



SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA 2013. - 2015.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje

Parlamentarna republika

Površina

Površina Slovenije jest 20.273 km²

Najveći gradovi

Ljubljana (279.653 stanovnika), Maribor, Celje, Kranj, Velenje, Kopar i Novo Mesto – u tih sedam najvećih slovenskih gradova živi gotovo četvrtina svih stanovnika.

Opće karakteristike gospodarstva

Kratkoročni gospodarski pokazatelji ukazuju na činjenicu da je gospodarska aktivnost Slovenije u zadnjem tromjesečju 2013. ojačala. Tome je najviše pridonio izvoz, dok prekomjerni javni i privatni dug te financijska segmentiranost i dalje ograničavaju domaću potrošnju. Na daljnji rast negativno bi mogla utjecati i veoma niska inflacija, koja bi mogla izazvati povećanje realnih kamata te posljedično povećanje troškova servisiranja javnog i privatnog duga.

Aktualno stanje BDP-a i usporedba s prethodnim godinama

Slovenski bruto domaći proizvod (BDP) prošle se godine smanjio za 1,1 %. Pad je bio manji od očekivanoga. Ured za makroekonomske analize prošle je jeseni ocijenio da će slovensko gospodarstvo zabilježiti pad od 2,4 %. Ipak, dobri pokazatelji posljedica su povoljnoga zadnjeg tromjesečja 2013. kada se BDP u usporedbi s istim razdobljem iz 2012. povećao za 2,1 %.

	mil. EUR	Realan rast u %
2013.	34.927	- 1,1
2012.	35.466	- 2,3
2011.	35.639	- 0,2
2010.	35.809	1,2
2009.	34.894	- 7,8
2008.	37.126	3,5
2007.	34.471	6,8
2006.	31.013	5,9
2005.	28.704	4,3
2004.	27.162	4,3
2003.	25.752	2,8
2002.	24.500	4

Izvor: Statistički ured RS



Postotak nezaposlenosti u 2013., aktualno stanje u 2014. i procjena trenda

Broj nezaposlenih osoba u 2013. povećao se za nešto više od 12.000 (ili za 13,5 %) u usporedbi s 2012. Zbog činjenice da se ujedno smanjio i broj radno aktivnog stanovništva (za gotovo 6.000), posljedično se povećala i stopa nezaposlenosti: u 2012. postotak je iznosio 8,9 %, dok se u 2013. taj postotak popeo na 10,1 %.

Pri rastu nezaposlenosti, koje Slovenija bilježi u posljednjih nekoliko godina, pozitivno je to da je posljednjih godina to povećanje bilo nešto sporije u apsolutnom i relativnom smislu: u 2009. broj nezaposlenih u usporedbi s godinom prije narastao je za 34 % (15.000), u 2010. za 23 % (14.000), u 2011. za 11 % (8.000) te u 2012. za malo manje od 8 % (6.000). U 2013. trend se promijenio te se u Sloveniji broj nezaposlenih povećao za 13,5 % (12.000).

Stanovništvo

Prema podacima Statističkog registra radno sposobnog stanovništva broj radno sposobnog stanovništva u 2013. smanjio se za 16.000 u usporedbi s godinom ranije, dok se broj registriranih nezaposlenih osoba povećao za 10.000. Postotak nezaposlenosti povećao se za 1,1 postotni bod – u 2013. iznosio je 13,1 %.

Stanovništvo po aktivnosti, Slovenija, 2013.

	UKUPNO	MUŠKARCI	ŽENE
	1.000		
Stanovništvo ukupno	2.059	1.019	1.040
Aktivni	1.008	546	462
Radno aktivni	906	495	411
Nezaposleni	102	52	50
Neaktivni	752	319	433

Izvor: SURS

Mjere aktivnosti stanovništva, Slovenija, 2013.

	UKUPNO	MUŠKARCI	ŽENE
	%		
Postotak nezaposlenosti	10,1	9,5	10,9
Postotak aktivnosti	57,3	63,1	51,6
Postotak radne aktivnosti	51,5	57,1	46,0

Izvor: SURS

Nezaposlenost u 2014.

Broj nezaposlenih osoba u 1. tromjesečju 2014. povećao se za 11.000 ili za 11,8 % usporedimo li ga sa zadnjim tromjesečjem u 2013.

Stopa nezaposlenosti najviše je narasla među mladima – u starosnoj skupini 15 – 24 povećala se za 3,7 postotna boda.

Usporedba s registarskim podacima

Prema podacima Statističkog registra radno aktivnog stanovništva broj radno aktivnih stanovnika u 1. tromjesečju 2014. smanjio se za 12.000 usporedimo li ga sa zadnjim tromjesečjem u 2013. U istoj usporedbi broj nezaposlenih osoba povećao se za 8.000. Postotak registrirane nezaposlenosti povećao se za 0,9 postotna boda te je iznosio 14,1 %.

Prosječna plaća – aktualni podaci

Prosječne mjesečne plaće pravnih osoba, Slovenija, travanj 2014.

	IV. 2014.	Ø I. – IV. 2014.	Ø II. – IV. 2014.	IV. 2014. III. 2014.	IV. 2014. IV. 2013.	Ø I. – IV. 2014. Ø I. – IV. 2013.
	EUR			INDEKS		
Bruto	1.531,17	1.528,24	1.526,15	100,3	100,9	100,9
Javni sektor	1.754,76	1.738,22	1.736,98	101,7	100,9	100,0
Od toga sektor država	1.723,96	1.710,97	1.711,31	100,9	99,9	99,3
Privatni sektor	1.410,87	1.414,23	1.411,88	99,5	101,2	101,6
Neto	1.000,80	999,46	997,38	100,4	100,8	100,8
Javni sektor	1.140,38	1.132,70	1.130,06	101,5	100,8	100,1
Od toga sektor država	1.125,53	1.121,38	1.118,47	100,8	99,9	99,6
Privatni sektor	925,70	927,12	925,46	99,7	101,0	101,3

Prosječna mjesečna plaća u travnju 2014. bila je nominalno viša, a realno niža od plaće za ožujak 2014. Prosječna mjesečna bruto plaća za travanj 2014. iznosila je 1.531,17 eura; od prosječne mjesečne bruto plaće za ožujak bila je

nominalno viša za 0,3 %, a realno niža za 0,2 %. Prosječna mjesečna neto plaća za travanj 2014. iznosila je 1.000,80 eura; u usporedbi s plaćom za ožujak 2014. bila je nominalno viša za 0,4 %, a realno niža za 0,1 %.

Stopa inflacije – aktualni podaci

	MJESEČNI INDEKS	GODIŠNJI INDEKS	PROSJEČNI GODIŠNJI INDEKS
svibanj 2014.	100,6	100,7	100,5
travanj 2014.	100,5	100,4	100,5
ožujak 2014.	100,8	100,6	100,5
veljača 2014.	100,1	100,1	100,5
siječanj 2014.	99,4	100,8	100,8
prosinac 2013.	99,1	100,7	101,8
studeni 2013.	99,9	101,3	101,9
listopad 2013.	100,0	101,3	101,9
rujan 2013.	100,3	101,4	102,0
kolovoz 2013.	100,3	102,2	102,1
srpanj 2013.	99,7	102,6	102,0
lipanj 2013.	100,0	101,9	101,9
svibanj 2013.	100,3	101,2	102,0
travanj 2013.	100,7	101,5	102,1
ožujak 2013.	100,3	102,0	102,4
veljača 2013.	100,8	102,7	102,5
siječanj 2013.	99,2	102,4	102,4

Prema podacima Statističkog ureda Slovenije u 2013. međugodišnja je inflacija iznosila 0,7 %. Tako niski rast cijena rezultat je smanjenja gospodarske aktivnosti i slabijih uvjeta na tržištu rada, što se odrazilo i na pad osnovne inflacije koja se u 2013. kretala na razini oko 1 %.

Međugodišnja inflacija i tijekom svibnja 2014. ostala je niska. Cijene životnih potrepština u svibnju su se povećale za 0,6 %, čemu su uz sezonsko povećanje cijena (voća i odjeće) najviše pridonijele više cijene duhanskih proizvoda i komunalnih usluga. Skroman međugodišnji rast od 0,7 % još je

uvijek posljedica slabe gospodarske aktivnosti te odsutnosti inflacijskih pritisaka iz domaćeg i međunarodnog okoliša.

Vanjskotrgovinska bilanca

Od siječnja do prosinca 2013. izvoz je za 2,6 % bio veći nego u istom tom razdoblju 2012., dok je uvoz bio veći za 0,3 %.

Slovenija je u 2013. izvezla robe u vrijednosti 21.602,6 milijuna eura, a uvezla u vrijednosti 22.143,7 milijuna eura. Pokrivenost uvoza s izvozom bila je 97,6 %.

Izvoz i uvoz robe, 2013.

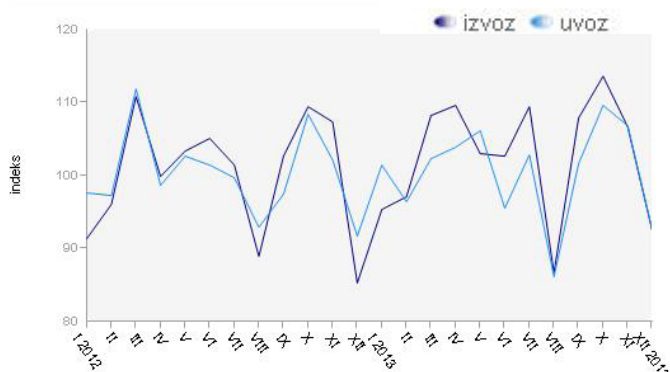
	XII. 2013.	I. – XII. 2013.	XII. 2013. XII. 2012.	I. – XII. 2013. I. – XII. 2012.
	1.000 EUR		indeksi	
Izvoz	1.620.745	21.602.598	108,5	102,6
EU-28¹⁾	1.162.901	16.201.760	108,7	102,6
Države nečlanice EU-a¹⁾	457.845	5.400.838	107,9	102,6
Uvoz	1.700.160	22.143.733	100,9	100,3
EU-28¹⁾	1.348.149	17.500.676	100,9	98,7
Države nečlanice EU-a¹⁾	352.011	4.643.057	100,9	106,8
Saldo izmjene	- 79.415	- 541.135	- ²⁾	- ²⁾
Pokrivenost uvoza s izvozom u %	95,3	97,6	- ²⁾	- ²⁾

Izvor: SURS

1) Podaci su preračunani na EU-28.

2) Izračun nema smisla.

Indeksi¹⁾ izvoza i uvoza, siječanj 2012. – prosinac 2013. (Ø 2012. = 100)



Izvor: SURS

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

U prvom tromjesečju 2014. Slovenija bilježi rast izvoza te nekih drugih pokazatelja koji ukazuju na stabilizaciju, dok je međugodišnji BDP porastao za 1,9 %.

S obzirom na prethodno tromjesečje, BDP se smanjio (za 0,3 %), no ekonomski stručnjaci ocjenjuju kako se to dogodilo zbog negativnog donosa rezervi.

Osobna potrošnja ostala je na razini proteklog tromjesečja te je prvi puta nakon 2011. bila međugodišnje gledano veća (za 0,6 %).

Međugodišnja državna potrošnja bila je manja (- 2,0 %). Situacija na tržištu rada u travnju i svibnju 2014. ukazuje na stabilizaciju, ali je još uvijek nepovoljna. Porast broja nezaposlenih, koji je još krajem 2013. bio na visokoj razini, u posljednja se dva mjeseca malo stabilizirao.

U prvom tromjesečju 2014. također se povećala i prosječna bruto plaća, čemu je najviše pridonio rast plaća u privatnom sektoru, koji je nakon stagnacije u 2012. u blagom uzlaznom trendu.

Po pokazateljima OECD-a Slovenija se nalazi otprilike na sredini analiziranih zemalja (od 19. od 36. mjesta), tj. nešto je bolje pozicionirana nego prošle godine.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija

Glavni televizijski mediji u Sloveniji jesu:

RTV Slovenija, POP TV i Kanal A, Planet TV, Info TV, TV Kopar-Capodistria, TV Paprika, TV 3, Net-TV, TV Pika, Šport TV i MTV Adria.

Glavni radijski mediji u Sloveniji jesu:

Radio 1 (prvi po slušanosti – 25 %), Radio Center, Val 202 i Radio Center. Uspoređujemo li slušanost s 2011., najviše slušanosti pridobio je Radio Aktual (4 % u 2011.; 11 % u 2013.).

Tisak – dnevne novine

Ukupno 700.000 osoba u Sloveniji prati dnevne novine (41 % populacije između deset i 75 godina), 430.000 ljudi prati tjedne časopise te 166.000 mjesečnike.

Dakle, prosječno gotovo milijun stanovnika Slovenije dnevno pročita neki informativni časopis – dnevni, tjedni ili mjesečni. Dnevne novine svaki dan dosegnu 43 % odnosno 732.000 čitatelja. U prosjeku svaki čitatelj dnevno pročita dva dnevna časopisa na jednoj od platformi, dakle ili časopis ili internet (mobilni internet).

Čitanost dnevnih novina u Sloveniji – 2013.

	Doseg jednog izdanja %	u 000
DELO	8,4	143
DNEVNIK	6,3	107
EKIPA	1,4	24
FINANCE	3,1	52
PRIMORSKE NOVICE	2,7	47
SLOVENSKE NOVICE	19,1	325
SVET24	3	51
VEČER	6,1	104
ŽURNAL24	14	239

Izvor: Nacionalno istraživanje čitanosti

2013. GODINA

PROFIL SLOVENSKEGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2013.

Ukupno broj stanovnika koji su tijekom 2013. otputovali na odmor (% ukupnog broja stanovnika)

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – omjer U 2013. na barem jedno privatno ili poslovno putovanje

otputovalo je oko 1.110.000 Slovenaca starijih od 15 godina. Na privatno putovanje otputovalo je 1.082.000 odnosno 61 % stanovnika Slovenije. Najveći udjel privatnih putovanja otpao je na slovenske turiste u dobi između 15 i 24 godine (69,5 %), dok je najmanji udjel realiziranih privatnih putovanja zabilježen u dobi 65 + (22,6 %) (tablica 1).

Tablica 1: Stanovnici Slovenije na privatnim putovanjima, Slovenija, 2013.

	Ukupno	Nisu išli na privatno putovanje	Išli na barem jedno duže privatno putovanje	Išli samo na kraće privatno putovanje
	%			
Ukupno	100	38,5	49,6	11,9
Spol				
muški	100	38,1	49,5	12,4
ženski	100	39,0	49,6	11,4
Starost (godine)				
15 – 24	100	15,5	69,5	15,1
25 – 44	100	24,8	62,9	12,3
45 – 64	100	41,3	45,5	13,2
65 +	100	70,1	22,6	7,2

Izvor: SURS

Ukupno je realizirano oko 4.217.000 privatnih putovanja, od čega 46 % po Sloveniji. Privatna putovanja u prosjeku su trajala 4,2 noći (po Sloveniji 2,7, u inozemstvu 5,4 noćenja).

Poslovna putovanja

Na barem jedno poslovno ili studijsko putovanje u 2013. otputovalo je 12 % stanovnika Slovenije starijih od 15 godina. Realizirano je oko 420.000 putovanja od čega 76 % u inozemstvo, najviše u Njemačku (16 %) i Italiju (12 %).

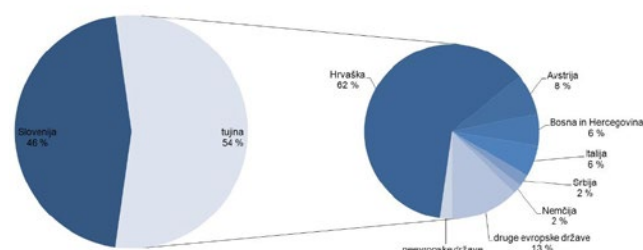
Jednodnevni izleti

U 2013. također je realizirano oko 1.828.000 putovanja po inozemstvu od čega 89 % privatnih te 11 % poslovnih. Najviše jednodневnih izleta u inozemstvo bilo je realizirano po Italiji (36 %) i Austriji (35 %).

Redoslijed omiljenih destinacija slovenskih gostiju (2013.)

U okviru privatnih putovanja 54 % putovanja bilo je realizirano u inozemstvu i to najviše u Hrvatsku (62 %), Austriju (8 %), BiH (6 %) i Italiju (6 %).

Privatna putovanja prema državi putovanja, Slovenija, 2013.



Izvor: SURS

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za omiljene destinacije

Slovenski turisti u velikoj većini (više od 85 %) sva svoja privatna putovanja organiziraju bez pomoći turističke agencije. Kod kraćih putovanja ta brojka doseže preko 90 %. Privatna putovanja realizirana putem turističke agencije većinom su organizirana kao noćenja ili su u obliku putničkih aranžmana. S razvojem modernih komunikacija taj se broj i povećao. Internet koriste prije svega kao izvor informacija te prilikom organiziranja dužeg putovanja u inozemstvo.

Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja / gostiju

Slovensko turističko tržište za Hrvatsku je jedno od najvažnijih emitivnih tržišta. Hrvatska kao turistička destinacija na slovenskom tržištu već godinama drži visoku (vodeću) poziciju što je odraz visoke stabilnosti tržišta, izuzetno dobrog poznavanja naše ponude te blizine, ali i visokog afiniteta, ponajprije prema obali i otocima. Za slovenskog turista Hrvatska je još uvijek tradicionalno omiljena turistička destinacija. Glavni aduti naših turističkih destinacija s gledišta slovenskoga gosta jesu blizina, poznavanje jezika i kulture, mediteranska gastronomija, enologija, prirodne ljepote i razvedenost obale te dobra mogućnost za prilagodbu smještajnih segmenata. Nedostaci proizlaze iz još uvijek nedovoljne gostoljubivosti i osjećaja manjeg angažmana domaćina u odnosu na ostale strane goste. Organizatori putovanja, s druge strane, uvijek očekuju veću fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete.

Koju su vrstu prijevoza u 2013. preferirali turisti prilikom odlaska na godišnji odmor?

U više od 85 % slučajeva slovenski turisti putovali su motornim vozilom (automobilom, autodomom, motorom).

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

U 62 % slučajeva noćili su u turističkim objektima i to u hotelima te sličnim objektima (20 %), kampovima (15 %) te u apartmanima, apartmanskim naseljima i sobama (28 %). U 37 % slučajeva slovenski turisti noćili su kod rodbine i prijatelja te u vlastitim kućama za odmor.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja (posao, posjet rodbini, odmor i dr.) i posebnom razradom odmorišnog segmenta (gastronomija, kulturne manifestacije, povijesna baština, sportske aktivnosti i dr.)

Kao glavni razlog odlaska na putovanje slovenski turisti naveli su provođenje slobodnog vremena (odmor, godišnji odmor, putovanje) te posjet rodbini i prijateljima.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Turisti su na privatnim putovanjima u prosjeku potrošili 44 eura na dan – u Sloveniji u prosjeku 34 eura na dan, a u inozemstvu u prosjeku 48 eura na dan. U strukturi troškova najveći udjel u prosjeku predstavljali su troškovi boravka (35 %), troškovi prijevoza (27 %), hrane i pića u restoranima i lokalima (16 %) te ostalih usluga i kupnje (22 %).

Turistička putovanja i prosječni izdaci po turistu na dan, Slovenija, 2013.

	Putovanja			Prosječni troškovi po turistu na dan		
	Ukupno	Slovenija (v 1000)	Inozemstvo	Ukupno	Slovenija	Inozemstvo
Privatna putovanja	4.217	1.923	2.294	43,88	34,29	47,85
Duža putovanja	1.540	355	1.185	43,95	34,26	46,16
Kraća putovanja	2.677	1.568	1.109	43,70	34,31	55,05
Poslovna putovanja	420	102	318	145,01	92,59	153,19

Izvor: SURS

„Tko je tko na tržištu“ – globalni pregled organizatora putovanja na tržištu (grupacije, tržišni lideri, financijska snaga, specijalisti)

Hrvatska je kao turistička destinacija zastupljena u programima sljedećih organizatora putovanja:

SLOVENSKE AGENCIJE		
IME AGENCIJE	GRAD	ADRESA
A-DMC NIKAIJA d. o. o.	Ljubljana	www.nikaia.si
ADRIA HOLIDAYS, ADRIA PLUS	Novo Mesto	www.adria-holidays.net/sl
AGENCIJA GRAD - POTOVANJA PIRC	Maribor	www.ta-grad-mp.si
ALPETOUR, PA d. d.	Kranj	www.alpetour.si
AVANTURA d. o. o.	Ljubljana	www.avantura.si
BOOM	Krško	www.boom.si
BONUS	Maribor	www.bonus-ta.si
BLEDTOURS	Bled	www.bledtours.si
CAVALLO TRAVEL	Maribor	www.cavallotravel.si
CENTER	Murska Sobota	www.ag-center.si; www.mojcenter.net
CHEBUL INTERNATIONAL d. o. o.	Radovljica	www.chebulint.si
Collegium, CMT - PA D. O. O.	Ljubljana	www.collegium.si
CONDOR TRAVEL	Škofja vas, Celje	www.condor-travel.com
EUROVAL D. O. O.	Maribor	www.euroval.si
EXPLORA	Nova Gorica	www.explora.si
FORTUNA TRAVEL	Ljubljana	www.fortunatravel.hr
GRADTUR d. o. o.	Ljubljana	www.gradtur.si
Happy Tours	Domžale	www.happytours.eu
HELIA TRAVEL AGENCY	Bled	www.cyclingslovenia.com
Il Conte	Nova Gorica	www.ilconte.si
IZLETNIK Celje d. d.	Celje	www.izletnik.si
KOMPAS	Ljubljana	www.kompas.si
KOMPAS Novo Mesto	Novo Mesto	www.robinson-sp.si
LINDA	Kranj	www.linda.si
LIBERTY SLOVENIJA	Ljubljana	www.liberty-slovenia.com
PROMONTANA d. o. o. (LIFETREK)	Kranj	www.lifetrek.si
LUX turizem	Ljubljana	www.lux-turizem.si
Marco Polo	Ajdovščina	www.marcopolo.si
M-HOLIDAYS, MERCATOR, D. D.	Ljubljana	www.mholidays.si
M&M TURIST	Ljubljana	www.mm-turist.si
ODKLOP.com	Škofja Loka	www.odklop.com
OJLA d. o. o.	Šempeter v Savinjski dolini	www.ojla.si
OREL CELJE	Celje	www.orel-travel.si
PALMA	Celje	www.palma.si
PANORAMIC TRAVEL DMC	Ljubljana	www.panoramic-travel.com
POTOVANJA PISANEC	Škofja Loka	www.potovanja-pisanec.si
PUTRA	Murska Sobota	www.putra.si
Potepuh	Celje	www.potepuh.si
PROMET T&T	Ljubljana	www.promet-tt.si
RELAX	Dravograd	www.relax.si
SAJKO	Ljubljana	www.sajko-turizem.si
SONČEK	Maribor	www.sonchek.com
STILBI	Postojna	www.stilbi.si
TENTOURS	Domžale	www.ui-turizem.com
UI Turizem	Nova Cerkev	www.tentours.si
Van Gogh	Maribor	www.agencija-vangogh.si
ŽIDANA MARELA	Ljubljana	www.zidanamarela.si
Biseri Jadrana d. o. o.	Ljubljana	www.biseri-jadrana.si
Trek Trek	Ljubljana	www.trektrek.si
Svet Potovanj	Celje	www.svet-potovanj.si
Transalp	Ljubljana	www.transalp.si
Trinity Travel	Ljubljana	www.trinitytravel.si

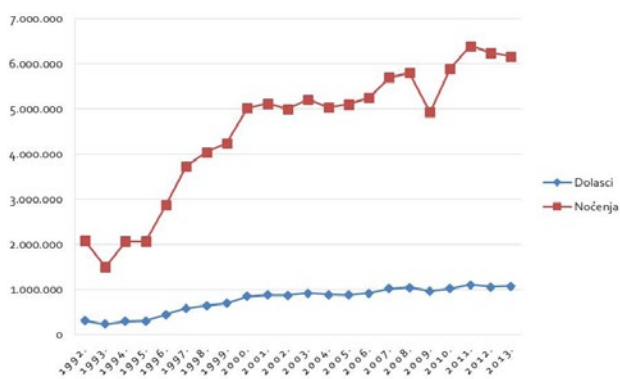
UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

Broj dolazaka i noćenja slovenskih turista ostvarenih u Hrvatskoj sa slovenskog tržišta

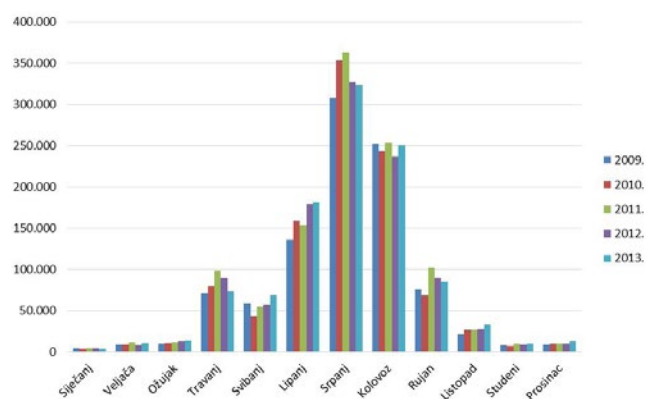
SLOVENIJA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1992. = 100	apsol.	indeks	1992. = 100
1992.	306.170		100	2.088.897		100
1993.	229.660	75	75	1.494.457	72	72
1994.	294.438	128	96	2.065.931	138	99
1995.	299.908	102	98	2.059.840	100	99
1996.	438.000	146	143	2.862.000	139	137
1997.	577.920	132	189	3.735.047	131	179
1998.	637.662	110	208	4.035.713	108	193
1999.	689.851	108	225	4.237.203	105	203
2000.	848.888	123	277	5.015.481	118	240
2001.	876.987	103	286	5.119.205	102	245
2002.	869.000	99	284	4.993.371	98	239
2003.	918.462	106	300	5.207.786	104	249
2004.	884.273	96	289	5.032.470	97	241
2005.	878.882	99	287	5.099.116	101	244
2006.	913.072	104	298	5.245.881	103	251
2007.	1.015.379	111	332	5.689.746	108	272
2008.	1.042.666	103	341	5.802.277	102	278
2009.	962.604	92	314	4.925.252	85	236
2010.	1.016.572	106	332	5.885.315	119	282
2011.	1.099.919	108	359	6.389.183	109	306
2012.	1.053.553	96	344	6.239.493	98	299
2013.	1.066.808	101	348	6.159.280	99	295

Izvor: DZS

Dolasci i noćenja slovenskih turista, razdoblje 1992. – 2013.



Dolasci slovenskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2013.



Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatskoj sa slovenskog tržišta

Slovensko je tržište zbog vrlo dobrog poznavanja naše domovine te zemljopisne blizine tipično individualno tržište. Procjenjuje se da samo 15 % slovenskih turista dolazi organizirano, posredstvom turističkih agencija, dok ostali sami organiziraju boravak. S razvojem modernih sredstava komunikacije taj se broj dodatno povećao.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

S obzirom na to da je Hrvatska na slovenskom tržištu vrlo dobro pozicionirana u usporedbi s ostalim turističkim destinacijama, najzastupljenija je u programima svih velikih organizatora putovanja.

Novosti s gledišta uvrštenosti Hrvatske u programe organizatora putovanja tijekom 2013. u usporedbi s prethodnom godinom

Organizatori putovanja svake godine nastoje proširiti ponudu te uz svoje osnovne programe (proizvode „sunca i mora“) slovenskom gostu ponuditi brojne klubove (klub povodom Praznika rada, obiteljski klubovi, klubovi za starije...) i animacije.

Sve češće u ponudu se uključuje i kontinentalni dio Hrvatske te zanimljivi predsezonski i posezonski programi kao što su vikend-ponude, autobusne ture, pješački programi, avanturistički i sportski sadržaji, krstarenja, vinske ceste...

Obujam organiziranog prometa u 2013. po svakom praćenom organizatoru putovanja

Najveći broj putnika realizirali su Relax i Kompas kao najveći organizatori putovanja za hrvatske destinacije. Kompas je, prema dostupnim podacima, realizirao oko 45.000 putnika iz Slovenije, dok je Relax realizirao oko 100.000. Ostali manji organizatori putovanja kao npr. Tentours, Bonus i Palma kretali su se u rasponu od 8.000 do 14.000 putnika.

Prednosti i nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

Organizatori putovanja pozitivno ocjenjuju sve veću raznovrsnost turističke ponude kao što su eno-gastronomski turizam, ruralni turizam, zdravstveni turizam, biciklistički turizam i sl. Također, pozdravljaju sve veću ponudu vikend-aranžmana koji su slovenskom gostu posebno zanimljivi. Slovenski organizatori putovanja kao prednost navode sve bogatiju i raznovrsnu izvansezonsku ponudu koja je slovenskom gostu posebno privlačna. S druge strane ističu prilično visoke cijene izvan sezone te nefleksibilne komercijalne uvjete poslovanja i spremnost na akcijske popuste.

Razrada dolazaka po hrvatskim regijama

Slovenski gosti izuzetno su dobro zastupljeni u svim regijama, ali zbog blizine i dostupnosti najveći dio otpada na Istru i to oko 43 %. Kvarner posjećuje oko 25 % slovenskih gostiju, a ostatak otpada na dalmatinske županije i kontinent.

Ostvarena noćenja slovenskih gostiju po regijama I. – XII. 2013./12.

Regije	2013.			2012.			indeks dolasci	2013./12. noćenja
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja		
Istarska	467.652	3.048.209	39,82	459.543	2.992.127	40,22	101,76	101,87
Primorsko-goranska	298.856	1.785.816	23,33	299.388	1.736.033	23,33	99,82	102,87
Zadarska	161.915	1.239.766	16,20	153.980	1.178.705	15,84	105,15	105,18
Šibensko-kninska	53.229	365.568	4,78	50.138	347.356	4,67	106,16	105,24
Splitsko-dalmatinska	78.601	560.856	7,33	74.454	540.335	7,26	105,57	103,80
Dubrovačko-neretvanska	35.489	253.686	3,31	33.354	243.877	3,28	106,40	104,02

Način prijevoza korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

Najčešći način prijevoza prilikom dolaska u Hrvatsku jest automobil s obzirom na to da više od 80 % slovenskih turista dolazi u individualnom aranžmanu zbog blizine

i poznavanja destinacije. Osim prijevoza automobilom, prisutan je i prijevoz autobusom, vlakom i brodom, ali u puno manjoj mjeri u odnosu na osobne automobile.

Avionski čarteri – broj, trajanje rotacija; polazišta – odredišta

Zbog blizine i izrazito individualnoga slovenskog tržišta nema interesa za čarter letove.

Autobuseri

Na slovenskom tržištu ne postoje klasični autobuseri kao što je to slučaj u inozemstvu. Najveći organizatori putovanja imaju svoje autobuse (Kompas, Relax), a od klasičnih manjih autobusera tu su Integral Brežice, Integral Voznik Novo Mesto, J&J Turizem d. o. o. i Izletnik Celje d. d.

Individualci u 2013. – prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta individualnoga gosta

Najveće prednosti Hrvatske za slovenske individualne goste proizlaze iz očuvanog i čistoga mediteranskog ambijenta, autentičnosti i prirodnih bogatstava te kulturno-povijesnih znamenitosti. Sve bolja povezanost i dostupnost hrvatskih odredišta te odlične ceste za slovenskog

su gosta također velike prednosti s obzirom na to da je automobil najkorištenije prijevozno sredstvo na bližim putovanjima.

Prednost hrvatske turističke ponude svakako je i sve bogatija ponuda jednodnevnih izleta, vikend-paketa i raznovrsnih tematskih programa, koja može zadovoljiti sve tipove gostiju.

Primjedbe slovenskoga gosta najviše se odnose na pomanjkanje ljubaznosti i profesionalnosti u pojedinim segmentima turističke ponude. Također su prisutne primjedbe vezane uz osjećaj neravnopravnog tretmana u odnosu na druge europske goste.

Vrsta smještaja koje su koristili u Hrvatskoj

Najzastupljeniji oblik smještaja koji koriste slovenski turisti apartmani su u smještaju kod domaćina. Uz njih, popularan je smještaj u autokampovima i u hotelima. Osim toga, slovenski turisti koriste i apartmane u privatnom vlasništvu te kuće za odmor.

2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2014.

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor s dotičnog tržišta u inozemstvo u 2014. (usporedba s 2013.) – analiza emitivnog potencijala tržišta

Rezultati na slovenskom tržištu imaju dugi kontinuitet rasta. U ovim okolnostima približavamo se, prema svojoj procjeni, maksimalnom potencijalu. Naravno, dodatni potencijal jest u izvansezonskim mjesecima, a da bi se on realizirao, morali bismo dodatno ciljano uložiti na tržište. U tom bi se slučaju moglo očekivati povećanje, u suprotnome svako ponavljanje prošlogodišnjih rezultata je znatan uspjeh.

Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za sezonu 2014. (apsolutne brojke za svaku od destinacija; postotak usporedbe s prethodnom godinom) – dolazi li do promjena (i kakvih) pri odabiru destinacija

- | | |
|----------|------------|
| – Lošinj | – Krk |
| – Poreč | – Brač/Bol |
| – Umag | – Šibenik |
| – Rovinj | – Pag |

Slovenski gosti odlično poznaju hrvatsku obalu, ima ih posvuda pa je vrlo teško opredijeliti se za omiljene. Ocjena omiljene destinacije (temeljem ostvarenog broja noćenja)

ovisi o raspoloživom kapacitetu destinacije, tako da bi za dobiti objektivnu procjenu trebalo analizirati po relativnom udjelu u ukupno ostvarenom prometu. Redoslijed omiljenih destinacija neznatno se mijenja ovisno o ponuđenim sadržajima i atrakcijama u pojedinim područjima. Inače, omiljene destinacije slovenskih gostiju jesu one koje imaju bogatu i sadržajnu ponudu, brinu se o ekološkoj očuvanosti mjesta i plaža i općenito se na najbolji mogući način brinu za sve svoje goste.

Razlozi (eventualne) promjene u redoslijedu omiljenih destinacija – promjene u kriterijima odabira ako je do njih došlo

U kontekstu još uvijek prisutne gospodarske krize traži se najbolja vrijednost za novac i u vezi s tim biraju se i odredišta za odmor.

S obzirom na gospodarsku krizu te sve veće ekonomiziranje troškovima transporta, ostaje trend većeg posjeta bližih regija izvan sezone, a trend odlazaka za glavni odmor na udaljenije destinacije sve se više smanjuje. Visoke cijene prijevoza na otoke sigurno odbiju dio gostiju koji si za vrijednost prijevoza mogu priuštiti nekoliko dana na kopnenoj destinaciji.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2014.

Aktualni imidž Hrvatske

Stalnim podizanjem kvalitete usluge, što je zapaženo na slovenskom tržištu, ugled Hrvatske kao turističke destinacije na slovenskom tržištu kontinuirano raste. Hrvatska je kao turistička destinacija i dalje neprikosnovena na slovenskom tržištu. U predstavnštvu HTZ-a Slovenije bilježe se veliko zanimanje i interes za Hrvatsku među slovenskim gostima. Tako visoku razinu omiljenosti Hrvatske potiču bogatstva prirodne i kulturne baštine, kvaliteta i čistoća mora, konfiguracija jadranske obale, očuvanog mediteranskog ozračja itd. Rješavanje međusobnih političkih problema dodatno je učvrstilo položaj Hrvatske kao turističke destinacije.

Trenutačna gospodarska kriza u Sloveniji čimbenik je koji ne treba podcjenjivati. Rast nezaposlenosti i cijena te realno smanjenje plaća i životnog standarda ne utječu dobro na potrošnju. Slovenci pak sam odmor drže vrlo visoko na ljestvici životnih vrijednosti pa nije za očekivati drastičniji pad putovanja u narednom razdoblju.

Hrvatska je najbliža i najdostupnija destinacija prema kojoj slovenski gosti imaju visoki afinitet. Osim toga, pruža najbolje uvjete za brzu prilagodbu u smještajnom i cjenovnom smislu. Sve navedeno rezultiralo je rekordnom turističkom sezonom u 2013., posebno u ostvarenim noćenjima, a to će se odraziti i na 2014.

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatsku 2014.

U 2014. očekujemo ponavljanje rekordne 2013. što znači oko 1,2 milijuna dolazaka i 7,6 milijuna noćenja te udjel u ukupnom prometu od oko 11 %.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2014. (razlozi za promjene u odnosu na 2013.)

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka ostaje na razini od oko 15 : 85 % u korist individualnih

i u posljednjem se razdoblju još više povećava u korist individualnih. Razlozi su veća dostupnost informacija i olakšavanje direktnih i *online* rezervacija.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014. (razlozi za promjene u odnosu na 2013.)

Hrvatska je najzastupljenija destinacija kod svih glavnih organizatora putovanja, a izdaju se i posebni separati povodom pojedinih zanimljivih razdoblja (praznici povodom Dana rada, školski praznici) te nema većih promjena u odnosu na prethodno razdoblje.

Organizatori putovanja odustaju od zrakoplovnog prijevoza jer za njega nema dovoljno interesa s obzirom na dostupnost.

Prognoza rezultata u 2014. od strane organizatora putovanja

Broj putnika

Relax – 110.000
Kompas – 45.000
Sonček – 34.000
Palma – 12.000
Bonus – 14.000

Zrakoplovni čarteri u 2014. – broj, trajanje rotacija; polazišta – odredišta

Organizatori putovanja odustali su od zrakoplovnih čartera s obzirom na to da za njih nema dovoljno interesa.

Autobuseri u 2014.

Izletnik Celje, Integral Brežice, Integral Novo Mesto, J&J turizem te ostali manji autobuseri.

Individualni promet u 2014.

Individualni promet u 2014. ostat će na vrlo visokoj razini od oko 80 – 85 % ukupnog prometa.

2015. GODINA

TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena ukupnih dolazaka na godišnji odmor sa slovenskog tržišta u inozemstvo u 2015.

Preliminarna procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor sa slovenskog tržišta u inozemstvo: ovisno o kretanju gospodarske krize i njezinim implikacijama na slovensko tržište, predviđamo povećanje prometa od 2 – 3 % u odnosu na 2013., što bi bio velik uspjeh obzirom na činjenicu da je to bila do sada najuspješnija godina za hrvatski turizam.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2015., uz usporedbu s 2014.

Predviđeni redoslijed omiljenih destinacija u 2015.: Hrvatska, Grčka, Turska, Španjolska, Tunis, Egipat.

Prognoze organizatora putovanja za 2015. (pozitivni/negativni razlozi za promjene u odnosu na 2014.)

Prognoze organizatora putovanja za 2015.: proširenje turističke ponude i dodatnih turističkih sadržaja te povećanje kvalitete impliciraju porast putovanja. Sugeriraju vrlo opreznu politiku cijena, očekuju dodatni potencijal za povećanje turističkog prometa te uključivanje *all inclusive* ponude.

TURISTIČKA SEZONA 2015. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2015.

Procjenjujemo ponavljanje rekordnih godina na razini od 1,2 milijuna dolazaka i 7,6 milijuna noćenja.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja (pozitivni/negativni razlozi za promjene u odnosu na 2014.)

U skladu s trendovima na tržištu, posebno u segmentu kampinga, neki se organizatori putovanja jače uključuju u segment glampinga, u vlastitim ili unajmljenim kućicama.

Najavljena je i veća zastupljenost Hrvatske u programima putovanja, naročito na području ruralne ponude što predstavlja aktualni trend – obogaćivanje agencijske turističke ponude ponudom agroturizma – seoskih domaćinstava, ruralnih kuća za odmor, kao i hotelskih objekata i smještaja kod domaćina više kategorije. Isto tako, u strukturi ponude povećat će se ponuda kraćih odмора te ponuda destinacija u unutrašnjosti s naglaskom

na izletničke ture i upoznavanje proizvoda gastronomije, enologije, ekoloških proizvoda i aktivnog odmora.

Mjere koje bi u 2015. trebalo poduzeti prema mišljenju organizatora putovanja

Organizatori putovanja smatraju kako treba nastaviti s podizanjem kvalitete u smještaju koji nije na zavidnoj razini kao i proširiti te obogatiti postojeće turističke sadržaje, uskladiti cjenovnu politiku po sistemu „vrijednost za novac“, odnosno da cijena usluge što vjernije odražava kvalitativnu i kvantitativnu vrijednost turističke usluge, voditi brigu o zadovoljavanju visokih ekoloških standarda te o očuvanju čistoće okoliša.

Organizatori putovanja smatraju da treba pokušati uvesti i *all inclusive* ponude jer to njihovi gosti traže i to postaje turistički trend. Naravno, dobrodošla je i svaka potpora njihovih marketinških napora od strane nacionalne turističke organizacije te ravnopravan tretman organizatora putovanja i agencija u odnosu na ostala tržišta.