



TURIZAM 2025: IZMEĐU RASTA, RANJIVOSTI I REFORME

Josip Mikulić, Redoviti Profesor, Ekonomski fakultet – Zagreb, Institut za
turizam, Zagreb

Zagreb, 7. listopada 2025.

Poslovni skup 'Može li Hrvatska imati održivi turizam?'

„EXECUTIVE SUMMARY“

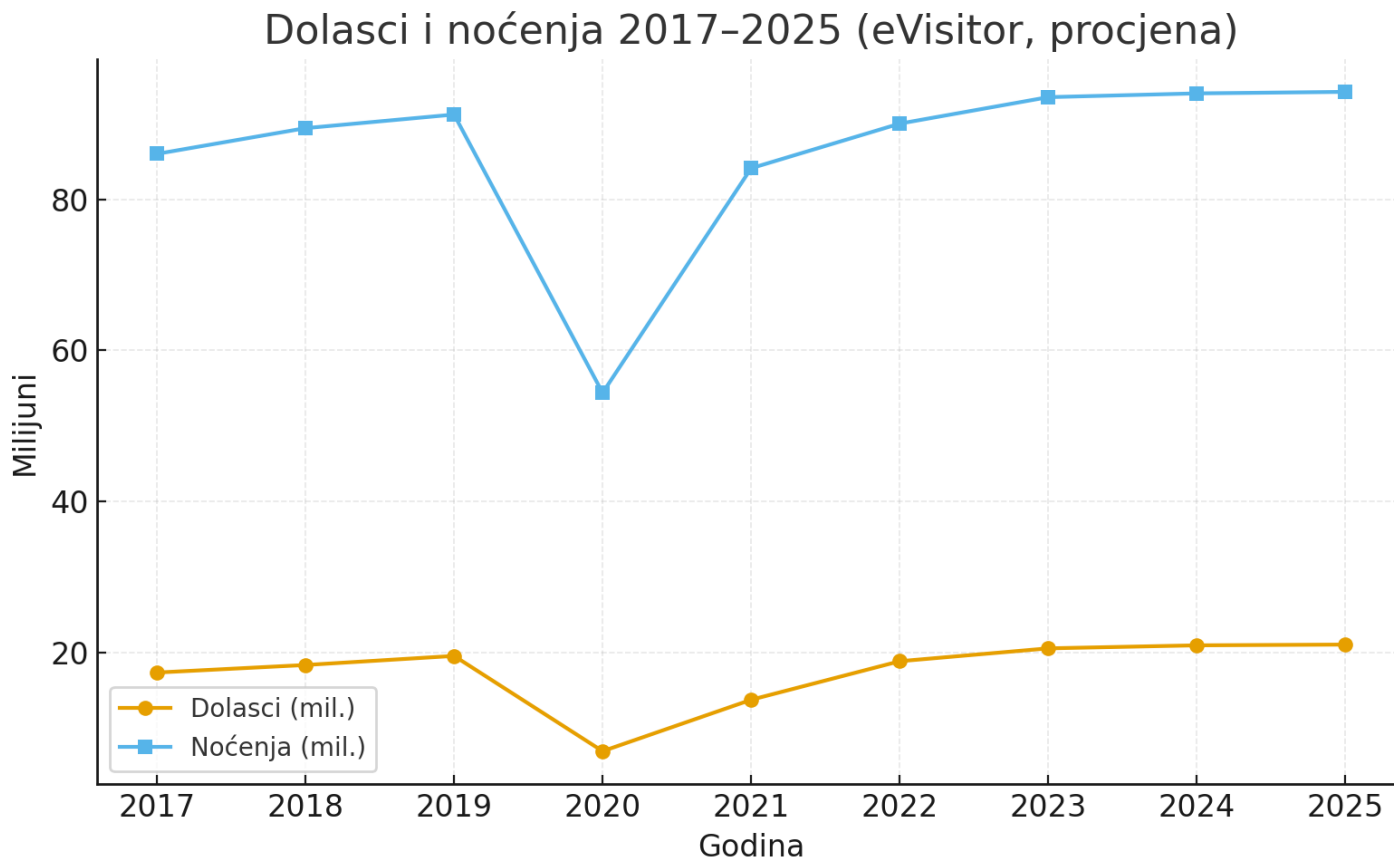
- Hrvatski sustav turizma je specifičan, jedinstven u EU.
- Hrvatski turizam dosegao je povijesne rekorde, ali i granice rasta.
- Predsezona i posezona jačaju, dok špica stagnira i blago pada.
- Cijene u turizmu rastu brže od visoke opće inflacije, a isporučena vrijednost gostu ne prati uvijek cijenu.
- Skupa, ali kvalitetna ponuda ima svoje tržište, ali struktura sustava ostaje ranjiva.
- Inicirane reforme u turističkoj i ekonomskoj politici su nužne, ne kao kazna, nego da bi se održalo postignuto.
- Održivost nije hir ili luksuz, nego uvjet opstanka.



RAST

Od „euforije“ prema plafonu

- Ponovno vrlo uspješna, ali „nervozna“ 2025. turistička godina.
- Godina je u blagom plusu, špica sezone u blagom minusu.
- Rast je zasad dosegnuo svoj plafon; sada se traži kvaliteta i otpornost.

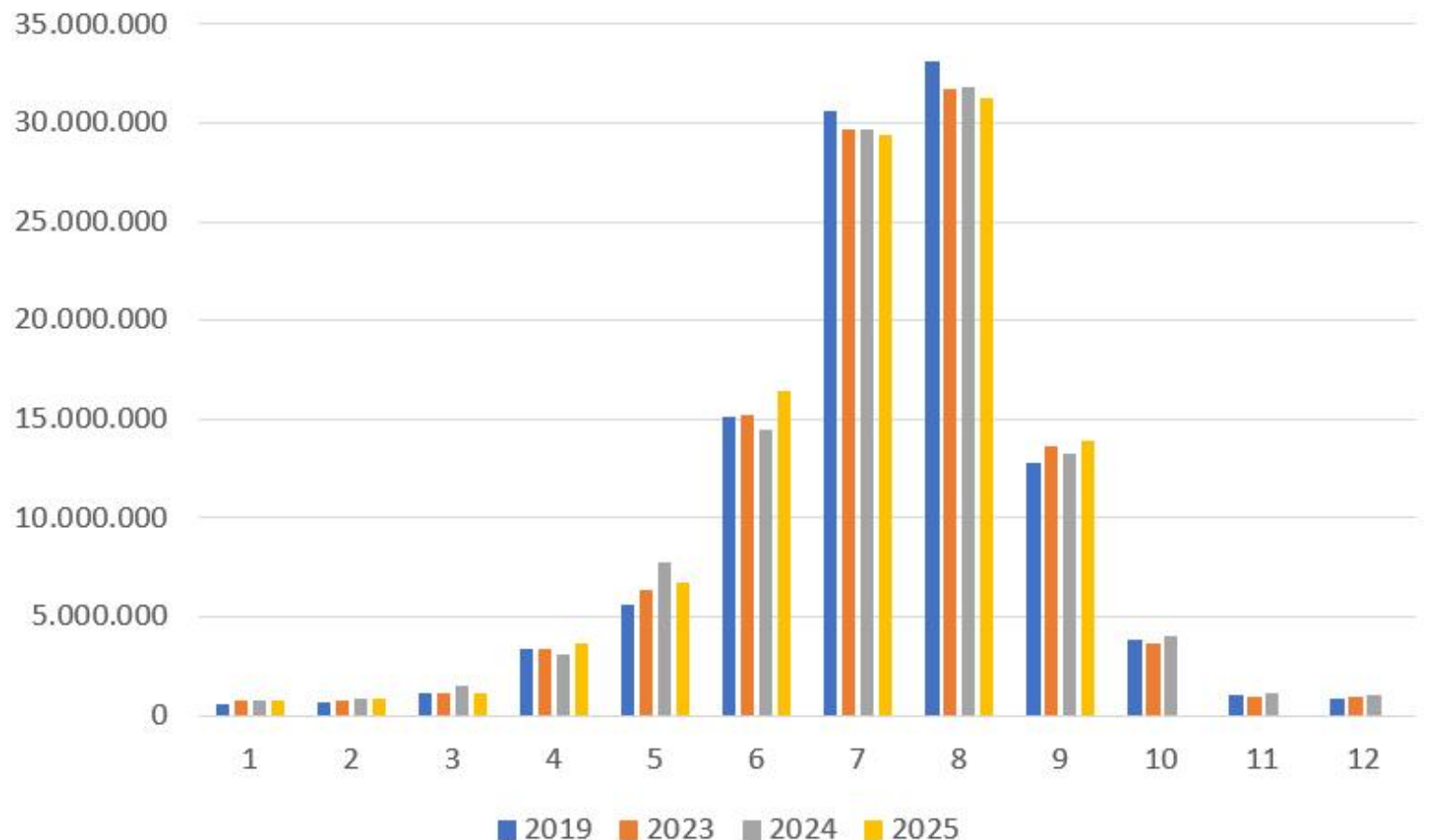


SEZONALNOST

Sezona se produžuje, špica je dosegnula plafon

- Pred- i posezona jačaju; špica je u blagom opadanju.
- Špica 2019. ostaje rekordna.
- Povijesno najbolji lipanj (kalendarski efekt).
- Zrelost sustava: sposobnost disanja, a ne sprinta svako ljeto.

Noćenja turista po mjesecima (eVisitor)

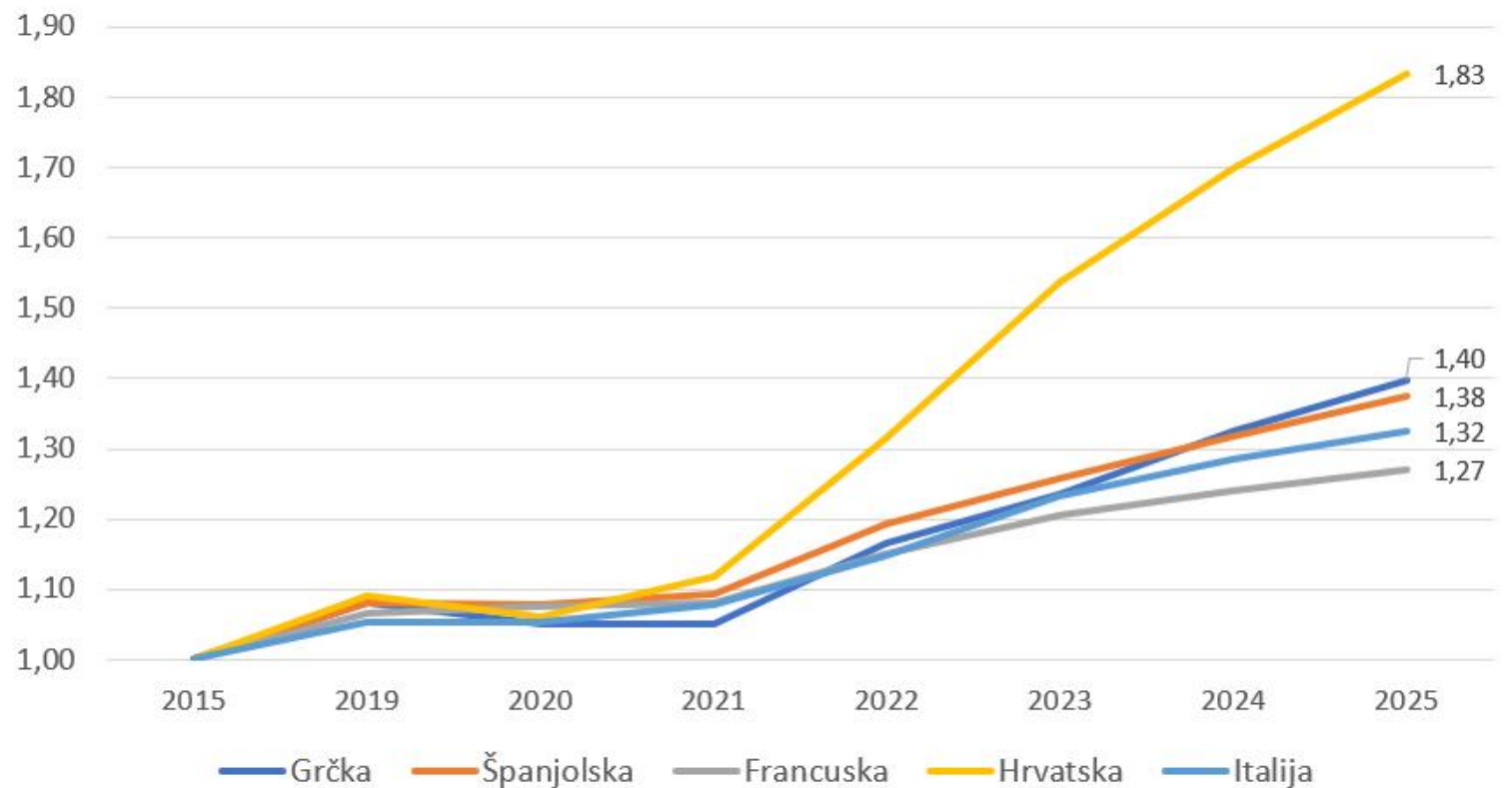


CIJENE U TURIZMU

Brži rast od već visoke opće inflacije

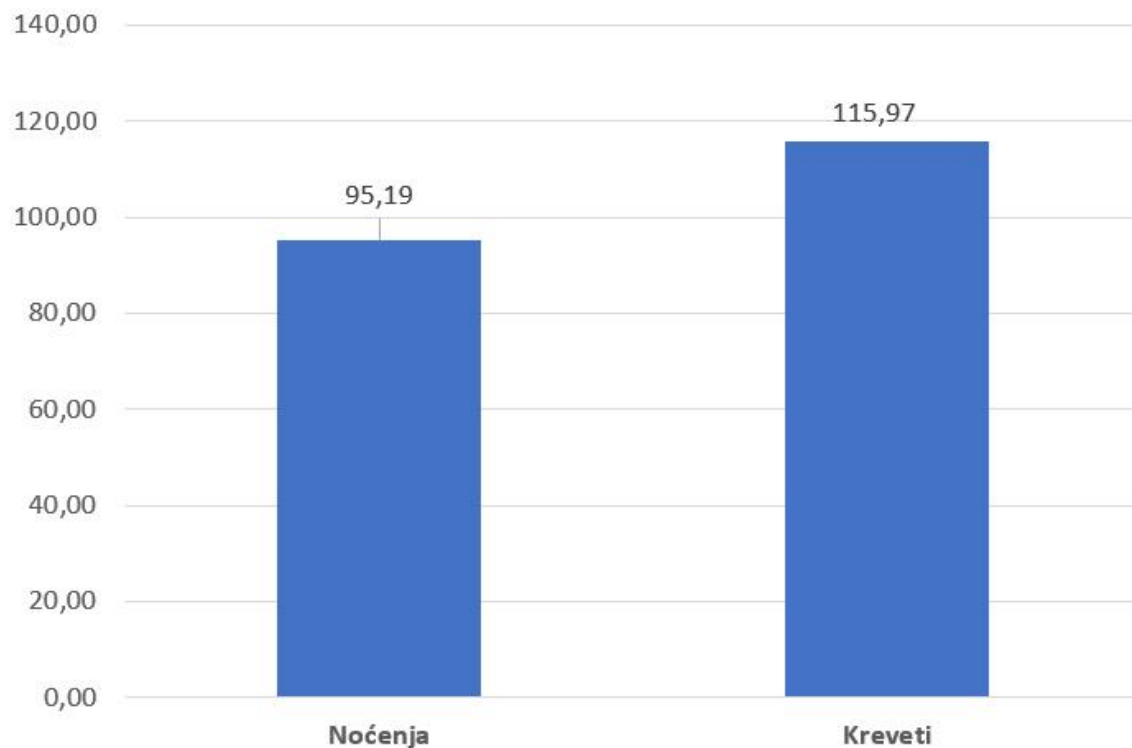
- Jesmo li preskupi?
 - Covid-19 efekt.
 - Euro efekt.
- Nije problem visoka cijena.
- Problem je ako cijene rastu brže od kvalitete.
- I ako naši gosti mogu dobiti isto ili bolje po nižoj cijeni drugdje.
- „Mikro-stagflacija“.

HICP restorani i hoteli - bazna godina 2015. (Eurostat)



DOK SU CIJENE ZNAČAJNO RASLE, U ISTO VRIJEME...

Indeks 2025./2019. (eVisitor, špica sezone)



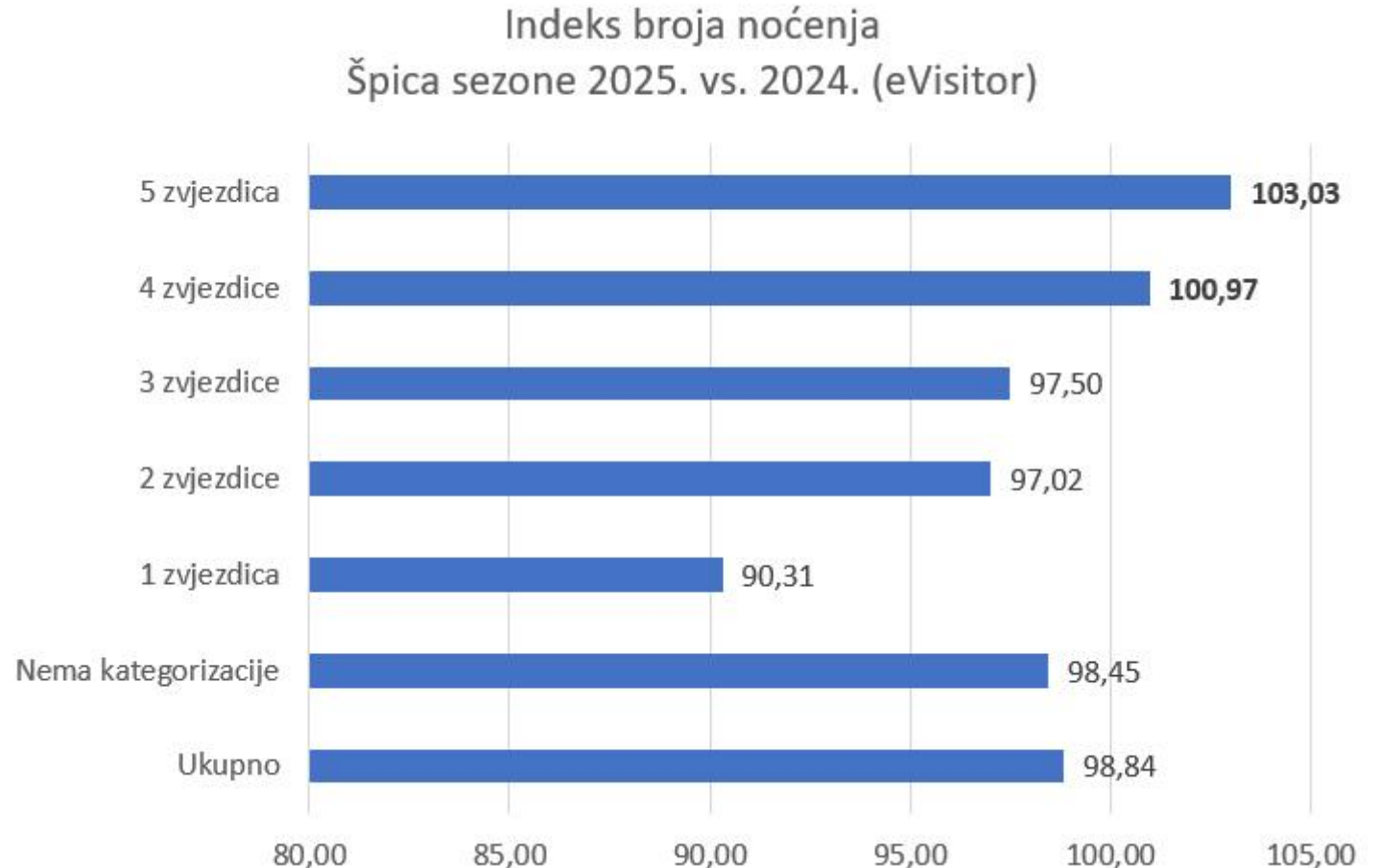
Vrsta objekta	Broj kreveta	Indeks 2025./2019.
Hoteli	181619	103,3
Kampovi	252772	101,73
Nekomercijalni smještaj	699260	139,89
Objekti u domaćinstvu	669320	106,34
Ukupno	1984180	115,97



KVALITETA

Tko dobro prolazi, tko slabije?

- Kvaliteta donosi otpornost – kvantiteta stvara ranjivost.
- Otpornost sustava ovisi o strukturi.
- Među glavnim vrstama smještaja, najveći pad bilježi privatni smještaj (indeks: 97,75%).
- Kapaciteti su godinama bili u kontinuiranom porastu, ove godine rast se usporio.
- Nekomercijalni i dalje raste po visokim stopama (+3,8%), komercijalni privatni u velikim gradovima.



RANJIVOST NAŠEG MODELA TURIZMA

- 60% prometa u 60 dana -> ekstremna sezonalnost.
- 2/3 kapaciteta u privatnom smještaju -> niska popunjenost.
- Isprepletenost turizma sa stambenim tržištem.
- Ovisnost o uvozu radne snage i robe -> smanjeni multiplikator i koristi od turizma za društvo i šire gospodarstvo.
- „Protočni bojler“: prihod dolazi, ali vrijednost ne ostaje lokalno.
- Snažan rast ulaznih troškova poslovanja i cijena u turizmu - u uvjetima usporavanja tržišta.



REFORMA

„Dosta“ nekontroliranom rastu

- Zakon o turizmu 2024. – nosivi kapaciteti i DMO pristup.
- Fiskalne mjere -> viši paušali, porez na nekretnine -> destimuliranje apartmanizacije.
- Stambene mjere -> ravnoteža između turizma i života lokalne zajednice.

- Reforma nije kočnica rasta -> nego zaštita onoga što vrijedi.
- Kreirane su kvalitetne politike, sada je potrebno odlučnosti i odgovornosti, prije svega na lokalnoj razini - na dobrobit svih dionika.



ZAKLJUČAK

- Špica je konstanta, ali više nije motor -> fokus treba usmjeriti na pred- i posezonu, te na ne-primorska područja (svi sve to dugo znamo – sada je potrebno više akcije).
- Nakon razdoblja snažnog rasta sada slijedi razdoblje optimizacije našeg sustava turizma.
- Nastaviti ulagati u kvalitetu, doživljajnu komponentu ponude, promociju i direktne aviolinije - i biti oprezan sa cijenama u 2026.
- Posebnu pažnju posvetiti Njemačkoj, našem najvažnijem emitivnom tržištu.
- Pratiti nekomercijalni smještaj koji i dalje neobuzdano raste.
- Potrebne su pametne strategije, inicijative i mjere kako bi se smanjilo „curenje“ novca iz našeg turizma putem direktnog i indirektnog uvoza.
- Konstantno pratiti što radi konkurencija te voditi računa o trendovima (npr. slijedi li nam nakon apartmanizacije sada „dostavizacija“?)

