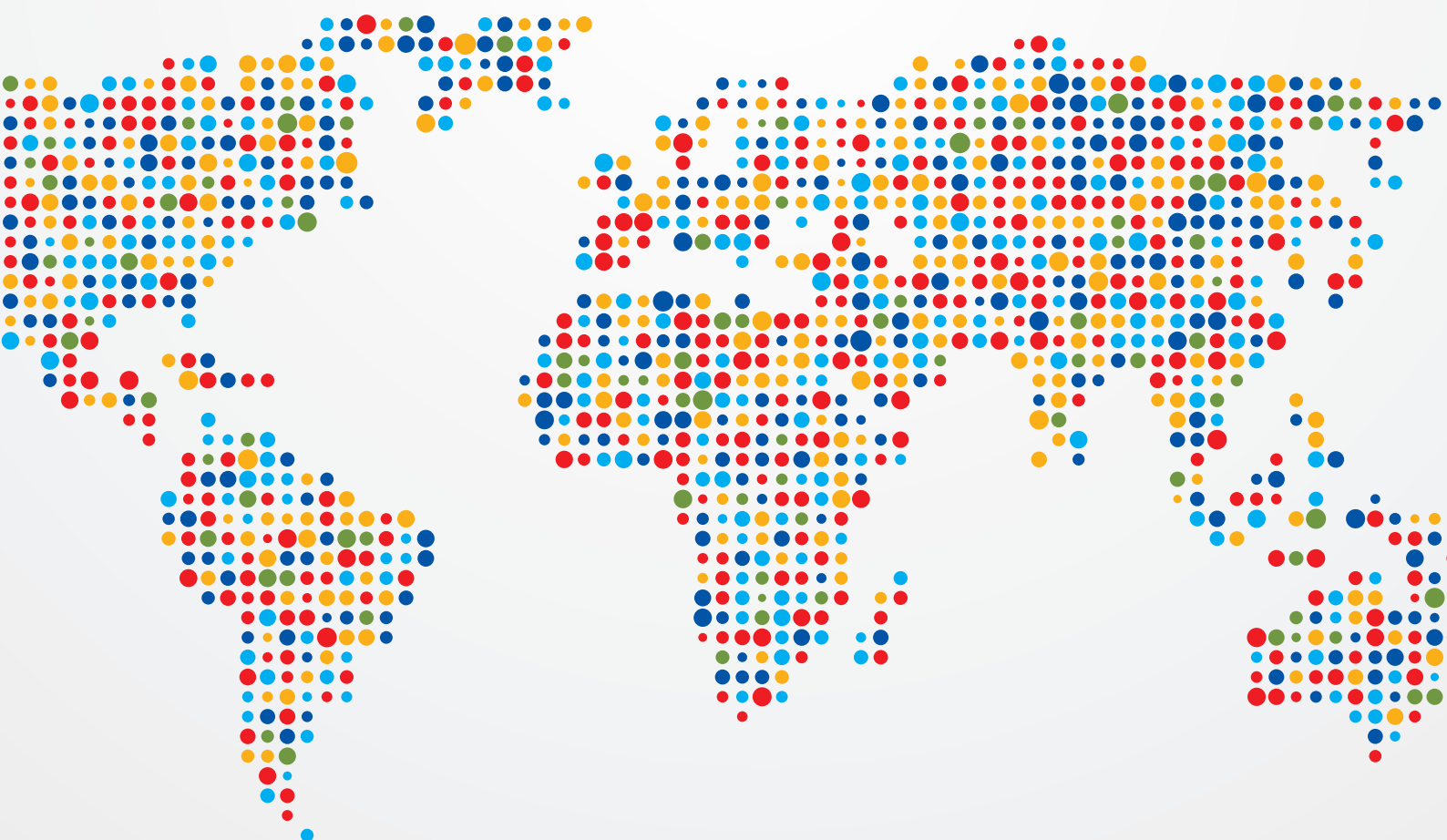




# MAĐARSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2018.



# OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

## Političko uređenje

Mađarska (od 1. siječnja 2012. službeni naziv države je Mađarska, dok je ranije glasilo Republika Mađarska) republika je s jednodomnim parlamentom, a od 2010. godine na vlasti je stranka FIDESZ (stranka desnog centra), u trećem mandatu - ponovo su pobijedili na izborima 8. 4. 2018., osvojivši 49,27 % mandata u parlamentu, što znači da ponovno imaju dvotrećinsku većinu (133 od 199 mjesta). 2012. godine promijenjen je izborni zakon te je smanjen broj parlamentarnih zastupnika s 386 na 199, pri čemu se 93 bira razmjernim sustavom preko stranačke liste na nacionalnoj razini, a ostalih 106 većinskim sustavom u izbornim jedinicama koje biraju po jednog zastupnika.

Predsjednik Republike od 2. svibnja 2012. godine je dr. János Áder, a predsjednik Vlade dr. Viktor Orbán (od 29. svibnja 2010. godine).

Predsjednika Mađarske bira parlament svakih 5 godina. Iako predsjednik nema velike ovlasti, on imenuje predsjednika Vlade. Predsjednik Vlade bira ministre po vlastitom nahođenju. Svaki kandidat za ministra mora proći otvoreno ispitivanje pred jednim ili više parlamentarnih odbora, a također ga treba formalno prihvatiti i predsjednik Mađarske.

Mađarski parlament (Országgyűlés) je jednodomni i ima 199 zastupnika (prema novom izbornom zakonu od 1. siječnja 2012.) Parlament je najviše državno tijelo, koje pred-



laže i odobrava zakone koje predlaže premijer. Kako bi ušla u parlament, svaka stranka mora osvojiti najmanje 5% glasova građana. Izbori za parlament održavaju se svake 4 godine (zadnji su bili u travnju 2014. godine).

Vladajuća mađarska stranka je FIDESZ (od ukupno 199 zastupničkih mjesta imaju 133 mjesta). Ustavni sud od 15 članova ima pravo spriječiti zakone koje ocijeni neustavnima. Od 1. svibnja 2004. Mađarska je punopravna članica EU.

## Površina

93.030 km<sup>2</sup>, graniči s Austrijom, Slovačkom, Ukrajinom, Rumunjskom, Srbijom, Hrvatskom i Slovenijom.

## Najveći gradovi

Glavni grad: Budimpešta (23 okruga, 1.757.618 stanovnika što čini 17.8% ukupnog stanovništva Mađarske - na dan 1. siječnja 2016.).

## Ostali veći gradovi Mađarske

Naselje	Rang	Županija	Broj stanovnika 2016.	Površina u km <sup>2</sup>
Debrecen	županijsko središte	Hajdú-Bihar	203.059	461,66
Szeged	županijsko središte	Csongrád	162.621	281,00
Miskolc	županijsko središte	Borsod-Abaúj-Zemplén	158.101	236,66
Pécs	županijsko središte	Baranya	145.347	162,77
Győr	županijsko središte	Győr-Moson-Sopron	129.568	174,62
Nyíregyháza	županijsko središte	Szabolcs-Szatmár-Bereg	118.058	274,54
Kecskemét	županijsko središte	Bács-Kiskun	111.724	322,57
Székesfehérvár	županijsko središte	Fejér	98.207	170,89
Szombathely	županijsko središte	Vas	77.973	97,50

---

## Stanovništvo

Prema podacima KSH (Državni zavod za statistiku) na dan 1.1.2018. godina Mađarska je imala 9.778.000 stanovnika. Službeni popis stanovništva rađen je 2011. godine prema kojem je broj stanovnika iznosio 9.982.000 stoga se podaci u ovom dokumentu mogu mjestimično razlikovati. Prema službenom popisu stanovništva iz 2011. godine žena (5.267.000) je više nego muškaraca (4.715.000).

Dobna struktura (CIA Statistic, procjena srpanj 2017.)

- 0 – 14 godina – 14,71 % (746.043 muškaraca / 702.792 žena)
- 15 – 24 godine – 10,96 % (557.655 muškaraca / 522.324 žena)
- 25 – 54 godine – 41,88 % (2.075.101 muškaraca / 2.050.478 žena)
- 55 – 64 godine – 13,40 % (608.734 muškaraca / 711.602 žena)
- 65 i više godina – 19,05 % (708.214 muškaraca / 1.167.902 žena)

Prosječna životna dob stanovništva je 75,77 godina (72,40 godina za muškarce, a 78,99 za žene).

# OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

## Aktualno stanje gospodarstva

Mađarsko gospodarstvo je srednje veličine i otvoreno (politički i institucionalno). Mađarska je članica OECD-a od 1995. godine, WTO-a od 1996. godine i EU od 2004. godine. Najvažnije sastavnice BDP-a su: poljoprivreda 4%, industrija 28% i uslužne djelatnosti 68%. Mađarsko gospodarstvo karakterizira niska inflacija, rekordna zaposlenost (točnije nedostatak radne snage), pozitivna vanjsko-trgovinska bilanca, kao i kontinuitet (pozitivni porast) svih gospodarskih makro-pokazatelja u narednom periodu. Najvažniji infrastrukturni projekti su rekonstrukcija pruge Budimpešta – Beograd (kineski kredit) i proširenje nuklearne elektrane Paks II (ruski kredit).

Više od polovice zemljišta je obradivo, a proizvodnja hrane u Mađarskoj dostatna je za njene potrebe. Poljoprivreda se temelji na proizvodnji žitarica, suncokreta, krumpira, šećerne repe, uzgoju svinja, stoke, peradi, ovaca, vina. Zahvaljujući razvijenoj poljoprivredi Mađarska prehrambena industrija zapošljava preko 120.000 ljudi i sudjeluje u ukupnom mađarskom izvozu sa 6%. Više od 85% ove industrije čine mala poduzeća (s manje od 10 zaposlenih), a udio stranog kapitala iznosi skoro 47% (meso, ulje, sokovi, konditorski proizvodi, ...). Najveći investitori su Boudelle, Bunge, Givaudan, Globus, Mars, Nestle, POPZ, Unilever i ostali.

Industrija se u velikom dijelu (osim prehrambene) temelji na proizvodnji motornih vozila, elektronicima, farmaciji, rudarstvu i energetici, metalurgiji, tekstilnoj industriji i građevinarstvu. Jedna trećina mađarske industrije nalazi se u i oko Budimpešte, a ostali centri su u Debrecenu, Gyoru, Miskolcu, Pečuhu i Segedinu. Autoindustrija je najvažnija izvozna grana i u ukupnom izvozu sudjeluje s 21%. U ovu industrijsku granu uključeno je više od 600 tvrtki, a temelj ove industrije čine automobili Audi, Mercedes-Benz, Opel, Suzuki i BMW. Mađarska je jedan od najvećih proizvođača elektronike u Srednjoj i Istočnoj Europi i elektronička industrija čini 22% mađarske proizvodnje. ITC sektor čini 10% ukupnog mađarskog BDP-a koji zapošljava preko 100.000 osoba. Pokriva telekomunikacije, IT *outsourcing*, IT usluge, proizvodnja softwarea (kompanije se nalaze u Budimpešti, ali neke od njih imaju i regionalne centre) i *hardwarea* (u središnjoj Mađarskoj). Zahvaljujući prisustvu tvrtki poput Ericcsona, Oraclea, Gamelofta i

drugih, Mađarska je danas vodeći regionalni ICT hub centar. Farmaceutska industrija ima bogatu tradiciju u Mađarskoj, danas zapošljava više od 15.000 ljudi i jedna je od najrazvijenijih u Srednjoj i Istočnoj Europi, s tendencijom širenja. Većina tvrtki je locirana oko takozvanih *life-science* klastera u Budimpešti, Debrecenu, Segedinu i Pečuhu.

Zahvaljujući geostrateškom položaju Mađarske i stalnom ulaganju u prijevozni sektor, logističke i druge usluge u Mađarskoj značajno raste obim uslužnih djelatnosti.

Turizam u mađarskom GDP-u sudjeluje s oko 10% (vlada planira do 2030. sudjelovanje sa 16%) i zapošljava (posredno) oko 400.000 ljudi. Mađarsku godišnje posjeti oko 12.000.000 turista od čega otprilike 66% posjeti Budimpeštu. Mađarska svoju turističku politiku temelji na jačanju imidža Mađarske (kulturnih, povijesnih i prirodnih znamenitosti) i posebnoj potpori domaćem turizmu, kao i ulaganjima u razvoj, osim Budimpešte i ostalih destinacija diljem Mađarske.

Ukupni BDP i BDP po stanovniku u porastu su zadnjih 10 godina (izuzev u vrijeme gospodarske krize 2008.) te se isto očekuje i u iduće dvije godine. Prognoza Europske komisije za 2018. predviđa rast ukupnog BDP-a od 4% te nešto manji rast za 2019. godinu.

U kolovozu 2018. prosječna bruto plaća iznosila je 321.200 HUF, što je za 10,1% više nego u istom razdoblju prošle godine. U razdoblju od siječnja do kolovoza 2018. prosječna bruto plaća iznosila je 324.300 HUF, (neto 215.700 HUF), što je za 11,8% više nego u istom razdoblju prethodne godine.

## Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Trgovina je izuzetno važna za gospodarstvo Mađarske, stoga domicilno gospodarstvo može biti pod utjecajem negativnih globalnih gospodarskih kretanja. Preko 80% mađarskih dobara izvezeno je u ostale europske zemlje, no s obzirom na turbulentnu poziciju Mađarske u Europskoj uniji u ovom trenutku moguće je očekivati više scenarija. Značajan udio u ukupnom broju dolazaka i noćenja stranih turista, a naročito potrošnje, imaju turisti iz Velike Britanije te ostaje za vidjeti kako će Brexit utjecati na domicilni turizam.

## Makroekonomski pokazatelji

	2016.	2017.	2018.*	2019.*	2020.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	113,2	122,9	129,1	138,3	143,7
BDP po stanovniku (eura)	11.604	12.646	13.322	14.317	14.934
Rast BDP-a (%)	2,1	4,2	4,0	2,8	1,8
Izvoz robe (mlrd. eura)	79,8	87,3	91,7	97,2	98,9
Uvoz robe (mlrd. eura)	-75,2	-85,1	-89,9	-95,7	-96,9
Inflacija (%)	0,4	2,3	2,5	2,9	2,4
Nezaposlenost (%)	5,1	4,2	3,7	3,5	3,5

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (\*) procjena

# MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

## Tisak

Dnevne novine dostupne u cijeloj Mađarskoj

- Blikk (<http://www.blikk.hu/>)
- Bors (<http://www.borsonline.hu/>)
- Lokál (<https://www.lokal.hu/>)
- Magyar Hírlap (<http://magyarhirlap.hu/>)
- Magyar Idők (<https://magyaridok.hu/>)
- Nemzeti Sport (<http://www.nemzetisport.hu/>)
- Népszava (<https://nepszava.hu/>)
- Ripost (<https://ripost.hu/>)
- Színes Ász (<http://napiaszonline.hu/bulvar/>)
- Világgazdaság (<https://www.vg.hu/>)

Tjednici

- Best (<http://magazin.best.hu/pager.php>)
- Blikk Nők (<http://www.blikk.hu/blikknok-33671>)
- Budapesti Zeitung (<https://www.budapester.hu>)
- Élet és Irodalom (<https://www.es.hu/>)
- Fanny (<http://www.blikk.hu/fanny>)
- Figyelő ([www.figyelo.hu](http://www.figyelo.hu))
- Hetek (<http://www.hetek.hu/>)
- hot! (<http://www.blikk.hu/hotmagazin-31620>)
- HVG (<https://hvg.hu/>)
- Képes Sport (<http://www.nemzetisport.hu/kepessport>)
- Kiskegyed (<http://kiskegyed.blikk.hu/>)
- Magyar Demokrata (<http://www.demokrata.hu/>)
- Magyar Narancs (<https://magyarnarancs.hu/>)
- Meglepetés (<https://meglepetes.hu/>)
- Nők Lapja (<https://noklapja.nlcafe.hu/>)
- Story (<https://www.nlcafe.hu/cimke/story-magazin/>)
- Szabad Föld (<https://www.szabadfold.hu/>)
- Színes RTV ([https://www.mc.hu/magazin/szines\\_rtv\\_elofizetes](https://www.mc.hu/magazin/szines_rtv_elofizetes))
- TVR-hét (<http://tvrhet.blikk.hu/>)
- Vasárnap reggel (<http://mediaworks.hu/hu/product/vasarnap-reggel>)
- Vasárnapi Blikk (<http://www.blikk.hu/vasarnapiblikk>)
- Vasárnapi Bors
- Vasárnapi Hírek (<https://www.vasarnapihirek.hu/>)

Mjesečnici

- A földgömb (<https://afoldgomb.hu/>)
- A mi otthonunk (<http://www.amiotthonunk.hu/>)
- Az Utazó magazin (<http://azutazo.hu/>)

- Chef&Pincér (<http://www.chefpincer.hu/impreszum>)
- Cosmopolitan (<https://cosmopolitan.hu/>)
- Diéta és fitness (<https://dietaesfitnessz.hu/>)
- Elle (<http://elle.hu/>)
- Éva Magazin (<http://www.evamagazin.hu/>)
- Fanny Konyha ([http://www.dimag.hu/magazin/fanny\\_konyha](http://www.dimag.hu/magazin/fanny_konyha))
- Forbes (<https://forbes.hu/>)
- Fresh magazin (<https://mol.hu/hu/molrol/mediaszoba/fresh-magazin/>)
- Glamour (<https://www.glamour.hu/>)
- Haszon Magazin (<https://haszon.hu/>)
- Humen Magazin (<https://humenonline.hu/humen-magazin/>)
- InStyle (<http://www.instyle.hu/>)
- Joy (<https://www.joy.hu/>)
- Képmás (<https://kepmas.hu/>)
- Kreatív (<http://kreativ.hu/>)
- Lakáskultúra (<http://www.lakaskultura.hu>)
- Manager Magazin (<http://mediaworks.hu/hu/product/manager-magazin>)
- Marie Claire (<https://marieclaire.hu/>)
- Mix Magazin (<http://www.mixonline.hu/>)
- National Geographic (<http://www.ng.hu/Magazin>)
- Nők Lapja Egészség ([https://www.mc.hu/magazin/nok\\_lapja\\_egeszseg\\_elofizetes](https://www.mc.hu/magazin/nok_lapja_egeszseg_elofizetes))
- Nők Lapja Konyha (<https://noklapja.nlcafe.hu/konyha/>)
- Otthon Magazin (<http://otthon.com/>)
- Praktika magazin (<http://www.praktika.hu/>)
- Pannón Presztizs (<https://www.presztizs.com/>)
- Ridikül Magazin (<http://ridikulmagazin.hu/>)
- Taxi Magazin (<http://taximagazin.hu/>)
- The Budapest Times (<http://www.budapesttimes.hu/>)
- Trade Magazin (<http://trademagazin.hu/hu/>)
- Turizmus.com
- Turizmus és Vendég (<http://turizmusonline.hu/>)
- Világjáró Magazin (<http://vjm.hu/>)
- VinCE Magazin (<https://www.vincemagazin.hu/>)
- Vital Magazin (<https://vitalmagazin.hu/>)

Turistički – stručni magazini

- Turizmus Kft. [turizmus.com](http://turizmus.com) (<https://turizmus.com/>)
- Turizmus.com Magazin/PRINT ([www.turizmuskft.com](http://www.turizmuskft.com))

- hu)
- Business Traveller Hungary (<https://turizmus.com/>)
- Vendéglátás magazin (<https://vendeglatasmagazin.hu/>)
- PPHMedia turizmusonline.hu (<http://turizmusonline.hu/index.php>)
- Vendég&Hotel ([http://turizmusonline.hu/rovat/vendeg\\_es\\_hotel/index.php](http://turizmusonline.hu/rovat/vendeg_es_hotel/index.php))
- V.U.M. Kiadó és Szolgáltató Kft. Világjáró magazin (<http://vjm.hu/>)
- First Class (<http://vjm.hu/firstclassmagazin/>)
- Vasárnapi Plusz Kft. Az Utazó / The Traveller (<http://azutazo.hu/>)
- Kornétás Kiadó Kft. HTM (<http://www.toptura.hu/hun/index.php>)

#### Celeb magazin

- Story Central Média csoport
- Best Central Média csoport
- Hot! Mediaworks

#### Ženske revije

- Nők Lapja Central Média csoport
- Kiskegyed Ringier Axel Springer Magyarország
- Meglepetés Central Média csoport
- Nők Lapja Évszakok Central Média csoport
- Cosmopolitan Central Média csoport

#### Dom, lifestyle

- Szépházak Szép Házak Kft.
- Lakáskultúra Mediaworks
- Otthon IQ Press

#### Health

- Patika Magazin Galenus Gyógyszerészeti Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Nők Lapja Egészség Central Média csoport
- Diéta&Fitnessz Mezőgazda Lap- és Könyvkiadó

#### TV Program

- Színes RTV Central Média csoport
- TVR Hét Ringier Axel Springer Magyarország
- Színes Kéthetes Tévéműsor Ringier Axel Springer Magyarország

#### Gastronomija

- Kiskegyed konyhája Ringier Axel Springer Magyarország

- Nők lapja konyha Central Média csoport
- Fanny konyha Mediaworks

#### Enigma, križaljke

- Füles IQ Press
- Ügyes Ringier Axel Springer Magyarország

#### Auto-motor

- AutóMotor Mediaworks
- Autó Magazin Central Média csoport

#### Znanstveni

- National Geographic Central Média csoport
- Geo Magazin Ringier Axel Springer Magyarország

#### Regionalne novine

- 24 óra Komárom-Esztergom
- Békés Megyei Hírlap Békés
- Dunántúli Napló Baranya
- Dunaújvárosi Hírlap (PLT) Fejér
- Fejér Megyei Hírlap (PLT) Fejér
- Heves Megyei Hírlap Heves
- Napló (PLT) Veszprém
- Petőfi Népe Bács-Kiskun
- Somogyi Hírlap Somogy
- Tolnai Népújság Tolna
- Új Néplap Jász-Nagykun-Szolnok
- Vas Népe (PLT) Vas
- Zalai Hírlap (PLT) Zala
- Észak-Magyarország Borsod-Abaúj-Zemplén
- Kelet-Magyarország Szabolcs-Szatmár
- Hajdú-Bihari Napló Hajdú-Bihar
- Délmagyarország Csongrád
- Kisalföld Győr-Moson-Sopron
- Nógrád Megyei Hírlap Nógrád

#### Televizija

##### Javne televizije (skupno ime: MTVA)

- Duna Televízió – nacionalni glavni kanal <http://www.mediaklikk.hu/duna/>
- M1 – news kanal <http://www.mediaklikk.hu/m1/>,
- M2 - <http://www.mediaklikk.hu/m2/>
- M3 - <http://www.mediaklikk.hu/m3/>
- M4 – sport kanal <http://www.mediaklikk.hu/m4/>
- M5 – kultura <http://www.mediaklikk.hu/m5-elo/>
- Duna World - <http://www.mediaklikk.hu/dunaworld/>

---

Kablovske komercijalne TV postaje/dostupne u cijeloj Mađarskoj

- TV2 [www.tv2.hu](http://www.tv2.hu)
- RTL KLUB [www.rtlklub.hu](http://www.rtlklub.hu)

Ostali važniji TV kanali:

- ATV <http://www.atv.hu/>
- Hír TV <https://hirtv.hu/>
- Echo TV <https://www.echotv.hu/>
- Euronews <https://hu.euronews.com/>

Gastro, zabava, lifestyle TV:

- Paprika <http://www.tvpaprika.hu/>
- LiChi TV <https://tv2.hu/lichitv/>
- FEM3 <https://tv2.hu/fem3/>
- Viasat 3 <https://www.viasat3.hu/>
- RTL II <http://rtl.hu/rtl2>
- SuperTV2 <https://supertv2.hu/>
- Fine Living

Ostale televizijske postaje na mađarskom jeziku/  
zemaljsko emitiranje: <http://www.sat-tv-radio.hu/>



# PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

## Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2017. otputovali na odmor

Prema podacima KSH podaci o inozemnim putovanjima Mađara su sljedeći:

- broj jednodnevnih putovanja 12.758.000
- broj višednevnih putovanja 7.539.000 (broj noćenja 44.415.000)- prosječan broj noćenja 5,9
- ukupan broj 20.297.000 (broj noćenja 57.173.000) – prosječan broj noćenja 2,8

Tijekom 2017. Mađari su u inozemstvo putovali 20,3 milijuna puta – 12,8 milijun jednodnevnih putovanja i 7,5 milijuna višednevnih. Porast jednodnevnih putovanja iznosi 8,1% (zahvaljujući putovanjima radi posla). U slučaju višednevnih putovanja – zahvaljujući znatnom porastu *leisure* putovanja – porast je bio od 6,3%.

Mađari su ostvarili 57 milijuna noćenja u inozemstvu, što je 4,7% više u odnosu na 2016. godinu. U slučaju jednodnevnih putovanja riječ je o porastu od 8,1 posto, dok u slučaju višednevnih putovanja porast iznosi 3,8%. Prosječna dužina boravka nije se značajnije mijenjala. Mađari su potrošili 816 milijardi forinti za proizvode i usluge tijekom svojih putovanja, a od čega je na turističke izdatke potrošeno 620 milijardi forinti. Jednodnevni „turisti“, koji čine

razmjerno dvije trećine svih turista, zaslužni su za 19% (159 milijarda forinti) sveukupne potrošnje. Višednevni turisti potrošili su 657 milijarda forinti.

U 2017. godini Mađari su u vlastitoj zemlji ostvarili 14,3 milijuna dolazaka i 57,9 milijuna noćenja. Otprilike isti broj noćenja ostvaren je i na inozemnim putovanjima. Prosječan broj noćenja u domaćem turizmu iznosi 3,9 dok u inozemnom turizmu iznosi 2,8. Najviše dolazaka i noćenja ostvareno je na Balatonu te u Budimpešti, a za domaći turizam koristi se SZÉP kartica koju izdaju banke. Tijekom protekle godine su vlasnici OTP SZÉP kartice potrošili 80 milijardi forinti na prikupljanje „doživljaja“. U odnosu na 2016. radi se o rastu od više od 8%. 2017. godina – „uploadiranje“ na kartice poraslo je za 9%. Najpopularnije razdoblje za korištenje je i tijekom 2017. bilo ljetno razdoblje, u tri ljetna mjeseca su „card holderi“ potrošili više od 27 milijardi forinti na odmor – to je jedna trećina od cjelogodišnje potrošnje. Drugo najpopularnije razdoblje je proljeće kada je potrošena 21 milijarda forinti sa SZÉP kartica. Također je popularno razdoblje „između dva praznika“ – dok je 2016. g. između 22.12. i 1.1. potrošnja iznosila 2,1 milijardu forinti, u istom razdoblju 2017. godine je potrošeno 2,2 milijarde forinti.

## Broj putovanja u inozemstvo, prosječno trajanje boravka i potrošnja

Zemlja, grupacija zemalja	Jednodnevno	od toga: turistička motivacija	Višednevno	od toga: turistička motivacija	Sveukupno	od toga: turistička motivacija
Austrija	5.266	1.695	1.285	897	6.551	2.592
Belgija	–	–	98	89	98	2.337
Bugarska	–	–	24	24	24	1.183
Češka	4	2	583	572	587	1.007
SAD	–	–	88	82	88	575
UK	–	–	109	101	109	484
Egipat	–	–	36	35	36	382
Francuska	–	–	171	160	171	373
Grčka	–	–	218	216	218	309
Nizozemska	–	–	150	133	150	256
Hrvatska	487	140	349	344	836	216
Poljska	–	–	101	94	101	185
Malta	–	–	31	31	31	160

Zemlja, grupacija zemalja	Jednodnevno	od toga: turistička motivacija	Višednevno	od toga: turistička motivacija	Sveukupno	od toga: turistička motivacija
Njemačka	–	–	1.162	1.007	1.162	133
Italija	–	–	386	382	386	101
Rumunjska	881	477	714	705	1.595	94
Španjolska	–	–	187	185	187	89
Švicarska	–	–	81	75	81	82
Švedska	–	–	25	24	25	76
Srbija	761	99	259	210	1.021	75
Slovačka	3.145	1.568	857	769	4.001	53
Slovenija	498	44	38	32	536	35
Turska	–	–	54	53	54	31
Ukrajina	1.716	141	258	231	1.974	24
ostale zemlje	–	–	276	256	276	24
Sveukupno	12.758	4.167	7.539	6.707	20.297	10.874
od toga:						
EU	10.280	3.927	6.563	5.836	16.843	9.763
susjedne zemlje	12.754	4.165	3.761	3.189	16.514	7.354

U najprestižnijem gospodarskom dnevnom listu „Villággazdaság“ objavljena je analiza putovanja mađarskih građana na ljetovanje tijekom 2017. godine:

- 57% građana u europske destinacije putovalo je vlastitim osobnim vozilom, a 27% avionima. Prosječna duljina putovanja u proljeće i jesen trajala je 4-5 dana, a ljeti 7-8 dana (ukupno 31% putovanja).

Putovalo je:

- 25,4% mađarskih turista u Hrvatsku
- 11,5% u Italiju,
- 7% u Austriju,
- 6% u Grčku,
- 4,4% u Rumunjsku
- 3,7% u Njemačku
- 3,5% u Španjolsku
- 38,4% ostale destinacije

Kada su u pitanju putovanja na skijanje (duljina putovanja prosječno 5 dana):

- tri četvrtine putovanja se realizira u Austriji
- 8% u Slovačkoj
- 4% u Italiji
- 4% u Francuskoj

Odnos organiziranog i individualnog prometa i dalje je na mađarskom tržištu u korist individualaca. Rezultati pojedinih turoperatora:

- Szallas.hu – online TO – u prvih 8 mjeseci imali su 35.581 putnika za Hrvatsku, što je za 18% više nego u istom periodu 2017. Ovi rezultati ujedno potvrđuju globalne promjene u organiziranom turizmu u korist online TO.

### Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija

U odnosu na zemlje konkurencije (Mediteran) najveća prednost Hrvatske je blizina i dobra povezanost, kao i tradicija provođenja ljetnog godišnjeg odmora na Jadranu. Nedostatak Hrvatske u odnosu na konkurentne zemlje, a naročito van ljetne sezone (kraći odmori) je slaba, točnije nikakva povezanost avio linijama što nije slučaj s ostalim zemljama. Kao nedostatak u odnosu na neke zemlje konkurencije organizatori putovanja često spominju i rast cijena u Hrvatskoj.

## Vrsta prijevoza

Mađari koji godišnje odmore provode u inozemstvu, u 52% slučajeva koriste automobil, 43% zrakoplove, 16% autobuse i 4% vlakove. Za putovanja po Europi 57% Mađara odlučuje se za putovanje autom, a 27% avionom prema istraživanju Netrisk-a. Mađari koji godišnji odmor provode u Hrvatskoj se u većini slučajeva odlučuju za putovanje automobilom.

## Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Za razliku od Mađara koji godišnje odmore provode u Hrvatskoj (privatni smještaj koristi preko 65% mađarskih turista, hotele 18% Mađara te kampove cca 13% Mađara), kod putovanja u inozemstvo, 66,5% koristi komercijalni smještaj. Od toga 36,3% boravi u hotelima od čega u hotelima s 3\* 17,9 %, u apartmanima 16,1 %, u pansionima 6,7 %, u privatnom smještaju 9,6 %, u kampovima 2,8 % i u omladinskim hotelima 1,8 %.

## Inozemna putovanja prema motivaciji

Motivacija									
Motivacija	Jednodnevna putovanja			Višednevna putovanja			Inozemna putovanja / SVEUKUPNO		
	broj, tisuća	omjer, %	Indeks 17/16	broj, tisuća	omjer, %	Indeks 17/16	broj, tisuća	omjer, %	Indeks 17/16
Odmorišni turizam	3.984	31,2	108,8	6.257	83,0	107,6	10.240	50,5	108,1
Poslovni turizam	183	1,4	90,3	450	6,0	91,8	634	3,1	91,4
<b>Turistička motivacija, sveukupno</b>	<b>4.167</b>	<b>32,7</b>	<b>107,8</b>	<b>6.707</b>	<b>89,0</b>	<b>106,4</b>	<b>10.874</b>	<b>53,6</b>	<b>107,0</b>
Kupovina	4.629	36,3	86,1	64	0,8	70,2	4.693	23,1	85,8
Posao	3.729	29,2	163,1	730	9,7	112,8	4.459	22,0	152,0
Studije, ostalo	233	1,8	84,0	39	0,5	76,3	271	1,3	82,8
<b>Sveukupno</b>	<b>12.758</b>	<b>100,0</b>	<b>108,1</b>	<b>7.539</b>	<b>100,0</b>	<b>106,3</b>	<b>20.297</b>	<b>100,0</b>	<b>107,4</b>

## Inozemna putovanja prema motivaciji

Struktura potrošnje tijekom inozemnih putovanja, 2017.								
Vrsta usluge, proizvodi	2016.	2017.	2016.	2017.	2016.	2017.	2016.	2017.
	jednodnevna putovanja		višednevna putovanja		inozemna putovanja / SVEUKUPNO		od toga: putovanja - turistička motivacija	
<b>Sveukupno, milijun forinti</b>	<b>140.865</b>	<b>15.902</b>	<b>410.796</b>	<b>447.709</b>	<b>551.661</b>	<b>606.711</b>	<b>396.735</b>	<b>423.657</b>
Struktura, %								
Usluga smještaja i ugostiteljske usluge	4,2	4,0	29,0	28,8	22,7	22,3	28,7	28,5
Prijevoz (rentacar, javni prijevoz u destinaciji)	0,1	0,1	1,4	0,8	1,1	0,6	1,4	0,8
Gorivo/tankiranje	9,2	10,0	12,5	12,4	11,6	11,8	10,9	10,9

### Struktura potrošnje tijekom inozemnih putovanja, 2017.

Vrsta usluge, proizvodi	2016.	2017.	2016.	2017.	2016.	2017.	2016.	2017.
	jednodnevna		višednevna		inozemna putovanja / SVEUKUPNO		od toga: putovanja - turistička motivacija	
	putovanja							
Hrana, piće	21,9	19,8	10,8	9,5	13,6	12,2	10,7	9,8
Vrijedna i trajna roba široke potrošnje	17,5	17,0	3,5	3,5	7,1	7,0	3,4	3,1
Ostala roba široke potrošnje	37,3	38,9	21,2	21,6	25,3	26,2	21,9	22,2
Medicinske usluge	1,5	1,7	0,3	0,4	0,6	0,8	0,8	1,1
Kultura, šport i ostale usluge	1,4	1,5	15,3	16,1	11,8	12,3	16,0	16,8
Ostale usluge	6,9	7,1	6,0	6,7	6,2	6,8	6,2	6,7
<b>Sveukupno</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Mađari su potrošili 816 milijardi forinti za proizvode i usluge tijekom svojih putovanja, a od čega je na turističke izdatke potrošeno 620 milijardi forinti. Jednodnevni „turisti“ – koji su razmjerno dvije trećine od svih turista, zaslužni su za 19% (159 milijardu forinti) sveukupne potrošnje. Višednevni turisti potrošili su 657 milijardi forinti.

Prema istraživanju Tomas Ljeto 2017. Mađari u Hrvatskoj ostvaruju dnevnu potrošnju u iznosu od 72€ po osobi.

### Pregled organizatora putovanja na tržištu

Udruga mađarskih putničkih agencija – MUISZ (<http://www.muisz.com/en/>; [info@muisz.com](mailto:info@muisz.com)) okuplja oko 159 putničkih agencija (od 1.053 koliko ih je u Mađarskoj registrirano).

Mađarski propisi obvezuju organizatore putovanja na polaganje kaucije, sukladno planiranom prometu u tekućoj godini i to u dvije kategorije - 12% za organizatore putovanja koji u ponudi nemaju chartere i 20% za one koji ih imaju. Podatak o položenoj kauciji govori o obujmu poslovanja pojedinog organizatora putovanja.

### Top lista TO/TA koji imaju 20%-tnu kauciju, po veličini iznosa kaucije (za 2017. godinu)

Naziv	Iznos kaucije (HUF)	Osiguranje
N-U-R NECKERMANN	3.000.000.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
IBUSZ UTAZÁSI IRODÁK	1.100.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
KARTAGO TOURS	1.000.000.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
Sun & Fun Holidays	600.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
UNITRAVEL	583.108.000	MKB Bank Nyrt.
ANUBIS Travel	400.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
TAURUS REISEN	363.640.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
GRAND TOURS 2000	362.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
BUDAVÁR TOURS	220.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
ROBINSON-TOURS	220.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Bono Utazási Központ	200.000.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
Personal Tours	113.600.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.

Naziv	Iznos kaucije (HUF)	Osiguranje
APOLLON-TRAVEL	110.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Premio Travel Holidays	100.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Mouzenidis Hungary	50.000.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
Blue Sky Travel	25.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
RED SEA BOATS HOLIDAYS	22.154.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Christian Tour	20.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Last Call Travel	20.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
VIP Hurghada Travel	20.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.

#### Top lista TO/TA koji imaju 12%-tnu kauciju, po veličini iznosa kaucije (za 2017. godinu)

Naziv	Iznos kaucije (HUF)	Osiguranje
Wizz Tours Kft.	960.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
FEHÉRVÁR TRAVEL	768.000.000	OTP Bank Nyrt.
OTP TRAVEL	288.000.000	OTP Bank Nyrt.
TENSI	280.200.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
HARIS TRAVEL CLUB	156.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Utazom.com	156.000.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
1000 Út Travel	144.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
VISTA UTAZÁSI IRODÁK	138.600.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
PROKO Travel	132.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Z(s)eppelin	132.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
TUI MAGYARORSZÁG	96.000.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
VAYA TRAVEL	96.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
AB AGRO	95.760.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
KEN-EDI	90.000.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
MAURI	90.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
TdM Travel Tours	85.200.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
PRoCom Consulting	80.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Iránytű Utazási Iroda	75.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Tumlare Corporation	72.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Tengerjáró utazási iroda	69.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Araamu Travel	64.800.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Baraka	63.600.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
STUDENT LINES	61.440.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
RUEFA REISEN	60.000.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
Vivaldi Travel	60.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
MARSHALLER	50.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Challenge Hungary	48.050.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
Eupolisz	48.000.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
CWT Utazási Iroda	47.785.000	QBE Ins. (Europe) Ltd. Mo. Fiókt.
Helmond	45.000.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
MORTON'S	43.200.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.

Naziv	Iznos kaucije (HUF)	Osiguranje
JETWING HUNGARY	40.100.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
CARTOUR	40.000.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
Planet Travel Adventures & Incentives	39.600.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
PK Travel	39.000.000	OTP Bank Nyrt.
LOVASI és TÁRSAI TOURIST	38.400.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
City Holiday	38.000.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
Weco-Travel	37.812.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
VERY IMPORTANT PERSON utazási iroda	36.930.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Beontours	36.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
BLAGUSS UTAZÁSI IRODA	36.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Csillagösvény-Utazás	36.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Ski Travel	36.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Jet Travel	34.710.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Adria-Holiday Utazási Iroda	33.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
TRAVELLINES	33.000.000	Aegon Mo. Általános Biztosító Zrt.
Travel House	32.400.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
Festival Travel International	31.200.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.
AGRATRAVEL UTAZÁSSZERVEZŐ	30.000.000	Colonnade Ins. S.A. Mo-i Fiókt.
MAHART Pass Nave	30.000.000	Európai Utazási Biztosító Zrt.

---

## OSVRT NA 2018.

### OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

---

Prema dostupnim podacima KSH, u 2018. godini doći će do porasta putovanja. Što se tiče Hrvatske već u rujnu je ostvaren isti broj dolazaka i noćenja kao u cijeloj 2017. godini. Zemlje konkurencije, kao i organizatori putovanja objavljuju pozitivne rezultate za sezonu 2018. Mađarski turizam bilježi zapažene rezultate – očekuju se dvoznamenkasti postotci porasta, do konca srpnja budimpeštanska zračna luka Liszt Ferenc registrirala je 8,4 milijuna putnika, što je za 14,7% više nego u istom periodu prošle godine, a srpanj je bio prvi mjesec kada je kroz zračnu luku prošlo više od 1,5 milijuna putnika. Do kraja 2018. godine očekuju dostići brojku od rekordnih 15 milijuna putnika. Hrvatska je i ove godine ostala najtraženija inozemna destinacija za mađarske građane kada su u pitanju putovanja na godišnje odmore, a turistički stručnjaci predviđaju kako će se veliki broj mađarskih turista odlučiti na putovanja i nakon glavne sezone i to ne samo na domaće destinacije nego i na inozemne, pa tako i u Hrvatsku.

#### Omiljene destinacije

U stručnom časopisu *Turizmus & Vendég* objavljena je analiza *outgoing* destinacija pod naslovom „Poslije sezone/Prije sezone“. Agencije potvrđuju dobru turističku godinu u *outgoing* putovanjima. Opći dojam je da je trend

*last minute* putovanja smanjen te da se sve više traže *early bird* akcije. Povećala se potražnja za Tursku, Tunis i Egipat, dok su Španjolska i Bugarska u laganom padu što objašnjavaju povećanjem cijena. Sve popularnija postaje i Albanija, Skandinavija i egzotična kružna putovanja. Od „zimskih“ destinacija atraktivne su Dubai, Šri Lanka, Malezija, Maldivi što je i rezultat uvođenja direktnih avio linija za pojedine daleke destinacije.

Do značajnijih promjena nije došlo, osim što se na tržište vraćaju zemlje sjeverne Afrike i Turska koje tijekom cijele godine provode kampanju i uvode nove charter letove (čak i u zimskom periodu). KSH (mađarski državni zavod za statistiku) objavio je podatke o mađarskom domaćem turizmu za prvu polovicu 2018. godine. Ukupno je u Mađarskoj ostvareno 12.957.000 noćenja što je u odnosu na isto razdoblje 2017. godine rast od 5,3%. Domaći gosti ostvarili su 48,5% noćenja, uz porast od 6,8%. Najviše noćenja ostvaruje Budimpešta (4.784.000), od čega domaći turisti ostvare svega 636.000 noćenja dok strani turisti ostvare 4.148.000. Domaći turisti najveći broj noćenja ostvaruju na Balatonu, zatim u Sjevernoj Mađarskoj, Zapadnom Prekodunavlju i Budimpešti.

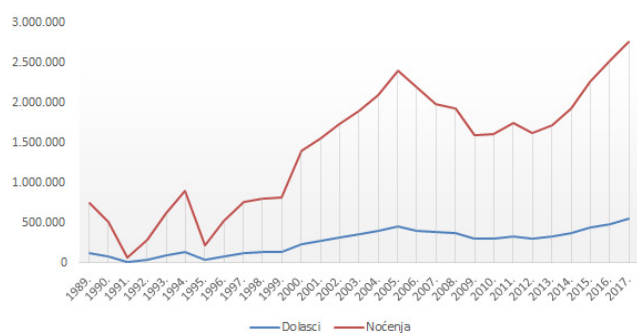
Nije došlo do značajnijih promjena, osim najave prekida poslovanja agencije Wizz tours.

## PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

MAĐARSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	117.369		100	749.647		100
1990.	72.807	62	62	516.900	69	69
1991.	6.971	10	6	63.670	12	8
1992.	43.160	619	37	286.290	450	38
1993.	90.730	210	77	625.145	218	83
1994.	128.817	142	110	900.243	144	120
1995.	34.080	26	29	217.421	24	29
1996.	85.000	249	72	523.000	241	70
1997.	126.688	149	108	759.289	145	101
1998.	137.670	109	117	805.238	106	107
1999.	141.413	103	120	813.403	101	109
2000.	238.774	169	203	1.403.295	173	187
2001.	279.825	117	238	1.553.600	111	207
2002.	318.015	114	271	1.732.576	112	231
2003.	356.139	112	303	1.905.285	110	254
2004.	403.443	113	344	2.092.449	110	279
2005.	453.395	112	386	2.405.145	115	321
2006.	402.782	89	343	2.196.365	91	293
2007.	381.202	95	325	1.984.644	90	265
2008.	370.392	97	316	1.933.978	97	258
2009.	298.359	81	254	1.594.794	82	213
2010.	297.667	100	254	1.604.753	101	214
2011.	328.106	110	280	1.746.138	109	233
2012.	307.912	94	262	1.629.552	93	217
2013.	326.354	106	278	1.727.787	106	230
2014.	366.262	112	312	1.931.181	112	258
2015.	435.990	119	371	2.266.301	117	302
2016.	486.249	112	414	2.527.831	112	337
2017.	545.789	112	465	2.769.749	110	369

Izvor: DZS

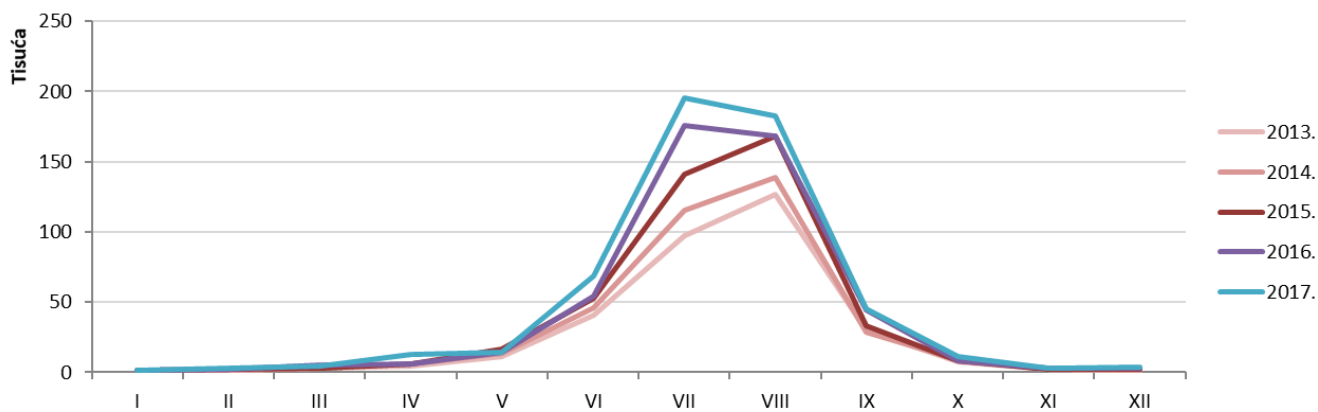
### Dolasci i noćenja mađarskih turista, razdoblje 1989. - 2017.



Izvor: DZS

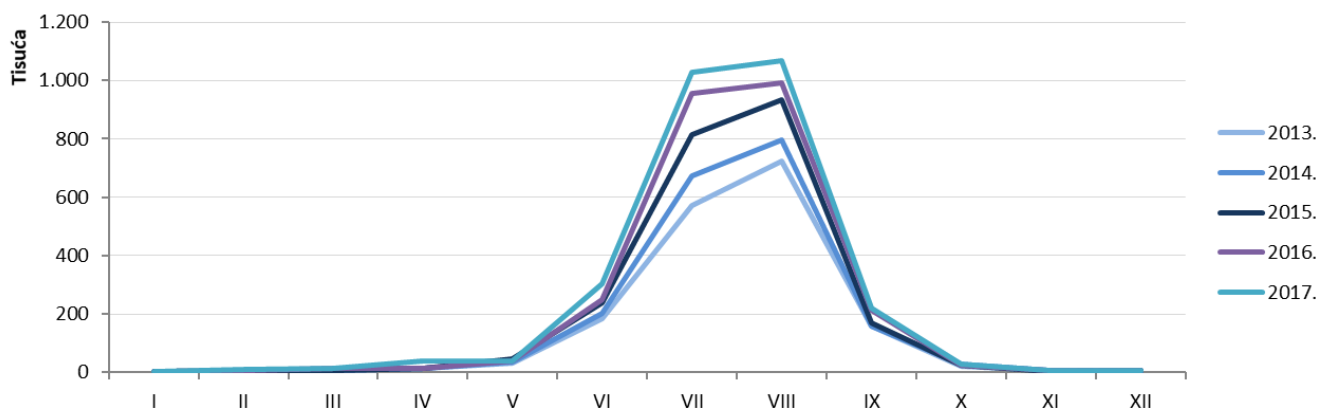


## Dolasci po mjesecima



Izvor: DZS

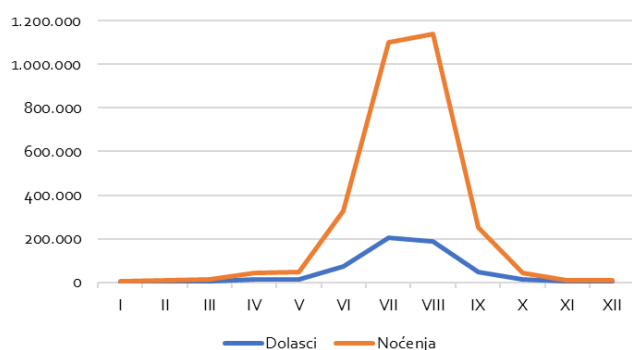
## Noćenja po mjesecima



Izvor: DZS

## REZULTATI ZA 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

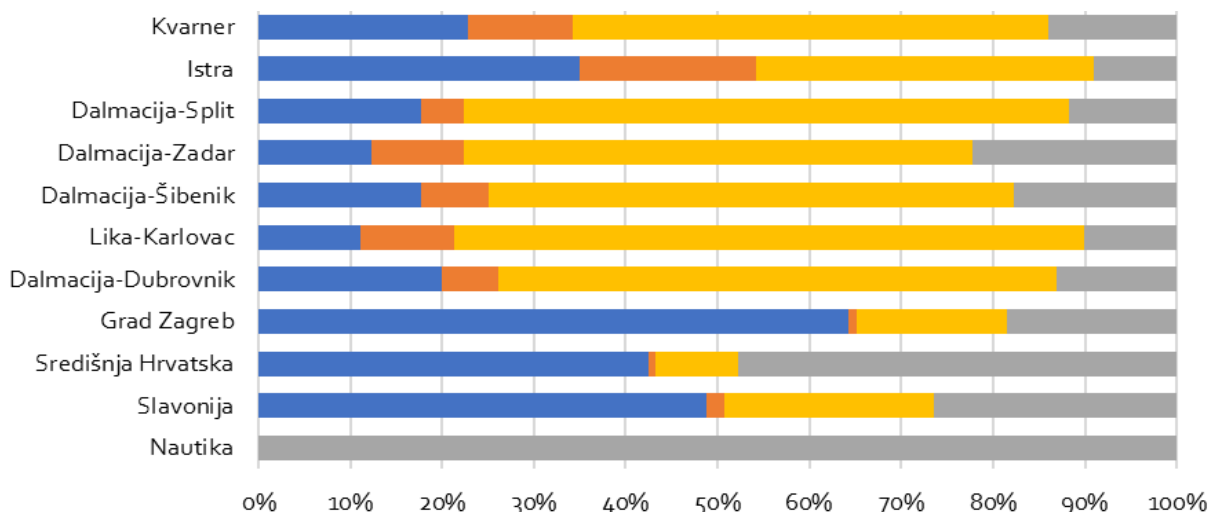
### Dolasci i noćenja mađarskih turista, 2017.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Crikvenica	148.933
Vir	131.804
Rovinj	102.948
Medulin	81.792
Rab	81.520
Šibenik	80.821
Lopar	77.516
Opatija	76.864
Zadar	73.667
Vodice	73.109

### Noćenja mađarskih turista prema po klasterima vrstama smještaja, 2017.



### Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Kvarner	165.509	820.380
Istra	106.416	557.031
Dalmacija-Split	80.099	505.064
Dalmacija-Zadar	75.405	477.736
Dalmacija-Šibenik	44.618	283.132
Lika-Karlovac	39.375	116.426
Dalmacija-Dubrovnik	19.386	116.381
Nautika	14.179	80.776
Grad Zagreb	17.197	30.425
Središnja Hrvatska	6.763	15.647
Slavonija	3.375	6.190
<b>Ukupno</b>	<b>572.322</b>	<b>3.009.188</b>

### Dolasci po dobi i spolu

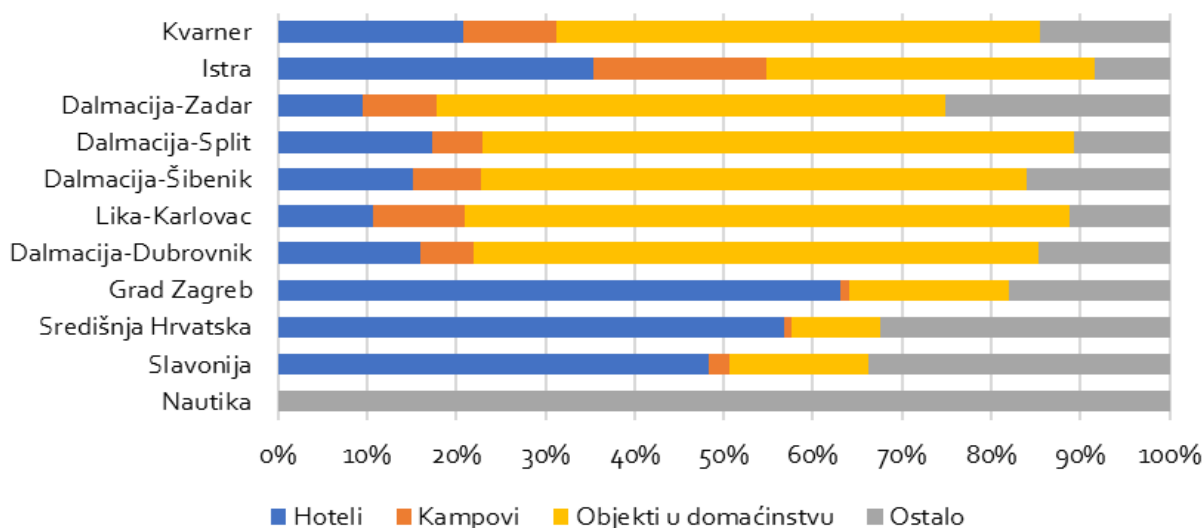
	muškarci	žene
0-5 godina	2,6%	2,4%
6-11 godina	4,5%	4,2%
12-17 godina	4,3%	4,2%
18-24 godina	3,9%	4,4%
25-34 godina	7,6%	8,0%
35-44 godina	12,2%	11,6%
45-54 godina	8,9%	7,3%
55-64 godina	4,7%	4,4%
> 65 godina	2,4%	2,3%

# REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2018. PREMA SUSTAVU eVisitor

## Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Vir	176.366
Crikvenica	164.588
Rovinj	114.734
Medulin	90.367
Rab	85.589
Poreč	79.827
Lopar	78.744
Opatija	78.207
Zadar	77.650
Vodice	70.785

## Noćenja mađarskih turista prema po klasterima vrstama smještaja, I - XI 2018.



## Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Kvarner	180.321	878.359
Istra	120.330	620.350
Dalmacija-Zadar	85.509	535.764
Dalmacija-Split	84.938	525.050
Dalmacija-Šibenik	43.397	266.611
Lika-Karlovac	42.373	128.872
Dalmacija-Dubrovnik	18.272	104.982
Nautika	13.424	74.423
Grad Zagreb	17.273	29.240
Središnja Hrvatska	8.083	18.747
Slavonija	4.266	8.223
<b>Ukupno</b>	<b>618.186</b>	<b>3.190.621</b>

## Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	2,6%	2,4%
6-11 godina	4,4%	4,2%
12-17 godina	4,5%	4,5%
18-24 godina	3,8%	4,3%
25-34 godina	7,3%	7,7%
35-44 godina	12,0%	11,5%
45-54 godina	9,3%	7,6%
55-64 godina	4,6%	4,3%
> 65 godina	2,4%	2,4%

## Aktualni imidž Hrvatske

Sva istraživanja (uglavnom ankete) pokazuju kako će Hrvatska za mađarske građane i dalje biti najtraženija inozemna destinacija kada su u pitanju ljetni godišnji odmor u inozemstvu. Mađari smatraju kako je naša zemlja prelijepa, atraktivna, zanimljiva, poznata, susjedna, lako dostupna, prijateljska, gostoljubiva, ali i sve skuplja destinacija.

Odnos organiziranog i individualnog prometa i dalje je na mađarskom tržištu snažno na strani individualaca, iako agencije objavljuju dobre rezultate poslovanja za 2018. godinu.

### Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Nedavno je u mađarskim medijima objavljena lista turoperatora s najvećim prihodom u 2017. godini i rastom u odnosu na prošlu godinu.

1. Ibusz – 18.350 mlrd HUF (rast 5%)
2. Wizz tours – 18.122 mlrs HUF (rast 468%)
3. OTP Travel – 17,511 mlrd HUF (rast 4%)
4. Neckermann - 16,208 mlrd HUF (rast 22%)
5. Fehervar Travel - 6,751 mlrd HUF (rast 9%)
6. Robinzon Travel - 4,991 mlrd HUF (rast 19%)

Od navedenih TO jedino Wizz tours nema programe u Hrvatskoj, a ista agencija je tijekom listopada 2017. najavila

prekid poslovanja s krajem 2018. Pozitivne vijesti su i novi programi koji nude Hrvatsku izvan ljetne sezone kao npr. jednodnevni i dvodnevni izleti u Zagreb i okolicu za vrijeme Adventa.

Organizatori putovanja koji u svojim programima nude Hrvatsku zadovoljni su sezonom i već su u pripremi sezone 2019. traže povećanje alotmanskog i fiksnog zakupa za ljeto 2019. Najveći rast ostvario je online turoperator Szallas.hu (preko 35 000 gostiju za Hrvatsku).

### Zrakoplovna povezanost

Nije bilo ni redovnih ni charter linija koje povezuju Mađarsku i Hrvatsku.

### Autobuseri u 2018.

Najznačajnija vijest u 2018. godini je uvođenje linije Zagreb- Budimpešta, 8 puta dnevno (Flixbus).

### Individualni promet u 2018.

Procjenjuje se da je oko dvije trećine turista iz Mađarske u Hrvatsku došlo individualno. Mađari dobro poznaju Hrvatsku i hrvatske destinacije pa često smještaj i sve oko putovanja organiziraju sami. Hrvatska je u tom pogledu specifična i zbog toga što većina Mađara u Hrvatsku putuje automobilom i boravi u apartmanima koje ugovaraju direktno s vlasnicima smještaja.

---

## PREDVIĐANJA ZA 2019.

### TURISTIČKA SEZONA 2019. – OPĆI POKAZATELJI

---

S obzirom na povratak Egipta, Turske i Tunisa, u kojima se već u 2018. godini situacija stabilizirala za očekivati je da će u 2019. godini sve navedene zemlje ostvariti značajan rast. Napredovat će online prodaja i korištenje brojnih nisko cjenovnih zračnih linija iz Budimpešte. Već 2018. godina bit će rekordna po broju putnika u budimpeštanskoj zračnoj luci, a trend povećanja više kraćih putovanja i dobra povezanost s brojnim destinacijama u Europi i Sjevernoj Africi nastavit će se u 2019., za koju su najavljene nove avio linije iz Budimpešte.

Što se tiče inozemstva, uz već spomenute „povratničke“ zemlje, može se očekivati rast broja odlazaka i noćenja i u ostale destinacije, naročito jer su gospodarski rezultati vrlo dobri. Ono što može napraviti promjenu je domaći

turizam, koji se snažno potiče i promovira od strane MTÜ (Nacionalne agencije za turizam) koja provodi kampanju od ljeta 2018. S obzirom na političke odnose Europske unije i Mađarske te motiviranje stanovništva od strane Vlade da godišnje odmore provode u zemlji (što se i financijski podupire kroz sustav SZÉP kartica) za očekivati je porast prometa u domaćem turizmu.

#### Prognoze organizatora putovanja za 2019.

Prema najavama organizatora putovanja, realno je za očekivati daljnji rast dolazaka i noćenja jer je sve popularniji rani booking. Budući da je mađarsko gospodarstvo i dalje u usponu, turistički djelatnici očekuju uspješnu sezonu i porast broja putovanja iz Mađarske u 2019.

---

### TURISTIČKA SEZONA 2019. – HRVATSKA

---

#### Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj

Hrvatska je u 2018. godini ostvarila rekord u broju dolazaka i noćenja s mađarskog tržišta. Nije nerealno očekivati daljnji rast koji će uvelike ovisiti o sigurnosnoj situaciji u susjednim zemljama, ali i cijenama (kako konkurentskih inozemnih destinacija tako i domaćih, mađarskih destinacija poput Balatona).

#### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

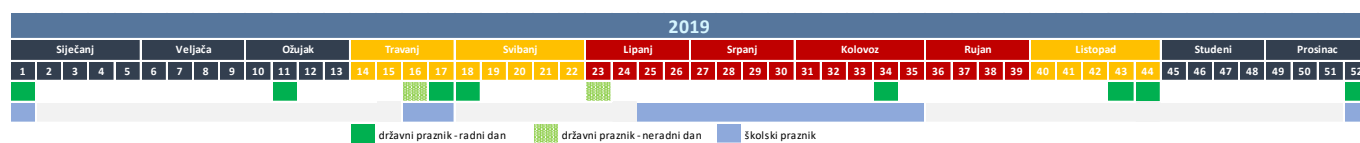
Hrvatska je kao najvažnija destinacija na mađarskom tržištu dobro zastupljena u programima organizatora putovanja. Predviđamo da značajnijih promjena u nuđenju

Hrvatske za 2019. neće biti. Pojedini organizatori putovanja tražit će od hrvatskih subjekata više alotmanskih kapaciteta i fiksnog zakupa. Zbog nemogućnosti povećanja istog u postojećim hotelima, velika je mogućnost da će u svoju ponudu uvrstiti nove hotele. S obzirom na trend ranijeg bukiranja organizatori putovanja najavili su raniji izlazak s ponudom.

#### Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2019.

1. odobravanje većeg alotmanskog kapaciteta i fiksnog zakupa za mađarske partnere
2. zaustaviti (mjestimično neopravdani) rast cijena
3. zaustaviti rani stop booking
4. uvođenje avio linije između Hrvatske i Mađarske

## Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdana (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2019	Utorak	1
Državni praznik (Hungarian Revolution of 1848)	15.3.2019	Srijeda	11
Uskrs (Easter)	21.4.2019	Nedjelja	16
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	22.4.2019	Ponedjeljak	17
Prvi maj (May Day)	1.5.2019	Utorak	18
Duhovi (Whit Monday)	9.6.2019	Nedjelja	23
Državni praznik (St. Stephen's Day, commemorating the first king of Hungary)	20.8.2019	Utorak	34
Državni praznik (Day of the Republic, commemorating the revolution of 1956)	23.10.2019	Srijeda	43
Svi sveti (All Saints' Day)	1.11.2019	Petak	44
Božić (Christmas)	25.12.2019	Srijeda	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2019	Četvrtak	52

Izvor: <http://visitbudapest.travel/budapest-info/public-holidays/>

Školski praznici	2019.	
	Početak	Kraj
Božićni praznici i Nova godina	24.12.2018	2.1.2019
Proljetni/Uskršnji praznici	18.4.2019	23.4.2019
Ljetni praznici	17.6.2019	31.8.2019
Božićni praznici i Nova godina	25.12.2019	1.1.2020