

Q2 2019

 **TURISTIČKI**
impuls

UVODNIK

Prvo polugodište tekuće godine pokazuje da su najave tržišnih izazova i turbulencija s početka godine bile točne. U uvjetima ekonomskih neizvjesnosti s emitivnih tržišta i rastuće konkurencije na Mediteranu, intenzivira se borba za svakog gosta, naročito u glavnoj sezoni.

Dodatno je planove u uvodu u pravu sezonu poremetio svibanj koji je zbog mnogo kiše donio slabije rezultate od očekivanja i dodatno unio nemir u sektor. Sve informacije kojima raspolažemo govore da će ova turistička sezona biti najizazovnija u posljednjih nekoliko godina. U politikama prilagodbe na novu tržišnu realnost vidjet ćemo prave granice konkurentnosti hrvatskog turizma. Najveći izazov ove i narednih godina bit će poslovno okruženje koje je u mnogo segmenata destimulativnije nego u drugim usporedivim državama na Mediteranu, gdje se nalazi naša prirodna konkurencija.

U ovom, drugom izdanju Turističkog impulsa, donosimo finalne rezultate poslovanja cjelokupnog smještajno-ugostiteljskog sektora u Hrvatskoj 2018. te procjene vodećih hotelijera Hrvatske o tržišnom uspjehu tekuće godine. Dajemo pregled aktualnih ekonomskih i tržišnih kretanja u Europi i na Mediteranu, uz aktivnosti konkurentnih zemalja u pogledu stvaranja povoljnog poslovnog okruženja.

Nadamo se da će informacije sadržane u ovom izdanju Turističkog impulsa pridonijeti boljoj informiranosti svih dionika u sektoru.

Veljko Ostojić,
direktor Hrvatske udruge turizma

KLJUČNE PORUKE

U 2018. VIDLJIVI PRVI ZNACI UTJECAJA NEGATIVNIH PROMJENA NA TRŽIŠTU NA REZULTATE SEKTORA

Poduzetnici u smještajno-ugostiteljskom sektoru Hrvatske u 2018. ostvarili su umjerene pokazatelje rasta performansi poslovanja, uz niži stupanj financijske stabilnosti nego prethodne godine. Stopa rasta troškova rada znatno nadmašuje stopu rasta dobiti.

TRŽIŠNI IZGLEDI U HRVATSKOJ U 2019. JOŠ UVIJEK U ZNAKU IZAZOVA

Rezultati istraživanja svjedoče o povećanom stupnju neizvjesnosti ovogodišnje sezone, usporenom tempu rezervacija do sredine lipnja i očekivanom povećanom broju last-minute rezervacija, uslijed čega se ulažu dodatni prodajno-marketinški naponi koji bi, prema očekivanjima ispitanika, trebali rezultirati podjednakim rezultatima na godišnjoj razini kao prošle godine. Volumen rezervacija za 2019. sredinom lipnja niži je nego u isto doba prošle godine i to prosječno za 3 do 7 posto.

U 2019. NASTAVLJA SE USPORAVANJE STOPA RASTA EUROPSKE EKONOMIJE I MEĐUNARODNOG TURIZMA

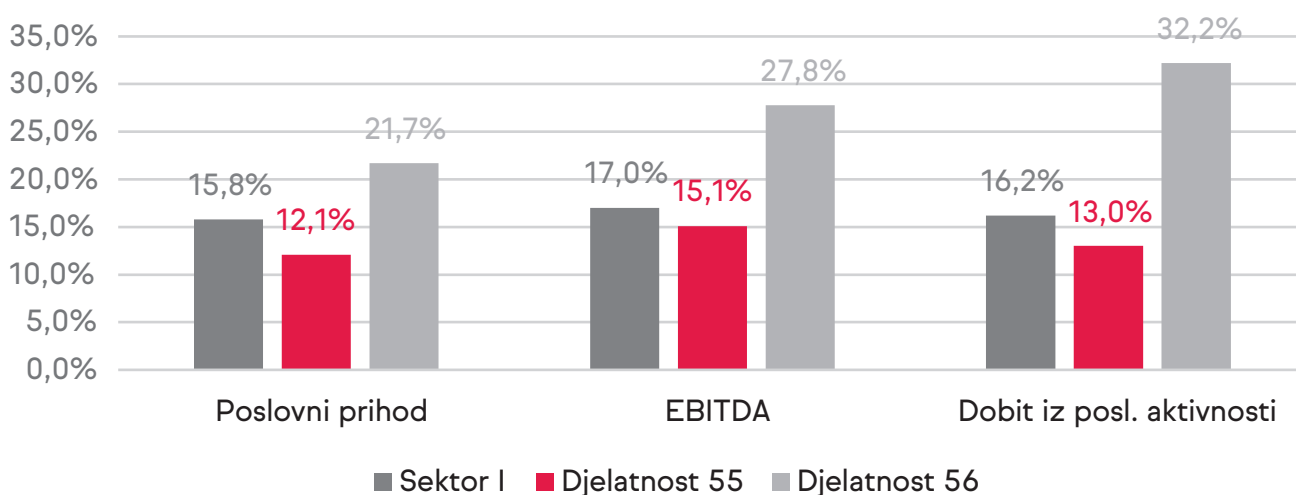
Najnovije ekonomske prognoze donose snižavanje očekivanih stopa rasta BDP-a u eurozoni na 1,2 posto u 2019., dok stope rasta međunarodnog turizma u Europi i svijetu (3 do 4 posto) također bilježe usporavanje u odnosu na prethodna razdoblja. Usporeni tempo rezervacija na zrelih mediteranskim tržištima ukazuje na očekivane 'last minute' rezervacije i prijetnju nižih stopa zauzetosti u sezoni.

EUROPSKE DRŽAVE SNIŽAVAJU STOPE PDVA NA HOTELSKI SMJEŠTAJ I UGOSTITELJSKE USLUGE RADI KONKURENTNOSTI

Brojne europske države smanjuju stope PDV na hotelski smještaj i ugostiteljske usluge kao polugu za podizanje konkurentnosti i razvoja turističkog sektora. Posljednji primjeri su Austrija, Mađarska i Grčka, a prve analize govore o pozitivnim ekonomskim učincima sniženih poreznih stopa.

REZULTATI POSLOVANJA SEKTORA SMJEŠTAJA I UGOSTITELJSTVA HRVATSKE U 2018.

STOPE RASTA KLJUČNIH FINANCIJSKIH POKAZATELJA U KOMPANIJAMA SEKTORA I U HRVATSKOJ (2018. / 2017.)

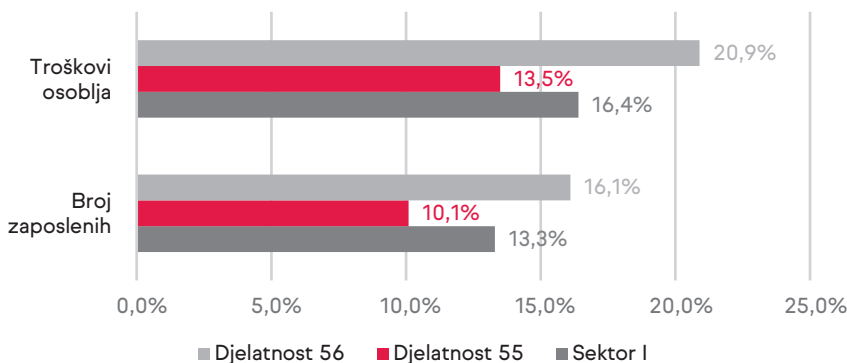


Područje sektora I - Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića; Djelatnost 55 - Smještaj; Djelatnost 56 - Priprema i usluživanje hrane i pića

Izvor: GFI-POD za područje sektora I te djelatnosti 55 i 56, cijela Hrvatska, 2018.; FINA, lipanj 2019.

Prema podacima Financijske agencije, rezultati poslovanja u 2018., usprkos otežanim tržišnim uvjetima, pokazuju stabilni i rastući poslovno-financijski potencijal smještajno-ugostiteljskog sektora Hrvatske. Uz godišnju stopu rasta poslovnog prihoda od 15,8 posto i dobiti iz poslovnih aktivnosti od 13 posto na razini cjelokupnog sektora (smještaj + ugostiteljstvo) u 2018. u usporedbi s 2017., zamjećuje se viša stopa rasta poslovnih performansi djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića u odnosu na djelatnost smještaja.

STOPE RASTA TROŠKOVA OSOBLJA I BROJA ZAPOSLENIH U KOMPANIJAMA SEKTORA I U HRVATSKOJ (2018./2017.)

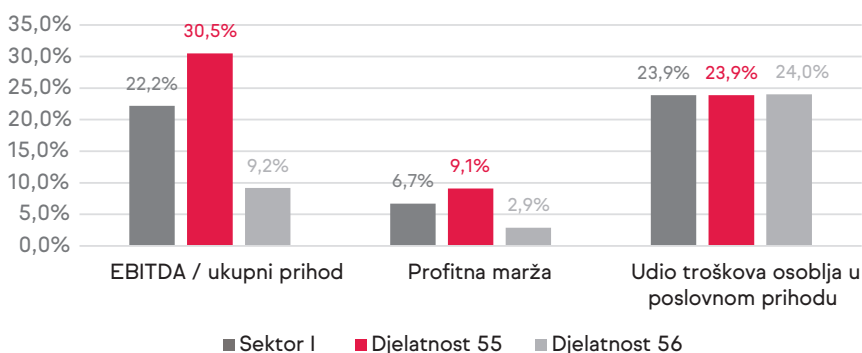


Područje sektora I - Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića; Djelatnost 55 - Smještaj; Djelatnost 56 - Priprema i usluživanje hrane i pića

Izvor: GFI-POD za područje sektora I te djelatnosti 55 i 56, cijela Hrvatska, 2018. g.; FINA, lipanj 2019.

Kao posljedica tržišnog i poslovnog rasta sektora, broj zaposlenih na bazi sati rada u 2018. porastao je u odnosu na prethodnu godinu za 13,3 posto. S obzirom na stanje na tržištu rada, troškovi osoblja su u 2018., u odnosu na prethodnu godinu, povećani za 16,4 posto, što je znatno više od prosječne godišnje stope rasta ukupnih troškova osoblja sektora od 11,9 posto ostvarene u razdoblju 2012.-2017. Natprosječne stope rasta broja zaposlenih i troškova osoblja u 2018. zabilježene su u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića u odnosu na prosjek sektora.

POKAZATELJI PROFITABILNOSTI U KOMPANIJAMA SEKTORA I U HRVATSKOJ (2018.)

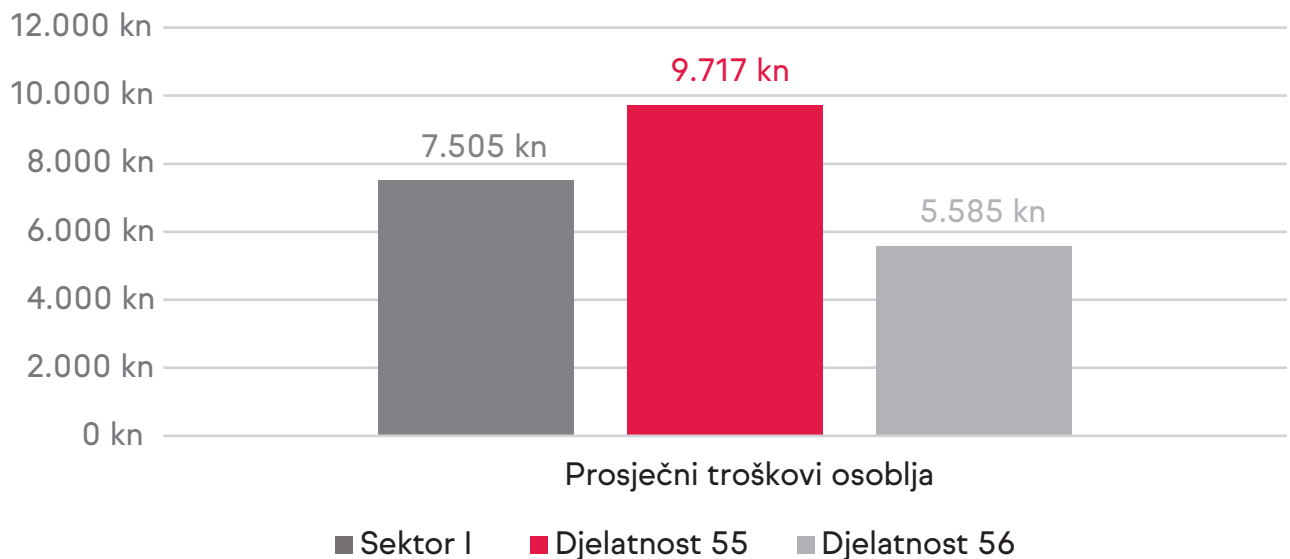


Područje sektora I - Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića; Djelatnost 55 - Smještaj; Djelatnost 56 - Priprema i usluživanje hrane i pića

Izvor: GFI-POD za područje sektora I te djelatnosti 55 i 56, cijela Hrvatska, 2018.; FINA, lipanj 2019.

Profitna marža sektora u 2018. (6,7 postotni udio dobiti razdoblja u ukupnom prihodu) nešto je viša nego prethodne godine (4,8 posto). Sukladno standardnim odnosima troškova i prihoda uvjetovanim standardima djelatnosti (viši udjel materijalnih troškova i troškova rada u ugostiteljstvu u odnosu na smještaj), profitna marža u djelatnosti smještaja viša je od prosjeka sektora, a profitabilnost djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića niža od prosjeka sektora. Udio EBITDA-e u ukupnom prihodu sektora u 2018. ostvaren je na jednakoj razini kao i prethodne godine.

PROSJEČNI BRUTO MJESEČNI TROŠKOVI OSOBLJA PO ZAPOSLENIKU SEKTORA I U HRVATSKOJ (2018.)



Iznosi se odnose na ukupne troškove osoblja podijeljene s brojem zaposlenih prema satima rada u razdoblju.

Izvor: GFI-POD za područje sektora I te djelatnosti 55 i 56, cijela Hrvatska, 2018.; FINA, lipanj 2019.

Prosječni mjesečni troškovi osoblja po zaposleniku su u sektoru I u 2018. povećani preko 3 posto u djelatnosti smještaja, odnosno preko 4 posto u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića. Ove godišnje stope rasta u 2018. dvostruko su veće od prosječnih godišnjih stopa rasta u razdoblju proteklih pet godina.

Stupanj financijske stabilnosti (koeficijent koji iskazuje pokriće dugotrajne imovine dugoročnim izvorima sredstava) u sektoru I u 2018. u odnosu na prethodnu godinu smanjen je s 1,11 u 2017. na 1,08. Do smanjenja financijske stabilnosti došlo je i u djelatnosti 55 i u djelatnosti 56.

NASTAVAK GOSPODARSKOG USPORAVANJA EUROPE U 2019.

STOPE RASTA BDP-A EUROZONE PREMA PROGNOZI EUROPSKE KOMISIJE

Godina	Prognoza Jesen 2019.	Prognoza Zima 2019.	Prognoza Proljeće 2019.
2019.	1,9	1,3	1,2
2020.	1,7	1,6	1,5

Izvor: European Economic Forecast – Spring 2019, European Commission, svibanj 2019.

I u posljednjoj Europskoj ekonomskoj prognozi koju je izdala Europska komisija u svibnju 2019. smanjuju se predviđene stope gospodarskog rasta za Europu za tekuću i iduću godinu. Oslabljeni ekonomski izgledi do konca tekuće godine pod utjecajem su visoke nezvjesnosti na eksternim tržištima, budući da europska ekonomija u značajnoj mjeri ovisi o eksternoj potražnji. Dodatno, oni su i pod utjecajem političkih i ekonomskih nesigurnosti u svijetu koje imaju značajan utjecaj na europsko gospodarstvo.

GLOBALNI RAST TURIZMA U 2019. USPORAVA

Rast međunarodnih
turističkih dolazaka
u Q1 2019.

4%
Svijet i
Europa

4,8%
Mediteran

11,8%
Hrvatska

Prema podacima UNWTO-a, prvo tromjesečje 2019. donosi nastavak globalnog rasta međunarodnih turističkih dolazaka i to po stopi od 4 posto u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Radi se o nižoj stopi rasta u odnosu na rast od 6 posto prosječno godišnje koji je ostvaren tijekom posljednje dvije godine. Dok najveći porast bilježe Bliski istok (8 posto) te Azija i Pacifik (6 posto), Europa se s 4 posto rasta uklapa u svjetski prosjek. Mediteran je u okviru Europe ostvario najvišu stopu rasta (4,8 posto, što je ipak niže od 8 posto rasta u prvom tromjesečju prethodne godine), dok je Hrvatska u prvom tromjesečju 2019. ostvarila visoku stopu rasta od 11,8 posto. Istodobno, Crna Gora ostvarila je izuzetno visoku stopu rasta od 55,7 posto. Zrelije mediteranske destinacije bilježe umjerenije stope rasta nego u prethodnim godinama (npr. Italija 3 posto, Španjolska 3,7 posto, Turska 5,9 posto).

Rast međunarodnog turizma u prvom tromjesečju 2019. uklapa se u godišnje prognoze UNWTO-a o rastu globalnog i europskog turizma od 3 do 4 posto. Broj odlazaka iz azijskog emitivnog tržišta je u prvom tromjesečju 2019. najviše porastao (6 posto), a prognoze ukazuju na stopu rasta od 8 posto u sljedeća četiri mjeseca. U prva četiri mjeseca 2019. naročito su porasle rezervacije letova iz Kine u Europu (17 posto).

Prema Indeksu povjerenja UNWTO-a prognoze tržišnih izgleda za Europu za ljeto 2019. u određenoj su mjeri poboljšane u odnosu na početak godine i to zbog bolje zračne dostupnosti, jednostavnijih viznih režima, odlaganja Brexita do listopada te ekonomskih kretanja na dijelu emitivnih tržišta. Ipak, zrelije europske i mediteranske destinacije očekuju stabilizaciju, a ne rast turističkih dolazaka u glavnoj ljetnoj sezoni, zbog rastuće nove konkurencije i opće nesigurnosti povezane s ekonomskim izgledima na emitivnim tržištima. Usporeni rast rezervacija u većini zrelih mediteranskih tržišta ukazuje na očekivani povećani broj 'last minute' rezervacija. Neke od mediteranskih destinacija očekuju pad zauzetosti hotela u sezoni 2019. u odnosu na proteklu godinu. Tako, nakon smanjenih rezervacija u prvom kvartalu, 43 posto sezonskih hotela u Grčkoj očekuje prosječno 16 posto nižu zauzetost u sezoni 2019. u odnosu na prethodnu godinu.

HRVATSKA - TRŽIŠNI IZGLEDI 2019.

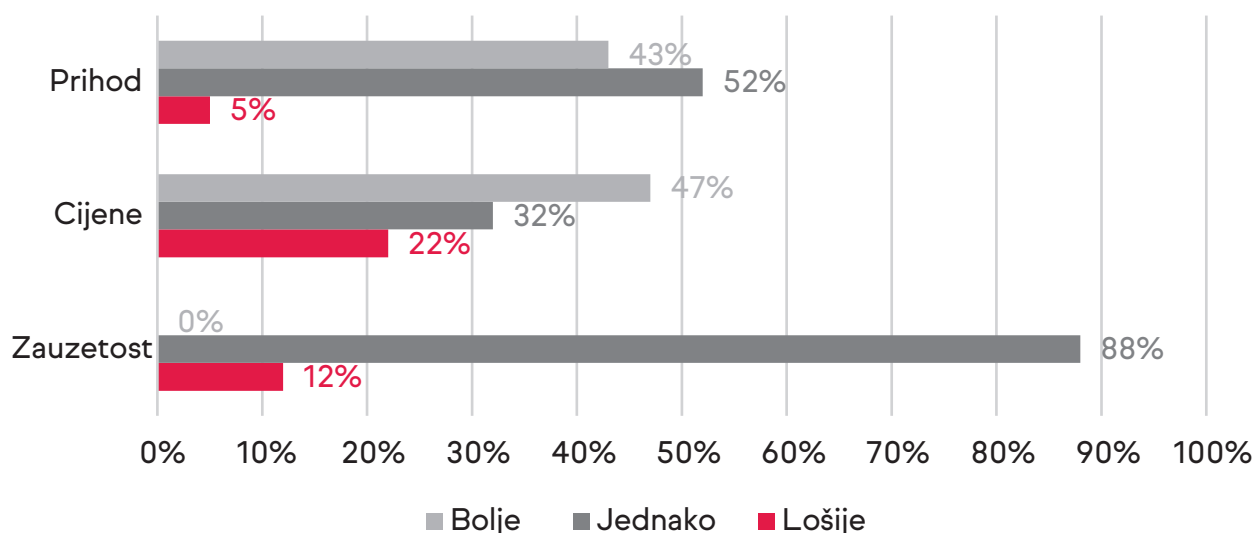
Hrvatska udruga turizma u lipnju 2019. provela je anketno istraživanje među članicama – 15 vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, s ciljem utvrđivanja očekivanja u pogledu tržišnih izgleda za 2019. Ovaj je uzorak kompanija u 2018., u odnosu na ukupnu djelatnost 55 (Smještaj) u Hrvatskoj generirao 40 posto ukupnog prihoda, sudjelovao sa 47 posto u troškovima rada i 76 posto u ostvarenoj dobiti navedene djelatnosti.

Rezultati istraživanja iskazuju se kao ponderirane aritmetičke sredine odgovora ispitanika, a ponderiranje je obavljeno temeljem broja smještajnih kapaciteta pojedine vrste smještaja u kompaniji svakog ispitanika.

Istraživanje je pokazalo da većina ispitanika u 2019. generalno ocjenjuje sezonu neizvjesnom, ali u konačnici tržišne izgleda u turizmu Hrvatske ocje-

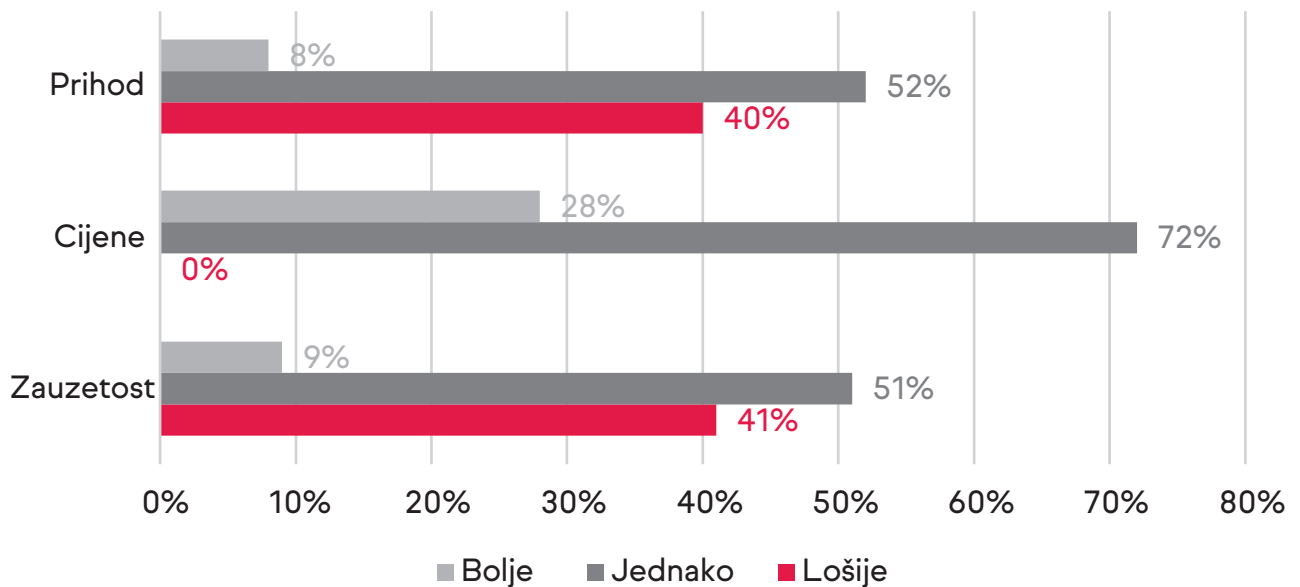
njuje podjednakim u odnosu na proteklu godinu, uz intenziviranje prodajno-marketinških aktivnosti koje bi trebale rezultirati dodatnom prodajom. Sagleđavajući samo kolektivne smještajne kapacitete organizirane u turističkim kompanijama (bez tzv. privatnog smještaja) ispitanici u prosjeku očekuju jednaku razinu zauzetosti kapaciteta u Hrvatskoj, uz jednake ili minimalno veće cijene nego protekle godine. Zanimljivo je da rezultati istraživanja upućuju na veću razinu optimizma u tržišne izgleda hrvatskog turizma u kompanijama koje su investirale u unaprjeđenje proizvoda. U pravilu se u tom segmentu očekuju nešto više cijene uz stabilnu zauzetost, dok je manji optimizam u pogledu tržišnih izgleda iskazan u dijelu sektora gdje nisu obavljene investicije, gdje se očekuje pad cijena i upitna razina zauzetosti.

OCJENA TRŽIŠNIH IZGLEDA HOTELA I APARTMANSKIH NASELJA U HRVATSKOJ 2019.



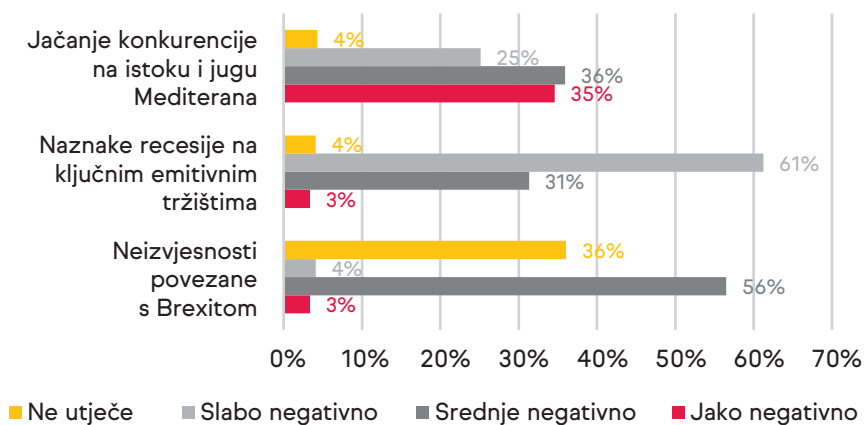
Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, HUT, lipanj 2019.

OCJENA TRŽIŠNIH IZGLEDA KAMPOVA U HRVATSKOJ 2019.



Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih poduzeća u Hrvatskoj, HUT ožujak, 2019.; Obrada HD Consulting

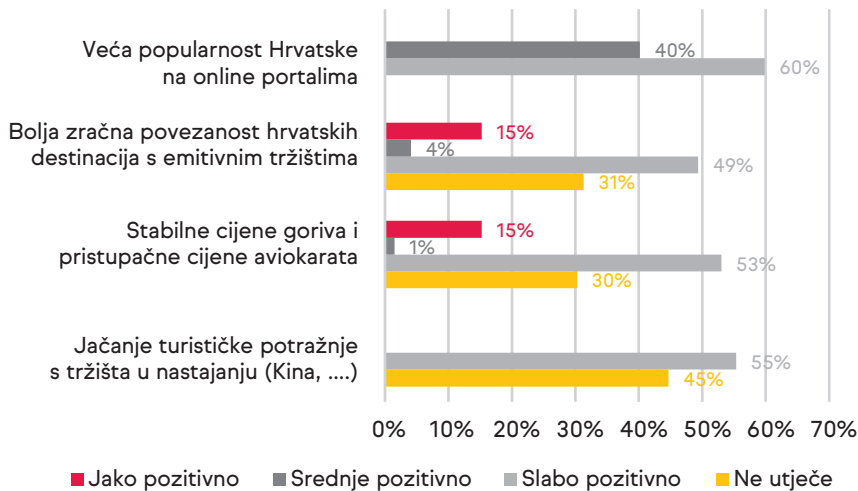
NEGATIVNI FAKTORI UTJECAJA NA TRŽIŠNE IZGLEDE TURIZMA U HRVATSKOJ 2019.



Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, HUT, lipanj 2019.

Ispitanici ističu da ključne negativne eksterne utjecaje na tržišne izgledi turizma u Hrvatskoj ove godine imaju jačanje konkurencije na istoku i jugu Mediterana, kao i naznake recesije na ključnim emitivnim tržištima. Intenzitet utjecaja oba ova faktora ispitanici uglavnom ocjenjuju s jakim ili osrednjim negativnim stupnjem. Kao treći po rangu negativan utjecaj identificirana je neizvjesnost povezana s Brexitom, koju oko 64 posto ispitanika ocjenjuje pretežito kroz osrednji ili slabi negativan utjecaj, uglavnom zbog odlaganja rješenja do listopada.

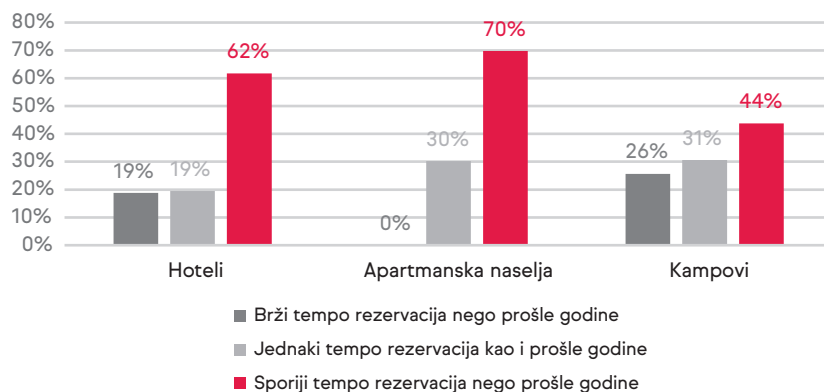
POZITIVNI FAKTORI UTJECAJA NA TRŽIŠNE IZGLEDE TURIZMA U HRVATSKOJ 2019.



Ispitanici ističu pozitivan utjecaj veće popularnosti Hrvatske na online portalima te bolje zračne povezanosti i stabilnih cijena goriva na ovogodišnje tržišne izgledе u turizmu Hrvatske. Pozitivan utjecaj jačanja turističke potražnje s novih dalekih tržišta poput Kine identificirao je natpolovični dio ispitanika.

Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, HUT, lipanj 2019.

TEMPO REZERVACIJA U 2019. U ODNOSU NA 2018.

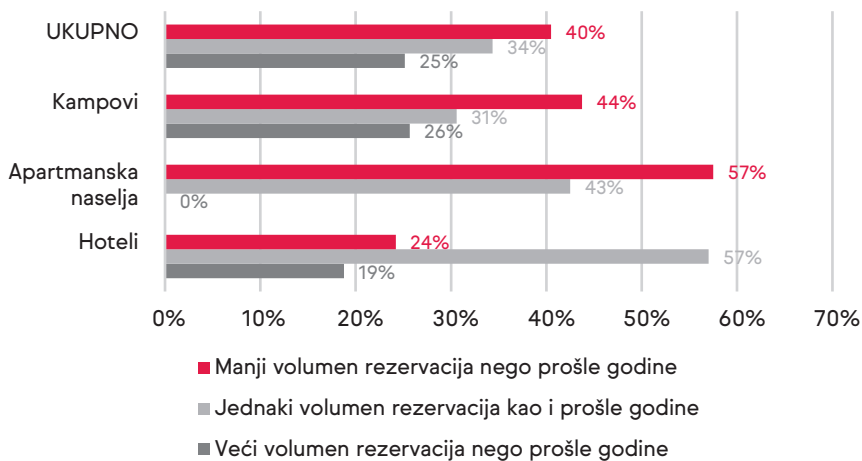


Postoci predstavljaju ponderiranu aritmetičku sredinu te označavaju udio ispitanika koji su označili pojedini odgovor (broj ispitanika ponderiran s volumenom smještajnih kapaciteta kod pojedinog ispitanika - kompanije).

Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, HUT, lipanj 2019.

Većina ispitanika potvrđuje da je u svim vrstama smještajnih kapaciteta tempo rezervacija sporiji nego u isto doba prošle godine (sredinom lipnja). Najsporiji tempo rezervacija zamjetan je u apartmanskim naseljima, gdje je i konkurencija s istočno-mediteranskim destinacijama najveća. Znatno udio hotela također ostvaruje sporiji tempo rezervacija nego prošle godine i to naročito hoteli koji nisu unaprjeđivali proizvod.

VOLUMEN REZERVACIJA ZA 2019. U ODNOSU NA PROŠLU GODINU (STANJE SREDINOM LIPNJA)



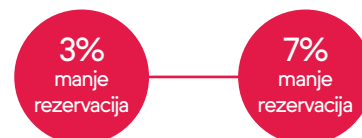
Postoci predstavljaju ponderiranu aritmetičku sredinu te označavaju udio ispitanika koji su označili pojedini odgovor (broj ispitanika ponderiran s volumenom smještajnih kapaciteta kod pojedinog ispitanika - kompanija).

Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, HUT, lipanj 2019.

Sredinom lipnja u velikom dijelu kapaciteta ukupni je volumen rezervacija za 2019. manji u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Naročito se ističu apartmanska naselja, u kojima je čak 57 posto ispitanika potvrdilo negativno odstupanje u odnosu na prošlu godinu, ali i kampovi s 44 posto ispitanika koji su sredinom lipnja ostvarili manji volumen rezervacija za 2019. u odnosu na prošlu godinu.

Iako se raspon postotaka manjeg volumena rezervacija u odnosu na prošlu godinu kreće se od 1 posto do čak 20 posto, najčešći broj odgovora kreće se u rasponu od 3 posto do 7 posto manjeg volumena rezervacija koji je ostvaren za cijelu 2019. do sredine lipnja (u usporedbi s istim razdobljem prošle godine).

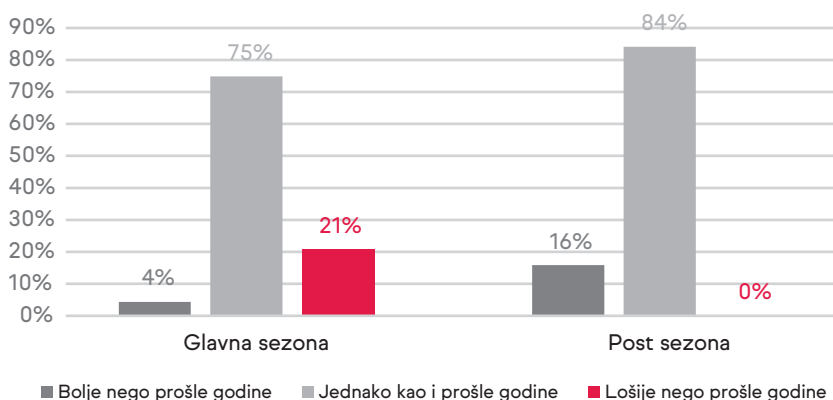
Status volumena rezervacija (sredinom lipnja) za cijelu 2019. u odnosu na isto razdoblje prošle godine



Raspon najčešćih odgovora ispitanika koji su iskazali manje rezervacija

Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, HUT, lipanj 2019.

OČEKIVANI VOLUMEN REZERVACIJA PO SEZONAMA 2019.



Postoci predstavljaju ponderiranu aritmetičku sredinu te označavaju udio ispitanika koji su označili pojedini odgovor (broj ispitanika ponderiran s volumenom smještajnih kapaciteta kod pojedinog ispitanika - kompanija).

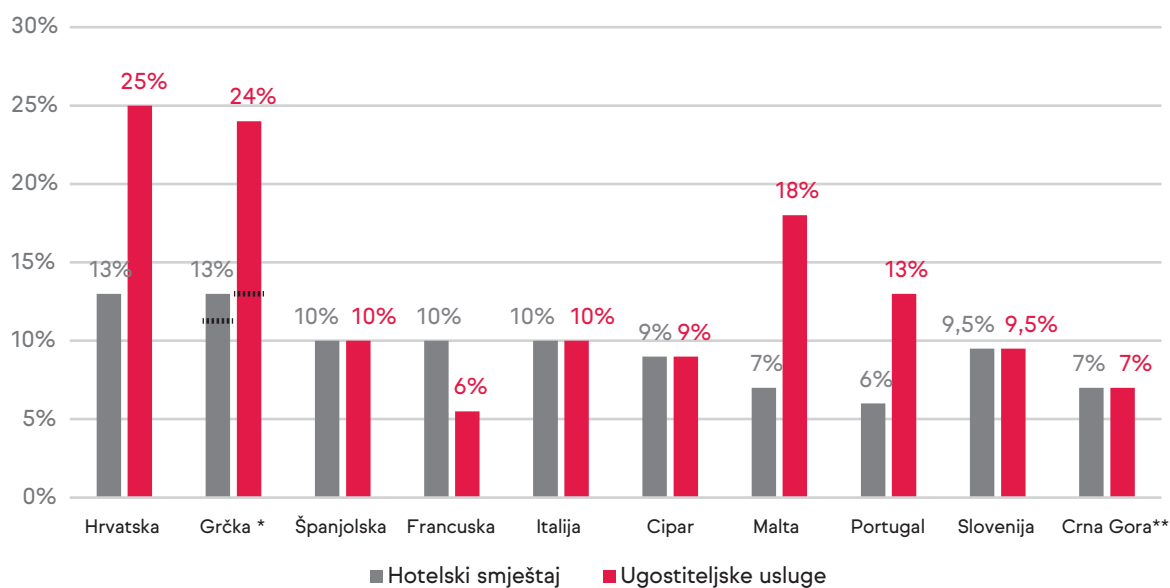
Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, HUT, lipanj 2019.

Ispitanici većinom očekuju povećani broj 'last minute' rezervacija i ulažu dodatne prodajno-marketinške napore, pa u skladu s tim većina ispitanika ocjenjuje da će se u konačnici ove godine ostvariti jednaka razina rezervacija za glavnu sezonu i post sezonu kao i prošle godine.

PDV NA SMJEŠTAJ I UGOSTITELJSKE USLUGE: ŠTO RADE EUROPSKE DRŽAVE?

Hrvatska ima najvišu stopu poreza na dodanu vrijednost na ugostiteljske usluge u Europi (uz Dansku) i najvišu stopu poreza na dodanu vrijednost na usluge smještaja na Mediteranu (uz Grčku).

STOPE PDV-A NA HOTELSKI SMJEŠTAJ I UGOSTITELJSKE USLUGE U EUROPSKIM MEDITERANSKIM DRŽAVAMA (2019.)



* Grčka od 2020. snižava stopu PDV-a na hotelski smještaj s 13% na 11%, a PDV-a na ugostiteljske usluge s 24% na 13%. ** Navedene stope u CG odnose se na hotele 4* i 5* u Sjevernoj regiji i hotele 5* u Središnjoj i Primorskoj regiji.

Izvor: VAT rates applied in the Member States of the European Union, European Commission, January 2019

PDV je važan element ukupne konkurentnosti smještajnog i ugostiteljskog sektora i to ne isključivo u pogledu cjenovne konkurentnosti već prije svega osiguravanja dostatnog novčanog toka za razvoj tj. financiranje investicija i podmirenje obveza iz tekućeg poslovanja, prije svega rastućeg troška rada. Stoga brojne europske države snižavaju stopu PDV-a na hotelski smještaj i ugostiteljske usluge.

GRČKA - Kako bi privukla ulaganja, olakšala poslovanje poduzetnicima te podigla konkurentnost turizma, Grčka će od 2020. sniziti stopu PDV-a na ugostiteljske usluge, s aktualnih 24 posto na 13 posto i stopu PDV-a na hotelski smještaj s 13 posto na 11 posto. Po sniženoj stopi od 13 posto obračunavat će se usluge restorana, caffè barova i pekarnica, kao i dio prehrambenih proizvoda kao što su šećer, sladoled i kava, a hotelima će osim snižavanja stope PDV-a na usluge pružanja smještaja za dva postotna boda na konkurentnost utjecati i sniženje porezne stope na struju s 13 posto na 6 posto.

Grčki hotelijeri objavili su kako 2019. zbog oporavka konkurentskih destinacija očekuju pad broja noćenja za oko 5 posto u odnosu na prošlu godinu, a istaknuli su utjecaj visokih poreza i slabe infrastrukture na nedovoljan stupanj konkurentnosti grčkog turizma.

AUSTRIJA – Austrija je od 1. studenog 2018. snizila stopu PDV na usluge smještaja s 13 posto na 10 posto.

MAĐARSKA – Mađarska je nakon snižavanja stope PDV na ugostiteljske usluge u prošloj godini s 27 na 18 posto, od početka 2019. stopu PDV na ugostiteljske usluge (osim alkohola) snizila na 5 posto. Mađarska Vlada nedavno je objavila da je izuzetno zadovoljna dosadašnjim ishodom poreznog rasterećenja u ugostiteljstvu, koje je već rezultiralo porastom prometa za 40-60 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

IZVORI:

European Economic Forecast – Spring 2019, European Commission, svibanj 2019.

European Economic Forecast – Winter 2019 (interim), European Commission, veljača 2019.

World Tourism Barometer, Vol. 17/2, UNWTO, svibanj 2019.

VAT rates applied in the Member States of the European Union, European Commission, siječanj 2019.

E-visitor, Hrvatska turistička zajednica, 24.06.2019.

Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih poduzeća u Hrvatskoj – Tržišni izgledi u 2019., Hrvatska udruga turizma, obrada HD Consulting, lipanj 2019.



Impressum

Izdavač
Hrvatska udruga turizma
Izidora Kršnjavog 1
10000 Zagreb
Tel.+385(1)4836 166
www.udrugaturizma.hr

Za izdavača
Veljko Ostojić

Pripremili
Hotelsko i destinacijsko savjetovanje d.o.o. u suradnji s direktorom i članovima HUT-a

Dizajn
Agencija 404