



ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA 2013. - 2015.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje

- parlamentarna demokracija
- 14 županija
- neovisnost od 1. siječnja 1993.
- Dan državnosti 28. listopada
- predsjednik Miloš Zeman
- premijer Bohuslav Sobotka
- predsjednički izbori održani u veljači 2013.
- parlamentarni izbori održani u listopadu 2013.
- lokalni izbori i izbori za senat održani u listopadu 2012.
- jezik: češki
- religija:
 - ateisti 34,2 %
 - vjernici 20,6 %
 - katolici 10,3 %
 - evangelisti 0,49 %
 - husiti 0,37 %
 - ostali 9,44 %
- diplomatski odnosi s Hrvatskom uspostavljeni 1. siječnja 1993.
- veleposlanica Hrvatske u Češkoj Ines Troha Brdar
- veleposlanik Češke u Hrvatskoj Martin Košatka
- glavni grad: Prag

Površina

78.867 km², državne granice duge 2.290,2 km, graniči s Njemačkom (810,3 km), Poljskom (761,8 km), Austrijom (466,3 km) te Slovačkom (251,8 km).

Najveći gradovi

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

Stanovništvo

Na dan 31. prosinca 2013. Češka Republika broji 10,512 milijuna stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 133 stanovnika/km². Prema podacima iz 2011. broj stanovnika iznosio je 10,505 mil., od čega 5,158 mil. muškaraca i 5,347 mil. žena.

Urbana populacija čini 74,6 % ukupnog stanovništva. Prosječna životna dob stanovništva jest 73,54 godina za muškarce, a 80,28 godina za žene.



Opće karakteristike gospodarstva

Danas je Češka Republika ekonomski vrlo značajna država te spada među najrazvijenije u Europi. Stupanjem Češke u Europsku uniju počelo je razdoblje gospodarskog rasta. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga, iako je industrija tradicionalno vrlo snažna. Njezino sadašnje stanje rezultat je više od dva stoljeća razvoja. Glavne industrijske grane jesu: kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija. Izuzetno bogatstvo imaju u mineralnim sirovinama (kaolin, glina) te je još uvijek aktivna eksploatacija urana, smeđeg i crnog ugljena. Dovršetkom nuklearne elektrane Temelin porastao je udjel nuklearne energije u proizvodnji električne energije.

Zahvaljujući stranim investicijama posljednjih se godina naglo promijenila struktura industrije. Velik dio proizvodnje čine moderni uređaji i industrijske komponente namijenjene prije svega zapadnoj Europi i razvijenim državama svijeta. Najveći industrijski gradovi jesu Prag, Brno, Ostrava, Plzeň i Mlada Boleslav. Veliku važnost za izvoz ima automobilska industrija koju predstavlja najveća češka firma Škoda – Auto. Automobilska proizvodnja u 2013. bilježi rast od 3 % pa su prihodi iznosili 865 milijardi CZK, dok je izvoz bilježio rast od 5 % te donio 718 milijardi CZK. Automobilska industrija obuhvaća 25 % ukupne industrijske proizvodnje te 7 % BDP-a. Zahvaljujući modernim industrijskim strojevima i uređajima te orijentaciji na razvijena tržišta, Češka Republika postala je jedna od najrazvijenijih država u srednjoj i istočnoj Europi.

Poljoprivreda je i nadalje vrlo značajna gospodarska grana. Uloga poljoprivrede nije samo u proizvodnji zdrave hrane, već i u funkciji zaštite okoliša. Osnovna poljoprivredna proizvodnja jest proizvodnja povrća. Na 50 % obradivih površina uzgajaju se žitarice, a nakon toga slijedi uzgoj krumpira i šećerne repe, voća i povrća. U uzgoju životinja dominira uzgoj svinja, goveda i peradi. Tradicionalno je jak uzgoj slatkovodnih riba, prije svega šarana, a zatim lov i divljač. U uzgoju slatkovodnih riba Češka spada u europske velesile. Trećinu područja Češke pokrivaju šume te je stoga ovdje razvijena i drvoprerađivačka industrija, a drvo se jednim dijelom prerađuje i za izvoz.

Promet u Češkoj ima značajnu ulogu, koja proizlazi iz zemljopisnog položaja. Osnova prometnog sustava u Češkoj 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, iako promet po mnogim lokalnim prugama bilježi gubitak. Radi se na modernizaciji željezničke mreže.

Posljednjih je godina znatan porast zabilježila izgradnja autocesta, odnosno postupno se širi mreža autocesta i drugih državnih cesta. Najstarija i najfrekventnija autocesta između Praga i Brna prolazi niz rekonstrukcija na pojedinim usjecima. Razvija se i avionski promet – zračna luka Vaclava Havela u Pragu već se nekoliko godina širi i zaprima sve više putnika. Češke željeznice znatno su poboljšale brzinu i komfor time što su uvele luksuzne i brze vlakove PENDOLINO i to na relacijama Prag – Brno – Ostrava i Prag – Brno – Beč. Na mnogim relacijama uvedene su i privatne linije REGIO JET (STUDENT AGENCY) i LEO express.

Vanjska trgovina sastavni je dio gospodarstva svake države. Za Češku Republiku, koja je država s nedostatkom određenih sirovina i država sa široko razvijenom industrijom, ima izuzetno veliku važnost. U uvozu prevladavaju goriva, strojevi i prometna sredstva, a u izvozu prevladavaju različiti industrijski proizvodi, automobili te također strojevi.

Prema podacima Češke narodne banke Češka je u 2013. od turizma zaradila 137,9 milijardi CZK, što je za 100 milijuna više nego prethodne godine. Iako je 2013. za Češku bila rekordna po broju inozemnih dolazaka, na prihodima se to nije odrazilo zato što se skratio broj dana boravka inozemnih turista. Na to utječu najviše turisti

iz dalekih tržišta koji dolaze u Europu te tijekom svojeg boravka posjećuju više zemalja. Prošle godine porastao je broj dolazaka Kineza, Koreanaca i turista iz sjevernih zemalja. Prema istraživanjima agencije Czechtourism inozemni su gosti prošle godine u Češkoj potrošili u prosjeku 2821 CZK/os/dan. Potrošnja Čeha u inozemstvu narasla je za 6,9 % i iznosila je 89,9 milijardi CZK.

BDP

Prema podacima za 2013. ukupni BDP iznosio je 3.883,3 milijarde CZK (141,2 mlrd. EUR), dok je za 2012. iznosio 3.843,5 milijardi CZK (139,7 mlrd. EUR).

U odnosu na prethodnu godinu zabilježen je pad od 0,9 %. Ministarstvo financija u prognozi je optimistično te za 2014. očekuje rast BDP-a od 1,7 %, dok za 2015. predviđa rast od 2,0 %.

Izvor: ČSÚ za 2013. + prognoze MF-a

BDP po glavi stanovnika

Podaci Češkoga statističkog ureda (ČSÚ) govore da je BDP per capita u 2013. iznosio 369.507 CZK (13.475 eura).

Stopa nezaposlenosti

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2013. iznosila je 7,68 %. Od početka 2014. broj nezaposlenih se smanjuje, stoga je aktualna stopa nezaposlenosti u svibnju 2014. iznosila 7,5 %. Najniža je u Pragu, Mladoj Boleslavi i Plzenu, a najviša u Mostu, Bruntalu i Usti nad Labem. Bez posla je na kraju 2013. bilo oko 596.000 građana. Ministarstvo financija u prognozi odabranih makroekonomskih čimbenika procjenjuje stopu nezaposlenosti za 2014. i 2015. 6,8 % i 6,6 %.

Izvor: ČSÚ za 2013. + predviđanja MF-a

Prosječna plaća

Prosječna plaća u Češkoj u 2013. iznosila je 25.128,00 CZK (916 eura), dok je u Pragu za trećinu veća te je iznosila 32.602 CZK (1.200 eura). Ministarstvo financija predviđa rast plaća za 1,8 % u 2014. te 3,5 % u 2015.

Izvor: ČSÚ za 2013. + predviđanja MF-a

Stopa inflacije

Stopa inflacije u 2013. iznosila je 1,4 %. U 2012. bila je 3,3 %. U svibnju 2014. iznosila je 0,8 %. Ministarstvo financija za 2014. predviđa stopu inflacije od 1,0 %, a u 2014. 2,3 %. Cilj je Češke narodne banke stopa inflacije od 2 %.

Izvor: ČSÚ za 2013. + predviđanja MF-a

Vanjskotrgovinska bilanca

Vanjskotrgovinski suficit u 2013. iznosio je 350,8 milijardi CZK, odnosno 12,79 milijardi eura (tečaj: 1 EUR = 27,42 CZK), što je za 45,1 milijardu CZK više u odnosu na 2012. godinu.

Izvoz se u 2013. povećao za 2,8 % u odnosu na prethodnu godinu, a uvoz za 1,4 %. Češki udjel u ukupnoj svjetskoj vanjskotrgovinskoj razmjeni trebao bi do 2025. ostati na razini od 0,9 %. Povećan je izvoz u zemlje EU-a. Ključni češki trgovinski partneri jesu Njemačka i Slovačka, a slijede Poljska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska, Austrija itd. Povećao se udjel Ruske Federacije, dok u trgovini s Kinom i Korejom prevladava uvoz. U trgovinskoj bilanci najbolje rezultate bilježe prijevozna sredstva (automobili), strojevi i industrijski potrošačke komponente, dok se deficit produbio u trgovini s mineralnim gorivima. Češka vlada od 2012. ima „novu izvoznju strategiju“ koju fokusira na izvaneuropska tržišta zato što ovisnost o unutarnjem tržištu EU-a ne nudi mnogo za dinamički rast češkog izvoza.

Dug države u 2013. (na dan 31. 12.) povećao se za 16 milijardi CZK te je iznosio 1,683 bilijuna CZK. Deficit državnog proračuna u 2013. iznosio je 81,3 milijarde CZK, odnosno 2,1 % BDP-a. (Tečaj 30. 12. 2013.: 1 EUR = 27,42 CZK)
Izvor: ČSÚ za 2013.

Utjecaj gospodarske krize i recesije na domicilno stanovništvo

Godina 2013. za češko je gospodarstvo još uvijek bila u znaku blage recesije, što potvrđuje i pad BDP-a za 0,9 %. Međutim, efikasnost gospodarstva postupno se tijekom godine poboljšavala, što je dovelo do pozitivnih brojki u zadnjem kvartalu. Prognoze za 2014. već su sada puno optimističnije te izgleda kako je Češka izišla iz krize i kreće prema vrhu.

Pored kompetentne monetarne politike Češke narodne banke, za Češku su karakteristične banke i industrijske tvrtke u dobroj financijskoj kondiciji te relativno niska stopa zaduženosti kućanstava i nezaposlenosti. Ipak, s obzirom na globalnu povezanost financijskih tržišta, dolazi do snažnoga posrednog utjecaja na češko financijsko tržište i realnu ekonomiju.

Poboljšanje se očekuje naročito u drugoj polovini 2014. Ključni će čimbenik biti izvoz, koji uspijeva napredovati unatoč otežanim vanjskim uvjetima. Češki izvoznici profitiraju na dobroj konkurentnosti, na koju previše ne utječe kolebanje tečaja češke krune. Također, oni nalaze nova tržišta izvan EU-a. U usporedbi s brojnim europskim zemljama situacija je u Češkoj bolja zahvaljujući stabilnom financijskom sektoru i manjim problemima u javnim financijama.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Televizija

Državna televizija emitira na pet kanala ČT1, ČT2, ČT24, ČT sport i ČT – Dečko/Art. Uz državnu televiziju djeluju i tri privatne televizije – NOVA, TV PRIMA i TV BARRANOV. Grupacija Nova emitira na sedam kanala (TV NOVA, NOVA CINEMA, SMICHOV, TELKA, NOVA SPORT, FANDA i češko slovačka verzija MTV). TV PRIMA emitira na četiri kanala (PRIMA, PRIMA COOL, PRIMA LOVE i PRIMA ZOOM). 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 37 %, Češka televizija zauzima drugu poziciju s 28,82 %, dok je PRIMA Group na trećoj poziciji s 21,71 %.

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

Gledanost TV postaja

ČT 1	16,69 %
ČT 2	4,06 %
ČT24	5,52 %
ČT SPORT	3,16 %
ČT DEČKO	0,4 %
TV NOVA	23,61 %
PRIMA	14,16 %
NOVA CINEMA	4,33 %
PRIMA COOL	3,68 %
PRIMA ZOOM	2,00 %
PRIMA LOVE	2,16 %
TV BARRANDOV	4,39 %
OSTALE TV	15,4 %

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 jedna je od najpopularnijih radiopostaja.

Redosljed pet najslušanijih radiopostaja (tjedna slušanost)

1. IMPULS	2.117.000 slušateljja
2. EVROPA 2	1.809.000
3. FREKVENCE 1	1.672.000
4. ČRO-Radiožurnál	1.490.000
5. ČRO Dvojka	669.000

Tisak

Prema podacima Češkoga statističkog ureda u Češkoj redovno izlazi 5.687 tiskanih naslova od čega 126 dnevnika, 269 tjednika, 1.398 dvotjednika ili mjesečnika te više od 3.800 ostalih vrsta časopisa.

Od toga su najpoznatiji, najčitaniji i najtiražniji:

Najčitaniji dnevnik

	Naklada
BLESK	333.000
METRO	300.000
DENÍK	180.000
MF DNES	210.000

PRÁVO	150.000
AHA	92.000
SPORT	55.000
LIDOVÉ NOVINY	46.000
HOSPODÁŘSKÉ NOVINY	40.000

Najznačajniji tjednici i dvotjednici

	Naklada
BLESK PRO ŽENY	254.000
TV MAGAZÍN	170.000
CHVILKA PROTEBE	130.000
REFLEX	71.000
TÝDEN	56.000
ŽENA A ŽIVOT	85.000
KVĚTY	58.000
STORY	55.000
VLASTA	55.000
RYTMUS ŽIVOTA	240.000

Najznačajniji mjesečnici

	Naklada
21. STOLETÍ	85.000
APETIT	62.000
ELLE	73.000
HISTORY REVUE	61.000
JOY	45.000
MARIANNE	65.000
MAXIM	50.000
SVĚT ŽENY	174.000

Stručni tisak – turizam

	Naklada
COT BUSINESS	6.500
TTG	8.100
KOKTEJL	32.000
NATIONAL GEOGRAFIC	50.000
YACHTING REVUE	10.000
TRAVEL DIGEST	15.000
YACHT	11.000

BUDDY POTÁPĚNÍ	12.000
LIDÉ A ZEMĚ	50.000
CARAVAN	8.500
CAMPING, CARS & CARAVANS	10.000
CYKLOTURISTIKA	12.500

Najposjećeniji internetski portali

- www.seznam.cz
- www.novinky.cz
- www.idnes.cz
- www.centrum.cz
- www.lide.cz
- www.stream.cz
- www.super.cz
- www.aukro.cz
- www.stesti.cz
- www.mapy.cz
- www.pocasi.cz
- www.firmy.cz

Izvor: siteinfo.cz

2013. GODINA

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2013.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2013. otputovali na odmor

U 2013. građani su Češke ostvarili 29.608.000 putovanja, od čega 17.384.000 u svrhu odmora.

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo

U inozemstvo je u svrhu rekreacije u 2013. ostvareno 4.429.000 putovanja (3.688.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 741.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 12.955.000 putovanja (4.884.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 8.071.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja : inozemstvo iznosi 74,5 : 25,5 %.

Istraživanje o kraćim putovanjima (od jednog do tri noćenja) pokazuje da su kraća putovanja imala za cilj okolne zemlje poput Njemačke i Austrije i u odnosu na 2012.

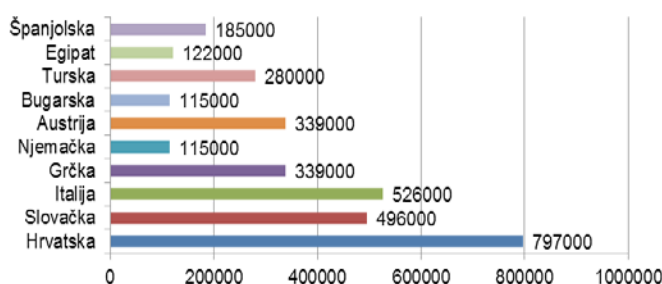
došlo je do povećanja za 7 %, dok je u kraćim putovanjima po Češkoj došlo do pada za 20 %.

Promjene u omiljenosti pozitivno su se odrazile na Grčku, Tursku i Austriju, dok su na omiljenosti izgubile Mađarska, Bugarska, Španjolska i Egipat. Najpopularnije su destinacije već tradicionalno Hrvatska, Slovačka i Italija, a kod avio-aranžmana prednjače Grčka, Turska i Bugarska. Velik pad, oko 50 % u odnosu na prethodnu godinu, bilježi Egipat zbog političke situacije i nemira u zemlji. Povećani interes zabilježile su, zbog povoljnih cijena aranžmana, Grčka i Turska. Kriza je isto tako povećala interes Čeha za susjednom Austrijom. Međutim, nesumnjiv broj jedan još uvijek ostaje Hrvatska. Velik broj Čeha tijekom odmora nije napustio Češku te se bilježi povećanje putovanja za

odmorom u zemlji za 2 %, dok je broj inozemnih putovanja povećan za 1 %. U Češkoj se bilježi i trend kratkih putovanja po europskim gradovima (tzv. Euro vikendi), a najtraženije su destinacije London, Rim, Pariz, Beč, Milano, Istanbul i Venecija.

Redoslijed omiljenih destinacija koje su u 2013. posjetili turisti iz Češke /statistika o odlascima u inozemstvo – putovanja s četiri i više noćenja/

797.000	Hrvatska	19 %
496.000	Slovačka	11,8 %
526.000	Italija	12,5 %
339.000	Grčka	8 %
115.000	Njemačka	2,7 %
339.000	Austrija	8 %
115.000	Bugarska	2,7 %
280.000	Turska	6,7 %
122.000	Egipat	2,9 %
185.000	Španjolska	4,4 %



Omjer između organiziranog i individualnog prometa

Znatna je razlika između Češke i europskog prosjeka u omjeru korištenja usluga putničkih agencija i individualnog prometa. Dok je u Češkoj prema Češkom zavodu za statistiku udjel organiziranih čeških turista činio 51 % (a 15 % od njih išlo je na odmor autobusom), ukupan europski prosjek samo je 20 %, iako se može reći da postoje velike razlike u omjeru organizirano : individualno i to prema destinacijama u koje putuju. Tako npr. u Egipat gotovo sva putovanja idu preko organizatora putovanja, dok u Slovačku, Austriju i Hrvatsku Česi u velikom postotku putuju individualno. U odnosu na 2012. broj prodanih aranžmana preko organizatora putovanja smanjen je za 3 %.

Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja/gostiju na dotičnom tržištu

Prednosti Hrvatske jesu očuvanost prirode, bogata kulturna baština te svakako odnos čeških turista prema Hrvatskoj kao prema tradicionalno omiljenoj destinaciji, odnosno percepcija hrvatskog Jadrana kao „češkog mora“ te olakšana jezična komunikacija. S obzirom na to 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. Važno je napomenuti da 60 % Čeha redovito posjećuje jadransku obalu.

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. Dalje, 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 Česi gube kapacitete s obzirom na to 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...). Zaustavljenu gradnju 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 te bogata ponuda vodenih parkova i toplica glavne su prednosti zbog kojih Česi tamo putuju.

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

Grčka, unatoč nestabilnosti gospodarstva i čestim štrajkovima, drži visoko mjesto u omiljenosti kod Čeha. Razlozi su dulje razdoblje stabilnog vremena u ljetnim mjesecima, bogata kulturna baština, niže cijene u restoranima i za neke usluge (npr. rent-a-car) nego u Hrvatskoj, gostoljubivost domaćina te cijena koja odgovara kvaliteti ponude. Kao nedostatke možemo istaknuti udaljenost destinacije pa se zbog toga uglavnom putuje u Grčku samo avioprijevozom. Iako je prethodnih godina Grčka bila nesigurna zemlja zbog mnogih prosvjeda u gradovima, već prošle godine situacija se tamo stabilizirala i Česi opet masovno osvajaju grčko tržište.

Prednosti su Austrije blizina destinacije, dobra ponuda skijališta za prihvatljive cijene, dobra mreža biciklističkih staza.

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. Pozitivna je i gostoljubivost domaćina. Kao nedostatak mogu se istaknuti nedovoljna čistoća i nesigurnost, odnosno političke promjene i nemiri u destinaciji.

Turska je posljednje dvije godine *boom* na češkom tržištu. Avio-aranžmani s all inclusive ponudom nude se po povoljnim cijenama. Usluge na vrlo visokoj razini, odnos domaćina prema gostima, bogata ponuda kulturnih spomenika te raznolika gastronomska ponuda samo su neke od prednosti koji privlače Čehe u Tursku.

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

Koju su vrstu prijevoza turisti preferirali prilikom odlaska na odmor u 2013.

Češki turisti najčešće su putovali u inozemstvo:

a) vlastitim automobilom	43 %
b) zrakoplovom	38 %
c) autobusom	15 %
d) vlakom itd.	< 4 %

Koji su način organiziranja odmora/bukiranja u 2013. turisti preferirali prilikom odlaska na odmor

Česi su u 2013. najčešće za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo koristili:

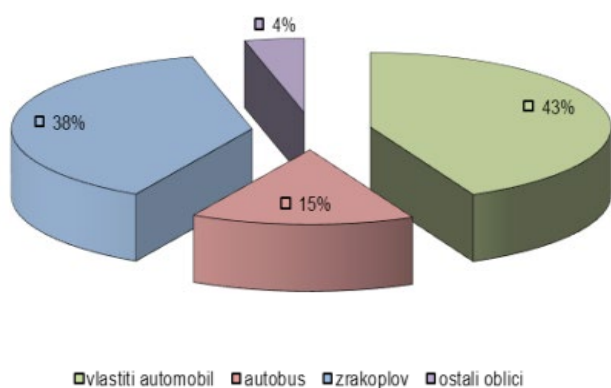
a) individualna organizacija putovanja	48 %
b) organizirano putovanje preko TO-a/agencije	46 %
c) samo boravak ili putovanje preko TO-a/agencije	5 %
d) ostale oblike	1 %

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Češki turisti za svoja putovanja u inozemstvo (s četiri i više noćenja) koriste:

a) hotele i slične vrste smještaja	60,5 %
b) ostale vrste skupnog smještaja	8,1 %
c) odsjedanja kod rođaka i poznanika	14,9 %
d) ostale oblike smještaja	16,4 %

Preferirane vrste prijevoza u 2013.



Razrada tržišta s obzirom na motive putovanja

Prema motivu putovanja Česi u inozemstvo najčešće putuju:

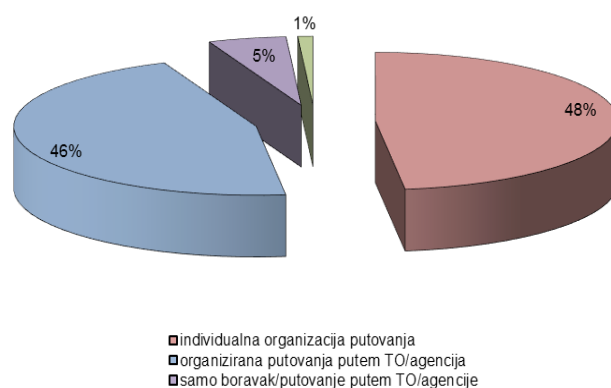
- putovanja s četiri i više noćenja:
 - a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme 83,5 %
 - b) posjet rodbini, poznanicima 13,9 %
 - c) ostali privatni razlozi 1,5 %
- putovanja s jednim do tri noćenja:
 - a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme 65,36 %
 - b) posjet rodbini, poznanicima 29,5 %
 - c) ostali privatni razlozi 5,14 %

Glavna sezona za putovanje nesumnjivo je bilo ljeto, naročito srpanj kada je realizirano 15 % svih putovanja. Broj putovanja na dulji godišnji odmor od osam do 14 dana bio je veći u odnosu na 2013., a prosječan je broj noćenja 8,4 dana. Česi postaju sve zahtjevniji turisti te isto tako traže bolji smještaj. U posljednje vrijeme odabiru nekoliko kraćih odmora i nisu više zadovoljni samo ležanjem na plaži. Tipičan češki odmor sada znači na prvom mjestu 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 motivu putovanja Česi na odmor u inozemstvo najradije putuju:

- | | |
|--|------|
| a) zbog sporta i rekreacije | 69 % |
| b) na kružna putovanja da bi upoznali zemlju | 13 % |
| c) radi posjeta rodbini u stranim zemljama | 10 % |
| d) zbog zdravstvenih razloga | 3 % |
| e) ostali razlozi | 5 % |

Preferirani načini organiziranja odmora/bukiranja u 2013.



Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prema istraživanju agencije TNS Infratest češka kućanstva za putovanje potroše prosječno 26.000 CZK. Prema Češkom zavodu za statistiku prosječni troškovi za jedan dan putovanja iznosili su 1.231 CZK.

Globalni pregled organizatora putovanja

U Češkoj je registrirano 1.470 organizatora putovanja i oko 5.000 agencija. Od toga 86 organizatora putovanja ima više od 20 zaposlenih, a svega deset zapošljava više od 100 djelatnika. Prema novom izmijenjenom i usvojenom zakonu Trades Licensing Act, samo se vrši monitoring za ovih 86 TO-ova/PA-ova, odnosno onih koji imaju više od 20 zaposlenih.

Prema podacima Češkoga državnog zavoda za statistiku češki su organizatori putovanja u 2013. prodali 2,18 milijuna putovanja (cijelih aranžmana ili samostalno smještaj ili transport).

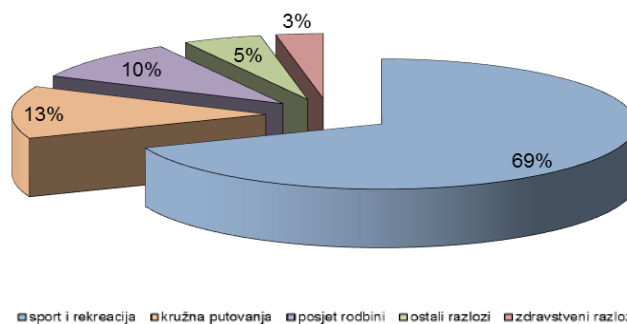
Najjači organizatori putovanja koji djeluju na tržištu

- EXIM
- ČEDOK
- FISCHER
- FIRO TOUR
- NEVDAMA
- BLUE STYLE
- ALEXANDRIA
- ESOTRAVEL
- KOMPAS

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
- GOLDENCITY TOUR www.goldencitytour.cz
- KOMPAS www.kompas.cz

Motivi putovanja na odmor u inozemstvo



- NEV DAMA www.nev-dama.cz
- TIPATOUR www.tipatour.cz
- ALEXANDRIA www.alexandria.cz
- VALAŠKA www.ckvalaska.cz
- CK DEZKA www.dezka.cz
- KONTAKT MORAVIA www.kontakt-moravia.cz

Prodaja aranžmana putem interneta

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

Više od 150 organizatora putovanja nudi Hrvatsku, od čega 30-ak ima više od 1.000 putnika godišnje.

Prema podacima dvaju čeških udruženja organizatora putovanja, ACKČR-a (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur) i AČCKA-a, (Asociace cestovních kanceláří České republiky) 54 članice odnosno 98 članica u svojim programima imaju Hrvatsku. To je ukupno 152 organizatora putovanja s „hrvatskim“ programima, s time da velik broj organizatora putovanja nije član niti jednog od udruženja.

UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj

Hrvatsku je u 2013. posjetilo 652.216 čeških turista, koji su ostvarili 4.539 151 noćenja.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka turista u Hrvatskoj

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

Zastupljenost Hrvatske u katalogima organizatora putovanja

Organizatora putovanja „specijalista“ za Hrvatsku na češkom tržištu ima desetak – od većih (s ponudom do 100 stranica kataloga) do onih manjih, koji nude samo nekoliko destinacija. U katalogima najvećih lidera na tržištu (ČEDOK, FIRO-tour, ALEXANDRIA) čiji katalogi u prosjeku imaju 500 i više stranica, Hrvatska je zastupljena najviše do 20 %. Hrvatska je u programima dvaju najvećih organizatora putovanja, VÍTKOVICE TOURS i VICTORIA, u katalogu zastupljena s više od 80 %. Niz malih i srednjih organizatora putovanja nudi isključivo Hrvatsku, kao npr. CK 101 ZEMEK i MEDITERAN TRAVEL, a nude cijelu obalu i otoke.

Najznačajniji organizatori putovanja koji u svojim katalogima imaju Hrvatsku jesu: MEDITERAN TRAVEL, VÍTKOVICE TOURS, ENERGOTOUR, RELAX ADRIATIC, GOLDEN CITY TOUR, CK 101 ZEMEK, KOMPAS, GLOBTOUR, DALMACIJATOUR, ALEXANDRIA, FORLINE, ČD TRAVEL, CK FEDE, CK BENA TOUR, CK NOVALJA, CK CAMPANA, NEV DAMA, AQUARIUS ADRIATIC,

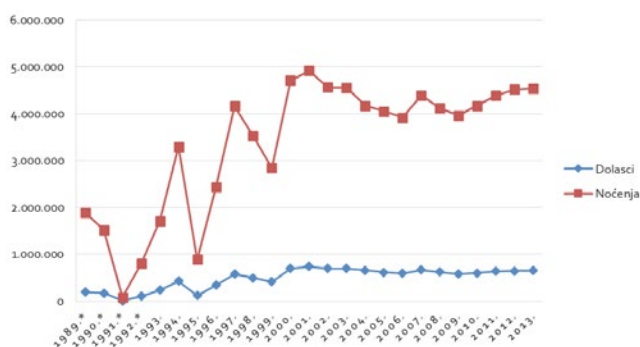
CK VICTORIA, CK BOŠ, KONTAKT MORAVIA, CK KELLNER, CK MILE, CK MPLUS TRAVEL, CK VALAŠKA, CK DEZKA, TIPATOUR, NYKAR, ADRIA DATABANKA, AUTOTURIST, BUS TOUR FOLTÝNOVA, DAEN, CROATIA TRAVEL, GEOTOUR, NOVASOL...

Obujam organizatora prometa u 2013. po praćenom organizatoru putovanja (procjene)

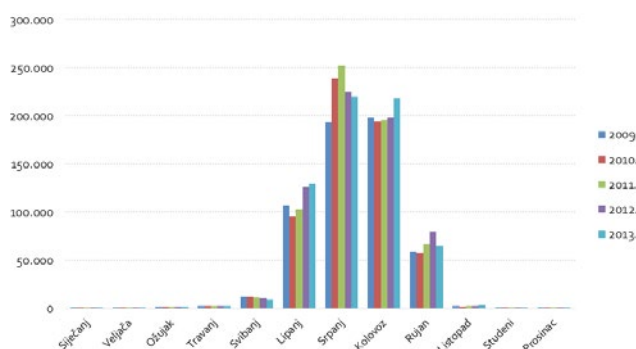
Organizator putovanja	Broj putnika
CK NOVALJA	4.900 (2013.)
CK QUICKTOUR	1.200 (2013.)
GEOTOUR	1.400 (2013.)
RELAX ADRIATIC	9.000*
DALMACIJATOUR	500*
CK VALAŠKA	6.000*
ČEDOK	17.000*
MEDITERAN TRAVEL	10.100 (2013.)
VÍTKOVICE TOURS	39.817*
CK 101 ZEMEK	12.412*
TIPATOUR	3.900*
CK VICTORIA	40.000*
ČD TRAVEL	1.800*
KOMPAS	6.306*

* Podaci iz 2012.: Organizatori putovanja nisu bili suglasni s objavljivanjem podataka za 2013.

Dolasci i noćenja čeških turista u razdoblju 1989. - 2013.



Dolasci čeških turista po mjesecima u razdoblju 2009. - 2013.



Novosti s gledišta uvrštenosti Hrvatske u programe organiziranih putovanja 2013. u odnosu na 2012.

Posebni novosti nema, Hrvatska je konstantno zastupljena u velikom broju kataloga, neki organizatori putovanja smanjuju kapacitete, a nekih ih povećavaju. U katalogima se sve više pojavljuju hoteli s četiri zvjezdice, ali i ponuda smještaja kod domaćina, međutim prodaja kod hotelskog smještaja ide najbolje u hotelima s tri zvjezdice. Hrvatska se sve više nudi u autobusnim i auto

aranžmanima, nešto raste i prodaja s avioprijevozom jer su uspostavljeni čarteri za Hrvatsku, svakodnevno za Split i tjedno za Dubrovnik.

Prednosti i nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

• Prednosti

Prije svega očuvana priroda, čisto more koje Česi često nazivaju „češko more ili češki Jadran“, dobra dostupnost,

Promet čeških turista u Hrvatskoj od 1989. do 2013.

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.	652.216	101	338	4.539.151	100	240

Izvor: DZS

gostoljubivost domaćina, bogata kulturna baština, bliskost jezika te lakoća komunikacije, raznolika ponuda (sportski sadržaji), odlična gastronomija.

• Nedostaci

Uglavnom previsoke cijene hotelskog smještaja (na pojedinim lokacijama, uglavnom nakon rekonstrukcija hotela ili promjena vlasnika), kada se cijene usporede s drugim destinacijama (Grčka, Egipat, Bugarska i Turska). Nedovoljna ponuda hotelskog smještaja s 3* jer dolazi do prelaska na 4*. Nejednaka poslovna politika hotelijera prema agencijama iz Češke u odnosu na one „sa zapada“ (drugi cjenici, drugi uvjeti plaćanja, stop stanje, akontacije, garancijske odnosno alotmanske cijene...). Organizatori putovanja koji se specijaliziraju za aktivan odmor upozoravaju na nedovoljno ili čak nepostojanje označavanja pješačkih i biciklističkih staza, pogotovo po otocima. Upozoravaju i na nedovoljnu sve veću „agresivnost“ drugih, nama konkurentnih turističkih destinacija, koje sve više ulažu u promidžbu. Velik problem predstavljaju i visoke cijene u restoranima, što mnoge goste navodi na putovanje u konkurentne destinacije.

Razrada dolazaka po regijama

Splitsko-dalmatinska županija

Ukupno 237.934 dolazaka i 1.784.940 ostvarenih noćenja ili 4 % više noćenja nego u 2012.

Dubrovačko-neretvanska županija

Ukupno 36.354 dolazaka i 282.551 ostvarenih noćenja ili 1 % više noćenja nego u 2012.

Šibensko-kninska županija

Ukupno 78.271 dolazaka i 547.121 ostvarenih noćenja ili 1 % više noćenja nego u 2012.

Zadarska županija

Ukupno 97.231 dolazaka i 708.190 ostvarenih noćenja ili 8 % više nego u 2012.

Primorsko-goranska županija

Ukupno 98.703 dolazaka i 654.421 ostvarenih noćenja ili 4 % više nego u 2012.

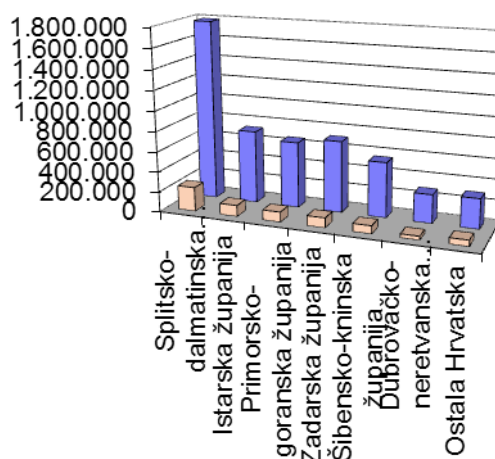
Istarska županija

Ukupno 110.089 dolazaka i 722.286 ostvarenih noćenja ili 3 % manje noćenja nego u 2012.

Ostatak Hrvatske

Ukupno 59.511 dolazaka, 296.012 noćenja.

Dolasci i noćenja po regijama u 2013.



Način prijevoza korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

Najviše čeških turista u Hrvatsku putuje osobnim automobilom, na drugom je mjestu autobus, a na zadnjem je mjestu je avioprijevoz zbog male udaljenosti i nepovoljnih cijena za Hrvatsku.

Zrakoplovni čarteri u 2013.

S obzirom na blizinu destinacije, zrakoplovni su čarteri limitirani te se više koriste druga prijevozna sredstva. Letovi za Split i Dubrovnik nisu samo čarter letovi organizatora putovanja, već i redovna ljetna linija.

Prag – Split – Prag

Vítkovice tours, Kompas, FIRO-tour, Čedok
Svaki dan od 10. 5. do 14. 10. sa 162 avio-sjedišta/SMART WINGS/.

Ostrava – Split – Ostrava

Vítkovice tours
1 x tjedno od 12. 6. do 4. 9. sa 162 avio-sjedišta /SMART WINGS/.

Prag – Dubrovnik – Prag

1 x tjedno od 4. 6. do 24. 9. 2013. /SMART WINGS/

Autobuseri u 2013.

- Cijelu godinu vozila je redovna linija na relaciji Prag – Brno – Zagreb (svakog petka).
- Od kraja svibnja do kraja rujna vozila je autobusna linija Jadran express na relaciji Prag – Gradac.
- Od kraja svibnja do polovine rujna prijevoznik ONLINEBUS vozio je na relacijama: Prag – Baška, Prag – Crikvenica, Prag/Ostrava – Drvenik,

- Prag/Ostrava – Dubrovnik, Prag/Ostrava – Gradac, Prag/Ostrava – Karlovac, Prag – Krk, Prag/Ostrava – Makarska, Prag – Malinska, Prag/Ostrava – Omiš, Prag – Opatija, Prag/Ostrava – Plitvice, Prag/Ostrava – Ploče, Prag/Ostrava – Podgora, Prag/Ostrava – Primošten, Prag – Pula, Prag – Rijeka, Prag – Rovinj, Prag/Ostrava – Split, Prag/Ostrava – Trogir, Prag/Ostrava – Tučepi, Prag/Ostrava – Zadar, Prag/Ostrava – Zagreb, Prag/Ostrava – Šibenik.
- Od početka lipnja do polovine rujna prijevoznik Tourbus vozio je na relacijama: Brno – Znojmo – Rijeka – Crikvenica – Baška/Pula, Brno – Ploče – Dubrovnik, Ostrava – Brno – Zagreb – Zadar – Split – Makarska, Prag – Brno – Rijeka – Pula.
 - Velika većina čeških organizatora putovanja nudi autobusne aranžmane do svih odredišta na obali.
 - Desetak organizatora putovanja nudi proljetne i jesenske ture po Hrvatskoj uglavnom na temu Nacionalni parkovi.

Prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta individualnoga gosta

Najveće prednosti Hrvatske kao odredišne destinacije čeških turista prirodne su ljepote i zemljopisna blizina, a samim tim i brza i laka dostupnost svim prijevoznim sredstvima. Također, prednosti su i čistoća i urednost mjesta, gostoljubivost, bogata gastronomska i enološka ponuda te „vrijednost za uloženi novac“.

Osjećaj sigurnosti vrlo je važan, kao i ekološka očuvanost. Glavni su nedostaci visoke cijene u restoranima i jednolična ugostiteljska ponuda. Također, ima prigovora na *shopping* ponudu koja je najmanje prihvatljiva, a posebno sa stajališta cijena. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištima. Najveći su nedostaci način na koji se percipira češkoga gosta u odnosu na druge goste. Obitelji s djecom rado bi u Hrvatskoj posjetile akvaparkove, čiji je broj nedostatan.

Vrsta smještaja koju su koristili u Hrvatskoj

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

Koje dodatne sadržaje/aktivnosti u Hrvatskoj gosti najčešće konzumiraju

S obzirom na to da su Česi vrlo aktivan narod, osim sunca i mora vole kretanje, uglavnom na biciklima te zbog toga prigovaraju na nedostatak označenih biciklističkih trasa u Hrvatskoj. Od dodatnih sadržaja Česi su veliki „potrošači“ izleta, sportskih aktivnosti te razgledavanja kulturnih znamenitosti. Iako ponekad u nečemu štedljivi, nikada im nije problem platiti za ulaznicu u nacionalni park za cijelu obitelj ili za neki atraktivni izlet. U velikoj mjeri koriste ronjenje i *yachting*, pogotovo u pred i posezoni.

2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2014.

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2014.

Procjenjuje se da će u 2014. oko 4,3 milijuna ljudi s češkog tržišta otputovati u inozemstvo.

Redoslijed omiljenih destinacija za sezonu 2014. – procjena

Omiljene destinacije i u 2014. bit će Hrvatska, Slovačka, Italija, Grčka, Turska, Španjolska i Bugarska.

Razlozi (eventualne) promjene u redoslijedu omiljenih destinacija

Ne vjerujemo da će doći do promjene za prve tri destinacije koje obuhvaćaju oko 50 % odlazaka u

inozemstvo. Što se tiče ostalih destinacija, može doći do promjena u redoslijedu ovisno o posebnim ponudama koje se pojavljuju na tržištu.

Ukupan pregled organizatora putovanja na tržištu u 2014. (grupacije, tržišni lideri, specijalisti) – promjene u odnosu na 2013.

U odnosu na prethodnu godinu nije došlo do znatnijih promjena. Organizator putovanja koji u svojim programima imaju Hrvatsku i dalje nastavljaju s ponudom. Može se reći da je češko tržište prilično stabilno u vezi s ponudama organizatora putovanja.

PROCJENA UDJELA ČEŠKOG TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU - 2014. GODINE

Aktualni imidž Hrvatske

Hrvatska je još uvijek na češkom tržištu omiljena i najvažnija destinacija.

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka u Hrvatsku u 2014.

Hrvatsku će u 2014. posjetiti oko 700.000 čeških gostiju.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2014.

Omjer između organiziranih gostiju i individualnih gostiju u 2013. bit će 65 : 35 %.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja nije se mnogo promijenila u odnosu na prošlu godinu. Od strane čeških TO-ova došlo je do blagog povećanja zakupa kapaciteta u već postojećim destinacijama zbog predviđanja bolje prodaje.

Prognoze rezultata u 2014. od strane organizatora putovanja

Organizatori putovanja predviđaju istu prodaju kao prošle godine s blagim povećanjima u nekim regijama. Ima i TO-ova koji će bilježiti i minuse. Ti su minusi rezultat lošijeg kalkuliranja cijena.

Zrakoplovni čarteri u 2014.

S obzirom na blizinu destinacije, zrakoplovni su čarteri limitirani. Jedini avioprijevoznik Travel Service za ovu godinu uspostavio je redovne sezonske linije koje koriste

i neki organizatori putovanja kao čartere (Vítkovice tours, Čedok, Firotour).

Za 2014. uspostavljeni su sljedeći letovi:

Prag – Split – Prag

- svaki dan u tjednu od 29. 5. do 5. 10. 2014
- 3 x tjedno od 2. 5. do 28. 5. i od 6. 10. do 20. 10. 2014.
- subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao čarter (Čedok, Firotour, Vítkovice tours)

Ostrava – Split – Ostrava

- srijedom od 12. 6. do 4. 9. 2014.
- Vítkovice tours koristi čarter

Prag – Dubrovnik – Prag

- 3 x tjedno od 30. 5. do 30. 9. 2014.

Prag – Pula – Prag

- 4 x tjedno od 2. 6. do 1. 10. 2014.

Autobuseri u 2014.

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

Individualni promet u 2014.

Promet vlastitim automobilima prema Hrvatskoj u porastu je zbog blizine destinacije i odlične mreže autocesta.

2015. GODINA

TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta

Izlazak iz ekonomske krize pogodovat će stabiliziranju broja Čeha koji će putovati u inozemstvo tijekom 2015. Blaga gospodarska poboljšanja izazvat će rast interesa za putovanjima.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2015. uz usporedbu s očekivanjima za 2014.

Hrvatska, Slovačka i Italija destinacije su u koje putuje 50 % Čeha. Te će destinacije i u 2014. ostati najvažnije.

Prognoze organizatora putovanja za 2015.

Države sjeverne Afrike i Turska mogu u 2015. znatnije rasti s obzirom na posebno konkurentne cijene koje nude u ovoj godini te ako nastave iste nuditi u sljedećoj godini. Poboljšavanje ekonomske i financijske situacije u Češkoj povećat će interes za avio-aranžmanima.

TURISTIČKA SEZONA 2015. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2015.

Poboljšavanje ekonomske i financijske situacije u Češkoj povećat će i potražnju ne samo za avio-destinacijama, već i za destinacijama individualaca. Hrvatska kao najvažnija destinacija individualaca s češkog tržišta mogla bi u 2015. bilježiti povećanje dolazaka i noćenja i do 750.000 gostiju.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska kao najvažnija destinacija na češkom je tržištu veoma dobro zastupljena u programima organizatora putovanja. Predviđamo da znatnijih promjena u nuđenju Hrvatske za 2015. neće biti.

Mjere koje bi u 2015. trebalo poduzeti prema mišljenju organizatora putovanja

- Zadržavanje iste razine cijena s eventualnim povećanjima samo na razini inflacije.
- Nastavak rekonstrukcije i renoviranje hotela i turističkih naselja.
- Povećanje promidžbe na češkom tržištu, posebno sredstava udruženog oglašavanja.
- Odobranje većih kapaciteta za smještaj češkim organizatorima putovanja.
- Prestanak zaustavljanja bukinga, posebno u glavnoj sezoni.
- Poboljšanje *shopping* ponude.