



# Turistička sezona 2022. godine u Hrvatskoj

## Analiza rezultata benchmarkinga hotela i kampova u Hrvatskoj

Prosinac 2022.



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZA MENADŽMENT  
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
OPATJIA, HRVATSKA



**Benchmarking**  
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

**BRC.**  
BlueRock Consulting

## Masovni turizam se vratio.

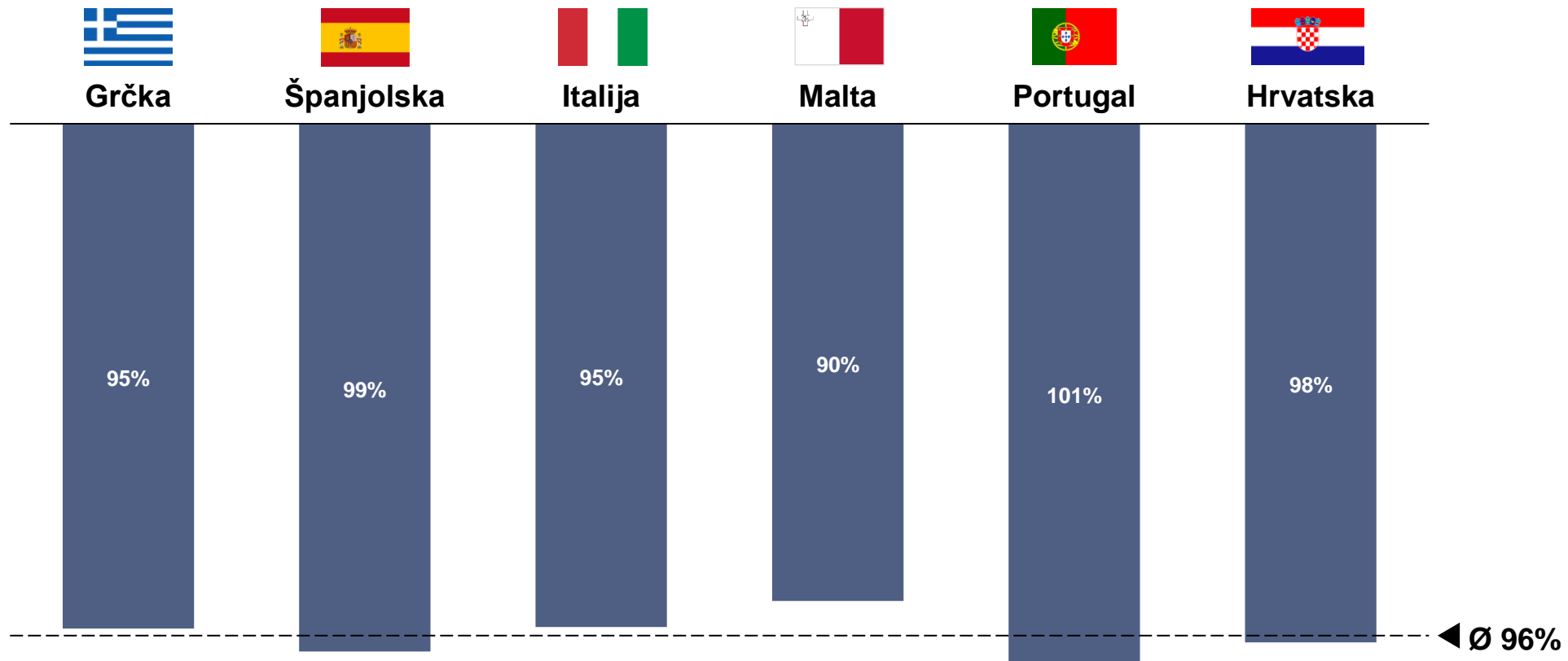
**Cijene hotela su 25% više nego 2019., a 8% rast u odnosu na 2021. je „pojela” inflacija.**

### Sažetak rezultata

- **Nakon dvije COVID-19 sezone, 2022. bilježi gotovo potpuni oporavak turizma sa samo 2% noćenja manje nego u 2019.**
  - Oporavak je vidljiv i na ostatku Mediterana, koji bilježi 96% turističkih noćenja u odnosu na 2019.
  - Mobilnost je bila relativno veća, dolazi do oporavka i ključnih fly-in tržišta, no drive-in tržišta su bila ključna kao i prethodne dvije godine
  - Hoteli su bili gotovo u punom kapacitetu (98% otvorenosti), dok je u segmentu kampinga nastavljen trend otvaranja kampova kojih je u prosjeku 9% više nego 2019.
- **Rast prihoda hotela predvođen je rastom cijena koje su sada za 25% više u odnosu na 2019.**
  - Hoteli su u ljetnoj sezoni ostvarili 5% veće prihode nego 2019., i to primarno kroz rast zauzetosti od 25% (na 79%) u odnosu na sezonu 2021., a to znači zaostatak od 9% u odnosu na zauzetost 2019. god.
  - Cijene u sezoni, su od 2019. porasle za 25%, a 8% porast u odnosu na prošlu sezonu niži je od prosječne stope inflacije (12,4%)
  - Najuspješniji oporavak kao i najveći rast cijena vidljiv je kod hotela visoke dodane vrijednosti
  - Daljnji rast kroz cijene i postojeći prostor u trenutnom proizvodu je upitan – rast prihoda je generiran rastom cijene smještaja, dok po pitanju ostalih sadržaja nije napravljen veći iskorak (udio prihoda od prodaje soba, u ukupnim prihodima raste s 71% u sezoni 2019. na 76% 2022.)
- **Kamping više razine kvalitete (mobilne kućice) postao je ozbiljan konkurent hotelima 4\* i nižim kategorijama**
  - RevPAR mobilnih kućica je 25% veći nego 2019. i to primarno zbog 25% rasta ADR-a
  - Mobilne kućice sada ostvaruju gotovo isti prihod od smještaja po jedinici kao i hoteli sa 4\*, a cijena im je veća 11%
  - Kampovi su, kao i hoteli, ostvarili više cijene i time postigli 19% viši prihod po jedinici u odnosu na 2019.

# Mediteran se gotovo u potpunosti oporavio od COVID-19 krize

Indeks (2019.g.= 100) turističkih noćenja na Mediteranu, 6.-9.mj., 2022./2019.<sup>1</sup>

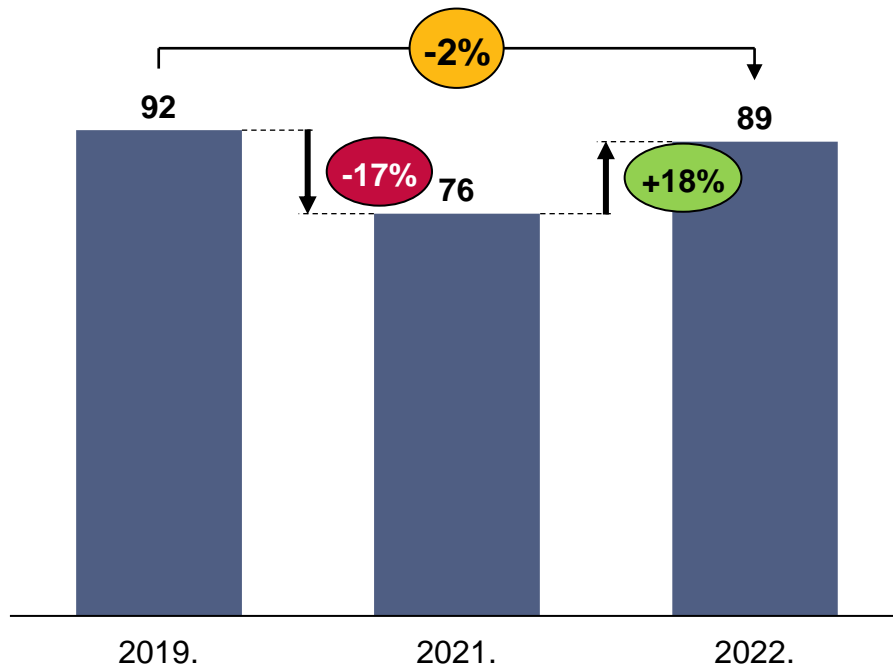


1) Turska nije uključena u listu zbog nedostupnosti podataka o broju turističkih noćenja za kolovoz u trenutku izrade izvještaja  
 Izvor: Eurostat, FMTU, BlueRock Consulting

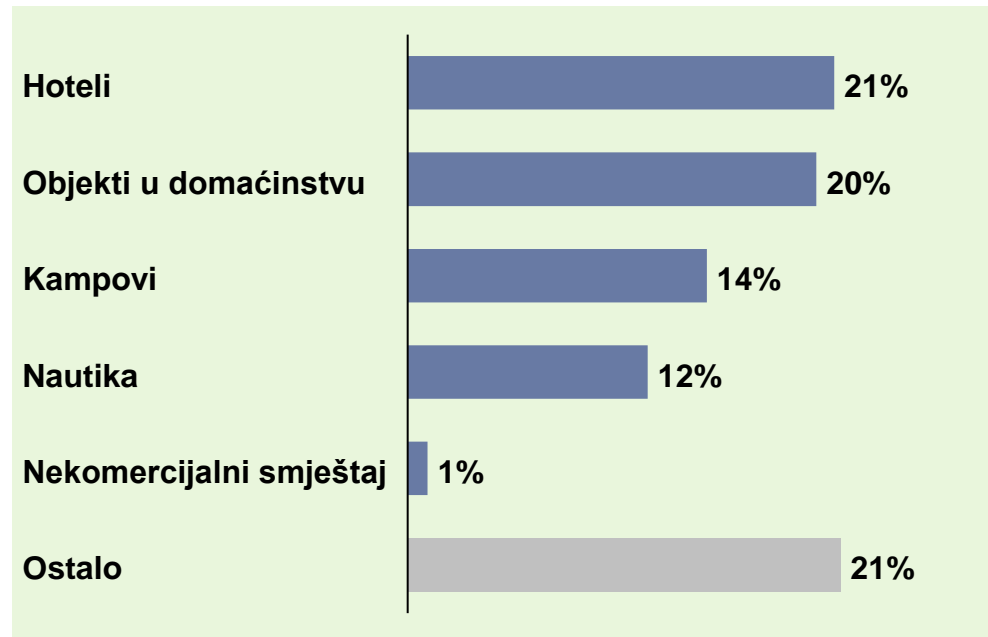
# Ljetna sezona 2022. bilježi porast noćenja od 18% te je prema volumenu gotovo na razini rekordne 2019. (-2%)

Noćenja u Hrvatskoj, 6.-9.mj., 2019.-2022.

Broj noćenja (mil.)



Usporedba broja noćenja po tipovima smještaja (2021./2022.)

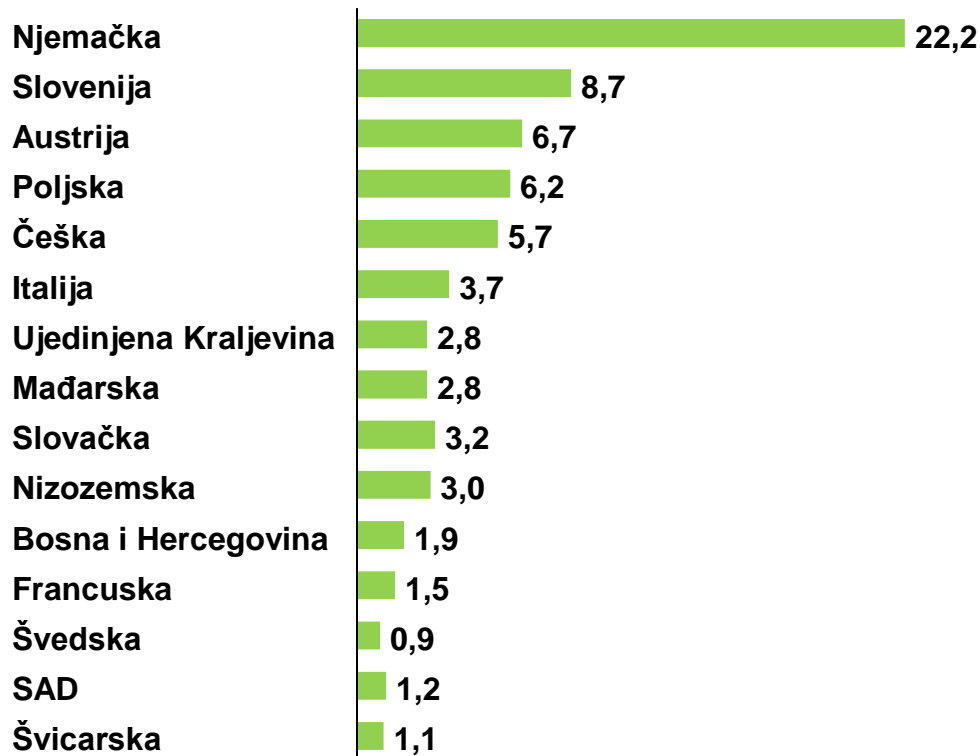


**Broj noćenja bilježi rast u svim vrstama smještaja, a najviše u hotelskom (21%)**

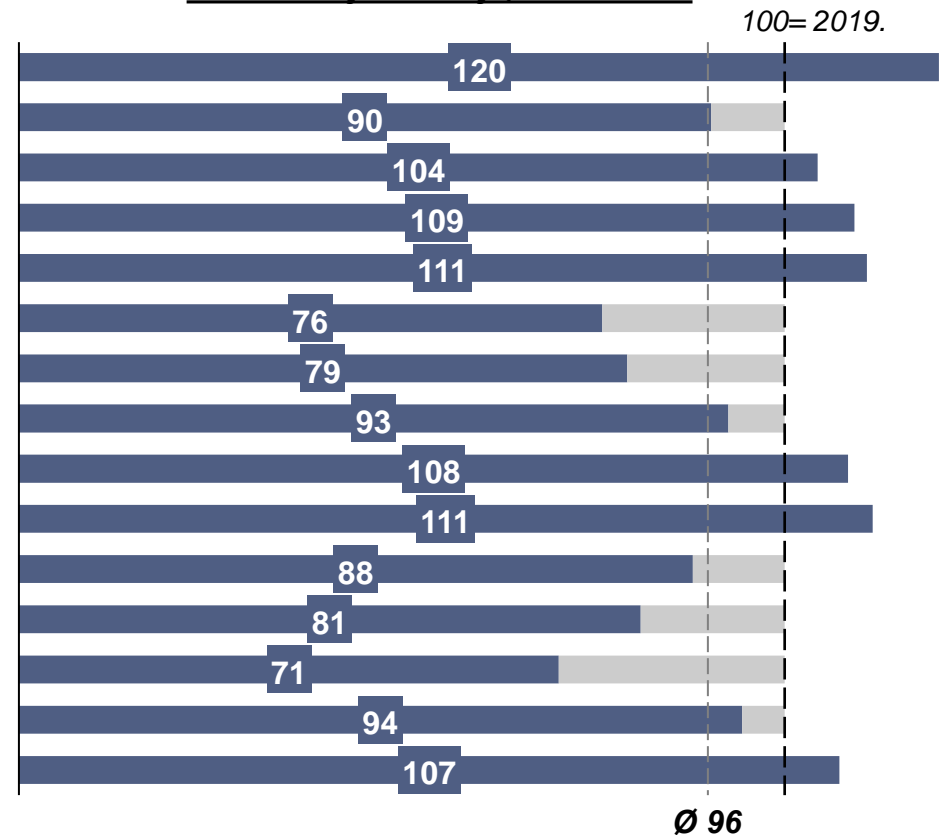
# Brzi oporavak omogućila su drive-in tržišta

## Pregled noćenja u Hrvatskoj po emitivnim tržištima<sup>1</sup>, 6.-9.mj., 2022.

Broj noćenja po emitivnim tržištima, 2022. (mil.)



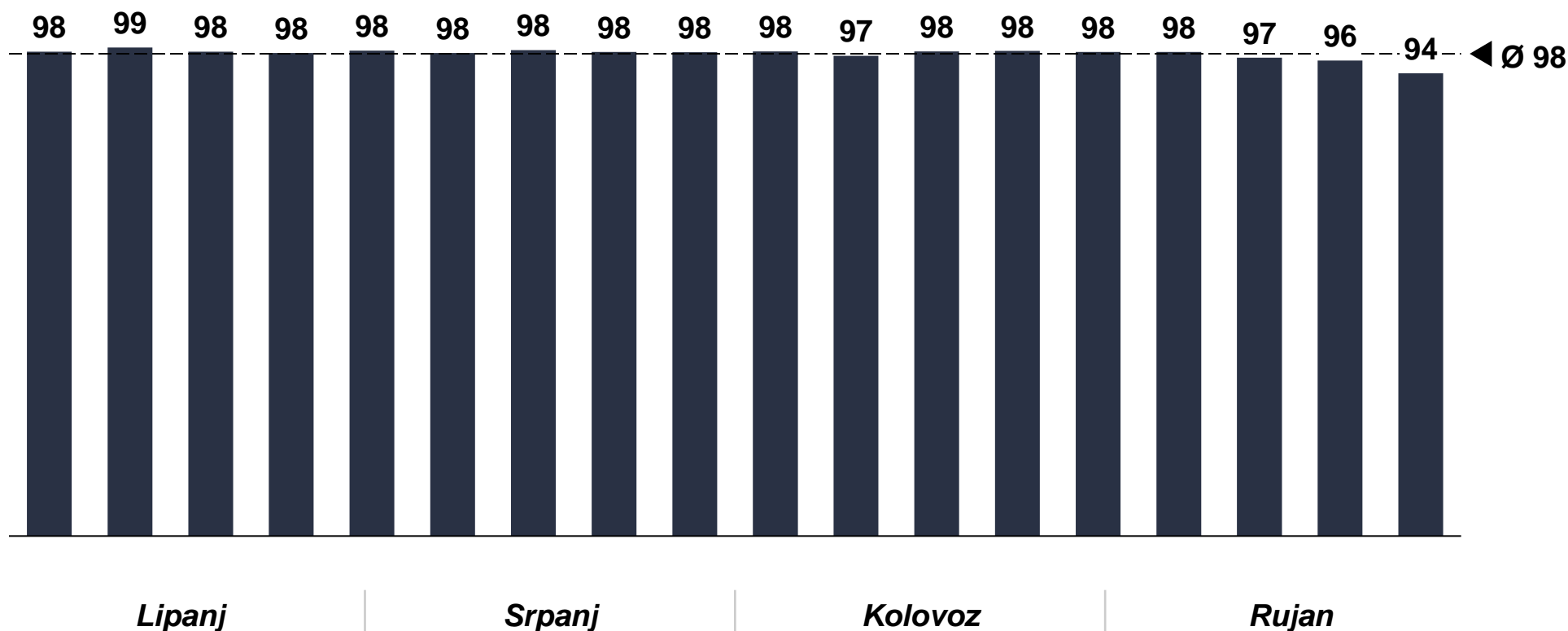
Indeks broja noćenja, 2022./2019.



1) Odabranih 15 tržišta redoslijedom prema najvećem broju noćenja u 2019.  
 Izvor: HTZ – Informacije o tijeku sezone, FMTU, BlueRock Consulting

# U ljetnoj sezoni radilo je u prosjeku 98% hotela u odnosu na 2019.

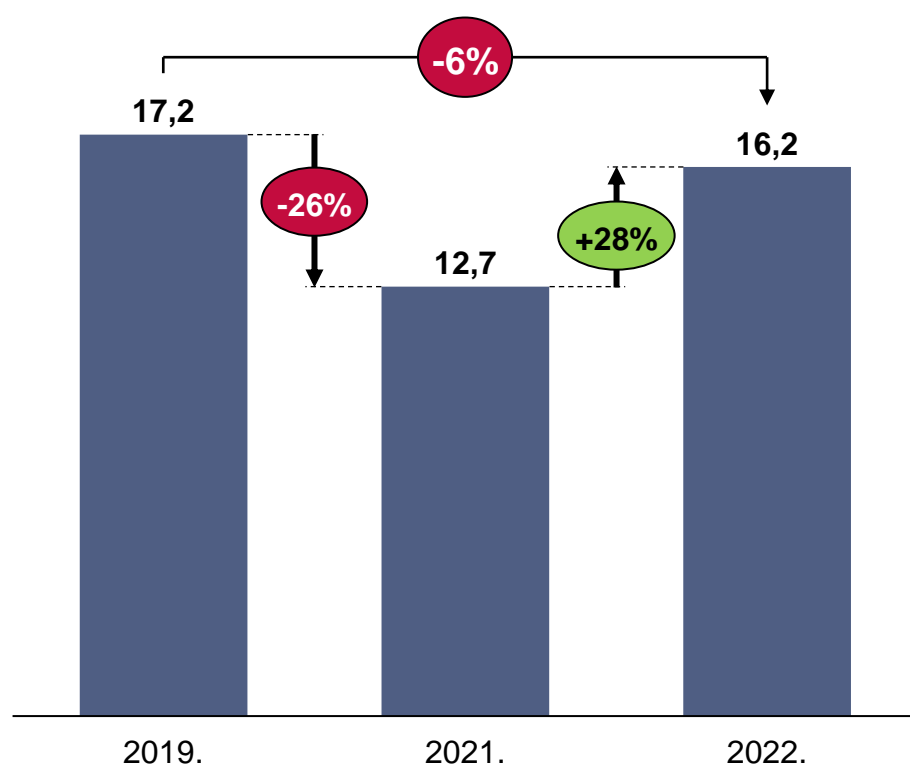
Indeks broja hotela s minimalno jednim noćenjem, 2022./2019.



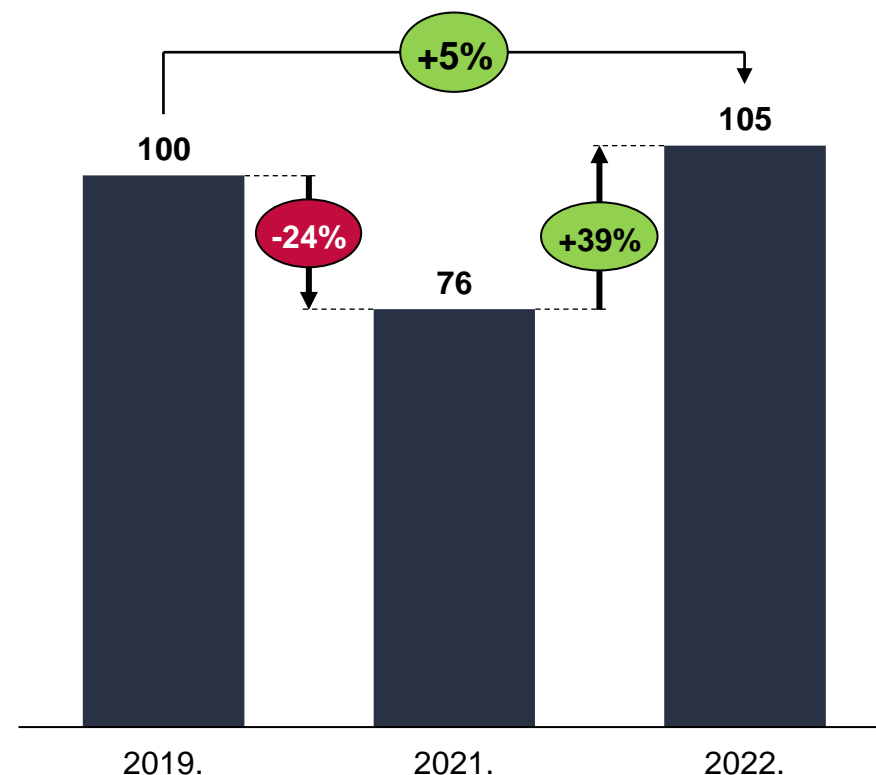
# U hotelima je ostvareno 6% manje noćenja, ali 5% viši prihodi

Pregled turističkih noćenja u hotelima i ukupnih prihoda, 2019.-2022.

Broj noćenja, 2019.-2022. (mil.)

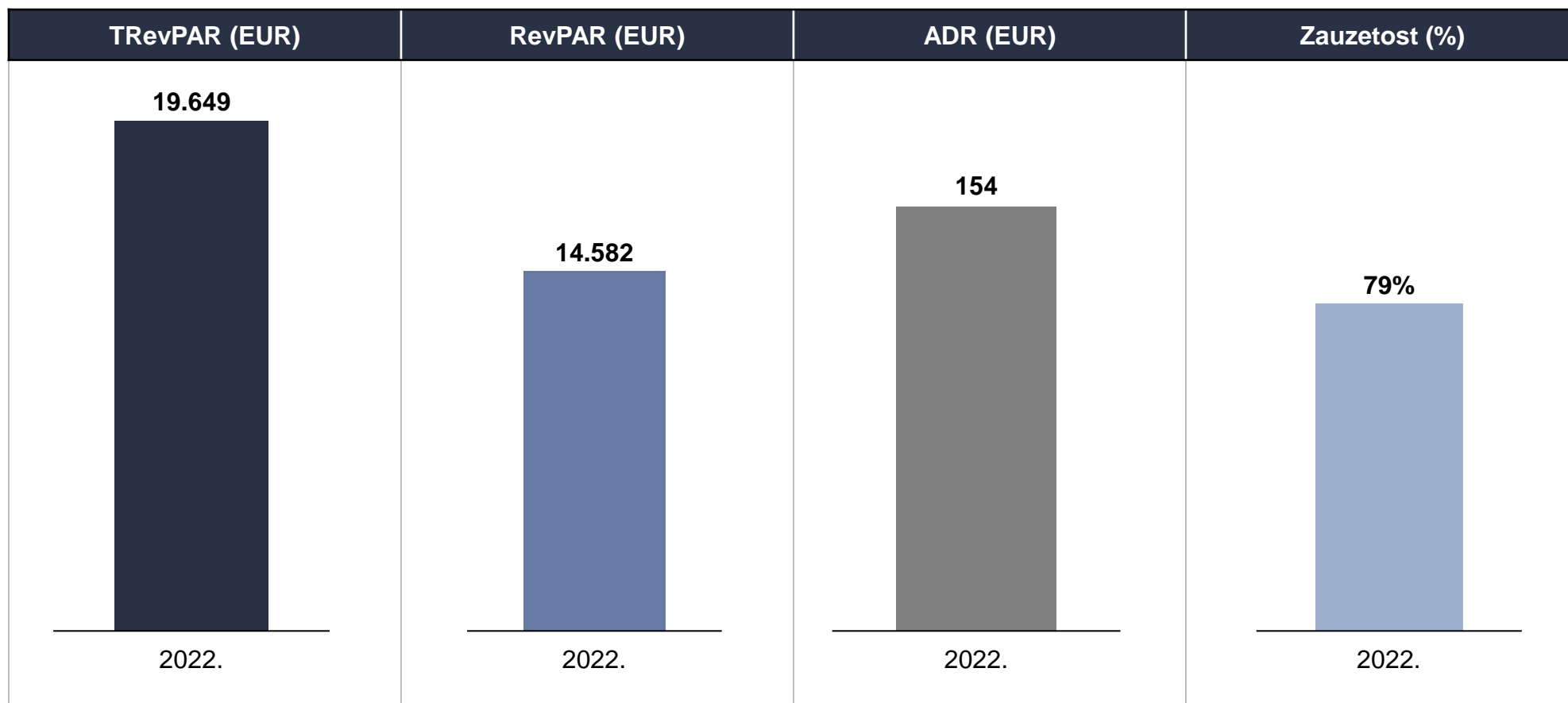


Simulacija kretanja ukupnih prihoda (Indeks)



## Prosječni ADR hotela u 2022. iznosi 154 EUR

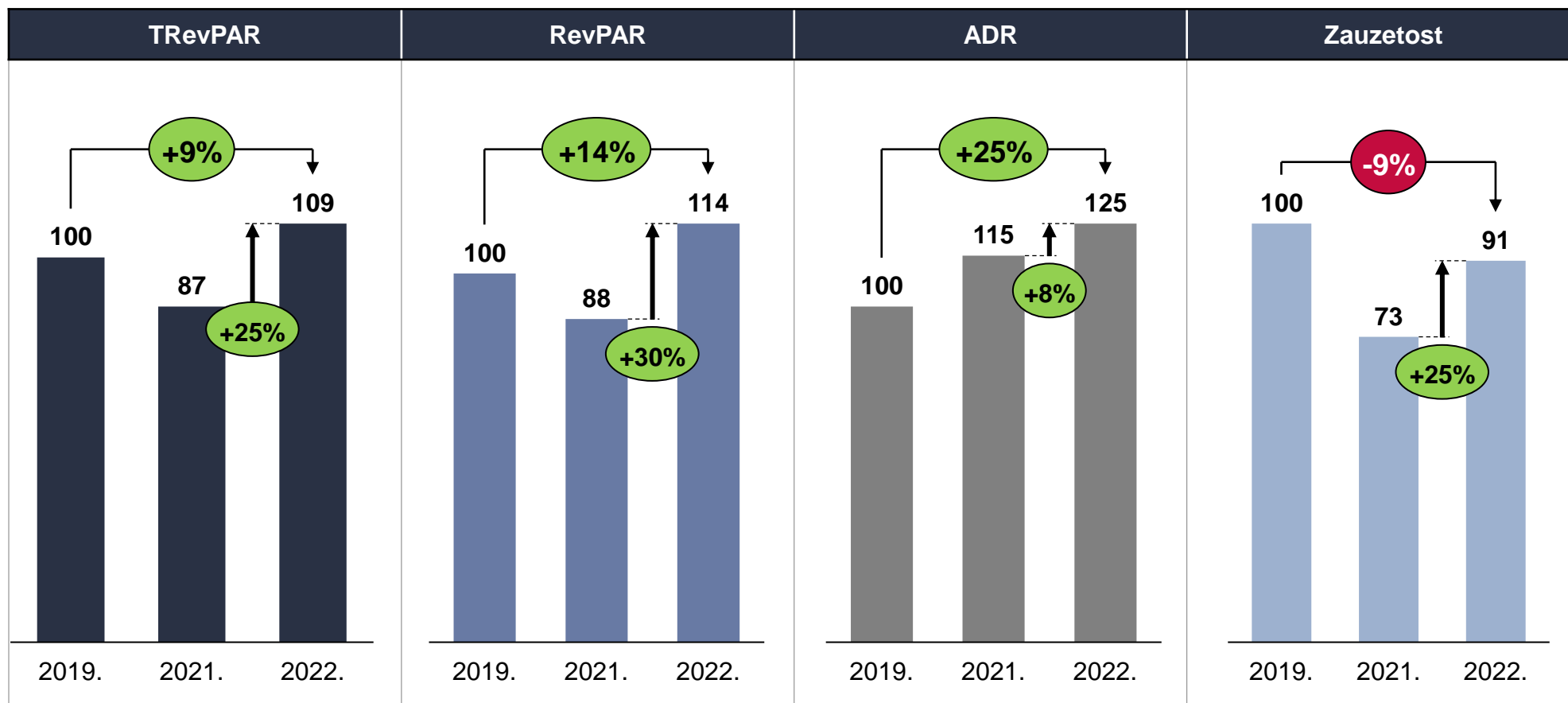
### Prosječni pokazatelji poslovanja hotela u sezoni, 2022.





# Ukupni prihod po sobi je veći 9% i porastao je primarno kroz RevPAR, u kojem je zauzetost veća 25% i ADR 8%

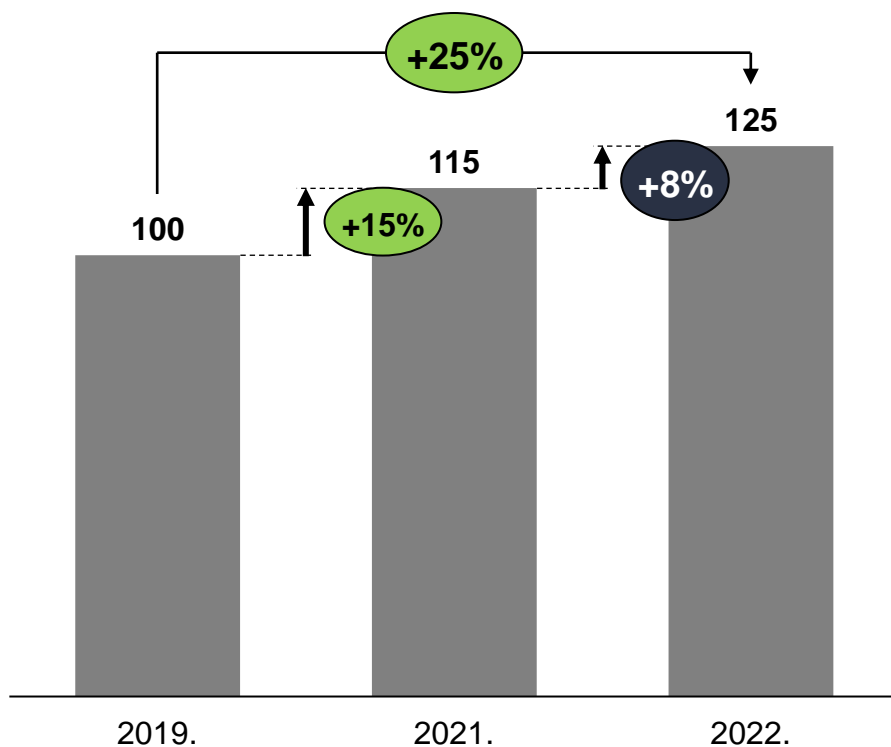
Indeks ključnih pokazatelja poslovanja hotela, 6.-9.mj., 2019.-2022.



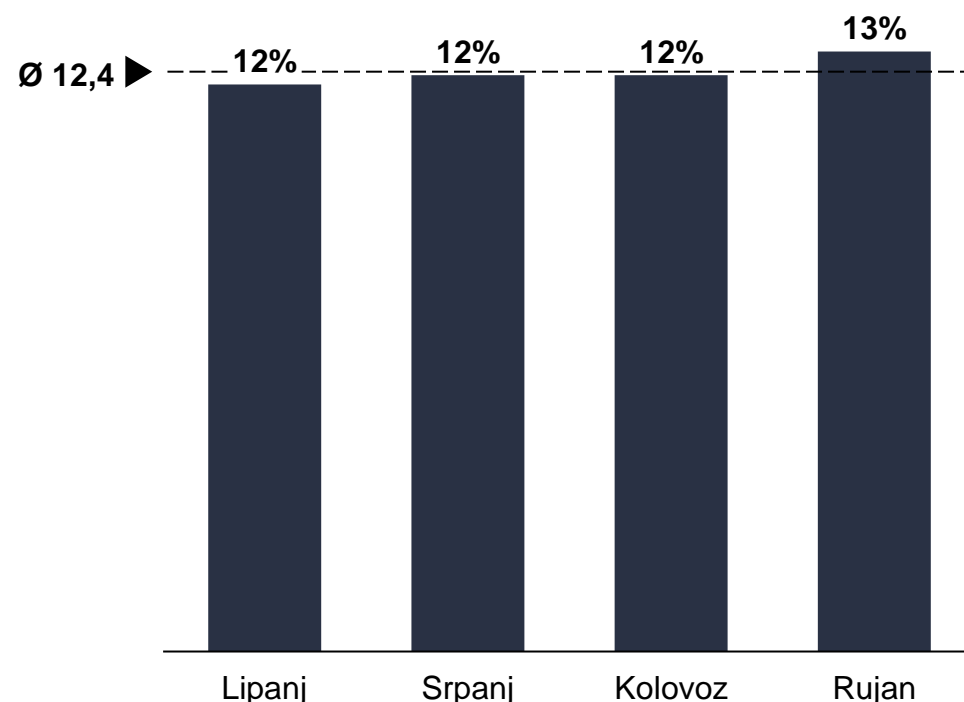
# Cijene u sezoni, su od 2019. porasle 25%, a 8% porast 2021./22. niži je od prosječne stope inflacije

Usporedba povećanja prosječnih cijena smještaja i razine inflacije, 2019.-2022.

ADR (indeks)



Godišnja stopa inflacije 2021./2022.



ADR= prosječna dnevna cijena sobe

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

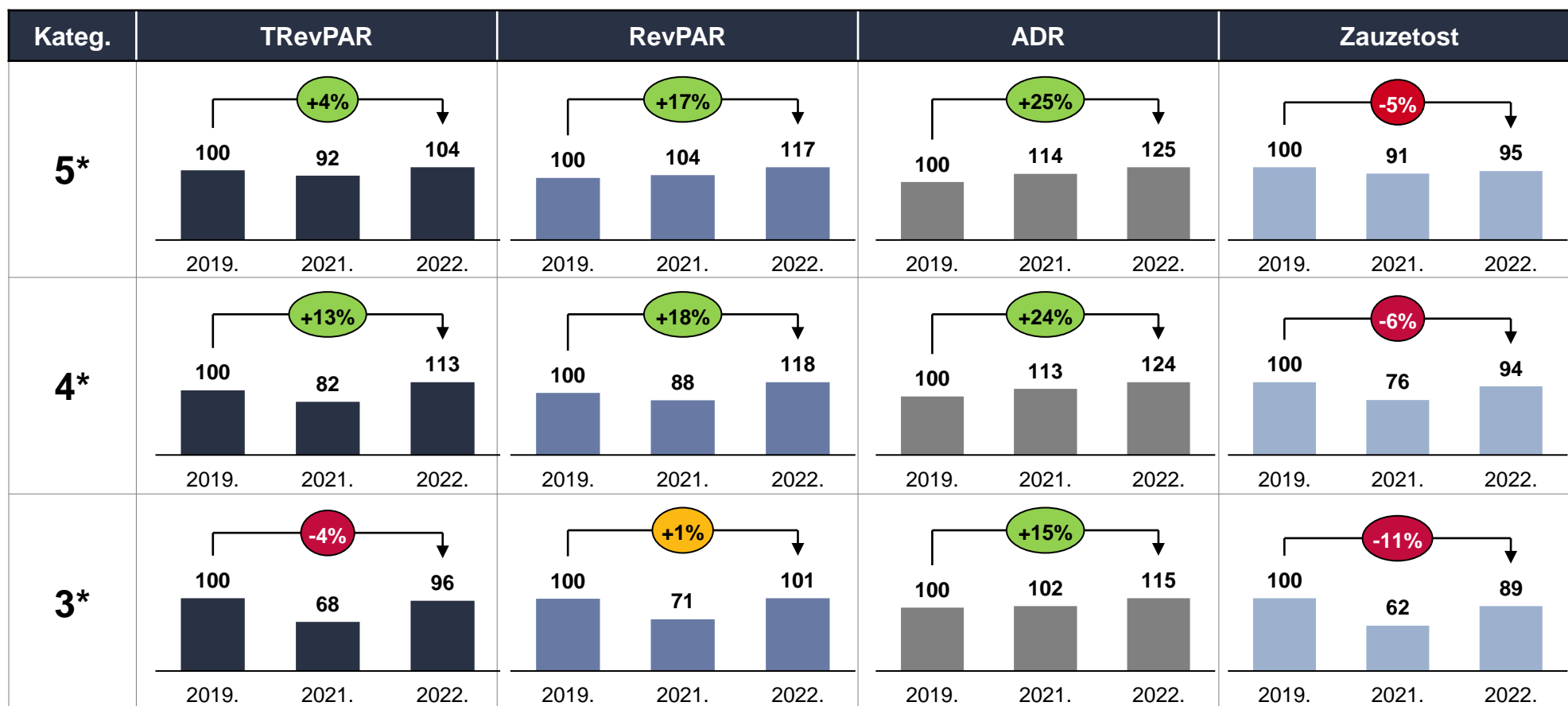
## Postoji prostor za napredak u prodaji ostalih sadržaja i usluga u hotelima više dodane vrijednosti

Ključni pokazatelji poslovanja hotela, prema kategorizaciji, 6.-9.mj., 2022.

Kateg.	TRevPAR (EUR)	RevPAR (EUR)	ADR (EUR)	Zauzetost (%)
5*	33.988	26.953	299	77%
4*	19.338	14.241	140	82%
3*	11.470	8.801	92	79%

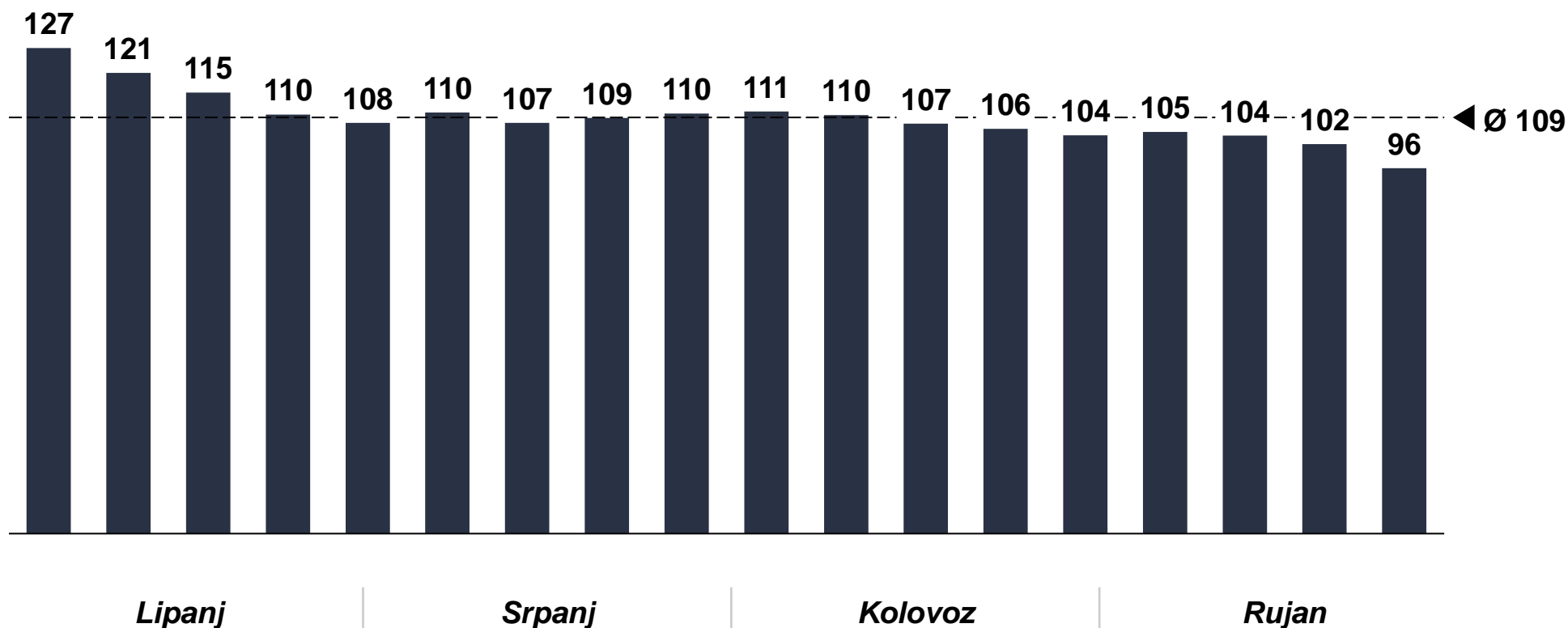
# Hoteli više dodane vrijednosti pokazali su veću otpornost odnosno najbrži oporavak

Indeks ključnih pokazatelja poslovanja hotela prema kategorizaciji, 6.-9.mj., 2019.-2022.



## U ljetnoj sezoni radilo je u prosjeku 9% više kampova u odnosu na 2019.

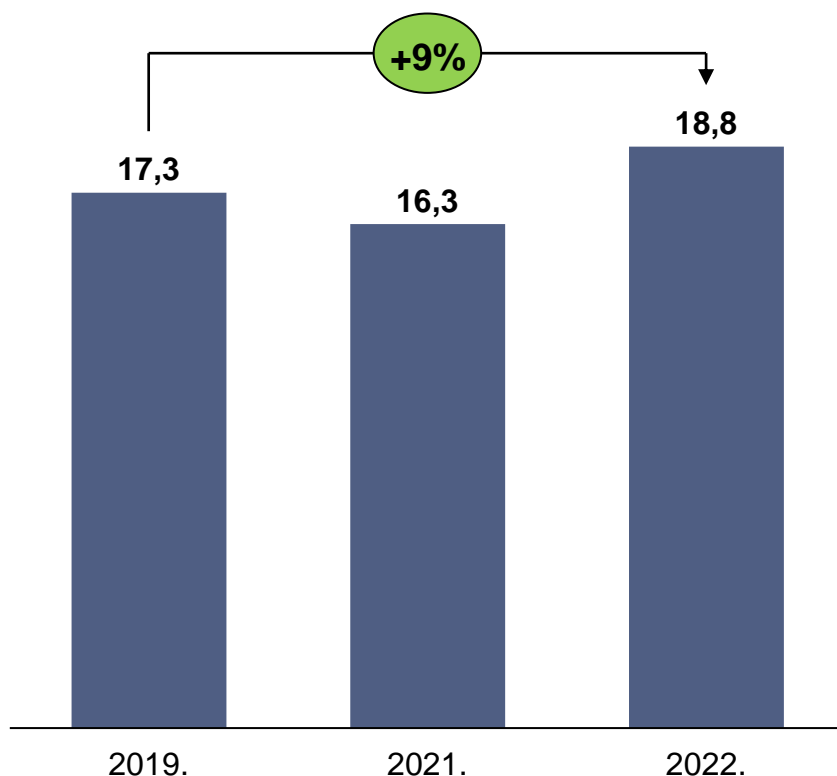
Indeks broja kampova s minimalno jednim noćenjem, 2022./2019.



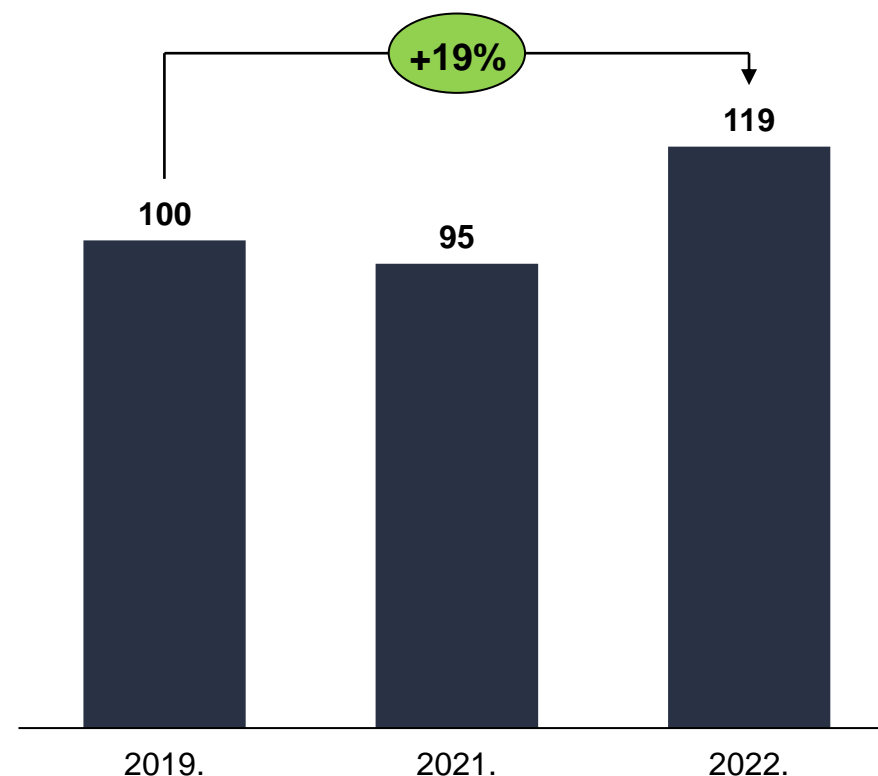
## 2022. bilježi rekordan broj noćenja i rekordne prihode u kampovima

Pregled turističkih noćenja u kampovima i ukupnih prihoda, 6.-9.mj., 2019.-2022.

Broj noćenja (mil.)

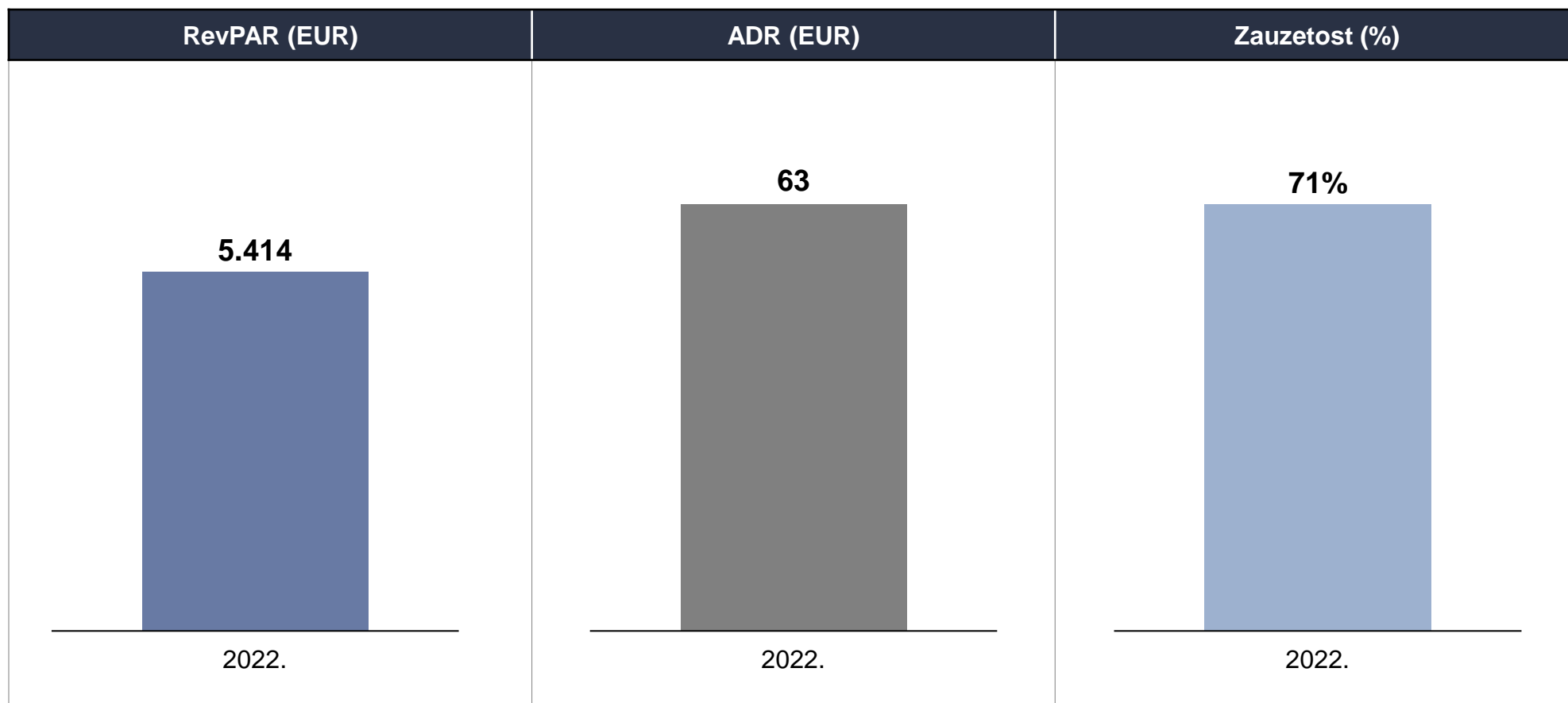


Simulacija kretanja ukupnih prihoda (Indeks)



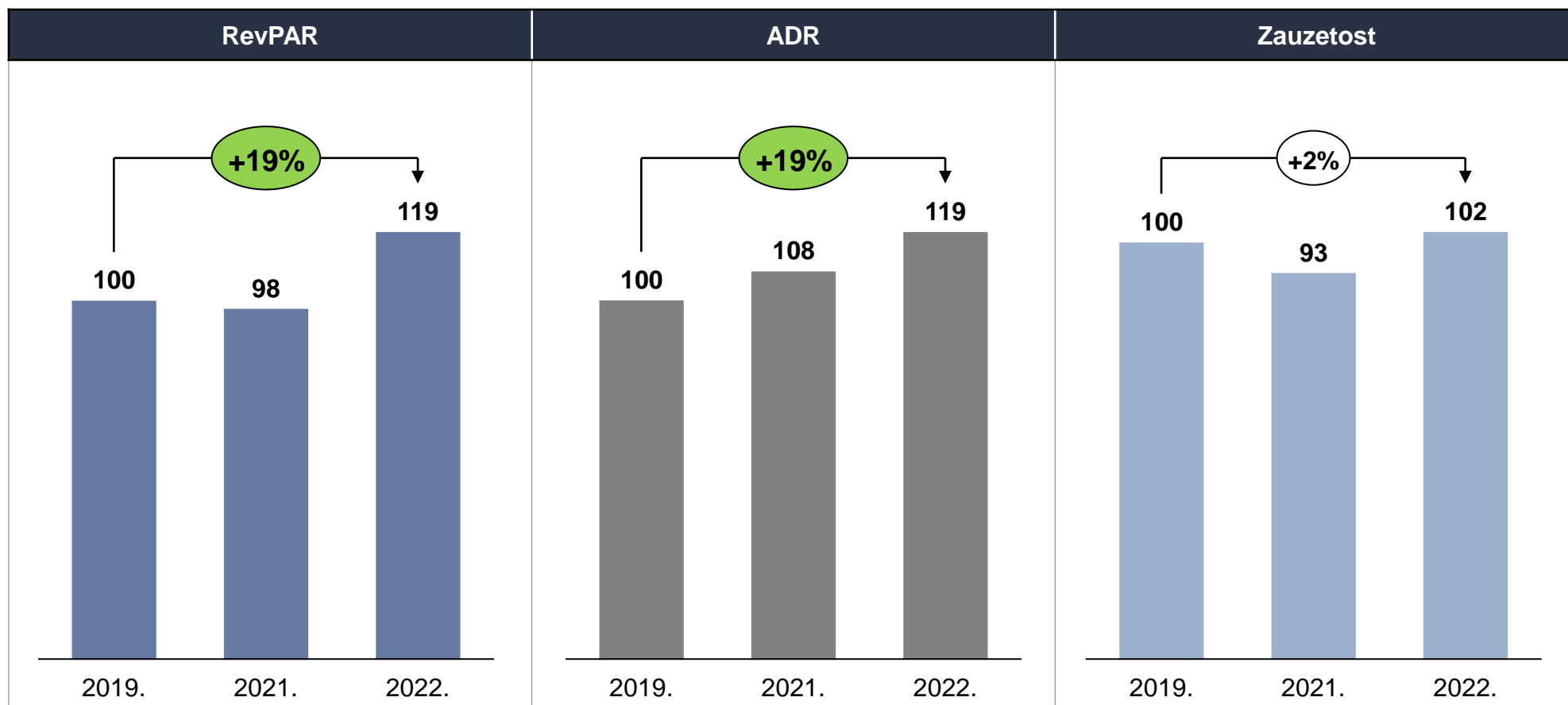
# Prosječna godišnja zauzetost kampova u 2022. iznosila je 71% uz RevPAR od 5,4 tis. EUR

Ključni pokazatelji poslovanja kampova, 6.-9.mj., 2022.



## Segment kampinga se nakon COVID-19 krize ubrzano razvija

Indeks ključnih pokazatelja poslovanja kampova, 6.-9.mj., 2019.-2022.



RevPAR= prihod po jedinici (mobilnoj kućici ili parceli); ADR= prosječna dnevna cijena sobe

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



## Prosječni ostvareni ADR mobilnih kućica u 2022. je 156 EUR

Ključni pokazatelji poslovanja kampova prema vrsti smještaja, 6.-9.mj., 2022.

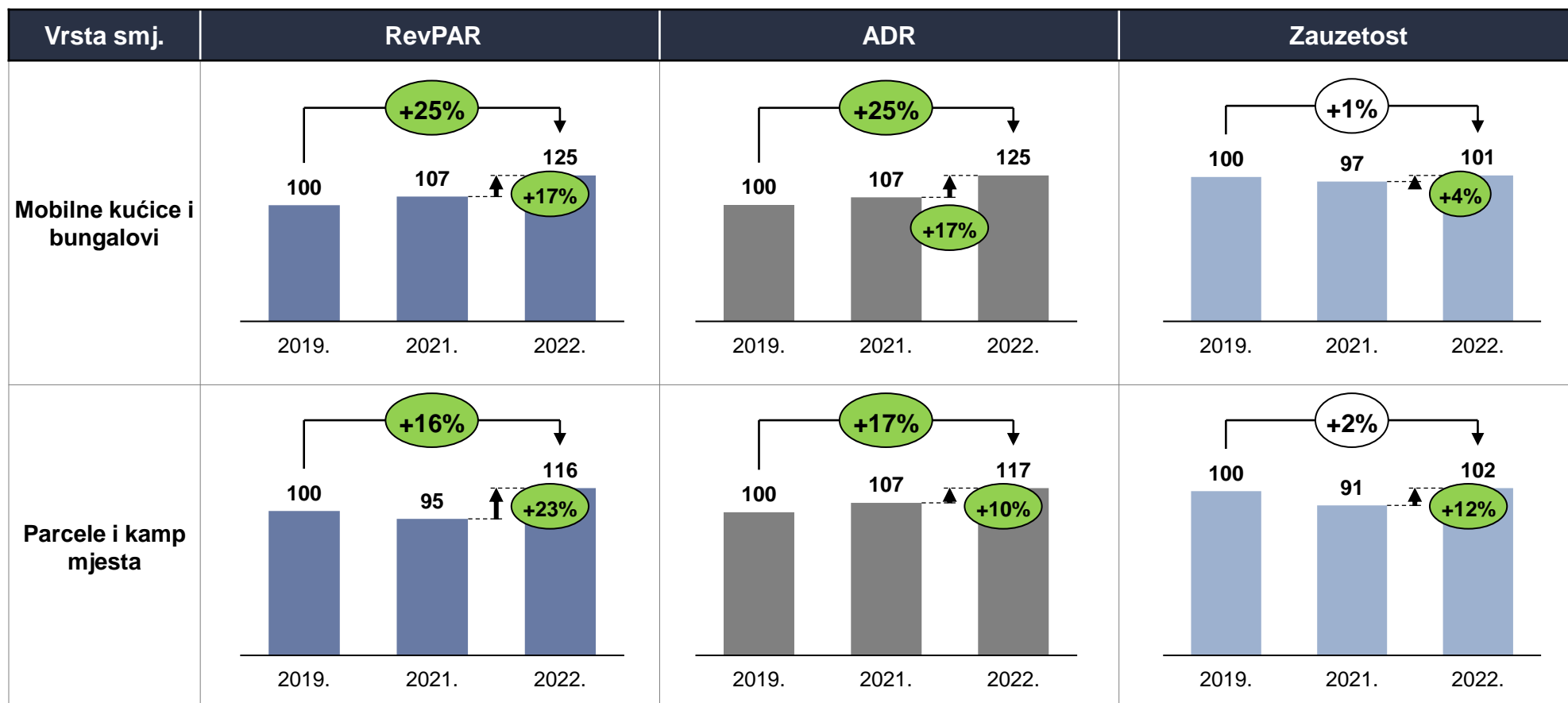
Vrsta smj.	RevPAR (EUR)	ADR (EUR)	Zauzetost (%)
Mobilne kućice i bungalovi	14.042	156	77%
Parcele i kamp mjesta	3.596	42	69%

RevPAR= prihod po jedinici (mobilnoj kućici ili parceli); ADR= prosječna dnevna cijena sobe

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

# RevPAR mobilnih kućica je 25% veći nego 2019. i to primarno zbog 25% rasta ADR-a

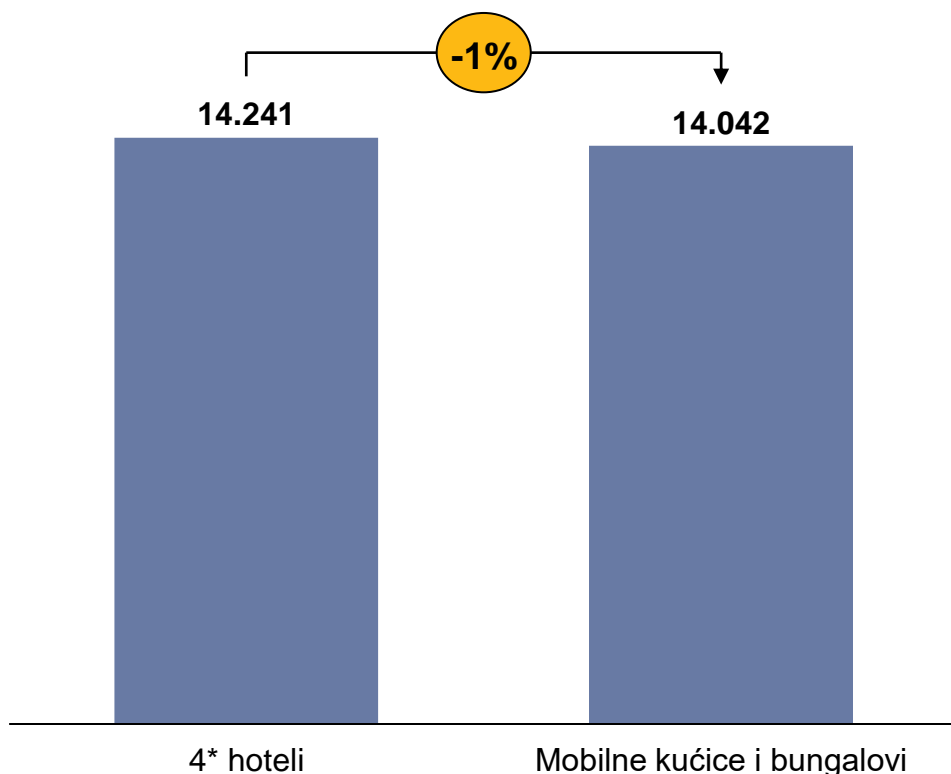
Indeks ključnih pokazatelja poslovanja kampova prema vrsti smještaja, 6.-9.mj., 2019.-2022.



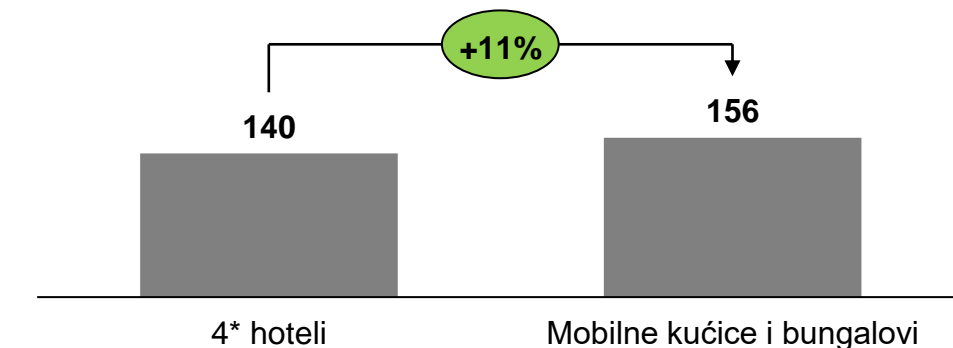
# Mobilne kućice sada ostvaruju gotovo isti prihod od smještaja po jedinici kao i hoteli sa 4\*, a cijena im je veća 11%

Usporedba performansi 4\* hotela te mobilnih kućica i bungalova, 6.-9.mj., 2022.

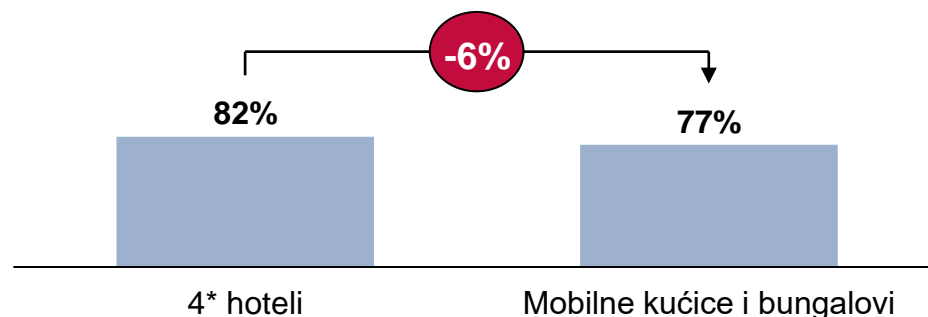
RevPAR (EUR)



ADR (EUR)



Zauzetost (%)



RevPAR= prihod po jedinici (mobilnoj kućici ili parceli); ADR= prosječna dnevna cijena sobe

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

## 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 rezultata turističke sezone 2022., te ukazati na potencijalne implikacije dobivenih rezultata. Nadamo se da će naša inicijativa biti objektivan kompas za razvoj održivog turizma.

Izvještaj koji obuhvaća analizu turističkih rezultata sezone 2022. u Hrvatskoj, primarno se vodi analizom rezultata od lipnja do rujna 2022. Osnova izvještaja su podaci prikupljeni kroz mjesečne izvještaje Benchmarking hotela i Benchmarking kampova Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na uzorku od hotela i kampova koji su u potpunosti i ispravno u bazu podataka Benchmarkinga unijeli mjesečne podatke o poslovanju za 2019., 2020., 2021. i 2022. 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. Spremni 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.

**BRC.**  
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/>

---