



ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.



SADRŽAJ

AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	3
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	4
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	7
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. i 2023. GODINI.....	10
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	14
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	16
REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	17
NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.	20
TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE.....	38
TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA.....	39

AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina

78.870 km², državne granice duge 2.326,8 km, graniči s Njemačkom (818,9 km), Poljskom (795,8 km), Austrijom (460,3 km) te Slovačkom (251,8 km).

Najveći gradovi

Glavni grad je Prag (1.275 tisuća stanovnika).

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

POLITIČKO UREĐENJE

Političko uređenje

Češka je parlamentarna republika s višestranačkim sustavom. Država je administrativno podijeljena na 13 regija i glavni grad.

Zakonodavnu vlast ima dvodomni parlament, kojeg čine Zastupnički dom (Poslanecká sněmovna) i Senat (Senát). Zastupnički dom ima 200 zastupnika koje na četiri godine biraju građani. Senat ima 81 člana koji su izabrani na izravnim izborima na šest godina, a svake dvije godine bira se jedna trećina senatora.

Izvršnu vlast ima vlada, koja je odgovorna parlamentu te mora imati povjerenje parlamenta. Na čelu države je predsjednik republike, biraju ga izravno građani na mandat od pet godina, a izbor je ograničen na dva uzastopna mandata. Predsjednik republike je vrhovni zapovjednik vojske i formalni nositelj izvršne vlasti; imenuje predsjednika vlade, a na njegov prijedlog i članove vlade.

Posljednji predsjednički izbori, na kojima je je izabran novi češki predsjednik Petr Pavel, održani su u siječnju 2018. godine. Parlamentarni izbori održani su u listopadu 2021. godine, te je je Petr Fiala predsjednik Vlade Češke. Češka je članica Europske unije (EU), Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovačke organizacije (WTO).

STANOVNIŠTVO

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

Dobna struktura stanovništva:

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

Prema vjerskoj pripadnosti:

- ateisti 34,5%, vjernici 20,6% (od čega najbrojniji: katolici 10,4%, evangelisti 0,5%, husiti 0,4%), ostali neopredijeljeni 44,7%

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Češka Republika ekonomski je snažna država te spada među najrazvijenija gospodarstva Europe. Razdoblje njenog naglašenijeg gospodarskog rasta počelo je ulaskom u EU. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga (61%), iako je industrija tradicionalno vrlo razvijena. Industrija zapošljava 38% aktivnog stanovništva, u čemu je Češka na prvom mjestu među zemljama EU. Glavni industrijski centri su Prag, Ostrava, Plzen i Usti nad Labem. Glavne gospodarske grane su kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija. Poljoprivreda i primarna proizvodnja nisko su zastupljeni - u poljoprivredi je zaposleno samo 5% stanovništva. Glavnu ulogu u razvoju gospodarstva igra vanjska trgovina. Udio izvoza robe i usluga u BDP-u iznosi 80% i dugoročno raste. Glavni poslovni partneri su zemlje EU (Njemačka, Poljska, Slovačka i Francuska).

Zahvaljujući stranim investicijama mijenja se i struktura industrije. Moderniziraju se strojevi, uvode nove tehnologije, proizvodnja se okreće zapadnoj Europi i razvijenim državama svijeta. Industrija obuhvaća 35% češkog gospodarstva i izrazito je značajna u češkom izvozu. Automobilska industrija je najznačajnija industrijska grana - obuhvaća 26% ukupne industrijske proizvodnje, ima udio od 10% u BDP-u, direktno zapošljava preko 180 tisuća ljudi te proizvede preko 1,4 milijuna osobnih automobila i preko 5.000 autobusa godišnje. Najveći udio u proizvodnji imaju Škoda Auto, zatim Hyundai i TPCA. Češka je na 5. mjestu u Europi i na 15. mjestu u svijetu u proizvodnji motornih vozila. Na drugom mjestu je prema broju proizvedenih automobila na broj stanovnika (124), a na prvom mjestu po broju proizvedenih autobusa po stanovniku.

Zbog svog zemljopisnog položaja u srcu Europe, promet u Češkoj ima značajnu ulogu. Osnova sustava kombinacija je željezničkog i cestovnog prometa, kojim se ukupno prevozi oko 95% putnika i 90% roba. Češka željeznička mreža je jedna od najgušćih u svijetu, a radi se i na modernizaciji pruga i vlakova. Najstarija i najfrekventnija autocesta između Praga i Brna prošla je niz rekonstrukcija na pojedinim usjecima. Na visokoj razini je i avionski promet - zračna luka Vaclava Havela u Pragu širi se i modernizira te zaprima sve više putnika.

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

Češka narodna banka objavila je preliminarne rezultate platne bilance za 2022., uključujući turizam. Prihodi od turizma, odnosno od međunarodnog kretanja osoba, dosegli su 52,8 milijarde CZK (2,15 milijarde EUR), a rashodi za turizam u okviru putovanja čeških građana u inozemstvo preko 49,6 milijardi CZK (2,02 milijarde EUR), pa je pozitivan saldo iznosio gotovo 3,29 milijardi CZK (0,13 milijarde EUR).

Češko će gospodarstvo u 2023. pasti za 0,2 posto, proizlazi iz makroekonomskog predviđanja Ministarstva financija (ministarstvo je još u proljeće očekivalo umjereni rast). Inflacija bi sljedeće godine trebala pasti na razinu ispod tri posto.

"To je kozmetička, a ne dramatična promjena", komentirao je pad gospodarstva ministar financija Zbyněk Stanjura (ODS). Na pogoršanje je najviše utjecao pad potrošnje kućanstava, na koju i dalje utječu poskupljenja.

Potrošnja kućanstava iduće bi godine trebala ponovno rasti, među ostalim i zato što će se povećati i realni prihodi kućanstava. Ulaganja čeških tvrtki također su niska, ali izvoz u inozemstvo bilježi progresiju.

"Gospodarski rast ove godine pokreće inozemna potražnja, dok se domaća potražnja smanjuje i slabi. Dogodine će doći do zaokreta, a domaća potražnja pomoći će pokretanju gospodarskog rasta", navodi David Prušvić, ravnatelj Sektora za ekonomsku politiku Ministarstva financija. Gospodarstvu će ove godine pomoći javna ulaganja, uključujući i novac iz Nacionalnog plana oporavka.

Sljedeće bi godine gospodarski rast trebao doseći 2,3% (ministarstvo je proljetos očekivalo rast od tri% za 2024. godinu).

Ministarstvo ove godine očekuje inflaciju od 10,9%, dok bi iduće godine trebala pasti na razinu od 2,8%. Ministarstvo financija tako je pesimističnije od Češke narodne banke, koja za iduću godinu predviđa inflaciju od 2,1 posto. Nezaposlenost će ostati niska, ove će godine iznositi 2,8%, a dogodine se očekuje daljnji pad.

Češki će dug do kraja godine dosegnuti 44,7% BDP-a, procjenjuje Ministarstvo financija.

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

Prema preliminarnoj procjeni, bruto domaći proizvod u 2022. porastao je za 2,5%. U četvrtom tromjesečju 2022. BDP je smanjen za 0,3% na razini tromjesečja, dok je porastao za 0,4% na međugodišnjoj razini.

Prema preliminarnoj procjeni, bruto domaći proizvod (BDP) porastao je u 2022., u odnosu na 2021., za 2,5%. Rast je podržan izdacima za bruto investicije i inozemnom potražnjom. S druge strane, izdaci za finalnu potrošnju kućanstava imali su negativan utjecaj. Rastu bruto dodane vrijednosti (BDV) najviše su pridonijele prerađivačka industrija i skupina gospodarskih djelatnosti trgovine, prijevoza te djelatnosti smještaja i pripreme hrane.

Prema preliminarnoj procjeni, u drugom tromjesečju 2023. bruto domaći proizvod porastao je za 0,1% na razini tromjesečja, dok je u međugodišnjoj usporedbi manji za 0,6%.

Bruto domaći proizvod (BDP) usklađen za cjenovne učinke porastao je u drugom tromjesečju 2023. za 0,1% u odnosu na prethodni kvartal. U odnosu na isto tromjesečje prethodne godine manji je za 0,6%.

Bruto domaći proizvod (BDP) po glavi stanovnika Češke dosegao je 27.566 USD u prosincu 2022., u usporedbi s 26.805 USD u prosincu 2021. Podaci o BDP-u po glavi stanovnika Češke Republike ažuriraju se svake godine, dostupni su od prosinca 1990. do prosinca 2022., s prosjekom od 15.235 USD.

Postotak nezaposlenosti u 2022., aktualno stanje u 2023.

Stopa nezaposlenosti u Češkoj bila je na razini od 2,30% u prosincu 2022. te 2,64% u kolovozu 2023.

Prosječna plaća

Prosječna plaća u Češkoj porasla je na 43.193 CZK/mjesečno (1.865,756 USD/mjesečno) u drugom kvartalu 2023. (podatke tromjesečno objavljuje Zavod za statistiku).

Stopa inflacije

Prema podacima CZSO-a, međugodišnja inflacija u Češkoj je u rujnu iznosila 6,9%, nakon kolovoza u kojem je inflacija iznosila 8,5%. U rujnu 2023., na međugodišnji rast cijena najviše su utjecale cijene stanova.

U prvoj polovici ove godine češko gospodarstvo bilo je na rubu recesije. Za cijelu 2023. godinu, gospodarstvo će se vjerojatno pasti za 0,2%, ali će se rast potencijalno vratiti u 2024. Inflacija će se nastaviti smanjivati i već sljedeće godine bit će manja od 3%. Utjecaj slabije gospodarske dinamike na tržište rada ne bi trebao biti značajan.

Vanjskotrgovinska bilanca

Trgovinski deficit Češke Republike naglo se smanjio na 3,8 milijardi CZK u kolovozu 2023. s 29,3 milijarde CZK u istom mjesecu prethodne godine. Izvoz je pao za 6% na godišnjoj razini (na 333,6 milijardi CZK), dok je uvoz pao za 12,2% (na 337,4 milijardi CZK). U razdoblju od siječnja do kolovoza zemlja je zabilježila trgovinski suficit od 65,2 milijarde CZK, nakon deficita od 137,6 milijardi CZK u istom razdoblju prethodne godine

Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2023. te u 2024. godini

Očekuje se da će Češka narodna banka zadržati trenutnu kamatnu stopu, a inflacija postupno pasti na 3,5% do 2024. Uslužne djelatnosti čine oko 62% gospodarstva, s proizvodnjom i građevinarstvom s udjelom od 36% i poljoprivredom s udjelom od 2%. Autoindustrija je ključna za industrijsku proizvodnju, čineći 10% BDP-a.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

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

Televizija

Državna televizija emitira na šest kanala ČT1, ČT2, ČT3, ČT24, ČT sport i ČT – Dečko/Art. Uz državnu televiziju djeluju i tri privatne televizije – Nova, TV Prima i TV Barrandov. Grupacija Nova emitira na devet kanala (Nova, Nova 2, Nova Cinema, Nova Action, Nova Gold, Nova Sport 1, 2,3 i 4). TV Prima emitira na osam kanala (Prima, Prima COOL, Prima LOVE, Prima ZOOM, Prima MAX, Prima STAR, Prima KRIMI i CNN Prima News). Najveću gledanost dosežu TV Nova, državna Češka televizija te TV Prima, dok se ostalo odnosi na male lokalne televizije.

U glavnim terminima emitiranja koji su odlučujući za oglašavanje/reklame, kod ciljne grupe 15+, Nova Group ima udio 34%, Češka televizija zauzima treću poziciju s 25,7%, dok je Prima Group na drugoj poziciji s 28,4%.

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

Gledanost TV postaja (podaci za cijeli dan)

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

Izvor: ATO – Mediasearch

Radio

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

Redoslijed pet najslušanijih radija (dnevna slušanost):

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

Izvor: mediaguru.cz

Tisak

Prema podacima Češkog statističkog ureda u zemlji redovno izlazi preko pet tisuća tiskanih naslova od čega 109 dnevnika, 252 tjednika, 920 dvotjednika ili mjesečnika te preko 3.800 ostalih vrsta časopisa.

Najčitaniji dnevni

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

Najznačajniji tjednici

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

Najznačajniji dvotjednici

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

Najvažniji mjesečnici

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

Stručni tisak

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

Izvor podataka: ABC ČR – Ured za ovjeru naklada tiskovina

Najposjećeniji internet portali

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

Izvor podataka: Net Monitor – SPIR – GEMIUS – Sdružení pro internetový rozvoj (Udruga za razvoj interneta)

Svi navedeni mediji imaju nacionalnu pokrivenost.

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Jedno je posve sigurno: usprkos općem rastu cijena, rastu inflacije ili energetske krizi, interes za putovanja ne opada. Naprotiv, čini se da se ljudi ne žele odreći odmora i smatraju ga jednom od ključnih životnih potreba. Stoga će, prema raznim procjenama i istraživanjima stručnjaka, rasti interes ne samo za wellness, nego i za upoznavanje različitih kultura i manje poznatih destinacija.

U 2022. češki TO/TA su ostvarili izvrsne rezultate. Kod turoperatora interes je tradicionalno bio najveći za Egipat. Na drugom mjestu je Grčka sa 17% čeških agencijskih turista, a na trećem Turska s 13%, navodi najveća domaća turistička agencija Invia. Nakon prve tri najpopularnije destinacije slijede Bugarska, Tunis, Hrvatska, Španjolska, Kanarski otoci, a prvih deset zaokružuje Češka, zajedno s Italijom. Značajno je porastao interes i za udaljenije, egzotične destinacije.

“Unatoč inflaciji i energetske krizi, promet u 2022. više je nego udvostručen u odnosu na 2021., a izvrsna je bila i *first minute* prodaja za 2023.“, navodi Invia.

Prosječni iznos koji su Česi prošle godine potrošili na putovanje bio je 9% veći nego prethodne godine. Prosječna cijena putovanja u Egipat porasla je za 9% u odnosu na 2021. godinu, putovanje u Grčku u prosjeku je poskupilo za 7%, a cijena odmora u Turskoj porasla za 10%.

Polovica godišnjih odmora trajala je osam dana. Na tjedan dana putovalo je 11% turista, a 7% izabralo je devet dana. Ukupno 71% turista odabralo je hotel s *all inclusive* uslugom, 16% odabralo je polupansion. Gotovo polovica gostiju (46%) odsjela je u hotelima s četiri, a četvrtina u hotelima s pet zvjezdica.

“Ture su najčešće kupovali ljudi u četrdesetima (28%). Zanimljiva je činjenica da su osobe starije od 70 godina bile dvostruko više zainteresirane za kupnju tura u 2022. nego prethodne godine. Najčešće putuju parovi (51%), obitelji (36%) i male grupe (7%), navodi Invia.

Za Hrvatske je 2022. bila rekordna – cca. 900 000 Čeha je posjetilo Hrvatsku i ostvarilo približno 6 mil. noćenja.

Glede provođenja odmora u vlastitoj zemlji također je „pao rekord“: 12,1 milijuna Čeha.

U Češkoj je prošle godine registrirano ukupno 19,5 milijuna turista. Od toga su oko 7,4 milijuna bili stranci, a više od 12,1 milijun rezidenti

Turističke agencije u Češkoj u 2023. bilježe veću prodaju putovanja u odnosu na 2022., u prosjeku za 12%. Ovogodišnja sezona ljetovanja bila je uspješna, iako su se TO/TA ove godine suočili s nepredvidivim situacijama na destinacijama, poput požara, poplava, olujnih kiša i uragana, potresa itd.

Prema podacima CZSO-a, prošle je godine 5,3 milijuna Čeha otišlo na odmor u inozemstvo. Njih 40% koristilo je usluge turističkih agencija. Prodaja TO/TA pokazuje kako se ove godine može očekivati barem isti broj ostvarenih godišnjih odmora.

Prosječna cijena prodanih tjednih odmora TO/TA prošle je godine iznosila 18.600 CZK/osobi sa zrakoplovnim prijevozom i 9.800 CZK/osobi autobusom. Prema podacima CZSO-a, prosječni trošak odmora kupljenih kod TO/TA u 2022. bila je 16% veći od troška usporedivih individualnih odmora. Ove godine, tjedni odmori kod TO/TA prodaju se u prosjeku za 19.200 CZK sa zrakoplovnim prijevozom i 11.400 CZK sa autobusnim prijevozom.

Većoj cijeni prodanih putovanja doprinijela je potražnja Čeha za hotelima više kategorije, s kvalitetnom uslugom. U proteklih 5 godina turističke agencije i agencije redovito su prodavale smještaj u hotelima s 3 i 4 zvjezdice uz more. Od prošle godine potražnja za zrakoplovnim programima sve se više fokusira na hotele s 5 zvjezdica uz more, s all inclusive obrocima i ostalim dodatnim uslugama uz nadoplatu (npr. privatni transferi iz zračne luke, sobe s pogledom na more itd.) Dugoročno gledano, najtraženije ljetne destinacije se ne mijenjaju, Česi najčešće zrakoplovom putuju u Grčku, Španjolsku, uključujući Kanarske otoke, Tursku, Bugarsku i Egipat. Kada je riječ o autobusu ili vlastitom prijevozu vodeće su Hrvatska i Italija, a od bližih zemalja Slovačka i Austrija. Primjetan trend je produljenje sezone do studenog, kada je još lijepo vrijeme, more je toplo, ali je manje turista i cijene su niže. Raste i interes za zračni promet, a praška zračna luka ove godine bilježi rast od 31% u broju putovanja.

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2022. i 2023.

U prosinačkom istraživanju iz 2022. internetske platforme Instant Research više od 38% ispitanika reklo je da zbog rasta cijena želi smanjiti putne troškove, no unatoč navedenom 80% Čeha ove je godine planiralo i otišlo na godišnji odmor. Gotovo dvije trećine njih je bilo u inozemstvu. Uz prosječno trajanje godišnjeg odmora od dva tjedna, proračun je porastao za više od dvije tisuće kruna u odnosu na prošlu godinu, pokazalo je opsežno istraživanje Europ Assistance.

Dok su prijašnjih godina na planove putovanja ljudi utjecali pandemija ili rat u Ukrajini, ove godine teme su poskupljenja i nepovoljna gospodarska situacija.

Prema anketi, iznos predviđenog proračuna za odmor raste u odnosu na prošlu godinu: sa 28.421 na 30.548 kruna. Ipak, ima i onih koji pokušavaju uštedjeti pa traže *last minute* odmor (24%), jeftinije prijevozno sredstvo (23%), ili jeftiniji smještaj (32%).

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2022. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2023.

CZSO je krajem ožujka 2023. godine objavio podatke o višednevnim putovanjima građana Češke Republike tijekom 2022. godine. Putovanja se prema mjestu boravka dijele na domaća i inozemna, privatna putovanja prema trajanju na duža (s četiri ili više noćenja) i kraća (s jednom do tri noći). Putovanja u slobodno vrijeme čeških građana, nakon usporavanja tijekom dvije godine pandemije, približila su se godinama prije Covida. U 2022. godini ukupan broj odmorišnih putovanja čeških državljana porastao je za više od četvrtine u usporedbi s 2021., a 4,2% nedostajalo je da dosegnu vrijednosti iz 2019. godine.

Broj stanovnika koji su u 2022. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji i procjene za 2023. –

U 2022. domaćih putovanja, čiji je broj na godišnjoj razini porastao za 14,3%, bilo je 4,5% manja nego li prije pandemije. Zahvaljujući ublažavanju ograničenja, ukupan broj putovanja u inozemstvo više se nego udvostručio u odnosu na prethodnu godinu, pa je zaostao za nešto manje od 3% u odnosu na 2019.

Građani Češke u dobi od 15 i više godina u 2022. godini u slobodno su vrijeme ostvarili ukupno 13,3 milijuna dužih i 18,8 milijuna kraćih privatnih putovanja, pokazuju rezultati VŠCR-a. Nakon dvogodišnje restrikcije zbog pandemije korona virusa, udio inozemnih putovanja vratio se na prijašnje vrijednosti. U 2022. 39 % dužih putovanja i 7 % kraćih putovanja vodilo je izvan granica Češke (između 2017. i 2019. u prosjeku 38 % dužih putovanja i 8 % kraćih putovanja).

Razvrstavajući domaća putovanja prema broju noćenja, broj dugotrajnih putovanja, koja su djelomično zamijenila inozemna putovanja u godinama pandemije, u 2022. relativno je najmanje porastao na međugodišnjoj razini (+3%). Broj domaćih kratkoročnih putovanja porastao je za jednu petinu u odnosu na prethodnu godinu. Unutar Češke su građani tijekom 2022. godine realizirali 8,1 milijun duljih i 17,5 milijuna kraćih putovanja. U usporedbi s rezultatima predpandemijske 2019., broj domaćih duljih i kraćih putovanja smanjen je za 4% do 5%.

Broj putovanja u inozemstvo s 4 i više noćenja građana Češke u dobi od 15 i više godina u 2022. udvostručio se u odnosu na prethodnu godinu i zahvaljujući tome premašio vrijednost iz 2019. za 3%. Broj kraćih putovanja u inozemstvo porastao je u odnosu na prethodnu godinu, ali je ipak zaostao za rezultatom 2019. za 20%. U apsolutnim brojkama, građani Češke su tijekom 2022. godine otputovali izvan granica Češke na 5,3 milijuna dužih i 1,3 milijuna kraćih putovanja.

Česi su najčešće odlazili u Hrvatsku na duže inozemne odmore te u Slovačku na kraća putovanja. U 2023. bi se trebao zadržati sličan trend.

Redosljed omiljenih destinacija u 2022. – procjene za 2023.

Kod inozemnih putovanja, 75,2% realizirano je u zemlje Europske unije. Česi već odavno preferiraju Hrvatsku pri odabiru odmora. U 2022. godini gotovo 850.000 ljudi provelo je odmor u Hrvatskoj (međugodišnje povećanje od 39,5%), navodi CZSO. Slijede Slovačka (631 tisuća putovanja, +170,1% na godišnjoj razini), Italija (519 tisuća putovanja, +131,3%), Egipat (470 tisuća putovanja, +156,8%), Grčka (363 tisuće putovanja, +3,4%), Austrija (328 tisuća putovanja), Španjolska (273 tisuće putovanja) i Turska (254 tisuće putovanja) U 2023. se očekuje sličan trend, s mogućnošću određenih korekcija s obzirom na oporavak zrakoplovnih tržišta.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2022. i procjene za 2023.

Dok je u slučaju Hrvatske taj omjer otprilike 25% agencijski i 75% individualno, u ostalim destinacijama taj omjer je otprilike 55% individualno i 45% agencijski.

Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022. i procjene za 2023.

Za putovanje u tuzemstvu putnici su uglavnom koristili osobna motorna vozila (89,4% domaćih putovanja). Na inozemnim putovanjima turisti su uglavnom koristili osobna vozila (46,7%), dok su u 42,2% putovanja do odredišta putovali zrakoplovom.

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022. i procjene za 2023.

S obzirom na specifičnost situacije s pandemijom u 2022. nije bilo *first minute* ponuda te su se rezervacije intenzivirale od lipnja na dalje. U 2023. vrlo intenzivne su bile i *first minute* i *last minute* rezervacije.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2022. i procjene za 2023.

Za smještaj je većina putnika u Češkoj koristila vlastiti smještaj (30,4% putovanja) i smještaj kod rodbine i prijatelja (28,1%), a hoteli i slični objekti korišteni su za 19,8% domaćih putovanja. Kod inozemnih putovanja najčešće su odsjedali u hotelima i sličnim smještajnim objektima (59,7%), 17,8% koristilo je druge vrste smještaja, a 15,9% putnika boravilo je kod rodbine i prijatelja.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2022. i procjene za 2023.

Duža privatna putovanja u 60,5% slučajeva realizirana su u vlastitoj zemlji, a u inozemstvo je išlo 39,5% putnika. Svrha većine putovanja bila je rekreacija i provođenje slobodnog vremena (72,8% domaćih i 85,6% inozemnih putovanja), a 23,2% domaćih i 12,9% inozemnih putovanja realizirano je s ciljem posjeta rodbini.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2022. i procjene za 2023.

Prema najnovijem istraživanju podacima Češke turističke zajednice – Czech Tourism, prosječni češki turist je u 2022. potrošio 8.363 kune po osobi, što je gotovo 1.200 kuna više nego prethodne godine. Sličan trend se očekuje i tijekom 2023.

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

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

Najveći organizatori putovanja (prema prihodima)

- Exim tours (u vlasništvu REWE grupe)
- Fischer Group (FISCHER, NEV-DAMA, e-Travel i Privileq), od 2020. u grupaciji REWE
- Blue Style
- Čedok (u vlasništvu Itake)
- Alexandria
- Eso Travel
- Travel family (Vitkovice Tours, Viamare, VTT i Kovotour Plus)

Najznačajniji organizatori putovanja, koji u svojim programima nude Hrvatsku

- | | |
|--------------------|--|
| • CK Victoria | www.victoria-ck.cz |
| • České kormidlo | www.ceskekormidlo.cz |
| • Travel family | www.ckvt.cz |
| • CK 101 Zemek | www.101ckzemek.cz |
| • Mediteran Travel | www.mediteran.cz |
| • Čedok | www.cedok.cz |
| • Relax Adriatic | www.relaxadriatic.cz |
| • CK Kellner | www.kellnerck.cz |
| • Kompas | www.kompas.cz |
| • Nev-dama | www.nev-dama.cz |
| • Tipa Tour | www.tipatour.cz |
| • Alexandria | www.alexandria.cz |
| • Valaška | www.ckvalaska.cz |
| • CK Dezka | www.dezka.cz |
| • CK Fischer | www.fischer.cz |
| • Globtour | www.ckglobtour.cz |
| • Adriadata banka | www.adriadatabanka.com |

Najznačajnije *online* agencije (prodaju aranžmane drugih TO)

- www.invia.cz
- www.zajezdy.cz
- www.last.cz
- www.dovolena.cz
- www.sdovolena.cz
- www.nacesty.cz

Financijski najsnažniji organizatori putovanja koji imaju Hrvatsku u svojim programima su: CK Victoria, Fischer, Exim tours, Čedok, Alexandria, Travel Family i Kompas. Više od 150 organizatora putovanja nudi Hrvatsku, od čega 30-ak ostvaruje više od 1.000 putnika godišnje.

U Češkoj djeluju dvije udruge putničkih agencija:

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

Određeni broj organizatora putovanja u Češkoj nisu članovi niti jedne udruge.

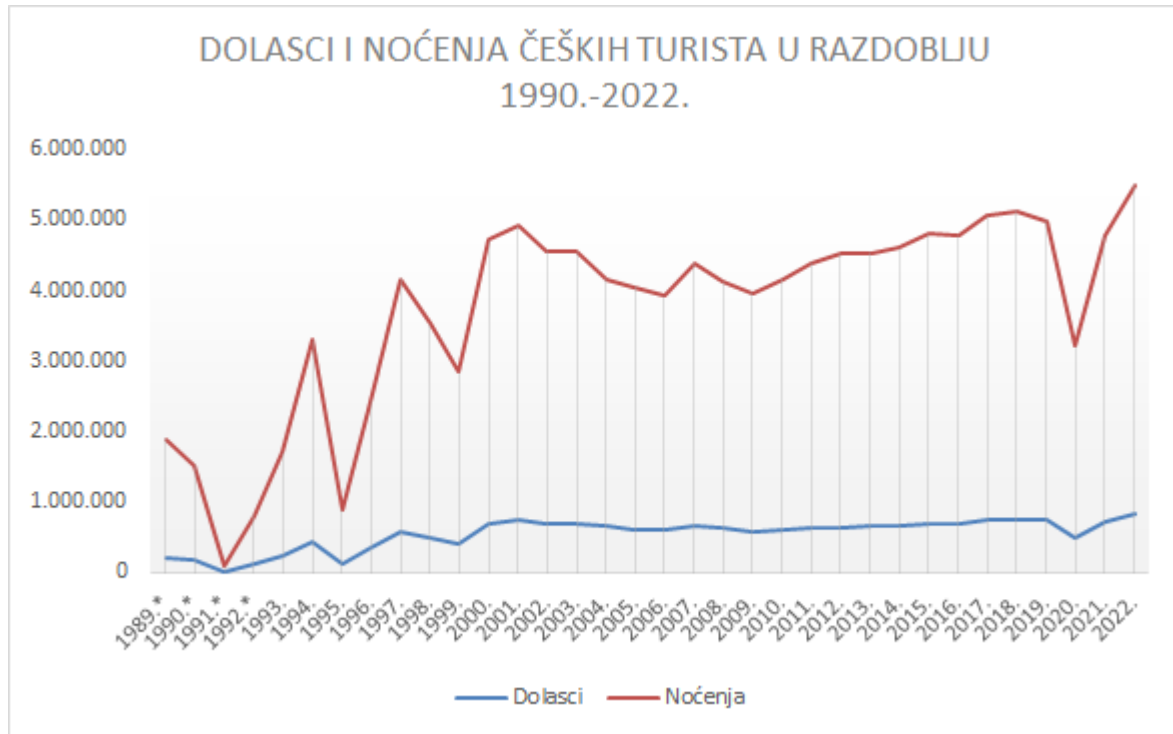
Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2021./2022.

U posljednje dvije godine oko 180 subjekata je privremeno prekinulo rad, dok su neki zatvorili tvrtke trajno. Neki organizatori putovanja najavljuju zatvaranje/reduciranje poslovnica i intenziviraju prodaju *online*.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

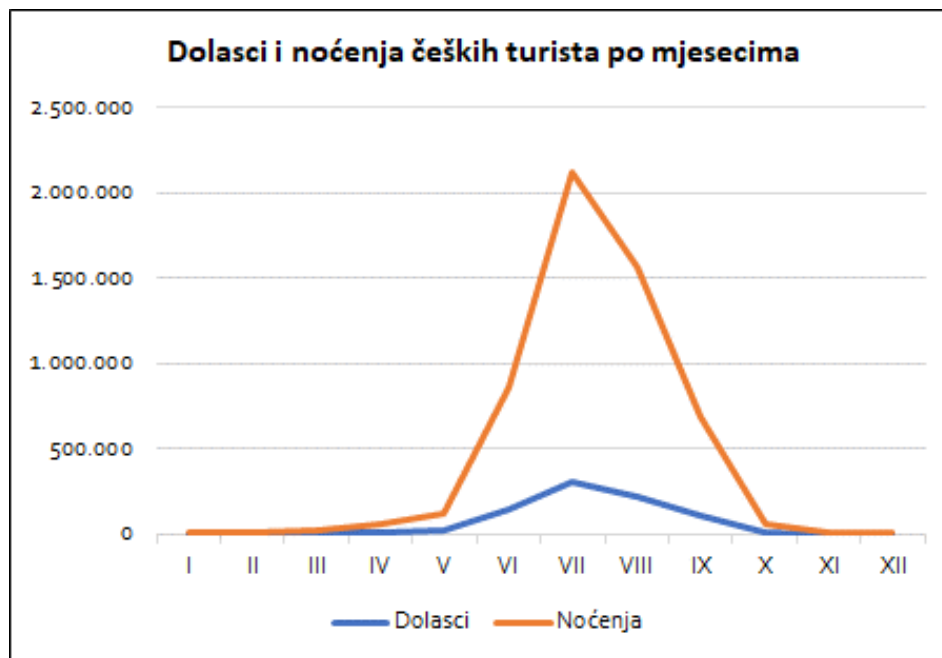
ČEŠKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989=100	apsol.	indeks	1989=100
1989.*	192.680		100	1.893.043		100
1990.*	171.349	89	89	1.524.570	81	81
1991.*	12.322	7	6	82.493	5	4
1992.*	107.755	874	56	806.176	977	43
1993.	238.252	221	124	1.711.914	212	90
1994.	435.168	183	226	3.301.374	193	174
1995.	119.104	27	62	889.496	27	47
1996.	346.000	291	180	2.432.000	273	128
1997.	579.061	167	301	4.166.446	171	220
1998.	498.538	86	259	3.527.934	85	186
1999.	415.295	83	216	2.844.657	81	150
2000.	697.521	168	362	4.713.186	166	249
2001.	742.485	106	385	4.921.354	104	260
2002.	697.902	94	362	4.560.486	93	241
2003.	699.473	100	363	4.554.400	100	241
2004.	663.794	95	345	4.172.787	92	220
2005.	615.535	93	319	4.051.780	97	214
2006.	593.276	96	308	3.921.345	97	207
2007.	669.132	113	347	4.394.711	112	232
2008.	622.620	93	323	4.122.460	94	218
2009.	578.517	93	300	3.961.828	96	209
2010.	605.732	105	314	4.170.084	105	220
2011.	638.035	105	331	4.388.696	105	232
2012.	647.211	101	336	4.519.489	103	239
2013.	652.154	101	338	4.539.066	100	240
2014.	661.486	101	343	4.600.001	101	243
2015.	696.151	105	361	4.811.990	105	254
2016.	688.843	99	358	4.770.319	99	252
2017.	741.757	108	385	5.067.098	106	268
2018.	755.104	102	392	5.127.447	101	271
2019.	742.248	98	385	4.985.029	97	263
2020.	481.458	65	250	3.212.204	64	170
2021.	720.913	150	374	4.783.597	149	253
2022.	835.402	116	434	5.508.190	115	291

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



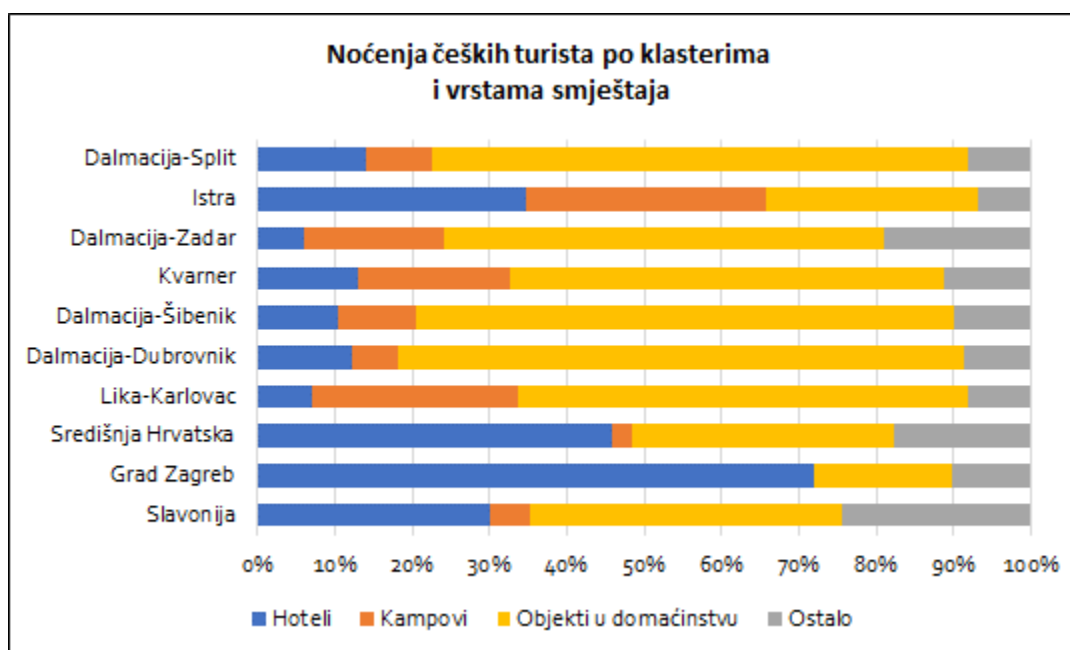
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	186.423	1.404.510
Istra	192.352	1.189.929
Dalmacija-Zadar	120.330	907.338
Kvarner	121.238	747.467
Dalmacija-Šibenik	61.071	454.064
Dalmacija-Dubrovnik	35.216	260.444
Nautika	38.789	258.911
Lika-Karlovac	50.334	216.608
Središnja Hrvatska	16.599	26.409
Grad Zagreb	12.333	22.914
Slavonija	2.542	5.243
Ukupno	837.227	5.493.837



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Podgora	245.832
Umag	183.055
Gradac	155.494
Vir	146.260
Medulin	135.211
Novalja	134.443
Baška Voda	133.459
Poreč	128.555
Funtana	128.349
Omiš	119.598

Dolasci po dobi i spolu

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

NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.

Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023. je kvantitativno primarno istraživanje obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj u kojem se podaci prikupljaju izravno od turista koji borave u Hrvatskoj. Pristup u definiranju metodološkog okvira istraživanja TOMAS Hrvatska 2022./2023. temelji se na znanstveno-istraživačkim metodama, uključivanju multidisciplinarnog tima stručnjaka te transparentnom i inovativnom pristupu utemeljenom na dugogodišnjem iskustvu i međunarodnoj prepoznatljivosti u postavljanju metodologije i provođenju kvantitativnih longitudinalnih istraživanja turističke potražnje.

Pet je glavnih skupina obilježja/pokazatelja koji se prikupljaju:

- Profil turista: spol, dob, školska sprema, zemlja stalnog boravka i mjesečni prihodi kućanstva.
- Obilježja putovanja: pratnja na putovanju, glavni razlog putovanja, motivi poslovnih i odmorišnih putovanja, izvori informacija o destinaciji, učestalost posjeta Hrvatskoj (za inozemne turiste) i destinaciji, glavno korišteno prijevozno sredstvo za dolazak u destinaciju, korištenje usluga niskobudžetnih zračnih prijevoznika (za turiste koji su koristili zrakoplov u dolasku/odlasku), korištenje usluga paket aranžmana, usluge uključene u paket aranžman te način i vrijeme rezervacije smještaja.
- Obilježja boravka u destinaciji: duljina boravka na putovanju i u destinaciji (broj noćenja), broj korištenih komercijalnih smještajnih objekata tijekom putovanja, usluge u okviru smještaja, aktivnosti u destinaciji (38 ponuđenih aktivnosti) te korištena prometna sredstva u destinaciji.
- Izdaci na turističkom putovanju, odnosno turistička potrošnja: izdaci za usluge paket aranžmana (ukoliko je putovanje bilo organizirano kao paket aranžman), izdaci za prijevoz u Hrvatskoj do destinacije i natrag, izdaci za lokalni prijevoz, izdaci za uslugu smještaja s povezanom uslugom hrane, izdaci za hranu i piće izvan smještaja, izdaci za kupnju, izdaci za kulturu i zabavu, izdaci za sport i rekreaciju, izdaci za izlete te svi ostali izdaci.
- Stavovi o ponudi/zadovoljstvo ponudom: ocjena ukupnog zadovoljstva, ocjena pojedinačnih elemenata ponude, smetnje koje su negativno utjecale na boravak u destinaciji te namjera preporuke.

Dizajn uzorka Stratificirani slučajni uzorak/stratificirani kvotni uzorak

Stratumi:

- Mjeseci: lipanj 2022. do lipanj 2023. godine;
- Regije: Istarska županija, Primorsko-goranska županija, Ličko-senjska županija, Zadarska županija, Šibensko-kninska županija, Splitsko-dalmatinska županija, Dubrovačko-neretvanska županija, Grad Zagreb, Slavonija (Brodsko-posavska, Vukovarsko-srijemska, Osječko-baranjska, Požeško-slavonska i Virovitičko-podravska županija), Sjeverna Hrvatska (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Međimurska, Varaždinska i Koprivničko-

križevačka županija) i Središnja Hrvatska (Bjelovarsko-bilogorska, Sisačko-moslavačka, Karlovačka županija);

Konačni rezultati istraživanja, listopad 2023.

Vrste smještaja: hoteli prema kategoriji (hoteli visoke i više kategorija - 4* i 5*, hoteli s 3*, hoteli niže kategorije uključujući nekategorizirane objekte, pansioni i slično)², hosteli, kampovi, obiteljski smještaj;

Zemlje porijekla turista: Hrvatska, Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija (Švedska, Norveška, Danska i Finska), Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, Bosna i Hercegovina, Sjedinjene američke države, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija i azijske zemlje.

Pregled ključnih nalaza predmetnog istraživanja, s usporednim pokazateljima po tržištima slijedi u nastavku:

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Do 500 eura	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,3	1,7	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	1,1
501 do 1.000 eura	0,7	2,5	0,6	0,3	0,1	0,0	0,4	0,0	0,6	0,0	0,0	0,7	0,6	0,0	1,2	8,3	0,0	0,0	0,0	0,8	1,8	0,9	2,6
1.001 do 1.500 eura	2,5	10,7	1,8	0,7	1,9	0,4	2,1	1,1	2,8	0,7	0,1	1,7	0,8	1,7	0,6	21,2	3,8	0,4	0,0	10,4	14,2	1,5	1,8
1.501 do 2.000 eura	5,5	17,1	4,5	1,3	6,5	2,4	5,9	8,8	8,7	1,5	3,1	3,1	0,0	4,5	2,7	24,3	1,1	1,7	1,0	3,8	23,0	13,3	23,9
2.001 do 2.500 eura	11,4	21,4	10,5	9,9	15,3	7,8	11,2	16,3	11,7	8,6	4,4	13,3	3,1	10,9	7,8	23,3	3,5	0,1	2,0	5,9	20,1	9,8	1,9
2.501 do 3.000 eura	15,5	20,4	15,1	14,7	18,8	17,8	17,2	21,4	22,7	8,0	3,3	16,2	5,2	24,3	8,4	9,9	4,3	9,8	5,0	10,3	9,0	7,8	0,8
3.001 do 3.500 eura	19,6	15,7	20,0	20,5	25,7	23,2	20,4	20,0	22,2	9,0	16,4	30,4	14,2	28,7	9,5	4,9	3,4	14,3	12,1	23,6	9,2	18,6	2,0
3.501 do 4.000 eura	20,4	6,9	21,6	25,3	20,6	26,1	22,8	19,6	14,2	18,9	17,6	22,1	27,6	15,7	25,6	0,7	18,6	28,1	20,5	21,9	7,7	18,9	6,9
4.001 do 5.000 eura	11,9	3,4	12,7	14,9	6,7	12,3	11,1	8,3	11,6	13,5	12,9	6,0	29,8	8,4	18,1	6,0	6,5	15,3	26,2	8,8	7,0	13,0	15,8
5.001 euro i više	12,1	1,9	13,0	12,4	4,3	10,1	8,8	4,4	5,6	39,6	42,2	6,1	18,8	5,4	26,1	1,1	57,1	30,4	33,1	14,3	7,9	16,0	43,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRATNJA NA PUTOVANJU	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Sam(a)	5,5	20,1	4,1	2,6	3,7	3,4	1,1	4,3	5,6	3,6	3,9	2,5	2,1	7,4	6,4	3,4	7,1	2,8	1,6	8,0	10,8	10,7	18,3
Samo s partnerom	37,6	34,7	37,9	37,8	31,8	40,8	34,4	44,1	30,7	53,8	43,0	30,3	29,2	32,3	51,2	31,1	57,9	29,7	23,1	54,9	37,7	46,8	38,6
S članovima obitelji	43,8	32,1	44,9	48,7	49,9	47,4	50,4	31,2	52,5	22,0	37,7	51,3	57,1	52,8	23,1	56,2	16,3	49,9	48,2	12,8	34,8	33,3	19,0
S prijateljima poznanicima	13,1	13,1	13,1	10,9	14,6	8,4	14,1	20,4	11,2	20,5	15,5	16,0	11,6	7,6	19,3	9,4	18,7	17,6	27,2	24,3	16,7	9,1	24,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Odmor	92,2	70,7	94,2	95,3	94,2	94,9	97,6	90,4	96,3	96,9	96,3	96,8	97,4	92,3	93,5	85,4	89,3	97,3	92,0	88,6	82,9	92,3	89,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Nešto drugo	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

MOTIVI DOLASKA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MOTIVI DOLASKA*	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
More	79,4	51,1	82,0	86,5	85,7	83,7	92,4	76,0	90,5	72,5	69,7	83,5	82,3	87,4	68,6	78,6	47,7	82,0	82,8	62,5	74,9	66,3	45,7
Priroda	61,1	44,0	62,7	71,7	58,9	74,2	64,5	62,0	71,0	40,9	56,3	37,2	74,7	65,2	54,6	45,0	33,2	64,7	61,7	38,5	47,2	37,5	25,5
Gradovi (city break)	19,2	10,7	20,0	15,4	17,6	20,7	26,2	21,9	11,3	29,0	29,3	30,9	21,4	13,5	23,3	18,6	40,9	28,2	17,9	40,6	13,7	29,6	47,7
Gastronomija	18,2	10,5	18,9	21,8	14,4	22,2	15,6	11,0	17,8	21,0	21,4	28,9	17,2	14,1	13,8	14,1	27,0	17,2	15,0	17,3	8,1	21,1	25,4
Touring/ sightseeing	11,4	4,7	12,1	5,6	6,5	4,3	17,5	14,5	6,7	33,4	32,2	7,9	21,9	5,8	30,9	4,5	33,7	10,2	11,8	18,6	15,9	36,5	46,7
Kultura i umjetnost	9,0	3,5	9,5	8,9	3,0	5,0	11,4	5,7	6,7	22,5	14,9	10,7	7,9	4,7	17,1	5,5	31,0	8,8	5,8	23,9	6,2	16,3	31,1
Zabava i festivali	8,8	9,9	8,7	8,6	16,7	6,6	5,8	9,5	8,8	6,4	1,3	5,0	4,7	9,8	11,2	14,8	0,9	10,6	7,4	15,7	19,0	5,6	4,1
Manifestacije /dogadjanja	8,2	10,8	8,0	3,7	7,5	5,1	10,2	13,6	11,7	11,7	8,4	11,6	16,3	9,2	7,1	5,5	5,1	21,6	25,7	7,4	10,1	4,4	1,5
Ostali sportovi i rekreacija	7,7	6,4	7,9	11,2	11,7	12,2	3,9	7,7	5,7	1,9	1,3	13,9	9,1	4,1	1,6	1,0	2,4	8,7	1,6	0,0	5,7	1,5	3,4
Sela/ ruralno područje	4,7	4,9	4,7	5,7	4,6	4,6	2,5	4,4	5,1	7,3	4,3	6,2	5,0	5,7	2,9	4,2	1,9	4,5	6,3	1,8	2,9	2,0	1,2
Planinarenje/ hodanje	3,5	2,8	3,5	5,1	3,1	4,2	2,7	2,1	3,4	1,7	4,8	2,3	3,0	3,4	2,0	1,4	2,1	7,1	1,0	1,9	0,0	1,8	2,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Wellness/ toplice/	2,5	5,4	2,3	1,5	2,9	4,4	1,7	2,3	1,4	2,8	3,0	1,7	1,1	2,3	0,6	4,0	6,4	2,9	0,3	1,6	6,7	0,2	0,0
Ostali motivi	1,3	3,7	1,1	0,8	2,4	0,5	0,9	1,3	1,5	0,5	0,1	1,2	0,4	0,0	1,1	7,7	1,4	1,8	1,1	0,2	0,4	0,0	0,7
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Cikloturizam	1,0	1,7	0,9	0,6	1,7	0,7	0,8	1,1	1,1	0,2	4,0	1,6	1,4	0,8	1,1	0,0	0,1	2,1	0,1	0,3	0,4	0,0	0,2
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Neki drugi razlog	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9

*mogućnost više odgovora

UČESTALOST DOLASKA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

UČESTALOST DOLASKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prvi posjet	15,6	-	15,6	6,3	3,0	6,5	10,7	8,1	6,5	43,2	43,2	16,5	22,7	19,7	40,7	3,5	60,6	11,7	23,6	62,4	14,9	57,6	83,3
Drugi posjet	14,0	-	14,0	10,7	5,3	9,2	18,7	10,4	12,1	24,1	28,0	18,1	18,4	14,5	37,6	2,7	26,8	14,7	16,9	23,3	12,0	29,1	11,5
3 do 6 posjeta	26,5	-	26,5	29,7	23,2	24,9	41,2	27,0	32,5	22,0	16,7	26,1	17,7	31,4	13,8	24,1	8,7	29,0	19,2	7,7	36,9	6,3	2,8
7 i više posjeta	43,9	-	43,9	53,3	68,5	59,5	29,4	54,5	48,9	10,7	12,1	39,3	41,2	34,4	7,9	69,7	3,8	44,6	40,4	6,6	36,3	7,0	2,4
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
TO/TA - osobnim kontaktom, telefonom/ e-mailom	7,7	6,4	7,8	6,5	6,7	10,0	5,2	7,1	9,9	13,8	8,5	5,6	7,7	9,7	10,4	5,8	13,8	7,0	7,6	5,9	7,0	8,0	14,5
Posredstvom TO/TA - online booking (ne e-mailom), uključujući i OTA.	44,7	25,1	46,5	46,4	29,1	45,4	47,8	45,3	51,4	53,2	52,9	53,3	49,0	58,5	49,3	36,2	47,4	39,0	45,8	56,1	47,2	62,4	39,3
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom,	26,3	42,2	24,8	28,0	38,2	27,2	19,5	27,9	20,7	11,9	14,5	22,8	22,3	18,6	15,1	40,8	8,8	20,5	36,5	16,0	27,5	8,6	14,9
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	17,5	20,6	17,2	16,1	21,2	15,1	19,2	16,1	14,5	19,6	21,4	14,4	19,4	9,8	20,2	10,6	21,2	25,5	7,9	21,3	16,8	18,9	30,7
Na neki drugi način	0,8	1,4	0,7	0,4	1,7	0,3	3,0	0,7	0,3	0,0	0,1	0,2	0,1	0,5	0,1	0,8	0,3	0,4	0,0	0,0	0,6	0,5	0,5
Nije unaprijed rezerviran	3,1	4,4	3,0	2,6	3,1	2,0	5,3	2,9	3,3	1,5	2,6	3,7	1,5	2,9	4,8	5,9	8,5	7,7	2,2	0,6	1,0	1,6	0,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

IZVORI INFORMACIJA U PLANIRANJU PUTOVANJA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

IZVORI INFORMACIJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Internet stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda	18,3	12,0	18,9	17,5	11,7	21,6	14,7	19,1	20,3	23,2	31,5	21,1	35,0	13,7	16,7	19,2	13,2	24,7	23,5	23,2	22,4	16,1	30,9
Online turističke agencije	32,1	19,5	33,2	33,0	20,8	35,4	31,0	27,6	34,9	38,5	36,5	37,5	35,2	41,3	45,7	29,8	33,9	31,0	29,1	47,6	35,0	42,2	41,3
Internet stranice i mobilne aplikacije smještajnih objekata	10,6	9,6	10,7	9,0	9,9	11,4	12,4	9,4	9,6	16,9	19,3	5,2	12,9	6,7	9,3	11,1	8,1	19,0	12,8	8,3	13,2	11,6	7,4
Internet stranice turističkih atrakcija	11,4	5,1	12,0	10,4	9,4	11,0	12,7	11,5	12,1	11,9	15,0	8,6	25,9	13,6	12,9	11,1	16,7	14,3	14,9	16,1	16,9	6,7	12,5
Objave korisnika na društvenim mrežama	22,3	10,6	23,4	22,7	16,2	24,2	21,2	24,3	18,0	28,4	27,6	25,8	25,9	21,2	28,6	15,5	37,7	26,1	30,2	45,7	29,3	37,2	26,8
Blogovi, forumi i portali o putovanjima i slični online sadržaji	15,4	5,8	16,3	15,3	9,1	14,0	17,2	13,3	16,0	29,2	22,0	14,1	19,4	14,5	17,6	8,8	32,3	15,3	27,8	16,3	11,4	23,5	24,5
Sponzorirani oglasi na internetskim pretraživačima, društvenim mrežama i portalima	9,9	6,3	10,3	11,7	7,1	12,2	6,7	8,3	14,0	12,6	6,0	9,0	16,4	8,1	8,9	7,6	2,2	15,5	13,4	3,4	9,8	9,8	20,6
Promotivni oglas ili spot na radiju ili televiziji	9,5	4,9	9,9	10,2	8,7	9,5	8,1	11,8	15,4	8,3	10,3	10,6	5,2	12,9	5,8	12,0	6,4	13,4	15,9	9,5	5,8	5,4	2,6
Dokumentarni film ili prilog na radiju ili televiziji	7,6	3,1	8,0	8,3	5,8	7,5	9,3	10,5	6,0	9,1	12,6	7,3	7,8	13,2	6,2	4,3	5,1	7,4	12,8	1,4	6,6	6,3	1,2
Članci u novinama ili časopisima	6,9	4,0	7,2	8,7	6,0	7,2	3,8	7,9	6,8	8,4	6,1	9,2	5,2	13,5	5,0	6,5	11,9	7,4	6,5	1,9	2,3	3,4	8,3
Oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali	6,3	5,8	6,3	6,9	4,3	7,0	5,0	7,3	6,6	7,3	7,4	6,5	6,0	10,4	4,1	3,7	7,5	5,8	11,4	2,2	1,2	3,7	3,8
Turistički i drugi sajmovi	7,6	4,3	7,9	7,0	6,8	7,3	7,8	9,1	10,4	12,2	10,3	5,9	13,6	8,2	4,2	1,6	18,9	8,1	10,9	3,0	4,3	6,8	4,4
Preporuke rodbine ili prijatelja	33,3	29,5	33,7	28,9	28,3	29,6	42,6	28,6	36,4	45,7	41,1	35,4	37,4	40,8	42,1	37,1	49,4	41,9	41,3	30,2	33,4	24,0	21,2
Preporuke putničkih ili turističkih agencija	11,3	5,9	11,8	10,5	9,5	11,0	9,4	13,4	16,8	12,2	12,8	17,0	18,5	13,9	13,7	6,1	16,4	15,0	17,5	9,9	3,2	7,2	12,5
Preporuke klubova, udruženja	5,1	6,0	5,0	3,5	6,1	5,4	4,1	7,9	5,5	2,7	3,9	6,6	7,3	10,9	3,1	3,3	3,4	11,5	5,3	4,1	5,6	1,8	15,7
Prijašnji boravak	28,9	42,8	27,6	28,0	42,8	22,1	34,7	30,8	35,2	17,7	13,5	28,3	16,9	31,5	16,8	50,2	9,1	21,2	35,4	6,1	22,9	8,5	2,6
Nisu bile potrebne nikakve informacije	5,2	12,1	4,6	6,3	8,7	7,8	2,2	6,0	2,1	1,5	0,9	3,1	5,6	0,9	0,5	2,1	1,9	4,4	2,5	1,2	1,8	0,7	0,4

* mogućnost više odgovora

TRENTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA*

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Manje od tjedan dana prije dolaska	3,8	9,3	3,3	2,1	5,8	2,2	1,7	5,7	1,3	2,9	2,5	2,2	1,3	6,8	4,6	6,5	3,2	4,1	1,9	9,8	6,5	2,2	3,3
1 do 4 tjedna prije dolaska	20,1	37,4	18,5	19,8	18,9	17,5	13,7	23,9	15,3	16,5	14,4	24,0	9,3	9,7	16,1	28,0	16,7	16,5	22,3	23,4	30,2	29,4	24,8
1 do 3 mjeseca prije dolaska	43,5	38,5	44,0	38,5	37,8	36,5	56,6	41,2	48,6	54,9	50,3	45,2	33,7	56,2	55,9	47,9	46,7	36,3	50,0	43,7	45,8	53,3	60,9
3 do 6 mjeseci prije dolaska	20,2	12,1	21,0	20,1	23,1	29,2	17,8	20,5	25,6	16,2	16,5	21,8	27,7	21,4	18,4	16,8	20,5	25,2	15,9	20,4	15,9	12,1	3,0
Više od 6 mjeseci prije dolaska	12,4	2,7	13,3	19,4	14,4	14,7	10,1	8,7	9,2	9,5	16,4	6,7	28,1	5,9	5,1	0,8	12,9	18,0	9,8	2,7	1,6	2,9	8,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Za one koji su unaprijed rezervirali smještaj

PRIJEVOZNO SREDSTVO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRIJEVOZNO SREDSTVO	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Automobil	66,0	88,5	63,9	66,9	69,5	73,0	82,6	66,4	78,8	16,4	28,3	88,7	45,5	85,5	31,5	89,4	0,0	61,9	60,1	13,8	85,3	38,6	4,4
Automobil s kamp-kućicom	9,1	2,7	9,7	15,7	12,8	11,3	6,8	6,5	7,6	1,3	7,9	4,3	15,7	3,4	1,9	1,8	0,0	11,4	17,4	1,6	0,2	0,5	0,0
Kamper	6,6	0,4	7,2	10,9	12,3	10,1	2,8	8,5	3,3	0,6	5,5	2,0	17,1	1,6	2,1	0,0	0,0	7,7	5,1	0,7	0,3	2,6	0,0
Autobus	2,4	4,9	2,1	1,0	2,6	1,0	2,5	1,5	5,0	1,8	0,7	1,9	0,7	2,5	5,0	6,3	0,0	2,4	1,9	7,2	9,7	1,5	0,0
Motocikl	1,5	1,6	1,5	0,9	2,3	1,3	0,4	5,0	2,8	0,1	1,3	0,5	0,3	5,0	2,2	0,6	0,0	3,8	1,2	0,3	0,3	0,2	0,0
Bicikl	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zrakoplov	13,9	0,8	15,2	4,5	0,5	3,2	4,9	8,6	2,0	78,8	56,1	2,3	20,5	1,7	56,0	0,1	100,0	12,7	14,1	75,5	3,8	56,7	95,6
Brod/trajekt	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Jahta ili jedrilica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nešto drugo	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,5	0,3	0,2	0,0	0,2	0,3	0,8	1,9	0,0	0,2	0,1	0,0	0,5	0,0	0,0
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Plivanje/ kupanje	72,8	52,3	74,8	78,3	74,4	73,6	81,6	67,8	83,9	73,7	80,7	66,1	75,5	74,0	64,8	70,2	70,0	76,9	76,6	63,7	63,7	59,6	45,3
Odlazak u restorane	59,3	49,9	60,2	57,8	52,7	63,4	66,7	49,2	64,1	76,0	63,3	45,6	62,0	55,4	73,5	55,9	74,3	51,8	67,3	78,9	59,0	68,4	71,7
Razgledavanje gradova	40,0	31,7	40,8	31,3	31,3	36,7	51,2	35,9	31,5	66,3	60,8	44,2	57,4	28,9	64,2	36,4	75,7	56,9	39,3	65,9	49,4	55,8	76,7
Odlazak u klubove/ples/ noćni život	22,7	13,7	23,5	22,7	22,0	23,2	20,8	24,6	20,7	30,2	20,7	27,4	24,2	13,9	28,0	21,2	38,6	37,9	48,2	41,2	25,3	23,3	21,2
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	17,8	13,6	18,2	14,8	12,1	14,3	25,2	8,3	14,4	36,9	32,4	9,4	33,2	11,7	24,6	13,9	29,6	27,3	19,8	35,4	29,4	33,8	24,4
Posjet povijesnim građevinama	16,6	15,0	16,8	9,3	9,9	8,5	26,0	8,6	14,1	40,8	32,5	12,0	23,4	11,2	40,0	15,0	52,5	19,0	15,2	42,3	13,7	33,6	30,7
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	15,1	11,0	15,5	9,6	9,8	9,4	17,1	10,7	15,8	34,2	22,3	14,3	21,2	14,9	29,4	14,3	59,2	14,2	16,3	33,9	14,1	30,0	39,9
Pješačenje	14,2	11,2	14,4	12,2	8,7	9,9	15,4	8,0	15,2	28,1	22,2	11,9	16,9	11,8	30,5	9,9	37,1	12,6	13,3	21,8	6,3	24,3	26,9
Posjet zaštićenim područjima	13,0	6,6	13,6	12,0	7,9	10,2	17,9	6,2	11,6	29,0	15,0	12,7	17,2	20,3	18,7	11,8	26,6	13,2	23,3	13,5	3,9	14,2	25,3
Vožnja biciklom označenim stazama	13,0	8,0	13,5	14,7	16,6	12,5	13,3	11,1	17,7	7,5	17,9	10,7	19,8	10,9	5,1	13,8	3,4	12,3	17,0	4,0	10,0	5,2	15,7
Jogging /trčanje	12,3	8,3	12,7	13,4	15,6	10,6	6,9	15,4	14,0	11,9	19,9	15,4	16,9	6,1	12,2	5,9	25,2	14,2	15,8	8,4	11,0	6,5	5,2
Posjet zabavnim događanjima	11,9	13,6	11,7	10,2	15,8	8,4	15,0	12,3	14,8	8,5	11,1	16,9	4,4	17,5	13,5	12,0	5,7	11,3	30,6	15,9	9,4	4,9	3,0
Obilazak tematskih cesta	11,8	9,9	12,0	14,6	11,9	13,9	10,7	9,5	15,7	9,3	10,2	16,5	4,8	10,0	8,8	8,6	10,4	4,4	21,8	7,3	3,6	8,9	6,5
Tenis	11,7	6,9	12,2	14,4	10,3	13,4	9,8	11,7	8,1	6,9	16,6	21,4	19,6	13,4	6,8	1,6	15,4	17,2	19,0	8,9	5,2	4,4	13,2
Korištenje wellness/spa	11,5	15,9	11,1	9,0	11,1	15,4	9,3	11,3	4,6	22,4	15,3	8,9	7,4	7,2	18,0	8,2	33,4	11,1	9,9	19,6	17,0	11,8	14,3
Odlazak na organizirane izlete brodom	10,4	4,6	10,9	13,2	6,8	13,2	6,5	5,7	6,9	22,2	11,3	5,8	12,9	5,4	20,0	9,5	13,0	11,1	20,1	7,3	6,9	17,2	7,5
Obilazak vinskih cesta	10,2	11,8	10,1	6,0	14,4	7,5	9,4	13,8	10,8	13,6	12,6	11,8	11,5	9,2	21,6	7,5	10,5	20,7	22,1	9,9	16,3	8,7	0,8
Ribolov	10,1	5,9	10,4	8,6	11,3	9,4	7,2	17,4	16,0	7,8	12,0	11,2	16,4	18,3	9,3	5,2	1,5	16,6	10,6	16,7	5,1	5,3	7,9
Posjet tematskim parkovima	9,8	6,5	10,1	6,9	11,6	7,6	13,8	6,0	17,7	10,2	10,1	11,3	15,5	15,3	7,4	13,7	7,5	8,7	19,7	8,9	11,6	10,5	0,7
Ostali sportovi na vodi	9,8	3,5	10,4	9,9	8,8	9,0	11,6	8,5	9,3	10,7	13,9	10,8	17,5	10,3	9,0	9,2	24,2	10,7	22,4	9,4	11,6	10,5	0,2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA *	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posjet sportskim događanjima	8,8	6,5	9,0	8,3	11,8	8,9	9,6	9,6	10,3	6,6	6,3	8,6	17,6	7,3	10,1	2,2	5,9	11,6	23,6	15,3	6,0	5,0	0,6
Ronjenje	6,9	4,9	7,1	5,5	6,7	4,2	7,6	6,4	9,4	10,1	9,3	8,1	18,2	10,9	3,3	6,8	7,7	10,1	13,0	7,5	9,4	6,6	0,3
Posjet seoskim domaćinstvima	6,2	11,6	5,7	3,1	7,6	3,3	4,6	2,2	5,8	8,8	10,2	4,4	11,3	6,8	12,2	11,0	8,1	13,4	11,2	4,5	10,2	10,2	7,6
Posjet tradicionalnim događanjima	5,4	4,3	5,5	5,0	7,8	5,1	5,1	4,9	6,5	5,5	4,2	10,8	2,2	8,5	3,4	2,5	5,1	8,2	14,0	4,8	0,6	1,4	1,5
Golf	4,0	1,4	4,3	5,2	2,8	6,2	5,6	3,0	2,8	1,9	1,9	9,9	7,2	3,2	3,8	0,4	0,8	7,2	1,6	4,0	3,0	1,4	0,1
Planinarenje	3,8	4,6	3,7	3,6	4,4	2,1	2,6	2,3	10,7	1,9	3,2	2,7	3,8	2,3	4,2	7,9	2,9	2,0	0,4	4,4	1,5	3,0	1,8
Jedrenje	3,7	2,7	3,8	2,5	5,2	2,6	3,0	5,1	2,1	6,8	5,0	4,2	3,7	2,1	7,3	3,1	6,6	10,8	10,2	4,3	3,9	5,1	7,5
Korištenje zdravstvenih usluga	2,9	6,8	2,5	1,4	3,9	1,4	3,5	5,5	1,5	3,7	2,7	2,7	2,4	0,6	2,4	4,3	4,2	5,6	2,5	4,9	6,6	2,2	0,0
Avanturistički sportovi	2,8	2,2	2,8	2,1	2,0	1,6	2,3	3,2	3,6	7,1	4,0	3,5	7,2	1,5	2,4	2,0	6,8	4,0	6,6	3,8	2,5	1,7	3,3
Posjet kulturnim događanjima	2,5	3,2	2,4	1,3	4,2	1,6	2,1	2,1	2,8	4,1	2,2	1,8	2,5	1,5	6,7	2,7	3,8	1,6	2,5	5,5	1,8	4,4	3,2
Mountain biking	2,3	0,9	2,4	2,6	3,4	1,7	4,2	4,0	0,9	0,4	1,2	1,4	2,6	7,0	0,8	0,9	1,3	4,3	0,2	0,2	0,9	0,0	0,0
Rafting	2,3	0,6	2,4	2,0	1,2	0,9	4,6	1,6	2,5	2,9	2,9	3,6	0,9	1,5	2,4	3,9	9,1	2,7	2,0	7,8	0,0	5,7	0,3
Posjet toplicama	2,2	2,7	2,2	1,9	1,2	1,7	2,0	1,8	1,4	5,4	2,2	0,6	3,0	2,9	2,8	1,6	5,6	0,3	7,9	5,2	0,5	1,4	0,2
Dvoranski sportovi	1,5	1,2	1,5	1,2	1,2	1,9	3,0	1,1	1,2	0,6	2,4	0,5	0,6	1,6	3,1	0,5	2,7	1,4	1,4	0,0	1,1	3,5	1,4
Jahanje	1,4	1,7	1,4	1,4	3,1	1,0	0,4	0,4	0,3	1,5	1,6	1,6	2,8	0,3	1,4	0,9	4,9	1,5	2,3	1,5	0,1	0,5	9,2
Sudjelovanje na radionicama	1,0	1,2	1,0	0,9	2,0	1,0	0,8	0,9	0,9	1,4	1,3	0,3	0,0	0,5	2,3	1,5	1,0	0,0	1,2	0,7	0,7	0,1	0,0
Posjet božićnim/adventskim sajmovima	0,8	1,6	0,7	0,6	0,6	0,8	0,0	0,9	0,0	0,7	0,1	1,2	0,3	0,5	0,6	2,2	2,0	0,1	0,4	1,0	4,2	0,6	3,4
Lov	0,5	0,2	0,5	0,4	0,5	1,1	0,5	0,6	0,4	0,5	0,3	0,3	1,9	0,9	0,0	0,0	0,0	0,7	1,0	0,0	0,5	0,0	0,0
Nekom drugom	16,5	19,6	16,2	19,6	18,4	17,3	17,0	19,1	16,7	9,1	7,8	27,5	4,7	15,9	9,6	7,1	7,2	13,9	38,3	5,8	7,6	1,9	8,5

*mogućnost više odgovora

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ljepota prirode i krajolika	92,9	97,4	92,4	90,9	95,9	89,1	96,5	88,8	94,0	96,5	91,1	89,5	85,7	96,8	92,3	96,7	98,2	92,9	91,6	96,8	99,1	98,5	93,2
Ljepota mjesta	92,7	94,9	92,5	90,5	94,8	89,7	94,7	88,6	91,6	94,0	95,2	94,4	92,5	95,9	92,9	96,9	98,2	93,2	93,1	95,6	98,2	95,9	92,5
Ukupni boravak	92,4	90,1	92,7	92,2	93,4	90,3	96,9	91,5	94,4	92,6	90,9	90,7	89,1	94,2	89,9	93,8	98,0	91,5	92,8	97,4	96,0	94,0	94,2
Osobna sigurnost	92,2	96,7	91,8	90,4	95,5	89,1	93,9	88,2	95,1	91,3	90,0	89,5	87,3	95,0	90,1	95,6	95,4	89,9	96,0	96,5	97,9	94,9	98,3
Atmosfera, ugodaj	91,0	94,3	90,7	90,7	95,8	87,2	95,4	87,1	86,3	93,4	86,8	91,8	88,1	90,2	91,6	93,6	93,2	87,4	89,5	94,4	96,4	92,1	93,2
Čistoća plaža	89,1	90,6	89,0	87,8	93,8	84,6	93,8	83,9	91,4	90,6	87,5	85,0	88,8	87,7	88,4	94,4	92,2	92,0	92,4	95,1	88,2	92,6	90,6
Smještajni objekt	88,9	89,9	88,8	91,4	91,0	87,3	90,3	84,5	87,2	89,3	86,5	87,5	81,6	83,1	89,2	95,5	88,0	87,7	87,8	89,6	92,6	87,8	73,5
Uređenost mjesta	88,6	91,9	88,3	88,6	92,6	89,0	90,6	83,8	89,5	82,7	81,8	88,5	90,0	86,7	89,2	94,9	83,5	88,7	85,7	88,4	94,3	80,6	90,6
Ekološka očuvanost prostora	88,5	91,3	88,3	89,3	92,5	85,6	91,3	82,9	87,5	81,5	83,3	89,5	90,1	92,7	88,8	94,1	82,4	87,1	91,0	91,4	93,0	85,0	92,3
Gostoljubivost stanovništva	88,2	90,7	87,9	88,2	88,7	86,2	91,1	84,6	86,5	90,1	82,0	84,5	90,2	86,0	87,1	96,1	90,5	90,7	81,8	94,1	92,8	91,7	92,5
Gastronomska ponuda	87,3	85,7	87,4	88,0	87,4	87,9	91,8	81,7	86,1	87,7	76,9	89,2	86,3	85,7	86,8	90,0	90,8	87,0	87,6	92,4	92,9	92,3	90,5
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	86,2	86,9	86,1	86,6	87,9	86,6	87,3	81,4	86,7	85,3	80,2	87,8	86,7	80,1	87,7	89,1	87,9	83,3	84,9	91,4	88,2	92,6	81,9
Prilagođenost destinacije djeci	85,8	88,7	85,6	87,9	89,5	85,1	91,5	79,9	83,8	77,4	72,3	84,6	88,7	81,2	76,1	96,0	78,8	86,1	86,9	80,9	88,7	89,3	86,1
Informacije u destinaciji	84,7	87,7	84,4	85,0	87,5	85,2	84,4	80,6	87,4	82,2	83,1	85,0	82,3	81,4	73,6	91,0	84,1	84,2	82,1	76,0	86,5	85,0	85,0
Opremljenost/uređenost plaža	84,3	81,4	84,5	85,6	83,5	87,8	89,8	81,2	84,7	79,3	83,4	87,1	86,4	80,4	74,7	87,7	79,2	90,6	88,5	75,1	75,7	81,1	89,9
Pješačke staze	84,3	87,1	84,0	85,7	88,7	84,8	83,8	81,7	86,6	78,9	74,3	89,0	81,4	84,4	68,4	89,9	87,7	77,3	83,1	73,2	76,6	81,4	87,8
Besplatni internet u destinaciji	84,3	85,0	84,2	86,7	87,0	86,8	85,9	83,0	81,6	74,1	81,7	85,2	82,6	81,0	82,2	84,7	69,1	93,0	90,0	81,7	86,7	73,7	89,1
Označavanje znamenitosti	83,7	86,0	83,5	83,0	83,8	83,9	89,1	76,5	87,8	79,3	73,5	84,6	81,3	87,2	80,6	87,0	91,1	82,1	82,8	87,3	93,5	81,5	79,2
Kultura i umjetnost	83,6	86,4	83,4	84,7	86,1	84,8	85,8	79,4	81,4	76,8	76,7	85,1	80,0	82,3	78,8	90,9	90,6	82,7	75,3	87,6	90,8	80,6	92,7
Prometna dostupnost destinacije	83,3	89,4	82,7	86,6	86,8	84,2	78,7	78,5	84,0	77,1	72,7	84,8	86,0	77,5	80,6	82,0	73,8	83,9	79,2	79,3	90,9	76,5	78,1

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	82,4	82,4	82,4	83,6	82,8	85,3	86,2	81,8	85,1	77,2	67,5	82,4	75,0	85,6	70,4	88,1	74,3	76,4	87,4	86,6	83,6	84,4	84,1
Informacije/ edukacija u zaštićenim područjima	81,7	82,0	81,7	83,6	82,8	83,3	82,9	78,3	79,7	75,6	75,3	81,9	87,3	75,5	74,3	87,4	90,1	82,7	77,4	75,5	83,4	84,5	78,7
Prilagođenost osobama s posebnim potrebama	81,4	83,7	81,2	86,2	83,4	84,3	77,7	72,9	80,0	64,0	72,0	82,1	82,7	75,4	68,2	87,8	60,3	80,6	83,7	76,7	79,2	78,9	56,5
Sportski sadržaji	81,0	82,4	80,9	82,9	85,0	83,5	80,9	80,1	80,0	70,3	71,9	83,1	85,3	74,4	66,8	83,6	79,9	86,7	80,9	73,6	82,7	74,9	65,4
Zabava/noćni život	79,8	76,8	80,1	83,4	83,3	81,8	87,2	77,9	79,4	68,8	67,4	86,6	75,7	78,7	68,9	71,5	72,3	82,8	82,9	77,0	62,8	66,6	76,4
Događanja i manifestacije	79,4	81,0	79,3	82,6	85,6	85,2	76,9	75,2	80,6	64,7	63,8	84,4	72,6	86,7	66,5	78,2	64,9	82,4	80,7	74,2	70,9	64,9	60,1
Biciklističke rute i staze	78,9	77,8	78,9	78,5	85,2	83,7	78,4	78,0	80,9	64,3	72,1	79,0	84,4	82,9	70,8	78,8	64,9	78,3	83,9	58,3	67,0	70,7	87,5
Mogućnost za kupnju	77,8	72,6	78,3	82,9	79,6	84,1	82,4	74,4	75,3	70,2	68,0	77,1	70,9	71,4	69,0	84,9	70,4	78,0	64,1	76,9	81,6	81,1	67,6
Lokalni javni prijevoz	76,9	72,8	77,2	80,9	74,4	80,5	75,4	77,5	82,1	66,2	55,9	75,1	78,1	83,7	70,8	78,8	58,6	76,5	80,7	73,0	77,6	76,7	71,5
Promet u mjestu	67,3	65,8	67,4	72,1	71,1	76,7	56,4	68,9	63,8	56,7	61,7	63,7	69,5	64,0	58,8	67,5	59,7	71,5	70,6	56,0	72,7	53,4	72,7

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA* U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

SMETNJEI* TIJEKOM BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	5,2	4,9	5,2	3,5	4,6	3,4	9,2	4,1	3,9	5,9	7,4	4,7	12,4	6,3	8,6	8,6	12,2	3,7	6,6	5,5	2,3	2,9	0,7
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupača)	3,7	4,2	3,6	2,4	3,4	2,3	3,5	3,2	4,6	4,8	7,0	3,2	2,6	6,0	9,5	6,4	7,5	4,0	4,4	11,3	1,5	2,3	0,2
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	2,7	2,6	2,7	2,6	3,0	2,2	2,5	2,0	3,9	3,3	2,6	1,2	3,0	4,8	2,0	2,1	4,0	2,4	0,4	1,3	0,1	3,5	3,5
Neprimjereno odloženo smeće	4,7	7,7	4,4	3,1	5,0	3,4	6,0	2,5	4,8	5,4	3,7	2,0	2,3	7,7	4,1	5,2	10,8	7,7	9,2	4,2	5,2	10,3	6,7
Nemogućnost razdvajanja otpada	4,1	2,9	4,2	3,6	4,5	2,7	2,9	3,0	5,0	3,6	6,3	2,4	3,5	7,9	7,8	2,5	12,5	3,8	7,6	4,1	4,2	8,8	2,9
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	3,5	4,0	3,5	3,1	4,3	3,0	3,2	1,7	4,2	3,5	6,4	1,0	1,8	6,5	3,6	2,5	9,2	2,5	1,1	2,5	2,7	4,7	3,0
Nešto drugo	0,7	1,0	0,7	0,3	0,2	0,9	0,5	0,1	1,1	0,8	1,3	0,0	0,8	0,5	0,1	7,9	2,7	0,3	0,0	0,0	1,5	1,1	0,0

* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmjetani (donekle ili jako) pojedinim elementom.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U EURIMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prosječni dnevni izdaci ukupno	140,15	131,65	141,03	119,09	105,89	129,15	137,66	141,24	133,86	232,36	198,12	112,43	124,87	141,50	200,24	118,58	299,03	166,27	135,57	220,00	172,73	218,32	54,86
Smještaj	67,61	68,80	67,49	61,02	53,97	72,82	57,82	67,37	63,24	101,89	90,53	51,32	55,38	66,31	80,27	57,97	139,94	81,09	70,75	82,44	87,73	80,39	80,28
Hrana i piće u restoranima i barovima	28,27	24,68	28,64	22,56	20,53	20,43	31,01	25,43	24,76	54,59	43,75	23,08	24,16	29,94	53,52	23,03	62,50	36,04	26,77	52,33	33,83	59,93	32,96
Usluge trgovine	23,16	18,74	23,61	19,73	17,23	16,62	28,44	21,39	25,11	35,29	33,08	23,18	22,35	26,05	32,25	22,01	46,80	25,50	22,86	41,57	26,71	37,37	19,64
Kultura i zabava	4,20	3,32	4,29	3,51	2,61	3,44	4,62	3,87	4,28	7,75	5,46	3,67	5,31	5,07	6,19	2,98	8,92	4,04	3,61	8,93	3,84	7,20	6,06
Sport i rekreacija	3,78	3,46	3,81	3,52	3,09	3,54	3,20	4,15	3,79	4,36	6,09	3,11	3,85	4,63	3,28	2,35	8,71	4,41	2,56	4,44	6,90	3,63	0,67
Izleti	7,51	5,70	7,69	5,57	4,21	5,75	8,03	6,67	7,27	18,05	12,05	4,07	9,05	7,03	14,49	4,59	20,64	9,69	5,70	17,37	7,11	21,48	13,70
Lokalni prijevoz	1,63	0,99	1,70	1,12	1,31	1,32	1,40	2,00	1,57	4,12	1,74	1,17	1,94	0,77	3,66	1,28	4,88	2,04	1,12	6,68	3,35	4,63	0,02
Ostalo	4,00	5,95	3,80	2,06	2,94	5,24	3,14	10,36	3,84	6,31	5,42	2,83	2,83	1,70	6,58	4,36	6,64	3,46	2,20	6,25	3,26	3,70	1,52

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

VJEROJATNOST PREPORUKE	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Nije vjerojatno da ću preporučiti*	2,7	5,7	2,4	1,9	1,9	2,5	1,4	2,5	3,3	2,2	5,5	0,6	3,7	2,6	3,7	1,0	1,5	5,0	6,7	0,1	0,3	0,8	4,4
Vjerojatno da ću preporučiti**	36,8	33,8	37,1	38,1	41,1	39,6	30,2	40,3	41,2	22,7	40,0	40,6	34,5	44,0	26,8	33,1	26,6	38,9	38,2	23,1	33,4	41,5	9,6
Jako je vjerojatno da ću preporučiti***	60,5	60,6	60,5	60,0	57,0	57,9	68,4	57,2	55,5	75,1	54,5	58,8	61,8	53,4	69,5	65,9	72,0	56,1	55,2	76,9	66,4	57,7	85,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

**Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

***Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

Aktualni imidž Hrvatske

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

Očuvana priroda, čisto more koje Česi često nazivaju „češko more“, brza i laka dostupnost svim prijevoznim sredstvima, gostoljubivost domaćina, bogata kulturna baština, bliskost jezika te lakoća komunikacije, raznolika ponuda (sportski sadržaji) i odlična gastronomija najvažniji su pozitivni atributi Hrvatske, zbog kojih su mnogi Česi zavoljeli našu zemlju, a mnogima je ona jedina strana odmorišna destinacija u koju se iz godine u godinu rado vraćaju.

Ipak, sve zahtjevnijim generacijama mlađih Čeha koji za svoj novac traže adekvatne usluge, ponudu smještaja i dodatne programe koji će im pružiti nezaboravan doživljaj na godišnjem odmoru, gore navedene prednosti ne moraju više biti dovoljne. Gosti su u Hrvatskoj nezadovoljni zbog visokih cijena hotelskog smještaja, u usporedbi s konkurentskim zemljama (Grčka, Egipat, Bugarska i Turska). Upozoravaju na nedostatak hotela s tri zvjezdice. Iz godine u godinu u Hrvatskoj se sve više prelazi na hotele s četiri zvjezdice, uz visoke cijene smještaja koje si prosječna češka obitelj ne može priuštiti. Prigovaraju i na visoke cijene u restoranima te na jednoličnu ugostiteljsku ponudu. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištima.

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

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

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

2023. godinu obilježila je negativna medijska kampanja najčešće potaknuta napisima u hrvatskim medijima. Glavna tema je bila preskupa Hrvatska, ali ništa manje nisu bile prisutne teme vezane uz razne nepogode poput komaraca, meduza i sl. Ipak, treba imati na umu kako je 2023. definitivno bila prva „normalna godina“ nakon pandemije te je došlo do manjih korekcija na ovom tržištu, s obzirom na oporavak zrakoplovnog prometa.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2022. i 2023. i rezultati organizatora putovanja u 2022. i 2023. (programi za Hrvatsku)

„Specijalista“ za Hrvatsku na češkom tržištu ima desetak – od većih koji svojom ponudom pokrivaju cijelu Hrvatsku, do manjih koji nude samo nekoliko destinacija. U katalogima najvećih TO na tržištu (Čedok, Alexandria) Hrvatska je zastupljena najviše do 20%. U programima tri najveća organizatora putovanja za Hrvatsku – Travel Family, Victoria i České kormidlo u katalogu je Hrvatska zastupljena s više od 70%. Niz malih i srednjih turoperatora nudi isključivo Hrvatsku (CK 101 Zemek i Mediteran Travel), cijelu obalu i otoke te programe u tranzitnim područjima kontinenta.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja, odnosno ponuda temeljena na proizvodu sunce/more nije se mnogo promijenila u odnosu na prethodne godine.

Ako uspoređujemo ponude za 2022. i sezonu 2023., postoje određene razlike u tome što mnoge agencije sada uvrštavaju u ponudu bolji smještaj, hotele sa 4 i više zvjezdica. U katalogima su hoteli s četiri zvjezdice, koji se zbog visokih cijena, nažalost, ne prodaju tako dobro kao u drugim mediteranskim zemljama, ali Česi se počinju polako navikavati da se hrvatski hoteli renoviraju, da se u njih ulaže pa su nakon dvije godine štednje zbog pandemije ove godine više koristili skuplji i kvalitetniji smještaj. Smanjuje se ponuda apartmana, budući da se takav smještaj više kupuje individualno, tj. putem OTA. Hrvatska se sve više nudi u auto aranžmanima, jer su povoljniji, iako je ponuda autobusnih aranžmana zadovoljavajuća. U katalogima su prisutni i kratki ili tranzitni programi na putu prema moru, npr. toplice u Zagorju, ili jednodnevno kupanje na Jadranu. Pojedine agencije specijalizirane za Hrvatsku okreću se aktivnom turizmu (101 Zemek, CK Victoria), ili ponudama za grupe te izrađuju posebne kataloge, što su pozitivne vijesti jer na taj način produžuju predsezonu i posezonu. Agencije specijalizirane za kampove obogaćuju ponudu te raste potražnja za mobilnim kućama sa 4* i 5*.

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

U odnosu na 2021., u 2022. je došlo do blagog povećanja alatmanskog zakupa kapaciteta u destinacijama, zbog negativnog iskustva iz 2020, kada su većinu kapaciteta imali u fiksnom zakupu, koji se nije prodao, a morali su za njega platiti hrvatskim partnerima. Ove godine dogodilo se suprotno tj. u srcu sezone na prijelazu srpnja i kolovoza potražnja za Hrvatskom na češkom tržištu bila je ogromna, međutim, zbog overbukinga TO nisu imali što prodavati.

U 2022. i 2023. se u Hrvatsku najviše putovalo vlastitim automobilom, zbog blizine destinacije i komfora, ali povećao se interes i za autobusni prijevoz. Vlak iz Praga za Rijeku i Split i još uvijek je omiljeno prijevozno sredstvo za Hrvatsku. Željezničku liniju koristili su uglavnom individualci, međutim par putničkih agencija povezala je ponudu smještaja sa vlakom za Rijeku i Split (uz autobusni transfer dalje prema Istri ili sjevernoj i južnoj Dalmaciji) i ostvarili su ogroman uspjeh.

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

Kod agencija se najviše tražila Istra, ali omiljena je i dalje srednja Dalmacija. Bez obzira na udaljenost, ovo područje dobro je povezano sa Češkom svim prijevoznim sredstvima, vlakom, autobusom, ali i zrakoplovima.

Ono što su primijetile agencije specijalizirane na kampove je da su u 2022. i u 2023. godini Česi puno više nego ranijih godina maksimalno popunjavali kapacitete smještajnih jedinica, tako da je prosječna popunjenost mobilnih kućica bila veća.

Ulazak Hrvatske u Schengenski prostor bila je izvrsna vijest za individualce, ali i za sve agencije koje nude Hrvatsku te za njihove goste. S druge strane, i dalje su prisutne pritužbe na pad kvalitete usluga u ugostiteljstvu, na skupoću, na čistoću, onečišćenja mora, nedostatak WC na plažama te na skupe usluge najma suncobrana i ležaljki na plaži, u odnosu na druge mediteranske destinacije, ili u odnosu na prethodne godine.

Anketa Predstavištva HTZ provedena u lipnju i srpnju 2023. je naznačila određeni utjecaj negativnih napisa u hrvatskim i češkim medijima s početka lipnja. Nakon izvrsnog *first minute* razdoblja nastavak sezone 2023. bio je izazovan, no s obzirom na trenutne rezultate, sve otežavajuće okolnosti a i oporavak zrakoplovnog prometa, možemo zaključiti kako je 2023. još jedna odlična turistička godina na češkom tržištu.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2023. godine

SmartWings/Travel Service

Prag – Split

- svaki dan od svibnja do listopada

Croatia Airlines

Prag-Split

- subotom od svibnja do listopada

Prag-Dubrovnik

- četvrtkom od svibnja do listopada

Ryanair

Prag - Zadar.

- 2 x tjedno od lipnja do listopada

Autobuseri u 2023.

Autobusni prijevoz iz godine u godinu bilježi sve manji interes, iako su u 2023. autobuseri govorili o nešto boljoj sezoni nego lani. Agencije kod autobusnih prijevoznika koji su uspostavili linije za ljetnu sezonu dogovaraju samo zakup određenog broja sjedala. Ovaj tip prijevoza koriste prvenstveno osobe starije dobi, oni koji koriste hotelski smještaj i grupe.

FlixBus:

- od lipnja do rujna
- destinacije: Zagreb, Zadar, Biograd, Šibenik, Split

Regio Jet:

- od lipnja do listopada
- destinacije: Zadar, Biograd, Šibenik, Split

Vega tour:

- od lipnja do kraja rujna
- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

Autokarem:

- petkom
- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

Jadran Expres:

- petkom od kraja svibnja do kraja rujna
- destinacije: sjeverna i srednja Dalmacija (Zadar – Gradac)

Gumdrop :

- 1 x tjedno, petkom
- destinacije: Istra, Kvarner, Dalmacija

Organizatori putovanja koji imaju vlastite autobuse, prodaju autobusne aranžmane i svojom ponudom pokrivaju cijelu hrvatsku obalu:

- CK Victoria
- Travel Family
- CK Valaška
- CK Česke kormidlo
- ČSAD Tišnov

Velika konkurencija autobuserima u 2023. bio je vlak RegioJeta koji je vozio na relaciji Prag-Brno-Bratislava-Rijeka po vrlo pristupačnim cijenama te su raspoložive karte bile jako brzo rasprodane.

Individualni promet u 2023.

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

U 2023. zrakoplovne kompanije javljale su kako bilježe odlične rezultate linija iz Praga prema Splitu i Zadru, za koje individualni turisti pokazuju kontinuirani interes.

Velik interes individualaca bio je za vlak Regiojeta te je u odnosu na prethodne dvije godine u 2023. bilo puno manje nezadovoljstva, reklamacija i negativnih komentara putnika vezanih uz kašnjenja vlaka i nečistoću.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2024.

Ova je godina pokazala kako usprkos svim kriznim okolnostima, kod Čeha ne jenjava želja za putovanjima. Jan Bezděk glasnogovornik DER Touristik CZ a.s. Eastern Europe potvrdio je kako će uskoro početi prodavati ture za ljetno 2024., dodajući da trenutno finaliziraju ponudu. „Klijentima ćemo ponuditi mnogo noviteta. Samo iz Praga ćemo letjeti u 56 destinacija“, navodi Jiřina Ekrt Jirušková, PR menadžerica agencije Invia.cz, napominjući kako su vodeće češke turističke agencije već počele s preprodajom za sljedeću sezonu. „Na web stranici Invia.cz korisnici sada mogu rezervirati odmor u svojoj omiljenoj destinaciji ili hotelu po povoljnim uvjetima što uključuje, primjerice, nizak depozit, popuste do 40%, besplatne letove za dvoje djece i najširu ponudu“.

U Čedoku planiraju najveće širenje u povijesti agencije, kako u Češkoj, tako i u Slovačkoj. Također planiraju nova odredišta s polascima iz Praga i regionalnih zračnih luka, uz nove hotele i letove do najpopularnijih odmarališta. Prema riječima Edite Rendlová, direktorice prodaje i marketinga u Čedoku, klijenti su se vratili odabiru tura unaprijed, a *first minute* prodaja privlači obitelji s djecom, dugogodišnje kupce, ali i turiste koji žele osigurati svoj omiljeni hotel ili termin. „Po prvi put iz Praga će se letjeti do Azora, a otvorit će se i veza izravno za Šri Lanku i Keniju. Za ljubitelje planina dodane su zrakoplovne skijaške ture do Kayserija u Turskoj“, ističe Kateřina Pavlíková, glasnogovornica tvrtke Čedok.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2024.

Destinacije u koje putuje većina Čeha već su duži niz godina iste: Hrvatska, Italija i Slovačka, a tako će ostati i tijekom 2024. Slijedom raspoloživih informacija s tržišta procjenjuje se kako će Česi putovati na razini 2023., a glavnu opasnost predstavlja pad standarda. Glede destinacija, mogla bi rasti Grčka, s kojom su Česi ove godine bili zadovoljni te se otvara sve više letova za tu zemlju i iz drugih gradova Češke, ne samo iz Praga. Očekuje se da bi i Turska u 2024. mogla bilježiti rast iz

Češke, budući da Česima odgovara njihova *all inclusive* ponuda u hotelskim *resortima* te ponuda za djecu.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2024.

First minute prodaja važna je za organizatore putovanja jer se tada prodaje mnogo aranžmana i može se predvidjeti daljnji tijek sezone. Turistički stručnjaci ove godine govore da iako su *first minute* prodaje krenule intenzivnije tijekom listopada, sigurno neće doseći razine iz vremena prije pandemije. Usprkos tome što je situacija s prodajom aranžmana zadnjih godina turbulentna, određene stvari puno se ne mijenjaju. Siguran je izbor destinacija u koje Česi najviše putuju, gdje posebno mjesto zauzima Hrvatska.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2024.

Organizatori putovanja, svjesni svih trenutnih geopolitičkih i ekonomskih zbivanja, vjeruju kako će Hrvatska ostati najtraženija destinacija za ljetni odmor.

Za 2024. predviđamo rezultate u rangu 2023., s izglednim blagim rastom do najviše 3% (sukladno prvim najavama *first minute* prodaje, te ovisno o kriznim okolnostima, inflaciji i poskupljenjima). Vidljiv je blagi trend promjene dijela strukture gostiju te dolazi do rasta potražnje za hotelima s 4* i 5*, te mobilnim kućicama.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2024.

Većina agencija koje nude Hrvatsku planira aranžmane u 2024. godini, u rasponu od travnja/svibnja do kraja rujna. Neki najavljuju proširenje ponude te veći naglasak na hotelima s 4* koji imaju prihvatljive cijene. Većina bi željela zadržati i učvrstiti poslovne odnose koje su ostvarili ranijih godina. U odnosu na prethodnu godinu kod nekih je u planu promjena strukture kapaciteta u korist fiksnog zakupa za jeftinije kapacitete. Mnogi hrvatski partneri najavljuju povećanje cijena i do 40%, što je za češke turiste generalno teško prihvatljivo.

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

Ryanair će i u 2024. letjeti iz Praga za Zadar, čak 6 puta tjedno. Smartwings će nastaviti sa svojom veoma uspješnom linijom iz Praga za Split, u periodu od svibnja do listopada 2024. Moguće je kako će Croatia Airlines nastaviti i sljedeće godine s linijama iz Praga prema Splitu i Dubrovniku, a sazrijelo je i vrijeme je i za ponovo uspostavljanje linije između Praga i Zagreba.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2024.:

- ukidanje naplatnih kućica i uvođenje bez kontaktnog načina naplate autoceste;
- osigurati proširenje zrakoplovnih poveznica iz Češke prema Hrvatskoj po pristupačnim cijenama;
- pokušati izbjeći negativnu medijsku kampanju koja je ove godine Hrvatskoj zasigurno naštetila na češkom tržištu;
- zaustaviti rast cijena energenata i hrane - ukoliko cijene budu nekontrolirano rasle, Hrvatska će imati problema popuniti smještajne kapacitete u 2024.;
- očuvati bazu hotela s 3* - Hrvatska gubi ponudu za goste srednje klase - privatnih apartmana ima previše, a hoteli sa 3* nestaju;
- pokušati mijenjati odnos u strukturi smještaja u korist hotelskog, u odnosu na obiteljski privatni smještaj;
- prema mišljenju organizatora putovanja koji se specijaliziraju za krstarenja po Jadranu, sortiranje otpada veliki je problem na hrvatskim otocima ili u pristaništima, što jako smeta njihovim gostima te traže da se u rješavanje problema uključi i država;
- nadalje promovirati Hrvatsku kao sigurnu destinaciju.