

Barometar smještaja Hrvatska 2025

Prvi Barometar smještaja za Hrvatsku pokazuje da hrvatski hotelijeri u sezonu 2025. ulaze s rastućim optimizmom. Poslovni rezultati u posljednje su vrijeme odlični, a većina ispitanika svoju trenutnu gospodarsku situaciju ocjenjuje pozitivno. Tri četvrtine ispitanika očekuju daljnje poboljšanje - što predstavlja jednu od najviših razina optimizma u Europi. Osposobljavanje osoblja jasan je prioritet, a umjetna inteligencija (UI) općenito se smatra korisnom, posebno u marketingu i korisničkoj službi. Nedostatak radne snage i dalje je problem, zbog čega se mnogi unatoč birokratskim i jezičnim preprekama odlučuju na zapošljavanje stranih radnika. Na razini Europe stanje je u skladu s ranijim izdanjima Barometra, pa hotelski lanci i dalje iskazuju veći optimizam i namjeru ulaganja u odnosu na neovisne i alternativne oblike smještaja.



Dubrovnik, Hrvatska

Gospodarska očekivanja

Stabilan rast potiče optimizam

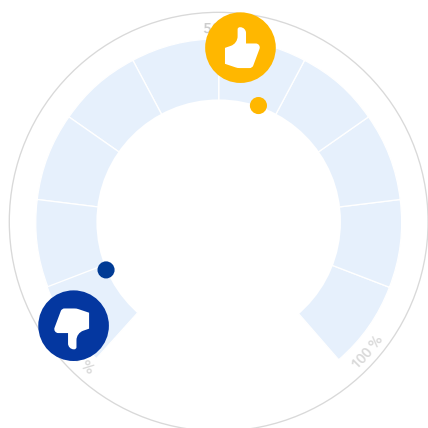
Nešto više od polovine hrvatskih smještajnih objekata izvijestilo je o pozitivnim gospodarskim kretanjima u proteklih šest mjeseci. Očekuje se da će se ovaj sentiment dodatno poboljšati jer 64 % ispitanika svoju trenutnu gospodarsku situaciju ocjenjuje kao (vrlo) dobru, a otprilike 70 % ispitanika očekuje daljnji razvoj poslovanja u sljedećih šest mjeseci.

Percepcija razvoja poslovanja u smještajnim objektima

● ● Prosjek EU-a

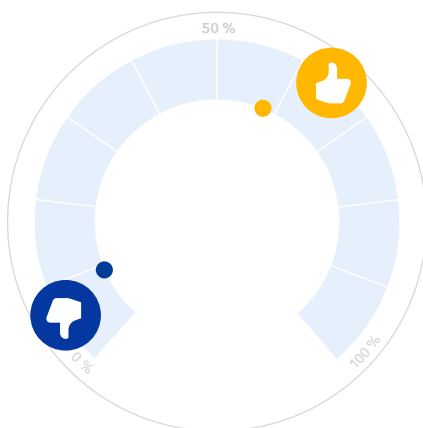
Prošli razvoj

👎 (Vrlo) loš 👍 (Vrlo) dobar



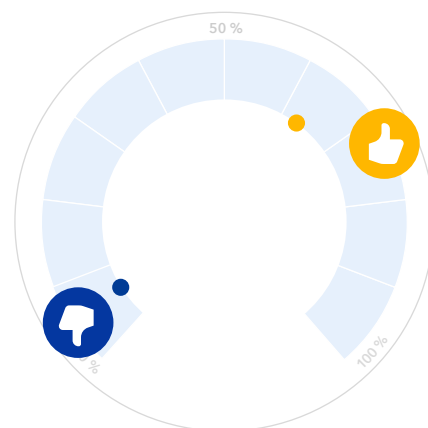
Trenutačno stanje

👎 (Vrlo) loš 👍 (Vrlo) dobar



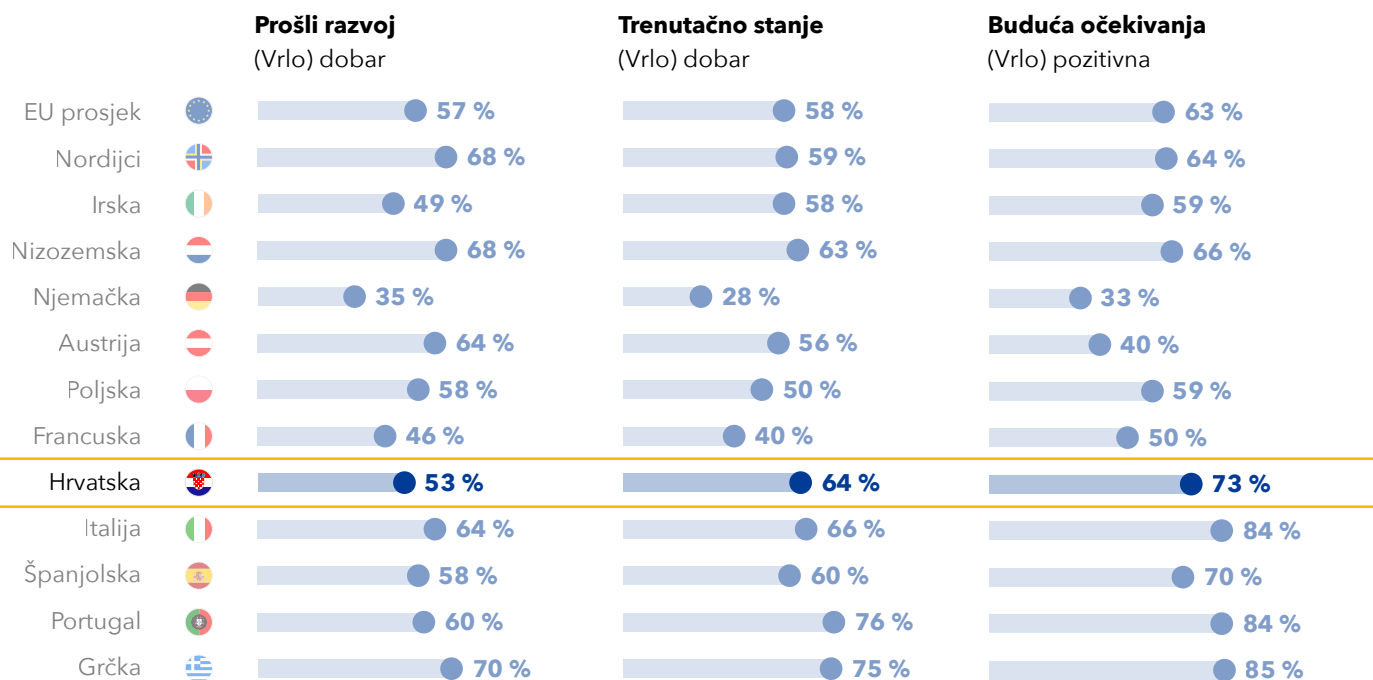
Buduća očekivanja

👎 (Vrlo) negativna 👍 (Vrlo) pozitivna



U prvom izdanju Barometra smještaja za Hrvatsku, gospodarska očekivanja domaćih hotelijera u skladu su s prosjekom EU-a kad je riječ o prošlom i sadašnjem razvoju. Međutim, Hrvatska se izdvaja po optimističnom pogledu na budućnost, koji je čak deset postotnih bodova iznad prosjeka EU-a.

Percepcija razvoja poslovanja u smještajnim objektima, po zemljama



Oprez s ulaganjima

Iako je broj hotelijera koji planiraju ulaganja nešto veći nego u ostatku EU-a, tek 19 % hrvatskih hotelijera planira povećati ulaganja u 2025., dok ih 60 % namjerava zadržati trenutačnu razinu ulaganja. Pristup kapitalu, popunjenost kapaciteta i kretanje cijena soba u skladu su s trendovima u ostatku EU-a ili blago manje pozitivni.

Razvoj poslovanja u sektoru smještaja u posljednjih 6 mjeseci ■ 2025 ● Prosjek EU-a

Razvoj prosječne dnevne cijene

(Snažno) smanjenje ■ (Snažno) povećanje



Razvoj stope popunjenosti

(Snažno) smanjenje ■ (Snažno) povećanje



Pristup financiranju i kapitalu

(Vrlo) teško ■ (Uopće) nije teško



Planovi ulaganja

Ulagati manje (nego u posljednjih 6 mjeseci) ■ Ulagati više (nego u posljednjih 6 mjeseci)



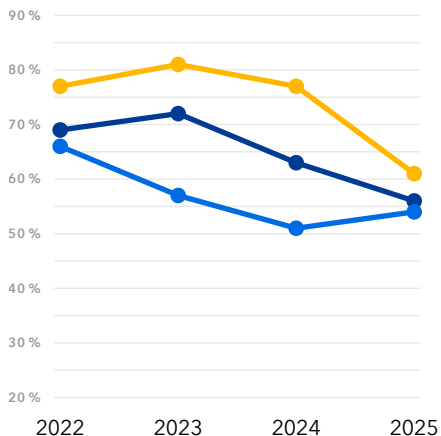
80 % 70 % 60 % 50 % 40 % 30 % 20 % 10 % 0 % 10 % 20 % 30 % 40 % 50 % 60 % 70 % 80 %

Hotelski lanci i dalje prednjače po optimizmu i rezultatima

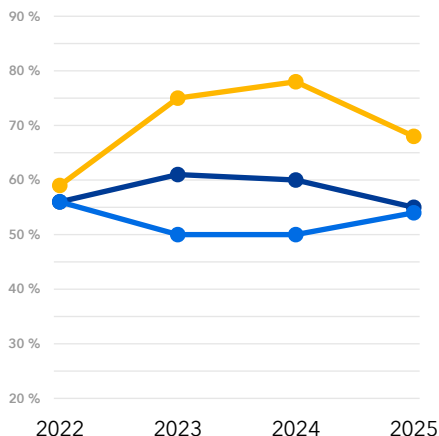
Percepcija razvoja poslovanja na razini Europe, po tipu smještaja

■ Lanac hotela ■ Neovisni hoteli ■ Alternativni smještaj

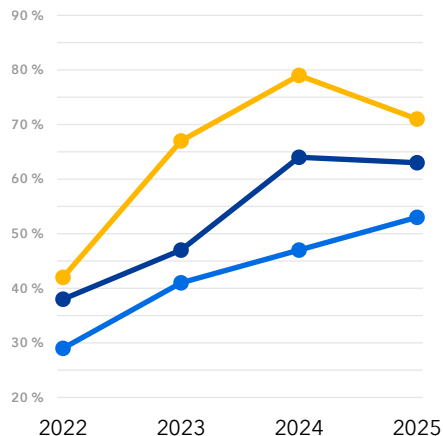
Opći razvoj u proteklih 6 mjeseci (Vrlo) dobar



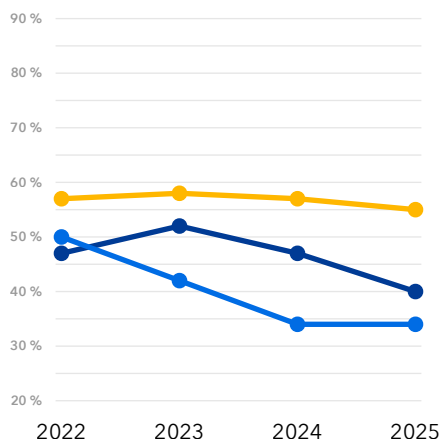
Trenutačno gospodarsko stanje (Vrlo) dobar



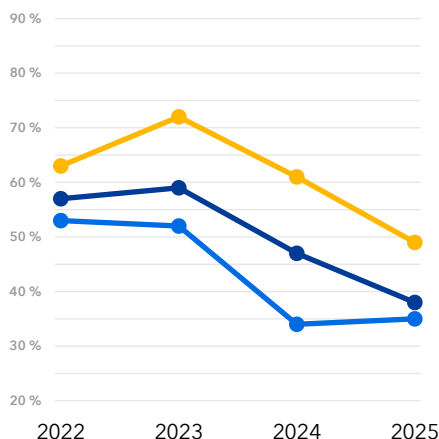
Buduća očekivanja (Vrlo) pozitivna



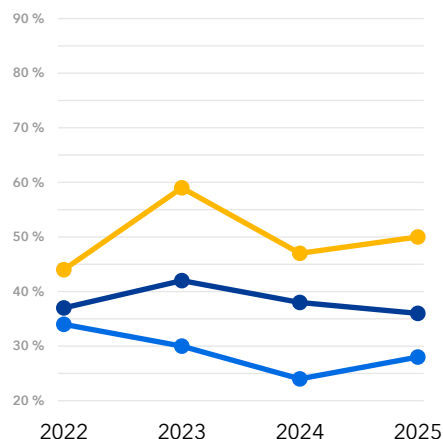
Razvoj prosječne dnevne cijene (Snažno) povećanje



Razvoj stope popunjenosti (Snažno) povećanje

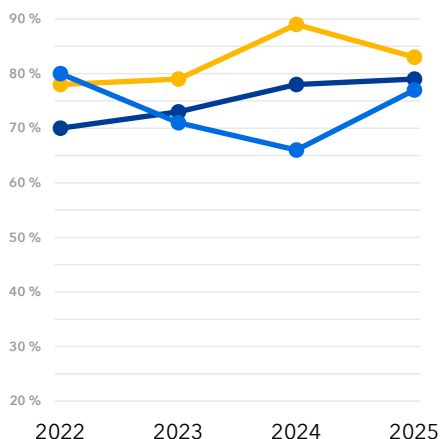


Pristup financiranju i kapitalu (Uopće) nije teško



Planovi ulaganja

Uložiti otprilike isto ili više (nego u posljednjih 6 mjeseci)



Na europskoj razini hotelski lanci i dalje očekuju bolje rezultate u gotovo svim kategorijama koje se prate, uključujući gospodarsku situaciju, poslovne rezultate i cijene. Očekivanja neovisnih hotela i alternativnih smještajnih objekata nešto su opreznija.

Unatoč tim razlikama sve tri kategorije smještaja imaju slične namjere ulaganja, a većina planira ulagati barem jednako kao u prethodnih šest mjeseci. To ukazuje da, iako su se očekivanja donekle smanjila nakon razdoblja „osvetničkih putovanja“, hotelijeri diljem Europe ostaju predani dugoročnim ulaganjima u očekivanju nastavka rasta potražnje.

Manji pružatelji smještaja i dalje nailaze na prepreke u financiranju, dok lanci u pravilu lakše dolaze do kapitala, što vjerojatno doprinosi trajnoj razlici u optimizmu među segmentima.

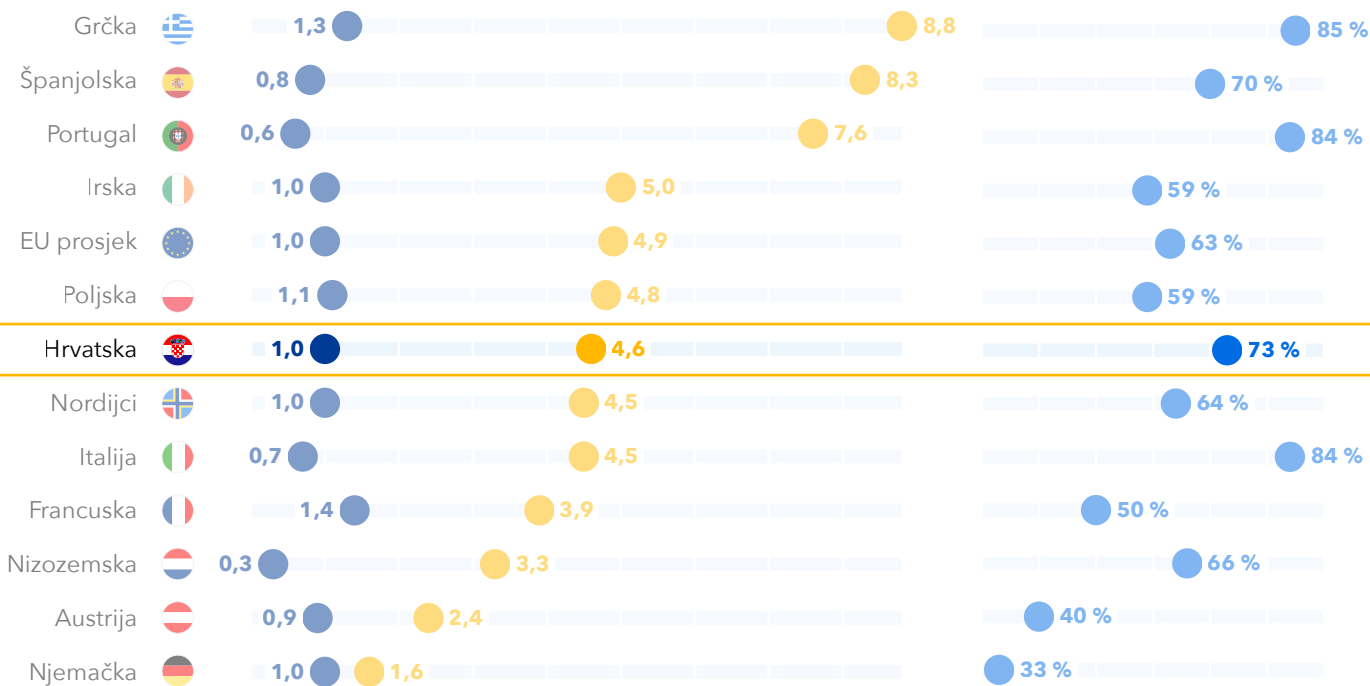
Radna snaga i zapošljavanje

Najveći interes za zapošljavanje bilježe smještajni objekti u Grčkoj

Manji smještajni objekti (do 9 zaposlenika) u Europi imaju relativno slične planove zapošljavanja. Kod većih objekata uočava se veća raznolikost, što dijelom odražava očekivanja za budućnost, a dijelom i posebnosti lokalnog tržišta rada.

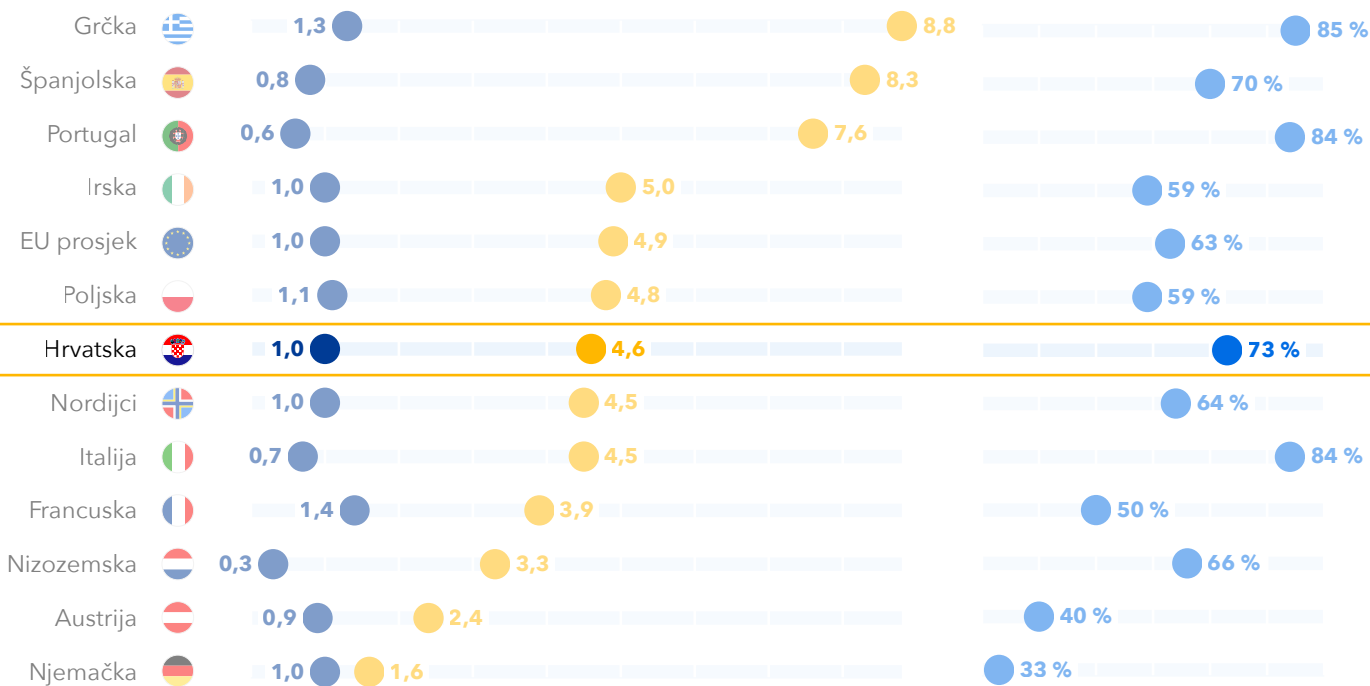
Planirani broj novih zaposlenika u sljedećih 12 mjeseci*

● Mikro poduzeća (0-9 zaposlenika) ● Svi ostali objekti (10+ zaposlenika)



Buduća očekivanja

(Vrlo) pozitivna



U cijelom EU-u najmanja je potreba za zapošljavanjem na rukovodećim pozicijama, što ne iznenađuje. Najviše je radnika potrebno za održavanje smještajnih kapaciteta, ugostiteljske usluge i rad na recepciji, stoga se u tim kategorijama planira najviše zapošljavanja. Najteže je pronaći kadrove za menadžment, marketing, wellness i organizaciju događanja - na svaki objekt koji je lako popunio ta radna mjesta, njih deset prijavljuje poteškoće.

Potrebe za zapošljavanjem

Česte	Povremene	Rijetke
73 % Spremači/spremačice	18 % Održavanje	5 % Organizacija događanja
53 % Hrana i piće	14 % Spa i rekreacija	4 % Prodaja i marketing
37 % Recepcija	10 % Administrativna podrška	2 % Upravljanje
	8 % Sigurnost	

Teškoća pronalaska kvalificiranih kandidata**

Velika nestašica	Srednja nestašica	Percepcija široke dostupnosti
9,6 Upravljanje	2,1 Administrativna podrška	0,6 Spremači/spremačice
4,5 Prodaja i marketing	1,8 Recepcija	0,3 Sigurnost
4,1 Spa i rekreacija	1,7 Održavanje	
3,6 Organizacija događanja	1,4 Hrana i piće	

*Podaci se djelomično temelje na malim uzorcima. **Brojke predstavljaju omjere dobivene dijeljenjem udjela ispitanika koji su odgovorili „(vrlo) teško“ s udjelom onih koji su odgovorili „(vrlo) lako“



Otok Hvar

Visoka očekivanja kad je riječ o plaći, ograničene mogućnosti napredovanja i nesigurnost radnog mjesta tri su glavna izazova s kojima se smještajni objekti u Hrvatskoj suočavaju pri zapošljavanju kvalificiranih radnika. To mišljenje prevladava i u ostatku EU-a.

Ključne prepreke u pronalaženju i zapošljavanju osoblja	Prosjek EU-a	Nordijske zemlje	Irska	Nizozemska	Njemačka	Austrija	Poljska	Francuska	Hrvatska	Italija	Španjolska	Portugal	Grčka
Visoka očekivanja u vezi plaće	56 %	63 %	46 %	59 %	53 %	49 %	60 %	39 %	56 %	70 %	56 %	58 %	61 %
Neprikladno radno vrijeme ili ravnoteža poslovnog i privatnog života	52 %	52 %	49 %	49 %	39 %	33 %	58 %	43 %	48 %	66 %	58 %	58 %	69 %
Nedostatak potrebnih vještina ili iskustva	47 %	41 %	43 %	43 %	40 %	41 %	45 %	41 %	48 %	59 %	48 %	51 %	49 %
Loša percepcija ugostiteljske industrije	45 %	44 %	51 %	46 %	27 %	34 %	44 %	37 %	50 %	53 %	51 %	54 %	51 %
Duga putovanja na posao	45 %	48 %	39 %	49 %	38 %	35 %	43 %	50 %	49 %	50 %	53 %	56 %	40 %
Sezonalnost ili zabrinutost zbog stabilnosti posla	45 %	52 %	40 %	45 %	18 %	31 %	44 %	43 %	56 %	53 %	54 %	53 %	58 %
Ograničene mogućnosti za napredovanje u karijeri	42 %	38 %	48 %	43 %	11 %	24 %	43 %	48 %	56 %	43 %	56 %	50 %	53 %
Jezične barijere	37 %	36 %	24 %	39 %	41 %	54 %	39 %	26 %	35 %	38 %	35 %	39 %	41 %

Osposobljavanje i usavršavanje

Smještajni objekti većinu osposobljavanja provode sami, ali i svoju ulogu imaju i vanjski pružatelji

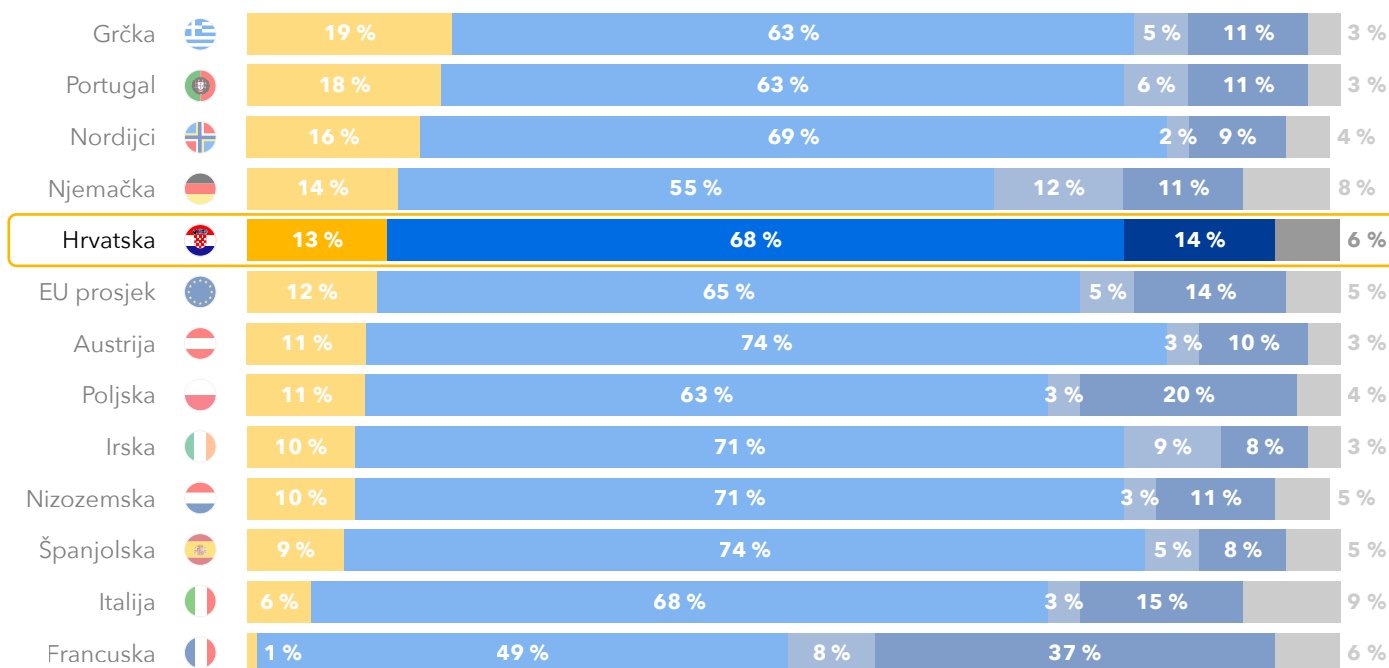
Smještajni objekti u Hrvatskoj prvenstveno se oslanjaju na praktičnu obuku uživo, što je općenito u skladu s europskim trendovima. Međutim, na europskoj razini hotelski lanci gotovo dvostruko češće pribjegavaju edukacijama na internetu nego neovisni objekti.



Više od dvije trećine hrvatskih objekata planira zadržati sadašnju razinu ulaganja u osposobljavanje, dok 13 % planira dodatna ulaganja u razvoj zaposlenika.

Planovi ulaganja u razvoj zaposlenika u sljedećih 6 mjeseci (u usporedbi s posljednjih 6 mjeseci)

■ Uložiti više ■ Uložiti otprilike isto ■ Uložiti manje ■ Ne ulažemo u usavršavanje i nemamo planove to učiniti ■ Ne znam



Uvođenje tehnologije

UI ima svoje zagovornike u svim područjima

Hrvatski hotelijeri uočavaju brojne izazove pri uvođenju digitalnih tehnologija, od visokih troškova do otpora prema promjenama. Svaki od navedenih izazova prepoznalo je najmanje 46 % ispitanika.

Izazovi u uvođenju digitalnih tehnologija ● Prosjek EU-a

Visoki troškovi uvođenja



Složenost integracije s postojećim sustavima



Nedostatak tehničke stručnosti unutar tima



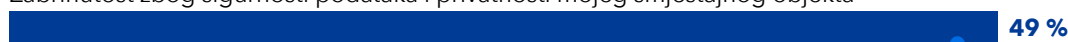
Nejasan povrat ulaganja (ROI)



Nedostatak svijesti o dostupnim rješenjima



Zabrinutost zbog sigurnosti podataka i privatnosti mojeg smještajnog objekta



Otpor osoblja prema promjenama



Međutim, mnogi hotelijeri prepoznaju i prednosti koje umjetna inteligencija može donijeti njihovom poslovanju. Kao najperspektivnija područja ističu se marketing, korisnička podrška i kibernetička sigurnost. Hrvatski hotelijeri UI općenito smatraju korisnim.

Područja u kojima umjetna inteligencija može pomoći

■ (Uopće) nije korisno ■ (Vrlo) korisno ● Prosjek EU-a



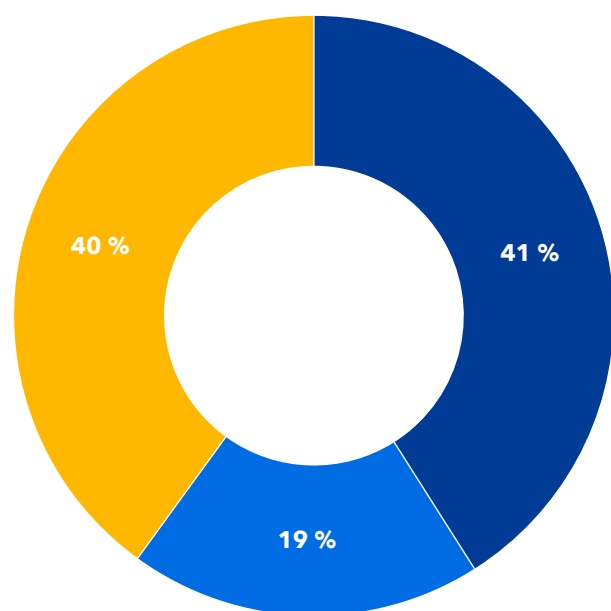


Zlatni Rat

Strani radnici

Najveći izazov je administrativno opterećenje

Oprilike dvije petine (41 %) hrvatskih hotelijera već ima iskustva sa zapošljavanjem stranih radnika, dok gotovo isti broj njih (40 %) ne planira zapošljivati strane radnike. Među glavnim izazovima u zapošljavanju stranih radnika ističu veće administrativno opterećenje i jezične barijere.



Iskustvo sa zapošljavanjem stranih radnika: imamo...

- U prošlosti smo angažirali strane radnike
- Nismo angažirali strane radnike, ali namjeravamo to učiniti
- Ne angažiramo strane radnike i ne namjeravamo to činiti

Iskustvo u zapošljavanju stranih radnika: imamo...

Veći administrativni teret u usporedbi sa zapošljavanjem domaćih radnika



Jezične barijere



Ograničenja povezana s vizama/radnim dozvolama



Nedostatno relevantno radno iskustvo ili obuka



Integracija u radnu kulturu i poslovanje



Metodologija

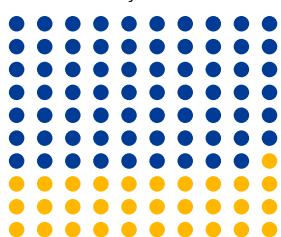
Istraživanje je provelo društvo Statista od 24. veljače do 22. travnja 2025. putem telefonskih razgovora. U istraživanju je sudjelovalo 1160 izvršnih direktora i menadžera iz europskog sektora smještaja. Iz svake zemlje i regije intervjuirano je 80 ispitanika, uključujući Austriju, Hrvatsku, Francusku, Njemačku, Grčku, Irsku, Italiju, Nizozemsku, nordijske zemlje (Švedska, Danska, Norveška i Finska), Poljsku, Portugal i Španjolsku, uz dodatnih 200 ispitanika iz ostatka Europe (Rumunjska, Belgija, Češka, Mađarska, Bugarska, Slovenija, Slovačka).



Vrsta poslovanja

69 %

Poslovni subjekti - neovisni



31 %

Poslovni subjekti - grupacije

Kategorizacija u zvjezdicama

1 zvjezdica

1 %

2 zvjezdice

3 %

3 zvjezdice

38 %

4 zvjezdice

38 %

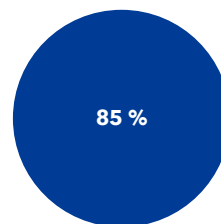
5 zvjezdica

4 %

Bez kategorizacije

18 %

Vrsta smještaja



85 %

Hoteli i sličan smještaj



14 %

Odmarališni i drugi smještaj za kratki boravak

1 %

Kampovi, prostori za kamp-prikolice i prikolice

Pozicija

Voditelj hotela, Voditeljica hotela / Direktor, Direktorica / Izvršna direktorica / Vlasnik, Vlasnica

Zamjenik voditelja hotela, zamjenica voditelja hotela

Voditelj tima /odjela



56 %

26 %

18 %

Lokacija smještaja (mogući su višestruki odgovori)

Grad/urbano područje s populacijom od 500.000 ili više stanovnika

11 %

Grad/urbano područje s populacijom od 250.000 do 500.000 stanovnika

5 %

Grad/urbano područje s populacijom do 250.000 stanovnika

51 %

Ruralno područje

33 %

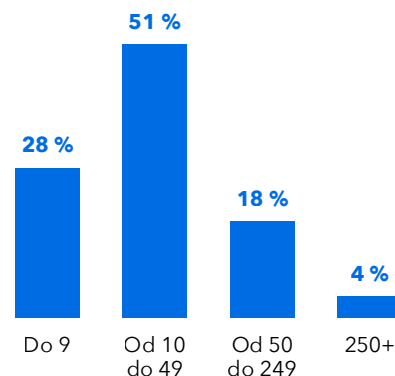
Plaža/obala

83 %

Planine/Alpe

8 %

Broj zaposlenih



28 %

51 %

18 %

4 %

Do 9

Od 10 do 49

Od 50 do 249

250+