju turističke sezone i ostvarivanju ozbiljnih zarada od turizma.

Osim zakonske regulative, na sezonu 2013. velik će utjecaj imati i ulazak Hrvatske u Europsku uniju (EU). Kada je riječ o tom događaju dva su aspekta jednako bitna. Prvo, ulazak u EU omogućit će Hrvatskoj pristup povoljnijim uvjetima financiranja što bi u konačnici moglo pomoći ostvarenju željenih investicija. Izdašnost europskih pristupnih fondova, kao i privlačnost ulaganja u hrvatski turizam mogli bi dati vjetar u leđa najavljivanim velikim investicijskim projektima. Osim toga, sam trenutak ulaska Hrvatske u EU bit će snažno medijski popraćen, što je za Hrvatsku nesvakidašnja promocija. Pomaže i činjenica da Hrvatska u EU ulazi u kao jedina zemlja, a ne u paketu kao što je to do sada bio slučaj, što znači da će svjetska pažnja biti usmjerena na Hrvatsku i to na samom početku turističke sezone. Iskoristi li se taj trenutak, ovogodišnja bi sezona mogla biti i bolja od prethodne. Ipak, ulazak Hrvatske u EU nosi i dva potencijalno nepovoljna aspekta. Prvi je taj da će od 1. srpnja 2013. godine sva strana plovila u hrvatskim marinama (njih približno 10.000) morati biti registrirana, što njihovim vlasnicima predstavlja trošak. Mjera Vlade RH o oporezivanju povlaštenom

stopom PDV-a plovila koja se registriraju do kraja svibnja ove godine, ide u prilog smanjenju negativnih učinaka pa je moguće da će se tako plovila ipak zadržati u Hrvatskoj i da neće doći do odljeva nautičara iz hrvatskih marina. Drugi aspekt odnosi se na uvođenje viza za turiste iz Rusije, Turske i Ukrajine koji posljednjih godina bilježe ubrzavajuće stope rasta dolazaka, a uz to su i među najvećim potrošačima na Jadranu. Ipak, hrvatski nas konzulati uvjeravaju da su pripremili dovoljan broj službenika koji će izdavati vize i to u roku od svega pet dana. Trenutno nema naznaka o otkazivanju letova iz navedenih zemalja, ali se čak i u onom optimističnom scenariju očekuje pad broja noćenja turskih i ruskih državljana za otprilike pet posto.

U pripremu ovogodišnje sezone uloženi su dodatni napori i novčana sredstva za razvoj i upravljanje destinacijom. Primjeri mnogih turistički uspješnih zemalja pokazuju da je destinaciju potrebno brendirati kako bi je se učinilo još privlačnijim turističkim odredištem. U skladu s time i najavama resornog ministarstva, možemo očekivati da će se pokrenuti inicijative za daljnji razvoj destinacijskog menadžmenta u hrvatskom turizmu.

Konačno, pozitivne vijesti iz Njemačke idu u prilog još jednoj dobroj sezoni. Naime, rezultati ankete Allgemeiner Deutscher Automobil Cluba (ADAC) pokazali su da je njemačkim gostima Hrvatska peta po redu najpoželjnija turistička destinacija za duži godišnji odmor. Po prvi puta u povijesti Hrvatska se tako našla ispred Francuske i Grčke, a iza Španjolske, Italije, Austrije i Turske.

Ipak, mnogo je čimbenika koji bi u ovoj godini mogli uzrokovati pad noćenja i turističke potrošnje. Osim već spomenutog uvođenja viznog režima i potencijalnog pada broja dolazaka turista iz Turske i Rusije, postoji još nekoliko ključnih faktora. U prvom redu, globalno gospodarstvo i dalje ima blago negativan ekonomski trend, a kako je turizam osjetljiv na poslovni ciklus to će sigurno utjecati na ovogodišnju sezonu. Posebno je problematično stanje u Sloveniji i Italiji, koje su i prošle godine imale manji broj noćenja u Hrvatskoj, zbog domaće ekonomske krize. To bi se moglo ponoviti i ove godine.

Također, kalendarski raspored blagdana ugostiteljima ne ide na ruku jer je Uskrs ove godine dosta rano. Kako je kraj ožujka prehladan i za kampere ali i za ostale turiste, popunjenost kapaciteta bit će manja nego kada je Uskrs kasnije u travnju. Zbog ranog Uskrsa travanj je manje zanimljiv za putovanja i odmor pa postoji mogućnost da mnogi ugostitelji odluče objekte zatvoriti sve do svibnja. Brojke o broju rezervacija za predsezona ne ohrabruju jer pokazuju pad u odnosu na prošlu godinu, ali za utjehu, posezona se već sada pokazala vrlo aktualnom.

Dva čimbenika koja su velikim dijelom bila zaslužna za uspješnost prošlogodišnje sezone, ove će godine vjerojatno izostati. Riječ je dakako o krizi u Grčkoj i sukobima na sjeveru Afrike. Preliminarni podaci pokazuju da Grčka pojačava napore za privlačenje stranih turista i to vrlo niskim cijenama, a smirili su se i nemiri u Egiptu, Libiji i Tunisu. Ova dva vanjska čimbenika samo su podsjetnik na to da će ove godine trebati predano raditi na zadržavanju gostiju i ostvarivanju očekivanih rezultata.

Konačno, hrvatskom turizmu ne pomažu ni problemi u nacionalnoj zračnoj kompaniji Croatia Airlines. Naime, na produljivanju sezone gotovo je nemoguće raditi ako ne postoji kompanija koja će mogućnost zračnog povezivanja destinacija nuditi i izvan visoke sezone. Poznato je da niskotarifni prijevoznici lete kada se njima to isplati, dakle u visokoj sezoni, stoga je uglavnom na nacionalnim kompanijama da osiguraju prijevoz turistima kroz čitavu godinu. Jedino je tako moguće produljivati sezonu i ostvariti veću popunjenost kapaciteta i veće prihode od turizma. Nažalost, Croatia Airlines od 2008. godine bilježi gubitke, otpušta radnike, a prema posljednjim podacima ukinula je ili prorijedila učestalost nekih linija.

Tablica 4.
Čimbenici koji će utjecati na ovogodišnju turističku sezonu

POZITIVNI	NEGATIVNI
Zakonska regulativa	Globalno gospodarstvo
<ul style="list-style-type: none"> • Povlaštene PDV od 10 posto na usluge smještaja i pripremanje hrane • Zakon o strateškim investicijama • Program za male i srednje poduzetnike • Strategija turizma do 2020. godine • Satelitski račun 	<ul style="list-style-type: none"> • Negativan globalni ekonomski trend • Nepovoljno ekonomsko stanje u Italiji i Sloveniji, zemljama iz kojih je u Hrvatsku prošle godine došlo više od dva milijuna turista
Investicije	Kalendarski raspored blagdana
<ul style="list-style-type: none"> • Rast investicija od barem tri milijarde kuna u 2013. godini 	<ul style="list-style-type: none"> • Uskrs u ožujku
Ulazak Hrvatske u EU	Ulazak Hrvatske u EU
<ul style="list-style-type: none"> • Pristup povoljnijim uvjetima financiranja • Promocija 	<ul style="list-style-type: none"> • Vizni režim za turske i ruske državljane • Obavezna registracija stranih plovila
Posezona	Predsezona
<ul style="list-style-type: none"> • Rast broja rezervacija za posezonu u odnosu na prošlu godinu 	<ul style="list-style-type: none"> • Pad broja rezervacija za predsezonu u odnosu na prošlu godinu
Marketing	Vanjski faktori
<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj destinacijskog menadžmenta 	<ul style="list-style-type: none"> • Ponovno jačanje turističke ponude Grčke • Smirivanje sukoba na sjeveru Afrike
Gosti iz Njemačke	Nacionalni zračni prijevoznik
<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatska peta po redu najpoželjnija destinacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemi u poslovanju Croatia Airlinesa otežavaju produljivanje sezone

Makroekonomski pregled

“ Rastu BDP-a nije pomogla ni vrlo dobra turistička sezona jer desezonirani podaci za treće tromjesečje upućuju na rast BDP-a od svega 0,1 posto.

— Najnoviji podaci Državnog zavoda za statistiku upućuju na to da je Hrvatska i u posljednjem tromjesečju 2012. godine zabilježila pad BDP-a od -2,3 posto u odnosu na isto razdoblje prethodne godine (tablica 5). Prema desezoniranim podacima, BDP je pao i u odnosu na prethodno tromjesečje i to za 0,8 posto, što znači da recesija u Hrvatskoj sada traje već 19 tromjesečja, gotovo pet godina². Rastu BDP-a nije pomogla ni vrlo dobra turistička sezona jer desezonirani podaci za treće tromjesečje upućuju na rast BDP-a od svega 0,1 posto. Prema posljednjim podacima, padu BDP-a u 2012. najviše je pridonio pad osobne potrošnje od 3 posto, vođen rastom nezaposlenosti, padom raspoloživog dohotka i srozavanjem realne kupovne moći građana. Dugo najavljivane investicije također su podbacile te zabilježile smanjenje od 4,6 posto u razdoblju od godinu dana. Nedovoljna pripremljenost velikih projekata te fiskalna konsolidacija uzrokovale su smanjenje obujma prvotno planiranih investicija i njihovo odgađanje barem do druge polovice 2013. Ipak, investicije u turizam bile su izdašne, što je ovu djelatnost svrstalo u sam vrh prema interesu inozemnih ulagača. Pad državne potrošnje od 0,8 posto u 2012. prelio se na javna poduzeća i s njima povezana poduzeća u privatnom sektoru, koja su zabilježila pad prihoda, smanjenje investicijske aktivnosti, gubitke te otpuštanje radne snage. U prilog tome ide i činjenica da je industrijska proizvodnja prošle godine zabilježila pad od 5,5 posto, dok je nezaposlenost porasla za 1,2 postotna boda. U promatranom razdoblju izvoz je rastao za 0,4 posto, dok je uvoz pao za čak 2,1 posto što je u konačnici dalo pozitivan doprinos BDP-u.

Zahvaljujući sporijem rastu uvoza, dobroj turističkoj sezoni koja je osigurala povećani priljev deviza, ali i snažnijem priljevu dohodaka iz inozemstva, procjenjujemo da je tekući račun platne bilance za 2012. godinu vjerojatno završio u vrlo blagom minusu od približno 186 milijuna eura. Prema podacima do trećeg tromjesečja, udio vanjskotrgovinskog deficita u BDP-u, izmjeren u posljednja četiri tromjesečja iznosio je -0,6 posto što upućuje na to da bi ukupni deficit u 2012. godini mogao biti za 0,2 postotna boda niži od prošlogodišnjeg. Dobra vijest za inozemne turiste jest ta da je

² Više od dva uzastopna negativna tromjesečja smatraju se ulaskom u recesiju, dok se više od dva uzastopna pozitivna tromjesečja smatraju izlaskom iz recesije.

prosječni tečaj kune u odnosu na euro oslabio sa 7,43 u 2011. na 7,52 u 2012. godini. Deprecijacija od svega 1,1 posto, iako malena ipak je korak naprijed prema relativnom padu cijena za goste koji u Hrvatsku donose euro. Ipak, međugodišnji indeks potrošačkih cijena u istom je razdoblju iznosio 3,4 posto što je djelomično poništilo deprecijacijski efekt valute. Rast stope PDV-a na 25 posto te rast cijena električne energije, plina, cestarine te cijena hrane i nafte zaslužni su za tako relativno visoku inflaciju u 2012. godini.

Tablica 5.
Kretanje odabranih makroekonomskih pokazatelja

Napomene: postotne promjene izražene su u odnosu na isto razdoblje prethodne godine; * označava da se radi o procjeni; ** označava da se radi o izračunu za posljednja četiri tromjesečja.

Izvori: Državni zavod za statistiku i Hrvatska narodna banka.

	2010.	2011.	2012.	Tr. III/2012.	Tr. IV/2012.
Bruto domaći proizvod, realni [%-tna promjena]	-2,3	0,0	-2,0	-1,9	-2,3
Potrošnja kućanstva, realna [%-tna promjena]	-1,3	0,2	-3,0	-3,5	-4,2
Državna potrošnja, realna [%-tna promjena]	-2,1	-0,6	-0,8	-0,4	-2,0
Investicije, realne [%-tna promjena]	-15,0	-6,4	-4,6	-4,4	-4,9
Industrijska proizvodnja, fizički obujam [%-tna promjena]	-1,4	-1,2	-5,5	-4,4	-5,7
Tekući račun platne bilance [% BDP-a]	-1,0	-0,9	-0,4*	-0,6**	-0,4*
Izravna inozemna ulaganja u Hrvatsku (u mil. eura)	297,5	1.075,3	411,9*	624,0**	411,9*
Potrošačke cijene [%-tna promjena]	1,1	2,3	3,4	4,1	4,6
Proizvođačke cijene [%-tna promjena]	4,4	6,3	7,0	7,9	7,3
Prosječna bruto plaća, ukupno (u kunama)	7.677	7.796	7.875	7.824	7.954
Prosječna bruto plaća, smještaj (u kunama)	6.659	6.745	6.876	6.883	6.811
Prosječna bruto plaća, djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića (u kunama)	5.060	5.090	5.141	5.081	5.281
Stopa registrirane nezaposlenosti (u %)	17,4	17,9	19,1	17,8	20,4
Tečaj kune u odnosu na euro (prosjeck razdoblja)	7,29	7,43	7,52	7,47	7,52

Zaključak i očekivanja

Recesija koja prati hrvatsko gospodarstvo već pet godina zaredom uzima danak industrijskom sektoru, tržištu rada, trgovini i gotovo svim djelatnostima pa čak i nekim izvoznim granama. Premda je pod pritiskom svjetske ekonomske krize 2009. i 2010. godine turizam posustao, već se 2011. vratio ostvarivši rast broja noćenja i prihoda. Nesretne okolnosti na sjeveru Afrike i kriza u Grčkoj doprinijele su izrazitom uspjehu prošlogodišnje sezone kada su rasli ne samo prihodi, dolasci i noćenja nego su konačno i turistička trgovačka društva, nakon niza gubitaka, ostvarila poslovnu dobit. S poboljšanjem indikatora profitabilnosti, u turizam sve više dolaze i toliko nužne investicije što potvrđuje rast inozemnih ulaganja u ovu djelatnost. Usprkos ostatku hrvatske privrede, turizam se pokazao otpornim i na domaću ekonomsku krizu jer su ovi rezultati ostvareni unatoč padu broja noćenja domaćih turista. Ipak, očekivanja sada već bivšeg ministra turizma Veljka Ostojića, prema kojima smo u 2012. dosegli prihode od sedam milijardi eura čine se nedostižnima te očekujemo da su isti iznosili 200-tinjak milijuna eura manje. Jedan od značajnijih poteza započetih prošle godine, a koji bi trebao dovršiti novi ministar Darko Lorencin ove godine, jest prihvaćanje strategije turizma do 2020. godine. Naglasak strategije na podizanju je kvalitete usluga turističkog sektora, dovršetku privatizacije te novim ulaganjima. Već za ovu godinu najavljena je objava natječaja za privatizaciju Kupara u vrijednosti od 400 milijuna eura te početak privatizacije 13 velikih državnih tvrtki. Provođenje strategije trebalo bi Hrvatskoj osigurati rast prihoda od turizma, produljivanje sezone, rast zaposlenosti te razvoj turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Tablica 6.
Očekivana kretanja temeljnih makroekonomskih pokazatelja u 2013. i 2014. godini

Napomene: P – prognoza; postotne promjene izražene su u odnosu na prethodnu godinu.

Izvor: *Croatian Economic Outlook*, Ekonomski institut, Zagreb, broj 53/2013.

	2013. P	2014. P
Bruto domaći proizvod, realni [%-tna promjena]	-0,2	1,5
Osobna potrošnja, realna [%-tna promjena]	-1,2	0,2

Iako je još prerano govoriti o očekivanjima za 2013., predsezona bi mogla podbaciti zbog ranog Uskrsa što će se barem djelomično nadoknaditi rastom broja rezervacija za sezonu i posezonu. Što se tiče domaćih turista, teško je očekivati njihov povratak prije 2014. jer očekujemo pad BDP-a i

osobne potrošnje i u 2013. godini (tablica 6). Za isto razdoblje Europska središnja banka predviđa pad BDP-a od 0,9 do 0,1 posto za zemlje članice eurozone. U skladu s time, ove je godine najvjerojatniji scenarij da će noćenja i potrošnja turista iz Europe ostati na prošlogodišnjim razinama te da bi se mogao ponoviti rast dolazaka gostiju iz Rusije i Kine ukoliko se nepovoljne prognoze oko uvođenja viznog režima ne ostvare. Te su zemlje ekonomskom krizom pogođene znatno slabije od naših tradicionalnih gostiju iz Europske unije, stoga je moguće da promjene u strukturi turista, koje opažamo na globalnoj razini ostave traga i na hrvatski turistički sektor.

Literatura:

Croatian Economic Outlook, 2013, br.53/2013, Zagreb: Ekonomski institut, Zagreb.

Državni zavod za statistiku, 2012, „Priopćenje: Turizam“, različiti brojevi 2011-2012, Zagreb: Državni zavod za statistiku.

Institut za turizam, 2012, „Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske“, brojevi 6 - 10, Zagreb: Institut za turizam.

Ministarstvo gospodarstva, 2013, „Prijedlog zakona o strateškim investicijama“, Zagreb: Ministarstvo gospodarstva.

Zagrebačka burza, 2012, „Pregled trgovine u 2012. godini“, Zagreb: Zagrebačka burza.

**Izdavač**

Ekonomski institut, Zagreb
Trg J.F. Kennedyja 7, 10000 Zagreb
Telefon: 01 2362 200, Fax: 01 2335 165
<http://www.eizg.hr>

Za izdavača

Dubravka Jurlina Alibegović, ravnateljica

Glavna urednica

Ljiljana Božić

Autorica analize

Marina Tkalec

Izvršna urednica

Marijana Pasarić

Grafičko uređivanje i priprema

Vladimir Sukser

Naslovna fotografija

Renata Matošec

Grafičko oblikovanje

Studio 2M

Napomena: Sektorska analiza je autorskoga karaktera i nužno ne odražava stav Ekonomskog instituta, Zagreb

Sljedeća analiza Trgovina na malo izlazi u travnju 2013.