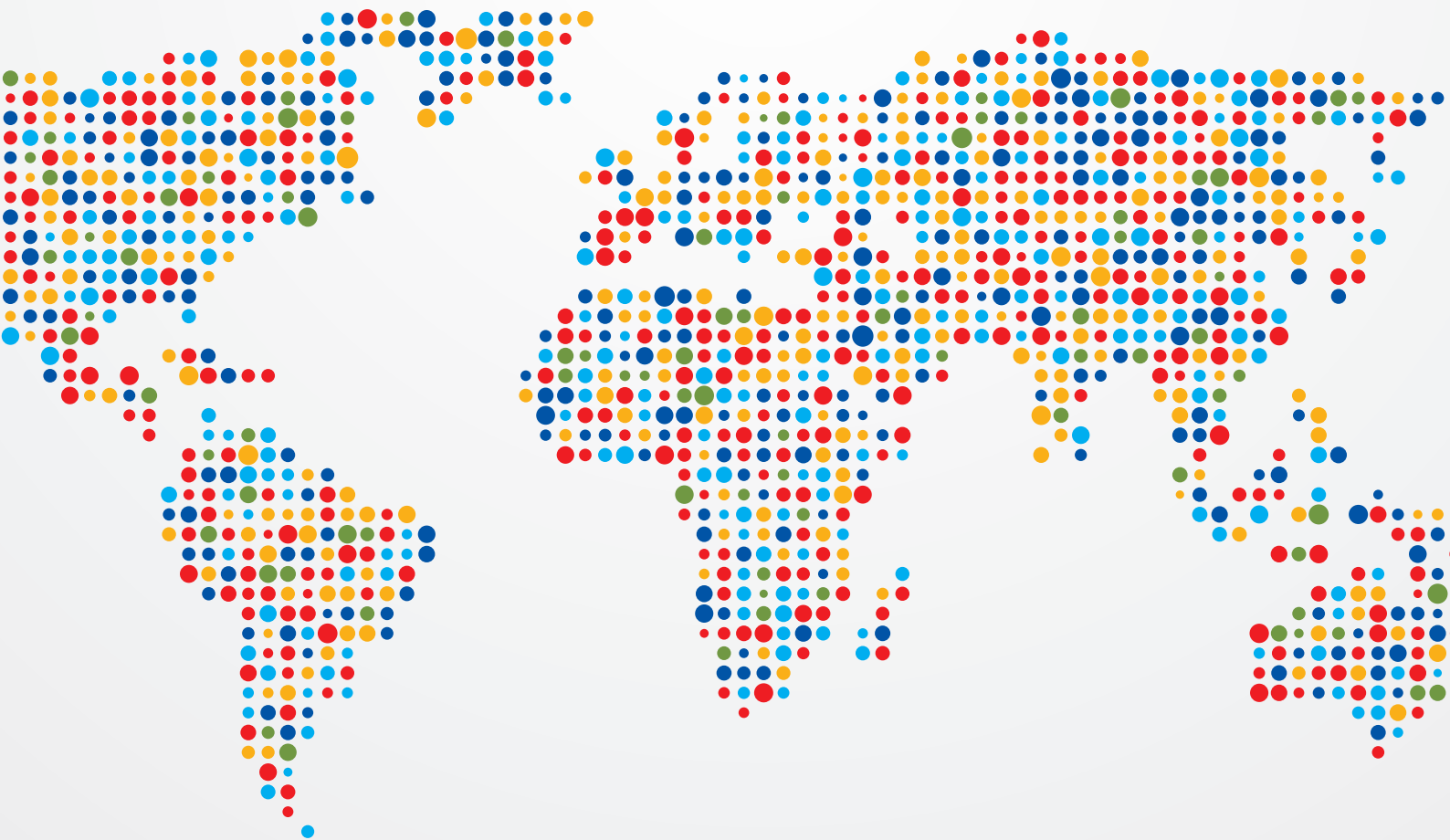


ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2016.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

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 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).

Površina: 78.866 km², državne granice duge su 2.290,2 km, graniči s Njemačkom (810 km), Poljskom (762 km), Austrijom (466 km) i Slovačkom (252 km).

Najveći gradovi

Glavni grad je Prag (1.272.690 stanovnika). Ostali veliki gradovi su: Brno (384.277), Ostrava (302.456), Plzeň (169.688), Liberec (102.247), Olomouc (100.043), Ústí nad Labem (95.003), Hradec Králové (94.242) i České Budějovice (93.883).



Stanovništvo

Prema podacima iz 2015., bilo je 10,553 milijuna stanovnika, od čega 5,186 milijuna muškaraca i 5,367 milijuna žena. Na dan 30. listopada 2016. Češka Republika imala je 10.564.866 stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti je 133 stanovnika/km².

Dobna struktura

- 0 – 14 godina (832.609 muškaraca / 791.107 žena)
- 15 – 24 godine (537.082 muškaraca / 511.443 žena)
- 25 – 54 godine (2.343.521 muškaraca / 2.230.872 žena)
- 55 – 64 godine (669.700 muškaraca / 705.097 žena)
- 65 i više godina (803.418 muškaraca / 1.128.994 žena)

Prosječna životna dob stanovništva je 78,75 godina (75,8 godina za muškarce, a 81,7 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 EU. Iako je Češku, kao i mnoge europske zemlje zahvatila recesija, najnoviji pozitivni gospodarski rezultati pokazuju da je iz nje izašla. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga, iako je industrija tradicionalno vrlo snažna. Glavne industrijske grane su kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija.

Zahvaljujući stranim investicijama mijenja se i struktura industrije. Moderniziraju se strojevi, uvode nove tehnologije, proizvodnja se okreće zapadnoj Europi i razvijenim državama svijeta. Veliki značaj za izvoz ima automobilska industrija (najveći udjel u proizvodnji – Škoda Auto, Hyundai i TPCA). Po broju proizvedenih automobila od 1,245 milijuna godišnje, Češka je na 13. mjestu u svijetu, dok je na drugom mjestu po broju proizvedenih automobila (123 automobila) na broj stanovnika. Automobilska industrija obuhvaća 25 % ukupne industrijske proizvodnje te 7 % BDP-a. U 2015. proizvodnja osobnih automobila rasla je za 4 %, a rekordna je bila i proizvodnja autobusa s rastom od 16 %.

Zbog svog zemljopisnog položaja u srcu Europe, promet u Češkoj ima značajnu ulogu. Osnova prometnog sustava kombinacija je željezničkog i cestovnog prometa, kojim se ukupno prevozi oko 95 % putnika i 90 % roba. Češka željeznička mreža jedna je od najgušćih u svijetu, ali se radi na modernizaciji željezničke mreže i vlakova. Češke željeznice značajno su poboljšale brzinu i udobnost uvođenjem luksuznih i brzih vlakova Pendolino na relacijama Prag – Brno – Ostrava i Prag – Brno – Beč. Na mnogim relacijama postoje i privatne linije Regio Jet (Student Agency) i Leo Express. Postupno se širi mreža autocesta i drugih državnih cesta. Najstarija i najfrekventnija autocesta između Praga i Brna prolazi nizom 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.

Prema podacima Češke narodne banke, Češka je 2015. na turizmu zaradila 14,8 milijardi kruna, što je za sedam milijardi kruna više nego prethodne godine. Prihodi su bili veći za 4,9 %. Ukupno je Češku Republiku posjetilo 8,7 milijuna inozemnih gostiju. Od susjednih zemalja najviše je bilo posjetitelja iz Njemačke, Austrije i Poljske, dok od udaljenih tržišta najveći rast bilježili su posjetitelji iz Južne Koreje i Kine. Potrošnja Čeha u inozemstvu narasla je za 13,2 % i iznosila je 119,7 milijardi kruna.

		2014.	2015.	2016.	2017.
				aktualna procjena	
BDP	mlrd. CZK	4 314	4 555	4 681	4 846
BDP realni rast	rast u %, s.c.	2,7	4,5	2,2	2,4
Stopa inflacije	%	0,4	0,3	0,5	1,2
Stopa nezaposlenosti	prosjeck u %	6,1	5,1	4,1	4,0
Rast plaća	rast u %	3,6	4,4	5,3	4,9

Aktualno stanje gospodarstva

Prema podacima za 2015., ukupan BDP iznosio je 4,555 milijardi kruna (166,85 mlrd. eura), dok je rast BDP-a iznosio 4,5 %. Ministarstvo financija za 2016. očekuje rast BDP-a od 2,2 %, dok za 2017. predviđa rast od 2,4 %. BDP po glavi stanovnika u 2015. iznosio je 432.006 kruna (15.824 eura).

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2015. iznosila je 5 %. Bez posla je krajem 2015. bilo oko 460.000 građana. Ministarstvo financija za 2016. i 2017. procjenjuje stope nezaposlenosti od 4,1 % i 4 %. Najniža je u Pragu, Mladoboleslavi i Plzenu, a najviša u Mostu, Bruntalu i Usti nad Labem. Na situaciju na tržištu rada, odnosno na pad nezaposlenosti u 2016. pozitivno utječu odlični rezultati industrijske proizvodnje te općenito rast češkog gospodarstva. U kolovozu

2016. stopa nezaposlenosti iznosila je 4 %.

Prema najnovijim podacima prosječna plaća u Češkoj iznosi 27.297 kruna (1.011 eura), dok je 2015. iznosila 26.467 kruna (969 eura). U Pragu je prosječna plaća za četvrtinu veća te iznosi 34.824 kruna (1.289 eura), dok je 2015. iznosila 32.934 kruna (1.206 eura). Ministarstvo financija u 2016. predviđa rast plaća za 5,3 %, a u 2017. za 4,9 %.

Stopa inflacije u 2015. iznosila je 0,3 %. Ministarstvo financija za 2016. predviđa stopu inflacije od 0,5 %, a u 2017. od 1,2 %. Cilj Češke narodne banke je stopa inflacije od 2 %. U rujnu 2016. inflacija je iznosila 0,5 %, a predviđa se da će do kraja godine narasti iznad 1 %, kako počnu rasti cijene goriva i usluga na češkom tržištu.

Vanjskotrgovinski suficit u 2015. iznosio je 149 milijardi kruna, odnosno 5,45 milijarde eura (tečaj: 1 euro = 27,3 kruna). Izvoz se povećao za 7 % u odnosu na prethodnu godinu, a uvoz za 8,7 %. Najveće povećanje izvoza bilježe strojevi i prijevozna sredstva (automobili, električni aparati, računalna tehnika). Sa zemljama EU, u vanjskotrgovinskoj bilanci Češka bilježi suficit, dok se deficit bilance produbio sa zemljama izvan EU. Ključni češki trgovački partneri su Njemačka i Slovačka, zatim Poljska, Ujedinjena Kraljevina, Francuska, Austrija itd. U trgovini s Kinom i Korejom prevladava uvoz.

Češki izvoznici u kolovozu 2016. zabilježili su uspjeh; prema najnovijim rezultatima vanjskotrgovinska bilanca završila je viškom od 13,8 milijardi kruna, zahvaljujući trgovini strojevima i prijevoznim sredstvima. Izvoz je bio bolji za 17,4 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine, uvoz za 10,5 %. Češka od svog ulaska u EU više robe izvozi u EU, nego što je uvozi. Prošle godine izvoz u EU iznosio je 83,2 % ukupnog češkog izvoza, dok je uvoz iz EU iznosio 65,5 % ukupnog uvoza. Najviše izvoze u Njemačku, Slovačku i Poljsku.

Izvor: ČSÚ za 2015. i 2016.

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Prema gospodarskim rezultatima, 2015. je za Češku bila najuspješnija. Rast BDP-a od 4,3 % donio je i rast plaća u prosjeku oko 3,5 %. S obzirom na predviđeni još veći pad nezaposlenosti za 2016., očekuje se rast plaća od 3,9 %, što bi još više trebalo potaknuti potrošnju građana.

Češkoj je trebalo sedam godina da izađe iz recesije, a sada je uspjela zahvaljujući rastu BDP-a za 4,3 %, što je najbolji rezultat u Europi. Međutim, u tih sedam godina napredovala je zapadna Europa, pogotovo Njemačka koja je rasla brže i poboljšavala životni standard. Glavnim pokretačem gospodarstva u ovoj godini trebala bi biti potrošnja stanovništva te rast plaća.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Svi navedeni mediji imaju nacionalnu pokrivenost.

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 šest kanala (Prima, Prima Cool, Prima Love i Prima Zoom, Prima Max i Prima Comedy). Najveću gledanost doseže TV Nova, slijedi 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 udjel od 36,42 %, Češka televizija zauzima drugu poziciju s 29,30 %, dok je Prima Group na trećoj poziciji s 20,53 %.

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

Gledanost TV postaja

• ČT 1	17,64 %
• ČT 2	4,50 %
• ČT24	2,79 %
• ČT Sport	3,38 %
• ČT Dečko	0,99 %
• TV Nova	27,47 %
• Prima	13,47 %
• Nova Cinema	4,22 %
• Prima Cool	3,36 %
• Prima Zoom	1,27 %
• Prima Love	2,28 %
• TV Barrandov	4,83 %
• ostale TV	13,8 %

Izvor: ATO – Mediasearch

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 jedan je od najpopularnijih radiopostaja.

Pet najslušanijih radija (dnevna slušanost)

1. Impuls	966.000 slušatelja
2. Frekvence 1	891.000 slušatelja
3. Evropa 2	856.000 slušatelja
4. ČRO-Radiožurnál	835.000 slušatelja
5. ČRO Dvojka	387.000 slušatelja

Izvor: Stenmark & Median

Tisak

Prema podacima Češkog statističkog ureda, u Češkoj redovito izlazi 5.127 tiskanih naslova, od čega 109 dnevnika, 252 tjednika, 920 dvotjednika ili mjesečnika te više od 3.846 ostalih vrsta časopisa.

Najčitaniji dnevници

Dnevnik	Naklada	Segment
Blesk	267.000	opći
Metro	260.000	opći
Deník	165.000	opći
MF Dnes	171.000	opći
Právo	136.000	opći
AHA	76.000	opći
Sport	52.000	sportski
Lidové noviny	48.000	opći
E15	40.000	gospodarski
Hospodářské noviny	32.000	gospodarski

Najznačajniji tjednici

Tjednik	Naklada	Segment
Blesk pro ženy	206.000	za žene
TV magazín	137.000	televizijski
Chvilka pro tebe	89.000	za žene
Reflex	63.000	politički
Rytmus života	195.000	za žene
Pestrý svět	161.000	za žene
Sedmička	212.000	društveni
Nedělní blesk	232.000	opći
Čas pro hvězdy	116.000	za žene
Nedělní aha!	83.000	opći
Tina	87.000	za žene
Týdeník květy	55.500	društveni

Najvažniji dvotjednici

Dvotjednik	Naklada	Segment
100+1	55.000	politički
Epocha	86.000	politički-povijesni
Exkluziv	54.500	<i>lifestyle</i>
TV Expres	156.000	televizijski
TV Max	370.000	televizijski
TV Mini	258.000	televizijski
TV Plus 14	86.000	televizijski
TV Revue	103.000	televizijski
TV Star	123.000	televizijski
Žena a život	62.000	<i>lifestyle</i>
Tina	87.000	za žene
Týdeník květy	55.500	društveni

Najvažniji mjesečnici

Mjesečnik	Naklada	Segment
21. století	43.552	politički
Apetit	52.000	gastronomija
Cosmopolitan	47.000	<i>lifestyle</i>
Dieta	42.000	<i>lifestyle</i>
Elle	69.000	<i>lifestyle</i>
Enigma	65.000	<i>lifestyle</i>
F.O.O.D	45.000	gastronomija
Glanc	66.000	<i>lifestyle</i>
Harpers Bazar	30.000	<i>lifestyle</i>

Mjesečnik	Naklada	Segment
History Revue	51.000	povijesni
Chatař a chalupář	39.000	dom
Joy	33.000	<i>lifestyle</i>
Marianne	61.000	<i>lifestyle</i>
Marianne Bydlení	25.000	dom
Maxim	27.000	<i>lifestyle</i>
Moje zdraví	69.000	<i>lifestyle</i>
Svět ženy	72.000	za žene

Stručni tisak

Stručni tisak	Naklada	Segment
COT Business	6.500	turistički
TTG	8.100	turistički
Koktejl	24.000	turistički
National Geographic	28.500	turistički
Travel Digest	15.000	turistički
Yacht	11.000	turistički-nautika
Buddy potápění	12.000	turistički-ronjenje
Lidé a země	29.000	turistički
Caravan	12.000	turistički-kamping
Camping, cars & caravans	10.000	turistički-kamping
Cykloturistika	9.500	turistički-biciklistički
Velo	12.500	turistički-biciklistički

Izvor: ABC ČR – Ured za ovjeru naklada tiskovina

Najposjećeniji internetski portali

Internetski portal	Broj stvarnih korisnika	Broj pregleda stranica	Posjećenost stranica
Seznam.cz	2.761.703	79.100.400	11.475.490
Novinky.cz	1.147.190	6.675.015	2.596.282
Idnes.cz	1.043.156	26.026.749	2.573.857
Super.cz	1.004.062	6.627.501	2.276.969
Sport.cz	462.925	3.336.102	1.135.038
Blesk.cz	447.124	5.726.393	961.796
Nova.cz	361.897	2.719.061	700.178
Heureka.cz	303.098	3.035.428	453.909
Bazos.cz	296.505	12.688.405	676.578

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

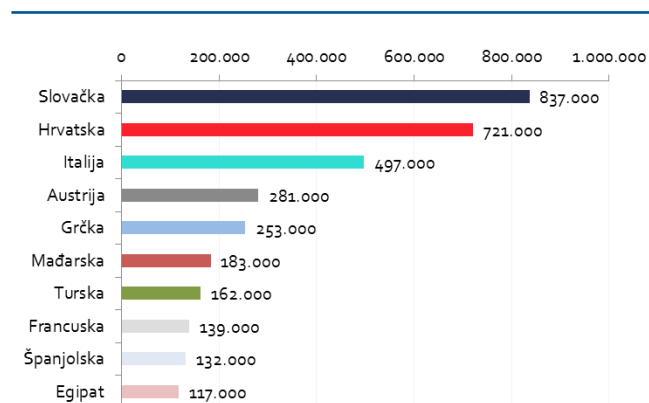
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U 2015. građani Češke ostvarili su 28.731.000 putovanja, od čega u svrhu odmora 15.881.000. U inozemstvu je u svrhu rekreacije ostvareno 4.078.000 putovanja (3.342.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 736.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 11.754.000 putovanja (4.847.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 6.907.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja – inozemstvo iznosi 74,3 % : 25,7 %.

Omiljene odmorišne destinacije

Odlasci u inozemstvo – putovanja s četiri i više noćenja

	Država	Odlasci	Udjel u inozemnim putovanjima (%)	Rast/pad (%)
1	Slovačka	837.000	19,9	74,3
2	Hrvatska	721.000	17,1	- 8,1
3	Italija	497.000	11,8	- 10,1
4	Austrija	281.000	6,6	- 8,1
5	Grčka	253.000	6,0	- 13
6	Mađarska	183.000	4,3	10,2
7	Turska	162.000	3,8	- 5,2
8	Francuska	139.000	3,3	19,8
9	Španjolska	132.000	3,1	- 24
10	Egipat	117.000	2,7	-2 ,50



prodaji prednjače Grčka, Egipat i Bugarska. Ove godine prve dvije pozicije zamijenile su Hrvatska i Slovačka zbog nevjerojatnog rasta odlazaka Čeha na odmor u Slovačku (75 %). Povećanje odlazaka bilježi se u Slovačku, Mađarsku, Francusku i Njemačku, dok su na omiljenosti najviše izgubile Španjolska (- 24 %), Grčka, Italija, Hrvatska

Istraživanje o kraćim putovanjima (jedno do tri noćenja) pokazuje da su kraća putovanja imala za cilj okolne zemlje (Slovačka, Njemačka, Austrija) i u odnosu na 2014. došlo je do povećanja za 4,8 %, dok je u kraćim putovanjima po Češkoj došlo do pada za 13 %.

Broj inozemnih putovanja u 2015. smanjen je za skoro 5 %. Najpopularnije destinacije za Čehe ostale su tradicionalno Hrvatska, Slovačka i Italija, kod avio-aranžmana u

i Austrija. U Češkoj postoji trend kratkih putovanja po europskim gradovima (tzv. euro-vikendi), a najtraženije destinacije su London, Rim, Pariz, Beč, Milano, Istanbul i Venecija.

Uslugu organizatora putovanja za godišnji odmor u inozemstvo iskoristilo je 1,84 milijuna putnika. Od toga je 10 % kupilo samo jednu uslugu (smještaj ili prijevoz), dok je 90 % kupilo kompletan aranžman. Broj individualnih putnika koji su odmor proveli u inozemstvu narastao je za 17 %.

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 organiziranog prometa činio 45 %, ukupan europski prosjek je 20 %. Velike su razlike u omjeru organiziranog/individualnog prometa prema destinacijama u

koje putuju. U Egipat, Tursku i Grčku skoro sva putovanja organiziraju se preko organizatora putovanja, dok u Slovačku, Austriju i Hrvatsku u velikom postotku putuju individualno.

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

Prednosti Hrvatske su očuvanost prirode, bogata kulturna baština te 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, tj. u razlikama, kako navode partneri, u poslovnoj politici prema češkim organizatorima putovanja 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 konkurentnim zemljama puno povoljnije. Povećanjem kategorija hotela gube se kapaciteti privlačni češkim turistima, 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, ...). Zaustavljena gradnja 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 i ponuda različitih programa, glavne su prednosti zbog kojih Česi tijekom cijele godine putuju u Slovačku. Zimi su glavni razlog putovanja skijališta.

Italija je tradicionalna omiljena destinacija, koja osim mora i sunca u ljetnom razdoblju nudi i mnoštvo kulturne baštine pa 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 u Italiju putuje i u zimskim mjesecima, zbog dobre ponu-

de skijanja za niže cijene nego u Češkoj. Kao nedostatak može se istaknuti jezična barijera i pretrpane plaže te u nekim slučajevima udaljenost, ukoliko se na jug Italije putuje automobilom.

Grčka, unatoč nestabilnosti gospodarstva i čestim štrajkovima, drži visoku poziciju kod Čeha. Razlog je duže razdoblje stabilnog vremena u ljetnim mjesecima, bogata kulturna baština, niže cijene u restoranima i hotelima te za neke usluge (*rent-a-car*) nego u Hrvatskoj, gostoljubivost domaćina, a cijena odgovara kvaliteti ponude. Kao nedostatak može se istaknuti udaljenost destinacije zbog čega se u Grčku uglavnom putuje zrakoplovom, međutim cijene avioprijevoza za Grčku su vrlo povoljne, a samim time i ukupna cijena aranžmana. Dok se 2014. situacija u Grčkoj stabilizirala pa su Česi putovali u velikom broju, 2015. je zbog situacije s izbjeglicama zabilježen pad odlazaka na neke grčke otoke.

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 u posljednjih nekoliko godina percepcija destinacije s iznimno niskom sigurnosti, koja je posljedica terorističkih napada u ljetovalištima, nestabilne političke situacije te nemira u destinaciji.

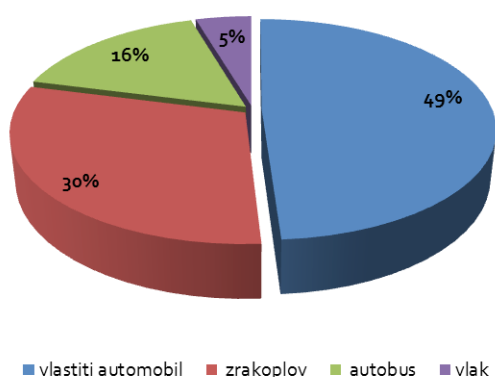
Turska je posljednjih nekoliko godina doživjela procvat na češkom tržištu. Avio-aranžmani s *all inclusive* ponudom nudili su se po vrlo povoljnim cijenama. Usluge su na vrlo visokoj razini te odnos domaćina prema gostima, bogatstvo kulturnih znamenitosti te raznolika gastro ponuda samo su neke od prednosti koje Čehe privlače u Tursku. Međutim, povrh svih nabrojanih prednosti, 2015. je zabilježila pad broja odlazaka za oko 50 % ponajviše zbog nepovoljne sigurnosno-političke situacije.

Bugarska Čehe privlači 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.

Navike putovanja

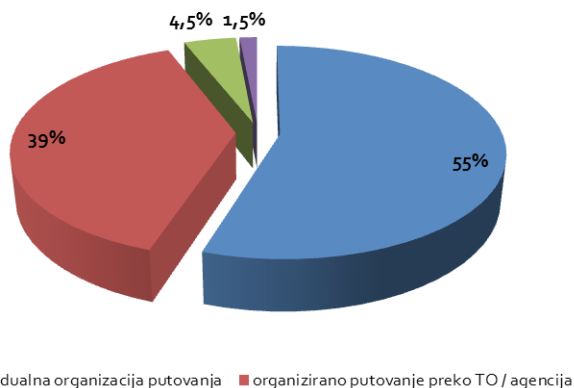
Češki turisti najčešće su putovali u inozemstvo

a) autobusom	16,4 %
b) vlastitim automobilom	49 %
c) zrakoplovom	30 %
d) vlakom itd.	<4,6 %



Za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo najčešće su koristili

a) individualna organizacija putovanja	55 %
b) organizirano putovanje preko TO / agencija	39 %
c) samo boravak ili putovanje preko TO / agencija	4,5 %
d) ostali oblici	1,5 %

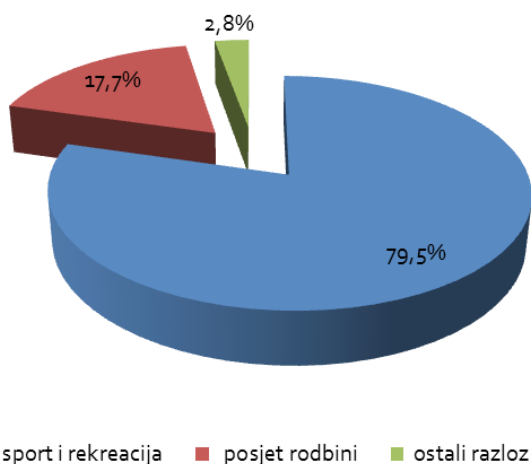


Za putovanja u inozemstvo (s četiri i više noćenja) koriste

a) hoteli i slične vrste smještaja	56,5 %
b) ostale vrste skupnog smještaja	6,8 %
c) kod rođaka i prijatelja	19,7 %
d) ostali oblici smještaja	16,8 %

Prema motivu putovanja u inozemstvo najčešće putuju

- putovanja s četiri i više noćenja
 - a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme 79,45 %
 - b) posjet rodbini, prijateljima 17,68 %
 - c) ostali privatni razlozi 2,8 %



- putovanja s jednim do tri noćenja
 - a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme 59,4 %
 - b) posjet rodbini, prijateljima 33,3 %
 - c) ostali privatni razlozi 7,3 %

Glavna sezona za putovanja je ljeto, naročito srpanj kada je 2015. realizirano 15 % svih putovanja. Broj dana na odmoru se skraćuje pa je putovanja na duži godišnji odmor u inozemstvo od osam do 14 dana bilo manje za čak 12,5 % u odnosu na 2014. Prosječan broj noćenja je 7,6 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.

Prema Češkom zavodu za statistiku, u 2015. prosječni troškovi za jedan dan putovanja u inozemstvo iznosili su 1.436 kruna.

Pregled organizatora putovanja

Registriran je 881 organizator putovanja koji imaju osiguranje u slučaju bankrota te nekoliko tisuća agencija (ne vodi se točna evidencija).

Najveći organizatori putovanja (prema 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 |
| • Mediteran Travel | www.mediteran.cz |
| • Čedok | www.cedok.cz |
| • Relax Adriatic | www.relaxadriatic.cz |
| • CK Kellner | www.kellnerck.cz |
| • Firo Tour | www.firo.cz |
| • Golden City Tour | www.goldencitytour.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 |
| • 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 85 pridruženih članova (nacionalni turistički uredi te ostali subjekti iz turizma)
2. Udruga čeških organizatora putovanja i agencija – AČCKA (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Ima oko 260 članova, od kojih 37 u svojim programima imaju Hrvatsku.

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

Analiza emitivnog potencijala tržišta

Procjenjuje se da će u 2016. oko 3,7 milijuna Čeha otputovati u inozemstvo.

Udruga organizatora putovanja Češke za ovu godinu predviđa pad prodaje aranžmana za Egipat i Tursku za najmanje 10 % zbog straha za vlastitu sigurnost. Velika potražnja bila je za Španjolskom i Bugarskom, posebno za *last minute* aranžmanima u srpnju i kolovozu jer su odluku o odlasku na godišnji odmor donosili u posljednji trenutak.

Udruga čeških organizatora putovanja i turističkih agencija procjenjuje da je ovogodišnja sezona obilježena padom broja prodanih inozemnih aranžmana za 20 %, rastom broja domaćih aranžmana za 15 – 20 % te ukupnim smanjenjem cijene prodanih aranžmana u odnosu na prošlu godinu. Najveći pad interesa njihovih članica (više od 50 %) bilježe za Tursku.

Prema anketi agencije Stem/Mark objavljenoj u lipnju, na ljetni godišnji odmor u inozemstvo otišlo je 16 % Čeha, 17 % je planiralo odmor u Češkoj i u inozemstvu bez obzira na situaciju u svijetu, 31 % planiralo je godišnji odmor u Češkoj, a 15 % nije planiralo ljetni odmor. Oni koji su planirali putovati u inozemstvo, najviše su putovali u Hrvatsku (22,7 %), Slovačku (17,2 %), Italiju (14,7 %), Španjolsku (14,1 %) i Grčku (11,7 %). Redoslijed omiljenih destinacija sličan je kao i 2014., vodile su Hrvatska i Slovačka, jedino je Španjolska doživjela puno veći uspjeh nego ranijih godina. Najniže preferencije pri izboru destinacija za ljetni odmor bilježile su Turska, Tunis, Maroko, Egipat i Francuska.

Prema rezultatima pretraživača hotelskog smještaja trivago.cz, Česi su za ljetni godišnji odmor najčešće tražili smještaj u Hrvatskoj i Italiji, a omiljene su im bile Sardinija, Mallorca te slovačke Visoke Tatre. Prosječna cijena koju su platili za noć u dvokrevetnoj sobi je 116 eura, a koristili su deset noćenja. Hrvatska je zabilježila sljedeće rezultate: 151 euro/noć i devet noćenja. Najtraženiji termin je od 2. do 9. srpnja jer su tada u Češkoj dva državna praznika. Za boravak u lipnju najtraženije su Hrvatska, Mallorca i Sardinija, u srpnju Hrvatska, Italija i Slovačka, a u kolovozu Italija i Hrvatska.

Prema istraživanju provedenom u srpnju, ¼ stanovnika Češke neće ići na odmor. Od onih koji planiraju ići na odmor, 41 % odmor će provesti u Češkoj. Oni koji idu u inozemstvo, većinom biraju europske zemlje, a više od polovine ići će osobnim automobilom. Kao omiljene destinacije navode se Hrvatska, Grčka, Bugarska, Španjolska i Italija. Od dalekih destinacija spominje se Dubai. Najtraženiji smještajni kapaciteti bili su apartmani i kampovi jer su hotelske kapacitete zakupile agencije, a apartmani i kampovi im pružaju više slobode.

Donosimo rezultate ankete koju je proveo organizator putovanja CK Alexandria.

- 1) Što igra najvažniju ulogu u odabiru godišnjeg odmora
 - za 65 % ispitanika – destinacija
 - za 20 % ispitanika – osobe s kojima idu
 - za 10 % ispitanika – smještajni kapaciteti
 - za 3 % ispitanika – mogućnost zabave
 - za 2 % ispitanika – hrana
- 2) Na što ih asocira pojam godišnji odmor
 - 70 % ispitanika – na more
 - više od 20 % ispitanika – zadovoljstvo
 - 5 % ispitanika – obitelj
- 3) Koju zemlju su već ranije posjetili
 - oko 75 % ispitanika – Bugarsku, Hrvatsku i Grčku
- 4) Koju zemlju bi željeli posjetiti, a u kojoj dosada nisu bili
 - 12 % ispitanika – Egipat
 - 9 % ispitanika – Tursku
 - 6 % ispitanika – Bugarsku
- 5) Trajanje i način korištenja godišnjeg odmora
 - 8 % ispitanika – koristi više od pet tjedana
 - 25 % ispitanika – koristi pet tjedana
 - 56,5 % ispitanika – koristi nekoliko kraćih odmora
 - 35 % ispitanika – odmor dijeli na pola
 - 10 % ispitanika – odmor koristi odjednom
 - 28 % ispitanika – odmor provodi samo u inozemstvu
 - 2 % ispitanika – odmor provodi samo u Češkoj
 - ostali kombiniraju

U posljednje vrijeme Česi mijenjaju navike putovanja. Sve više ih daje prednost doživljaju pred „izležavanjem“ na plaži. Dok populacija 55+ traži odmor, mlađa populacija

više bira adrenalinske doživljaje (ronjenje, jedrenje ili zimi *snowboarding*). Sve više je obitelji koje djeci žele pokazati kako se živi u drugim područjima.

U 2016. često su kupovali produžene vikend-aranžmane u europskim gradovima (Rim, Venecija, Barcelona, Lisabon). Dok je prethodnih godina na prvom mjestu bio Pariz, zbog terorističkih napada ove godine bilježi se pad interesa.

Česi počinju putovati u egzotične zemlje i ljeti, što dosada nije bio trend. Broj onih koji zimsko razdoblje „obogaćuju“ boravkom u egzotičnim zemljama povećao se za 20 % u odnosu na prošlu godinu. Najveći interes bio je za Dominikansku Republiku, Kubu, Maldive, Ujedinjene Arapske Emirate i Tajland. Međutim, sezona egzotičnih putovanja nije završila te je ove godine vidljivo da Česi kao cilj svojih ljetnih odmora imaju egzotične destinacije. Takva putovanja su alternativa rasprodanim terminima u destinacijama Sredozemlja. Osim parova, koji su tradicionalno ciljna skupina ovih destinacija, ove godine bilježi se rast obitelji s djecom, najviše u bliže destinacije poput Kapverdskih otoka. Prosječno u ovim destinacijama ostaju 10 – 14 dana, potroše u prosjeku oko 28.000 kruna po osobi, što je u odnosu na ranije godine oko 9 % više. Egzotične zemlje percipiraju kao sigurne destinacije koje im nude prelijepu plažu, kvalitetne usluge i cijenom usporedive s cijenama hotela s četiri i pet zvjezdica u Italiji i Grčkoj.

Sve više ih u inozemstvo putuje individualno zbog jeftinijih aviokarta. U prvom kvartalu 2016. za aviokarte su potrošili 92 milijuna eura (+ 15 %). Najčešće putuju u europske metropole, na drugom mjestu je Azija, slijedi SAD i Kanada. U europske destinacije iz Praga se može putovati za manje od 150 eura, a cijene *low cost* kompanija kreću se oko 20 eura. Za bliže egzotične destinacije aviokarte se mogu kupiti za 250 eura, a za udaljenije za 380 eura. Uspostavljanje direktnih letova pridonosi i većem interesu za putovanja avionom pa za Dubai iz Praga lete četiri kompanije. Zbog direktnih letova iz Praga u udaljenije egzotične destinacije, bilježi se bolja prodaja aranžmana za 30 – 35 % (npr. UAE/Dubai). Češka aviokompanija Smart Wings u ljetnom razdoblju povećava frekvenciju letova u omiljene odmorišne destinacije (Bugarsku i Hrvatsku) te uvodi vezu za Rimini, Korziku i Sardiniju.

Omiljene odmorišne destinacije

U 2016. omiljene destinacije ostat će Slovačka, Hrvatska, Italija, Grčka, Bugarska i Španjolska. Pretpostavka je da za Slovačku, Hrvatsku i Italiju, koje obuhvaćaju oko 50 % odlazaka u inozemstvo, neće doći do promjene, ali da će doći do rasta broja Čeha u Slovačkoj te blagog pada Čeha u Hrvatskoj, ali redosljed bi trebao ostati isti. Ove godine organizatori putovanja zabilježili su veći interes Čeha za Slovačkom, prvenstveno za Tatre, terme i *aqua* parkove. U prva četiri mjeseca broj čeških turista u Slovačkoj se povećao za 25 %. Pojedini *aqua* parkovi imaju povećanje posjećenosti turista iz Češke za 66 % u odnosu na prošlu godinu. Glavne prednosti su blizina i sigurnost destinacije, minimalna jezična barijera i dobra cestovna i željeznička povezanost.

Kod ostalih destinacija do promjena će sigurno doći jer je zbog nesigurne situacije u svijetu došlo do promjene preferencije Čeha gdje provesti godišnji odmor. Treba uzeti u obzir da je ove godine u češkim medijima bilo negativnih napisa oko mogućnosti terorističkih napada u europskim ljetovalištima te kampanja s ciljem motiviranja Čeha da ovo ljeto ostanu u Češkoj, što se vjerojatno i dogodilo jer je prema različitim anketama došlo do porasta bukinga aranžmana po Češkoj za čak 20 %, dok udruge putničkih agencija javljaju lošiju prodaju aranžmana u inozemstvo za 15 %.

Odabir destinacije u kojoj provesti godišnji odmor u 2016. obilježen je strahom od terorizma, ali sve više i kretanjima migranata iz Turske u EU, o čemu se stalno informiralo u češkim medijima. Dok još prije godinu dana Česima nije bilo toliko važno u kojoj će destinaciji provesti odmor, ove godine godišnji odmor birali su između ograničenog broja prvenstveno europskih destinacija.

Stoga se očekuje povećanje broja odlazaka Čeha u Španjolsku i Bugarsku, koje su mnogi veliki organizatori putovanja ove godine nazvali hit destinacijama, pogotovo Bugarsku koja je prihvatljivim cijenama konkurirala mnogim zemljama.

S druge strane, smanjio se interes za rezervacijama u do nedavno Česima omiljenim destinacijama poput Turske, Egipta i Tunisa. Česi su čak izbjegavali i grčke otoke blizu turske obale pa neke specijalizirane agencije prekidaju

svoju djelatnost. Najveći pad prodaje kod organizatora putovanja početkom godine imala je Turska koja je 2015. kod najvećeg portala za prodaju aranžmana Invia.cz imala udjel u prodaji od 15,5 % i bila druga omiljena destinacija, ove godine pala na šesto mjesto s udjelom od 6 %. Slična situacija bila je i s Tunisom koji je pao za pola i Egiptom, čija je prodaja pala za trećinu.

Pregled organizatora putovanja

U odnosu na prethodnu godinu nije došlo do značajnijih promjena. Organizatori putovanja koji u svojim programima imaju Hrvatsku i dalje 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.

S obzirom da organizatori putovanja nerado objavljuju rezultate prodaje ili se ne slažu s objavljivanjem podataka, prikazujemo one koji imaju dostupne podatke:

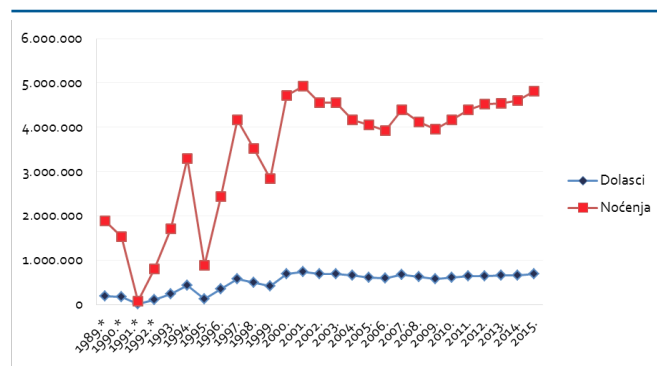
- više od 10.000 putnika prema Hrvatskoj
 - Mediteran travel
 - CK Victoria
 - Vítkovice tours
 - 101 Zemek
- 5.000 – 10.000 putnika prema Hrvatskoj
 - Alexandria
 - Čedok
 - Firotour
 - Golden City tour
 - Kompas
 - Nev-dama
 - Relax Adriatic
 - CK Valaška

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U 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

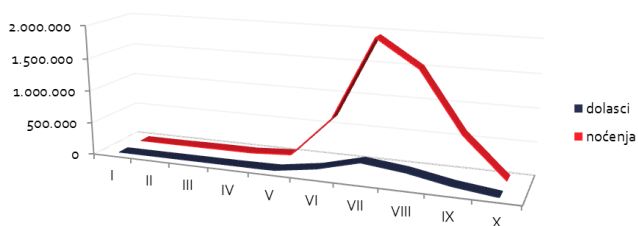
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja čeških turista, razdoblje 1989. - 2015.



REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – LISTOPAD 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

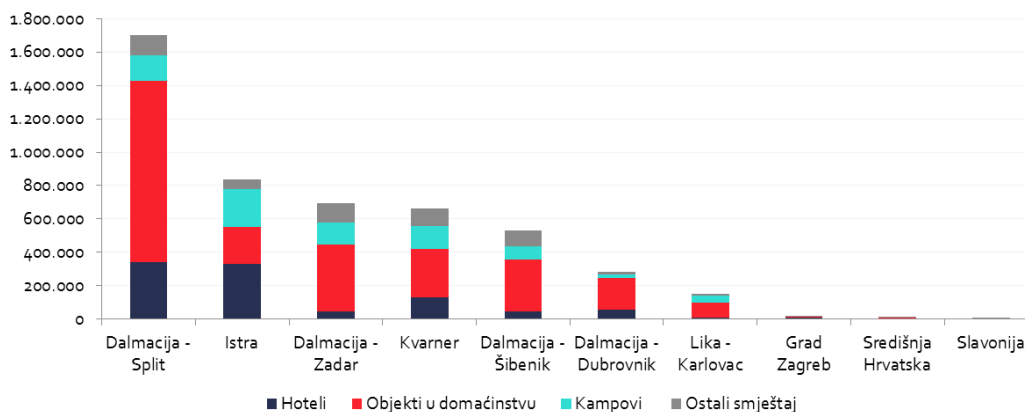
Dolasci i noćenja čeških turista, I. - X. 2016.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Podgora	264.219
Baška Voda	247.321
Gradac	243.057
Omiš	144.564
Šibenik	124.641
Medulin	116.302
Biograd na Moru	112.466
Vodice	106.642
Rogoznica	105.576
Crikvenica	101.992

Noćenja čeških turista prema vrstama smještaja i klasterima, I. - X. 2016.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Dalmacija - Split	220.293	1.703.696
Istra	129.415	834.331
Dalmacija - Zadar	91.155	691.735
Kvarner	99.168	664.650
Dalmacija - Šibenik	68.527	531.657
Dalmacija - Dubrovnik	35.806	283.169
Lika - Karlovac	35.507	151.124
Grad Zagreb	8.834	15.660
Središnja Hrvatska	5.311	8.773
Slavonija	1.180	3.380
Ukupno	695.196	4.888.175

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-14 godina	11,4%	11,1%
15-24 godina	4,5%	5,6%
25-34 godina	5,8%	6,6%
35-44 godina	11,3%	11,7%
45-54 godina	7,8%	7,3%
55-64 godina	5,1%	5,6%
65-74 godina	2,5%	2,9%
75 i više godina	0,4%	0,4%

Aktualni imidž Hrvatske

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, najvažnije su pozitivne točke 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.

Međutim, postavlja se pitanje je li to dovoljno, tj. hoće li ubuduće biti dovoljno sve zahtjevnijim generacijama Čeha koji za svoj novac traže adekvatne usluge, ponudu smještaja i dodatne programe koji će im pružiti nezaboravan doživljaj na godišnjem odmoru. Oni gosti koji su navikli boraviti u drugim zemljama u hotelima, u Hrvatskoj su nezadovoljni zbog previsokih cijena hotelskog smještaja u usporedbi s Grčkom, Egiptom, Bugarskom i Turskom. Upozoravaju na nedostatak hotela s tri zvjezdice. Iz godine u godinu u Hrvatskoj se 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 i jednoličnu ugostiteljsku ponudu. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištima. Najveći nedostaci su način na koji se percipira češkog gosta u odnosu na druge goste. Obitelji s djecom rado bi u Hrvatskoj posjetili *aqua* parkove i slične atrakcije, kojih u Hrvatskoj još uvijek nema dovoljno.

Češki organizatori putovanja negoduju zbog nejednake poslovne politike hotelijera 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 na otocima. Veliki problem predstavljaju i visoke cijene u restoranima, što mnoge goste navodi na putovanje u konkurentske destinacije. Pritužbe su na neadekvatno formiranje cijena pa tijekom godine i nekoliko puta dolazi do njihove izmjene.

Bez obzira na gore navedeno, još uvijek je Hrvatska na češkom tržištu omiljena morska destinacija, ali da je zamjenjiva čak i „ne morskom“ destinacijom poput Slovačke, dokazuju prošlogodišnje brojke putovanja Čeha na odmor u inozemstvo kada je Slovačka nakon dugog niza godina u preferencijama pretekla Hrvatsku i našu zemlju pomaknula na drugo mjesto.

Početak godine očekivanja su bila puno veća jer je prodaja aranžmana za Hrvatsku krenula dobro. Nakon terorističkih napada, interes za odmorom u inozemstvu je pao i Česi su čekali daljnji razvoj situacije. Mnogi su se odlučili ostati u Češkoj, a ostali koji su u srpnju i kolovozu namjevali putovati u Hrvatsku nisu našli slobodne kapacitete. Dobre vremenske prilike u rujnu i niže cijene aranžmana, djelomično su nadoknadili lošiji kolovoz.

Ako uzmemo u obzir da je 2016. bila dosta teška godina za putovanja, puna nesigurnosti, straha od terorizma, zika virusa i izbjeglica te da su u medijima nastojali različitim kampanjama uvjeriti Čeha da ostanu u svojoj zemlji i da ne idu u inozemstvo, predviđa se da će Hrvatsku u 2016. posjetiti oko 720.000 čeških gostiju, što bi bilo otprilike na istoj razini kao i lani.

Procjenjuje se da je oko 65 % turista iz Češke u Hrvatsku došlo individualno, a oko 35 % organizirano. U posljednje vrijeme u Češkoj je trend da turisti, pogotovo u bliže destinacije, dogovaraju smještaj i sve oko putovanja sami i da za takva putovanja ne koriste usluge turističkih agencija. Hrvatska je u tom pogledu specifična i zbog toga što većina Čeha u Hrvatsku putuje automobilom i boravi u apartmanima te su cijene smještaja znatno povoljnije nego kada odmor ugovore direktno s vlasnikom smještaja.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja nije se mnogo promijenila u odnosu na prošlu godinu. Kod organizatora putovanja došlo je do blagog povećanja zakupa kapaciteta u već postojećim destinacijama, zbog predviđanja bolje prodaje. Naime, nesigurna situacija u svijetu prognozirala je bolju prodaju europskih destinacija pa tako i Hrvatske, što je mnoge agencije potaknulo da Hrvatsku uvrste u svoju ponudu ili da povećaju opseg kapaciteta.

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 puniti objekte sami, a još veći problem im je Booking.com. Hrvatska se sve više nudi s auto-aranžmanima jer su povoljniji, iako je ponuda autobusnih aranžmana zadovoljavajuća. Jače agencije poput Vítkovice Tours, Fischer ili Čedok uvrstili su u ovogodišnju ponudu i avio-aranžmane prema Splitu i Dubrovniku.

Ove godine autobusni prijevoznik Vega tour uveo je za Hrvatsku novi program ponude „Cruising na luksuznim jahtama po Jadranu“ te zasada jedini od čeških agencija za zimu nudi kratke pakete Adventa u Zagrebu. Mediteran Travel, ali i drugi organizatori putovanja uveli su u ponudu i hotele *adults only* za koje se pokazao veći interes kod čeških turista. Neki nude i kratke ili tranzitne programe na putu prema moru, npr. toplice u Zagorju. Pojedini organizatori putovanja obogaćuju ponudu uvođenjem tematskih programa orijentiranih na grupe (sportske, wellness, vinske ture,...). Sve to pozitivno se odrazilo na dobru prodaju ove godine.

Zanimljivo je primijetiti kako je za sezonu 2016. u Češkoj puno ranije krenula prodaja u *first minute* katalogima, a zbog zastoja u prodaji tijekom veljače, mnogi organizatori putovanja produžili su termine na koje su se odnosile *first minute* ponude.

Organizatora putovanja tzv. „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 lidera na tržištu (Čedok, Firo-tour, Alexandria) Hrvatska je zastupljena najviše do 20 %. U programima dva najveća organizatora putovanja za Hrvatsku (Vítkovice Tours i Victoria), Hrvatska je u katalogima zastupljena s više od 70 %. Niz malih i srednjih organizatora putovanja nudi isključivo Hrvatsku (CK 101 Zemek i Mediteran Travel), a nude cijelu obalu i otoke te programe u tranzitnim područjima kontinenta.

Najznačajniji organizatori putovanja koji u svojim katalogima imaju Hrvatsku

- Mediteran Travel
- Vítkovice Tours
- Energotour
- Relax Adriatic
- Goldencity Tour
- CK 101 Zemek
- Firo Tour
- Kompas
- Globtour
- Dalmacijatour
- Alexandria
- Forline
- ČD Travel
- Fede
- Bena Tour
- Novalja

- CK Campana
- Nev Dama
- Aquarius Adriatic
- CK Victoria
- CK Boš
- Kontakt Moravia
- CK Kellner
- Valaška
- Dezka
- Tipatour
- Nykar
- Adria Databanka
- Autoturist
- Bus Tour Foltýnova
- Daen
- Croatia Travel
- Geotour
- Novasol
- Fischer
- B&K Tour
- České Kormidlo
- Saturn
- Quicktour
- CK Bonton

Organizatori putovanja predviđali su sličnu prodaju kao prošle godine s mogućnošću blagog povećanja u nekim regijama. Prodaja *first minute* aranžmana trajala je kod većine agencija do kraja siječnja, a neki su *first minute* produžili do kraja veljače kako bi potaknuli prodaju. Većina organizatora putovanja zadovoljna je prodajom jer je Hrvatska, kao i Španjolska, Bugarska i Italija, percipirana kao sigurna zemlja za ljetni odmor. U vrijeme *first minute* prodaje glavne karakteristike prodaje Hrvatske bile su veći broj rezervacija, potražnja za kvalitetnijim uslugama, povećani interes za luksuznim vilama, ali i smještajem u boljim i opremljenijim kampovima s četiri zvjezdice.

Nakon završetka ponude ranog bukinga, prodaja je stagnirala, međutim, očekivalo se da će početkom travnja opet polako krenuti jer je u Češkoj završavala skijaška sezona te većina Čeha tek u to vrijeme počinje planirati ljetni odmor.

Organizatori putovanja bili su svjesni da su rezultati prodaje pod utjecajem sigurnosne situacije u sjevernoj Africi te migracije u Europi. Iako se primijetio interes „novih“ kupaca koji dosada nisu birali Hrvatsku za svoju odmorišnu destinaciju, tražili su hotele s *all inclusive* ponudom na koje

su bili naviknuti u drugim zemljama poput Turske, Egipta ili Tunisa. Mnogi organizatori putovanja očekivali su da će se turisti iz ovih destinacija više „prelijevati“ u Hrvatsku, što se nije dogodilo. Česi su više bukirali Španjolsku, Baleare i Bugarsku koji su za isti novac nudili puno više.

Najvažniji organizatori putovanja koji u svojim programima imaju Hrvatsku bilježili su u glavnoj sezoni pad prodaje, poneki i više od 20 %, jedino su Čedok i Vítkovice tours na istoj razini prodaje kao i prošle godine ili u plusu. Najveći problem je što Česi apartmane sve više bukiraju individualno ili preko portala Booking.com, a sve manje koriste usluge agencija. Drugi problem je u nedostatku hotela s tri zvjezdice, odnosno neadekvatnim cijenama u hotelima s četiri zvjezdice. Stoga se Česi okreću destinacijama poput Turske i Grčke gdje za puno povoljniju cijenu aranžmana dobiju puno više usluga i programa.

Na kraju sezone, u prilog boljoj prodaji Hrvatske išle su i povoljne vremenske prilike u rujnu koje su mogle nadoknaditi lošiju prodaju u kolovozu zbog visokih cijena aranžmana. Vjerojatno će biti i organizatora putovanja koji će bilježiti i minuse kao rezultat lošijeg kalkuliranja cijena.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

U 2016., osim Splita i Dubrovnika, Zagreb se ponovno nalazi u ponudi avionskih veza iz Praga za Hrvatsku.

Croatia Airlines

Prag – Zagreb

- 4 x tjedno od 24. svibnja do 29. listopada

Czech Airlines

Prag – Zagreb

- 4 x tjedno od 27. travnja do 28. listopada
- 2 x tjedno od 20. studenoga 2016. do 23. ožujka 2017.

Travel Service u 2016. ponovno uspostavlja redovne sezonske linije koje koriste i neki organizatori putovanja kao chartere (Vítkovice tours, Čedok, Firotour).

Prag – Split

- svaki dan u tjednu od 2. lipnja do 20. rujna
- 3 x tjedno od 23. svibnja do 2. lipnja te od 20. rujna do 3. listopada
- 1 x tjedno od 14. svibnja do 23. svibnja te od 3. do 15. listopada
- pojedini organizatori putovanja koriste sjedala kao charter (Čedok, Firotour, Vitkovice tours)

Prag – Dubrovnik

- svaki dan u tjednu od 26. svibnja do 2. listopada
- subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao charter (Čedok, Vítkovice tours)

Czech Airlines

Ostrava – Split

- 1 x tjedno od 18. lipnja do 10. rujna
- liniju je koristio Vitkovice tours za avio-aranžmane

Autobuseri

Ove godine autobusni prijevoz bilježi manji interes. U odnosu na prethodne godine, kada su agencije unajmljivale cijeli autobus za svoje klijente, ove godine više su koristili zakup određenog broja sjedala kod autobusnih prijevoznika koji su uspostavili linije za ljetnu sezonu. Ovaj tip prijevoza redovito koriste osobe starije dobi, oni koji koriste hotelski smještaj i grupe.

Vega tour

- 1 x tjedno – petkom, od kraja svibnja do kraja rujna
- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

Autokarem

- 1 x tjedno – petkom
- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

Jadran Expres

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

Gumdrop

- 1 x tjedno – petkom
- destinacije:
Istra: od polovine svibnja do polovine rujna
Kvarner: od početka lipnja do početka rujna
Dalmacija: od polovine svibnja do polovine rujna

CZ AD Praha

- 1 x tjedno
- od lipnja do polovine rujna na relaciji Prag – Istra (Umag, Lanterna, Poreč, Rovinj, Pula, Rabac, Crikvenica)
- od svibnja do listopada na relaciji Prag – Srednja Dalmacija (Split – Gradac)
- od kraja svibnja do kraja rujna na relaciji Prag – sjeverna Dalmacija (Bibinje – Kaštela)

Na relaciji Prag – Zagreb cijele godine prometuje Eurolines, a od lipnja do kraja listopada osim petkom vozi i srijedom.

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

- CK Victoria
- Vítkovice tours
- CK Valaška
- CK Saturn
- CK Česke kormidlo
- ČSAD Tišnov

Desetak organizatora putovanja nudi proljetne i jesenske ture po Hrvatskoj uglavnom na temu nacionalni parkovi.

Individualni promet

Najviše čeških turista u Hrvatsku putuje osobnim automobilom, zatim autobusom, a na posljednjem mjestu je avioprijevoz, iako u posljednje dvije godine njegov značaj raste.

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

Prema informacijama s turističkih sajmova u Češkoj te na osnovu učestalih posjeta uredu predstavništva, individualni turisti pokazivali su interes za Hrvatskom, međutim osjeća se suzdržanost od putovanja izvan Češke. U proljeće nisu znali što mogu očekivati na graničnim prijelazima jer je postojao strah od izbjeglica. Iako su se nadali da će se situacija do ljeta smiriti, nedostajalo je oduševljenje koje je bilo proteklih godina. Od svibnja se situacija promijenila i reakcije individualaca bile su sve više pozitivne.

PREDVIĐANJA ZA 2017.

TURISTIČKA SEZONA 2017. – OPĆI POKAZATELJI

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

Odlični rezultati industrijske proizvodnje, pad nezaposlenosti i povećanja plaća, odnosno gospodarska stabilnost Češke te odlične naznake razvoja za iduću godinu daju nam mogućnost predvidjeti nastavak dobrog interesa za putovanjima. Ono što može negativno utjecati na pozitivan trend putovanja, kao što je to bio slučaj i ove godine, je nesigurna situacija u Europi i svijetu (teroristički napadi) te migranti u Europi. Vjerujemo da će glatki tijek ove sezone u sredozemnim destinacijama, gdje se unatoč predviđanjima nisu dogodili teroristički napadi, motivirati Čeha da opet u većem broju svoj godišnji odmor provedu izvan granica.

Preliminarna procjena redosljeda omiljenih destinacija

Hrvatska, Slovačka i Italija su destinacije u koje putuje 50 % Čeha. Te će destinacije i u 2017. ostati najvažnije. Ukoliko se situacija u svijetu smiri i tijekom zime ili proljeća ne bude izgreda u sjevernoafričkim zemljama i Turskoj, moglo bi doći do pozitivnog rasta Čeha u te zemlje, što neće nikako utjecati na poredak prvih triju omiljenih destinacija čeških turista.

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, a povećavaju kapacitete u sigurnim sredozemnim destinacijama.

TURISTIČKA SEZONA 2017. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj

Poboljšavanje ekonomske i financijske situacije u Češkoj povećat će potražnju ne samo za avio-destinacijama već i za destinacijama individualaca. Hrvatska kao najvažnija destinacija individualnih putovanja s češkog tržišta mogla bi u 2017. bilježiti povećanje dolazaka i noćenja oko 2 – 3 %, uz pretpostavku da će Česi koji su ove godine zbog straha proveli odmor u Češkoj ponovno odabrati Hrvatsku. Nažalost, ne očekujemo veliko povećanje Čeha koji dolaze organizirano preko agencija jer one smanjuju kapacitete u Hrvatskoj zbog nedostatka hotela s tri zvjezdice i povećanja cijena u hotelima s četiri zvjezdice.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

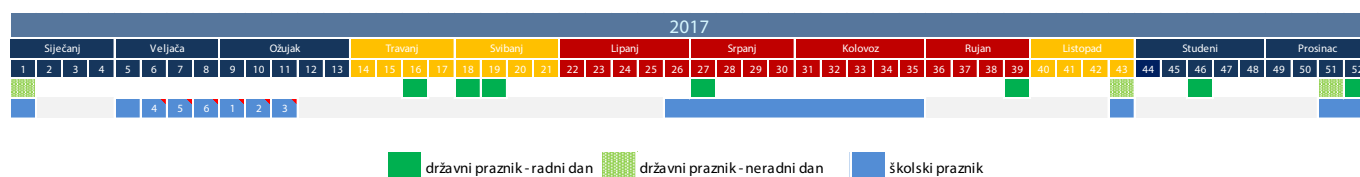
Hrvatska kao najvažnija destinacija na češkom tržištu vrlo je dobro zastupljena u programima organizatora putovanja. Predviđamo da značajnijih promjena u nuđenju

Hrvatske za 2017. neće biti. Neki organizatori putovanja najavljuju uvođenje novih hotela u kataloge, ali samo onih kojima cijena odgovara ponudi i usluzi. Ove godine organizatori putovanja najavili su da izlaze puno ranije s *first minute* ponudom kako bi dobili što više rezervacija onih turista koji znaju što žele.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2017.

- Zadržavanje iste razine cijena s eventualnim povećanjima samo na razini inflacije.
- Odobravanje većih kapaciteta za smještaj češkim organizatorima putovanja.
- Nezaustavljanje bukinga, posebno u glavnoj sezoni.
- Povećanje *online* i *offline* promidžbe na češkom tržištu.
- Nastavak rekonstrukcije i renoviranje hotela i turističkih naselja uz postojanje hotela s tri zvjezdice.
- Poboljšanje *shopping* ponude.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2017.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Dan restauracije češke države/Nova godina (Restoration Day of the Independent Czech)	1.1.2017	Nedjelja	52(1)
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	17.4.2017	Ponedjeljak	16
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2017	Ponedjeljak	18
Dan oslobođenja (Liberation Day)	8.5.2017	Ponedjeljak	19
Dan sv. Ćirila i Metoda (Saint Cyril and Methodius Day)	5.7.2017	Srijeda	27
Dan Jana Husa (Jan Hus Day (burned at the stake in 1415))	6.7.2017	Četvrtak	27
Dan sv. Venčeslava (St. Wenceslas Day)	28.9.2017	Četvrtak	39
Dan neovisnosti (Independent Czechoslovak State Day (created in 1918))	28.10.2017	Subota	43
Dan borbe za slobodu i demokraciju (Struggle for Freedom and Democracy Day)	17.11.2017	Petak	46
Badnjak (Christmas Eve)	24.12.2017	Nedjelja	51
Božić (Christmas Day)	25.12.2017	Ponedjeljak	52
Sv. Stjepan (St. Stephen's Day)	26.12.2017	Utorak	52

Izvor: <http://www.czechtourism.com/a/days-off/>

Školski praznici	2017.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2016	2.1.2017	
Zimski praznici	3.2.2017	3.2.2017	
Proljetni praznici - Česka Lipa, Jablonec nad Nisou, Liberec, Semily, Havlíčkov Brod, Jihlava, Pelhrimov, Trebič, Ždar nad Sazavou, Kladno, Kolin, Kutna Hora, Pisek, Nachod, Bruntal	20.2.2017	26.2.2017	6
Proljetni praznici - Mlada Boleslav, Píbram, Tabor, Prachatice, Strakonice, Ústí nad Labem, Chomutov, Most, Jičín, Rychnov nad Knežnou, Olomouc, Šumperk, Opava, Jeseník	27.2.2017	5.3.2017	1
Proljetni praznici - Benešov, Beroun, Rokycany, České Budejovice, Český Krumlov, Klatovy, Trutnov, Pardubice, Chrudim, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Ostrava-mesto	6.3.2017	12.3.2017	2
Proljetni praznici - Praha 1- 5, Blansko, Brno-mesto, Brno-venkov, Breclav, Hodeonin, Vyškov, Znojmo, Domažlice, Tachov, Louny, Prostějov, Karvina	13.3.2017	19.3.2017	3
Proljetni praznici - Praha 6 - 10, Cheb, Karlovy Vary, Sokolov, Nymburk, Jindřichův Hradec, Litoměřice, Děčín, Prerov, Frydek-Místek	6.2.2017	12.2.2017	4
Proljetni praznici - Kromeríž, Uherské Hradiště, Vsetín, Zlín, Praha-východ, Praha-západ, Melník, Rakovník, Plzeň-mesto, Plzeň-sever, Plzeň-jih, Hradec Králové, Teplice, Nový Jičín	13.2.2017	19.2.2017	5
Ljetni praznici	1.7.2017	31.8.2017	
Jesenski praznici	26.10.2017	27.10.2017	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2017	2.1.2018	

Izvor: Eurydice