

Q3 2019

 TURISTIČKI

impuls

# UVODNIK

Glavnina turističke sezone 2019. koja je za nama, pokazala je kao nikad prije izravan utjecaj ulaganja u unaprjeđenje kvalitete i razvoj proizvoda na ostvarene cijene i prihode. Pojačane prodajno-marketinške aktivnosti i intenziviranje 'last minute' rezervacija koje je obilježilo sezonu na cijelom Mediteranu, rezultirali su umjerenim stopama rasta financijskih i minimalnim stopama rasta ili stagnacijom fizičkih pokazatelja u hotelima, turističkim naseljima i kampovima.

Istodobno, prije svega uslijed neravnomjernog poreznog opterećenja, bilježi se snažan rast kapaciteta, a posljedično tome prodaje i prihoda od kratkoročnog iznajmljivanja nekretnina na online portalima. U ovom, trećem izdanju Turističkog impulsa osim pregleda financijskih i tržišnih rezultata turističke sezone 2019. po vrstama kapaciteta, po prvi puta objavujemo ključne pokazatelje kratkoročnog iznajmljivanja nekretnina u Hrvatskoj na online portalima.

U uvjetima sve izraženije konkurencije na međunarodnom turističkom tržištu, od odlučujućeg je značaja osigurati ujednačenost uvjeta poslovanja turističkog sektora u Hrvatskoj s državama koje na turističkom tržištu predstavljaju najznačajnije konkurente Hrvatskoj. Budući da stope poreza na dodanu vrijednost određuju startne pozicije u konkurentskoj utakmici na međunarodnom turističkom tržištu, sve europske države (osim Danske i Velike Britanije) primjenjuju snižene stope PDV-a na hotelski smještaj i ugostiteljske usluge, razumijevajući ekonomske i fiskalne učinke koje turizam ostvaruje prema povezanim djelatnostima. Kako bismo ilustrirali intenzitet ekonomskog utjecaja turizma na gospodarstvo, u ovom izdanju Turističkog impulsa donosimo uvid u udio domaćih proizvoda i usluga u ukupnoj potrošnji vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj.

Vjerujemo da će informacije sadržane u trećem izdanju Turističkog impulsa pridonijeti boljoj informiranosti svih dionika u sektoru kao i opće i stručne javnosti.

Veljko Ostojić,  
direktor Hrvatske udruge turizma

# KLJUČNE PORUKE

## SEZONA 2019.: POVEĆANJE INVESTICIJA U KVALITETU I PROMOCIJU KLJUČAN POKRETAČ RASTA PRIHODA U HOTELSKO- TURISTIČKIM KOMPANIJAMA

Usljed značajnih ulaganja, pojačanih prodajno-marketinških aktivnosti i povećanog volumena 'last minute' rezervacija, u prvih osam mjeseci 2019. u vodećim hotelsko-turističkim kompanijama u Hrvatskoj ostvarena je prosječna stopa rasta poslovnog prihoda od 5,4 posto u odnosu na isto prošlogodišnje razdoblje. U hotelima je ostvaren veći, dok su naselja i kampovi ostvarili manji broj noćenja u odnosu na proteklu godinu. Porast cijena i prihoda u svim vrstama smještaja izravno je povezan s ulaganjima u unaprjeđenje kvalitete i u razvoj novih proizvoda.

## KRATKOROČNI NAJAM NEKRETNINA NEZAUSTAVLJIVO RASTE KROZ PONUDE NA ONLINE PORTALIMA, ČIME SE DODATNO POGORŠAVA I OVAKO SUBOPTIMALNA STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U HRVATSKOJ

U Hrvatskoj je u razdoblju od kolovoza 2018. do srpnja 2019. u odnosu na prethodnih 12 mjeseci povećana ponuda smještajnih jedinica za kratkoročni turistički najam na online portalima Airbnb i HomeAway za 12 posto, prodani volumen za 15 posto, prosječne cijene za 6 posto te prihodi za 22 posto. U navedenom razdoblju na spomenutim online portalima ostvaren je prihod od smještaja u visini 2,03 milijarde eura.

U aktualnim uvjetima znatno bržeg rasta ovog segmenta tržišta u odnosu na organizirani turizam kod poduzetnika, sadašnju ukupnu strukturu smještajnih kapaciteta hrvatskog turizma, nacionalni je interes uspostaviti model okvira daljnjeg rasta i ukupnog funkcioniranja kratkoročnog najma nekretnina turistima.

# KLJUČNE PORUKE

## ANKETA: OPTIMIZAM U POSEZONI POKAZUJE POTENCIJAL ZA PRODUŽENJE SEZONE

Anketa provedena među vodećim hotelsko-turističkim kompanijama u Hrvatskoj pokazuje da 57 posto hotelskih kapaciteta u razdoblju do konca godine očekuje veći volumen rezervacija za 2 do 6 posto nego u istom razdoblju prošle godine, dok ih 23 posto očekuje manji volumen rezervacija za 2 do 9 posto.

Također, u većini kampova iskazuje se optimizam za posezonu: u 54 posto kamping kapaciteta očekuje se za 1 do 9 posto veći volumen rezervacija u odnosu na isto razdoblje prošle godine, dok 22 posto kamping kapaciteta očekuje manji volumen rezervacija u odnosu na prošlu godinu.

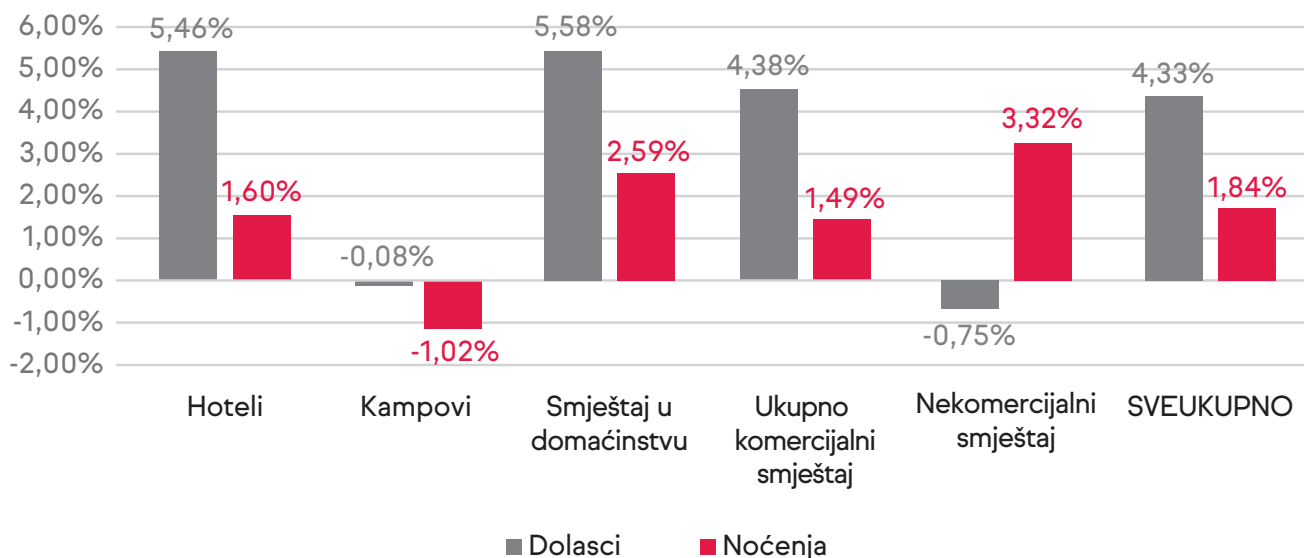
## NAJAVLJENO SNIŽENJE STOPE POREZA NA DODANU VRIJEDNOST ZA PRIPREMU I POSLUŽIVANJE JELA U UGOSTITELJSTVU OSLOBAĐA SREDSTVA NUŽNA ZA RAZVOJ TURISTIČKOG SEKTORA, A POZITIVNI EFEKTI ĆE SE OSJETITI U ČITAVOM GOSPODARSTVU

Od 1. siječnja 2020. Hrvatska će, kao i sve europske države koje joj u turizmu predstavljaju konkurenciju, imati sniženu stopu poreza na dodanu vrijednost za pripremu i posluživanje jela u ugostiteljstvu. Najavljeno sniženje stope PDV poticaj je razvoju turističkog sektora putem osiguranja dodatnih sredstava za financiranje ulaganja i troška rada, što direktno utječe na kvalitetu i unaprjeđenje konkurentnosti u turizmu. No, s obzirom da turizam ostvaruje znatne ekonomske i fiskalne učinke na povezane djelatnosti poput poljoprivrede, građevinarstva, prerade hrane, proizvodnje pića, namještaja i slično, ukupan pozitivan efekt bit će znatno veći. Država postiže najveće ekonomske i fiskalne učinke upravo plasirajući proizvode kroz kanal ugostiteljstva, a turizam predstavlja najefikasniji oblik „izvoza“ koji se realizira unutar granica Hrvatske. Anketa među vodećim hotelsko-turističkim kompanijama u Hrvatskoj pokazala je da je u ukupnoj potrošnji navedenih kompanija zastupljen znatan udio domaćih proizvoda i usluga.

# HRVATSKA: SEZONA 2019. I OČEKIVANJA OD POSEZONE

Usljed prvih naznaka recesije na ključnim emitivnim tržištima te jačanja konkurencije na istoku i jugu Mediterana, sezona 2019. u Hrvatskoj generalno bilježi fizički rast broja noćenja u komercijalnom smještaju od 1,49 posto, uz nešto veći rast noćenja u nekomercijalnom smještaju (3,32 posto). Prema podacima e-visitora, u razdoblju 1.1.-24.9.2019. kampovi bilježe smanjenje broja noćenja od 1,02 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Sveukupan broj noćenja u navedenom razdoblju povećan je 1,84 posto.

## GODIŠNJE STOPE PROMJENA TURISTIČKOG PROMETA PO VRSTAMA SMJEŠTAJA U HRVATSKOJ (1.1.-24.9.2019./1.1.-24.9.2018.)



Izvor: e-visitor, Hrvatska turistička zajednica, 25.09.2019.

Znatno više stope rasta tijekom devet mjeseci tekuće godine u odnosu na prošlu godinu ostvarili su domaći turisti (6,9 posto više noćenja) nego strani turisti (1,2 posto više noćenja). No, treba istaknuti da je udio domaćih turista u ukupnom broju noćenja nizak (12 posto), tako da nisu znatnije utjecali na trend ukupnog turističkog prometa.

Preusmjeravanje potražnje sa zapadno mediteranskih na istočno mediteranska tržišta koje je najavljeno prije glavne sezone, realiziralo se, što je vidljivo na primjeru zadnjih dostupnih podataka o turističkom prometu Turske i ostalih zapadno-mediteranskih tržišta.

**STOPE PROMJENE TURISTIČKOG PROMETA U MEDITERANSKIM ZEMLJAMA  
(PRVIH 7 MJESECI 2019. U ODNOSU NA 7 MJESECI 2018.)**

	Dolasci	Noćenja
Španjolska	1,91%	-
Italija priobalje	-1,40%	-
Italija gradovi	-0,40%	-
Cipar	-0,13%	-
Malta	4,86%	-
Slovenija	5,24%	2,79%
Turska	14,11%	-

Istodobno, u razdoblju prvih devet mjeseci 2019. komercijalni smještajni kapaciteti u Hrvatskoj povećani su za 67 tisuća kreveta ili 5,9 posto. Oko 53 posto toga povećanja kapaciteta odnosi se na povećanje kapaciteta smještaja u domaćinstvima (porast od 35,8 tisuće kreveta ili 6 posto). Nekomercijalni smještaj povećan je za dodatnih 36,4 tisuće kreveta ili 7,8 posto.

**KOMERCIJALNI I NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI U HRVATSKOJ  
STANJE: 24.09.2019. I 31.12.2018.**

Vrsta smještaja	Broj kreveta		Udio u uk. kapacitetima (kreveti)		Stopa rasta 2019./2018.	Rast kapaciteta 2019./2018.
	24.09.2019.	31.12.2018.	24.09.2019.	31.12.2018.		
Hoteli	176.491	170.712	14,6%	14,9%	3,4%	5.779
Kampovi	247.372	240.213	20,4%	21,0%	3,0%	7.159
Objekti na OPG-u	2.467	2.409	0,2%	0,2%	2,4%	58
Objekti u domaćinstvu	632.067	596.290	52,2%	52,1%	6,0%	35.777
Ostali ugostiteljski objekti	130.619	124.605	10,8%	10,9%	4,8%	6.014
Ostalo	21.371	9.052	1,8%	0,8%	136,1%	12.319
Restorani	314	343	0,0%	0,0%	-8,5%	-29
<b>Ukupno komercijalni smještaj</b>	<b>1.210.701</b>	<b>1.143.624</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,9%</b>	<b>67.077</b>
<b>Nekomercijalni smještaj</b>	<b>503.256</b>	<b>466.806</b>	<b>41,6%</b>	<b>40,8%</b>	<b>7,8%</b>	<b>36.450</b>
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>1.713.957</b>	<b>1.610.430</b>	<b>141,6%</b>	<b>140,8%</b>	<b>6,4%</b>	<b>103.527</b>

Izvor: evisitor, HTZ, 25.09.2019.

Godišnje stope rasta noćenja znatno su niže od stopa rasta kapaciteta po svim vrstama smještaja osim u OPG-ovima.

**GODIŠNJE STOPE RASTA KAPACITETA I NOĆENJA  
STANJE: 24.09.2019.**

Vrsta smještaja	Stopa rasta br kreveta	Stopa rasta noćenja
	1.1.-24.9.2019.	1.1.-24.9.2019. /1.1.-24.9.2018.
Hoteli	3,4%	1,5%
Kampovi	3,0%	-1,2%
Objekti na OPG-u	2,4%	19,2%
Objekti u domaćinstvu	6,0%	2,4%
Ostali ugostiteljski objekti	4,8%	1,7%
Ostalo	136,1%	-9,4%
Restorani	-8,5%	-0,8%
<b>Ukupno komercijalni smještaj</b>	<b>5,9%</b>	<b>1,3%</b>
<b>Nekomercijalni smještaj</b>	<b>7,8%</b>	<b>3,1%</b>
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>6,4%</b>	<b>1,6%</b>

Izvor: evisitor, HTZ, 25.09.2019.

Povećanje kapaciteta smještaja u domaćinstvu po najvišim stopama rasta nije obilježje samo tekuće godine. Isti trend postoji na dulji rok. Na primjer, od 2010.-2018. smještaj u domaćinstvu povećavan je prosječno godišnje po stopi od 8,1 posto, odnosno u navedenom razdoblju je povećan kumulativno za 86,7 posto.

## SMJEŠTAJNI KAPACITETI U HRVATSKOJ PO VRSTAMA (2010.-2018.)

Broj kreveta	2010.	2015.	2016.	2017.	2018.	PGSR 2010.-2018.	Kumulativna stopa rasta 2010.-2018.
Hoteli i sličan smještaj	154.770	166.158	182.062	170.719	167.561	1,0%	8,3%
Smještaj u domaćinstvu	428.464	575.428	668.830	741.509	800.108	8,1%	86,7%
Kampovi	232.134	237.758	227.559	241.819	235.745	0,2%	1,6%
Ostalo	94.583	55.300	53.380	62.853	62.853	-5,0%	-33,5%
<b>Ukupno</b>	<b>909.951</b>	<b>1.034.644</b>	<b>1.131.831</b>	<b>1.216.900</b>	<b>1.266.267</b>	<b>4,2%</b>	<b>39,2%</b>

Izvor: Turizam u brojkama 2018., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

U razdoblju 2010.-2019. broj kreveta u smještaju u domaćinstvu povećan je za 444,6 tisuće, što bi bilo ekvivalentno broju od 1.112 novih hotela prosječne veličine 200 soba ili 400 kreveta. Ako analiziramo povećanje kapaciteta smještaja u domaćinstvu samo u 2019. u odnosu na prošlu godinu, to je povećanje ekvivalentno broju od 183 nova hotela prosječne veličine 200 soba.

Razumijevajući da su gospodarski učinci hotela u odnosu na smještaj u domaćinstvu višestruki, vidljivo je da su nerealizirani ekonomski potencijali uslijed intenzivnog razvoja smještaja u domaćinstvima umjesto u hotelima, ogromni. Naime, prema istraživanju Tomas ljeta 2017., u Hrvatskoj potrošnja u destinaciji gostiju koji su smješteni u hotelu dnevno iznosi 122 eura, a gostiju u privatnom smještaju 74 eura. Računajući na bazi razlike u potrošnji između hotela i privatnog smještaja od 48 eura dnevno, a uzimajući u obzir povećanje kapaciteta u privatnom smještaju od 2010.-2019. te prosječnu zauzetost hotela od 45 posto godišnje, proizlazi da nerealizirana izravna potrošnja turista u razdoblju 2010.-2019. iznosi 28

milijardi eura, u usporedbi s hipotetskim scenarijem da su bili izgrađeni hotelski kapaciteti umjesto kapaciteta smještaja u domaćinstvima.

Također, prema istraživanjima, hotel sa 100 soba stvara 17 puta više radnih mjesta od 100 apartmana, generira 9 puta više multiplikativnog efekta na ostatak gospodarstva i zauzima 3 do 7 puta manje prostora.

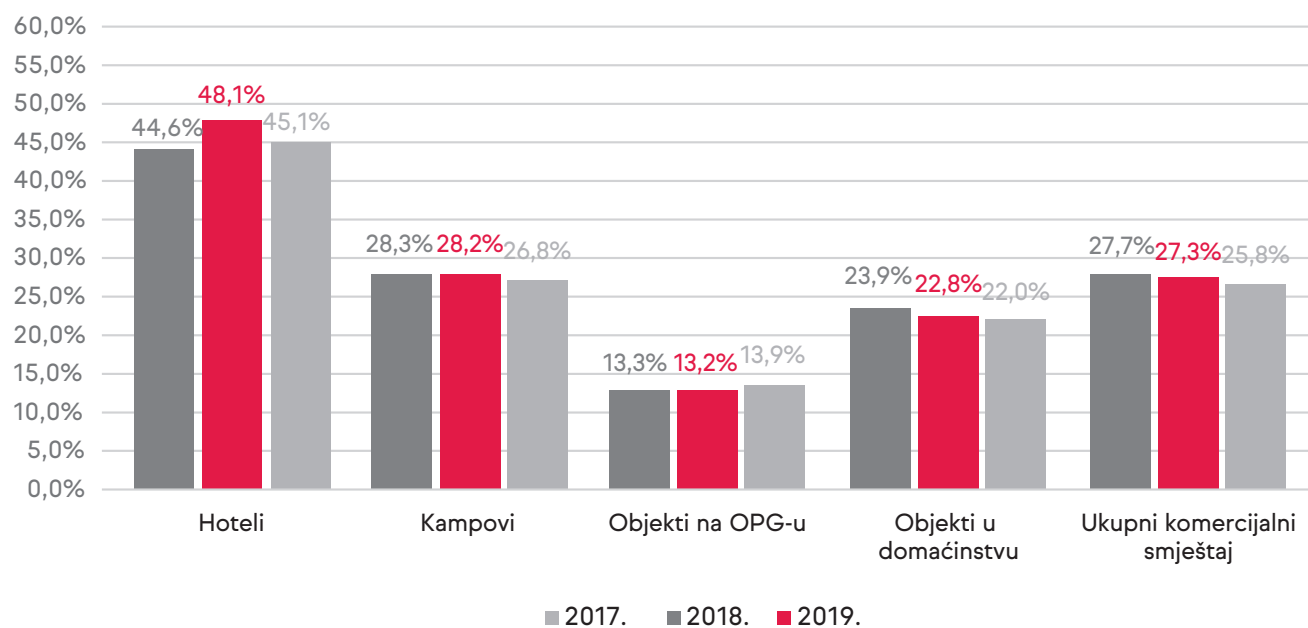
S druge strane, u analiziranom razdoblju 2010.-2019. stvarni rast broja kreveta u hotelima iznosio je 18,8 tisuća, što je ekvivalentno broju od 46 hotela prosječne veličine 200 soba.

	2010.-2018.	2018.-2019.	Ukupno
Povećanje broja kreveta u smještaju u domaćinstvu	371.644	35.777	407.421
Povećanje broja kreveta u nekomercijalnom smještaju	-	36.450	36.450
<b>Ukupno povećanje broja kreveta</b>	<b>371.644</b>	<b>72.227</b>	<b>443.871</b>
- ekvivalent broju novih hotela (prosječno sa 200 soba)	929	181	1.110
<b>Stvarno povećanje broja kreveta u hotelima</b>	<b>12.791</b>	<b>5.779</b>	<b>18.570</b>
- ekvivalent broju novih hotela (prosječno sa 200 soba)	32	14	46



Kao posljedica minimalnog rasta turističkog prometa i jačeg rasta kapaciteta u 2019., u prvih devet mjeseci tekuće godine smanjene su stope zauzetosti u svim vrstama smještaja u odnosu na isto prošlogodišnje razdoblje, osim onih u OPG-ovima. Stopa zauzetosti ukupnog komercijalnog smještaja ukazuje na visoku razinu sezonalnosti, budući da u navedenom razdoblju prosječno iznosi samo 69 dana. Zamjetno je snižavanje stope zauzetosti u gotovo svim vrstama kapaciteta tijekom posljednje tri godine.

### STOPA ZAUZETOSTI PO VRSTAMA SMJEŠTAJA U HRVATSKOJ U RAZDOBLJU 1.1.-24.09.2019. U USPOREDBI S DVIJE PRETHODNE GODINE



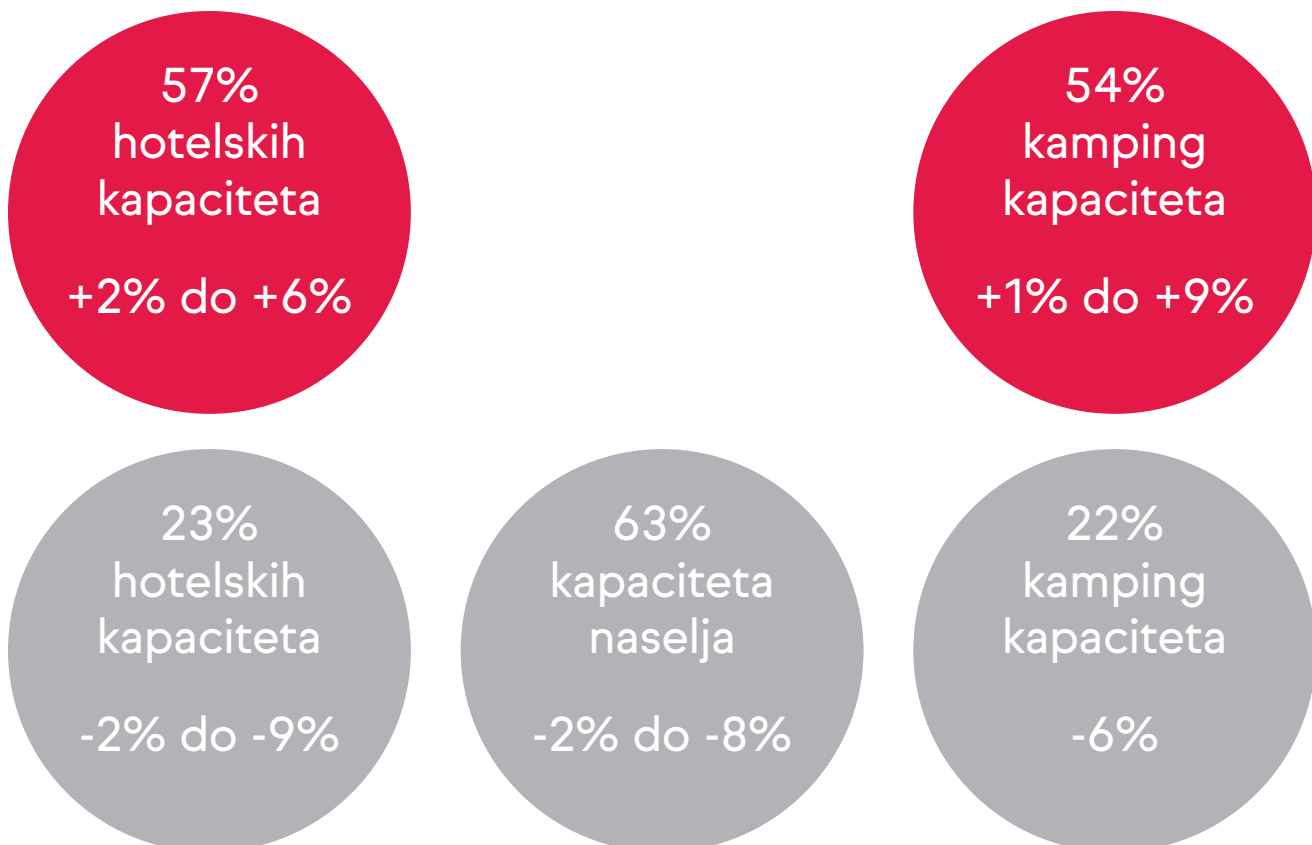
Stopa zauzetosti smještajnih kapaciteta na bazi broja kreveta i boja dana u razdoblju.  
Izvor: eVisitor, HTZ, 24.09.2019., 24.09.2018.

Temeljem provedenog anketnog istraživanja u vodećim hotelsko-turističkim kompanijama u Hrvatskoj, vidljivo je da su pojačane prodajno-marketinške aktivnosti rezultirale znatnim volumenom 'last minute' rezervacija, tako da su poslovni prihodi u prvih osam mjeseci tekuće godine u odnosu na isto razdoblje prošle godine povećani po umjerenj stopi rasta od 5,4 posto. Rast poslovnih prihoda uvjetovan je ulaganjima i rastom cijena, kao posljedica unaprjeđenja kvalitete ili repositioniranja razvojem novog proizvoda. Najveći rast prihoda

ostvaren je u kampovima (9 posto), kao posljedica ulaganja u podizanje kvalitete i repositioniranje određenog broja kampova u anketiranim kompanijama. U svim vrstama kapaciteta utvrđen je visok stupanj korelacije između postignute razine cijena i prihoda te izvršenih ulaganja u podizanje kvalitete ili razvoj novog proizvoda.

U očekivanjima od razdoblja do kraja godine u vodećim hotelsko-turističkim kompanijama prevladava optimizam.

### Očekivani trend rezervacija u posezoni 2019. u odnosu na 2018.

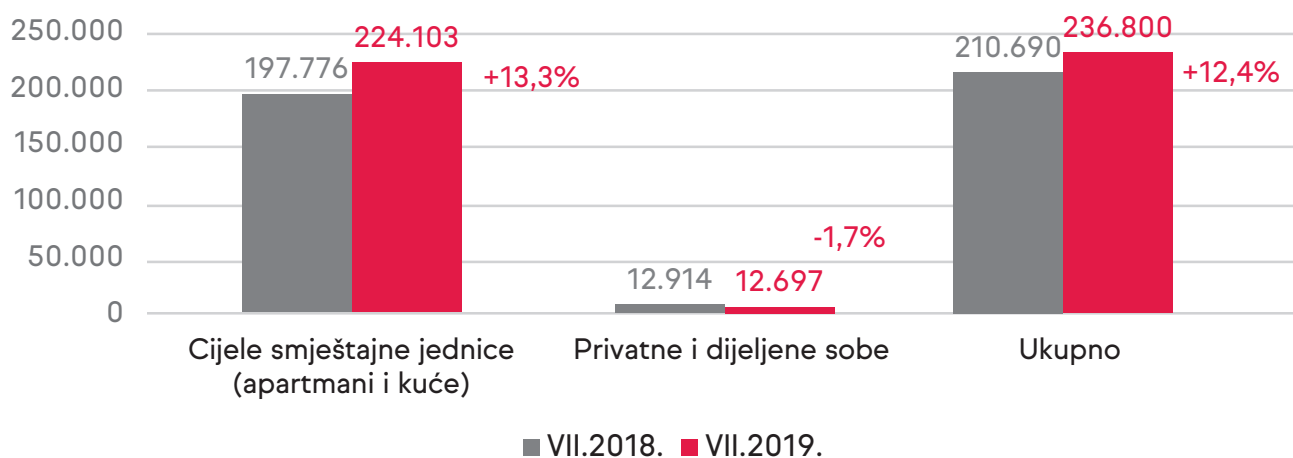


U najvećem dijelu hotelskih kapaciteta (57 posto) i kamping kapaciteta (54 posto) očekuje se veći volumen rezervacija u posezoni tekuće godine u odnosu na isto razdoblje prošle godine. S druge strane, u najvećem dijelu kapaciteta apartmanskih naselja (63 posto) očekuje se manji volumen rezervacija za posezonu 2019. u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

# KRATKOROČNI NAJAM NEKRETNINA TURISTIMA NA ONLINE PORTALIMA: SNAŽAN PORAST PRODAJE I PRIHODA

Broj smještajnih jedinica u Hrvatskoj koje su u ponudi na online portalima raste: u srpnju 2019. u odnosu srpanj 2018., ukupan broj ponuđenih smještajnih jedinica na dva online portala (Airbnb i HomeAway) u Hrvatskoj se povećao za 12,4 posto. Od ukupnog broja smještajnih jedinica, njih 95 posto odnosi se na cijele smještajne jedinice (apartmane i kuće).

## BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA U HRVATSKOJ NA ONLINE PORTALIMA AIRBNB I HOMEAWAY

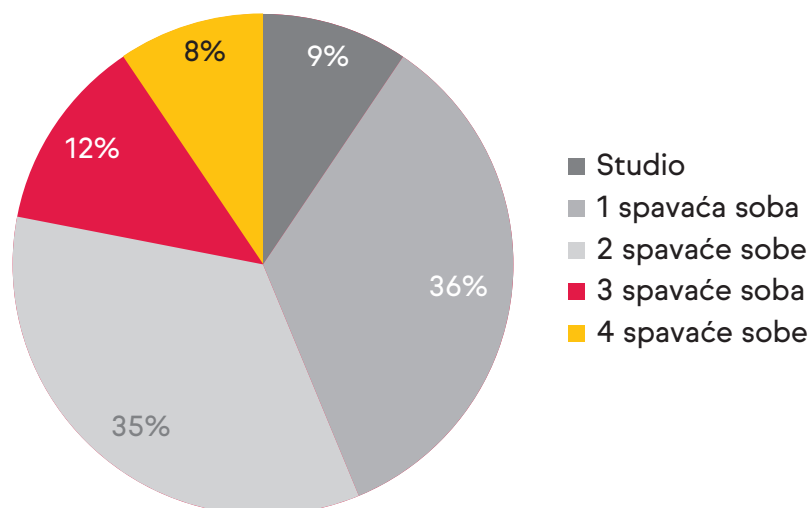


Napomena: Broj smještajnih jedinica obuhvaća sve vrste smještaja na navedenim online portalima (cijela smještajna jedinica - apartman ili kuća, privatne sobe i dijeljene sobe), stanje u srpnju 2018. i u srpnju 2019.

Izvor: AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA, <https://www.airdna.co>, rujan 2019.

Struktura smještajnih jedinica na online portalima pokazuje da u Hrvatskoj ima najviše apartmanskih jedinica s jednom i dvije spavaće sobe: jedinice ove veličine čine 71 posto ukupnog broja smještajnih jedinica koje su oglašene na Airbnb i HomeAway.

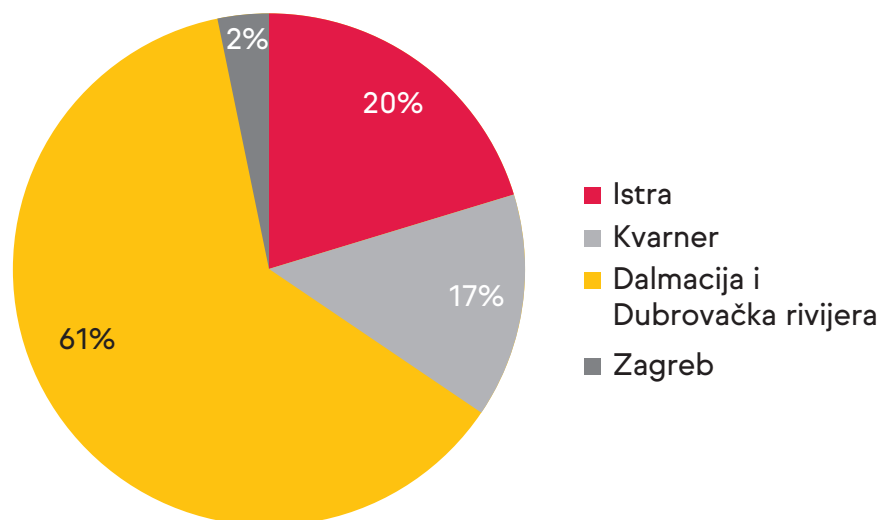
### STRUKTURA SMJEŠTAJA U HRVATSKOJ NA ONLINE PORTALIMA AIRBNB I HOMEAWAY PO VELIČINI SMJEŠTAJNE JEDINICE (SRPANJ 2019.)



Izvor: AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA, <https://www.airdna.co>, rujan 2019.

Najviše se smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj na navedenim online portalima oglašava na području Dalmacije, uključivo i Dubrovačku rivijeru te u Istri.

### STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA (AIRBNB, HOMEAWAY) U HRVATSKOJ PO REGIJAMA, SRPANJ 2019.



Izvor: AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA, <https://www.airdna.co>, rujan 2019.

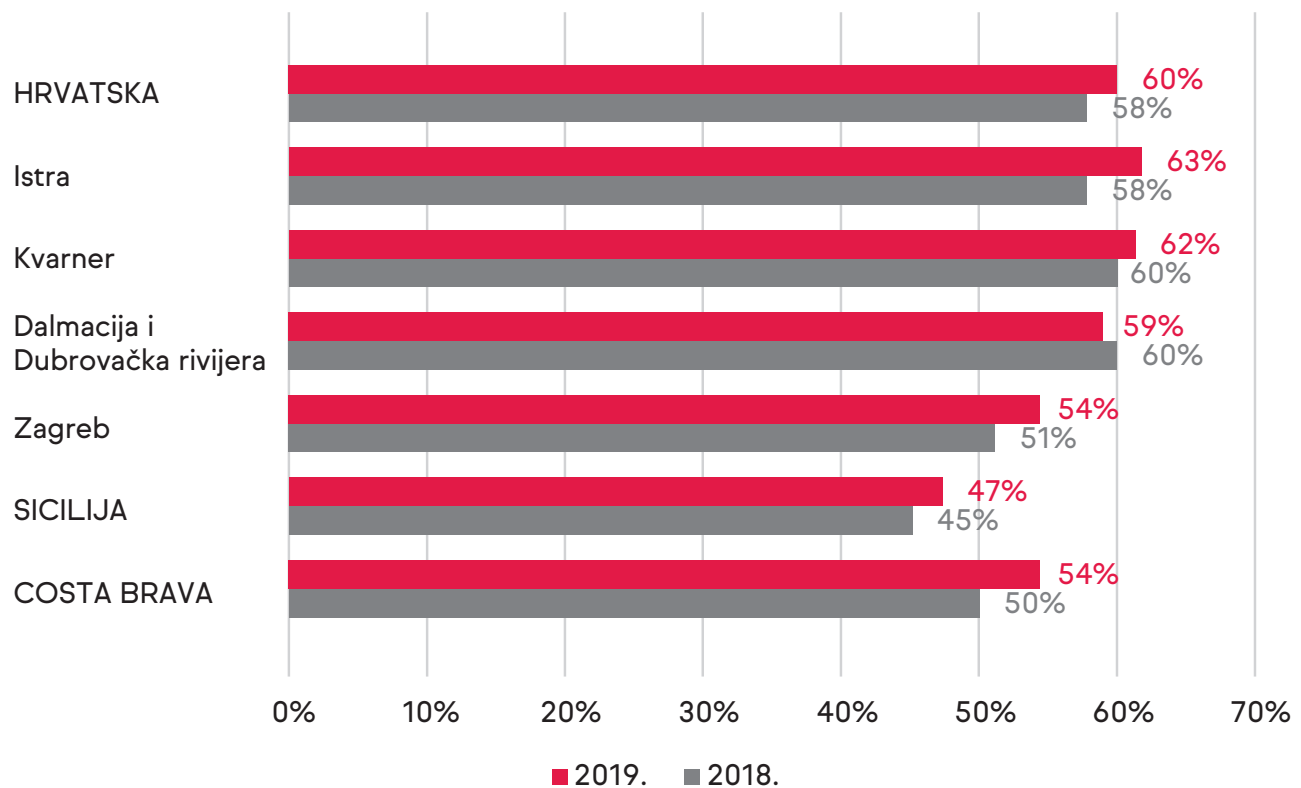
Stupanj sezonalnosti turizma vidljiv je u broju dana oglašavanja smještaja na online portalima. Smještajne jedinice u Hrvatskoj su na navedenim online portalima prosječno godišnje oglašene tijekom 127 dana, a na obali najdulje u Istri (103 dana) i Kvarneru (101 dan), što je usporedivo s odabranim mediteranskim regijama. Zagreb zbog cjelogodišnjeg karaktera turizma ima znatno dulje razdoblje oglašavanja smještajnih jedinica na spomenutim online portalima (147 dana). U Dalmaciji i Dubrovačkoj rivijeri te u Zagrebu u posljednjih 12 mjeseci znatno je povećana duljina razdoblja oglašavanja.

### PROSJEČAN BROJ DANA OGLAŠAVANJA SMJEŠTAJA NA ONLINE PORTALIMA AIRBNB I HOMEAWAY

	2018.	2019.	Stopa rasta
Hrvatska	127	127	0,4%
Istra	95	103	9,1%
Kvarner	94	101	6,7%
Dalmacija i Dubrovačka rivijera	77	90	16,8%
Zagreb	127	147	16,5%
Costa Brava	97	103	6,3%
Sicilija	87	96	9,7%

Stope zauzetosti smještaja na online portalima u Hrvatskoj u razdoblju od kolovoza 2018. do srpnja 2019. u odnosu na razdoblje prethodnih 12 mjeseci, umjereno rastu i dostižu 60 posto prosječno u Hrvatskoj na bazi razdoblja oglašavanja. Stope zauzetosti u priobalnim regijama Hrvatske najviše su u Istri (63 posto) i na Kvarneru (62 posto), te su više nego u odabranim mediteranskim destinacijama.

### STOPE ZAUZETOSTI SMJEŠTAJA NA ONLINE PORTALIMA AIRBNB I HOMEAWAY (HRVATSKA I ODABRANE MEDITERANSKE REGIJE), NA BAZI RAZDOBLJA OGLAŠAVANJA

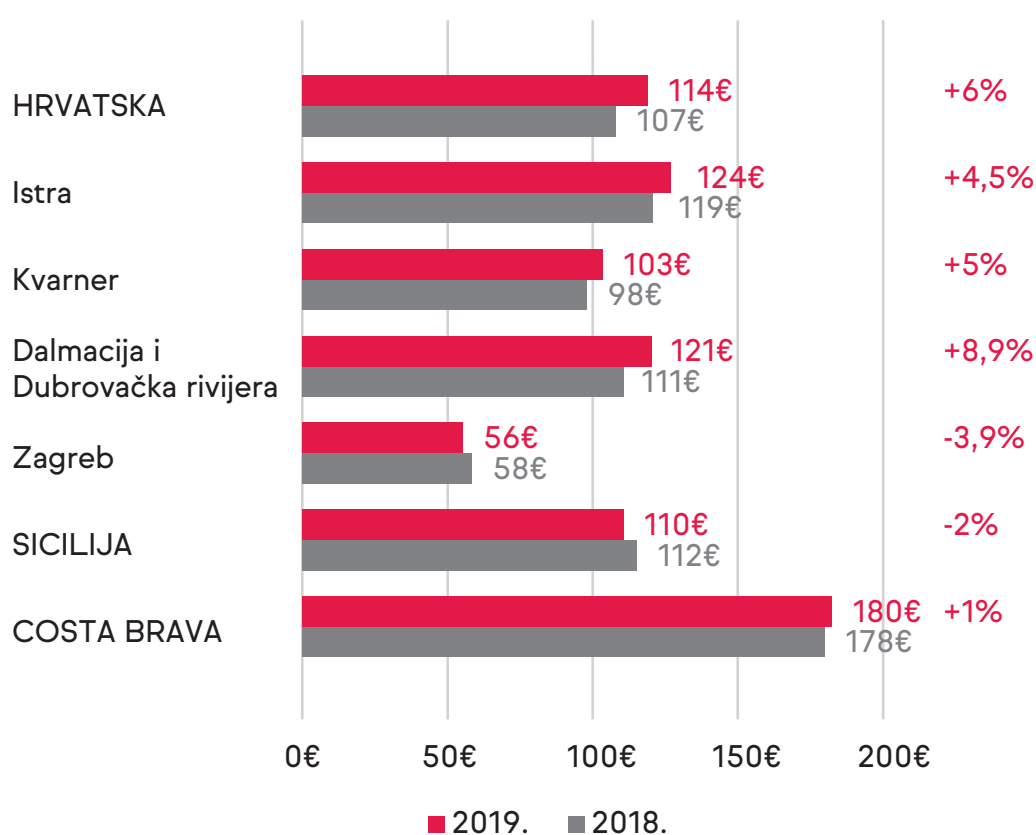


Napomena: Stope zauzetosti smještajnih jedinica izračunate su na bazi prosječnog broja dana oglašavanja smještajnih jedinica u razdobljima kolovoz 2017. do srpanj 2018., te kolovoz 2018. do srpanj 2019.

Izvor: AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA, <https://www.airdna.co>, rujan 2019.

U Hrvatskoj prosječna cijena smještajne jedinice na online portalima u razdoblju od kolovoza 2018, do srpnja 2019. iznosi 114 eura, te je povećana po stopi od 6 posto u odnosu na razdoblje prethodnih 12 mjeseci. Najviše cijene ostvarene su u Istri (124 eura) te Dalmaciji i Dubrovačkoj rivijeri (121 euro). Prosječne cijene su u 2019. u odnosu na prethodnu godinu najviše povećane u Dalmaciji i Dubrovačkoj rivijeri (za 8,9 posto), dok su u Zagrebu smanjene po stopi od 3,9 posto.

#### PROSJEČNA CIJENA SMJEŠTAJNE JEDINICE NA ONLINE PORTALIMA AIRBNB I HOMEAWAY (HRVATSKA I ODABRANE MEDITERANSKE REGIJE)



Napomena: Prosječne cijene smještajnih jedinica izračunate su za razdoblja od kolovoza 2017. do srpnja 2018. i od kolovoza 2018. do srpnja 2019. Prosječne cijene smještajnih jedinica uključuju prihod od najma smještaja, naknadu za čišćenje i porez na dodanu vrijednost.  
Izvor: AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA, <https://www.airdna.co>, rujanj 2019.

Istodobno, prosječne cijene smještaja na online portalima su u Hrvatskoj u 2019. rasle više u odnosu na cijene u odabranim mediteranskim regijama u 2019., gdje su ili rasle minimalno (Costa Brava, porast od 1 posto) ili su smanjene (Sicilija, smanjenje za 2 posto).

Uslijed visoke stope rasta volumena prodaje na online portalima u razdoblju od kolovoza 2018. do srpnja 2019. u odnosu na prethodnih 12 mjeseci (za 15,4 posto) te rasta prosječnih cijena (za 6 posto), u Hrvatskoj je u spomenutom razdoblju iznajmljivanjem smještaja na online portalima ostvaren prihod od 2,03 milijarde eura (uključivo porez na

dodanu vrijednost), što je za 22 posto više nego u razdoblju prethodnih 12 mjeseci. Najviše stope rasta prihoda ostvarene su na Kvarneru (31 posto) i u Istri (29 posto).

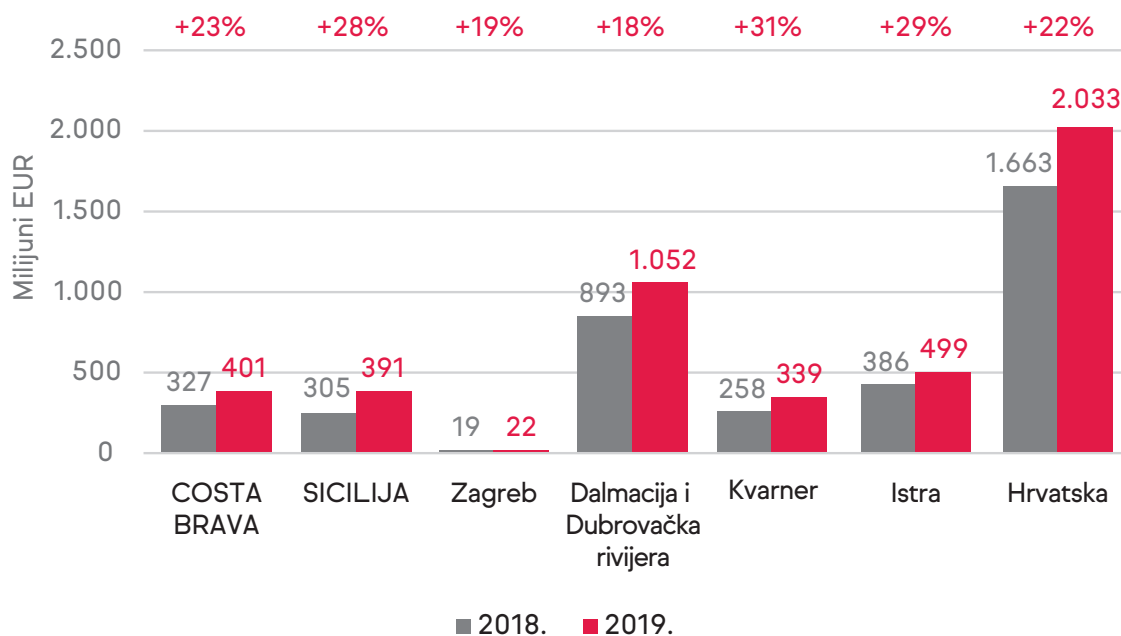
U odabranim mediteranskim destinacijama u spomenutom razdoblju ostvarene su više stope rasta prihoda smještaja na online portalima nego u Hrvatskoj i to u Costa Brava (porast od 23 posto), a na Siciliji porast od 28 posto. U tim je destinacijama rast prihoda bio generiran gotovo u cijelosti rastom volumena prodaje, budući da su cijene stagnirale u odnosu na prethodno razdoblje.

## BROJ PRODANIH SMJEŠTAJNIH JEDINICA NA ONLINE PORTALIMA AIRBNB I HOMEAWAY

	2018.	2019.	Stopa rasta
Hrvatska	15.517.946	17.898.406	15,3%
Istra	3.254.275	4.023.590	23,6%
Kvarner	2.630.326	3.294.176	25,2%
Dalmacija i Dubrovačka rivijera	8.022.927	8.676.518	8,1%
Zagreb	324.343	401.022	23,6%
Costa Brava	1.836.839	2.233.128	21,6%
Sicilija	2.709.785	3.543.762	30,8%

Napomena: Prikazuju se razdoblja kolovoz 2017.-srpanj 2018., te kolovoz 2018.-srpanj 2019.  
Izvor: AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA, <https://www.airdna.co>, rujan 2019.

## PRIHOD SMJEŠTAJA NA ONLINE PORTALIMA AIRBNB I HOMEAWAY (HRVATSKA I ODABRANE MEDITERANSKE REGIJE), MIL. EUR



Napomena: Prikazuje se prihod za razdoblja od kolovoza 2017. do srpnja 2018. i od kolovoza 2018. do srpnja 2019. Prihod uključuje porez na dodanu vrijednost.

Izvor: AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA, <https://www.airdna.co>, rujan 2019.

Generalno, kapaciteti kratkoročnog iznajmljivanja nekretnina turistima u Hrvatskoj rastu brže od ukupnih smještajnih kapaciteta. Ovo u gradskim cjelinama rezultira smanjivanjem stambenog fonda raspoloživog za lokalno stanovništvo, kao i kontinuiranim porastom najamnina za dugoročni najam. Hrvatska se po tom pitanju ubrzano pridružuje razvijenim državama koje su u gradskim aglomeracijama već prije nekoliko godina osjetile značajan utjecaj nekontroliranog rasta nekretnina za kratkoročni turistički najam, sa svim negativnim posljedicama na kvali-

tetu života lokalnog stanovništva. Stoga su gradske uprave u gradovima gdje su problemi najizraženiji (Amsterdam, Berlin, München, Lisabon, New York itd.) donijele niz mjera usmjerenih ka kontroli razvoja smještaja za kratkoročni turistički najam. U aktualnim uvjetima znatno bržeg rasta ovog segmenta tržišta u odnosu na organizirani turizam kod poduzetnika, sadašnju ukupnu strukturu smještajnih kapaciteta hrvatskog turizma, nacionalni je interes uspostaviti model okvira daljnjeg rasta i ukupnog funkcioniranja kratkoročnog najma nekretnina turistima.

# SMANJENJE STOPE PDV NA UGOSTITELJSKE USLUGE USMJERENO KA VEĆIM EKONOMSKIM I FISKALNIM UČINCIMA U GOSPODARSTVU

Najavljeno snižavanje stope poreza na dodanu vrijednost na pripremu i posluživanje jela u ugostiteljskim objektima sa sadašnjih 25 posto na 13 posto od 1. siječnja 2020. osnažit će konkurentnost ugostiteljstva, odnosno restoraterstva, u Hrvatskoj. Naime, s blizu 90 posto međunarodno generirane potražnje, turizam Hrvatske posluje i sudjeluje u konkurentskoj utakmici na međunarodnom tržištu. Najavljeno snižavanje stope poreza na dodanu vrijednost ima tri važna aspekta:

- Izjednačavanje uvjeta poslovanja s državama koje predstavljaju turističku konkurenciju Hrvatskoj važno je zbog uspostave podjednakih startnih uvjeta poslovanja smještajne i ugostiteljske industrije, kako bi se osiguralo ravnopravno konkuriranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu.
- Sniženje stope poreza na dodanu vrijednost na ugostiteljske usluge imat će utjecaj ne samo na ugostiteljstvo putem generiranja dodatnih sredstava za financiranje ulaganja i troška rada, kako bi se osigurala kvaliteta i unaprjeđenje konkurentnosti ove djelatnosti, već će se ostvariti ekonomski utjecaj i na sve djelatnosti povezane s

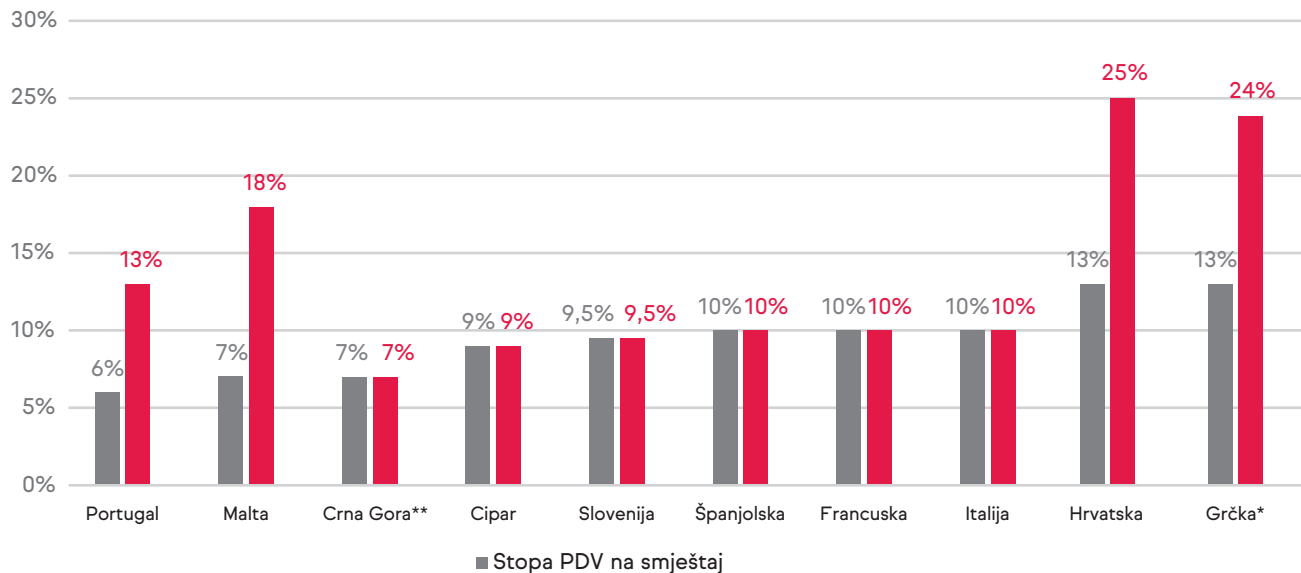
turizmom, koje kroz turizam plasiraju svoje proizvode i usluge.

- Diferenciranom stopom PDV-a za turizam koji može funkcionirati u svim dijelovima zemlje potiče se decentralizacija, što je interes svih zemalja EU pa tako i Hrvatske.

Zbog navedenih učinaka na povezane djelatnosti, sve europske države koje Hrvatskoj u turizmu predstavljaju konkurenciju imaju sniženu stopu poreza na dodanu vrijednost za hotelski smještaj i za ugostiteljske usluge, kako bi kontinuirano poticale razvoj turističkog sektora i gospodarstva u cjelini. Naime, u Europi je prepoznata činjenica da država polučuje najveće ekonomske i fiskalne učinke upravo plasirajući proizvode kroz kanal ugostiteljstva. Na taj se način potiče ne samo razvoj turističkog sektora koji, kao radno intenzivna djelatnost, omogućuje zapošljavanje, već se ostvaruju i širi učinci u djelatnostima poljoprivrede, prerade hrane i proizvodnje pića, građevinskoj djelatnosti i ostalim industrijama (proizvodnja namještaja, opreme i slično). Ujedno, turizam orijentiran međunarodnom tržištu, kao što je to u Hrvatskoj slučaj, predstavlja najefikasniji oblik „izvoza“ unutar granica Hrvatske.



## STOPE PDV NA HOTELSKI SMJEŠTAJ I UGOSTITELJSKE USLUGE U EUROPSKIM MEDITERANSKIM ZEMLJAMA (2019.)

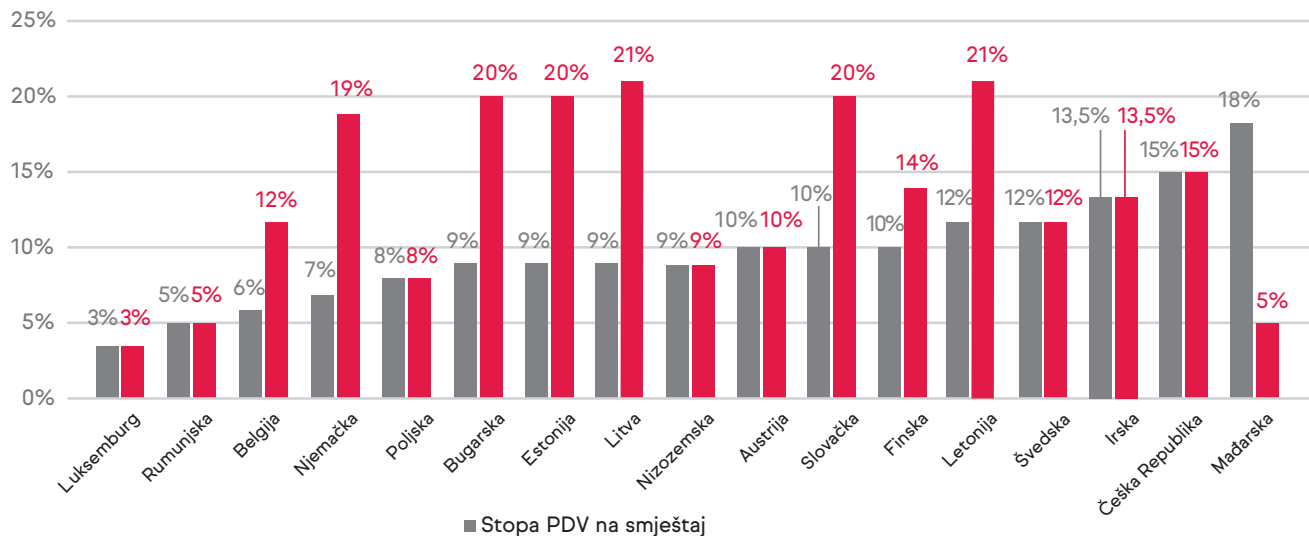


\* Grčka od 2020. godine snižava stopu PDV na hotelski smještaj sa 13% na 11%, a PDV na ugostiteljske usluge sa 24% na 13%.

\*\* Navedene stope u CG se odnose na hotele 4\* i 5\* u Sjevernoj regiji, te hotele 5\* u Središnjoj i Primorskoj regiji.

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

## STOPE PDV NA HOTELSKI SMJEŠTAJ I UGOSTITELJSKE USLUGE U OSTALIM EUROPSKIM ZEMLJAMA (2019.)



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

Ilustrativno se u nastavku navodi primjer ekonomskih i fiskalnih učinaka pri prodaji boce vina kroz četiri moguća kanala distribucije: prodajom na kućnom pragu, izvozom, plasmanom u maloprodaji te u ugostiteljstvu. Vidljivo je da su fiskalni učinci (kroz porez na dodanu vrijednost te poreze i doprinose na plaće), devizna komponenta te učinci zapošljavanja najviši upravo ukoliko se boca vina na tržište plasira kroz ugostiteljstvo. U plasmanu kroz ugostiteljstvo iznos poreza na

dodanu vrijednost je po boci vina 2,2 puta viši nego u maloprodaji, te 4 puta viši nego u prodaji na kućnom pragu. Porezi i doprinosi na plaće kod plasmana vina kroz ugostiteljstvo su preko 12 puta viši nego u izvozu, te preko 20 posto viši nego kod plasmana vina kroz prodaju na kućnom pragu i u maloprodaji. Ujedno je i zaposlenost u ugostiteljstvu viša nego u drugim kanalima distribucije, kao i devizna komponenta koja je barem 4 puta viša nego u drugim kanalima.

# EKONOMSKI I FISKALNI UČINCI: PLASMAN BOCE VINA KROZ 4 KANALA DISTRIBUCIJE

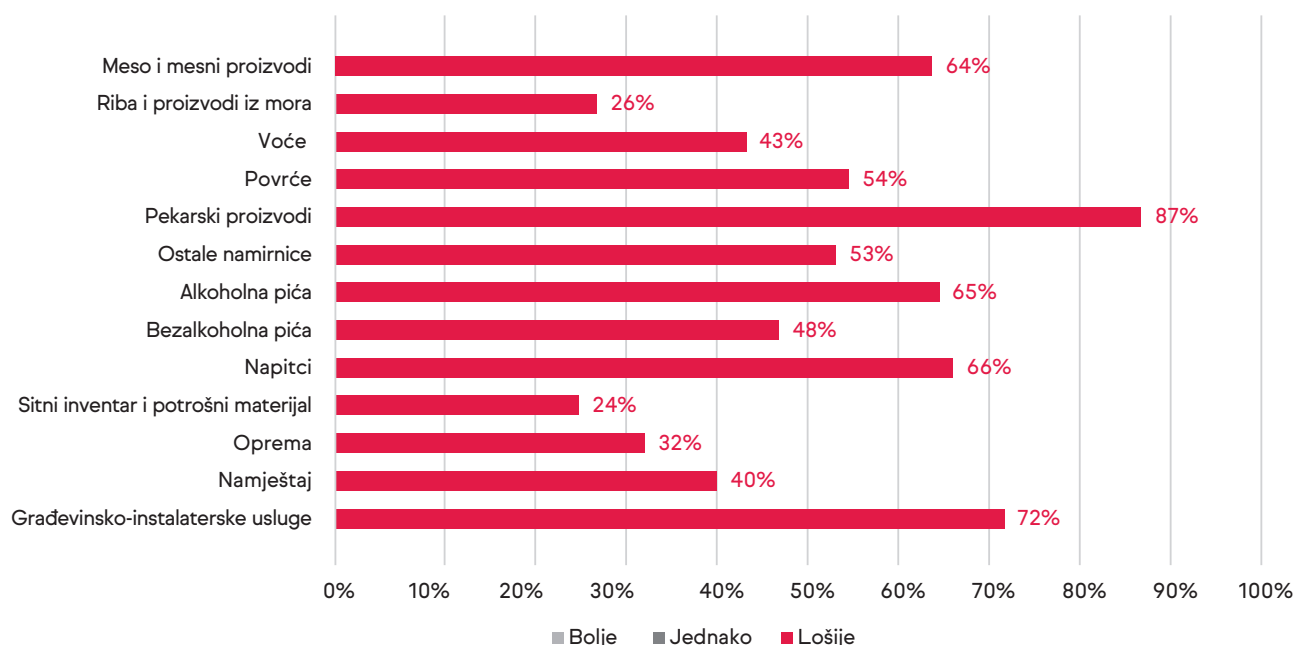
Kanal distribucije	Cijena boce vina (bez PDV)	PDV iznos	Devizna komponenta	Zaposlenost	Porezi i doprinosi na plaće (god.)
Prodaja na kućnom pragu	50 kn	12,50 kn	40 kn	0,5	20.114 kn
Izvoz	45 kn	0 kn	45 kn	0,1	4.055 kn
Maloprodaja	70 kn	17,5 kn	28 kn	1,1	40.550 kn
UGOSTITELJSTVO	200 kn	50,00 kn	180 kn	1,5	49.665 kn

Napomena: U prethodnom ilustrativnom primjeru, pri izračunu ekonomskih i fiskalnih učinaka korišteni su pretpostavljena prosječna cijena boce vina u pojedinom kanalu prodaje, standardi zapošljavanja u pojedinoj djelatnosti, procjena udjela devizne komponente u ukupnoj potrošnji sukladno procijenjenom udjelu inozemnih u ukupnom broju potrošača u pojedinom kanalu prodaje, te prosječne plaće koje se realiziraju u pojedinoj djelatnosti.

Utjecaj turizma na povezane djelatnosti izravno je vidljiv kroz potrošnju proizvoda i usluga različitih djelatnosti u turističkom sektoru. Prema Satelitskom računu turizma za Hrvatsku u 2016., turizam sudjeluje sa 6,81 milijardom kuna prodane vrijednosti robe, u ukupnom outputu trgovine na malo koji iznosi 74,9 milijardi kuna. Navedeni iznosi ne uključuju porez na dodanu vrijednost, a odnose se samo na potrošnju, bez investicija.

Prema anketi vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj, udio proizvoda i usluga hrvatskog porijekla u ukupnoj potrošnji značajan je po svim analiziranim skupinama. Izuzetno visok udio domaće komponente realizira se u potrošnji pekarskih proizvoda, građevinsko-instalaterskim uslugama, a natpolovični udio u potrošnji alkoholnih pića i napitaka, mesa i mesnih proizvoda te povrća.

## POSTOTAK UDJELA DOMAĆIH PROIZVODA I USLUGA U UKUPNOJ POTROŠNJI VODEĆIH HOTELSKO-TURISTIČKIH KOMPANIJA U HRVATSKOJ



# IZVORI:

AirDNA Trend Report Croatia, Powered by AirDNA,  
<https://www.airdna.co>, rujan 2019.

E-visitor, Hrvatska turistička zajednica, 25.09.2019.

Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2019.,  
Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Priredili:  
dr.sc. Neven Ivandić, univ. spec. oec. Zrinka Marušić, univ.  
spec. oec., Ivan Sever, dr.sc. Goran Kos, Darko Vrančić,  
Krunoslav Zauder i Andrea Brumnić, 15.01.2019.

Tomas ljetno 2017. – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj,  
Institut za turizam, Zagreb, ožujak 2018.

Turizam u brojkama 2017. i 2018., Ministarstvo turizma  
Republike Hrvatske

Izvori za turističke statistike mediteranskih zemalja:

- <https://tradingeconomics.com/slovenia/tourist-arrivals>
- <https://www.tornosnews.gr/en/tourism-businesses/markets/36530-2-1-rise-in-cyprus-tourist-arrivals-during-july-2019.html>
- [https://www.mincotur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2019/Paginas/Np\\_Frontur-Egatur-julio-2019.aspx](https://www.mincotur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2019/Paginas/Np_Frontur-Egatur-julio-2019.aspx) (Ministarstvo industrije, trgovine i turizma Španjolske)
- [https://nso.gov.mt/en/News\\_Releases/View\\_by\\_Unit/Unit\\_C3/Tourism\\_Statistics/Pages/Inbound-Tourism.aspx](https://nso.gov.mt/en/News_Releases/View_by_Unit/Unit_C3/Tourism_Statistics/Pages/Inbound-Tourism.aspx) (Nacionalni statistički ured Malta)
- Ministarstvo kulture i turizma Turske
- Settembre è qui: i primi numeri sul turismo estivo 2019 in Italia, [https://www.adnkronos.com/immediapress/turismo/2019/08/30/settembre-qui-primi-neri-sul-turismo-estivo-italia\\_HvqsvTRxi7qEAUgUzu6SM.html](https://www.adnkronos.com/immediapress/turismo/2019/08/30/settembre-qui-primi-neri-sul-turismo-estivo-italia_HvqsvTRxi7qEAUgUzu6SM.html), 30.08.2019.

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

Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj – Tržišni trendovi u 2019., Hrvatska udruga turizma, rujan 2019.

Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih kompanija u Hrvatskoj – Udio domaćih proizvoda i usluga u potrošnji, Hrvatska udruga turizma, rujan 2019.



#### Impressum

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

Za izdavača  
Veljko Ostojić

Dizajn  
Agencija 404