



ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2015.



OSNOVNI PODACI

Službeni naziv: Češka Republika.

Državno uređenje: parlamentarna republika.

Glavni grad: Prag (1.272.690 stanovnika).

Veći gradovi: Brno (384.277), Ostrava (302.456), Plzeň (169.688), Liberec (102.247), Olomouc (100.043), Ústí nad Labem (95.003), České Budějovice (93.883), Hradec Králové (94.242).

Površina: 78.866 km².

Broj stanovnika: 10.644.842.

Službeni jezik: češki.

Vjerska pripadnost: ateisti 59 %, rimokatolici 10,4 %, protestanti 1,1 %, neopredijeljeni 8,8 %, ostali 3,3 %.

Stopa rasta stanovništva: 0,16 %.



Gustoća naseljenosti: 135 stanovnika/km² (73 % stanovništva živi u gradovima).

Valuta: CZK (češka kruna).

POLITIČKO UREĐENJE

Češka je republika s parlamentarnim sustavom vlasti. 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 izravno biraju građani. Senat ima 81 člana koji su izabrani na općim izbornim izborima na šest godina, a svake dvije godine bira se jedna trećina senatora.

Izvršnu vlast ima vlada, za svoj rad odgovorna je 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 države 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 izabran Miloš Zeman održani su u siječnju 2013., dok su parlamentarni održani u listopadu 2013., a trenutni premijer je Bohuslav Sobotka.

Češka je članica Europske unije (EU), Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovačke organizacije (WTO).

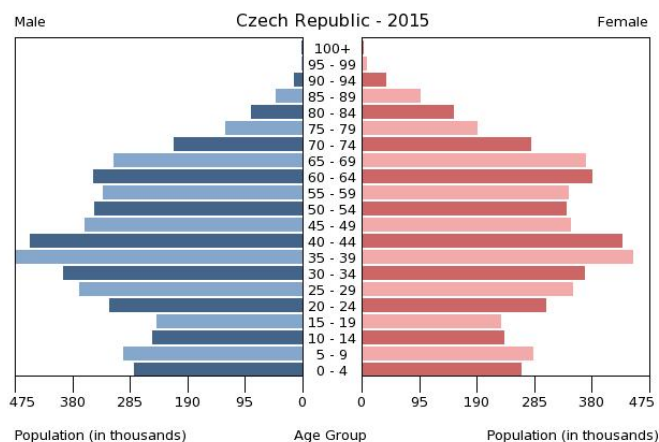
STANOVNIŠTVO

Etničke skupine: Česi 64,3 %, Moravci 5 %, Slovaci 1,4 %, ostali 1,8 %, neopredijeljeni 27,5 %.

Dobna struktura

0 – 14 godina – 15 % (819.864 muškaraca / 776.639 žena)
15 – 24 godine – 10,23 % (559.108 muškaraca / 529.598 žena)
25 – 54 godine – 43,7 % (2.387.303 muškaraca / 2.264.774 žena)
55 – 64 godine – 13,06 % (673.060 muškaraca / 717.296 žena)
65 i više godina – 18,01 % (791.823 muškaraca / 1.125.377 žena)

Očekivana životna dob: 78,48 godina (75,5 godina za muškarce; 81,62 godine za žene).



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Češka Republika ekonomski je vrlo značajna država te spada među najrazvijenije u Europi. Razdoblje njenog gospodarskog rasta počelo je ulaskom u Europsku uniju. U 2014. nastavljen je stabilan rast češkog gospodarstva, zasnovan na jakoj i izvozno orijentiranoj industrijskoj proizvodnji. Nezaposlenost se i dalje održava na razini ispod 7 %, što je najbolji doseg među tranzicijskim zemljama. Financijski sektor je stabilan, tako da je bez problema prebrodio devalvacijsku intervenciju Češke narodne banke uzrokovanu deflacijskim pritiscima. Ta intervencija se pokazala opravdanom u 2014. kada je pozitivno utjecala na stabilan rast izvoza. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga, iako je industrija tradicionalno vrlo snažna. Glav-

ne industrijske grane su: kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija.

Zahvaljujući stranim investicijama mijenja se i struktura industrije, proizvodnja se okreće zapadnoj Europi i razvijenim državama svijeta, što Češku izlaže vanjskim šokovima potražnje, pogotovo u sektoru autoindustrije koja ima veliki značaj za izvoz (najveći udjel u proizvodnji – Škoda Auto, zatim Hyundai i TPCA). Po broju proizvedenih automobila od 1,245 mil. godišnje, Češka je na 13. mjestu u svijetu, dok je po broju proizvedenih automobila na broj stanovnika na drugom mjestu. Automobilaska industrija obuhvaća 25 % ukupne industrijske proizvodnje te 7 % BDP-a.

Makroekonomski pokazatelji

	2013.	2014.	2015.*	2016.*	2017.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	150,97	157,75	166,64	174,04	182,04
BDP po stanovniku (eura)	14.155	14.799	15.606	16.278	17.006
Realni rast BDP-a (%)	- 0,5	2,0	3,2	2,8	2,6
Opseg izvozne robe (promjena u %)	0,608	9,291	6,498	6,570	5,164
Opseg uvozne robe (promjena u %)	0,543	9,905	7,477	7,423	5,637
Inflacija (%)	1,419	0,353	0,371	1,475	2,000
Nezaposlenost (%)	4,050	4,090	4,090	4,090	4,090
Prosječna godišnja neto plaća (euro)		8.711			

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (*) procjena

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Televizija

Državna televizija emitira na pet kanala ČT1, ČT2, 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 sedam kanala (TV Nova, Nova Cinema, Smichov, Telka, Nova Sport, Fanda i češko-slovačka verzija MTV). TV Prima emitira na pet kanala (Prima, Prima Cool, Prima Love, Prima Zoom i Prima Max). Najveću gledanost doseže TV Nova, slijedi državna Češka televizija te TV Prima, dok se ostalo odnosi na male lokalne televizije.

U *prime time* terminima emitiranja (19.00 – 23.00 sata) koja su odlučujuća za oglašavanje/reklame, kod ciljne skupine 15+, Nova Group ima udjel od 37,52 %, Češka televizija zauzima drugu poziciju s 28,73 %, dok je Prima Group na trećoj poziciji s 21,12 %.

Pored navedenih televizija postoje i lokalne te nekoliko kabelskih programa koji sa svojim programima i obujmom oglašavanja sve više konkuriraju privatnim i javnim TV postajama.

Gledanost TV postaja

ČT	115,21 %
ČT	24,36 %
ČT24	4,34 %
ČT Sport	4,37 %
ČT Dečko/art	1,59 %
TV Nova	23,24 %
Nova Cinema	4,39 %
Prima	14,04 %
Prima Cool	3,25 %
Prima Zoom	2,01 %
Prima Love	2,25 %
TV Barrandov	4,58 %
Ostale	16,37 %

Izvor: ATO – Asociace televizních organizací (Udruga televizijskih organizacija)

Radio

Postoje javne i privatne (60 vlasnika) radiopostaje. Državno-pravni Český rozhlas ima nekoliko postaja (Radiožurnál, Praha, Vltava, Čro6, ČRo Leonardo) te regionalne postaje. Radio Impuls jedna je od najpopularnijih radiopostaja.

Redoslijed pet najslušanijih radija (podaci za prvi kvartal 2015.)

1. Impuls	2.117.000 slušatelja
2. Evropa 2	1.809.000 slušatelja
3. Frekvence 1	1.672.000 slušatelja
4. ČRO-Radiožurnál	1.490.000 slušatelja
5. ČRO Dvojka	669.000 slušatelja

Izvor: Stenmark & Median

Tisak

Prema podacima Češkog statističkog ureda u Češkoj redovito izlazi 5.127 tiskanih naslova od čega 1.394 novinskih naslova: 109 dnevnika, 144 tjednika, 828 dvotjednika ili mjesečnika te 3.733 vrsta časopisa.

Najčitaniji dnevници

	Naklada
Blesk	303.045
Metro	308.000
Deník	178.372
MF Dnes	198.578
Právo	142.533
Aha!	91.094
Sport	49.833
Lidové noviny	46.929
E 15	54.973
Hospodářské noviny	38.529

Najčitaniji tjednici

	Naklada
Blesk pro ženy	146.217
TV Magazín	134.443
Chvilka pro tebe	70.318
Reflex	59.720
Rytmus života	137.676
Pestrý světa	129.123
Sedmička	147.235
Nedělní blesk	147.191
Čas pro hvězdy	120.105

	Naklada
Nedělní aha!	54.820
Tina	59.810
Týdeník televize	78.512

Najčitaniji dvotjednici

	Naklada
ABC	40.238
Epocha	50.525
Napsáno životem	35.569
TV Expres	113.606
TV Max	385.112
TV Mini	237.361
TV Plus 14	53.405
TV Revue	84.732
TV Star	111.226
Žena a život	45.516

Najčitaniji mjesečnici

	Naklada
21. století	28.274
Apetit	48.422
Cosmopolitan	22.174
Dieta	21.678
Elle	40.371
Enigma	36.188
F.O.O.D.	27.069
Glanc	43.601
Harpers Bazar	20.660
History Revue	38.128
Chatař a chalupář	23.917
Joy	24.987
Marianne	60.994
Marianne bydlení	21.598
Maxim	26.789

	Naklada
Moje zdraví	56.753
Readers Digest	33.900
Svět ženy	67.615

Stručni tisak – turizam

	Naklada
COT Business	6.500
TTG	8.100
Koktejl	12 343
National Geographic	20 823
Yachting revue	9.000
Travel Digest	15.000
Buddy potápění	12.000
Lidé a země	17 123
Caravan	12.000
Camping, cars & caravans	10.000
Cykloturistika	14.500

Izvor podataka za tiskane medije: ABC ČR – Ured za uvjeru naklada tiskovina

Najposjećeniji internetski portali

	Broj st- varnih korisnika	Broj pre- gleda stranica	Pos- jećenost stranica
Seznam.cz	3.183.280	111.268.928	12.193.646
Novinky.cz	1.495.232	11.061.843	3.776.914
Super.cz	1.060.661	6.698.381	2.393.750
Idnes.cz	969.909	25.828.427	2.213.468
Centrum.cz	459.291	10.972.430	1.306.801
Blesk.cz	360.831	5.646.739	709.882
Heureka.cz	387.847	4.535.218	621.143
Ceskatele vize.cz	307.691	2.294.132	896.575
Nova.cz	302.256	3.263.495	561.171

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

2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2014. otputovali na odmor

U 2014. građani Češke ostvarili su 31.442.000 putovanja, od čega u svrhu odmora 17.850.000.

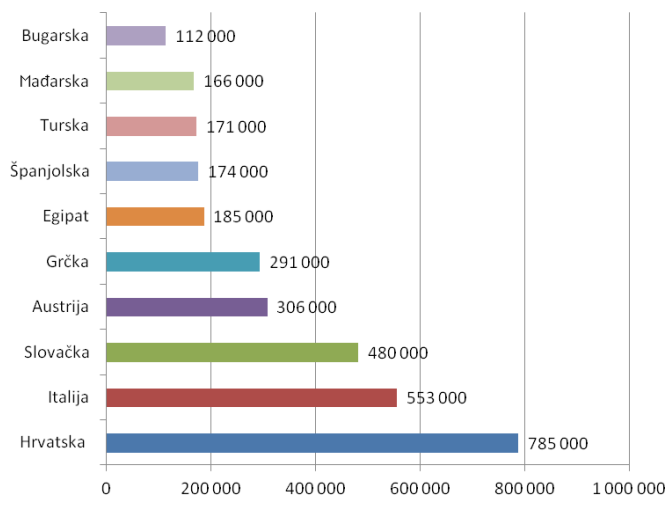
Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo

U inozemstvu je u svrhu rekreacije u 2014. ostvareno 4.287.000 putovanja (3.509.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 778.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 13.563.000 putovanja (5.063.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 8.500.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja – inozemstvo iznosi 75,9 % naspram 24,1 %.

Istraživanje o kraćim putovanjima (jedno do tri noćenja) pokazuje da su kraća putovanja imala za cilj okolne zemlje, poput Slovačke, Njemačke i Austrije i u odnosu na 2013. došlo je do povećanja za 6 %, dok je u kraćim putovanjima po Češkoj došlo do rasta za 8 %.

Redoslijed omiljenih destinacija koje su u 2014. posjetili turisti iz Češke (statistika o odlascima u inozemstvo – putovanja s četiri i više noćenja)

	Država	Odlasci	Udjel u inozemnim putovanjima (%)	Rast/pad (%)
1.	Hrvatska	785.000	19,30	- 2,0
2.	Italija	553.000	13,60	5,1
3.	Slovačka	480.000	11,80	- 3,5
4.	Austrija	306.000	7,50	- 10,0
5.	Grčka	291.000	7,10	- 15,0
6.	Egipat	185.000	4,50	51,0
7.	Španjolska	174.000	4,30	- 6,0
8.	Turska	171.000	4,20	- 39,0
9.	Mađarska	166.000	4,00	84,0
10.	Bugarska	112.000	2,70	- 2,5



Najpopularnije destinacije za Čehe tradicionalno su Hrvatska, Italija i Slovačka, dok kod avio-aranžmana u prodaji prednjače Grčka, Egipat i Bugarska. U 2014. povećanje odlazaka bilježi se u Italiju, Egipat i Mađarsku, dok su na omiljenosti najviše izgubile Turska (- 39 %), Njemačka i Grčka. Velik broj Čeha proveo je godišnji odmor u svojoj zemlji te se bilježi povećanje putovanja u zemlji za 4,5 %, dok je broj inozemnih putovanja smanjen za 4 %. U Češkoj postoji trend kratkih putovanja po europskim gradovima (tzv. euro vikendi), a najtraženije destinacije su London, Rim, Pariz, Beč, Milano, Istanbul i Venecija.

Omjer organizirani / individualni promet

Uslugu organizatora putovanja za godišnji odmor u inozemstvu u 2014. koristilo je dva milijuna putnika, što je nešto manje nego u 2013. Od toga je 14 % kupilo samo jednu uslugu (smještaj ili prijevoz), dok je 86 % kupilo kompletan aranžman.

Značajna je razlika između Češke i europskog prosjeka u omjeru korištenja usluga putničkih agencija i individualnog prometa. Dok je u Češkoj kod dužih putovanja u inozemstvo udjel organiziranih čeških turista činio 50,2 %, ukupan europski prosjek je samo 20 %. Postoje velike razlike u omjeru organizirano/individualno i to prema destinacijama u koje putuju. Tako npr. u Egipat, Tursku i Grčku skoro sva putovanja idu preko organizatora putovanja, dok u Slovačku, Austriju i Hrvatsku putuju u velikom postotku individualno.

Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja/gostiju

Prednosti Hrvatske su očuvanost prirode, bogata kulturna baština te svakako odnos čeških turista prema Hrvatskoj kao prema tradicionalno omiljenoj destinaciji, odnosno percepcija hrvatskog Jadrana kao „češkog mora“ te olakšana jezična komunikacija. S obzirom da Česi u najvećem broju u Hrvatsku putuju automobilom, kao velika prednost pokazuje se dobra mreža autocesta prema moru te sve bolja i brža povezanost Jadrana s ostalim dijelom Europe.

Nedostaci su još uvijek u mjestimičnoj percepciji čeških turista kao gostiju drugog reda, odnosno u razlikama u poslovnoj politici prema češkim organizatorima putovanja (kako navode partneri), koja je različita u odnosu na njemačke i druge organizatore putovanja sa „zapada“. Organizatori putovanja kao nedostatak ističu i relativno malu podršku hrvatskih partnera u promoviranju aranžmana sa svrhom produljenja sezone. Također, profiliranje Hrvatske u sve kvalitetniju turističku destinaciju znači i veće cijene, koje ovo tržište ne može lako prihvatiti, pogotovo kada su cijene u određenim konkurentskim zemljama puno povoljnije. Povećanjem kategorija hotela Česi gube kapacitete, budući da najviše traže hotele s tri zvjezdice. Obitelji s djecom žale se na nedostatak ponude za djecu u destinacijama (nedostatak dječjih igrališta, vodenih atrakcija, programa...). Zaustavljanje gradnje autoceste prema Dubrovniku mnogi vide kao razlog smanjenja interesa za najjužnijom regijom Hrvatske.

Za Slovačku, drugu po redu omiljenu destinaciju za Čehe, ključni nedostatak leži u činjenici što nema more. Međutim, blizina, odlično poznavanje zemlje, poznavanje jezika, bogata ponuda vodenih parkova i toplica, glavne su prednosti zbog kojih tamo putuju.

Italija je konstantno omiljena destinacija, koja osim mora i sunca u ljetnom razdoblju nudi i mnoštvo kulturne baštine, tako da je tražena i kao destinacija za ture tijekom cijele godine. Imaju dobru ponudu za obitelji s djecom (npr. *aqua* parkove i dr.). Treba naglasiti i da veliki broj Čeha putuje u Italiju i u zimskim mjesecima, zbog dobre ponude skijanja po nižim cijenama nego u Češkoj. Kao nedostatke možemo istaknuti jezičnu barijeru i pretrpane plaže te u nekim slučajevima udaljenost, ukoliko se na jug Italije ide automobilom.

Grčka, unatoč nestabilnosti gospodarstva i čestim štrajkovima, drži visoko mjesto kod Čeha. Razlog je duže razdoblje stabilnog vremena u ljetnim mjesecima, bogata kulturna baština, niže cijene u restoranima i hotelima te za neke usluge (npr. *rent-a-car*) nego u Hrvatskoj, gostoljubivost domaćina, cijena odgovara kvaliteti ponude. Kao nedostatak možemo istaknuti udaljenost destinacije pa se zbog toga u Grčku uglavnom putuje samo avioprijevozom, međutim cijene avioprijevoza vrlo su povoljne, a samim time i ukupna cijena aranžmana. U 2014. situacija u Grčkoj se stabilizirala te su Česi opet masovno osvajali to tržište.

Prednosti Austrije su blizina destinacije, dobra ponuda skijališta po prihvatljivim cijenama i dobra mreža biciklističkih staza. Austrija je za Čehe cjelogodišnja destinacija za kraće boravke.

Egipat i Tunis imaju povoljne cijene aranžmana (smještaj i avioprijevoz). Radi se o destinacijama u koje se putuje cijelu godinu zbog garancije lijepog vremena i toplog mora, kao i gostoljubivosti domaćina. Kao nedostatak može se istaknuti nedovoljna čistoća i posljednjih nekoliko godina nesigurnost, odnosno teroristički napadi u ljetovalištima, političke promjene i nemiri u destinaciji.

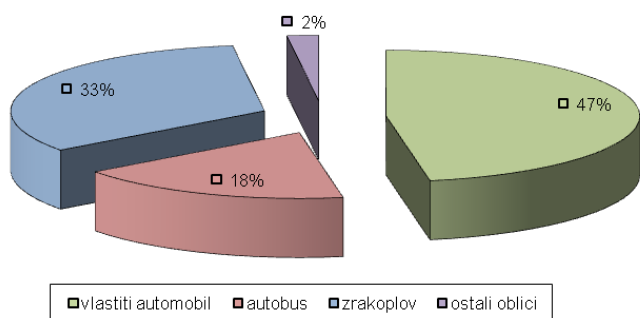
Turska je zadnjih nekoliko godina doživjela *boom* na češkom tržištu. Avio-aranžmani s *all inclusive* ponudom nudili su se po vrlo povoljnim cijenama. Usluge su na vrlo visokoj razini te odnos domaćina prema gostima i bogata ponuda kulturnih spomenika, raznolika gastro ponuda samo su neke od prednosti koji privlače Čehe. Međutim, povrh svih nabrojanih prednosti, u 2014. doživjela je pad broja odlazaka za skoro 40 %.

Bugarska privlači Čehe cijenom. U usporedbi s ostalim destinacijama nudi jeftinije restorane, prihvatljive cijene u trgovinama, povoljne cijene ulaznica u *aqua* parkove. Prednost je i kraće putovanje nego u Grčku ili Tursku, što je kod obitelji s djecom velika prednost.

Koju vrstu transporta su Česi preferirali prilikom odlaska na odmor u 2014.

Češki turisti najčešće su putovali u inozemstvo:

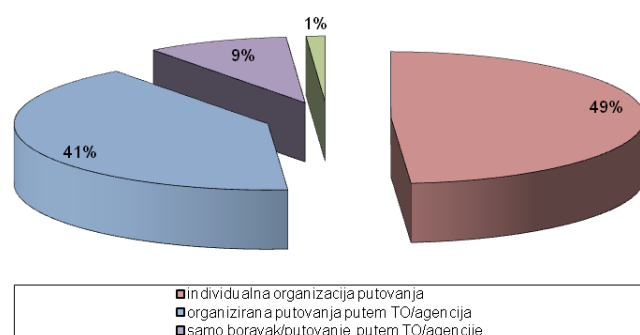
— autobusom	17,5 %
— vlastitim automobilom	47,0 %
— zrakoplovom	33,0 %
— vlakom, itd.	< 2,0 %



Koji način organiziranja odmora/bukiranja u 2014. su Česi preferirali prilikom odlaska na odmor

Česi su najčešće za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo koristili:

- | | |
|--|--------|
| – individualna organizacija putovanja | 48,7 % |
| – organizirano putovanje preko organizatora putovanja / agencija | 40,6 % |
| – samo boravak ili putovanje preko organizatora putovanja / agencija | 9,5 % |
| – ostali oblici | 1,2 % |



Preferencije čeških turista s obzirom na vrstu smještaja

Češki turisti na svojim putovanjima u inozemstvo (s četiri i više noćenja) koriste:

- | | |
|------------------------------------|--------|
| – hotele i slične vrste smještaja | 58,7 % |
| – ostale vrste skupnog smještaja | 8,9 % |
| – smještaj kod rodbine i poznanika | 13,9 % |
| – ostale oblike smještaja | 16,5 % |

Razrada češkog tržišta s obzirom na motive putovanja

Prema motivu putovanja Česi u inozemstvo najčešće putuju:

- putovanja s četiri i više noćenja:

– rekreacija, odmor i slobodno vrijeme	86,3 %
– posjet rodbini, poznanicima	11,7 %
– ostali privatni razlozi	2,0 %

- putovanja s jednim do tri noćenja

– rekreacija, odmor i slobodno vrijeme	65,8 %
– posjet rodbini, poznanicima	31,1 %
– ostali privatni razlozi	3,1 %

Glavna sezona za putovanje nesumnjivo je ljeto, naročito srpanj kada je realizirano 15 % svih putovanja. Broj dana na odmoru se skraćuje pa je tako bilo i manje putovanja na duži godišnji odmor (8 – 14 dana) za 17 % u odnosu na 2013., a prosječan broj noćenja je 8,2 dana. Česi postaju sve zahtjevniji turisti te traže bolji smještaj. U posljednje vrijeme odabiru nekoliko kraćih odmora i nisu više zadovoljni samo ležanjem na plaži. Tipičan češki odmor sada na prvom mjestu znači prirodu i aktivnost. Obitelji od godišnjeg odmora očekuju doživljaj te putuju na kraće putovanje kako bi imali vremena i novaca otputovati na još jedan odmor.

Prosječan budžet/potrošnja po putovanju

Prema Češkom zavodu za statistiku, u 2014. prosječni troškovi za jedan dan putovanja u inozemstvo iznosili su 1.448 čeških kuna.

Prema istraživanju banke ING, češka kućanstva potrošila su na putovanje prosječno 16.000 kuna (577 eura). Putovanje po Češkoj koštalo je oko 9.000 kuna (325 eura), u Europi 19.000 kuna (685 eura), a izvan Europe 37.500 kuna (1.352 eura). Prosječna cijena aranžmana organizatora putovanja bila je 13.000 kuna (468 eura).

Čimbenici koji su obilježili češko turističko tržište u 2014.

- Intervencija Češke narodne banke na češku krunu krajem 2013. negativno je utjecala na putovanja čeških turista u inozemstvo u 2014. jer je došlo do povećanja cijena inozemnih aranžmana za otprilike 7 %, što je za posljedicu imalo povećanje putovanja unutar države.
- Restrukturiranje nacionalnog avioprijevoznika Czech Airlines (ČSA) uzrokovalo je ukidanje letova u mnoge destinacije, pogotovo u ljetne destinacije Sredozemlja. Na tržištu jača utjecaj aviokompanije Travel Service, koja uspostavlja letove ne samo za putničke agencije (čarter) već i za javnost pa se otvaraju veće mogućnosti organizirati putovanje individualno, bez asistencije organizatora putovanja.

- Novi Građanski zakon donosi puno promjena u odnosu između klijenta i organizatora putovanja, gdje zakon daje veća prava građanima tražiti odštetu za „pokvareni doživljaj s godišnjeg odmora“. Broj reklamacija povećao se za 5 %.
- Situacija u „rizičnim“ destinacijama poput Egipta i Tunisa bila je relativno mirna te nije bilo problema na putovanjima u te zemlje. Postojao je strah zbog situacije u Siriji i Iraku, međutim kako se kasnije pokazalo u 2014. nije se dogodilo ništa dramatično.
- Turisti sve više preferiraju aktivni oblik odmora, parovi biraju kvalitetnije hotele sa sportskom ponudom, obitelji s djecom biraju hotele s *aqua* parkovima i dječjim klubovima s animatorima, a umirovljenici traže ponudu toplica i *wellness*.
- Porast putovanja unutar Češke, na što je utjecala veća ponuda posjeta kulturnim znamenitostima obogaćene *eventima* (nude doživljaj), aktivnosti vezane za proslave obljetnica različitih događanja, razgledavanja inače nepristupačnih mjesta ili spomenika.
- Odlična prodaja zimske sezone, od stranih destinacija prednjače Italija i Austrija.
- Uspješna prodaja aranžmana u proljeće, zimu i jesen za egzotične zemlje poput Dominikanske Republike, Ujedinjenih Arapskih Emirata, Kube i Meksika.
- Češki organizatori putovanja bilježe odličnu prodaju *first minute* aranžmana, gdje se u nekim destinacijama prodaja povećala i za 30 %.

Globalni pregled organizatora putovanja u Češkoj

U Češkoj je registrirano 1.018 organizatora putovanja te nekoliko tisuća agencija (nema točne evidencije).

Najjači organizatori putovanja (po prihodima)

- Exim
- Čedok
- Fischer Group
- Blue Style
- Firo Tour
- Alexandria
- Eso Travel

Najznačajniji organizatori putovanja, koji u svojim programima nude Hrvatsku

Vítkovice Tours	www.ckvt.cz
CK Victoria	www.victoria-ck.cz
CK 101 Zemek	www.101ckzemek.cz
Mediterran Travel	www.mediterran.cz
Čedok	www.cedok.cz
Relax Adriatic	www.relaxadriatic.cz
CK Kellner	www.kellnerck.cz
Firo-tour	www.firo.cz
Goldencity Tour	www.goldencitytour.cz
Kompas	www.kompas.cz
Nev Dama	www.nev-dama.cz
Tipatour	www.tipatour.cz
Alexandria	www.alexandria.cz
Valaška	www.ckvalaska.cz
CK Dezka	www.dezka.cz
Kontakt Moravia	www.kontakt-moravia.cz
CK Fischer	www.fischer.cz
Globtour	www.ckglobtour.cz

Najznačajnije online agencije (prodaju aranžmane drugih)

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 Čedok, Firo-tour, Alexandria, Vítkovice tours, Kompas i CK Victoria.

Više od 150 organizatora putovanja nudi Hrvatsku, od čega 30-ak ima 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 198 članica iz redova organizatora putovanja od kojih 58 u svojim programima imaju Hrvatsku te 81 pridruženog člana (nacionalni turistički uredi te ostali subjekti iz turizma).
2. Udruga čeških organizatora putovanja i agencija – AČCKA (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Ima 240 članova od kojih 37 u svojim programima imaju Hrvatsku.

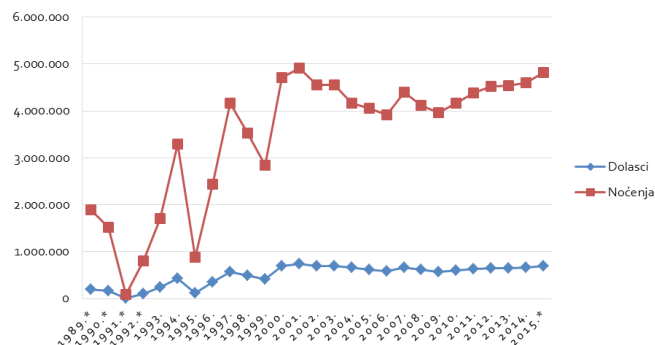
Određeni broj organizatora putovanja u Češkoj nisu članovi niti jedne od asocijacija.

UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2015.

	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1990.=100	apsol.	indeks	1990.=100
1989.*	192.680		100	1.893.043		
1990.*	171.349	89	89	1.524.570	81	81
1991.*	12.322	7	6	82.493	5	5
1992.*	107.755	874	56	806.176	977	977
1993.	238.252	221	124	1.711.914	212	212
1994.	435.168	183	226	3.301.374	193	193
1995.	119.104	27	62	889.496	27	27
1996.	346.000	291	180	2.432.000	273	273
1997.	579.061	167	301	4.166.446	171	171
1998.	498.538	86	259	3.527.934	85	85
1999.	415.295	83	216	2.844.657	81	81
2000.	697.521	168	362	4.713.186	166	166
2001.	742.485	106	385	4.921.354	104	104
2002.	697.902	94	362	4.560.486	93	93
2003.	699.473	100	363	4.554.400	100	100
2004.	663.794	95	345	4.172.787	92	92
2005.	615.535	93	319	4.051.780	97	97
2006.	593.276	96	308	3.921.345	97	97
2007.	669.132	113	347	4.394.711	112	112
2008.	622.620	93	323	4.122.460	94	94
2009.	578.517	93	300	3.961.828	96	96
2010.	605.732	105	314	4.170.084	105	105
2011.	638.035	105	331	4.388.696	105	105
2012.	647.211	101	336	4.519.489	103	103
2013.	652.154	101	338	4.539.066	100	100
2014.	661.486	101	343	4.600.001	101	101
2015.*	696.378	105	361	4.816.569	105	105

Izvor: DZS

Dolasci i noćenja čeških turista u razdoblju 1990. - 2015.*



Omjer organiziranih i individualnih dolazaka čeških turista u Hrvatskoj

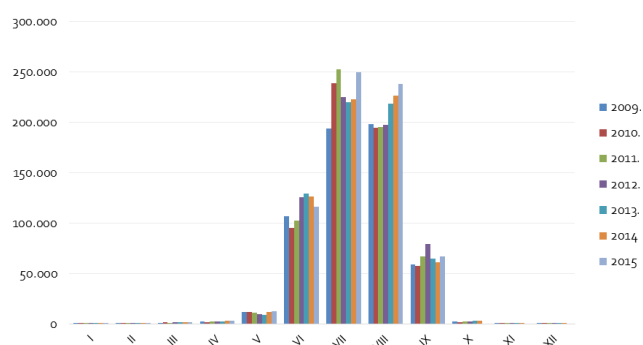
Procjenjuje se da oko 70 % turista iz Češke u Hrvatsku dolazi individualno, a oko 30 % organizirano.

Zastupljenost Hrvatske u katalozima organizatora putovanja

Organizatora putovanja tzv. „specijalista“ za Hrvatsku ima desetak – od većih koji svojom ponudom pokrivaju cijelu Hrvatsku do onih manjih koji nude samo nekoliko destinacija. U katalozima najvećih lidera na tržištu (Čedok, Firo-tour, Alexandria) Hrvatska je zastupljena najviše do 20 %. U katalozima dva najveća organizatora putovanja za Hrvatsku – Vítkovice Tours i Victoria Hrvatska zastupljena je s više od 80 %. Niz malih i srednjih organizatora putovanja nude isključivo Hrvatsku, kao npr. CK 101 Zemek i Mediteran Travel, a nude cijelu obalu i otoke te programe u tranzitnim područjima kontinenta.

Najznačajniji organizatori putovanja koji u svojim katalozima imaju Hrvatsku su: Mediteran Travel, Vítkovice Tours, Energotour, Relax Adriatic, Goldencity Tour, CK 101 Zemek, Firo Tour, Kompas, Globtour, Dalmacijatur, Alexandria, Forline, ČD Travel, CK Fede, CK Bena Tour, CK Novalja, CK Campana, Nev Dama, Aquarius Adriatic, CK Victoria, CK Boš, Kontakt Moravia, CK Kellner, CK Mplus Travel, CK Valaška, CK Dezka, Tipatour, Nykar, Adria Databanka, Autotourist, Bus Tour Foltýnova, Daen, Croatia Travel, Geotour, Novasol, CK Fischer, CK B&K Tour, CK České Kormidlo, CK Saturn, CK Quicktour, CK Bonton...

Dolasci i noćenja čeških turista po mjesecima, razdoblje 1990. - 2015.*



Novosti s gledišta uvrštenosti Hrvatske u programe organiziranih putovanja u 2014. u odnosu na 2013.

Posebni novosti nema, Hrvatska je konstantno zastupljena u velikom broju kataloga, neki organizatori putovanja smanjuju kapacitete, nekih ih povećavaju. Zbog nedostatka ponude hotela s tri zvjezdice, u katalozima se sve više pojavljuju hoteli s četiri zvjezdice, koji se zbog visokih cijena, nažalost, ne prodaju tako dobro. Manji je i broj kuća s apartmanima jer vlasnici nakon odrađene dvije godine s agencijom, pokušavaju sami puniti objekte. Hrvatska se sve više nudi s auto-aranžmanima, iako je još uvijek dovoljna ponuda autobusnog prijevoza. Raste i prodaja aranžmana s avio-prijevozom jer su uspostavljeni čarteri za Hrvatsku, odnosno za Split i Dubrovnik.

Opseg prometa po praćenom organizatoru putovanja

S obzirom da organizatori putovanja nerado objavljuju rezultate prodaje ili se ne slažu s objavljivanjem podataka, možemo prikazati samo one koji imaju:

- više od 10.000 putnika prema Hrvatskoj
 - Mediteran travel
 - CK Victoria
 - Vítkovice tours
 - 101 Zemek
- 5.000 – 10.000 putnika prema Hrvatskoj
 - Alexandria
 - Čedok
 - Firo-tour
 - Golden City tour
 - Kompas
 - Nev-dama
 - Relax Adriatic
 - CK Valaška

Prednosti i nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

Prednosti

Očuvana priroda, čisto more (koje Česi često nazivaju „češko more ili češki Jadran“), dobra dostupnost, gostoljubivost domaćina, bogata kulturna baština, bliskost jezika te lakoća komunikacije, raznolika ponuda (sportski sadržaji), odlična gastronomija.

Nedostaci

Previsoke cijene hotelskog smještaja u usporedbi s konkurentskim zemljama (Grčka, Egipat, Bugarska i Turska), nedovoljna ponuda hotelskog smještaja s 3* jer dolazi do prelaska na 4*, nejednaka poslovna politika hotelijera prema agencijama iz Češke u odnosu na one „sa zapada“ (drugi cjenici, drugi uvjeti plaćanja, stop buking, akontacije, garancijske, odnosno alotmanske cijene...). Organizatori putovanja koji se specijaliziraju za aktivan odmor, upozoravaju na nedovoljno označavanje pješačkih i biciklističkih staza, pogotovo po otocima. Veliki problem predstavljaju i visoke cijene u restoranima, što mnoge goste navodi na putovanje u konkurentске destinacije. Pritužbe su na neadekvatno formiranje cijena pa tijekom godine nekoliko puta dolazi do njihove izmjene.

Način transporta korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

Češki turisti najviše putuju osobnim automobilom, zatim autobusom, a na posljednjem mjestu je avioprijevoz, iako u zadnje dvije godine njegov značaj raste.

Zrakoplovni čarteri

Jedini avioprijevoznik Travel Service uspostavio je za ovu godinu redovne sezonske linije koje koriste i neki organizatori putovanja kao čartere (Vítkovice tours, Čedok, Firotour).

Prag – Split – Prag

- svaki dan u tjednu od 29. svibnja do 5. listopada
- tri puta tjedno od 2. do 28. svibnja i od 6. do 20. listopada
- subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao čarter (Čedok, Firotour, Vítkovice tours)

Ostrava – Split – Ostrava

- srijedom od 12. lipnja do 4. rujna
- Vítkovice tours koristi čarter

Prag – Dubrovnik – Prag

- tri puta tjedno od 30. svibnja do 30. rujna

Prag – Pula – Prag

- četiri puta tjedno od 2. lipnja do 1. listopada

Zbog malog interesa linija iz Praga za Pulu kasnije je ukinuta.

Autobuseri

- Organizatori putovanja koji imaju vlastite autobuse i prodaju autobusne aranžmane (CK Victoria, Vítkovice tours, CK Valaška, CK Saturn, CK Češke kormidlo) sa svojom ponudom pokrivali su cijelu hrvatsku obalu.
- Cijelu godinu vozila je redovna linija na relaciji Prag – Brno – Zagreb (svakog petka).
- Od kraja svibnja do kraja rujna vozila je autobusna linija Jadran Express na relaciji Prag – Gradac.
- Većina čeških organizatora putovanja nudi autobusne aranžmane do svih odredišta na obali, međutim ne radi se o vlastitim autobusima već zakupu mjesta kod autobusnih prijevoznika.
- Desetak organizatora putovanja nudi proljetne i jesenske ture po Hrvatskoj uglavnom na temu nacionalnih parkova.

Prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta individualnog češkog gosta

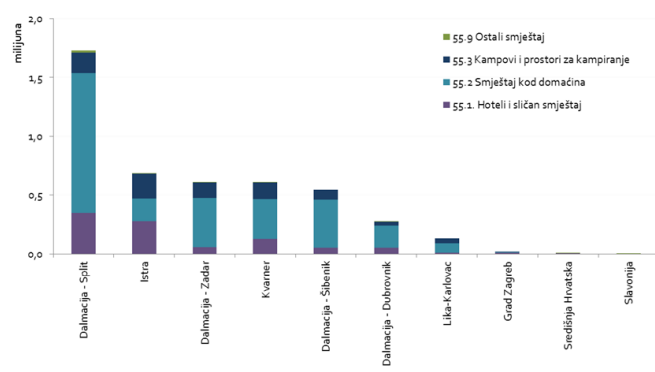
Najveće prednosti Hrvatske kao odredišne destinacije čeških turista prirodne su ljepote i zemljopisna blizina, odnosno brza i laka dostupnost svim prijevoznim sredstvima. Također čistoća i urednost mjesta, gostoljubivost, bogata gastronomska i enološka ponuda te „vrijednost za uloženi novac“. Osjećaj sigurnosti je vrlo važan, kao i ekološka očuvanost.

Glavni nedostaci su visoke cijene u restoranima i jednolična ugostiteljska ponuda. Zbog viših cijena nije prihvatljiva ni *shopping* ponuda. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištim. Najveći nedostaci su način na koji se percipira češkog gosta u odnosu na druge goste. Obitelji s djecom bi rado u Hrvatskoj posjetili *aqua* parkove i slične atrakcije, čiji je broj nedostatan.

Vrsta smještaja koju su Česi koristili u Hrvatskoj

Češki turisti u Hrvatskoj najviše koriste smještaj kod domaćina i apartmane, zatim hotelski smještaj (paket-aranžmani) te kampove. Zbog visokih cijena smještaja u hotelima s 4* i 5*, sve više ih se okreće drugim destinacijama, gdje za isti novac dobiju više.

Noćenja čeških turista prema vrstama smještaja i klasterima - 2014.



Koje dodatne sadržaje/aktivnosti u Hrvatskoj češki gosti najčešće konzumiraju

S obzirom da su Česi vrlo aktivan narod, osim sunca i mora vole kretanje te koriste sve oblike aktivnog turizma. Omiljene su im biciklističke ture, ronjenje i jedrenje. Od dodatnih sadržaja, Česi su veliki „potrošači“ izleta, sportskih aktivnosti te razgledavanja kulturnih znamenitosti.

2015. GODINA

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Procjena ukupnih odlazaka Čeha na godišnji odmor u inozemstvo

Procjenjuje se da će u 2015. oko 4,3 milijuna ljudi s češkog tržišta otputovati u inozemstvo.

Redoslijed omiljenih destinacija za sezonu 2015. – procjena

Najomiljenije destinacije i u 2015. bit će Hrvatska, Slovačka, Italija, Grčka, Turska, Španjolska i Bugarska.

Razlozi (eventualne) promjene u redoslijedu omiljenih destinacija

Ne vjerujemo da će doći do promjene za prve tri destinacije koje obuhvaćaju oko 50 % odlazaka u inozemstvo. Kod ostalih destinacija može doći do promjena u redoslijedu ovisno o posebnim ponudama koje se pojavljuju na tržištu ili zbog sigurnosne situacije u svijetu.

Ukupan pregled organizatora putovanja iz Češke (grupacije, tržišni lideri, specijalisti) – promjene u odnosu na 2014.

U odnosu na prethodnu godinu nije došlo do značajnijih promjena. Organizatori putovanja, koji u svojim programima imaju Hrvatsku, nastavljaju sa svojom ponudom. Može se reći da je češko tržište dosta stabilno u vezi ponuda organizatora putovanja. Posljednjih godina bankrotirao je jedan do četiri organizatora putovanja godišnje.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2015.

Aktualni imidž Hrvatske na češkom tržištu

Još uvijek je Hrvatska na češkom tržištu omiljena i najvažnija destinacija. Prodaja *first minute* aranžmana na početku godine nagovještavala je dobru prodaju Hrvatske. U prilog Hrvatskoj ide blizina mora (najbliže more za odmor) te nepovoljna sigurnosna ili politička situacija u nekim zemljama (Grčka, Egipat, Tunis).

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka u Hrvatsku s češkog tržišta

Hrvatsku će u 2015. posjetiti oko 720.000 čeških gostiju.

Omjer organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku s češkog tržišta

Omjer između organiziranih i individualnih gostiju u 2015. bit će 65 % naspram 35 %.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja nije se mnogo promijenila u odnosu na prošlu godinu. Zbog predviđanja bolje prodaje kod čeških organizatora putovanja došlo je do blagog povećanja zakupa kapaciteta u već postojećim destinacijama.

Prognoze rezultata organizatora putovanja

Organizatori putovanja predviđaju istu prodaju kao prošle godine s blagim povećanjem u nekim regijama, pogotovo ukoliko u prilog budu išle dobre vremenske prilike koje bi mogle produžiti sezonu u rujnu. Vjerojatno će biti i organizatora putovanja koji će bilježiti minuse kao rezultat lošijeg kalkuliranja cijena.

Zrakoplovni čarteri

Jedini avioprijevoznik Travel Service opet uspostavlja redovne sezonske linije koje koriste i neki organizatori putovanja kao čartere (Vítkovice tours, Čedok, Firotour). Za 2015. uspostavljeni su sljedeći letovi:

Prag – Split – Prag

- svaki dan u tjednu od 15. svibnja do 4. listopada
- tri puta tjedno od 29. travnja do 13. svibnja
- subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao čarter (Čedok, Firotour, Vítkovice tours).

Prag – Dubrovnik – Prag

- svaki dan u tjednu od 1. lipnja do 30. rujna
- tri puta tjedno od 1. do 31. svibnja
- subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao čarter (Čedok, Vítkovice tours).

Autobuseri

Očekujemo da će autobusni prijevoz koji organiziraju organizatori putovanja biti na istoj razini kao i prošle godine. Njega konstantno koriste osobe starije dobi te oni koji koriste hotelski smještaj.

U 2015. ljetnu autobusnu liniju po prvi put uvodi Vega tour, autobusni prijevoznik u Češkoj prepoznatljiv po luk-suznim autobusima.

Autobusni prijevoznici koji u sezoni redovito voze za Hrvatsku: Autokarem, Jadran Expres, Gumdrop i CZ AD Praha.

Ostaje i cjelogodišnja linija Prag – Zagreb – Prag Eurolinesa, s tim da od lipnja do kraja listopada vozi srijedom i petkom.

Individualni promet

Promet vlastitim automobilom prema Hrvatskoj je u porastu zbog blizine destinacije i odlične mreže autocesta, a za obitelji je financijski najisplativiji.

2016. GODINA

TURISTIČKA SEZONA 2016. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta

Gospodarska stabilnost Češke te odlične naznake razvoja za iduću godinu daju nam mogućnost predvidjeti nastavak dobrog interesa za putovanjima. Međutim, ono što može negativno utjecati na pozitivan trend putovanja je sve više nesigurna situacija u Europi i svijetu (teroristički napadi) te migracijski val koji ide Europom.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija uz usporedbu s očekivanjima

Hrvatska, Italija i Slovačka su destinacije u koje putuje 50 % Čeha. Te će destinacije i u 2016. ostati najvažnije.

Prognoze organizatora putovanja

Zbog nepredvidljive političke i sigurnosne situacije u zemljama sjeverne Afrike (Egipat, Tunis) te zbog izbjeglica u Grčkoj i Turskoj, mnogi organizatori putovanja smanjuju kapacitete u tim zemljama, s tim da neki proširuju ponudu Grčke na otocima koji nisu zahvaćeni dolaskom izbjeglica.

TURISTIČKA SEZONA 2016. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja

Poboljšavanje ekonomske i financijske situacije u Češkoj povećat će i potražnju ne samo za avio-destinacijama već i za destinacijama individualaca. Hrvatska kao najvažnija destinacija individualaca s češkog tržišta mogla bi bilježiti povećanje dolazaka i noćenja i do 760.000 gostiju, ukoliko se sadašnja situacija s izbjeglicama smiri.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska kao najvažnija destinacija na češkom tržištu vrlo je dobro zastupljena u programima organizatora putovanja. Predviđamo da značajnijih promjena u nuđenju Hrvatske neće biti. Neki organizatori putovanja najavljuju uvođenje novih hotela u kataloge ili programe za otoke s hidroavionom iz Splita.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti

- Zadržavanje iste razine cijena s eventualnim povećanjima samo na razini inflacije.
- Nastavak rekonstrukcije i renoviranje hotela i turističkih naselja uz postojanje hotela s 3*.
- Povećanje promidžbe na češkom tržištu posebno putem sredstava udruženog oglašavanja.
- Odobranje većih kapaciteta za smještaj češkim organizatorima putovanja.
- Nezaustavljane bukinga, posebno u glavnoj sezoni.
- Poboljšanje ponude *aqua* parkova, animacije za djecu u hotelima i turističkim naseljima.