

# ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2017.



# 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 km<sup>2</sup>, državne granice duge su 2.290,2 km, graniči s Njemačkom (810 km), Poljskom (762 km), Austrijom (466 km) i Slovačkom (252 km).

**Glavni grad:** Prag (1.272.690 stanovnika).



Ostali veći gradovi: 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

Na dan 30. listopada 2016. Češka je imala 10.564.866 stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti je 133 stanovnika/km<sup>2</sup>.

### 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 je ekonomski 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 sigurno izašla iz recesije. 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 1,3 milijuna godišnje, Češka je na 15. mjestu u svijetu, dok je na petom mjestu po broju proizvedenih automobila (124 automobila) na broj stanovnika. Na prvom je mjestu po broju proizvedenih autobusa po stanovniku. Automobilska industrija obuhvaća 25 % ukupne industrijske proizvodnje. U 2016. proizvodnja osobnih automobila porasla je za 8,5 %.

Zbog zemljopisnog položaja u srcu Europe, promet ima značajnu ulogu. Osnova prometnog sustava je kombinacija 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 2016. na turizmu zaradila 154,2 milijarde kruna, što je za 5,5 milijardi kruna više nego prethodne godine. Prihodi su bili veći za 3,5 %. Ukupno je Češku posjetilo 9,3 milijuna inozemnih gostiju. Od susjednih zemalja najviše je bilo posjetitelja iz Njemačke, Austrije i Poljske, dok od udaljenih tržišta najveći rast zabilježili su posjetitelji iz Kine, Južne Koreje i Izraela.

### Aktualno stanje gospodarstva

#### Makroekonomski pokazatelji

	2015.	2016.	2017.*	2018.*	2019.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	168,4	176,77	188,2	197,7	206,6
BDP po stanovniku (eura)	15.883	16.732	17.727	18.611	19.435
Realni rast BDP-a (%)	5,4	2,6	3,1	2,9	2,4
Izvoz robe (mlrd. eura)	115,5	118,1	143,6	150,0	163,1
Uvoz robe (mlrd. eura)	- 106,6	- 108,8	- 134,3	- 140,9	- 154,8
Inflacija (%)	0,3	0,7	2,2	1,6	2,1
Nezaposlenost (%)	5,1	4,0	3,2	2,9	2,9

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

Prema podacima za 2016., ukupan BDP iznosio je 4.773 milijardi kruna (176,77 mlrd. eura), dok je rast BDP-a iznosio 2,6 %. Ministarstvo financija za 2017. očekuje rast BDP-a od 3,1 %, dok za 2018. predviđa rast od 2,9 %. BDP je po glavi stanovnika u 2016. iznosio 451.785 kruna (16.732 eura).

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2016. iznosila je 4 %. Bez posla je krajem 2016. bilo oko 380.000 građana. Ministarstvo financija za 2017. i 2018. procjenjuje stope nezaposlenosti od 3,2 % i 2,9 %. Najniža je u Pragu i Plzenu, a najviša u Moravskoslezskoj i Usteckoj regiji. Na situaciju na tržištu rada, odnosno na pad nezaposlenosti u 2017., pozitivno utječu odlični rezultati industrijske proizvodnje te općenito rast češkog gospodarstva. U rujnu 2017. stopa nezaposlenosti iznosila je 3,8 %.

Prema najnovijim podacima, prosječna plaća iznosi 29.346 kruna (1.129 eura), dok je 2016. iznosila 27.297 kruna (1.011 eura). U Pragu je prosječna plaća za četvrtinu veća te iznosi 36.645 kruna (1.409 eura), dok je 2016. iznosila 34.824 kruna (1.289 eura). Ministarstvo financija u 2017. predviđa rast plaća za 6,1 %, a u 2018. 5,6 %.

Stopa inflacije u 2016. iznosila je 0,7 %. Ministarstvo financija za 2017. predviđa stopu inflacije od 2,2 %, a u 2018. 1,6 %. Cilj Češke narodne banke je stopa inflacije od 2 %. U rujnu 2017. inflacija je iznosila 2,7 %. Trenutačna inflacija u skladu je s prognozama Češke narodne banke i tržišnim očekivanjima.

*Izvor: ČSÚ za 2016. i 2017. + predviđanja MF*

Vanjskotrgovinski suficit u 2016. sa zemljama EU iznosio je 978,7 milijardi kruna, odnosno 36,24 milijarde eura, dok je sa zemljama izvan EU iznosio 478,2 milijarde kruna, od-

nosno 17,71 milijardu eura (tečaj: 1 euro = 27 kruna). Izvoz se povećao za 2,3 %, a uvoz za 0,5 %. 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, UK, Francuska, Austrija, itd. U trgovini s Kinom i Korejom prevladava uvoz.

Od ulaska u EU više robe izvozi nego uvozi. Prošle godine izvoz u EU iznosio je 83,6 % ukupnog češkog izvoza, dok je uvoz iz EU iznosio 67,1 % ukupnog uvoza. Najviše izvoze u Njemačku, Slovačku i Poljsku.

Vanjskotrgovinska bilanca krajem kolovoza 2017. završila je suficitom od 5,9 milijardi kruna, što je za 1,4 milijarde kruna manje nego prošle godine. Izvoz je bio veći za 4 %, a uvoz za 4,7 %. Pozitivan utjecaj imalo je smanjenje deficita trgovine s računalima, elektronikom i optičkim strojevima. Negativan utjecaj imala je trgovina s naftom i zemnim plinom te automobilima. Suficit trgovine sa zemljama EU povećao se za dvije milijarde te je iznosio 45,9 milijardi kruna. Deficit sa zemljama izvan EU povećao se za 3,8 milijardi te je iznosio 38,8 milijardi kruna.

*Izvor: ČSÚ za 2016. i 2017.*

## Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Češka je 2016. imala vrlo uspješne gospodarske rezultate. Rast BDP-a od 2,6 % donio je i rast plaća u prosjeku oko 5,8 %. S obzirom na predviđen još veći pad nezaposlenosti u 2017., očekuje se rast plaća od 6,1 %, što bi trebalo još više potaknuti potrošnju građana.

# 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 kabelskih programa koji svojim programima i opsegom oglašavanja sve više konkuriraju privatnim i javnim TV postajama.

TV postaja	Gledanost (%)
ČT 1	16,27
ČT 2	4,46
ČT24	3,99
ČT Sport	4,46
ČT Dečko	1,78
TV Nova	20,83
Prima	12,83
Nova Cinema	3,89
Prima Cool	3,03
Prima Zoom	1,62
Prima Love	2,25
TV Barrandov	7,34
Ostale TV	17,25

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 radio postaja.

Najslušanije radio postaje	Dnevna slušanost
Impuls	966.000 slušatelj
Frekvence 1	891.000 slušatelj
Evropa 2	856.000 slušatelj
ČRO-Radiožurnál	835.000 slušatelj
ČRO Dvojka	387.000 slušatelj

Izvor: Stenmark & Median

## Tisak

Prema podacima Českog statističkog ureda, 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	248.000	opći
Metro	258.000	opći
Deník	143.000	opći
MF Dnes	157.000	opći
Právo	128.000	opći
AHA	71.000	opći
Sport	47.000	sportski
Lidové noviny	47.000	opći
Hospodářské noviny	32.000	gospodarski
E15	30.000	gospodarski

## Najvažniji tjednici

Tjednik	Naklada	Segment
Blesk pro ženy	189.000	za žene
TV magazin	133.000	televizijski
Chvilka pro tebe	86.000	za žene
Reflex	62.000	politički

Tjednik	Naklada	Segment
Rytmus života	200.000	za žene
Pestrý svět	149.000	za žene
Sedmička	184.000	društveni
Nedělní blesk	225.000	opći
Čas pro hvězdy	100.000	za žene
Nedělní aha!	79.000	opći
Tina	78.000	za žene
Týdeník květy	53.000	društveni

#### Najznačajniji dvotjednici

Dvotjednik	Naklada	Segment
100+1	63.000	politički
Epocha	82.000	politički-povijesni
Exkluziv	46.500	<i>lifestyle</i>
TV Expres	170.000	televizijski
TV Max	346.000	televizijski
TV Mini	251.000	televizijski
TV Plus 14	93.000	televizijski
TV Revue	96.000	televizijski
TV Star	116.000	televizijski
Žena a život	75.000	<i>lifestyle</i>

#### Najznačajniji mjesečnici

Mjesečnik	Naklada	Segment
21. století	37.000	politički
Apetit	50.000	gastronomija
Cosmopolitan	47.000	<i>lifestyle</i>
Dieta	42.000	<i>lifestyle</i>

Mjesečnik	Naklada	Segment
Elle	58.000	<i>lifestyle</i>
Enigma	53.000	politički
F.O.O.D	45.000	gastronomija
Glanc	58.000	<i>lifestyle</i>
Harpers Bazar	28.000	<i>lifestyle</i>
History Revue	48.000	povijesni
Chatař a chalupář	38.000	dom
Joy	30.000	<i>lifestyle</i>
Marianne	55.000	<i>lifestyle</i>
Marianne Bydlení	31.000	dom
Maxim	27.000	<i>lifestyle</i>
Moje zdraví	49.000	<i>lifestyle</i>
Svět ženy	61.000	Za žene

#### Stručni tisak

Stručni tisak	Naklada	Segment
COT Business	6.500	turistički
TTG	8.100	turistički
Koktejl	24.000	turistički
National Geographic	29.000	turistički
Travel Digest	15.000	turistički
Yacht	11.000	turistički-nautika
Buddy potápění	12.000	turistički-ronjenje
Lidé a země	27.000	turistički
Caravan	15.000	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	3.704.405	115.063.040	14.983.981
Novinky.cz	1.617.972	9.084.540	3.555.350
Idnes.cz	1.402.179	28.746.638	3.306.887
Super.cz	1.214.531	6.225.799	2.249.005
Sport.cz	777.643	3.242.206	1.442.540
Blesk.cz	650.771	7.632.222	1.113.641
Stream.cz	694.486	1.714.879	857.642
Prozeny.cz	587.594	1.447.430	794.103
Centrum.cz	499.995	9.096.224	1.260.781

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

## PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U 2016. građani Češke ostvarili su 31.608.000 putovanja, od čega u svrhu odmora 18.781.000. U inozemstvu je u svrhu rekreacije ostvareno 4.416.000 putovanja (3.605.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 811.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 14.364.000 putovanja (6.098.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 8.266.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja – inozemstvo iznosi 76,5 % : 23,5 %.

Istraživanje o kraćim putovanjima (jedno do tri noćenja) pokazuje da su za cilj imala okolne zemlje (Slovačka, Njemačka, Austrija) i u odnosu na 2015. došlo je do povećanja za 10 %, dok je u kraćim putovanjima po Češkoj došlo do pada za 19,7 %.

Broj inozemnih putovanja u 2016. povećan je za 8,3 %. Najpopularnije destinacije za Čehe ostale su tradicional-

### Omiljene odmorišne destinacije

#### Odlasci u inozemstvo – putovanja s četiri i više noćenja

Država	Odlasci	Udjel u inozemnim putovanjima (%)	Rast/pad (%)
Hrvatska	828.000	19,4	+ 14,8
Slovačka	555.000	12,9	- 34
Italija	552.000	12,9	+ 11
Austrija	373.000	8,7	+ 32,7
Grčka	265.000	6,2	+ 4,7
Španjolska	182.000	4,2	+ 37,9

no Hrvatska, Slovačka i Italija, a kod avio-aranžmana u prodaji prednjače Grčka, Španjolska i Bugarska. Ove godine prve dvije pozicije zamijenile su Hrvatska i Slovačka, zbog pada odlaska Čeha na odmor u Slovačku (- 34 %). Povećanje odlazaka bilježi se u Hrvatsku, Španjolsku, Italiju i Grčku, dok su prema procjenama organizatora putovanja Egipat, Turska, Tunis i Francuska zabilježile pad zbog sigurnosne situacije. 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 1,96 milijuna putnika, od čega je 17 % kupilo samo jednu uslugu (smještaj ili prijevoz), dok je 83 % kupilo kompletan aranžman. Broj individualnih putnika koji su odmor proveli u inozemstvu smanjio se za 2 %.

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, glavne su prednosti zbog kojih Česi 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. vodeni parkovi i dr.). Treba naglasiti i da veliki broj Čeha u Italiju putuje i u zimskim mjesecima, zbog dobre ponude 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, drži visoku poziciju. 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 je u 2015. zbog situacije s izbjeglicama zabilježen pad odlazaka na neke grčke otoke, u 2016. i 2017. Grčka je privukla pažnju brojnih europskih turista pa tako i Čeha.

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.

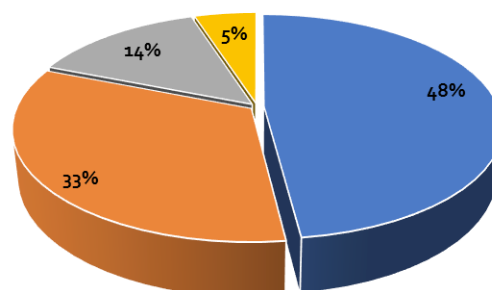
Turska je na češkom tržištu posljednjih nekoliko godina doživjela procvat. Avio-aranžmani s *all inclusive* ponudom nudili su se po vrlo povoljnim cijenama. Usluge su na vrlo visokoj razini te odnos domaćina prema gostima, bogatstvo kulturnih znamenitosti te raznolika gastro ponuda samo su neke od prednosti koje Čehe privlače u Tursku. Međutim, povrh svih nabrojanih prednosti, Turska se našla na popisu nesigurnih destinacija za odmor pa se broj Čeha smanjio.

Bugarska Čehe privlači cijenom. U usporedbi s ostalim destinacijama nudi jeftinije restorane, prihvatljive cijene u trgovinama i povoljne cijene ulaznica u vodenim parkovima. 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	14 %
b) vlastitim automobilom	48 %
c) zrakoplovom	33 %
d) vlakom itd.	5 %

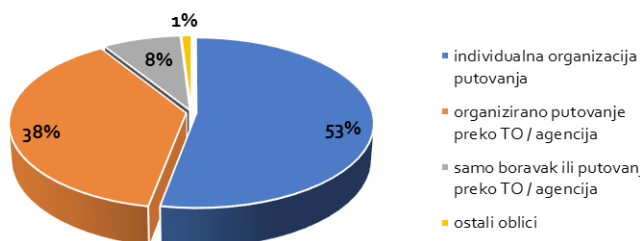


■ vlastiti automobil ■ zrakoplov ■ autobus ■ ostali oblici



Za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo najčešće su koristili

a) individualna organizacija putovanja	53 %
b) organizirano putovanje preko TO / agencija	38 %
c) samo boravak ili putovanje preko TO / agencija	8 %
d) ostali oblici	1 %

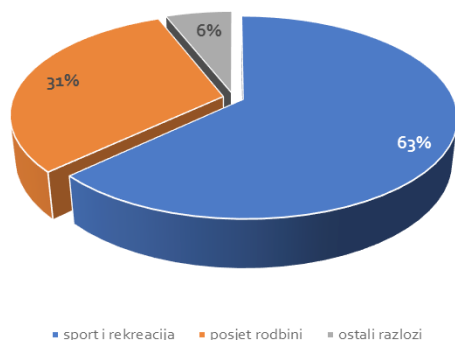


Za putovanja u inozemstvo (s četiri i više noćenja) koriste

a) hotele i slične vrste smještaja	57,4 %
b) ostale vrste skupnog smještaja	7,3 %
c) kod rođaka i prijatelja	14,3 %
d) ostali oblici smještaja	21,0 %

Prema motivu putovanja u inozemstvo najčešće putuju

- putovanja s četiri i više noćenja
  - a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme 84 %
  - b) posjet rodbini i prijateljima 14 %
  - c) ostali privatni razlozi 2 %
- putovanja s jednim do tri noćenja
  - a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme 63 %
  - b) posjet rodbini i prijateljima 31 %
  - c) ostali privatni razlozi 6 %



Glavna sezona za putovanja je ljeto, naročito srpanj kada je realizirano najviše putovanja. Broj dana na odmoru je četiri do sedam (60 %), u odnosu na 2015. broj godišnjih odmora u inozemstvu od 8 – 14 dana povećao se za 23 %. Prosječan broj noćenja je 8,2 dana. Česi postaju sve za-

htjevniji 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 putovanja kako bi imali vremena i novaca otputovati na još jedan odmor.

Prema Češkom zavodu za statistiku, u 2016. prosječna potrošnja po putovanju povećala se na 13.627 kruna (505 eura).

## Pregled organizatora putovanja

Registrirano je više od 880 organizatora putovanja koji imaju osiguranje u slučaju bankrota te nekoliko tisuća agencija (ne vodi se točna evidencija).

Najveći 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](http://www.ckvt.cz)
- CK Victoria [www.victoria-ck.cz](http://www.victoria-ck.cz)
- CK 101 Zemek [www.101ckzemek.cz](http://www.101ckzemek.cz)
- Mediteran Travel [www.mediteran.cz](http://www.mediteran.cz)
- Čedok [www.cedok.cz](http://www.cedok.cz)
- Relax Adriatic [www.relaxadriatic.cz](http://www.relaxadriatic.cz)
- CK Kellner [www.kellnerck.cz](http://www.kellnerck.cz)
- Firo Tour [www.firo.cz](http://www.firo.cz)
- Golden City Tour [www.goldencitytour.cz](http://www.goldencitytour.cz)
- Kompas [www.kompas.cz](http://www.kompas.cz)
- Nev dama [www.nev-dama.cz](http://www.nev-dama.cz)
- Tipa Tour [www.tipatour.cz](http://www.tipatour.cz)
- Alexandria [www.alexandria.cz](http://www.alexandria.cz)
- Valaška [www.ckvalaska.cz](http://www.ckvalaska.cz)
- CK Dezka [www.dezka.cz](http://www.dezka.cz)
- Kontakt Moravia [www.kontakt-moravia.cz](http://www.kontakt-moravia.cz)
- CK Fischer [www.fischer.cz](http://www.fischer.cz)
- Globtour [www.ckglobtour.cz](http://www.ckglobtour.cz)
- Adriadata banka [www.adriadatabanka.com](http://www.adriadatabanka.com)

---

Najznačajnije *online* agencije (prodaju aranžmane drugih)

- [www.invia.cz](http://www.invia.cz)
- [www.zajezdy.cz](http://www.zajezdy.cz)
- [www.last.cz](http://www.last.cz)
- [www.dovolena.cz](http://www.dovolena.cz)
- [www.sdovolena.cz](http://www.sdovolena.cz)
- [www.nacesty.cz](http://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 – AČČKA (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 2017. oko 4,5 milijuna Čeha otputovati na duži odmor u inozemstvo (četiri i više noćenja).

Već sada se može pretpostaviti da će 2017. za agencije biti najbolja godina od 2008. kada je počela kriza i kada su im prihodi bili oko 51 milijardu kruna, a tek prošle godine ponovno su se približili tim brojkama (45 milijardi kruna). Iako broj prodanih aranžmana ne mora značiti i veće prihode jer mnogi putuju kraće, ipak se nadaju odličnim rezultatima. Razlog povećanog interesa za putovanjima je dobra gospodarska situacija, niska nezaposlenost povećava plaće što mnogi koriste za putovanja. Žele uživati, odmarati se i priuštiti si više nego dosada, a godišnji odmori su dokaz. Osim pozitivnih ekonomskih rezultata, utjecaj ima i završetak intervencije Češke narodne banke na tečaj češke krune prema euru, što je dovelo do snižavanja cijena aranžmana.

Omiljena destinacija ostaje Hrvatska, u koju će prema procjenama Udruge otputovati oko 850.000 Čeha, a hit destinacija ove sezone je Grčka.

Udruga organizatora putovanja Češke Republike objavila je sredinom sezone da je prva polovina godine bila odlična, organizatori putovanja zabilježili su prodaju bolju za čak 27 %, a najviše su porasli avionski aranžmani. Rast od 35 % imali su kod Grčke, 10 % kod Španjolske, 40 % kod Italije i 15 – 20 % kod Kanarskih otoka.

Informacije o povećanoj potražnji za avionskim aranžmanima potvrdio je i najveći avioprijevoznik Travel Service koji je na redovnim linijama i čarterima imao 3,3 milijuna putnika (+ 23 %), a u Češkoj 1,7 milijuna putnika (+ 30 %).

Kod aranžmana s cestovnim prijevozom, puno veći interes bio je za putovanja automobilom nego autobusom. Za 10 % bio je veći interes za sjevernu Italiju i Austriju, dok su Hrvatska i Slovačka na prošlogodišnjoj razini. Početkom jeseni rezultati prodaje povećani su za 5 % do 7 %.

Udruga čeških organizatora putovanja i agencija ocijenila je prodaju aranžmana svojih članica vrlo uspješnom. U

kolovozu su prvu poziciju imale Grčka i Hrvatska, dok su se od arapskih zemalja najviše prodavali Egipat i Tunis te Turska. Većina termina u kolovozu prodala se za vrijeme *first minute* ponude pa su odlasci u kolovozu bili puno veći od realno prodanih aranžmana tijekom kolovoza. Osim većeg broja prodanih aranžmana, povećala se i prosječna cijena aranžmana te potražnja za većom kvalitetom usluga (avionski aranžmani, smještaj s četiri i pet zvjezdica, *all inclusive*).

Prodaja aranžmana za rujan i listopad pokazala je da je u Europi trend produljenja sezone te se sve češće godišnji odmor koristi izvan glavne sezone. Radi se uglavnom o mladim parovima bez djece, o onima koji žele produljiti ljeto i otkriti prednosti ljeta bez gužvi i o umirovljenicima. Najtraženije avio destinacije za posezonu su Grčka, Italija, Španjolska, Egipat i Tunis, dok za kulturom i na ture izvan sezone odlaze u Slovačku, Austriju i Italiju.

Većina je dulji godišnji odmor iskoristila u sezoni. U jesenskom razdoblju prvenstveno su se bukirali produljeni vikendi i kraći aranžmani u europskim gradovima. Najtraženiji su Pariz, London, Rim, Barcelona, Madrid, Lisabon, Moskva, St. Petersburg i Venecija. Tzv. „euro-vikend aranžmani“ standardno se nude s avionskim prijevozom, dva, tri ili četiri noćenja s doručkom u hotelima s tri ili četiri zvjezdice u centru grada. Cijene su od 300 do 700 eura.

Broj Čeha koji zimsko razdoblje „obogaćuju“ boravkom u egzotičnim zemljama, izrazito se povećao posljednje dvije godine. Egzotične zemlje percipiraju kao sigurne destinacije koje im nude prelijepu plažu, kvalitetne usluge, puno puta cijenom usporedive s cijenama hotela s četiri i pet zvjezdica u Italiji i Grčkoj. Najpopularnije takve destinacije trenutačno su Tajland i Ujedinjeni Arapski Emirati, ali veliki interes bilježe i Kina, Indija i Maldivi. Zahvaljujući pojeftinjenju cijena avionskih karata i jačanju češke krune, i dalje se očekuje dobra prodaja aranžmana u egzotične zemlje.

Česi ne putuju samo u morske destinacije, već im je vrlo važan motiv putovanja skijanje. Početkom 2017., u vrijeme proljetnih školskih praznika, povećao se interes obitelji s djecom za skijaškim aranžmanima za 10 %. Od inozemnih destinacija najtraženije su bile Alpe u Italiji i Austriji

te Tatru u Slovačkoj, a u Češkoj planine Krkonoše, Beskydy, Šumava i Jeseníky, tj. skijališta koja imaju ponudu za cijelu obitelj, *wellness* i zabavni program. Veći organizatori putovanja u inozemnim skijalištima nude svoje klubove s animatorima za djecu te su takvi aranžmani najtraženiji.

Prema istraživanju agencije Student Agency, koja prodaje avio i autobusne karte za inozemstvo te portala dovolena.cz koja prodaje aranžmane, objavljeni su sljedeći podaci:

- najčešća ljetna avio destinacija bila je Barcelona, slijede Pariz, Split, Rim, Moskva i Burgas, a od izvaneuropskih New York
- aviokarte su najviše kupovali mladi od 25 do 35 godina, više žene nego muškarci
- bilježili su rast prodaje preko mobilnog telefona za 12 %
- najtraženiji termini bili su u srpnju, pogotovo tjedan u kojem su dva državna praznika
- na godišnji odmor u lipnju otputovalo je 26 % gostiju, 38 % u srpnju, a 34 % u kolovozu
- osmodnevnih putovanja bilo je 55 %, a između 10 i 14 dana 30 %
- najčešće su bili smješteni u hotelu s tri i četiri zvjezdice
- većina je koristila uslugu *all inclusive*

Istraživanje tvrtke NMS potvrdilo je različitost preferencija kod odabira putovanja u pojedinim dobnim skupinama.

- mladi od 15 do 24 godine
  - odlučujuća je cijena i lokacija, oni žele u inozemstvu upoznavati nove destinacije i biti aktivni
  - najčešće borave tri do četiri dana, a putovanje planiraju jedan do tri mjeseca unaprijed
  - glavni godišnji odmor plaćaju do 10.000 kruna te putuju uglavnom po Europi
- osobe od 25 do 34 godine
  - na godišnji odmor idu barem na devet noći
  - osim Europe planiraju posjetiti i Aziju
  - većinom putuju s partnerom ili prijateljima
  - preferiraju putovanja avionom
  - više od 50 % planira putovanje individualno, bez usluga agencije
- osobe od 35 do 54 godine
  - većinom putuju u destinacije gdje je ljepše vrijeme nego u Češkoj, odnosno u toplije krajeve
  - 30 % koristi uslugu agencije, pri čemu aranžmane biraju putem interneta
  - 30 % koristi *all inclusive* uslugu
  - najviše vole odmor na plaži, ali i izlete na temu kulturne baštine

- generacija 55+
  - najčešće putuju ljeti ili početkom jeseni
  - za deset dana potroše oko 20.000 kruna
  - najčešće koriste usluge putničke agencije
  - vole programe s temom upoznavanja destinacije
  - odmor planiraju i kupuju tri mjeseca unaprijed

Prema anketi dnevnog lista MF Dnes

- 30 % Čeha na godišnjem odmoru potroši 15.000 kruna
- 37 % potroši manje od 10.000 kruna
- najviše ih putuje automobilom jer su troškovi najniži
- prema ugovorenom cestovnom osiguranju, najviše ih putuje u Hrvatsku, Slovačku i Italiju
- oko 35 % troškova odnosi se na smještaj, 25 % na prijevoz i 20 % na hranu
- karticom se u prosjeku plaćalo u iznosu od 8.820 kruna u Italiji, Španjolskoj i Hrvatskoj

Prema anketi Europe Assistance

- ove godine 49 % Čeha planira provesti godišnji odmor u Europi, a 10 % izvan Europe
- u Češkoj će odmor provesti 65 % Čeha uključujući one koji će ići i u inozemstvo
- 44 % planira odmor na moru, 16 % u planinama, 8 % u gradu i 4 % na turama
- 46 % će koristiti automobil, 33 % zrakoplov, 11 % autobus i 7 % vlak

### Omiljene odmorišne destinacije

U 2017. omiljene destinacije bit će Hrvatska, Slovačka, Italija, Grčka, Austrija i Španjolska.

Prema češkoj statistici, procjenjujemo da bi brojke mogle biti sljedeće

Hrvatska	870.000
Italija	610.000
Slovačka	582.000
Austrija	399.000
Grčka	345.000
Španjolska	200.000

Italija bi ove godine mogla preskočiti Slovačku i s trećeg mjesta doći na drugo.

Ne očekuje se promjena za prve tri destinacije koje obuhvaćaju oko 50 % odlazaka u inozemstvo. Ukoliko bi do promjene došlo, Italija bi mogla doći na drugo mjesto, a Slovačka

na treće. Pretpostavljamo da će povećanje odlazaka Čeha u Italiju biti nešto veće od odlazaka Čeha u Slovačku.

Rezultati prodaje glavnih lidera na tržištu ukazuju da će kod ostalih destinacija do promjena sigurno doći.

U avionskim aranžmanima tijekom godine vodila je Grčka. Neki hoteli i ljetovališta nestali su iz ponude agencija jer su bili rano rasprodani. Veliki interes bio je za Italiju, Španjolsku i Bugarsku. Česi se ove godine naveliko vraćaju u Egipat, a oprezno i u Tunis i Tursku. Najveći organizatori putovanja suglasni su da najveće povećanje ove godine ima Egipat. Invia.cz ima sedam puta veći broj gostiju, Student agency porast od 162 %, Fischer oko 100 %. Najveća *last minute* ponuda bila je za Tursku i Tunis koji su privlačili vrlo atraktivnim cijenama. Najviše rasprodanih kapaciteta organizatori putovanja imali su kod Grčke (Kreta, Rodos, Korfu, Kos), Bugarske i Španjolske (Mallorca, Andaluzija).

Češke agencije specijalizirane na Grčku zabilježile su odličnu prodaju aranžmana (+ 25 – 40 %). Najtraženije destinacije su Kreta, Rodos i Zakintos. U usporedbi s Hrvatskom, u Grčkoj dobiju veći komfor, putovanje zrakoplovom, jeftiniju hranu u restoranima, odličnu uslugu te nasmijane i ljubazne Grke.

Česi su navikli na situaciju u svijetu te ne žele odustati od godišnjeg odmora u morskim destinacijama. Ove godine znatno je porastao interes za Egiptom koji se vratio među deset najtraženijih. Obnavljanjem avionske linije između Praga i Kaira, u idućoj godini Egipat očekuje oko 250.000 čeških gostiju. Povećanju dolazaka trebala bi pomoći bolja sigurnosna situacija, povećanje kvalitete usluga i odgoda poskupljenja jednokratnih viza. Egipat je u posljednjih šest godina izgubio 200.000 Čeha, u 2016. boravilo ih je samo 100.000. Ove godine situacija se znatno poboljšala i za prvi kvartal bilježe povećanje za više od 50 % (češke agencije javljaju i oko 70 %), a ako se do kraja godine nastavi ovako dobra prodaja, Egipat bi moglo posjetiti 200.000 čeških gostiju.

Organizatori putovanja su ove godine za Tursku predviđeli 30 % bolju prodaju. Najprodavanije *last minute* destinacije bile su Turska i Tunis, za koje nije postojao veliki interes kod redovite prodaje. Potražnja za *last minute* aranžmanima bila je puno veća od ponude.

Sve više Čeha božićne blagdane i Silvestrovo provodi u toplim krajevima na moru, a ove godine takav trend je još izraženiji. Najveći interes bio je za Ujedinjene Arapske Emirate i Egipat, ali i puno udaljenije destinacije. Glavni razlog agencije vide u povećanju plaća i dobroj gospodarskoj situaciji, ali i zbog nervoze pred Božić idu za suncem, morem i bezbrižnim odmorom. Ranije su prevladavala zimska putovanja po Europi, a sada se biraju udaljene destinacije poput Tajlanda, Maldiva, Šri Lanke, Vijetnama, Balijske i Australije.

## 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:

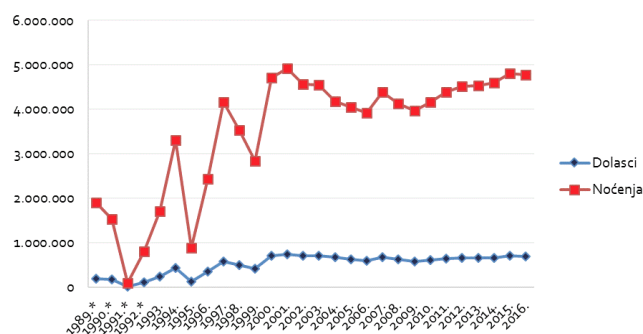
- više od 10.000 putnika prema Hrvatskoj
  - Mediteran travel
  - CK Victoria
  - Vítkovice tours
  - 101 Zemek
  - Adria Databanka
- 5.000 – 10.000 putnika prema Hrvatskoj
  - Alexandria
  - Čedok
  - Firotour
  - Golden City tour
  - Kompas
  - Nev-dama
  - Relax Adriatic
  - CK Valaška

# 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
2016.	688.953	99	358	4.770.429	99	252

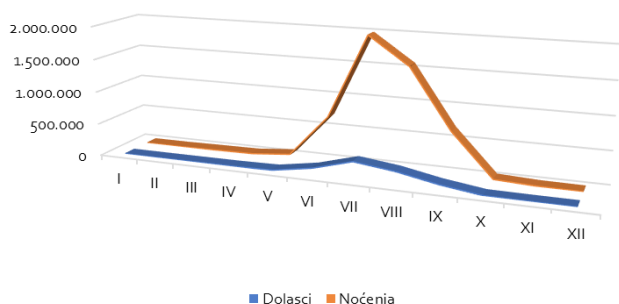
Izvor: DZS (komercijalni smještajni kapaciteti)

## Dolasci i noćenja čeških turista, razdoblje 1989. - 2016.



## REZULTATI ZA 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

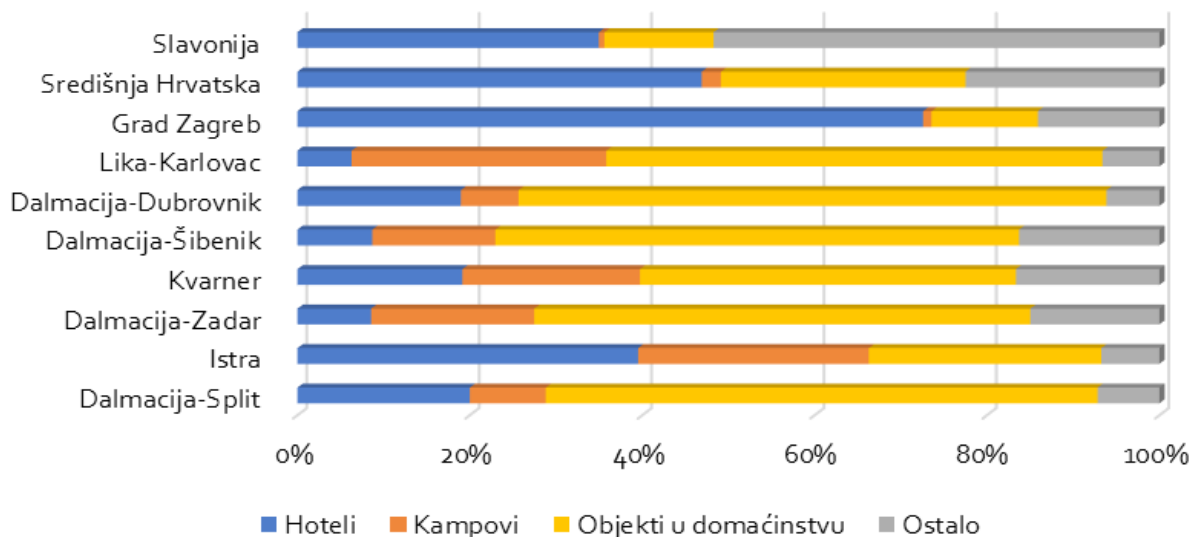
### Dolasci i noćenja čeških turista, I. - X. 2016.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Podgora	264.127
Baška Voda	249.078
Gradac	243.394
Omiš	144.442
Šibenik	125.098
Medulin	123.946
Biograd na Moru	112.010
Vodice	106.692
Rogoznica	105.718
Crikvenica	101.937

### Noćenja čeških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2016.



### Dolasci i noćenja po klasterima

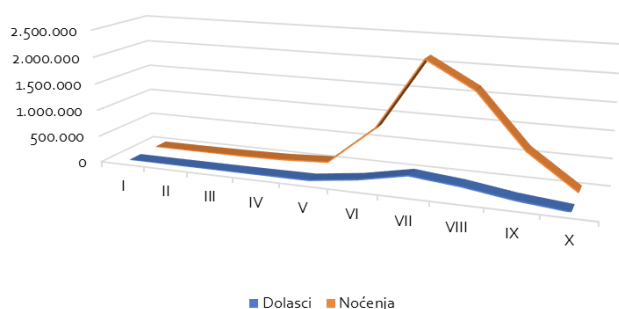
	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	220.537	1.706.324
Istra	129.646	842.833
Dalmacija-Zadar	91.269	691.624
Kvarner	99.372	665.053
Dalmacija-Šibenik	68.568	531.713
Dalmacija-Dubrovnik	35.885	283.394
Nautika	31.359	210.536
Lika-Karlovac	35.640	151.293
Grad Zagreb	10.043	17.346
Središnja Hrvatska	5.595	9.350
Slavonija	1.316	4.034
<b>Ukupno</b>	<b>729.230</b>	<b>5.113.500</b>

### Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	3,5%	3,4%
6-11 godina	5,6%	5,4%
12-17 godina	3,8%	4,1%
18-24 godina	3,0%	3,7%
25-34 godina	5,8%	6,6%
35-44 godina	11,3%	11,7%
45-54 godina	7,9%	7,3%
55-64 godina	5,1%	5,5%
65-120 godina	2,9%	3,3%

# REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – LISTOPAD 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

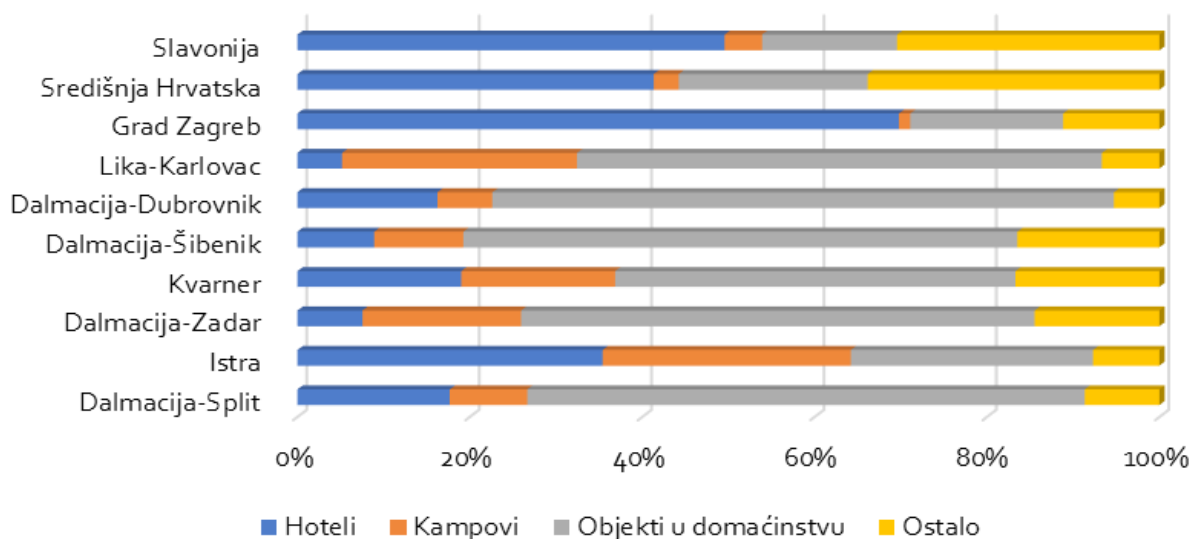
## Dolasci i noćenja čeških turista, I. - X. 2017.



## Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Podgora	281.000
Gradac	256.145
Baška Voda	241.758
Omiš	149.550
Umag	129.888
Biograd na Moru	127.064
Medulin	120.411
Vodice	115.433
Rogoznica	113.666
Crikvenica	110.490

## Noćenja čeških turista po klasterima prema vrstama smještaja, I - X 2017.



## Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	232.296	1.765.548
Istra	140.556	903.857
Dalmacija-Zadar	104.092	788.638
Kvarner	106.105	702.167
Dalmacija-Šibenik	71.796	541.570
Dalmacija-Dubrovnik	37.845	296.479
Nautika	33.583	226.164
Lika-Karlovac	40.401	167.044
Grad Zagreb	9.557	15.856
Središnja Hrvatska	6.268	9.155
Slavonija	1.368	2.534
<b>Ukupno</b>	<b>783.867</b>	<b>5.419.012</b>

## Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	3,5%	3,4%
6-11 godina	6,0%	5,8%
12-17 godina	4,1%	4,4%
18-24 godina	2,7%	3,4%
25-34 godina	5,5%	6,4%
35-44 godina	11,3%	11,9%
45-54 godina	7,8%	7,3%
55-64 godina	4,9%	5,3%
65-120 godina	2,9%	3,3%



## 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 odmorisna destinacija u koju se svake godine 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. Svake godine u Hrvatskoj se na hotele s tri zvjezdice 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 vodene parkove i slične atrakcije, kojih još uvijek nema dovoljno.

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.

Najveći problem organizatora putovanja ove godine bio je stop buking hrvatskih hotelijera pa su se mnogi s pravom bojali da neće imati što prodavati, a alternativu u Hrvatskoj nisu imali. Velike probleme imali su i autobuseri na graničnim prijelazima između Slovenije i Hrvatske te Mađarske i Hrvatske. Nakon prve objave u brojnim češkim medijima o novim mjerama na graničnim prijelazima, pojedine agen-

cije javljale su zastoj u prodaji te povećanje upita zabrinutih građana. Pred kraj travnja, informacije o gužvama na graničnim prijelazima u češkim medijima su utihnule, što je potaknulo veći interes Čeha za odmor u Hrvatskoj.

Bez obzira na gore navedeno, još uvijek je Hrvatska na češkom tržištu omiljena morska destinacija.

Početak godine očekivanja su bila puno veća jer je prodaja aranžmana za Hrvatsku krenula dobro. Organizatori putovanja, koji u svojim programima imaju Hrvatsku, bilježili su povećanje prodaje za više od 30 %. Prvenstveno su se prodavali aranžmani s ponudom ranog bukinga i hotelskim smještajem. Tražile su se sve lokacije u Hrvatskoj.

Neki organizatori putovanja već su krajem svibnja doveli prve goste na Jadran. Autobuseri su prigovarali zbog čekanja na graničnim prijelazima od 1,5 – 2,5 sata. Bojali su se da će, ako se tako nastavi, ljudi početi stornirati aranžmane kupljene za termine glavne sezone, a još veće posljedice mogli bi imati na iduću sezonu. Bez obzira na direktivu EU da će se u slučaju čekanja duljih od 15 minuta vršiti nasumična kontrola, pokazalo se da tehnički nije bilo moguće brže kontrolirati putnike. Prodaji aranžmana za Hrvatsku nisu pridonosili ni mediji koji su u svim člancima o Hrvatskoj isticali kako će turiste u sezoni dočekati poskupljenje cestarina i veće cijene u ugostiteljstvu zbog povećanja poreza s 13 % na 25 %.

Najtraženiji termini bili su u srpnju i kolovozu, lipanjski su se prodavali teže. U kolovozu i rujnu bila je lošija prodaja Hrvatske nego u špici sezone. Glavni razlog bio je nedostatak slobodnih kapaciteta u hotelima.

Zbog početka škole obitelji s djecom u rujnu slabije putuju u Hrvatsku, a zbog promjenjivog vremena mnogi su odustali od planiranih odlazaka. Početkom rujna nedostajalo je slobodnih kapaciteta u mnogim hotelima, dok je u drugoj polovini rujna pao interes Čeha za Hrvatskom.

Za razliku od prethodnih godina kada je postojala samo avionska povezanost s Hrvatskom u ljetnom razdoblju, posljednje dvije godine uvode se nove direktne linije sa Zagrebom u zimskom i ljetnom razdoblju i tako se može povećati broj dolazaka ne samo iz Češke jer je Prag sjecište mnogih avionskih linija iz cijelog svijeta. Croatia Airlines najavila je ljetni red letenja za 2017. u kojem od početka svibnja do kraja listopada uvode četiri rotacije na relaciji Prag – Zagreb (utorak, četvrtak, subota, nedjelja).

Ako se uzme u obzir da je 2017. bila vrlo uspješna pogotovo za mediteranske zemlje i Hrvatsku, da su Česi nakon dvije godine oklijevanja od putovanja zbog nesigurne situacije u Europi i svijetu i straha od terorizma ove godine odlučili nadoknaditi propušteno i da je Hrvatska jedna od najsigurnijih zemalja, predviđa se da će Hrvatsku u 2017. posjetiti oko 785.000 čeških gostiju (+ 7 %).

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, smještaj i sve oko putovanja organiziraju sami. 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

U odnosu na prošlu godinu nije se mnogo promijenila. 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. Neki nude 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,...), što se odrazilo na dobru prodaju ove godine.

Zanimljivo je primijetiti kako je za sezonu 2017. u Češkoj puno ranije krenula prodaja u *first minute* katalozima, što se pokazalo vrlo uspješnim jer se prodao najveći dio kapaciteta. Kasnije je zbog nedostatka slobodnih kapaciteta prodaja išla otežano.

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 katalozima 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 katalozima 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 katalozima 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
- Kontakt Moravia
- CK Kellner
- Valaška
- Dezka
- Tipatour
- Adria Databanka
- Autoturist
- Bus Tour Foltýnova
- Daen
- Croatia Travel
- Geotour
- Novasol
- Fischer
- B&K Tour
- České Kormidlo

- Saturn
- Quicktour
- CK Bonton
- Neckerman

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. 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. Česi su više bukirali Grčku, 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 jer u Hrvatskoj više nije bilo slobodnih hotelskih kapaciteta. Najveći problem je što Česi 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, ali ove godine i u velikom stop bukingu. Stoga se Česi okreću destinacijama poput Španjolske i Grčke gdje za puno povoljniju cijenu aranžmana dobiju puno više usluga i programa npr. za djecu.

Na kraju sezone, u prilog boljoj prodaji Hrvatske išle su i povoljne vremenske prilike u rujnu koje su mogle nadoknaditi lošiju prodaju u kolovozu jer u to vrijeme kod Čeha opada interes za Hrvatskom.

## Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

U 2017., osim Splita i Dubrovnika, i Zagreb je 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. ožujka do 24. lipnja te od 14. rujna do 29. listopada
- 7 x tjedno od 24. lipnja do 26. kolovoza
- 6 x tjedno od 26. kolovoza do 14. rujna

Ostrava – Split

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

Travel Service u 2017. ponovno uspostavlja redovite sezonske linije koje neki organizatori putovanja koriste kao čartere (Vítkovice tours, Čedok, Firetour).

Prag – Split

- svaki dan u tjednu od 29. svibnja do 15. listopada
- 4 x tjedno od 5. travnja do 28. svibnja te od 16. listopada do 22. listopada
- pojedini organizatori putovanja koriste sjedala kao čarter (Čedok, Firetour, Vitkovice tours)

Prag – Dubrovnik

- svaki dan u tjednu od 18. svibnja do 8. listopada
- 3 x tjedno od 28. travnja do 12. svibnja te od 11. do 22. listopada
- subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao čarter (Čedok, Vítkovice tours)

## 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.

Novost ove sezone bila je ulazak njemačkog Flixbusa na relaciji Prag – Zagreb (cijela godina), Prag – Split (samo ljetna sezona) te omiljenog češkog prijevoznika Regio Jet na relaciji Prag – Split.

#### Flixbus

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

#### Regio Jet

- 1 x tjedno od svibnja do listopada
- destinacije: Zadar, Biograd, Šibenik, Split

#### 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 – Prag cijele godine prometuju Flixbus i Eurolines, a od lipnja do kraja listopada Eurolines 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 i odlične mreže autocesta, a za obitelji je financijski najisplativiji.

Prema informacijama s turističkih sajmov u Češkoj te na osnovu učestalih posjeta uredu predstavništva, individualni turisti pokazivali su interes za Hrvatskom. U proljeće nisu znali što mogu očekivati na graničnim prijelazima. Iako su se nadali da će se do ljeta situacija stabilizirati, dočekalo ih je neugodno čekanje na granicama te na naplatnim kućicama u Hrvatskoj.

Individualni promet u Hrvatsku bilježio je rast, što se moglo vidjeti po punom apartmanskome smještaju diljem hrvatske obale.

---

## PREDVIĐANJA ZA 2018.

### TURISTIČKA SEZONA 2018. – OPĆI POKAZATELJI

---

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

Odlični rezultati industrijske proizvodnje, pad nezaposlenosti i povećanje plaća, gospodarska stabilnost te odlične naznake razvoja za iduću godinu, daju mogućnost predvidjeti nastavak dobrog interesa za putovanjima. Na pozitivan trend putovanja može utjecati nesigurna situacija u Europi i svijetu (teroristički napadi). Vjerujemo da će tijekom ove sezone bez terorističkih napada u sredozemnim destinacijama, motivirati Čehe da ponovno u većem broju svoj godišnji odmor provedu izvan granica.

#### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Hrvatska, Slovačka i Italija su destinacije u koje putuje 50 % Čeha. Te će destinacije i u 2018. ostati najvažnije. Ukoliko se situacija u svijetu smiri i tijekom zime ili prolje-

ća ne bude izgreda u sjevernoafričkim zemljama i Turskoj, moglo bi doći do pozitivnog rasta Čeha u te zemlje, što neće utjecati na poredak prvih triju omiljenih destinacija čeških turista.

#### Prognoze organizatora putovanja

Zbog nepredvidljive političke i sigurnosne situacije u zemljama sjeverne Afrike (Egipat, Tunis), mnogi organizatori putovanja u tim zemljama smanjuju kapacitete, a povećavaju kapacitete u sigurnim sredozemnim destinacijama. Međutim, ukoliko sigurnosna situacija u svijetu do iduće sezone bude stabilna i ne dođe do većih incidenata, moglo bi doći do povećanja odlazaka Čeha u Tursku i Egipat, nauštrb Hrvatske. Većini Čeha koji su ove godine doživjeli neugodna čekanja na graničnim prijelazima s Hrvatskom te na autocestama, Hrvatska će ostati u negativnom sjećanju te će se odlučiti za avio-destinacije na kraćim relacijama (Grčku, Tursku, Egipat).

## TURISTIČKA SEZONA 2018. – 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 2018. bilježiti povećanje dolazaka i noćenja oko 2 %, uz pretpostavku da će Česi koji su ove godine zbog straha odmor proveli u Češkoj umjesto u inozemstvu, ponovno odabrati Hrvatsku. 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, ali i zbog toga što su agencije iz zapadne Europe preferirane u davanju kapaciteta u odnosu na one iz srednje i istočne Europe.

### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

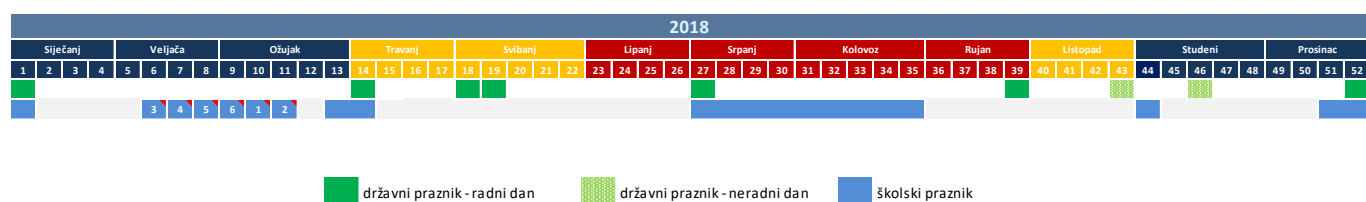
Hrvatska je kao najvažnija destinacija na češkom tržištu vrlo dobro zastupljena u programima organizatora putovanja. Predviđamo da značajnijih promjena u nuđenju

Hrvatske za 2018. neće biti. Jedino su bile naznake pojedinih organizatora putovanja da će od hrvatskih subjekata više kapaciteta uzimati na alatman, umjesto na dosadašnji fiksni zakup. 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 puno ranije izlaze 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 2018.

1. Zadržavanje iste razine cijena s eventualnim povećanjima samo na razini inflacije.
2. Odobravanje više kapaciteta za smještaj češkim organizatorima putovanja.
3. Nezaustavljanje bukinga, posebno u glavnoj sezoni.
4. Povećanje *online* i *offline* promidžbe.
5. Nastavak rekonstrukcije i renoviranje hotela i turističkih naselja uz postojanje hotela s tri zvjezdice.
6. Poboljšanje ponude u destinacijama (više atrakcija za djecu, više događanja...).

## Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2018.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Dan restauracije češke države/Nova godina (Restoration Day of the Independent Czech State, New Year's Day)	1.1.2018	Ponedjeljak	1
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	2.4.2018	Ponedjeljak	14
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2018	Utorak	18
Dan oslobođenja (Liberation Day)	8.5.2018	Utorak	19
Dan sv. Ćirila i Metoda (Saint Cyril and Methodius Day)	5.7.2018	Četvrtak	27
Dan Jana Husa (Jan Hus Day (burned at the stake in 1415))	6.7.2018	Petak	27
Dan sv. Venčeslava (St. Wenceslas Day)	28.9.2018	Petak	39
Dan neovisnosti (Independent Czechoslovak State Day (created in 1918))	28.10.2018	Nedjelja	43
Dan borbe za slobodu i demokraciju (Struggle for Freedom and Democracy Day)	17.11.2018	Subota	46
Badnjak (Christmas Eve)	24.12.2018	Ponedjeljak	52
Božić (Christmas Day)	25.12.2018	Utorak	52
Sv. Stjepan (St. Stephen's Day)	26.12.2018	Srijeda	52

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

Školski praznici	2018.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2017	2.1.2018	
Zimski praznici	2.2.2018	2.2.2018	
Proljetni praznici - Česka Lipa, Jablonec nad Nisou, Liberec, Semily, Havlíčkův Brod, Jihlava, Pelhřimov, Třebíč, Žďar nad Sazavou, Kladno, Kolin, Kutna Hora, Pisek, Nachod, Bruntal	26.2.2018	4.3.2018	6
Proljetni praznici - Mlada Boleslav, Píbram, Tabor, Prachatice, Strakonice, Ústí nad Labem, Chomutov, Most, Jičín, Rychnov nad Knežnou, Olomouc, Šumperk, Opava, Jeseník	5.3.2018	11.3.2018	1
Proljetni praznici - Benešov, Beroun, Rokycany, České Budějovice, Český Krumlov, Klatovy, Trutnov, Pardubice, Chrudim, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Ostrava-mesto	12.3.2018	18.3.2018	2
Proljetni praznici - Praha 1- 5, Blansko, Brno-mesto, Brno-venkov, Breclav, Hodeonin, Vyškov, Znojmo, Domažlice, Tachov, Louny, Prostějov, Karvina	5.2.2018	11.2.2018	3
Proljetni praznici - Praha 6 - 10, Cheb, Karlovy Vary, Sokolov, Nymburk, Jindřichův Hradec, Litoměřice, Děčín, Prerov, Frydek-Místek	12.2.2018	18.2.2018	4
Proljetni praznici - Kroměříž, Uherské Hradiště, Vsetín, Zlín, Praha-východ, Praha-západ, Melník, Rakovník, Plzeň-mesto, Plzeň-sever, Plzeň-jih, Hradec Králové, Teplice, Nový Jičín	19.2.2018	25.2.2018	5
Uskršnji praznici	29.3.2018	2.4.2018	
Ljetni praznici	2.7.2018	31.8.2018	
Jesenski praznici	29.10.2018	30.10.2018	
Božićni praznici i Nova godina	22.12.2018	2.1.2019	

Izvor: Eurydice