

TURISTIČKI
impuls

UVODNIK

Nakon gotovo desetljeća relativne stabilnosti, dominantno obilježje početka ove turističke godine s tržišnog aspekta je neizvjesnost. Ono u što možemo biti sigurni jest da je razdoblje visokih stopa rasta fizičkih turističkih pokazatelja iza nas.

Pred nama je razdoblje borbe za svakog gosta na turbulentnim emitivnim tržištima.

Dva su osnovna razloga za to: prvi je povratak istočno mediteranske konkurencija na velika vrata. Stope rasta turističke potražnje koje ostvaruje Turska, zahvaljujući prvenstveno niskim cijenama, unijele su nervozu u cijelu regiju.

Drugi razlog je opća nesigurnost u snagu europskog gospodarstva, potaknuta slabljenjem odnosno usporavanjem gospodarskog rasta velikih država, te Brexitom i njegovim učincima.

To je danas okruženje koje oblikuje turističku perspektivu Hrvatske. Za očekivati je da će ono potrajati sljedećih nekoliko sezona.

Jesmo li mi spremni odgovoriti na takvu promjenu u okruženju?

Svi dionici u hrvatskom turizmu svjesni su da dugoročnu perspektivu ne možemo graditi na cijeni, već isključivo na jačanju kvalitete, za što nam treba poticajna poslovna klima.

U Hrvatskoj udruzi turizma potičemo konstruktivan dijalog svih dionika s osnovnim ciljem iskorištenja punog turističkog potencijala, što bi bio značajan doprinos snažnom iskoraku cjelokupnog gospodarstva Hrvatske.

Kako bismo ključnim dionicima, ali i svim zainteresiranima, omogućili bolje razumijevanje i dublji uvid u stanje u turizmu, odlučili smo kreirati Turistički impuls – posebnu publikaciju koja će svakog kvartala donositi ključne sektorske trendove i njihove implikacije na hrvatski turizam.

Nadamo se da će Turistički impuls, zajedno s ostalim aktivnostima koje provodimo u HUT-u, doprinijeti nužno potrebnim promjenama u turizmu i gospodarstvu Hrvatske.

Veljko Ostojić,
direktor Hrvatske udruge turizma

KLJUČNE PORUKE

PRVI MINUSI U OKRUŽENJU POTIČU NEIZVJESNOST

- Ključna emitivna tržišta koja donose gotovo 30 posto ukupnih noćenja u Hrvatskoj bilježe gospodarsko usporavanje – Njemačka, Italija i Velika Britanija.
- Njemačka – godišnji kumulativ rezervacija bilježi minuse u odnosu na prošlu godinu.
- Velika Britanija – u prva dva mjeseca pad turističkih rezervacija Britanaca na Mediteranu u prosjeku do 10 posto.

BEZ PROMJENE POSLOVNOG OKRUŽENJA SLIJEDI PAD INVESTICIJA

- Vodeće turističke kompanije očekuju ove godine smanjenje investicija za 20 posto u odnosu na 2018.
- U naredne dvije godine (2020. – 2021.) očekuje se daljnje smanjivanje investicija po stopi od 33 posto u usporedbi s razdobljem 2018. – 2019.

HOTELIJERI U "ŠKARAMA" RASTA TROŠKOVA RADA I PADA DOBITI

- Najveće turističke kompanije u 2019. očekuju usporavanje godišnje stope rasta prihoda za 11,4 posto u 2019. u odnosu na prethodnu godinu i kumulativni rast troškova rada od 18,4 posto u 2018. i 2019.
- Posljedica je pad godišnje stope promjene profitabilnosti (s 19,1 posto rasta dobiti u 2018. na pad dobiti od 4,8 posto u 2019. u odnosu na prethodnu godinu).

2018.: NASTAVAK SNAŽNOG EKONOMSKOG UTJECAJA TURIZMA

Globalni ekonomski utjecaj turizma



GLOBALNO

Prema najnovijoj analizi Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTC), turizam u svijetu je u 2018. ostvario stabilne pokazatelje rasta doprinosa turizma BDP-u (stopa rasta od 3,9 posto), koja je već osmu godinu za redom viša od stope rasta globalnog BDP-a. Istodobno, turizam je povećao svoj udio na 78,5 posto ukupne potrošnje za slobodno vrijeme. Turizam kroz sve pokazatelje potvrđuje svoju ulogu značajnog pokretača gospodarskog rasta, stvaranja radnih mjesta i investiranja.

Ekonomski značaj turizma Hrvatske

HRVATSKA

Izradom Turističkog satelitskog računa za Hrvatsku koji je početkom 2019. objavljen za 2016., metodološki se usklađujemo s praksom ostalih država Europske unije pa su moguće izravne usporedbe o doprinosu turizma nacionalnom gospodarstvu u Hrvatskoj i ostalim državama. Prema Turističkom satelitskom računu, potvrđen je izrazito visoki značaj turizma za ukupno nacionalno gospodarstvo Hrvatske.

Turizam Hrvatske ukupno generira 320 tisuća radnih mjesta, od kojih 137 tisuća izravno u sektoru, a preostalih 182 tisuće u djelatnostima povezanim s turizmom.



GLOBALNA EKONOMSKA KRETANJA: USPORAVANJE

Sukladno cikličnoj prirodi ekonomskih kretanja, nakon višegodišnjeg razdoblja snažnijeg ekonomskog rasta, svjetska ekonomija ulazi u fazu usporavanja. U trećem tromjesečju 2018. globalni rast usporio je na 0,8 posto u odnosu na prethodno tromjesečje koje je bilježilo rat od 0,9 posto prema prethodnom kvartalu.

Nakon 2018. u kojoj je, prema procjenama Europske komisije, globalno gospodarstvo ostvarilo stopu rasta od 3,9 posto, za 2019. se prognozira realna stopa rasta BDP-a od 3,8 posto.

STOPE RASTA EUROZONE PREMA PROGNOZI EUROPSKE KOMISIJE (zima 2019.)

Godina	Realni BDP	Inflacija
2018.	1,9	1,7
2019.	1,3	1,4
2020.	1,6	1,5

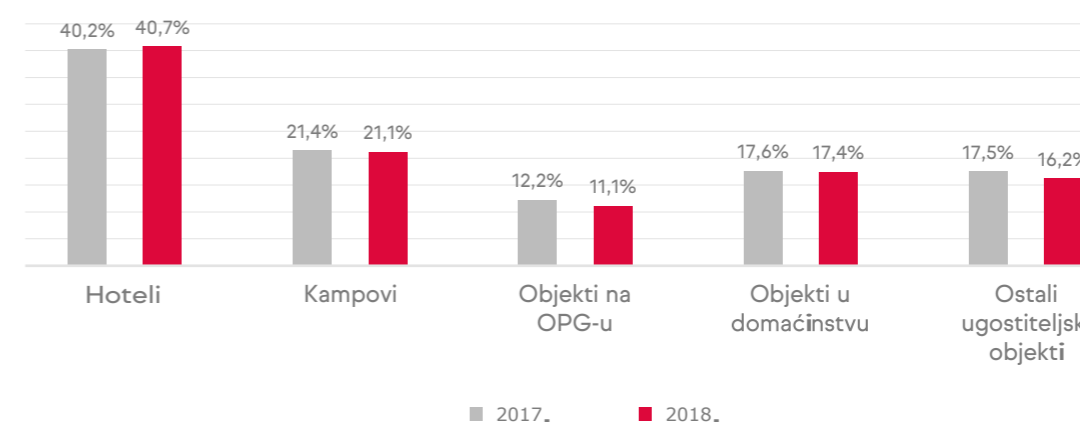
Izvor: European Economic Forecast - Winter 2019 (interim), European Commission, veljača 2019

Iako se očekuje da će gospodarstvo Europe u 2019. ostvariti stope rasta sedmu godinu za redom, one će biti niže u usporedbi sa stopama rasta proteklih godina. Prognoze su povezane s velikom dozom neizvjesnosti. Dok se u eurozoni za 2018. procjenjuje dostizanje stope rasta od 1,9 posto, Europska komisija snizila je prognozu realne stope rasta BDP-a eurozone za 2019. s 1,6 posto (danu u jesen 2018.) na 1,3 posto, zbog neizvjesnosti u globalnoj trgovini i internih faktora nacionalnih ekonomija vodećih zemalja Europske unije.

Nakon 2018. u kojoj je, prema procjenama Europske komisije, globalno gospodarstvo ostvarilo stopu rasta od 3,9 posto, za 2019. se prognozira realna stopa rasta BDP-a od 3,8 posto.

TRENDVI U TURIZMU HRVATSKE 2018. - 2019.

GODIŠNJA STOPA ZAUZETOSTI PO VRSTAMA SMJEŠTAJA U HRVATSKOJ 2017. I 2018.



Stopa zauzetosti smještajnih kapaciteta na bazi broja kreveta i 365 dana. Izvor: eVisitor, HTZ, 31.12.2018. i 31.12.2017.; Obrada HD Consulting

Promatramo li ukupne komercijalne smještajne kapacitete u Hrvatskoj, uslijed nešto niže razine turističke potražnje u visokoj sezoni, sve vrste komercijalnog smještaja osim hotela ostvarile su u 2018. nešto niži stupanj zauzetosti nego u prethodnoj godini.

HUT je u ožujku 2019. proveo anketno istraživanje među članicama - 15 vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj, s ciljem utvrđivanja trendova ključnih poslovnih rezultata i investicija u 2018. te planovima za 2019. Navedeni uzorak generira 40 posto ukupnog prihoda djelatnosti 55 u Hrvatskoj (Smje-

štaj) te sudjeluje sa 47 posto u troškovima rada i 81 posto u ostvarenoj dobiti navedene djelatnosti. Istraživanje je pokazalo da se prema poslovnim planovima u 2019. očekuje usporavanje rasta prihoda te smanjenje profitnih marži i raspoloživih sredstava za investiranje.

Osobito je zabrinjavajuće da se i u narednom razdoblju (2020. - 2021.), uslijed otežanih uvjeta poslovanja i nekonkurentne visine poreznih opterećenja, očekuje daljnje smanjenje investicija po stopi od 33 posto u odnosu na prethodno razdoblje (2018. - 2019.).

PROGNOZA 2019.

KRETANJE KLJUČNIH POKAZATELJA TURISTIČKOG GOSPODARSTVA HRVATSKE U ODNOSU NA 2018.

Povećanje prihoda

7,0%

Povećanje troškova rada

8,6%

Smanjenje dobiti

-4,8%

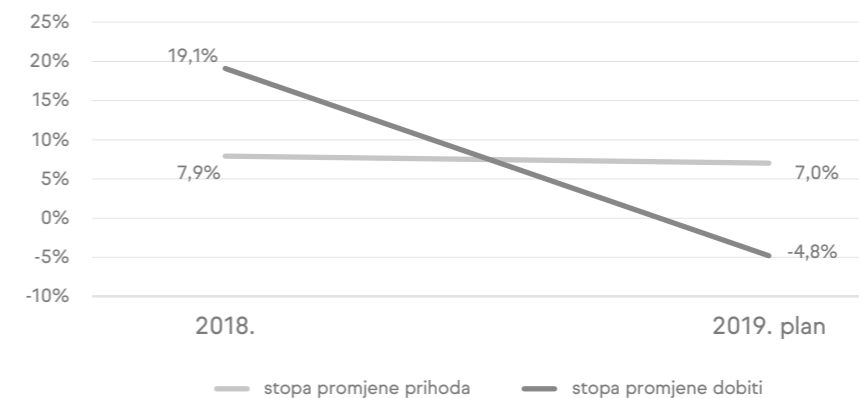
Smanjenje investicija

-20%

Daljnje smanjenje investicija u razdoblju 2020.-2021. u usporedbi s 2018.-2019.

-33%

POSLOVNI POKAZATELJI VODEĆIH HOTELSKO-TURISTIČKIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ (2018.-2019.)

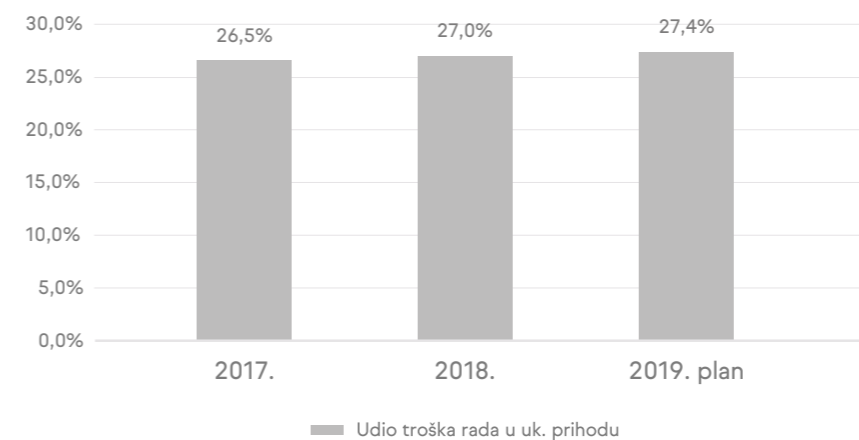


Izvor: Anketno istraživanje vodećih hotelsko-turističkih poduzeća u Hrvatskoj, HUT ožujak, 2019.; Obrada HD Consulting

Za vodeće turističke kompanije u Hrvatskoj 2018. bila je poslovno uspješnija od prethodne, budući da je ostvaren 7,9 posto veći prihod i 19,1 posto viša dobit u odnosu na 2017.

Za 2019. planirana je nešto niža godišnja stopa rasta prihoda (7,0 posto) nego što je ona ostvarena u 2018., a zbog povećanih troškova, prije svega troškova rada, planirana je niža profitna stopa te ostvarenje 4,8 posto niže dobiti nego u 2018.

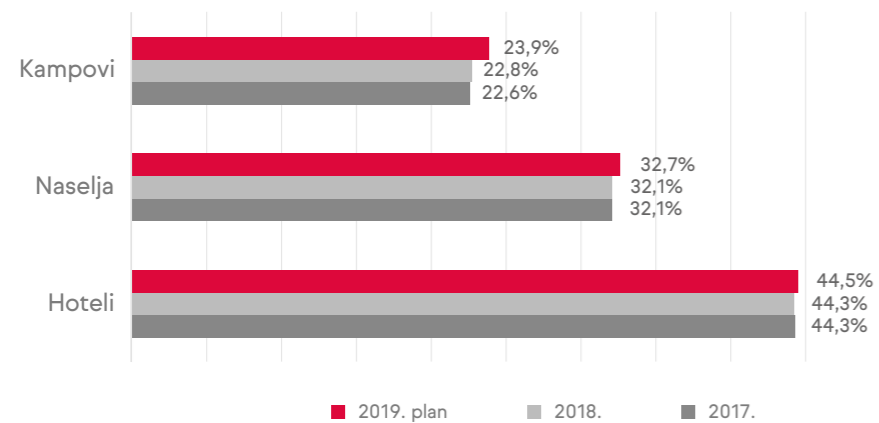
KRETANJE TROŠKA RADA U VODEĆIM HOTELSKO-TURISTIČKIM KOMPANIJAMA HRVATSKE (2017.-2019.)



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

Troškovi rada u 2018. povećani su za gotovo 10 posto u odnosu na prethodnu godinu, a u 2019. planirano je njihovo daljnje povećanje po stopi od 8,6 posto, koja je viša od planirane stope rasta prihoda u 2019. koja je 7 posto.

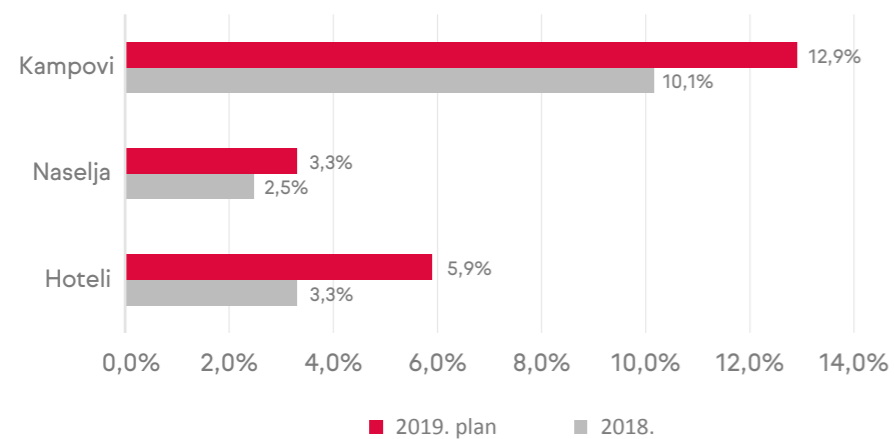
GODIŠNJE STOPE ZAUZETOSTI PO VRSTAMA SMJEŠTAJA U VODEĆIM HOTELSKO-TURISTIČKIM KOMPANIJAMA U HRVATSKOJ



Godišnje stope zauzetosti po vrstama smještaja u vodećim turističkim kompanijama upućuju da se rast prihoda ostvaruje uglavnom temeljem porasta cijena i izvansmještajnog prihoda, budući da zauzetost stagnira ili minimalno raste.

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

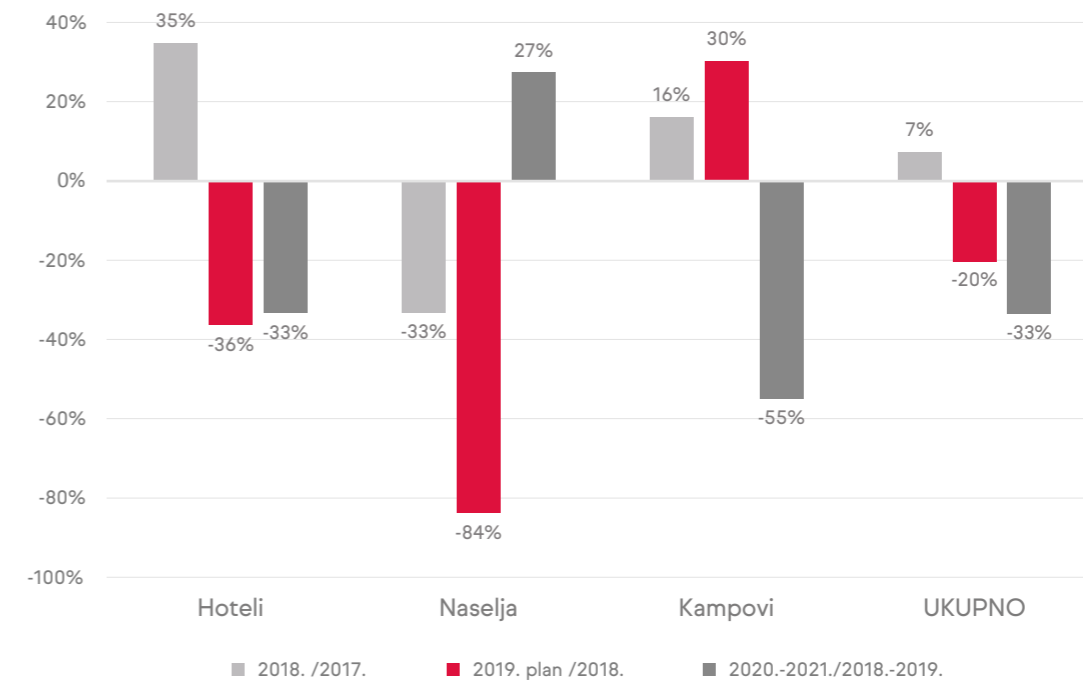
STOPE RASTA PROSJEČNOG GODIŠNJEG PRIHODA PO KREVTU/OSOBI U VODEĆIM HOTELSKO-TURISTIČKIM KOMPANIJAMA U HRVATSKOJ



Prema planovima za 2019., najviši rast prosječnog prihoda po krevetu/osobi očekuje se u kampovima, dok su za hotele i naselja planirane umjerene stope rasta prihoda.

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

GODIŠNJE STOPE PROMJENE ULAGANJA U VODEĆIM HOTELSKO-TURISTIČKIM KOMPANIJAMA HRVATSKE (2018.-2021.)



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

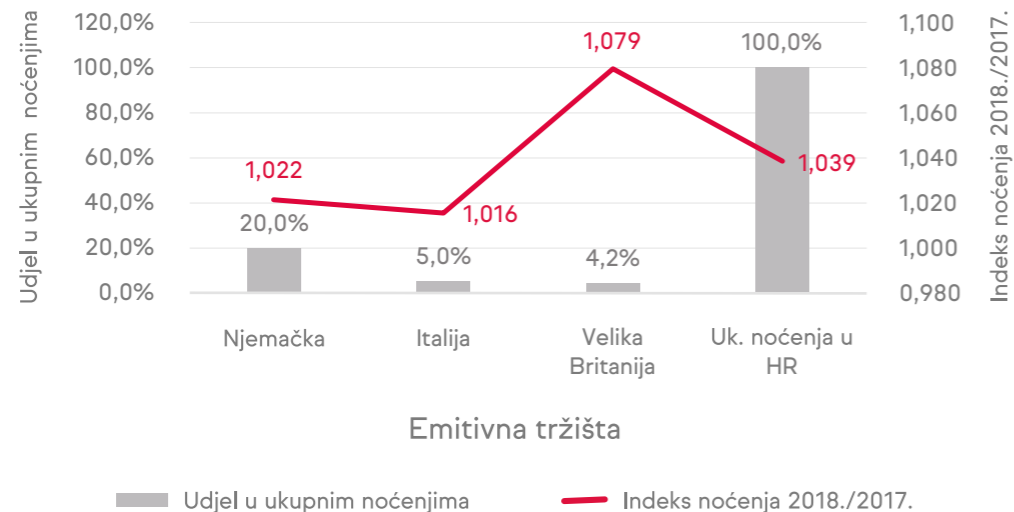
Smanjena profitabilnost turističkih kompanija u narednom razdoblju odrazit će se i na smanjenje ulaganja. Dok su ulaganja u 2018. bila 7 posto viša od onih prethodne godine, u 2019. godini planirana su 20 posto manja ulaganja, a za razdoblje iduće dvije godine (2020. - 2021.) u usporedbi s razdobljem 2018. - 2019. očekuje se daljnje smanjenje ulaganja po stopi od 33 posto u odnosu na prethodno razdoblje.

TRŽIŠTA U FOKUSU

Njemačka, najznačajnije emitivno tržište za turizam Hrvatske, s 21,1 milijuna noćenja, već je protekle godine ostvarila ispod prosječnu stopu rasta na hrvatskom turističkom tržištu, jednako kao i Italija koja se s 1,2 milijuna noćenja pozicionirala kao šesto po veličini inozemno emitivno tržište u Hrvatskoj i ostvarila minimalnu stopu rasta na hrvatskom turističkom tržištu u 2018. Velika Britanija, nasuprot tome, kao 7. po značaju emitivno tržište Hrvatske, u 2018. u Hrvatskoj je ostvarila natprosječnu stopu rasta.

Prema stanju nacionalnih ekonomija ovih triju država, kao i značenjima ovih emitivnih tržišta za turizam Hrvatske, budući da ona zajedno čine gotovo 30 posto ukupnih ostvarenih noćenja, može se očekivati kako će za privlačenje turističke potražnje u Hrvatsku biti potrebno provesti dodatne prodajno-marketinške aktivnosti tijekom 2019.

EMITIVNA TRŽIŠTA NJEMAČKE, ITALIJE I VELIKE BRITANIJE (2018.)



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

NJEMAČKA I ITALIJA: USPORAVANJE EKONOMIJE I NAZNAKE RECESIJE

Njemačka gospodarska aktivnost usporava. U veljači 2019. Europska komisija smanjila je stopu rasta njemačkog gospodarstva za 2019. na 1,1 posto (s prethodne prognoze rasta od 1,8 posto dane u jesen 2018.). Potaknuti ekonomskom neizvjesnošću, Nijemci su u siječnju 2019. rezervirali oko 9 posto manje ljetnih turističkih aranžmana u usporedbi s istim razdobljem prošle godine i to podjednako u svim mediteranskim destinacijama, uz izuzetak Turske koja bilježi porast rezervacija iz Njemačke. No, situacija se u veljači 2019. poboljšava: putničke agencije i online kanali bilježe 1 posto viši booking za ljetne odmomore u usporedbi s veljačom 2018. godine, čime je kumulativni booking za ljetni odmor 2019. u usporedbi s istim razdobljem prošle godine tek 1 posto manji (u siječnju 2019. je bio 2 posto manji kumulativno, u usporedbi s istim razdobljem prošle godine). S njemačkog tržišta se očekuje povećana razina 'last minute bookinga' za ljetni odmor u usporedbi s prošlom godinom, a taj je trend bio vidljiv i kod bookinga zimskog odmora Nijemaca. 'Last minute booking' za zimski odmor je u veljači 2019. bio za 7 posto viši od istog razdoblja prošle godine.

Usporavanje rezervacija za hotele u Hrvatskoj je prisutno u manjoj mjeri nego što je to slučaj u kampovima i privatnom smještaju, a objekti koji su ulaganjima podigli kvalitetu imaju najmanje izazova vezanih uz smanjene rezervacije.

Italija je ušla u recesijsko razdoblje, budući da je u posljednjem tromjesečju 2018. BDP pao za 0,2 posto u odnosu na prethodno tromjesečje, kada je ostvaren pad BDP-a za 0,1 posto. Agencija Istat izvještava o porastu talijanskog BDP-a od 0,9 posto u 2018. u odnosu na 1,6 posto prethodne godine, uz istodoban porast javnog duga. Talijanska je ekonomija, naime, ovisna o izvozu te se usporavanje gospodarstva u Europi izravno odražava na nastavak trenda pada industrijske proizvodnje koji je zabilježen u veljači 2019. Ekonomski analitičari predviđaju rast talijanskog BDP-a u prvom tromjesečju ove godine za 0,1 posto, uz zadržavanje visokih stopa nezaposlenosti i izostanak napretka u snižavanju javnog duga. Europska je komisija u veljači

2019. smanjila stopu rasta talijanskog gospodarstva u 2019. godini na 0,2 posto (s prethodne prognoze rasta od 1,2 posto dane u jesen 2018.). Ukoliko ne unese promjene u fiskalnu i ekonomsku politiku, Italija riskira produbljivanje recesije i mogući ulazak u krizu, uz posljedične rizike stabilnosti eurozone.

VELIKA BRITANIJA: NEIZVJESNOST ZBOG BREXITA

Politička neizvjesnost uzrokovana Brexitom i događajima vezanim uz Brexit može imati značajan utjecaj na turizam u Hrvatskoj, budući da Velika Britanija ostvaruje gotovo 4,5 milijuna noćenja u Hrvatskoj. Kao posljedica neizvjesnosti, u prva dva mjeseca 2019. bilježi se pad turističkih rezervacija Britanaca na svim mediteranskim tržištima u prosjeku do 10 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Prema analizi Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTC), preko 300 tisuća radnih mjesta u Ujedinjenom Kraljevstvu i 400 tisuća radnih mjesta u Europi može biti dovedeno u pitanje ako UK napusti EU bez dogovora.

Neizvjesnosti u vezi Brexita u pogledu putovanja zahtijevaju redovito praćenje razvoja situacije i pravovremenu pripremu kako bi dolazak britanskih turista protekao neometano.

POVRATAK MEDITERANSKE KONKURENCIJE

Turistički konkurenti Hrvatske na istoku i jugu Mediterana, poput Turske, Grčke, Egipta i sjevernoafričkih država, koji su zbog političkih i drugih nestabilnosti nekoliko godina ostvarivali smanjenu potražnju, snažno se oporavljaju i uključuju u tržišnu utakmicu, nudeći cjenovne pogodnosti, pojačano ulažući u marketing i osiguravajući veliki broj avio letova za svoje destinacije.

Odražava se to na opći trend preusmjerenja potražnje sa razvijenih turističkih mediteranskih tržišta u destinacije na istoku i jugu Mediterana. Posljedica je smanjivanje bookinga u razvijenim turističkim destinacijama Mediterana, a najviše je izraženo na zrelim mediteranskim tržištima poput Španjolske i Portugala.

TRŽIŠNA OČEKIVANJA

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji UNWTO, u svijetu je u 2018. ostvarena godišnja stopa rasta međunarodnih turističkih dolazaka od 5,6 posto, što je smanjenje u odnosu na 7,0 posto u 2017. Očekivanja za 2019. su daljnje smanjenje stope rasta međunarodnih dolazaka na 3 posto do 4 posto, što su stope koje se očekuju i u Europi.

GLOBALNI TRŽIŠNI IZGLEDI TURIZMA - 2019.

POKRETAČI



Stabilne cijene goriva = pristupačne cijene aviokarata

Bolja zračna povezanost

Jačanje turističke potražnje s tržišta u nastajanju

RIZICI



Ekonomsko usporavanje

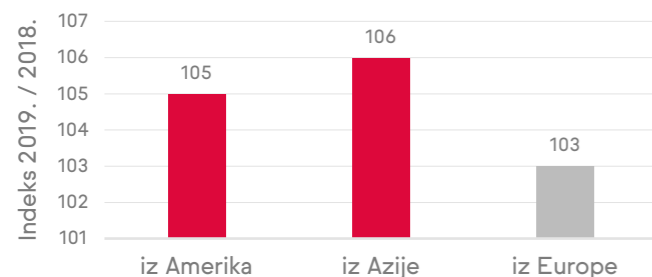
Neizvjesnost Brexita

Geopolitičke i trgovinske napetosti

Investitori i putnici odgađaju donošenje odluka

Izvor: World Tourism Barometar, Vol 17/1, UNWTO, siječanj 2019.

NAMJERE PUTOVANJA U INOZEMSTVO (2018./2019.)



Prema istraživanju IPK International, namjere Europljana za putovanje u inozemstvo u 2019. povećane su 3 posto u odnosu na prethodnu godinu, što predstavlja smanjenje stope rasta u odnosu na prošlu godinu.

Izvor: World Travel Monitor IPK International, veljača 2019.

IZVORI:

Eurostat, ožujak 2019.

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

GfK Travel Insights, Germany – Summer bookings go negative, veljača 2019.

WTTC Brexit warning: 700,000 travel tourism jobs at risk in Europe, veljača 2019.

World Tourism Barometer, Vol. 17/1, UNWTO, siječanj 2019.

Latest World Travel Trends and Forecast 2019, ITB Future Day, Berlin 6th March 2019, IPK International

World Travel Monitor, IPK International, veljača 2019.

Travel & Tourism Economic Impact 2018 World, World Travel & Tourism Council, ožujak 2019.

Travel & Tourism Economic Impact 2018 Croatia, World

Travel & Tourism Council, ožujak 2019.

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, ožujak 2019.

Turistički satelitski račun Hrvatske za 2016. godinu, Institut za turizam, Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Presentacija 15.01.2019.

Arhivalitika, ožujak 2019.

E-visitor, Hrvatska turistička zajednica, 31.12.2018. i 31.12.2017.

Anketno istraživanje vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj, Hrvatska udruga turizma, HD Consulting, ožujak 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