



ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2023.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	3
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA.....	4
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU.....	8
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. i 2022. GODINI.....	11
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU.....	17
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	19
REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti).....	20
TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI	26
TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA.....	27

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina

Država je površine 78.870 km², državne granice duge su 2.326,8 km, a 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 (1,275 mil. stanovnika).

Ostali veliki gradovi su: Brno (379.466), Ostrava (279.791), Plzen (168.733), Liberec (102.951), Olomouc (99.496), Češke Budejovice (93.426), Ústí nad Labem (90.378), Hradec Kralove (90.596).

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 se slijedeći predsjednički izbori održavaju 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).

- Neovisnost od 1. siječnja 1993.
- Dan državnosti 28. listopada
- Diplomatski odnosi s Hrvatskom: uspostavljeni 1. siječnja 1993.
- Jezik: češki

STANOVNIŠTVO

Prema podacima iz 2021. broj stanovnika je iznosio 10,51 milijuna, od čega 5,18 milijuna muškaraca i 5,33 milijuna žena. Na dan 30. 9. 2022. Češka Republika imala je 10,52 milijuna stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 133 stanovnika/km².

Dobna struktura stanovništva:

- 0 – 14 godina (866,3 tisuće muškaraca/825,4 tisuće žena)
- 15 – 64 godine (3.416,8 tisuće muškaraca/3.267,5 tisuće žena)
- 65 i više godina (903,3 tisuća muškaraca/1.244,6 tisuća žena)

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%

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Češka Republika ekonomski je snažna država te spada među najrazvijenija gospodarstva Europe. Razdoblje njenog naglašenijeg gospodarskog rasta počelo je ulaskom u EU. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga (61%), iako je industrija tradicionalno vrlo razvijena. Industrija zapošljava 38% aktivnog stanovništva, u čemu je Češka na prvom mjestu među zemljama EU. Glavni industrijski centri su Prag, Ostrava, Plzen i Usti nad Labem. Glavne gospodarske grane su kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija. Poljoprivreda i primarna proizvodnja nisko su zastupljeni - u poljoprivredi je zaposleno samo 5% stanovništva. Glavnu ulogu u razvoju gospodarstva igra vanjska trgovina. Udio izvoza robe i usluga u BDP-u iznosi 80% i dugoročno raste. Glavni poslovni partneri su 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. Automobilska industrija je najznačajnija industrijska grana - obuhvaća 26% ukupne industrijske proizvodnje, ima udio od 10% u BDP-u, direktno zapošljava preko 180 tisuća ljudi te 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 prema broju proizvedenih automobila na broj stanovnika (124), a na prvom mjestu po broju proizvedenih autobusa po stanovniku.

Zbog svog zemljopisnog položaja u srcu Europe, promet u Češkoj ima značajnu ulogu. Osnova 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, a radi se i na modernizaciji pruga 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.

Turizam je za Češku važna gospodarska grana, s udjelom u BDP-u od 3% i preko 250.000 zaposlenih.

Pandemija bolesti COVID-19 značajno je utjecala na turizam u Češkoj. U 2021. godini zabilježen je lagani oporavak od 5% u odnosu na 2020. godinu. Turizam u Češkoj podržali su uglavnom domaći turisti, koji su ostvarili 80% rezultata iz predpandemijske 2019. godine.

Tijekom 2021. godine Češku je posjetilo ukupno 11,4 milijuna gostiju, od čega su više od tri četvrtine bili domaći gosti. Iz inozemstva su turisti najčešće stizali iz bliskih zemalja – Njemačke, Poljske, Slovačke i Austrije, ali i iz Francuske te Nizozemske.

Prema najnovijim podacima, u trećem kvartalu 2022., što je za češki turizam glavna sezona, Češka je bilježila 11% više turista nego u istom razdoblju 2021. Od inozemnih gostiju najviše je bilo Nijemaca, Slovaka, Poljaka a izvan Europe Amerikanaca i Izraelaca.

Češka narodna banka objavila je preliminarne rezultate platne bilance za 2022., uključujući turizam. Prihodi od stranog turizma dosegli su 52,8 milijarde CZK (2,15 milijarde EUR), a rashodi u okviru putovanja čeških građana u inozemstvo preko 49,6 milijardi CZK (2,02 milijarde EUR), pa je pozitivan saldo iznosio gotovo 3,29 milijardi CZK (0.13 milijarde EUR).

		2020.	2021.	2022.	2023.
				<i>Aktualna procjena</i>	
BDP	<i>mld. CZK</i>	5.709	6.108	6.674	7.092
BDP realni rast	<i>rast v%, s.c.</i>	-5,5	3,5	2,4	-0,2
Stopa inflacije	<i>%</i>	3,2	3,8	15,0	9,5
Stopa nezaposlenosti	<i>Prosjek u %</i>	2,6	2,8	2,5	3,1
Rast plaća	<i>Rast u%,.</i>	0,1	5,8	10,0	7,4

Izvor: Ministarstvo financija ČR

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

Prema podacima za 2021. ukupan BDP iznosio je 6.108 milijardi kruna (249,30 mlrd. eura), dok je rast BDP-a iznosio 3,5%. Ministarstvo financija za 2022. očekuje rast BDP-a od 2,4%, dok za 2023. predviđa pad od 0,2%.

BDP po glavi stanovnika u 2021. iznosio je 581.160 kruna (23.742 €).

Izvor: ČSZ za 2021/2022. + predviđanja MF

Postotak nezaposlenosti u 2021., aktualno stanje u 2022. (ukoliko postoje podaci) i procjena budućeg trenda

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2021. iznosila je 2,8%. Bez posla je polovinom 2022. bilo oko 235 tisuća građana. Ministarstvo financija za 2022. godinu procjenjuje stopu nezaposlenosti na 2,5%, a za 2023. 3,1%. Najniža nezaposlenost bila je u Pragu, a najviša u Moravskoslezskoj i Usteckoj regiji.

Izvor: ČSZ za 2021./2022. + predviđanja MF

Prosječna plaća

Prema najnovijim podacima prosječna bruto plaća u Češkoj iznosi 40.086 kruna (1.636 eura), dok je u 2021. godini iznosila 38.275 kruna (1.562 eura). U Pragu je prosječna bruto plaća za četvrtinu veća te iznosi 48.936 kruna (1.997 eura), dok je u 2021. iznosila 44.432 kruna (1.813 eura). Ministarstvo financija u 2022. predviđa rast plaća od 10% , a u 2023. rast od 7,4%.

Izvor: ČSZ za 2021./2022. + predviđanja MF

Stopa inflacije (aktualni podaci i procjena budućeg trenda)

U listopadu 2022. inflacija je iznosila 15,1%. Ministarstvo financija za 2022. predviđa stopu inflacije od 15,0%, u 2023. 9,5%.

Izvor: ČSZ za 2021. i 2022.+ predviđanja MF

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i procjena budućeg trenda)

Bilanca robne razmjene s inozemstvom u prosincu 2021. završila je s manjkom od 15 milijardi čeških kruna (612 mil. €), što je u odnosu na isto razdoblje lani manje za 30,9 milijardi čeških kruna (1,2 mlrd. €).

Na ukupnu vanjskotrgovinsku robnu razmjenu negativno je utjecao deficit u trgovini naftom i prirodnim plinom od 7,9 milijardi čeških kruna (327 mil. €), kao posljedica rasta cijena na svjetskim tržištima. Nadalje, deficit u trgovini računalima, elektroničkim i optičkim uređajima produbio se za 5,7 milijardi CZK (232 mil. €), u baznim metalima za 4,1 milijardu CZK (167 mil. €). Suficit u trgovini motornim vozilima smanjio se na godišnjoj razini za 6,7 milijardi CZK (273 mil. €).

Pozitivan učinak na ukupnu bilancu najviše je posljedica suficita u trgovini električnom energijom, plinom i parom, zbog rasta cijena i veće količine izvezene električne energije.

Na godišnjoj razini izvoz je porastao za 8,2%, na 316,2 milijarde CZK (12,9 mlrd. €), a uvoz za 19,9%, na 331,2 milijarde CZK (13,51 mlrd.€).

U 2021. trgovinska bilanca završila je s deficitom od 1,5 milijardi CZK (61,2 mil. €), dok je u 2020. godini dosegla suficit od 179,9 milijardi CZK (7,3 mlrd. €). Od početka godine izvoz je na godišnjoj razini narastao za 13,0%, a uvoz za 19,2%.

Izvor: ČSZ za 2021 + Ministarstvo industrije i trgovine

Procjena nastavka pandemije bolesti COVID 19 te učinaka aktualne energetske-inflatorne krize na stanje gospodarstva u ostatku 2022. te u 2023. godini

Agencija Moody's u kolovozu 2022. pogoršala je izgleda rejtinga duga Češke Republike sa "stabilnih" na "negativne". Prema njezinim riječima, Češka je u opasnosti od fatalne energetske krize, koja bi dodatno produbila zaduženost zemlje.

Ovo je ozbiljno upozorenje češkoj vladi da treba krenuti u sanaciju javnih financija. One su sada ranjive zbog "povećanog rizika od dugotrajnih i ozbiljnih prekida u opskrbi plinom iz Rusije",

navodi agencija. Prekidi u opskrbi plinom mogu dovesti do pada češkog gospodarstva u duboku recesiju, što bi negativno utjecalo na ukupni gospodarski rast Češke i bitno pogoršalo njezine proračunske pokazatelje, odnosno, produbilo bi deficit državnog proračuna, a time i ukupni javni dug zemlje.

Početak svibnja 2022. godine još jedna od najvažnijih svjetskih rejting agencija, Fitch Ratings, pogoršala je rejting Češke. Kao razloge navode smanjenje očekivanog gospodarskog rasta Češke, vrlo jake inflatorne pritiske i porast rizika vezanih uz značajnu ovisnost Češke o uvozu ruskih energenata. Prema Fitch Ratingsu, javne financije su dodatno opterećene mjerama fiskalne potrošnje usmjerenim na ublažavanje učinaka inflacije i troškova vezanih uz pokrivanje izdataka za pomoć ukrajinskim izbjeglicama. Pod teretom ovih okolnosti nedavno je češka vlada povećala ovogodišnji planirani deficit državnog proračuna sa 280 na 330 milijardi kruna (11,4 na 13,4 mlrd.€).

Obje ocjene spomenutih rejting agencija mogu se shvatiti kao "posljednje upozorenje" češkoj vladi. Češkoj prvi put od studenog 1998. prijeto ozbiljna opasnost od pogoršanja rejtinga, a time i značajnog poskupljenja duga.

U 2023. češko gospodarstvo moglo bi stagnirati. Kućanstva opterećena učincima visoke inflacije smanjit će realnu potrošnju. Investicije potaknute prvenstveno javnim sektorom i dalje će imati poticajni učinak, no neovisno o tome očekuje se gospodarsko usporavanje.

"Sadašnja blaga recesija nije tragedija sama po sebi, kroz sličan scenarij prolaze ili će proći najveća europska gospodarstva poput Njemačke, Italije i dr. Glavni gospodarski problem danas je visoka inflacija potaknuta neviđeno visokim cijenama energije. I koliko god to nije popularno reći naglas, izlaz definitivno nije umjetno upumpavanje novca u gospodarstvo. Ono je, naprotiv, značajno poduprlo trenutnu inflaciju tijekom COVID pandemije", kaže ministar financija Zbyněk Stanjura.

Trajno visoka inflacija usporava gospodarski rast i snižava životni standard građana. Prema ministarstvu financija, za cijelu 2022. godinu prosječna stopa inflacije tako će doseći 15%. Ne samo hrana, gorivo, električna energija i prirodni plin, već i druge kategorije dobara i usluga značajno pridonose iznimno snažnom rastu potrošačkih cijena.

U prognoziranom horizontu devizne intervencije središnje banke trebale bi pridonijeti stabilizaciji tečaja. Već 2023. godine prosječna stopa inflacije mogla bi se smanjiti na 9,5%.

Smanjenje inflacije ključna je zadaća Češke narodne banke. Vlada će podržati središnju banku u tom nastojanju i nastojati će iduće godine donijeti plan fiskalno restriktivnih mjera, koje će potencijalno dovesti do smanjenja stope zaduživanja. Glavni čimbenik koji će utjecati na inflaciju nedvojbeno će i sljedeće godine biti cijene energenata.

Na tržištu rada i dalje postoje neravnoteže povezane s nedostatkom radnika. Stopa nezaposlenosti stoga ne bi trebala značajno porasti u 2023., unatoč očekivanoj recesiji i ukupnoj slaboj gospodarskoj dinamici. Ministarstvo financija očekuje da će nastavak napetosti na tržištu rada vršiti pritisak na rast plaća koji će, međutim, zaostajati za inflacijom. Prosječna realna plaća stoga bi ove i iduće godine trebala pasti.

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 postoje i lokalne postaje te nekoliko kabelskih programa, koji svojim produkcijama i obujmom oglašavanja sve više konkuriraju privatnim i javnim TV postajama.

Gledanost TV postaja (podaci za cijeli dan)

1. ČT 1	15,67%
2. ČT 2	4,10%
3. ČT24	3,95%
4. ČT SPORT	2,28%
5. ČT DEČKO	1,48%
6. TV NOVA	19,99%
7. PRIMA	12,55%
8. NOVA CINEMA	3,54%
9. PRIMA COOL	1,98%
10. PRIMA ZOOM	1,4%
11. PRIMA LOVE	1,86%
12. TV BARRANDOV	2,97%
13. OSTALE TV	22,73%

Izvor: ATO – Mediasearch

Radio

Postoje javne i privatne (60 vlasnika) radiopostaje. Državni češki radio Český rozhlas ima nekoliko postaja (Radiožurnal, Praha, Vltava, ČRo 6, ČRo Leonardo) te regionalne postaje. Radio IMPULS je jedan od najpopularnijih privatnih radiopostaja.

Redosljed pet najslušanijih radija (dnevna slušanost):

- | | |
|----------------|--------------------|
| 1. Radiožurnal | 835.000 slušatelja |
| 2. Impuls | 718.000 slušatelja |
| 3. Evropa 2 | 639.000 slušatelja |
| 4. Blaník | 634.000 slušatelja |
| 5. Frekvence 1 | 452.000 slušatelja |

Izvor: mediaguru.cz

Tisak

Prema podacima Češkog statističkog ureda u zemlji 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 dnevni

	Naklada	Segment
Metro	210.000	opći
Blesk	149.000	opći
MF Dnes	89.000	opći
Denik	81.000	opći
Právo	75.000	opći
AHA	42.000	opći
Lidove noviny	26.000	opći
Sport	28.000	sportski
Hospodářské noviny	17.000	gospodarski
E15	14.000	gospodarski

Najznačajniji tjednici

	Naklada	Segment
Nedělní blesk	113.000	opći
Blesk pro ženy	108.000	za žene
Rytmus života	150.000	za žene
Sedmička	107.000	društveni
Pestrý svět	102.000	za žene
TV magazin	212.000	televizijski
Chvilka pro tebe	69.000	Za žene
Tina	67.000	za žene
Tema	52.000	opći
Čas pro hvězdy	40.000	Za žene
Nedělní aha!	37.000	opći

Najznačajniji dvotjednici

	Naklada	Segment
TV Max	270.000	televizijski
TV mini	248.000	televizijski
TV expres	181.000	televizijski
TV star	97.000	televizijski
TV Revue	68.000	televizijski
Žena a život	33.000	lifestyle
Epocha	48.000	Povijesno-politički
100+1	33.000	politički

Najvažniji mjesečnici

	Naklada	Segment
Apetit	36.000	gastronomija
Cosmopolitan	18.000	<i>lifestyle</i>
Dieta	17.000	<i>lifestyle</i>
Elle	27.000	<i>lifestyle</i>
F.O.O.D	19.000	gastronomija
Glanc	34.000	<i>lifestyle</i>
Harper's Bazaar	32.000	<i>lifestyle</i>
Marianne	130.000	<i>lifestyle</i>
Svět ženy	25.000	za žene

Stručni tisak

	Naklada	Segment
Koktejl	20.000	turistički
National Geographic	23.000	turistički
Travel Digest	15.000	turistički
Yacht	11.000	turistički-nautika
Buddy potápění	12.000	turistički-ronjenje
Lidé a země	18.000	turistički
Caravan	20.000	turistički-camping
Camping, cars & caravans	10.000	turistički-camping
Cykloturistika	9.500	turistički - biciklistički
Velo	12.500	turistički - biciklistički

Izvor podataka: ABC ČR – Ured za ovjeru naklada tiskovina

Najposjećeniji internet portali

	Broj stvarnih korisnika	Broj pregleda stranica	Posjećenost stranica
Seznam.cz	3.618.545	66.839.227	11.543.354
Novinky.cz	1.720.340	7.213.029	3.006.209
Idnes.cz	1.202.148	15.480.636	2.128.505
Seznamzpravy.cz	1.549.726	5.362.825	2.626.379
Super.cz	1.304.693	4.621.837	1.982.079
Sport.cz	703.628	3.760.780	1.354.055
Blesk.cz	660.177	3.839.839	907.722
Aktualne.cz	371.161	2.466.888	473.176
Iprima.cz	922.139	3.138.933	1.285.041
Denik.cz	498.653	2.158.909	598.786

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 2021. I 2022. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Informacije o turističkom prometu uglavnom su rezultat objava čeških udruga putničkih agencija. Kraj 2021. i početak 2022. bili su u znaku rasta prodaje *first minute* aranžmana te su rezultati u prosincu 2021. dosegli 50% prodaje iz 2019. godine. Polovina prodanih aranžmana u prosincu odnosila se na ljetni godišnji odmor, dok je u siječnju ista dosegla dvije trećine prodaje.

U veljači 2022. je prodaja bila iznad svih očekivanja. Javnost je odlično reagirala na agencijsku *first minute* ponudu u tradicionalnim destinacijama poput Grčke, Španjolske, Hrvatske i Italije. Rast interesa zabilježen je i kod Madeire te Portugala. Nešto manje prodavali su se zimski skijaški aranžmani zbog restrikcija u Austriji i Italiji. Agencije bilježe za njih nepovoljan trend preusmjerenje interesa inozemnih ponuđača smještaja s grupa na individualne goste.

Zbog početka rata u Ukrajinu u ožujku su agencije bilježile smanjenje potražnje te pad prodaje za oko 30% i to najviše za Slovačku, Mađarsku i Bugarsku. S druge strane bilježili su odličnu prodaju Španjolske, Italije, Hrvatske, Grčke, Egipta i Tunisa. Povećavao se i interes za egzotičnim destinacijama, koje se otvaraju za dolazak turista, iako su za Čehe omiljeni Kina, Vijetnam i Novi Zeland tada još uvijek bili zatvoreni za dolazke turista.

U travnju polako opada strah od konflikta u Ukrajini te većina agencija (Blue Style, Fischer, Exim tours Čedok) javlja da je interes za putovanjima veći nego tijekom 2019. godine. Kod agencija se najviše traže Grčka i Turska, zatim Bugarska i Španjolska. Biraju se bolji i kvalitetniji hoteli sa *all inclusive* ponudom i povoljnom ponudom za djecu. Obitelji s djecom traže da je hotel blizu

zračne luke, da posjeduje pješčane plaže i programe za djecu (idealno aquaparkove, ili igrališta), što pronalaze u Grčkoj, Turskoj, Egiptu...

Srpanj je udarni mjesec za odlazak Čeha na godišnji odmor, a većina turističkih agencija javljala je da su aranžmani rasprodani te da su samo neki kapaciteti ostali u ponudi, prvenstveno u Bugarskoj, Španjolskoj, Egiptu i Turskoj. S *overbookingom* se prvenstveno „borila“ Hrvatska, iako se u agencijama prodavala po relativno visokim cijenama. Ponuda *last minute* programa bila je minimalna. Udruga je u medijima preporučala da se odmori kupuju barem mjesec dana unaprijed. Apelirala je na one koji tek planiraju odmor te žele izbjeći prenapučena ljetovališta, da je idealno putovati izvan sezone, u rujnu i listopadu.

Zanimljivi su podaci koje je usred sezone objavio operater mobilne telefonije O2 temeljem korištenja *roaminga* kod njihovih klijenata. Iz podataka je vidljiva velika želja za putovanjima u inozemstvo – zabilježili su veliko povećanje korištenja *roaminga* u lipnju 2022. te zaključuju kako je razlog bio strah od poskupljenja u glavnoj turističkoj sezoni. Prema istim podacima, najviše je Čeha u lipnju putovalo u Hrvatsku, Italiju, Grčku te Egipat.

U kolovozu su najpopularnije destinacije za ljetni odmor kod čeških agencija bile rasprodane. Primjerice, u turističkoj agenciji Fischer, koja nudi cijeli svijet, izjavili su u medijima da je ovo za njih sasvim specifična i rekordna sezona, a nezapamćen interes kupaca uglavnom pripisuju dvogodišnjoj pandemijskoj pauzi. Osim toga, navodi se da su cijene aranžmana narasle za otprilike deset posto u odnosu na 2019. godinu.

Agencija Alexandria navodi kako su Česi u većoj mjeri aranžmane kupovali unaprijed te češće birali luksuznije i skuplje aranžmane nego li prije pandemije. Navedeno su potvrdili i u turističkoj agenciji Čedok. Prodaja putovanja bila je veća nego prije pandemije i ujedno najveća u povijesti Čedoka. Prema podacima turističkih agencija, među najpopularnijim destinacijama u kolovozu bili su Grčka, Turska, Italija, Bugarska i Španjolska. Od udaljenijih destinacija, klijenti su tražili izravne letove za Zanzibar i Dominikansku Republiku.

Početkom rujna Udruga AČCKA analizirala je prodaju aranžmana te konstatirala da se rezultat približio razini od 80% prometa iz 2019., uz veću profitabilnost. Procijenili su da će u 2022. oko milijun Čeha posjetiti Hrvatsku. U avio segmentu prednjačili su Grčka, Turska, Španjolska i Egipat. Udruga je raspravljala i o problemu stalnog nedostatka kadrova u turističkoj djelatnosti, posebice vozača i vodiča, unatoč visokim plaćama i kraćem radnom vremenu. Nedostatak osoblja uzrokovao je kašnjenja i otkazivanja letova u europskim zračnim lukama u ljetnoj sezoni, što se ipak nije odnosilo na zračnu luku Vaclav Havel u Pragu, koja je letove servisirala bez komplikacija.

U jesenskom periodu turističke agencije primjećuju smanjenje potražnje za turama vezanim uz zimske mjesece. Ipak, u odnosu na prošlogodišnju prodaju, potražnja za skijaškim aranžmanima veća je za cca 20%. Kupci žele fiksne cijene putovanja, s obzirom na visoku inflaciju. Za boravke uz more traže se Ujedinjeni Arapski Emirati, a sve je veći interes i za Oman, gdje je moguće putovati izravnim letom iz Praga.

Utjecaj pandemije bolesti COVID 19 i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2021. i 2022.

Početak 2022. bio je u znaku rata u Ukrajini, dolaska ukrajinskih izbjeglica u Češku, prikupljanja pomoći, poskupljenja energenata i generalno velike neizvjesnosti, što je kod mnogih građana izazvalo dvojbu na što trošiti. Stručnjaci su u medijima upozoravali da bi pri odabiru godišnjeg odmora svatko trebao razmotriti svoje financijske mogućnosti, jer se ekonomska neizvjesnost dramatično povećava te su budžeti čeških kućanstava „pod pritiskom“.

Anketa Češke novinske agencije (ČTK) među predstavnicima turističkih agencija pokazala je da bi nagli rast cijena goriva i visoka inflacija mogli poskupiti putovanja. Neke su agencije najavile poskupljenja autobusnog prijevoza, dok su druge još oglašavale „stare“ cijene. Neke su izjavile su da vanjski čimbenici ne utječu na cijene putovanja tako brzo kao u drugim sektorima te da poskupljenje već prodanih putovanja nije na dnevnom redu.

Utjecaj ukrajinske krize na prodaju aranžmana bio je izrazitiji na samom početku konflikta, ali brzo se vratio u normalu.

Najčitaniji dnevni list MF Dnes početkom svibnja 2022. donosi na naslovnici članak pod naslovom „Česi na godišnjem odmoru stežu remen“. Interes za putovanjima u inozemstvo postoji i aranžmani se prodaju, međutim, zbog brojnih poskupljenja bilježi se promjena ponašanja. Turisti manje troše u restoranima te za neke druge dodatne usluge na odmoru.

Prema informacijama Udruge čeških turoperatora i agencija (AČCKA) inflacija je globalni fenomen, a neke zemlje dižu cijene hotelskog smještaja za 100%. Ipak, ne očekuju poskupljenje svih aranžmana u kratkoročnom razdoblju, budući da više cijene goriva nadoknađuju jačanjem češke krune. Ipak, smatraju kako inflacija dugoročno može osjetnije utjecati na povećanje cijena turističkih usluga. Početkom rujna godišnja stopa inflacije u Češkoj iznosila je 17,2% što donosi generalnu nesigurnost i pad standarda.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2021. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2022.

U 2021. građani Češke ostvarili su 25.416.000 putovanja (bez službenih putovanja), od čega u svrhu odmora 16.291.000.

Ako uzmemo u obzir samo podatke Udruga putničkih agencija o uspjesima u poslovanju njihovih članica, može se predvidjeti da će broj putovanja u 2022. godini biti veći nego tijekom 2021. minimalno za 10%, usprkos negativnom utjecaju ekonomskih okolnosti u Češkoj i Europi.

Broj stanovnika koji su u 2021. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

Prema službenoj statistici Češkog statističkog zavoda, u inozemstvu je u 2021. godini ostvareno 3.097.000 putovanja (2.600.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 497.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 22.319.000 putovanja (7.826.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 14.493.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja-inozemstvo iznosio 87,8% : 12,2%.

Zbog pandemije, češki državljani putovali su izvan zemlje u znatno manjoj mjeri nego ranije. U odnosu na 2019. broj putovanja u inozemstvo smanjio se za polovinu, iako je u odnosu na 2020. rast iznosio oko 60%. Najviše su putovali u zemlje Europske unije.

Statistika kraćih putovanja u inozemstvo (jedno do tri noćenja) pokazuje da su kraća putovanja u 2021. bilježila pad od 60%, a najčešće se putovalo u Slovačku. Tamo je realizirano 189 tisuća putovanja, odnosno svako drugo inozemno kraće putovanje.

Kraća putovanja u inozemstvo uglavnom su se poduzimala radi rekreacije i razonode (71%), uz smještaj u hotelima i sl. (52%). Osobna motorna vozila (79,6%) uglavnom su se koristila za prijevoz. Većina putovanja organizirana je individualno (87%). Prosječno kraće putovanje u inozemstvo trajalo je 2,2 noćenja, a troškovi su iznosili 5.495 CZK (224 €).

Czech Tourism napravio je u kolovozu anketu vezanu uz planove za jesenski odmor te je iz istraživanja proizašlo da isti u Češkoj planira 53% ispitanika. Najčešći motivi su pješaćenje, šetnje, kratke biciklističke ture i posjeta aquaparkovima. U prosjeku su planirali boravak od 8 dana. Najčešća vrsta smještaja bili su pansioni (45%) i hoteli više kategorije (30%). Prosječna potrošnja bi bila 5.913 CZK (241€). Odmor u inozemstvu preferiralo je 39% Čeha. Razlozi za neodlazak na odmor u inozemstvo bili su nedostatak sredstava, preferencija drugog razdoblja za inozemni odmor (ljetno), nesigurnost zbog COVID-a, ili sigurnosni i politički razlozi.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2021.– procjene za 2022.

S obzirom na to da su svi podaci o putovanjima čeških državljana u inozemstvo, nastali obradom anketnog uzorka, Statistički ured Češke objavljuje podatke za 2021. godinu samo za zemlje za koje izračun daje pouzdane rezultate. U 2021. godini rezultati za dulja putovanja u inozemstvo iskazani su za putovanja u Hrvatsku, Italiju, Grčku, Slovačku i Egipat, a za kraća putovanja u inozemstvo, samo za Slovačku.

Prema pokazateljima češkog Zavoda za statistiku broj odlazaka u inozemstvo u 2021. bio je sljedeći:

1. Hrvatska: 607.000
2. Grčka: 351.000
3. Slovačka: 235.000
4. Italija: 225.000
5. Egipat: 183.000

Krajem lipnja 2022. Udruga čeških turoperatora i agencija - AČCKA objavila je prodaju destinacija od strane svojih članica, gdje treba uzeti u obzir kako je riječ samo o organiziranom segmentu prometa.

TOP 10 redoslijed destinacija prema prodaji članica Udruge AČCKA:

1. Grčka
2. Hrvatska (osobito vlastiti prijevoz)
3. Italija (osobito vlastiti prijevoz)
4. Turska

5. Španjolska (uključujući Kanarske otoke)
6. Egipat
7. Bugarska
8. Tunis
9. Austrija
10. Ujedinjeni Arapski Emirati

Sveukupno, već 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.

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

Uslugu organizatora putovanja za godišnji odmor u inozemstvu u 2021. kod dužih putovanja iskoristilo je 919.000 putnika, što je oko 35% prometa iz 2019. godine. Broj individualnih putnika koji su odmor proveli u inozemstvu iznosio je 58% prometa z 2019. U 2021., u odnosu na 2020., smanjile su se razlike između organiziranog i individualnog prometa, što pokazuje da su se turisti počeli vraćati organizatorima putovanja. Za Egipat, Tursku i Grčku skoro sva putovanja realiziraju se putem organizatora putovanja, dok u Slovačku, Austriju i Hrvatsku Česi u velikom postotku putuju individualno.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2021.

Češki turisti najčešće su u 2021. putovali u inozemstvo:

- | | |
|--------------------------|-------|
| a) autobusom | 7,5% |
| b) vlastitim automobilom | 52% |
| c) zrakoplovom | 39,5% |
| d) vlakom itd. | 1% |

Dok je 2020. godina bila u znaku putovanja automobilom, u 2021. se situacija znatno promijenila.

Prema podacima portala kiwi.com koji prodaje aviokarte, u ljeto 2021. Česi su putovali gotovo kao i prije pandemije. Rezervacije karata koje su češki turisti napravili od početka lipnja do kraja kolovoza dosegle su 95% 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.

U 2022., nakon početka sukoba u Ukrajini, prodaja zrakoplovnih karata bilježi pad od 40%, dok je od polovine ožujka ponovno zabilježeno poboljšanje prodaje (smanjenje je iznosilo 30%). Kako je rasla potražnja za ljetnim odmorima u inozemstvu, tako je rastao i broj novih zračnih linija u 2022. Tijekom ljetne sezone letova, koja je trajala od kraja ožujka do kraja listopada, zračna luka u Pragu nudila je izravne letove prema 147 destinacija.

Prema informacijama Zračne luke Václav Havel u Pragu, u razdoblju od travnja do listopada 2022. broj putnika u zračnoj luci iznosio je 7,8 milijuna, što je predstavljalo 65% razine iz 2019.

TOP destinacije iz Praga bile su Antalya, Marsa Alam, Hurghada, Heraklion, Burgas. Najviše su putnici iz Praga putovali u Grčku, Egipat, Španjolsku, Tursku i Italiju.

Tijekom 2022. odlično su se prodavale i aviokarte za Hrvatsku, na liniji Prag-Split i Prag-Zadar.

Prema planovima za zimsku sezonu 22/23, postojat će letovi iz Praga za 90 odredišta (npr. Dubai, Hurghada, Malaga, Doha, Marsa Alam, Muscat, Salala, kao i Antalya, Larnaca), a zračna luka će servisirati oko 3,7 milijuna putnika.

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

Česi su u 2021. najčešće za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo koristili:

- | | |
|---|-------|
| a) individualna organizacija putovanja | 58,7% |
| b) organizirano putovanje preko TO/agencija | 35,3% |
| c) ostale oblike organizacije | 6% |

Procjenjuje se da je u 2022. prevladavala individualna organizacija putovanja, iako će organizirana putovanja biti u postotku zastupljenija nego li u 2021.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2021.

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

- | | |
|------------------------------------|-------|
| a) hoteli i slične vrste smještaja | 53% |
| b) ostale vrste skupnog smještaja | 6,7% |
| c) smještaj kod rođaka i poznanika | 15,9% |
| d) ostale oblike smještaja | 24,4% |

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2021.

Motivi (putovanja s četiri i više noćenja) u prvom redu su:

- | | |
|---|-------|
| a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme | 84,5% |
| b) posjet rodbini, poznanicima | 14,6% |
| c) ostali privatni razlozi | 0,9% |

Glavna sezona za putovanja je ljeto, naročito srpanj, kada se realizira najviše putovanja, uglavnom u trajanju od 4-7 dana (58%). Prosječan broj noćenja na dužim putovanjima je 7,9. Česi postaju sve zahtjevniji turisti te češće traže bolji smještaj. U posljednje vrijeme odabiru nekoliko kraćih odmora i nisu više zadovoljni samo ležanjem na plaži. Tipičan češki odmor sada u prvom redu uključuje prirodu i aktivnosti.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2021.

Prema podacima Statističkog ureda Češke prosječna potrošnja na dužem inozemnom putovanju u 2021. je iznosila 14.306 CZK (584 €).

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

U Češkoj je prema podacima objavljenima na stranicama Ministarstva regionalnog razvoja u 2022. registrirano 577 organizatora putovanja koji imaju osiguranje u slučaju bankrota te nekoliko tisuća agencija (279 organizatora putovanja manje nego li u istom razdoblju 2019.)

Najveći organizatori putovanja (prema 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

- CK Victoria www.victoria-ck.cz
- České kormidlo www.ceskekormidlo.cz
- Travel family www.ckvt.cz
- CK 101 Zemek www.101ckzemek.cz
- Mediteran Travel www.mediteran.cz
- Čedok www.cedok.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 TO)

- 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 ostvaruje više od 1.000 putnika godišnje.

U Češkoj djeluju dvije udruge putničkih agencija:

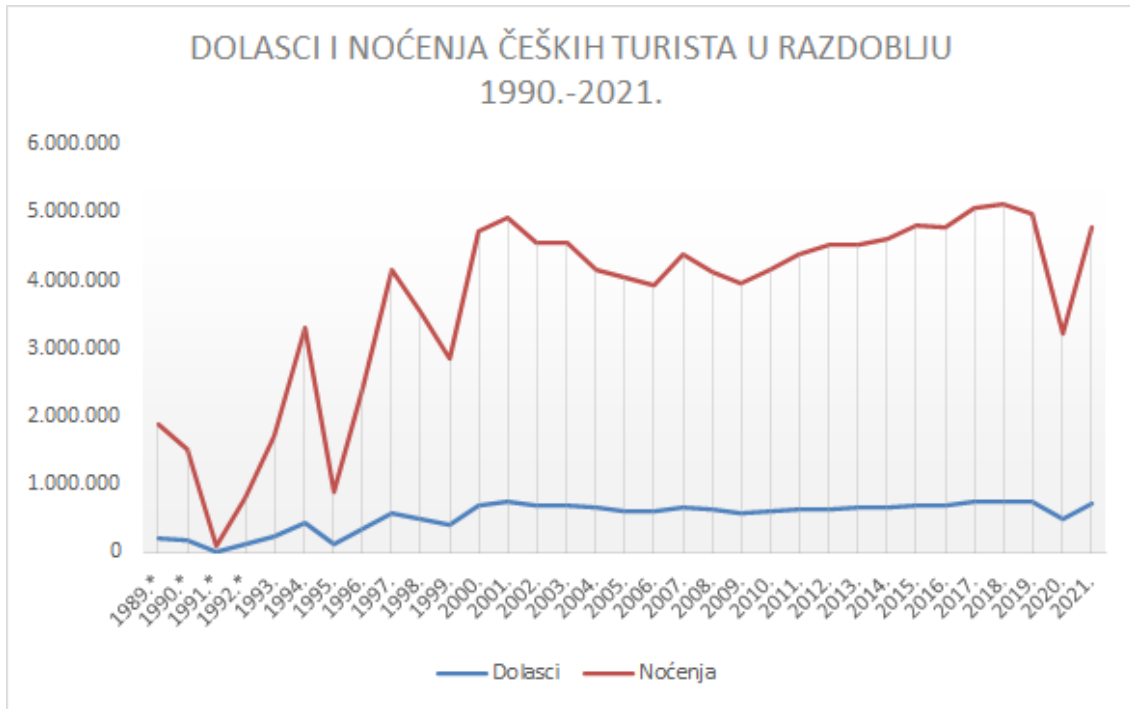
1. Udruga organizatora putovanja Češke republike - ACK ČR (Asociace cestovních kanceláří České republiky). Ima 234 članica, od kojih 63 u svojim programima ima Hrvatsku
2. Udruga čeških organizatora putovanja i agencija - AČCKA (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Ima oko 239 članova, od kojih 48 u svojim programima ima 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
2021.	720.913	150	374	4.783.597	149	253

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



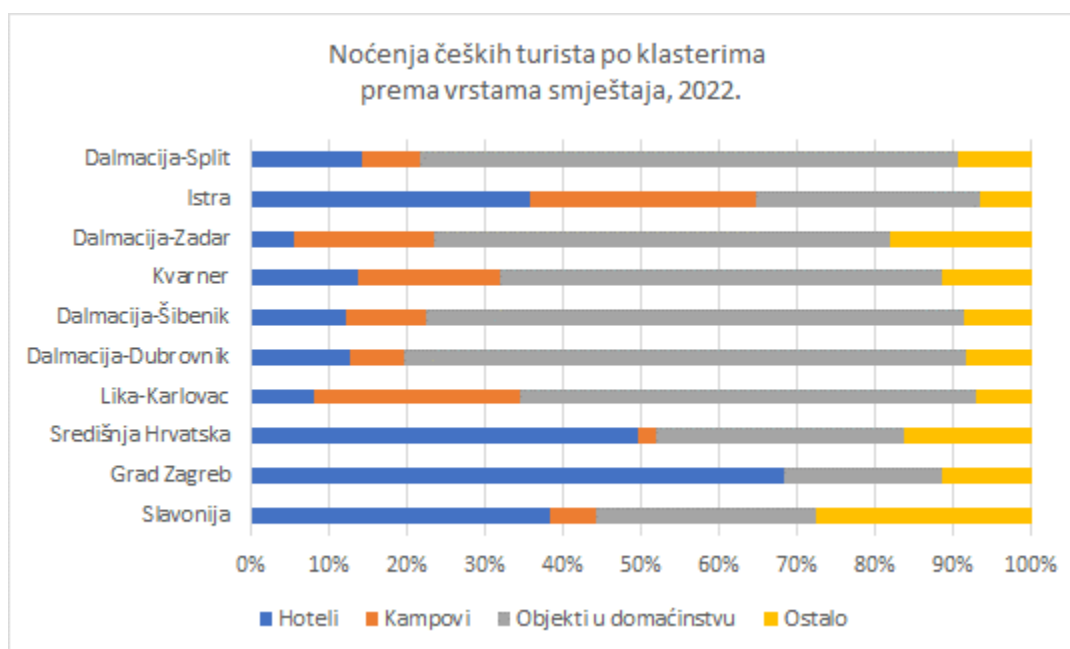
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	218.842	1.665.159
Istra	191.016	1.215.819
Dalmacija-Zadar	127.988	960.428
Kvarner	125.235	791.068
Dalmacija-Šibenik	71.474	535.725
Dalmacija-Dubrovnik	37.570	288.939
Nautika	40.502	271.146
Lika-Karlovac	50.501	214.748
Središnja Hrvatska	17.169	26.231
Grad Zagreb	11.856	22.056
Slavonija	1.984	3.779
Ukupno	894.137	5.995.098



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Podgora	263.495
Umag	190.496
Gradac	190.381
Baška Voda	169.970
Medulin	152.524
Omiš	140.620
Vir	137.366
Poreč	131.725
Novalja	127.354
Funtana	123.590

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	3,7%	3,6%
6-11 godina	5,5%	5,3%
12-17 godina	4,8%	5,0%
18-24 godina	2,9%	3,3%
25-34 godina	5,2%	5,8%
35-44 godina	9,7%	10,1%
45-54 godina	10,0%	8,6%
55-64 godina	5,1%	4,9%
> 65 godina	3,2%	3,3%

Aktualni imidž Hrvatske

Usprkos svakodnevnim najavama poskupljenja za sve mediteranske destinacije, pa tako i za Hrvatsku, želja Čeha za odmorom u Hrvatskoj tijekom 2022. nije jenjavala.

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 najvažniji su pozitivni atributi 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.

Ipak, sve zahtjevnijim generacijama mlađih 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 su u Hrvatskoj nezadovoljni zbog visokih cijena hotelskog smještaja, u usporedbi s konkurentskim zemljama (Grčka, Egipat, Bugarska i Turska). Upozoravaju na nedostatak hotela s tri zvjezdice. Iz godine u godinu u Hrvatskoj se sve više prelazi na hotele s četiri zvjezdice, uz visoke cijene smještaja koje si prosječna češka obitelj ne može priuštiti. Prigovaraju i na visoke cijene u restoranima te na

jednoličnu ugostiteljsku ponudu. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištima.

Češki organizatori putovanja negoduju zbog neravnopravne poslovne politike hotelijera (drugi cjenici, drugi uvjeti plaćanja, stop bukinga, akontacije, garancijske, odnosno alotmanske cijene i dr.) Najveći problem s kojim se organizatori putovanja u zadnje vrijeme bore je sve veća ponuda hrvatskih hotelijera na booking.com i sličnim portalima.

Ono što je negativno obilježilo odmore Čeha koji su se u 2022. godini vratili iz Hrvatske bile su i primjedbe zbog nečistog mora, koje su se pojavile u mnogim medijima.

Bez obzira na gore navedeno još uvijek je Hrvatska na češkom tržištu najomiljenija morska destinacija za odmor. Iako Česima raste životni standard, vrlo su osjetljivi na cijene. Profiliranje Hrvatske u kvalitetniju destinaciju i povećanje kvalitete hotelskog smještaja donosi istovremeno i povećanje cijena, što Čeha odvodi u nama konkurentne zemlje. Česi često koriste programe za kratka vikend putovanja u europske gradove. Za Hrvatsku takve ponude kod organizatora putovanja ne postoje, ali postoji perspektiva buduću da u pred i posezoni već postoje direktni letovi iz Praga za Split, Dubrovnik i Zadar.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2021. i 2022.

Udio organiziranog prometa u Hrvatskoj je 27,8% u dolascima te 27,1% u noćenjima. 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, 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, što potiče individualne dolaske i buking.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2021. i 2022. i rezultati organizatora putovanja u 2021. i 2022. (programi za Hrvatsku)

„Specijalista“ za Hrvatsku na češkom tržištu ima desetak – od većih koji svojom ponudom pokrivaju cijelu Hrvatsku, do manjih koji nude samo nekoliko destinacija. U katalogima najvećih TO 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 Hrvatska zastupljena s više od 70%. Niz malih i srednjih turoperatora nudi isključivo Hrvatsku (CK 101 Zemek i Mediteran Travel), cijelu obalu i otoke te programe u tranzitnim područjima kontinenta.

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

Ako uspoređujemo ponude za 2021. i 2022., postoje određene razlike u tome što mnoge agencije u ponudu uvrštavaju bolji smještaj, hotele sa 4 i više zvjezdica, koji se zbog visokih cijena ipak ne prodaju tako dobro kao u drugim mediteranskim zemljama. Smanjuje se ponuda

apartmana, budući da se takav smještaj više kupuje individualno, tj. putem OTA. Hrvatska se sve više nudi u 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 posezonu. Agencije specijalizirane za kampove obogaćuju ponudu te raste potražnja za mobilnim kućama sa 4* i 5*.

Neke agencije koje nude Hrvatsku uspjele su dogovoriti pakete sa fleksibilnom dužinom boravka, u kombinaciji s prijevozom vlakom i takvi su se nudili na stranicama RegioJeta.

U odnosu na 2021., u 2022. je došlo do blagog povećanja alatmanskog zakupa kapaciteta u 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 ogromna, međutim, zbog overbookinga TO nisu imali što prodavati.

Anketa Predstavništva HTZ-a provedena u listopadu 2022. među najznačajnijim turoperatorima koji u svojim programima imaju Hrvatsku potvrdila je da su ukupni rezultati organiziranog prometa u 2022. bili bolji nego u 2021., a za neke i bolji nego tijekom 2019. godine. Većina agencija navela je da su u 2022. bilježili rast u odnosu na 2021. u rasponu od 30 – 140% . U sezoni 2022., u odnosu na 2021., nije dolazilo do storniranja već zakupljenih aranžmana. Većina agencija navodi kako se se moglo puno više prodati da je bilo slobodnih kapaciteta.

Većina agencija realizirala je aranžmane od kraja svibnja do početka listopada, dok su u manjem broju imali goste već od polovine travnja, sve do polovine listopada, što polako pokazuje da postoji interes i za pred i posezonu.

Najviše se putovalo vlastitim automobilom, ali se povećao i interes za autobusni prijevoz. U 2022. prometovao je vlak iz Praga za Rijeku i Split. Željezničku liniju koristili su uglavnom individualci, međutim, par putničkih agencija povezala je ponudu smještaja s vlakom (uz autobusni transfer dalje prema Istri, ili sjevernoj i južnoj Dalmaciji).

Tražile su se sve vrste smještaja, ali najomiljeniji su bili hoteli sa 3 zvjezdice i polupansionom te apartmani i mobilne kućice u kampovima. U odnosu na prethodne godine više se tražio kvalitetniji smještaj u hotelima sa 4 zvjezdice, ali u onima koji su cjenovno prihvatljiviji.

Kod agencija se najviše tražila Istra, ali omiljena je i dalje srednja Dalmacija.

Neke agencije primjetile su promjene ponašanja kod svojih klijenata. Dok su 2020. i 2021. prodavali smještaj u Hrvatskoj u posljednji trenutak prije odlaska, što je bio rezultat nesigurnosti i straha zbog restrikcija i mjera protiv pandemije, u 2022. Česi su kupovali aranžmane već u veljači i ožujku. Jedan dio čeških turista ipak je čekao sa rezervacijama sve do početka glavne sezone, kada više nije bilo slobodnih kapaciteta te je bio problem naći smještaj u Hrvatskoj. Navedeno bi moglo potaknuti *first minute* prodaju za 2023. godinu.

Pojedine pritužbe klijenata agencija odnosile su se na gužve na graničnim prijelazima sa Slovenijom i Mađarskom, pogotovo na izlasku iz Hrvatske, na pad kvalitete usluga u

ugostiteljstvu, onečišćenja mora, nedostatak WC na plažama i skupe usluge najma suncobrana i ležaljki na plaži (u odnosu na druge mediteranske destinacije ili u odnosu na prethodne godine).

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2022. godine

SmartWings/Travel Service

Prag – Split - svaki dan od svibnja do listopada

Croatia Airlines

Prag-Split - subotom

Ryanair

Prag – Zadar - 2 x tjedno od lipnja do listopada

U 2022. bio je predviđen i let i iz Praga za Dubrovnik, međutim, Smartwings je zbog nedostatka zaposlenika (posade/osoblja) isti otkazao.

Autobuseri u 2022.

Autobusni prijevoz iz godine u godinu bilježi manji interes, iako su u 2022. autobuseri ostvarili nešto bolju sezonu nego li tijekom 2021. i 2020. Agencije kod autobusnih prijevoznika koji su uspostavili linije za ljetnu sezonu dogovaraju 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 Česke kormidlo
- ČSAD Tišnov

Velika konkurencija autobuserima u 2022. bio je vlak RegioJeta, na relaciji Prag-Brno-Bratislava-Rijeka-Split; prodali su preko 100.000 karata.

Individualni promet u 2022.

Prometna povezanost Jadrana, dobrom mrežom autocesta, velika je prednost Hrvatske za Čehe koji rado odlaze na putovanje automobilom. Solidna je i zračna povezanost, međutim, samo u ljetnom razdoblju. Prag je ljeti bio direktno povezan sa Splitom i Zadrom, no cijene avio karata nisu bile tako povoljne kao na letovima prema ostalim europskim gradovima. Jedino je Ryanair imao letove iz Praga prema Zadru s povoljnim cijenama.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2023.

Da se prodaja ljetnih aranžmana za 2023. ne odvija prema planu sugerira članak objavljen u dnevnom listu MF Dnes 18. studenog 2022., pod naslovom „Prodaja ljetnih aranžmana usporava zbog poskupljenja“. Autor navodi kako visoke cijene energenata usporava prodaju aranžmana, a neke putničke agencije pooštravaju uvjete otkazivanja. Česi se boje povećanja

izdataka, pa čekaju razvoj ekonomske situacije. Invia, najveći online portal s ponudom aranžmana 300 agencija, ipak navodi kako je situacija s prodajom bolja nego u istom razdoblju prošle godine. Smatraju da Česi ne žele odustati od odmora, ali za sada nisu sigurni koliko će za njega moći izdvojiti. Možda će birati kraće odmore, ili jeftinije termine u pred i posezoni. Neke putničke agencije olakšavaju uvjete storniranja aranžmana, kako bi povećali prodaju.

Uglavnom, agencije vjeruju kako će sezona 2023. biti uspješna kao i 2022., iako daljnju situaciju nije jednostavno predvidjeti.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2023. tj. odnosa putovanja na relaciji domaće destinacije/inozemstvo

Destinacije u koje putuje 50% Čeha su duži niz godina uvijek iste: Hrvatska, Italija i Slovačka. Vjerujemo da će te destinacije i u 2023. ostati najvažnije. Od ostalih destinacija mogla bi rasti Grčka, jer se pokreće sve više letova za tu zemlju i iz drugih gradova Češke, ne samo iz Praga. Očekujemo da bi i Turska u 2023. mogla bilježiti rast - Česima odgovara njihova *all inclusive* ponuda te ponuda za djecu.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2023.

Usprkos tome što je situacija sa prodajom aranžmana zadnjih godina turbulentna, određene konstelacije se ne mijenjaju. Prema izjavama najvećih agencija na tržištu, popularne ostaju destinacije s „bliskim morem“, Grčka i Hrvatska. Omiljene destinacije su i Egipat te Turska.

Udruga čeških turoperatora i agencija AČCKA objavila je da su očekivanja glede prodaje zimskih aranžmana skromna. Naime, vidi se da Česi za zimu bukiraju kraće boravke, umjesto sedmodnevnih biraju četverodnevne programe, uz naglasak na jeftinijem smještaju, posebice kod školskih grupa. Iako je u usporedbi sa prošlom godinom prodaja bolja za 15 do 20%, ne doseže rezultate iz 2019. Najtraženije destinacije za zimski odmor su Austrija, Italija, Francuska, Slovenija, Švicarska, i Bugarska.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2023.

Organizatori putovanja, svjesni svih trenutnih geopolitičkih i ekonomskih zbivanja, vjeruju kako će Hrvatska ostati najtraženija destinacija za ljetni odmor. Za 2023. mogu se očekivati rezultati u okvirima 2022., uz mogućnost rasta do 5%.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2023.

Većina agencija koje nude Hrvatsku planira aranžmane u 2023. godini, u rasponu od travnja/svibnja do kraja rujna. Neki najavljuju proširenje ponude te veći naglasak na hotelima s 4* koji imaju prihvatljive cijene. 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 za jeftinije kapacitete. Mnogi hrvatski partneri najavljuju povećanje cijena i do 40%, što je za češke turiste generalno teško prihvatljivo.

Pojedine agencije planiraju povećanje smještajnih kapaciteta u kampovima u odabranim destinacijama i proširenje suradnje s hrvatskim agencijama.

Ryanair je najavio letove iz Praga za Zadar od 26.3. - 26. 10. 2023. godine, pet puta tjedno. Prema planu, Smartwings i tijekom uvodi 2023. linije iz Praga prema Splitu, od 26. 5. - 15. 10. 2023. te prema Dubrovniku, od 01. 6. - 8. 10. 2023. (svakodnevno).

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2023.

- Veći broj zrakoplovnih linija iz Češke prema Hrvatskoj, po pristupačnim cijenama.
- Nadaju se da će hrvatski partneri cijene prilagoditi situaciji i ne podizati ih neopravdano, budući da je cjenovna konkurencija od strane svih mediteranskih zemalja velika.
- Kontroliranje cijena energenata i hrane - ukoliko cijene budu nekontrolirano raste, Hrvatska će imati problem popuniti smještajne kapacitete u 2023.
- Očuvanje bazne ponude hotela s 3*- Hrvatska gubi ponudu za goste iz srednje klase, apartmana ima previše, a hoteli sa 3* nestaju.
- Ekološka osviještenost - prema mišljenju organizatora putovanja koji se specijaliziraju za krstarenja po Jadranu, sortiranje otpada velik je problem na hrvatskim otocima te u pristaništima.
- Smatraju kako treba nadalje promovirati Hrvatsku kao sigurnu destinaciju.
- Ukoliko bi i dalje postojala opasnost od bolesti COVID-19, potrebno je uspostaviti jasne epidemiološke i sigurnosne mjere, koje će se provoditi u svim regijama.