

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

**Silvija Fejzuloska**

## UTJECAJ FINANCIJSKE KRIZE NA TURIZAM

Završni rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

## UTJECAJ FINANCIJSKE KRIZE NA TURIZAM

Završni rad

**Silvija Fejzuloska**

JMBAG: 0303016175, izvanredan student

Studijski smjer: Ekonomija

Kolegij: Ekonomika turizma

Mentor: prof.dr.sc. Marija Bušelić

Pula, studeni 2016.

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Silvija Fejzuloska, kandidat za prvostupnika ekonomije, smjera ekonomija ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine

## IZJAVA

### o korištenju autorskog djela

Ja, Silvija Fejzuloska dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Utjecaj financijske krize na turizam“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, \_\_\_\_\_

Potpis

\_\_\_\_\_

# SADRŽAJ

1. Uvod.....	5
2. Međunarodna uloga turizma.....	6
2.1. Globalna turistička kretanja.....	8
2.2. Značaj turizma za pojedine turističke centre.....	13
2.2.1. Azija.....	13
2.2.2. Amerika.....	16
2.2.3. Europa.....	18
3. Utjecaj globalne financijske krize na međunarodni turizam.....	22
3.1. Utjecaj financijske krize u 2008-2009-oj godini.....	23
3.2. Utjecaj krize na emitivna i receptivna turistička tržišta.....	25
4. Izlaz iz krize – šanse i perspektive.....	27
4.1. Pozicioniranje i diferencijacija.....	28
4.2. Upravljanje cijenama.....	28
4.3. Inovacije.....	29
4.4. Suradnja i kooperacija.....	29
5. Utjecaj financijske krize na turizam u Hrvatskoj.....	31
5.1. Značaj turizma za gospodarstvo Republike Hrvatske.....	31
5.2. Utjecaj krize na turizam u Republici Hrvatskoj.....	33
6. Zaključak.....	35
Literatura.....	37
Popis ilustracija.....	40

*“Ne preživljavaju oni koji su najjači i najinteligentniji,  
već oni koji se najbrže prilagode promjenama.”*

(Charles Darwin)

## **1. Uvod**

Tijekom proteklih pedesetak godina turizam se suočio s kontinuiranim rastom i diverzifikacijom kako bi postao jedan od najvećih ekonomskih sektora s najbržim rastom u svijetu. S vremenom, sve veći broj destinacija se otvorilo i ulagalo u razvoj turizma, pretvarajući suvremeni turizam u ključni pokretač ekonomskog razvoja. Za vrijeme globalne financijske krize, pitanje koje se postavlja je kako će se financijska kriza odraziti na potražnju za turističkim uslugama.

Cilj ovog rada je analiza utjecaja financijske krize na turizam na temelju prikupljenih podataka. Hipoteza od koje se polazi u ovom radu je ta da se turizam brže oporavlja od djelovanja krize i bilježio povoljniju tendenciju rasta u odnosu na ukupne gospodarske aktivnosti u svijetu.

Metode koje su korištene prilikom izrade ovog rada su deskriptivna metoda, statistička metoda, te metode kompilacije i komparacije.

Cjelokupni rad strukturiran je u pet sistemski povezanih cjelina, odnosno na uvodni dio, razradu tematike podijeljenu na četiri poglavlja, te zaključak. Prvi dio, uvod, analizira predmet istraživanja, iznosi hipotezu rada, korištene metode te predstavlja strukturu rada. Drugi dio, podijeljen je na poglavlja kroz koja se predstavlja uloga i značaj turizma u svijetu s naglaskom na pojedine regije. Treći dio, opisuje utjecaj globalne financijske krize na međunarodni turizam. U četvrtom dijelu rada opisane su mogućnosti i prilike koje se pružaju kao šansa za izlazak iz krize. Peti dio rada analizira utjecaj financijske krize na turizam u Republici Hrvatskoj. Šesti dio, zaključak, sistemski povezuje sva poglavlja u jednu cjelinu te iznosi konačnu misao, odnosno potvrđuje hipotezu koja je postavljena na početku rada.

## 2. Međunarodna uloga turizma

U posljednjih pedesetak godina turizam je postao masovni fenomen. Tome su, između ostalih pokazatelja, značajno pridonijeli razvoj prometnica, povećani prihodi, plaćeni odmori, te višak slobodnog vremena. Turizam ima vrlo važnu ulogu u većini zemalja širom svijeta. U prednosti su svakako zemlje uz topla mora, te zemlje s razvijenim planinsko-skijališnim turizmom. Ostale zemlje su u formiranju svoje turističke ponude išle na naglašavanje specifičnosti koje ih razlikuju od ostalih zemalja.

Danas turizam neprestano pokazuje tendenciju rasta i razvoja, te donosi znatnu financijsku korist receptivnim zemljama. Kako je turizam vrlo profitabilan i donosi mnoge koristi, u turistički receptivnim zemljama ima direktan utjecaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak, na razvoj gospodarskih djelatnosti, znatno povećava broj zaposlenih, utječe na obnovu infrastrukture, na investicije i utječe na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja i područja.<sup>1</sup> Indirektni utjecaj se odnosi na poljoprivredu, industriju, građevinarstvo.<sup>2</sup> Turistička potrošnja ima utjecaj na cijelokupno gospodarstvo, dok potrošnja inozemnih turista ima i multiplikativni utjecaj na gospodarstvo.

“Multiplikativna funkcija turizma jedna je od njegovih najvažnijih funkcija. Sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije, od mjesta gdje nastaju do mjesta potrošnje, najvećim dijelom nastavljaju cirkulirati i time utječu na gospodarska zbivanja.”<sup>3</sup>

Određeni trendovi pokazuju rast ekonomskog utjecaja međunarodnog turizma, a osobito u zemljama u razvoju. Prema podacima UNWTO-a<sup>4</sup>, s više od milijardu međunarodnih dolazaka godišnje, doprinos turizma ekonomskoj aktivnosti diljem svijeta se procjenjuje na 10% BDP-a. Direktan i indirektni utjecaj turizma na zapošljavanje se procjenjuje na oko 7%. Međunarodni turizam predstavlja 30% svjetskog izvoza usluga i 6 % ukupnog izvoza roba i usluga, a kao izvozna kategorija turizam u svijetu zauzima

---

<sup>1</sup> Unković S., Zečević B.: *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Pirjevec B.; Kesar, O. (2002.): *Počela turizma*, Mikrorad d.o.o., Zagreb, str.52.

<sup>4</sup> UNWTO Annual Report 2016, Dostupno na: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

četvrto mjesto, nakon naftne, kemijske i prehrambene industrije, dok je u mnogim zemljama u razvoju na prvom mjestu.<sup>5</sup>

“U teoriji postoji visok stupanj suglasnosti oko stava da se turizam ne može smatrati stvarateljem društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka, ali da ipak turistička potrošnja i posredno i neposredno utječe na društveni proizvod i nacionalni dohodak.”<sup>6</sup> Posredno, turistička potrošnja utječe tako što potiče razvoj materijalne proizvodnje koja je u ulozi dobavljača u turizmu, dok neposredno utječe po osnovu priljeva dohotka iz drugih zemalja. Neposredan utjecaj turizam ostvaruje preko prometa stranih turista preko koga se, posredstvom ostvarene inozemne turističke potrošnje, vrši direktan priljev inozemne akumulacije u turističke destinacije i gospodarstvo receptivne zemlje. To je razlog velike zainteresiranosti zemalja za razvoj inozemnog turizma i njegova ključna prednost u odnosu na domaći turizam.

Utjecaj turizma na nacionalnu ekonomiju manifestira se najprije kroz platnu bilancu zemlje. Turizam predstavlja veoma značajan izvor deviznih sredstava zbog čega ga svrstavaju u favorizirane izvozne grane. Za značajne receptivne turističke zemlje na međunarodnom turističkom tržištu, devizni priljev od turizma predstavlja najvažniju stavku prihoda u platnoj bilanci i veoma snažan faktor ukupnog razvoja gospodarstva. Može se istaknuti i činjenica da ovaj devizni priljev nije praćen izvozom dobara preko granica zemlje, pa se ova vrsta izvoza naziva „nevidljivim izvozom“. Umjesto izvoza robe ovdje se „uvozi“ potrošač čija potrošnja u destinaciji predstavlja osnovu deviznog priljeva. Zbog ovih prednosti turizam se vidi kao relativno jeftin, a lak način stjecanja stranih valuta neophodnih za investiranje u razvoj. Pošto se danas mnoge zemlje svijeta suočavaju sa problemima deficita platne bilance, međunarodni turizam može pomoći u ublažavanju takvih problema.

---

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Bošković, T. (2009.), „Turizam kao faktor privrednog razvoja“, Škola biznisa – Naučnostručni časopis br.2/2009, Novi Sad, str.24.



## 2.1. Globalna turistička kretanja

“Značaj međunarodnog turizma ne proizlazi isključivo iz činjenice da turizam predstavlja vodeću svjetsku industriju, već je turizam posljednjih desetljeća postao sastavni dio životnog obrasca suvremenog čovjeka.”<sup>7</sup>

Danas preko milijardu ljudi sudjeluje u međunarodnim turističkim putovanjima širom svijeta. To dokazuje kako turizam kao društveno-ekonomska pojava poprima razmjere jedne od najmasovnijih pojava u današnjem svijetu. Moguće je i očekivati da će turizam, ako ne dođe do kataklizme globalnih razmjera, dosegnuti prognoziranu veličinu međunarodnog turističkog prometa od 1,6 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka već u 2020. godini.<sup>8</sup>

Statistička mjerenja turističkih kretanja kojima se bavi UNWTO provode se prvenstveno u svrhu istraživanja njihovih učinaka na gospodarstvo, društvenu zajednicu i okoliš. Cilj UNWTO-a je poticanje razvoja odgovornog, održivog i univerzalno primjenjivog turizma.

Međunarodni turizam masovnije je usmjeren prema tri osnovna pravca kretanja: toplim morima, velikim gradovima i planinskim turističkim centrima. Znatno manju ulogu u odnosu na tri osnovna pravca imaju turističke destinacije koje se oslanjaju na kvalitetne prirodne i kulturne sadržaje. Promjene toka turističkih kretanja uzrokuju uglavnom: prirodne katastrofe, politički nemiri, oružani sukobi, pandemije gripe te ekonomska kriza o čemu će kasnije pisati nešto više.

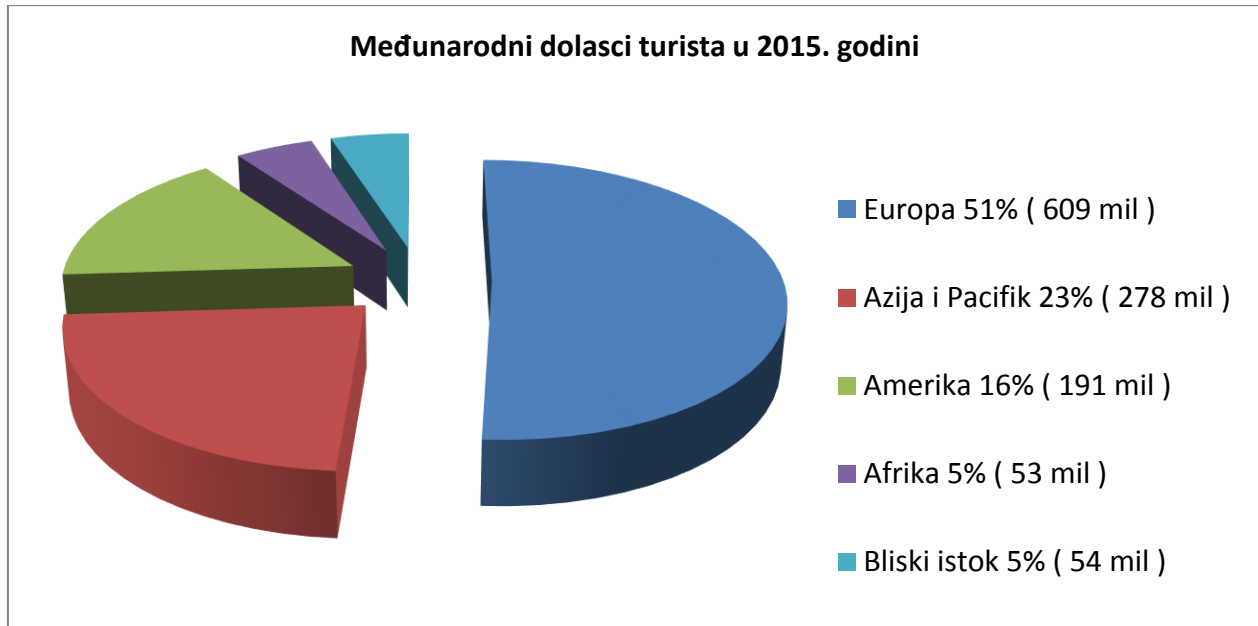
---

<sup>7</sup> Dulčić, A., Petrić, L. (2001): *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb: Biblioteka Gospodarska misao, str. 25.

<sup>8</sup> UNWTO (2009.), *Tourism Highlights, Edition 2009.*, Madrid; World Tourism Organization UNWTO. Dostupno na: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2009.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2009.pdf) (20.05.2014)

Na slijedećem grafikonu prikazati će se turistički dolasci u 2015. godini zabilježeni u pet svjetskih regija.

**Grafikon 1:** Međunarodni dolasci turista u 2015. godini

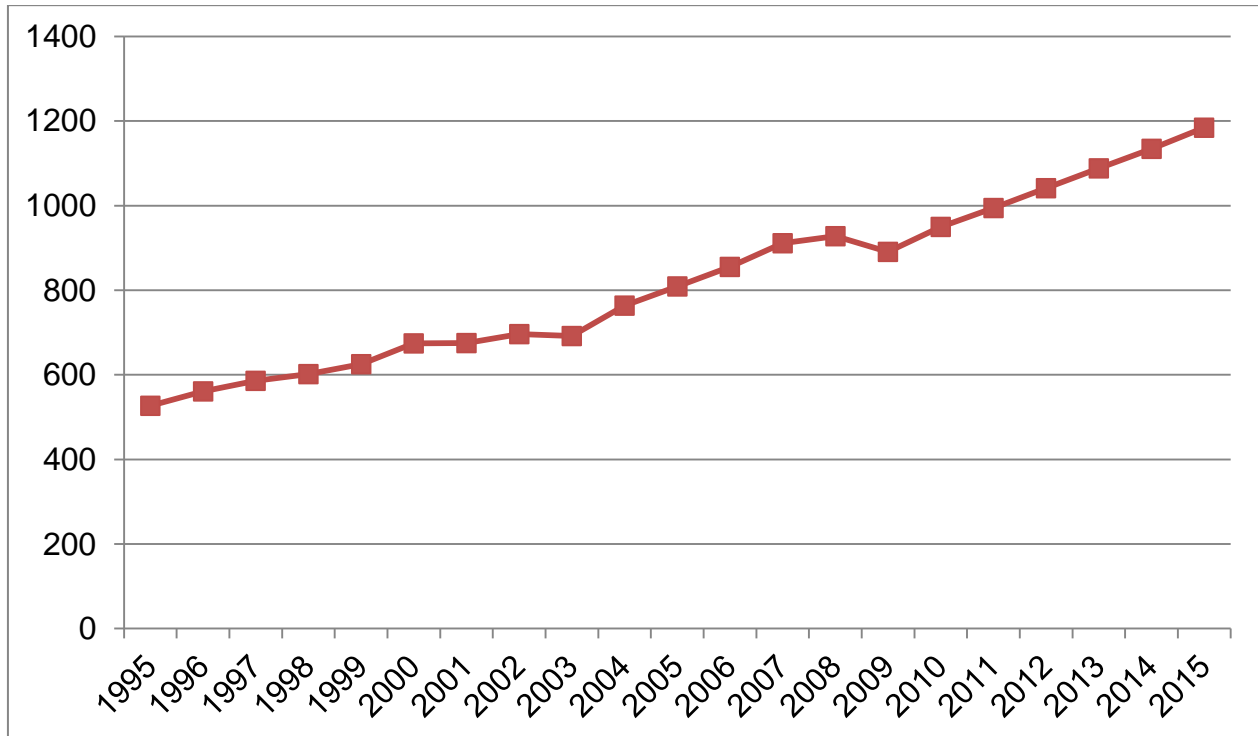


Izvor: Obrada autorice na temelju podataka preuzetih iz: UNWTO, World tourism barometer, str 3.  
Dostupno na: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_02\\_march\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_02_march_excerpt.pdf)  
(30.05.2016.)

Na grafikonu 1 prikazani su međunarodni turistički dolasci u svjetskim regijama u 2015. godini. Potrebno je istaknuti da je više od 50 % ukupnih međunarodnih dolazaka zabilježeno u Europi, točnije 609 milijuna. Slijedeće regije po broju dolazaka su Azija i Oceanija s 278 milijuna, odnosno 23% ukupnih svjetskih dolazaka, te Amerika s 191 milijun što čini 16% ukupnih svjetskih dolazaka. Znatno manji broj međunarodnih dolazaka u odnosu na tri prethodno navedene regije zabilježen je u Africi, 53 milijuna, što čini oko 5% i na Bliskom Istoku, 54 milijuna što isto tako čini 5% ukupnih međunarodnih dolazaka.

Na grafikonu koji slijedi prikazani su međunarodni turistički dolasci u razdoblju od 1995. do 2015. godine izraženi u milijunima.

**Grafikon 2:** Međunarodni turistički dolasci u razdoblju 1995.–2015. godine u milijunima



Izvor: Obrada autorice na temelju podataka preuzetih iz: UNWTO World tourism barometer, str 3.

Dostupno na: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_02\\_march\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_02_march_excerpt.pdf)  
(30.05.2016.)

Na grafikonu 2 prikazani su međunarodni turistički dolasci u razdoblju od 1995. do 2015. godine. Međunarodni turistički dolasci u 2015. godini porasli su za 4.4 % u odnosu na 2014. godinu, a ukupno čine preko milijardu turističkih putovanja, točnije 1,184 milijuna. Preko 50 milijuna turista više putovalo je u međunarodne destinacije diljem svijeta u 2015. godini u odnosu na 2014. godinu, a 256 milijuna više nego u pred-kriznoj 2008. godini.

Najveći razlozi povećanja turističkih kretanja bili su zbog utjecaja tečaja, cijene nafte te prirodnih i civilizacijskih kriza u mnogim dijelovima svijeta. Širenje turističkog sektora pridonosi gospodarskom rastu i stvaranju novih radnih mjesta u mnogim

dijelovima svijeta. Stoga je ključno da sve države potiču daljnji rast turizma kroz razne olakšice, razvoja ljudskih potencijala i samoodrživost.

Na slijedećoj tablici usporedno je prikazano kretanje BDP-a, međunarodnih dolazaka i turističke potrošnje u razdoblju od 1990. do 2015. godine.

**Tablica 1:** Usporedni pregled kretanja BDP-a, međunarodnih dolazaka i turističke potrošnje u razdoblju 1990.- 2015. godine.

<b>Godina</b>	<b>BDP u %</b>	<b>BDP per capita u %</b>	<b>Međunarodni dolasci u %</b>	<b>Turistička potrošnja u %</b>	<b>Turistička potrošnja u mlrd \$</b>
<b>1990</b>	<b>2,94</b>	<b>1,19</b>	<b>7,5</b>	<b>21</b>	<b>268</b>
<b>1991</b>	<b>1,36</b>	<b>-0,28</b>	<b>1,3</b>	<b>3,7</b>	<b>278</b>
<b>1992</b>	<b>1,78</b>	<b>0,22</b>	<b>8,3</b>	<b>13</b>	<b>314</b>
<b>1993</b>	<b>1,66</b>	<b>0,11</b>	<b>3,1</b>	<b>2,3</b>	<b>323</b>
<b>1994</b>	<b>3,02</b>	<b>1,50</b>	<b>6,8</b>	<b>9,1</b>	<b>353</b>
<b>1995</b>	<b>2,96</b>	<b>1,43</b>	<b>2,7</b>	<b>14,3</b>	<b>403</b>
<b>1996</b>	<b>3,34</b>	<b>1,86</b>	<b>5,5</b>	<b>8,6</b>	<b>438</b>
<b>1997</b>	<b>3,75</b>	<b>2,29</b>	<b>3,3</b>	<b>0,1</b>	<b>438</b>
<b>1998</b>	<b>2,44</b>	<b>1,03</b>	<b>2,7</b>	<b>0,8</b>	<b>442</b>
<b>1999</b>	<b>3,30</b>	<b>1,91</b>	<b>4,5</b>	<b>5,5</b>	<b>466</b>
<b>2000</b>	<b>4,34</b>	<b>2,96</b>	<b>3,2</b>	<b>1,9</b>	<b>475</b>

<b>2001</b>	<b>1,97</b>	<b>0,65</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,7</b>	<b>463</b>
<b>2002</b>	<b>2,18</b>	<b>0,89</b>	<b>2,8</b>	<b>3,7</b>	<b>480</b>
<b>2003</b>	<b>2,89</b>	<b>1,61</b>	<b>-1,7</b>	<b>9</b>	<b>523</b>
<b>2004</b>	<b>4,46</b>	<b>3,16</b>	<b>10</b>	<b>21,4</b>	<b>635</b>
<b>2005</b>	<b>3,82</b>	<b>2,54</b>	<b>5,7</b>	<b>7,1</b>	<b>680</b>
<b>2006</b>	<b>4,38</b>	<b>3,10</b>	<b>5,5</b>	<b>9,1</b>	<b>742</b>
<b>2007</b>	<b>4,31</b>	<b>3,04</b>	<b>6,2</b>	<b>15,4</b>	<b>857</b>
<b>2008</b>	<b>1,85</b>	<b>0,61</b>	<b>2,1</b>	<b>9,5</b>	<b>939</b>
<b>2009</b>	<b>-1,72</b>	<b>-2,91</b>	<b>-4</b>	<b>-9,4</b>	<b>850</b>
<b>2010</b>	<b>4,35</b>	<b>3,10</b>	<b>6,6</b>	<b>7,5</b>	<b>919</b>
<b>2011</b>	<b>3,11</b>	<b>1,89</b>	<b>4,6</b>	<b>4,5</b>	<b>1042</b>
<b>2012</b>	<b>2,46</b>	<b>1,27</b>	<b>4,7</b>	<b>4,2</b>	<b>1075</b>
<b>2013</b>	<b>2,39</b>	<b>1,16</b>	<b>4,6</b>	<b>5,3</b>	<b>1159</b>
<b>2014</b>	<b>2,61</b>	<b>1,41</b>	<b>4,2</b>	<b>5,1</b>	<b>1309</b>
<b>2015</b>	<b>2,47</b>	<b>1,27</b>	<b>4,6</b>	<b>4,4</b>	<b>1260</b>

Izvor: Obrada autorice na temelju podataka preuzetih iz: UNWTO Annual Report 2016, Dostupno na: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> (17.01.2017.)

U tablici 1 usporedno je prikazan razvoj svjetskog gospodarstva i turizma na temelju BDP-a, BDP-a per capita, međunarodnih dolazaka i turističke potrošnje u svijetu u milijardama američkih dolara za razdoblje od 1990. – 2015. godine. Na temelju prikazanih podataka može se primijetiti da je u posljednjih 25 godina, na svjetskoj razini, prosječan rast BDP-a bio 3,15 %, prosječna stopa rasta BDP-a per capita 1,52 %, prosječna stopa rasta međunarodnih dolazaka 4,4 % , a rast turističke potrošnje 11,31 %. Iz navedenih podataka može se zaključiti da je svjetski turizam rastao brže od rasta svjetskog BDP-a. Značajan pad međunarodnih pokazatelja zabilježen je u 2009-oj godini kad se globalna financijska kriza iz 2008. godine odrazila na turizam. Primjećuje se da se turizam u godinama neposredno nakon pada turističkog prometa oporavlja brže od svjetskog BDP-a. Prethodno navedenim se može zaključiti da se turizam brže oporavljao od utjecaja globalne ekonomske krize nego ostale gospodarske djelatnosti.

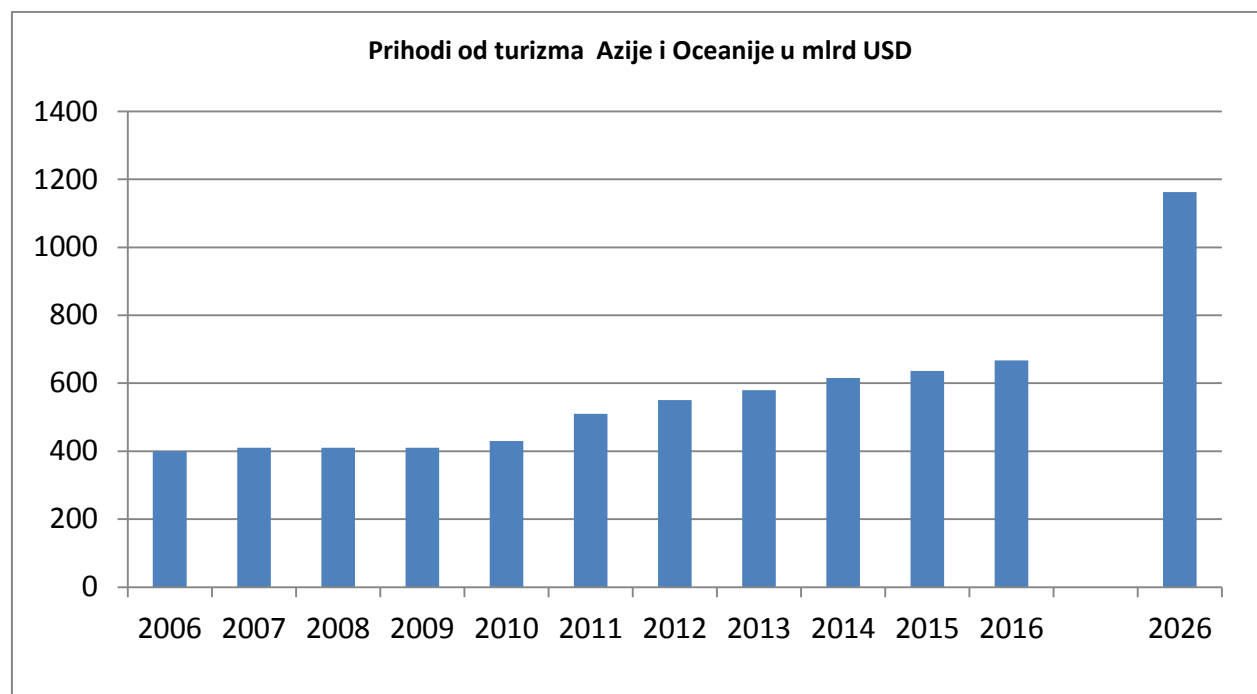
## **2.2. Značaj turizma za pojedine turističke centre**

Prema UNWTO-u, sa svrhom praćenja i bilježenja statističkih podataka, svijet je organiziran u ukupno pet turističkih regija: Europa, Afrika, Bliski Istok, Azija s Oceanijom i Amerika. U slijedećim potpoglavljima obraditi će se tri regije s najvećim brojem turističkih kretanja, odnosno Azija, Amerika i Europa, te će se prikazati doprinos turizma za te regije.

### **2.2.1. Azija**

Posljednjih godina u Aziji i Oceaniji je procvjetao masivni turizam i postao jedan od najvažnijih sektora u ekonomiji tih zemalja te se čitava regija smatra novim turističkim centrom. Brzorastući srednji društveni sloj u Aziji priključio se trendu putovanja širom svijeta. To je pridonijelo ekonomskom rastu tih zemalja i povećanju prihoda. Razvoju turizma u tim zemljama su pridonijele i smanjene putne restrikcije, uspješna turistička promocija i prepoznavanje od strane vlade.

**Grafikon 3:** Prihodi od turizma Azije i Oceanije u mlrd američkih dolara



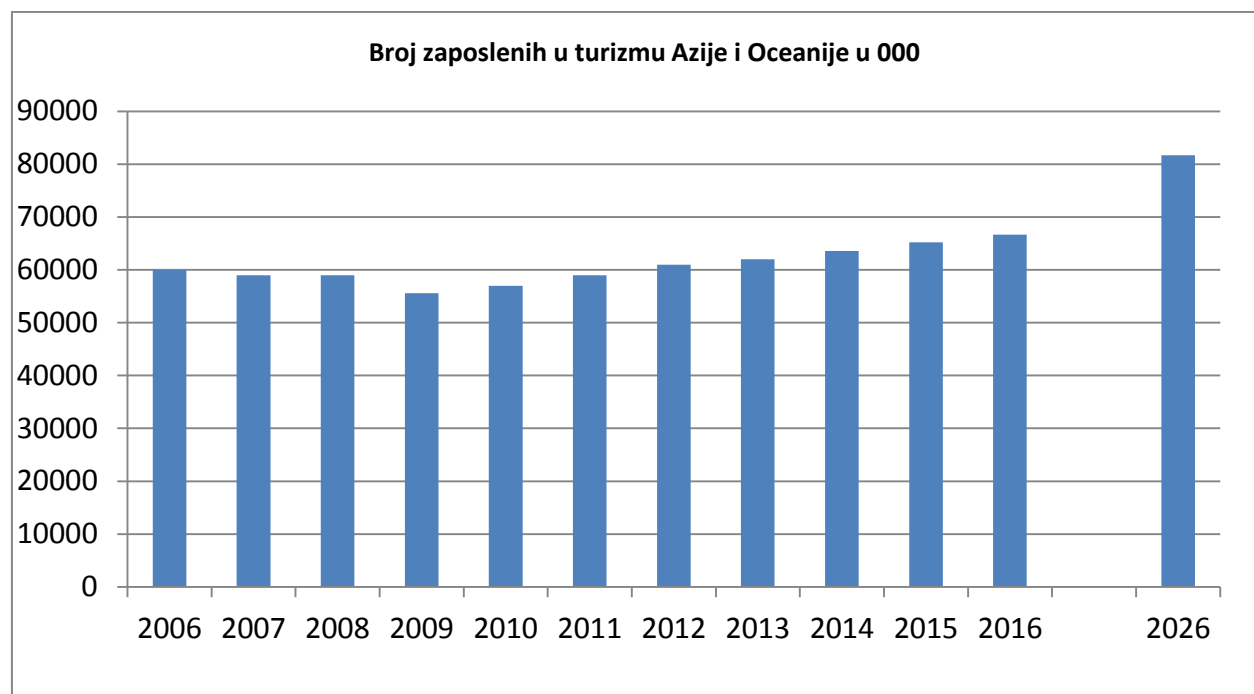
Izvor: „Travel and Tourism economic impact 2016 Asia Pacific“, str. 3, dostupno na: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/asiapacific2016.pdf> (15.01.2017.)

Prema podacima na grafikonu 3, doprinos turističkih dolazaka BDP-u Azije i Oceanije u 2015. godini iznosio je 635,9 milijardi američkih dolara što čini 2,7 % ukupnog BDP-a. U 2016. godini prihod od turizma bio je veći za 5,0 % te je iznosio 667,5 milijardi američkih dolara.<sup>9</sup> Najveći udio u prihodima ostvaren je u hotelima, putničkim agencijama, avioprijevozu, ali i u restoranima. Očekuje se rast od 5,7 % na godišnjoj razini do 2026. godine kada bi udio turizma u BDP-u iznosio oko 1 162 milijarde američkih dolara što bi činilo 3,1 % BDP-a.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> „Travel and Tourism economic impact 2016 Asia Pacific“, str. 3, dostupno na: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/asiapacific2016.pdf>

<sup>10</sup> Ibid.

**Grafikon 4:** Broj zaposlenih u turizmu Azije i Oceanije



Izvor: „Travel and Tourism economic impact 2016 Asia Pacific“, str. 4, dostupno na: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/asiapacific2016.pdf> (15.01.2017.)

Na grafikonu 4. prikazan je doprinos turizma zapošljavanju. U 2015. godini u Aziji i Oceaniji broj zaposlenih u turizmu iznosio je 65 197 000 što je činilo 3,7 % od ukupnog broja zaposlenih. U 2016. godini broj radnih mjesta u turizmu povećao se za 2,2 %, te iznosio 66 642 000 što je činilo 3,7 % od ukupnih radnih mjesta.<sup>11</sup> Tu su uključena radna mjesta u hotelima, putničkim agencijama, avioprijevozu, ali i u restoranima i ostalim aktivnostima koje imaju direktnu vezu s turizmom. Predviđa se da će se broj radnih mjesta u turizmu povećavati za 2,1 % na godišnjoj razini.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> „Travel and Tourism economic impact 2016 Asia Pacific“, str. 4, dostupno na: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/asiapacific2016.pdf> (15.01.2017.)

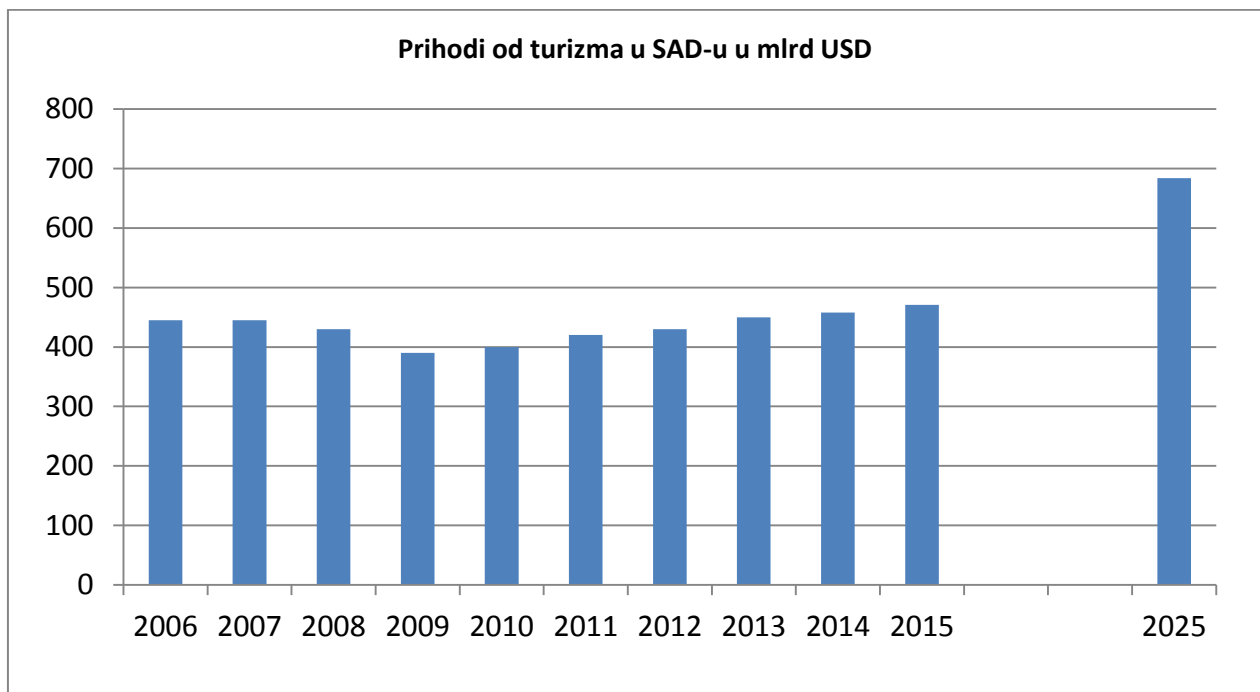
<sup>12</sup> Ibid.



## 2.2.2. Amerika

Sjedinjene Američke Države zemlja su raznolikosti i nebrojenih turističkih destinacija, od nevjerojatnih nebodera New Yorka ili Chicaga, brojnih prekrasnih čuda prirode do sunčanih plaža Havaja, Kalifornije i Floride. Američki turizam bilježi konstantan rast, od čak 29 % godišnje, i razvija se daleko brže od ukupne američke ekonomije kao cjeline. Turizam je na 6. mjestu u SAD-u po broju zaposlenih. Indirektno, turizam generira još više radnih mjesta. Na primjer, ovaj indirektni utjecaj turizma možemo vidjeti kada hotel ili restoran plati trećoj strani za neke proizvode ili usluge (namirnice, popravke, ...). Ovaj novac nastavlja svoj tijek kroz lanac trgovine i kanale distribucije, potičući proizvodnju i jačajući ekonomiju. Smatra se da novac potrošen kroz turizam ima značajniji multiplikativni efekat po ekonomiju neke zemlje od bilo koje druge potrošnje. Taj novac podržava druge djelatnosti kao što je primjerice poljoprivreda ili proizvodnja zelene energije.

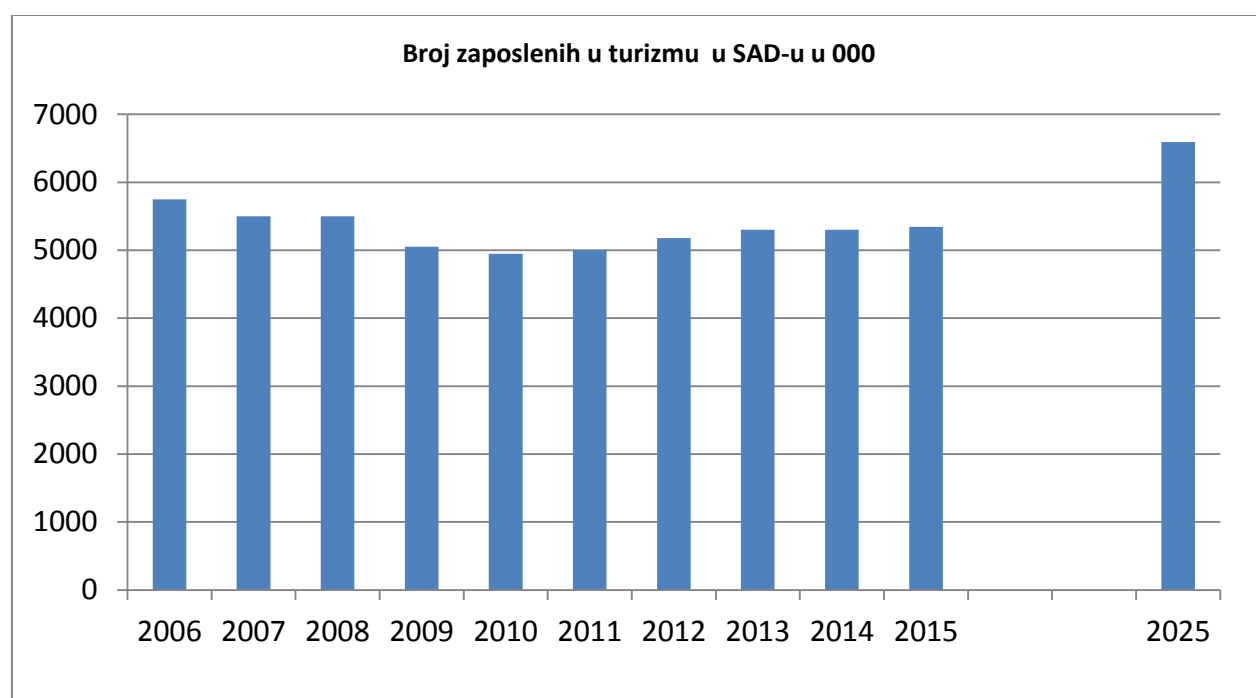
**Grafikon 5:** Prihodi od turizma u SAD-u u mlrd američkih dolara



Izvor: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/unitedstatesofamerica2015.pdf> (16.11.2016.)

Kao što je prikazano na grafikonu 5, ukupni prihod od turizma u SAD-u 2014. godini iznosio je 458 milijardi američkih dolara što čini 2,6 % ukupnog BDP-a. U 2015. godini prihod od turizma bio je veći za 3,0 % te je iznosio 471 milijardu američkih dolara.<sup>13</sup> Najveći udio u prihodima ostvaren je u hotelima, putničkim agencijama, avioprijevozu, ali i u restoranima. Očekuje se rast od 3,8 % na godišnjoj razini do 2025. godine kada bi udio turizma u BDP-u iznosio oko 684 milijarde američkih dolara što bi činilo 3,0 % BDP-a.<sup>14</sup>

**Grafikon 6:** Broj zaposlenih u turizmu u SAD-u



Izvor: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/unitedstatesofamerica2015.pdf> (16.11.2016.)

Na grafikonu 6. prikazan je doprinos turizma zapošljavanju. U 2014. godini u SAD-u broj zaposlenih u turizmu iznosio je 5 302 000 što je činilo 3,6 % od ukupnog broja zaposlenih. U 2015. godini broj radnih mjesta u turizmu povećao se za 0,8 %, te

<sup>13</sup> <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/unitedstatesofamerica2015.pdf> (16.11.2016.)

<sup>14</sup> Ibid

iznosio 5 345 000 što je činilo 3,6 % od ukupnih radnih mjesta.<sup>15</sup> Tu su uključena radna mjesta u hotelima, putničkim agencijama, avioprijevozu, ali i u restoranima i ostalim aktivnostima koje imaju direktnu vezu s turizmom. Predviđa se da će se broj radnih mjesta u turizmu povećavati za 2,1 % na godišnjoj razini do 2025. godine kada će iznositi 6 591 000.<sup>16</sup>

### **2.2.3. Europa**

Europa predstavlja najatraktivniju turističku destinaciju zbog bogate povijesno-kulturne baštine i mediterana te bilježi više od 50 % ukupnih međunarodnih turističkih dolazaka. Turizam ima važnu ulogu u Europi zbog svojega gospodarskog potencijala i potencijala za zapošljavanje te zbog utjecaja na društvo i okoliš. Statistički podaci u području turizma upotrebljavaju se ne samo za praćenje politike turizma Europe, već i za praćenje njegove regionalne politike i politike održivog razvoja.

Prema EUROSTAT-u u 2012. godini svako deseto poduzeće u europskom nefinancijskom poslovnom gospodarstvu pripadalo je turističkom sektoru. U tih je 2,2 milijuna poduzeća bilo zaposleno otprilike 12,0 milijuna osoba. Poduzeća u industrijama s djelatnostima povezanim s turizmom zapošljavala su 9,0 % osoba zaposlenih u cijelom nefinancijskom poslovnom gospodarstvu, a 21,9 % osoba bilo je zaposleno u sektoru usluga. Udio turističkog sektora u ukupnom prometu i dodanoj vrijednosti prema faktorskom trošku bio je relativno nizak, a turistički sektor činio je 3,6 % prometa i 5,5 % dodane vrijednosti nefinancijskog poslovnoga gospodarstva.

Španjolska je 2014. bila najčešće turističko odredište u EU-u za nerezidente s ostvarenih 260 milijuna noćenja u turističkim smještajnim objektima, što je 21,5 % ukupnog broja EU-28.<sup>17</sup> Četiri najpopularnija odredišta za nerezidente u cijelom EU-u

---

<sup>15</sup><https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/unitedstatesofamerica2015.pdf> (15.11.2016.)

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Eurostat (2015) – „Tourism statistics“, dostupno na: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics) (17.11.2015.)

bila su Španjolska, Italija (187 milijuna noćenja), Francuska (131 milijun noćenja) i Ujedinjena Kraljevina (105 milijuna noćenja, podaci za 2013.) u kojima je zajedno ostvareno više od polovine (56,6 %) ukupnog broja noćenja nerezidenata u EU-28. Najmanje popularna odredišta bila su Luksemburg i Latvija, no pri tumačenju tih vrijednosti treba uzeti u obzir veličinu tih država članica.

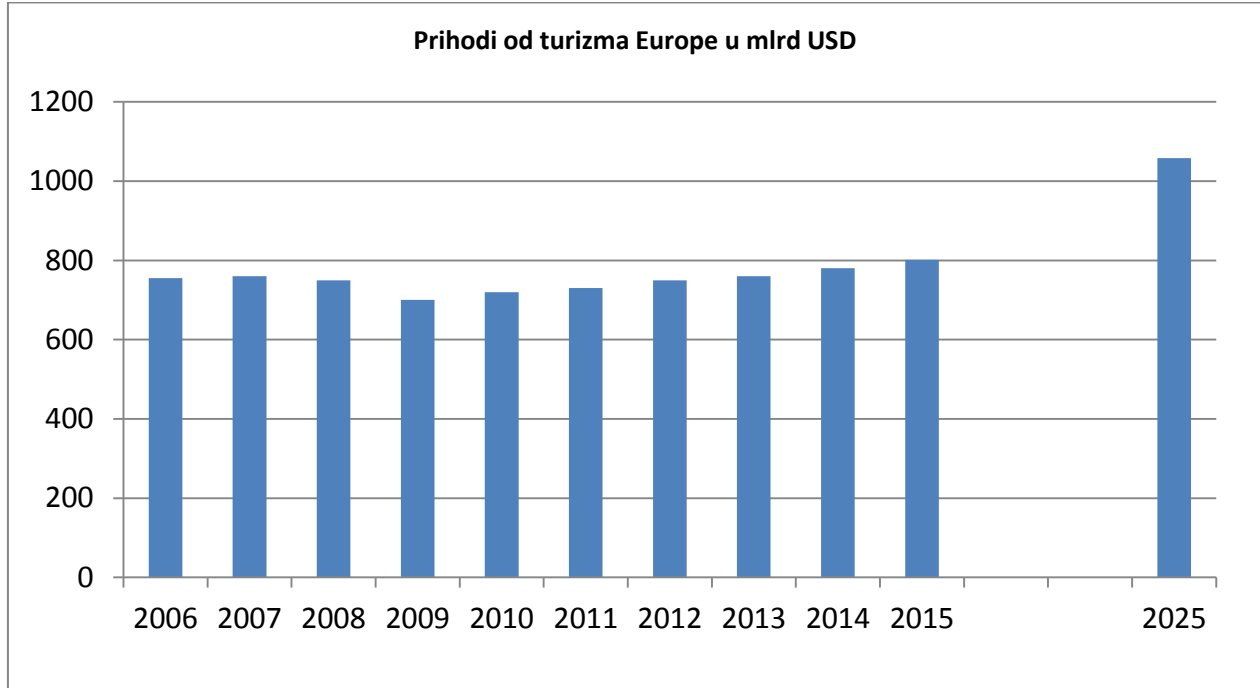
Omjer između prihoda od putovanja i BDP-a među državama članicama EU-a bio je 2014. najveći u Hrvatskoj (17,2 %), Malti (14,4 %) i Cipru (12,3 %), čime se potvrđuje važnost turizma u tim zemljama.<sup>18</sup> U apsolutnim okvirima, najveći prihod od međunarodnog putovanja tijekom 2014. zabilježen je u Španjolskoj ( 49,0 milijardi EUR) i Francuskoj ( 43,2 milijarde EUR), te zatim u Italiji, Njemačkoj i Ujedinjenoj Kraljevini (sve tri zabilježile su prihode u iznosu od 33 – 35 milijardi EUR).

Prema EUROSTAT-u iz 2015. godine, Njemačka je zabilježila najveću razinu potrošnje na međunarodna putovanja u ukupnom iznosu od 70,3 milijarde EUR 2014., a nakon nje Ujedinjena Kraljevina ( 47,8 milijardi EUR) i Francuska ( 36,7 milijardi EUR).

---

<sup>18</sup> Ibid.

**Grafikon 7: Prihodi od turizma Europe u mlrd američkih dolara**



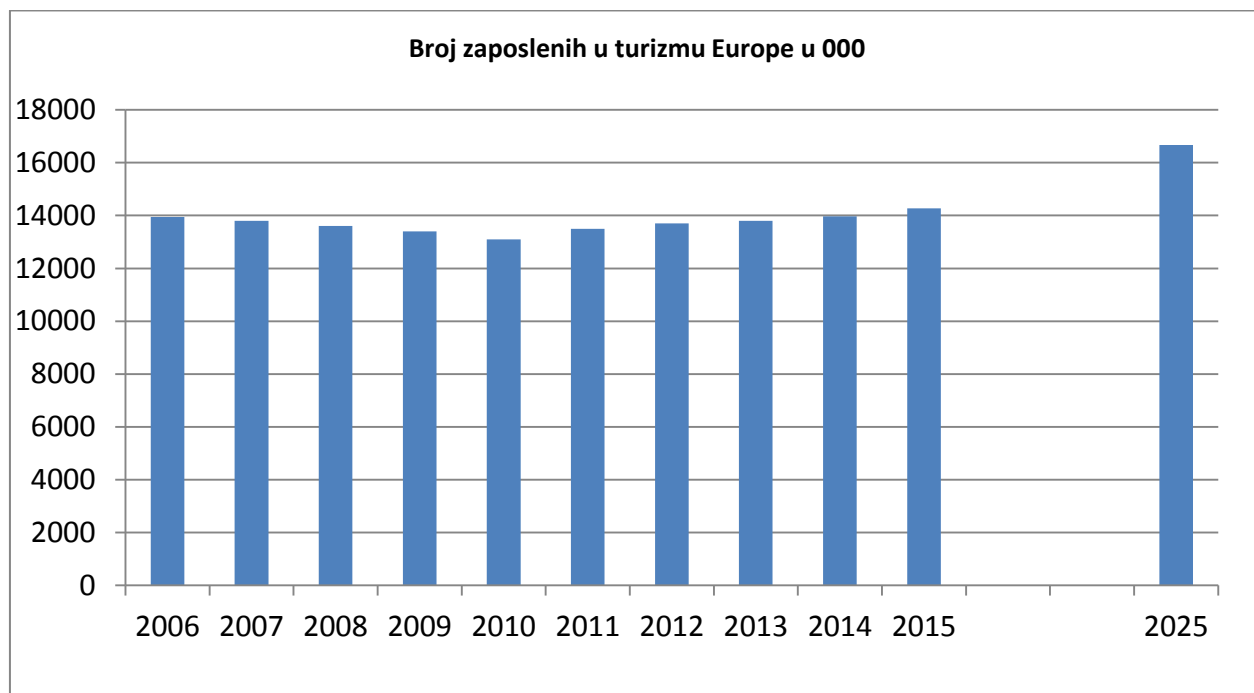
Izvor: „World travel and tourism council“, str. 3, dostupno na:  
<https://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/europe2015.pdf> (08.11.2016.)

Kao što je prikazano na grafikonu 7, ukupni prihod od turizma u Europi 2014. godini iznosio je 779,7 milijardi američkih dolara što čini 3,4 % ukupnog BDP-a. U 2015. godini prihod od turizma bio je veći za 2,7 % te je iznosio 800,7 milijardi američkih dolara.<sup>19</sup> Najveći udio u prihodima ostvaren je u hotelima, putničkim agencijama, avioprijevozu, ali i u restoranima. Očekuje se rast od 2,8 % na godišnjoj razini do 2025. godine kada bi udio turizma u BDP-u iznosio oko 1 057,7 milijardi američkih dolara što bi činilo 3,6 % BDP-a.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> „World travel and tourism council“, str.3, dostupno na:  
<https://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/europe2015.pdf> (08.11.2016.)

<sup>20</sup> Ibid, str 4.

**Grafikon 8:** Broj zaposlenih u turizmu Europe



Izvor: „World travel and tourism council“, str. 4,  
<https://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/europe2015.pdf> (08.11.2016.)

Na grafikonu 8. prikazan je doprinos turizma zapošljavanju. U 2014. godini u Europi broj zaposlenih u turizmu iznosio je 13 975 000 što je činilo 3,6 % od ukupnog broja zaposlenih. U 2015. godini broj radnih mjesta u turizmu povećao se za 2,1 %, te iznosio 14 275 500 što je činilo 3,6 % od ukupnih radnih mjesta.<sup>21</sup> Tu su uključena radna mjesta u hotelima, putničkim agencijama, avioprijevozu, ali i u restoranima i ostalim aktivnostima koje imaju direktnu vezu s turizmom. Predviđa se da će se broj radnih mjesta u turizmu povećavati za 1,6 % na godišnjoj razini do 2025. godine kada će iznositi 16 668 000.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> „World travel and tourism council“, str. 4,  
<https://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/europe2015.pdf> (08.11.2016.)

<sup>22</sup> Ibid.

### 3. Utjecaj globalne financijske krize na turizam

Financijska kriza je iznenadan snažni udar koji neizbježno dovodi do problema u poslovanju, odnosno snažnu kontrakciju gospodarske aktivnosti i u financijskom, ali i realnom sektoru.<sup>23</sup> Ono što razlikuje globalnu krizu koja je zahvatila svijet 2008. godine od ostalih financijskih kriza koje su se događale u pojedinim zemljama je to što je ona poprimila globalne, ozbiljne razmjere i velikom se brzinom proširila po svijetu. Ekonomske i financijske krize nisu samo specifičnosti razvijenih gospodarstava, već one podjednako pogađaju i zemlje u razvoju.<sup>24</sup>

Globalna ekonomska kriza imala je negativan utjecaj na turističku potražnju te se negativno odrazila na dohodak u svim svjetskim regijama. Međutim, intenzitet i trajanje tog negativnog učinka varirao je između tih regija. Južna i zapadna Europa, zapadna i centralna Amerika, kao i sjeverna Azija su snažno pogođene padom turističkih tijekomova. S druge strane, Bliski Istok i neke države Kariba su bile znatno manje pogođene krizom te su se znatno brže oporavile od posljedica koje je kriza imala na turističke tijekomove.

S obzirom na dohodovne skupine, zemlje niskog dohotka značajno su manje pogođene ekonomskom krizom i značajno brže su se oporavile od posljedica krize na turizam od zemalja visokog dohotka. Zemlje visokog dohotka su najsnažnije pogođene padom međunarodnih turističkih dolazaka tijekom globalne ekonomske krize. Oporavak zemalja visokog dohotka bio je znatno sporiji, u usporedbi s ostatkom svijeta.

Zemlje niskog dohotka osjetile su značajan pad u međunarodnim turističkim dolascima tijekom ljeta 2008. godine. Oporavak je započeo već krajem 2008. godine, samo s kraćim prekidom od ožujka do svibnja 2009. godine. Do kraja 2009. godine zemlje niskog dohotka i zemlje koje pripadaju skupini nižeg srednjeg dohotka su imale znatno bolje turističke rezultate nego države srednje višeg i visokog dohotka.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Minsky P.H. : *Stabilizing an unstable Economy*, Mcgraw Hill, New York, 2008, str. 234

<sup>24</sup> Jurčić Lj. : *Financijska kriza i fiskalna politika*, Vol.61 No.5-6, 2010. , str. 318

<sup>25</sup> UNWTO Annual Report 2014,

Dostupno na: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> ( Pristupljeno:17.01.2016.)

### 3.1. Utjecaj financijske krize u 2008-2009-oj godini

Krajem 2008. godine financijska se kriza pojavila u SAD-u i ubrzo poprimila globalne razmjere kakvi nisu zabilježeni još od razdoblja Velike depresije iz 1929. godine. Takav razvoj događaja neposredno je pokrenut slomom tržišta hipotekarnih kredita u SAD-u u ljeto 2007., koji je u relativno kratkom roku doveo do sustavne krize i pada opće gospodarske aktivnosti na globalnoj razini. Preduvjeti za nastanak krize stvoreni su višegodišnjim trendovima ekonomske politike u SAD-u. Pored nestabilnosti financijskog sektora, uzroke krize nalazimo u negativnim posljedicama niza neoliberalnih reformi koje su dominirale ekonomskom politikom zapadnih zemalja u posljednjih tridesetak godina.

Neodrživ koncept razvoja temeljen na potrošnji, deregulacija financijskog tržišta koja je pogodovala uvođenju niza rizičnih inovacija, smanjenje stope progresivnog poreznog opterećenja i politika niskih kamatnih stopa neke su od najčešćih pogrešaka neoliberalne politike zapadnih zemalja. Krajem 2008. dolazi do smanjenja industrijske proizvodnje i opsega trgovine, a takvi se trendovi u 2009. dodatno zaoštravaju. Razvijene zemlje suočene su s recesijom, a zemlje u razvoju s znatnim usporavanjem gospodarskog rasta. Prema procjenama Svjetske banke u 2009. došlo je do pada svjetskog BDP-a per capita od 2.9%, dok je svjetska trgovina bilježila pad od 10%.<sup>26</sup> Kriza financijskog sektora i njome izazvani poremećaji u opskrbi kreditima, uz povećane stope štednje, imali su za posljedicu smanjenje ulaganja u fiksni kapital i potrošačka dobra, čime se objašnjava ubrzan pad globalne potražnje. Posljedično, globalna industrijska proizvodnja bilježi pad od 13% u razdoblju od rujna 2008. do ožujka 2009. godine.<sup>27</sup>

Ubrzan pad globalne potražnje odrazio se i na turizam. Posebno su bile pogođene Sjeverna Amerika koja je zabilježila pad u dolascima 12,4 % i pad prihoda 5,7 %, Srednja i Istočna Europa s padom od 10 % u dolascima i 8 % u приходima.<sup>28</sup> Krajem 2008. globalni financijski sustav našao se pred kolapsom i morao je biti spašavan

---

<sup>26</sup> Global Development Finance: Charting a Global Recovery, dostupno na: [http://siteresources.worldbank.org/INTGDF2009/Resources/gdf\\_combined\\_web.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTGDF2009/Resources/gdf_combined_web.pdf), (02. 08. 2013.), str. 1.

<sup>27</sup> Ibid., str. 12.

<sup>28</sup> UNWTO, World Tourism Barometer, May 2012.



daljnjim državnim intervencijama. UNWTO je već početkom 2009. godine oformio informacijsku platformu "Tourism Resilience Committee" sa ciljem ublažavanja negativnih efekata krize na turizam. Kriza ima ekonomski i socijalni utjecaj na gospodarstvo i stanovništvo.

### *Ekonomski utjecaj krize*

Očekuje se da će u vrijeme recesije investicije u turizmu i putovanja pretrpjeti težak udarac budući da će zbog kreditnih kriza poslovni subjekti biti primorani smanjiti troškove. To se pokazalo točnim u 2009. godini kad je ukupan iznos investicija u svjetski turizam iznosio 1 220 milijardi američkih dolara, odnosno 5,25 % niže u odnosu na prethodnu godinu.<sup>29</sup>

Globalna financijska kriza najjače je pogodila realni sektor zemalja na Bliskom Istoku kao što su Tunis, Alžir i Maroko gdje su prihodi od izvoza, priljev kapitala i turizam pretrpjeli značajan pad. Ta je situacija naročito pogodila Maroko koji je bio jako spor u osmišljanju strategije za oporavak iz krize.

### *Socijalni utjecaj krize*

U vrijeme krize povećava se nezaposlenost što značajno utječe na životni standard. Zbog smanjenog budžeta i povećane štednje, novac se troši na osnovne potrepštine umjesto na luksuzna dobra. Iz tog razloga smanjuje se broj turističkih putovanja, mijenja se destinacija, skraćuje vrijeme boravka te se smanjuje turistička potrošnja na hranu, suvenire, zabavu i slično.

Bez obzira na krizu ljudi ne prestaju putovati. Koliko god je globalna ekonomska kriza pogodila turizam, vidljivo je da on neće nastaviti padati nego će krenuti u suprotnom smjeru. Turizam je pokazao kako za njega vrijedi pravilo koje kaže da je ekonomija

---

<sup>29</sup> UNWTO Annual Report 2014,  
Dostupno na: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> (Pristupljeno:17.01.2016.)

samoregulirajuća. Naravno, uvijek će postojati promjene u ponašanju turista, a na menadžmentu će biti da primjeni različite strategije kako bi turizam opstao.

### **3.2. Utjecaj krize na emitivna i receptivna turistička tržišta**

Ekonomski čimbenici koji djeluju na turističku potražnju imaju veliki utjecaj na dinamiku turističkih kretanja. Financijski uvjeti u emitivnim zemljama oblikuju tijekom kretanja i utječu na turističku potrošnju. O prirodi promjena ekonomskih uvjeta ovisi da li će oni djelovati stimulatивно ili destimulatивно na turističku potražnju.<sup>30</sup> O vrsti i intenzitetu tih čimbenika ovisi u kojoj mjeri će se oni odraziti na turizam. Kako vidimo da je prihod ključni čimbenik za učešće u turizmu, postoji čvrsta veza između ekonomskog blagostanja i rasta potražnje.<sup>31</sup> Drugim riječima, ukoliko dođe do pada prihoda u uvjetima ekonomske krize to će se negativno odraziti na turističku potražnju.

Karakteristično za Svjetsku ekonomsku krizu je to da se turistička potražnja okrenula domaćoj ponudi i bližim destinacijama kako bi se smanjili troškovi putovanja. U svakoj turističkoj destinaciji opseg turističke ponude bi trebao biti toliki da je u mogućnosti zadovoljiti turističku potražnju. Međutim, to u mnogim destinacijama nije tako, a ekonomska kriza samo pogoršava situaciju. Svakom turistu bi trebale biti osigurane usluge, proizvodi i iskustva od strane nekog poduzeća, organizacije i destinacije kako bi bile zadovoljene njegove turističke potrebe, a istovremeno prilagođene njegovoj smanjenoj platežnoj moći.

Turistička potrošnja, kao potrošnja turista u mjestima koja posjećuju, osnova je razumijevanja ekonomskih utjecaja turizma. "Suvremena ekonomska teorija u istraživanju doprinosa turizma gospodarskom razvoju uvijek polazi od turističke potrošnje, jer kao rezultat ove potrošnje nastaju određeni ekonomski efekti na privredu, kako zemlje i područja iz kojih turisti dolaze, tako i onih zemalja i mjesta koja turisti

---

<sup>30</sup> Henderson, J., *Tourism Crisis: Causes, consequences and management*, Elsevier, Oxford, UK, 2007, str 18

<sup>31</sup> Ibid, str 18

posjećuju<sup>32</sup>. Iako se određeni ekonomski efekti osjećaju i u gospodarstvu zemlje i područja iz kojih turisti dolaze, ipak se prilikom analize ekonomskih utjecaja turizma, prije svega, analiziraju efekti turističke potrošnje na gospodarstvo zemlje i područja koja turisti posjećuju.

Loša ekonomska situacija u receptivnim zemljama se negativno odražava na turističku potražnju jer dovodi do smanjenja investicija u infrastrukturu i turističku ponudu. To se smatra jednim od glavnih uzroka neiskorištenosti potencijala zemalja u razvoju.

Primjerice rast cijena hotelskih usluga i izvanhotelske potrošnje u određenoj destinaciji može se negativno odraziti na domaću turističku potražnju ukoliko nisu popraćeni rastom dohotka stanovništva, dok se možda neće negativno odraziti na inozemni turizam te receptivne zemlje, posebice ukoliko je u emitivnim zemljama došlo do povećanja dohotka ili do povoljnijeg tečaja. Isto tako, domaće stanovništvo se može opredijeliti za neku drugu destinaciju što bi se negativno odrazilo na saldo receptivne zemlje.

Vrijednosti tečaja i njegove fluktuacije predstavljaju još jednu determinantu turističkih trendova. Slabljenje vrijednosti domaće valute ima pozitivan efekt na inozemni turistički promet, a ujedno bi se tako destimulirala domaća potražnja za inozemnim putovanjima. Velika Britanija je za vrijeme Svjetske ekonomske krize imala povećanje turističke potrošnje zahvaljujući slabljenju funte što je dovelo do povećanja broja inozemnih turista dok je domaće stanovništvo, koje inače predstavlja značajan izvor inozemne potražnje na međunarodnom turističkom tržištu, povećalo putovanja u okviru zemlje i izvan eurozone. Najviše koristi od toga su imale Turska i Hrvatska, prema izvještaju britanskih medija u rujnu 2009. godine.

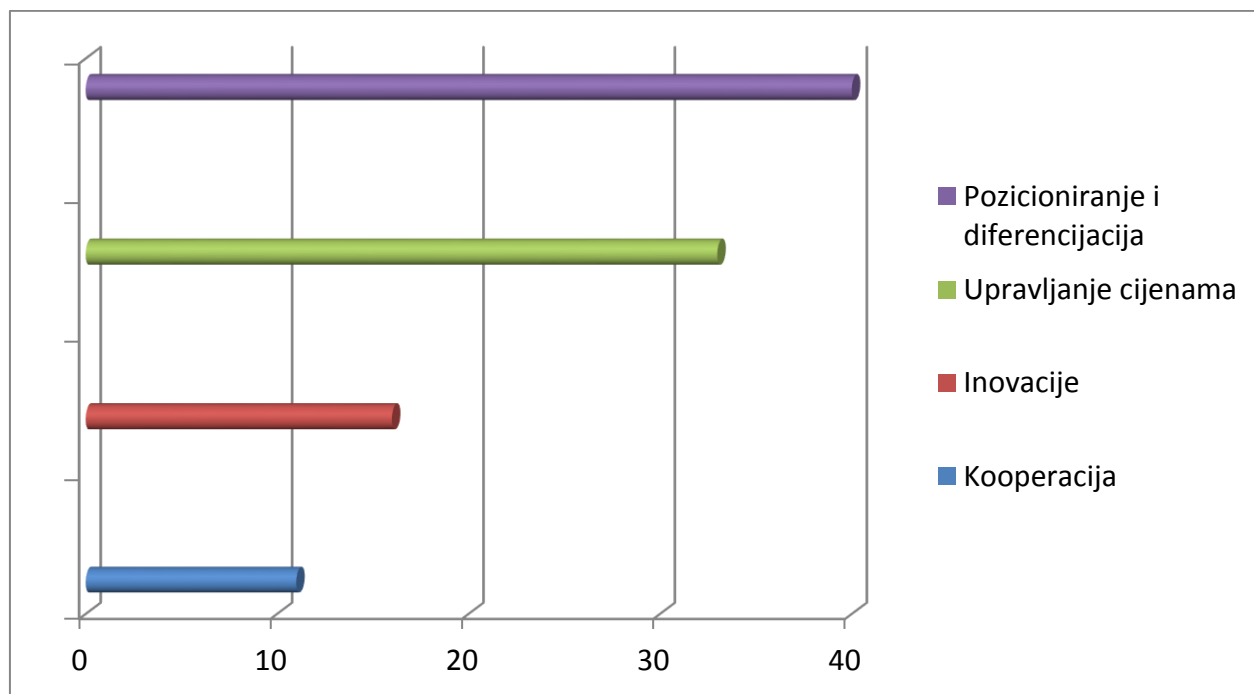
---

<sup>32</sup> Unković S., Zečević B. (2006): Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Beograd, str. 39

## 4. Izlaz iz krize – šanse i perspektive

Ekonomski stručnjaci su proveli istraživanja poslovnih modela koje provode vodeći svjetski poslovni subjekti kako bi identificirali obilježja koja su zajednička onim organizacijama koje uspijevaju pronaći izlaz iz kriznih situacija. Identificirane su četiri najuspješnije mjere kojima velike svjetske kompanije prevladavaju krizna razdoblja, a to su pozicioniranje i diferencijacija, upravljanje cijenama, inovacije, te suradnja i kooperacija.<sup>33</sup> Implementacija navedenih mjera nije isključivo model za izlaz iz krize, već i strategija za daljni rast i uspjeh ( Grafikon 9. ).

**Grafikon 9:** Udio primjene mjera za prevladavanje krize u %



Izvor: „Tourism industry in turbulent times”, str.3, dostupno na:  
<http://www.adlittle.com/viewpoints.html?view=412>

Na grafikonu 9 prikazano je u kolikom udjelu je primjenjena pojedina mjera za prevladavanje kriznog razdoblja u odnosu na ukupnu uspješnu primjenu navedenih

<sup>33</sup> „Tourism industry in turbulent times”, str.3-4, dostupno na:  
<http://www.adlittle.com/viewpoints.html?view=412> (03.10.2015.)

mjera. Pozicioniranje i diferencijacija pokazala se kao najuspješnija mjera te čine 40 % ukupne primjene, upravljanje cijenama 33 %, inovacije 16 %, te kooperacija 11 %.

#### **4.1. Pozicioniranje i diferencijacija**

U vremenu neizvjesnosti i intenzivne kompeticije na tržištu, diferencijacija proizvoda i usluga postaje krucijalna.<sup>34</sup> Pouzdanost potrošača u visoku kvalitetu proizvoda i usluga više nije dovoljna jer se u razdoblju krize oslanjaju na visinu raspoloživog budžeta. Sve zahtjevniji potrošači nisu zadovoljni odabirom ekonomičnijih proizvoda i usluga jer ne žele izgubiti određene aspekte kvalitete na koje su navikli. Kompanije, s druge strane ne smiju ignorirati cjenovnu elastičnost. Nastoje se diferencirati od konkurencije i percipirati u svijesti potrošača kao ponuđači kvalitetnih proizvoda i usluga po niskim cijenama. Ovakva mjera se pokazala najuspješnijom u prevladavanju kriznih situacija.

#### **4.2. Upravljanje cijenama**

Na cijene proizvoda i usluga imaju utjecaj različiti faktori među kojima i povećan izbor samih. Kod dinamičnih paketa nekih proizvoda povećao se izbor usluga dok je booking putem interneta olakšao kontaktiranje ponuđača usluga i potrošača i povećao transparentnost cijena. Kako bi povećale prihode u razdoblju krize, kompanije trebaju usvojiti nove pristupe upravljanja cijenama kako bi optimizirali dodatne prihode. Potrebno je uskladiti krizni menadžment s karakteristikama tržišta i strategijom kompanije. Uspješnost je potvrđena kod kompanija koje su primijenile diferencijaciju cijena zajedno s većim izborom brendova i linija proizvoda.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> „Tourism industry in turbulent times”, dostupno na: <http://www.adlittle.com/viewpoints.html?view=412> (03.10.2015.)

<sup>35</sup> Ibid.

### **4.3. Inovacije**

U vrijeme financijske krize, snižavanje troškova je ključno ali ne i dovoljno. Za optimizaciju prihoda u dugom roku inovacije igraju vrlo važnu ulogu kojom bi se kompanije oporavile i izvukle iz krize. U današnje vrijeme, mnoge destinacije i visoko specijalizirane ponude na području sporta, kulture i edukacije na tržištu mogu vrlo lako biti kopirane od konkurencije. Stoga inovacije na području tehnologije i pružanja usluga su ključne kako bi se ponudile usluge jedinstvenih karakteristika. Primjerice elektronička prodaja karata, informiranje putem mobitela, personalizirani booking putem interneta i slično predstavljaju dodatnu vrijednost za potrošača. Društvene mreže, s druge strane mogu privući pažnju potrošača te pratiti njihovu zainteresiranost. Turoperatori i turističke agencije bili su prisiljeni na neprestane promjene i uvođenje novih tehnologija kako bi unaprijedili svoje poslovanje, zadržali svoj položaj na tržištu i zadovoljili turističku potražnju.

### **4.4. Suradnja i kooperacija**

U razdoblju financijske krize turističke kompanije odlučuju se na udruženi nastup na tržištu kako bi smanjile troškove. Horizontalna integracija turističkih kompanija dovela je do formiranja konsolidiranih industrija sa nekoliko vodećih kompanija u Europi. Da nije važna samo veličina kompanije nego i strategija može se vidjeti na primjeru najvećih europskih turoperatora koji su danas dio velikih turističkih koncerna pod nazivima TUI Travel PLC i Thomas Cook PLC.

Proizvodni portfelj vodećih turooperatorskih koncerna sastoji se od sektora sa standardiziranim ponudom, što se odnosi na klasičan posao turoperatora koji još uvijek ima udio od 80% u ukupnom poslovanju, a slijede ga specijalizirani sektor koji nudi ekskluzivne proizvode snažnih lokalnih marki, sektor aktivnosti koji nudi proizvode vezane uz životni stil s vodećim markama na tržištu te online destinacijski sektor koji brine o online smještaju i uslugama u destinaciji. Takva organizacijska struktura omogućava klijentima odabir iz širokog spektra proizvoda: letovi, smještaj, transferi,

najam automobila, izleti, zabava i slično. Međutim, inovacija nije dominantno u spomenutim temeljnim komponentama proizvoda, već u dodanoj vrijednosti i profesionalnosti koju ovako integrirani sustavi pružaju svojim klijentima.<sup>36</sup> Ovakve udružene aktivnosti smanjuju troškove što zajedno s inovacijama može dovesti i do rasta u razdoblju krize.

---

<sup>36</sup> Ibid.

## **5. Utjecaj financijske krize na turizam u Hrvatskoj**

Globalna ekonomska kriza nije zaobišla ni Republiku Hrvatsku. Međutim, ekonomska kriza u Hrvatskoj samo je dijelomično uzrokovana svjetskom krizom, a ostali uzroci su rezultat loše ekonomske politike i neodgovarajuće razvojne strategije, te naslijeđeni problemi iz ratnog razdoblja. Svi su ti uzroci negativno utjecali i na turizam u Hrvatskoj o kojem će se pisati u ovom poglavlju.

### **5.1. Značaj turizma za gospodarstvo Republike Hrvatske**

Turizam je vrlo značajan za Republiku Hrvatsku zbog gospodarskog efekta koji ostvaruje kroz ostvareni udio u BDP-u i broj zaposlenih u turizmu. Izvještajnim metodama prikupljaju se podaci kao što je izvještaj o broju dolazaka stranih i domaćih gostiju, ostvarenim noćenjima u hotelima i privatnom smještaju, broju zaposlenih u turizmu i turističkoj potrošnji.

Za turizam Hrvatske karakteristična su dva temeljna obilježja: izrazita sezonalnost turističkih kretanja i dominacija inozemnih gostiju. Najveći turistički promet konstantno bilježe primorski krajevi Hrvatske i to u razdoblju od mjeseca lipnja do rujna, a najmanje planinski.

Tablica 2. prikazuje ukupan broj turističkih dolazaka i ostvaren broj noćenja na području Republike Hrvatske u razdoblju od 1980. – 2015. godine.



**Tablica 2:** Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u RH izraženo u 000

Godina	Dolasci			Noćenja		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
1980.	7929	3922	4007	53600	23475	30125
1985.	10125	4569	5556	67665	26619	41046
1990.	8497	3477	5020	52523	18474	31049
1995.	2438	1113	1324	12885	4370	8515
2000.	7136	1305	5831	39183	5138	34045
2005.	9995	1528	8467	51421	5434	45987
2010.	10604	1493	9111	56416	5424	50992
2015.	14343	1660	12683	71605	5743	65863

Izvor: „Turizam u brojkama 2015.“, str. 18, dostupno na:  
<http://www.mint.hr/UserDocImages/TUB2015HR.pdf>

Na temelju podataka iz prethodne tablice uočljiv je drastičan pad dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u 1995. godini što je uzrokovano ratnom situacijom na području Republike Hrvatske. Tek 2000. godine broj se dolazaka uspio vratiti na prijeratnu razinu. Turizam u Hrvatskoj u stalnom je porastu osim u vrijeme svjetske ekonomske krize u 2008.-2009. godini što se na tablici može primjetiti neznatnim rastom u 2010. godini u odnosu na 2005. Taj se rast odnosi na dolaske stranih turista, dok su dolasci domaćih turista i dalje u negativnom rastu. Znatan oporavak vidljiv je na temelju podataka iz 2015. godine kad je zabilježen dolazak od 12 683 000 stranih turista.

Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hranom u turizmu RH iznosio je 90 000 u 2015.<sup>37</sup> godini što je činilo 6,9 % od ukupnog broja

<sup>37</sup> „Turizam u brojkama 2015.“, str. 41., dostupno na:  
<http://www.mint.hr/UserDocImages/TUB2015HR.pdf> (15.10.2016.)

zaposlenih osoba. Prihodi od turizma u RH iznosili su 7 949 800 000 Eura za 2015.<sup>38</sup> godinu što je činilo 18,1 % BDP-a. Udio svjetskih prihoda od turizma u BDP-u čini oko 10 % što je dvostruko niže od udjela u Hrvatskoj čime se potvrđuje izrazit značaj turizma za gospodarstvo Hrvatske.

## 5.2. Utjecaj krize na turizam u Republici Hrvatskoj

Ekonomska kriza i recesija negativno se odražavaju na sve gospodarske djelatnosti pa tako i na turizam. Smanjenje dohotka u turistički emitivnim zemljama utječe na smanjenje obujma turističke potražnje pa tako i na pad turističke potrošnje u turističkim destinacijama. Utjecaj ekonomske krize već se izravno osjetio u turizmu u Hrvatskoj u 2009. godini kada je zbog globalne ekonomske krize i recesije došlo do pada turističkog prometa i prihoda od međunarodnog turizma. Utjecaj krize i recesije u svijetu samo je jedan od uzroka krize u hrvatskom gospodarstvu pa i u turizmu.<sup>39</sup>

Brojni su drugi uzroci krize hrvatskog gospodarstva, posebno u područjima tečajne, monetarne i fiskalne politike te posebno javnog duga. „Poseban problem predstavlja prezaduženost hrvatske države i ekonomskih subjekata koja dovodi do smanjenja proizvodnje gotovo u svim djelatnostima, smanjenja izvoza i zaposlenosti, što se izravno odražava i na turizam. Stabilnost tečaja i cijena ne može se ostvariti dugoročno uz minimalni ili nulti rast BDP-a kakav se u Hrvatskoj ostvaruje posljednjih godina. Sve to izravno utječe na turizam u Hrvatskoj što se negativno manifestira na pripremu sezone, zaposlenost, investicije, održavanje objekata, promocijske aktivnosti i dr. Tome treba dodati i određene naslijeđene probleme u hrvatskom turizmu iz prethodnog desetljeća uslijed posljedica rata kao što su: desetgodišnji niski turistički promet, izrazita sezonalnost hrvatskog turizma, visoka zaduženost poduzeća, nedostatak novih investicija i dr. Svi navedeni uzroci i problemi pod utjecajem

---

<sup>38</sup> Ibid, str. 43.

<sup>39</sup> Čavlek N. at al., *Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj*, Vol.22 No.2, 2010., str. 137-160

ekonomske krize i recesije još se više povećavaju i negativno utječu na rezultate turizma u Hrvatskoj.<sup>40</sup>

Iako ekonomska kriza i recesija u svijetu i u Hrvatskoj izravno utječe na smanjenje određenih ekonomskih učinaka turizma, pokazalo se da se turizam brže oporavlja od drugih djelatnosti. To pokazuje i turizam u Hrvatskoj kod kojeg je došlo do smanjenja turističkog prometa i ekonomskih učinaka u odnosu na 2008. godinu ali je došlo i do vrlo brzog oporavka prometa.

---

<sup>40</sup> Ibid, str. 140-141.

## 6. Zaključak

U posljednjih pedesetak godina turizam je pokazao vrlo povoljnu tendenciju rasta i razvoja iako je u nekoliko navrata bio izložen utjecaju ekonomske krize kao i krizama neekonomske prirode. Turizam je postao masovni fenomen, odnosno sve je veći broj ljudi uključen u turistička kretanja otkako im je to omogućeno gospodarskim i tehnološkim razvojem, porastom prihoda i viškom slobodnog vremena.

U 2015. Godini više od milijardu turista putovalo je širom svijeta, međutim, to znači da samo 16 % ukupnog stanovništva ima pristup međunarodnim turističkim putovanjima. Bez obzira, turizam pokazuje vrlo brz rast te se na temelju turističkih pokazatelja može zaključiti da broj turističkih dolazaka te stopa rasta prihoda od turizma rastu brže od svjetskog BDP-a. Osim toga, turizam je pridonosio bržem oporavku zemalja koje je zahvatila globalna ekonomska kriza. Ovim činjenicama može se potvrditi polazna hipoteza ovog rada koja glasi da se turizam brže oporavlja od djelovanja krize i bilježio povoljniju tendenciju rasta u odnosu na ukupne gospodarske aktivnosti u svijetu.

Svjetska financijska i ekonomska kriza čiji se efekat osjetio u 2009. godini imala je negativan utjecaj na razvoj turizma u svijetu. Osim smanjenog broja turističkih dolazaka djelovanje krize osjetilo se i na smanjenoj turističkoj potrošnji. Kako se kriza odrazila na ukupno svjetsko gospodarstvo vlade su se uključile u provođenje mjera ekonomske i razvojne politike za izlazak iz ekonomske krize.

U razvijenim zemljama istraživanja su pokazala da su kompanije u razdoblju krize same zaslužne za vlastiti uspjeh zbog implementacije ključnih razvojnih mjera u svoje poslovanje. U Republici Hrvatskoj, iako se nazire izlazak iz krize, rezultati su slabiji od zemalja u okruženju. Ekonomska kriza je u Hrvatskoj donijela ukupan pad gospodarske aktivnosti. Hrvatsko gospodarstvo je i prije krize bilo pogođeno unutarnjim strukturnim promjenama, a pad potražnje na globalnoj razini je krizu u Hrvatskoj učinio težom i dugoročnijom. Hrvatski turizam, međutim, pokazuje nakon pada 2009. godine kontinuiran rast i njegov značajan udio u BDP-u svjedoči važnoj ulozi turizma u gospodarstvu Hrvatske.

Bez obzira na krizu ljudi ne prestaju putovati. Koliko god je globalna ekonomska kriza pogodila turizam, vidljivo je da on neće nastaviti padati nego će ubrzo krenuti u

suprotnom smjeru. Turizam je pokazao kako za njega vrijedi pravilo koje kaže da je ekonomija samoregulirajuća.

## LITERATURA:

### a) Knjige i članci:

1. Bošković, T., „Turizam kao faktor privrednog razvoja“, Škola biznisa – Naučnostručni časopis br.2/2009, Novi Sad, 2009., str.24.
2. Čavlek N. at al., *Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj*, Vol.22 No.2, 2010., str. 137-160.
3. Dulčić, A., Petrić, L.: *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb: Biblioteka Gospodarska misao, 2001.
4. Henderson, J., *Tourism Crisis: Causes, consequences and management*, Elsevier, Oxford, UK, 2007.
5. Jurčić Lj. : *Financijska kriza i fiskalna politika*, Vol.61 No.5-6, 2010.
6. Minsky P.H. : *Stabilizing an unstable Economy*, Mcgraw Hill, New York, 2008.
7. Pirjevec B.; Kesar, O.: *Počela turizma*, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2002.
8. Unković S., Zečević B.: *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.

### b) Internetski izvori:

1. UNWTO Annual Report 2016,  
Dostupno na: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>  
(Pristupljeno:15.01.2017.)

2. UNWTO (2009.), Tourism Highlights, Edition 2009., Madrid; World Tourism Organization UNWTO.  
Dostupno na: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2009.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2009.pdf)  
(Pristupljeno: 20.05.2014)
  
3. UNWTO World tourism barometer, str 3.  
Dostupno na:  
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_02\\_march\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_02_march_excerpt.pdf)  
(Pristupljeno: 30.05.2016.)
  
4. UNWTO Annual Report 2014,  
Dostupno na: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>  
(Pristupljeno:17.01.2016.)
  
5. „Travel and Tourism economic impact 2016 Asia Pacific“,  
Dostupno na: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/asiapacific2016.pdf>  
(Pristupljeno 15.01.2017.)
  
6. “Travel and tourism economic impact 2015 Americas”,  
Dostupno na:  
<https://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/unitedstatesofamerica2015.pdf>  
(Pristupljeno: 16.11.2016.)
  
7. „World travel and tourism council“,  
Dostupno na:  
<https://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/euroeu2015.pdf>  
(Pristupljeno: 08.11.2016.)

8. Global Development Finance: Charting a Global Recovery,  
Dostupno na:  
[http://siteresources.worldbank.org/INTGDF2009/Resources/gdf\\_combined\\_web.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTGDF2009/Resources/gdf_combined_web.pdf),  
( Pristupljeno: 02. 08. 2013.)
9. "Tourism industry in turbulent times",  
dostupno na: <http://www.adlittle.com/viewpoints.html?view=412>  
( Pristupljeno: 03.10.2015.)
10. „Turizam u brojkama 2015.“,  
dostupno na: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf>  
( Pristupljeno: 15.10.2016.)



## POPIS ILUSTRACIJA:

### a) Popis grafikona:

<b>Grafikon 1:</b> Međunarodni dolasci turista u 2015. godini.....	str. 9
<b>Grafikon 2:</b> Međunarodni turistički dolasci u razdoblju 1995. – 2015. Godine.....	str.10
<b>Grafikon 3:</b> Prihodi od turizma Azije i Oceanije u mlrd američkih dolara.....	str.14
<b>Grafikon 4:</b> Broj zaposlenih u turizmu Azije i Oceanije.....	str.15
<b>Grafikon 5:</b> Prihodi od turizma u SAD-u u mlrd američkih dolara.....	str.16
<b>Grafikon 6:</b> Broj zaposlenih u turizmu u SAD-u.....	str.17
<b>Grafikon 7:</b> Prihodi od turizma Europe u mlrd američkih dolara.....	str.20
<b>Grafikon 8:</b> Broj zaposlenih u turizmu Europe.....	str.21
<b>Grafikon 9:</b> Udio primjene mjera za prevladavanje krize u %.....	str.27

### b) Popis tablica:

<b>Tablica 1:</b> Usporedni pregled kretanja BDP-a, međunarodnih dolazaka i turističke potrošnje u razdoblju 1990.- 2015. godine.....	str.11
<b>Tablica 2:</b> Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u RH izraženo u 000.....	str. 32

Ime i prezime: Silvija Fejzuloska

Mentor: prof.dr.sc. Marija Bušelić

Naslov završnog rada: Utjecaj financijske krize na turizam

## SAŽETAK

Turizam je kroz proteklih pedesetak godina postao jedan od najznačajnijih društveno-ekonomskih fenomena s najbržom stopom rasta u svijetu te postao ključni pokretač ekonomskog razvoja. Svjetska financijska i ekonomska kriza čiji se utjecaj osjetio u 2009. godini imala je negativan utjecaj na ukupnu svjetsku privredu pa tako i na turizam. Osim smanjenog broja turističkih dolazaka djelovanje krize osjetilo se i na smanjenoj turističkoj potrošnji. Za razliku od ostalih gospodarskih djelatnosti, turistička aktivnost je pokazala izuzetnu sposobnost oporavka i zabilježila više stope rasta od svjetskog BDP-a. U razdoblju krize poslovne kompanije su pokazale da su same zaslužne za uspješan oporavak zbog implementacije ključnih razvojnih mjera u svoje poslovanje. Turizam je pokazao kako za njega vrijedi pravilo koje kaže da je ekonomija samoregulirajuća.

**Ključne riječi:** turizam, turistička kretanja, financijska i ekonomska kriza, Hrvatska.

Name: Silvija Fejzuloska

Mentor: prof.dr.sc. Marija Bušelić

Thesis title: Impact of the financial crisis on tourism

## ABSTRACT

Through the past fifty years tourism has become one of the most significant socio-economic phenomena with a very positive development tendency. The global financial and economic crisis from the 2009. had a negative impact on the world economy in general and so on tourism. Due to the impact of the global economic crisis, its effects caused a decline in international tourist arrivals and international tourist revenues. Unlike the other economic activities, tourism has expressed a remarkable recovery potential and registered higher growth rates than the world GDP. In the days of the global economic crisis, companies were the architects of their own fortune due to the implementation of the key-measures in their business. Tourism has expressed that it applies to the rule that the economy is self-regulating.

**Key words:** tourism, tourist movement, financial and economic crisis, Croatia.