

JUŽNA KOREJA

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 neizvjesnim 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 korjenu 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.

Službeni naziv: Republika Koreja.

Državno uređenje: republika s predsjedničkim sustavom upravljanja.

Glavni grad: Seoul (9.968.000 stanovnika) (2020.)*

Veći gradovi:

- Busan (3.466.000),
- Incheon (2.818.000),
- Daegu (2.191.000),
- Daejon (1.569.000),
- Gwangju (1.524.000) (2021.)*

Površina: 99.720 km².

Broj stanovnika: 51.715.162 (srpanj 2021., procjena)*.

Službeni jezik: korejski.

Vjerska pripadnost:

- kršćani 27,6 % (protestanti 19,7 %, katolici 7,9 %),
- budisti 15,5 %,
- neopredijeljeni 56,9 % (2015., procjena)*.

Stopa rasta stanovništva: 0,26 % (procjena, 2021.)*

Gustoća naseljenosti: 519 stanovnika/km² (81,4 % stanovništva živi u gradovima) (2021.).

Valuta: južnokorejski won (KRW).

*Izvor: Cia Statistics

POLITIČKO UREĐENJE

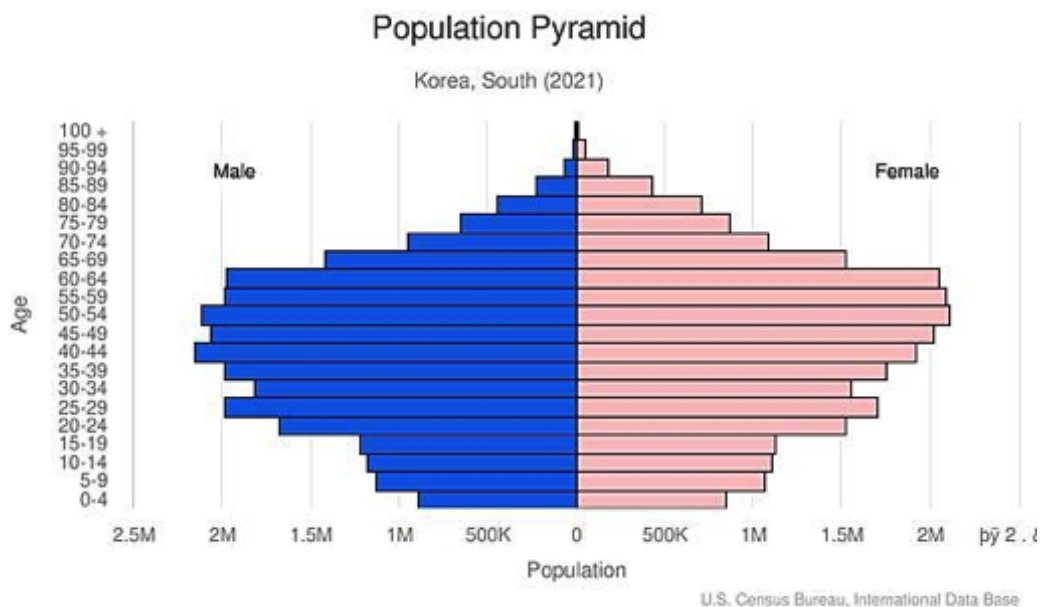
Prema Ustavu iz 1988., Koreja je republika s predsjedničkim sustavom vlasti. Predsjednik republike na čelu je države, biran izravno na razdoblje od 5 godina, može biti biran samo jednom. Ima ovlasti poglavara države i izvršne vlasti, imenuje predsjednika i članove vlade, zapovjednik je oružanih snaga.

Državno vijeće tijelo je izvršne vlasti kojemu članove imenuje predsjednik republike. Zakonodavnu vlast obavlja jednodomna Nacionalna skupština (Gukhoe), koja ima 300 zastupnika, biranih izravno na mandat od 4 godine. Vrhovni sud je na čelu sudbene vlasti, suce imenuje predsjednik republike, a parlament daje suglasnost. Administrativno, država je organizirana u 9 provincija, 6 gradskih područja, 1 posebno gradsko područje i 1 samoupravni grad.

Aktualni je premijer Kim Boo-kyum (od 14.5.2021.), dok je aktualni predsjednik države Moon Jae-in (od 10.5.2017.).

Južna Koreja je članica Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), Svjetske trgovačke organizacije (WTO), potpisnica je APEC-a (Asian Pacific Economic Cooperation) i ASEM-a (Asia-Europe Meeting).

STANOVNIŠTVO



Dobna struktura

- 0 – 14 godina – 12,02 %
(3.191.584 muškaraca / 3.025.029 žena)
- 15 – 24 godine – 10,75 %
(2.900.013 muškaraca / 2.658.057 žena)
- 25 – 54 godine – 44,83 %
(12.106.860 muškaraca / 11.077.642 žena)
- 55 – 64 godine – 15,66 %
(3.958.718 muškaraca / 4.142.322 žena)
- 65 i više godina – 16,74 %
(3.766.138 muškaraca / 4.888.799 žena)
(2021., procjena)*.

Očekivana životna dob: 82,8 godina (79,6 godina za muškarce; 86,1 godina za žene) (2021., procjena)*.

Etničke skupine: Koreanci 99,9 % (stanovništvo je etnički homogeno)*.

*Izvor: Cia Statistics

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Za Južnu Koreju zna se reći da je jedina zemlja na svijetu koja je tijekom jednog „radnog vijeka“ uspješno prošla put od siromaštva do bogatog društva. Početkom 1960-ih Republika Koreja bila je značajan primatelj međunarodne razvojne pomoći, a BDP po glavi stanovnika bio je u rangu najsiromašnijih afričkih zemalja. Danas je Južna Koreja 10. najveće gospodarstvo svijeta i 4. po veličini u Aziji.

Južna Koreja snažno je uključena u međunarodnu trgovinu i financije, a posljedično navedenom vrlo je osjetljiva na vanjske utjecaje, posebno iz Kine. Južna Koreja doživjela je izuzetan uspjeh u brzom gospodarskom rastu i značajnom smanjenju siromaštva. Iako stopa nezaposlenosti opada, broj ilegalnih radnika vrlo je velik, socijalne se nejednakosti produbljuju, a socijalne veze pogoršavaju.

Neki od glavnih društveno-ekonomskih izazova za trenutačno i buduća vodstva u Republici Koreji uključuju: veliko oslanjanje gospodarstva na izvoz; nedovoljna uključenost žena u radnu snagu (nefleksibilno tržište rada); prilično nepovoljna demografska slika društva (rapidno starenje stanovništva i smanjivanje populacije); rastući jaz između bogatih i siromašnih (relativno nerazvijena „socijalna država“); relativna nerazvijenost dijelova ekonomije usmjerenih na domaću potrošnju te korupcija na najvišim razinama političke i ekonomske moći. Ovome treba dodati i uvijek prisutan za ekonomiju destabilizirajući faktor Sjeverne Koreje, kao i perspektivu eventualnog ujedinjenja dviju Koreja, koje će sa sobom neizbježno nositi i nesagledivo financijsko opterećenje za Južnu Koreju.

Južna Koreja aktivno razvija slobodno-trgovinske odnose s vodećim gospodarstvima svijeta i ima potpisan sporazum o slobodnoj trgovini i sa SAD-om i s EU (među ostalima).

Poljoprivredni sektor u Južnoj Koreji doprinosi sa samo 2% BDP-a zemlje i zapošljava 4,8% aktivnog stanovništva. Glavna poljoprivredna kultura je riža, ali uzgajaju se i ječam, pšenica, kukuruz i soja. Stočarstvo je također važan segment. Sektor usluga najveći je i najbrže rastući

gospodarski sektor koji generira 63% BDP-a i zapošljava više od 70% aktivnog stanovništva.

Južnokorejski industrijski sektor čini 35% BDP-a i zapošljava 25% radne snage. Glavne industrije su tekstilna industrija, industrija čelika, automobilska industrija, brodogradnja i proizvodnja elektroničkih proizvoda. Južna Koreja je ujedno i najveći svjetski proizvođač poluvodiča.

Južna Koreja je u 2020. zabilježila pad industrijske proizvodnje od 0,1%. Prema predviđanjima, očekuje se rast industrijske proizvodnje za 7,1% u 2021., a zatim za 2,3% odnosno 2,9% u 2022. odnosno 2023. godini.

Budući da su ljepota i izgled vrlo važni u korejskoj kulturi, na tržištu postoji velika potražnja za kozmetičkim proizvodima koji poboljšavaju izgled. Južna Koreja jedno je od 10 najvećih kozmetičkih tržišta na svijetu i čini gotovo 3% svjetskog tržišta.

Veličina tržišta procijenjena je na oko 9 milijardi eura u 2020. Južnokorejsko tržište kozmetike bilježi prosječnu godišnju stopu rasta od 4,3% u proteklih 5 godina, a za razdoblje 2021.-2026. analitičari predviđaju da će rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 5,2%.

Izbijanje COVID-19 imalo je značajan utjecaj na kozmetičko tržište u Južnoj Koreji. Prodaja proizvoda za osobnu njegu porasla je kako su potrošači više vremena provodili kod kuće. Drugi uočljiv trend je porast prodaje DIY proizvoda (uradi sam), posebice u području bojanja kose i njege noktiju.

Južna Koreja jedno je od tržišta ljepote koji se najbrže mijenja na svijetu, uvodi vodeće inovacije u industriji i postavlja globalne trendove. Organska i održiva kozmetika postaju sve važnije na tržištu, a posebno veliki potencijal ima segment halal kozmetike. Mnogi korejski kozmetički *start up*-ovi probili su se na globalno tržište. Mnoge međunarodne tvrtke također preuzimaju korejske kozmetičke tvrtke kako bi bile u tijeku s najnovijim trendovima na tržištu ljepote.

Makroekonomski pokazatelji

| | 2019. | 2020. | 2021.* | 2022.* | 2023.* |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| BDP, tekuće cijene (mlrd. eura) | 1.470,3 | 1.430,5 | 1.515,8 | 1.602,7 | 1.677,2 |
| BDP po stanovniku (eura) | 28.705 | 27.904 | 29.545 | 31.227 | 32.670 |
| Realni rast BDP-a (%) | 2,0 | -0,9 | 3,8 | 2,6 | 2,8 |
| Izvoz robe (mlrd. eura) | 497,1 | 453,2 | 527,3 | 554,2 | 572,6 |
| Uvoz robe (mlrd. eura) | -425,8 | -381,3 | -440,5 | -469,2 | -491,0 |
| Inflacija (%) | 0,4 | 0,5 | 2,0 | 1,8 | 1,6 |
| Nezaposlenost (%) | 3,8 | 3,9 | 4,2 | 4,0 | 3,9 |

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

RECEPTIVNO TURISTIČKO TRŽIŠTE KOREJE

Receptivni turistički promet Koreje u razdoblju prije pandemije bolesti COVID-19 dominantno je počivao na dolascima turista s područja Istočne Azije i Pacifika, gdje prednjače Kina i Japan, kao ključna tržišta. S tržišta Europe u 2019. godini Koreju je posjetilo gotovo 1,1 milijuna turista, najviše Rusa i Britanaca, a potom Nijemaca i Francuza.

Zanimljivo je napomenuti kako je Koreja u 2019. sveukupno zabilježila više od 17,5 milijuna dolazaka turista, što je 14% više nego li tijekom prethodne godine.

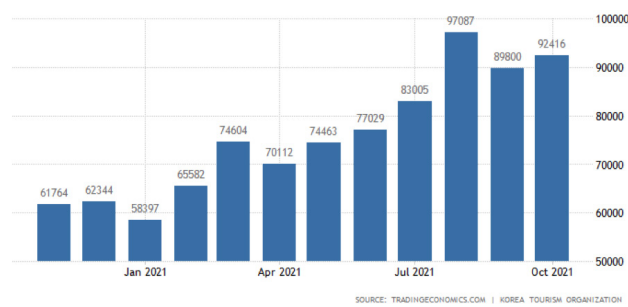
Tijekom 2020., u ozračju pandemije i posljedičnih velikih ograničenja vezanih uz putovanja, receptivni turizam Koreje doživio je značajan pad, dosegavši brojku od 2,52 milijuna turističkih dolazaka, što je 86% manje nego li tijekom usporedivog razdoblja prethodne godine.

Pandemijska kriza nastavljena je i tijekom 2021., a Koreja je tijekom gotovo cijele godine primjenjivala vrlo restriktivan režim ulazaka turista u zemlju, što je rezultiralo daljnjim padom prometa u odnosu na, već ionako lošu, 2020. godinu.

| Turistički dolasci 2019. | Ukupno | % u odnosu na 2018. |
|--------------------------|------------|---------------------|
| Istočna Azija i Pacifik | 14.590.478 | +15,8 |
| Sjeverna i Južna Amerika | 1.345.658 | +8,3 |
| Europa | 1.095.256 | +9,1 |
| Pacifik-ostatak | 217.991 | +12,7 |
| Ostale geografske regije | 612 | -23 |
| Prekomorska Korea | 192.502 | -23,3 |
| Ukupno 2019. | 17.502.756 | |
| Ukupno 2018. | 15.346.879 | |
| Stopa rasta (%) | +14% | |

Izvor: <https://kto.visitkorea.or.kr/>

Koreja - turistički dolasci po mjesecima – 2021. godina



EMITIVNO TURISTIČKO TRŽIŠTA KOREJE

U 2019. ukupno je u inozemstvo putovalo 28,7 mil. južnokorejskih turista, što predstavlja povećanje od 0,1 % u odnosu na 2018. Promet je bio relativno ravnomjerno raspoređen tijekom godine, uz nešto veći udjel siječnja.

| Mjesec | Total 2019. | Isto razdoblje 2018. | % promjene | % totala |
|--------------|-------------------|----------------------|------------|---------------|
| 1. | 2.912.331 | 2.866.780 | 1,6 | 10,1 |
| 2. | 2.617.946 | 2.311.009 | 13,3 | 9,1 |
| 3. | 2.334.153 | 2.252.565 | 3,6 | 8,1 |
| 4. | 2.246.417 | 2.230.200 | 0,7 | 7,8 |
| 5. | 2.401.204 | 2.331.565 | 3 | 8,4 |
| 6. | 2.495.798 | 2.323.986 | 7,4 | 8,7 |
| 7. | 2.642.585 | 2.495.297 | 5,9 | 9,2 |
| 8. | 2.427.634 | 2.519.860 | -3,7 | 8,5 |
| 9. | 2.049.830 | 2.225.756 | -7,9 | 7,1 |
| 10. | 2.153.847 | 2.347.876 | -8,3 | 7,5 |
| 11. | 2.090.192 | 2.295.810 | -9 | 7,3 |
| 12. | 2.342.310 | 2.495.279 | -6,1 | 8,2 |
| Total | 28.714.247 | 28.695.983 | 0,1 | 100,00 |

Izvor: <https://kto.visitkorea.or.kr/>

U 2020., u kontekstu pandemijskih okolnosti, došlo je do dramatičnog pada emitivnog turističkog prometa s tržišta Koreje, što je rezultiralo s 4,28 milijuna putnika (-85% u odnosu na 2019.).

| Koreja | 2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. |
|---|------------|------------|------------|------------|-----------|
| Total outbound putovanja | 22.383.190 | 26.496.447 | 28.695.983 | 28.714.247 | 4.276.006 |

Izvor: Korea Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST), Korea Tourism Organization (KTO), U.S. Department of Commerce National Travel & Tourism Office (USDOC, NTTO).

U „standardnim“ okolnostima (prije pandemije) većina emitivnog turističkog prometa iz Koreje usmjerena je prema destinacijama Azije, tj. relativno bližeg okruženja, dok na Europu otpada do 15% prometa. Zanimljivo je naglasiti kako je tijekom posljednja dva desetljeća Koreja doživjela dinamičan gospodarski rast i razvoj, no istovremeno je činjenica kako su turistička putovanja u inozemstvo rasla još snažnije. Prognoze za narednih

deset godina govore su kako bi BDP Koreje trebao rasti prema stopi od 23%, dok se istovremeno prognozirao rast broja međunarodnih putovanja prema stopi od 53%. Naravno, uzmemo li u obzir okolnosti vezane uz COVID-19 pandemiju te činjenicu kako će oporavak međunarodnog turističkog tržišta trajati 3 do 5 godina (ovisno o više ili manje optimističnim prognozama različitih turističkih stručnjaka) te će projekcije biti teško dostižne.

Neovisno o stopama rasta vjerojatno je kako će, u skladu s već ranije spomenutim generalnim trendom, većina prometa i nadalje biti usmjerena prema destinacijama Azije, dok će Europa u relativnim omjerima vjerojatno izgubiti dio tržišnog udjela, između ostalog i zbog teških posljedica koje pandemijska kriza ostavlja na segment zrakoplovnog prijevoza, posebice kada je riječ o *long haul* segmentu.

U „standardnim“ okolnostima (prije pandemije), prema procjenama ETC-a 70 % putovanja u Europu otpada na kružna putovanja (organizirana ili samostalna), 15 % na kraće ili duže posjete gradovima (*city breaks*), posjete plažama ili resortima 10 % te 5 % na putovanja vezana uz posebne interese.

Oko 90 % južnokorejskih turista putuje na destinacije izvan zemlje avionom, a oko 7 % brodom. Većina putovanja prema inozemstvu ostvaruje se preko samo jedne zračne luke – Incheon (Seoul).

Putovanja na daleke destinacije planiraju se mjesecima unaprijed, barem mjesec dana unaprijed, a prema nekim istraživanjima i do 6 mjeseci unaprijed.

Koreanci uobičajeno imaju 10 dana godišnjeg odmora te za godine staža dobivaju dodatne dane godišnjeg odmora, do 20-25 dana ukupno. Uobičajeni školski praznici u Južnoj Koreji su dvotjedni praznici u periodima prosinac-siječanj, veljača-ožujak, travanj-svibanj te ljetni praznici koji traju 8 tjedna tijekom srpnja i kolovoza.

Prema ETC-u, prosječna potrošnja korejskog turista po jednom putovanju u proteklih pet godina iznosi 1.700 američkih dolara (1.240 eura), uz pretpostavku da je taj iznos nešto veći za putovanja u Europu. Podaci prezentirani na JATA Forumu govore da korejski turisti na putovanje u Europu prosječno troše 3.625 američkih dolara, dok japanski turisti prosječno troše 4.763 američkih dolara.

Pri odabiru turističke destinacije korejskim turistima su najvažniji: sigurnost i dobar omjer cijene i kvalitete koji destinacija može pružiti (smještaj, hrana, sadržaji). Zatim slijede faktori: destinacija koja je pogodna za obiteljski turizam te ljepota općenito i prirodne ljepote destinacije. Autentična te kvalitetna i zanimljiva gastronomska ponuda i romantičnost destinacije imaju donekle utjecaj na odabir destinacije.

Prije pandemije Južna Koreja bila je povezana s Europom direktnim letovima s 15-ak europskih aerodroma

(Beč, Milano, Rim, München, Frankfurt, London, Paris, Amsterdam, Zurich, Madrid, Istanbul, Helsinki, Prag, Moskva i St Petersburg). Do eskalacije COVID-19 krize direktnu poveznicu s Korejom imao je i Zagreb (letovi Korean Air), a Hrvatska je za Koreance jedna od popularnijih destinacija Europe.

Segmenti korejskih turista (prije pandemije)

Mladi u potrazi za kulturnim i lifestyle sadržajima. Obično do 30 godina, samci i željni istraživanja svijeta i učenja. Podjednako im je privlačno staro i novo: npr. mjesta povijesne ili arheološke važnosti kao i dijela moderne arhitekture ili moderna tehnologija. Oni istražuju kako su ljudi živjeli nekoć, ali ih zanima i kako domaćini žive svakodnevni život.

Obitelji u potrazi za kulturnim i lifestyle sadržajima. Oženjeni s djecom, u potrazi za kulturnim i edukativnim sadržajima koji će obogatiti njihov obiteljski stil života. Želja za učenjem i osobnim rastom koja se često pripisuje korejskim turistima naglašena je u ova dva segmenta.

Ljubitelji aktivnosti na otvorenom u potrazi za avanturama. Svih dobi i oba spola. Žele sudjelovati u aktivnostima i sportovima u lijepoj i nepokvarenoj prirodi. Nekima odgovaraju i aktivnosti koje zahtijevaju veće napore i ispitivanje vlastitih granica.

Wellness. Pasivni, traže odmor i relaksaciju, bijeg od stresne svakodnevice u sigurnom, čistom i zdravom okruženju. Zanimaju ih kružna putovanja vlakom, autobusom ili iznajmljenim autom, duž obalna ili riječna krstarenja, spa i luksuzni resorti.

Status. Posjećuju mjesta koja posjećuju poznate korejske osobe, kupuju po posljednjoj modi i odlaze na mjesta koja će impresionirati njihove prijatelje.

Hedonistička mladež. U nekim aspektima slični prvom segmentu. Često putuju u grupama, traže bijeg od ograničenja obiteljskog i poslovnog života u inozemnim metropolama.

Način ophođenja s korejskim turistima

Koreanci fizički kontakt s nepoznatom osobom smatraju i doživljavaju vrlo negativno, kao povredu osobnog prostora te u ophođenju treba izbjegavati dodirivanje, tapšanje i grljenje korejskih turista. Pokazivanje prstom na osobu smatra se vrlo nepristojnim. Koreanci uče engleski jezik od osnovne škole te će se s korejskim

turistima najvjerojatnije moći komunicirati na engleskom jeziku.

Koreanci ne vole puno pričati za vrijeme jela te je tišina tijekom jela uobičajena. Kod posluživanja i dodavanja hrane pristojnim se smatra dodavati desnom rukom pri čemu lijeva pridrži ruku kojom se poslužuje. Osoba

koja poziva na večeru plaća račun večere. Koreanci očekuju brzu i efikasnu uslugu.

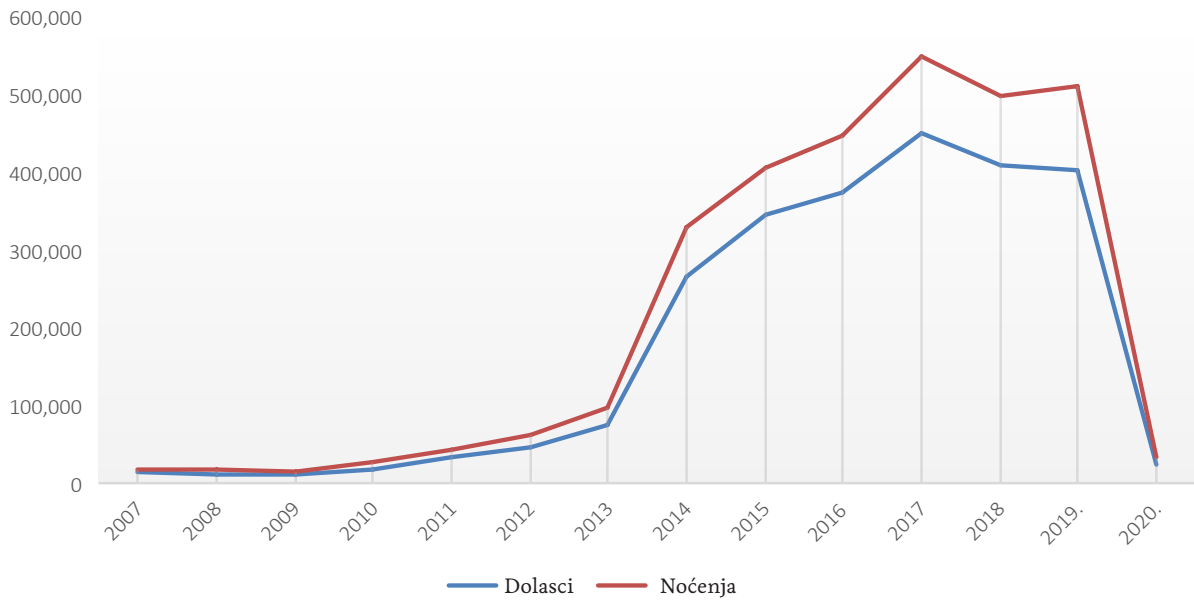
Koreanci traže dobru vrijednost za novac tako da će na primjer štedjeti na smještaju kako bi mogli trošiti na druge sadržaje. Niz istraživanja sugerira kako su kao turisti osjetljivi na cijene.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM TURISTIČKOM REZULTATU HRVATSKE

| JUŽNA KOREJA | Dolasci | | | Noćenja | | |
|-----------------|---------|--------|-----------|---------|--------|-----------|
| | | indeks | 2007.=100 | | indeks | 2007.=100 |
| 2007. | 14.000 | | | 19.000 | | |
| 2008. | 12.076 | 86 | 86 | 17.260 | 91 | 91 |
| 2009. | 10.407 | 86 | 74 | 14.824 | 86 | 78 |
| 2010. | 18.483 | 178 | 132 | 25.786 | 174 | 136 |
| 2011. | 33.171 | 179 | 237 | 43.300 | 168 | 228 |
| 2012. | 46.760 | 141 | 334 | 62.447 | 144 | 329 |
| 2013. | 74.001 | 158 | 529 | 98.413 | 158 | 518 |
| 2014. | 264.110 | 357 | 1887 | 327.834 | 333 | 1725 |
| 2015. | 343.974 | 130 | 2457 | 406.670 | 124 | 2140 |
| 2016. | 375.142 | 109 | 2680 | 447.354 | 110 | 2354 |
| 2017. | 448.636 | 120 | 3205 | 548.624 | 123 | 2887 |
| 2018. | 408.110 | 91 | 2915 | 498.463 | 91 | 2623 |
| 2019. | 403.613 | 99 | 2883 | 511.378 | 103 | 2691 |
| 2020. | 23.396 | 6 | 167 | 33.252 | 7 | 175 |

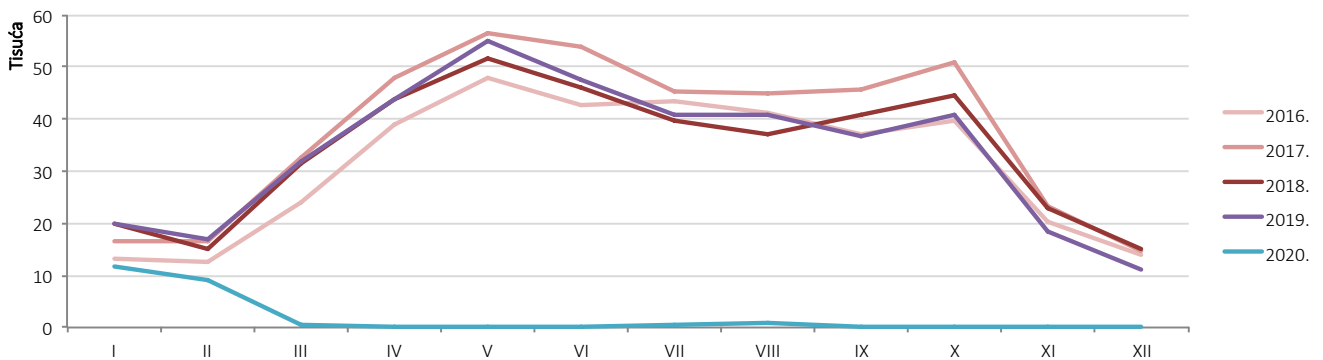
Izvor: DZS (komercijalni smještajni objekti)

Dolasci i noćenja korejskih turista u razdoblju 2007. - 2020.



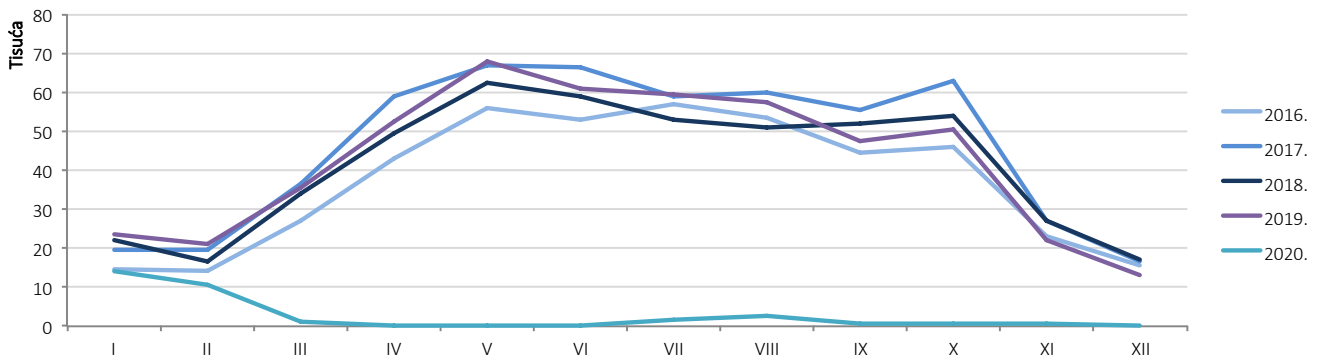
Izvor: DZS (komercijalni smještajni objekti)

Dolasci po mjesecima - Južna Koreja



Izvor: DZS (komercijalni smještajni objekti)

Noćenja po mjesecima - Južna Koreja



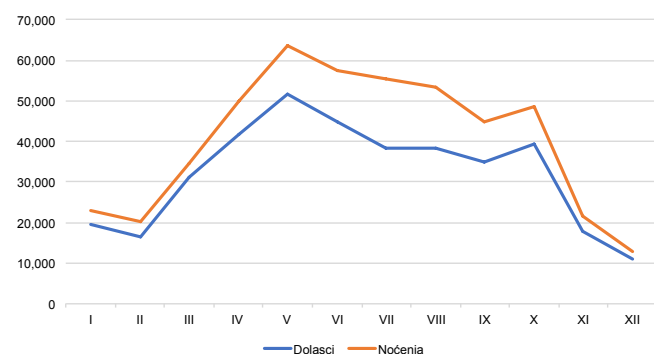
Izvor: DZS (komercijalni smještajni objekti)

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVisitor

Prema podacima sustava eVisitor (komercijalni i nekomercijalni smještajni kapaciteti te nautički charter) u 2019. s tržišta Južne Koreje ostvareno je 385.648 dolazaka i 485.664 noćenja, što predstavlja pad od 2,94 % u dolascima i rast od 1,07 % u noćenjima u odnosu na godinu prije.

Korejski turisti Hrvatsku posjećuju organizirano, ali i individualno najčešće kao dio šireg europskog kružnog putovanja. U Hrvatskoj korejski turisti posjećuju Zagreb, zatim Plitvice, Zadar, Split i Dubrovnik tijekom touring putovanja zemljom. Najviše noćenja ostvareno je u Zagrebu, a potom slijede dubrovačka i splitska regija. Korejski turisti najčešće borave u hotelima u kojima se ostvari 75 % noćenja s ovog tržišta.

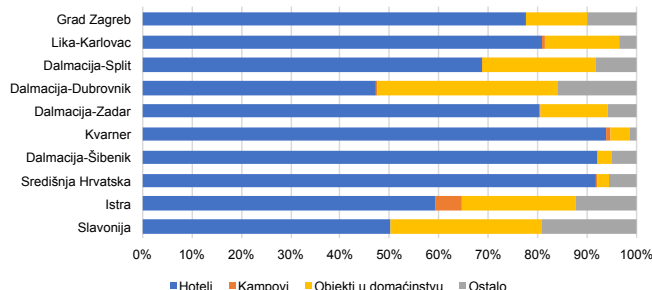
Dolasci i noćenja korejskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

| Klaster | Dolasci | Noćenja |
|---------------------|----------------|----------------|
| Grad Zagreb | 94.259 | 119.238 |
| Dalmacija-Dubrovnik | 46.142 | 88.353 |
| Dalmacija-Split | 66.086 | 81.328 |
| Lika-Karlovac | 71.000 | 77.602 |
| Dalmacija-Zadar | 45.804 | 48.609 |
| Kvarner | 26.189 | 27.998 |
| Dalmacija-Šibenik | 16.372 | 17.439 |
| Istra | 9.350 | 13.579 |
| Središnja Hrvatska | 10.292 | 11.120 |
| Slavonija | 128 | 209 |
| Nautika | 26 | 189 |
| Ukupno | 385.648 | 485.664 |

Noćenja korejskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

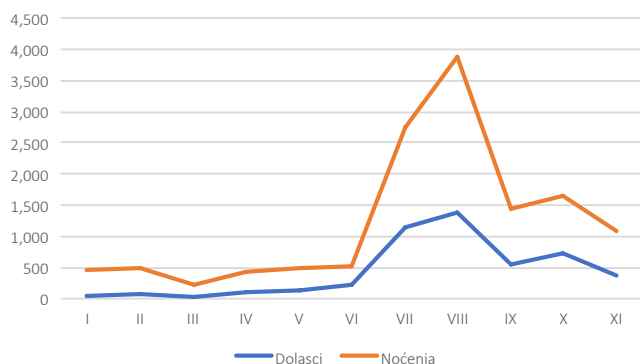
| Grad/općina | Noćenja |
|------------------|---------|
| Zagreb | 119.238 |
| Dubrovnik | 79.080 |
| Split | 37.074 |
| Zadar | 35.900 |
| Plitvička Jezera | 20.594 |
| Otočac | 19.388 |
| Opatija | 13.537 |
| Karlovac | 13.266 |
| Seget | 10.505 |
| Biograd na Moru | 10.012 |

Dolasci po dobi i spolu

| Dobna skupina | muškarci | žene |
|---------------|----------|-------|
| 0-5 godina | 0,2% | 0,2% |
| 6-11 godina | 0,6% | 0,6% |
| 12-17 godina | 0,8% | 0,8% |
| 18-24 godina | 2,1% | 3,8% |
| 25-34 godina | 5,0% | 8,5% |
| 35-44 godina | 4,1% | 6,4% |
| 45-54 godina | 7,1% | 16,5% |
| 55-64 godina | 11,1% | 20,8% |
| > 65 godina | 5,2% | 6,2% |

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

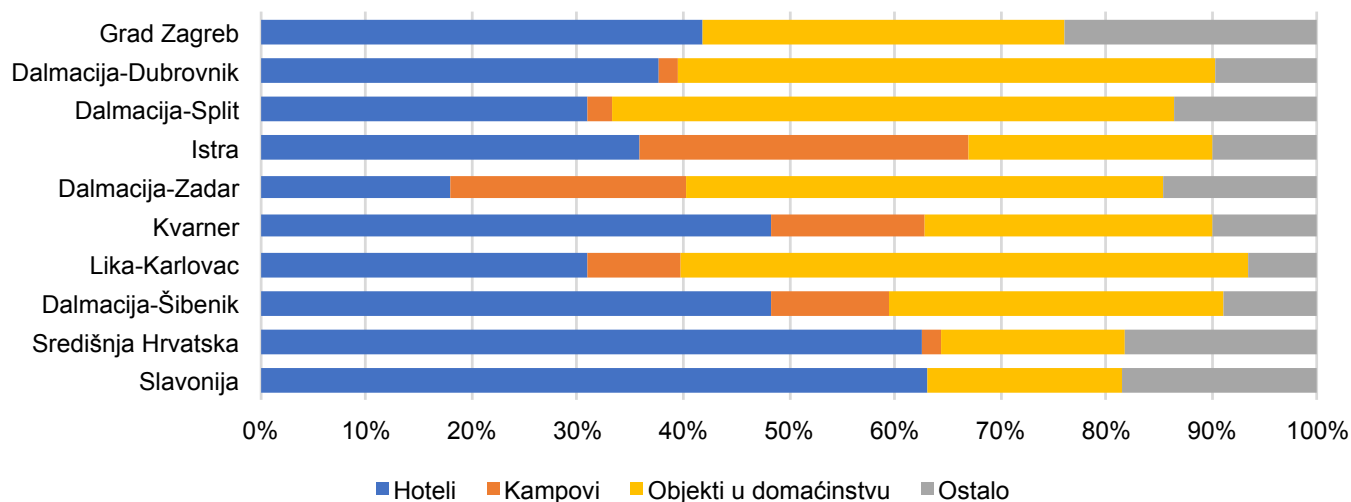
Dolasci i noćenja korejskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

| | Dolasci | Noćenja |
|---------------------|--------------|---------------|
| Grad Zagreb | 1.131 | 3.895 |
| Dalmacija-Dubrovnik | 1.045 | 2.774 |
| Dalmacija-Split | 789 | 2,260 |
| Istra | 564 | 1,679 |
| Dalmacija-Zadar | 439 | 1,350 |
| Kvarner | 371 | 1,190 |
| Lika-Karlovac | 549 | 841 |
| Dalmacija-Šibenik | 112 | 236 |
| Središnja Hrvatska | 61 | 104 |
| Nautika | 13 | 68 |
| Slavonija | 17 | 27 |
| Ukupno | 5.091 | 14.424 |

Noćenja korejskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

| Grad općina | Noćenja |
|------------------|---------|
| Zagreb | 3.895 |
| Dubrovnik | 2.384 |
| Split | 1.294 |
| Zadar | 532 |
| Rovinj | 455 |
| Plitvička Jezera | 395 |
| Hvar | 277 |
| Pula | 265 |
| Rakovica | 248 |
| Omišalj | 214 |

Dolasci po dobi i spolu

| | muškarci | žene |
|--------------|----------|-------|
| 0-5 godina | 1.6% | 1.6% |
| 6-11 godina | 4.7% | 3.8% |
| 12-17 godina | 2.6% | 2.1% |
| 18-24 godina | 3.2% | 3.7% |
| 25-34 godina | 9.1% | 11.6% |
| 35-44 godina | 15.7% | 14.4% |
| 45-54 godina | 9.9% | 6.4% |
| 55-64 godina | 3.9% | 3.1% |
| > 65 godina | 1.2% | 1.3% |

TOMAS Hrvatska 2019.

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 | Koreja |
|-------------------------------|---------------------------|--------------|
| More | 66,5 | 7,5 |
| Priroda | 13,4 | 15,3 |
| Touring, sightseeing | 7,2 | 37,5 |
| Gradovi (city break) | 4,8 | 31,6 |
| Kultura i umjetnost | 2,0 | 4,0 |
| Zabava i festivali | 1,3 | 1,0 |
| Sela, ruralno područje | 0,9 | 0,0 |
| Manifestacije i događanja | 0,6 | 0,0 |
| Gastronomija | 0,6 | 0,0 |
| Wellness, toplice | 0,4 | 0,0 |
| Ostali sportovi i rekreacija | 0,5 | 0,0 |
| Cikloturizam, mountain biking | 0,3 | 0,0 |
| Planinarenje, hodanje | 0,2 | 1,1 |
| Nešto drugo | 1,1 | 2,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 |

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

| Motivi | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|-------------------------------|---------------------------|-------------|
| More | 79,1 | 16,1 |
| Priroda | 56,2 | 30,4 |
| Gradovi (city break) | 24,8 | 52,4 |
| Touring, sightseeing | 22,3 | 69,8 |
| Kultura i umjetnost | 13,4 | 33,4 |
| Ostali sportovi i rekreacija | 11,1 | 4,8 |
| Gastronomija | 6,7 | 6,0 |
| Zabava i festivali | 5,1 | 2,1 |
| Sela, ruralno područje | 4,7 | 1,1 |
| Manifestacije i događanja | 4,1 | 1,8 |
| Posao | 2,8 | 3,0 |
| Wellness, toplice | 3,3 | 1,8 |
| Planinarenje, hodanje | 3,3 | 8,1 |
| Drugi odmorišni motivi | 2,6 | 2,6 |
| Posjet rodbini i prijateljima | 1,7 | 0,3 |
| Cikloturizam, mountain biking | 1,7 | 0,0 |
| Zdravstveni razlozi | 0,8 | 0,0 |
| Obrazovanje | 0,4 | 2,2 |
| Vjerski razlozi | 0,2 | 0,0 |
| Neki drugi razlog | 1,0 | 0,8 |

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

| Broj posjeta Hrvatskoj | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|------------------------|---------------------------|--------------|
| Prvi posjet | 33,3 | 62,4 |
| Drugi posjet | 15,4 | 7,0 |
| 3 do 6 posjeta | 20,1 | 19,1 |
| 7 i više posjeta | 31,2 | 11,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 |

IZVORI INFORMACIJA

| Izvori informacija | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|-----------------------------------|---------------------------|-------------|
| Internet | 56,2 | 51,2 |
| Preporuke rodbine ili prijatelja | 25,6 | 26,5 |
| Prijašnji boravak | 21,4 | 2,7 |
| Preporuke TA ili kluba | 10,7 | 52,7 |
| Brošure, oglasi, plakati | 5,3 | 6,2 |
| Radio, televizija, film ili video | 5,2 | 11,7 |
| Turistički sajmovi, izložbe | 5,1 | 2,6 |
| Članci - novine/ časopisi | 3,3 | 4,1 |
| Nije trebao informacije | 8,0 | 0,6 |

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

| Rezervacija smještaja | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|---|---------------------------|--------------|
| Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom | 17,2 | 30,3 |
| Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl. | 45,9 | 38,9 |
| Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom | 16,4 | 5,3 |
| Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom) | 15,7 | 25,2 |
| Na neki drugi način | 0,8 | 0,0 |
| Nije unaprijed rezerviran | 4,0 | 0,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 |

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

| Trenutak rezervacije | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|------------------------------------|---------------------------|--------------|
| Manje od tjedan dana prije dolaska | 6,4 | 5,1 |
| 1 do 4 tjedna prije dolaska | 17,1 | 12,1 |
| 1 do 3 mjeseca prije dolaska | 33,0 | 42,6 |
| 3 do 6 mjeseci prije dolaska | 27,6 | 26,4 |
| Više od 6 mjeseci prije dolaska | 15,9 | 13,8 |
| UKUPNO/ TOTAL | 100,0 | 100,0 |

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

| Smetnje | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|---|---------------------------|-------------|
| Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca | 7,6 | 7,1 |
| Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl. | 7,2 | 14,0 |
| Neprimjereno odloženo smeće | 6,2 | 4,2 |
| Nemogućnost razdvajanja otpada | 6,3 | 11,5 |
| Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće) | 6,0 | 9,7 |
| Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje) | 6,2 | 6,1 |
| Nešto drugo | 1,3 | 0,7 |

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

| Aktivnost | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|---|---------------------------|-------------|
| Plivanje, kupanje | 76,5 | 18,2 |
| Razgledavanje gradova ('city sightseeing') | 53,8 | 55,6 |
| Odlazak u restorane | 50,4 | 46,9 |
| Posjet povijesnim građevinama | 23,4 | 39,1 |
| Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima | 19,1 | 33,1 |
| Kupovina (osim svakodnevnih potrepština) | 15,4 | 14,5 |
| Odlazak na organizirane izlete brodom | 14,8 | 3,9 |
| Pješачenje | 14,5 | 24,9 |
| Posjet muzejima, galerijama i izložbama | 13,8 | 32,9 |
| Jogging, trčanje | 12,9 | 3,1 |
| Odlazak u klubove, ples, noćni život | 11,0 | 2,4 |
| Tenis | 10,0 | 2,3 |
| Korištenje wellness, spa usluga | 8,5 | 5,3 |
| Ronjenje | 8,4 | 1,1 |
| Posjet tematskim parkovima | 7,8 | 7,7 |
| Posjet zabavnim događanjima | 7,1 | 3,5 |
| Obilazak vinskih cesta, vinarija | 7,3 | 5,6 |
| Ribolov | 6,1 | 1,1 |
| Obilazak tematskih cesta | 6,2 | 5,5 |
| Posjet tradicionalnim događanjima | 5,3 | 4,2 |
| Ostalo | 4,8 | 0,0 |
| Posjet seoskim domaćinstvima | 4,6 | 0,6 |
| Posjet toplicama | 3,9 | 3,1 |
| Posjet kulturnim događanjima | 3,8 | 5,4 |
| Golf | 3,8 | 0,6 |
| Jedrenje | 3,4 | 1,6 |
| Posjet sportskim događanjima | 3,2 | 0,0 |
| Planinarenje | 2,7 | 2,9 |
| Avanturistički sportovi | 2,5 | 4,4 |
| Mountain biking | 2,5 | 1,1 |
| Korištenje zdravstvenih usluga | 1,8 | 0,0 |
| Sudjelovanje na radionicama | 1,6 | 0,0 |
| Dvoranski sportovi | 1,5 | 0,0 |
| Lov | 1,4 | 0,0 |
| Jahanje | 1,4 | 2,6 |
| Rafting | 1,3 | 0,5 |
| Posjet božićnim ili adventskim sajmovima | 0,9 | 1,6 |
| Nekom drugom | 9,1 | 6,2 |
| Niti jednom | 0,9 | 3,6 |

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

| Element ponude | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|--|---------------------------|-------------|
| Ljepota prirode i krajolika | 87,7 | 85,4 |
| Ljepota mjesta | 86,3 | 81,7 |
| Osobna sigurnost | 84,3 | 79,5 |
| Atmosfera, ugođaj | 82,7 | 80,8 |
| Gostoljubivost lokalnog stanovništva | 82,3 | 78,7 |
| Ukupni boravak | 80,5 | 83,3 |
| Uređenost mjesta | 78,5 | 67,9 |
| Čistoća plaža | 77,2 | 79,2 |
| Smještajni objekt | 76,8 | 70,2 |
| Informacije u destinaciji | 76,3 | 67,5 |
| Ekološka očuvanost prostora | 76,4 | 68,6 |
| Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji | 76,0 | 67,2 |
| Prilagođenost destinacije djeci | 75,3 | 72,2 |
| Pješačke staze | 75,1 | 71,4 |
| Prometna dostupnost destinacije | 74,1 | 72,0 |
| Gastronomska ponuda u mjestu | 71,7 | 70,5 |
| Označavanje znamenitosti | 71,8 | 69,5 |
| Kultura i umjetnost | 71,4 | 83,7 |
| Opremljenost, uređenost plaža | 70,6 | 78,8 |
| Besplatni internet u destinaciji | 69,5 | 68,4 |
| Ponuda organiziranih izleta u okolicu | 69,5 | 65,5 |
| Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima | 69,1 | 49,3 |
| Biciklističke rute i staze | 67,7 | 43,3 |
| Lokalni javni prijevoz | 63,9 | 47,5 |
| Sportski sadržaji | 63,8 | 46,9 |
| Događanja i manifestacije | 63,4 | 55,3 |
| Mogućnost za kupnju | 62,5 | 58,9 |
| Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama | 62,4 | 45,7 |
| Zabava, noćni život | 62,4 | 53,7 |
| Promet u mjestu | 62,3 | 51,0 |

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

| | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|--------------------------------------|---------------------------|--------------|
| Nije vjerojatno da ću preporučiti | 4,2 | 1,4 |
| Vjerojatno ću preporučiti | 26,9 | 30,7 |
| Jako je vjerojatno da ću preporučiti | 68,9 | 67,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 |

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

| Izdatak | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|--------------------------------|---------------------------|---------------|
| Prosječni dnevni izdaci ukupno | 99,0 | 156,65 |
| Smještaj | 52,8 | 107,91 |
| Hrana u restoranima i barovima | 17,1 | 14,28 |
| Usluge trgovine | 11,6 | 21,10 |
| Kultura i zabava | 3,3 | 3,15 |
| Sport i rekreacija | 2,8 | 0,82 |
| Izleti | 2,7 | 3,22 |
| Lokalni prijevoz | 7,1 | 5,95 |
| Ostalo | 1,7 | 0,22 |

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

| Izdatak | Prosjek za strana tržišta | Koreja |
|--------------------------------|---------------------------|---------------|
| Prosječni dnevni izdaci ukupno | 100,0 | 100,00 |
| Smještaj | 53,3 | 68,89 |
| Hrana u restoranima i barovima | 17,2 | 9,12 |
| Usluge trgovine | 11,7 | 13,47 |
| Kultura i zabava | 3,3 | 2,01 |
| Sport i rekreacija | 2,9 | 0,52 |
| Izleti | 2,8 | 2,05 |
| Lokalni prijevoz | 7,1 | 3,80 |
| Ostalo | 1,7 | 0,14 |

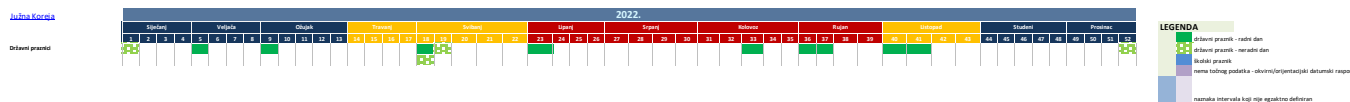
TRŽIŠNE PERSPEKTIVE ZA 2022. GODINU

Pandemijska kriza, koja je tijekom 2020. dovela do nezapamćenog pada međunarodnog turističkog prometa, najsnažnije je negativno utjecala upravo na *long haul* putovanja, tj. na putovanja zrakoplovom, segment koji je od ožujka nadalje sveden na minimum, u prvom redu radi vrlo rigoroznih mjera i ograničenja koje je većina zemalja svijeta držala na snazi tijekom značajnog dijela godine (prema intenzitetu mjera Koreja je bila među najrigoroznijom državama). Slična situacija nastavljena je i tijekom 2022., a velik oprez u postupanju s pandemijom od strane korejske vlade te daljnja primjena velikih ograničenja u domeni putovanja doveli su do još veće degradacije receptivnog i emitivnog prometa.

Imamo li u vidu aktualne okolnosti (sporo i neizvjesno suzbijanje pandemije, pojava novih sojeva virusa i dr.), koje u kratkoročnoj perspektivi ne sugeriraju stjecanje uvjeta za stabilizaciju globalnog turističkog tržišta, možemo očekivati kako će ponovno „buđenje“ korejskog emitivnog turističkog tržišta biti dugotrajan i relativno spor proces.

U takvim okolnostima Hrvatska ne može očekivati značajnije volumene prometa s tržišta Koreje niti tijekom 2022., tj. o punom oporavku ovog tržišta možemo govoriti tek u perspektivama od 3 do 5 godina, što su korespondira i sa generalni projekcijama potpunog oporavka međunarodnih turističkih tijekova u *long haul* domeni.

Kalendar praznika i blagdana



| 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 |
|---|--------------------|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Nova godina (New Year's Day) | 01.01.2021 | Petak | 1 | 01.01.2022 | Subota | 1 | 01.01.2023 | Nedjelja | 1 |
| Korejska lunarna nova godina (Seollal) | 12.- 14.2.2021. | Petak-nedjelja | 7 | 1.-3.2.2022. | Utorak-četvrtak | 5 | 1.-3.2.2023. | Srijeda-petak | 6 |
| Dan nezavisnosti | 01.03.2021 | Ponedjeljak | 10 | 01.03.2022 | Utorak | 9 | 01.03.2023 | Srijeda | 9 |
| Praznik rada | 01.05.2021 | Subota | 18 | 01.05.2022 | Nedjelja | 18 | 01.05.2023 | Ponedjeljak | 18 |
| Dan djeteta | 05.05.2021 | Srijeda | 19 | 05.05.2022 | Četvrtak | 18 | 05.05.2023 | Petak | 18 |
| Rodendan Bude | 19.05.2021 | Srijeda | 21 | 08.05.2022 | Nedjelja | 19 | 08.05.2023 | Ponedjeljak | 19 |
| Memorijalni dan | 06.06.2021 | Nedjelja | 23 | 06.06.2022 | Ponedjeljak | 23 | 06.06.2023 | Utorak | 23 |
| Dan oslobođenja | 15.08.2021 | Nedjelja | 33 | 15.08.2022 | Ponedjeljak | 33 | 15.08.2023 | Utorak | 33 |
| Jesenski festival (Chuseok) | 20.- 22.9.2021. | Ponedjeljak-srijeda | 39 | 9.9.-11.9.2022. | Petak-nedjelja | 36-37 | 9.9.-11.9.2023. | Subota-ponedjeljak | 36-37 |
| Dan konstitucije | 03.10.2021 | Nedjelja | 40 | 03.10.2022 | Ponedjeljak | 40 | 03.10.2023 | Utorak | 40 |
| Hangul dan | 09.10.2021 | Subota | 41 | 09.10.2022 | Utorak | 41 | 09.10.2023 | Ponedjeljak | 41 |
| Božić | 25.12.2021 | Subota | 52 | 25.12.2022 | Nedjelja | 52 | 25.12.2023 | Ponedjeljak | 52 |

| Školski praznici | 2022. |
|--|-------|
| Sve korejske škole imaju sličan raspored praznika, no glede točnih termina prisutne su varijacije u kontekstu različitih provincija, odnosno samih škola unutar provincija. Akademski godina načelno otpočinje početkom ožujka te traje do sredine srpnja. Drugo polugodište otpočinje krajem kolovoza te traje do sredine veljače. Unutar samih semestara, škole imaju pravo odrediti dvotjedne praznike - točne datume takvih praznika svaka škola definira autonomno. | |