



Turizam 2021. godine u Hrvatskoj

Analiza rezultata benchmarkinga hotela, kampova i marina u Hrvatskoj

Travanj 2022.



BlueRock
Consulting

Ključne poruke

Dekanica prof.dr.sc. Sandra Janković, komentar:

„Ostvareni rezultati u 2021. ukazuju na brz oporavak i dobru startnu poziciju za 2022. godinu u odnosu na konkurente na Mediteranu. Iako su hoteli još daleko od rezultata iz 2019., ostvarivši čak 38% manje prihode po raspoloživoj smještajnoj jedinici ali uz značajan rast prosječnih cijena soba od čak 22%, kampovi i marine bilježe svega 6% odnosno 5% manje rezultate u odnosu na 2019., pri čemu kampovi to ostvaruju uz rast ADR-a od 6%, dok marine još nisu uspjele ostvariti prosječne cijene od 2019. (-4%).

Pred svim subjektima u turizmu bit će izazov ove godine ostvariti prošlogodišnje KPI-jeve, posebno mjerene u bruto rezultatu, obzirom na najavljeni rast troškova rada ali i generalno uslijed inflacije rasta operativnih troškova poslovanja.”

Emanuel Tutek, komentar:

„Pred nama je nova sezona, koju dočekujemo u boljoj financijskoj situaciji od konkurenata, a pred svima je izazov opravdanja prošlogodišnjih razina cijena i ostvarenih EBITDA. Tu se ističu tri faktora koji ih mogu ugroziti u kratkom i srednjem roku:

- ❑ Povećanje troškova – rast cijena inputa i rada
- ❑ Imperativ isporuke adekvatne razine usluge koja će opravdati podignute cijene
- ❑ Povratak konkurentskih destinacija, zbog čega će konkurencija biti značajnija nego prethodne dvije godine.”

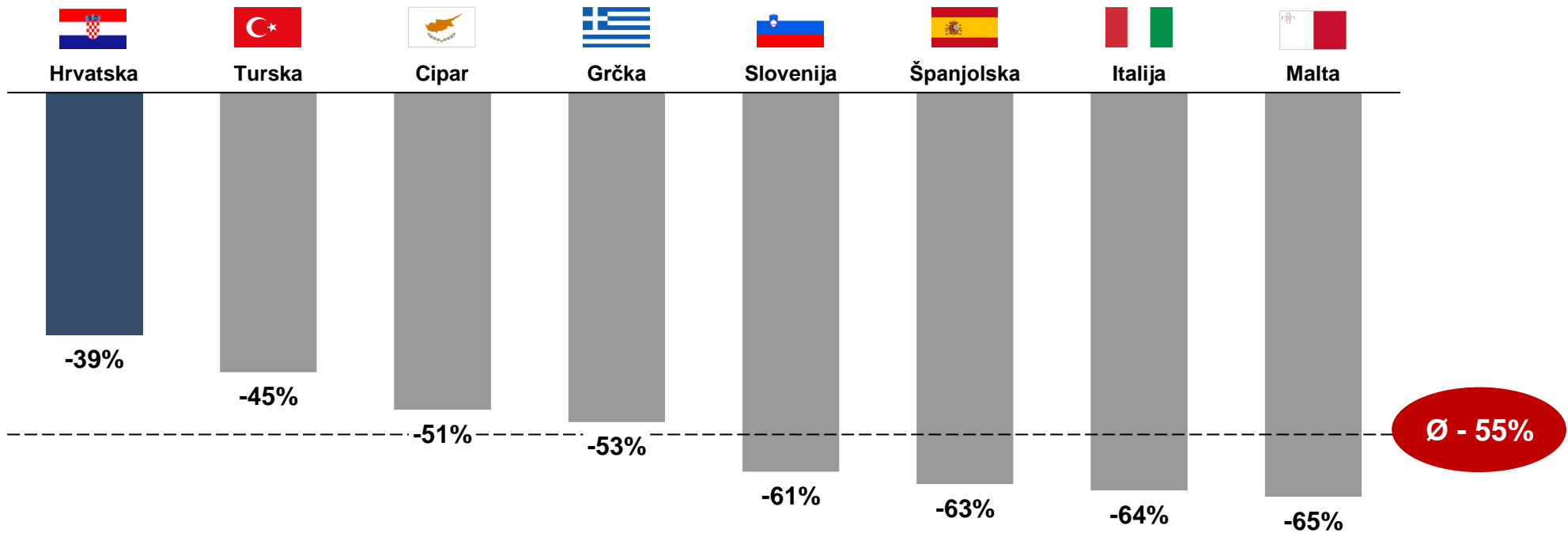
Hrvatski turizam dobro se oporavlja od krize uz značajniji rast cijena i uspješniji oporavak smještaja više dodane vrijednosti, no pokazuje tendenciju povratka na isti sezonalni model

Sažetak

- Hrvatska je 2021., u još jednoj COVID godini, ostvarila **23% manje noćenja u odnosu na 2019.**
 - Takav rezultat pokazuje da je 2020., kada je svjetska zdravstvena kriza prisilno smanjila volumen turističkog prometa i opterećenje na hrvatsko more te omogućila nešto drugačije iskustvo odmora u Hrvatskoj, bila samo iznimka te se očekuje povratak na stari model turizma velikog volumena, ovisan o suncu i moru
 - Hrvatska je u 2021. ostvarila najbolje rezultate na Mediteranu, odnosno najbliže onima iz 2019. – dok je prosjek međunarodnih turističkih dolazaka Mediterana na -55%, RH je ostvarila -39%
 - Predsezona ponovno nije ostvarena, dok je sezona bila na samo -17% od broja noćenja u ljeto 2019.
 - Primjetan je povratak tradicionalnih gostiju s drive-in tržišta, dok je povratak fly-in gostiju još daleko od 2019. sukladno globalnom stanju u kojem su još uvijek bile na snazi restrikcije u putovanjima, posebno izvan Europe - radi toga najveće gubitke i dalje bilježe destinacije koje ovise o fly-in gostima, Dubrovnik i Zagreb
- **Hoteli** se postupno oporavljaju od kraha 2020., a godinu je obilježio rast cijena u svim vrstama smještajnih objekata
 - Hoteli se najsporije oporavljaju i nalaze se na -39% noćenja, kao i nekomercijalni smještaj s -23%, dok su se kampovi i nautika gotovo vratili na razine prometa iz 2019.
 - Nakon zadržavanja razine cijena u 2020. uslijed krize, kada je zauzetost značajno pala i hoteli su ostvarivali velike gubitke, u 2021. hoteli su ostvarili veliki rast cijene od +22% ADR-a te su, uz još uvijek nižu zauzetost, na -38% TRevPAR-a 2019.
 - 2021. su kao i 2020. hoteli više dodane vrijednosti (s 4* i 5*) ostvarivali bolje rezultate po svim ključnim pokazateljima
 - U 2021. su, zahvaljujući nizu kriznih mjera, od optimizacije troškova i odgode investicijskih ciklusa do zadržavanja dobiti i aktivacije kriznih poticaja, EBITDA marže hotelskih kompanija većinom rastle unatoč još uvijek niskim prihodima temeljenim primarno na manjem volumenu, ali koji se također dobro oporavlja
- **Kampovi** su pokazali veliku otpornost, posebno u segmentu mobilnih kućica
 - U 2021. otvoren je velik broj novih kampova i razvoj glamping segmenta, a pomak se vidi i u većem broju kampova koji razvijaju cjelogodišnje poslovanje odnosno nude svoje usluge tijekom zimskih mjeseci, a u skladu s novim „long-stay” trendom boravka
 - Kampovi u odnosu na 2019. godinu bilježe rast cijena za 6%, pri čemu mobilne kućice bilježe rast ADR-a od 7% a parcele i kamp mjesta od 2%.
 - Rast ADR-a i niža iskorištenost kapaciteta od 11% (od čega mobilne kućice -3% te parcele i kamp mjesta -13%) rezultirala je padom ostvarenog prihoda po raspoloživoj smještajnoj jedinici (RevPAR-a) od 6%
- **Marine** su pokazale najveću otpornost i najbrže se oporavile ostvarivši svega 5% manji prihod po raspoloživom vezu u odnosu na 2019. te 1% manju iskorištenost, zahvaljujući i stalnim vezovima
 - Marine jedine nisu ostvarile povećanje ostvarenih prosječnih cijena veza (ABR) u odnosu na 2019. već je ostvaren pad od 4% ABR-a

Mediteran se postupno oporavlja od COVID-19 krize, no međunarodni dolasci su i dalje za 55% niži u odnosu na 2019.

Međunarodni turistički dolasci na Mediteranu, Δ 2019./2021.

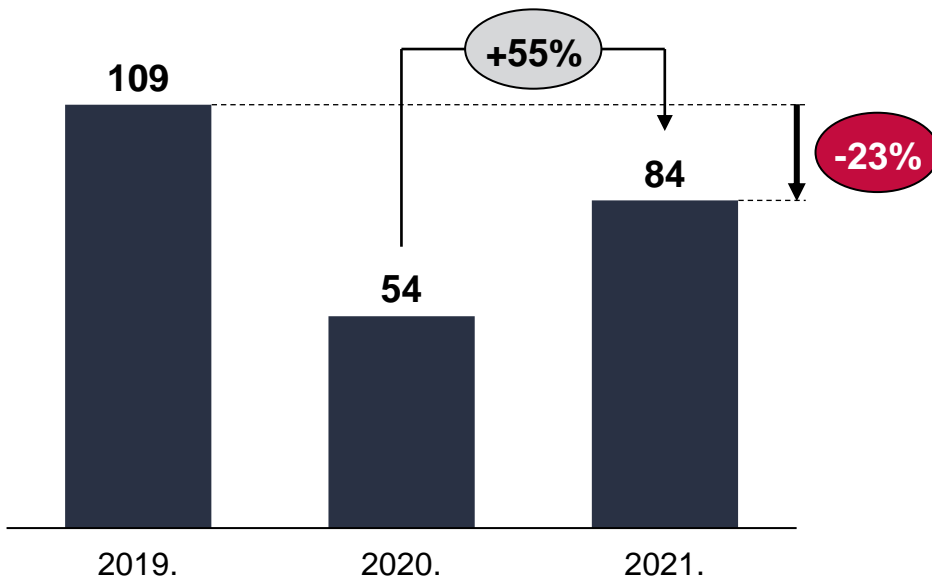


Hrvatska je temeljem najviše ljetne sezonalnosti na Mediteranu, u 2021. ostvarila manje gubitke od mediteranskog prosjeka

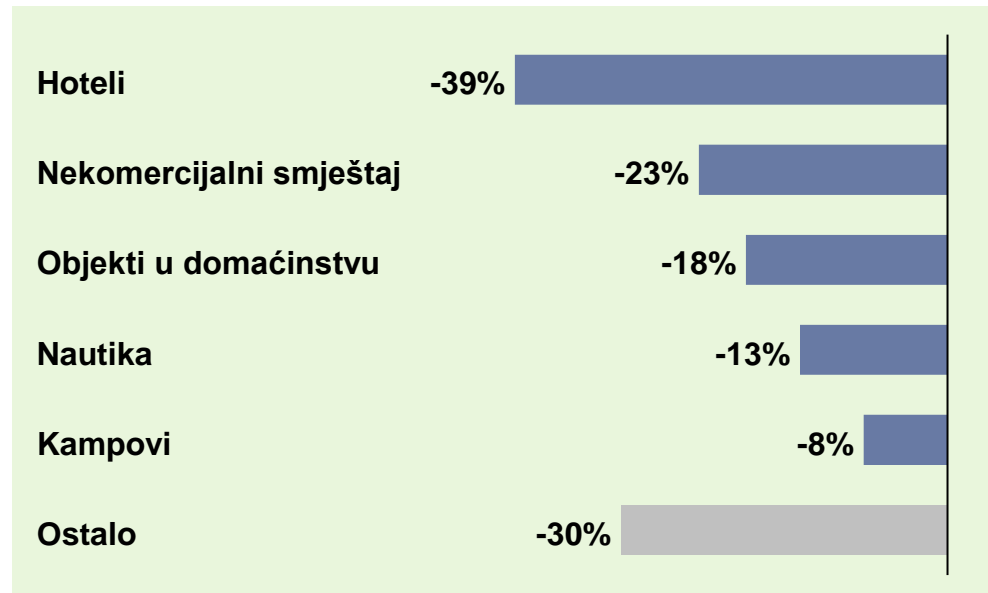
Hrvatska je ostvarila 55% više noćenja nego 2020., što je 23% manje nego 2019.

Broj noćenja u Hrvatskoj, 2019.-2021.

Broj noćenja (mil.)



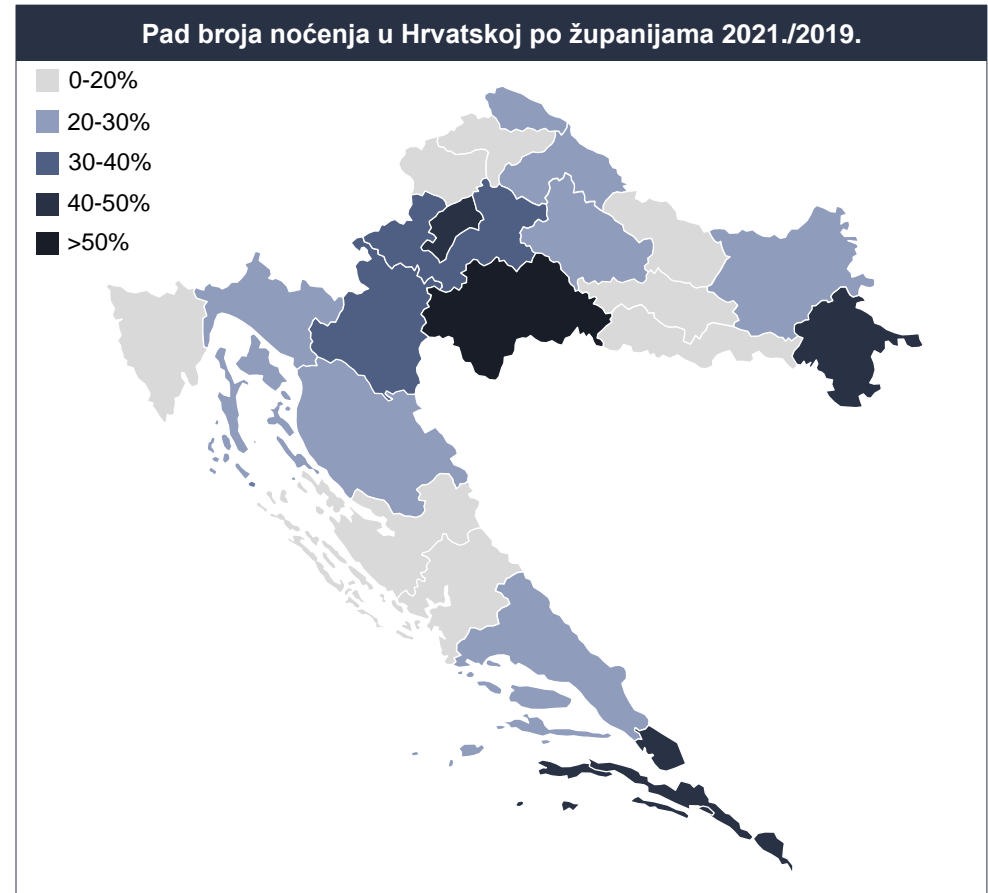
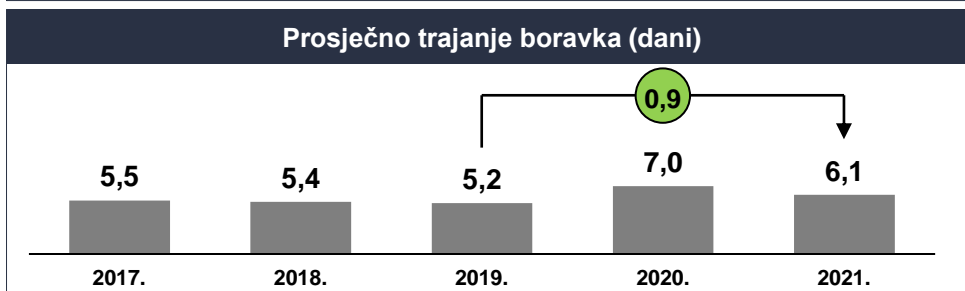
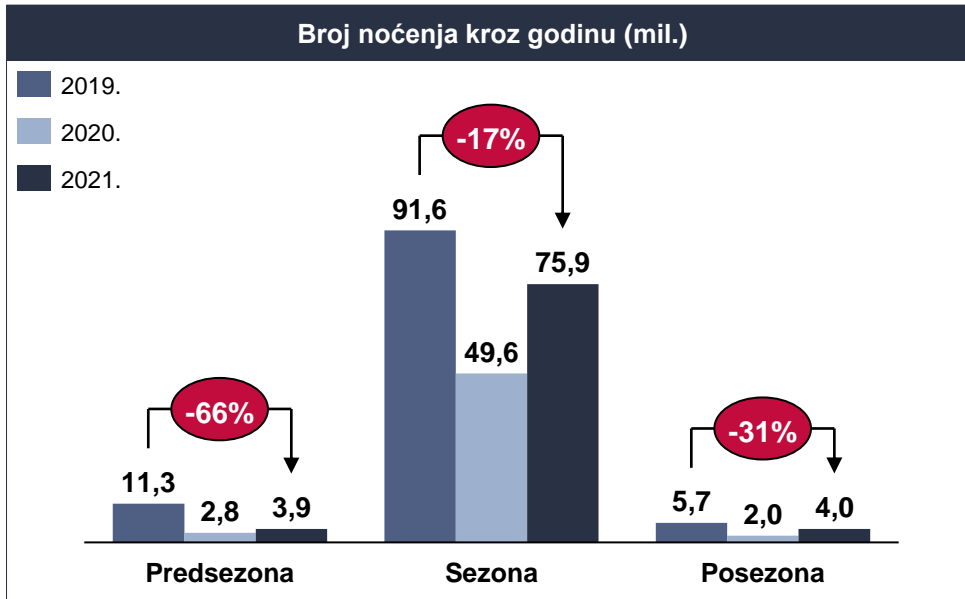
Usporedba broja noćenja po tipovima smještaja, 2019./2021.



- **Hotelski smještaj i dalje ima najveći pad noćenja (-39%)**, iako se značajno oporavio od 2020. kada je imao pad od 67% u istom razdoblju, te je najviše pogođen izostankom gostiju s fly-in tržišta
- **Nekomercijalni smještaj i objekti u domaćinstvu** kao najsezonalniji smještaj najniže dodane vrijednosti **zaostaje u oporavku**
- **Nautika i kampovi prednjače u brzini oporavka** i povratku gostiju na razine iz 2019.

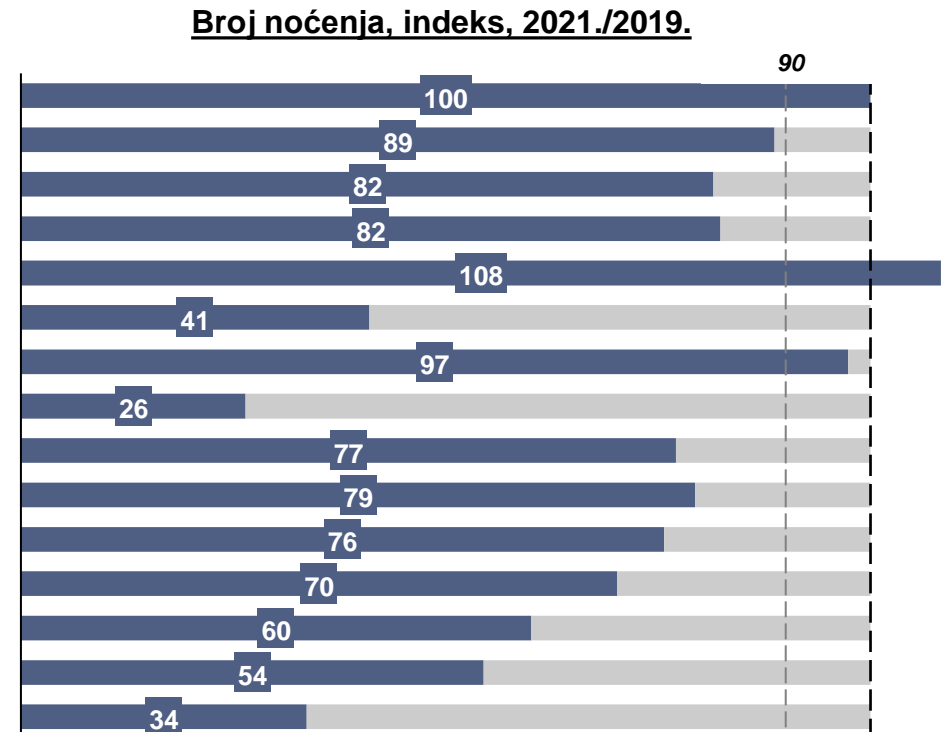
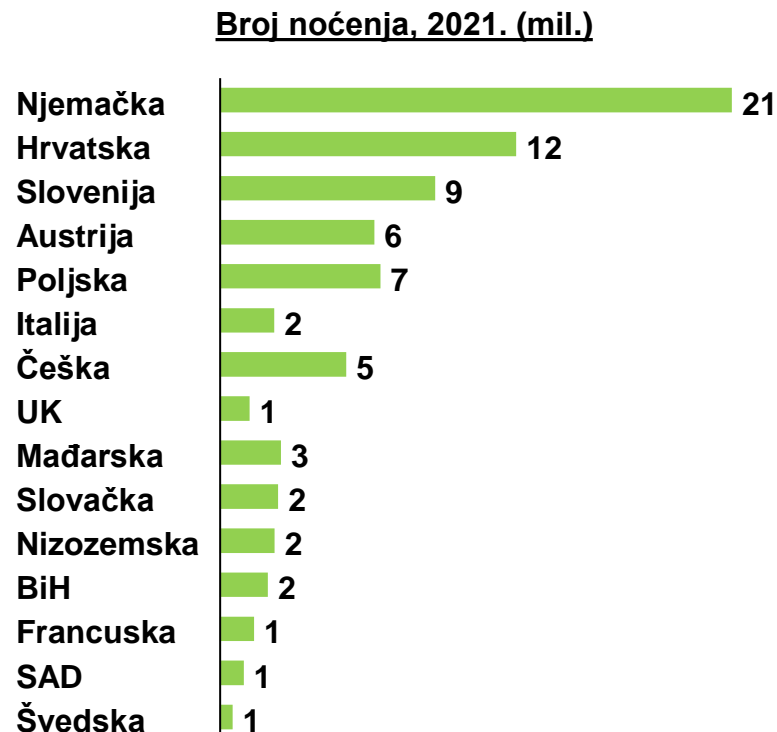
U ljetnoj sezoni noćenja je bilo samo 17% manje nego u 2019., s prosječnim trajanjem boravka od 6,1 dan

Struktura turističkog prometa u RH



Tradicionalna „drive-in” tržišta vratila su se u skladu s ukupnim oporavkom, dok dolazak „fly-in” gostiju još uvijek značajnije izostaje

Noćenja u Hrvatskoj po emitivnim tržištima¹



100= 2019.

- **Potražnja je i u 2021. bila uvjetovana** mogućnošću i jednostavnošću putovanja
- **Broj noćenja rezultat je dominacije drive-in tržišta**, dok su fly-in tržišta još uvijek daleko od rezultata 2019.

1) Odabranih 15 emitivnih tržišta redoslijedom prema najvećem broju noćenja u 2019.



Hoteli



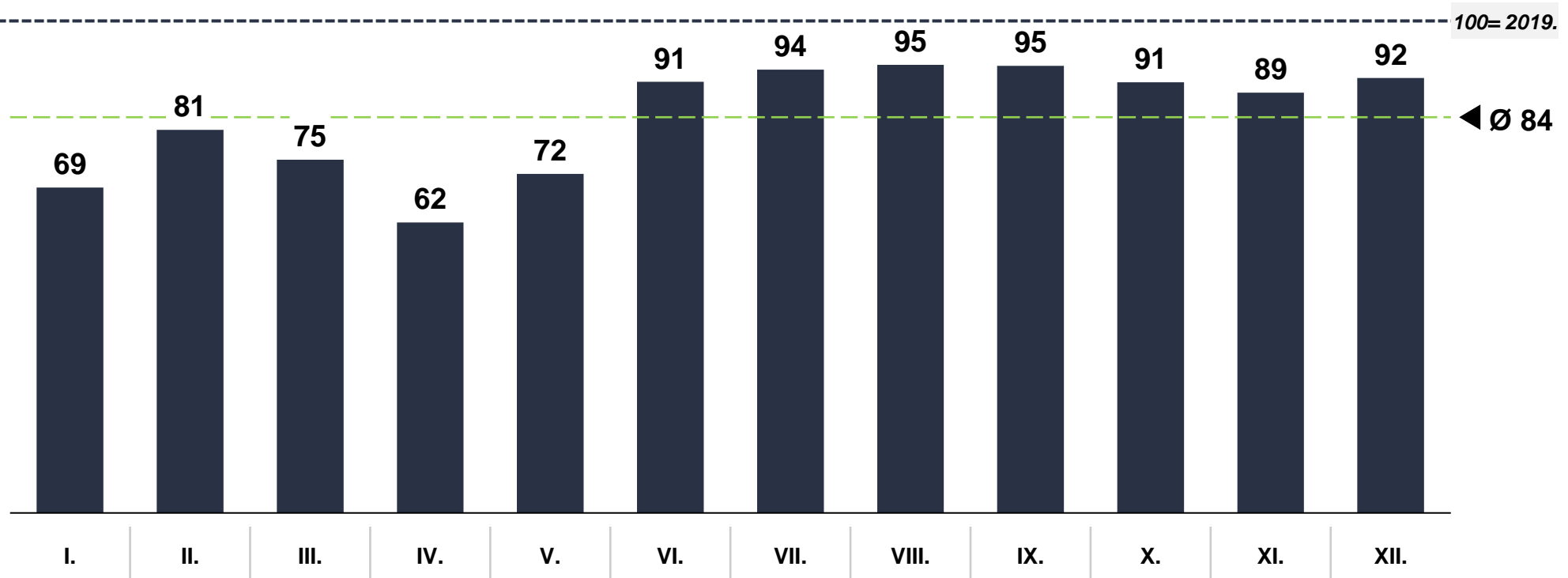
Kampovi



Marine

Broj operativnih hotela niži je od onog 2019., te dio njih nije otvorilo svoja vrata čak ni u vrhuncu sezone

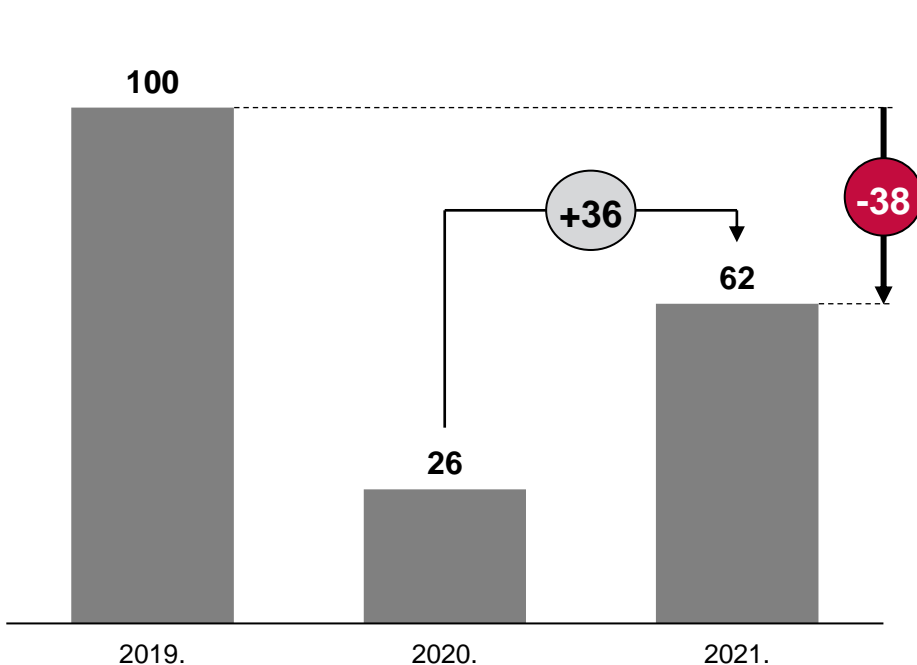
Hoteli s minimalno 1 noćenjem, indeks 2021./2019.



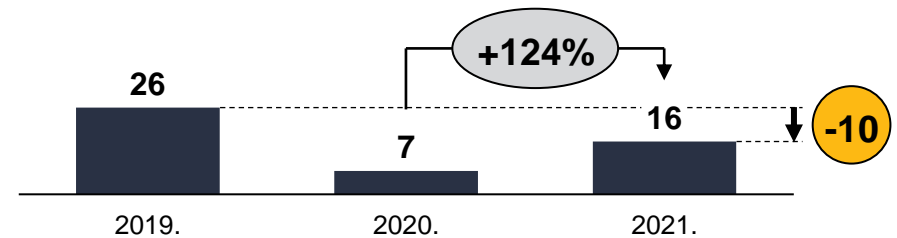
Hoteli su ostvarili u prosjeku 38% manje prihode u odnosu na 2019. godinu, što je značajan oporavak u odnosu na 2020. godinu

Analiza prihoda hotela u RH, 2019.-2021.

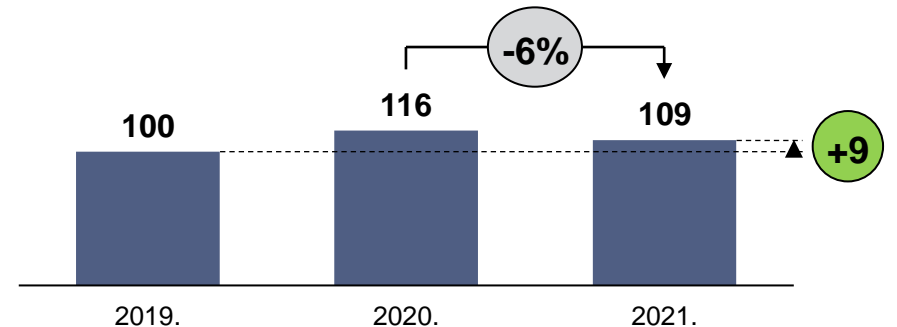
Ukupni prihodi hotela, indeks



Broj noćenja (u mil.)



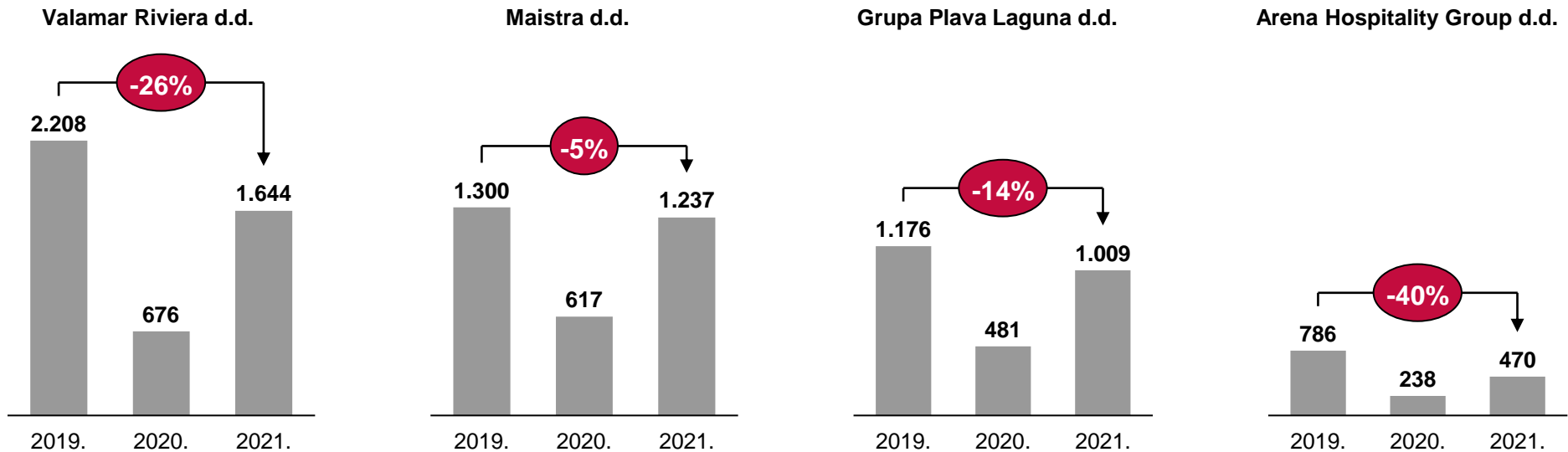
Prosječan prihod po noćenju, indeks



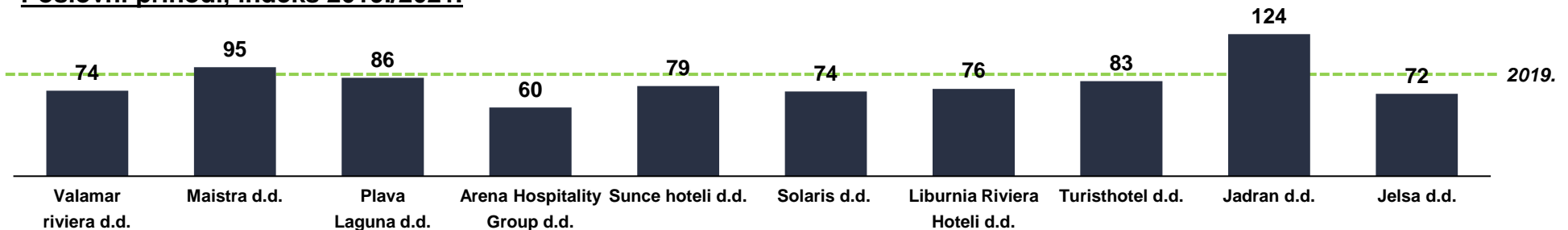
2021. godine prosječan prihod po noćenju u hotelima je 9% veći nego 2019. godine

Poslovni prihodi najvećih hrvatskih hotelskih kompanija se oporavljaju, ali još nisu dostigli razinu iz 2019.

Prihod vodećih hotelskih kompanija u RH, mil. HRK, 2019.-2021.



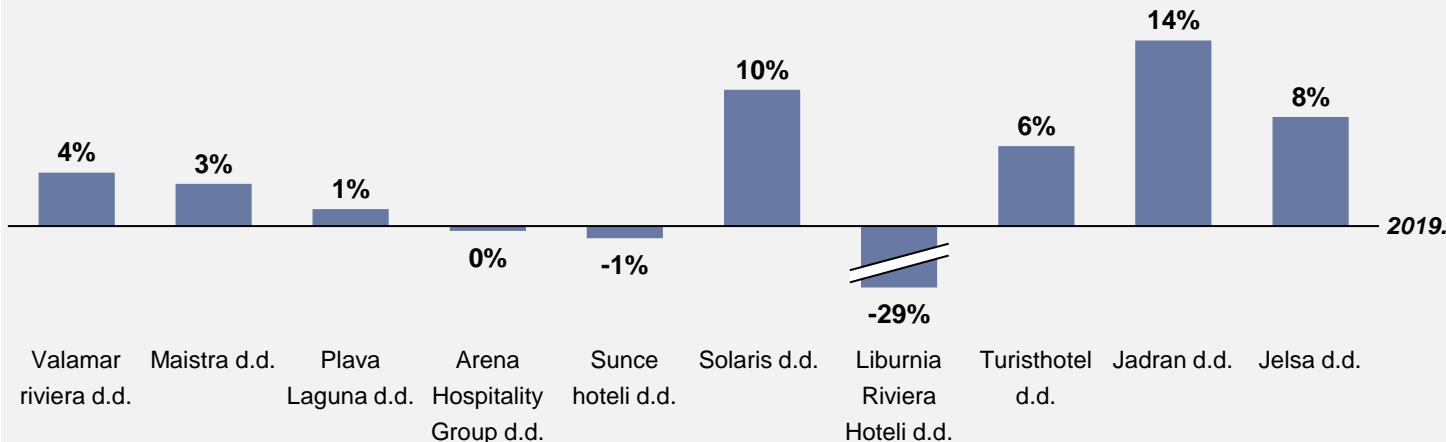
Poslovni prihodi, indeks 2019./2021.



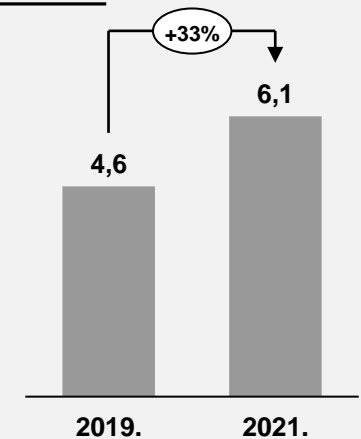
Kompanije su povećale EBITDA marže, čije zadržavanje će biti izazovno uz nove tržišne trendove

Analiza EBITDA marža vodećih hotelskih kompanija u RH, 2019.-2021.

Promjena EBITDA marže 2019./ 2021., postotni bodovi



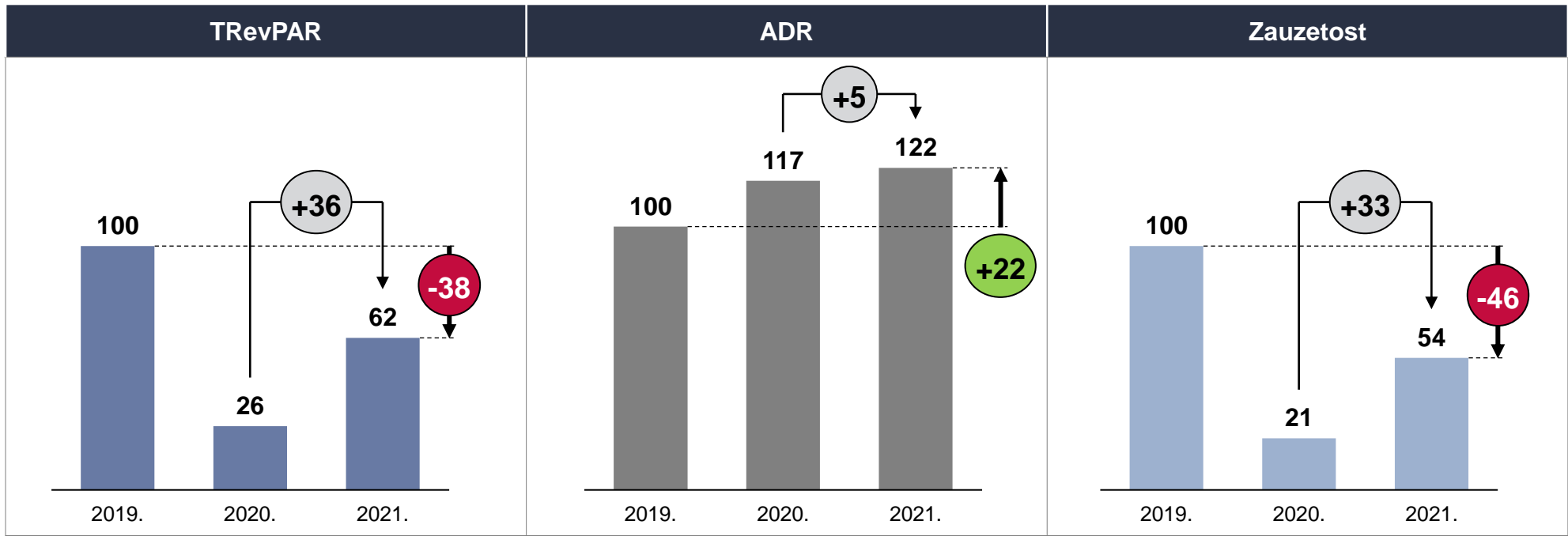
Prosječni omjer duga i EBITDA-e



- **Hotelske kompanije uspješno su upravljale i prihodovnom i rashodovnom stranom u izazovnim kriznim uvjetima te su uspjele podići razinu EBITDA-e u odnosu na 2019.** zahvaljujući nizu mjera kriznih mjera, od optimizacije troškova i odgode investicijskih ciklusa do zadržavanja dobiti i aktivacije kriznih poticaja, te podizanju cijene koja je bila ključni faktor povećanja EBITDA-e
- **U budućem razdoblju predviđa se izazov zadržavanja razine EBITDA-e, s obzirom na povećanje troškova,** od ulaznih sirovina do troška radne snage, **a uz imperativ visoke razine usluge koja će morat opravdati visoku razinu cijene**
- Kompanije su se u sklopu kriznog menadžmenta **uspješno zadužile** radi čega je **omjer duga i EBITDA-e povećan**, a **povratak na prijašnje razine će biti izazovan** iako neke kompanije imaju dobru vlastitu poziciju da to ostvare i odgovore na navedene izazove

Godina je obilježena porastom cijena, koji se održava kroz prosječni ADR od +22%

Ključni pokazatelji poslovanja hotela u RH, indeks, 2019.-2021.



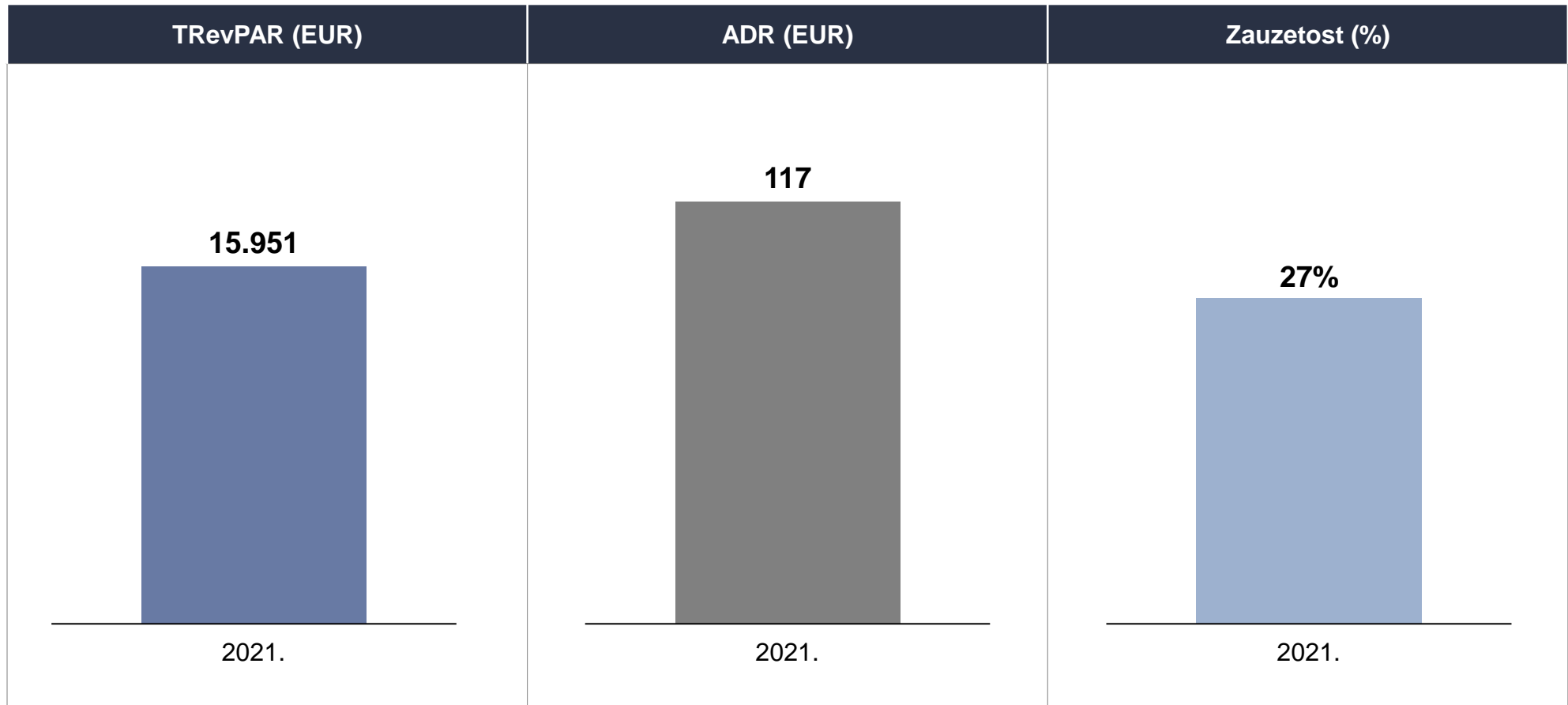
- U kriznim godinama **rastao je ADR**, što je djelomično posljedica porasta razina cijena hotela, ali ADR kao pokazatelj je veći i zbog razdoblja otvorenosti hotela koje je koncentrirano u vrhuncu sezone kada su inače cijene najviše, dok u razdoblju niže zauzetosti hoteli nisu ni radili 2020. i 2021. godine
- **Rast cijene ipak je nedovoljan za nadoknadu TRevPAR-a** radi zauzetosti koja je još uvijek bila na razini -46% u odnosu na 2019.

TRevPAR= ukupni prihod po dostupnoj sobi; ADR= prosječna dnevna cijena

Izvor: Benchmarking hrvatskog hotelijerstva (BHH) – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, BlueRock Consulting

Prosječni ADR 2021. iznosi 117 EUR, ali uz nisku godišnju zauzetost od 27%

Prosječni godišnji pokazatelji poslovanja hotela u RH, 2021.

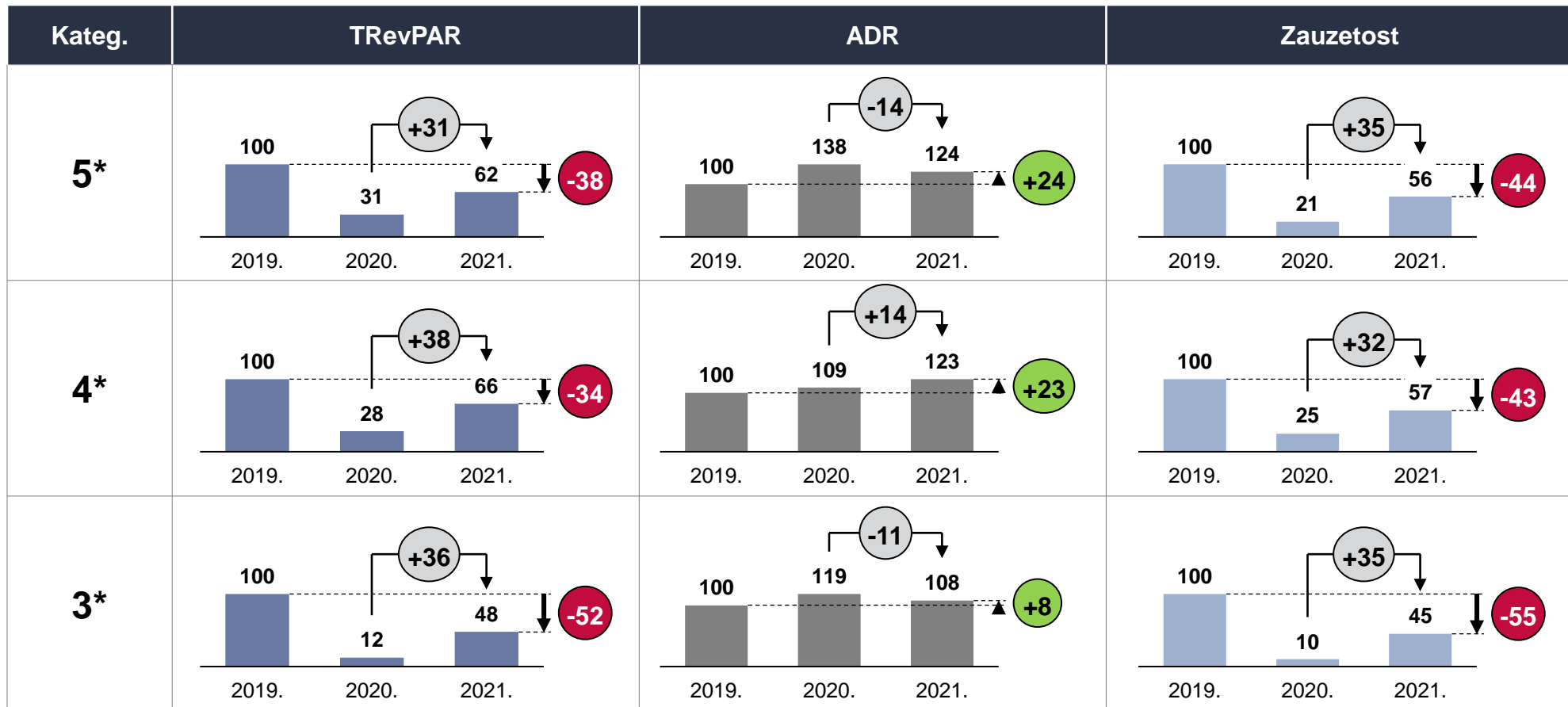


TRevPAR= ukupni prihod po dostupnoj sobi; ADR= prosječna dnevna cijena

Izvor: Benchmarking hrvatskog hotelijerstva (BHH) – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, BlueRock Consulting

2021. pokazala je višu otpornost hotela više dodane vrijednosti, koji su ostvarili od -34% do -38% TRevPAR-a u odnosu na 2019.

Ključni pokazatelji poslovanja hotela prema kategorizaciji u RH, indeks, 2019.-2021.



TRevPAR= ukupni prihod po dostupnoj sobi; ADR= prosječna dnevna cijena

Izvor: Benchmarking hrvatskog hotelijerstva (BHH) – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, BlueRock Consulting

Prosječni ADR 5* hotela u 2021. iznosi 171 EUR, a 4* hotela 116 EUR

Ključni pokazatelji poslovanja hotela u RH, prema kategorizaciji, 2021.

Kateg.	TRevPAR (EUR)	ADR (EUR)	Zauzetost (%)
5*	24.679	171	29%
4*	17.216	116	29%
3*	8.339	81	21%

- Hoteli više dodane vrijednosti su, unatoč višim cijenama, u situaciji krize bili privlačniji gostima te su ostvarili više stope zauzetosti
- 5* hoteli ostvarili su dodatnu premijsku cijenu i još se više izdvojili od cjenovnog ranga 4* i 3* hotela, što predstavlja izazov za isporuku 5* iskustva u budućnosti

TRevPAR= ukupni prihod po dostupnoj sobi; ADR= prosječna dnevna cijena

Izvor: Benchmarking hrvatskog hotelijerstva (BHH) – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, BlueRock Consulting



Hoteli



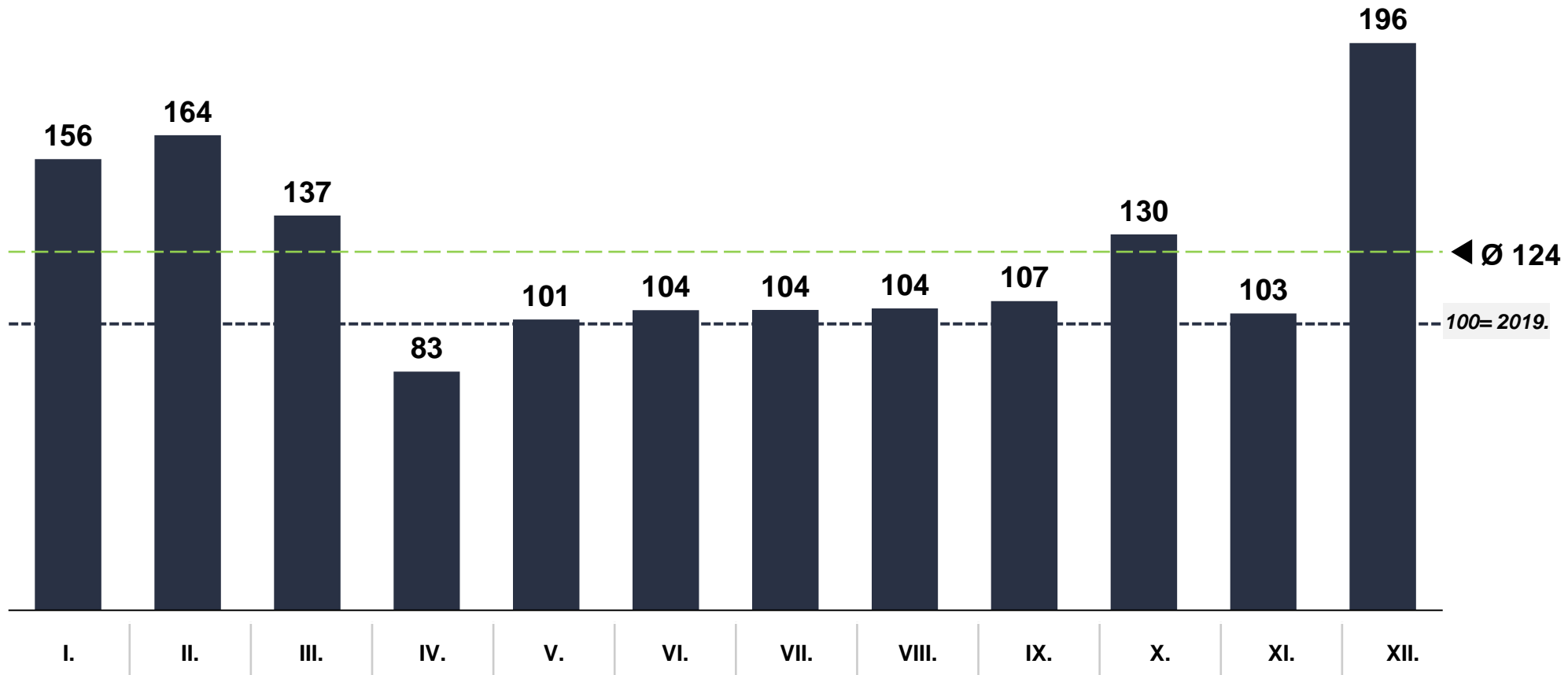
Kampovi



Marine

Broj kampova se u 2021. povećao, a posebno s naglaskom na veći broj operativnih kampova tijekom zime

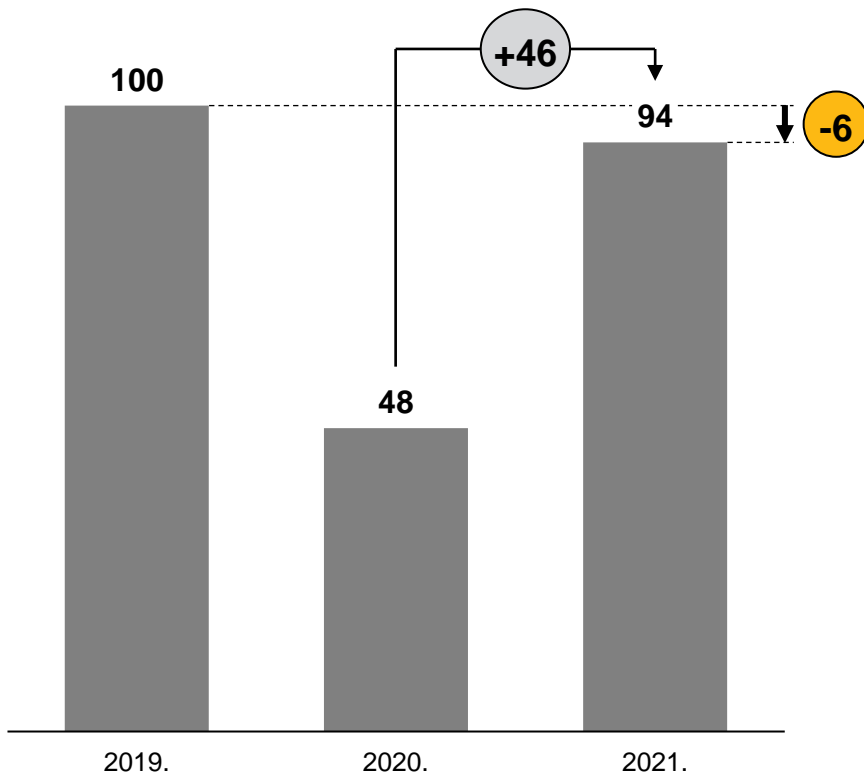
Kampovi s minimalno 1 noćenjem, indeks, 2021./2019.



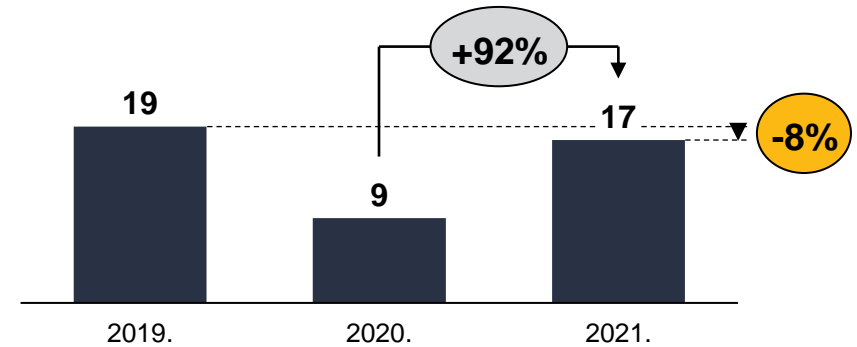
Kampovi su uspješno odradili 2021. sa samo 6% nižim ukupnim prihodima u odnosu na 2019.

Analiza prihoda kampova u RH, 2019.-2021.

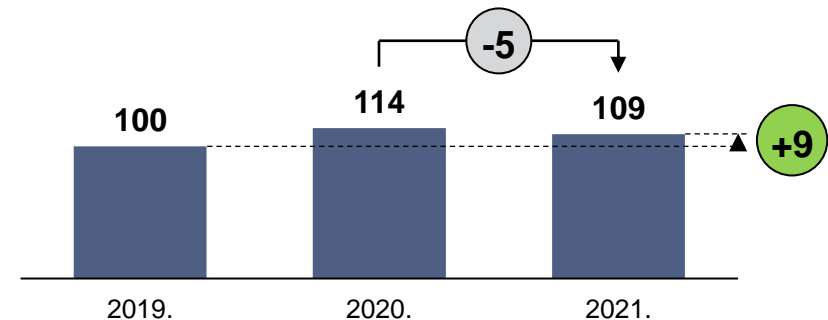
Ukupni prihodi kampova, indeks



Broj noćenja (mil.)

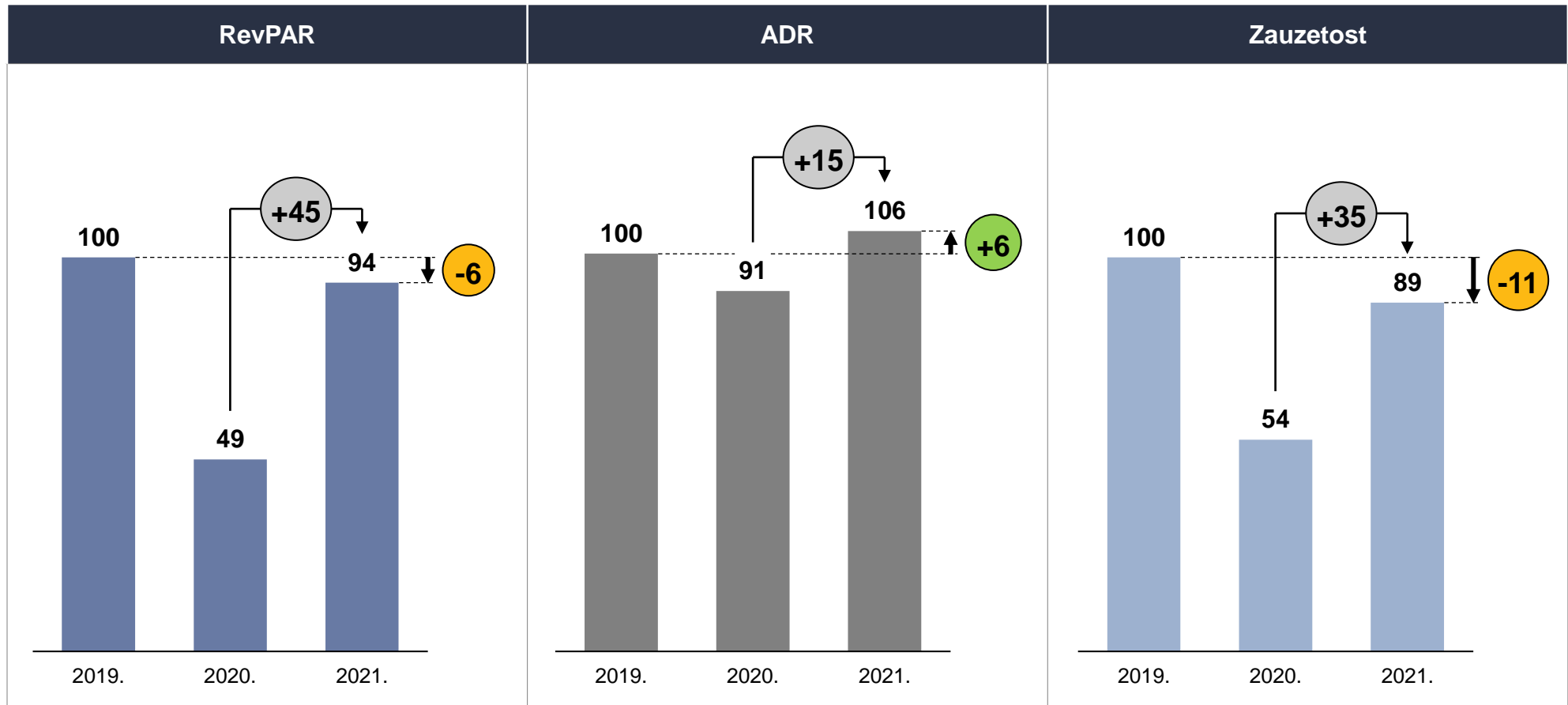


Prosječan prihod od smještaja po noćenju, indeks



Zauzetost niža za 11% relativno je nadoknađena rastom cijena od 6%

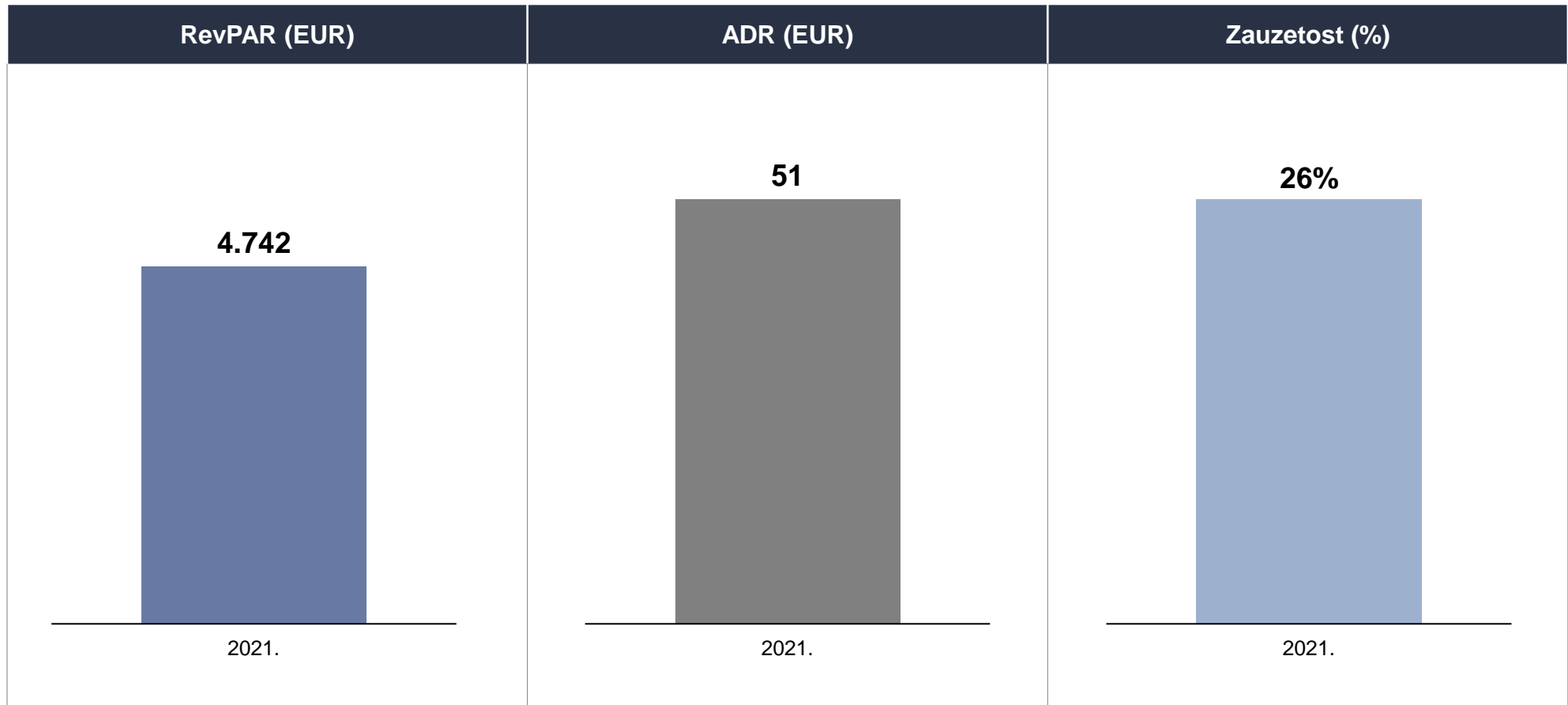
Ključni pokazatelji poslovanja kampova u RH, indeks, 2019.-2021.



RevPAR= prihod po jedinici (mobilnoj kućici ili parceli); ADR= prosječna dnevna cijena; Zauzetost temeljem cijele godine
 Izvor: Benchmarking kampova – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, BlueRock Consulting

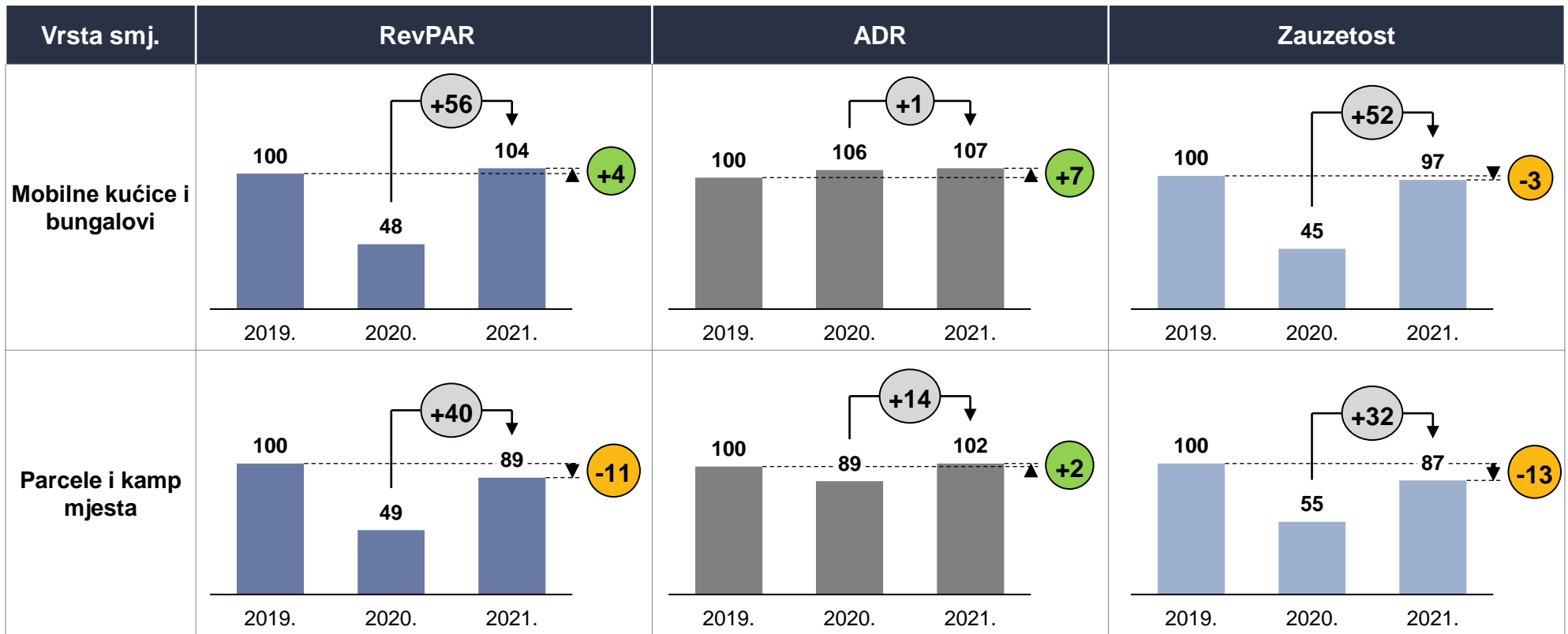
Prosječna godišnja zauzetost kampova u 2021. iznosila je 26% uz RevPAR od 4,7 tis. EUR

Ključni pokazatelji poslovanja kampova u RH, 2021.



Mobilne kućice kao proizvod više dodane vrijednosti potpuno su se oporavile od krize, te su u 2021. ostvarile 4% viši RevPAR od 2019.

Ključni pokazatelji poslovanja kampova prema vrsti smještaja u RH, indeks, 2019.-2021.



- Kampovi su rasli primarno kroz mobilne kućice kao proizvod više kvalitete i dodane vrijednosti, koje su pokazale snažniji oporavak od krize- RevPAR je time narastao za 4% u 2021.- rast cijene neutralizirao je utjecaj još uvijek 3% niže zauzetosti

Mobilne kućice su s prosječnim godišnjim ADR-om od 134 EUR ostvarile bolji rezultat od prosjeka hotela s 4* koji iznosi 116 EUR

Ključni pokazatelji poslovanja kampova prema vrsti smještaja u RH, 2021.

Vrsta smj.	RevPAR (EUR)	ADR (EUR)	Zauzetost (%)
Mobilne kućice i bungalovi	13.283	134	27%
Parcele i kamp mjesta	3.136	34	25%



Hoteli



Kampovi

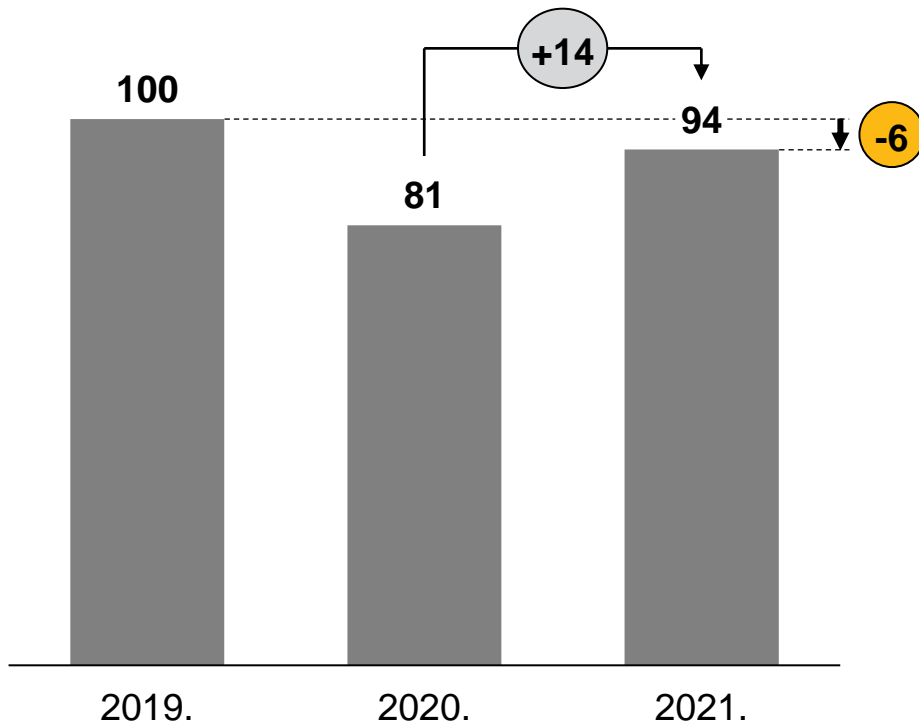


Marine

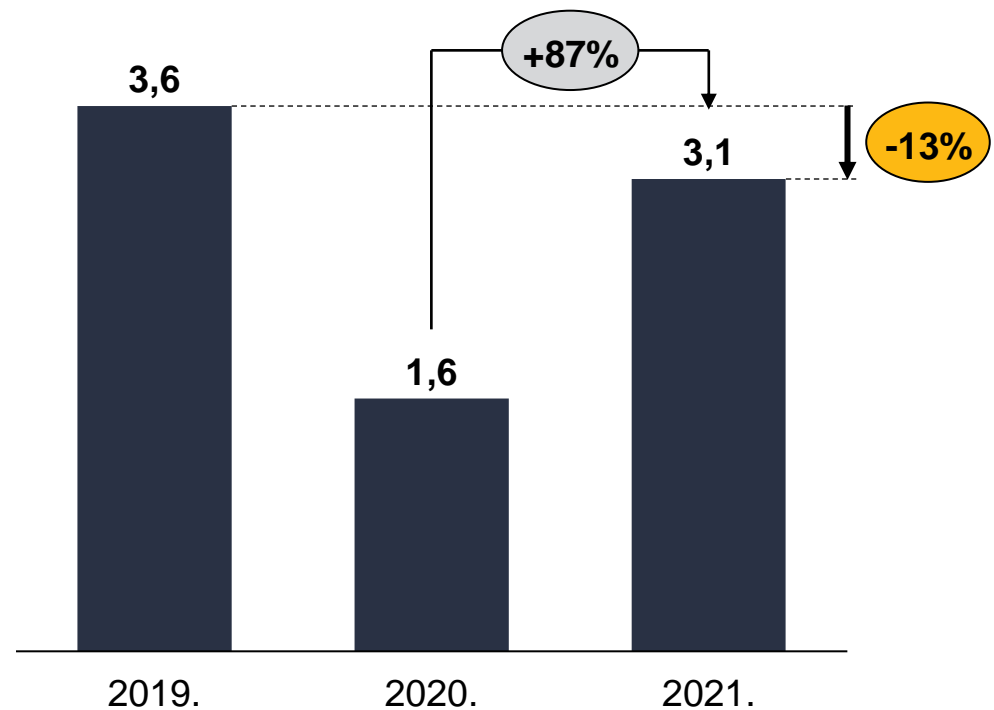
Nautički turizam relativno se dobro oporavlja, radi čega su marine u 2021. ostvarile samo 6% niže prihode od 2019.

Analiza prihoda marina u RH, 2019.-2021.

Ukupni prihodi, indeks

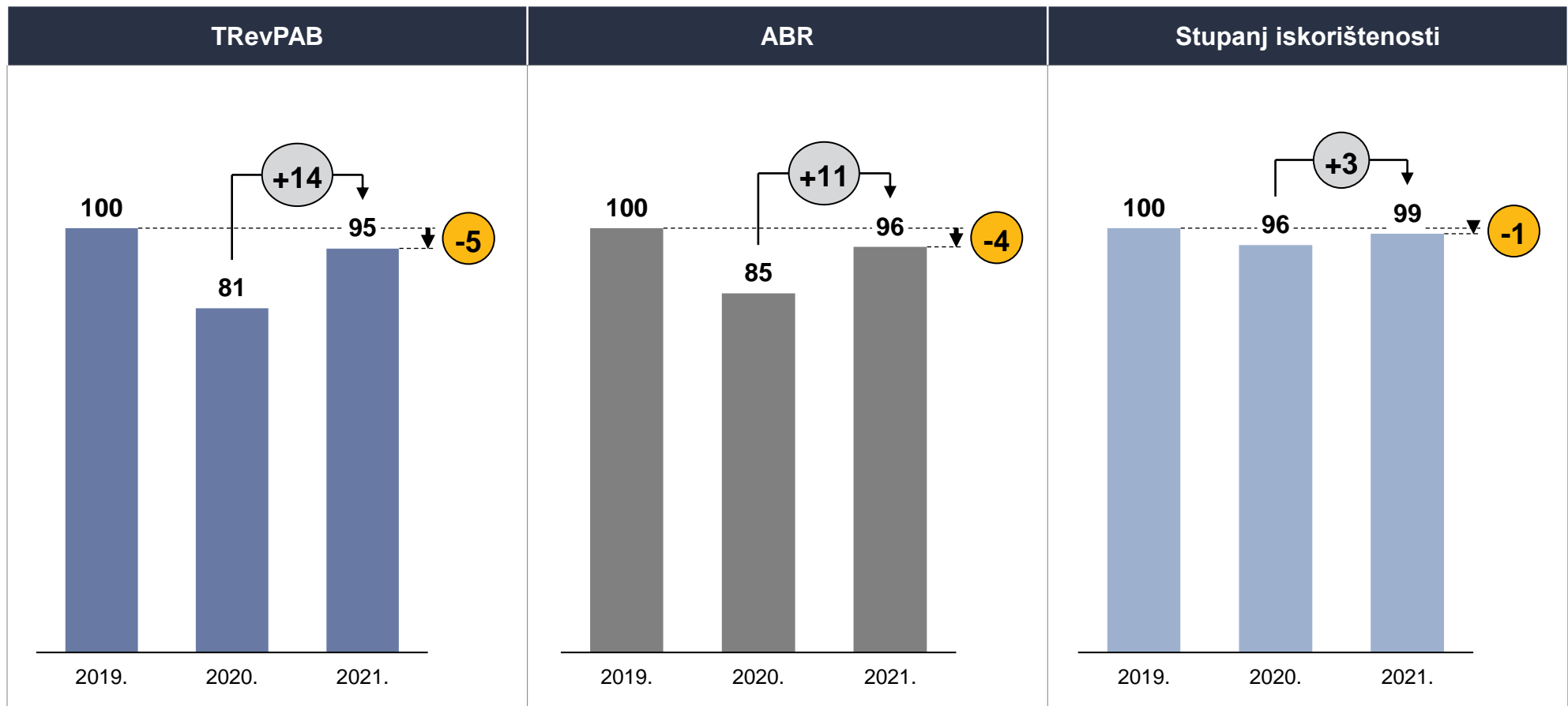


Broj noćenja u nautici (mil.)



Ostvareni TrevPAB u 2021. je 5% niži od 2019., uz nepromijenjeni stupanj iskorištenosti vezova

Ključni pokazatelji poslovanja marina u RH, indeks, 2019.-2021.

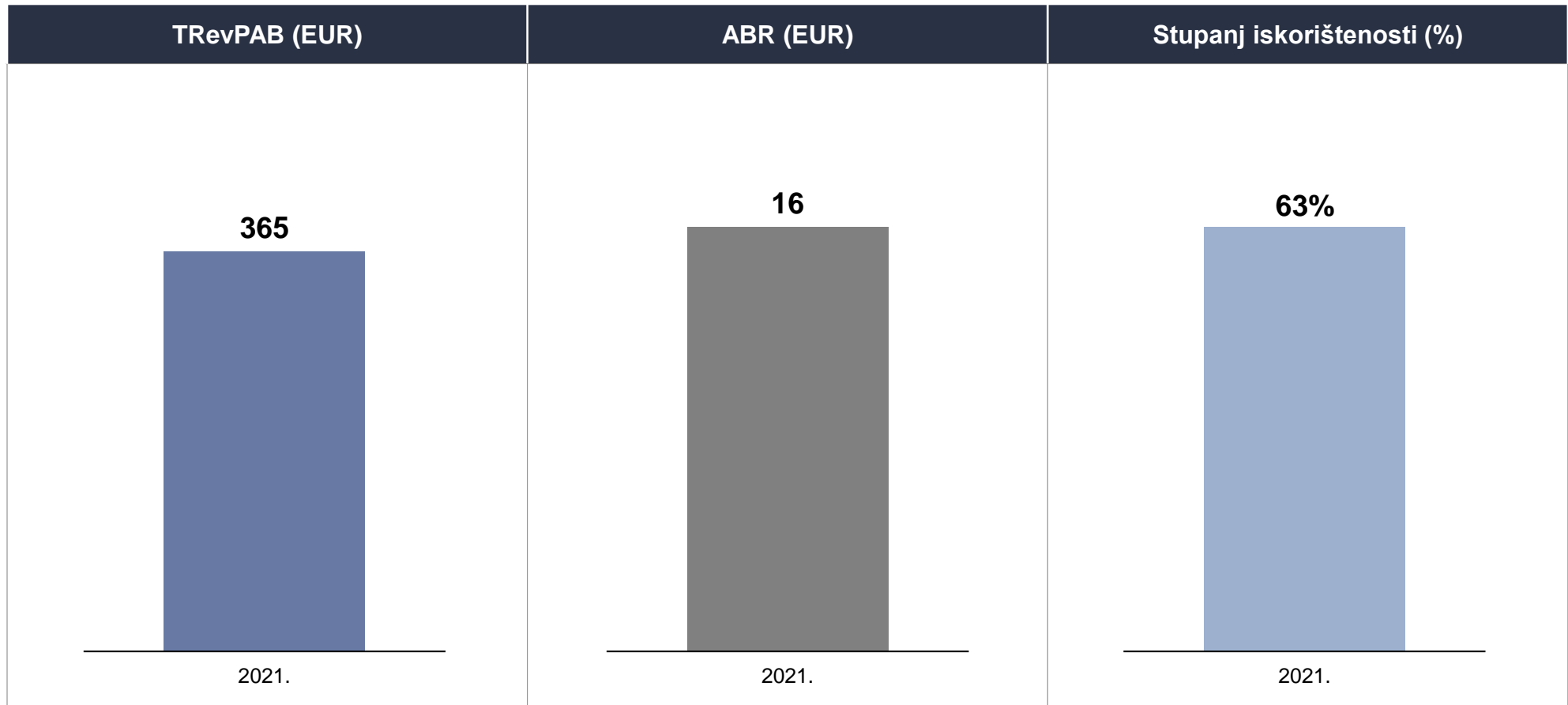


TRevPAB= ukupni prihod po dostupnom vezu; ABR= prosječna dnevna cijena po vezu

Izvor: Benchmarking marina – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, BlueRock Consulting

Prosječni ABR u 2021. iznosi 16 EUR, uz TRevPAB od 365 EUR

Ključni pokazatelji poslovanja marina u RH, 2021.



Odricanje od odgovornosti

Ovaj izvještaj je rezultat zajedničke inicijative zagrebačkog ureda konzultantske kuće BlueRock Consulting i Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije. Cilj je korištenjem vlastitih resursa i sposobnosti dati svoj doprinos u što objektivnijem sagledavanju trenutne situacije i turističkih rezultata 2021., te ukazati na potencijalne implikacije dobivenih rezultata. Nadamo se da će naša inicijativa biti objektivni kompas za donošenje odluka za oporavak i razvoj održivog turizma.

Izvještaj koji obuhvaća analizu turističkih rezultata 2021. u Hrvatskoj, primarno se vodi analizom rezultata od siječnja do prosinca 2021. Osnova izvještaja su podaci prikupljeni kroz mjesečne izvještaje Benchmarking hotela, Benchmarking kampova i Benchmarking marina Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na uzorku od hotela, kampova i marina koji su u potpunosti i ispravno u bazu podataka Benchmarking hrvatskog hotelijerstva unijeli mjesečne podatke o poslovanju za 2019., 2020. i 2021. godinu.

BlueRock Consulting i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu ne preuzimaju nikakvu odgovornost prema bilo kome drugome ili za bilo koju drugu svrhu u vezi s ovim izvještajem. Spremní smo staviti na raspolaganje kopiju ovog dokumenta potencijalnim zainteresiranim stranama, samo pod uvjetom da prihvaćaju da nemamo odgovornosti ili bilo kakve obveze prema njima u svezi ovog izvještaja. Daljnje informacije o rezultatima izvještaja moguće je zatražiti direktno kod autora izvještaja.

BlueRock Consulting

Andrej Šimatić
Partner, Zagreb
asimatic@bluerockcompany.com

Emanuel Tutek
Partner, Zagreb
etutek@bluerockcompany.com

<http://bluerockcompany.com/>



Prof. dr. sc. Sandra Janković
Dekanica Fakulteta za menadžment u turizmu i
ugostiteljstvu
Voditeljica Benchmarkinga
sandrai@fthm.hr

Prof. dr. sc. Zdenko Cerović
Redoviti profesor u trajnom zvanju
Voditelj Benchmarkinga
zdenko.cerovic@fthm.hr



<http://www.hotel-benchmarking.com/>
