



ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2022.



AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU (zemljopisni, socio-demografski i ekonomski pokazatelji)

UVODNA NAPOMENA:

Pojavom pandemije bolesti COVID 19 tijekom prvog kvartala 2020. na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizujesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu 2020., te u nešto manjoj mjeri 2021. godina, donose dramatičan odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenitu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta promijenjen je i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na izdanja publicirana do 2019. godine.

Političko uređenje

Češka je parlamentarna republika s višestranačkim sustavom. Država je administrativno podijeljena na 13 regija i glavni grad.

Zakonodavnu vlast ima dvodomni parlament kojeg čine Zastupnički dom (Poslanecká sněmovna) i Senat (Senát). Zastupnički dom ima 200 zastupnika koje na četiri godine biraju građani. Senat ima 81 člana koji su izabrani na izravnim izborima na šest godina, a svake dvije godine bira se jedna trećina senatora.

Izvršnu vlast ima vlada, koja je odgovorna parlamentu te mora imati povjerenje parlamenta. Na čelu države je predsjednik republike, biraju ga izravno građani na mandat od pet godina, a izbor je ograničen na dva uzastopna mandata. Predsjednik republike je vrhovni zapovjednik vojske i formalni nositelj izvršne vlasti; imenuje predsjednika vlade, a na njegov prijedlog i članove vlade. Posljednji predsjednički izbori na kojima je izabran po drugi put Miloš Zeman održani su u siječnju 2018. godine, dok će se slijedeći predsjednički izbori održati u siječnju 2023. godine. Parlamentarni izbori održani su u listopadu 2021. godine, te je je Petr Fiala novi predsjednik Vlade Češke. Češka je članica Europske unije (EU), Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovačke organizacije (WTO).

- Parlamentarna demokracija
- 14 regija (13 + glavni grad Prag, kao samostalna regija)
- Neovisnost od 1. siječnja 1993.
- Dan državnosti 28. listopada
- Predsjednik: Miloš Zeman
- Premijer: Petr Fiala
- Predsjednički izbori održani u siječnju 2018.
- Parlamentarni izbori: održani u listopadu 2021.
- Izbori za senat: održani u listopadu 2020.
- Jezik: češki
- Prema vjerskoj pripadnosti:
 - Ateisti 34,5%, vjernici 20,6% (od čega najbrojniji: katolici 10,4%, evangelisti 0,5%, husiti 0,4%), ostali neopredijeljeni 44,7%
- Diplomatski odnosi s hrvatskom: uspostavljeni 1. siječnja 1993.
- Veleposlanica Hrvatske u Češkoj: Ljiljana Pancirov
- Veleposlanik Češke u Hrvatskoj: Milan Hovorka
- Glavni grad: Prag

Površina

78.870 km², državne granice duge 2.326,8 km, graniči s Njemačkom (818,9 km), Poljskom (795,8 km), Austrijom (460,3 km) te Slovačkom (251,8 km).

Najveći gradovi

Glavni grad je Prag (1.335.000 stanovnika). Ostali veliki gradovi su: Brno (382.405), Ostrava (284.982), Plzen (175.219), Liberec (104.261), Olomouc (100.514), Češke Budejovice (94.229), Ústí nad Labem (91.982), Hradec Kralove (92.683).

Stanovništvo

(prema dobi, spolu)

Prema podacima iz 2020. broj stanovnika je iznosio 10,70 milijuna, od čega 5,275 milijuna muškaraca i 5,425 milijuna žena. Na dan 30.06. 2021. Češka Republika imala je 10,702 milijuna stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 135 stanovnika/km².

Dobna struktura stanovništva

0 - 14 godina (880,9 tisuće muškaraca/838,8 tisuće žena)
15 - 64 godine (3.484,7 tisuće muškaraca/3.338,9 tisuće žena)
65 i više godina (909,4 tisuća muškaraca/1.248,8 tisuća žena)

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Češka Republika ekonomski je snažna država te spada među najrazvijenije u Europi. Razdoblje njenog gospodarskog rasta počelo je ulaskom u EU. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga (61%), iako je industrija tradicionalno vrlo snažna. Industrija zapošljava 38% aktivnog stanovništva i zahvaljujući tome je Češka na prvom mjestu među zemljama EU. Glavni industrijski centri su Prag, Ostrava, Plzen i Usti nad Labem. Glavne industrijske grane su kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija. Poljoprivreda i primarna proizvodnja podzastupljeni su; u poljoprivredi je zaposleno samo 5% stanovništva. Glavnu ulogu u razvoju gospodarstva igra vanjska trgovina. Udio izvoza robe i usluga na BDP-u iznosi 80% i dugoročno raste. Glavni poslovni partneri su im zemlje EU (Njemačka, Poljska, Slovačka i Francuska).

Zahvaljujući stranim investicijama mijenja se i struktura industrije. Moderniziraju se strojevi, uvode nove tehnologije, proizvodnja se okreće zapadnoj Europi i razvijenim državama svijeta. Industrija obuhvaća 35 % češkog gospodarstva i izrazito je značajna u češkom izvozu. Automobilaska industrija je najznačajnija industrijska grana u Češkoj. Obuhvaća 26 % ukupne industrijske proizvodnje, ima udio od 10% BDP-a, direktno zapošljava preko 180 tisuća ljudi, a proizvede preko 1,4 milijuna osobnih automobila i preko 5.000 autobusa godišnje. Najveći udio u proizvodnji imaju Škoda Auto, zatim Hyundai i TPCA. Češka je na 5. mjestu u Europi i na 15. mjestu u svijetu u proizvodnji motornih vozila. Na drugom mjestu je po broju proizvedenih automobila (124 auta) na broj stanovnika, a na prvom mjestu po broju proizvedenih autobusa po stanovniku.

Zbog svog zemljopisnog položaja u srcu Europe, promet u Češkoj ima značajnu ulogu. Osnova prometnog sustava kombinacija je željezničkog i cestovnog prometa, kojim se ukupno prevozi oko 95 % putnika i 90 % roba. Češka željeznička mreža je jedna od najgušćih u svijetu, ali se radi na modernizaciji željezničke mreže i vlakova. Najstarija i najfrekventnija autocesta između Praga i Brna prošla je niz rekonstrukcija na pojedinim usjecima. Na visokoj razini je i avionski promet - zračna luka Vaclava Havela u Pragu širi se i modernizira te zaprima sve više putnika.

Stabilna makroekonomska situacija i relativno niska zaduženost vladinog sektora odražavaju se u pozitivnom ratingu. Standard & Poor's ocjenjuje dugoročne obveze Češke Republike ocjenom AA, Fitch Ratings AA- i Moody's Aa3.

Turizam je za Češku važna gospodarska grana s udjelom na BDP-u od 3% i zaposlenosti 4,5%. Zapošljava preko 250.000 ljudi. Prema podacima Češke narodne banke Češka je u 2019. zaradila na turizmu od inozemnih turista 167 milijardi kruna (6,18 milijardi eura). Češku Republiku je posjetilo 10,8 milijuna inozemnih gostiju, što je rast od 2,6%, a ostvarili su 27,2 milijuna noćenja. Od susjednih zemalja najviše je bilo posjetitelja iz Njemačke, Slovačke i Poljske, dok od udaljenih tržišta najveći rast bilježili su posjetitelji iz USA i Rusije. Odlični turistički pokazatelji rezultati su percepcije Češke kao atraktivne i sigurne destinacije. Prosječna potrošnja inozemnih turista u Češkoj iznosi 3.165 kruna/os./dan (123 €). Pandemija Covid-19 značajno je utjecala i na turizam u Češkoj. Posljednji podaci za 2. kvartal 2020. godine govore da su mjere za suzbijanje pandemije ograničile domaći turizam u travnju i svibnju 2020. i praktički zaustavile inozemne dolazke. Broj inozemnih dolazaka pao je za 96%.

		2019.	2020.	2021.	2022.
				Aktualna procjena	
BDP	<i>mld. CZK</i>	5.790	5.695	6.048	6.431
BDP realni rast	<i>rast u %, s.c.</i>	3,0	-5,8	3,2	4,2
Stopa inflacije	<i>%</i>	2,8	3,2	3,2	3,5
Stopa nezaposlenosti	<i>Prosjek u %</i>	2,0	2,6	3,0	2,7
Rast plaća	<i>Rast u %,.</i>	7,8	0,2	2,9	3,9

Izvor: Ministarstvo financija ČR

U ožujku 2021. Češka narodna banka objavila je preliminarne rezultate platne bilance za 2020., uključujući turizam. Prihodi od turizma, odnosno od međunarodnog kretanja osoba, prošle godine dosegli su 84 milijarde CZK (3.3 milijarde EUR), a rashodi za turizam u okviru putovanja čeških građana u inozemstvo preko 79 milijardi CZK (3 milijarde EUR), pa je pozitivan saldo iznosio gotovo 4,8 milijardi CZK (0.2 milijarde EUR). Prihodi su manji za 50% u odnosu na prethodnu godinu, dok su rashodi (potrošnja Čeha u inozemstvu) u turizmu pali za 41%.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

Prema podacima za 2020. ukupan BDP iznosio je 5.695 milijardi kruna (224,3 mlrd. eura), dok je pad BDP-a iznosio 5,8 %. Ministarstvo financija za 2021. očekuje rast BDP-a od 3,2 %, dok za 2022. predviđa rast od 4,2 %. BDP po glavi stanovnika u 2020. iznosio je 532.242 kruna (20.970 €).

Izvor: ČSZ za 2021/2020. + predviđanja MF

Postotak nezaposlenosti u 2020., aktualno stanje u 2021. i procjena budućeg trenda

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2020. iznosila je 2,6 %. Bez posla je krajem 2020. bilo oko 292 tisuće građana. Ministarstvo financija za 2021. godinu procjenjuje stopu nezaposlenosti 3,0% a za 2022. 2,7 %. Najniža nezaposlenost bila je u Pragu, a najviša u Moravskoslezskoj i Usteckoj regiji.

Izvor: ČSZ za 2020./2021. + predviđanja MF

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prema najnovijim podacima prosječna bruto plaća u Češkoj iznosi 38.275 kruna (1.509 eura), dok je u 2020. godini iznosila 34.271 kruna (1.350 eura). U Pragu je prosječna bruto plaća za četvrtinu veća te iznosi 44.432 kruna (1.750 eura), dok je u 2020. iznosila 42.435 kruna (1.671 eura). Ministarstvo financija u 2021. predviđa rast plaća za 2,9% , a u 2022. rast od 3,9 %.

Izvor: ČSZ za 2020./2021. + predviđanja MF

Stopa inflacije (aktualni podaci)

U rujnu 2021. inflacija je iznosila 3,0 %. te je krajem 2021. bila nešto veća nego ranijih godina. Ministarstvo

financija predviđa za 2021. stopu inflacije od 3,2 %, a u 2022. 3,5 %.

Izvor: ČSZ za 2020. i 2021. + predviđanja MF

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

U 2020. godini saldo robne razmjene s inozemstvom završio je suficitom od 190 milijardi kruna (7,48 milijardi eura) u odnosu na 145,7 milijardi kruna (5,74 milijardi eura) u 2019. Izvoz je bio manji za 4,5 posto na godišnjoj razini, a uvoz za 5,9 posto.

U 2021., u razdoblju od siječnja do srpnja suficit trgovinske bilance dosegao je 77,6 milijardi CZK (3 milijarde eura), što predstavlja povećanje od 18,1 milijardi CZK (712 milijuna eura) na godišnjoj razini. Od početka 2021. godine izvoz je na međugodišnjoj razini povećan za 21,3%, a uvoz za 21,0%.

Izvor: ČSZ za 2020 + Ministarstvo industrije i trgovine

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja i pandemije bolesti COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2020. i 2021. godini - procjene za 2022.

Iako je turizam jedna od gospodarskih grana koja je najviše pogođena pandemijom i još uvijek nema jasan i jedinstven pristup, saniranje trenutne situacije u turizmu nije prioritet političkih stranaka, što je bilo vidljivo i tijekom predizborne kampanje u jesen 2021. To dokazuje istraživanje koje je Češki turistički savez napravio između političkih stranaka prije Svjetskog dana turizma. Rezultati istraživanja jasno pokazuju da političke stranke ne razumiju probleme s kojima se suočava turizam u Češkoj i nemaju jasnu ideju kako ih riješiti. Češki turizam borit će se s posljedicama pandemije i ogromnim padom dolazaka inozemnih turista najmanje 2-3 godine. Samo u 2020. godini gubitak turizma iznosio je više od 161 milijarde CZK (6,3 milijardi €). Bez pomoći nove vlade nema šanse preokrenuti ovaj negativan razvoj događaja. Češki turistički savez nastojao je ponuditi profesionalna i strateška rješenja tijekom pandemije i s njom povezane krize. Bezuspješno, jer je turizam i dalje na rubu interesa politike te unatoč činjenici da je prije pojave Covid-19 turizam ostvario više od 3% BDP-a i svaki 22. Čeh radio je u turizmu. Potrošnja u turizmu prelazila je 300 milijardi kruna (12 milijardi €) godišnje, oko 125 milijardi kruna (4,9 milijardi €) godišnje se slijevalo u proračun, turizam je činio gotovo 6% ukupne proizvodnje Češke i ostvario je oko 7% ukupnih prihoda državnog proračuna.

Prema analizi Deloitte u 2021. razvoj vanjskih gospodarskih odnosa Češke Republike određivat će dva glavna

čimbenika: umjeren rast inozemne potražnje nakon pandemije i oporavak domaće potražnje. Višak salda roba i usluga bi zahvaljujući tome trebao porasti na 358 milijardi CZK, vanjski dug Češke trebao bi pasti ispod 70% BDP-a. U 2021. očekuje se postupni nastavak jačanja češke krune u vezi s poboljšanjima pandemijske situacije i kruna će postupno dostići vrijednosti oko 26 CZK/EUR.

Situacija na kraju 2020. godine pokazala je da se industrijske tvrtke polako počinju prilagođavati novim uvjetima te da inozemna potražnja ponovno raste. Deloitteova prognoza za 2021. pretpostavlja rast BDP-a od 2,8%. O daljnjem razvoju češkog gospodarstva odlučivat će prvenstveno vladine mjere i ograničenja u borbi protiv pandemije, cijepljenje, porast nezaposlenosti, razvoj inozemne potražnje i prateća podrška u obliku vladinih programa. Drugi ključni čimbenici su povjerenje u gospodarstvo i povezana spremnost za nastavak poslovanja. Češka Republika vjerojatno neće doseći vrijednosti prije pandemije do 2023. godine.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

**Aktualni prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini, online) po tematskim segmentima
Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije**

Televizija

Državna televizija emitira na šest kanala ČT1, ČT2, ČT3, ČT24, ČT sport i ČT – Dečko/Art. Uz državnu televiziju djeluju i tri privatne televizije – Nova, TV Prima i TV Barrandov. Grupacija Nova emitira na devet kanala (Nova, Nova 2, Nova Cinema, Nova Action, Nova Gold, Nova Sport 1, 2, 3 i 4). TV Prima emitira na osam kanala (Prima, Prima COOL, Prima LOVE, Prima ZOOM, Prima MAX, Prima STAR, Prima KRIMI i CNN Prima News). Najveću gledanost dosežu TV Nova, državna Češka televizija te TV Prima, dok se ostalo odnosi na male lokalne televizije. U glavnim terminima emitiranja koji su odlučujući za oglašavanje/reklame, kod ciljne grupe 15+, Nova Group ima udio 34 %, Češka televizija zauzima treću poziciju s 25,7 %, dok je Prima Group na drugoj poziciji s 28,4 %. Pored navedenih televizija postoje i lokalne postaje te nekoliko kabljskih programa koji sa svojim programima i obujmom oglašavanja sve više konkuriraju privatnim i javnim TV postajama.

Gledanost TV postaja (podaci za cijeli dan)

ČT 1	15,09%
ČT 2	3,91%
ČT24	4,63%
ČT SPORT	2,02%
ČT DEČKO	1,56%
TV NOVA	19,54%
PRIMA	13,75%
NOVA CINEMA	3,49%
PRIMA COOL	2,75%
PRIMA ZOOM	1,7%
PRIMA LOVE	2,02%
TV BARRANDOV	3,77%
OSTALE TV	25,77%

Izvor: ATO – Mediasearch

Radio

Postoje javne i privatne (60 vlasnika) radiopostaje. Državni češki radio Český rozhlas ima nekoliko postaja (Radiožurnal, Praha, Vltava, ČRo6, ČRo Leonardo) te regionalne postaje. Radio IMPULS je jedan od najpopularnijih privatnih radiopostaja.

Redoslijed pet najslušanijih radija (dnevna slušanost)

1. Radiožurnal	900.000 slušatelja
2. Impuls	759.000 slušatelja
3. Evropa 2	625.000 slušatelja
4. Blaník	591.000 slušatelja
5. Frekvence 1	445.000 slušatelja

Izvor: mediaguru.cz

Tisak

Prema podacima Češkog statističkog ureda u Češkoj redovno izlazi preko pet tisuća tiskanih naslova, od čega 109 dnevnika, 252 tjednika, 920 dvotjednika ili mjesečnika te preko 3.800 ostalih vrsta časopisa.

Najčitaniji dnevници

	Naklada	Segment
Metro	194.000	opći
Blesk	170.000	opći
MF Dnes	100.000	opći
Denik	91.000	opći
Právo	86.000	opći
AHA	49.000	opći
Lidove noviny	31.000	opći
Sport	31.000	sportski
Hospodářské noviny	19.500	gospodarski
E15	13.500	gospodarski

Najznačajniji tjednici		
	Naklada	Segment
Nedělní blesk	125.000	opći
Blesk pro ženy	131.000	za žene
Rytmus života	158.000	za žene
Sedmička	119.000	društveni
Pestrý svět	118.000	za žene
TV magazin	114.000	televizijski
Chvilka pro tebe	80.000	Za žene
Tina	71.000	za žene
Tema	58.000	opći
Čas pro hvězdy	51.000	Za žene
Nedělní aha!	45.000	opći

Najznačajniji dvotjednici		
	Naklada	Segment
TV Max	302.000	televizijski
TV mini	267.000	televizijski
TV expres	194.000	televizijski
TV star	109.000	televizijski
TV Revue	75.000	televizijski
Žena a život	43.000	lifestyle
Epocha	55.000	Povijesno-politički
100+1	40.000	politički
100+1	59.000	politički
Exkluziv	38.000	lifestyle

Najvažniji mjesečnici		
	Naklada	Segment
Apetit	40.000	gastronomija
Cosmopolitan	28.000	lifestyle
Dieta	23.000	lifestyle
Elle	32.000	lifestyle
F.O.O.D	19.000	gastronomija
Glanc	46.000	lifestyle
Harpers Bazar	39.000	lifestyle
Marianne	45.000	lifestyle
Svět ženy	33.000	za žene

Stručni tisak		
	Naklada	Segment
Koktejl	20.000	turistički
National Geographic	25.000	turistički
Travel Digest	15.000	turistički
Yacht	11.000	turistički-nautika
Buddy potápění	12.000	turistički-ronjenje
Lidé a země	21.000	turistički
Caravan	20.000	turistički-camping
Camping, cars & caravans	10.000	turistički-camping
Cykloturistika	9.500	turistički - biciklistički
Velo	12.500	turistički - biciklistički

Izvor: ABC ČR –Ured za ovjeru naklada tiskovina

Najposjećeniji internet portali:

	Broj stvarnih korisnika	Broj pregleda stranica	Posjećenost stranica
Seznam.cz	3.475.925	62.701.787	13.093.599
Novinky.cz	1.624.333	6.824.844	3.299.578
Idnes.cz	1.411.366	16.159.324	2.789.948
Seznamzpravy.cz	1.358.079	4.043.522	2.365.785
Super.cz	1.248.732	4.338.211	2.100.956
Sport.cz	600.807	3.599.083	1.233.814
Blesk.cz	781.867	5.461.584	1.209.718
Aktualne.cz	434.695	2.373.286	614.573

Izvor podataka: Net Monitor – SPIR – GEMIUS – Sdružení pro internetový rozvoj (Udruga za razvoj interneta)

Svi navedeni mediji imaju nacionalnu pokrivenost.

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. i 2021. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Informacije o turističkom prometu uglavnom su rezultat objava udruga putničkih agencija iz Češke. Kraj 2020. i početak 2021. bili su u znaku velikog rasta prodaje egzotičnih aranžmana, gdje je najveći interes zabilježen za Maldive, Zanzibar, Dominikansku republiku i Meksiko. Radilo se o ljudima koji nisu toliko opterećeni cijenama testova koje moraju napraviti. Interes za Egipat bio je nešto manji, s kompliciranijim uvjetima putovanja i restrikcijama. U to vrijeme Česi se polako navikavaju na obvezno testiranje za putovanja te iskazuju želju za odmorom u inozemstvu, prvenstveno zbog nemogućnosti putovanja u 2020. Skijaška sezona skoro i ne postoji zbog restrikcija i zatvorenih skijališta u alpskim destinacijama.

U veljači 2021. ministarstvo zdravstva postrožilo je uvjete putovanja (uvođenje PCR testiranja u destinaciji prije povratka te opet nakon povratka u Češku) te je odmah zabilježen pad prodaje za 30% u odnosu na tjedan dana prije uvođenja restrikcija. Prodaja je tako na početku godine iznosila samo 15-17% prodaje iz 2020. (prije epidemije). Dio prodaje odnosio se i na ljetne aranžmane. Zanimljivo je da je usprkos strogim uvjetima putovanja postojao interes i to kod nemale grupe gostiju. Međutim, zbog nepredvidljivosti budućih restrikcija putovanja mnogi su odustali jer su se bojali stalnih promjena uvjeta ulaska u ciljnu destinaciju i povratka u Češku.

Prodaja je u ožujku 2021. bila minimalna, uglavnom se putovalo na Kanarske otoke ili Maldive te se nastavlja negativan trend zbog restrikcija koje je uvelo Ministarstvo zdravstva. Nešto minimalno su se prodavali aranžmani za kasnije termine u ljetnom razdoblju i za jesen. Više je bilo upita oko mogućnosti storna, nego što je napravljeno rezervacija.

U travnju je zabilježen lagani rast last minute aranžmana u destinacije poput Egipta, Kanarskih otoka ili udaljenijih egzotičnih zemalja u koje se moglo putovati. Također je zabilježeno produljenje boravka kod onih koji su trenutno koristili odmor, što ranijih godina nije bilo uobičajeno. Nažalost, interesa za ljetnim aranžmanima tada nije bilo, a nije se puno očekivalo niti u svibnju, već tek početkom lipnja. Tada su za pokretanje prodaje

ključna bila jasna pravila putovanja, što mnoge zemlje još nisu imale.

U svibnju su udruge javljale da se prodaja ipak oporavlja te se osim last minute aranžmana u UAE, Egipat ili Kanarske otoke ljudi interesiraju i za ljetne odmore. Najveći rast interesa bilježio se za Grčku i Hrvatsku, koje su među prvima objavile uvjete ulaska u zemlju. Osim ove dvije destinacije, rezervirala se i Španjolska, ali i odmor u Češkoj. Neke agencije u to vrijeme primijetile su da su njihovi gosti sami bukirali boravak u nekim zemljama samo da ne idu preko agencije, a uglavnom se radilo o destinacijama gdje su postojali direktni letovi iz Češke.

U lipnju je prodaja imala rastuću putanju. Osim last minute aranžmana raste i udio aranžmana i za kasnije termine, što je značilo da Česi počinju vjerovati da će odmor realizirati i tijekom ljeta, ili u jesen. Najprodavanije destinacije u to vrijeme bile su Grčka, Hrvatska, Španjolska i Italija, a od izvanoeuropskih Egipat i Turska. U to vrijeme se i u Češkoj poboljšala epidemiološka situacija a i uvjeti odlaska u druge zemlje bila su jasniji, što je vratilo optimizam.

U srpnju su agencije bilježile udio od 35 do 40% prodaje iz 2019. godine, dok su u lipnju bilježile 50% prodaje iz 2019. Također su zaposlenici agencija u lipnju imali pune ruke posla te su bili na maksimumu svojih snaga. Daleko najprodavanija destinacija preko agencija u srpnju je bila Grčka, a interes Čeha bio je usmjeren i na Hrvatsku, Italiju i Španjolsku te Bugarsku. Cijene nekih aranžmana su rasle u odnosu na prethodne godine, pogotovo kod aranžmana s vlastitim prijevozom. Srpanj je bio i u znaku stop bukinga pojedinih termina.

U kolovozu se bilježi daljnji pad prodaje pa je udio iznosio samo 25% prodaje iz 2019. Razlog je bio uglavnom taj što nije bilo dovoljno slobodnih kapaciteta u destinacijama - agencije su ove godine zbog neizvjesne situacije manje ugovarale kapacitete u fiksnom zakupu i preferirale alotman. Zbog smirivanja epidemije u ljetnim mjesecima, rastao je interes za odmorom na moru te se nije mogao naći slobodan krevet u mnogim destinacijama. Omiljene destinacije u kolovozu bile su Grčka i Hrvatska, zatim Italija i Bugarska. Postojao je i interes za Španjolskom i Egiptom, ali u usporedbi za drugim destinacijama udio prodaje nije bio velik. Na drugu stranu,

prodaja Turske bila je mala u odnosu na prijašnje godine. Nakon glavnog dijela sezone udruga AČCKA objavila je da je ljetna sezona 2021. (lipanj-rujan) bila na razini od 25-30% ostvarenih putovanja u 2019. (posebno za turističke agencije sa zračnim putovanjima), za manje turističke agencije specijalizirane za Hrvatsku i Italiju automobilom i autobusom 40-45%. Povećao se interes za vlastiti prijevoz, za razliku od zračnih ili autobusnih putovanja unutar države. Agencije su bilježile pojačani interes za boravke u Poljskoj, ali zbog popunjenosti s njemačkog tržišta, prodaja nije bila velika.

U jesenskom dijelu godine Egipat i UAE bili su najprodavaniji - s njihovim uvrštavanjem na zelenu listu i s obzirom na otvaranje EXPO 2020 bilježi se povećanje prodaje. Od egzotike također su se prodavali Mauricijus i Maldivi, te je iskazan veći interes za Kubu, Tajland i Šri Lanku sa otvaranjem odredišta i zrakoplovnih veza. Prodaja za zimu 2021./2022. je u jesen 2021. bila niska, na razini od 10% iz 2019. godine. Bilježi se dugoročni pad interesa za organizirane skijaške ture autobusom. Češko tržište za skijaški boravak kopira europske trendove - putovanje zrakoplovom low-cost tvrtke, transfer do hotela i iznajmljivanje skija na licu mjesta. Prodaja tura za ljeto 2022. godine još nije počela kod manjih agencija, iako su neke krenule početkom 11. mjeseca 2021. godine s first minute prodajom i bilježe dobre rezultate, iako većina više očekuje kupnju u last minute aranžmanima.

Utjecaj pandemije bolesti COVID 19 na turistički promet u 2020. i 2021.

Kada je 2020. počela korona kriza i granice su se zatvorile, sve agencije na tržištu, bez obzira koju destinaciju nude, bile su u teškoj poziciji. Prodaja se zaustavila, slijedila su storniranja aranžmana. Najveće agencije koje nude cijeli svijet bilježile su tada, na početku krize, pad prodaje 40-60%. Najgori trenutak za putničke agencije dogodio se nakon izjave glavnog epidemiologa da će Češka biti „zatvorena“ dvije godine te da se neće moći putovati. To je pokrenulo lavinu otkazivanja za sezonu, što je uzdrmalo mnoge putničke agencije. Na sreću, zakon koji je izglasala Vlada dozvolio je agencijama izdavanje vouchera, umjesto povrata uplaćenih aranžmana koji su vrijedili do rujna 2021. godine. Zbog nesigurne situacije u Češkoj i općenito u Europi, najavljivalo se da će u 2020. Česi koristiti odmor prvenstveno u svojoj zemlji, što su na kraju i potvrdile statistike putovanja za 2020. godinu koje su pokazale da je 90 % stanovništva koristilo odmor u Češkoj, a samo 10% u inozemstvu. To se dogodilo u zadnji trenutak u ljetnim mjesecima, kada je objavljeno u koje zemlje će se moći putovati. Najspremnije su se

pokazale Hrvatska i Grčka. U medije su plasirali informaciju da se otvaraju za turizam i goste te je odmah krenula prodaja. Od avionskih aranžmana najtraženiji su bili Grčka, Bugarska i Mallorca, dok je od auto destinacija definitivno najtraženija bila Hrvatska. Broj ljudi koji se odlučio otputovati u inozemstvo na ljetni odmor bio je znatno manji, ali u svakom slučaju nije bio nula, kao na proljeće.

Možemo reći da je 2021. bila drugačija, već se nešto znalo o pandemiji, a mnogi ljudi su se odlučili cijepiti samo zato da bi na miru mogli otputovati na odmor u inozemstvo, jer je već bilo najavljivano da će cijepljenje mnogima olakšati putovanja. Međutim, početak godine nije bio tako pozitivan.

Prodaja aranžmana početkom 2021. godine bila pod velikim negativnim utjecajem odluke češkog Ministarstva zdravlja koje je pooštrilo uvjete za putovanja u treće zemlje, ali i za povratak u Češku, gdje se zahtijevalo da se PCR test napravi prije povratka u Češku te još jednom nakon dolaska.

Nepredvidljivost budućih mjera utjecala je na kupce, pa se prodaja usporila. Česi su se najviše plašili promjena uvjeta ulaska / povratka u odredišnu zemlju i Češku za vrijeme trajanja odmora.

Jedinu nadu tada su agencije vidjele u zajedničkom europskom planu mogućnosti putovanja ove ljetne sezone, koji bi tvrtkama i njihovim kupcima pružio potrebnu perspektivu kada će se i pod kojim uvjetima putovanje nastaviti / odvijati.

Za budući razvoj situacije presudne su bile mjere za putovanja po Europi, uz uvjet da se ne pojave daljnje prepreke i primijene se ujednačeni uvjeti za putovanja u EU općenito. Prodaja aranžmana snažno se povećala s početkom ljetne sezone, tj. tijekom lipnja.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor – procjene o broju putovanja u 2021.

U 2020. građani Češke ostvarili su 22.636.000 putovanja (bez službenih putovanja), od čega u svrhu odmora 14.544.000.

Broj stanovnika koji su u 2020. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2021.

Prema službenoj statistici Češkog statističkog zavoda,

u inozemstvo je u 2020. godini ostvareno 2.225.000 putovanja (1.639.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 586.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 20.411.000 putovanja (7.636.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 12.775.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja unutar države-inozemstvo iznosio 90,2 % : 9,8%.

Zbog pandemije koronavirusa, češki državljani putovali su izvan zemlje u znatno manjoj mjeri nego prije. U odnosu na 2019. broj putovanja u inozemstvo smanjio se za dvije trećine. Najviše su odlazili u zemlje Europske unije.

Statistika kraćih putovanja u inozemstvo (jedno do tri noćenja) pokazuje da su kraća putovanja u 2020. bilježila pad za 2/3, a najčešće se putovalo u Slovačku. Tamo je realizirano 317 tisuća putovanja, odnosno svako drugo strano kraće putovanje.

Kraća putovanja u inozemstvo uglavnom su se vršila radi rekreacije i razonode (67%), uz smještaj u hotelima i sl. (46%) ili kod rodbine i poznanika (42%). Osobna motorna vozila (80%) uglavnom su se koristila za prijevoz. Većina putovanja organizirana je individualno (83%). Prosječno kraće putovanje u inozemstvo imalo je 2,4 noćenja, a troškovi za njega iznosili su 4.368 CZK (171,9 eura).

Anketa koju je krajem lipnja 2021. napravila agencija Median za Češki radio (Český rozhlas) govori da je i u 2021. većina Čeha planirala odmor u svojoj zemlji, prvenstveno kod kuće (43%), na vikendici (19%) ili putovanjem po Češkoj (28%), a glavni razlog su bile stalne promjene uvjeta putovanja zbog pandemije. Samo 18% ih je planiralo odmor u inozemstvu. Osam posto ispitanika pomaknulo je odmor za jesen ili zimu. Treba napomenuti da je anketa napravljena u vrijeme prije objave novih pravila putovanja te da je nakon toga povećan interes za putovanjima u inozemstvo.

Na objavljenju anketu reagirala je Udruga putničkih agencija Češke da je sezona 2021. bolja nego 2020. te da se svaki dan interes za putovanjima povećava jer su Česi umorni nakon godine dana krize i žele se odmoriti i dopuniti energiju, bilo na odmoru u Češkoj ili u inozemstvu. Naveo je da je najčešći cilj Čeha koji putuju automobilom Hrvatska i Slovačka.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020. – procjene za 2021.

S obzirom na to da su svi podaci o putovanjima čeških državljana u inozemstvo nastali obradom uzorka, Stati-

stički ured Češke objavljuje podatke za 2020. godinu samo za zemlje za koje izračun daje pouzdane rezultate. Zbog malog broja putovanja u inozemstvo 2020. godine, broj ovih zemalja najmanji je od početka istraživanja. U 2020. godini rezultati za dulja putovanja u inozemstvo mogu se objaviti za putovanja u Hrvatsku, Austriju i Slovačku, a za kraća putovanja u inozemstvo samo za putovanja u Slovačku.

Prema statistici češkog Zavoda za statistiku broj odlazaka u inozemstvo u 2020. bio je sljedeći:

1. Hrvatska: 412.000
2. Slovačka: 353.000
3. Austrija: 275.000

Relativni uspjeh Austrije rezultat je skoro kompletno realizirane zimske sezone 2019./2020. i veće preferencije Čeha za putovanja u susjedne zemlje.

Ako gledamo duljinu boravka Čeha u inozemstvu, broj noćenja se skratio. Prosječna dužina kod dužih boravaka (4 i više noćenja) iznosila je 7,8, što je najmanje u posljednjih 5 godina. Kraća putovanja imala su prosječan broj noćenja 2,4.

2020. godina bez sumnje je bila pod utjecajem COVID pandemije te većina planiranih putovanja zbog straha nije niti realizirana, a oni koji su se ipak odlučili provesti svoj odmor u inozemstvu, putovali su samo u zemlje u koje se moglo putovati (u koje nisu trebali testove ili iz kojih nije bio potreban test ili obvezna karantena pri povratku), najčešće vlastitim automobilom ili ograničeno avionski - u Bugarsku, Grčku, Španjolsku ili Italiju. Općenito, već dugi niz godina, najpopularnija inozemna odredišta su Hrvatska, Slovačka i Italija. Hrvatska je rangirana kao prva u posljednjih dvadeset godina. Prva mjesta na ljestvici zauzimaju zemlje u kojima Česi uglavnom putuju automobilom.

Prema informacijama velikih putničkih agencija iz rujna 2020., objavljenim u B2B magazinu COT usprkos situaciji oko širenja koronavirusa, Česi su tijekom rujna i dijelom listopada 2020. godine kupovali aranžmane i putovali u Tunis, na Kanarske otoke ili Madeiru a potražnja je rasla i za Egipat, čiju su prodaju neke turističke agencije obnovile unatoč obveznom testiranju, jer je omiljen među Česima u ovom razdoblju. Tunis u jesenskom razdoblju bilježi rast od 50 posto jer Česi još uvijek mogu ići u tu zemlju s turističkim agencijama, bez negativnog testa za Covid-19.

Krajem rujna 2021. češko Ministarstvo vanjskih poslova održalo je konferenciju za novinare na temu putovanja Čeha u inozemstvo. Objavljeno je da je ova godina bila puno uspješnija što se tiče putovanja Čeha u inozemstvo nego prethodna, iako je bila u znaku pandemije. Zaslugu za to ministarstvo je pripisalo diplomaciji i aktivnosti samog ministarstva koje je bilo prije početka same sezone bilo u pregovorima s mnogim zemljama, uključujući i Hrvatsku.

Prema podacima koje su dobili od stranih institucija najviše Čeha putovalo je u Hrvatsku (750 tisuća), Grčku (150-200 tisuća), Tursku (100 tisuća), Bugarsku 120 tisuća, Tunis 8 tisuća.

Najveći rast prodaje putničke agencije zabilježile su kod Egipta, Španjolske, Turske, Grčke, Bugarske, Portugala i UAE. Pad su bilježile kod Tunisa, Austrije i Slovačke.

Ministarstvo vanjskih poslova napravilo je posebne web stranice dovolena2021.cz kako bi pomogli Česima da se lakše orijentiraju u uvjetima putovanja i ulaska u pojedine zemlje. Dnevno je te stranice u prosjeku posjetilo 25 tisuća ljudi. Najveću posjećenost je imala Hrvatska (675 tisuća), Italija (400 tisuća), Slovačka (383 tisuće), Grčka (360 tisuća), Austrija (296 tisuća), Egipat (245 tisuća), Španjolska (230 tisuća) i Bugarska (215 tisuća).

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2020. – procjene za 2021.

Uslugu organizatora putovanja za godišnji odmor u inozemstvu u 2020. kod dužih putovanja iskoristilo je 405.000 putnika, što je petina brojke iz 2019. godine. Broj individualnih putnika koji su odmor proveli u inozemstvu iznosio je 40% prometa 2019. U 2020. produbile su se razlike između organiziranog i individualnog prometa, u korist individualnog. Općenito postoje velike razlike u omjeru organizirano/individualno prema destinacijama u koje putuju. Tako npr. u Egipat, Tursku i Grčku skoro sva putovanja idu preko organizatora putovanja, dok u Slovačku, Austriju i Hrvatsku putuju u velikom postotku individualno.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. – procjene za 2021.

Češki turisti najčešće su u 2020. putovali u inozemstvo:

a) autobusom	11,5%
b) vlastitim automobilom	69 %
c) zrakoplovom	16,6 %
d) vlakom itd.	2,9 %

2020. godina bila je u znaku putovanja automobilom, jer je u većini zemalja postojala zabrana leta zrakoplovima iz razloga straha od širenja zaraze u zatvorenom prostoru. Umjesto udaljenijih destinacija zračnog putovanja, te su godine Česi preferirali zemlje dostupne automobilom.

U 2021. se situacija znatno promijenila. Prema podacima iz zračne luke Prag, Česi su u razdoblju lipanj-kolovoz 2021. najviše letjeli u Grčku (137 tisuća), Bugarsku (60 tisuća), Egipat (52 tisuće), Italiju (42 tisuće), Španjolsku (40 tisuća), Tursku (26 tisuća) i Hrvatsku (19 tisuća).

Prema podacima portala kiwi.com koji prodaje aviokarte u ljeto 2021. Česi su putovali gotovo kao prije pandemije. Rezervacije karata koje su češki turisti napravili od početka lipnja do kraja kolovoza popele su se na 95 posto od ukupnog broja putovanja obavljenih u istom razdoblju 2019. Najposjećenije destinacije bile su Kijev, Rim, Malaga, Lavov i Palma de Mallorca a slijedili su drugi tradicionalni gradovi za odmor u Hrvatskoj i Italiji. Prema portalu, u ljeto 2021 Česi su odabrali tradicionalne europske destinacije te su, baš kao i prošle godine, letjeli uglavnom u Italiju, Španjolsku i Hrvatsku. Vrlo je pozitivan rast broja rezervacija, koji se popeo gotovo na razinu prije pandemije, a treći tjedan kolovoza bio je najjači. Unatoč činjenici da popularnost destinacija za odmor ostaje ista, prosječne cijene karata iz Češke znatno su se promijenile. Došlo je do manjeg povećanja u odnosu na 2020. godinu, međutim cijene ostaju u prosjeku za oko 27 % niže nego u 2019. godini.

Što se tiče duljine boravka, Česi su na godišnjem odmoru u 2021. proveli manje od pet dana, a 2020. 5,5 dana. Isto tako nastavljaju rezervirati svoje letove mnogo ranije nego 2020. i 2019. godine, što također potvrđuje trend putnika koji traže veću fleksibilnost. Ipak, valja dodati da se broj letova koje su zračni prijevoznici otkazali postupno smanjuje, u ljeto 2020. iznosio je oko 32%, dok je 2021. godine otkazano oko 4% posto svih letova. Iz Kiwija su javljali da se želja Čeha za putovanjem nastavila i u jesenskom razdoblju 2021. To potvrđuje broj rezervacija koje su se više nego utrostručile u odnosu na prošlu godinu. Češki putnici su tijekom jeseni 2021. letjeli u Rim, Kijev, London, Kopenhagen i Lavov.

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. – procjene za 2021.

Česi su u 2020. najčešće za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo koristili:

a) individualna organizacija putovanja	65,2%
b) organizirano putovanje preko TO/agencija	24,5 %
c) ostali oblici	10,3 %

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2020. – procjene za 2021.

Češki turisti za svoja putovanja u inozemstvo (s četiri i više noćenja) koriste:

a) hoteli i slične vrste smještaja	53,2 %
b) ostale vrste skupnog smještaja	8,9 %
c) kod rođaka i poznanika	16,5%
d) ostali oblici smještaja	21,4 %

U 2020., koja je bila pod utjecajem pandemije promijenile su se preferencije Čeha u odnosu na ranije godine. Tražili su se samostalne vile i privatni smještaj, a od hotelskog smještaja hoteli u manjim resortima, po mogućnosti u manjim ljetovalištima.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2020. – procjene za 2021.

Prema motivu putovanja, Česi u inozemstvo najčešće putuju (putovanja s četiri i više noćenja):

a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme	85,2 %
b) posjet rodbini, poznanika	13,2 %
c) ostali privatni razlozi	1,6 %

Glavna sezona za putovanja je ljeto, naročito srpanj, kada se realizira najviše putovanja. Prevladava duljina boravka na odmoru od 4-7 dana (67 %). Prosječan broj noćenja na dužim putovanjima je 7,9. Česi postaju sve zahtjevniji turisti te traže bolji smještaj. U posljednje vrijeme odabiru nekoliko kraćih odmora i nisu više zadovoljni samo ležanjem na plaži. Tipičan češki odmor sada znači na prvom mjestu prirodu i aktivnost. Obitelji od godišnjeg odmora očekuju doživljaj te putuju na kraće putovanje kako bi imali vremena i novca otputovati na još jedan odmor.

U 2020. i 2021. putovanja su bila pod utjecajem pandemije COVID 19 pa je većina ljudi u inozemstvo putovala u zemlje gdje je bilo moguće putovati, a glavni cilj bio je odmor na moru.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2020. – procjene za 2021.

Prema podacima Statističkog ureda Češke prosječna potrošnja na duže inozemno putovanje u 2020. je iznosila 12.181 CZK (479 eura).

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

U Češkoj je prema podacima objavljenima na stranicama Ministarstva regionalnog razvoja u 2021. registrirano 619 organizatora putovanja koji imaju osiguranje u slučaju bankrota te nekoliko tisuća agencija, što je za 237 manje organizatora nego u istom razdoblju 2019, prije početka pandemije, kada ih je bilo 856. U posljednje dvije godine oko 180 ih je privremeno prekinulo rad, dok su ostali zatvorili tvrtke trajno.

Najveći organizatori putovanja (po prihodima):

- Exim tours (u vlasništvu REWE grupe)
- Fischer Group (FISCHER, NEV-DAMA, e-Travel i Privileq), od 2020. u grupaciji REWE
- Blue Style
- Čedok (u vlasništvu Itake)
- Alexandria
- Eso Travel
- Travel family (Vitkovice Tours, Viamare, VTT i Kovotour Plus)

Najznačajniji organizatori putovanja, koji u svojim programima nude Hrvatsku su:

- Travel family www.ckvt.cz
- CK Victoria www.victoria-ck.cz
- CK 101 Zemek www.101ckzemek.cz
- Mediteran Travel www.mediteran.cz
- Čedok www.cedok.cz
- České kormidlo www.ceskekormidlo.cz
- Relax Adriatic www.relaxadriatic.cz
- CK Kellner www.kellnerck.cz
- Kompas www.kompas.cz
- Nev-dama www.nev-dama.cz
- Tipa Tour www.tipatour.cz
- Alexandria www.alexandria.cz
- Valaška www.ckvalaska.cz
- CK Dezka www.dezka.cz
- CK Fischer www.fischer.cz
- Globtour www.ckglobtour.cz
- Adriadata banka www.adriadatabanka.com

Najznačajnije online agencije (prodaju aranžmane drugih):

- www.invia.cz
- www.zajezdy.cz
- www.last.cz
- www.dovolena.cz
- www.sdovolena.cz
- www.nacesty.cz

Financijski najsnažniji organizatori putovanja koji imaju Hrvatsku u svojim programima su: CK Victoria, Fischer, Exim tours, Čedok, Alexandria, Travel Family i Kompas.

Više od 150 organizatora putovanja nudi Hrvatsku, od čega 30-ak ima više od 1.000 putnika godišnje.

U Češkoj djeluju dvije udruge putničkih agencija:

1. Udruga organizatora putovanja Češke republike - **ACK ČR** (Asociace cestovních kanceláří České republiky). Ima 279 članica od kojih njih 70 u svojim programima imaju Hrvatsku

2. Udruga čeških organizatora putovanja i agencija - **AČCKA** (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Ima oko 259 članova od kojih 50-ak u svojim programima imaju Hrvatsku.

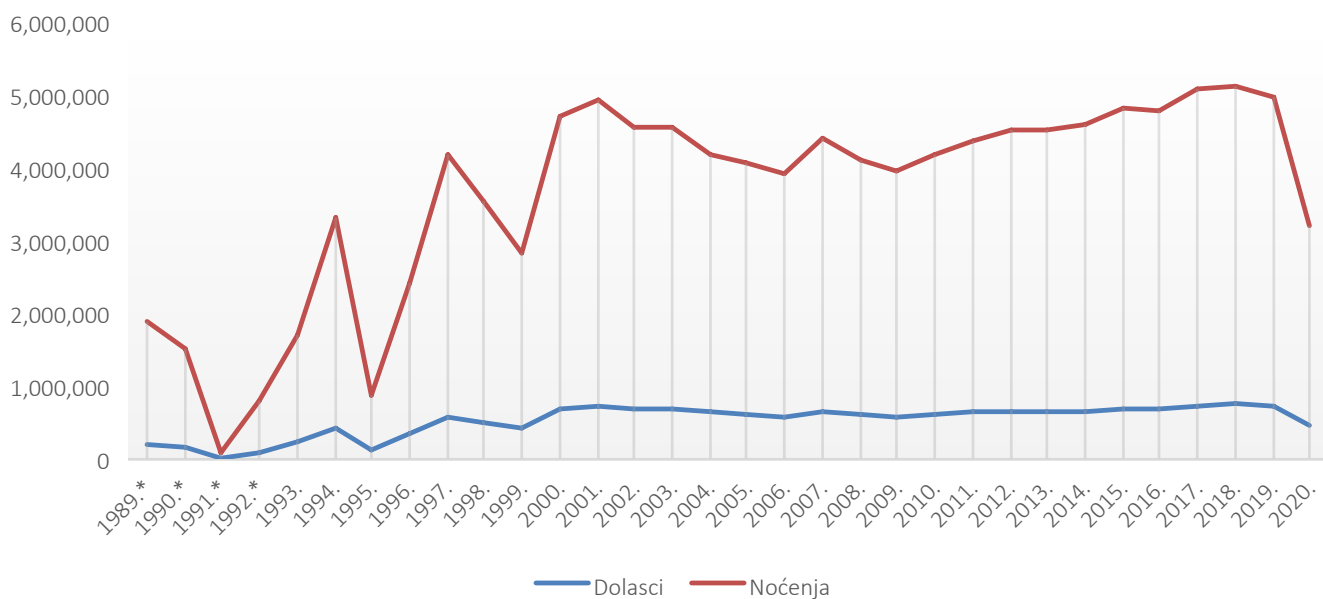
Određeni broj organizatora putovanja u Češkoj nisu članovi niti jedne udruge.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

ČEŠKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989=100	apsol.	indeks	1989=100
1989.*	192.680		100	1.893.043		100
1990.*	171.349	89	89	1.524.570	81	81
1991.*	12.322	7	6	82.493	5	4
1992.*	107.755	874	56	806.176	977	43
1993.	238.252	221	124	1.711.914	212	90
1994.	435.168	183	226	3.301.374	193	174
1995.	119.104	27	62	889.496	27	47
1996.	346.000	291	180	2.432.000	273	128
1997.	579.061	167	301	4.166.446	171	220
1998.	498.538	86	259	3.527.934	85	186
1999.	415.295	83	216	2.844.657	81	150
2000.	697.521	168	362	4.713.186	166	249
2001.	742.485	106	385	4.921.354	104	260
2002.	697.902	94	362	4.560.486	93	241
2003.	699.473	100	363	4.554.400	100	241
2004.	663.794	95	345	4.172.787	92	220
2005.	615.535	93	319	4.051.780	97	214
2006.	593.276	96	308	3.921.345	97	207
2007.	669.132	113	347	4.394.711	112	232
2008.	622.620	93	323	4.122.460	94	218
2009.	578.517	93	300	3.961.828	96	209
2010.	605.732	105	314	4.170.084	105	220
2011.	638.035	105	331	4.388.696	105	232
2012.	647.211	101	336	4.519.489	103	239
2013.	652.154	101	338	4.539.066	100	240
2014.	661.486	101	343	4.600.001	101	243
2015.	696.151	105	361	4.811.990	105	254
2016.	688.843	99	358	4.770.319	99	252
2017.	741.757	108	385	5.067.098	106	268
2018.	755.104	102	392	5.127.447	101	271
2019.	742.248	98	385	4.985.029	97	263
2020.	481.458	65	250	3.212.204	64	170

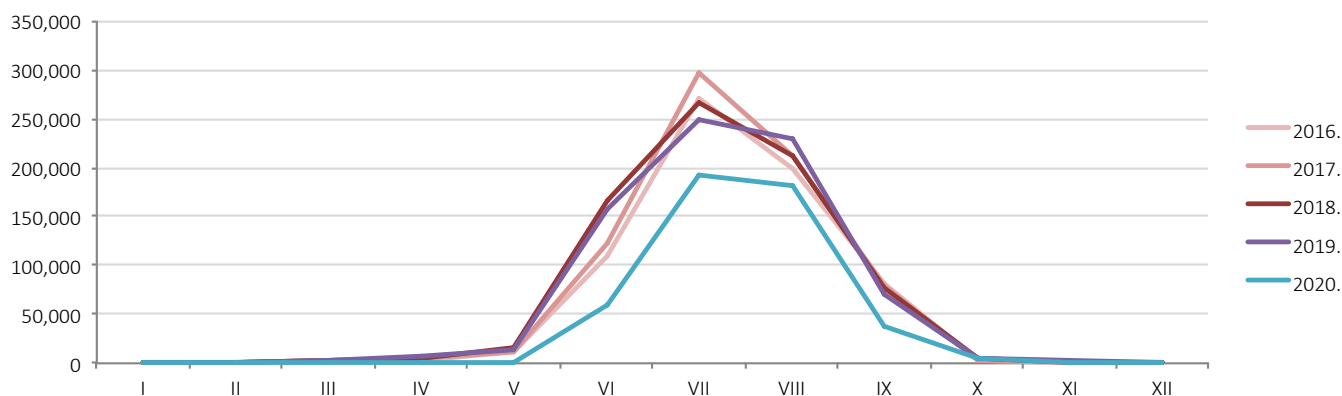
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja čeških turista, razdoblje 1989. - 2020.



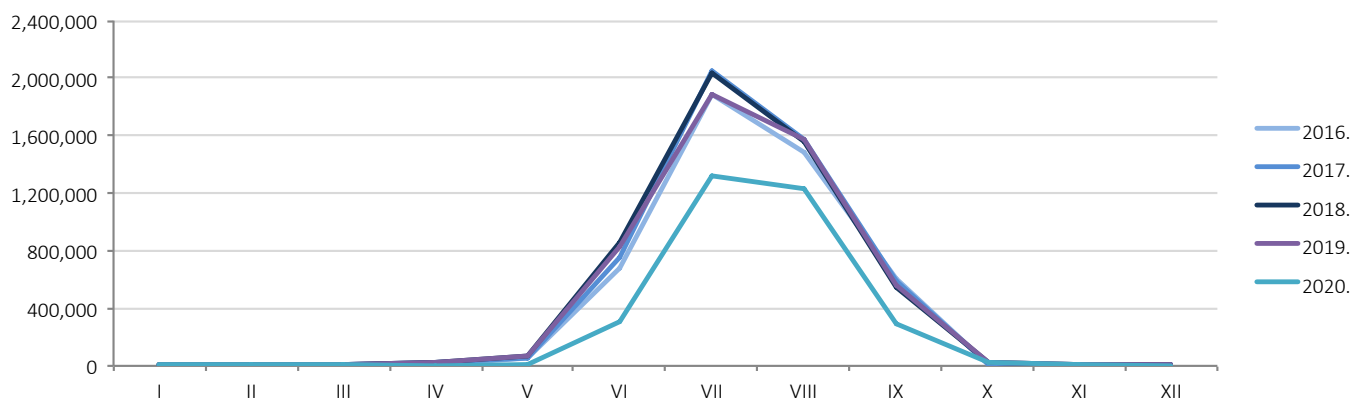
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Češka



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

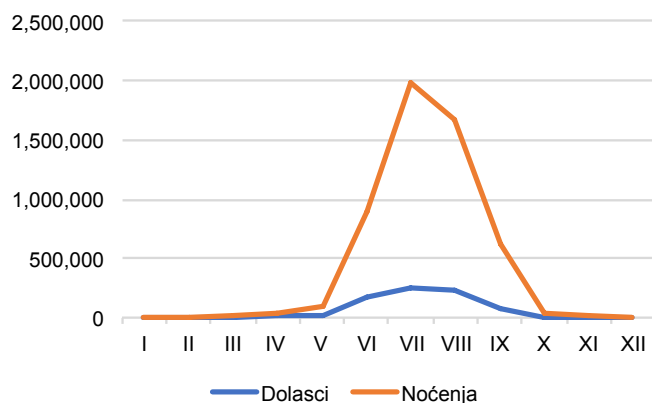
Noćenja po mjesecima - Češka



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

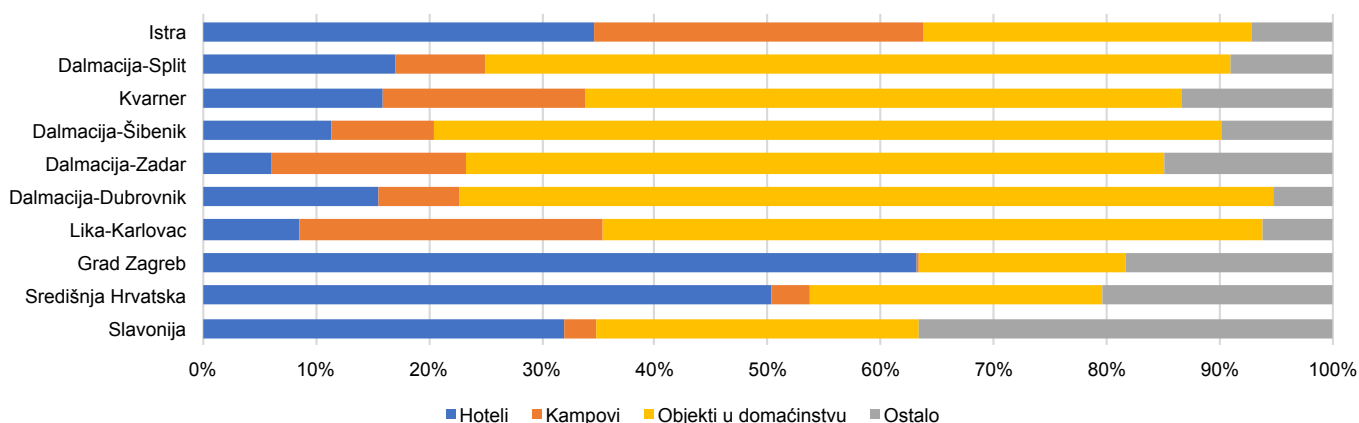
Dolasci i noćenja čeških turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	217.084	1.650.704
Istra	152.319	974.503
Dalmacija-Zadar	106.631	807.026
Kvarner	107.595	699.227
Dalmacija-Šibenik	66.798	493.922
Dalmacija-Dubrovnik	35.648	276.111
Nautika	35.893	239.415
Lika-Karlovac	43.376	183.987
Grad Zagreb	12.088	21.534
Središnja Hrvatska	11.002	18.597
Slavonija	1.911	4.108
Ukupno	790.345	5.369.134

Noćenja čeških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

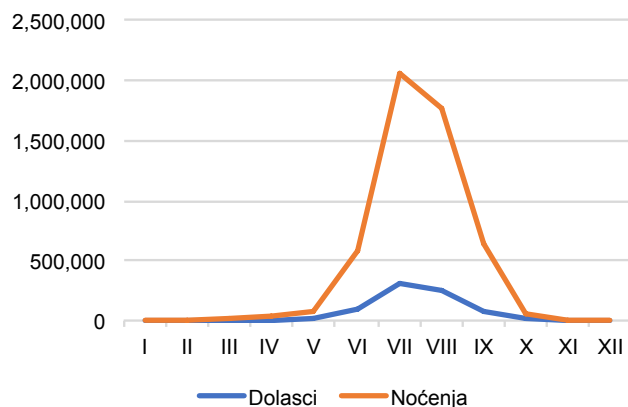
Grad općina	Noćenja
Podgora	244.905
Gradac	244.405
Baška Voda	207.808
Umag	148.355
Omiš	137.692
Medulin	123.299
Crikvenica	115.511
Vodice	112.892
Novalja	111.098
Biograd na Moru	109.156

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	3,5%	3,3%
6-11 godina	5,9%	5,7%
12-17 godina	4,4%	4,5%
18-24 godina	2,5%	3,0%
25-34 godina	5,5%	6,0%
35-44 godina	10,9%	10,9%
45-54 godina	9,0%	7,7%
55-64 godina	5,2%	5,2%
> 65 godina	3,2%	3,4%

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

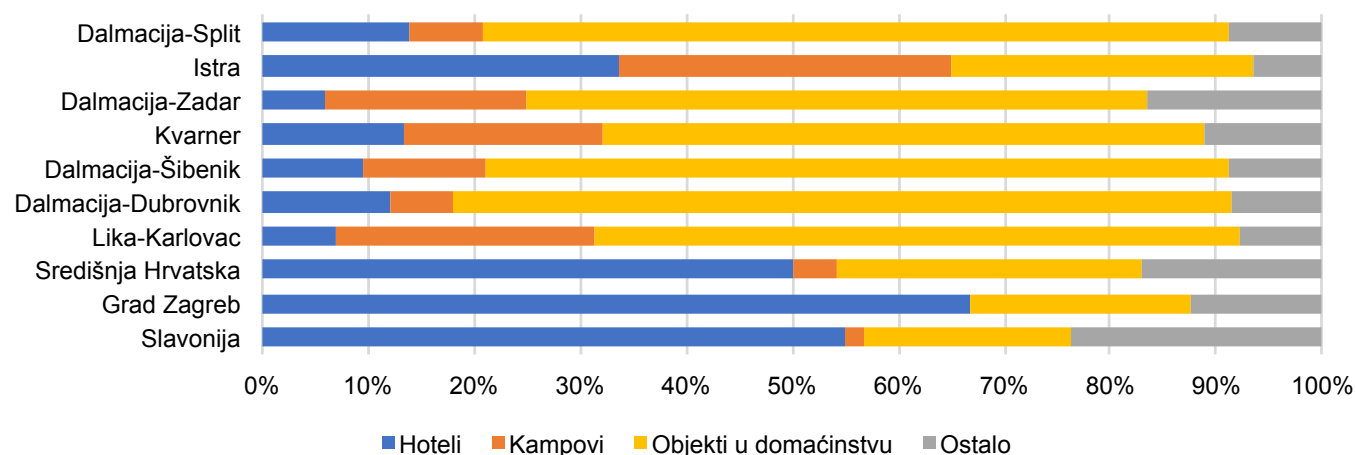
Dolasci i noćenja čeških turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	194.673	1.483.238
Istra	161.427	1.040.581
Dalmacija-Zadar	105.961	789.639
Kvarner	108.877	692.121
Dalmacija-Šibenik	60.076	442.528
Dalmacija-Dubrovnik	34.679	272.242
Nautika	39.296	268.764
Lika-Karlovac	46.149	198.364
Središnja Hrvatska	13.797	19.673
Grad Zagreb	9.095	15.061
Slavonija	1.249	3.898
Ukupno	775.279	5.226.109

Noćenja čeških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Podgora	228.519
Gradac	164.335
Umag	147.740
Baška Voda	133.322
Medulin	130.676
Novalja	127.465
Omiš	124.802
Rovinj	116.258
Poreč	113.766
Funtana	113.172

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	3,8%	3,6%
6-11 godina	5,4%	5,1%
12-17 godina	4,3%	4,4%
18-24 godina	3,0%	3,6%
25-34 godina	6,2%	6,9%
35-44 godina	10,2%	10,2%
45-54 godina	9,8%	8,3%
55-64 godina	5,0%	4,6%
> 65 godina	2,9%	2,8%

TOMAS Hrvatska 2019. - Češka

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama.

Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

GLAVNI MOTIVI ODMORIŠNIH PUTOVANJA

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Češka
More	66,5	78,8
Priroda	13,4	11,1
Touring, sightseeing	7,2	3,8
Gradovi (city break)	4,8	2,2
Kultura i umjetnost	2,0	0,5
Zabava i festivali	1,3	1,9
Sela, ruralno područje	0,9	0,7
Manifestacije i događanja	0,6	0,1
Gastronomija	0,6	0,3
Wellness, toplice	0,4	0,0
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,1
Cikloturizam, mountain biking	0,3	0,0
Planinarenje, hodanje	0,2	0,4
Nešto drugo	1,1	0,1
UKUPNO	100,0	100,0

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Češka
More	79,1	90,3
Priroda	56,2	63,8
Gradovi (city break)	24,8	32,0
Touring, sightseeing	22,3	16,5
Kultura i umjetnost	13,4	10,1
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	11,6
Gastronomija	6,7	7,7
Zabava i festivali	5,1	7,7
Sela, ruralno područje	4,7	3,3
Manifestacije i događanja	4,1	2,9
Posao	2,8	2,3
Wellness, toplice	3,3	3,3
Planinarenje, hodanje	3,3	4,6
Drugi odmorišni motivi	2,6	0,4
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	0,0
Cikloturizam, mountain biking	1,7	0,5
Zdravstveni razlozi	0,8	0,2
Obrazovanje	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,2	0,8
Neki drugi razlog	1,0	0,1

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Češka
Prvi posjet	33,3	26,4
Drugi posjet	15,4	14,0
3 do 6 posjeta	20,1	30,8
7 i više posjeta	31,2	28,8
UKUPNO	100,0	100,0

IZVORI INFORMACIJA

Izvori informacija	Prosjek za strana tržišta	Češka
Internet	56,2	64,7
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	20,8
Prijašnji boravak	21,4	23,0
Preporuke TA ili kluba	10,7	11,3
Brošure, oglasi, plakati	5,3	4,1
Radio, televizija, film ili video	5,2	10,1
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	8,3
Članci - novine/ časopisi	3,3	6,1
Nije trebao informacije	8,0	5,6

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Rezervacija smještaja	Prosjek za strana tržišta	Češka
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	18,7
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	47,0
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	17,9
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	14,6
Na neki drugi način	0,8	0,0
Nije unaprijed rezerviran	4,0	1,8
UKUPNO	100,0	100,0

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Trenutak rezervacije	Prosjek za strana tržišta	Češka
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	3,9
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	14,8
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	32,2
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	31,7
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	17,4
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Češka
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca	7,6	9,3
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	6,8
Neprijmjereno odloženo smeće	6,2	4,8
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	6,4
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	5,5
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	8,9
Nešto drugo	1,3	1,6

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Češka
Plivanje, kupanje	76,5	85,3
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	58,9
Odlazak u restorane	50,4	45,8
Posjet povijesnim građevinama	23,4	18,8
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	14,6
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	9,6
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	14,3
Pješačenje	14,5	13,5
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	7,1
Jogging, trčanje	12,9	15,0
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	8,3
Tenis	10,0	12,2
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	6,1
Ronjenje	8,4	10,7
Posjet tematskim parkovima	7,8	7,9
Posjet zabavnim događanjima	7,1	6,6
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	4,5
Ribolov	6,1	7,9
Obilazak tematskih cesta	6,2	4,1
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	4,2
Ostalo	4,8	0,9
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	2,1
Posjet toplicama	3,9	2,3
Posjet kulturnim događanjima	3,8	4,1
Golf	3,8	3,7
Jedrenje	3,4	0,0

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Češka
Posjet sportskim događanjima	3,2	2,4
Planinarenje	2,7	1,2
Avanturistički sportovi	2,5	1,5
Mountain biking	2,5	1,6
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	1,6
Sudjelovanje na radionicama	1,6	1,9
Dvoranski sportovi	1,5	0,8
Lov	1,4	0,9
Jahanje	1,4	0,3
Rafting	1,3	1,1
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	0,3
Nekom drugom	9,1	7,3
Niti jednom	0,9	0,5

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Češka
Ljepota prirode i krajolika	87,7	88,2
Ljepota mjesta	86,3	89,9
Osobna sigurnost	84,3	86,8
Atmosfera, ugođaj	82,7	82,6
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	82,8
Ukupni boravak	80,5	83,8
Uređenost mjesta	78,5	83,2
Čistoća plaža	77,2	79,3
Smještajni objekt	76,8	78,2
Informacije u destinaciji	76,3	79,9
Ekološka očuvanost prostora	76,4	78,9
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	80,5
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	78,0
Pješačke staze	75,1	82,6
Prometna dostupnost destinacije	74,1	79,0
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	67,6
Označavanje znamenitosti	71,8	71,6
Kultura i umjetnost	71,4	62,0
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	76,7
Besplatni internet u destinaciji	69,5	65,3
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	71,8
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	73,6
Biciklističke rute i staze	67,7	69,0
Lokalni javni prijevoz	63,9	71,5
Sportski sadržaji	63,8	64,4
Događanja i manifestacije	63,4	59,3
Mogućnost za kupnju	62,5	66,8
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	61,5
Zabava, noćni život	62,4	60,7
Promet u mjestu	62,3	61,4

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

	Prosjek za strana tržišta	Češka
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	7,3
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	22,9
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	69,8
UKUPNO	100,0	100,0

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Češka
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	84,49
Smještaj	52,8	45,85
Hrana u restoranima i barovima	17,1	12,17
Usluge trgovine	11,6	10,43
Kultura i zabava	3,3	2,45
Sport i rekreacija	2,8	3,40
Izleti	2,7	3,37
Lokalni prijevoz	7,1	5,81
Ostalo	1,7	1,01

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Češka
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	54,26
Hrana u restoranima i barovima	17,2	14,40
Usluge trgovine	11,7	12,35
Kultura i zabava	3,3	2,90
Sport i rekreacija	2,9	4,03
Izleti	2,8	3,99
Lokalni prijevoz	7,1	6,87
Ostalo	1,7	1,19

Aktualni imidž Hrvatske

Česi su u 2021. percipirali Hrvatsku vrlo pozitivno, kao sigurnu zemlju za odmor sa niskom rizikom zaraze. Tome je puno pomogla kampanja „Safe Stay in Croatia“. Hrvatska je među prvima na češkom tržištu u medijima najavila svoje pripreme za sezonu uvođenjem sigurnosne oznake Safe Stay in Croatia. Dala je jasno do znanja da će turiste dočekati spremno i time ih uvjerila da će biti sigurna destinacija. Svoju spremnost potvrdila su kasnije i donesena pravila za ulazak u zemlju pa su prvi gosti organizirano svoja putovanja ostvarili već oko Uskrsa. Ako govorimo općenito o aktualnom imidžu Hrvatske na češkom tržištu bez ozračja pandemije bolesti COVID 19, onda možemo navesti sljedeće - očuvana priroda, čisto more koje Česi često nazivaju „češko more“, brza i laka dostupnost svim prijevoznim sredstvima, gostoljubivost domaćina, bogata kulturna baština, bliskost jezika te lakoća komunikacije, raznolika ponuda (sportski sadržaji) i odlična gastronomija najvažnije su pozitivne točke Hrvatske, zbog kojih su mnogi Česi zavoljeli našu zemlju, a mnogima je ona jedina strana odmorišna destinacija u koju se iz godine u godinu rado vraćaju.

Na drugu stranu, sve zahtjevnijim generacijama Čeha koji za svoj novac traže adekvatne usluge, ponudu smještaja i dodatne programe koji će im pružiti nezaboravan doživljaj na godišnjem odmoru gore navedene prednosti ne moraju više biti dovoljne. Gosti koji su navikli boraviti u drugim zemljama u hotelima, u Hrvatskoj su nezadovoljni zbog visokih cijena hotelskog smještaja u usporedbi s ostalim, konkurentskim zemljama (Grčka, Egipat, Bugarska i Turska). Upozoravaju na nedostatak hotela s tri zvjezdice. Iz godine u godinu u Hrvatskoj se prelazi na hotele s četiri zvjezdice uz cijene smještaja koje si prosječna češka obitelj ne može priuštiti. Prigovaraju i na visoke cijene u restoranima i jednoličnu ugostiteljsku ponudu. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištim. Najveći nedostaci su način na koji se percipira češkog gosta u odnosu na druge goste.

Češki organizatori putovanja negoduju zbog nejednake poslovne politike hotelijera prema njima u odnosu na partnere „sa zapada“ (drugi cjenici, drugi uvjeti plaćanja, stop buking, akontacije, garancijske, odnosno alotman-ske cijene,...). Veliki problem predstavljaju i visoke cijene u restoranima, što mnoge goste navodi na putovanje

u konkurentne destinacije. Pritužbe su usmjerene na neadekvatno formiranje cijena pa tijekom godine i nekoliko puta dolazi do njihove izmjene. Najveći problem s kojim se organizatori putovanja u zadnje vrijeme bore je sve veća ponuda hrvatskih hotelijera na OTA portalima.

Bez obzira na navedeno još uvijek je Hrvatska na češkom tržištu najomiljenija morska destinacija. Iako Česi raste životni standard, vrlo su osjetljivi na cijene, pogotovo što za isti novac mogu boraviti u konkurentnim zemljama puno duže. Profiliranje Hrvatske u kvalitetniju destinaciju i povećanje kvalitete hotelskog smještaja donosi istovremeno povećanje cijena, što Čehe odvodi u nama konkurentne zemlje. Česi često koriste programe, tzv. Eurovikende - kratka vikend putovanja u europske gradove. Za Hrvatsku takve ponude nažalost kod organizatora putovanja ne postoje, ali mogla bi biti perspektivna jer već u pred i posezoni postoje direktni letovi iz Praga za Split, Dubrovnik te Zadar.

Ako gledamo 2021., očekivanja su nakon završene ljetne sezone 2020. bila velika. Međutim, epidemiološka situacija u Češkoj je početkom 2021. bila kritična te se nije znalo što se može očekivati. Prema informacijama koje smo imali od turoperatora koji u svojim programima imaju Hrvatsku, prodaja je tijekom siječnja i veljače 2021. bila loša. Uglavnom su se Česi samo interesirali i raspitivali za uvjete putovanja koji će vrijediti za ulazak u Hrvatsku. Neke od agencija javljale su da će tijekom ožujka realizirati grupe u Hrvatskoj, međutim, kako se epidemiološka situacija pogoršavala tako su morali stornirati rezervacije.

Prema informacijama turoperatora, s kojima je predstavništvo bilo tijekom proljeća u kontaktima, ključni elementi za pokretanje bukinga bili su uvjeti ulaska u zemlju te informacija da li će biti potrebni testovi za ulazak, odnosno pri odlasku iz zemlje. Srećom, za ulazak u Hrvatsku bili su dovoljni i antigenski testovi koji su u Češkoj bili dostupni po nižim cijenama nego u Hrvatskoj, a kasnije je Ministarstvo zdravstva Češke odlučilo da će osiguranje pokriti trošak testiranja, što je mnogima olakšalo odluku da će otputovati u inozemstvo na odmor bez dodatnog troška za testiranje. Tada je krenuo veliki interes za rezervacijama. Neke agencije javljale su da imaju bolji buking nego rekordne 2019. godine.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020. i 2021.

Do kraja prosinca 2021. ostvareno je 775.305 dolazaka i 5.226.236 noćenja, te je organizirano putem agencija

ostvareno 204.531 dolazaka i 1.338.924 noćenja, čime udio organiziranih dolazaka predstavlja 26,4% u dolascima te 25,7 % u noćenjima. Ostvarena brojka je blago iznad prosjeka organiziranih dolazaka s većine ostalih tržišta, te je ostvaren veći broj i udio u organiziranim dolascima u 2021. u odnosu na 2020. godine kad je organizirano stiglo 23,9% Čeha s udjelom u noćenjima od 22,9%. U Češkoj agencije i dalje imaju bitnu ulogu, diktiraju trendove i ponudu, ali dugoročno gledano njihov udio u ukupnim dolascima pomalo opada, a raste broj individualnih gostiju i to posebice kod gostiju veće platežne moći koji bukiraju Hotele s 4* i 5*. Hotelijeri u Hrvatskoj sve češće imaju web stranice na češkom jeziku te provode samostalne kampanje u Češkoj što utječe na individualne dolaske i buking.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020. i 2021

Organizatora putovanja tzv. „specijalista“ za Hrvatsku na češkom tržištu ima desetak – od većih koji svojom ponudom pokrivaju cijelu Hrvatsku, do onih manjih koji nude samo nekoliko destinacija. U katalogima najvećih na tržištu (Čedok, Alexandria) Hrvatska je zastupljena najviše do 20 %. U programima tri najveća organizatora putovanja za Hrvatsku – Travel Family, Victoria i České kormidlo u katalogu je zastupljena Hrvatska s više od 70 %. Niz malih i srednjih turoperatora nudi isključivo Hrvatsku (CK 101 Zemek i Mediteran Travel), a nude cijelu obalu i otoke te programe u tranzitnim područjima kontinenta.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja, odnosno ponuda sunce/more nije se mnogo promijenila u odnosu na prethodne godine, pogotovo iz razloga što su 2020. i 2021., godine pod utjecajem pandemije bile nepredvidljive u realizaciji, pa su se svi držali onoga što je traženo, a to je odmor na moru.

Ako ćemo usporediti ponude za 2020. i sezonu 2021., one su bile vrlo slične. U katalogima su se mogli naći hoteli s četiri zvjezdice, koji se zbog visokih cijena, nažalost, ne prodaju tako dobro kao u drugim mediteranskim zemljama. Manji je broj kuća s apartmanima jer vlasnici nakon odrađene dvije godine s agencijom, pokušavaju puniti objekte sami, a još veći problem su OTA portali. Hrvatska se sve više nudi s auto aranžmanima, jer su povoljniji, iako je ponuda autobusnih aranžmana zadovoljavajuća. U katalogima su prisutni i kratki ili tranzitni programi na putu prema moru, npr. toplice u Zagorju ili jednodnevno kupanje na Jadranu. Pojedine agencije specijalizirane za Hrvatsku okreću se aktivnom turizmu

(101 Zemek, CK Victoria), ili ponudama za grupe te izrađuju posebne kataloge, što su pozitivne vijesti jer na taj način produžuju predsezonu i sezonu. Agencije specijalizirane za kampove obogaćuju ponudu te raste potražnja za mobilnim kućama s 4* i 5* te su takvi gosti bili među prvim češkim turistima u Hrvatskoj u 2020. i 2021. godini te koriste mobilne kuće u pred i sezoni. Zanimljivo je da su neke agencije koje nude Hrvatsku uspjeli dogovoriti pakete s fleksibilnom dužinom boravka u kombinaciji sa vlakom i takvi su se nudili na stranicama RegioJeta. Imali su veliki uspjeh.

Dakle, u odnosu na 2020., u 2021. je došlo do blagog povećanja zakupa kapaciteta u alotmanu u već postojećim destinacijama, zbog negativnog iskustva iz 2020., kada su većinu kapaciteta imali u fiksnom zakupu, koji se nije prodao, a morali su za njega platiti hrvatskim partnerima. Ove godine dogodilo se suprotno tj. u srcu sezone na prijelazu srpnja i kolovoza potražnja za Hrvatskom na češkom tržištu bila je velika, međutim, zbog malo zakupljenog kapaciteta i stop bukinga nisu imali što prodavati.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. i 2021. (programi za Hrvatsku)

Anketa Predstavništva HTZ-a provedena u listopadu 2021. među najznačajnijim turoperatorima koji u svojim programima imaju Hrvatsku potvrdila je da su ukupni rezultati organiziranog prometa u 2021. bili bolji nego 2020., a za neke i bolji nego rekordne 2019. godine. Za razliku od tih brojki, ostale preferencije vrlo su slične kao i prethodnih godina.

Većina agencija navela je da su u 2021. bilježili pad u odnosu na 2019. od oko 30 %, dok su u odnosu na 2020, svi bilježili rast od 50 do 100% . Oni koji su malo promijenili ponudu u odnosu na prijašnje godine, ili svoje pakete spojili npr. s vlakom, bilježili su i bolje rezultate. U sezoni 2021. u odnosu na 2020. nije dolazilo toliko do storniranja već zakupljenih aranžmana, ali jedan dio aranžmana ove godine kupljen je za vouchere koje su dobili od agencije za storno iz 2020. Ono o čemu se većina agencija složila je da se moglo puno više prodati da je bilo slobodnih kapaciteta, što se misli na par tjedana krajem srpnja i početkom kolovoza, kada su od hrvatskih subjekata dobivali stop bukinga.

Većina agencija realizirala je aranžmane od polovine lipnja do polovine rujna, dok su u manjem broju imali goste i od svibnja do kraja rujna.

I u 2021. se najviše se putovalo vlastitim automobilom, zbog blizine destinacije, ali i zbog straha od zaraze te mogućnosti brzog povratka ako se nešto zakomplicira. Dosta aranžmana bilo je realizirano autobusom, ali i vlakom. Za razliku od prošle godine, kada su željezničku liniju za Rijeku koristili uglavnom individualci, ove su godine neke agencije smislile pakete kraćih aranžmana u kombinaciji s vlakom prema Rijeci i Splitu, što je imalo vrlo dobar uspjeh.

Tražile su se sve vrste smještaja, kampovi zbog boravka u prirodi, zatim hotelski smještaj od 3*, te manji hoteli u izoliranim resortima. U odnosu na 2020. godinu, agencije su imale i potražnju za kvalitetnijim hotelima s 4*, međutim, samo onima koji su znali prilagoditi cijenu. Najveća potražnja bila je za apartmanskim kućama s manje apartmana, gdje je manja koncentracija ljudi. Od destinacija prevladavala je Istra, zbog blizine i sigurnosti destinacije s malom pojavom oboljelih od koronavirusa, ali i zbog kvalitete smještaja i usluga. Isto tako postojao je veliki interes za Srednju Dalmaciju, gdje već tradicionalno Česi vrlo rado putuju. Bez obzira na udaljenost, ovo područje dobro je povezano s Češkom svim prijevoznim sredstvima, vlakom, autobusom, ali i zrakoplovom.

Zadnje dvije godine nije bila moguća realizacija aranžmana za grupe, jer je zbog epidemioloških mjera i tvrdog lockdowna bilo nemoguće spojiti ljude. Grupe koje su se oformile u 2020. su se raspale a nove nije moguće skupiti jer je s njima potrebno raditi od siječnja-veljače a tada su u Češkoj bile najgore restrikcije.

U 2020. reakcije turista bile su puno pozitivnije iz razloga što je bilo manje turista nego što su znali iz ranijih godina. Ono na što su se u 2021. tužili bile su uporne gužve na graničnim prijelazima sa Slovenijom i Mađarskom pogotovo, njima neshvatljivo, na izlasku iz Hrvatske.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2021. godine

U 2021. godini u ponudi avionskih veza iz Praga za Hrvatsku bili su Split, Dubrovnik i Zadar.

Croatia Airlines

Prag – Split

- 1 x tjedno od 26. lipnja – 11. rujna

SmartWings/Travel Service

Prag – Split

- svaki dan od 18. lipnja do 10. listopada

Prag – Dubrovnik

- 3 x tjedno od 1. srpnja do 3. listopada

Ryanair

Praga - Zadar.

- 2 x tjedno od 3. srpnja do 30. listopada

Autobuseri u 2021.

Autobusni prijevoz iz godine u godinu bilježi sve manji interes. Agencije kod autobusnih prijevoznika koji su uspostavili linije za ljetnu sezonu dogovaraju samo zakup određenog broja sjedala. Ovaj tip prijevoza koriste prvenstveno osobe starije dobi, oni koji koriste hotelski smještaj i grupe.

FlixBus:

- svaki dan od lipnja do rujna
- destinacije: Zagreb, Zadar, Biograd, Šibenik, Split

Regio Jet:

- 1 x tjedno od lipnja do listopada
- destinacije: Zadar, Biograd, Šibenik, Split

Vega tour:

- 1 x tjedno - petkom, od lipnja do kraja rujna
- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

Autokarem:

- 1 x tjedno – petkom
- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

Jadran Expres:

- 1 x tjedno, petkom od kraja svibnja do kraja rujna
- destinacije: sjeverna i srednja Dalmacija (Zadar – Gradac)

Gumdrop :

- 1 x tjedno, petkom
- destinacije: Istra, Kvarner, Dalmacija

Organizatori putovanja koji imaju vlastite autobuse, prodaju autobusne aranžmane i svojom ponudom pokrivaju cijelu hrvatsku obalu

- CK Victoria
- Travel Family
- CK Valaška
- CK Saturn
- CK Česke kormidlo
- ČSAD Tišnov

U 2021. interes za putovanja autobusom bio je nešto veći nego u 2020. kada je smanjen zbog straha od zaraze u zatvorenom prostoru na dužim relacijama, ali dalje pada u korist automobila. Uprkos tome autobuseri su realizirali linije za Hrvatsku iako i znatno manjem obujmu. Čak je bio trend da su se autobuseri dogovarali zajednički i dijelili sjedala s drugim autobuserima ili agencijama samo da ostvare rentabilnost linije.

Velika konkurencija i u 2021. bio je vlak RegioJeta koji je vozio na relaciji Prag-Brno-Bratislava- Ljubljana-Rijeka i novo za Split po vrlo pristupačnim cijenama te su raspoložive karte bile jako brzo rasprodane, a prodali su preko 100.000 karata.

Individualni promet u 2021.

Prometna povezanost Jadrana sa Srednjom Europom dobrom mrežom autocesta velika je prednost Hrvatske za Čehe, koji rado odlaze na putovanje automobilom. Ne zaostaje ni zračna povezanost, međutim samo u ljetnom razdoblju. Prag je ljeti bio direktno povezan sa Splitom, Dubrovnikom i Zadrom, samo cijene aviokarata nisu tako povoljne kao na letovima prema ostalim europskim gradovima. Jedino Ryanair ima letove iz Praga prema Zadru po povoljnim cijenama. 2020. i 2021. godine bile su specifične što se prijevoza tiče, velika većina gostiju koja je iz Češke otputovala u Hrvatsku išla je vlastitim automobilom ili vlakom, iako je postojala i zrakoplovna veza do Splita, Dubrovnika i Zadra. Inače, individualni turisti pokazuju kontinuirani interes za Hrvatskom. Veliki broj upita dobivamo od ljudi koji nikada nisu bili u Hrvatskoj iako prevladavaju naši vjerni gosti koji traže preporuke za izlete u destinacije, novosti u turističkoj ponudi ili aktivnosti koje bi mogli isprobati.

Ove godine pokazao se i veliki interes individualaca koji su u velikom broju koristili vlak Regiojet za Split i Rijeku a ove je godine počeo voziti mjesec dana ranije nego prošle godine. Predstavništvo je bilo zatrpano pozivima Čeha koji su planirali odmor u Hrvatskoj da se uvjere u sve mogućnosti ulaska, ali i za pomoć sa ispunjavanjem obrasca EnterCroatia.

I eVisitor dokazuje da oko 70% gostiju iz Češke u Hrvatsku stiže individualno tj. bez usluga agencija, jer uglavnom dogovore sve sami, a koriste vlastiti prijevoz automobilom.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2022.

Bez obzira na sve poteškoće koje je donijela pandemija bolesti COVID-19 većina Čeha nije izgubila volju za putovanjima. Naravno, bilo je i dosta onih koji su zbog straha od zaraze odustali od putovanja. Što se tiče straha od COVID-a, puno više ljudima smetaju ograničenja putovanja nego sami zdravstveni rizici.

Još 2019. godine, dakle prije pandemije, putničke agencije hvalile su se zbog velikog interesa za first minute prodajom. Najtraženiji hoteli u najomiljenijim destinacijama u jesen/zimu većinom su bili rasprodani, a 30-50% aranžmana ljetne sezone za narednu godinu bili su prodani već u first minute režimu. Kriza prouzročena pandemijom COVID-19 ovaj trend je u potpunosti promijenila.

Prema informacijama objavljenim u dnevnom listu MF Dnes u listopadu 2021., putničke agencije koje su pustile u prodaju aranžmane za zimu i ljeto 2021./22. bore se za svakog gosta. Mnoge od njih nakon dugog vremena dobit će ponovno financijska sredstva. Naime, Česi usprkos ponovnom rastu novo zaraženih u Češkoj i cijeloj Europi počinju kupovati aranžmane u egzotične zemlje tijekom zime, isto kao i aranžmane za naredno ljeto. U odnosu na godine prije pandemije, Česi su ipak puno oprezniji. Nerado plaćaju aranžmane puno unaprijed pa im agencije, kako bi ih zadržali, nude garanciju besplatnog storniranja. Isto tako, puno više nego ranijih godina, Česi se interesiraju da li agencije imaju osiguranje protiv bankrota, kako ne bi ostali bez uplaćenog novca ukoliko bi nastao neki problem.

Dakle, prema dosadašnjoj prodaji može se zaključiti da dio Čeha kupuje i dalje aranžmane za odmor dosta unaprijed - odlučujući čimbenici su kod njih produkt i cijena. Dio Čeha je opet oprezniji i čeka s rezervacijama početak 2022., a u jesen 2021. se raspituje za uvjete. Većina najvećih organizatora putovanja koji nude cijeli svijet (Fischer, Čedok, Blue Style, Alexandria...) suglasni su da Česi žele putovati i čak je kod većine broj prodanih aranžmana na razini istog razdoblja 2019. Vjeruju da bi sezona 2022. mogla biti uspješna, a rezultati jedne agencije koje je u studenom 2021. krenula s first minute prodajom tada su pokazali da je prodaja u istom razdoblju na razini 2018. godine za sezonu 2019.

Preliminarna procjena redosljeda omiljenih destinacija u 2022.

Hrvatska, Italija i Slovačka su destinacije u koje putuje 50 % Čeha. Vjerujemo da će te destinacije i u 2022. ostati najvažnije. Slijedom očekivanog smirivanja epidemiološke situacije u 2022. godini procjenjujemo da će Česi putovati još više nego tijekom 2021. Naravno da se neće jako približiti brojkama iz 2019. godine, jer će još uvijek postojati strah od putovanja zbog virusa. Sve to ne bi smjelo utjecati na poredak prvih triju najomiljenijih destinacija čeških turista.

Prognoze organizatora putovanja za 2022.

Iako je prodaja aranžmana počela kod većih organizatora putovanja tek u listopadu 2021., već sada se može predvidjeti, da najveći interes Česi imaju za destinacije koje su bile dostupne i prilikom nedavnog lockdowna. Na prvim mjestima prema broju prodanih aranžmana su grčki otoci, Bugarska ili Turska. Traže se hoteli uz plažu, najidealnije s *all inkluzivom*, u slučaju da ponuda usluga izvan hotela bude ograničena. U svakom slučaju goste najviše zanima da li će im u slučaju pogoršanja epidemiološke situacije i otkazivanja biti vraćen novac, jer ne žele varijantu sa voucherima koja se prakticirala u 2020. godini. Pojedine veće agencije nude prilikom rezervacije do konca studenog besplatno otkazivanje i povrat novca 45-30 dana prije leta.

First minute prodaja važna je za organizatore putovanja jer se redovno tada prodalo najviše aranžmana i mogao se predvidjeti daljnji tijek sezone. Nažalost, kako komentiraju turistički stručnjaci, ove godine sigurno se neće prodati onoliko aranžmana u first minute režimu kao ranijih godina, iako najveći igrači na tržištu govore suprotno. Ove godine first minute je važan iz tog razloga što će mnoge agencije, nakon dužeg vremena, dobiti novac koji će moći koristiti za rezervacije sjedala u zrakoplovima i kapaciteta u smještajnim objektima.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2022.

Imamo li u vidu činjenicu da je do kraja prosinca u Hrvatskoj ostvareno 775.305 dolazaka i 5.226.236 noćenja iz Češke, možemo konstatirati kako je sezona zaključena s rastom od 49% u dolascima i 47% u noćenjima, u odnosu na sezonu 2020. Za 2022. predviđamo rezultate u rangu 2021., s izglednim blagim rastom od 5 do 10%, ovisno o epidemiološkoj situaciji. Vidljiv je blagi trend promjene dijela strukture gostiju te dolazi do rasta potražnje za hotelima 4* i 5* i mobilnom kućama. Dakle, očekujemo da se tijekom 2022. godine ostvari oko 800.000 dolazaka i 5,5 milijuna noćenja čeških turista.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2022.

Većina agencija koje nude Hrvatsku planira aranžmane u 2022. godini, sukladno epidemiološkoj situaciji, već od travnja/svibnja 2022. godine, sve do kraja rujna 2022. i tu ne očekujemo promjene u odnosu na planove koje su imali u 2021. godini.

Neki najavljuju proširenje ponude te veći naglasak na hotelima s 4* koji imaju prihvatljive cijene, a u planu je i veći izbor prijevoza. Većina bi željela zadržati i učvrstiti poslovne odnose koje su ostvarili ranijih godina. U odnosu na prethodnu godinu, kod nekih je u planu promjena strukture kapaciteta u korist fiksnog zakupa. Pojedine agencije koje su ranijih godina imali u fiksnom zakupu ugovorene kuće s apartmanima i nudili aranžmane u paketu s autobusnim prijevozom, planiraju proširiti ponudu i na hotele (u alotmanu) s vlastitim prijevozom.

Agencije koje su organizirale aranžmane za grupe vjeruju da će procijepljenost omogućiti iduće godine realizacija ovog tipa putovanja, jer to u 2021. nije bilo moguće, prvenstveno iz razloga što se takvi aranžmani planiraju početkom godine, a tada je u Češkoj bila loša epidemiološka situacija i nitko nije razmišljao niti planirao ljetni odmor.

Ono čega se boje su cijene hrvatskih partnera, jer puno hotela provodi rekonstrukcije te stoga postaju kvalitetniji i dobivaju zvjezdicu dvije više, a time rastu i cijene. Puno hotelijera najavilo je da će imati tzv. „dinamične

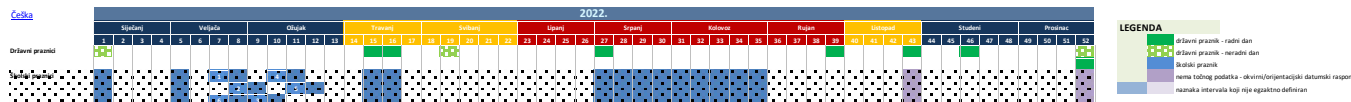
cijene“, što je za putničke agencije još veća komplikacija jer hoteli mijenjaju cijene prema trenutnoj potražnji. Mnoge agencije misle da će se ponoviti trend iz 2021. godine, kada su se kupovali aranžmani u last minute prodaji, prema aktualnoj situaciji s COVID pandemijom. Ryanair je najavio letove iz Praga za Zadar od 29.3. - 29.10.2022. godine tri puta tjedno u utorak, četvrtak i subotu. Eurowings uvodi nove linije iz Praga prema zračnim lukama u Hrvatskoj tijekom 2022. godine.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2022.

- nadaju se da će hrvatski partneri prilagoditi cijene situaciji i ne dizati ih, jer je borba za svakog gosta na tržištu velika od strane svih mediteranskih zemalja
- i nadalje promovirati Hrvatsku kao sigurnu destinaciju - da se gosti ne boje putovati i da nemaju problema za vrijeme boravka
- redovito izvještavati o mjerama koje se provode, o broju zaraženih prema županijama ili mjestima, pogotovo ako su brojke niže od konkurentskih zemalja
- prije sezone dati jasna detaljna pravila postupanja i uvjete (npr. formulari, testovi, mjesta za testiranje i cijepljenje uz radno vrijeme, cijene i sl.) za ulazak u Hrvatsku, tranzit i boravak u Hrvatskoj
- pregovarati sa susjednim zemljama da se olakša tranzit, odnosno, eliminirati prepreke za goste/putnike koji su u tranzitu kroz Austriju, Sloveniju ili Mađarsku (npr. smanjiti čekanja na graničnim prijelazima, tranzit bez zaustavljanja i sl.)
- od hrvatskih partnera očekuju suradnju i fleksibilnost ukoliko zbog pandemije ne uspiju prodati kapacitete u fiksnom zakupu, naći rješenje kako na drugi način iskoristiti poslani akontacije i sl.

Ukoliko Hrvatska i tijekom 2022. godine bude sigurna destinacija s malim brojem zaraženih, bude imala jasne epidemiološke i sigurnosne mjere koje će se provoditi u svim regijama, gosti će se osjećati sigurnima i to će biti dodatni stimulans za ljetni odmor u Hrvatskoj u povećanom broju.

Kalendar praznika



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Dan restauracije češke države/Nova godina (Restoration Day of the Independent Czech State)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Neđjelja	1
Veliki petak (Good Friday)	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	15	07.04.2023	Petak	14
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Neđjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Dan oslobođenja (Liberation Day)	08.05.2021	Subota	19	08.05.2022	Neđjelja	19	08.05.2023	Ponedjeljak	19
Dan sv. Ćirila i Metoda (Saint Cyril and Methodius Day)	05.07.2021	Ponedjeljak	28	05.07.2022	Utorak	27	05.07.2023	Srijeda	27
Dan Jana Husa (Jan Hus Day (burned at the stake in 1415))	06.07.2021	Utorak	28	06.07.2022	Srijeda	27	06.07.2023	Četvrtak	27
Dan sv. Vencislava (St. Wenceslas Day)	28.09.2021	Utorak	40	28.09.2022	Srijeda	39	28.09.2023	Četvrtak	39
Dan neovisnosti (Independent Czechoslovak State Day (created in 1918))	28.10.2021	Četvrtak	44	28.10.2022	Petak	43	28.10.2023	Subota	43
Dan borbe za slobodu i demokraciju (Struggle for Freedom and Democracy Day)	17.11.2021	Srijeda	47	17.11.2022	Četvrtak	46	17.11.2023	Petak	46
Badnjak (Christmas Eve)	24.12.2021	Petak	52	24.12.2022	Subota	52	24.12.2023	Neđjelja	52
Božić (Christmas Day)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Neđjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Sv. Stjepan (St. Stephen's Day)	26.12.2021	Neđjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici	27.10.2021	29.10.2021
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2021.	02.01.2022.
Zimski praznici/Karneval	4.2.2022.	4.2.2022.
Proljetni praznici - Češka Lipa, Jablonec nad Nisou, Liberec, Semily, Havlíčkov Brod, Jihlava, Pelhřimov, Třebíč, Ždar nad Sazavou, Kladno, Kolin, Kutna Hora, Pisek, Nachod, Bruntal	14.2.2022.	20.2.2022.
Proljetni praznici - Mlada Boleslav, Píbram, Tabor, Prachatice, Strakonice, Ústí nad Labem, Chomutov, Most, Jičín, Rychnov nad Knežnou, Olomouc, Šumperk, Opava, Jeseník	21.2.2022.	27.2.2022.
Proljetni praznici - Benešov, Beroun, Rokycany, České Budejovice, Český Krumlov, Klatovy, Trutnov, Pardubice, Chrudim, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Ostrava-mesto, Prostejov	28.2.2022.	6.3.2022.
Proljetni praznici - Praha 1 - 5, Blansko, Brno-mesto, Brno-venkov, Breclav, Hodonín, Vyškov, Znojmo, Domažlice, Tachov, Louny, Prostejov, Karvina	7.3.2022.	13.3.2022.
Proljetni praznici - Praha 6 - 10, Cheb, Karlovy Vary, Sokolov, Nymburk, Jindřichův Hradec, Litoměřice, Dečín, Prerov, Frydek-Místek	14.3.2022.	20.3.2022.
Proljetni praznici - Kromeríž, Uherské Hradiště, Vsetín, Zlín, Praha-východ, Praha-západ, Melník, Rakovník, Plzeň-mesto, Plzeň-sever, Plzeň-jih, Hradec Králové, Teplice, Nový Jičín	7.2.2022.	13.2.2022.
Uskršnji praznici	14.4.2022.	18.4.2022.
Ljetni praznici	1.7.2022.	31.08.2022.

Izvor: Eurydice