



## **REZULTATI HRVATSKOG TURIZMA U RAZDOBLJU 2019. – 2023.**

siječanj 2024.

## Sadržaj:

Uvod .....	3
Smještajni kapaciteti Hrvatske u razdoblju 2019. do 2023. ....	4
Smještajni kapaciteti prema vrstama, u razdoblju 2019. - 2023. ....	4
Ukupni komercijalni smještajni kapaciteti u razdoblju 2019. – 2023. ....	6
Hotelski kapaciteti u razdoblju 2019. – 2023. ....	8
Kapaciteti obiteljskog smještaja u razdoblju 2019. – 2023. ....	11
Kapaciteti kampova u razdoblju 2019. – 2023. ....	14
Noćenja prema vrstama smještajnih objekata u razdoblju 2019. do 2023. ....	17
Prosječna iskorištenost smještajnih kapaciteta .....	23
Odnos kategorije smještaja i iskorištenosti kapaciteta .....	24
Pokazatelji poslovanja hotela .....	26
Pokazatelji poslovanja kampova .....	27
Sezonalna distribucija turističkog prometa .....	29
Emitivna tržišta .....	30
Tržišta prema segmentima smještaja .....	30
Noćenja prema dobnim skupinama .....	33
Noćenja prema načinu organizacije putovanja .....	34
Zrakoplovni promet .....	36
TOMAS istraživanja .....	37
Zaključak .....	42

## Uvod

Nakon rekordnih turističkih ostvarenja koje je hrvatski turizam zabilježio u sezoni 2019. godine, uslijedila je COVID pandemija koja je donijela značajan pad globalne turističke potražnje. U takvom kontekstu, 2020. i 2021. godina obilježene su osjetnim padom turističkog prometa, što je razdoblje koje je Hrvatska ipak „prebrodila“ uspješnije od ostatka Mediterana i Europe, iako i nadalje uz manje „turističke brojke“ u odnosu na sezonu 2019.

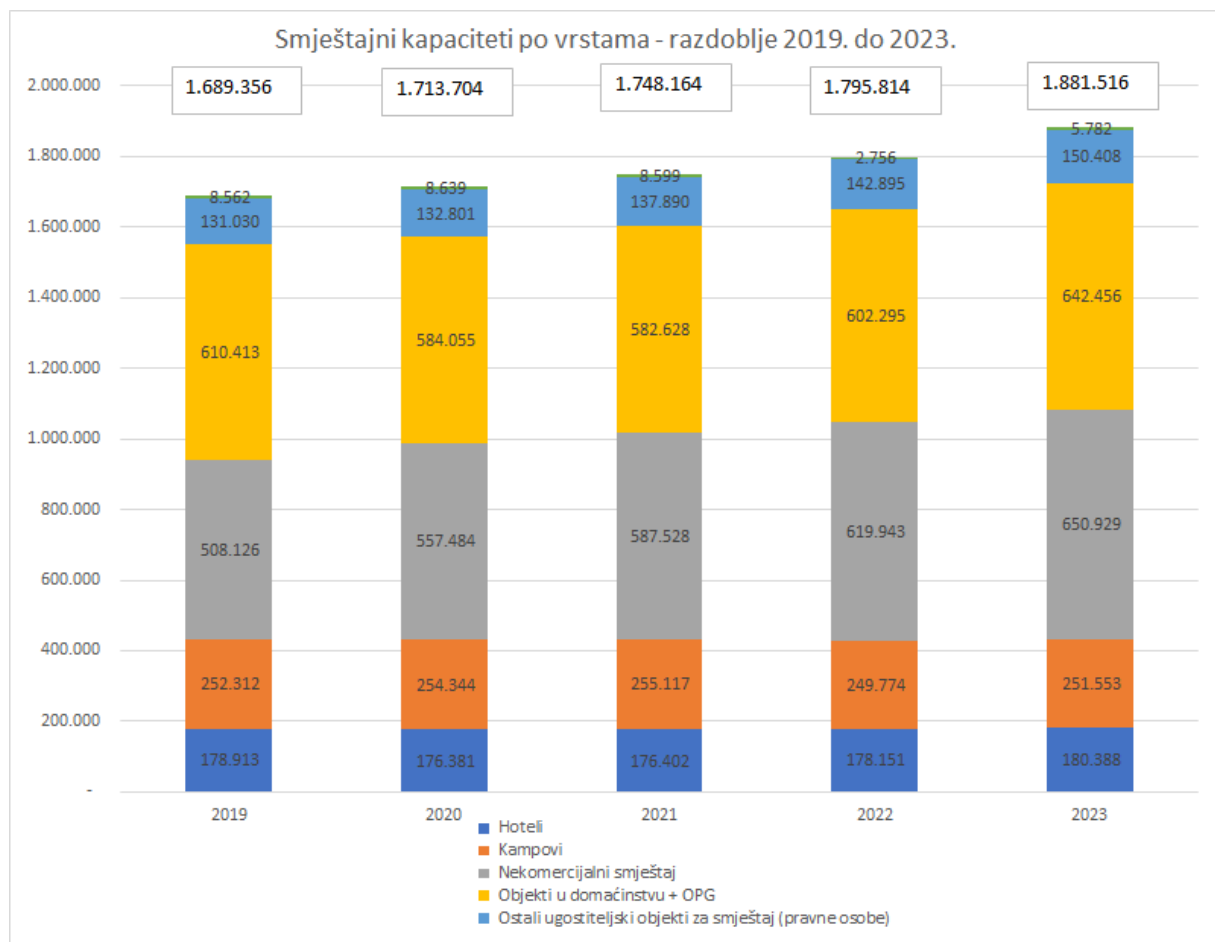
Tijekom 2022. slijedi snažniji oporavak potražnje s većine ključnih emitivnih tržišta, dok do izjednačenja s predpandemijskim pokazateljima dolazi u 2023.

Ipak, pandemijske turbulencije i generalna evolucija trendova na turističkom tržištu dovele su do određenih strukturnih promjena na strani turističke potražnje, dok su određene promjene zabilježene i na strani ponude. Detaljnija analiza turističkog prometa ostvarenog u razdoblju 2019. do 2023., promatranog iz različitih perspektiva, slijedi u nastavku dokumenta.

## Smještajni kapaciteti Hrvatske u razdoblju 2019. do 2023.

Smještajni kapaciteti prema vrstama, u razdoblju 2019. - 2023.

Sveukupni volumen smještajnih kapaciteta na području Hrvatske, sagledamo li komercijalne i nekomercijalne kapacitete registrirane sustavom eVisitor, u promatranom je razdoblju porastao za 11,4% (cca. 192.000 kreveta više).

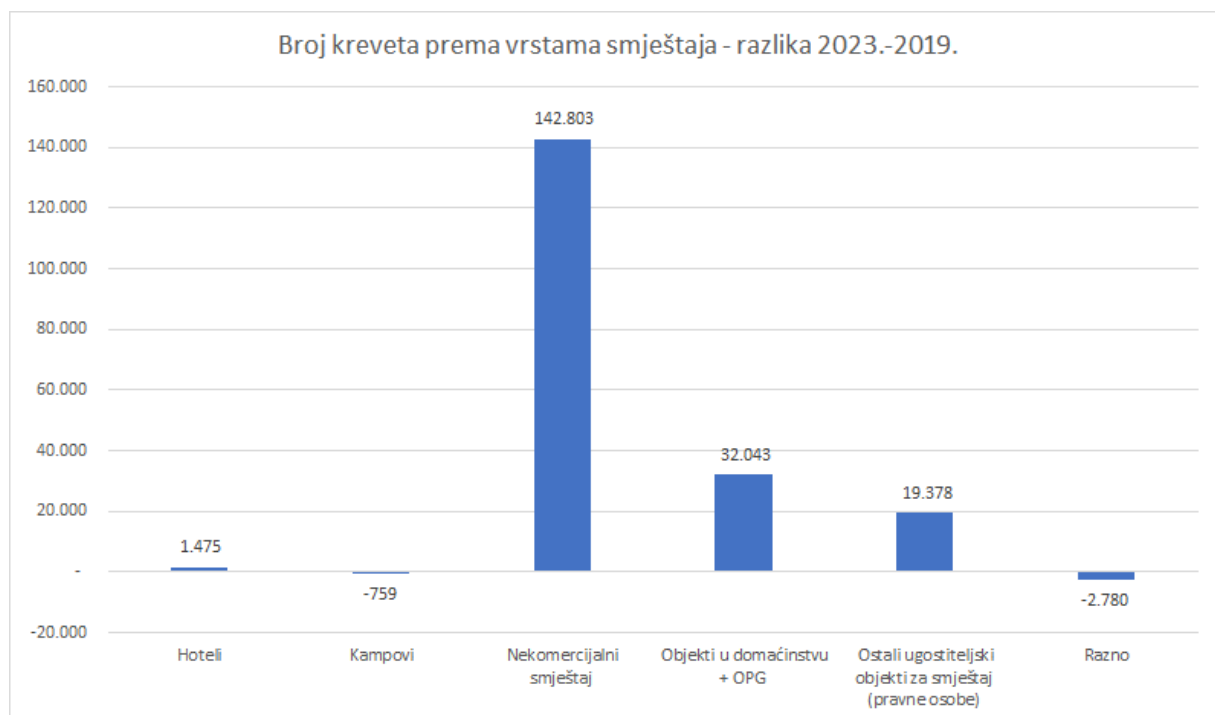


Izvor: eVisitor

Prilikom tumačenja pokazatelja rasta volumena smještajnih kapaciteta, valja naglasiti kako se većina novoregistriranih kreveta u razdoblju 2019. do 2023. (cca. 74%) odnosi na nekomercijalni smještaj (smještaj koji generalno nazivamo vikendicama), što je dijelom posljedica nove gradnje, a dijelom povećane stope prijave kapaciteta ove vrste.

Preostalih 26% novih kreveta prvenstveno se odnosi na obiteljski smještaj, a potom na druge vrste smještajnih objekata u vlasništvu pravnih osoba, koji su pretežitom većinom prema prirodi ponude identični obiteljskom smještaju (apartmani ili sobe koji se iznajmljuju samo kao smještaj, bez pružanja dodatnih usluga).

Istovremeno, hotelski su kapaciteti rasli neznatno, dok je broj kreveta u kampovima u 2023. bio čak i nešto manji nego li u 2019.

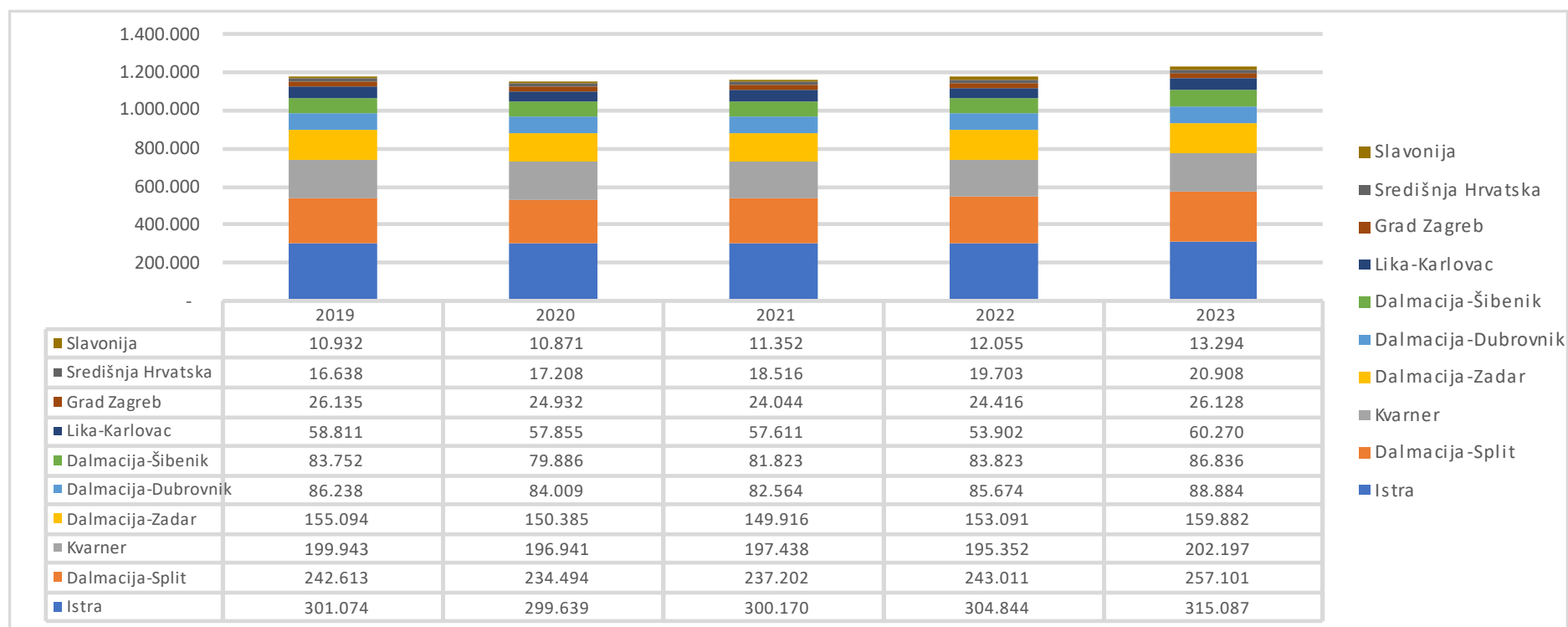


Izvor: eVisitor

## Ukupni komercijalni smještajni kapaciteti u razdoblju 2019. – 2023.

U pogledu volumena komercijalne smještajne ponude, Istra je naš najsnažniji turistički klaster, ispred splitskog klastera te Kvarnera. Na začelju su klasteri Središnje Hrvatske te Slavonije, koji još uvijek raspolažu relativno malim volumenom smještajne ponude (iako su stope rasta broja kreveta na području predmetnih klastera, zbog niskih polaznih osnovica, osjetno veće od nacionalnog prosjeka).

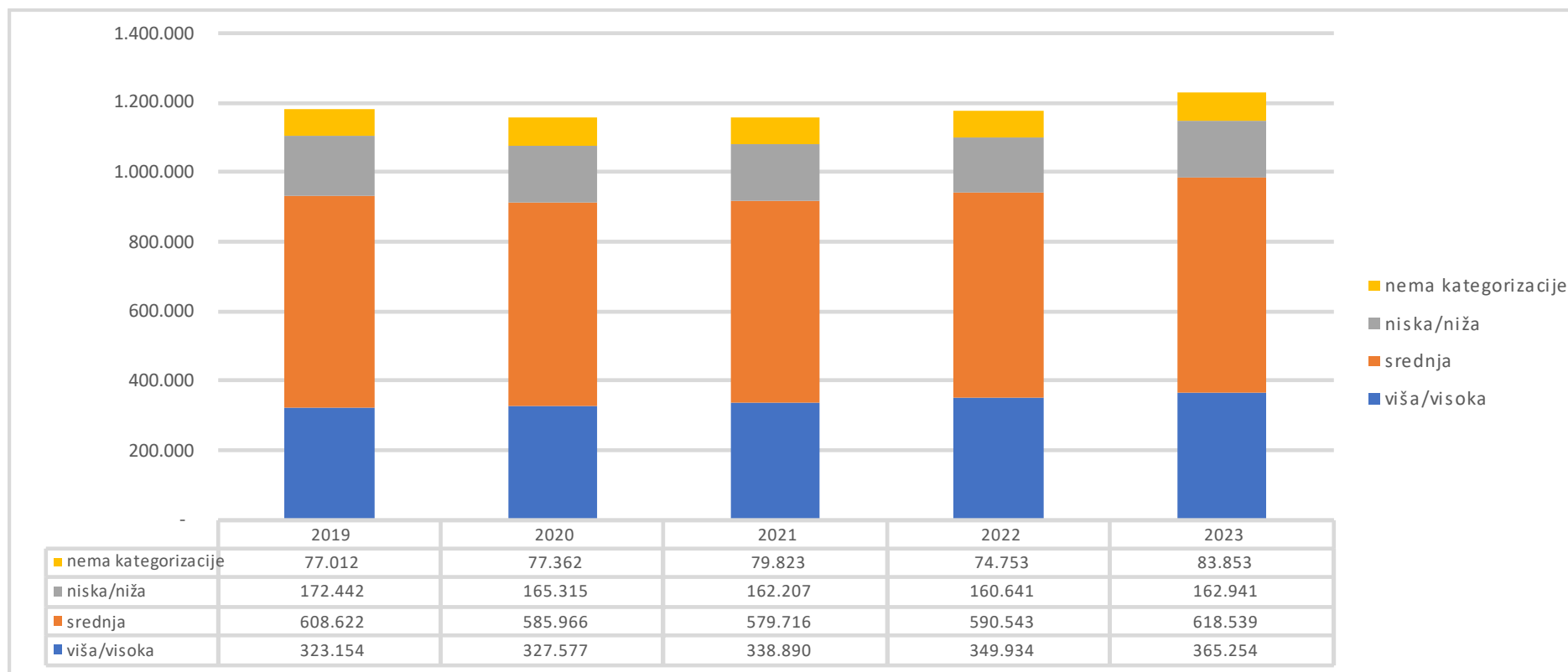
### Ukupni smještajni kapaciteti prema klasterima



Izvor: eVisitor

Sagledaju li se ukupni komercijalni smještajni kapaciteti (sve vrste), razvidno je kako hrvatskom smještajnom ponudom dominiraju objekti srednjeg kvalitativnog segmenta (3 zvjezdice), a potom slijedi segment više i visoke kategorije (4 i 5 zvjezdica). Generalno gledano, segment više/visoke kategorije kroz godine je značajnije povećao svoj udjel (+13% u razdoblju 2019. do 2023.). Blago je rastao i srednji kvalitativni segment (+1,6%), dok je segment niske i niže kategorije, gdje su svrstani svi objekti kategorije niže od 3 zvjezdice, zabilježio pad (-5,6%).

### Ukupni smještajni kapaciteti prema kategorijama

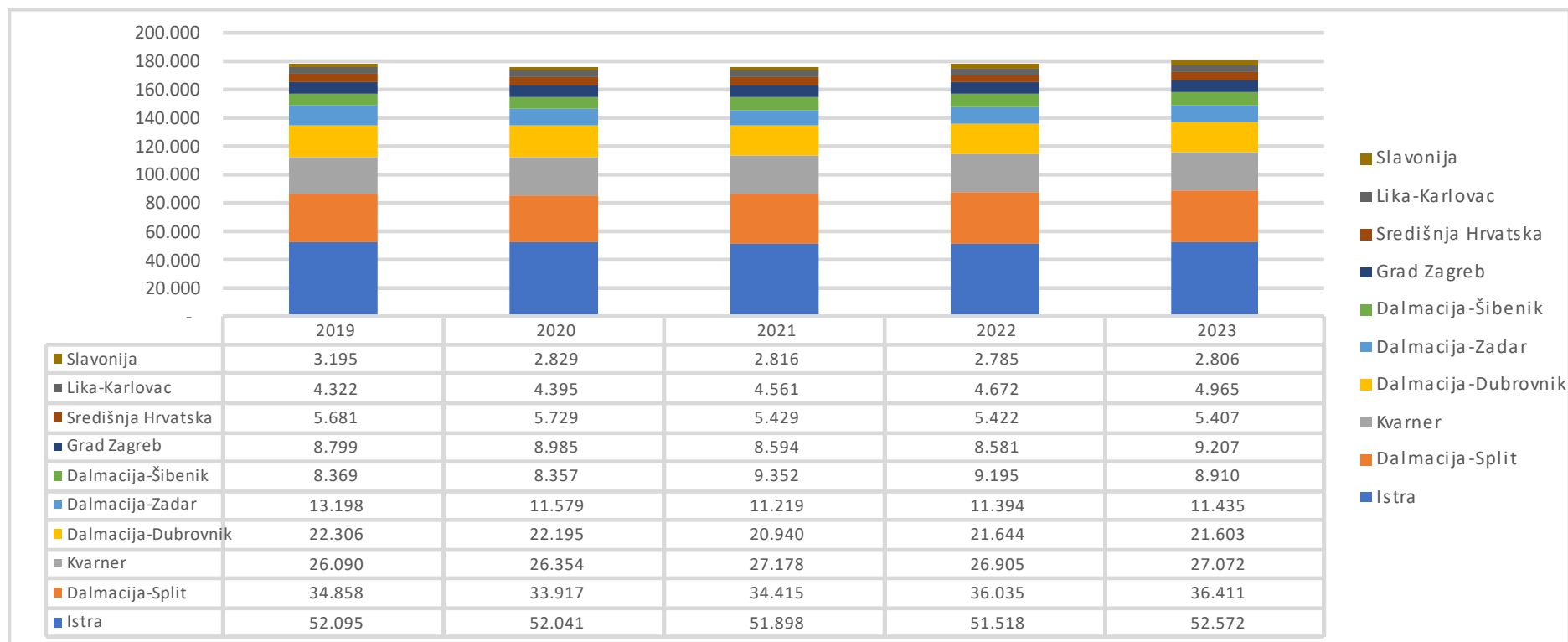


Izvor: eVisitor

## Hotelski kapaciteti u razdoblju 2019. – 2023.

Imajući u vidu kako u razdoblju 2019. do 2023. nije došlo do relevantnijeg povećanja ukupnog volumena hotelskih smještajnih kapaciteta na razini Hrvatske, možemo konstatirati kako nije došlo niti do relevantnijih promjena glede distribucije istih prema turističkim klasterima. Istra ostaje turistički klaster s najvećim volumenom raspoloživih smještajnih kapaciteta u hotelima, a potom slijede splitski klaster i Kvarner. Najmanjim volumenom smještajnih kapaciteta u hotelima raspolažu klasteri Slavonije te Like-Karlovca.

Hotelski kapaciteti prema klasterima

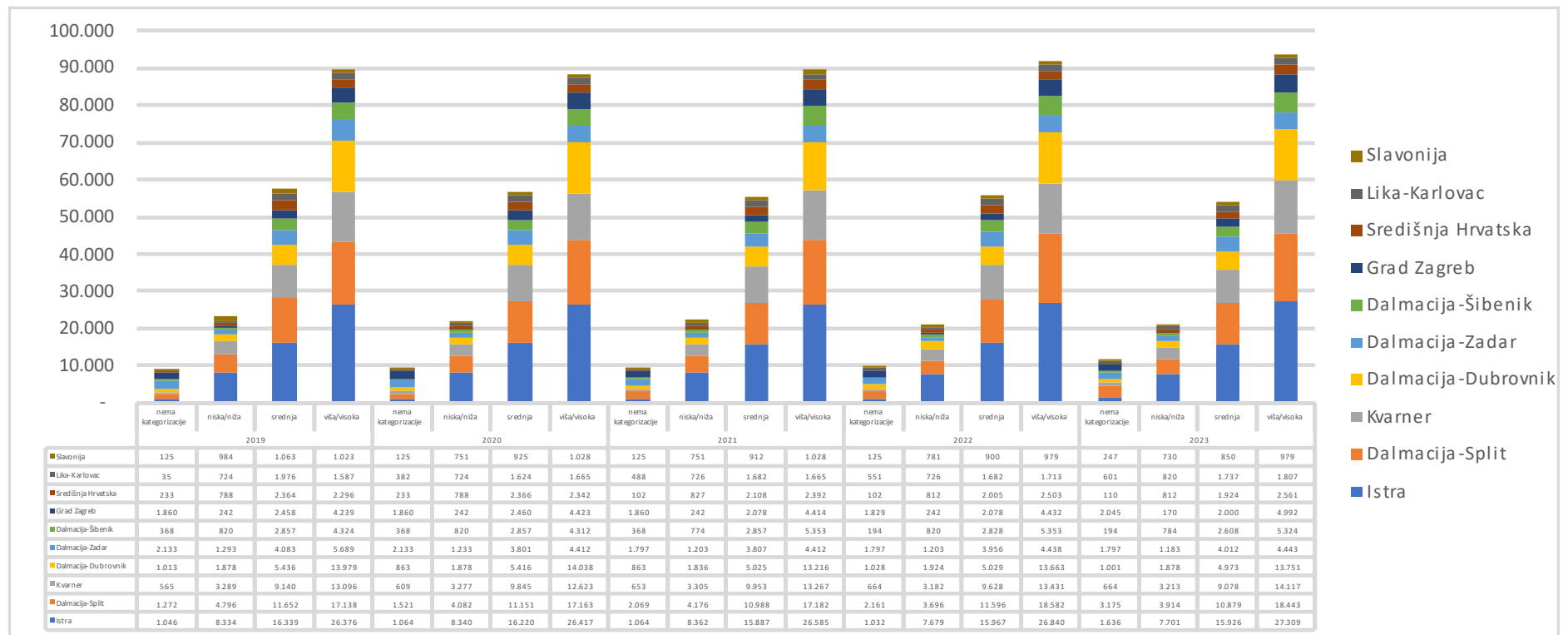


Izvor: eVisitor



Za razliku od zbirnih pokazatelja za sveukupne smještajne kapacitete, gdje dominira obiteljski smještaj, većina hotelskih kapaciteta Hrvatske više je ili visoke kategorije. Proces postupnog povećanja volumena smještaja više/visoke kategorije, koji je kontinuirano prisutan tijekom posljednjih dvadesetak godina, nastavljen je unatoč pandemijskim okolnostima koje su obilježile promatrano razdoblje 2019. do 2023. te je takvih kapaciteta u 2023. bilo 4,4% više nego li u 2019. Istovremeno, kapaciteta srednjeg vrijednosnog segmenta bilo je 6% manje, a segmenta niske/nije kategorije 8,4% manje (32% kapaciteta više našlo se u segmentu nekategoriziranih objekata, što su uglavnom novi objekti koji čekaju službeno rješenje o kategorizaciji, ili objekti u procesu obnove/rekategoriziranja).

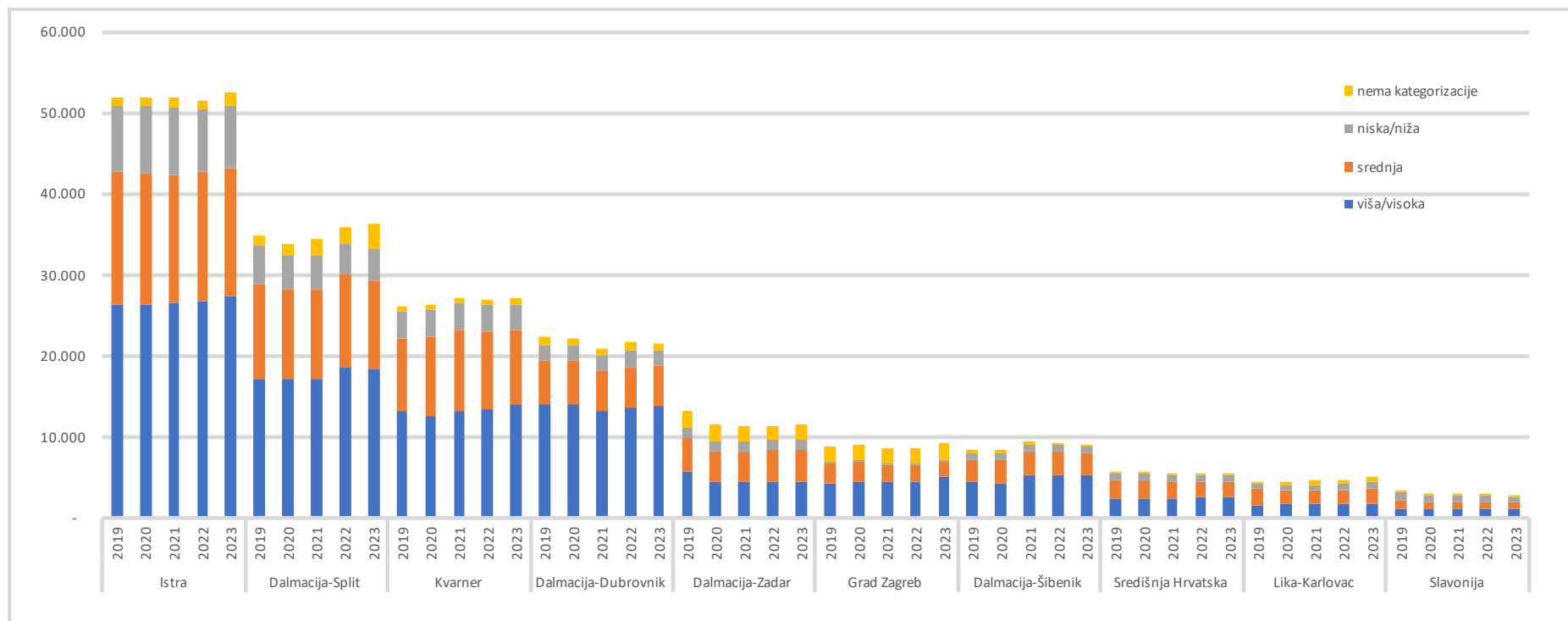
Hotelski kapaciteti prema kategorijama i klasterima



Izvor: eVisitor

Naredni prikaz hotelskih kapaciteta prema klasterima i kategoriji pokazuje kako najvećim volumenom kreveta više/visoke kategorije raspolaže Istra, a potom slijede splitski klaster, Kvarner te dubrovački klaster. Strukturno, najviše kreveta više/visoke kategorije u ukupnom portfelju hotelskih kapaciteta ima dubrovački klaster (64%), a potom slijede šibenski klaster (60%) i Zagreb (54%).

**Hotelski kapaciteti prema klasterima i kategorijama**

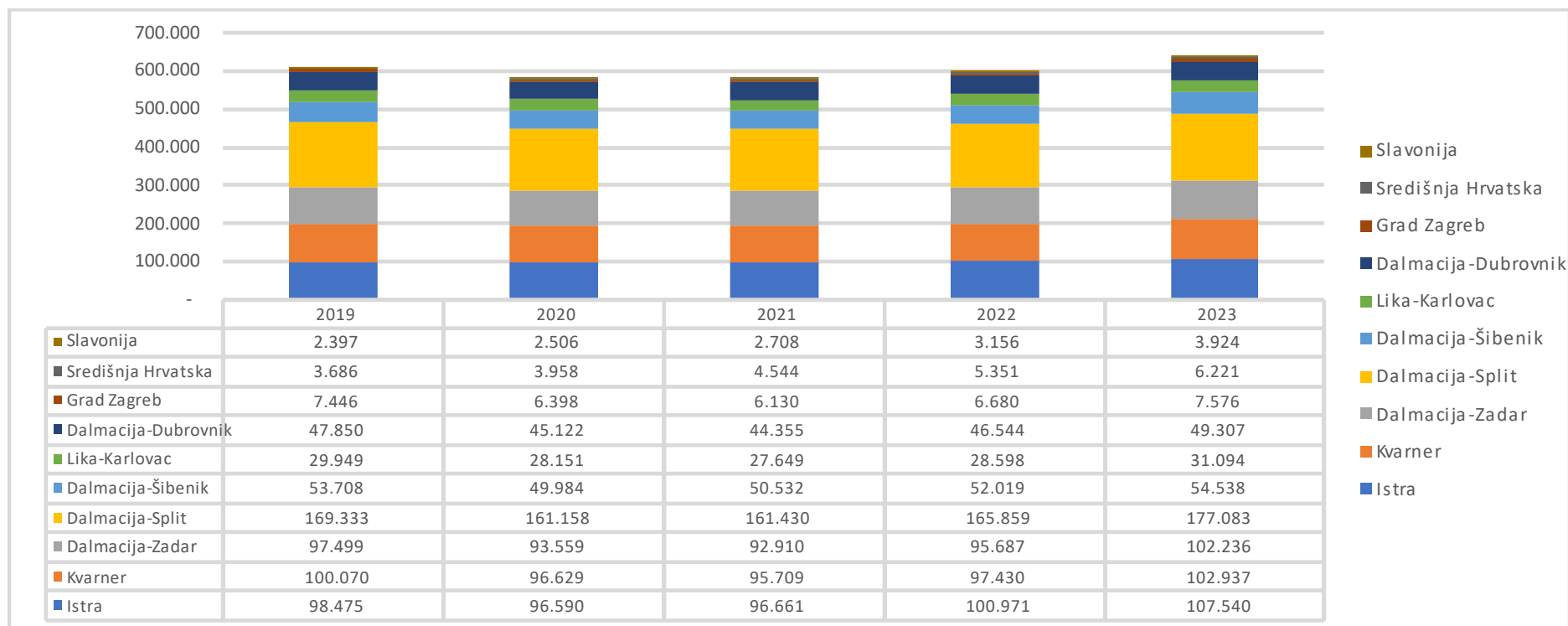


Izvor: eVisitor

## Kapaciteti obiteljskog smještaja u razdoblju 2019. – 2023.

Volumen smještajne ponude u segmentu obiteljskog smještaja (obiteljski smještaj +OPG) u promatranom razdoblju značajno je narastao na području svih klastera jadranske Hrvatske, a najveći apsolutni rast broja kreveta bilježe splitski klasteri i Istra (u postotnom pogledu najveći je rast zabilježen na području Središnje Hrvatske i Slavonije, no na znatno manjim apsolutnim osnovicama).

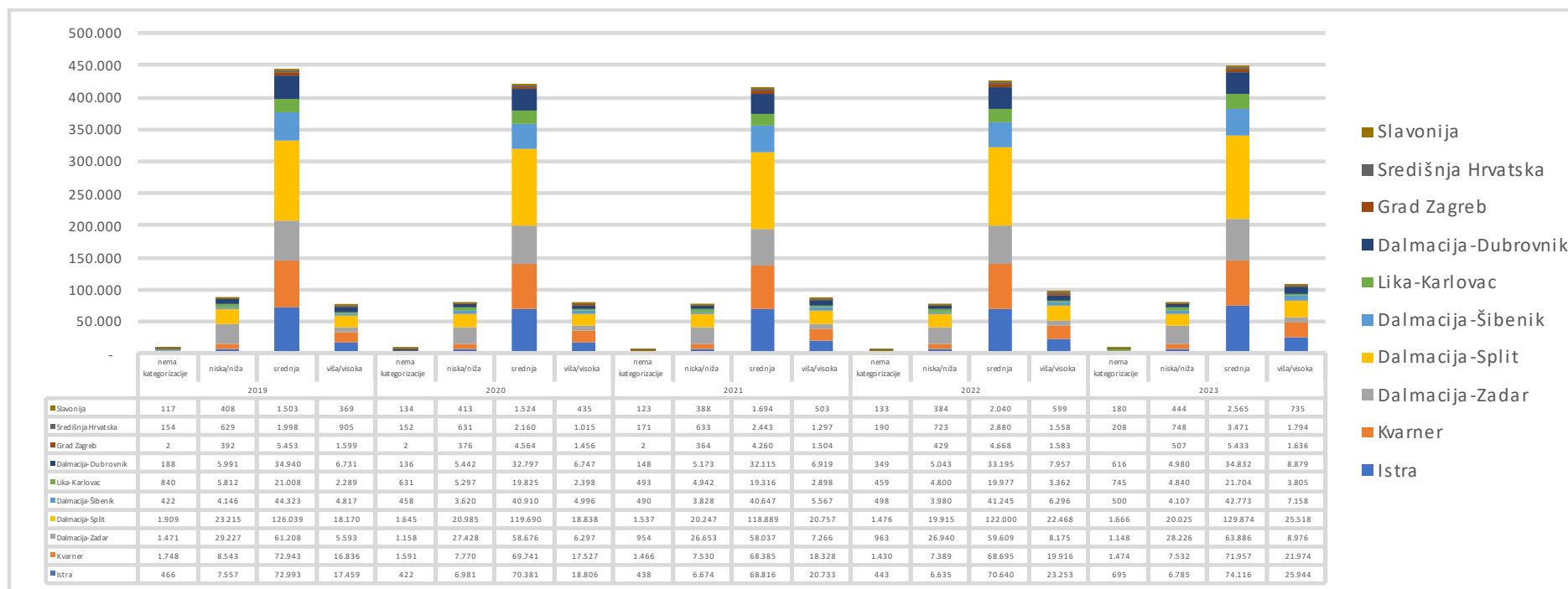
### Kapaciteti obiteljskog smještaja prema klasterima



Izvor: eVisitor

Dominantna većina kapaciteta Hrvatske u obiteljskom smještaju pozicionirana je u srednjem vrijednosnom segmentu, dakle, u kategoriji 3 zvijezdice. Ipak, razvidan je proces kvalitativnog unaprjeđenja ponude koji se reflektira i kroz činjenicu da je broj kreveta u segmentu više/visoke kategorije u razdoblju od 2019. do 2023. narastao za 42%, segment srednje vrijednosti narastao je za 1,9%, dok je segment niske/nije vrijednosti smanjen za 9%.

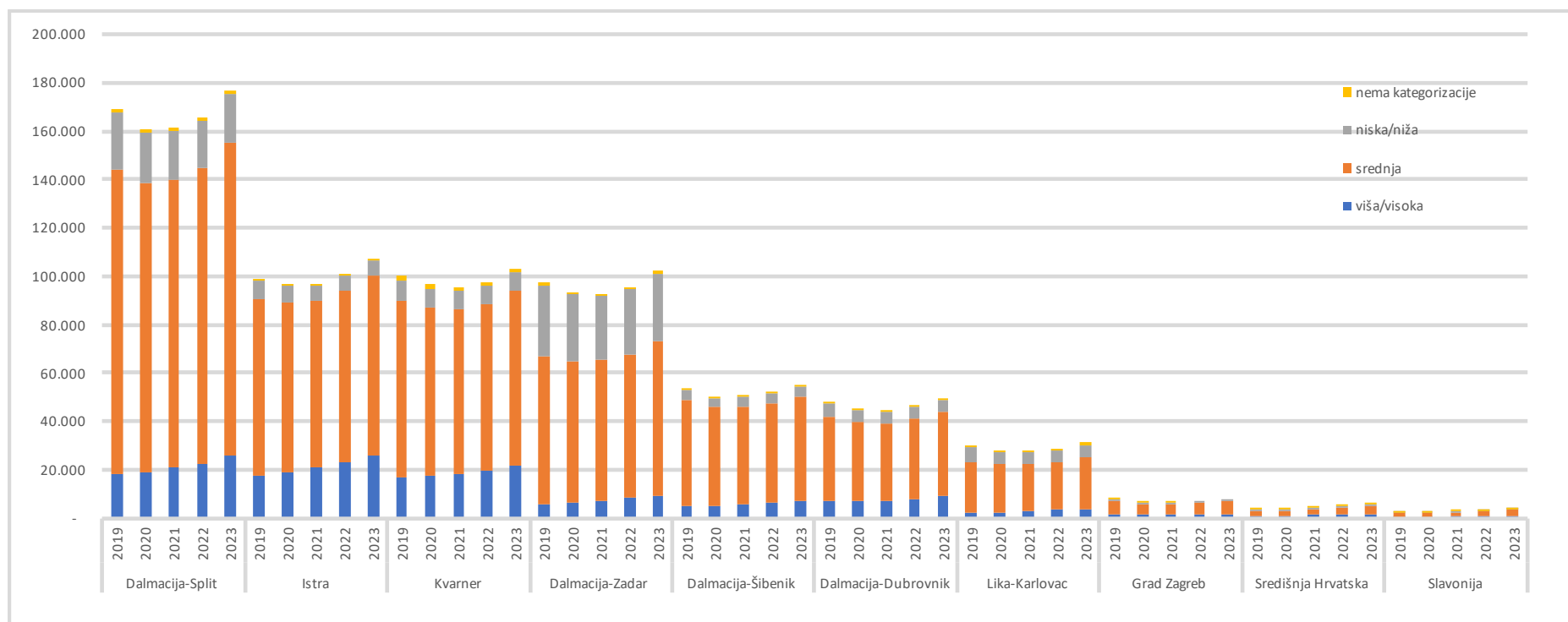
### Kapaciteti obiteljskog smještaja prema kategorijama i klasterima



Izvor: eVisitor

Splitski klaster generalno raspolaže najvećim brojem kreveta u obiteljskom smještaju (ispred Istre i Kvarnera), no najveći udjel smještaja više/visoke kategorije u ukupnom volumenu smještajne ponude ove vrste imaju Središnja Hrvatska (29%) te Istra (24%). Najmanji je udjel smještava više/visoke kategorije u smještajnom portfelju obiteljskog smještaja na području zadarskog klastera (9%).

**Kapaciteti obiteljskog smještaja prema klasterima i kategorijama**

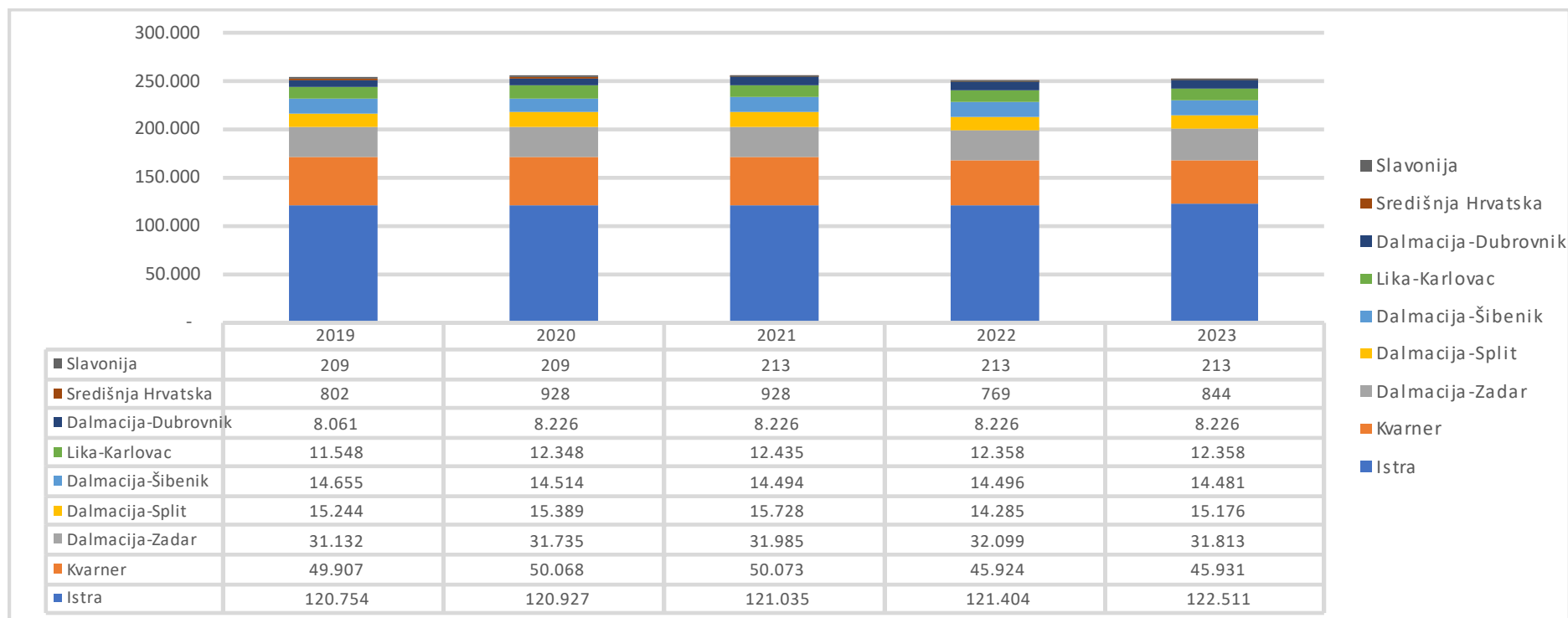


Izvor: eVisitor

## Kapaciteti kampova u razdoblju 2019. – 2023.

Volumen smještajne ponude u segmentu kampova u razdoblju od 2019. do 2023. u načelu je stagnirao, kako u pogledu ukupnog broja kreveta, tako i u pogledu distribucije prema klasterima (određeni rast kapaciteta bilježi Istra, a pad Kvarner, dok se kapaciteti na području preostalih klastera nisu značajnije mijenjali).

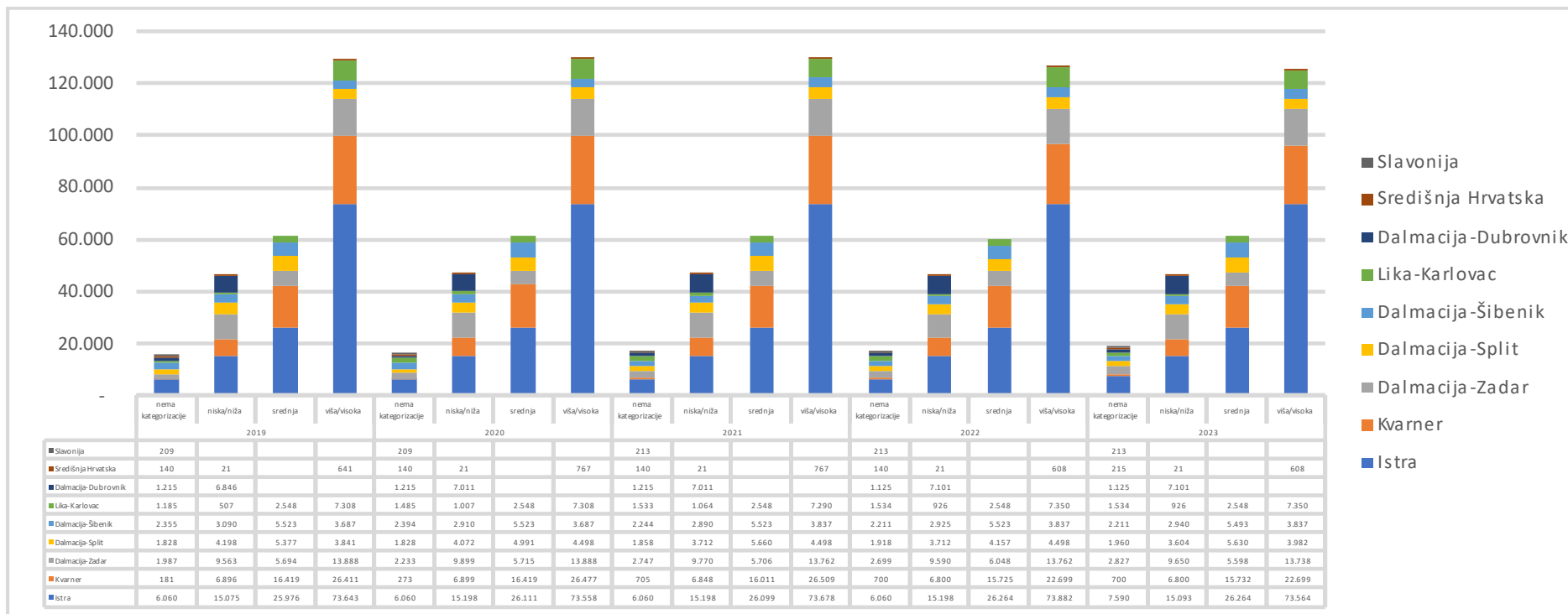
Kapaciteti smještaja u kampovima prema klasterima



Izvor: eVisitor

Hrvatski kampovi tijekom posljednjih dvadesetak godina prošli su proces značajnog kvalitativnog unaprjeđenja, što je rezultiralo i činjenicom da se danas više od 50% ukupnih kamping kapaciteta Hrvatske nalazi u segmentu više/visoke vrijednosti. Istra dominira kamping ponudom Hrvatske, budući da se gotovo polovina ukupnih kapaciteta kampova nalazi upravo na području ovog klastera.

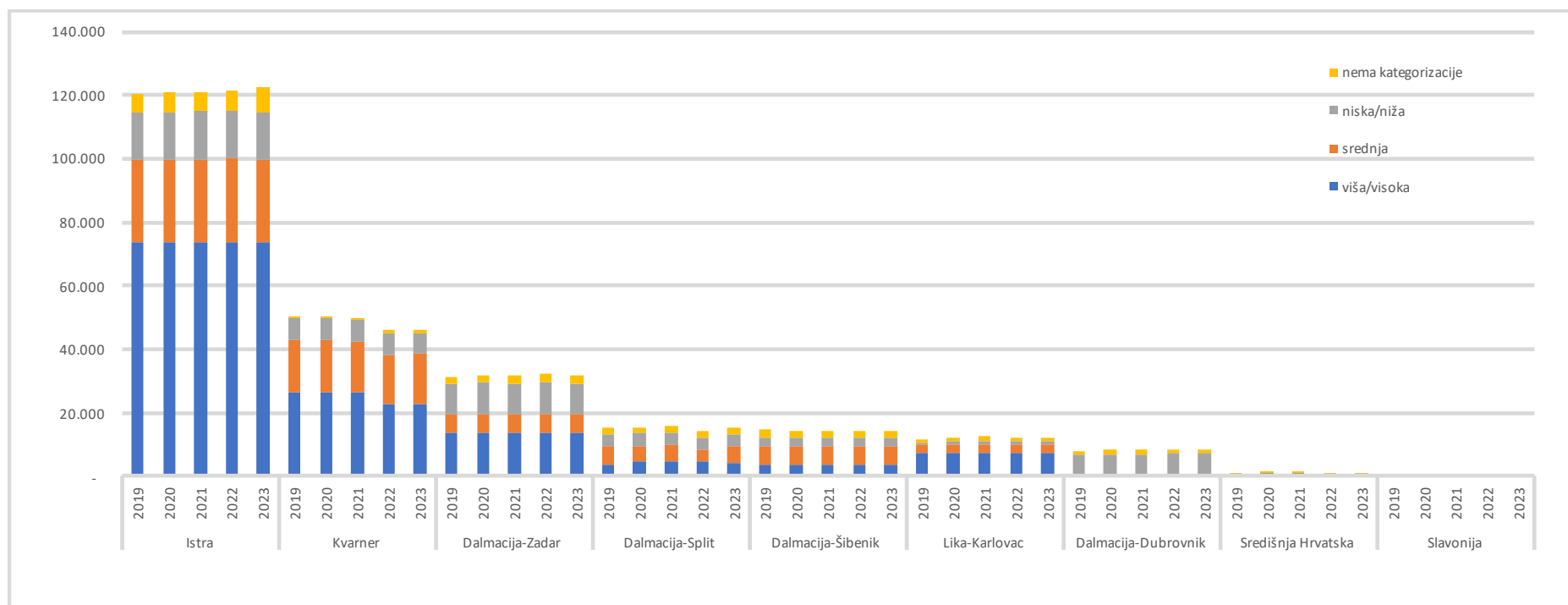
### Kapaciteti smještaja u kampovima prema kategorijama i klasterima



Izvor: eVisitor

Osim činjenice da je na području klastera Istre koncentrirano cca. 50% ukupne kamping smještajne ponude Hrvatske, valja naglasiti i činjenicu da je 60% iste u objektima više/visoke kategorije.

**Kapaciteti smještaja u kampovima prema klasterima i kategorijama**

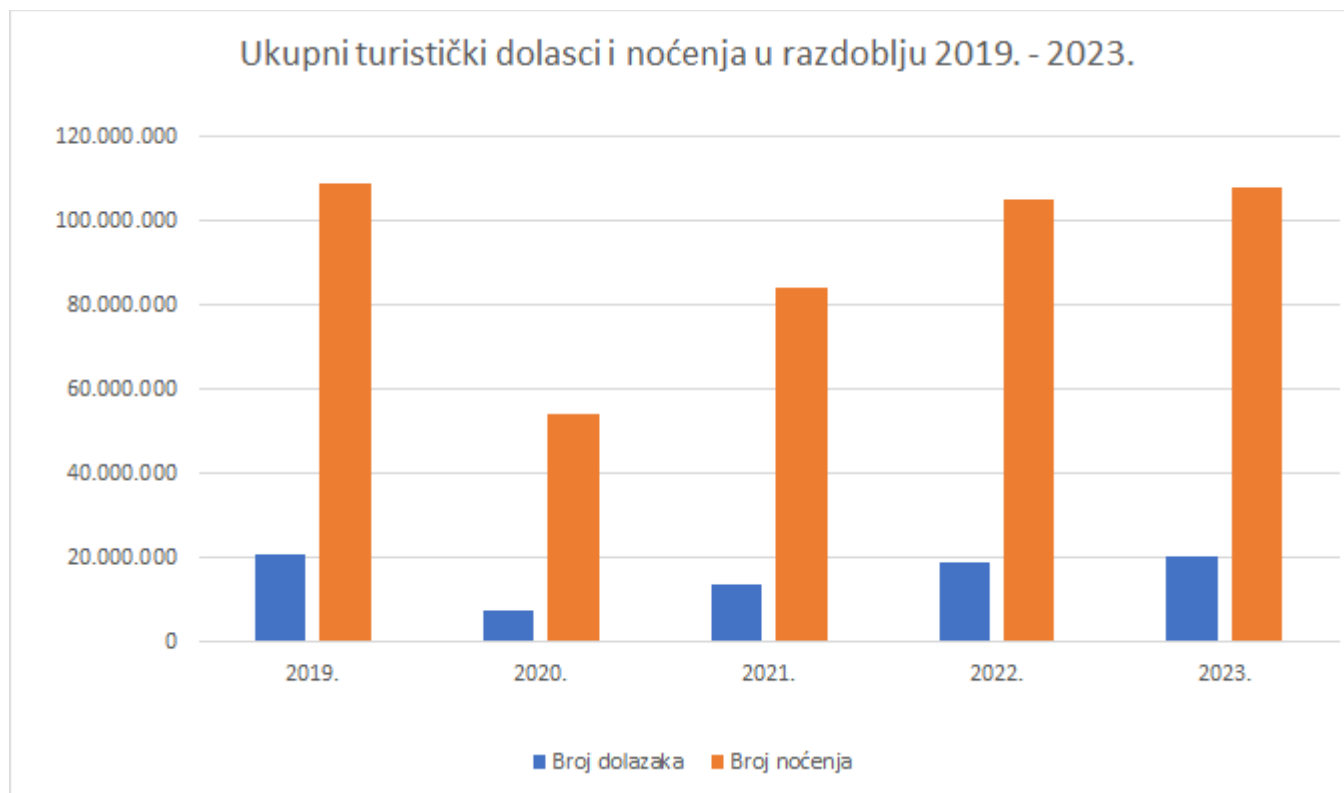


Izvor: eVisitor



## Noćenja prema vrstama smještajnih objekata u razdoblju 2019. do 2023.

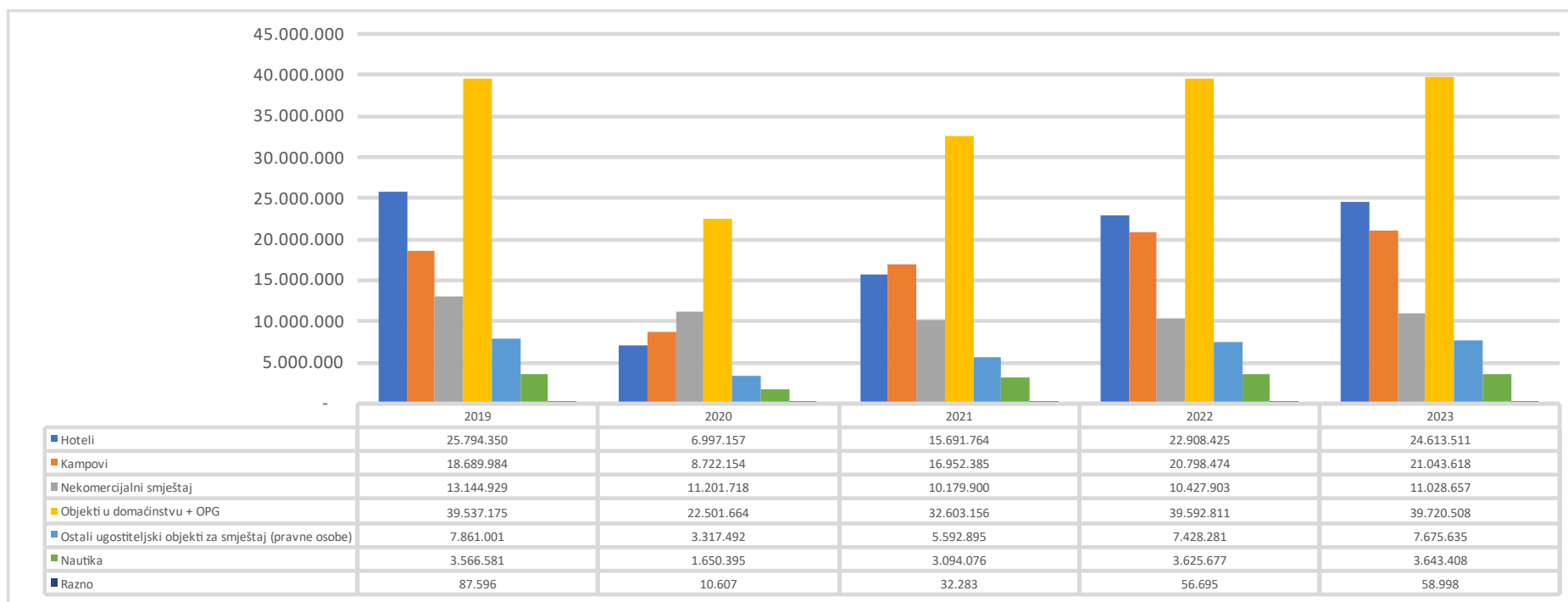
Sveukupni turistički promet Hrvatske u 2023. godini gotovo je izjednačen s razinama prometa zabilježenim tijekom rekordne, predpandemijske sezone 2019.



Izvor: eVisitor

Ipak, u pogledu dostizanja predpandemijskih razina prometa sve vrste smještajnih kapaciteta nisu ostvarile podjednak rezultat. Dok su hoteli u 2023. još uvijek bilježili rezultat niži od rezultata 2019., objekti u domaćinstvu bilježili su relativnu stagnaciju, dok su kampovi zabilježili rast. Ostali ugostiteljski objekti (u vlasništvu pravnih osoba) zabilježili su određeni pad, jednako kao i promet u nekomercijalnom smještaju. Nautika bilježi blagi rast prometa.

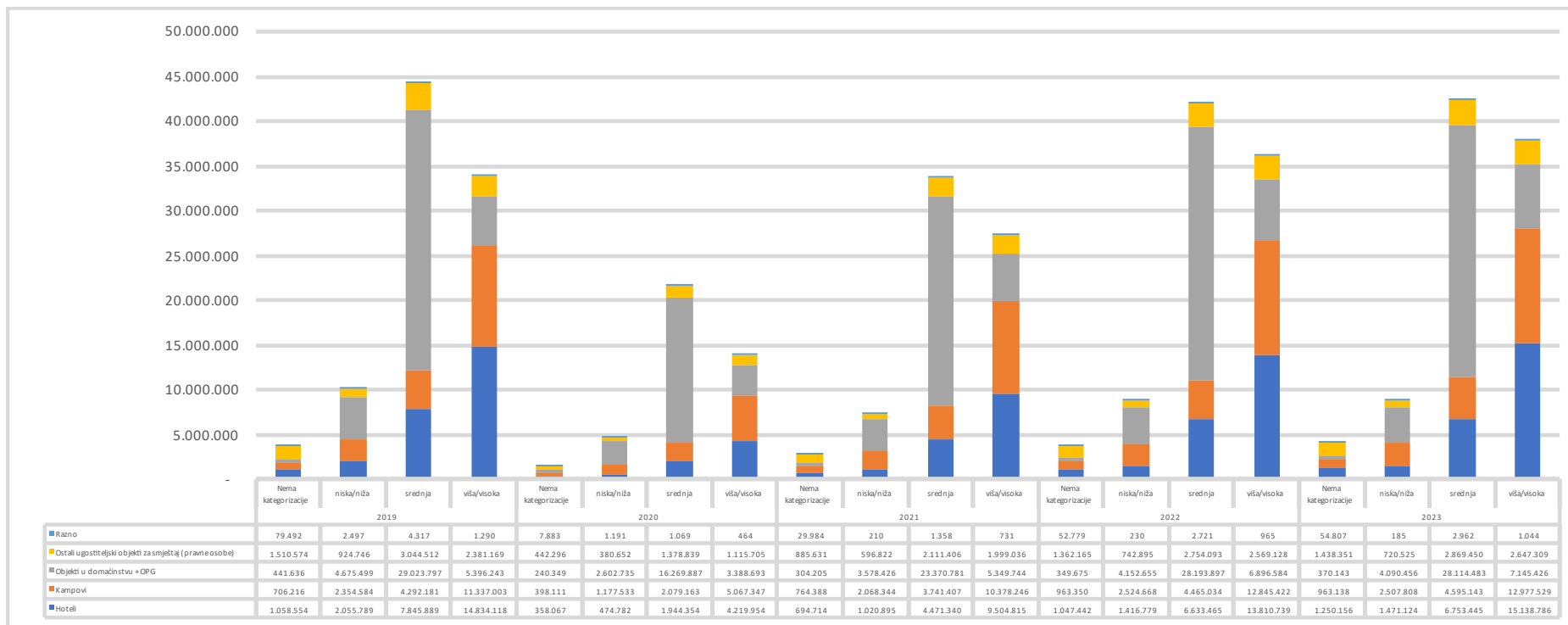
### Noćenja prema vrstama smještajnih objekata



Izvor: eVisitor

Sveukupno gledano (sve vrste komercijalnih smještaja), objekti više/visoke kategorije “nositelj” su oporavka turističkog prometa Hrvatske nakon razdoblja COVID pandemije. Usporedimo li 2023. i 2019. godinu razvidimo kako su objekti više/visoke kategorije ostvarili čak 11,7% noćenja više, objekti srednje kategorije 4,2% manje, a objekti niske/nije kategorije 12,2% manje noćenja.

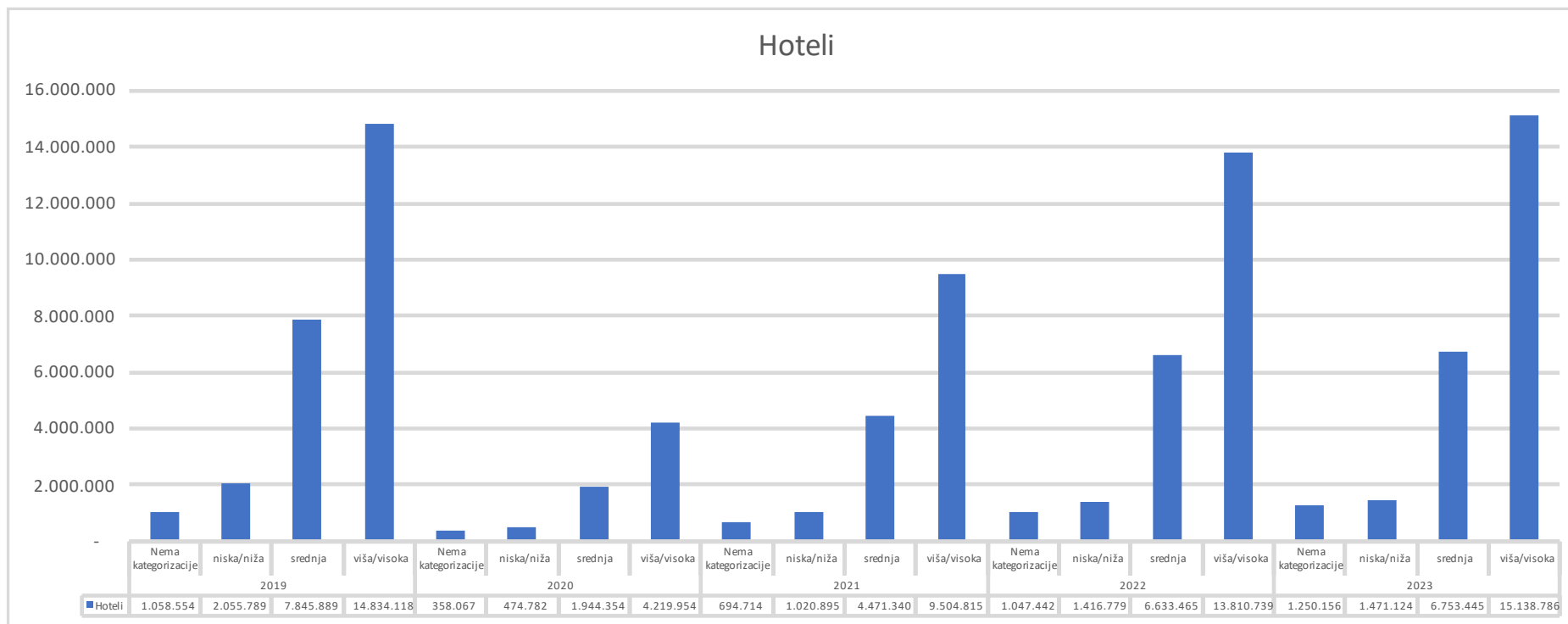
### Noćenja prema kategorijama smještajnih objekata



Izvor: eVisitor

Sagledamo li zasebno samo hotele, razvidimo kako su kao smještajna vrsta i nadalje tijekom 2023. bilježili zaostatke u odnosu na promete iz 2019. godine, no navedeno se ne odnosi na kapacitete više/visoke kategorije, već samo na srednju te na nisku/nižu kategoriju.

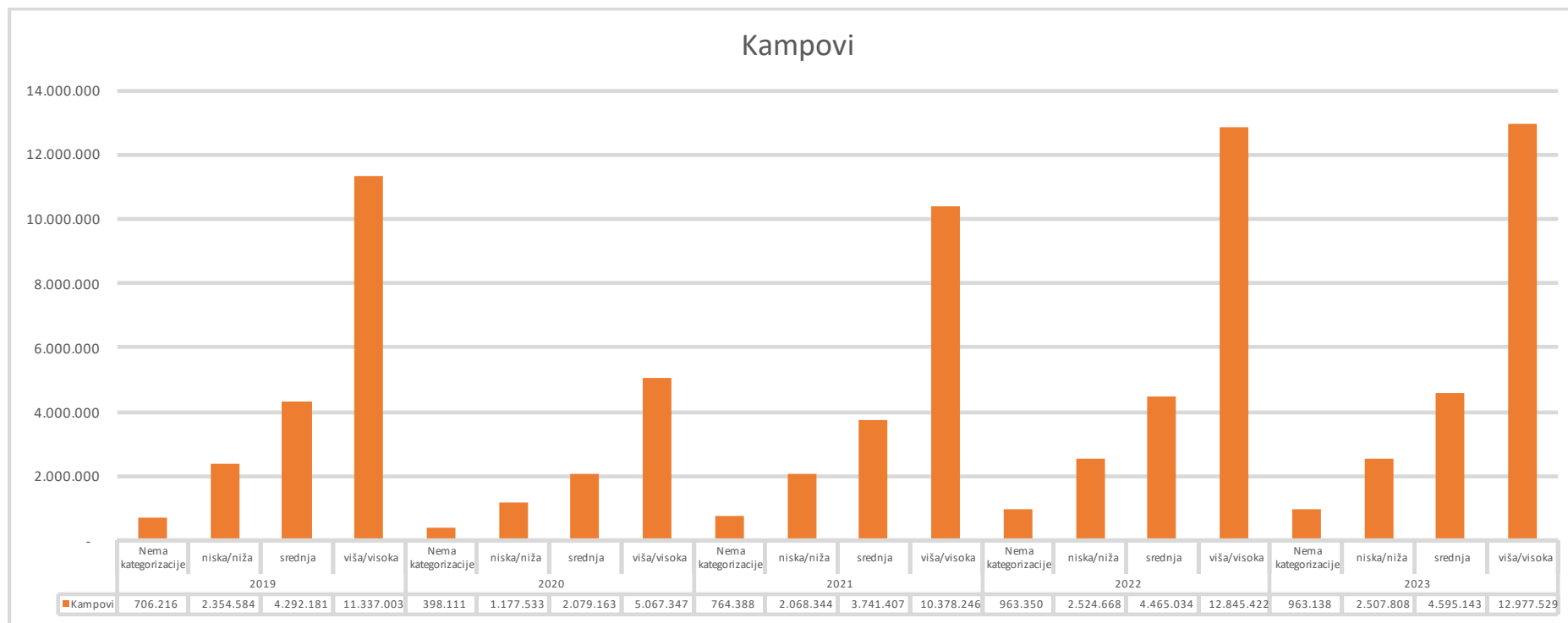
Noćenja u hotelima po godinama prikazana su narednim grafikonom:



Izvor: eVisitor

Kampovi su u 2023. nadmašili predpandemijske pokazatelje u svim kategorizacijskim segmentima, no glavni nositelj rasta ipak su kapaciteti više/visoke kategorije.

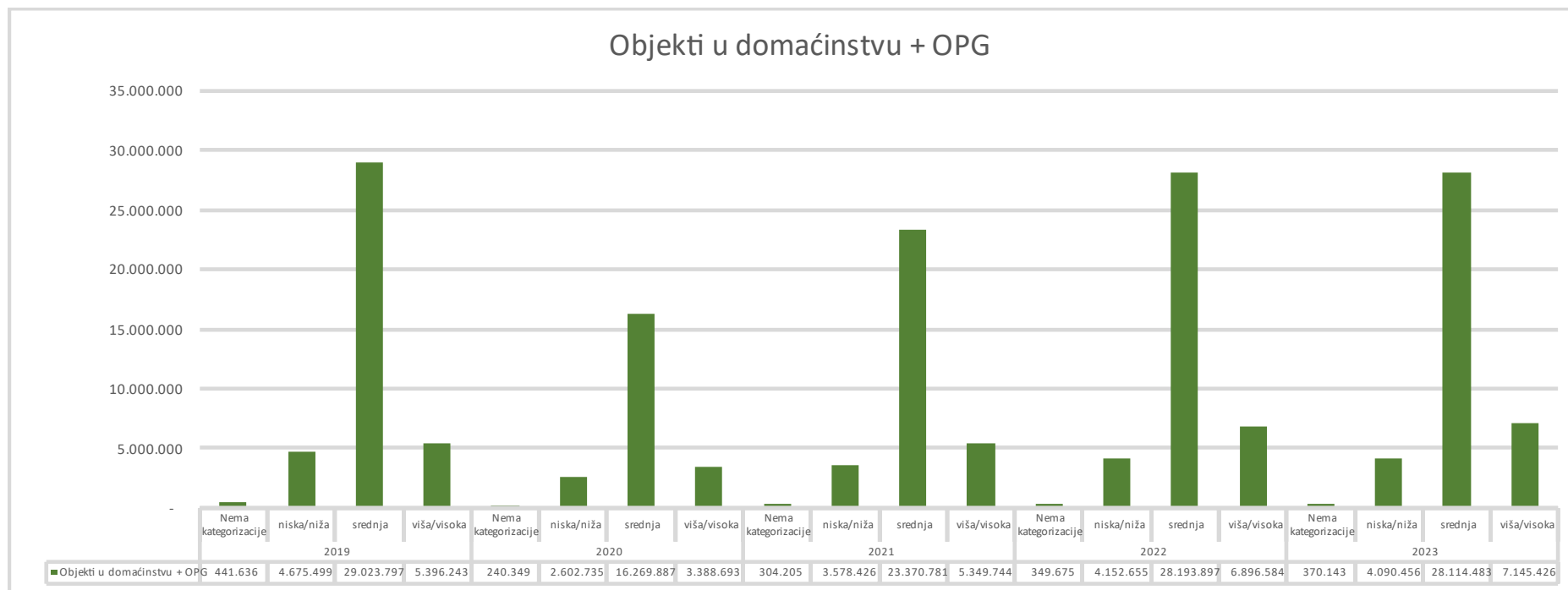
Noćenja u kampovima po godinama prikazana su narednim grafikonom:



Izvor: eVisitor

Objekti u domaćinstvu rast u odnosu na predpandemijske brojke ostvaruju samo u segmentu više/visoke kategorije, dok segmenti srednje te niske/nije kategorije i nadalje zaostaju za rezultatima koje su ostvarivali u 2019. godini.

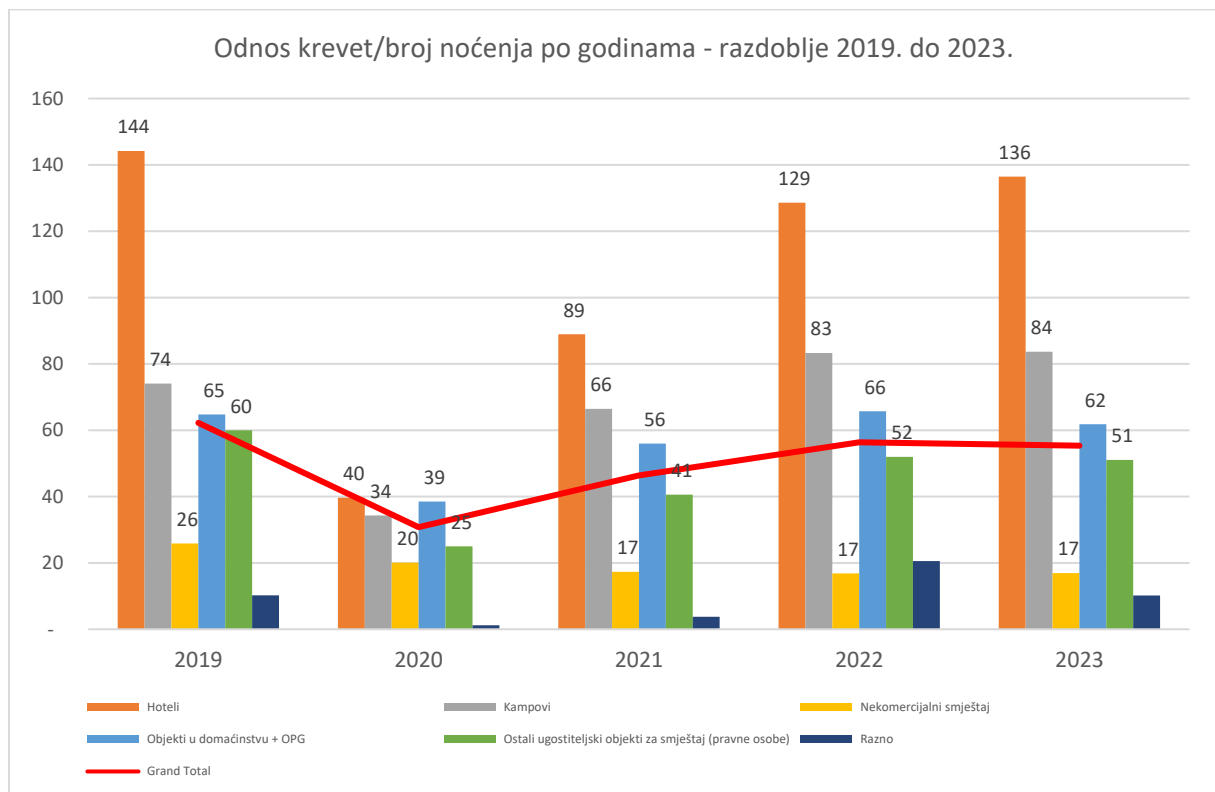
Noćenja u obiteljskom smještaju + OPG po godinama prikazana su narednim grafikonom:



Izvor: eVisitor

## Prosječna iskorištenost smještajnih kapaciteta

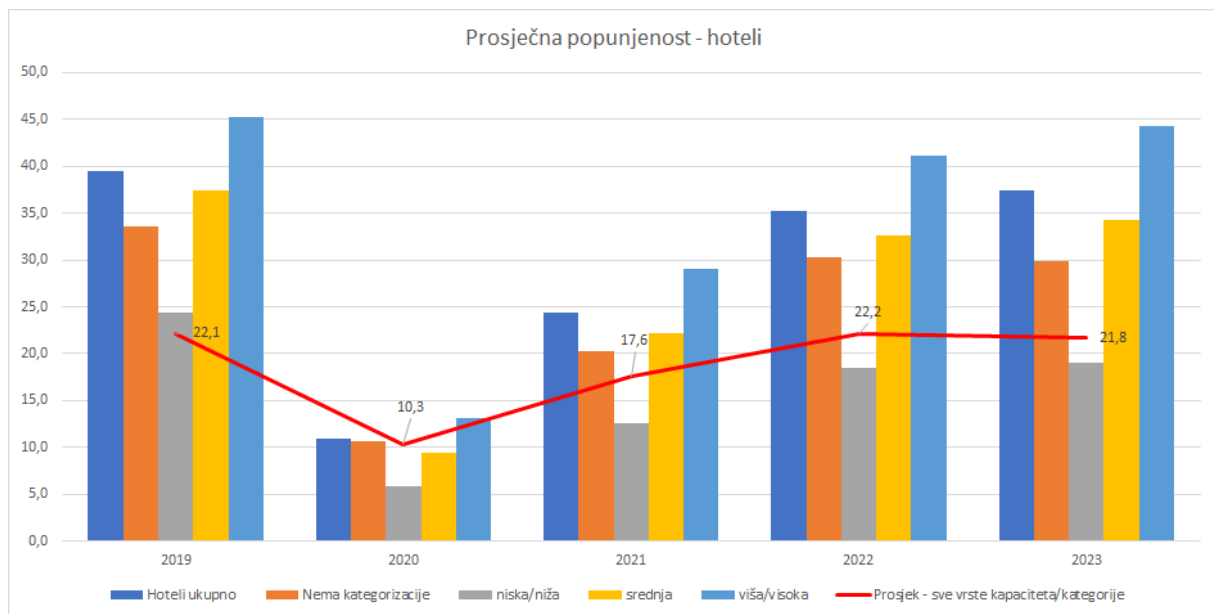
S iznimkom 2020. godine, koja je zbog pandemijskih okolnosti bila izrazito specifična te ne reflektira uobičajene međuodnose, hrvatski hoteli bilježe značajno veću prosječnu iskorištenost kreveta nego li je to slučaj s drugim vrstama smještaja. Također, zanimljivo je naglasiti kako kampovi kroz godine sve više poboljšavaju svoju iskorištenost, dok ista za obiteljski smještaj te prirodom ponude srodne segmente smještaja u vlasništvu pravnih osoba stagnira, ili je u blagom padu (što se velikim dijelom može tumačiti činjenicom da predmetna dva segmenta kontinuirano rastu u pogledu broja kreveta, tj. ukupnog volumena ponude, što nije popraćeno jednakim stopama rasta prometa te rezultira padom prosječne popunjenosti).



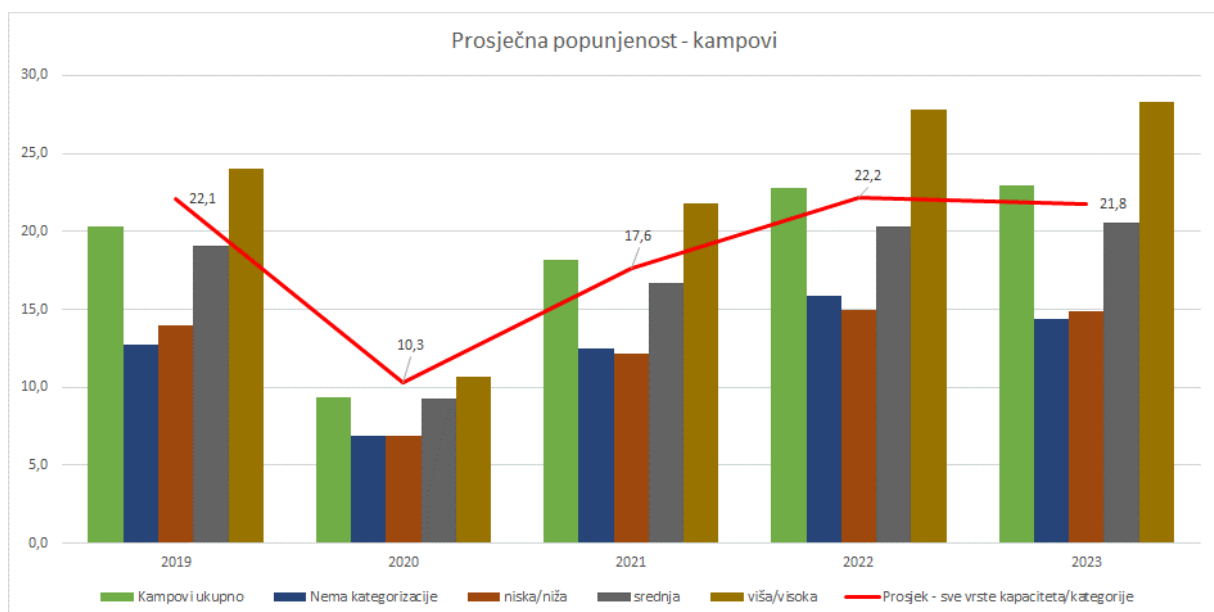
Izvor: eVisitor

## Odnos kategorije smještaja i iskorištenosti kapaciteta

Za sve vrste kapaciteta može se linearno izvući zaključak kako stopa popunjenosti raste s kategorijom, što je osobito izraženo kod hotelskog smještaja (razlika između popunjenosti višeg/visokog segmenta i segmenta niske/niže kategorije je 25 postotnih bodova), nešto manje kod kampova (razlika između popunjenosti višeg/visokog segmenta i segmenta niske/niže kategorije je 13 postotnih bodova), a najmanje kod obiteljskog smještaja (razlika između popunjenosti višeg/visokog segmenta i segmenta niske/niže kategorije je 4 postotna boda).

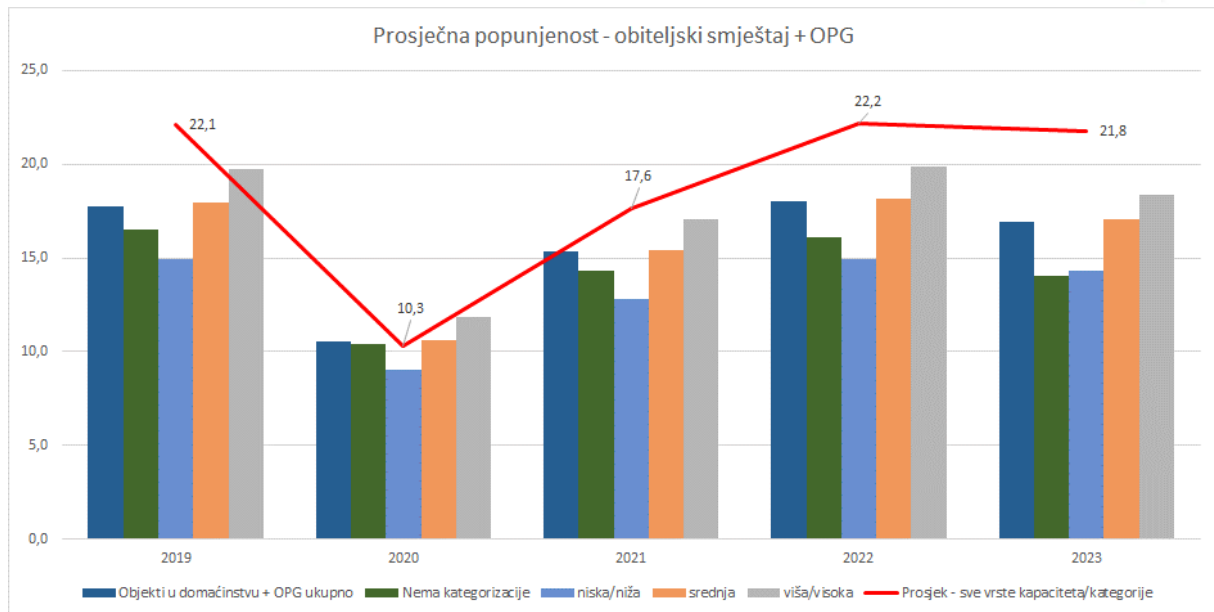


Izvor: eVisitor



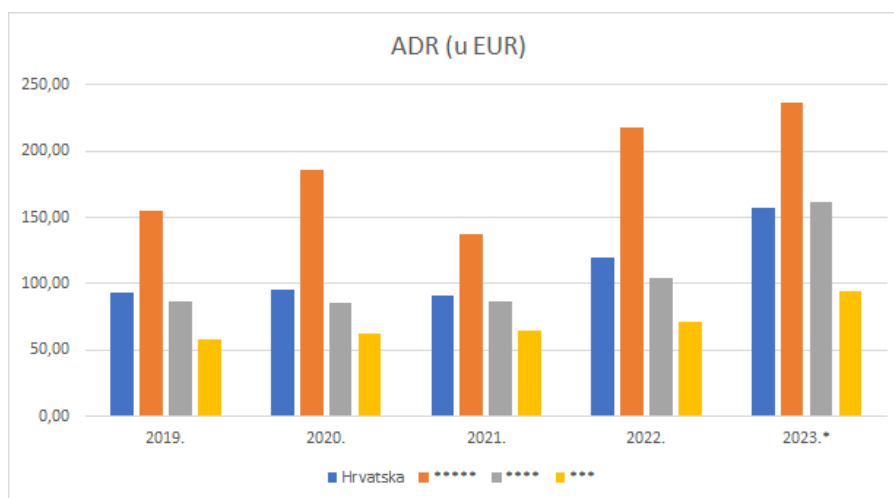
Izvor: eVisitor





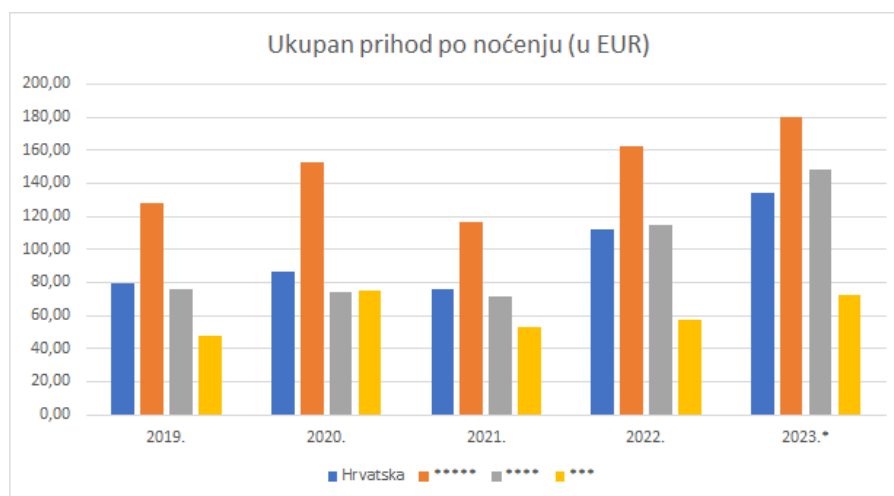
## Pokazatelji poslovanja hotela

Iz podataka prikupljenih u okviru istraživanja Benchmarking hotela, koje provodi Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije, temeljem online prikupljanja podataka o poslovanju više od 100 hrvatskih hotela, razvidne su značajne razlike u poslovnim pokazateljima hotela, ovisno o kategoriji. Primjerice, govori li se o prosječnoj dnevnoj cijeni sobe (ADR), objekti s 5 zvjezdica su u 2023. godini postigli 50% bolji rezultat od prosjeka svih objekata (u 2019. +65% u odnosu na prosjek), objekti s 4 zvjezdice 3% bolji rezultat od prosjeka (u 2019. -7% u odnosu na prosjek), a objekti s 3 zvjezdice 40% lošiji rezultat od prosjeka (u 2019. -39% u odnosu na prosjek).



Izvor: Benchmarking hotela

Kada je riječ o ukupno ostvarenim prihodima po noćenju gosta, objekti s 5 zvjezdica su u 2023. godini postigli 34% bolji rezultat od prosjeka svih objekata (u 2019. +60% u odnosu na prosjek), objekti s 4 zvjezdice 10% bolji rezultat od prosjeka (u 2019. -5% u odnosu na prosjek), a objekti s 3 zvjezdice 46% lošiji rezultat o prosjeka (u 2019. -40% u odnosu na prosjek).



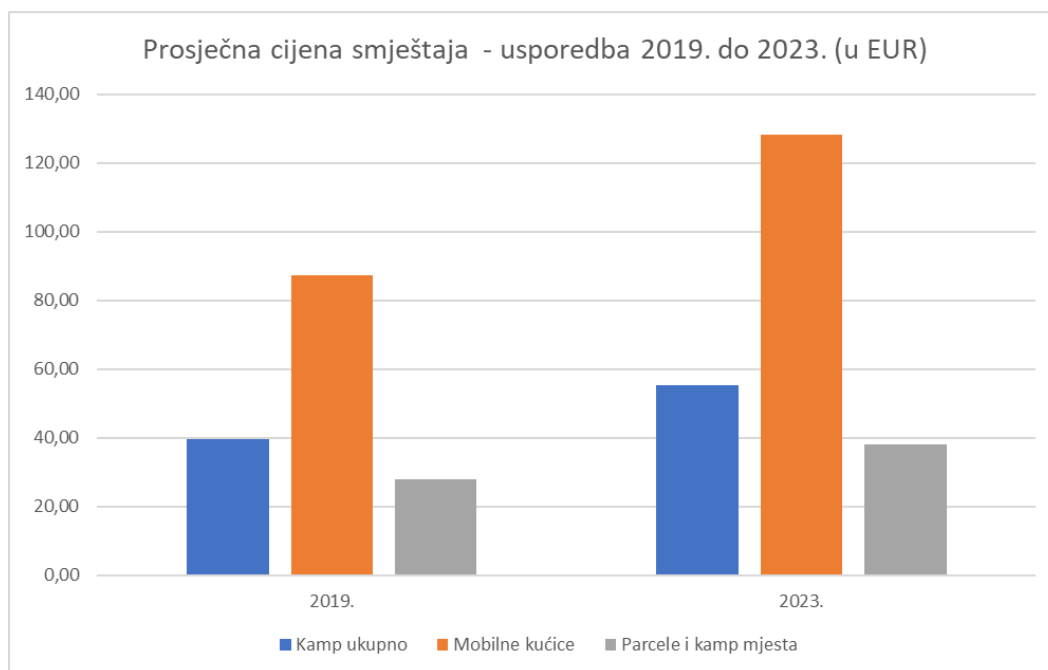
Izvor: Benchmarking hotela

## Pokazatelji poslovanja kampova

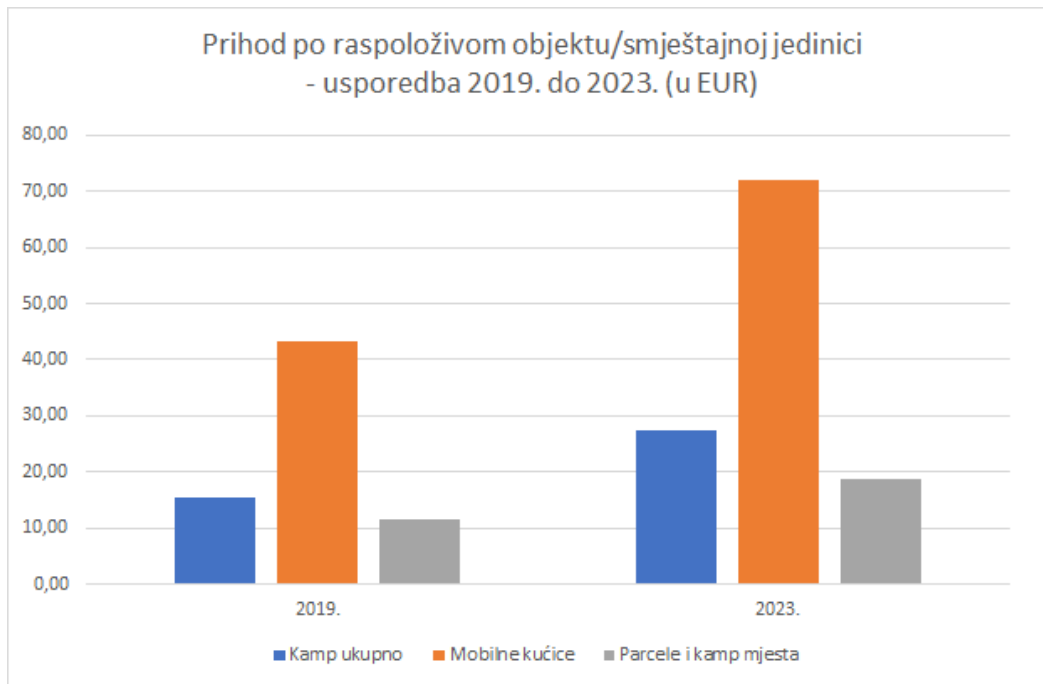
Iz podataka prikupljenih u okviru istraživanja Benchmarking kampova, kojeg već desetak godina provodi Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije, temeljem online prikupljanja podataka o poslovanju više od 30 hrvatskih kampova, razvidne su velike razlike u poslovnim pokazateljima kampova kada je riječ o parcelama i kamp mjestima te mobilnim kućicama (kao snažno rastućem segmentu kamping ponude).

Primjerice, u 2023. prihod po raspoloživom objektu/smještajnoj jedinici za mobilne kućice bio je 284% veći od prihoda za parcele/kamp mjesta, dok je prihod po noćenju bio 87% veći).

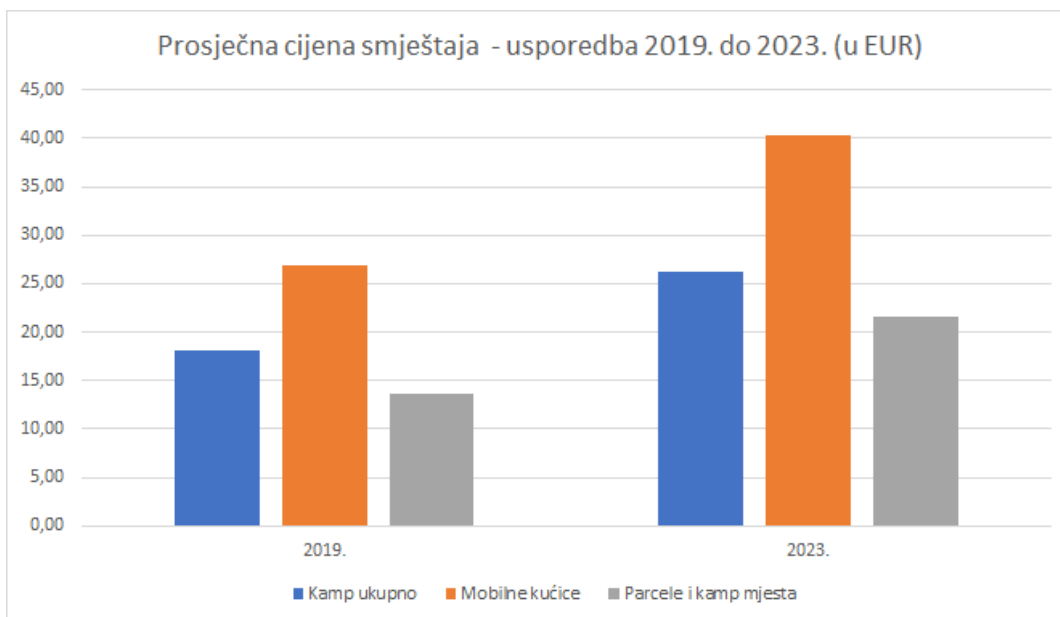
Činjenica je da posljednjih godina hrvatski kampovi sve više investiraju u proširenje ponude mobilnih kućica, što s jedne strane utječe na financijske pokazatelje ove vrste smještaja u cjelini, ali i na povećanje prometa kampova, osobito u razdoblju pred i posezone, kada mobilne kućice omogućavaju boravke u razdobljima godine s nešto nepovoljnijim vremenskim prilikama, koje ne pogoduju „klasičnom“ kampiranju. Naravno, parcele i kamp mjesta i nadalje dominiraju sveukupnom ponudom kampova te na takav način snažnije utječu na ukupne poslovne pokazatelje od dijela ponude u segmentu mobilnih kućica.



Izvor: Benchmarking kampova



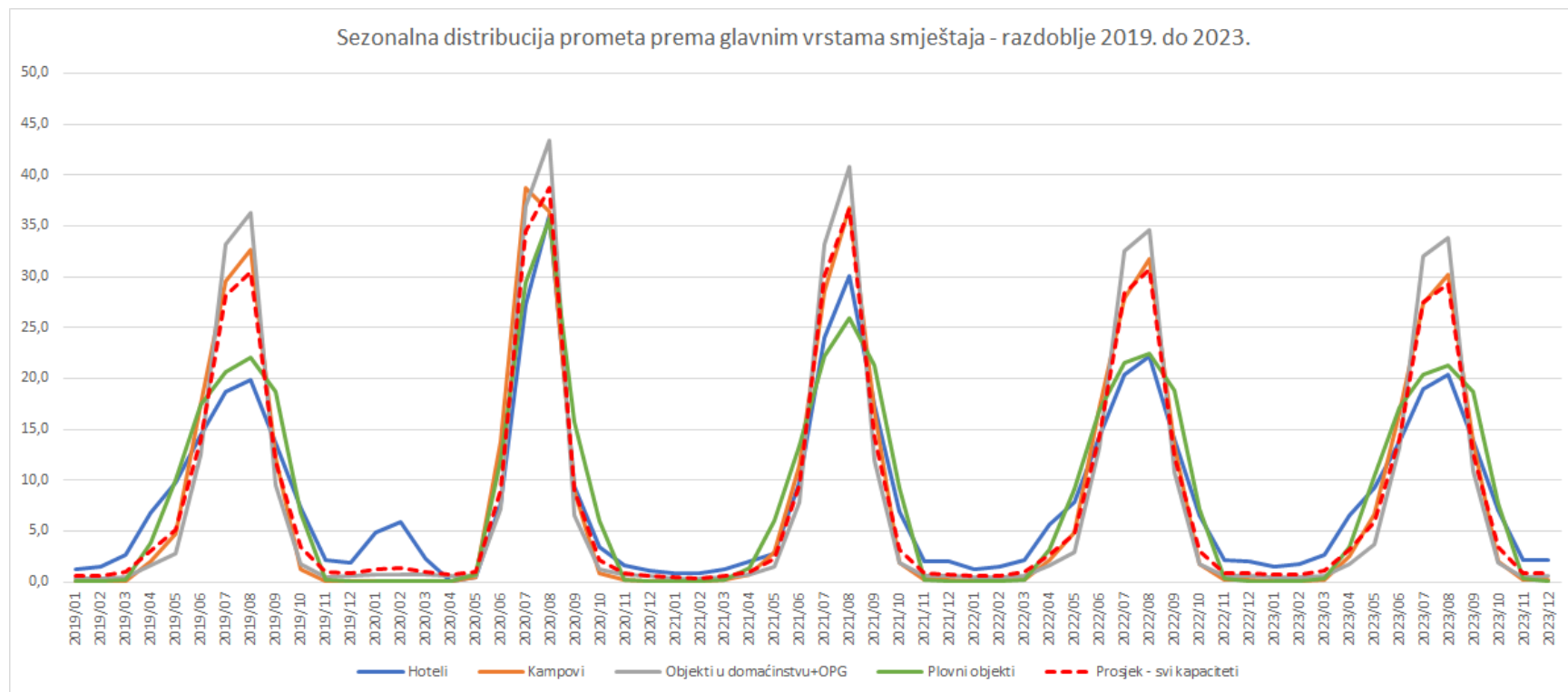
Izvor: Benchmarking kampova



Izvor: Benchmarking kampova

## Sezonalna distribucija turističkog prometa

Distribucija prometa po mjesecima i vrstama smještaja (postotni udjel mjeseca u cjelogodišnjem prometu za pojedinu vrstu smještaja) pokazuje kako hoteli bilježe sezonalno znatno ravnomjernije raspoređen promet nego li je to slučaj s drugim vrstama smještaja i prosjekom za sve vrste smještaja sveukupno (koji je u prvom redu određen sezonalnom krivuljom obiteljskog smještaja, koji dominira smještajnim portfeljem Hrvatske). Najnepovoljniju sezonalnu distribuciju prometa (koncentracija pretežite većine prometa na sam vrhunac sezone) bilježi obiteljski smještaj. Nakon hotela, najpovoljniju sezonalnu distribuciju turističkog prometa bilježi nautika, a sve je povoljnije distribuiran i promet kampova (što se u velikoj mjeri može pripisati kvalitativnim i strukturnim unaprjeđenjima

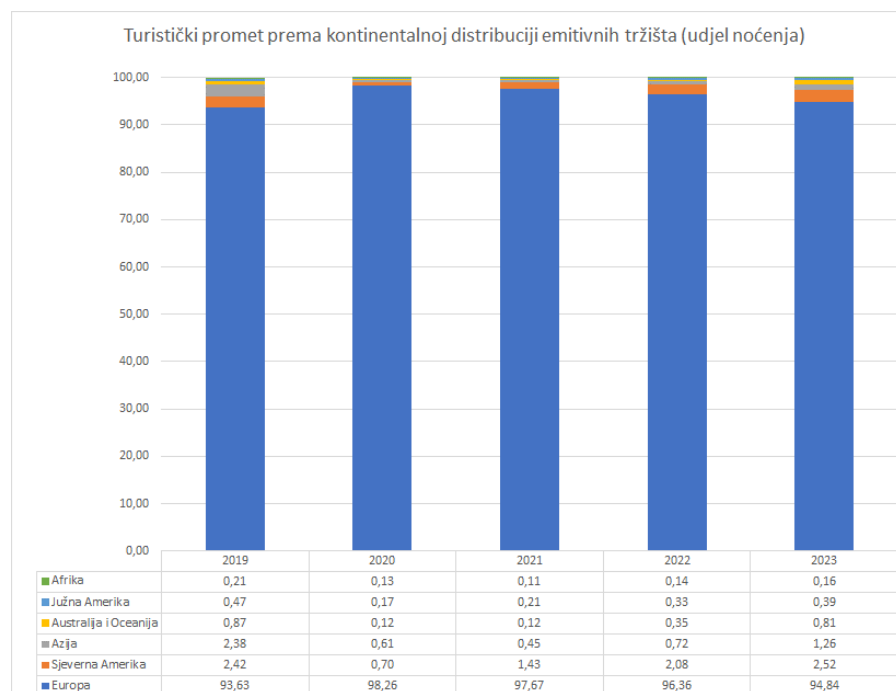


Izvor: eVisitor

## Emitivna tržišta

### Tržišta prema emitivnim makroregijama

Unatoč afirmaciji dalekih tržišta, do koje je u povećanoj mjeri došlo tijekom proteklih desetak godina (u 2019. godini daleka su tržišta generirala cca 6,4% ukupnog turističkog rezultata Hrvatske mjenog noćenjima), tržišta Europe (uključujući i domaće tržište) ostaju glavni generator turističke potražnje za Hrvatskom. COVID pandemija dovela je do gotovo potpune obustave turističkih tijekova s dalekih tržišta u 2020. godini (do razine udjela manjeg od 2%), a puni oporavak nije uslijedio niti tijekom 2023. (daleka tržišta ukupnom su rezultatu Hrvatske doprinijela s nešto više od 5%, što je još uvijek cca. 1,5 postotnih bodova manje nego li prije pandemije). SAD, Australija, Kina, Južna Koreja i Kanada za hrvatski su turizam najznačajnija daleka tržišta. Također, zanimljivo je naglasiti kako je SAD jedino daleko tržište koje je u 2023. dostiglo, tj., premašilo predpandemijsku razinu prometa, a rezultatski je relativno blizu i Australija. Za tržišta Azije rezultat još uvijek značajno zaostaje za predpandemijskim brojkama.



Izvor: eVisitor

## Tržišta prema kriteriju države podrijetla turista

Generalna ljestvica TOP tržišta u pandemiji se značajnije promijenila (na značaju su dobila zemljopisno bliža tržišta, tj. tržišta s kojih se u Hrvatsku primarno putuje automobilom, dok su udaljenija, tj. naglašeno „zrakoplovna tržišta“ u takvim okolnostima doživjela osjetan pad prometa). U 2023. TOP 10 ljestvica ponovno je gotovo identična onoj iz 2019.

Tržišta ukupno				
2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka
Austrija	Hrvatska	Hrvatska	Austrija	Austrija
Slovenija	Slovenija	Poljska	Hrvatska	Hrvatska
Hrvatska	Poljska	Austrija	Slovenija	Slovenija
Poljska	Češka	Slovenija	Poljska	Poljska
Italija	Austrija	Češka	Češka	Češka
Češka	Italija	Mađarska	Italija	Italija
UK	Mađarska	Nizozemska	UK	UK
Mađarska	Slovačka	Slovačka	Nizozemska	Mađarska
Nizozemska	BiH	Italija	Slovačka	Nizozemska

Izvor: eVisitor

## Tržišta prema kriteriju preferirane vrste smještaja

Glede odnosa tržišta i preferencija za pojedinim vrstama smještajnih objekata prisutne su osjetne razlike. Do određenih promjena u „standardnih“ odnosa na relaciji tržište-preferirana vrsta smještaja došlo je u pandemijskim godinama, kada su na potražnju utjecali brojni izvanredni čimbenici (primjerice, percepcija sigurnosti u kontekstu socijalnog distanciranja, pogodovala je kampovima i obiteljskom smještaju, nauštrb hotela).

Njemačka, sveukupno glavno emitivno tržište za Hrvatsku vodeće je za sve vrste smještajnih objekata, što se nije promijenilo niti u vrijeme pandemije.

Uz vodeće Nijemce, za hotelski segment najznačajniji su domaći turisti te Austrijanci, a za kampove Slovenci i Austrijanci.

U segmentu obiteljskog smještaja, uz Nijemce su najznačajniji Poljaci i domaći turisti (u 2022. treću poziciju su zauzeli Česi, no u 2023. ponovno su ih na četvrtu poziciju potisnuli domaći turisti), dok su u segmentu nautike uz Nijemce najznačajniji austrijski i češki turisti (prije COVID pandemije na trećoj su poziciji bili Britanci, no zaključno s 2023. još uvijek nisu povratili svoju staru poziciju).

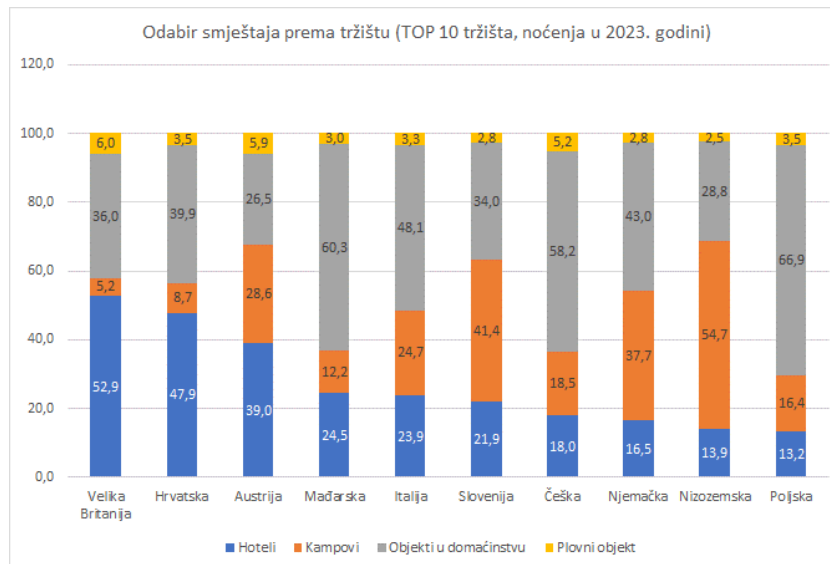
Jedino daleko tržište koje se pojavljuje u krugu TOP 10 tržišta prema pojedinim vrstama smještaja je SAD i to kada je riječ o hotelskom smještaju i nautici.

### TOP tržišta prema vrsti smještaja:

Hoteli					Kampovi					Objekti u domaćinstvu					Plovni objekat				
2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Njemačka	Hrvatska	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka
Austrija	Njemačka	Hrvatska	Hrvatska	Hrvatska	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Poljska	Poljska	Poljska	Poljska	Poljska	Austrija	Češka	Austrija	Austrija	Austrija
Hrvatska	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija	Hrvatska	Hrvatska	Hrvatska	Češka	Hrvatska	UK	Austrija	Češka	Češka	Češka
UK	Slovenija	Slovenija	UK	UK	Nizozemska	Poljska	Nizozemska	Nizozemska	Nizozemska	Češka	Češka	Češka	Hrvatska	Češka	Češka	Hrvatska	Poljska	Hrvatska	Hrvatska
Slovenija	Češka	Češka	Slovenija	Slovenija	Italija	Češka	Poljska	Poljska	Poljska	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Hrvatska	Poljska	Hrvatska	UK	SAD
Italija	Poljska	Poljska	Češka	SAD	Češka	Hrvatska	Češka	Češka	Italija	Italija	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija	Poljska	Slovenija	Slovenija	Poljska	Poljska
Češka	Mađarska	UK	Italija	Italija	Poljska	Nizozemska	Hrvatska	Italija	Češka	Austrija	Mađarska	Slovačka	Slovačka	Mađarska	SAD	Italija	SAD	SAD	UK
SAD	Italija	Mađarska	Poljska	Češka	Hrvatska	Italija	Italija	Hrvatska	Hrvatska	Slovačka	Slovačka	Mađarska	Italija	Slovačka	Australija	UK	Slovačka	Slovenija	Slovenija
Poljska	UK	Italija	SAD	Poljska	Danska	Mađarska	Mađarska	Švicarska	Mađarska	Mađarska	Italija	Italija	Mađarska	Italija	Slovenija	Slovačka	Italija	Italija	Australija
Francuska	Ukrajina	Slovačka	Slovačka	Mađarska	Mađarska	Švicarska	Švicarska	Danska	Švicarska	UK	BIH	BIH	UK	UK	Italija	Francuska	Mađarska	Slovačka	Italija

Izvor: eVisitor

Varijacije smještajnih preferencija turista s top 10 tržišta (komercijalni smještaj) prikazane su narednim grafikonom (noćenja u 2023. godini) iz kojeg je razvidno, primjerice, kako su Britanski i domaći turisti naglašenije skloni korištenju hotelskog smještaja, dok Nizozemci i Slovenci izrazito vole kamping, a Poljaci, Mađari i Česi obiteljski smještaj. Sklonost nautici izraženija je kod Britanaca, Austrijanaca i Čeha.

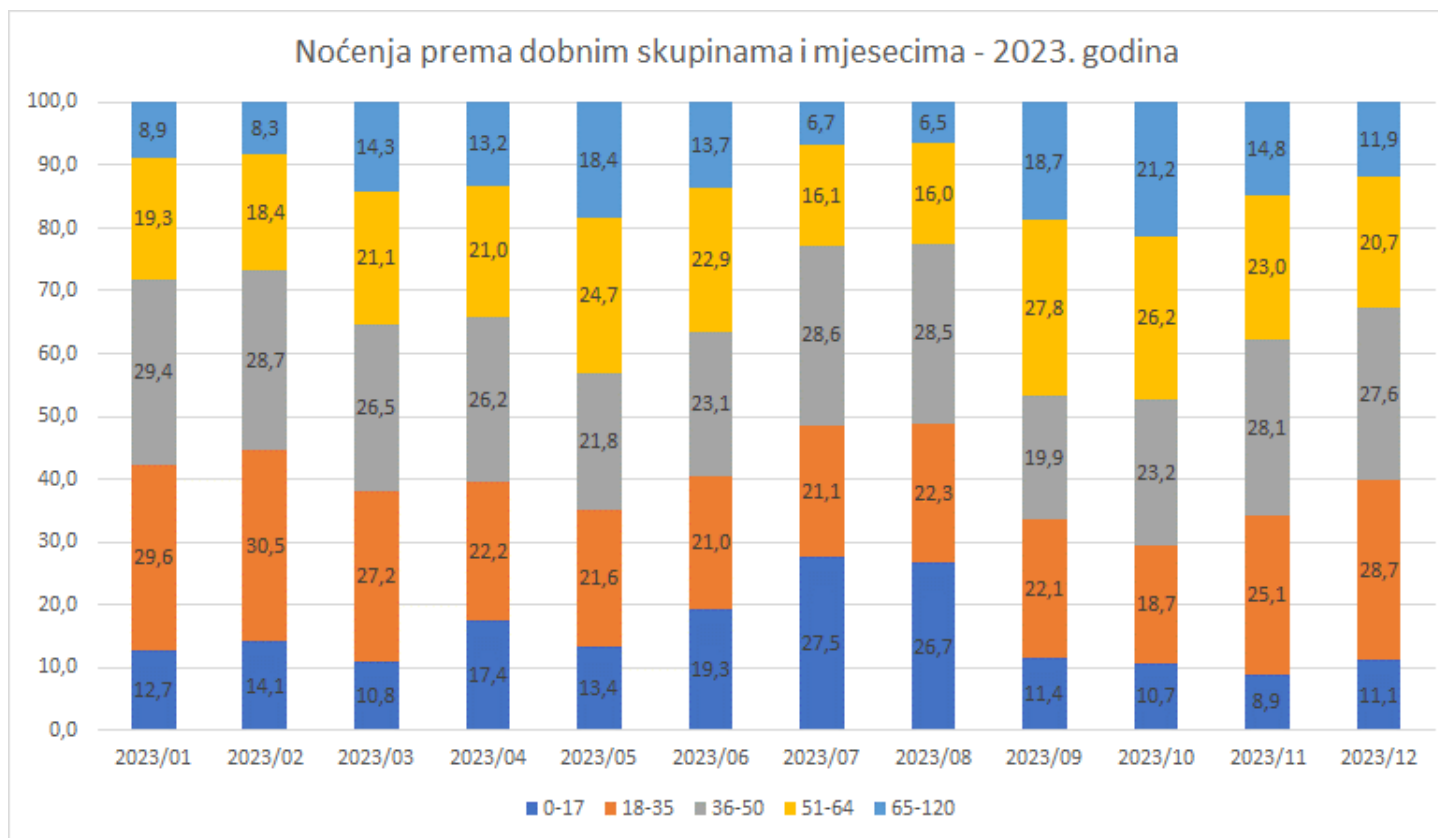


Izvor: eVisitor



## Noćenja prema dobnim skupinama

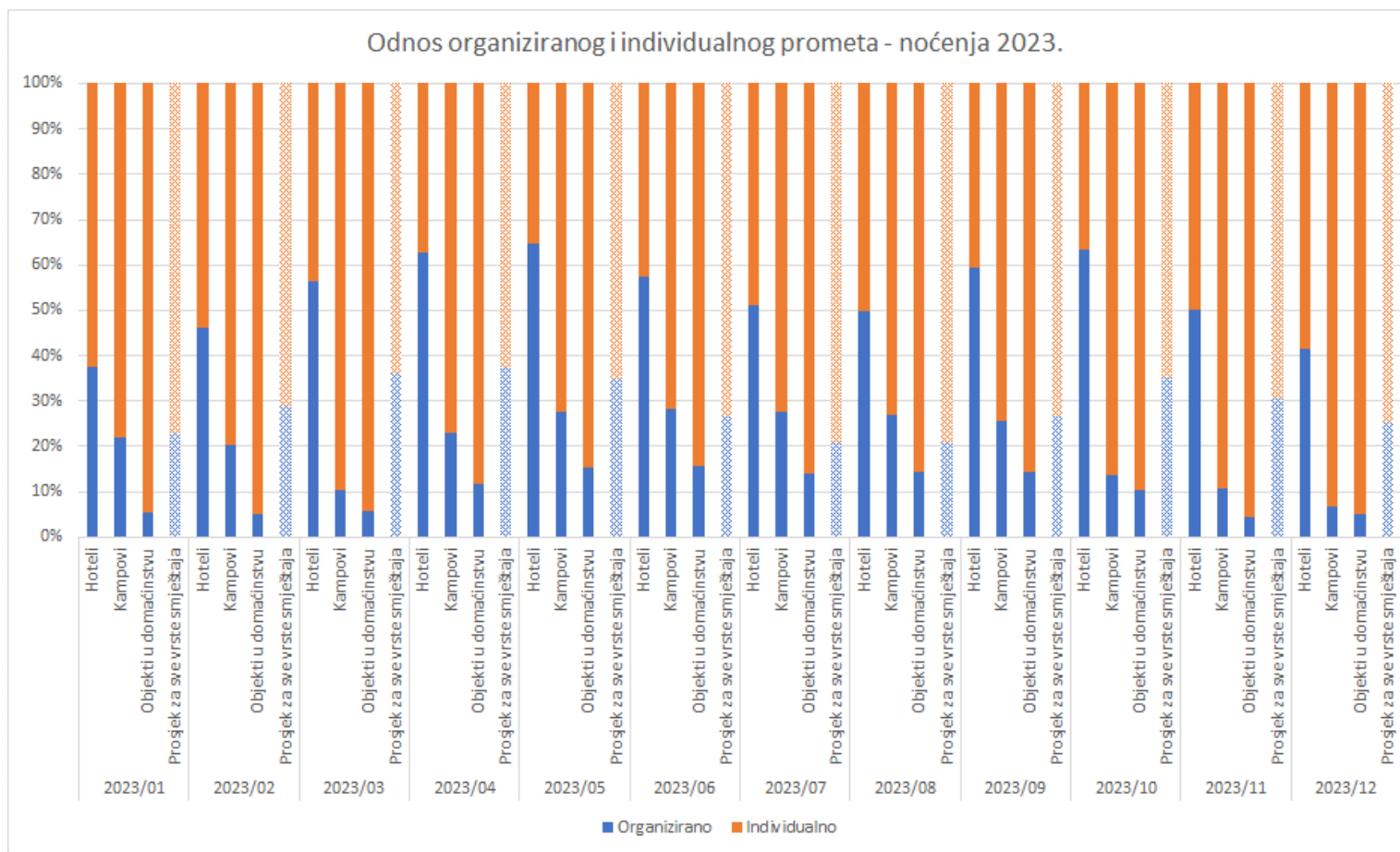
Iz pregleda prometa po mjesecima i dobnim skupinama turista razvodno je kako tijekom vrhunca sezone Hrvatsku u povećanom broju posjećuju obitelji s djecom. Udjel mlađe populacije u ukupnom prometu (naravno, ne ulazeći u apsolutne brojke) veći je u razdoblju pred i posezone, jednako kao i senior populacije (65+), koja preferira proljetne i ljetne mjesece.



Izvor: eVisitor

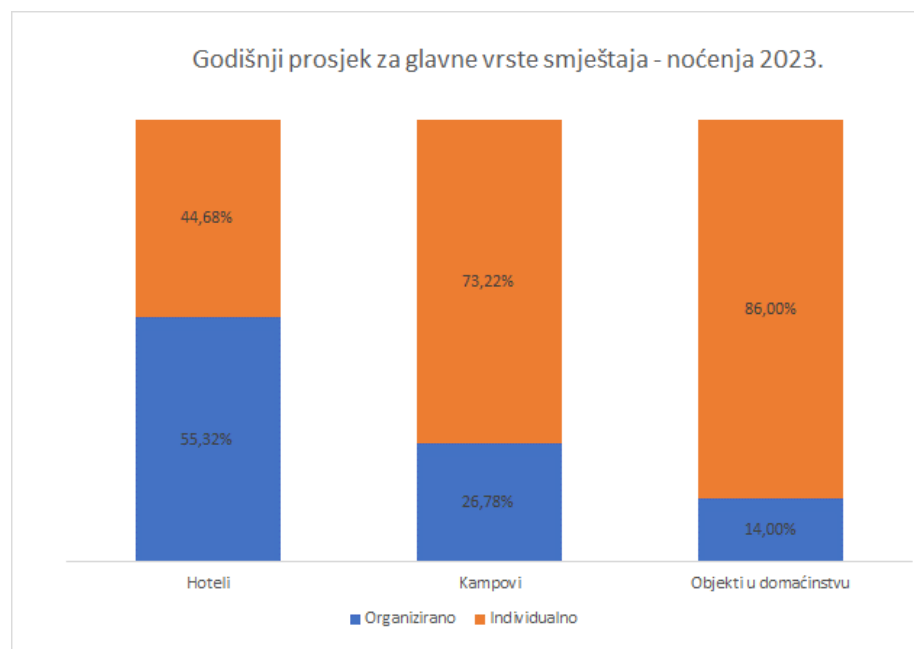
## Noćenja prema načinu organizacije putovanja

U totalu, organizirani turistički promet veći udjel bilježi u pred i posezoni, dok u vrhuncu sezone dominira individualna potražnja.



Izvor: eVisitor

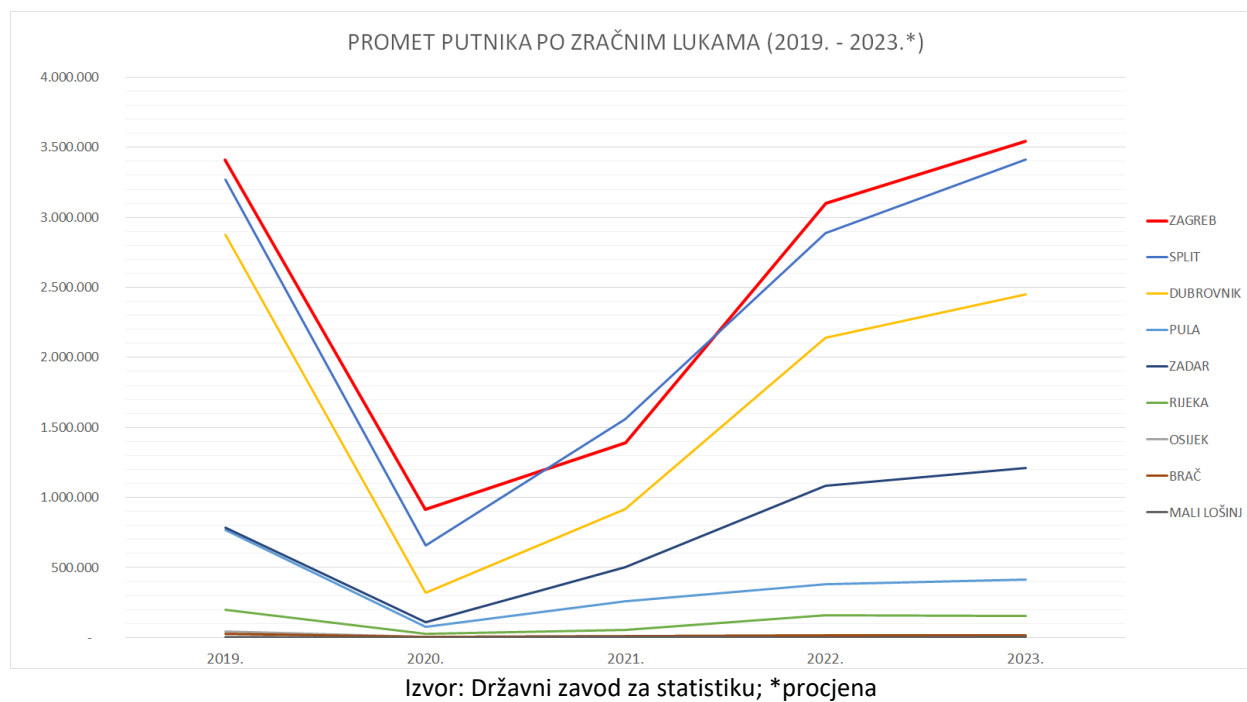
Na razini godine, približno 2/3 prometa realizira se u okviru organiziranih putovanja, no kod hotela je odnos drugačiji te na organizirani promet otpada približno 55%. Najmanji udjel organiziranog prometa bilježi obiteljski smještaj, svega 14% na godišnjoj razini.



Izvor: eVisitor

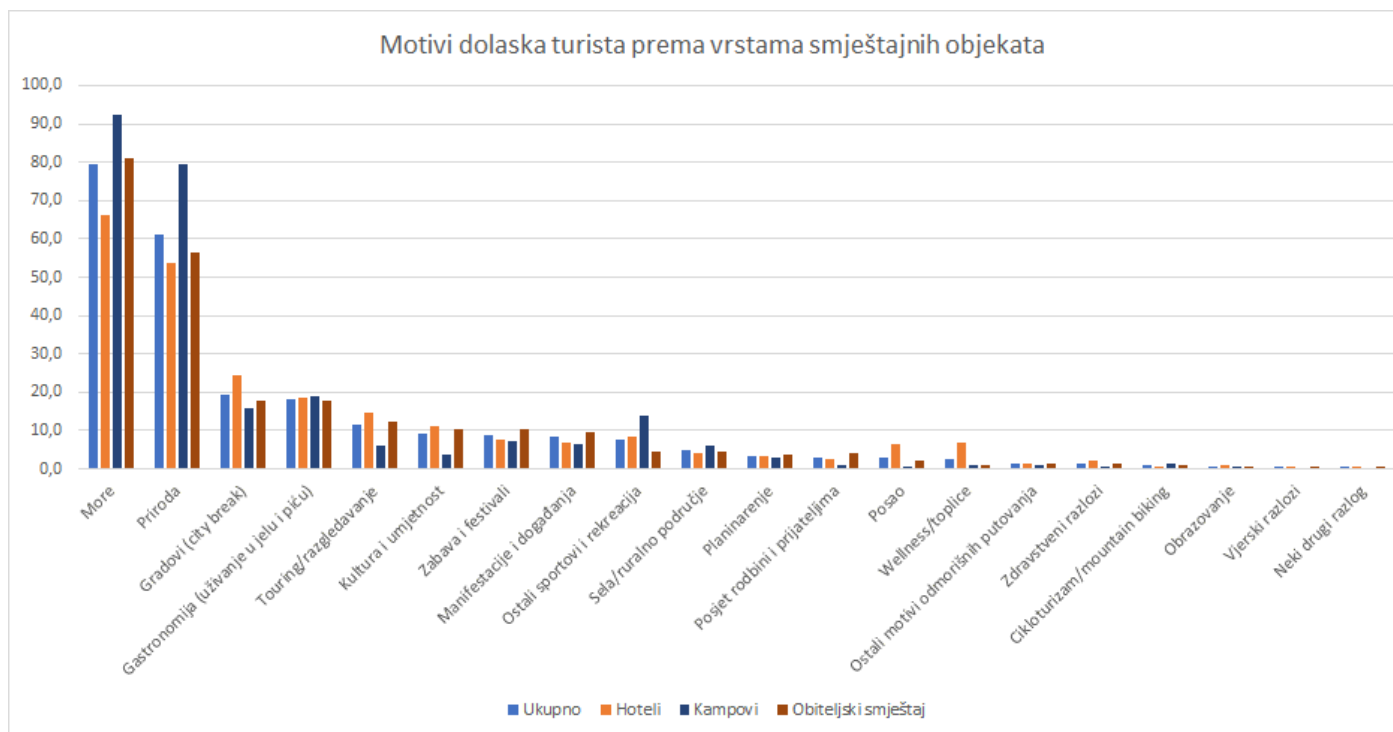
## Zrakoplovni promet

Kako je ranije naglašeno, COVID pandemija rezultirala je različitim promjenama u domeni turističke potražnje, a jedan od najvećih utjecaja zabilježen je u segmentu zrakoplovnog prijevoza, koji je u razdoblju od 2020. do 2022. doživio značajan pad. Navedeno nije u tolikoj mjeri utjecalo na sveukupan rezultat Hrvatske, budući da je cestovni prijevoz dominantan način dolaska u našu zemlju za turiste s većine značajnih tržišta, no za dio tržišta koja se za posjet Hrvatskoj oslanjaju na zrakoplovne poveznice, utjecaj je bio značajan. Ipak, 2023. donosi oporavak zrakoplovne potražnje prema Hrvatskoj te će do kraja godine zrakoplovni promet u hrvatskim zračnim lukama vjerojatno ( u trenutku izrade ovog izvješća dostupni su podaci DZS-a za razdoblje siječanj-studeni te je ukupan rezultat za 2023. godinu procijenjen temeljem pretpostavke da će broj putnika u prosincu biti približno jednak onom iz 2019.) dosegnuti razinu od cca. 11,3 mil putnika (naspram cca. 11,4 mil u 2019.) Zračne luke Zadra, Zagreba i Splita u 2023. premašuju razinu prometa iz 2019., dok su preostale zračne luke i nadalje u zaostatku, najviše izraženom kod zračne luke Dubrovnik.



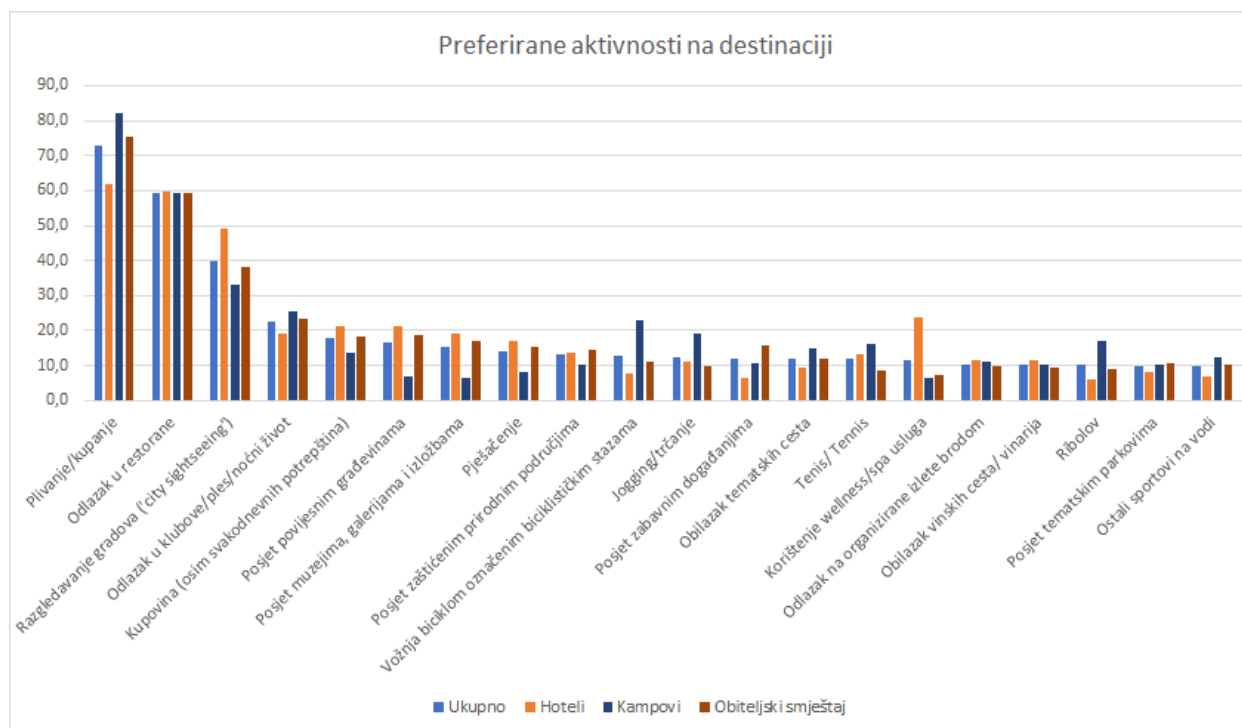
## TOMAS istraživanja

Podaci posljednjeg TOMAS istraživanja (primarno kvantitativno istraživanje u okviru kojeg se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima, uz korištenje strukturiranog upitnika, a provodi se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama) provedenog tijekom 2022. i 2023. godine pokazuju kako se motivi dolaska turista u Hrvatsku razlikuju, ovisno o vrstama smještajnih objekata. Primjerice, gosti hotela ispodprosječno u Hrvatsku dolaze s motivom uživanja u moru i prirodi, dok su iznadprosječno zainteresirani za city break, touring, kulturu i umjetnost te wellness. Gosti kampova iznadprosječno su motivirani na dolazak u hrvatsku radi mora i prirode te radi sporta i rekreacije, dok manje traže city break, ture te ponudu iz domene kulture i umjetnosti. Gosti obiteljskog smještaja iznadprosječno su motivirani morem, zabavom i festivalima te manifestacijama i događanjima, dok ih u manjoj mjeri motivira priroda, city break ponuda te sport i rekreacija.



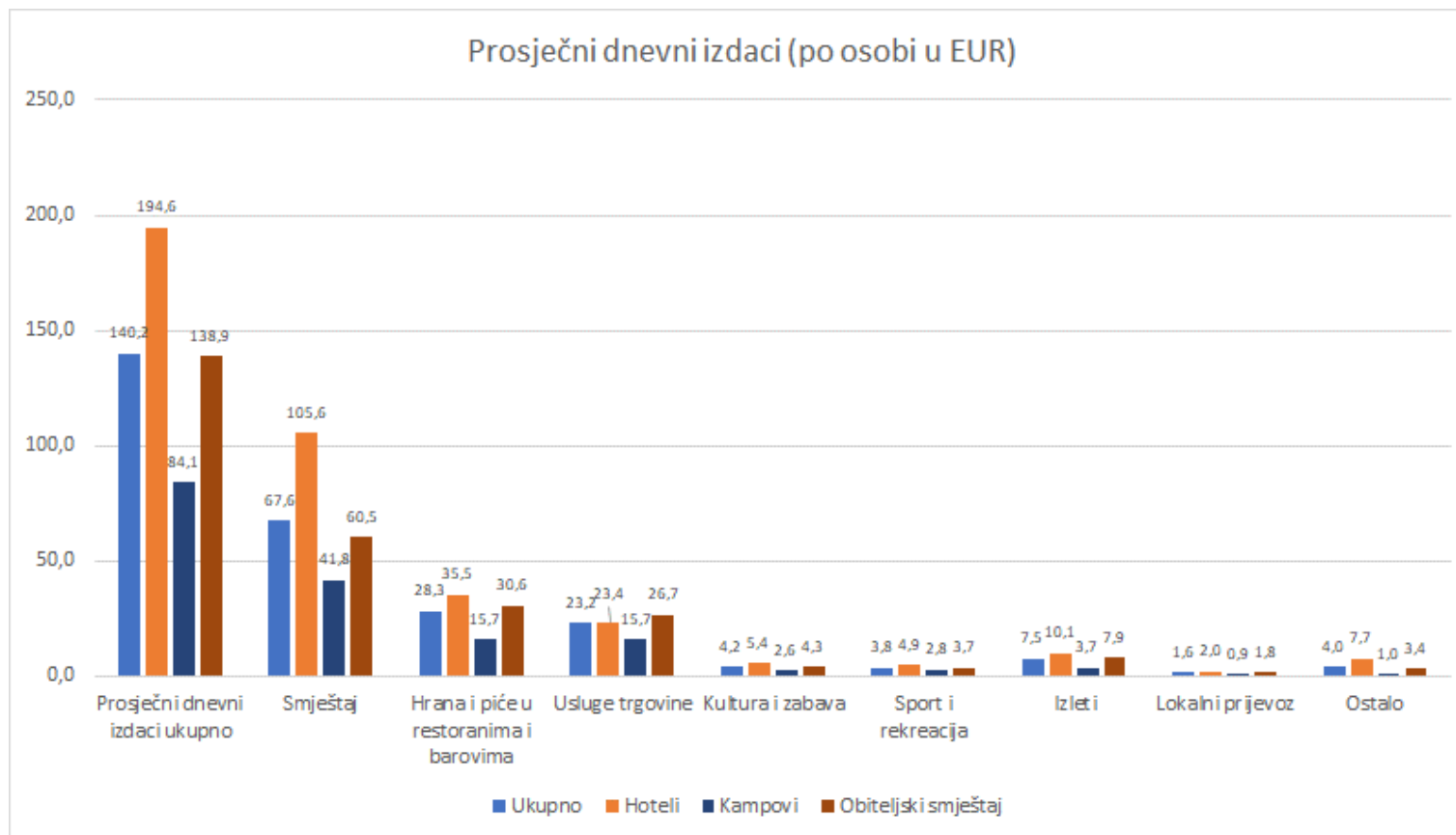
Izvor: TOMAS Hrvatska 2022./2023.

Jednako kao što je to slučaj s motivima dolaska, razlike su prisutne i u pogledu preferiranih aktivnosti na destinaciji korisnika različitih vrsta smještajnih objekata. Dok su, primjerice, plivanje/kupanje, noćni život, biking i posjete zabavnim događanjima ispodprosječno zanimljive hotelskim gostima, isti su iznadprosječno zainteresirani za razgledavanje gradova, posjet povijesnim građevinama/spomenicima, shopping ili pak za wellness tretmane. S druge strane, gosti kampova iznadprosječno su orijentirani na kupanje, odlaske u klubove/noćni život, ribolov i različite sportske aktivnosti, dok ih ispodprosječno zanimaju aktivnosti poput razgledavanja gradova, posjete kulturnim i povijesnim sadržajima, ili korištenje wellness/spa usluga. Gosti obiteljskog smještaja prema interesu za aktivnosti na destinaciji većinom su u okvirima prosjeka, no nešto su više zainteresirani za plivanje/kupanje, razgledavanje različitih kulturnih znamenitosti/sadržaja te posjete zabavnim događanjima, dok su istovremeno nešto manje zainteresirani za različite sportske aktivnosti i korištenje wellness/spa usluga.



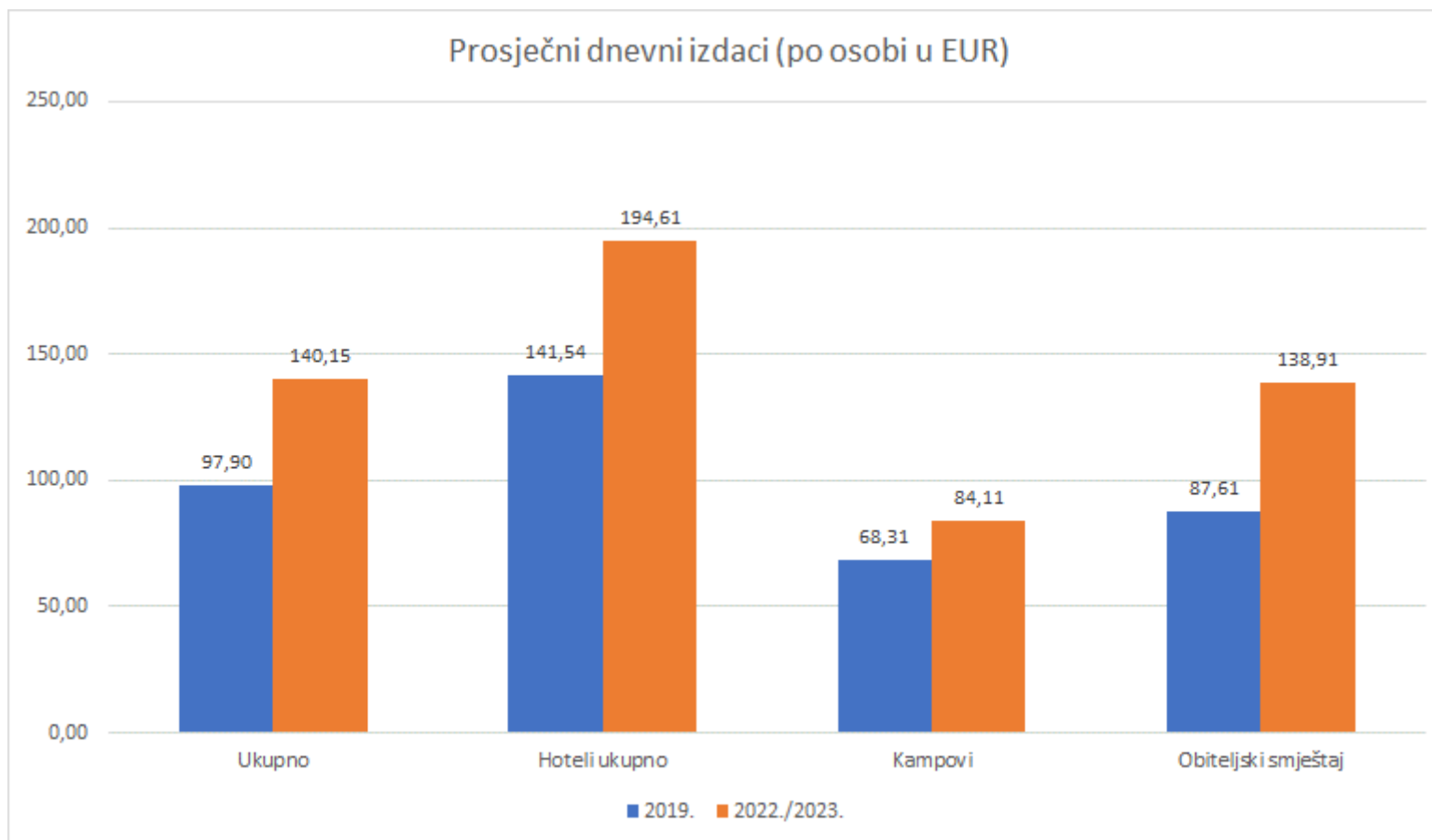
Izvor: TOMAS Hrvatska 2022./2023.

Kada je riječ o prosječnim dnevnim izdacima, razvidno je kako generalno najviše troše hotelski gosti, koji značajno iznadprosječno izdvajaju za smještaj te generalno prednjače u gotovo svim promatranim kategorijama potrošnje (osim usluga trgovine, gdje prednjače gosti obiteljskog smještaja). Gosti kampova u načelu troše manje od gostiju drugih vrsta smještaja u svim skupinama izdataka, a najveća je razlika u troškovima smještaja te hrane i pića u restoranima i barovima.



Izvor: TOMAS Hrvatska 2022./2023.

U odnosu na prethodni val TOMAS istraživanja, provedenog tijekom 2019. godine, razvidno je kako su prosječni dnevni izdaci turista sveukupno porasli za 43%.

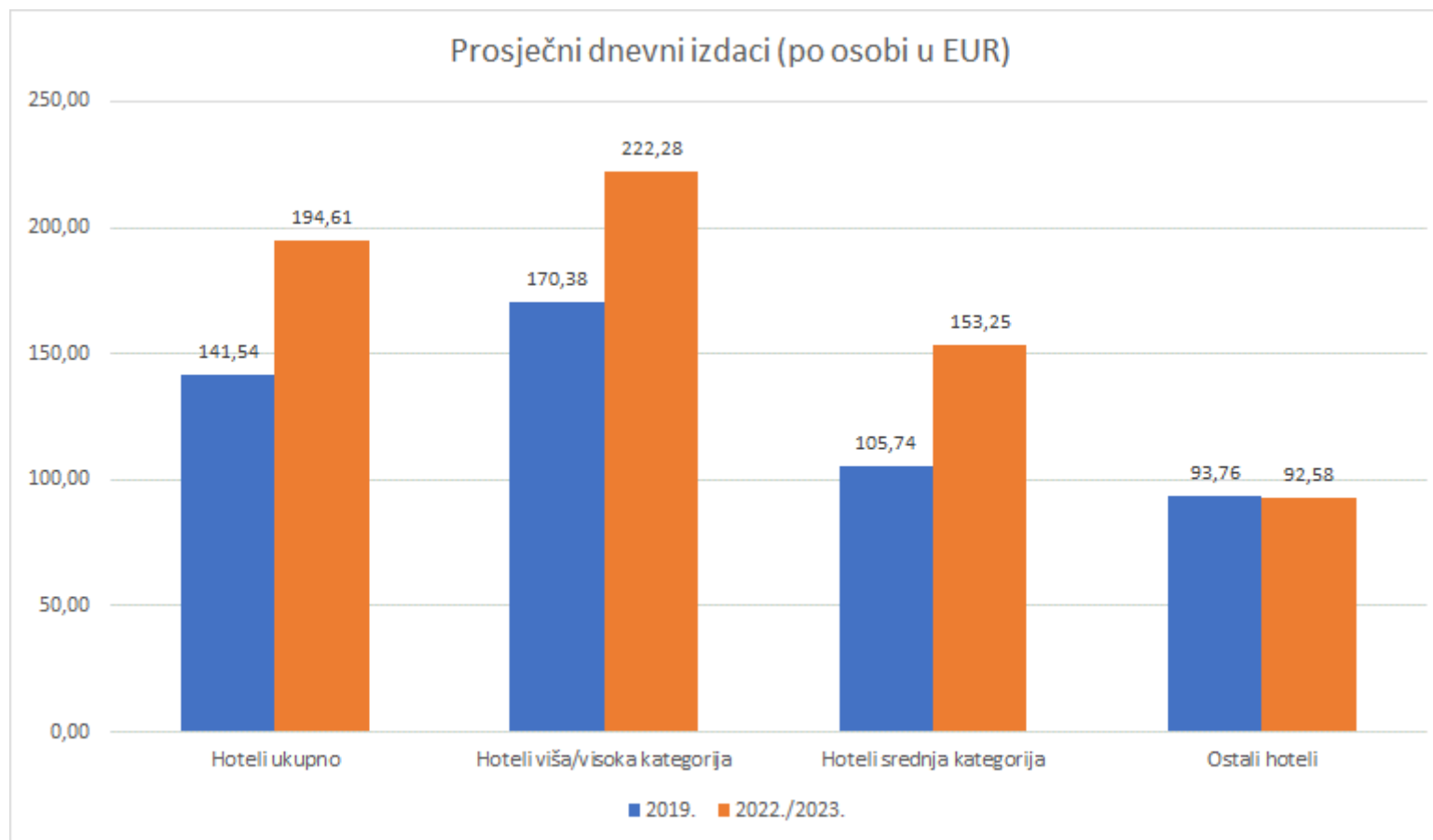


Izvor: TOMAS Hrvatska 2022./2023.; TOMAS Hrvatska 2019.

Zasebnim uvidom u rezultate hotela, raščlanjene prema kategorijama, razvidno je kako (očekivano) najveću prosječnu potrošnju bilježe objekti više/visoke kategorije. Usporedbom aktualnog TOMAS istraživanja (2022./2023.) s prethodnim izdanjem istog istraživanja (2019.) razvidno je



kako je prosječna potrošnja hotelskih gostiju u segmentu više/visoke kategorije porasla za 52 EUR (po osobi danu), za srednji segment porasla je za 48 EUR po danu, dok potrošnja u ostalim objektima niže „dodane vrijednost“ stagnira.



Izvor: TOMAS Hrvatska 2022./2023.; TOMAS Hrvatska 2019.

## Zaključak

Hrvatska je relativno brzo povratila razine prometa „izgubljene“ pod utjecajem globalne COVID pandemije, u 2023. ostvarivši gotovo podjednak broj dolazaka i noćenja kao i tijekom rekordne 2019. Istovremeno, unatoč nešto nižoj razini potražnje zabilježenoj u razdoblju 2020. do 2022. smještajna ponuda značajno je „narasla“, prvenstveno u segmentu obiteljskog smještaja te srodnih vrsta smještaja (apartmani/sobe za najam bez dodatne usluge) u vlasništvu pravnih osoba.

Hoteli su i nadalje vrsta smještaja koja bilježi najveću prosječnu popunjenost, kao i najpovoljniju sezonalnu distribuciju prometa, dok objekti obiteljskog smještaja, inače snažno dominantna vrsta smještaja u okvirima cjelokupnog smještajnog portfelja Hrvatske prema oba kriterija bilježe najslabije pokazatelje. U pogledu prosječne popunjenosti i sezonalne distribucije prometa najveću progresiju bilježe kampovi, što se može pripisati strukturnim unaprjeđenjima ove smještajne vrste (osim dodatnih sadržaja i uvođenjem mobilnih kućica kao vrste ponude koja pruža veću dodanu vrijednost za goste, kao i rad kampova u razdobljima godine s nešto lošijim vremenskim prilikama).

Iako su rezultati turističkog prometa u sezoni 2023. gotovo izjednačeni s onima iz 2019., može se konstatirati kako je ostvarena znatno veća turistička potrošnja – u prosjeku, dnevni izdaci po gostu tijekom promatrane četiri godine narasli su za cca 42 EUR, tj. 43%.

Razvidna je razlika uz performansu objekata više/visoke kategorije, u objektima s nižom kategorizacijom, kako u pogledu popunjenosti, tako i u pogledu privlačenja gostiju više platežne moći (što reflektiraju podaci TOMAS istraživanja, odnosno istraživanja Benchmarking hotela).