



POLJSKA

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.....	6
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA.....	9
NAMJERE PUTOVANJA POLJAKA U RAZDOBLJU X 2022. do III 2023.....	16
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU.....	18
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM TURISTIČKOM REZULTATU HRVATSKE	19
REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti).....	20
TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI	23
TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA	24

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv: Republika Poljska.

Državno uređenje: republika, parlamentarna demokracija.

Glavni grad: Varšava (1.795.000 stanovnika).

Veći gradovi: Krakow (770.000 stanovnika), Łódź (685.285 stanovnika), Wrocław (640.648 stanovnika), Poznań (536.438 stanovnika), Gdansk s aglomeracijom: Gdynia i Sopot (ukupno 748.986 stanovnika), Katowice s aglomeracijom 15 gradova (ukupno 1.741.289 stanovnika).

Broj stanovnika: 38.185.913 (srpanj 2021., procjena).

Površina: 312.705 km².

Službeni jezik: poljski.

Valuta: poljski zlot (PLN).

POLITIČKO UREĐENJE

Poljska je unitarna republika, s parlamentarnim sustavom vlasti. Zakonodavnu vlast ima dvodomni parlament, Nacionalna skupština (Zgromadzenie Narodowe), koja ima Donji dom (Sejm), kao predstavničko tijelo građana sa 460 zastupnika i Gornji dom (Senat), kao predstavničko tijelo teritorijalnih jedinica sa 100 senatora. Članovi oba se doma biraju na općim izborima, na razdoblje od četiri godine.

Izvršnu vlast obnaša vlada, Vijeće ministara (Rada ministrów), koje čine predsjednik Vijeća (premijer) te resorni ministri. Premijera predlaže predsjednik republike, a parlament mu izglasava povjerenje. Vlada je za svoj rad odgovorna parlamentu.

Predsjednik republike je vrhovni zapovjednik oružanih snaga; zastupa državu u vanjskim poslovima, čuva nacionalnu neovisnost i teritorijalnu cjelovitost te se brine za provođenje Ustava. Biraju ga građani na izravnim izborima na razdoblje od pet godina i može biti biran dva mandata uzastopno. Kandidat za predsjednika mora biti poljski državljanin s navršениh 35 godina života.

Predsjednik države je Andrzej Duda, a premijer Mateusz Morawiecki.

Poljska je članica Europske unije (EU) od svibnja 2004. te kao punopravna članica EU sudjeluje u svim ugovorima potpisanim od strane EU. Također, članica je Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovinske organizacije (WTO).

STANOVNIŠTVO

Vjerska pripadnost: rimokatolici (85 %), protestanti (0,4 %), ostali (0,3 %), neopredijeljeni (12,9 %) (procjena, 2020.).

Stopa rasta stanovništva: - 0,23 % (procjena, 2021.).

Gustoća naseljenosti: 122 stanovnika/km² (60,1 % stanovništva živi u gradovima).

		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
POPULACIJA									
Ukupno stanovništvo (stanje 31. XII.)	u tisućama	38.478,6	38.437,2	38.433,0	38.433,6	38.411,1	38.382,6	38.265,0	38.080,4
M	u tisućama	18.619,8	18.598,0	18.593,2	18.593,2	18.581,9	18.567,1	18.502,2	18.406,1
Ž	u tisućama	19.858,8	19.839,2	19.839,8	19.840,4	19.829,3	19.816,0	19.762,8	19.674,3
Godišnje povećanje	u tisućama	-17	-41	-4	1	-22	-29	-118	-185
	u %	-0,04	-0,11	-0,01	0,00	-0,06	-0,07	-0,31	-0,48
Gustoća naseljenosti	po 1 km ²	123	123	123	123	123	123	122	122
Žena na 100 muškaraca		106,7	106,7	106,7	106,7	106,7	106,7	106,8	106,9
Gradsko stanovništvo	u tisućama	23.216,4	23.166,4	23.129,5	23.109,3	23.067,2	23.033,1	22.905,1	22.752,0
	u % ukupnog stanovništva	60,3	60,3	60,2	60,1	60,1	60	59,9	59,7
Starosne skupine:									
0-17	u %	18,0	18,0	17,9	18,0	18,1	18,1	18,2	18,2
18-59/64	u %	63,0	62,4	61,9	61,2	60,6	60	59,5	59,2
podskupina 18-44	u %	39,7	39,4	39,1	38,7	38,2	37,7	37,1	36,6
podskupina 45-59/64	u %	23,3	23,0	22,8	22,5	22,4	22,3	22,4	22,6
60/65 i više	u %	19,0	19,6	20,2	20,8	21,4	21,9	22,3	22,6
0-14 (djeca)	u %	15,0	15,0	15,0	15,2	15,3	15,3	15,4	15,3
65 i više godina	u %	15,3	15,8	16,4	17,0	17,5	18,1	18,6	19,0
Životni vijek:									
M	u godinama	73,8	73,6	73,9	74,0	73,8	74,1	72,6	71,8
Ž	u godinama	81,6	81,6	81,9	81,8	81,7	81,8	80,7	79,7

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Sve do pojave pandemijske krize Poljska je bila jedno od gospodarstava EU koje je gotovo u kontinuitetu raslo većim stopama od prosjeka Unije. Ujedno, Poljska je najveći neto primatelj sredstava iz strukturnih i investicijskih fondova EU-a .

Poljoprivredni sektor generira 3% BDP-a i zapošljava oko 9% aktivnog stanovništva. Više od 60% ukupne površine Poljske zauzima poljoprivredno zemljište, a država je samodostatna u pogledu opskrbe hranom. Glavne poljoprivredne kulture su raž, krumpir, repa i pšenica. Važni segmenti su proizvodnja mlijeka, uzgoj svinja i ovčarstvo. U zemlji postoji oko 1,5 milijuna malih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava s manje od 9 ha površine.

Država je relativno bogata prirodnim resursima. Glavni minerali koje proizvode su ugljen, sumpor, bakar, olovo i cink.

Industrijski sektor generira 32% BDP-a i zapošljava 32% radne snage. Glavni sektori su strojna industrija, telekomunikacije, građevinarstvo, prerada hrane i IT. Neki tradicionalni sektori su u kontinuiranom padu, poput proizvodnje čelika i brodogradnje. Poljska automobilska industrija uglavnom je orijentirana na izvoz i bila je snažno pogođena u vrijeme pandemije bolesti COVID-19.

Aktualno stanje BDP-a

Specifikacija A – prethodna godina=100 – 1995=100 ₁ – 2000=100 ₂ – 2005=100 ₃ – 2010=100 ₄ – 2015=100		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^a
NACIONALNI RAČUNI									
Bruto nacionalni dohodak (tekuće cijene)	u milijunima zl	1.635.483	1.731.513	1.778.261	1.898.758	2.036.989	2.192.953	2.249.340	2.501.322
Bruto domaći proizvod (tekuće cijene)	u milijunima zl	1.700.552	1.798.471	1.853.205	1.982.794	2.126.506	2.288.492	2.337.672	2.623.948
Ukupna bruto dodana vrijednost (tekuće cijene)	u milijunima zl	1.505.789	1.595.387	1.636.005	1.740.484	1.862.434	2.011.356	2.059.056	2.282.544

a) preliminarna procjena

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Tržište rada

Specifikacija A – prethodna godina=100		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
TRŽIŠTE RADA									
Zaposlene osobe u nacionalnom gospodarstvu ^{ab} (kraj razdoblja)	u tisućama	14.563,4	14.829,8	15.293,3	15.710,8	15.949,7	16.120,6	14.789,1	15.002,6
Indeks promjene		102,2	101,8	103,1	102,7	101,5	101,1	.	101,4
Ukupno registrirane nezaposlene osobe (kraj godine)	u tisućama	1.825,2	1.563,3	1.335,2	1.081,7	968,9	866,4	1.046,4	895,2
M	u tisućama	885,5	747,2	622,9	486,2	426,3	387,0	484,8	413,3
Ž	u tisućama	939,6	816,1	712,2	595,5	542,6	479,4	561,6	481,9
Stopa ukupne registrirane nezaposlenosti ^a (kraj godine)	u %	11,4	9,7	8,2	6,6	5,8	5,2	6,3	5,4

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Prosječne plaće u realnom sektoru (aktualni podaci):

Godina/mjesec		PLN
2021.	01	5.536,80
	02	5.568,82
	03	5.929,05
	04	5.805,72
	05	5.637,34
	06	5.802,42
	07	5.851,87
	08	5.843,75
	09	5.841,16
	10	5.917,15
	11	6.022,49
	12	6.644,39
2022.	01	6.064,24
	02	6.220,04
	03	6.665,64
	04	6.626,95
	05	6.399,59
	06	6.554,87
	07	6.778,63
	08	6.583,03
	09	6.687,81

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Inflacija

SPECIFIKACIJA	09. 2022			3. tromjesečje 2022	
	09 2021=100	12 2021=100	08 2022=100	Q3 2021=100	Q2 2022=100
UKUPNO	117,2	113,6	101,6	116,3	103,1
Hrana i bezalkoholna pića	119,3	114,8	101,7	117,4	103,2
Alkoholna pića i duhan	109,0	108,6	100,8	108,4	102,2
Odjeća i obuća	107,0	104,2	104,8	105,7	98,4
Stan, voda, struja, plin i ostala goriva	129,9	123,2	102,7	127,5	106,1
Namještaj, kućanska oprema i rutinsko održavanje kućanstva	113,0	110,6	101,5	111,8	103,1
Zdravlje	107,8	107,4	100,7	107,5	101,7
Prijevoz	116,4	110,8	98,5	121,1	100,0
Komunikacija	102,9	103,6	101,0	104,1	101,0
Rekreacija i kultura	113,9	112,1	100,8	112,6	104,3
Obrazovanje	112,5	111,1	107,4	108,8	102,9
Restorani i hoteli	117,8	115,1	101,7	117,0	104,2
Razni proizvodi i usluge	111,9	110,0	101,5	110,4	102,9

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...). Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije¹:

Dnevni listovi:

- Rzeczpospolita (naklada 47 888), dnevnik, cijela Poljska
- Gazeta Wyborcza (naklada 120 611), dnevnik, cijela Poljska
- Dziennik Gazeta Prawna (naklada 35 000), dnevnik, cijela Poljska
- Puls Biznesu (naklada 5 878), dnevnik, cijela Poljska
- Parkiet Gazeta Giełdy, (naklada 5 000), dnevnik, cijela Poljska
- Dziennik Polski (naklada 13342), dnevnik, cijela Poljska

Bussines:

- Forbes (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 14 086), mjesečnik, cijela Poljska
- Newsweek Polska (naklada 114 500), tjednik, cijela Poljska
- Polityka (naklada 128 896), tjednik, cijela Poljska
- Przegląd (naklada 33 081), tjednik, cijela Poljska
- Sieci (naklada 76 881), tjednik, cijela Poljska

¹ Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije za 2021 prema IMM te Polskie Badania Czytelnictwa: <https://www.pbc.pl/rynek-sprzedazy/>, pristup: 20.10.2021

- Do Rzeczy (naklada 57 500), tjednik, cijela Poljska

Lifestyle:

- Wysokie Obcasy (dodatak uz dnevnik Gazeta Wyborcza, naklada 106 500), izdanje svake subote
- Wysokie Obcasy Extra (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 50722), mjesečnik, cijela Poljska
- Twój Styl (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 86 605), mjesečnik, cijela Poljska
- Elle (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 23 212), mjesečnik, cijela Poljska
- Zwierciadło (naklada 143 000), mjesečnik, cijela Poljska
- Pani (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 35 605), mjesečnik, cijela Poljska
- Men's Health (naklada: nema podataka), mjesečnik, cijela Poljska
- Vogue Polska (naklada: nema podataka), mjesečnik, cijela Poljska
- Auto Świat (naklada 78 933), tjednik, cijela Poljska
- Komputer Świat (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 19 629) mjesečnik, cijela Poljska

Tisak posvećen eno-gastro:

- Ferment (naklada: nema podataka) tromjesečnik

Sportska izdanja:

- Przegląd sportowy (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 16 349) dnevnik, cijela Poljska
- Wiatr časopis za nautičare (naklada 18 000), cijela Poljska
- Jachting (naklada 10 000) mjesečnik, cijela Poljska
- Bikeboard (naklada: nema podataka) mjesečnik, cijela Poljska
- Szosa (naklada: nema podataka) dvomjesečnik, cijela Poljska

Turistička izdanja:

- National Geographic Traveler (naklada 27 000), mjesečnik, cijela Poljska
- National Geographic Poland (prosječna prodaja tiskanih izdanja u razdoblju veljača-srpanj 2021.: 15 582), mjesečnik, cijela Poljska
- Wiadomości Turystyczne (naklada 6 000) mjesečnik, cijela Poljska
- Think MICE (naklada 6 500) mjesečnik cijela Poljska
- MICE Poland (naklada: nema podataka) mjesečnik, cijela Poljska
- Rynek Turystyczny (naklada 5 000) mjesečnik, cijela Poljska
- Wasze Podróże (naklada: 10 000) tromjesečnik
- All Inclusive (naklada 19 000) tromjesečnik, cijela Poljska

- Polski Caravaning (naklada 6000), dvomjesečnik, cijela Poljska
- Kaleidoscope (naklada 35 000), inflight magazine, mjesečnik, international distribution

Glavni internetski portali:

- Onet.pl
- Wp.pl
- Interia.pl
- Gazeta.pl

Publicistički portali:

- Tvn24.pl
- Polsatnews.pl
- Tvp.info
- Wyborcza.pl
- Salon24.pl
- 300polityka.pl
- DoRzeczy.pl
- Newsweek.pl
- Rp.pl
- wPolityce.pl
- Wprost.pl

Turistički portali:

- Wasza Turystyka – turistički portal namjenjen B2B
- Wiadomości Turystyczne – turistički portal namjenjen B2B
- TUR-INFO.PL – turistički portal za turističku branšu
- Klub Podróżników - turistički portal za turističku branšu

Blogovi (tematski vezani uz HR):

- CroLove.pl
- Polako.eu
- Cromania.pl
- Chorwacjacafe.pl

Turistički i eno-gastro blogovi s kojima predstavništvo HTZ-a u Poljskoj surađuje:

- <https://mintaeats.com/>
- <https://travelstory.pl/>
- <https://wszedobylscy.com/>
- <https://podrozebezosci.pl/>
- <https://gdziewyjechac.pl/>
- <https://krytykakulinarna.com/>

- <https://kolemsietoczy.pl/>
- <http://nakarmionastarecka.pl/>
- <http://www.poranamajora.pl/>
- <https://www.loswiaheros.pl/>
- <https://www.banita.travel.pl/>
- <https://zyciejestpiekne.eu/>
- <https://szpilkiwplecaku.pl/>
- <https://wesolowski.co/>

TV kuće:

- TVP (TVP1, TVP2, TVP Info)
- TVN Discovery (TVN, TVN24, TVN24bis, TVN turbo, TVN style, HGTV Home&Garden, Food Network, Travel Channel)
- Polsat (Polsat1, Polsat2, Polsat News, Polsat cafe)

Radio:

- RMF FM
- Radio Zet
- Polskie Radio (1, 2, 3, 4)
- Radio 357

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu u kontekstu političkih i ekonomskih okolnosti

Jesen 2022. prolazi u neizvjesnosti vezanoj uz cijene energenata te budućih računa za grijanje i električnu energiju. Stanovništvo zabrinjava i velika inflacija koja unatoč predviđanjima ekonomskih stručnjaka i dalje raste, na što direktno utječu i mjere poljske vlade koja pokušava umiriti tenzije kroz različite socijalne mjere. Rastu i rate kredita, uslijed čega sve više Poljaka ima, ili očekuje da će imati, ozbiljnije financijske poteškoće. COVID pandemija više nije prisutna u službenim priopćenjima poljske vlade. Svim građanima je dostupna *booster* doza cjepiva, ali vrlo mali broj ljudi se cijepi. Prema informacijama Poljske granične policije, u Poljskoj boravi oko 1.800.000 ukrajinskih izbjeglica, koji su dobili od poljske vlade socijalnu pomoć dostupnu i poljskim građanima. Sve navedene okolnosti ne idu u prilog očekivanjima daljnjeg jačanja turističke potražnje, unatoč visokoj razini motivacije i želje za putovanjima nakon dvije godine suzdržanosti, u okolnostima COVID pandemije.

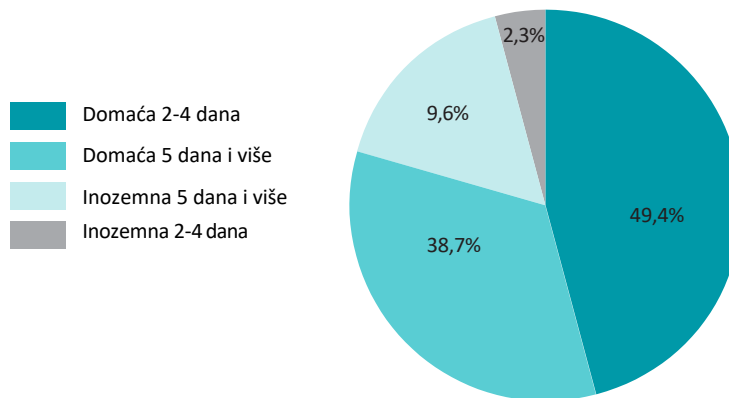
Generalni pokazatelji vezani uz putovanja poljskih građana

Broj stanovnika Poljske u dobi od 15 ili više godina koji su u 2021. ostvarili barem jedno privatno turističko putovanje, s najmanje jednim noćenjem, iznosio je 17 milijuna (20,6% više nego u 2020.), što je 52,6% stanovnika Poljske u ovoj dobnoj skupini.

Tijekom 2021. godine stanovnici Poljske ostvarili su ukupno 62,6 milijuna turističkih putovanja (jedna osoba mogla je putovati nekoliko puta) – 18,1% više nego 2020. Domaća putovanja su prevladavala – realizirano je 55,1 milijuna domaćih putovanja, što uključuje kratka putovanja (2-4 dana) – 30,9 milijuna i putovanja od 5 dana ili duže – 24,2 milijuna. Broj inozemnih putovanja stanovnika Poljske iznosio je 7,5 milijuna, a većina tih putovanja (6,0 milijuna) bila su putovanja od 5 dana ili duže.

U 2021. stanovnici Poljske starosti 15 ili više godina ostvarili su 53,1 milijun putovanja, što je 18,6% više nego u 2020. Broj domaćih putovanja iznosio je 46,3 milijuna, a inozemnih putovanja 6,8 milijuna. Duža putovanja (pet dana i više) činila su 80,1% inozemnih putovanja.

Turistička putovanja Poljaka u 2021. godini



Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Potrošnja na putovanjima

U 2021., izdaci stanovnika Poljske u dobi od 15 ili više godina povezani s putovanjima iznosili su PLN 57,7 milijardi (19,5% više nego u 2020.), od čega je 31,9 milijardi PLN (28,6% više nego u 2020.) potrošeno na domaća putovanja s ostvarenim barem jednim noćenjem, a 17,2 milijarde PLN (15,3% više nego u 2020.) na inozemna putovanja s ostvarenim barem jednim noćenjem. 8,5 milijardi PLN otpada na jednodnevna putovanja bez noćenja (0,2% više nego u 2020.).

Prosječni izdaci po osobi na domaćem putovanju od 2-4 dana iznosili su 383 PLN, na putovanju od 5 dana ili duže – 1.106 PLN, a na putovanju u inozemstvo 1.740 PLN (putovanju od 2-4 dana), odnosno, 2.724 PLN (putovanju od 5 dana ili duže).

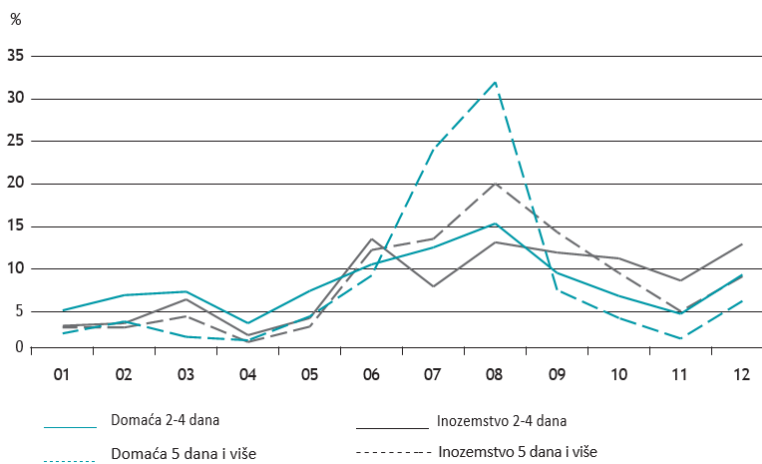
Dinamika putovanja po mjesecima (populacija 15 godina i više)

U 2021. godini, u razdoblju srpanj-kolovoz realizirano je 39,9% domaćih putovanja stanovnika Poljske, kao i 31,2% ukupnih putovanja u inozemstvo. Kod domaćih putovanja relativno su popularni mjeseci lipanj (10,0%) i rujan (8,7%), a slična je situacija i sa inozemnim putovanjima (12,5% lipanj i 13,9% rujan).

2021. godina	Domaća putovanja			Putovanja u inozemstvo		
	Total	2–4 dana	5 dana i više	Total	2–4 dana	5 dana i više
Total – apsolutne vrijednosti	46,3	26,7	19,6	6,8	1,4	5,5
Siječanj	1,9	1,4	0,5	0,2	0,0	0,2
Veljača	2,6	1,9	0,8	0,2	0,1	0,2
Ožujak	2,4	2,0	0,4	0,3	0,1	0,2
Travanj	1,3	1,0	0,3	0,1	0,0	0,1
Svibanj	2,9	2,0	0,9	0,2	0,1	0,2
Lipanj	4,6	2,8	1,8	0,9	0,2	0,7
Srpanj	8,1	3,4	4,7	0,9	0,1	0,7
Kolovoz	10,4	4,1	6,3	1,3	0,2	1,1
Rujan	4,0	2,6	1,5	0,9	0,2	0,8
Listopad	2,7	1,8	0,8	0,7	0,2	0,5
Studeni	1,6	1,3	0,4	0,4	0,1	0,3
Prosinac	3,7	2,5	1,2	0,7	0,2	0,5
%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Siječanj	4,1	5,2	2,5	3,3	3,4	3,2
Veljača	5,7	7,0	3,9	3,3	3,7	3,2
Ožujak	5,1	7,4	2,1	4,9	6,5	4,5
Travanj	2,8	3,7	1,7	1,7	2,3	1,5
Svibanj	6,2	7,5	4,5	3,5	4,3	3,3
Lipanj	10,0	10,6	9,3	12,5	13,6	12,3
Srpanj	17,5	12,6	24,1	12,5	8,0	13,6
Kolovoz	22,4	15,4	32,0	18,7	13,2	20,1
Rujan	8,7	9,6	7,6	13,9	12,0	14,4
Listopad	5,8	6,9	4,3	9,9	11,3	9,6
Studeni	3,6	4,8	1,9	5,8	8,7	5,1
Prosinac	8,1	9,4	6,3	10,0	13,0	9,2

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Turistička putovanja Poljaka (populacija 15 godina i više) u 2021. godini



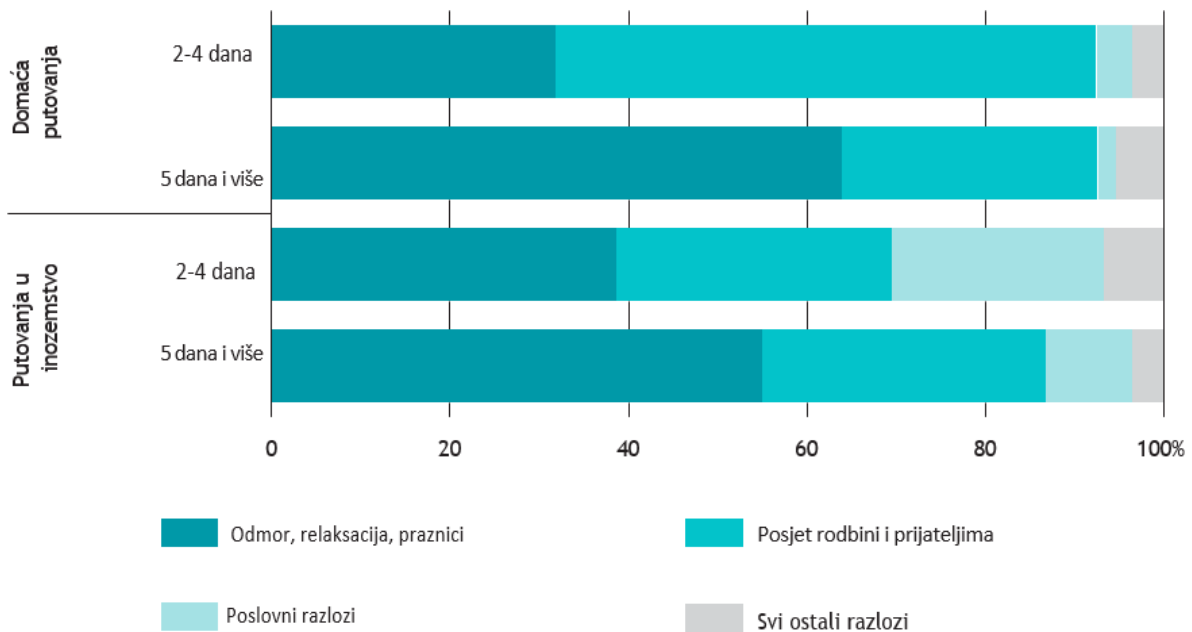
Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Putovanja Poljaka prema glavnom motivu (populacija 15 godina i više)

2021. godina	Domaća putovanja			Putovanja u inozemstvo		
	Total	2–4 dana	5 dana i više	Total	2–4 dana	5 dana i više
	%					
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Odmor, relaksacija, praznici	45,4	31,9	63,9	51,7	38,7	55,0
Posjet rodbini i prijateljima	47,1	60,6	28,7	31,6	30,8	31,8
Medicinski razlozi	2,3	0,9	4,2	0,3	0,4	0,3
Religija	0,5	0,6	0,2	0,5	0,7	0,4
Edukacija	0,5	0,6	0,4	0,8	0,7	0,9
Shopping	0,0	0,1	0,0	0,5	1,7	0,2
Poslovni razlozi	3,1	3,9	2,0	12,6	23,8	9,8
Ostalo	1,1	1,4	0,6	2,0	3,3	1,7

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Pretežita većina putovanja Poljaka realizira se s motivom relaksacije i odmora te posjete rodbini i prijateljima.



Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Preferencije Poljaka vezane uz vrstu smještaja (populacija 15 godina i više)

2021. godina	Domaća putovanja			Putovanja u inozemstvo
	Total	2-4 dana	5 dana i više	
	%			
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Komercijalni objekti	43,9	31,7	60,4	66,2
Hoteli i slični objekti	20,6	17,7	24,5	50,0
Različiti objekti za odmor ^a	3,6	2,4	5,1	0,9
Obiteljski smještaj i agroturizam	13,2	8,5	19,6	10,4
Ostalo	6,5	3,1	11,1	4,3
Nekomercijalni objekti	56,1	68,3	39,6	33,8
Obitelj i prijatelji	51,2	63,6	34,3	32,4
Ostalo	4,9	4,6	5,4	1,5

a) Npr. izletnički smještaj, odmorišni centri, centri za rekreaciju i treninge, smještaj za mlade i sl.

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

U 2021., tijekom 56,1% domaćih putovanja stanovnici Poljske, u dobi od 15 ili više godina, koristili su nekomercijalni smještaj, uglavnom kod rodbine ili prijatelja (51,2%). Ova vrsta smještaja korištena je za gotovo 2/3 kratkih putovanja. Posve drugačija situacija bila je kod inozemnih putovanja za koja se, bez obzira na trajanje putovanja, većim dijelom koristio komercijalni smještaj (66,2% putovanja), uglavnom hoteli (50,0%).

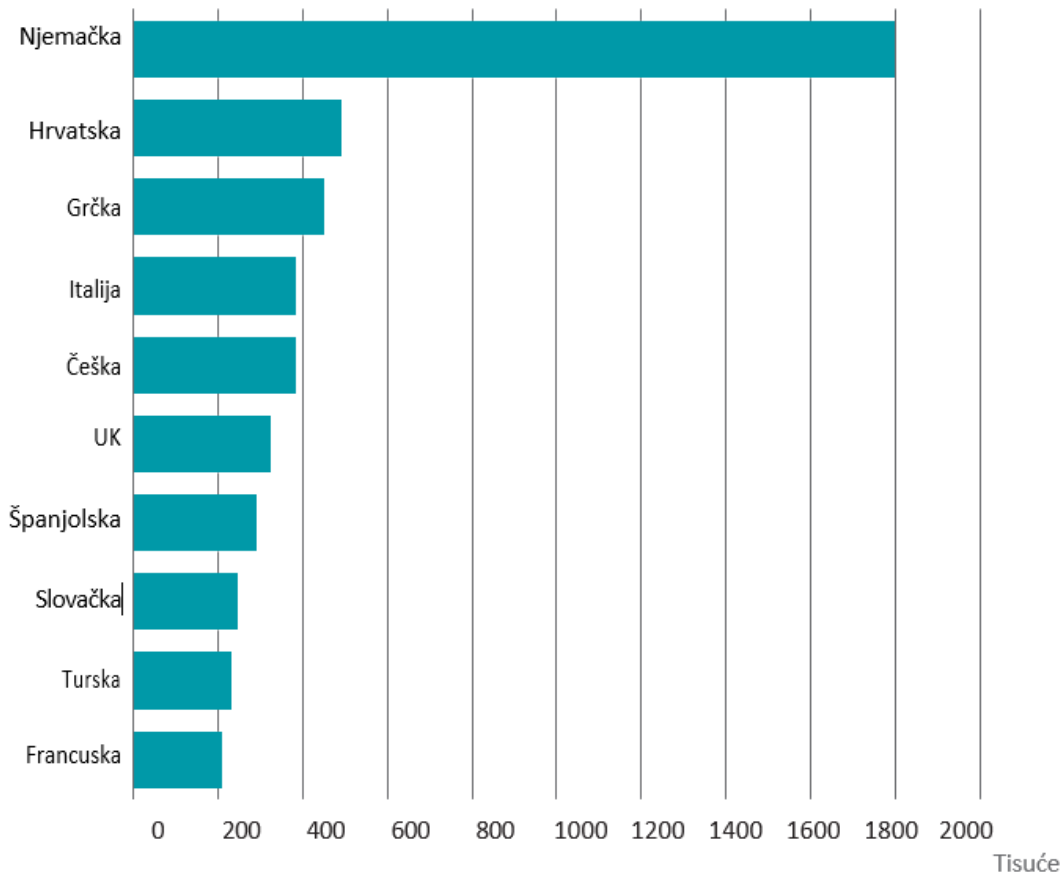
Preferencije Poljaka vezane uz prijevozno sredstvo korišteno prilikom putovanja (populacija 15 godina i više)

2021. godina	Domaća putovanja			Putovanja u inozemstvo
	Total	2-4 dana	5 dana i više	
	%			
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Zrakoplov	0,1	0,1	0,1	52,0
Autobus (redovne linije, turističke linije)	7,7	9,3	5,5	7,6
Osobni automobil	84,8	83,9	86,1	37,8
Ostalo	7,4	6,7	8,3	2,6

Izvor: <https://stat.gov.pl/>

U 2021. godini stanovnici Poljske su se tijekom domaćih putovanja najčešće koristili automobilskim prijevozom (84,8%). S druge strane, za putovanja u inozemstvo turisti su najčešće koristili zračni prijevoz (52,0%).

Preferencije Poljaka vezane uz omiljene strane destinacije – sva putovanja (populacija 15 godina i više)



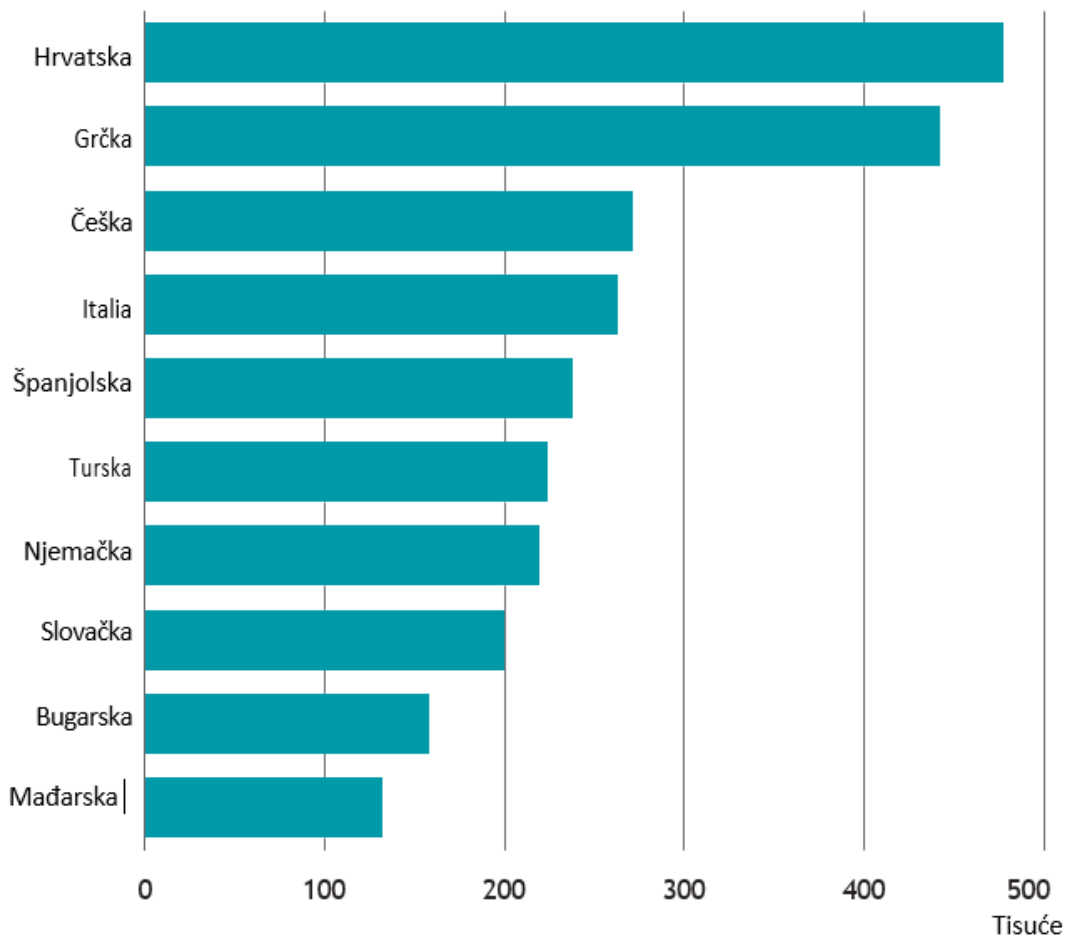
Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Stanovnici Poljske u 2021. putovali su uglavnom u europske zemlje (95,7% putovanja). Najviše su, kada je riječ o sveukupnom broju putovanja, neovisno o motivu i trajanju, putovali u Njemačku (1.797.000), Hrvatsku (492.000), Grčku (451.000), zatim Italiju i Češku (po 383.000) te Veliku Britaniju (323.000).

Zemlje izvan Europe u koje su najviše putovali stanovnici Poljske su Egipat - 94 tisuće putovanja i Sjedinjene Države - 36 tisuća putovanja.

U 2021. godini glavne destinacije za jednodnevna putovanja u inozemstvo bile su zemlje u susjedstvu Poljske. Dominirala su putovanja u Njemačku, 43,1% udjela, potom u Češku (34,2%) i Slovačku (18,1%). Putovanja u Litvu činila su 2,7%, u Ukrajinu 1,0%, Bjelorusiju i Rusiju po 0,1% od ukupnog broja inozemnih jednodневnih putovanja.

Preferencije Poljaka vezane uz omiljene strane destinacije – odmorišna putovanja (populacija 15 godina i više)

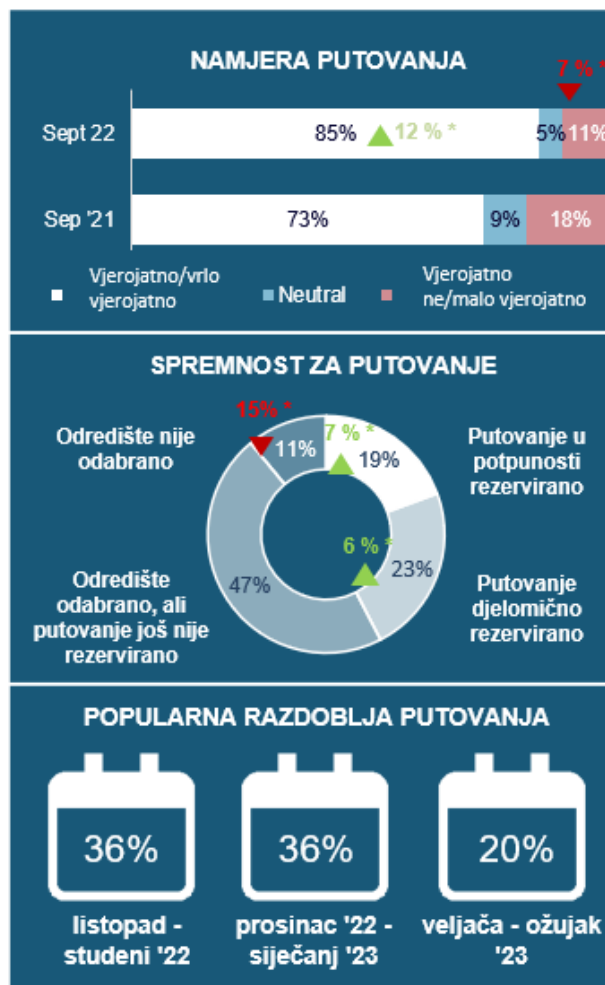


Izvor: <https://stat.gov.pl/>

Kada je riječ o putovanjima s isključivo odmorišnim motivom, situacija je drugačija te je na prvom mjestu Hrvatska, ispred Grčke, Češke i Italije.

NAMJERE PUTOVANJA POLJAKA U RAZDOBLJU X 2022. do III 2023.

Prema podacima ETC-a (European Travel Commission) iz listopada 2022., temeljenim na istraživanju deset značajnih emitivnih tržišta Europe provedenom u rujnu 2022., namjere putovanja Poljaka za narednih šest mjeseci (razdoblje listopad 2022. do ožujak 2023.) na vrlo su visokoj razini, unatoč ekonomskim i političkim okolnostima koje ne doprinose generalnom potrošačkom optimizmu (Poljaci su iskazali najvišu razinu namjere putovanja od svih istraživanjem obuhvaćenih tržišta). U usporedbi s istim istraživanjem provedenim prije godinu dana namjere putovanja Poljaka osjetno su veće, a znatno veći broj već je odabrao/rezervirao odredište. Istraživanje ne uključuje analizu namjera putovanja u razdoblju nakon ožujka 2023., razdoblju kada Hrvatska počinje bilježiti značajniji volumen turističke potražnje, no ukoliko namjera putovanja Poljaka ostane na sličnoj razini, moguće je očekivati visok emitivni potencijal i tijekom proljeća, tj. ljetne sezone.

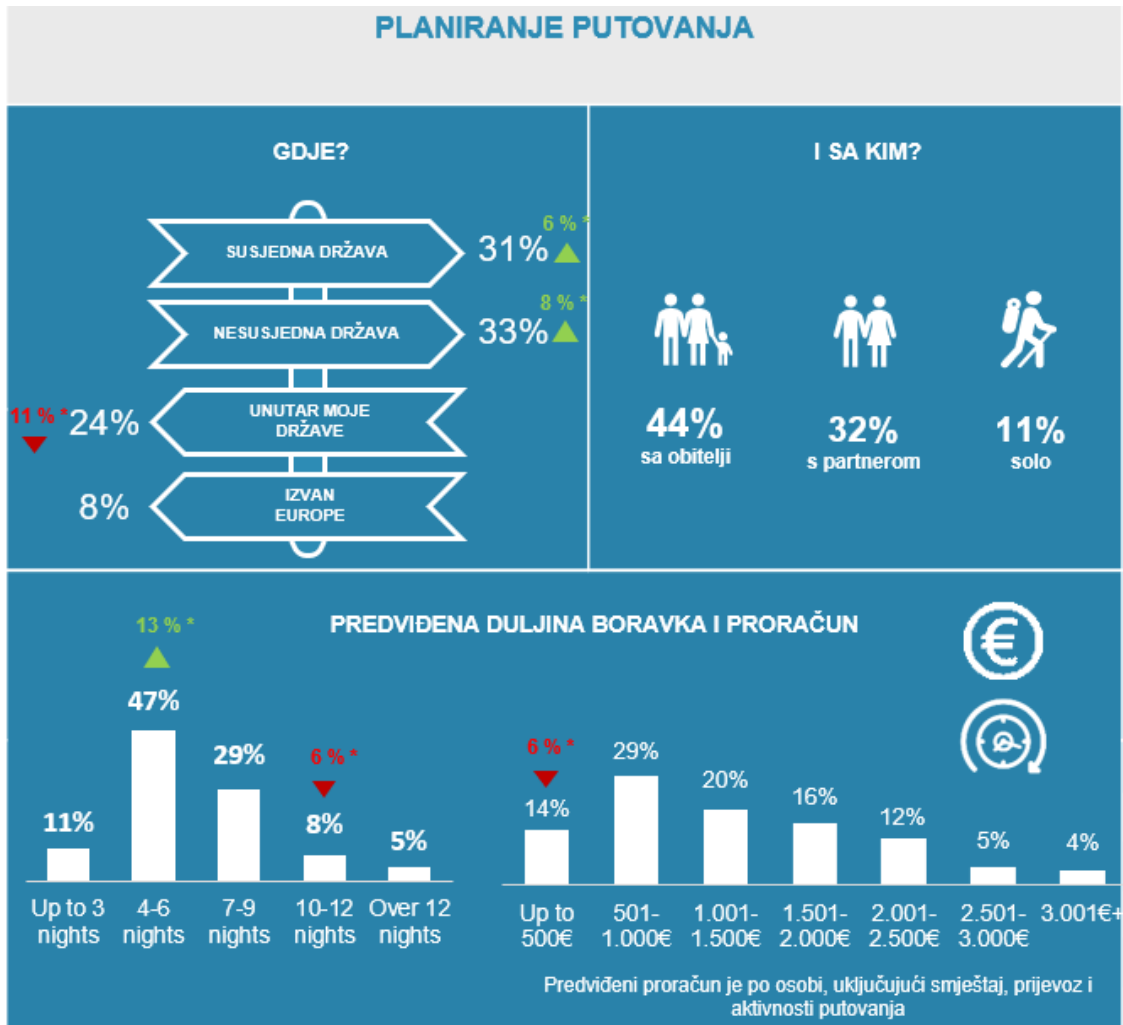


* Značajno povećanje ▲ ili smanjenje ▼ u odnosu na isto vrijeme prošle godine

Izvor: <https://etc-corporate.org/publications/>

Glede odabira destinacija u narednih šest mjeseci (razdoblje listopad 2022. do ožujak 2023.), razvidno je kako se u odnosu na usporedivo istraživanje iz prošle godine značajno veći broj Poljaka

odlučuje za putovanje u inozemstvo, u prvom redu u susjedne države, tj. države Europe. Broj Poljaka koji namjeravaju putovati unutar vlastite države u osjetnom je padu. Dominantna su putovanja s obitelji te putovanja u trajanju od 4 do 6 noćenja (čiji je udjel značajno povećan u odnosu na usporedivi prethodni val istraživanja, u prvom redu nauštrb dužih putovanja, u trajanju od 10 do 12 noćenja). Gotovo 50% Poljaka na putovanjima (po osobi) planira potrošiti 500 do 1.500 EUR.



* Značajno povećanje ili smanjenje u odnosu na isto vrijeme prošle godine

Izvor: <https://etc-corporate.org/publications/>

Glede odabira vrste odmora u narednih šest mjeseci (razdoblje listopad 2022. do ožujak 2023.), dominira *city break*, a potom odmor vezan uz upoznavanje s kulturom i baštinom. Odmori vezani uz more su na trećem mjestu. TOP destinacije su Njemačka i Hrvatska, koje planira posjetiti po 10% ispitanika, a potom slijede Italija i Francuska, koje planira posjetiti po 9% ispitanika.

S obzirom na razdoblje godine pokriveno istraživanjem, za očekivati je kako će se preferencije glede motiva putovanja te TOP destinacija za razdoblje proljeće/ljeto 2023. mijenjati, no takvi podaci u ovom trenutku nisu dostupni.



Izvor: <https://etc-corporate.org/publications/>

Kao negativan čimbenik, koji bi kratkoročni i srednjoročno mogao utjecati na potražnju za turističkim putovanjima na tržištu Poljske može se izdvojiti zabrinutost zbog sve većih troškova putovanja, koju je istaknulo 25,3% ispitanika te zabrinutost zbog stanja osobnih financija, koju je istaknulo 18,7% ispitanika.

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Najveći / najvažniji tour operatori:

- Rainbow - broj 1 u organizaciji putovanja u HR – ljetovanje i kružne ture
- Itaka – kružne ture
- TUI Poland – ljetovanje
- Nekera – ljetovanje (vlastiti prijevoz)

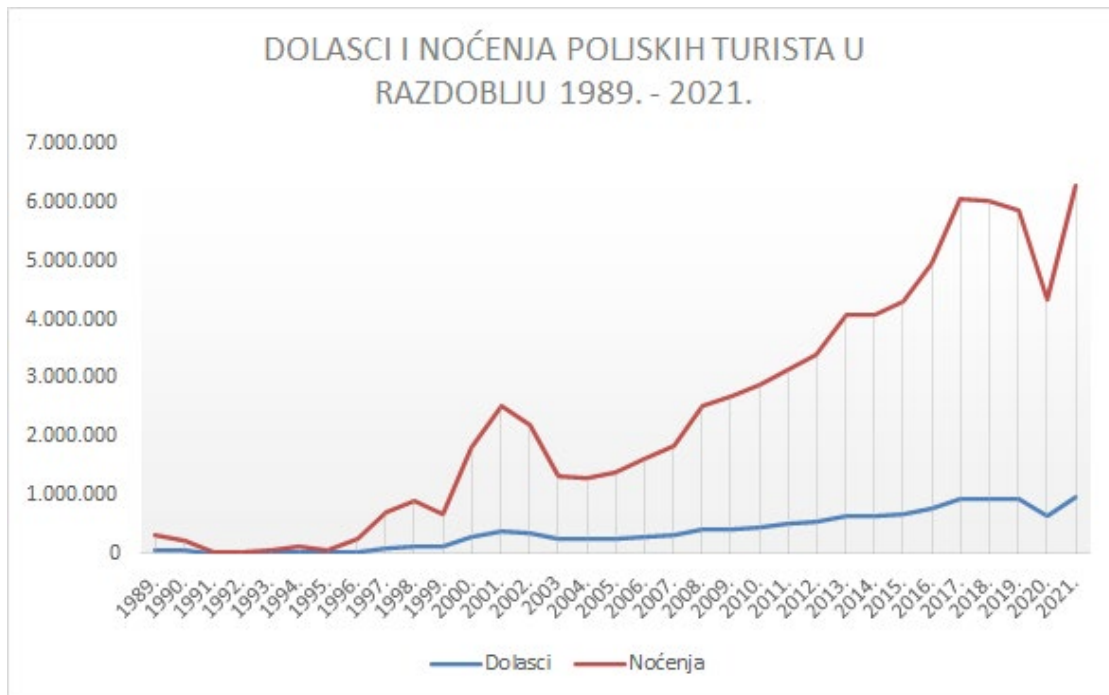
Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2021./2022.

Dionici koji se bave *outgoing* segmentom turizma, uglavnom posluju uspješno. U teškoj situaciji, s obzirom na blizinu Ukrajine, tvrtke koje se bave *incoming* putovanjima.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM TURISTIČKOM REZULTATU HRVATSKE

POLJSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	46.331		100	307.110		100
1990.	39.530	85	85	231.952	76	76
1991.	3.957	10	9	16.655	7	5
1992.	5.511	139	12	33.732	203	11
1993.	6.578	119	14	46.903	139	15
1994.	17.892	272	39	133.013	284	43
1995.	10.227	57	22	68.530	52	22
1996.	36.000	352	78	248.000	362	81
1997.	97.765	272	211	702.941	283	229
1998.	131.049	134	283	899.876	128	293
1999.	104.893	80	226	679.487	76	221
2000.	284.783	271	615	1.818.026	268	592
2001.	391.809	138	846	2.514.311	138	819
2002.	358.065	91	773	2.185.814	87	712
2003.	237.968	66	514	1.330.517	61	433
2004.	240.654	101	519	1.285.529	97	419
2005.	241.868	101	522	1.374.595	107	448
2006.	275.845	114	595	1.612.013	117	525
2007.	322.890	117	697	1.833.961	114	597
2008.	417.211	129	901	2.511.568	137	818
2009.	417.849	100	902	2.685.037	107	874
2010.	454.445	109	981	2.895.162	108	943
2011.	494.702	109	1068	3.134.012	108	1020
2012.	544.134	110	1174	3.407.685	109	1110
2013.	635.558	117	1372	4.079.123	120	1328
2014.	630.360	99	1361	4.077.639	100	1328
2015.	674.779	107	1456	4.323.421	106	1408
2016.	756.773	112	1633	4.963.146	115	1616
2017.	934.336	123	2017	6.056.181	122	1972
2018.	929.184	99	2006	6.039.972	100	1967
2019.	932.678	100	2013	5.860.815	97	1908
2020.	642.927	69	1388	4.353.828	74	1418
2021.	957.439	149	2067	6.287.267	144	2047

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



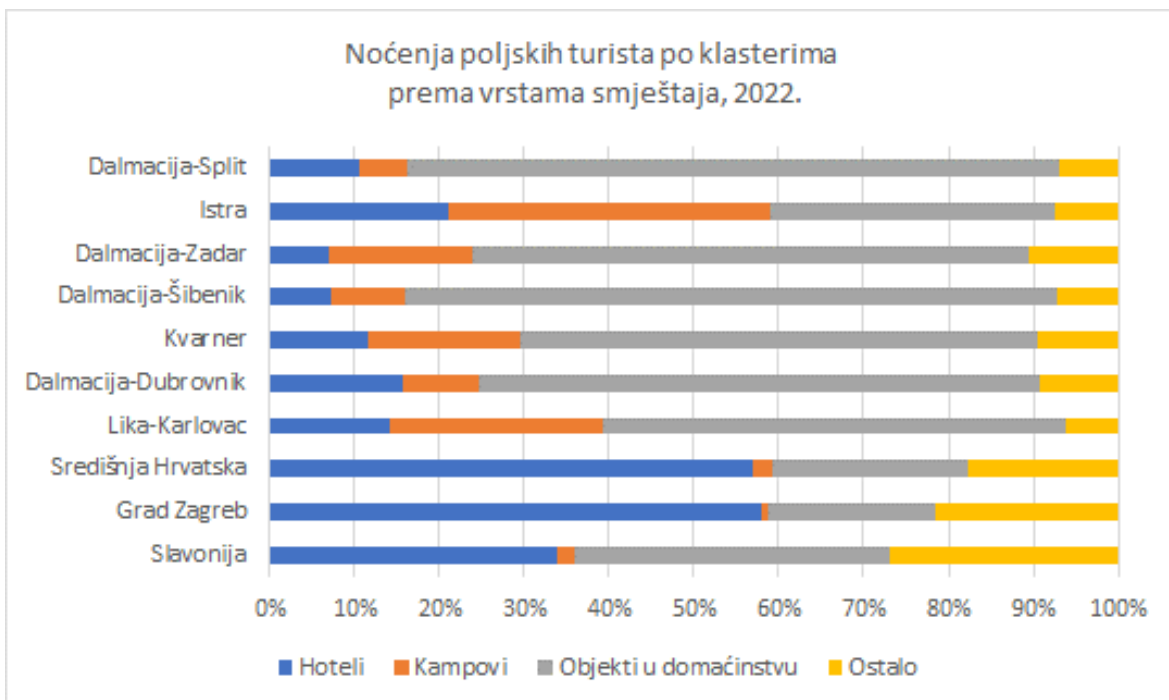
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	328.657	2.392.413
Istra	143.219	946.875
Dalmacija-Zadar	133.794	909.039
Dalmacija-Šibenik	85.260	625.699
Kvarner	102.893	621.117
Dalmacija-Dubrovnik	90.412	594.179
Lika-Karlovac	62.813	239.158
Nautika	30.850	218.459
Središnja Hrvatska	42.209	60.021
Grad Zagreb	24.020	40.053
Slavonija	4.405	10.217
Ukupno	1.048.532	6.657.230



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Omiš	263.809
Makarska	253.505
Baška Voda	225.505
Orebić	206.268
Gradac	173.854
Zadar	161.382
Nin	155.564
Okrug	154.094
Šibenik	151.276
Rogoznica	146.155

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske

Imidž Hrvatske i nadalje je vrlo dobar. Poljaci se u Hrvatskoj osjećaju dobro i sigurno, kao kod prijatelja. U 2023. potražnja s poljskog tržišta u velikoj će mjeri ovisiti o cijenama u Hrvatskoj nakon uvođenja EUR-a te o vlastitom standardu (nastavno na ekonomske turbulencije).

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

Približno 30% gostiju dolazi u Hrvatsku preko TO/TA a oko 70% su individualni gosti.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2021. i 2022. i rezultati organizatora putovanja u 2021. i 2022.

Kao TOP destinacija za ljetne odmore, Hrvatska je široko zastupljena u ponudi poljskih turoperatora.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2022./2023. godine

U 2022. LOT je otvorio 28 direktnih linija tjedno iz različitih dijelova Poljske u različite zračne luke u Hrvatskoj. *Low cost* kompanije također su preko ljeta pokrenule direktne linije za Hrvatsku.

Prema trenutno dostupnim podacima hrvatskih zračnih luka, tijekom zimskog reda letenja 2022./2023. (prema definiciji IATA-e, zimski red letenja odnosi se na letove u razdoblju od posljednje nedjelje listopada tekuće godine do posljednje subote ožujka naredne godine) na relacijama između Hrvatske i Poljske prometovat će direktna linija koja će povezivati Varšavu i Zagreb. Ljetni redovi letenja u trenutku izrade izvješća nisu poznati.

Ukupan broj operacija (dolaznih / odlaznih letova)	
Inozemna ZL/hrvatska ZL	Zagreb
Poljska	380
Warsaw - Frédéric Chopin	380

Individualni promet u 2022.

Poljaci su kao i uvijek vrlo rado koristili svoje automobile za dolazak u Hrvatsku. S vlastitim prijevoznim sredstvom osjećaju se sigurnije i mobilnije. Duljina puta ne predstavlja problem.

Ipak, sve češće biraju avione, zahvaljujući brojnim izravnim letovima koji Hrvatsku pozicioniraju kao destinaciju „na dohvat ruke“.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI

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

Najave za 2023. oprezno su pozitivne, s obzirom na poskupljenja energenata te porast inflacije. U Poljskoj se strahuje od ekonomske krize, unatoč umirujućim porukama vlade. TO su već počeli prodavati paket aranžmane za 2023. te su prvi rezultati, prema njihovim izjavama, korektni.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2023.

Redoslijed TOP destinacija vjerojatno se neće značajnije mijenjati, te će Hrvatska i nadalje ostati iznimno atraktivna za ljetne odmore.

Prognoze organizatora putovanja za 2023.

TO su umjereno optimistični no ističu kako je moguće da će pad osobnog ekonomskog standarda građana Poljske utjecati na njihove odluke o putovanjima, odnosno, na izbor destinacija te dužinu boravka.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA

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

Očekuje se razina prometa slična ostvarenjima iz 2022. godine.

Njave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2023.

Razina zastupljenosti u programima TO vjerojatno će ostati visoka, a rezultati će dijelom ovisiti i o broju aviolinija tijekom ljeta, o čemu trenutno nema puno informacija.

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

Sigurnost gostiju bit će i dalje prioritet. Raste nezadovoljstvo stalnim povećanjima cijena (uz bojazan daljnjeg povećanja nakon uvođenja EUR-a) – u prvom planu kontinuirano mora biti omjer cijene i kvalitete.