



SLOVAČKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2023.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA.....	4
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU.....	6
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. I 2022. GODINI.....	8
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU.....	13
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	15
REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti).....	16
TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI	20
TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA	21

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje

Slovačka Republika je srednjoeuropska zemlja koja se nakon osamostaljenja, dana 1. siječnja 1993., uspješno uključila u strukture EU:

- 1. svibnja 2004. postala je članicom EU
- 21. prosinca 2007. postala je članicom šengenskog prostora
- 1. siječnja 2009. ušla je u eurozonu.

Državno uređenje: republika.

Politički sustav: parlamentarna demokracija.

Teritorijalno-upravna podjela: osam regija, 79 okruga, 138 gradova, 2.933 općine.

Susjedne zemlje: Republika Češka, Republika Poljska, Ukrajina, Republika Mađarska, Austrija.

Površina: 49,036 km²

Regije:

- Bratislavská regija – 723.714 stanovnika
- Trnavská regija – 565.296 stanovnika
- Nitrianska regija – 673.547 stanovnika
- Trenčianska regija – 573.699 stanovnika
- Žilinska regija – 689.525 stanovnika
- Banskobistrička regija – 620.986 stanovnika
- Prešovská regija – 807.657 stanovnika
- Košička regija – 780.288 stanovnika

Izvor: Ured za statistiku

Najveći gradovi

Glavni grad: Bratislava 475.577 stanovnika

Ostali veći gradovi:

Košice (228.249), Prešov (84.360), Žilina (82.298), Banská Bystrica (75.667), Nitra (78.049), Trnava (63.498), Trenčín (54.599), Martin (52.144).

Izvor: Ured za statistiku

STANOVNIŠTVO

Stanovništvo: 5.434.712 građana (31.12.2021.)

Stanovništvo prema narodnosti - Slovaci (85,8%), Mađari (9,7%), Romi (1,7%), Česi (0,8%), Rusini (0,4%), Ukrajinci (0,2%), ostali i neuvedeni (1,4%).

Stanovništvo prema vjerskoj pripadnosti – katolici (62,0%), protestanti (6,9%), grčki katolici (4,1%), kalvinisti (2%), pravoslavci (0,9%), ateisti (13%).

Prema spolu (31.12.2021.)

- žene 2.776.809
- muškarci 2.657.903

Prema dobi:

- 0-14: 872.796 (16,0%)
- 15-64: 3 616.958 (66,55%)
- 65 i više: 944.958 (17,39%)

Izvor: Ured za statistiku

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Slovačka je mala otvorena ekonomija, ovisna o gospodarskom razvoju okolnih zemalja, prvenstveno Njemačke. Slovačko gospodarstvo skoro je u potpunosti ovisno o uvozu energetskih sirovina (nafte i zemnog plina). Slovačka je i značajna industrijska zemlja. Glavne industrijske grane su automobilska, kemijska i strojarska industrija. Automobilska industrija najveći je potencijal slovačkog gospodarstva, a ujedno je Slovačka i najveći svjetski proizvođač automobila po glavi stanovnika. Oko 85% izvoza Slovačke ide u zemlje Europske unije.

Makroekonomski pokazatelji

	2020.	2021.	2022.*	2023.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	92,1	97,1	107,0	120,6
Realni rast BDP-a (%)	-4,4	3,0	1,9	0,6
Izvoz robe (%)	-7,3	10,2	-1,6	1,7
Uvoz robe (%)	-8,2	11,2	-0,9	2,4
Inflacija (%)	1,9	3,2	12,4	13,5
Nezaposlenost (%)	6,7	6,9	6,1	6,1

Izvor: Ministarstvo financija, () procjena*

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

Prema podacima Ministarstva financija za 2021. ukupan BDP iznosio je 97,1 milijarde eura, dok je rast BDP-a iznosio 3,0%. Ministarstvo financija za 2022. očekuje rast BDP-a od 1,9%, dok za 2023. predviđa rast od 0,6%.

BDP per capita: 17.807 eura.

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

Stopa nezaposlenosti u 2021. godini iznosila je 6,9%, dok je u drugom kvartalu 2022. iznosila 6,1%. Prema predviđanjima Ministarstva financija Slovačke, nezaposlenost će u 2022. i 2023. godini iznositi 6,1%.

Prosječna plaća

Prosječna nominalna mjesečna plaća zaposlenika u drugom kvartalu 2022. godine iznosila je 1.291 eura, što je rast od 7,4% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Ministarstvo financija Slovačke predviđa rast nominalnih plaća u 2022. godini od 8,3%, u 2023. godini rast od 10,4%.

Stopa inflacije

Prosječna stopa inflacije u 2021. godini bila je na razini od 3,2%, dok je u rujnu 2022. iznosila 14,2%. Ministarstvo financija Slovačke za 2022. godinu predviđa inflaciju na razini od 12,4%, za 2023. godinu inflaciju od 13,5%.

Vanjskotrgovinska bilanca

U prvih osam mjeseci 2022. godine vrijednost izvezene robe na godišnjoj razini porasla je za 16,7% na 66,8 milijardi eura, a kod uvoza za 24% na 68,7 mlrd. eura. Vanjskotrgovinska bilanca bila je negativna u iznosu od 1,9 mlrd. eura, dok je u istom razdoblju prošle godine bila pozitivna u iznosu oko 1,8 milijardi eura.

Izvoz u zemlje članice Europske unije u razdoblju od siječnja do kolovoza 2022., u odnosu na isto razdoblje prošle godine, veći je za 18,9% i čini 80,8% ukupnog izvoza. Uvoz iz zemalja članica Europske unije činio je 63,2% ukupnog uvoza i veći je za 20,3% u odnosu na prethodnu godinu.

Izvoz u zemlje izvan EU u razdoblju od siječnja do kolovoza 2022. u odnosu na isto razdoblje prošle godine porastao je za 8,3% i činio je 19,2% ukupnog izvoza. Uvoz iz zemalja izvan EU-a činio je 36,8% ukupnog uvoza i porastao je za 30,8% na godišnjoj razini.

U slovačkoj vanjskoj trgovini najzastupljeniji su strojevi i transportna oprema s udjelom od 56,6% u ukupnom izvozu i 43,7% u ukupnom uvozu.

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

Slovačko gospodarstvo će 2022. porasti za 1,9%, unatoč sve većem rastu cijena. U drugoj polovici godine očekuje se smanjenje trgovinske razmjene, zbog usporavanja gospodarstva Eurozone. Slovački izvoz zabilježio je probleme već u drugom kvartalu ove godine te se očekuje kako će se zbog pada industrijske proizvodnje u lipnju i srpnju pad izvoza nastaviti u trećem kvartalu. Zbog stalnih problema s distribucijskim lancima, izgubljeni tržišni udjeli mogli bi se povratiti tek krajem 2023.

Visoka inflacija smanjuje potrošnju kućanstava u drugoj polovici godine. Građani su već potrošili uštedevinu koju su akumulirali tijekom pandemije, a stopa štednje se približava najnižoj razini u povijesti. U trećem i četvrtom kvartalu ove godine štednja više nije dovoljna za pokriće rasta cijena, a realna potrošnja kućanstava smanjit će se i uskladiti s kretanjem realnih plaća.

Negativan utjecaj visokih cijena tržište rada osjetit će na prijelazu iz 2022. u 2023. godinu, kada mnogim tvrtkama istječu ugovori o opskrbi energijom, a kućanstva će biti pogođena rastom cijena. Na kretanje dohotka utjecati će povećanja plaća od 3% i jednokratna pomoć u iznosu 500 eura za zaposlene u javnom sektoru.

U 2023. slovački BDP će porasti za 0,6%. Ipak, problem je što nominalne plaće ne prate rast cijena, što država nastoji kompenzirati putem paketa pomoći kućanstvima. Ulaganja iz Plana oporavka i otpornosti te povlačenje strukturnih fondova EU, zbog završetka trećeg programskog razdoblja, pozitivno će utjecati na gospodarsku aktivnost. U drugoj polovici godine očekuje se jačanje izvoza, no velika je neizvjesnost prisutna vezano uz distribucijske lance. Značajnije „oživljavanje“ izvoza očekuje se u 2024. godini.

Glavni rizik procjena budućeg stanja gospodarstva leži u daljnjem rastu cijena energenata i ograničenjima isporuke plina iz Rusije. Prijetnju predstavlja i moguća eskalacija rata u Ukrajini i povezani negativni učinci u brojnim gospodarskim sferama. Mogući rizik predstavljaju i nove mutacije koronavirusa.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

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

Izvor: istraživanje agencije Market & Media & Lifestyle; razdoblje I. i II. kvartal 2022.

Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički sportski).

TV

- TV Markíza – privatna televizija – najgledanija TV u Slovačkoj, pokrivenost cijela Slovačka, gledanost 34%
- TV JOJ – privatna televizija – pokrivenost cijela Slovačka, gledanost 27%
- RTVS 1 – slovačka državna televizija – pokrivenost cijela Slovačka, gledanost 24%

Radio

- Radio Expres – privatni radio, pokrivenost cijela Slovačka, slušanost 17%
- Radio Slovensko 1 – slovački državni radio – pokrivenost cijela Slovačka, slušanost 15%
- Fun radio – privatni radio, pokrivenost cijela Slovačka, slušanost 10%
- Radio Europa 2 – privatni radio, pokrivenost cijela Slovačka, slušanost 8%
- Radio Vlna - privatni radio, pokrivenost cijela Slovačka, slušanost 7%
- Radio Jemné melódie – privatni radio, pokrivenost cijela Slovačka, slušanost 6%
- Radio Regina – slovački državni radio 2, pokrivenost cijela Slovačka, slušanost 5%

Tisak

Glavni dnevni listovi:

- Nový čas – čitanost 13%, pokrivenost cijela Slovačka
- Plus 1 deň – čitanost 6%, pokrivenost cijela Slovačka
- Pravda – čitanost 5%, pokrivenost cijela Slovačka
- SME – čitanost 5%, pokrivenost cijela Slovačka
- Šport – čitanost 4%, pokrivenost cijela Slovačka
- Hospodárske noviny – čitanost 3%, pokrivenost cijela Slovačka
- Denník N – čitanost 3%, pokrivenost cijela Slovačka

Glavni časopisi

Tjednici

- Plus 7 dní – čitanost 5%, pokrivenost cijela Slovačka
- Báječná žena – čitanost 4%, pokrivenost cijela Slovačka
- Život – tjednik, čitanost 4%, pokrivenost cijela Slovačka
- Nový Čas pre ženy – tjednik, čitanost 3% pokrivenost cijela Slovačka
- Eurotelevízia – tjednik, čitanost 3%, pokrivenost cijela Slovačka
- Slovenka – tjednik, čitanost 3%, pokrivenost cijela Slovačka

Dvotjednici

- TV max – čitanost 6%, pokrivenost cijela Slovačka
- Relax - čitanost 4%, pokrivenost cijela Slovačka
- Tele plus - čitanost 3%, pokrivenost cijela Slovačka
- 100+1 – čitanost 2%
- Žena a život – čitanost 2%

Mjesečnici

- Zdravie - čitanost 5%, pokrivenost cijela Slovačka
- Emma – čitanost 5%, pokrivenost cijela Slovačka
- Záhradkár - čitanost 4%, pokrivenost cijela Slovačka
- Evita – čitanost 4%, pokrivenost cijela Slovačka

- Napínavé krížovky - čítanost 4%, pokrivenost cijela Slovačka

Specijalizirani tisak – turizam

- GEO – mjesečnik, naklada 20.000, pokrivenost cijela Slovačka
- Traveler – tromjesečnik, naklada 8.000 primjeraka, pokrivenost cijela Slovačka

Najposjećenije web stranice

- www.sme.sk
- www.aktuality.sk
- www.azet.sk/pokec.sk/
- www.zoznam.sk
- www.atlas.sk
- www.cas.sk
- www.topky.sk
- www.dennikn.sk
- www.pluska.sk
- www.etrend.sk
- www.pravda.sk
- www.hnonline.sk
- www.tvnoviny.sk
- www.netky.sk
- www.24hod.sk
- www.noviny.sk
- www.centrum.sk
- www.markiza.sk
- www.cestovanie.sk
- www.dobrodruh.sk

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. I 2022. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

U prvom kvartalu 2022. većina slovačkih agencija bilježila je puno bolje rezultate prodaje nego prethodne godine, što je bio slučaj sve do početka ukrajinskog sukoba, kada dolazi do usporavanja potražnje. Osim ukidanja COVID mjera, povećanom interesu pomogle su povoljne cijene avionskih karata. Najtraženija destinacija za *city break* bio je Rim, a interes se bilježio i za destinacije na europskim otocima – Mallorci i Malti. Početak rata u Ukrajini prouzročio je neizvjesnost te je doveo do zaustavljanja prodaje, što ipak nije dugo potrajalo te se s dolaskom travnja i svibnja pažnja Slovaka ponovno okreće planiranju odmora na Mediteranu i Jadranu.

Prema portalu Pelikan.sk, koji prodaje aviokarte, interes putnika rastao je za više od 700% od početka 2022. godine do sredine travnja, u odnosu na isto razdoblje 2021.

U lipnju 2022. je tvrtka Visa provela anketu iz koje je proizašlo da je više od 47% Slovaka u 2022. planiralo tijekom godine otići na barem jedan odmor. Čak 40% ispitanika putovalo bi dva do tri puta, 4% četiri do pet puta, 4% više od pet puta.

Trećina Slovaka godišnji odmor planirala je nekoliko mjeseci prije samog putovanja, a gotovo 25% planiralo je putovanja oko mjesec dana unaprijed. Top odredišta za odmor bila su Hrvatska, Češka i Italija. Top odredišta za vikend putovanja u 2022. godini bila su Prag, Beč i Pariz.

Početak kolovoza u tisku se pojavila vijest da su hotelijeri u Slovačkoj očajni zbog slabije sezone, dok turističke agencije imaju mnogo razloga za zadovoljstvo. U prodaji je prednjačila Turska, slijedile su popularne mediteranske zemlje, Grčka, Italija i Španjolska. Veliki je interes vladao i za Egipat. *Last minute* ponuda praktički nije bilo. Prodaja putovanja približavala se rekordnoj 2019. godini, a prosječna cijena aranžmana kretala se na razini od 800 eura. Agencije su uspjele „ukrotiti inflaciju“ i održati razumne cijene, a ono što je aranžmane činilo skupljima su bili dodaci za gorivo, koji su se kretali od 50 do 60 eura po osobi. Najveći dio Slovaka ipak je planirao putovati u Hrvatsku, no individualno, a ne preko agencija.

Početak rujna Roman Berkes, predsjednik Slovačke udruge putničkih agencija i putničkih agencija (SACKA), izjavio je da sve ukazuje na to da će ljetna sezona 2022. za programe u inozemstvu dostići, ako ne i nadmašiti povijesno najbolju sezonu 2019. godine. Konstatirao je kako su tijekom ljeta Slovaci organizirano najviše putovali na odmor u Tursku, a potom su slijedile popularne mediteranske destinacije poput Grčke, Italije i Španjolske. Hrvatska je najpopularnija destinacija za Slovake koji putuju individualno, no i organizirani promet postigao je povijesno najbolji rezultat, izjavio je predsjednik SACKA. Prema njegovim riječima, posebno zanimanje ovog ljeta vladalo je za obiteljske sobe u hotelima s animacijama, bazenima i vodenim parkovima. „Slovaci preferiraju hotelske *resorte* na samoj plaži i *all inclusive* koncepte“, istaknuo je Berkes. „Zabilježili smo i interes za višim standardom usluga, bilo da je riječ o izboru hotela s četiri i pet zvjezdica s *all inclusive* konceptom, ili korištenju dodatnih usluga– sobe više kategorije, pogled na more itd.“, dodao je Berkes. Naveo je i kako osjeća veće povjerenje klijenata u proizvode turističkih agencija, tako da se klijenti ne boje kupovati aranžmane unaprijed.

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

Prema podacima istraživanja o osnovnim pokazateljima vezanim uz godišnji odmor i poslovna putovanja u 2021. godini, koje je objavio Zavod za statistiku Slovačke Republike, stanovnici Slovačke prošle su godine ostvarili gotovo 6 milijuna putovanja u osobne svrhe, s noćenjem u zemlji ili inozemstvu. U usporedbi s 2020. broj putovanja porastao je za 19%, dok je u usporedbi s predpandemijskom 2019. godinom riječ o upola manjoj brojci (u godini prije pandemije, Slovaci su ostvarili 12,1 milijun putovanja).

Na ponašanja Slovaka tijekom 2020. i 2021. godine značajno su utjecale mjere i ograničenja u vezi s pandemijom bolesti COVID-19. U segmentu putovanja, tijekom pandemije Slovaci su znatno smanjili korištenje zračnog prometa (u 2019. Slovaci su za 31% svojih inozemnih putovanja koristili zračni prijevoz, u 2020. samo 13%, u 2021. 20%).

Utjecaj rata u Ukrajini te inflacija svakako su čimbenici koji negativno utječu na namjere putovanja, no nisu u velikoj mjeri odredili ishod sezone 2022., budući da su Slovaci željeli „nadoknaditi“ propuštena putovanja koja nisu mogli realizirati u godinama pandemije.

Iz istraživanja koje je u svibnju 2022. provela agencija STEM / MARK za Home Credit Slovakia, proizašlo je da su zbog inflacije Slovaci manje kupovali robu široke potrošnje, tražili su popuste, a neki nisu planirali ići na ljetovanje. U istraživanju je sedam od deset Slovaka potvrdilo da zbog visokih cijena kupuje manje robe široke potrošnje nego prošle godine. Istovremeno, 80% Slovaka izjavilo je da trenutno kupuje više na sniženjima, a visoka inflacija smanjila je kupnju roba ili usluga kod trećine ispitanika. Značajan rast cijena u Slovačkoj bio je važan čimbenik za 43% ljudi.

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

Prema službenim podacima Statističkog ureda Slovačke Republike, u sezoni 2021. građani Slovačke ostvarili su 5.926.636 putovanja u osobne svrhe te 385.503 službenih putovanja. Najviše Slovaka u 2021. realiziralo je putovanja u svojoj zemlji (76,5%).

Iako je broj putovanja u osobne svrhe u 2021. za 18,8% rastao u odnosu na 2020., još uvijek nije dosegnoo predpandemijske brojke. Najviše su putovale osobe dobne skupine između 25-44 godine.

Ukupan broj Slovaka koji u 2021. nisu uopće putovali iznosio je 2.538.597 (3% manje nego 2020.) od čega 30,7% su bile osobe u dobi od 45-64 godina. Najčešći razlozi bili su nesigurnost vezana za strah od širenja zaraze i pandemije bolesti COVID-19, financijska situacija, zdravstveno stanje i smanjena motivacija za putovanjem.

U 2022. broj odmorišnih putovanja ponovno raste, iako se još uvijek nije vratio na razine iz vremena prije pandemije, zbog sigurnosne situacije vezane uz rat u Ukrajini, rasta cijena energenata i sl.

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

U inozemstvo je u 2021. godini ostvareno 1.390.612 putovanja, od čega 966.380 dužih (4 i više noćenja) i 424.232 kraćih (1-3 noćenja). U 2020. je bilo riječ o 832.792 putovanja. Unutar Slovačke u 2021. ostvareno je 4.536.024 putovanja, od čega 1.336.127 dužih i 3.199.897 kraćih putovanja. U 2021., u odnosu na 2020. godinu, zabilježen je rast od 9% kod domaćih putovanja te 67% kod putovanja u inozemstvo.

Omjer ostvarenih putovanja vlastita zemlja-inozemstvo iznosi 76,5% : 23,5%.

Kod putovanja u vlastitoj zemlji prevladavaju kratka putovanja. Motiv dužih i kraćih domaćih putovanja su odmor i rekreacija. Drugi najčešći motiv je posjeta rodbini i prijateljima.

Prema anketi koju je proveo NTO Slovačke, zbog negativnih ekonomskih prilika i stalnog povećanja cijena energenata i robe široke potrošnje te općenito rasta inflacije, 50% Slovaka je izjavilo da će odmor u 2022. provesti u Slovačkoj.

Redosljed omiljenih destinacija u 2021., procjene za 2022.

Za Slovake je Češka generalno najposjećenija inozemna destinacija. U 2021. je ondje ostvareno 384.000 kratkotrajnih i dugotrajnih boravaka, trećina razine prometa iz 2019. godine. Prosječan broj noćenja na inozemnim putovanjima iznosio je šest, dok je iznad tog prosjeka najviše noćenja ostvareno u Hrvatskoj (7,8), Italiji (7,2) i Austriji (7,1).

Kako su turistička putovanja u Slovačkoj zbog pandemije bolesti COVID-19 u 2020. i 2021. bila znatno ograničena, tako ni statistike putovanja u inozemstvo nisu usporedive s predpandemijskim godinama. Dok su u 2019. godini TOP 10 destinacije za putovanja bile Češka Republika, Hrvatska, Austrija, Italija, Njemačka, Mađarska, Turska, UK, Španjolska i Grčka, u statistici za 2021. dostupni su samo podaci za Češku Republiku, Hrvatsku, Austriju, Mađarsku i Italiju.

U listopadu 2022. najveći slovački organizator putovanja Satur objavio je kako su prema njihovim rezultatima prodaje u prvih devet mjeseci ove godine najposjećenije „morske“ destinacije tradicionalno su bili grčki otoci, Hrvatska i Cipar. U vrh potražnje vratila se Turska, koja je vrlo popularna zbog izvrsnog omjera cijene i kvalitete.

Omiljene destinacije u ukupnom inozemnom prometu 2021. godine

Zemlja	Dolasci	Udio u inozemnim putovanjima (%)	Noćenja	Prosječan broj noćenja
1. Češka Republika	384.457	27,6	1.613,85	4,2
2. Hrvatska	308.688	22	2.423.010	7,8
3. Mađarska	100.993	7,3	315.555	3,1
4. Austrija	99.460	7,2	708.875	7,1
5. Italija	45.833	3,3	327.747	7,2

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

Slovačka statistika ne objavljuje službene podatke o načinu organizacije putovanja, no može se pretpostaviti kako je individualni promet dominantan, budući da su glavne odmorišne destinacije okolne zemlje, ili zemlje relativno jednostavno dostupne automobilom.

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

Slovaci prvenstveno koriste automobil na putovanjima u inozemstvo.

Preferencije prema vrsti prijevoza:

- automobil (60,4%)
- zrakoplov (19,6%)
- autobus (6,8%)
- vlak (12,4%)

U 2020. zabilježen je veliki pad prijevoza zrakoplovom, uslijed pandemije bolesti COVID-19, kao i veliki rast prijevoza automobilom. U 2021. udio prijevoza zrakoplovom ponovno se blago povećao.

Tijekom 2022. prevladavao je prijevoz automobilom (s obzirom na omiljenost bližih destinacija), no i nadalje se bilježi blagi rast avioprijevoza, zbog više zrakoplovnih linija za Grčku, Egipat i Bugarsku. Ljetna sezona u zračnoj luci Bratislava bila je puno prometnija od zimske. Dodano je nekoliko zračnih veza i nekoliko novih destinacija. Iz Bratislave je prometovalo ukupno 35 letova, od kojih je većinu obavljao niskotarifni zrakoplovni prijevoznik Ryanair te oko 30 charter linija, ugovorenih od strane agencija.

Pelikan, najveći distributer aviokarata u Slovačkoj u kolovozu 2022. objavio je da se prodaja aranžmana približava razdoblju prije pandemije, no prodaja avionskih karata u ljetnoj sezoni 2022. već prelazi razinu iz 2019. godine. Agencije su izvijestile da je generalno dobar interes za aranžmane zrakoplovom bio prisutan i tijekom rujna. Turiste nisu spriječili štrajkovi, otkazani letovi, niti nervoza u zračnim lukama. Iz istog izvora javljaju da su Slovaci i za Hrvatsku ove godine u određenoj mjeri koristili avioprijevoz, a linija koja je povezivala Slovačku i Hrvatsku tijekom ljetnog reda letenja bila je aktivna na relaciji Bratislava-Zagreb (Ryanair).

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

Nema točnih podataka vezanih uz način organizacije putovanja, ali procjena je da se za odmor putem turističkih agencija odlučuje 55%, a za individualni odmor 45% turista iz Slovačke. Za hrvatske destinacije procjenjujemo da udio bukiranja putem turističkih agencija iznosi 25%, dok individualno u Hrvatsku putuje 75% Slovaka. Kupovina godišnjeg odmora putem interneta u Slovačkoj, za hrvatske destinacije i općenito, nadalje raste.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2021.

- hoteli – 47,1%
- privatni smještaj – 17,8 %
- kod rodbine i prijatelja – nekomercijalno – 29%

Općenito možemo kazati da se svake godine povećava zanimanje za hotele više kategorije, posebice s *all inclusive* ponudom. Istovremeno, interes za obiteljski smještaj u Hrvatskoj i dalje je visok.

Udio odabira hotela u 2021. godini povećao se u odnosu na 2020., kada su Slovaci zbog restrikcija puno manje putovali u destinacije gdje koriste hotelski smještaj (Turska, Grčka, Španjolska). U 2021. se također povećao i udio obiteljskog smještaja u odnosu na 2020., što je posljedica i uzlaznog trenda putovanja u Hrvatsku, gdje dominantno koriste obiteljski smještaj.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2021.

Slovaci najčešće putuju tijekom glavnog godišnjeg odmora, u trajanju od 8 do 14 dana, uglavnom u srpnju i kolovozu tijekom školskih praznika (oko 70%). Najomiljeniji i dalje ostaje „klasičan“

odmor na moru (interes za nautiku i sportske aktivnosti). Ostali važni motivi putovanja su opuštanje, vikend izleti u europske metropole, kulturne manifestacije, rekreacijske aktivnosti, posjet obitelji i prijateljima, *shopping* turizam i službena putovanja.

Za razliku od 2020. kada su zbog pandemije bolesti COVID-19 prevagnula kraća putovanja od 1-3 noćenja, u 2021. najviše je bilo putovanja od 4-7 noćenja (47%), a zanimljivo je da se broj putovanja od 8 i više noćenja povećao 2,5 puta u odnosu na 2020.

Glavni motivi putovanja kod dugih boravaka u inozemstvu u 2021. godini:

- rekreacija i sport – 63,1%
- posjeta rodbine i prijatelja – 26,7%

Najviše putovanja u inozemstvo ostvarili su slovački turisti s ciljem posjećivanja gradova (48,4%), morskih destinacija (35,6%), ruralnih područja (11,2%) i planina (7,3%).

Izvor: Ured za statistiku

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2021.

Prema podacima iz medija (rezultat anketa), trošak za godišnji odmor Slovaka (za jedan boravak) prosječno iznosi od 600 do 1.000 eura po osobi. Međutim, Ured za statistiku Slovačke navodi da je u 2021. prosječni trošak jednog putovanja u inozemstvo iznosio 446 eura (što je 89 eura više u odnosu na 2020 godinu), a putovanja u vlastitoj zemlji 150 eura.

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Turističko tržište u Slovačkoj već je nekoliko godina relativno stabilno te ne dolazi do značajnih pomaka. Na tržištu posluju godinama provjereni i etablirani turoperatori i turističke agencije.

Lideri:

- Globtour Group www.globtour.sk
- Satur Travel www.satur.sk
- TIP Travel www.tiptravel.sk
- Koala tours www.koala.sk
- Hydrotour www.hydrotour.sk
- CK Fifo www.fifo.sk
- Turancar www.turancar.sk

Svi navedeni lideri (osim Hydrotoura) imaju u ponudi i Hrvatsku.

Organizatori putovanja specijalizirani za Hrvatsku:

- CK Aquamarin www.aquamarin.sk
- Intermedial www.intermedial.sk

- N.I.K. Slovakia www.nikslovakia.com
- CK More www.more.sk
- Pegas tour www.pegastour.sk
- Ria Tour www.riatourck.sk
- Sun Travel www.suntravel.sk
- Ferrotour online.ferrotour.sk
- AdriaHome www.adriahome.com

Najznačajnije *online* agencije:

U posljednje vrijeme sve popularnije postaju *online* putničke agencije. Među najvećima je Invia.sk, a značajan je i Pelikan.sk, koji ima niz *online* kampanja na vodećim portalima.

Ostali specijalisti:

- nautički turizam – CK My Way, Felyma Yacht, Maxo Yachting, Yacht Travel
- egzotika, ture – CK Bubo, Pax tour
- programi za djecu – CK Úsmev, CK Cevarm, CK Slniečko, CK Bombovo
- sportske manifestacije – Mars Sport Travel
- omladinska putovanja, jezični tečajevi – CKM Travel
- VIP klijentela – VIP travel

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

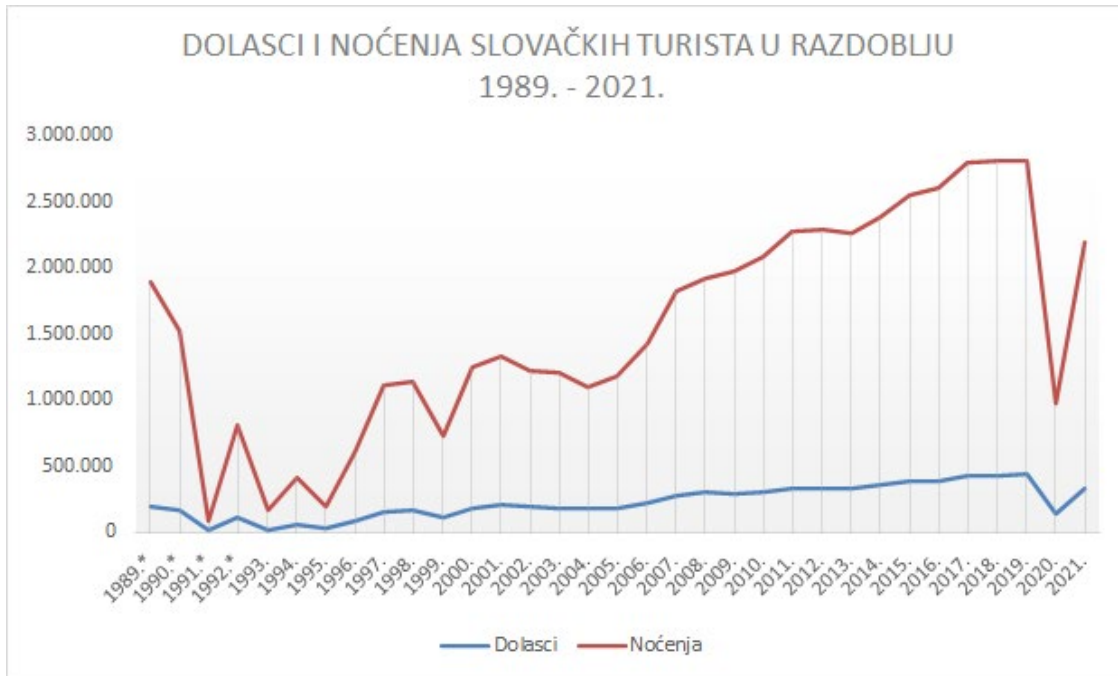
Krizne godine za opstanak TO/TA bile su 2020. i 2021, budući da ih je velika većina imala uplaćena sredstva kod poslovnih partnera u destinacijama, a u mnoge se zemlje zbog pandemije putovalo s brojnim ograničenjima, ili u vrlo malom obujmu.

Ipak, 2022. godina bila je poslovno vrlo uspješna, budući da su restrikcije vezane uz putovanja bile ukinute, a Slovaci željni odmora, što se osjetilo već u vrijeme uskršnjih blagdana. Brojni Slovaci su tijekom 2022. realizirali svoja putovanja u mediteranske zemlje, pa tako i Hrvatsku, čime se poslovno okruženje stabiliziralo.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

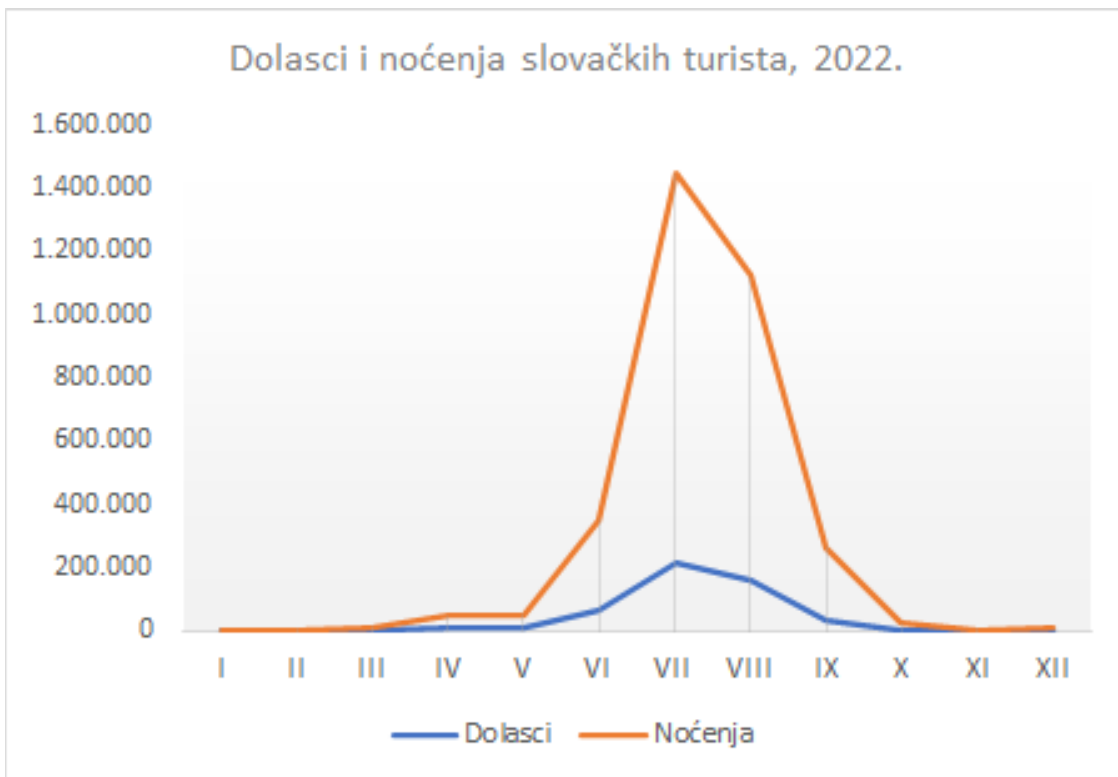
SLOVAČKA	Dolasci		1989.=100	Noćenja		1989.=100
	apsol.	indeks		apsol.	indeks	
1989.*	192.680		100	1.893.043		100
1990.*	171.349	89	89	1.524.570	81	81
1991.*	12.322	7	6	82.493	5	4
1992.*	107.755	874	56	806.176	977	43
1993.	23.327	22	12	161.472	20	9
1994.	59.048	253	31	417.948	259	22
1995.	27.071	46	14	200.228	48	11
1996.	84.000	310	44	600.000	300	32
1997.	153.930	183	80	1.119.837	187	59
1998.	161.664	105	84	1.142.600	102	60
1999.	107.629	67	56	723.090	63	38
2000.	187.344	174	97	1.249.188	173	66
2001.	202.905	108	105	1.335.005	107	71
2002.	191.176	94	99	1.223.480	92	65
2003.	187.955	98	98	1.204.963	98	64
2004.	176.294	94	91	1.100.947	91	58
2005.	184.891	105	96	1.183.499	107	63
2006.	217.986	118	113	1.428.346	121	75
2007.	280.586	129	146	1.831.655	128	97
2008.	299.318	107	155	1.927.093	105	102
2009.	292.450	98	152	1.974.402	102	104
2010.	310.031	106	161	2.084.013	106	110
2011.	335.021	108	174	2.282.066	110	121
2012.	337.429	101	175	2.294.100	101	121
2013.	337.035	100	175	2.258.279	98	119
2014.	355.000	105	184	2.382.996	106	126
2015.	380.942	107	198	2.550.018	107	135
2016.	389.698	102	202	2.605.519	102	138
2017.	425.173	109	221	2.794.329	107	148
2018.	430.882	101	224	2.813.770	101	149
2019.	439.538	102	228	2.817.452	100	149
2020.	145.310	33	75	970.540	34	51
2021.	327.294	225	170	2.189.144	226	116

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



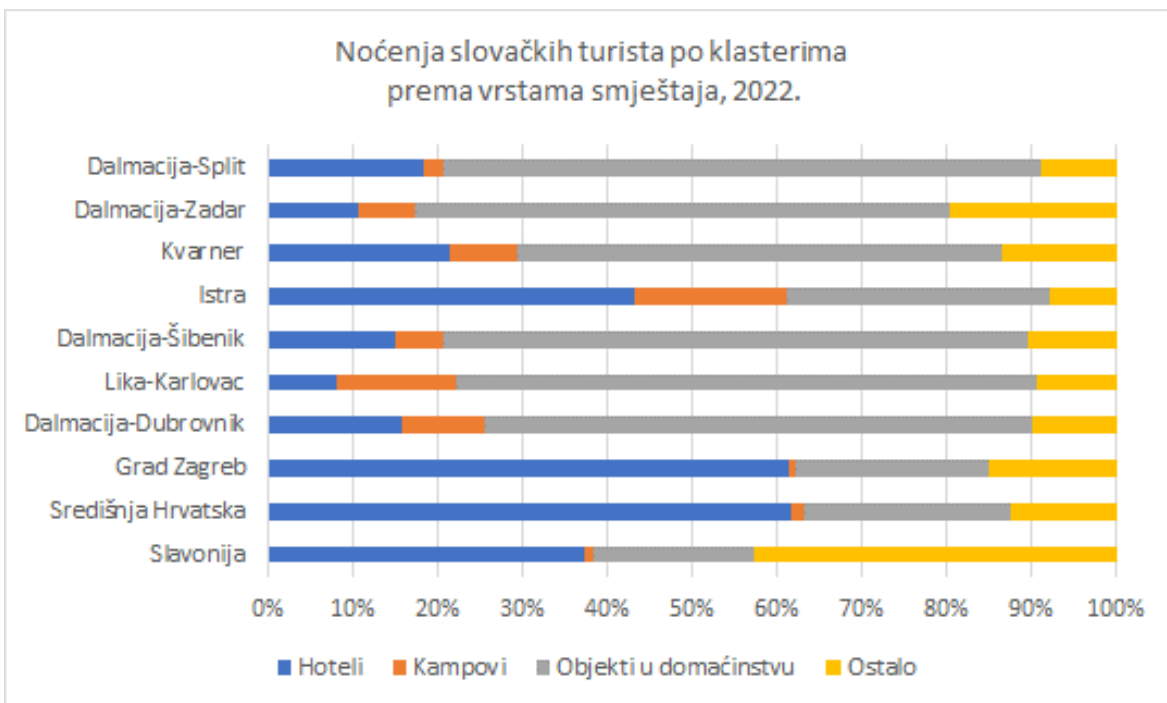
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	106.667	799.542
Dalmacija-Zadar	98.625	736.562
Kvarner	93.786	578.333
Istra	77.021	464.298
Dalmacija-Šibenik	54.671	399.103
Nautika	18.517	119.337
Lika-Karlovac	24.263	99.114
Dalmacija-Dubrovnik	14.125	93.928
Grad Zagreb	11.683	20.799
Središnja Hrvatska	9.979	16.456
Slavonija	1.225	2.506
Ukupno	510.562	3.329.978



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Vodice	131.873
Vir	121.945
Crikvenica	121.806
Zadar	86.858
Nin	79.992
Umag	78.097
Šibenik	76.275
Makarska	76.249
Podgora	69.238
Tučepi	68.256

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske

Slovacima su u 2021. pri odabiru destinacije za odmor u ozračju pandemije bolesti COVID-19 na prvom mjestu bili uvjeti ulaska u zemlju, ali i uvjeti povratka (uvjeti povratka u Slovačku bili su puno kompliciraniji te je bila obvezna karantena, što je mnoge odvratilo od putovanja).

U 2022. putnici su se interesirali za COVID mjere u pojedinim zemljama, ali navedeno nije bilo odlučujuće za putovanja. Vijest da se u Hrvatsku putuje kao i prije pandemije, odlično je primljena na slovačkom tržištu.

Hrvatsku Slovaci smatraju sigurnom zemljom za odmor. S obzirom na blizinu destinacije, glavni izbor im je putovanje automobilom te boravak u apartmanima. S druge strane, mnogi Slovaci vole boraviti u hotelima s 4* i *all inclusive* ponudom, budući da se ne moraju brinuti za pripremu hrane, već uživaju u kompletnoj usluzi hotela. Generalno možemo zaključiti kako je Hrvatska u 2022. za Slovake percipirana kao sigurna destinacija, njima najbliža morska zemlja, daleko od rata u Ukrajini.

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

Omjer individualnog i organiziranog prometa mijenja se kontinuirano u korist individualnog segmenta, budući da Slovaci dobro poznaju hrvatske destinacije, ponuda smještaja na internetu je široka te se s obzirom na blizinu mogu odlučiti za putovanje u zadnjem trenutku.

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

Svi vodeći organizatori putovanja nude široki spektar hrvatskih destinacija, kao i široku ponudu različitih programa. U programima većine organizatora putovanja i putničkih agencija hrvatska turistička ponuda i dalje dominira. Većina putničkih agencija navodi kako su hrvatski programi u sezoni 2021. i 2022. bili najprodavaniji, bez obzira na to što su se u 2022. za odmor „otvorile“ i druge mediteranske destinacije.

Prema anketi koju je u studenom 2022. među najznačajnijim slovačkim agencijama koje nude Hrvatsku provelo Predstavništvo HTZ-a u Slovačkoj, sezona 2022. bila je za njih vrlo uspješna, iako tako nije izgledalo na početku prodaje. Bilo je puno neizvjesnosti jer su neki čekali kakva će biti pravila za putovanja do početka sezone, a počeo je i rat u Ukrajini, uz veliki priljev izbjeglica u Slovačku, što je utjecalo na to da su se Slovaci odlučivali za rezervacije u zadnji trenutak. Sve agencije u konačnici su potvrdile da je sezona 2022. bila znatno bolja nego prethodna. U prosjeku su ostvarili 50% - 100% bolje rezultate nego tijekom 2021.

Prevladavali su aranžmani s prijevozom automobilom, a nešto više interesa nego prethodne godine bilo je za autobusne aranžmane i putovanja vlakom. Većina gostiju odabrala je bliže destinacije za odmor, kao što je Istra i sjeverna Dalmacija, ali tradicionalno su posjećivali i srednju Dalmaciju. Tražile su se sve vrste smještaja, od apartmana do hotela s 3* i 4*. Nastavlja se trend smanjenja potražnje za apartmanima putem agencija, budući da ih gosti ugovaraju direktno s vlasnicima. Organizatori putovanja prodali su većinu aranžmana od polovine lipnja do polovine rujna.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2022. godine

Prijevoznik Ryanair povezo je tijekom ljetnog reda letenja 2022. glavni grad Slovačke s glavnim gradom Hrvatske. Iz Bratislave za Zagreb letjelo se tri puta tjedno.

Autobuseri u 2022.

Autobusni prijevoz iz Slovačke u hrvatske destinacije osiguravali su organizatori putovanja prema vlastitom programu prodaje (najviše Globtour Group, redovne sezonske linije za cijelu obalu). Autobusni prijevoz koriste i individualni turisti bez kupovine aranžmana.

Individualni promet u 2022.

Prodaja aranžmana za sve mediteranske destinacije, pa tako i za Hrvatsku u 2022., bila je puno bolja nego prethodne dvije godine. Zbog neizvjesnosti vezanih uz poskupljenja očekivalo se da će

jedan dio Slovaka provesti odmor u Slovačkoj, ili neće uopće putovati, no rezultat je na kraju bio dobar.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI

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

Najnovije istraživanje agencije STEM/MARK, provedeno za turističku tvrtku Kiwi.com u listopadu 2022. godine, pokazuje kako Slovaci žele putovati unatoč inflaciji, ali biraju jeftinije destinacije. Gotovo četvrtina Slovaka planira putovati uobičajeno, bez obzira na veće cijene. Ipak, više od polovice ljudi tražit će jeftinije prijevozno sredstvo, jeftinije destinacije, skratiti godišnji odmor ili se odreći drugih rashoda, kako bi si mogli priuštiti putovanje.

Većina Slovaka, točnije njih 56%, na putovanju voli upoznati lokalni život i kulturu, a spremni su reducirati troškove kako bi ipak mogli otputovati na odmor. Tako će na primjer 40% ljudi odustati od posjeta restoranima i barovima. Njih 48% spremno se odreći nekih tehnoloških pogodnosti, 31% planira uštedjeti na trošku prehrane na poslu, a 25% želi smanjiti troškove režija.

Više od polovice ispitanika navelo je kućni proračun kao glavni faktor odlučivanja što je, uz sve veću sklonost jeftinim destinacijama, trend koji se pojavljuje u drugim zemljama Srednje i Istočne Europe, uključujući Češku, Poljsku, Mađarsku i Rumunjsku.

Kako navode iz tvrtke Kiwi.com ovogodišnju jesen, kao i razdoblje oko Božića i Nove godine, obilježava interes za letovima u inozemstvo. U odnosu na prošlu jesen, interes mjeren brojem rezervacija gotovo je utrostručen, a nakon dvije godine ponovno se više traže letovi za egzotične destinacije tijekom jeseni i zime. U odnosu na prošlu godinu, interes za letove na dugim relacijama je pet puta veći. Riječ je prije svega o destinacijama tradicionalno popularnim među Slovacima, poput Tajlanda, Ujedinjenih Arapskih Emirata, SAD-a i Dominikanske Republike. Unatoč ovom pozitivnom trendu Kiwi.com očekuje da će krajem godine ponovno dominirati letovi na kraćim udaljenostima, prvenstveno za Veliku Britaniju, Italiju, Španjolsku i Dansku.

Krajem 2022. nije više aktualna tema pandemije COVID-19, već kriza vezana uz rat u Ukrajini, koja utječe na rast troškova života. Situacija na slovačkom tržištu je nesigurna jer nitko ne zna koliko će sve zajedno trajati, što se odražava i na ponašanje slovačkih turista te njihovu odluku o kupnji aranžmana za ljetni odmor.

Općenito se može reći da niti Hrvatska niti druge zemlje u *first minute* prodaji krajem 2022. godine ne bilježe veći interes Slovaka za putovanjima u ljetnoj sezoni 2023. u odnosu na stanje iz 2019. Međutim, u odnosu na isto razdoblje lani putuje se i bukira više. Najnovije istraživanje Intrum European Consumer Payment Report 2022, u kojem je sudjelovalo 1.000 ispitanika iz Slovačke, nešto je pesimističnije te donosi podatke da je u Slovačkoj zabrinutost zbog poskupljenja hrane i energenata izražena kod 87% ispitanika, a nemogućnost podmirenja nekih računa navelo je 19% ispitanika. Samo 2% Slovaka navodi da inflacija na njih uopće ne utječe. Zabrinjavajuće je da 88% kućanstava iskazuje negativan utjecaj inflacije na financijsko stanje kućanstava.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2023.

Očekuje se kako će Hrvatska zadržati dominantnu poziciju na ljestvici omiljenih odmorišnih destinacija. U krugu konkurenata, očekuje se pojačani interes za „klasične“ destinacije – Grčku, Tursku, Bugarsku i Italiju.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2023.

Agencije predviđaju da će Slovaci više razmišljati o putovanjima početkom 2023., kada bude jasnija ekonomska situacija, odnosno perspektive oko cijena energenata, inflacije, restrikcija itd. Svi vjeruju i nadaju se da će želja za putovanjima biti na visokoj razini, no mnogo toga će ovisiti o kupovnoj moći. Neki organizatori putovanja krenuli su s prodajom Grčke i Turske tijekom jesenskog razdoblja 2022. godine, dok istovremeno ističu kako od hrvatskih partnera nisu na vrijeme dobili cijene za 2023. godinu.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA

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

Za 2023. predviđamo rezultate na razini 2022., s mogućim rastom od 10-20%, ovisno o tome koliko će negativna ekonomska situacija u konačnici utjecati na budžete kućanstava.

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

Za 2023. većina TO/TA ne najavljuju veće promjene u strukturi ponude, iako su svjesni činjenice da Slovaci smještaj u apartmanima sve više kupuju individualno te stoga neki proširuju ponudu u hotelskom smještaju. Neki TO/TA se boje da će se Slovaci okrenuti drugim destinacijama, koje toliko ne poskupljuju. Naime, cijene koje im nude neki hrvatski partneri za sezonu 2023. veće su za 20% u odnosu na 2022. godinu.

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

Agencije očekuju nastavak još snažnije promocije Hrvatske kao sigurne destinacije za turiste u 2023. godini. U kojoj će mjeri Hrvatska biti poželjna turistička destinacija za odmor, ovisit će o cjenovnim politikama, tj. cijenama u odnosu na konkurentske mediteranske zemlje. Organizatori putovanja su mišljenja kako bi za njih partneri trebali izdvajati veće kapacitete.