



# MAĐARSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2022.



## 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.*

## Političko uređenje

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

- Predsjednik Republike – dr. János Áder (od 2. svibnja 2012. godine)
- Predsjednik Vlade – dr. Viktor Orbán (od 29. svibnja 2010. godine)

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

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

Kako bi ušla u parlament, svaka stranka mora osvojiti najmanje 5% glasova građana. Izbori za parlament održavaju se svake 4 godine (zadnji su bili u travnju 2018. godine, idući će se održati 2022.godine).

Vladajuća mađarska stranka je FIDESZ (od ukupno 199 zastupničkih mjesta imaju 133 mjesta).

Ustavni sud od 15 članova ima pravo spriječiti zakone koje ocijeni neustavnima.

Od 1. svibnja 2004. Mađarska je punopravna članica EU.

## Površina

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

## Najveći gradovi

Glavni grad: BUDAPEST/BUDIMPEŠTA (23 okruga, 1 723 836 stanovnika što čini 17.8% ukupnog stanovništva Mađarske - na dan 1. siječnja 2021.).

## Ostali veći gradovi u Mađarskoj:

Naselje	Rang	Županija	Broj stanovnika (2021- procjena)	Površina (km <sup>2</sup> )
Debrecen	županijsko središte	Hajdú-Bihar	200.974	461,66
Szeged	županijsko središte	Csongrád	159.074	281,00
Miskolc	županijsko središte	Borsod-Abaúj-Zemplén	150.695	236,66
Pécs	županijsko središte	Baranya	140.237	162,77
Győr	županijsko središte	Győr-Moson-Sopron	132.735	174,62
Nyíregyháza	županijsko središte	Szabolcs-Szatmár-Bereg	116.554	274,54
Kecskemét	županijsko središte	Bács-Kiskun	109.651	322,57
Székesfehérvár	županijsko središte	Fejér	95.545	170,89
Szombathely	županijsko središte	Vas	78.324	97,50

### Stanovništvo (prema dobi, spolu)

Prema podacima KSH (Državni zavod za statistiku) 01.01.2021. godine Mađarska je imala **9.890.640** stanovnika. Službeni popis stanovništva rađen je 2011. godine, a prema njemu je broj stanovnika iznosio 9.982.000 stoga se podaci u ovom dokumentu mogu mjestimično razlikovati. Popis stanovništva planiran za 2021. godinu odgođen je zbog pandemije bolesti COVID 19.

Prema službenim podacima žena (**5.118.963**) je više nego muškaraca (**4.771.677**).

Dobna struktura na dan 01. 01. 2020. godine:

- 0 – 14 godina – **1.421.336** (14,5 %)
- 15 – 64 godine – **6.405.956** (65 %)
- 65 i više godina – **1.942.234** (19,8 %)

Očekivana prosječna životna dob stanovništva pri rođenju je **75,52** godina (**72,21** godina za muškarce, a **78,74** za žene).

### Opće karakteristike gospodarstva

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

su rekonstrukcija pruge Budimpešta – Beograd (kineski kredit) i proširenje nuklearne elektrane Paks II (ruski kredit).

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

**Industrija** se u velikom dijelu (osim prehrambene) temelji na proizvodnji motornih vozila, elektronici, farmaciji, rudarstvu i energetici, metalurgiji, tekstilnoj industriji i građevinarstvu. Jedna trećina mađarske industrije nalazi se u zoni Budimpešte, a ostali centri su u Debrecenu, Gyoru, Miškolcu, Pečuhu i Segedinu. **Autoindustrija** je najvažnija izvozna grana te u ukupnom izvozu sudjeluje sa 21%. U ovu industrijsku granu uključeno je više od 600 tvrtki, a temelj ove industrije čine automobili Audi, Mercedes-Benz, Opel, Suzuki i BMW. Mađarska je jedan od najvećih proizvođača elektronike u Srednjoj i Istočnoj Europi te **elektronička industrija** čini 22% mađarske proizvodnje. **ITC sektor** čini 10% ukupnog mađarskog BDP-a koji zapošljava preko 100.000 osoba.

Pokriva telekomunikacije, IT outsourcing, IT usluge, proizvodnja softwera (kompanije se nalaze u Budimpešti, ali neke od njih imaju i regionalne centre) i hardwarea (u središnjoj Mađarskoj). Zahvaljujući prisustvu tvrtki poput Ericcsona, Oraclea, Gamelofta i drugih, Mađarska je danas vodeći regionalni ICT hub centar. **Farmaceutska industrija** ima bogatu tradiciju u Mađarskoj, danas zapošljava više od 15.000 ljudi i jedna je od najrazvijenijih u Srednjoj i Istočnoj Europi, s tendencijom širenja. Većina tvrtki je locirana oko takozvanih life-science klastera u Budimpešti, Debrecenu, Segedinu i Pečuhu. Zahvaljujući geostrateškom položaju Mađarske i stalnom ulaganju u prijevozni sektor, logističke i druge usluge u Mađarskoj, značajno raste obujam **uslužnih djelatnosti**.

**Turizam** u mađarskom GDP-u sudjeluje s oko 10% (vlada planira do 2030. sudjelovanje sa 16%) i zapošljava (po-

sredno) oko 400.000 ljudi. Mađarsku godišnje posjeti oko 12.000.000 turista od čega cca 66% Budimpeštu (2020. i 2021. su iznimka).

Mađarska svoju turističku politiku temelji na jačanju imidža zemlje (kulturnih, povijesnih i prirodnih znamenitosti) i posebnoj potpori domaćem turizmu, kao i ulaganjima u razvoj, osim Budimpešte i ostalih destinacija diljem Mađarske.

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

Ukupan BDP u Mađarskoj iznosio je 145.9 milijardi Eura u 2020. godini. U narednoj tablici prikazani su detaljniji podaci o BDP-u, izraženi u mađarskoj valuti/forinti.

Godina	BDP po tekućoj cijeni, milijardu Ft	BDP po glavi stanovnika tisuću Ft	BDP po glavi stanovnika eura	BDP volumen indeks, prethodna godina = 100	BDP implicit cjenovni indeks, prethodna godina = 100	Stvarna potrošnja domaćinstava volumen indeks, előző év = 100	Bruto nacionalni dohodak (GNI), milijardu Ft	GNI/GDP postotak
1995.	5 836,5	565,1	7 699	x	x	x	5 591,5	95,8
1996.	7 122,3	690,7	7 925	100,1	121,9	97,7	6 800,5	95,5
1997.	8 834,6	858,5	8 220	103,1	120,3	101,0	8 304,6	94,0
1998.	10 442,8	1 017,2	8 652	103,9	113,8	103,4	9 786,7	93,7
1999.	11 637,5	1 136,8	9 085	103,1	108,1	105,6	10 882,9	93,5
2000.	13 324,1	1 304,9	9 846	104,5	109,6	103,4	12 550,1	94,2
2001.	15 398,7	1 511,5	10 934	104,1	111,0	104,6	14 505,0	94,2
2002.	17 433,9	1 716,2	11 906	104,7	108,1	107,7	16 442,6	94,3
2003.	19 133,8	1 888,9	12 710	104,1	105,4	107,6	18 063,1	94,4
2004.	21 114,2	2 089,0	13 294	105,0	105,1	102,2	19 824,4	93,9
2005.	22 600,1	2 240,5	14 013	104,3	102,6	103,0	21 183,0	93,7
2006.	24 352,9	2 418,0	14 616	103,9	103,7	101,7	22 847,0	93,8
2007.	25 749,4	2 560,7	15 080	100,3	105,4	99,1	23 797,9	92,4
2008.	27 258,3	2 715,5	16 083	101,0	104,8	98,9	25 465,5	93,4
2009.	26 529,9	2 647,0	15 652	93,4	104,2	94,4	25 375,5	95,6
2010.	27 496,7	2 749,7	16 463	101,1	102,5	98,7	26 203,0	95,3
2011.	28 549,8	2 863,1	17 173	101,9	101,9	100,8	27 167,8	95,2
2012.	29 006,3	2 923,9	17 194	98,7	102,9	97,7	27 778,7	95,8
2013.	30 362,7	3 069,1	17 715	101,8	102,8	99,9	29 479,8	97,1
2014.	32 815,2	3 325,9	18 414	104,2	103,7	102,2	31 334,6	95,5
2015.	34 975,3	3 553,3	19 271	103,7	102,8	103,6	33 301,7	95,2
2016.	36 214,1	3 690,0	19 406	102,2	101,3	104,1	35 237,5	97,3
2017.	39 281,4	4 013,2	20 259	104,3	104,0	104,5	37 692,3	96,0
2018.	43 392,4	4 438,9	21 603	105,4	104,8	104,2	41 693,1	96,1
2019.	47 530,6	4 864,4	22 811	104,6	104,8	104,5	46 280,1	97,4
2020.	47 988,5	4 921,8	22 216	95,3	105,9	98,0	46 698,7	97,3

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

## Prognoza za naredne godine

Datum prognoze	2020.	2021.	2022.	2023.
Vlada HU 04.05.2021		+4.3	+5.2	+4.1
Europska komisija 12.05.2021		+5.0	+5.5	::
OECD 31.05.2021		+4.6	+5.0	::
IMF 06.04.2021	-5.0	+4.3	+5.9	+3.8
MNB (Mađarska Narodna Banka) 24.06.2021		+6.2	+5.5	+3.5
GKI 29.06.2021		+7.0	::	::
Kopint-Tarki 17.09.2021		+7.0	+5.0	::

Izvor: <https://www.abkungarn.hu>

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

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2020. iznosila je 4,3 %. Prognoza za 2021. godinu varira između 3,8% i 4,3%, dok se za 2022. procjenjuje da će varirati između 3,4% i 3,8%. Nedostatak radne snage izuzetno je vidljiv upravo u sektoru turizma i ugostiteljstva.

## Prosječna plaća

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (KSH), 2020. godine prosječna bruto plaća na nacionalnoj razini iznosila je 403.616 HUF (što je 9,7% više nego prethodne godine), dok je na razini glavnog grada Budimpešte iznosila 502.614 (što je za 9,3 % više nego prethodne godine). Prema podacima za prvih sedam mjeseci 2021. (objavljeno 29.09.2021.) prosječna bruto plaća na nacionalnoj razini je iznosila 433.700 HUF (što je 7,9% više u odnosu na isto razdoblje prethodne godine), dok je na razini glavnog grada Budimpešte iznosila 528.192 HUF (što je 7% više u odnosu na isto razdoblje prethodne godine).

## Stopa inflacije

Stopa inflacije u 2020. godini iznosila je 3,3%, a u tablici je navedeno aktualno stanje i predviđanje za narednu godinu.

	2020.	predviđanje za 2021. (dana 17. 09.2021.)	2022.
Inflacija (godišnji prosjek)	3,3	u rasponu od 3,6 do 4,7	u rasponu od 3,0 do 4,4

Izvor: <https://www.abkungarn.hu/wirtschaft>

## Vanjskotrgovinska bilanca

	2020.	2021. Q1
Izvoz /milijardu EUR	104,49	29,56
Uvoz /milijardu EUR	98,69	26,98
Bilanca/milijardu EUR	5,80	2,58

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

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

Kao i gotovo sve zemlje svijeta, Mađarsku je pandemija bolesti COVID-19 snažno pogodila. Svi ekonomski pokazatelji navedeno potvrđuju, a najviše je pogođena Budimpešta, kao glavni i najveći grad u Mađarskoj, naročito u turističkom smislu (više od 90% turista u Budimpešti, prije pandemije, činili su stranci). Međutim, mađarska Vlada vrlo optimistično najavljuje gospodarski rast u idućem razdoblju: rast BDB-a u 2022. godini ministar financija u zadnjoj je izjavi procijenio na 5,5 – 6%. Četiri izvora opasnosti koja bi mogla negativno utjecati na ekonomske izglede su rast cijene energenata, rastuća inflacija, pogoršanje pandemijske situacije i nestašica sirovina.



## MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

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

Javni RTV sustav: Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt.  
[www.dunamsz.hu](http://www.dunamsz.hu)

Javne televizije (skupno ime: MTVA) <http://mtva.hu/hu>

### Sedam tematskih kanala

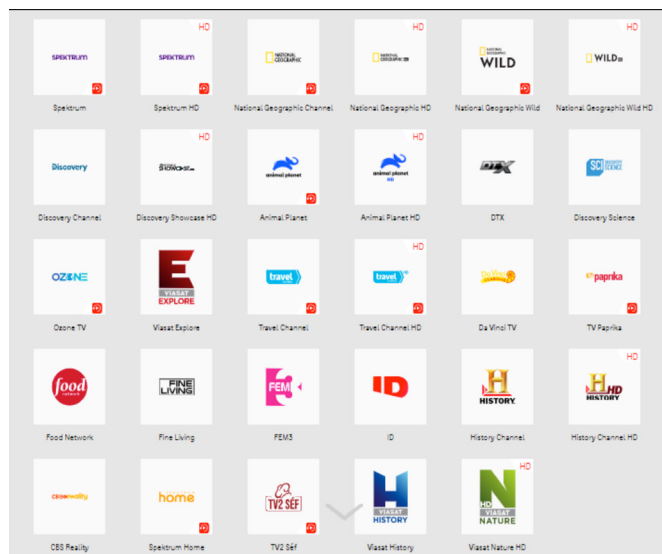
- M1 24/24 news kanal
- M2 / PETŐFI TV dječji/omladinski program
- M3 retro kanal/arhivske snimke
- M4 SPORT prvenstveno mađarske sportske priredbe
- M4 SPORT+ prvenstveno mađarske sportske priredbe
- M5 kultura/edukacija
- DUNA TV nacionalni glavni kanal
- DUNA WORLD dijaspora

### Komercijalne TV postaje

Naziv	Kategorija
RTL Klub	Komercijalna televizija
TV2	Komercijalna televizija
HBO	Premium
Spektrum	Znanstveno naučni
ATV	News kanal
Hír TV	News kanal
VIASAT3	Komercijalna televizija
Comedy Central	Humoristični kanal
RTLII	Komercijalna televizija
Super TV2	Komercijalna televizija
Sláger TV	Music kanal
Spíler TV	Sport
Zenebutik	Music kanal
Minimax	Dječji kanal
Cartoon Network	Dječji kanal
TV2 Comedy	Humoristični kanal
PRIME	Komercijalna televizija
FEM3	Komercijalna televizija
LiChi TV	Gasztrocsatorna
TV2 Kids	Dječji kanal
Moziverzum	Film
FIXHD	Lifestyle and wellbeing
ATV Spirit	Lifestyle and wellbeing
RTL Spike	Komercijalna televizija
RTL Gold	Komercijalna televizija
VIASAT6	Komercijalna televizija
Sony Max	Komercijalna televizija
AXN	Komercijalna televizija

Ostale televizijske postaje na mađarskom jeziku/zemaljsko emitiranje – informacija dostupna na sljedećoj poveznici: <https://www.sat-tv-radio.hu/egyeb-orszagos-terjesztesu-magyar-nyelvu-tevek/index.php?Itemid=31>

## Lifestyle, zabava



Ostale televizijske postaje na mađarskom jeziku/zemaljsko emitiranje – informacija dostupna na sljedećoj poveznici: <https://www.sat-tv-radio.hu/egyeb-orszagos-terjesztesu-magyar-nyelvu-tevek/index.php?Itemid=31>

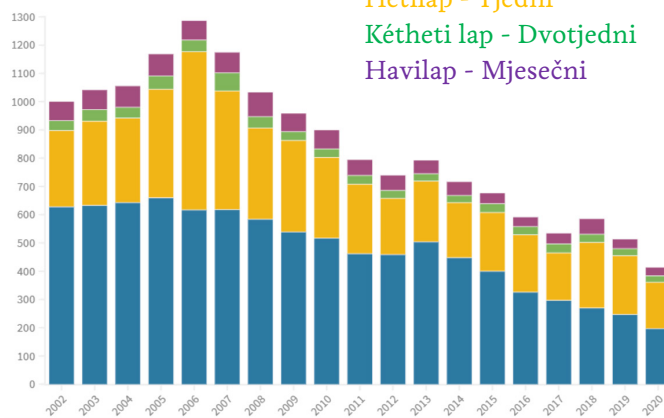
## Dnevni listovi

Napomena: konstantni pad naklada tiskanih izdanja (grafikon u nastavku)

### Idószaki lapok példányszáma

millió

■ Napilap ■ Hetilap ■ Kétheti lap ■ Havilap



Napilap - Dnevni

Hetilap - Tjedni

Kétheti lap - Dvotjedni

Havilap - Mjesečni

NAZIV	WEB	PROFIL
Blikk	<a href="http://www.blikk.hu/">http://www.blikk.hu/</a>	žuta štampa
Bors	<a href="http://www.borsonline.hu/">http://www.borsonline.hu/</a>	žuta štampa
Metropol	<a href="https://metropol.hu/">https://metropol.hu/</a>	žuta štampa
Magyar Hírlap	<a href="http://magyarhirlap.hu/">http://magyarhirlap.hu/</a>	politički
Magyar Nemzet	<a href="https://magyarnemzet.hu/">https://magyarnemzet.hu/</a>	politički
Nemzeti Sport	<a href="http://www.nemzetisport.hu/">http://www.nemzetisport.hu/</a>	šport
Népszava	<a href="https://nepszava.hu/">https://nepszava.hu/</a>	politički
Ripost	<a href="https://ripost.hu/">https://ripost.hu/</a>	žuta štampa
Világgazdaság	<a href="https://www.vg.hu/">https://www.vg.hu/</a>	gospodarstvo

## Tjedni listovi

NAZIV	WEB	PROFIL
Best	<a href="http://magazin.best.hu/pager.php">http://magazin.best.hu/pager.php</a>	žuta štampa
Blikk Nők	<a href="http://www.blikk.hu/blikknok-33671">http://www.blikk.hu/blikknok-33671</a>	žuta štampa
Budapester Zeitung	<a href="https://www.budapester.hu/">https://www.budapester.hu/</a>	politički
Élet és Irodalom	<a href="https://www.es.hu/">https://www.es.hu/</a>	kultura, literatura
Fanny	<a href="http://www.blikk.hu/fanny">http://www.blikk.hu/fanny</a>	glossy, žuta štampa
Figyelő	<a href="http://www.figyelo.hu">www.figyelo.hu</a>	gospodarstvo, politika
Hetek	<a href="http://www.hetek.hu/">http://www.hetek.hu/</a>	politika
hot!	<a href="http://www.blikk.hu/hotmagazin-31620">http://www.blikk.hu/hotmagazin-31620</a>	žuta štampa
HVG	<a href="https://hvg.hu/">https://hvg.hu/</a>	gospodarstvo, politika
Képes Sport	<a href="https://kepessport.hu/">https://kepessport.hu/</a>	šport
Kiskegyed	<a href="http://kiskegyed.blikk.hu/">http://kiskegyed.blikk.hu/</a>	glossy, žuta štampa
Magyar Demokrata	<a href="http://www.demokrata.hu/">http://www.demokrata.hu/</a>	politički
Magyar Narancs	<a href="https://magyarnarancs.hu/">https://magyarnarancs.hu/</a>	politički
Meglepetés	<a href="https://meglepetes.hu/">https://meglepetes.hu/</a>	glossy, žuta štampa
Nők Lapja	<a href="https://noklapja.nlcafe.hu/">https://noklapja.nlcafe.hu/</a>	glossy
Story	<a href="https://www.nlcafe.hu/cimke/story-magazin/">https://www.nlcafe.hu/cimke/story-magazin/</a>	glossy, žuta štampa
Szabad Föld	<a href="https://www.szabadjfold.hu/">https://www.szabadjfold.hu/</a>	politički
Szines RTV	<a href="https://www.mc.hu/magazin/szines_rtv_elifizetes">https://www.mc.hu/magazin/szines_rtv_elifizetes</a>	TV program
TVR-hét	<a href="http://tvrhet.blikk.hu/">http://tvrhet.blikk.hu/</a>	TV program
Vasárnap reggel	<a href="https://vasarnapreggel.hu/">https://vasarnapreggel.hu/</a>	politički
Vasárnapi Blikk	<a href="https://www.blikk.hu/vasarnapi-blikk">https://www.blikk.hu/vasarnapi-blikk</a>	
Vasárnapi Bors	<a href="http://www.borsonline.hu/vasarnapi-bors/cimke/11793">http://www.borsonline.hu/vasarnapi-bors/cimke/11793</a>	žuta štampa



## Mjesečni listovi

NAZIV	WEB	PROFIL
A földgömb	<a href="https://afoldgomb.hu/">https://afoldgomb.hu/</a>	putopis, ture, putovanja
A mi otthonunk	<a href="http://www.amiotthonunk.hu/">http://www.amiotthonunk.hu/</a>	dom
Az Utazó magazin	<a href="http://azutazo.hu/">http://azutazo.hu/</a>	travel
Chef&Pincér	<a href="http://www.chefpincer.hu/impresszum">http://www.chefpincer.hu/impresszum</a>	hospitality
Cosmopolitan	<a href="https://cosmopolitan.hu/">https://cosmopolitan.hu/</a>	glossy, life-style
Diéta és fitnessz	<a href="https://dietaesfitnessz.hu/">https://dietaesfitnessz.hu/</a>	glossy, life-style
Drive magazin	<a href="https://drivemagazine.eu/hu/drivetipp/">https://drivemagazine.eu/hu/drivetipp/</a>	travel, life-style
Elle	<a href="http://elle.hu/">http://elle.hu/</a>	glossy, life-style
Éva Magazin	<a href="http://www.evamagazin.hu/">http://www.evamagazin.hu/</a>	glossy, life-style
Fanny Konyha	<a href="https://digitalstand.hu/fannykonyha">https://digitalstand.hu/fannykonyha</a>	cooking
Forbes	<a href="https://forbes.hu/">https://forbes.hu/</a>	life-style, gospodarstvo
Glamour	<a href="https://www.glamour.hu/">https://www.glamour.hu/</a>	glossy, lifestyle
Haszon Magazin	<a href="https://haszon.hu/">https://haszon.hu/</a>	gospodarstvo
Humen Magazin	<a href="https://humenonline.hu/humen-magazin/">https://humenonline.hu/humen-magazin/</a>	homo
InStyle	<a href="http://www.instyle.hu/">http://www.instyle.hu/</a>	glossy, lifestyle
Joy	<a href="https://www.joy.hu/">https://www.joy.hu/</a>	glossy, lifestyle
Képmás	<a href="https://kepmas.hu/">https://kepmas.hu/</a>	povijest
Kreatív	<a href="http://kreativ.hu/">http://kreativ.hu/</a>	kreativ, PR
Lakáskultúra	<a href="http://www.lakaskultura.hu">http://www.lakaskultura.hu</a>	lifestyle
Manager Magazin	<a href="http://mediaworks.hu/hu/product/manager-magazin">http://mediaworks.hu/hu/product/manager-magazin</a>	business, gospodarstvo
Marie Claire	<a href="https://marieclaire.hu/">https://marieclaire.hu/</a>	glossy, lifestyle
Mix Magazin	<a href="http://www.mixonline.hu/">http://www.mixonline.hu/</a>	glossy, lifestyle
National Geographic	<a href="http://www.ng.hu/Magazin">http://www.ng.hu/Magazin</a>	travel, putopis
Nők Lapja Egészség	<a href="https://www.mc.hu/magazin/nok_lapja_egeszseg_elifizetes">https://www.mc.hu/magazin/nok_lapja_egeszseg_elifizetes</a>	zdravlje, lifestyle
Nők Lapja Konyha	<a href="https://noklapja.nlcafe.hu/konyha/">https://noklapja.nlcafe.hu/konyha/</a>	cooking
Otthon Magazin	<a href="http://otthon.com/">http://otthon.com/</a>	dom
Pont Itt Magazin	<a href="https://pphmedia.hu/turizmus-trend">https://pphmedia.hu/turizmus-trend</a>	turizam
Praktika magazin	<a href="http://www.praktika.hu/">http://www.praktika.hu/</a>	zdravstvo, lifestyle
Pannón Presztizs	<a href="https://www.presztizs.com/">https://www.presztizs.com/</a>	lifestyle
Ridikül Magazin	<a href="http://ridikulmagazin.hu/">http://ridikulmagazin.hu/</a>	lifestyle, glossy
Taxi Magazin	<a href="http://taximagazin.hu/">http://taximagazin.hu/</a>	lifestyle
The Budapest Times	<a href="http://www.budapesttimes.hu/">http://www.budapesttimes.hu/</a>	trade&gospodarstvo
Trade Magazin	<a href="http://trademagazin.hu/hu/">http://trademagazin.hu/hu/</a>	trade&gospodarstvo
Turizmus.com	Turizmus.com	turizam
Világjáró Magazin	<a href="http://vjm.hu/">http://vjm.hu/</a>	turizam
VinCE Magazin	<a href="https://www.vincemagazin.hu/">https://www.vincemagazin.hu/</a>	enologija
Vital Magazin	<a href="https://vitalmagazin.hu/">https://vitalmagazin.hu/</a>	well being, health

---

## Turistički – stručni magazini print/online

### Turizmus Kft.

turizmus.com	<a href="https://turizmus.com/">https://turizmus.com/</a>
Turizmus.com Magazin/PRINT	<a href="http://www.turizmuskft.hu">www.turizmuskft.hu</a>
Business Traveller Hungary	<a href="https://turizmus.com/">https://turizmus.com/</a>
Vendéglátás magazin	<a href="https://vendeglatasmagazin.hu/">https://vendeglatasmagazin.hu/</a>

### PPHMedia

turizmusonline.hu	<a href="http://turizmusonline.hu/index.php#">http://turizmusonline.hu/index.php#</a>
Pont Itt	<a href="http://turizmusonline.hu/ujsag/ujsag.php?paperId=60">http://turizmusonline.hu/ujsag/ujsag.php?paperId=60</a>

### V.U.M. Kiadó és Szolgáltató Kft.

Világjáró magazin	<a href="http://vjm.hu/">http://vjm.hu/</a>
First Class	<a href="http://vjm.hu/firstclassmagazin/">http://vjm.hu/firstclassmagazin/</a>

### Vasárnapi Plusz Kft.

Az Utazó / The Traveller	<a href="http://azutazo.hu/">http://azutazo.hu/</a>
--------------------------	---

### Kornétás Kiadó Kft.

toptura.hu	<a href="https://toptura.hu/">https://toptura.hu/</a>
------------	---

### New Wave Media Group Kft.

Travelo.hu	<a href="http://travelo.hu">travelo.hu</a>
------------	--

### PMC Consulting Kft.

Aqua magazin	<a href="https://aquamagazin.hu/">https://aquamagazin.hu/</a>
--------------	---

## TOP 10 najposjećenijih webstranica – 2021. Q1 – prema dnevnom reachu

Naziv	Prosječni dnevni broj stvarnih korisnika	Prosječni dnevni reach
24.hu	893.870	14,50%
index.hu (-2)	984.133	16,00%
femina.hu (+1)	622.600	10,10%
origo.hu (+1)	699.784	11,40%
hvg.hu (-2)	548.519	8,90%
portfolio.hu (-4)	559.668	9,10%
blog.hu (+2)	247.948	4,00%
nlc.hu (+2)	502.911	8,20%
blikk.hu (+1)	563.256	9,20%
nosalty.hu (+1)	324.953	5,30%

Izvor: DKT-Gemius

## TOP 10 najposjećenijih webstranica – 2021. Q1 – prema dnevnom reachu

- 24.hu; index.hu; origo.hu

## Broj pratitelja FB stranica najposjećenijih web stranica i news portala; 2021. Q1

Pozicija	Naziv	Q1	Promjena
1.	24.hu	875.704	22
2.	femina.hu	506.135	11
3.	origo.hu	489.905	5
4.	index.hu	587.434	7
5.	hvg.hu	587.837	6
6.	blikk.hu	744.362	-3
7.	nlc.hu	765.260	23
8.	portfolio.hu	181.236	25
9.	blog.hu	15.510	0
10.	nosalty.hu	1.179.445	6
11.	telex.hu	427.781	33
12.	444.hu	373.747	10
13.	ripost.hu	158.250	6
14.	szeretlekmagyarország.hu	582.851	4
15.	hirado.hu	264.797	20

### Broj FB pratitelja televizijskih kanala; 2021.Q1

Pozicija	Naziv kanala	Q1	Promjena
1.	Duna TV	43.907	3
2.	RTL Klub	198.354	2
3.	TV2	336.426	0
4.	Hír TV	271.325	2
5.	ATV	499.009	21
6.	Life TV	182.586	20
7.	Story4	22.186	1
8.	Duna World	8.099	1
9.	M2	104.580	22

### Broj FB pratitelja televizijskih kanala; 2021.Q1

Pozicija	Naziv kanala	Q1	Promjena
1.	Retro Rádió	296.446	12
2.	Petőfi Rádió	258.997	4
3.	Kossuth Rádió	38.060	3
4.	Rádió 1	690.798	12
5.	Sláger FM	297.888	1
6.	Dankó Rádió	25.384	1
7.	Bartók Rádió	11.222	0
8.	Jazzy Rádió	31.588	0
9.	InfoRádió	46.194	5
10.	Tilos Rádió	43.175	1

Napomena: U tablice NISU uvrštene stranice kao što su Facebook, Google, Instagram...

## Regionalni tisak - naklada 2020. Q2

Županija	Naziv	Web	Naklada 2020. Q2
Bács-Kiskun	Petőfi Népe	<a href="http://www.petofinepe.hu/">http://www.petofinepe.hu/</a>	11.955
Baranya	Új Dunántúli Napló	<a href="http://www.dunantulinaplo.hu/">http://www.dunantulinaplo.hu/</a>	14.845
Békés	Békés Megyei Hírlap	<a href="http://www.bmhirlap.hu/">http://www.bmhirlap.hu/</a>	10.687
Borsod-Abaúj-Zemplém	Észak-Magyarország	<a href="https://www.eszak.hu/">https://www.eszak.hu/</a>	21.616
Csongrád	Délmagyarország	<a href="https://www.delmagyar.hu/">https://www.delmagyar.hu/</a>	21.592
Fejér	Fejér Megyei Hírlap	<a href="https://www.feol.hu/">https://www.feol.hu/</a>	17.192
Győr-Moson-Sopron	Kisalföld	<a href="https://www.kisalfold.hu/">https://www.kisalfold.hu/</a>	38.884
Hajdú-Bihar	Hajdú-bihari Napló	<a href="https://www.naplo.hu/">https://www.naplo.hu/</a>	20.592
Heves	Heves Megyei Hírlap	<a href="https://www.heol.hu/">https://www.heol.hu/</a>	6.330
Jász-Nagykun-Szolnok	Új Néplap	<a href="http://www.ujneplap.hu/">http://www.ujneplap.hu/</a>	9.959
Komárom-Esztergom	24 Óra	<a href="http://www.24ora.hu/">http://www.24ora.hu/</a>	6.554
(Dunaújváros)	Dunaújvárosi Hírlap	<a href="https://www.duol.hu/">https://www.duol.hu/</a>	3.009
Somogy	Somogyi Hírlap	<a href="http://www.somogyihirlap.hu/">http://www.somogyihirlap.hu/</a>	10.440
Szabolcs-Szatmár-Bereg	Kelet-Magyarország	<a href="https://www.kelet.hu/">https://www.kelet.hu/</a>	24.693
Tolna	Tolnai Népújság	<a href="http://www.tolnainepujsag.hu/">http://www.tolnainepujsag.hu/</a>	7.785
Vas	Vas Népe	<a href="https://www.vaol.hu/">https://www.vaol.hu/</a>	27.757
Veszprém	Napló	<a href="https://www.veol.hu/">https://www.veol.hu/</a>	19.667
Zala	Zalai Hírlap	<a href="https://www.zaol.hu/">https://www.zaol.hu/</a>	26.084

# PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. i 2021. GODINI

## Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Želja Mađara za putovanjem sve do kraja godine nije se smanjila niti sa završetkom glavne sezone. Gotovo trećina stanovništva planira putovati unutar zemlje, a desetina njih planira putovati u inozemstvo u jesensko-zimskom razdoblju - pokazuju najnoviji rezultati reprezentativne ankete Reacty Digital Kft (Anketa je provedena na uzorku od 500 ispitanika).

Gotovo polovica ispitanika koja je već putovala ove godine, željela bi ponovno otputovati na domaću destinaciju, dok gotovo dvije petine želi putovati u inozemstvo.

Istraživanje je otkrilo da je jedna trećina (35 posto) stanovnika dobne skupine od 18 do 79 godina otputovala u domaći komercijalni smještaj do kraja kolovoza 2021., dok je samo desetina odabrala inozemnu destinaciju. Postoje i preklapanja između putnika u Mađarskoj i inozemstvu, pa je sveukupno dvije petine stanovnika (odnosno anketiranih) ove godine bilo na odmoru (u Mađarskoj i/ili u inozemstvu).

Domaći turisti rezervirali su smještaj prvenstveno putem interneta, izravno putem web stranice objekta (42 posto), ali su popularne i web stranice ili aplikacije za online rezervacije (30 posto). U slučaju inozemnih rezervacija, samo je četvrtina putnika koristila web stranicu smještaja, dok je većina rezervirala preko on-line portala (43 posto). U slučaju tuzemnih rezervacija ističe se Szállás.hu (62 posto), dok je u slučaju inozemnih rezervacija najpopularniji Booking.com (78 posto).

Skoro polovina domaćih putnika odabrala je Balaton kao odredište – u najvećem omjeru mladi – dok je četvrtina putnika izabrala planinska/gorska područja.

Najpopularnije odredište za ljetovanje u inozemstvu je Hrvatska (29 posto), ali su također u velikom omjeru putovali u Grčku i Austriju. Dvije trećine onih koji putuju u inozemstvo odabralo je automobil kao prijevozno sredstvo, dok je gotovo trećina odabrala zrakoplov.

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

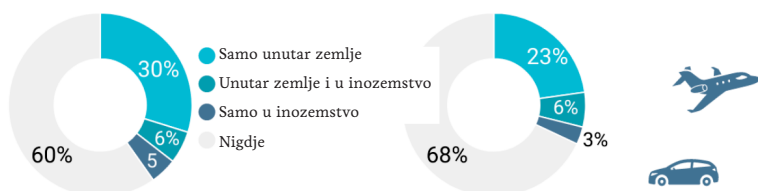
Pri odabiru destinacije Mađari su se u 2020. godini vodili ovim faktorima: cijena, kvaliteta i lokacija smještaja, epidemiološka pripravnost, popis atrakcija u okolici, fotografije i recenzije prijašnjih gostiju.

2020. godine Mađari su preferirali svoj ljetni odmor provesti unutar zemlje, što im se gotovo svakodnevno sugeriralo i od strane Vlade.

Najpopularnije odredište bilo je, naravno, jezero Balaton. Osim toga, drugi oblici turističkih putovanja bili su posjete gradovima, izletišta, toplice i aktivna rekreacija, biciklističke rute Mađarske, rijeka Tisa, jezero Velencei... Za Mađare koji su se odlučili za putovanje u inozemstvo, najpoželjnije su destinacije bile Hrvatska i Grčka.

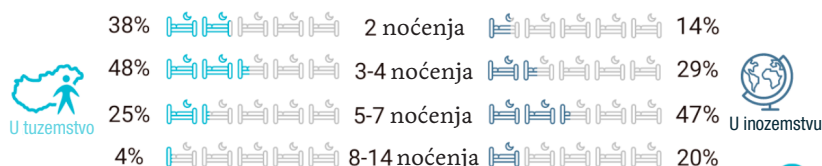
U jednoj „prosječnoj“ nepandemijskoj godini 69% Mađara putuje unutar zemlje, a 28% u inozemstvo u turističke svrhe. Tijekom 2020. godine sve je bilo znatno drugačije. Od onih koji su imali unaprijed organizirano

Gdje ste putovali do sada ove godine...    Gdje planirate putovati još ove godine...



## Koliko dugo je trajalo putovanje?

n=177, koji putovali u tuzemstvo, n=52, koji su putovali u inozemstvo



## Preferirana aktivnost tijekom putovanja

n=177, koji putovali u tuzemstvo, n=52, koji su putovali u inozemstvo





turističko putovanje, 80% ih nije otputovalo zbog epidemije koronavirusa.

U 2021. godini situacija se znatno promijenila. Velik broj Mađara do početka glavne ljetne sezone primio je obje doze cjepiva, uvjeti ulaska u strane zemlje bili su puno manje nepredvidivi nego 2020. godine te je veći broj Mađara putovao u inozemstvo. Od stranih destinacija, prema raspoloživim (neslužbenim) informacijama, Hrvatska je uvjerljivo destinacija broj 1.

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

Prema podacima KSH (Mađarski Zavod za statistiku) podaci o inozemnim putovanjima Mađara u 2019. i 2020. godini su sljedeći:

Godine 2019. Mađari su u inozemstvu ostvarili 24,9 milijuna putovanja (+19% u odnosu na lanjsku godinu) – riječ je o 15,4 milijuna jednodnevnih putovanja i 9,3 milijuna višednevnih putovanja.

Godine 2020. Mađari su u inozemstvu ostvarili 12,7 milijun putovanja (-49 % u odnosu na 2019.) – od čega je 8,8 milijuna jednodnevnih putovanja i 3,9 milijuna višednevnih putovanja.

U 2019. godini Mađari su u vlastitoj zemlji ostvarili 14,2 milijuna dolazaka i preko 59 milijuna noćenja. Najviše dolazaka i noćenja ostvareno je na Balatonu te u Budim-

pešti, a za domaći turizam koristi se SZÉP kartica koju izdaju banke i koja je tijekom 2020. godine dodatno ojačana na način da je smanjen porez koji se plaća na iznose na kartici, dok su iznosi po zaposleniku povećani. U 2020. godini Mađari su u domaćem turizmu ostvarili 8,9 milijuna dolazaka, što je 37% manje nego prethodne godine.

Podaci za 2021. godinu još nisu objavljeni, no neosporno je da su Mađari uglavnom birali domaće destinacije, koje su tijekom ljetnih mjeseci ostvarile rast u odnosu na 2020. godinu. Od inozemnih destinacija, prema neslužbenim podacima, najviše Mađara lještovalo je u Hrvatskoj.

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

2019. Mađari su u inozemstvu ostvarili 73,9 milijuna noćenja, dok su u Mađarskoj ostvarili 59 milijuna noćenja. Tijekom 2020. i 2021. godine taj se omjer znatno promijenio, naročito 2020. godine kada je velika većina stanovništva odlučila ostati u Mađarskoj. Broj inozemnih putovanja smanjio se za 49%, dok se domaći turizam smanjio za 37%.

Podaci za 2021. godinu još nisu objavljeni, no domaći turizam svakako je ostvario jednu uspješnu ljetnu turističku sezonu, no ove se godine ipak realizirao i značajniji turistički promet u inozemstvu.

## Pokazatelji inozemnih putovanja prema motivaciji putnika

Motivacija	2019. I.	2019. II.	2019. III.	2019. IV.	2020. I.	2020. II	2020. III.	2020. IV.	2021. I. - pro- cjena	2021. II. - pro- cjena
<b>Broj inozemnih putovanja, tisuća</b>										
<b>Jednodnevna putovanja</b>										
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	716	801	1 046	636	530	220	654	199	32	237
Posjeta rodbine, prijatelja	368	513	599	447	363	166	386	282	228	349
Shopping	1.344	1.265	1.490	1.327	1.032	268	554	356	102	382
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	228	218	152	177	159	148	81	93	94	101
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	277	304	260	237	164	183	90	92	100	190
Rad	702	713	934	733	622	853	686	639	844	1.029
<b>Ukupno</b>	<b>3.636</b>	<b>3.812</b>	<b>4.481</b>	<b>3.558</b>	<b>2.870</b>	<b>1.838</b>	<b>2.451</b>	<b>1.661</b>	<b>1.401</b>	<b>2.288</b>
<b>Višednevna putovanja</b>										
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	770	1 088	1 941	749	611	122	487	15	11	100
Posjeta rodbine, prijatelja	664	716	747	682	579	77	267	95	118	228
Shopping	25	36	38	15	19	8	32	9	10	17
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	36	81	45	64	48	18	11	10	20	36
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	129	199	120	171	118	106	51	78	75	118
Rad	270	279	248	259	236	469	181	260	390	299
<b>Ukupno</b>	<b>1.895</b>	<b>2.398</b>	<b>3.140</b>	<b>1.940</b>	<b>1.611</b>	<b>801</b>	<b>1.029</b>	<b>467</b>	<b>623</b>	<b>798</b>

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

## Redoslijed omiljenih destinacija u 2020. – procjene za 2021.

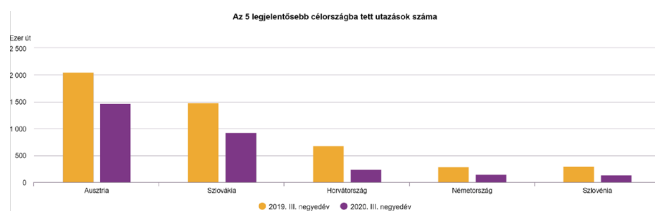
U trećem kvartalu 2020. godine mađarski su državljani ostvarili 3,5 milijuna putovanja u inozemstvo, što je 54% manje u odnosu na isti period prethodne godine. Broj jednodnevnih putovanja smanjio se za 45%, a višednevnih za 67%. Broj incentive putovanja smanjio se za 27%, a broj odmorišnih putovanja smanjio se za 62%.

70% inozemnih putovanja Mađara bila su jednodnevnog karaktera. Broj „shopping” putovanja i službenih putovanja značajno se smanjio. Većina putovanja se realizirala u Austriji i Slovačkoj, ali je broj posjetitelja također bio 30%, odnosno 33% manji nego godinu dana ranije.

Mađari su u tom, najznačajnijem kvartalu, ostvarili 1 milijun višednevnih putovanja u inozemstvo. Unutar višednevnih izleta postotno su zabilježene sljedeće motivacije:

- razonoda, city tour, priroda: 47%,
- posjete rodbini i prijateljima 26%,
- rad u inozemstvu: 18%,
- konferencije i poslovna putovanja: 4,9%.

## 5 top destinacija 2020. godine Q3: Austrija, Slovačka, Hrvatska, Njemačka, Slovenija



Austrija je zabilježila najmanji pad broja dolazaka (samo 16%), dok su se putovanja u Hrvatsku, Njemačku i Slovačku smanjila za više od 50%.

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

S obzirom da su u top 10 omiljenih destinacija Mađara mahom bliže destinacije, logično je da takve odmomore turisti u većini slučajeva organiziraju sami tj. putuju bez agencijskih usluga. Agencijske usluge koriste se uglavnom za putovanja koja uključuju charter letove (Turska, Tunis, Grčka, Egipat...) te za daleka putovanja. Zbog pandemije bolesti COVID 19 broj individualnih gostiju se još povećao, iako se određen broj ljudi (naročito u 2021. godini) odlučio za rezervaciju putem agencija jer su na taj način dobili određenu podršku u slučaju eventualnih problema.

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

Mađari koji godišnje odmomore provode u inozemstvu, u većini slučajeva koriste osobni automobil, iako se zbog dobre zračne povezanosti i sve većeg broja charter letova povećava i broj onih koji na odmor putuju avionom. U 2020. godini, zbog izostanka charter letova te pandemije, većina Mađara koja se odlučila na odlazak u inozemstvo koristila je osobni automobil. U 2021. godini situacija je bila slična, iako je broj letova bio puno veći nego 2020., te je veći broj putnika na odmor putovao avionom.

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

Trend posljednjih godina je rezervacija smještaja putem online kanala. Od mađarskih dionika svakako treba istaknuti najvećeg OTA – Szallas.hu. S obzirom na epidemiološku situaciju ove godine, vjerujemo da je dio mađarskih gostiju birao one smještajne objekte u kojima su ranije boravili (direktna komunikacija s vlasnicima objekata u domaćinstvu), a većina rezervacija realizirala se „last minute“, nakon otvaranja granica.

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

Mađari su tradicionalni gosti obiteljskog smještaja u Hrvatskoj, koji je i ove godine bio prvi izbor većine Mađara. Ono što je značajno za spomenuti za ovu godinu jer porast noćenja u nautici (+96%), a najveći rast ostvarili su hoteli (+134%).

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

Broj i motivacija realiziranih inozemnih putovanja, 2020. Q3 (nema podataka za cijelu godinu) Unutar milijun višednevnih putovanja ostvarenih u trećem kvartalu 2020. motivacije su sljedeće:

- razonoda, city tour, priroda: 47%,
- posjete rodbini i prijateljima 26%,
- rad u inozemstvu: 18%,
- konferencije i poslovna putovanja: 4,9%.

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

Pokazatelji inozemnih putovanja prema motivaciji putnika										
Motivacija	2019. I.	2019. II.	2019. III.	2019. IV.	2020. I.	2020. II	2020. III.	2020. IV.	2021. I. - pro- cjena	2021. II. - pro- cjena
<b>Potrošnja po putovanju, milijun forinti</b>										
<b>Jednodnevna putovanja</b>										
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	5.998	5.053	8.155	5.543	4.493	1.688	5.277	1.845	106	2.465
Posjeta rodbine, prijatelja	2.413	2.839	3.621	2.320	2.395	1.017	2.275	1.542	1.590	2.504
Shopping	27.157	33.801	47.789	37.981	26.228	10.188	19.757	15.216	3.199	11.971
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	2.304	1.878	1.112	1.418	1.434	2.024	1.461	2.373	700	2.607
Poslovno putovanje, konferencija	4.833	4.382	5.499	3.649	2.577	3.001	2.092	1.503	1.626	4.232
Rad	3.953	3.491	4.020	3.478	3.993	4.478	5.192	4.685	5.616	8.823
<b>Ukupno</b>	<b>46.658</b>	<b>51.443</b>	<b>70.197</b>	<b>54.389</b>	<b>41.120</b>	<b>22.396</b>	<b>36.054</b>	<b>27.164</b>	<b>12.837</b>	<b>32.602</b>
<b>Višednevna putovanja</b>										
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	79.572	96.034	217.879	88.103	62.289	10.442	50.995	1.836	2.415	13.262
Posjeta rodbine, prijatelja	28.519	28.646	29.843	27.158	27.090	2.818	12.982	3.525	4.344	7.968
Shopping	1.655	1.022	1.648	1.621	1.899	392	1.837	956	733	1.692
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	1.996	4.839	2.481	3.378	2.676	758	732	629	634	893
Poslovno putovanje, konferencija	14.143	24.227	12.423	25.210	18.265	13.573	6.490	14.032	14.608	17.504
Rad	10.911	16.440	11.931	17.309	8.576	15.268	9.223	10.354	8.179	9.624
<b>Ukupno</b>	<b>136.796</b>	<b>171.207</b>	<b>276.205</b>	<b>162.779</b>	<b>120.794</b>	<b>43.250</b>	<b>82.259</b>	<b>31.332</b>	<b>30.913</b>	<b>50.943</b>

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

## PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

S danom 5. siječnja 2021. pri Vladinom uredu bilo je registrirano 950 tvrtki koji se bave organiziranjem putovanja. Od tog broja 277 su imale licencu za TO, dok je 673 TA. Udruga mađarskih putničkih agencija – MUISZ (<http://www.muisz.com/en/>; [info@muisz.com](mailto:info@muisz.com)) okuplja oko 165 subjekata (od 950 koliko ih je u Mađarskoj registrirano). Prošle godine udruga MUISZ brojala je preko 200 članova, što također dokazuje da se znatan broj TA/TO tijekom pandemije zatvorio. Od organiziranih putovanja

75 % organiziraju MUISZ članovi. Tijekom 2020. 1 milijun putnika putovalo je u organizaciji mađarskih putničkih agencija. Mađarski propisi obvezuju organizatore putovanja na polaganje kaucije, sukladno planiranom prometu u tekućoj godini i to u dvije kategorije - 12% za organizatore putovanja koji u ponudi nemaju chartere i 20% za one koji ih imaju. Podatak o položenoj kauciji govori o planiranom obujmu poslovanja pojedinog organizatora putovanja.

### Top lista TO/TA koji imaju 20%-nu kauciju, po veličini iznosa kaucije /za 2019./2020./2021. godinu/u mil. HUF

Tvrtka	Kaucija 2021.	Kaucija 2020.	Kaucija 2019.
1. Sun & Fun Holidays	1.000.000.000	2.000.000.000	1.500.000.000
2. IBUSZ Utazási Irodák Kft.	900.000.000	1.800.000.000	1.500.000.000
3. Kartago Tours	511.000.000	1.021.618.000	1.200.000.000
4. Anubis Travel	500.000.000	1.000.000.000	860.000.000
5. Taurus Reisen	363.700.000	363.700.000	363 640.000
6. Budavár Tours	320.000.000	320.000.000	320.000.000
7. Unitravel	225.000.000	510.000.000	510.000.000
8. Orex Travel Kft.	201.300.000	400.000.000	240 000.000
9. Last Call Travel	117.000.000	150.000.000	150.000.000
10. Premio Travel Holidays	112.000.000	250.000.000	120 000.000
11. Apollon Travel	90.000.000	130.000.000	130.000.000
12. Personal Tours	77.200.000	158.507.157	144 000.000
13. Blue Sky Travel	50.000.000	50.000.000	50.000.000

**Top lista TO/TA koji imaju 12%-nu kauciju, po veličini iznosa kaucije /za 2019./2020./2021. godinu/u mil. HUF**

Ime tvrtke	% 2021.	Kaucija 2021.	% 2020.	Kaucija 2020.	Kaucija 2019.
1. Fehérvár Travel	12%	1.080.000.000	12%	1.080.000.000	912 000.000
2. OTP Travel Kft.	12%	212.000.000	20%	720.000.000	288.000.000
3. 1000 Út Travel	12%	154.710.000	12%	324.000.000	264.000.000
4. WIZZ Air Hungary	12%	152.109.500	12%	470.000.000	n..a.
5. Tensi	12%	150.702.000	12%	301.800.000	294.000.000
6. Platinum Travel Solutions	12%	149.500.000	12%	150.000.000	108.000.000
7. Grand Tours 2000	12%	149.500.000	20%	400.000.000	360.000.000
8. Proko Travel	12%	110.940.000	12%	240.000.000	168.000.000
9. Haris Travel Club	12%	108.000.000	12%	216.000.000	192.000.000
10. Utazom.com Kft.	12%	106.000.000	20%	500.000.000	500.000.000
11. Bono Utazási Központ	12%	98.000.000	20%	340.000.000	250.000.000
12. Mauri	12%	80.895.000	12%	180.000.000	156.000.000
13. Z(s)epelin	12%	80.000.000	12%	170.000.000	156.000.000
14. AB Agro	12%	69.784.000	12%	165.600.000	108.000.000
15. Challenge Hungary	12%	67.810.000	12%	67.810.000	*
16. Vista	12%	65.000.000	12%	180.000.000	180.000.000
17. Vaya Travel	12%	60.000.000	12%	120.000.000	102.000.000
18. Marshaller Kft.	12%	54.163.813	12%	89.420.000	66.000.000
19. Baraka	12%	54.000.000	12%	114.000.000	192.000.000
20. Utazok.hu	12%	54.000.000	12%	108.000.000	90.000.000
21. Jetwing Hungary	12%	51.200.000	12%	51.120.000	*
22. Ski Travel	12%	50.730.000	12%	61.200.000	*
23. Vivaldi Travel	12%	49.092.000	12%	98.400.000	81.600.000
24. TdM Travel Tours	12%	48.500.000	12%	97.000.000	85.200.000
25. Olio	12%	42.000.000	12%	70.000.000	*
26. Araamu Travel	12%	40.000.000	12%	80.000.000	80.000.000
27. Morton's	12%	39.000.000	12%	102.600.000	75.600.000
28. Festival Travel International	12%	38.280.000	12%	48.000.000	*
29. Volánbusz Zrt.	12%	37.000.000	12%	36.952.000	*
30. Eupolisz Utazásszervező Kft.	12%	36.720.000	12%	75.600.000	60.000.000

Izvor: Vladin ured (Kormányhivatal)

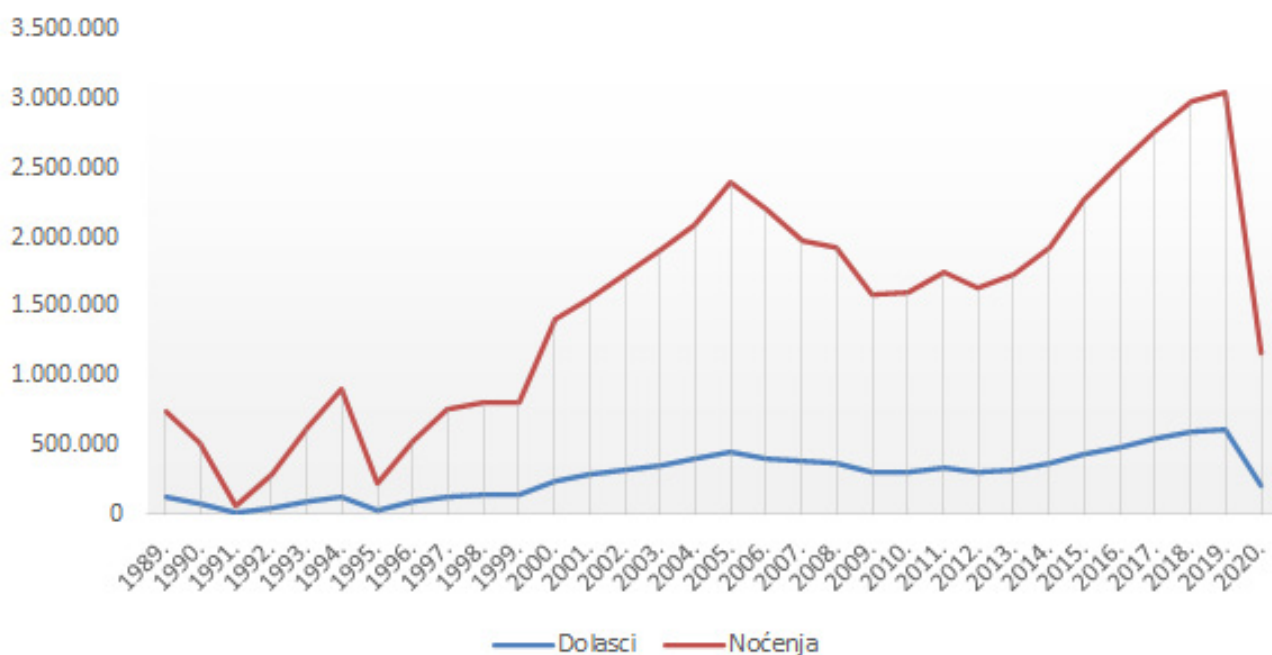


## DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

MAĐARSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1990.=100	apsol.	indeks	1990.=100
1989.	117.369		100	749.647		100
1990.	72.807	62	62	516.900	69	69
1991.	6.971	10	6	63.670	12	8
1992.	43.160	619	37	286.290	450	38
1993.	90.730	210	77	625.145	218	83
1994.	128.817	142	110	900.243	144	120
1995.	34.080	26	29	217.421	24	29
1996.	85.000	249	72	523.000	241	70
1997.	126.688	149	108	759.289	145	101
1998.	137.670	109	117	805.238	106	107
1999.	141.413	103	120	813.403	101	109
2000.	238.774	169	203	1.403.295	173	187
2001.	279.825	117	238	1.553.600	111	207
2002.	318.015	114	271	1.732.576	112	231
2003.	356.139	112	303	1.905.285	110	254
2004.	403.443	113	344	2.092.449	110	279
2005.	453.395	112	386	2.405.145	115	321
2006.	402.782	89	343	2.196.365	91	293
2007.	381.202	95	325	1.984.644	90	265
2008.	370.392	97	316	1.933.978	97	258
2009.	298.359	81	254	1.594.794	82	213
2010.	297.667	100	254	1.604.753	101	214
2011.	328.106	110	280	1.746.138	109	233
2012.	307.912	94	262	1.629.552	93	217
2013.	326.354	106	278	1.727.787	106	230
2014.	366.262	112	312	1.931.181	112	258
2015.	435.990	119	371	2.266.301	117	302
2016.	486.249	112	414	2.527.632	112	337
2017.	545.789	112	465	2.769.749	110	369
2018.	598.975	110	510	2.978.151	108	397
2019.	617.391	103	526	3.043.319	102	406
2020.	211.620	34	180	1.167.009	38	156

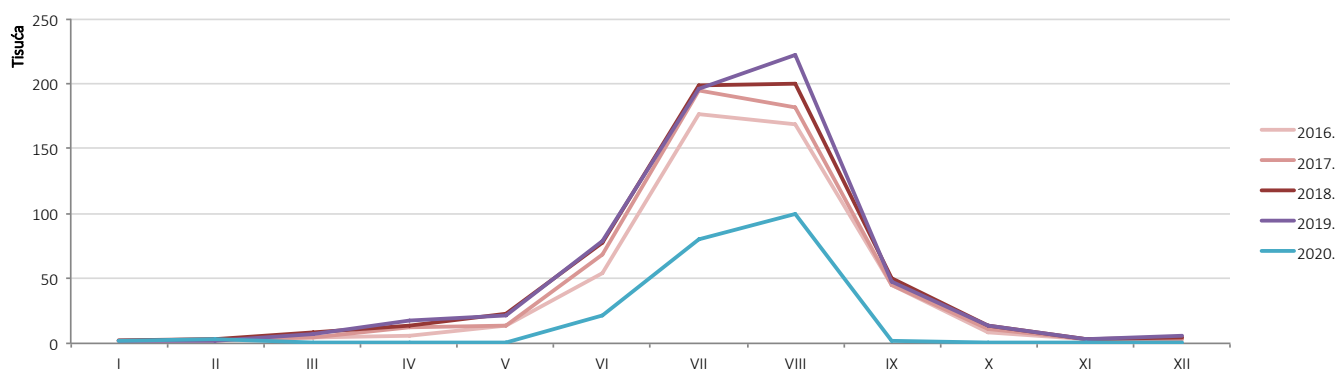
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

## Dolasci i noćenja mađarskih turista u razdoblju 1989. - 2020.



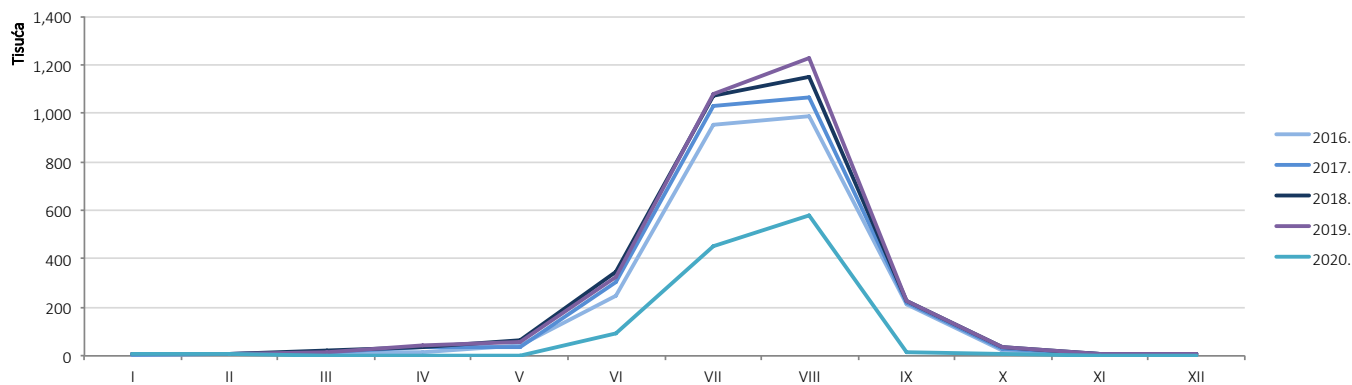
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

## Dolasci po mjesecima - Mađarska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

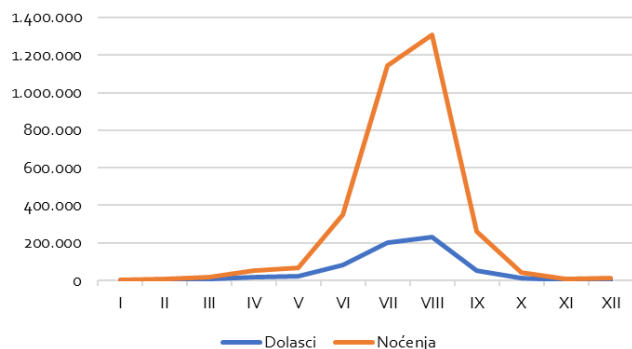
## Noćenja po mjesecima - Mađarska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

## REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

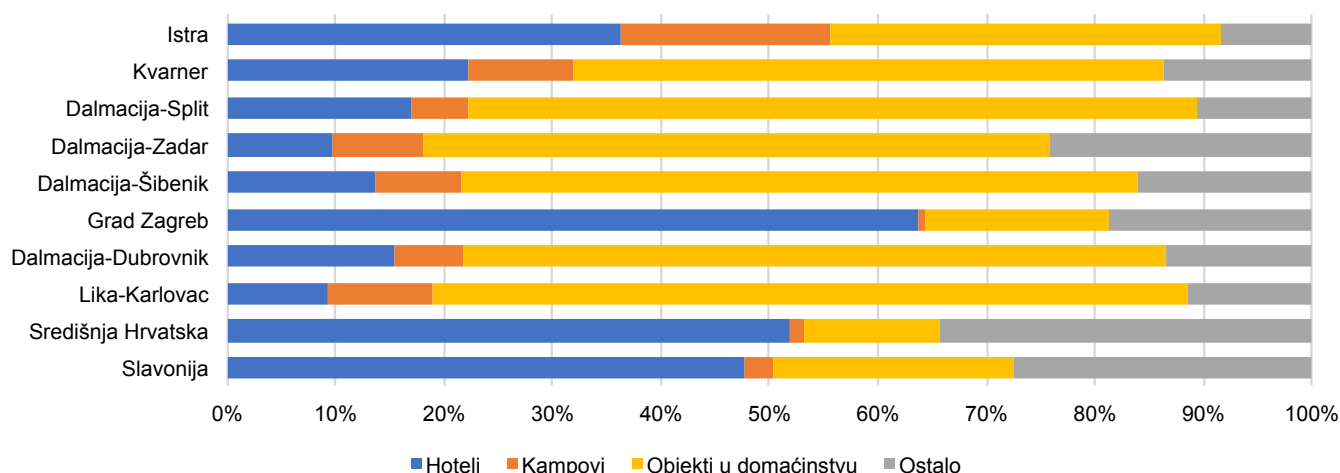
### Dolasci i noćenja mađarskih turista, 2019.



### Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Kvarner	190.822	914.613
Istra	129.062	654.064
Dalmacija-Zadar	85.944	533.155
Dalmacija-Split	87.129	528.965
Dalmacija-Šibenik	44.024	270.068
Lika-Karlovac	41.378	129.061
Dalmacija-Dubrovnik	18.502	104.106
Nautika	15.835	86.733
Grad Zagreb	20.243	33.391
Središnja Hrvatska	6.936	13.390
Slavonija	4.465	8.027
<b>Ukupno</b>	<b>644.340</b>	<b>3.275.573</b>

### Noćenja mađarskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

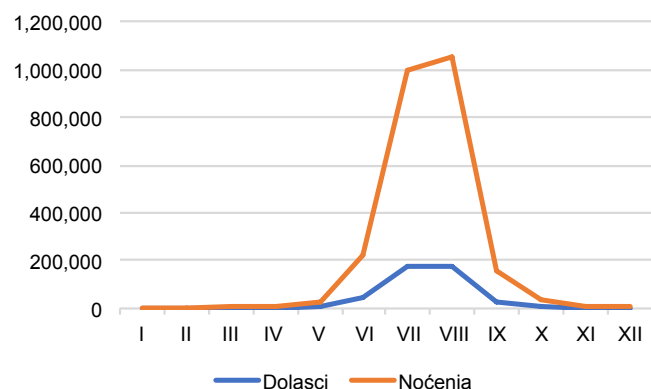
Grad općina	Noćenja
Crikvenica	170.134
Vir	167.653
Rovinj	115.712
Medulin	95.211
Poreč	86.567
Opatija	86.088
Rab	82.851
Lopar	80.281
Zadar	74.011
Vodice	72.471

### Dolasci po dobi i spolu

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

## REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

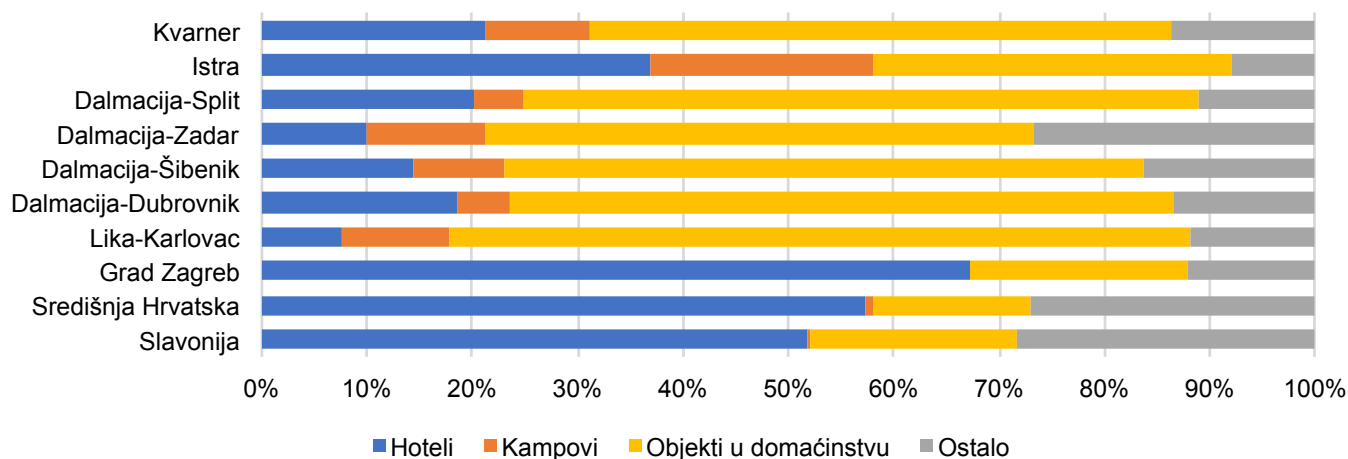
### Dolasci i noćenja mađarskih turista, 2021.



### Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Kvarner	126.705	638.194
Istra	92.404	496.237
Dalmacija-Split	72.070	458.081
Dalmacija-Zadar	65.102	420.176
Dalmacija-Šibenik	31.782	201.774
Dalmacija-Dubrovnik	15.671	95.503
Nautika	15.786	92.241
Lika-Karlovac	25.466	91.595
Grad Zagreb	8.014	14.065
Središnja Hrvatska	4.613	12.013
Slavonija	2.165	4.891
<b>Ukupno</b>	<b>459.778</b>	<b>2.524.770</b>

### Noćenja mađarskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Vir	130.060
Crikvenica	110.125
Rovinj	99.576
Poreč	71.705
Medulin	65.930
Rab	63.433
Zadar	59.707
Opatija	56.746
Makarska	55.915
Krk	55.708

### Dolasci po dobi i spolu

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

## TOMAS Hrvatska 2019. - Mađarska

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	Mađarska
More	66,5	75,9
Priroda	13,4	7,7
Touring, sightseeing	7,2	3,0
Gradovi (city break)	4,8	7,0
Kultura i umjetnost	2,0	1,1
Zabava i festivali	1,3	0,4
Sela, ruralno područje	0,9	2,3
Manifestacije i događanja	0,6	0,2
Gastronomija	0,6	0,0
Wellness, toplice	0,4	0,3
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,0
Cikloturizam, mountain biking	0,3	1,4
Planinarenje, hodanje	0,2	0,4
Nešto drugo	1,1	0,4
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
More	79,1	83,6
Priroda	56,2	38,9
Gradovi (city break)	24,8	51,3
Touring, sightseeing	22,3	21,6
Kultura i umjetnost	13,4	9,1
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	13,5
Gastronomija	6,7	3,3
Zabava i festivali	5,1	2,5
Sela, ruralno područje	4,7	6,7
Manifestacije i događanja	4,1	1,4
Posao	2,8	1,5
Wellness, toplice	3,3	2,4
Planinarenje, hodanje	3,3	3,3
Drugi odmorišni motivi	2,6	1,0
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	0,5
Cikloturizam, mountain biking	1,7	3,8
Zdravstveni razlozi	0,8	0,2
Obrazovanje	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,2	0,0
Neki drugi razlog	1,0	0,7

## UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Prvi posjet	33,3	31,1
Drugi posjet	15,4	16,2
3 do 6 posjeta	20,1	15,3
7 i više posjeta	31,2	37,4
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



## IZVORI INFORMACIJA

Izvori informacija	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Internet	56,2	62,5
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	26,3
Prijašnji boravak	21,4	22,1
Preporuke TA ili kluba	10,7	10,3
Brošure, oglasi, plakati	5,3	2,3
Radio, televizija, film ili video	5,2	4,6
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	3,5
Članci - novine/ časopisi	3,3	2,5
Nije trebao informacije	8,0	6,4

## NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Rezervacija smještaja	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	7,9
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	57,1
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	22,7
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	10,4
Na neki drugi način	0,8	1,1
Nije unaprijed rezerviran	4,0	0,9
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Trenutak rezervacije	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	4,7
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	16,1
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	43,0
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	27,0
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	9,1
<b>UKUPNO/ TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

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

## AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Plivanje, kupanje	76,5	<b>90,6</b>
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	<b>61,3</b>
Odlazak u restorane	50,4	<b>44,2</b>
Posjet povijesnim građevinama	23,4	<b>8,1</b>
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	<b>6,3</b>
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	<b>17,1</b>
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	<b>7,8</b>
Pješačenje	14,5	<b>11,4</b>
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	<b>4,2</b>
Jogging, trčanje	12,9	<b>12,0</b>
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	<b>11,1</b>
Tenis	10,0	<b>8,9</b>
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	<b>4,1</b>
Ronjenje	8,4	<b>12,5</b>
Posjet tematskim parkovima	7,8	<b>4,8</b>
Posjet zabavnim događanjima	7,1	<b>8,3</b>
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	<b>5,7</b>
Ribolov	6,1	<b>2,5</b>
Obilazak tematskih cesta	6,2	<b>4,2</b>
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	<b>4,1</b>
Ostalo	4,8	<b>2,6</b>
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	<b>3,7</b>
Posjet toplicama	3,9	<b>2,5</b>
Posjet kulturnim događanjima	3,8	<b>3,7</b>
Golf	3,8	<b>2,6</b>
Jedrenje	3,4	<b>5,3</b>

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Posjet sportskim događanjima	3,2	<b>2,5</b>
Planinarenje	2,7	<b>1,9</b>
Avanturistički sportovi	2,5	<b>2,3</b>
Mountain biking	2,5	<b>0,4</b>
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	<b>0,4</b>
Sudjelovanje na radionicama	1,6	<b>2,3</b>
Dvoranski sportovi	1,5	<b>0,6</b>
Lov	1,4	<b>0,5</b>
Jahanje	1,4	<b>1,1</b>
Rafting	1,3	<b>0,2</b>
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	<b>0,1</b>
Nekom drugom	9,1	<b>16,4</b>
Niti jednom	0,9	<b>0,6</b>

## STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Ljepota prirode i krajolika	87,7	89,2
Ljepota mjesta	86,3	86,9
Osobna sigurnost	84,3	89,7
Atmosfera, ugođaj	82,7	86,7
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	88,3
Ukupni boravak	80,5	85,9
Uređenost mjesta	78,5	81,7
Čistoća plaža	77,2	76,3
Smještajni objekt	76,8	73,5
Informacije u destinaciji	76,3	79,5
Ekološka očuvanost prostora	76,4	78,3
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	76,0
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	83,0
Pješačke staze	75,1	78,9
Prometna dostupnost destinacije	74,1	79,4
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	76,0
Označavanje znamenitosti	71,8	73,5
Kultura i umjetnost	71,4	66,5
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	75,3
Besplatni internet u destinaciji	69,5	74,8
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	77,4
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	72,7
Biciklističke rute i staze	67,7	66,2
Lokalni javni prijevoz	63,9	67,5
Sportski sadržaji	63,8	66,6
Događanja i manifestacije	63,4	73,0
Mogućnost za kupnju	62,5	72,8
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	79,7
Zabava, noćni život	62,4	72,0
Promet u mjestu	62,3	68,4

## VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	5,7
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	24,3
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	69,9
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	<b>83,03</b>
Smještaj	52,8	<b>50,07</b>
Hrana u restoranima i barovima	17,1	<b>12,97</b>
Usluge trgovine	11,6	<b>10,62</b>
Kultura i zabava	3,3	<b>1,44</b>
Sport i rekreacija	2,8	<b>1,41</b>
Izleti	2,7	<b>1,21</b>
Lokalni prijevoz	7,1	<b>4,49</b>
Ostalo	1,7	<b>0,82</b>

## STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Mađarska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	<b>100,00</b>
Smještaj	53,3	<b>60,30</b>
Hrana u restoranima i barovima	17,2	<b>15,62</b>
Usluge trgovine	11,7	<b>12,80</b>
Kultura i zabava	3,3	<b>1,74</b>
Sport i rekreacija	2,9	<b>1,70</b>
Izleti	2,8	<b>1,46</b>
Lokalni prijevoz	7,1	<b>5,41</b>
Ostalo	1,7	<b>0,98</b>

### Aktualni imidž Hrvatske

Hrvatska može biti zadovoljna rezultatima postignutim u 2021. godini. Unatoč izostanku predsezone i malom broju dolazaka i noćenja u periodu travanj-lipanj, ostvareni rezultati u konačnici su daleko nadmašili 2020. godinu i približili se rezultatima iz rekordne 2019. godine. Imidž Hrvatske je i dalje vrlo dobar – našu zemlju se percipira kao blisku, sigurnu i poznatu destinaciju. U kontekstu pandemije, upravo poznatost destinacije i činjenica da u Hrvatskoj Mađari znaju što mogu očekivati, bila je prednost. Imidžu je pridonijela i kampanja Safe Stay in Croatia, koja je u ključnom trenutku naglašavala sigurnost. Imidžu su malim dijelom naštetili pojedinačni slučajevi (otkazi rezervacija u zadnjem trenu), ali i povećanje cijena u Hrvatskoj – ipak, sve dok kvaliteta usluge opravdava cijenu navedeno ne možemo smatrati štetom za aktualni imidž.

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

U prvih devet mjeseci 2021. godine omjer individualnih

i organiziranih putovanja iznosi 75:25. Uspoređujući s prijašnjim godinama, ovaj omjer malo se povećao u korist organiziranih dolazaka što je mogući utjecaj pandemije – određen broj ljudi, radi sigurnosti je birao agenciju koja im je, između ostalog, pružila i sve informacije te asistenciju oko prelaska granice, ispunjavanja dokumenta i sl. Gosti koji u Hrvatsku dolaze organizirano, u prosjeku ostaju 5,17 dana, dok individualni gosti u prosjeku u Hrvatskoj borave 5,71 dana.

### Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020. i 2021.

Hrvatska je dobro zastupljena u ponudama najvećih turoperatora i agencija na tržištu, kao i u ponudi najveće online turističke agencije Szallas.hu. Postoje i usmene najave da će neke agencije koje se do sada nisu bavile Hrvatskom, uvrstiti Hrvatsku u svoju ponudu. Ono što zabrinjava je činjenica da su mađarske turističke agencije i turooperatori u ozračju pandemije doživjeli najteže razdoblje u povijesti; brojne agencije nisu opstale na tržištu, a taj je trend vjerojatan i iduće godine.

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

Organizatori putovanja u Hrvatsku generalno su zadovoljni s ljetnom sezonom 2021., iako su za manji broj gostiju imali puno veći obujam posla (ispunjavanje dokumentacije, informiranje o uvjetima prelaska granice i sl.). Kako je ranije navedeno, broj agencijskih gostiju ostvario je veći rast u odnosu na broj individualnih gostiju, što daje određen optimizam za poslovanje turističkih agencija u budućem razdoblju.

## **Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2021. godine**

Planiranih zrakoplovnih čartera nije bilo, no po prvi puta u povijesti zračno su povezani Budimpešta i Zadar. Ryanair linija prometovala je u periodu od 1.7. do 28.10.2021. s rotacijom dva puta tjedno (četvrtkom i nedjeljom). Prema neslužbenim informacijama, linija je bila dobro popunjena te vjerujemo da će nastaviti s prometovanjem i tijekom 2022. godine.

## **Autobuseri u 2021.**

Najznačajniji prijevoznik na mađarskom tržištu i dalje je Flixbus, koji je i ove godine imao brojne linije između Mađarske i Hrvatske. Osim redovne linije na relaciji Zagreb - Budimpešta, Budimpešta je tijekom ljeta bila povezana s većinom hrvatskih gradova na obali.

## **Individualni promet u 2021.**

Individualni promet je dominantan na mađarskom tržištu. Iznimka nije bila ni ova godina, kada je udio individualnih gostiju u ukupnom broju dolazaka i noćenja iznosio 75%. Iako su na prvom i drugom mjestu, gledajući destinacije, Primorsko-goranska i Istarska županija, koje su geografski najbliže; treća županija po broju noćenja s mađarskog tržišta je Splitsko-dalmatinska, što govori da blizina i nije toliko presudna kod odabira destinacije.



---

## TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

---

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

Prisutnost „četvrtog vala“, kao i konstantno pozivanje Vlade na cijepljenje (trećom dozom) pandemiju i dalje čini sastavnim dijelom života.

Ovogodišnji rezultati pokazali su da su Mađari željni odmora i putovanja nakon prošle godine kada su, sukladno uputama Vlade, uglavnom ostali unutar granica Mađarske.

Za iduću godinu, ukoliko situacija s pandemijom ostane nepromijenjena (ili bude bolja), možemo očekivati veći broj Mađara koji će se odlučiti za putovanja u inozemstvo. Svakako treba uzeti u obzir i gospodarsku situaciju, platežnu moć/standard stanovništva te SZÉP karticu, kojom i poslodavci i posloprimci ostvaruju određene benefite i koja je vrlo značajna kod odabira destinacije (domaći vs. inozemni turizam). Za očekivati je da će se nastaviti snažna kampanja Mađarske turističke agencije za provođenje godišnjih odmora u vlastitoj zemlji.

### **Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2022.**

Kako je ranije navedeno, domaći turizam će i dalje biti snažno potican od strane Vlade i Mađarske turističke

agencije, ne samo kroz kampanje i korištenje SZÉP kartica, već i kroz ulaganja u turizam, koja postojeće usluge podižu na veću razinu. Od inozemnih destinacija, one bliže i dalje će ostati pri vrhu potražnje, a očekuje se i da će se dio Mađara ponovno odlučiti za boravak u Italiji koja je ove i prošle godine, zbog vrlo nepovoljne epidemiološke slike, ostvarila pad u turističkom prometu s mađarskog tržišta.

Iduća će godina prije svega ovisiti o epidemiološkom stanju te o uvjetima koje će inozemne destinacije imati prilikom dolaska.

Za očekivati je i povratak dalekih destinacija, u koje se nije putovalo već dvije godine.

**Prognoze organizatora putovanja za 2022.** – konsolidacija tržišta i ponude, promjene u poslovnim odnosima i obrascima poslovanja, vrsti ponude, procjene poslovnih rezultata, mogući stečajevi, spajanja tvrtki i dr.

Za 2022. godinu nitko od turističkih dionika, naročito agencije i turoperatora, ne izlazi s prognozama iako se svi nadaju daljnjem opravku i povratku normalizaciji turističkih kretanja.

---

## TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

---

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

Iduća godina bit će vrlo izazovna, no moguće je očekivati veći intenzitet putovanja. Osim za bliže destinacije, za očekivati je i kako će doći do jačanja potražnje za putovanjima u daleke destinacije, koja su u posljednje dvije godine gotovo u potpunosti izostala. Značajan broj Mađara vjerojatno će se ponovno odlučiti za Italiju, koja je također u posljednje dvije godine izostala kao izbor za godišnji odmor. Domaći turizam i dalje će biti najveća konkurencija Hrvatskoj, a zatim slijede Grčka, ostale mediteranske zemlje, ali i Turska, Tunis i Egipat. Ukoliko se situacija s pandemijom nastavi razvijati u smjeru povoljnog za putovanja, Hrvatska će izgubiti veliku prednost koju je imala, a to je blizina, jer u tom slučaju taj kriterij neće biti presudan za sve turiste.

S obzirom na navedeno, oprezno procjenjujemo da bi u idućoj godini mogli ostvariti rast u dolascima i noćenjima te se približiti rezultatima iz rekordne 2019. godine.

### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2022.

S obzirom da se očekuje da će Hrvatska biti najtraženija inozemna destinacija u 2022. godini, očekujemo zastupljenost Hrvatske kod svih postojećih partnera, no i kod onih koji do sada Hrvatsku nisu imali u svojim programima.

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

Jedan od ključnih poteza Hrvatske u 2021. godini bilo je priznavanje „istočnih“ cjepiva, kojim je cijepljena većina stanovništva u Mađarskoj. Hrvatska je bila jedna od rijetkih destinacija koje su donijele takvu odluku,

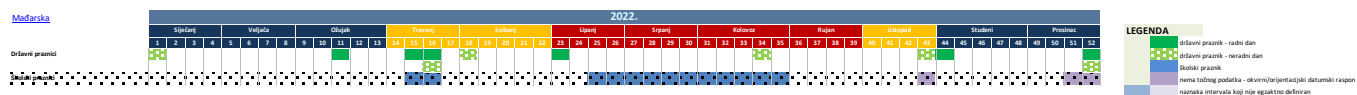
što je motiviralo velik broj obitelji da upravo Hrvatsku izaberu za svoju destinaciju (uz ostale parametre, poput blizine, sigurnosti i poznatosti destinacije). Takvu praksu svakako treba nastaviti i u idućoj godini, imajući u vidu da bi i konkurentske destinacije mogle odobriti isto, ali i činjenicu da se stanovništvo koje je cijepljeno „istočnim“ cjepivom u prve dvije doze, sada trećom dozom cijepi „zapadnim“ cjepivima te će im mogućnosti izbora destinacija biti šire.

Najave da bi Hrvatska mogla ući u Schengen zonu iduće godine već su sada pozitivno odjeknule na tržištu i u tom slučaju, bila bi to velika prednost u odnosu na neke konkurentske destinacije. U slučaju da se to ne dogodi, potrebno je maksimalno olakšati i ubrzati prelazak granice, poštujući sve propise i procedure. Jedan od načina na koji bi se ubrzao prelazak granice je otvaranje posebnih/brzih traka za putnike koji su unaprijed registrirani putem Enter Croatia obrasca, ukoliko se nastavi s tom praskom i u 2022.

Uvođenje dodatnih avionskih linija između Mađarske i Hrvatske pridonijela bi većem broju dolazaka, naročito kraćih, city break ili vikend posjeta.

Nekoliko ovogodišnjih slučajeva u kojima su mađarskim turistima rezervacije otkazane neposredno pred dolazak u Hrvatsku, a koje su odjeknule na tržištu te također posljedično pokrenule temu povećanja cijena u Hrvatskoj – otvorile su pitanje o kojem treba dobro razmisliti te iako se radi o izoliranim, pojedinačnim slučajevima/iznimkama treba pronaći način kako takve situacije u budućnosti minimizirati.

## 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
Državni praznik (Hungarian Revolution of 1848)	15.03.2021	Nedjelja	12	15.03.2022	Ponedjeljak	11	15.03.2023	Utorak	11
Veliki petak	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	15	07.04.2023	Petak	14
Uskrs (Easter)	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	16	09.04.2023	Nedjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Prvi maj (May Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Duhovi (Whit Monday)	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	23	29.05.2023	Ponedjeljak	22
Državni praznik (St. Stephen's Day, commemorating the first king of Hungary)	20.08.2021	Subota	34	20.08.2022	Nedjelja	34	20.08.2023	Ponedjeljak	34
Državni praznik (Day of the Republic, commemorating the revolution of 1956)	23.10.2021	Subota	43	23.10.2022	Nedjelja	43	23.10.2023	Ponedjeljak	43
Svi sveti (All Saints' Day)	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	44	01.11.2023	Srijeda	44
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52

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

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici	25.10.2021.	1.11.2021.
Božićni praznici i Nova godina	22.12.2021.	31.12.2021.
Proljetni praznici/Uskrs	14.4.2022.	19.4.2022.
Ljetni praznici	16.6.2022.	31.8.2022.

Izvor: Eurydice