



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje

Mađarska (od 1. siječnja 2012. službeni je naziv države Mađarska, dok je ranije glasilo Republika Mađarska) jest republika s jednodomnim parlamentom, a od 25. travnja 2010. na vlasti je stranka FIDESZ (stranka desnog centra) u drugom mandatu – ponovno su pobijedili na izborima 6. travnja 2014. osvojivši 66,83 % mandata u parlamentu, što znači da ponovno imaju dvotrećinsku većinu (133 od 199 mjesta). U 2012. promijenjen je izborni zakon te je smanjen broj parlamentarnih zastupnika s 386 na 199, pri čemu se 93 bira razmjernim sustavom preko stranačke liste na nacionalnoj razini, a ostalih 106 većinskim sustavom u izbornim jedinicama koje biraju po jednog zastupnika.

Od 1. svibnja 2004. Mađarska je punopravna članica EU-a.

Nacionalna valuta jest forinta (HUF), 1 EUR = 307,39 HUF (srednji tečaj na dan 16. lipnja 2014.), a za priključenje eurozoni ne postoji ciljni datum.

Predsjednik republike: dr. János Áder (od 2. svibnja 2012.)
Predsjednik vlade: dr. Viktor Orbán (od 29. svibnja 2010. – sada obnaša treći mandat, nakon razdoblja 1998. – 2002. i 2010. – 2014.).

- Predsjednika Mađarske bira parlament svakih pet godina. Iako predsjednik nema velike ovlasti, on imenuje predsjednika vlade. Predsjednik vlade bira ministre po vlastitom nahođenju. Svaki kandidat za ministra mora proći otvoreno ispitivanje pred jednim ili više parlamentarnih odbora, a također ga treba formalno prihvatiti i predsjednik Mađarske.
- Mađarski je parlament (*Országgyűlés*) jednodomni i ima 199 zastupnika (prema novom izbornom zakonu od 1. siječnja 2012.). Parlament je najviše državno tijelo koje predlaže i odobrava zakone koje predlaže premijer.
- Kako bi ušla u parlament, svaka stranka mora osvojiti najmanje 5 % glasova građana. Izbori za parlament održavaju se svake četiri godine (posljednji su bili u travnju 2014.).
- Vladajuća mađarska stranka jest FIDESZ (od ukupno 199 zastupničkih mjesta imaju 133 mjesta).
- Ustavni sud od 15 članova ima pravo spriječiti zakone koje ocijeni neustavnima.



Državni praznici: 15. ožujka (revolucija 1848.), 20. kolovoza (sv. Stjepan, prvi mađarski kralj), 23. listopada (revolucija 1956.).

Značajnije međunarodne institucije kojih je Mađarska članica










UN, NATO, Europska unija/EU (od svibnja 2004.), OECD (od 1996.), MMF (od 1982.), Svjetska trgovinska organizacija (WTO, 1973.), Višegradaska skupina, Organizacija za europsku sigurnost i suradnju (OSCE), Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (CERN), Dunavska komisija, Schengenska konvencija, Svjetska meteorološka organizacija, Bank for International Settlements, Međunarodna agencija za atomsku energiju, Wassenaar Arrangement on Export Controls for Conventional Arms and Dual-Use Goods and Technologies.

Površina: 93.030 km².

Mađarska je podijeljena na 19 županija:

- Bács-Kiskun (administrativno središte Kecskemét), Baranya (Pécs), Békés (Békéscsaba), Borsod-Abaúj-Zemplén (Miskolc), Csongrád (Szeged), Fejér (Székesfehérvár), Győr-Moson-Sopron (Győr), Hajdu-Bihar (Debrecen), Heves (Eger), Jász-Nagykun-Szolnok (Szolnok), Komárom-Esztergom (Tatabánya), Nógrád (Salgótarján), Pest (Budapest), Somogy (Kaposvár), Szabolcs-Szatmár-Bereg (Nyíregyháza), Tolna (Szekszárd), Vas (Szombathely), Veszprém (Veszprém) i Zala (Zalaegerszeg).
- glavni grad: BUDAPEST/BUDIMPEŠTA (23 okruga, 1.740.000 stanovnika na dan 1. siječnja 2012.).

Najveći gradovi

	Mjesto	Broj stanovnika 2012.	Županija	Napomena
1.	 Budimpešta	1.740.685		
2.	 Debrecen	207.594	Hajdú-Bihar megye	drugi najveći grad u Mađarskoj, dinamičnoga gospodarskog razvitka, turistički sajam tijekom ožujka
3.	 Szeged	170.052	Csongrád megye	građani ovoga grada dobro poznaju Hrvatsku, kamo su redovito dolazili desetljećima, turistički sajam tijekom ožujka
4.	 Miskolc	166.823 ▼	Borsod-Abaúj-Zemplén megye	turistički sajam tijekom travnja
5.	 Pécs	156.801 ▲	Baranya megye	Hrvatskoj zemljopisno blizak grad, u koji na turistički sajam rado dolaze izlagati hrvatske turističke tvrtke (sajam tijekom ožujka)
6.	 Győr	131.564 ▲	Győr-Moson-Sopron megye	važno središte i svojevrsna „vrata prema zapadnoj Europi“, turistički sajam tijekom travnja
7.	 Nyíregyháza	117.852 ▲	Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	nama najudaljeniji veći mađarski grad
8.	 Kecskemét	114.226 ▲	Bács-Kiskun megye	turistički sajam tijekom studenoga
9.	 Székesfehérvár	101.722 ▼	Fejér megye	grad dinamičnoga gospodarskog razvitka

Gradovi sa statusom županije (megyei jogú városok) – ima ih 23 – u zagradi je godina kada im je dodijeljen status:

- Békéscsaba (1990.)
- Debrecen (1990.)
- Dunaújváros (1990.)
- Eger (1990.)
- Érd (2006.)
- Győr (1990.)
- Hódmezővásárhely (1990.)
- Kaposvár (1990.)
- Kecskemét (1990.)
- Miskolc (1990.)
- Nagykanizsa (1990.)
- Nyíregyháza (1990.)
- Pécs (1990.)
- Salgótarján (1994.)
- Sopron (1990.)
- Szeged (1990.)
- Szekszárd (1994.)
- Székesfehérvár (1990.)
- Szolnok (1990.)
- Szombathely (1990.)
- Tatabánya (1990.)
- Veszprém (1990.)
- Zalaegerszeg (1990.)

U Mađarskoj ima ukupno 175 kotara (nova administrativna jedinica, uvedena 1. siječnja 2013. umjesto klastera).

Muškarci

Po dobi	2001.	2011.
5 – 9	297.934	247.960
10 – 14	319.069	251.952
15 – 19	341.206	304.075
20 – 24	414.606	317.039
25 – 29	400.504	310.238
30 – 34	355.211	385.903
35 – 39	304.127	412.285
40 – 44	348.053	358.261
45 – 49	399.637	297.246
50 – 54	335.717	315.132
55 – 59	279.522	364.059
60 – 64	229.703	293.440
65 – 69	202.442	221.918
70 – 74	168.654	162.896
75 – 79	118.653	115.657
80 – 84	49.520	73.546
85 –	35.713	43.539
Ukupno	4.850.650	4.718.479

Muškarci i žene

Po dobi	2001.	2011.
5 – 9	297.934	247.960
10 – 14	319.069	251.952
15 – 19	341.206	304.075
20 – 24	414.606	317.039
25 – 29	400.504	310.238
30 – 34	355.211	385.903
35 – 39	304.127	412.285
40 – 44	348.053	358.261
45 – 49	399.637	297.246
50 – 54	335.717	315.132
55 – 59	279.522	364.059
60 – 64	229.703	293.440
65 – 69	202.442	221.918
70 – 74	168.654	162.896
75 – 79	118.653	115.657
80 – 84	49.520	73.546
85 –	35.713	43.539
Ukupno	4.850.650	4.718.479

Žene

Po dobi	2001.	2011.
5 – 9	284.051	234.386
10 – 14	305.426	238.116
15 – 19	327.403	289.459
20 – 24	394.696	301.196
25 – 29	386.487	301.063
30 – 34	345.646	379.414
35 – 39	304.607	403.311
40 – 44	360.531	356.260
45 – 49	425.088	304.426
50 – 54	369.025	342.439
55 – 59	329.754	417.052
60 – 64	305.606	360.551
65 – 69	287.855	301.053
70 – 74	268.693	260.948
75 – 79	220.170	215.416
80 – 84	104.704	160.669
85 –	89.846	121.478
Ukupno	5.347.665	5.219.149

Opće karakteristike gospodarstva

Struktura BDP-a u 2013.: poljoprivreda 3,4 %, industrija 28 % i usluge 68,7 %.

Najvažniji sektori industrije: proizvodnja strojeva i opreme, farmaceutska i prehrambena industrija, metalurgija, graditeljstvo, tekstilna industrija i proizvodnja automobila.

Ukupno je 4.106.600 zaposlenih (veljača – travanj 2014.), od čega:

javni sektor:	453.400
sektor industrije:	1.230.500
uslužne djelatnosti:	2.622.300

U turističkim djelatnostima zaposleno je oko pola milijuna građana, od čega neposredno 320.000 građana (u hotelima, turističkim agencijama, restoranima, zračnim lukama i manjim zrakoplovnim tvrtkama, brodarskim tvrtkama na Dunavu, Tisi i Balatonu, *rent-a-car* tvrtkama i sl.) te posredno oko 170.000 (stručni mediji, izrada i prodaja suvenira, priprema namirnica za restorane i hotele i sl.).

- Zanimljivo je da u Mađarskoj, još ne tako davno tradicionalno poljoprivrednoj zemlji, poljoprivreda u strukturi ukupnoga društvenog proizvoda (BDP) sudjeluje s jedva 4 %, industrija čini 28 %, a usluge čak 69 % ukupnog BDP-a, dok turizam čini 6 % BDP-a. Najznačajniji poljoprivredni proizvodi jesu: pšenica, kukuruz, suncokret, šećerna repa, krumpir te u stočarstvu svinjogojstvo, goveda, perad i mliječni proizvodi. U industriji glavnu ulogu imaju: rudarstvo, metalurgija, građevinski materijal, proizvodnja hrane, tekstil i kemijski proizvodi.

Danas je tržišna orijentacija Mađarske usmjerena ponajprije prema zemljama srednje i zapadne Europe, a zatim i prema Rusiji, Kini te SAD-u.

Mađarska gospodarska razvojna strategija mogla bi se sažeti u sljedećem:

- jačanje gospodarskog napretka
- ispunjenje *maastrichtskih* kriterija
- ubrzani razvitak prometne infrastrukture
- reforma poreznog sustava
- poboljšanje obrazovnog sustava
- ispunjavanje uvjeta za bolje korištenje strukturnih fondova EU-a, daljnje poticanje stranih ulaganja u Mađarsku
- promicanje Mađarske kao srednjoeuropskog i istočnoeuropskog regionalnog središta
- „internacionalizacija“ domaćih poduzeća
- jačanje malih i srednjih poduzeća
- povećanje zaposlenosti u sljedećih deset godina
- snažno poticanje istraživanja, razvoja i inovacija.

Strana ulaganja

Prošle godine (2013.) ostvareno je 2,3 mlrd. eura vanjskih ulaganja, tako da iznos neposrednih stranih ulaganja (FDI) u Mađarskoj trenutno iznosi 77,756 mlrd. eura (stanje na dan 31. ožujka 2014.). Usporedimo li ukupna ulaganja prema broju stanovnika, Mađarska je druga zemlja u EU-u iza Češke, a ispred Slovačke. Najveći dio ulaganja usmjeren je prema uslužnom sektoru i prerađivačkom sektoru (proizvodnja vozila i električnih strojeva). Od ukupnih ulaganja, iz Europe potječe 63 mlrd. eura, od čega 59,5 mlrd. eura iz EU-27.

Gospodarski odnosi Hrvatske i Mađarske

Robna razmjena s Hrvatskom u 2013. /u milijunima eura/:

izvoz u Mađarsku:	202,47
uvoz iz Mađarske :	985,76
razlika	- 783,29

BDP aktualno stanje, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za narednu godinu

- u 2009. bilježi se pad od 6,8 %
- u 2010. bilježi se rast od 1,3 %
- u 2011. bilježi se rast od 1,6 %
- u 2012. bilježi se pad od 1,7 %
- u 2013. bilježi se rast od 1,1 %

Prema očekivanjima Europske komisije:

- 2013.: + 0,2 %
- 2014.: + 1,4 %

Bruto dodana vrijednost po granama za 2013.

industrija	27 %
javna uprava, prosvjeta, zdravstvo	17 %
trgovina, ugostiteljstvo, turizam	12 %
poslovne usluge	9 %
poslovi vezani za nekretnine	9 %
prijevoz i logistika	6 %
informacija, komunikacije	5 %
financijske usluge	4 %
poljoprivreda	4 %
građevinarstvo	4 %
ostale usluge	3 %

BDP per capita (2013.): 15.642 eura.

Stopa nezaposlenosti u 2013., aktualno stanje u 2014.

Postotak nezaposlenosti iznosio je 10,2 % u 2013., što predstavlja 448.900 nezaposlenih osoba. Istovremeno, riječ je o 3.938.000 zaposlenih osoba (51,6 %). U prva tri mjeseca (prvi kvartal) 2014. stopa nezaposlenosti iznosila je 8,3 %.

Prognoza institucije Trading Economics:

za 2015.:	4,7 %
za 2020.:	6,9 %
za 2030.:	8,5 %

Prosječna plaća – aktualni podaci

Prosječna neto plaća u 2013. iznosila je 151.085 HUF (509 eura) – bilježi se porast od 4,9 % u odnosu na prethodnu godinu.

Prosječna bruto plaća u 2013. iznosila je 230.664 HUF (777 eura), što je povećanje od 3,4 % u odnosu na prošlu godinu.

Prosječna neto plaća u prva četiri mjeseca 2014. iznosila je 150.530 HUF (fizički djelatnici 101.554 HUF, a intelektualni djelatnici 205.315 HUF) što je prosječno 1,8 % više u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

U prva četiri mjeseca 2014. prosječna bruto plaća iznosila je 229.817 HUF što je povećanje od 1,8 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Stopa inflacije – aktualni podaci

U 2013. stopa inflacije iznosila je + 1,7 %.

U svibnju 2014. stopa inflacije iznosila je - 0,1 %.

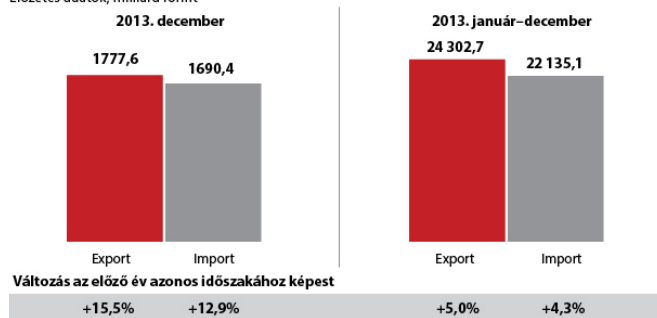
Vanjskotrgovinska bilanca – aktualni podaci i trend

Prikaz: Vanjskotrgovinska bilanca u Mađarskoj siječanj – prosinac 2013. (mlrd. HUF)

U postocima je izražen rast u odnosu na isto referentno razdoblje u prošloj godini

A külkereskedelmi termékforgalom alakulása

Előzetes adatok, milliárd forint



Vanjskotrgovinska bilanca u mlrd. eura u 2013.

izvoz	81,7
uvoz	74,7
razlika	7,0

UVOZ

Najznačajnije skupine zemalja u 2013.:

Europa	84,2 %
od toga	

EU-28	71,6 %
od toga	

EU-15	51,7 %
-------	--------

EU-13 (priključenje 2004. + 2007. + 2013.)	20,0 %
--	--------

Ostale europske zemlje	12,5 %
------------------------	--------

Zemlje izvan Europe	15,8 %
---------------------	--------

IZVOZ

Najznačajnije skupine zemalja u 2013.:

Europa	88,0 %
od toga	

EU-28	77,1 %
od toga	

EU-15	54,4 %
-------	--------

EU-13 (priključenje 2004. + 2007. + 2013.)	22,8 %
--	--------

Ostale europske zemlje	10,9 %
------------------------	--------

Zemlje izvan Europe	12,0 %
---------------------	--------

Najznačajniji izvozni proizvodi u 2013.: strojevi i oprema 57,1 %, drugi kemijski i srodni proizvodi 29,1 %, hrana, piće i duhan 7,2 % i minerali i sirovine 2,9 %.

Najznačajniji uvozni proizvodi u 2013.: strojevi i oprema 47 %, drugi proizvodi 33,4 %, gorivo i energija 12,3 % i hrana, piće i duhan 5 %.

Otvaranje prema istoku / izvoz

Mađarski izvoz u velikoj je mjeri orijentiran prema zemljama članicama EU-a (gotovo ¾ roba i usluga) – vlada nastoji ne samo zadržati poziciju u EU-u, nego i omogućiti da zemlja ne bude ovisna samo o jednom tržištu, napose potičući otvaranje prema istoku (Kina, Rusija i bivše sovjetske republike, Indija, Bliski i Daleki istok te Afrika i Južna Amerika). Budući da u otvaranju prema istoku glavne aktivnosti nosi njemačko gospodarstvo, otvaranje prema istoku zamišljeno je kao „integracija domaćih proizvoda i usluga u njemačke proizvode i usluge“.

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

U Mađarskoj su tijekom travnja provedeni parlamentarni izbori. Dosadašnja koalicija kršćanskih demokrata i stranke FIDESZ Viktora Orbana ponovno je osvojila vlast i to opet 2/3 većinom. Novi/stari premijer Viktor Orban nakon uvjerljive izborne pobjede najavio je nastavak dosadašnje gospodarske politike čije su ključne odrednice sljedeće: teret gospodarske krize, koja još uvijek traje, raspodijeliti na sve sudionike u gospodarstvu; znači ne samo na građane i zaposlene, već i na banke i osiguravajuća društva, trgovačke centre i distributere energije, komunalne tvrtke i javna poduzeća. Najavio je i nova

(po treći put) snižavanja cijena energenata, komunalnih usluga, porast mirovina, ali i nastavak politike angažiranja članova vlade na osiguravanju i privlačenju novih investicija kako bi se povećala zaposlenost ili smanjila nezaposlenost. Vlada će se i dalje izravno uključivati u privlačenje stranog kapitala; pronalaziti i izravno pregovarati s potencijalnim ulagačima, nastaviti će se sa stvaranjem povoljnog okruženja za ulagače i nuditi će se povoljni uvjeti investitorima koji kane otvarati nova radna mjesta. Premijer Orban potvrdio je orijentiranost i privrženost EU-u, ali prema administraciji EU-a zadržao je kritički stav, ponajprije i dalje inzistirajući na uvažavanju i poštovanju nacionalnih interesa pojedinih članica.

Gospodarska situacija u Mađarskoj sve je povoljnija: inflacija je najniža u posljednjih 40 godina, građevinarstvo bilježi, kako pišu i neovisni mediji, izrazito dobre rezultate – indeksi porasta na razini su onih prije početka gospodarske krize, tržište nekretnina oporavlja se i također se bilježi porast prometa nekretnina, u ovoj godini prodano je više novih automobila nego u istom razdoblju prošle godine, na nedavnom sastanku na vrhu srednjoeuropskih predsjednika vlada s premijerom Kine u Bukureštu dogovoreno je kako će Budimpešta biti svojevrsni turistički centar te kako će iz Budimpešte kineski turisti započinjati svoja putovanja po srednjoj Europi.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija

Televizija

Javne televizije

- MTV www.mtv.hu (prosječna gledanost: 14,4 %)
- M2 www.mtv.hu (prosječna gledanost: 1,5 %)
- DUNA TV <http://www.dunatv.hu/portal/> (prosječna gledanost: 1,3 %)

Komercijalne televizije

- TV2 www.tv2.hu (prosječna gledanost: 28,1 %)
- RTL KLUB www.rtlklub.hu (prosječna gledanost: 29,5 %)
- VIASAT 3 www.viasat3.hu (prosječna gledanost: 3,8 %)

- komercijalna televizija vijesti HIR TV www.hirtv.net (prosječna gledanost: 0,8 %)

Kablovske televizije

- Film Mánia www.filmmaniatv.hu
- Magyar ATV www.atv.hu (prosječna gledanost: 0,3 %)
- Spektrum www.spektrumtv.hu (prosječna gledanost: 0,8 %)
- Sport 1 www.sport1tv.hu (prosječna gledanost: 0,6 %)
- Sport 2
- Echo Tv www.echotv.hu (broj priključenih kućanstava: 1,5 milijuna)

Radio

Javne radiopostaje

- MR1 Kossuth <http://www.mr1-kossuth.hu/> (prosječna slušanost: 29 %)
- MR2 Petőfi <http://www.mr2.hu/> (prosječna slušanost: 20 %)
- MR3 Bartók <http://www.mr3-bartok.hu/> (prosječna slušanost: 3 %)
- MR4 Nemzetiségi adások <http://mr4.radio.hu/>
- MR5 Parlamenti adások www.radio.hu
- Dankó Rádió <http://www.dankoradio.hu/>

Komercijalne radiopostaje

- Juventus rádió www.juventus.hu (prosječna slušanost: 15 %)
- Radio Face www.radioface.hu
- Klubrádió www.klubradio.hu
- Lánchíd Rádió www.lanchidradio.hu
- Inforadio www.inforadio.hu (slušanost, budimpeštanska županija – oko 160.000)
- Jazzy www.jazzy.hu
- Gazdasági rádió www.gazdasagiradio.hu
- Class FM www.classfm.hu
- Music Fm www.musicfm.hu
- Magyar Katolikus Rádió www.katolikusradio.hu

Dnevne novine

Političke

- Népszabadság www.nol.hu (prosječna čitanost: 420.000)
- Magyar Nemzet www.mno.hu (prosječna čitanost: 140.000)
- Magyar Hírlap www.magyarhirlap.hu (prosječna čitanost: 89.000)
- Népszava www.nepszava.hu (prosječna čitanost: 110.000)
- Metropol (do kolovoza 2008. bio je Metro) www.metropol.hu (prosječna čitanost: 676.000)

Sportske

- Nemzeti sport www.nemzetisport.hu (prosječna čitanost: 213.300)

Gospodarske

- Világgazdaság www.vilaggazdasag.hu (prosječna čitanost: 369.906)
- Napi gazdaság www.napi.hu (prosječna čitanost: 32.000)

Tabloidi

- Blikk www.blikk.hu (prosječna čitanost: 800.000)

Tjednici

Politički

- Heti Válasz www.hetivalasz.hu (prosječna čitanost: 365.000)
- Magyar Demokrata www.demokrata.hu (prosječna čitanost: 170.000)
- 168 óra www.168ora.hu (prosječna čitanost: 180.000)

Ženski

- Nők Lapja www.nlcafe.hu (prosječna čitanost: 1.000.000)
- Hölgyvilág <http://www.kiskegyed.hu/kikapcsolodas/magazinok/holgyvilag> (prosječna čitanost: 200.000)
- Kiskegyed www.kiskegyed.hu (prosječna čitanost: 956.000)
- Story www.story.hu (prosječna čitanost: 840.000)
- Best <http://magazin.best.hu/pager.php> (prosječna čitanost: 259.000)
- Maxima www.maximanet.hu (prosječna čitanost: 56.000)
- Gyöngy <http://www.kiskegyed.hu/kikapcsolodas/magazinok/gyongy> (prosječna čitanost: 83.731)
- Meglepetés www.meglepetes.hu (prosječna čitanost: 315.000)

Gospodarski

- HVG www.hvg.hu (prosječna čitanost: 300.000)
- Figyelő www.fn.hir24.hu (prosječna čitanost: 58.000)
- Hetek www.hetek.hu (prosječna čitanost: 160.000)

Sportski

- Képes Sport www.nemzetisport.hu/kepes_sport

Magazini

Ženski

- Cosmopolitan www.cosmopolitan.hu (prosječna čitanost: 150.000)
- Elle www.ellemagazin.hu (prosječna čitanost: 130.000)
- JOY www.joy.hu
- Glamour www.glamouronline.hu
- Marie Claire, www.marieclaire.hu
- Éva Magazin www.evamagazin.hu
- InStyle www.instyle.hu

- La Femme www.lafemme.hu
- Lack Magazine www.lackmagazine.com
- Babainfo www.babainfomagazin.hu (prosječna čitanost: 11.000)
- Nők Lapja Évszakok <http://www.nlcafe.hu/nlevszakok/> (prosječna čitanost: 75.000)
- Hamu és Gyémánt www.hamuesgyemant.hu (prosječna čitanost: 100.000)

Muški

- Playboy www.playboy.hu (prosječna čitanost: 100.000)
- Diplomatic Magazine www.diplomatamagazin.hu (prosječna čitanost: 62.500)
- Diplomacy and Trade www.dteurope.com

Gastronomski

- Stahl Magazin
- Gusto www.gusto.hu
- VinCe Magazin www.vincemagazin.hu (prosječna čitanost: 60.000)
- Magyar Konyha Magazin <http://www.magyarkonyhaonline.hu/>
- Konyhaművészet www.konyhamuveszet.hu
- Ígyenc Magazin <http://www.ringier.com/mg/products/hungary/magazines/219-inyenc>
- Blikk Nők Konyha <http://www.blikk.hu/blikk-nok-konyha>

Turistički – stručni magazini

- Turizmus Panoráma www.turizmus.com (prosječna čitanost: 15.000)
- Turizmus Trend www.ttrend.hu (prosječna čitanost: 15.000)
- Világjáró Magazin www.vilagjaromagazin.hu (prosječna čitanost: 50.000)
- Az Utazó www.azutazo.hu (prosječna čitanost: 81.000)
- Aqua www.aquamagazin.hu (prosječna čitanost: 70.000)
- Yacht (ima samo Facebook stranicu) (prosječna čitanost: 70.000)
- Hajó Magazin www.hajomagazin.hu (prosječna čitanost: 30.000)
- Vitorlás Magazin www.vitorlasmagazin.hu
- Turista Magazin www.turistamagazin.hu

- Sporthorgász www.sport-horgasz.hu (prosječna čitanost: 200.000)
- Submarine www.submarine.hu (prosječna čitanost: 25.000)
- Világjáró First Class www.vilagjaromagazin.hu
- Business Traveller Hungary www.businesstraveller.hu
- Go Utazás www.goutazas.hu (prosječna čitanost: 100.000)
- A Földgömb www.afoldgomb.hu (prosječna čitanost: 12.000)
- The Explorer www.explorerworld.hu
- Geo Magazin <http://www.geo-magazin.hu/>
- Over Magazin www.overmagazin.com (prosječna čitanost: 24.000)
- HTM Magazin www.toptura.hu (prosječna čitanost: 60.000)

Navedeni mediji jesu mediji dostupni u cijeloj državi, no tiskovine se uglavnom najviše prodaju u Budimpešti.

Najposjećeniji internetski portali (u 2013., prema www.alexacom.com „The Web Information Company“):

1. www.facebook.com
2. www.google.co.hu
3. www.google.com
4. www.youtube.com
5. www.index.hu
6. www.freemail.hu
7. www.neobux.com
8. www.blog.hu
9. www.t-online.hu
10. www.wikipedia.org
11. www.startlap.com
12. www.origo.hu
13. www.aprod.hu
14. www.hir24.hu
15. www.vatera.hu

Najpoznatiji turistički internetski portali:

1. www.go.hu
2. www.hurra-nyaralunk.hu
3. www.iranymagyarorszag.hu
4. www.c-travel.hu
5. www.booking.hu
6. www.belfoldiutazas.hu
7. www.reise.info.hu
8. www.vendegvaro.hu
9. www.utisugo.hu
10. www.travelport.hu

Posebni (mađarski, na stranicama .hu i na mađarskom jeziku) internetski portali o Hrvatskoj

U mađarskom internetskom prostoru, na adresi „.hu“, mogu se pronaći, posjetiti i koristiti brojni portali, uglavnom za bukiranje, ali i s obiljem korisnih informacija.

Navodimo samo nekoliko zanimljivih i korisnih adresa:

<http://adriakalauz.hu/>
www.horvatorszaginfo.hu
www.kekadria.hu
www.adrialin.hu
www.startlap.hu

Podstranice:

www.horvatorszag-utazas.lap.hu
www.horvathotel.lap.hu
www.horvatkemping.lap.hu
www.horvatapartman.lap.hu
www.horvatszigitetek.lap.hu
www.horvat-tengerpart.hu
www.horvatorszag-nemzetiparkok.lap.hu
http://horvatszigitetek.lap.hu/solta_sziget/15892333
http://horvatorszag-nemzetiparkok.lap.hu/mljet_np/18593537
http://horvatorszag-nemzetiparkok.lap.hu/paklenica_np/18593532
http://horvatorszag-nemzetiparkok.lap.hu/risnjak_np/18593535
http://horvatorszag-nemzetiparkok.lap.hu/brijuni_szigetvilag_np/18593487
http://horvatorszag-nemzetiparkok.lap.hu/krka_np/18592577
<http://horvatorszag.lap.hu/plitvice/www.kornatiszigetcsoport.lap.hu>

www.pag.lap.hu
www.dugi-otok.lap.hu
www.vir.lap.hu
www.cres.lap.hu
www.krk.lap.hu
www.vir.lap.hu
www.mljet.lap.hu
www.brac.lap.hu
www.korcula.lap.hu
www.hvar.lap.hu
www.isztria.lap.hu
www.rijeka.lap.hu
www.porec.lap.hu
www.pula.lap.hu
www.umag.lap.hu
www.vodice.lap.hu
www.zadar.lap.hu
www.sibenik.lap.hu
www.primosten.lap.hu
www.makarska.lap.hu
www.split.lap.hu
www.dubrovnik.lap.hu
www.peljesac.lap.hu
www.trogir.lap.hu
www.kvarner.lap.hu
www.crikvenica.lap.hu
www.rab-sziget.lap.hu

Turistički sajmovi u većim gradovima u 2014. (prema dosadašnjim informacijama navedeni sajmovi održat će

se i u 2015., po svojoj prilici u isto vrijeme, no točni datumi još nisu određeni).

Naziv	Datum	Mjesto održavanja
UTAZÁS Kiállítás Karaván Szalon	27. veljače – 2. ožujka	Hungexpo Zrt., 1101 Budapest, Expo tér 1.
Tourex Idegengorgalmi Kiállítás és Vásár	7. – 8. ožujka	Kecskemét Kulturális és Konferencia Központ, Deák tér 1.
19. Pécsi Utazás Kiállítás és Vásár	7. – 9. ožujka.	Zsolnay Kulturális Negyed, 7626 Pécs, Major utca 21.
Utazás és Szabadidő 2014 Kiállítás és Vásár	14. – 16. ožujka	Kölcsey Központ Debrecen, Hunyadi u. 1-3.
“ Utazási Börze” Utazás és Szabadidő Szakkiállítás Szeged	22. – 23. ožujka	Árkád Szeged Bevásárlóközpont 6724 Szeged, Londoni krt. 3.
“XXI. MENJÜNK VILÁGGÁ...!” Utazási Kiállítás 2014 Miskolc	27. – 29. ožujka	ITC Székház, 3525 Miskolc, Mindszent tér 1.
„Vár a nagyvilág“ Utazási Kiállítás	4. – 5. travnja	Győr Pláza Bevásárló Központ Vasvári P. u. 1/a
XVI. Veszprém Megyei Utazás Kiállítás	12. – 13. travnja	Lovassy László Gimnázium tornacsarnoka, 8200 Veszprém, Cserhát lakótelep 11.
XVI. Utazási Kiállítás - Szolnok	18. – 19. travnja	Aba-Novák Kulturális Központ, Szolnok Hild János tér 1.
Tourex Spa Wellness és Gyógyturisztikai Kiállítás Természetgyógyász Napok	8. – 9. studenoga	Kecskemét Kulturális és Konferencia Központ, Deák tér 1.

2013. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2013.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2013. otputovali na odmor

Kada su u pitanju putovanja unutar vlastite zemlje, mađarski državni statistički ured (KSH) donosi sljedeće podatke za 2013.: 33,2 % mađarskih građana ostvarilo je barem jedno putovanje u domovini – nešto manje u odnosu na 2012.; jedno do tri noćenja ostvarilo je 24,7 % građana (u 2012. 27 %), a četiri i više noćenja ostvarilo

je 17,7 % građana (u 2012. 18,1 %). Ukupno je ostvareno 14,1 milijun višednevnih putovanja u vlastitoj zemlji, što je za 17,7 % manje u odnosu na prošlu godinu. Od toga 70,6 % putovanja otpada na putovanja od jednog do tri noćenja, što je za 20,7 % manje te 29,4 % otpada na putovanja od četiri i više noćenja, što je za 9,4 % manje u odnosu na 2012.

Broj odlazaka u inozemstvo, duljina prosječnog boravka (2007. – 2013.)

Godina	JEDNODNEVNA PUTOVANJA		VIŠEDNEVNA PUTOVANJA			ODLASC I SVEUKUPNO		
	broj (tis.)	trajanje boravka (tis. dana)	broj (tis.)	trajanje boravka (tis. dana)	prosje k (dana)	broj (tis.)	trajanje boravka (tis. dana)	prosje k (dana)
2007.		11.322	5.734	41.338	7,2	17.056	52.660	3,1
2008.	11.006	11.006	6.155	45.220	7,3	17.162	56.226	3,3
2009.	10.969	10.969	5.672	71.647	7,9	16.640	55.669	3,3
2010.	10.786	10.786	5.297	40.143	7,6	16.082	50.929	3,2
2011.	11.299	11.299	5.335	40.168	7,5	16.634	51.467	3,1
2012.	11.262	11.262	4.881	32.624	6,7	16.143	43.886	2,7
2013.	11.126	11.126	4.871	33.466	6,9	15.997	44.592	2,8

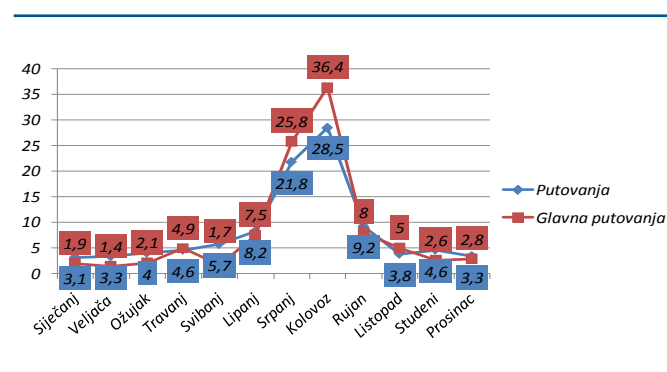
Izvor:KSH

U 2013.:

- u inozemstvu je ostvareno skoro 16 milijuna putovanja (za 0,9 % manje u odnosu na 2012.)
- u inozemstvu je ostvareno 11,1 milijun jednodnevnih putovanja (za 1,2 % manje u odnosu na 2012.)
- te 4,9 milijuna višednevnih putovanja (za 0,2 % manje u odnosu na 2012.)

Mađarski su građani u 2013. u inozemstvu prosječno boravili 2,8 dana te su sveukupno potrošili 505.723 milijuna HUF = 1,66 mlrd. eura – ili prosječno po osobi 103,7 eura.

Putovanja mađarskih građana u inozemstvo tijekom godine (u postotcima)

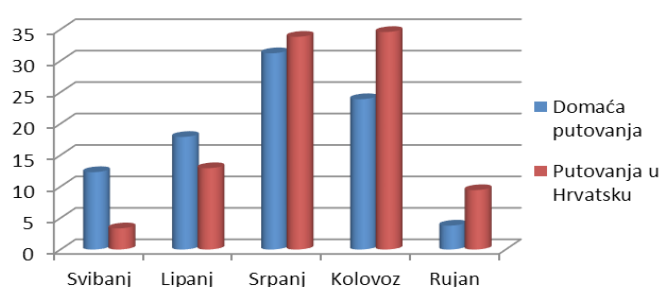


Iz priloženoga se može zaključiti kako mađarski građani svoja putovanja u inozemstvo realiziraju uglavnom tijekom lipnja, srpnja, kolovoza i rujna – 67,7 %.

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

U proteklih nekoliko godina prosječno 81,7 % građana odmor provodi u vlastitoj zemlji, a 18,3 % putuje u inozemstvo (MT Zrt. istraživanje – nije reprezentativno).

Usporedni prikaz domaćih putovanja i putovanja mađarskih građana u Hrvatsku tijekom razdoblja svibanj – rujna



Redoslijed omiljenih destinacija u 2013. (višednevna turistička putovanja)

	Zemlja	Broj putovanja
1	Njemačka	649.465
2	Austrija	606.241
3	Češka	400.752
4	Slovačka	363.693
5	Rumunjska	362.010
6	Hrvatska	220.953
7	Ukrajina	183.319
8	Srbija	181.860
9	Italija	145.902
10	Francuska	142.732

Izvor: KSH

Istovremeno, prema istraživanju mađarske nacionalne turističke organizacije MT Zrt., provedenom na 174 ispitanika najčešće spominjane destinacije bile su:

- Rumunjska (16,3 %)
- Hrvatska (11,6 %)
- Italija (8,9 %)
- Velika Britanija (8,9 %)

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

Mađarski građani koji godišnje odmore provode u domovini u 89 % slučajeva koriste automobile, dok oni koji putuju u inozemstvo u 54 % slučajeva koriste automobile te 39 % zrakoplove. Građani koji ne putuju vlastitim automobilom na godišnje odmore u domovini češće putuju vlakom, dok u inozemstvo češće putuju autobusom. Također, prema jednom istraživanju koje je provela CIB Banka, u domovini 73,4 % građana koristi svoje automobile, 14,8 % autobuse i 11,5 % vlakove (za 1,2 % manje nego u 2012.).

Uglavnom, mađarski građani na godišnje odmore putuju vlastitim automobilima.

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

Ukupno 65,6 % građana samostalno organizira putovanja u inozemstvo. U 32,7 % slučajeva koriste se i usluge putničkih agencija, dok se u 1,7 % slučajeva putuje preko raznih institucija (škole, klubovi i sl.). U 15,7 % slučajeva koristi se isključivo usluga putničkih agencija.

Kada su u pitanju glavna putovanja, organizaciju glavnih putovanja 20 % mađarskih građana u cijelosti prepušta putničkim agencijama, 53,2 % građana samostalno organizira putovanja, u 37,1 % slučajeva djelomično se koriste usluge putničkih agencija, dok 9,7 % putovanja organiziraju različite institucije (škole, klubovi i sl.).

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Prema posljednjem istraživanju nacionalne turističke organizacije MT Zrt, 79,9 % ispitanika boravilo je u registriranim objektima u inozemstvu, od čega su najpopularniji hoteli (31,3 %) s tri zvjezdice.

Posljednje istraživanje pokazuje kako je u inozemnim hotelima boravilo 29,5 % mađarskih građana, u apartmanima 17,7 %, kod rodbine i prijatelja 16,6 %, u pansionima 8,5 %, u smještaju kod domaćina 7,8 %, u *youth* hostelima i omladinskim hotelima 5,9 % te u kampovima 2,8 %. Međutim, slika je po pitanju Hrvatske nešto drukčija; organizirano se najviše traži hotelski smještaj, zatim apartmani i smještaj kod domaćina, dok individualni putnici preferiraju smještaj kod domaćina.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja (posao, posjet rodbini, odmor i dr.) s posebnom razradom odmorišnog segmenta (gastronomija, kulturne manifestacije, povijesna baština, sportske aktivnosti i dr.)

Višednevna turistička putovanja po motivu putovanja – tuzemstvo 2013. (tisuća putovanja)

VFR (<i>Visiting Friends & Relatives</i>) (6.784,9)	48,6 %
razonoda, odmor, ljetovanje, sport (5.112,4)	36,6 %
zdravstveni turizam, <i>wellness</i> (567,6)	4,1 %
hobi (541,5)	3,9 %
posjet gradovima (189,8)	1,3 %
kulturne i športske priredbe (173,9)	1,2 %
konferencija, <i>meeting</i> (173,9)	1,2 %
školska ekskurzija, kampiranje (151,0)	1,1 %
priroda (140,0)	1,0 %
poslovno putovanje, sajam (132,7)	1,0 %

Višednevna turistička putovanja po motivu putovanja – inozemstvo 2013. (tisuća putovanja)

odmor (3.740,3)	45,9 %
VFR(<i>Visiting Friends & Relatives</i>) (3.201,1)	39,3 %
poslovni turizam (587,3)	7,2 %
kultura, sport (259,5)	3,2 %
zdravstveni turizam, <i>wellness</i> (132,0)	1,6 %
vjerski turizam (126,8)	1,6 %
konferencija, MICE (58,9)	0,7 %
liječnička rehabilitacija (40,7)	0,5 %
lov (6,5)	0,1 %

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

U 2013. na putovanja u domovini građani su potrošili 258,4 mlrd. HUF (0,85 mlrd. eura), što je za 3,1 % manje nego u 2012. Zanimljiv je i podatak da su mađarski građani prigodom putovanja u domovini dnevno trošili 4.332 HUF (14,2 eura).

Na turistička putovanja u inozemstvo mađarski su građani potrošili 387,3 mlrd. HUF (1,27 mlrd. eura).

Potrošnja turista u inozemstvu (milijun forinti)

	2013.				2014.	
	sij. – ožu.	tra. – lip.	srp. – ruj.	list. – pro.	sij. – pro.	sij. – ožu.
Jednodnevni						
motiv						
odmorišni turizam	3.050	5.033	6.008	3.986	18.077	3.833
od toga:						
VFR	1.259	1.476	1.893	1.141	5.768	1.517
zdravstveni turizam	85	117	144	270	617	441
poslovni turizam	668	621	1.155	562	3.005	565
od toga:						
MICE	3	17	18	1	39	36
Turistička putovanja sveukupno	3.718	5.654	7.163	4.547	21.082	4.397
studije	53	32	10	44	139	30
shopping	12.867	13.693	15.836	17.942	60.339	13.592
posao	1.838	2.164	2.803	2.539	9.344	2.150
ostalo	49	75	159	144	427	203
Sveukupno	18.525	21.617	25.971	25.217	91.330	20.373
Višednevni						
motiv						
odmorišni turizam	51.805	74.354	122.124	57.327	305.611	67.058
od toga:						
VFR	14.388	21.141	25.222	18.753	79.504	19.482
zdravstveni turizam	286	142	176	182	786	211
poslovni turizam	15.151	17.291	15.195	12.944	60.581	12.140
od toga:						
MICE	1.159	1.380	1.232	1.819	5.591	1.467
Turistička putovanja sveukupno	66.956	91.645	137.319	70.271	366.192	79.198
studije	1.224	2.267	2.010	1.661	7.163	3.043
shopping	392	1.018	445	1.030	2.885	545
posao	5.031	9.338	12.286	11.194	37.849	7.184
ostalo	144	70	74	17	304	184
Sveukupno	73.747	104.338	152.135	84.173	414.393	90.153

Neke karakteristike mađarskih turista koji dolaze u Hrvatsku (prema anketi TOMAS, koju provodi Institut za turizam, 2010.):

- mađarski turisti u Hrvatskoj u prosjeku troše 46,57 eura dnevno
- u Hrvatsku dolaze pretežno individualni gosti i to vlastitim automobilom
- osnovni motivi dolaska jesu odmor i relaksacija
- rjeđe od prosjeka idu u restorane, češće samostalno pripremaju sve obroke

- veoma mali udjel gostiju starijih od 50 godina
- dobro poznavanje hrvatskih prilika
- osobna sigurnost ocijenjena je visokom ocjenom

Pregled organizatora putovanja na tržištu (grupacije, tržišni lideri, financijska snaga, specijalisti)

Udruga mađarskih putničkih agencija – MUISZ (muisz@muisz.t-online.hu) okuplja oko 250 putničkih agencija (od 1.000 koliko ih je u Mađarskoj registrirano).
Predsjednik: Gabriella Molnar (molnar@blaguss.hu)

Organizatori putovanja (specijalisti za Hrvatsku), organizatori putovanja s dominantnom hrvatskom ponudom i organizatori putovanja sa znatnije zastupljenom hrvatskom ponudom

Adriatica Net Specijalist za Hrvatsku	www.adriatica.net nikolina.frklic@atlas.hr tanja.duilo@adriatica.net	Nikolina Frklić Tanja Duilo
Adriagate Utazási Iroda Kft.	www.adriagate.com info@adriagate.com melinda.farkas@adriagate.com	Melinda Farkas
Andora Utazási Iroda	www.andora.hu andoratura@andora.hu	András Szűcs
Autóklubtravel	www.autoclubtravel.hu eva.szenasi@autoclubtravel.hu	Éva Szénási
Budaguide	www.adriamester.hu igor@budaguide.hu	Igor Rus
Campus Club Web Vacation Kft.	www.utazas.info info@utazas.info dalibor.peter@campusclub.hu	Peter Dalibor
Car Tour Dominiraju hrvatski programi	www.cartour.hu info@cartour.hu angianita@cartour.hu kovacsevnatalia@cartour.hu	Gábor Bajna Anita Andi Natalija Kovacsev
Delta Travel Group	www.deltatravel.hu zsuzsanna.bera@deltatravel.hu	Gábor Lukács Zsuzsanna Berta

Dertour	www.dertour.com www.dertour.hu katalin.wilberding@dertour.hu	Katalin Wilberding
Fehérvár Travel (samo kružna putovanja)	www.fehervartravel.hu info@fehervartravel.hu	Péter Ribí
Guest Utazási Iroda	www.guest.hu info@guest.hu beata.balazsi@guest.hu	György Badacsonyi Beata Balázsi
GO4 Travel	www.go4.hu zsolt.benson@go4.hu	Zsolt Benson
Ibusz	www.ibusz.hu outgoing@ibusz.hu ziszidisz@ibusz.hu	Dimitrula Ziszidisz
Istria '94 Tours	www.isztria.hu istria@istria.hu aniko@istria.hu	Anikó Straub
Isztria Tours Specijalist za Hrvatsku	www.isztria-pecs.hu info@isztriatours.hu	Ana Katics
Kisalföld Volántourist	www.volantourist.hu sopron1@volantourist.hu	Vilmos Horváth Éva Köves
Kompas Dominiraju hrvatski programi	www.kompas.hu gregor.povalej@kompas.hu anita.csernak@kompas.hu	Gregor Povalej
La Grotta Dominiraju hrvatski programi	www.lagrotta.hu snjezi@lagrotta.hu mariann@lagrotta.hu	Snježana Perušić Mariann Bányász
Márton Utazási Iroda	www.martontravel.hu marton@martontravel.hu	Mária Boóz
Neckermann	www.neckermann.hu veronika.bekefi@neckermann.hu toth.szilvia@neckermann.hu	Dr. Veronika Békeffy Szilvia Tóth

OTP Travel	www.otptravel.hu info@otptravel.hu iszabo@otptravel.hu	Judit Molnár Ildikó Szabó
Quaestor Travel	www.quaestor.hu balazs.vegh@quaestor.hu	Balázs Végh
Szervíz Iroda samo kružna putovanja	www.szerviziroda.hu i.bardos@szerviziroda.hu info@szerviziroda.hu	István Bárdos
Tensí Holiday	www.tensi.hu mmolnar@tensi.hu	Mónika Molnár
TravelSmart	www.travelsmart.hu marketing@travelsmart.hu	Judith Erdei
TUI Magyarország Kft.	www.terra-utazas.hu csaba.csakany@tui.hu eszter.rajkay@tui.hu	Csaba Csákány Eszter Rajkay
Unitravel	www.unitravel.hu dajka.orsolya@unitravel.hu	Gábor Urbantsok Orsolya Dajka
Vista Travel	www.vista.hu judit.takacs@vista.hu	János Kurucz Judit Takács

Mađarski propisi obvezuju organizatore putovanja na polaganje kaucije sukladno planiranom prometu u tekućoj godini i to u dvije kategorije – 12 % za organizatore putovanja koji u ponudi nemaju čartere i 20 % za one koji ih imaju. Podatak o položenoj kauciji govori o obujmu poslovanja pojedinog organizatora putovanja.

Popis mađarskih organizatora putovanja / turističkih agencija prema aktualnom iznosu obvezne kaucije za 2014. (u zagradi se nalaze promjene u odnosu na prošlu godinu – redosljed i iznos)

1. kategorija – 20 % za one koji organiziraju čartere:

Neckermann (1)	2.300.000.000,00 HUF
Ibusz (2)	1.050.000.000,00 HUF (+ 250.000.000)

Green Travel (4)	880.000.000,00 HUF
Unitravel (5)	503.108.000,00 HUF (+ 61.984.000)
OTP Travel (9)	282.000.000,00 HUF (- 198.000.000)
TUI Magyarország	22.400.000,00 HUF (- 57.155.000)
GO4 Travel	20.000.000,00 HUF

2. kategorija – 12 % za one koji ne organiziraju čartere:

Fehérvár Travel (1)	564.000.000,00 HUF (+ 72.000.000)
Tensi (3)	192.000.000,00 HUF (- 40.008.000)
Z(s)eppelin (5)	126.000.000,00 HUF (+ 18.000.000)

Haris Travel Club (6)	120.000.000,00 HUF (+ 9.000.000)	Magyar Autóklub	15.530.000,00 HUF (- 2.725.000)
Vista (7)	120.000.000,00 HUF (+ 6.816.000)	La Grotta	15.360.000,00 HUF (- 300.000)
Quaestor Travel (19)	43.200.000,00 HUF	Istria' 94 Tours	5.000.000,00 HUF
Cartour	27.400.000,00 HUF	Budaguide Travel	5.000.000,00 HUF
Kompas	20.400.000,00 HUF		

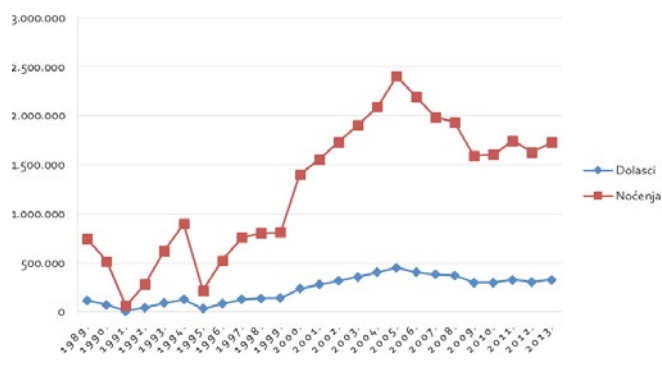
UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj u razdoblju 1989. - 2013.

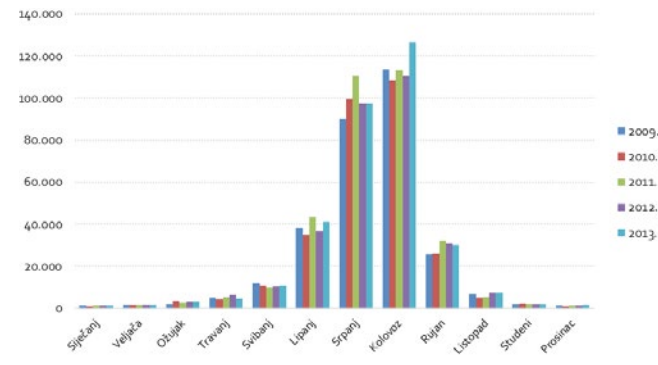
MAĐARSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989=100
1989.	117.369		100	749.647		100
1990.	72.807	62	62	516.900	69	69
1991.	6.971	10	6	63.670	8	8
1992.	43.160	619	37	286.290	38	38
1993.	90.730	210	77	625.145	83	83
1994.	128.817	142	110	900.243	120	120
1995.	34.080	26	29	217.421	29	29
1996.	85.000	249	72	523.000	70	70
1997.	126.688	149	108	759.289	101	101
1998.	137.670	109	117	805.238	107	107
1999.	141.413	103	120	813.403	109	109
2000.	238.774	169	203	1.403.295	187	187
2001.	279.825	117	238	1.553.600	207	207
2002.	318.015	114	271	1.732.576	231	231
2003.	356.139	112	303	1.905.285	254	254
2004.	403.443	113	344	2.092.449	279	279
2005.	453.395	112	386	2.405.145	321	321
2006.	402.782	89	343	2.196.365	293	293
2007.	381.202	95	325	1.984.644	265	265
2008.	370.392	97	316	1.933.978	258	258
2009.	298.359	81	254	1.594.794	213	213
2010.	297.667	100	254	1.604.753	214	214
2011.	328.106	110	280	1.746.138	233	233
2012.	307.912	94	262	1.629.552	217	217
2013.	326.504	106	278	1.727.969	231	231

Izvor: DZS

Dolasci i noćenja mađarskih turista, razdoblje 1989. - 2013.



Dolasci mađarskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2013.



Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku

Mađarski građani u Hrvatsku uglavnom putuju samostalno. Procjene su različite – prema podacima DZS-a omjer je oko 65 % samostalnih u odnosu na 35 % organiziranih dolazaka.

Novosti s gledišta uvrštenosti Hrvatske u programe organizatora putovanja tijekom 2013. u usporedbi s prethodnom godinom

Hrvatska je u odnosu na prethodnu godinu bila nešto snažnije zastupljena u programima mađarskih organizatora putovanja, no valja naglasiti da je organizirani promet prema našoj zemlji značajno manjeg opsega od individualnog.

Obujam organiziranog prometa u 2013. po svakom praćenom organizatoru putovanja

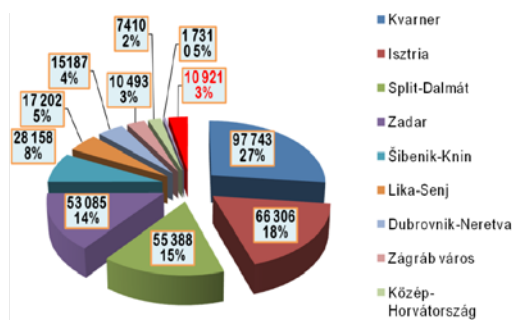
Magyar TUI	13.877 osoba	+ 1,64 %
La Grotta	8.000 osoba	+ 3,20 %
Neckermann	4.714 osoba	+ 17,80 %
CampusClub	1.830 osoba	+ 7,00 %
Kompas	1.800 osoba	+ 10,00 %
Budaguide	1.389 osoba	+ 17,00 %
Istria 94	742 osoba	- 16,00 %
Unitravel	452 osoba	+ 15,90 %
OTP Travel	410 osoba	+ 53,90 %
Autoclub Travel	324 osoba	+ 3,10 %
Guest Travel	150 osoba	+ 66,00 %
Vista	141 osoba	- 54,00 %

Ostali ne dostavljaju svoje podatke.

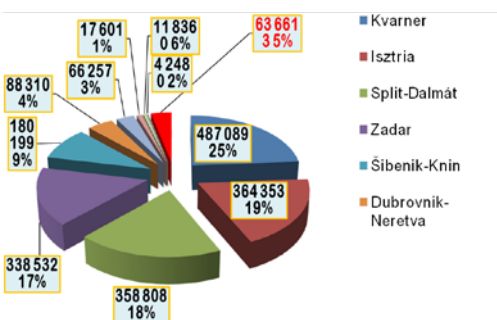
Koje su prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

Organizatori putovanja kao prednosti hrvatske turističke ponude uglavnom navode blizinu destinacije, dok o visokim cijenama hrvatskih hotela govore kao o glavnom nedostatku.

Razrada dolazaka mađarskih turista po regijama Hrvatske – 2013.



Broj noćenja mađarskih turista po regijama – 2013.



Način prijevoza korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

Zrakoplovni čarteri u 2013. – broj, trajanje rotacija; polazišta – odredišta

Tijekom 2013. nije bilo čartera za Hrvatsku.

Autobuseri u 2013.

Autobuseri u Mađarskoj ne organiziraju samostalno putovanja u Hrvatsku. Pojedini organizatori putovanja sami organiziraju autobusne linije, a ovu vrstu prijevoza koriste i individualci ako autobusi nisu popunjeni.

Individualci u 2013. – prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta individualnoga gosta

Individualci uglavnom kao našu prednost navode prirodne ljepote, vrijedne kulturne i povijesne spomenike, atraktivne programe na destinacijama, kvalitetne autoceste i laku dostupnost destinacija. Glavni su nedostaci porast cijena, napose omjera „vrijednost usluge : cijena“.

Koje dodatne sadržaje/aktivnosti u Hrvatskoj gosti najčešće konzumiraju; kojima su zadovoljni, a koje smatraju nedostatnima ili neadekvatnima

Mađarski turisti najviše konzumiraju izlete brodom, obilaske nacionalnih parkova i kulturnih znamenitosti; rado se pojavljuju na atrakcijama koje se organiziraju na destinacijama.

Mađarski stručni mediji navode kako su mađarske putničke agencije zadovoljne ovogodišnjom turističkom sezonom, napose ostvarenim prihodima. Uz Hrvatsku, koja je i ove godine bila najtraženija inozemna destinacija, pojedini agenti navode kako su zabilježili porast putovanja i u Italiju, Grčku, Tursku, Tunis, Bugarsku i Španjolsku. O porastu broja organiziranih putovanja, napose u Grčku, Tursku, Bugarsku, Španjolsku, ali i u Jordan i Tunis, očitivalo se još nekoliko poznatih mađarskih organizatora putovanja.

Osim osobnih i obiteljskih putovanja na godišnje odmore na morske destinacije, bilježi se i porast kružnih putovanja, kao i sve veći broj grupnih putovanja.

Vrsta smještaja koju su Mađari koristili u Hrvatskoj

	Mađarska		Indeks		Ukupno strani		Udjel mađarske U ukupno stranim u %	
	Turisti	Noćenja	Turisti	Noćenja	Turisti	Noćenja	Turisti	Noćenja
Hoteli	65.219	261.747	98,30	97,54	4.132.323	14.911.372	1,58	1,76
Aparthoteli	516	2.646	76,67	103,97	24.881	133.273	2,07	1,99
Turistička naselja	14.021	81.944	92,60	90,05	434.573	2.790.433	3,23	2,94
Apartmani	10.254	63.501	98,11	95,10	145.788	1.016.577	7,03	6,25
Kampovi i kampirališta	44.126	234.829	92,48	93,95	2.062.326	13.793.118	2,14	1,70
Hosteli	1.633	4.398	84,13	79,04	133.936	434.272	1,22	1,01
Privatne sobe	136.616	826.804	100,85	102,93	2.680.684	19.397.899	5,10	4,26
Ostali objekti	25.282	128.884	122,51	120,07	989.605	3.939.435	2,55	3,27
Ukupno	297.667	1.604.753	99,77	100,62	10.604.116	56.416.379	2,81	2,84

Izvor: Državni zavod za statistiku

2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2014.

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2014. (usporedba s 2013.) – analiza emitivnog potencijala tržišta

Prema rezultatima istraživanja Euromonitor 2014 mađarski građani u 2014. planiraju 16,5 milijuna putovanja u svojoj zemlji, dok u inozemstvo planiraju 3,5 milijuna putovanja ili od deset ispitanih, osam ih planira putovati u svojoj zemlji.

S obzirom na trenutačnu gospodarsku situaciju, može se očekivati porast broja putovanja na godišnje odmore – prema provedenim anketama većina građana još uvijek ne planira dulja putovanja u inozemstvo. Odluke će se donositi u posljednji trenutak, čemu pridonose i *last minute* ponude organizatora putovanja.

Redoslijed omiljenih destinacija – procjena

Sva istraživanja (uglavnom ankete) pokazuju kako će Hrvatska za mađarske građane ponovno biti najtraženija inozemna destinacija kada su u pitanju godišnji odmori u inozemstvu.

Razlozi (eventualne) promjene u redoslijedu omiljenih destinacija

Kompleksna ekonomska situacija u Grčkoj nije utjecala na planove mađarskih turista te je ova destinacija ponovno, nakon Hrvatske, druga „morska“ destinacija po popularnosti.

Ukupni pregled organizatora putovanja na tržištu u 2014.

Nakon stečaja organizatora putovanja Best Reisen u stečaju su završile i agencije Merkator i Blue Travel. Tako na mađarskom tržištu vodeću ulogu preuzima organizator putovanja Green Travel, čiji se predstavnik prvi put pojavio i na poslovnoj radionici HTZ-a, najavljujući značajniju orijentaciju prema Hrvatskoj.

Ovaj je organizator putovanja najavio i posebni čarter za Dubrovnik; od 1. srpnja svakog utorka trebao je polijetati zrakoplov sa 180 mjesta. Putnicima se nudio i *all inclusive* i polupansion i apartmanski smještaj. Započela je i prodaja karata po akcijskoj cijeni od 28.900 HUF (oko 100 eura, ali bez pristojbi zračnih luka) za one putnike koji izvrše uplatu do 31. prosinca, no rok za uplatu pomican je u nekoliko prigoda, a čarter na kraju ipak nije pokrenut.

Za 2014. iz Mađarske će poletjeti brojni čarteri – u Bugarsku jedan (Burgasz), na Cipar dva (Larnaca i Ercan), u Egipat dva (Hurghada i Sharm el Sheikh), u Grčku osam (Halkidiki, Karpathos, Kefalonia, Krf, Kos, Kreta, Rodos, Zakynthos), u Izrael jedan (Tel Aviv), u Jordan jedan (Aqaba), na Maltu jedan (Luqa), u Maroko jedan (Agadir), u Italiju dva (Sorrento, Sicilia), u Portugal dva (Azori i Funchai – Madeira), u Španjolsku pet (Alicante, Palma de Mailorca, Tenerife, Barcelona, Girona – Costa Brava), u Tursku dva (Antalya i Bodrum) i u Tunis dva (Monastir i Djerba).

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2014.

Aktualni imidž Hrvatske na tržištu

Ove godine mogli bi se ponoviti prošlogodišnji dobri rezultati s mađarskog tržišta. Gospodarska situacija u Mađarskoj po svim bi pokazateljima trebala biti bolja, a i parlamentarni izbori održali su se prije početka sezone – početkom travnja. Kampanja oglašavanja HTZ-a prove-

dena je kako je planirano tijekom lipnja – prema prvim informacijama i ove je godine bila dobro zapažena. Hrvatska će i ove godine ostati najtraženija inozemna destinacija kada su u pitanju individualna putovanja na more, ali je upitno mogu li se postići bolji rezultati kada su u pitanju organizirana putovanja – prošle godine iz Mađarske je organizirano više putovao u Italiju i Grčku.

Imidž Hrvatske u Mađarskoj nije se znatnije promijenio u odnosu na 2013. – Mađari smatraju kako je naša zemlja prelijepa, atraktivna, zanimljiva, poznata, susjedna, lako dostupna, prijateljska, gostoljubiva, ali i sve skuplja destinacija.

Povećanje naših cijena moglo bi se negativno odraziti na putovanja s obzirom na to da i ove godine mađarska nacionalna valuta gubi na vrijednosti.

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatsku u 2014.

S obzirom na sve bolju ekonomsku situaciju i povećanu potrošnju građana (samo za uskrсне praznike potrošeno je oko 30 milijuna eura više nego prošle godine) te pokazatelje organizatora putovanja i ostalih gospodarskih subjekata (na primjer tvrtki koje prodaju nove aute, banaka i sl.), kao i na temelju informacija stručnih medija, Hrvatska će na mađarskom tržištu i ove godine ostati najtraženija inozemna, napose „morska“, destinacija kada su u pitanju ljetna putovanja na godišnje odmore u inozemstvo. Međutim, kada su u pitanju organizirana putovanja, najtraženije će i dalje biti Italija i Grčka.

U svakom slučaju, s obzirom na praksu da se neposredno prije početka glavne sezone provode kampanje oglašavanja domaćeg turizma te još nekih zemalja (Austrija, koja sve više promovira ljetnu ponudu), kampanja

oglašavanja HTZ-a svakako će pridonijeti većem broju putovanja u Hrvatsku u odnosu na prošlu godinu. Temeljem upita građana koji se obraćaju predstavništvu HTZ-a, moguće je zaključiti kako će i ove godine najtraženije destinacije u Hrvatskoj biti one na Kvarneru, no evidentno je i značajnije zanimanje za Istru i Zagreb.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2014.

Za očekivati je kako će se omjer individualnih i organiziranih putovanja neznatno promijeniti u korist individualnih putovanja – glavni su razlog veći troškovi života i daljnji porast korištenja interneta.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014.

Veći organizatori putovanja u svojim su katalogima proširili ponudu za Hrvatsku – očekuje se repositioniranje na tržištu i porast trenda putovanja na bliže destinacije.

Prognoza rezultata u 2014. od strane organizatora putovanja

Predstavnici mađarskih organizatora putovanja najavljuju bolju sezonu od prošlogodišnje.

2015. GODINA

TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2015.

Nažalost, kako je prisutna velika neizvjesnost u vezi s gospodarskim kretanjima u 2014., o 2015. u turističkoj branši Mađarske još se ne razmišlja. Međutim, očekuje

se da će Hrvatska ostati najtraženija inozemna destinacija, a najveću konkurenciju naša će ponuda imati u domaćem turizmu. Mađarska turistička organizacija snažno oglašava „odmor kod kuće“, a sve su snažnije i kampanje konkurenata (Austrija, Tunis, Turska).

TURISTIČKA SEZONA 2015. – HRVATSKA

Procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u 2015.

Prema najavama predstavnika mađarske vlade te opreznim predviđanjima ekonomskih stručnjaka, 2015. bi trebala donijeti dodatni, ali blagi oporavak mađarskoga gospodarstva, što bi se u svakom slučaju moglo odraziti i na veći broj putovanja na godišnje odmore u inozemstvo. Međutim, uvažavajući sadašnja gospodarska kretanja i situaciju u svijetu i Europi, teško je donositi preciznije procjene.

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

Utjecati na hotelijere da ne podižu cijene bez opravdanih razloga najčešći je savjet mađarskih organizatora putovanja. Mađarski organizatori putovanja upozoravaju i na probleme u vezi s preranim zaustavljanjem bukinga.