



MAĐARSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2023.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA.....	4
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU.....	9
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. I 2022. GODINI.....	18
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU.....	29
REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti).....	32
TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI	35
TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA	36

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina

93.030 km², graniči s Austrijom, Slovačkom, Ukrajinom, Rumunjskom, Srbijom, Hrvatskom i Slovenijom.

Najveći gradovi

Glavni grad: Budapest/Budimpešta (23 okruga, 1.644.146 stanovnika što čini 16.7% ukupnog stanovništva Mađarske - 2022. godine).

Ostali veći gradovi u Mađarskoj

Naselje	Rang	Županija	Broj stanovnika (1. siječnja 2022.)	Površina (km ²)
Debrecen	županijsko središte	Hajdú-Bihar	199.725	461,66
Szeged	županijsko središte	Csongrád	157.372	281,00
Miskolc	županijsko središte	Borsod-Abaúj-Zemplén	147.480	236,66
Pécs	županijsko središte	Baranya	138.420	162,77
Győr	županijsko središte	Győr-Moson-Sopron	132.111	174,62
Nyíregyháza	županijsko središte	Szabolcs-Szatmár-Bereg	115.521	274,54
Kecskemét	županijsko središte	Bács-Kiskun	108.817	322,57
Székesfehérvár	županijsko središte	Fejér	94.893	170,89
Szombathely	županijsko središte	Vas	77.970	97,50

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 četvrtom mandatu - ponovo su pobijedili na izborima u 2022., osvojivši 68% mandata u parlamentu, što znači da ponovno imaju dvotrećinsku većinu (135 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 – Katalin Novák (od 10. svibnja 2022. godine)
- Predsjednik Vlade – dr. Viktor Orbán (od 29. svibnja 2010. godine)

Predsjednika Mađarske bira parlament svakih pet 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 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 2022. godine, idući će se održati 2026. godine). Vladajuća mađarska stranka je FIDESZ (od ukupno 199 zastupničkih mjesta imaju 135 mjesta). Ustavni sud od 15 članova ima pravo spriječiti zakone koje ocijeni neustavnima.

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

STANOVNIŠTVO

Prema podacima KSH (Državni zavod za statistiku) 01. 01. 2022. godine Mađarska je imala 9.689.010 stanovnika. Prema službenim podacima žena (5.044.135) je više nego muškaraca (4.644.875).

Dobna struktura na dan 01. 01. 2022. godine:

- 0 – 14 godina – 1.410.168 (14,5%)
- 15 – 64 godine – 6.288.500 (65%)
- 65 i više godina – 1.990.342 (20,5%)

Očekivana prosječna životna dob stanovništva pri rođenju je 75,52 godina (70,69 godina za muškarce, a 77,52 za žene).

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Mađarsko gospodarstvo je srednje veličine i otvoreno je tržišno gospodarstvo (politički i institucionalno). Mađarska je članica OECD-a od 1995. godine, WTO-a od 1996. godine i EU od 2004. godine. Najvažnije sastavnice BDP-a su: poljoprivreda 4%, industrija 28% i uslužne djelatnosti 68%. Mađarsko gospodarstvo u posljednjim godinama karakterizirala je niska inflacija, rekordna zaposlenost (točnije nedostatak radne snage), pozitivna vanjsko-trgovinska bilanca, kao i kontinuitet (pozitivni porast) svih gospodarskih makro-pokazatelja. 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 s 6%. Više od 85% ove industrije čine mala poduzeća (s manje od 10

zaposlenih), a udio stranog kapitala iznosi skoro 47% (meso, ulje, sokovi, konditorski proizvodi). Najveći investitori su Bonduelle, Bunge, Givaudan, Globus, Mars, Nestle, POPZ, Unilever.

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 i oko 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 te zapošljava preko 100.000 osoba. Pokriva telekomunikacije, IT outsourcing, IT usluge, proizvodnju softwarea (kompanije se nalaze u Budimpešti, ali neke od njih imaju i regionalne centre) i hardwarea (u središnjoj Mađarskoj). Zahvaljujući prisustvu tvrtki poput Ericcsona, Oraclea, Gamelofta i drugih, Mađarska je danas vodeći regionalni ICT hub centar. Farmaceutska industrija ima bogatu tradiciju u Mađarskoj, danas zapošljava više od 15.000 ljudi i jedna je od najrazvijenijih u Srednjoj i Istočnoj Europi, s tendencijom širenja. Većina tvrtki je locirana oko takozvanih *life-science* klastera u Budimpešti, Debrecenu, Segedinu i Pečuhu.

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

Turizam u mađarskom BDP-u sudjeluje s 10% (vlada planira do 2030. sudjelovanje s 16%) i zapošljava (posredno) 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 Mađarske (kulturnih, povijesnih i prirodnih znamenitosti) i posebnoj potpori domaćem turizmu, kao i ulaganjima u razvoj, osim Budimpešte i ostalih destinacija diljem Mađarske.

U 2021. godini u Mađarskoj broj zaposlenika u sektoru pružanja smještajnih i ugostiteljskih usluga iznosio je 169.000, što predstavlja 3,7% radne snage na razini nacionalnog gospodarstva. Broj zaposlenih bio je manji za 7,5 tisuća u odnosu na 2020. godinu, tj. za 23,5 tisuća u odnosu na prosjek 2015.-2019. (uzimajući u obzir povezana gospodarska područja i multiplikativni učinak, u 2019. godini u turizmu je izravno ili neizravno radilo 12% svih zaposlenih u Mađarskoj.)

Najnovija globalna događanja utjecala su i na mađarsko gospodarstvo, uz povećanje inflacije i pad vrijednosti mađarske nacionalne valute.

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

Ukupan BDP u Mađarskoj iznosio je 153.758 milijuna EUR u 2021. godini. U donjoj tablici prikazani su detaljniji podaci o BDP-u.

Godina	BDP po tekućoj cijeni, milijun Ft	BDP po glavi stanovnika milijun eura	BDP po glavi stanovnika milijun USD	BDP po standardu kupovne moći (PCS) po stanovniku, milijun EUR	BDP po standardu kupovne moći (PCS) po stanovniku, milijun USD
1995.	5.836.483	35.883,7	46.435,5	79.520,0	94.716,5
1996.	7.122.305	37.260,3	46.682,2	81.713,6	96.196,5
1997.	8.834.560	41.883,8	47.306,9	84.589,8	101.067,2
1998.	10.442.818	43.334,8	48.695,8	88.821,4	106.748,5
1999.	11.637.546	46.034,9	49.039,3	93.008,8	111.315,2
2000.	13.324.052	51.237,7	47.203,3	100.535,4	121.085,1
2001.	15.398.700	59.991,4	53.740,8	111.386,2	134.614,9
2002.	17.433.859	71.753,4	67.571,9	120.947,5	147.567,9
2003.	19.130.011	75.459,7	85.235,2	128.714,1	156.626,1
2004.	21.110.059	83.877,9	104.180,2	134.334,1	164.295,3
2005.	22.594.966	91.092,0	113.164,9	141.313,0	172.572,9
2006.	24.345.409	92.123,0	115.650,9	147.159,1	184.901,9
2007.	25.741.898	102.430,9	140.031,0	151.594,1	191.774,9
2008.	27.249.944	108.457,5	158.614,3	161.390,3	208.006,3
2009.	26.520.776	94.521,3	131.122,2	156.816,3	207.696,1
2010.	27.485.093	99.797,0	132.044,6	164.553,8	217.427,1
2011.	28.538.202	102.210,5	142.023,5	171.180,6	229.643,4
2012.	28.996.631	100.188,8	128.662,3	170.515,3	230.821,5
2013.	30.351.903	102.222,5	135.681,3	175.199,4	242.855,2
2014.	32.804.707	106.281,0	141.083,4	181.620,8	253.484,6
2015.	34.965.213	112.827,4	125.117,1	189.621,3	263.781,9
2016.	36.206.666	116.248,2	128.647,9	190.408,1	274.222,7
2017.	39.274.757	127.016,5	143.197,4	198.252,2	288.707,4
2018.	43.386.436	136.063,1	160.541,9	211.549,3	311.925,2
2019.	47.664.925	146.503,5	163.994,2	223.411,9	328.404,6
2020.	48.411.546	137.857,9	157.216,1	217.382,6	325.338,3
2021.	55.125.561	153.758,7	181.758,6	237.610,2	356.016,0

Izvor: KSH/Zavod za statistiku; ažurirano: 30.09.2022.

Prognoza BDP-a za naredne godine

Datum prognoze	2021.	2022. PROGNOZA	2023. PROGNOZA	2024. PROGNOZA
Vlada HU 19.07.2022	+7.1%	+4.7%	+4.1%	+4.2%
Europska komisija 14.07.2022		+5.2%	+2.1%	::
OECD 08.06.2022		+4.0%	+2.5%	::
IMF 19.04.2022		+3.7%	+3.6%	+3.7%
MNB (Mađarska Narodna Banka) 28.06.2022		+4.5 - 5.5%	+2.0% - 3.0%	+3.0 - 4.0%
GKI 23.06.2022		+3.7%	::	::
Kopint-Tarki 04.07.2022		+4.0%	+3.0%	::

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

Postotak nezaposlenosti u 2021., aktualno stanje u 2022. i procjena budućeg trenda

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2021. iznosila je 4,1% (dob: 15-74 godine). Prognoza za 2022. godinu varira između 3,5% i 4,0% nezaposlenih, dok se za 2023. procjenjuje da će varirati između 2,9% i 4,0%. Nedostatak radne snage izuzetno je vidljiv upravo u sektoru turizma i ugostiteljstva.

Mađarski premijer je 11. 10. 2022. izjavio da je moguće da će se u nadolazećoj recesiji stopa nezaposlenosti sa 3,0% povećati na 12%.

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (KSH), u prvih šest mjeseci 2022. godine prosječna bruto plaća na nacionalnoj razini iznosila je 504.500 HUF (što je 17,6% više nego u istom periodu prethodne godine), dok je na razini glavnog grada Budimpešte iznosila 628.529 HUF (što je 19% više nego prethodne godine).

Stopa inflacije (aktualni podaci)

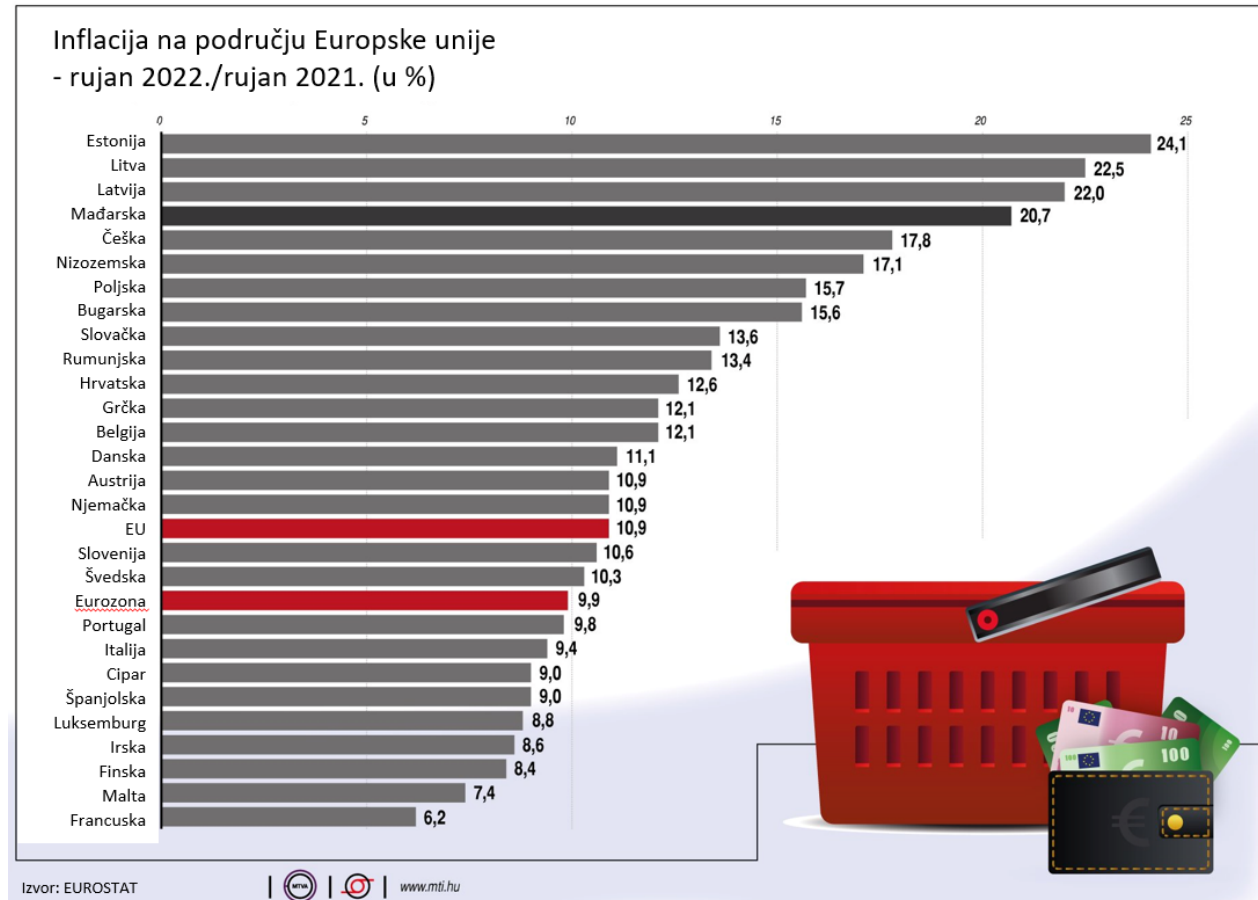
Stopa inflacije u 2021. godini iznosila je 5,1%, a u tablici je navedeno prognozirano stanje za tekuću godinu i predviđanje za narednu godinu.

	2021.	predviđanje za 2022. (dana 09. 08.2022.)	predviđanje za 2023. (dana 09. 08.2022.)
Inflacija (godišnji prosjek)	+5,1%	u rasponu od +8,9% do 12,6%	u rasponu od +5,2% do +9,2%

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

Mjesečna inflacija za rujan 2022. godine iznosi +20,1% u odnosu na rujan 2021. godine.

Europska komisija objavila je mjesečni sažetak podataka o cijenama najreprezentativnijih poljoprivrednih proizvoda i potrošačkih cijena hrane na razini EU. Prema objavljenim podacima, Mađarska je u vrhu u svim kategorijama: cijena hrane porasla je za 34%, cijena mesa za 27,6%, cijena mlijeka, sira i jaja za 49,5%, a cijena kruha i žitarica za 49,8%, što je najveće poskupljenje od svih država EU. U ostalim kategorijama (riba, voće, povrće), Mađarska je u samom vrhu i bilježi jedna od najvećih povećanja cijena na razini EU.



Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

	2021.	siječanj-kolovoz 2022.
Izvoz /milijun EUR/	119 228	91 941
Uvoz /milijun EUR/	117 604	96 716
Bilanca /milijun EUR/	1 623	-4 775

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

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

Kao i gotovo sve zemlje svijeta, Mađarsku je pandemija bolesti COVID-19 snažno pogodila. Najviše je pogođena Budimpešta, kao najveći grad u Mađarskoj, naročito u turističkom smislu (više od 90% turista u Budimpešti, prije pandemije, činili su stranci). Turizam u Mađarskoj se tijekom 2022. godine oporavio, no nije stigao do razina prije pandemije.

Energetske inflatorne krize osjeća se u Mađarskoj, čija politika oko nabave energenata nije sinkronizirana sa stavovima Europske unije. Mjesečna inflacija obara sve rekorde, a mađarska nacionalna valuta također postiže svoje povijesne minimume. Mađarska, osim toga, ima problem s blokadom sredstava iz fondova EU. Sve navedeno svakako će utjecati, tj. već utječe, na

gospodarsku situaciju u Mađarskoj te ostaje za vidjeti koje će poteze povući mađarska Vlada kako bi spriječila daljnje usporavanje gospodarstva.

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

8 tematskih kanala

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

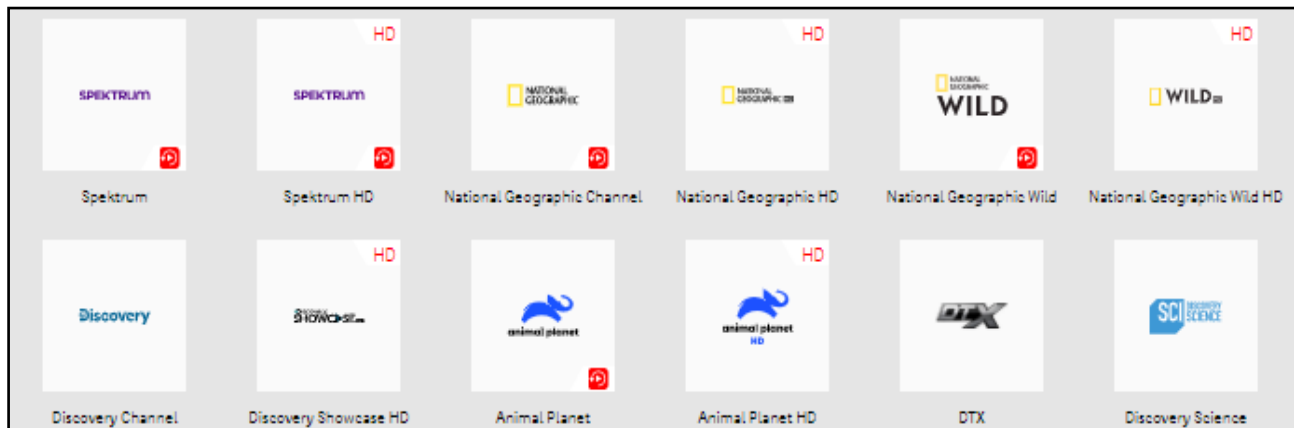
Komercijalne TV postaje

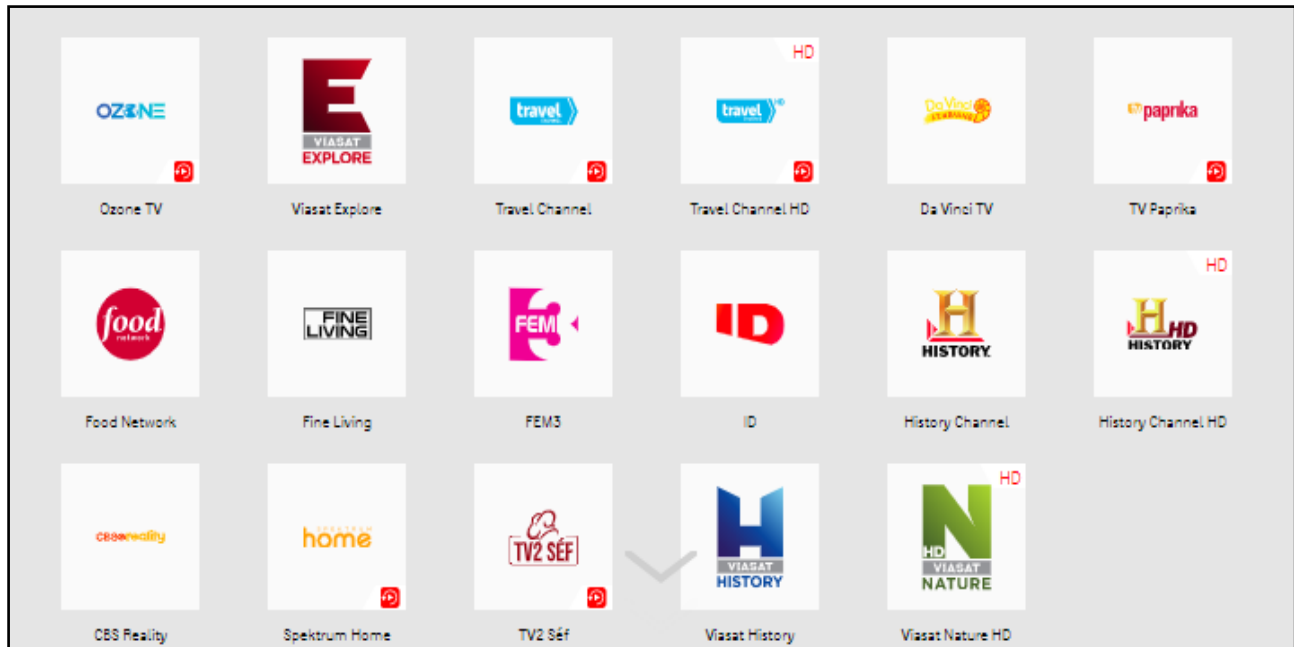
Naziv	Kategorija
RTL Klub	Komercijalna televizija
TV2	Komercijalna televizija
HBO	Premium
Spektrum	Znanstveno naučni
ATV	News kanal
Hír TV	News kanal
VIASAT3	Komercijalna televizija
Comedy Central	Humoristični kanal

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

Izvor: <https://hu.wikipedia.org/>

Lifestyle, zabava





Ostale televizijske postaje na mađarskom jeziku/zemaljsko emitiranje:

<https://www.sat-tv-radio.hu/egyeb-oroszagos-terjesztesu-magyar-nyelvu-tevek/index.php?Itemid=31>

Dnevni listovi - naklade print izdanja:

Profil: zabavna tematika

Naziv	2018/1	2022/1	2022/2	Naklada 22/21
Best	71521	38615	36798	-4.71
Blikk	62535	52909	50017	-5.47
Bors *	53066	27255	26183	-3.93
Fanny *	64086	54408	52108	-4.23
Hot! *	50717	42886	39914	-6.93
Kiskegyed	172113	135569	123660	-8.78
Meglepetés	83852	55743	54941	-1.44
Story	156842	89066	83315	-6.46
* KESMA-kiadvány				

Profil: županijske dnevne novine

Naziv	2018/1	2022/1	2022/2	Naklada 22/21
24 óra	7880	5008	4920	-1.76
Békés Megyei Hírlap	11939	8637	8462	-2.03
Délmagyarország	28810	17033	16521	-3.01
Dunaújvárosi Hírlap	3799	2130	2070	-2.82
Észak-Keleti Napló	99166	54772	52987	-3.26
Észak-Magyarország	31108	17451	16805	-3.70
Fejér Megyei Hírlap	23095	14300	13913	-2.71
Hajdú-Bihari Napló	30230	16898	16473	-2.52
Heves Megyei Hírlap	7371	4897	4727	-3.47
Kelet-Magyarország	34484	20108	19490	-3.07
Kisalföld	49999	32798	31908	-2.71
Napló	24264	16102	15758	-2.14
Petőfi Népe	13135	8651	8389	-3.03
Somogyi Hírlap	12190	8642	8459	-2.12
Tolnai Népújság	8630	6356	6230	-1.98
Új Dunántúli Napló	16864	11655	11389	-2.28
Új Néplap	11474	8007	7777	-2.87
Vas Népe	32545	24223	23732	-2.03
Zalai Hírlap	30504	22549	22115	-1.92

Profil: ozbiljnija tematika

Naziv	2018/1	2022/1	2022/2	Naklada 22/21
HVG	30255	25481	25079	-1.58
Képmás	10268	10321	10126	-1.89
Magyar Demokrata	10272	8031	8107	0.95
Nemzeti Sport *	31880	19649	18212	-7.31
Népszava	20664	14571	14152	-2.88
Nők Lapja	206549	148072	141217	-4.63
Szabad Föld *	59779	38678	37857	-2.12
Vasárnap Reggel *	26327	14183	13845	-2.38
Forbes	18049	14973	14562	-2.74
* KESMA-kiadvány				

Online izdanja

Naziv	WEB	Profil
Blikk	http://www.blikk.hu/	žuta štampa
Bors	http://www.borsonline.hu/	žuta štampa
Metropol	https://metropol.hu/	žuta štampa
Magyar Hírlap	http://magyarhirlap.hu/	politički
Magyar Nemzet	https://magyarnemzet.hu/	politički
Nemzeti Sport	http://www.nemzetisport.hu/	sport
Népszava	https://nepszava.hu/	politički
Ripost	https://ripost.hu/	žuta štampa

Tjednici

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

Mjesečnici

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

Turistički – stručni magazini print/online

Turizmus Kft.	
turizmus.com	https://turizmus.com/
Turizmus.com Magazin/PRINT	www.turizmuskft.hu
Business Traveller Hungary	https://turizmus.com/
Vendéglátás magazin	https://vendeglatasmagazin.hu/
PPHMedia	
turizmusonline.hu	http://turizmusonline.hu/index.php#
Pont Itt	http://turizmusonline.hu/ujzag/ujzag.php?paperId=60
V.U.M. Kiadó és Szolgáltató Kft.	
Világjáró magazin	http://vjm.hu/
First Class	http://vjm.hu/firstclassmagazin/
Vasárnapi Plusz Kft.	
Az Utazó / The Traveller	http://azutazo.hu/
Kornétás Kiadó Kft.	
toptura.hu	https://toptura.hu/
New Wave Media Group Kft.	
Travelo.hu	travelo.hu
PMC Consulting Kft.	
Aqua magazin	https://aquamagazin.hu/

TOP 10 najposjećenijih web stranica – 2022., Q1

Naziv	Stvarni korisnici	Reach
24.hu	4.539.204	68,70%
origo.hu (↑1)	4.450.124	67,40%
blikk.hu (↓1)	4.377.160	66,30%
index.hu (↓2)	4.371.108	66,20%
femina.hu	4.122.908	62,40%
portfolio.hu (↑1)	4.071.840	61,70%
nlc.hu (↓1)	3.895.380	59,00%
ripost.hu (↑1)	3.643.780	55,20%
nosalty.hu (↓1)	3.574.420	54,10%
borsonline.hu (↑2)	3.512.948	53,20%

Izvor: DKT-Gemius

TOP 10 najposjećenijih web stranica – 2022., Q1 – prema dnevnom doseg

Naziv	Stvarni korisnici – dnevni prosjek	Reach – dnevni prosjek
24.hu	874.627	13,40%
origo.hu (↑1)	814.058	12,50%
blikk.hu (↓1)	1.012.140	15,50%
index.hu (↓2)	835.945	12,80%
femina.hu	531.785	8,20%
portfolio.hu (↑1)	602.221	9,20%
nlc.hu (↓1)	541.008	8,30%

Izvor: DKT-Gemius

TOP 10 najposjećenijih web stranica – 2022., Q1 – prema stvarnim posjetima

Pozicija	Naziv	Broj posjeta	Broj posjeta/stvarni korisnici
1.	index.hu	170.432.826	39
2.	blikk.hu	140.878.288	32,2
3.	24.hu	128.246.188	28,3
4.	origo.hu	119.336.272	26,8
5.	telex.hu	100.543.029	29,5
6.	portfolio.hu (↑5)	81.674.582	20,1
7.	startlap.hu (↓1)	75.215.413	30
8.	hvg.hu	74.904.399	21,6
9.	444.hu (↑1)	73.079.799	24,6
10.	nlc.hu (↓3)	65.122.785	16,7

Izvor: DKT-Gemius

TOP 3 najposjećenija news portala – 2022, Q1 (Izvor: DKT-Gemius)

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

Broj pratitelja FB stranica najposjećenijih web stranica i news portala; 2022., Q1

Pozicija	Naziv	Q3	Promjena
1.	24.hu	940.037	22
2.	femina.hu	529.243	11
3.	origo.hu	506.894	8
4.	index.hu	607.728	1
5.	hvg.hu	638.066	32
6.	blikk.hu	772.580	9
7.	nlc.hu	807.747	6
8.	portfolio.hu	234.135	13
9.	blog.hu	15.201	-0
10.	nosalty.hu	1.190.678	4
11.	telex.hu	497.575	25
12.	444.hu	404.773	10
13.	ripost.hu	179.080	9
14.	szeretlekmagyarország.hu	587.468	-0
15.	hirado.hu	365.021	29

Izvor: DKT-Gemius

Broj FB pratitelja televizijskih kanala; 2022., Q3

Pozicija	Naziv kanala	Q3	Promjena
1.	Duna TV	81.228	12
2.	RTL Klub	208.411	3
3.	TV2	338.306	1
4.	Hír TV	273.108	1
5.	ATV	561.496	12
6.	Life TV	274.582	15
7.	Story4	22.420	0
8.	Duna World	8.710	0
9.	M2	131.265	4

Izvor: DKT-Gemius

Broj FB pratitelja radijskih postaja; 2021., Q3

Pozicija	Radio	Q3	Promjena
1.	Retro Rádió	320.608	3
2.	Petőfi Rádió	264.546	-0
3.	Kossuth Rádió	42.314	1
4.	Rádió 1	731.613	7
5.	Sláger FM	299.916	0
6.	Dankó Rádió	28.314	2
7.	Bartók Rádió	11.802	0
8.	Jazzy Rádió	32.053	0
9.	InfoRádió	58.571	2
10.	Tilos Rádió	44.179	0

Izvor: DKT-Gemius

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. I 2022. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Prema pretragama putnih osiguranja, želja Mađara za putovanjima u inozemstvo nije se smanjila niti s dolaskom jeseni. Prvi jesenski mjesec dosegao je brojke iz 2019. godine, a Italija je u posezoni ponovno bila najpopularnija ispred Hrvatske, koja je bila favorit ljeta.

Podaci internetskih pretraga putnih osiguranja jasno pokazuju da se želja Mađara za putovanjima ove godine vratila na razinu iz vremena prije pandemije. Dok su ljeti najviše putnih osiguranja Mađari ugovorili za obližnje morske destinacije/zemlje, u rujnu je interes bio ujednačeniji. U Italiju je otišlo 15% onih koji su se osigurali, u Hrvatsku 13%, a u Grčku 10%. Iza njih slijede Austrija, Španjolska, Njemačka i Cipar, a najpopularnije izvan europsko odredište bile su Sjedinjene Američke Države.

Najviše onih koji su se u rujnu osigurali na put je krenulo zrakoplovom (53%), dok se 26% putnika odlučilo za automobil. Preostalih 21% putovalo je vlakom, autobusom, motociklom ili nekim drugim vozilom

Google Trends, Destination Insights with Google

S početkom turističke sezone 2022. Google je objavio popis omiljenih odredišta Mađara, što pokazuje da je nakon pandemije, s ukidanjem ograničenja, *all inclusive* odmor na vrhu liste želja mađarskih turista. Podaci Google Trenda također su otkrili da popularnost domaćih destinacija ne opada, niti uz sve veći interes za strane destinacije.

Prema pokazateljima iz Google Trends pretraživanja u stvarnom vremenu, nakon neizvjesnosti posljednjih godina, Mađari s velikim entuzijazmom planiraju svoja putovanja. Opseg pretraživanja

u kategoriji turizma porastao je za 43% u prvom kvartalu 2022., u odnosu na isto razdoblje 2021. godine. Primjećuje se i značajan porast u odnosu na razinu prije pandemije, a broj pretraga u prvim mjesecima godine veći je za oko 13-16%. Javlja se novi trend - "velika putovanja" u inozemstvo su sve popularnija.

Prema Google Trends, najpopularnija inozemna odredišta Mađara u prvom dijelu godine* bila su:

1. Italija
2. Turska
3. Hrvatska
4. Grčka
5. Egipat
6. Španjolska
7. Austrija
8. Češka Republika
9. Ujedinjeno Kraljevstvo
10. Francuska.

*Google Trends sastavio je listu stranih destinacija prema rezultatima pretraživanja između 3. svibnja i 3. lipnja 2022. godine.

U kategoriji smještaja i restorana u prvom kvartalu 2022. zabilježen je veći opseg pretraživanja u odnosu na prethodne četiri godine, nakon manje stagnacije u veljači - nakon izbijanja rata u Ukrajini - uslijedio je daljnji porast. Prema dostupnim informacijama, zabilježen je i porast od 18 do 28% u odnosu na 2019. godinu.

„Optimizam mađarskih potrošača proizlazi iz najnovijeg istraživanja Szallas grupe. Velik udio (58%) ispitanika u skoroj budućnosti planira putovati ne samo unutar Mađarske, već i u inozemstvo, a najviše u susjedne zemlje. Kao odgovor na ovaj trend, fokus strategije Szallas Grupe je proširenje regionalne ponude smještaja, povezivanje turističkih atrakcija zemalja regije i poticanje putovanja među zemljama“, izjavio je József Szigetvári, predsjednik Uprave Szallas Grupe.

Uz sve veći interes za inozemna odredišta, povećao se i opseg pretraživanja domaćih ljetovališta. Na temelju Google pretraživanja, u kategoriji turizma top odredišta Mađara su: Keszthely, Siófok, Balatonfüred, koji se nalaze oko jezera Balaton te toplice, kao što su Eger, Gyula i Hévíz, s povećanjem od gotovo 200% u usporedbi s razdobljem ožujka-travanj 2021. U razdoblju od siječnja do svibnja 2022. godine, unutar kategorije smještaja, interes za Italiju, Tursku, Hrvatsku i Španjolsku porastao je za više od 75% u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Prema Google Trends, pretraživanja za *all inclusive* aranžmanima u Mađarskoj porasla su za 360% u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine (1. siječnja - 11. ožujka). Čini se i da su pandemija i zatvaranje Mađare učinili opreznijima, manje planiraju unaprijed - povećao se i broj pretraživanja pojma *last minute travel*.

Bank360.hu – realizirani trendovi poslije sezone (rujan 2022.)

Prema indeksu putovanja Bank360.hu, Hrvatska je bila najpopularnije odredište među ugovarateljima osiguranja u sva tri ljetna mjeseca, s gotovo trećinom svih putovanja. Druga

najpopularnija ljetna destinacija bila je Italija, a Grčka je bila na trećem mjestu. Brojne putnike zanimala je i Austrija, a Rumunjska i Španjolska završile su na petom i šestom mjestu, s gotovo identičnim rezultatima.

Većina je krenula na put automobilom (57%), dok je 30% putnika izabralo zrakoplov. Ostali su na odmor otišli vlakom, autobusom, motorom ili drugim vozilom. Prosječna duljina putovanja iznosila je 7,2 dana, što je kraće od srpanjske brojke od 7,8 dana.

Dvije trećine onih koji su putovali iz Mađarske u inozemstvo, izabrali su neku morsku destinaciju. Prema sklopljenim osiguranjima za ljetno dužina prosječnog putovanja iznosila je 7,7 dana.

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

Šoping putovanja su 2020. potisnuta u drugi plan zbog ograničenja putovanja, no s ukidanjem ograničenja njihov se broj ponovno povećao tijekom 2021. te je dosegnuo razinu od 40% iz 2019. godine. I nadalje je bio dopušten prelazak granice u svrhu rada, no unatoč tome broj putovanja u tu svrhu u 2021. bio je za 60% manji nego dvije godine ranije. Širenje epidemije prekinulo je kontinuiranu ekspanziju višednevnih putovanja, njihov se broj tijekom 2020. smanjio više od 50%. U 2021. godini, unatoč porastu (12%), broj višednevnih putovanja dosegnuo je svega 46% razine iz vremena prije epidemije.

Prosječno trajanje boravka, koje se smanjuje od 2010. godine, u 2021. godini iznosilo je 5,5 dana, 2 dana kraće nego u 2010. godini. Oko 90% putovanja bili su posjeti nekoj od susjednih zemalja. Najčešće destinacije bile su Austrija i Slovačka. Kod Mađara koji su se odlučili za ljetovanje u inozemstvu, najpoželjnije destinacije su bile Hrvatska i Grčka.

Što se tiče domaćeg turizma, najpopularnije odredište bilo je jezero Balaton. Osim toga, drugi oblici turističkih putovanja su bili posjete gradovima, izletišta, toplice i aktivna rekreacija, biciklističke rute Mađarske, rijeka Tisza, jezero Velencei i dr.

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

Glavni pokazatelji za inozemna putovanja po važnijim destinacijama - KVARTALNO						
Destinacija	2021. I.	2021. II.	2021. III.	2021. IV.	2022. I.	2022. II.
Broj inozemnih putovanja u tisućama						
Austrija	1.034	1.261	1.441	1.407	1.341	1.608
Češka Republika	51	79	42	108
Ujedinjeno Kraljevstvo	13	22	24	60
Francuska	...	10	...	29	49	54
Grčka	–	...	168	28	...	67
Nizozemska	16	45
HRVATSKA	13	58	432	45	32	125
Poljska	16	26	32	53
Njemačka	75	137	151	163	155	249

Italija	...	12	91	60	61	117
Rumunjska	80	150	403	193	138	254
Španjolska. Portugal	...	8	44	37	53	76
Švicarska	51	47	39	49
Srbija	81	138	288	187	176	227
Slovačka	473	937	806	777	909	1.235
Slovenija	34	89	178	69	71	154
Ukrajina	137	125	235	222	155	...
Ostatak Europe	22	22	157	80	67	57
Europa (bez Mađarske)	2.008	3.066	4.562	3.486	3.374	4.642
Amerika	6	4	...	13	29	17
Od toga: SAD
Afrika	3	...	19
Azija	6	12	20	33	23	33
Ukupno	2.024	3.085	4.606	3.543	3.440	4.707
Duljina boravka, tisuća dana						
Austrija	531	1.717	2.100	2.183	2.261	2.607
Češka Republika	256	322	174	440
Ujedinjeno Kraljevstvo	195	243	264	403
Francuska	...	88	...	186	334	336
Grčka	–	...	1.421	256	...	536
Nizozemska	127	316
HRVATSKA	16	166	2.372	63	37	250
Poljska	101	145	146	229
Njemačka	374	643	976	965	944	1.524
Italija	...	83	758	407	348	817
Rumunjska	103	247	923	352	232	485
Španjolska. Portugal	...	87	442	392	364	511
Švicarska	307	334	224	292
Srbija	179	277	594	356	417	397
Slovačka	572	1 087	944	944	1 056	1.398
Slovenija	36	91	265	80	76	158
Ukrajina	147	141	254	441	178	...
Ostatak Europe	199	174	1.196	678	460	385
Europa (bez Mađarske)	3.482	5.442	13.399	8.503	7.708	11.821
Amerika	146	88	...	229	560	353
Od toga: SAD
Afrika	41	...	207
Azija	99	165	220	437	240	228
Ukupno	3.768	5.724	13.917	9.299	8.678	12.527
Potrošnja na inozemnim putovanjima, milijun forinti						

Austrija	10.682	21.956	30.526	35.907	36.417	47.613
Češka Republika	3.544	7.592	3.746	8.224
Ujedinjeno Kraljevstvo	2.708	4.205	4.128	7.981
Francuska	...	1.274	...	4.281	8.715	8.461
Grčka	–	...	28.127	4.943	...	13.133
Nizozemska	2.205	7.019
HRVATSKA	149	2.809	42.440	889	455	5.163
Poljska	1.679	2.278	2.795	4.581
Njemačka	9.828	16.712	16.726	22.361	20.719	31.39
Italija	...	1.646	14.568	7.973	8.000	18.028
Rumunjska	1.042	2.261	9.466	4.522	2.662	6.062
Španjolska. Portugal	...	1.816	7.732	6.140	8.319	12.067
Švicarska	6.319	6.334	4.465	6.590
Srbija	1.383	3.132	6.090	4.119	3.843	5.906
Slovačka	3.826	8.055	6.503	7.783	10.291	13.715
Slovenija	677	2.061	5.028	1.820	1.886	3.854
Ukrajina	1.747	1.932	4.033	4.355	2.709	...
Ostatak Europe	2.202	2.557	23.072	13.230	9.104	8.731
Europa (bez Mađarske)	36.422	77.056	213.733	141.140	133.230	224.968
Amerika	3.455	1.658	...	5.014	15.904	8.871
Od toga: SAD
Afrika	1.141	...	4.513
Azija	2.732	3.925	5.037	9.027	7.649	6.654
Ukupno	43.750	83.545	225.902	158.749	160.881	244.596

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

Glavni pokazatelji za inozemna putovanja po važnijim destinacijama									
Zemlje	2019.	2019.	2019.	2020.	2020.	2020.	2021.	2021.	2021.
	broj putovanja, tisuća	duljina boravka, tisuću dana	potrošnja, milijun Ft	broj putovanja, tisuća	duljina boravka, tisuću dana	potrošnja, milijun Ft	broj putovanja, tisuća	duljina boravka, tisuću dana	potrošnja, milijun Ft
Austrija	7.678	10.515	151.647	5.655	7.946	106.843	5.143	7.531	99.071
Češka Republika	494	2.089	40.954	188	793	16.068	200	859	17.221
Ujedinjeno Kraljevstvo	181	1.968	19.088	58	579	8.685	42	526	8.034
Francuska	207	1.497	23.864	59	375	6.419	60	444	8.556
Grčka	369	2.954	52.476	56	463	8.887	209	1.780	35.088
Nizozemska	129	1.112	11.846	45	337	7.062	32	303	4.992
HRVATSKA	1.073	4.536	57.199	405	2.031	29.404	548	2.617	46.287
Poljska	177	899	14.447	58	325	5.164	60	349	5.019
Njemačka	1.219	7.623	113.477	555	3.487	66.525	527	2.957	65.628
Italija	556	3.802	51.461	130	745	14.974	164	1.265	24.423

Rumunjska	2.071	5.083	37.611	598	1.529	11.727	826	1.625	17.292
Španjolska, Portugal	280	2.105	33.487	62	468	9.122	89	923	15.747
Švicarska	152	1.310	15.763	89	612	9.174	166	991	17.393
Srbija	1.166	2.508	19.261	434	953	7.660	694	1.406	14.724
Slovačka	5.187	6.507	52.187	3.013	3.763	28.591	2.993	3.547	26.166
Slovenija	647	1.052	15.447	378	492	7.692	371	473	9.587
Ukrajina	1.871	2.575	35.053	654	772	10.639	719	984	12.068
Ostatak Europe	788	7.736	89.208	163	1.284	22.414	279	2.246	41.056
Europa (bez Mađarske)	24.245	65.871	834.476	12.600	26.954	377.050	13.122	30.826	468.352
Amerika	257	5.087	67.678	53	1.040	12.119	29	554	12.746
Od toga: SAD	175	3.586	44.427	32	647	8.665	15	329	6.816
Afrika	153	1.473	23.869	12	177	2.465	36	407	10.128
Azija	193	2.452	41.012	60	767	12.410	71	920	20.721
Sveukupno	24.860	75.196	969.674	12.727	28.986	404.369	13.258	32.708	511.947

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

Prema podacima KSH (Mađarski Zavod za statistiku), tijekom 2020. Mađari su u inozemstvo putovali 12,7 milijun puta (-49% u odnosu na 2019.) od čega je 8,8 milijuna jednodnevnih i 3,9 milijuna višednevnih putovanja.

Tijekom 2021. Mađari su u inozemstvo putovali 13,3 milijun puta (+4,2% u odnosu na 2020.) – u odnosu na predpandemijsku 2019. godinu to je pad od 47%.

Zanimljiv je podatak da su dvije trećine inozemnih putovanja Mađara bila jednodnevna putovanja. Mađari su na jednodnevna putovanja u inozemstvo putovali uglavnom zbog posla (zarade) ili kupovine.

U 2021. godini Mađari su u vlastitoj zemlji ostvarili oko 10 milijuna dolazaka i preko 43 milijuna noćenja. Najviše dolazaka i noćenja (gotovo tri desetine) ostvareno je na Balatonu, no unatoč tome, ovaj rezultat predstavlja jedva 70% prometa iz 2019. 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.

Podaci za 2022. godinu još nisu objavljeni, no neosporno je da su Mađari rado birali domaće destinacije. Razlog tome je, osim prisutnosti pandemije, rekordno niska vrijednost domaća valute. Od inozemnih destinacija, prema neslužbenim podacima, najviše Mađara ljetovalo je u Hrvatskoj.

Broj stanovnika koji su u 2021. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2022.

Mađari su u 2021. u inozemstvu ostvarili 33 milijuna noćenja, dok su u Mađarskoj ostvarili 43 milijuna noćenja. Kao rezultat ukidanja ograničenja i za domaća putovanja u proljeće 2021., broj višednevnih domaćih putovanja porastao je za 14% u cijeloj godini, ali nije dosegao razinu od prije pandemije. Tijekom više od 10 milijuna višednevnih domaćih putovanja Mađari su realizirali 43 milijuna noćenja, što je 9% više nego 2020. godine. Povećao se i broj kraćih putovanja (1-3 noćenja) te putovanja od 4 i više noćenja. Dok su kraća putovanja bila motivirana posjetom

rodbini, prijateljima i poznanicima (44%) odmorom, zabavom i opuštanjem (46%), potonje je bila glavna svrha dužih putovanja (72%). Mađari su tijekom višednevnih domaćih putovanja u 2021. potrošili ukupno 354 milijarde HUF, što je 31% više nego 2020. Prosječna potrošnja putnika (jedan putnik trošio je 8.200 HUF dnevno) bila je 20%, odnosno, 23% veća nego 2020., odnosno 2019. godine. Među glavnim rashodovnim stavkama, domaći odmor je bio skuplji za 3,6%, restoranski obroci za 6,4%, a gorivo za 23% odnosu na prethodnu godinu.

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

Redoslijed omiljenih destinacija u 2021. – procjene za 2022.

Tijekom 2021. Mađari su u inozemstvo putovali 13,3 milijun puta (+4,2% u odnosu na 2020.) – međutim u odnosu na predpandemijsku 2019. godinu to je pad od 47%. Duljina boravka se znatno povećala (+13%), ali još uvijek nije dosegla ni polovinu od broja dana provedenih u inozemstvu u 2019. godini.

Prema statističkim pokazateljima KSH-a (Mađarski zavod za statistiku), redoslijed omiljenih destinacija Mađara, prema broju realiziranih putovanja (dolasci):

2021. godina

1. Austrija
2. Slovačka
3. Rumunjska
4. Ukrajina
5. Srbija
6. Hrvatska

2021. godina Q3

1. Austrija
2. Slovačka
3. Hrvatska

2021. godina Q3 – po duljini boravka

1. Hrvatska
2. Austrija
3. Grčka

Većina destinacija koje su u ukupnom poretku na ljestvici ispred Hrvatske, uglavnom su destinacije na koje su Mađari putovali na jedan dan ili kraća putovanja, motivirani poslom i posjetom rodbini, a ne potrebom za odmorom i opuštanjem.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2021. – procjene za 2022.

25% Mađara Hrvatsku je posjetilo u organizaciji ili posredstvom turističkih agencija, dok je 75% Mađara svoj godišnji odmor organiziralo individualno.

S obzirom da su u top 10 omiljenih destinacija Mađara mahom bliže destinacije, logično je da takve odmore 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.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2021. – procjene za 2022.

Mađari koji godišnje odmori 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 zrakoplovom. U 2021. godini, većina Mađara koja se odlučila na odlazak u inozemstvo koristila je osobni automobil, iako je broj letova bio puno veći nego 2020. te je povećan broj putnika na odmor putovao zrakoplovom. Procjene za 2022. godinu govore kako je više Mađara putovalo zrakoplovom nego u prethodne dvije godine.

Što se zrakoplovnog prijevoza tiče, u nastavku statistike istraživanja Kiwi.com:

Kupnja zrakoplovnih karata je 2021. dosegla 77,6% ukupnog prometa iz 2019. (mađarski turisti), dok je na globalnoj razini ovaj brojka iznosila tek 69%. Mađari su najradije letjeli na more, a najpopularniji mjesec za zrakoplovna putovanja bio je rujan.

Mađarski turisti preferiraju europska zrakoplovna putovanja - svega je 12% njih putovalo na drugi kontinent. TOP10 zrakoplovnih destinacija iz Mađarske 2021. godine (realizirane rezervacije za 2021.):

1. Španjolska
2. Italija
3. Grčka
4. Njemačka
5. Francuska
6. UK
7. Rusija
8. Portugal
9. Ukrajina
10. Nizozemska

Izvor: Kiwi.com

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

Trend posljednjih godina dominantna je rezervacija smještaja putem online kanala. Od mađarskih kanala svakako treba istaknuti najveći OTA – Szallas.hu.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2021.

Mađari su tradicionalni gosti u obiteljskom smještaju u Hrvatskoj, koji je i ove godine bio prvi izbor većine Mađara.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2021.

Raspodjela turističkih putovanja u inozemstvo prema vrsti odredišta [%]						
Godina	Grad	More	Ruralni turizam (jezero, rijeka itd.)	Planine, brda	Ostalo	Ukupno
Jednodnevna putovanja						
2012.	77,2	0,0	20,5	2,3	0,1	100,0
2013.	74,1	0,1	23,9	1,8	0,1	100,0
2014.	69,7	0,0	27,2	2,6	0,4	100,0
2015.	63,3	0,0	34,3	2,4	0,0	100,0
2016.	62,7	0,1	31,8	5,4	0,1	100,0
2017.	67,7	0,1	27,6	4,4	0,1	100,0
2018.	67,2	0,0	28,0	4,5	0,2	100,0
2019.	69,4	0,0	24,4	5,8	0,4	100,0
2020.	69,1	0,1	26,4	4,5	0,0	100,0
2021.	66,8	0,0	17,6	15,6	0,0	100,0
Višednevna putovanja						
2012.	59,2	16,0	15,1	9,3	0,4	100,0
2013.	60,2	13,1	16,8	9,6	0,3	100,0
2014.	62,8	13,2	14,2	9,6	0,2	100,0
2015.	59,1	14,7	17,8	8,2	0,2	100,0
2016.	59,1	14,1	18,1	8,3	0,4	100,0
2017.	57,5	15,2	17,7	9,1	0,6	100,0
2018.	60,1	15,3	14,4	9,0	1,2	100,0
2019.	55,5	22,3	13,9	7,8	0,4	100,0
2020.	50,5	17,8	20,3	11,3	0,1	100,0
2021.	42,8	42,6	5,0	8,6	0,0	100,0
Dolasci ukupno						
2012.	66,5	9,5	17,3	6,4	0,2	100,0
2013.	66,1	7,6	19,8	6,4	0,1	100,0
2014.	65,7	7,7	19,6	6,7	0,3	100,0
2015.	60,5	9,5	23,6	6,2	0,2	100,0
2016.	60,2	9,8	22,3	7,4	0,3	100,0
2017.	60,9	10,2	20,9	7,6	0,4	100,0
2018.	62,4	10,3	18,9	7,5	0,8	100,0
2019.	60,3	14,6	17,6	7,1	0,4	100,0
2020.	58,8	9,8	23,0	8,2	0,1	100,0
2021.	49,8	30,9	8,6	10,6	0,0	100,0

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

Pokazatelji inozemnih putovanja prema motivu														
Motivacija	2019. I.	2019. II.	2019. III.	2019. IV.	2020. I.	2020. II.	2020. III.	2020. IV.	2021. I.	2021. II.	2021. III.	2021. IV.	2022. I.	2022. II.
Broj inozemnih putovanja, tisuća														
Jednodnevna putovanja														
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	716	801	1.046	636	530	220	654	199	32	237	674	340	385	859
Posjeta rodbine, prijatelja	368	513	599	447	363	166	386	282	228	349	375	370	362	385
Shopping	1.344	1.265	1.490	1.327	1.032	268	554	356	102	382	819	701	630	689
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	228	218	152	177	159	148	81	93	94	101	95	91	96	131
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	277	304	260	237	164	183	90	92	100	190	197	176	139	132
Rad	702	713	934	733	622	853	686	639	844	1.029	754	621	597	719
Ukupno	3.636	3.812	4.481	3.558	2.870	1.838	2.451	1.661	1.401	2.288	2.914	2.299	2.210	2.916
Višednevna putovanja														
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	770	1.088	1.941	749	611	122	487	15	11	100	910	283	375	753
Posjeta rodbine, prijatelja	664	716	747	682	579	77	267	95	118	228	443	407	389	517
Shopping	25	36	38	15	19	8	32	9	10	17	16	21	35	35
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	36	81	45	64	48	18	11	10	20	36	29	43	25	37
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	129	199	120	171	118	106	51	78	75	118	77	140	132	176
Rad	270	279	248	259	236	469	181	260	390	299	217	351	274	273
Ukupno	1.895	2.398	3.140	1.940	1.611	801	1.029	467	623	798	1.693	1.244	1.230	1.791
Duljina boravka, tisuću dana														
Jednodnevna putovanja														
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	716	801	1.046	636	530	220	654	199	32	237	674	340	385	859
Posjeta rodbine, prijatelja	368	513	599	447	363	166	386	282	228	349	375	370	362	385
Shopping	1.344	1.265	1.490	1.327	1.032	268	554	356	102	382	819	701	630	689
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	228	218	152	177	159	148	81	93	94	101	95	91	96	131
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	277	304	260	237	164	183	90	92	100	190	197	176	139	132
Rad	702	713	934	733	622	853	686	639	844	1.029	754	621	597	719
Ukupno	3.636	3.812	4.481	3.558	2.870	1.838	2.451	1.661	1.401	2.288	2.914	2.299	2.210	2.916
Višednevna putovanja														
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	4.845	6.707	14.582	4.360	3.379	747	3.406	98	115	684	7.226	1.933	2.308	4.382

Posjeta rodbine, prijatelja	3.933	4.483	3.878	3.444	3.047	443	1.705	429	507	960	2.335	2.513	2.351	3.319
Shopping	105	144	115	121	60	45	147	27	31	49	70	67	100	88
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	361	1.158	597	390	283	105	92	68	77	139	161	308	138	105
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	567	829	460	788	456	461	244	390	387	477	372	665	598	727
Rad	2.528	2.056	1.541	1.717	1.042	1.649	825	1.018	1.251	1.127	838	1.514	973	990
Ukupno	12.339	15.378	21.172	10.820	8.268	3.450	6.420	2.029	2.367	3.437	11.003	7.000	6.468	9.611
Potrošnja na inozemnim putovanjima, milijun forinti														
Jednodnevna putovanja														
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	5.998	5.053	8.155	5.543	4.493	1.688	5.277	1.845	106	2.465	4.967	2.865	3.477	9.077
Posjeta rodbine, prijatelja	2.413	2.839	3.621	2.320	2.395	1.017	2.275	1.542	1.590	2.504	3.031	3.381	2.972	3.802
Shopping	27.157	33.801	47.789	37.981	26.228	10.188	19.757	15.216	3.199	11.971	24.213	24.452	20.660	26.678
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	1.364	1.005	956	1.110
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	4.833	4.382	5.499	3.649	2.577	3.001	2.092	1.503	1.626	4.232	4.851	3.730	2.911	4.212
Rad	3.953	3.491	4.020	3.478	3.993	4.478	5.192	4.685	5.616	8.823	7.481	8.039	6.053	6.924
Ukupno	46.658	51.443	70.197	54.389	41.120	22.396	36.054	27.164	12.837	32.602	45.906	43.473	37.030	51.804
Višednevna putovanja														
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	79.572	96.034	217.879	88.103	62.289	10.442	50.995	1.836	2.415	13.262	133.637	42.061	56.326	104.993
Posjeta rodbine, prijatelja	28.519	28.646	29.843	27.158	27.090	2.818	12.982	3.525	4.344	7.968	21.036	23.858	26.510	40.308
Shopping	1.655	1.022	1.648	1.621	1.899	392	1.837	956	733	1.692	1.668	2.502	3.958	3.835
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	1.996	4.839	2.481	3.378	2.676	758	732	629	634	893	1.940	3.177	1.739	1.484
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	14.143	24.227	12.423	25.210	18.265	13.573	6.490	14.032	14.608	17.504	14.832	25.397	22.949	30.785
Rad	10.911	16.440	11.931	17.309	8.576	15.268	9.223	10.354	8.179	9.624	6.884	18.282	12.370	11.388
Ukupno	136.796	171.207	276.205	162.779	120.794	43.250	82.259	31.332	30.913	50.943	179.996	115.276	123.851	192.792

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

U okviru 1,7 mil. višednevnih putovanja ostvarenih u trećem kvartalu 2021. dominiraju sljedeći motivi:

- rasonoda, city tour, priroda: 910 tisuća putovanja
- posjete rodbini i prijateljima: 443 tisuća putovanja
- rad u inozemstvu: 217 tisuća putovanja
- konferencije i poslovna putovanja: 77 tisuća putovanja

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2021.

Potrošnja na inozemnim putovanjima po segmentima potrošnje, kvartalno														
Segment	2019. I.	2019. II.	2019. III.	2019. IV.	2020. I.	2020. II.	2020. III.	2020. IV.	2021. I.	2021. II.	2021. III.	2021. IV.	2022. I.	2022. II.
Potrošnja na inozemnim putovanjima, milijun forinti														
Jednodnevna putovanja														
Smještajne i ugostiteljske usluge	3.061	2.799	3.359	1.875	1.692	952	2.720	429	29	760	2.810	1.091	1.253	4.763
Prijevoz (car rental, javni prijevoz na destinaciji)	17	28	10	0	3	0	0	0	0	0	0	0	12	132
Gorivo	5.081	4.754	4.988	4.407	4.222	2.280	2.395	2.127	2.320	4.031	3.676	3.669	3.724	7.237
Hrana, piće	9.964	9.512	10.824	10.646	9.321	3.637	6.011	5.116	4.262	8.318	9.591	10.666	9.336	10.175
Trajna i vrijedna roba široke potrošnje	7.274	10.446	7.582	9.415	4.570	1.445	2.827	4.139	969	3.642	5.794	5.660	5.505	11.265
Ostala roba	16.420	18.745	34.187	23.956	16.566	10.220	17.512	11.472	3.375	10.630	17.664	19.047	14.317	10.322
Medicinske i zdravstvene usluge	932	508	837	948	916	860	594	568	17	880	577	401	492	169
Kulturne, sportske i druge turističke usluge	784	636	924	337	440	108	566	70	15	902	388	180	169	1.984
Ostale usluge	3.118	4.001	7.482	2.802	3.389	2.840	3.338	2.897	1.278	3.413	5.402	2.758	2.216	5.756
Ukupno	46.651	51.429	70.191	54.385	41.120	22.342	35.963	26.818	12.265	32.577	45.902	43.473	37.023	51.804
Višednevna putovanja														
Smještajne i ugostiteljske usluge	30.105	47.414	84.209	40.165	29.993	13.828	27.166	7.997	2.201	12.234	48.936	25.296	23.670	60.040
Smještajne i ugostiteljske usluge	2.218	3.139	3.144	3.788	2.910	218	1.164	195	125	353	2.953	2.197	930	875
Prijevoz (car rental, javni prijevoz na destinaciji)	7.901	11.784	12.811	9.870	7.122	5.711	6.487	3.476	3.770	6.368	11.138	8.424	7.875	17.498
Gorivo	10.141	13.053	15.783	9.817	8.880	5.565	6.227	3.810	4.537	5.426	11.580	9.518	8.191	12.710
Hrana, piće	3.217	4.938	2.292	3.487	1.385	1.363	2.082	1.639	1.853	3.054	5.638	3.692	1.691	9.035
Trajna i vrijedna roba široke potrošnje	13.497	19.221	34.631	19.235	17.519	6.606	13.229	5.398	6.297	9.044	30.108	21.172	26.689	29.471
Ostala roba	319	357	517	173	208	253	299	92	60	263	468	328	281	389
Medicinske i zdravstvene usluge	15.892	22.709	40.489	16.991	11.519	2.669	8.379	776	546	2.750	18.441	5.323	8.454	18.019
Kulturne, sportske i druge turističke usluge	9.433	10.090	16.027	7.655	10.831	4.564	7.070	3.652	5.023	4.230	14.142	16.419	19.229	10.785
Ostale usluge	92.723	132.707	209.904	111.183	90.367	40.777	72.102	27.033	24.413	43.723	143.403	92.370	97.010	158.823

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Prema podacima KSH-a 2021. godine je u Mađarskoj poslovalo 968 TO/TA-a. Ta brojka ne predstavlja značajan pad u odnosu na 2020. godinu, kada ih je, prema podacima KSH-a bilo 1.006.

Udruga mađarskih putničkih agencija – MUISZ (<http://www.muisz.com/en/>) okuplja 164 subjekta. Od organiziranih putovanja, 75% organiziraju MUISZ članovi. U 2021. godini 1 milijun osoba putovao 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% kaucije, po veličini iznosa kaucije
za 2022./2021./2020. godinu - HUF**

Vállalkozás neve	összeg, 2022	összeg, 2021	összeg, 2020
IBUSZ	1.550.000.000	900.000.000	1.800.000.000
Sun & Fun Holidays	1.500.000.000	1.000.000.000	2.000.000.000
Anubis Travel	600.000.000	500.000.000	1.000.000.000
Kartago Tours	511.000.000	511.000.000	1.021.618.000
Orex Travel Kft.	475.000.000	201.300.000	400.000.000
Taurus Reisen	363.700.000	363.700.000	363.700.000
Budavár Tours	300.000.000	320.000.000	320.000.000
Mauri	200.000.000	12%-os volt	12%-os volt
Unitravel	120.000.000	225.000.000	510.000.000
Last Call Travel	117.000.000	117.000.000	150.000.000
Grand Tours 2000	100.000.000	12%-os volt	400.000.000
Apollon Travel	90.000.000	90.000.000	130.000.000
Premio Travel Holidays	60.000.000	112.000.000	250.000.000
Personal Tours	50.000.000	77.200.000	158.507.157
Blue Sky Travel International	50.000.000	50.000.000	50.000.000

Izvor: Vladin ured (Kormányhivatal)

**Top lista TO/TA koji imaju 12% kaucije, po veličini iznosa kaucije
za 2022./2021./2020. godinu - HUF**

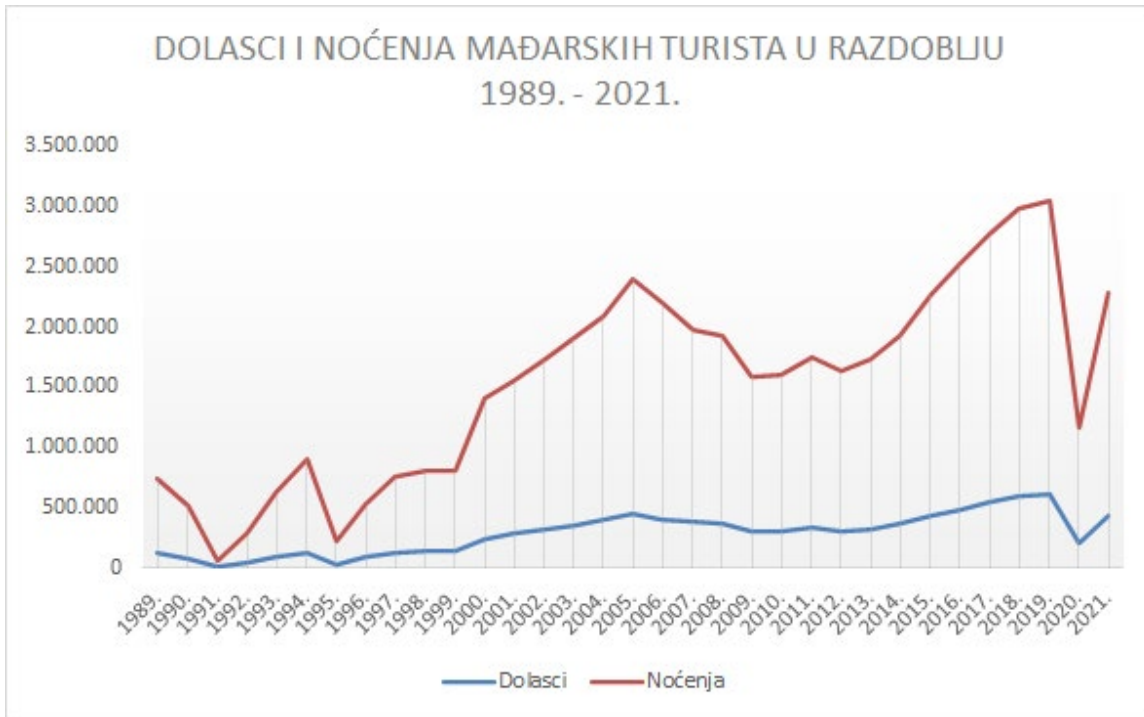
Vállalkozás neve	összeg, 2022	összeg, 2021	összeg, 2020
Fehérvár Travel	600.000.000	1.080.000.000	1.080.000.000
Platinum Travel Solutions	216.000.000	149.500.000	150.000.000
OTP Travel	212.000.000	212.000.000	720.000.000
Utazom.com	160.000.000	106.000.000	500.000.000
Tensi	115.390.000	150.702.000	301.800.000
Araamu Travel	115.000.000	40.000.000	80.000.000
Proko Travel	110.940.000	110.940.000	240.000.000
1000 Út Travel	92.595.000	154.710.000	324.000.000
Z(s)epelin	72.000.000	80.000.000	170.000.000
Vaya Travel	72.000.000	60.000.000	120.000.000
Bono Utazási Központ	66.000.000	98.000.000	340.000.000
Vista	65.000.000	65.000.000	180.000.000
Haris Travel Club	60.000.000	108.000.000	216.000.000
Blaguss	54.000.000	34.500.000	72.000.000
Jetwing Hungary	51.200.000	51.200.000	51.120.000
TdM Travel Tours	48.500.000	48.500.000	97.000.000
Utazok.hu	48.000.000	54.000.000	108.000.000
Helmond	45.000.000	27.000.000	54.000.000
WIZZ Air	43.468.920	152.109.500	470.000.000
AB Agro	42.000.000	69.784.000	165.600.000
Morton's	39.000.000	39.000.000	102.600.000
Baraka	38.000.000	54.000.000	114.000.000
Eupolisz	36.720.000	36.720.000	75.600.000
Festival Travel International	36.360.000	38.280.000	48.000.000
Travel House	36.000.000	36.000.000	36.000.000
Tumlare Corporation Hungary	36.000.000	34.570.000	72.000.000
Túrabarátok	36.000.000	3%-os volt	3%-os volt
Safari Travel	35.000.000	35.000.000	54.000.000
Ski Travel	33.550.000	50.730.000	61.200.000
Gonza	32.270.000	utazásközv.	utazásközv.

Izvor: Vladin ured (Kormányhivatal)

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

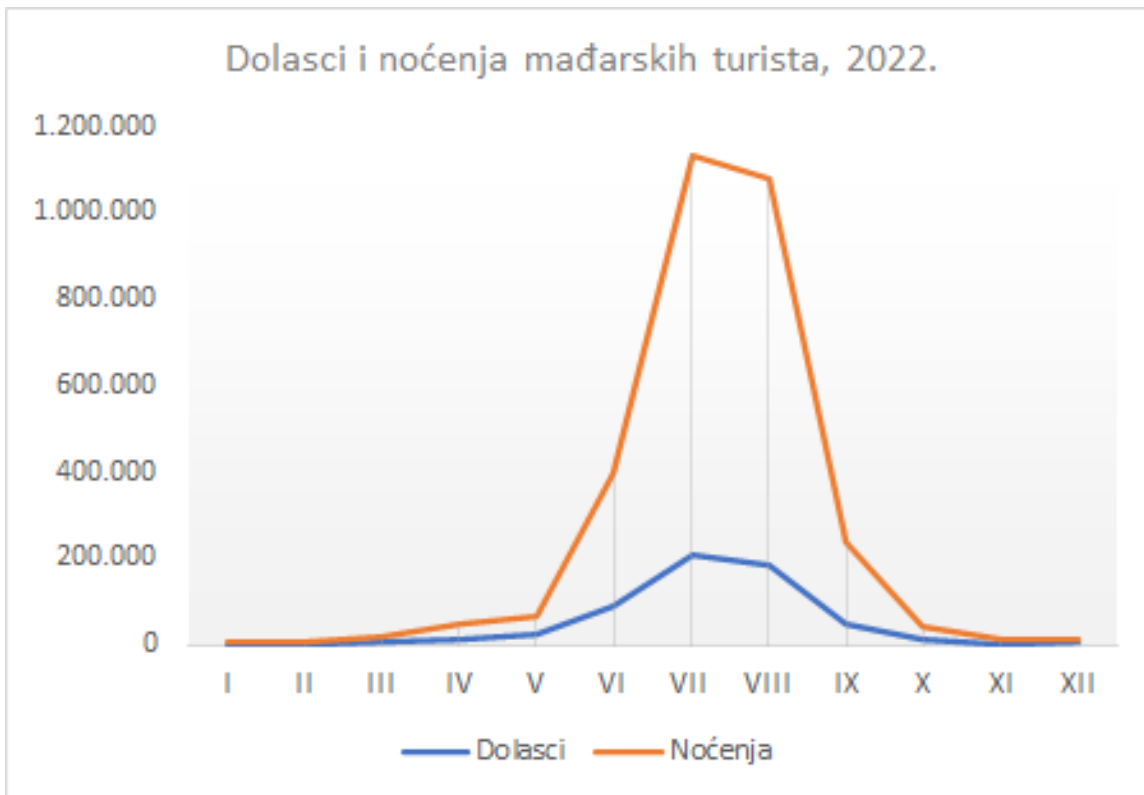
MAĐARSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	117.369		100	749.647		100
1990.	72.807	62	62	516.900	69	69
1991.	6.971	10	6	63.670	12	8
1992.	43.160	619	37	286.290	450	38
1993.	90.730	210	77	625.145	218	83
1994.	128.817	142	110	900.243	144	120
1995.	34.080	26	29	217.421	24	29
1996.	85.000	249	72	523.000	241	70
1997.	126.688	149	108	759.289	145	101
1998.	137.670	109	117	805.238	106	107
1999.	141.413	103	120	813.403	101	109
2000.	238.774	169	203	1.403.295	173	187
2001.	279.825	117	238	1.553.600	111	207
2002.	318.015	114	271	1.732.576	112	231
2003.	356.139	112	303	1.905.285	110	254
2004.	403.443	113	344	2.092.449	110	279
2005.	453.395	112	386	2.405.145	115	321
2006.	402.782	89	343	2.196.365	91	293
2007.	381.202	95	325	1.984.644	90	265
2008.	370.392	97	316	1.933.978	97	258
2009.	298.359	81	254	1.594.794	82	213
2010.	297.667	100	254	1.604.753	101	214
2011.	328.106	110	280	1.746.138	109	233
2012.	307.912	94	262	1.629.552	93	217
2013.	326.354	106	278	1.727.787	106	230
2014.	366.262	112	312	1.931.181	112	258
2015.	435.990	119	371	2.266.301	117	302
2016.	486.249	112	414	2.527.632	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
2021.	431.257	204	367	2.286.255	196	305

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



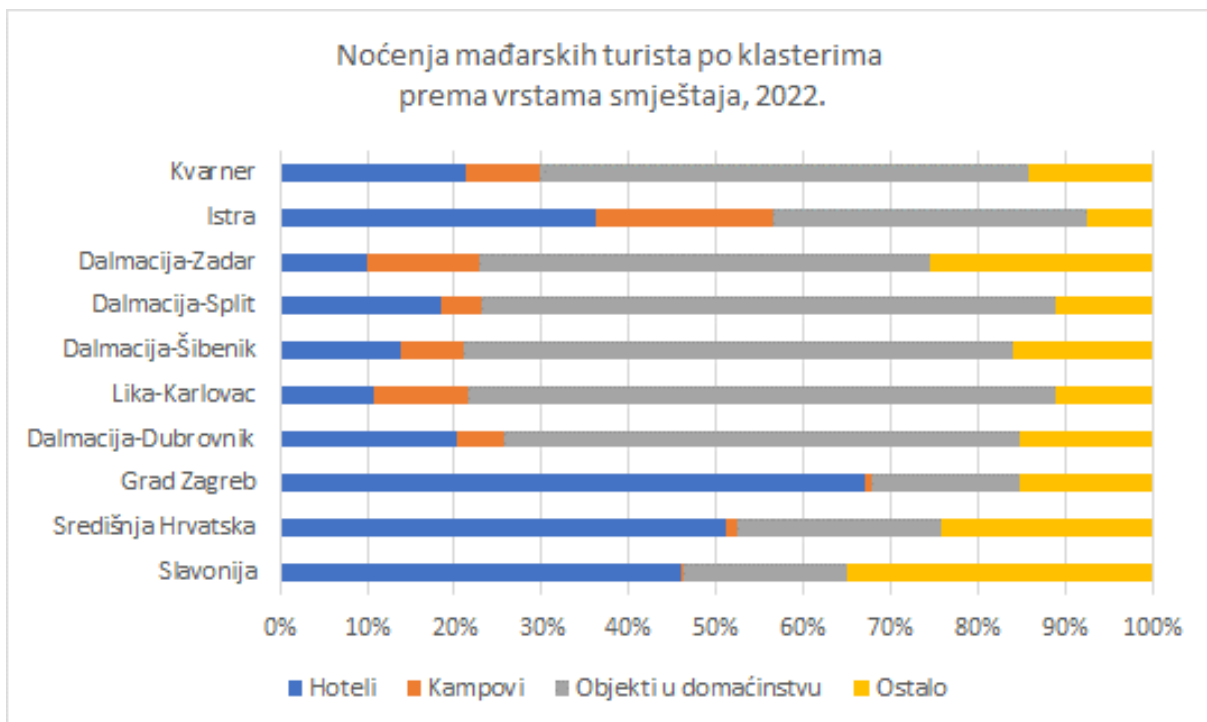
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Kvarner	181.193	846.388
Istra	118.484	602.718
Dalmacija-Zadar	83.736	513.004
Dalmacija-Split	84.478	509.975
Dalmacija-Šibenik	37.923	230.020
Lika-Karlovac	36.294	113.485
Dalmacija-Dubrovnik	17.920	105.663
Nautika	15.974	90.909
Grad Zagreb	14.844	25.014
Središnja Hrvatska	6.245	12.735
Slavonija	5.637	9.495
Ukupno	602.728	3.059.406



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Crikvenica	166.935
Vir	166.280
Rovinj	106.344
Poreč	86.266
Medulin	84.576
Opatija	78.898
Rab	76.754
Makarska	66.731
Zadar	64.696
Vodice	63.020

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske

Hrvatska može biti zadovoljna rezultatima postignutim u 2022. godini. Rezultati ostvareni do kraja rujna približili su se rezultatima iz rekordne 2019. godine. Imidž Hrvatske je i dalje vrlo dobar - Hrvatsku 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 su naštetili pojedinačni sporni slučajevi (npr. otkazi rezervacija u zadnjem trenu), ali i povećanje cijena u Hrvatskoj, koja je zbog niske vrijednosti mađarske forinte za mnoge Mađare bila skupa destinacija.

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

U 2022. godini omjer individualnih i organiziranih putovanja iznosi 75:25. Uspoređujući s prijašnjim godinama, ovaj omjer je ostao isti kao u pandemijskoj 2020. godini, tj. malo se povećao u odnosu na predpandemijske godine u korist organiziranih dolazaka – određen broj ljudi, radi sigurnosti je birao agenciju koja im je, između ostalog, pružila i sve informacije i asistenciju. Gosti

koji u Hrvatsku dolaze organizirano, u prosjeku u Hrvatskoj borave 4,68 dana, dok individualni gosti u prosjeku borave 5,35 dana.

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

Hrvatska je dobro zastupljena u ponudama najvećih turoperatora i agencija na tržištu, kao i u ponudi najveće online turističke agencije Szallas.hu. Ono što zabrinjava je činjenica da su mađarske turističke agencije i turooperatori doživjeli najteže razdoblje u povijesti; neke agencije nisu opstale na tržištu zbog pandemije, a mnoge agencije smanjile su svoj obujam poslovanja.

Organizatori putovanja za Hrvatsku generalno su zadovoljni s ljetnom sezonom 2022., a neki od njih govore o problemu nedostatka slobodnih smještajnih kapaciteta tijekom glavne ljetne sezone. Broj agencijskih gostiju ostvario je veći rast u odnosu na broj individualnih gostiju, što daje određen optimizam vezano uz poslovanje turističkih agencija u budućem razdoblju.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2022. godine

Planiranih zrakoplovnih čartera nije bilo, no i ove godine zračno su bili povezani Budimpešta i Zadar. Ryanair linija prometovala je u periodu od 27. 03. 2022. do 27. 10. 2022. ,s rotacijom dva puta tjedno (četvrtkom i nedjeljom). Prema neslužbenim informacijama, linija je bila dobro popunjena te vjerujemo da će nastaviti s prometovanjem u 2023. godini.

Autobuseri u 2022.

Najznačajniji prijevoznik na mađarskom tržištu i dalje je Flixbus, koji je i ove godine realizirao 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 2022.

Individualni promet dominira na tržištu Mađarske, a iznimka nije niti ova godina, kada je udio individualnih gostiju u ukupnom broju dolazaka i noćenja iznosio 75%. Na prvom i drugom mjestu prema prometu nalaze se Primorsko-goranska i Istarska županija, dok je treća županija po broju dolazaka i noćenja Splitsko-dalmatinska županija.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI

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

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

Za iduću godinu, teško je procijeniti koliki broj Mađara će se odlučiti za putovanja u inozemstvo te koliko njih će si boravak u inozemstvu moći priuštiti. Ponajprije treba uzeti u obzir i gospodarsku situaciju (energetska kriza, rastuća inflacija, rekordno niska vrijednost domaće valute), platežnu moć/standard stanovništva te „alat“ domaćeg turizma - SZÉP karticu, kojom i poslodavci i posloprimci ostvaruju određene koristi i koja je značajna kod odabira destinacije (domaći vs. inozemni turizam). Za očekivati je da će se nastaviti snažna kampanja Mađarske turističke agencije usmjerena na provođenje godišnjih odmora u vlastitoj zemlji, a ukoliko inflacija nastavi rasti, a mađarska forinta nastavi slabjeti, biti će to najveći razlog većine Mađara za ostanak u zemlji.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2023.

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 dižu na veću razinu. Od inozemnih destinacija, one bliske i dalje će ostati najtraženije. Iduća će turistička godina ipak prije svega ovisiti o gospodarskom stanju te o kupovnoj moći stanovnika.

Za očekivati je određeni i povratak dalekih destinacija, koje su se blago oporavile već tijekom 2021. godine, no za višu platežnu skupinu potražnja će s otvaranjem novih zrakoplovnih linija vjerojatno nastaviti rasti.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2023.

S obzirom na vrlo neizvjesnu situaciju, nitko od turističkih dionika ne izlazi s detaljnijim prognozama za 2023. godinu, iako se svi nadaju normalizaciji globalne situacije, a time i turističkih kretanja.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA

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

Iduća godina bit će vrlo izazovna zbog negativnih globalnih okolnosti. Unatoč velikoj želji za putovanjima te velikoj sklonosti Mađara prema Hrvatskoj, postoje brojne opasnosti koje bi inozemna putovanja, pa tako i putovanja u Hrvatsku, mogle dovesti u pitanje.

Prije svega će to biti kupovna moć/standard stanovništva, za koje se može očekivati pad, temeljen na trenutnim podacima (rast cijena hrane i energenata, rastuća inflacija, slabljenje domaće valute i dr.). Osim toga, za očekivati je da će potrošači/turisti biti skloniji štednji i oprezu.

Domaći turizam i dalje će biti najsnažniji konkurent Hrvatskoj, a zatim slijede Italija, Grčka i ostale europske mediteranske zemlje, ali ponovno i Turska, Tunis i Egipat. U slučaju nastavka pada vrijednosti domaće valute, domaći turizam sigurno će ostvariti bolje rezultate.

Za turiste više platežne moći, može se očekivati da će se broj putovanja na daleke destinacije vjerojatno povećati.

Slijedom navedenoga, za pretpostaviti je da će inflacija i najavlјivana recesija svakako utjecati na rezultate iduće turističke godine. Stanovništvo, iako željno odmora, bit će puno opreznije kod trošenja, a s obzirom na najave “teške zime”, pitanje je i koliko će sredstava Mađari imati za putovanja.

Iduća turistička sezona bit će znatno izazovnija i kompliciranija od ovogodišnje te je mogućnost porasta u dolascima i noćenjima s mađarskog tržišta neizvjesna.

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

S obzirom da se očekuje da će Hrvatska biti najtraženija inozemna destinacija u 2023. godini, očekujemo zastupljenost Hrvatske kod svih postojećih partnera, no potencijalno 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 2023. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu sanitarnih, političkih i ekonomskih okolnost u 2023. godini

Najave o ulasku Hrvatske u Schengen zonu iduće godine već su sada pozitivno odjeknule na tržištu i ta će činjenica sigurno biti prednost u odnosu na neke konkurentske destinacije.

Uvođenje dodatnih zrakoplovnih linija između Mađarske i Hrvatske pridonijelo bi većem broju dolazaka, naročito kraćih, *city break* ili vikend posjeta, a kao važnu mjeru partneri spominju i zaustavljanje mjestimično neopravdanog rasta cijena.