

# OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

## Političko uređenje

Političko uređenje: federativna republika podijeljena na 89 subjekata Federacije:

- 21 republika
- šest pokrajina
- 50 oblasti
- dva grada – Moskva i Sankt-Peterburg
- deset autonomnih pokrajina

Površina: 17.000.000 km<sup>2</sup>

## Broj stanovnika

U 2013. u Ruskoj Federaciji živjelo je 143.300.000 stanovnika (Zavod za statistiku Ruske Federacije). Prema broju stanovnika Ruska Federacija zauzima sedmo mjesto u svijetu, iza Kine, Indije, SAD-a, Indonezije, Brazila i Pakistana.

Gotovo petina stanovništva Ruske Federacije živi u 13 milijunskih gradova. Nasuprot velikih višemilijunskih gradova, u Rusiji ima područja koja uopće nisu naseljena, uglavnom zbog surove klime, tako da je srednja gustoća naseljenosti u Rusiji vrlo mala, svega 8,3 stanovnika po km<sup>2</sup> te je zbog toga tek deveta zemlja u svijetu.

U strukturi stanovništva nešto je više žena nego muškaraca, uz napomenu da se posljednjih desetak godina natalitet u zemlji stalno smanjuje zbog suvremenog načina života. Prosječni životni vijek jest 70,8 godina, u odnosu na europski prosjek od više od 76 godina.

## Najveći gradovi

- Moskva 18.000.000 – glavni grad Ruske Federacije
- Sankt-Peterburg 5.500.000
- Novosibirsk 2.170.000
- N. Novgorod 2.150.000
- Ekaterinburg 1.293.000
- Samara 1.175.000



- Omsk 1.134.000
- Kazan 1.125.000
- Čeljabinsk 1.120.000
- Rostov na Donu 1.115.000
- Ufa 1.100.000
- Volgograd 1.086.000
- Perm 1.012.000

Moskva po broju stanovnika ulazi u red dvadeset najvećih gradova svijeta.

## Opće karakteristike gospodarstva

Ruska Federacija danas je osma ekonomska sila svijeta. Podaci za 2012. jesu sljedeći:

- BDP: 1.750.000.000.000 dolara
- BDP po glavi stanovnika: 12.200 dolara
- Realni dohodak (prosječno) godišnje se povećava za 10 %
- Stopa ekonomskog rasta u 2013.: 6,3 %
- Devizne rezerve: 5.500.000.000 dolara, treće po veličini u svijetu
- Trgovinski partneri u izvozu: Europa
- Trgovinski partneri u uvozu: Europa, Sjeverna Amerika, Japan, Kuba
- Postotak nezaposlenosti u 2012.: 6,2 %
- Prosječna plaća u 2012.: 540 dolara
- Stopa inflacije u 2012.: 7,9 %

## 2013. GODINA

# PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2013.

U 2012. Rusija je došla na 5. mjesto u svijetu prema veličini emitivnoga turističkog tržišta, dok zaključno s rujnom 2013. bilježi rast od 23 %. Vrijednost emitivnog tržišta Rusije u 2012. procjenjuje se na 33 milijarde eura.

Španjolska bilježi znatan rast u broju ruskih turista, naročito u priobalju te se kao razlog rasta navodi snižavanje cijena hotelskog smještaja.

Stručnjaci UNWTO-a naglašavaju važnost tržišta Rusije i Kine za rast destinacija u Europi i Aziji.

Nastavlja se trend rasta potrošnje u turizmu za Rusiju – u odnosu na 2012. potrošnja ruskih turista rasla je za 26 %, dok je godinu dana ranije ista potrošnja u odnosu na 2011. rasla za 31 %.

Izvori: UNWTO, ETC

Očekuje se konsolidiranje ruskoga emitivnog tržišta unatoč ekonomskom usporavanju zbog rasta broja pripadnika srednjeg sloja u Rusiji, koji sve češće odlaze na turistička putovanja.

### Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2013. otputovali na odmor

U analizama se procjenjuje da je u 2013. u inozemstvo radi odmora putovalo oko 42.200.000 Rusa. U ukupnoj strukturi turističkih putovanja 81 % ruskih građana putovalo je unutar Europe pri čemu najveći udjel odlazi na putovanja u središnjoj i istočnoj Europi (61,2 % svih putovanja unutar Europe odnosno 54,6 % udjela u ukupnom ruskom emitivnom tržištu, što ujedno predstavlja rast od 2,4 postotna boda u odnosu na 2012.).

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

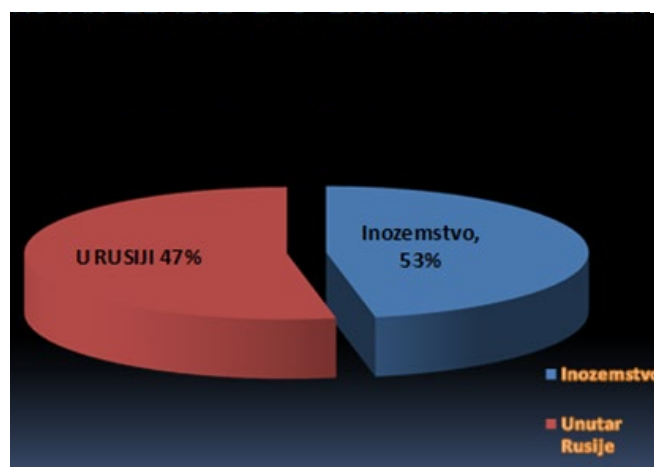
Na destinacije izvan Europe u 2013. putovalo je 8,2 milijuna Rusa (19 % udjela u ukupnom emitivnom tržištu Rusije), iako je apsolutni broj ruskih turista koji su se odlučili za destinacije izvan Europe rastao za 15 % u odnosu na 2012. Udjel ovih putovanja za dva je postotna boda manji u odnosu na 2012.

Unutar Europe, osim srednje i istočne, velik broj ruskih turista tijekom 2013. putovao je u zemlje južne Europe (9,1 milijuna, 26,7 % svih putovanja unutar Europe, odnosno 22,4 % udjela u ukupnom ruskom emitivnom tržištu).

### Redoslijed omiljenih destinacija koje su u 2012. posjetili ruski turisti

U 2012. destinacije jugoistočne Azije postale su vrlo popularne za odmor ruskih turista. Najveći skok u broju putovanja zabilježio je Tajland, čija je turistička ponuda po svim parametrima snažno udovoljavala ruskoj turističkoj potražnji. Može se primijetiti da se trend povećanja broja putovanja u dvije najpopularnije destinacije na ruskom tržištu, Tursku i Egipat, nastavio i u 2012., unatoč očekivanjima da će doći do zasićenja odmora u tim zemljama. Također, unatoč predviđanjima, europske turističke zemlje kontinuirano, iz godine u godinu, vraćaju svoju snažnu poziciju na ruskom tržištu. Hrvatska u takvoj konkurenciji uspijeva već nekoliko godina zaredom biti među prvih petnaest omiljenih destinacija u koje putuju ruski građani, što je velik uspjeh za jednu tako malu zemlju. Hrvatska se u 2012. ponovno našla na 13. mjestu po ukupnom broju putovanja Rusa.

### Putovanja ruskih građana unutar zemlje i u inozemstvu u 2012.



## Obilježja turističkog tržišta – komparativne prednosti i nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja i gostiju

Što se tiče redoslijeda turističkih destinacija na ruskom tržištu, bez konkurencije na vrhu po broju putovanja u inozemstvo i dalje se nalazi Turska, slijede Tajland i Egipat. U prvom redu, turistički proizvod navedenih zemalja ruski turisti percipiraju kao najbolji odnos cijene i kvalitete usluge, u kombinaciji s prirodnim ljepotama i vrlo razvijenom turističkom infrastrukturom koju su ove zemlje izgradile u posljednjih 10 – 15 godina. Turska, Tajland i Egipat također imaju i dugo razdoblje ljeta, što ruskim turistima omogućuje odmaranje na suncu praktički tijekom cijele godine (Egipat) ili većeg dijela godine (Turska). Nakon ovih zemalja Rusi najviše putuju u mediteranske destinacije – Španjolsku, Italiju, Francusku, Grčku, Cipar te druge destinacije jugoistočne Azije i Dalekog istoka (Vijetnam, Kinu, Šri Lanku, Indiju, UAE) te u posljednje vrijeme i Koreju i Filipine. Velik broj Rusa iz europskog dijela putuje u skandinavske zemlje, koje su turistički vrlo zanimljive. Sve je veći broj putovanja na Kubu, Karibe, Kanarske otoke, Sejše, Maldive, a osobito u Meksiko – zemlju koja postaje hit za odmor i putovanje.

### Kojom su se vrstom prijevoza u 2012. koristili ruski turisti

Ruski turisti kao prijevozno sredstvo za putovanja u inozemstvo ponajviše koriste zrakoplov (97 %). I dalje su u više od 70 % ukupnog broja putovanja zrakoplovom čarterski programi, a ostatak su redovni letovi. Najveći avioprijevoznici, Aeroflot i Transaero, bilježe velike stope rasta, lete u sve krajeve svijeta kako redovnim linijama tako i čarterskim programima. Željeznica iz godine u godinu smanjuje udjel kao vrsta prijevoznog sredstva.

### Koje kanale prodaje preferiraju turisti s ruskog tržišta prilikom odlaska na godišnji odmor

Internetska prodaja paket-aranžmana i *online* rezervacije u 2012. bilježe poraste u odnosu na druge načine kupnje aranžmana. Čak 35 % svih aranžmana bukirano je putem interneta, no i dalje je najrasprostranjenija prodaja putem organizatora putovanja i turističkih agencija. Programi u organizaciji organizatora putovanja prisutni su gotovo na svakom koraku. Veliki organizatori putovanja manje-više diktiraju glavnu globalnu politiku i strategiju prodaje pojedine destinacije te uvjete prodajne politike, tj. s avioprijevoznicima predstavljaju glavne čimbenike koji određuju turistički promet iz Rusije prema inozemstvu.

## Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

- tražene su ljetne destinacije – sunce i more u prvom su planu
- destinacije sa *spa* i sportskim mogućnostima i naglašenom kulinarskom ponudom posebno su zanimljive
- ruski turisti vole hotele visoke i najviše kategorije s *all inclusive* ponudom
- ruski turisti bukiraju vrlo kasno – 80 % putovanja bukira se tijekom posljednjih mjesec dana prije putovanja
- ruski turisti avanturistički su raspoloženi – vole raznovrsnost turističkih sadržaja
- topla klima s izvanrednim plažama, u prvom redu pješčanima, u kombinaciji sa *spa* mogućnostima i dobrim restoranima, najviše zanimaju ruske turiste

Emitivno tržište Rusije svakako je u broju putovanja u inozemstvo koncentrirano na tri ljetna mjeseca. Ukupno 70 % ruskih građana za odmor koristi upravo ovo razdoblje. Ruski turisti dugo ostaju na jednom mjestu jer se žele sunčati, odmarati i bezbrižno provoditi godišnji odmor. Uz dobre hotele, ruskim turistima važno je da se smještaj nalazi na samom moru, s dobrim bazenima i ugostiteljskom strukturom koja nudi brz i direktan servis. U posljednje vrijeme sve je traženiji oblik smještaja u vilama i apartmanima.

### Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Kod putovanja u inozemne turističke destinacije najvažnije je da ima lijepu prirodu, lijepu i sunčanu obalu te čisto more s pješčanim plažama.

### Prosječni budžet i potrošnja po putovanju

Poznato je da je potrošnja ruskih turista izuzetno velika – u prosjeku troše više od 110 eura dnevno po osobi.

### Globalni pregled organizatora putovanja na tržištu

Poslovanje organizatora putovanja još je uvijek dominantno na tržištu. Danas su glavni organizatori putovanja TEZ tours, Pegas, Ruski express, Ascent travel, Paks, TUI (bivši VKO), Biblio Globus, Natali tours i dr. Rusko emitivno turističko tržište podijeljeno je na način da nekoliko velikih organizatora putovanja radi pojedinu destinaciju, organizira čarterske programe te drži u svojim rukama zakup zrakoplova na čarterskim letovima, tj. svim ostalim, ponajprije manjim organizatorima putovanja daje u zakup manji broj sjedala u zrakoplovima. Na taj način gotovo u potpunosti kontroliraju tržište i nameću odgovarajuće uvjete poslovanja.

## UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

### Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj (DZS)

Turističko poslovanje u Hrvatskoj u 2013. zabilježilo je prekid trenda rasta iz proteklih godina. Počevši sa svibnjem, u kojem je u odnosu na isto razdoblje prošle godine zabilježeno 7 % manje dolazaka ruskih turista, dolazi do „zaoštavanja“ negativnog trenda, što je na cjelogodišnjoj razini rezultiralo padom prometa većim od 20 %.

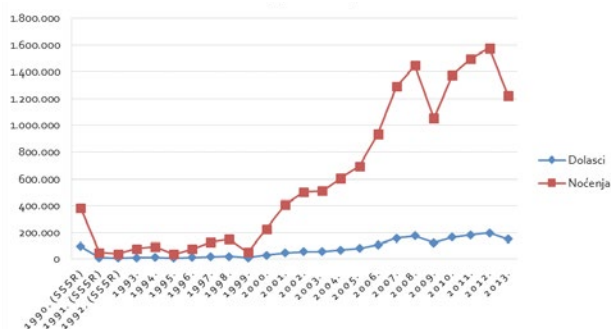
Napomena: od 2010. luke nautičkog turizma nisu više ni izvještajne jedinice ni vrsta smještajnog objekta u mjesečnom istraživanju o dolascima i noćenjima turista. Razlog tomu jest provođenje novog Zakona o boravišnoj pristojbi kojim se propisuje način prijave boravka turista na plovnim objektima (NN br. 152/08. i 59/09.). Zbog spomenute promjene metodologije, uvjetovane primjenom novih zakonskih regulativa u praćenju turista, podaci za 2009. revidirani su kako bi bili usporedivi s 2010. (isključene su luke nautičkog turizma).

### Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj

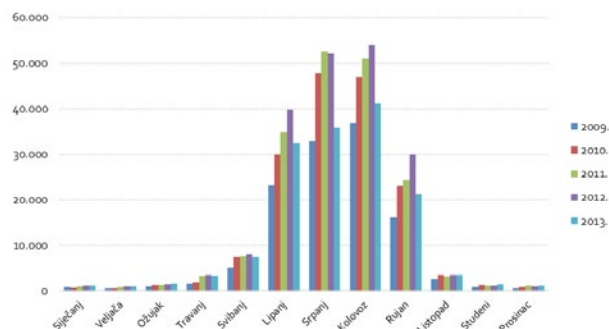
RUSIJA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990. = 100		indeks	1990. = 100
1990. (SSSR)	95.829		100	382.419		100
1991. (SSSR)	8.998	9	9	48.133	13	13
1992. (SSSR)	7.099	79	7	38.630	80	10
1993.	10.399	146	11	77.808	201	20
1994.	13.216	127	14	93.278	120	24
1995.	7.652	58	8	37.985	41	10
1996.	12.000	157	13	76.000	200	20
1997.	17.286	144	18	128.759	169	34
1998.	18.516	107	19	150.510	117	39
1999.	9.001	49	9	51.793	34	14
2000.	28.414	316	30	227.555	439	60
2001.	46.238	163	48	406.744	179	106
2002.	55.479	120	58	503.822	124	132
2003.	56.972	103	59	510.098	101	133
2004.	67.696	119	71	605.285	119	158
2005.	80.335	119	84	695.201	115	182
2006.	108.672	135	113	936.639	135	245
2007.	157.259	145	164	1.288.828	138	337
2008.	175.135	111	183	1.446.776	112	378
2009.	121.971	70	127	1.051.991	73	275
2010.	164.999	135	172	1.375.981	131	360
2011.	182.203	110	190	1.497.751	109	392
2012.	196.308	108	205	1.577.872	105	413
2013.	151.131	77	158	1.221.660	77	319

Izvor: DZS

## Dolasci i noćenja ruskih turista u razdoblju 1990. – 2013.



## Dolasci i noćenja ruskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. – 2013.



Rusko je tržište ostvarenjima u turističkoj sezoni 2013. po broju noćenja zauzelo 12. mjesto, dok se godinu

prije nalazilo među deset najvažnijih tržišta za hrvatski turizam.

## Popis značajnijih mreža organizatora putovanja/agencija na ruskom tržištu

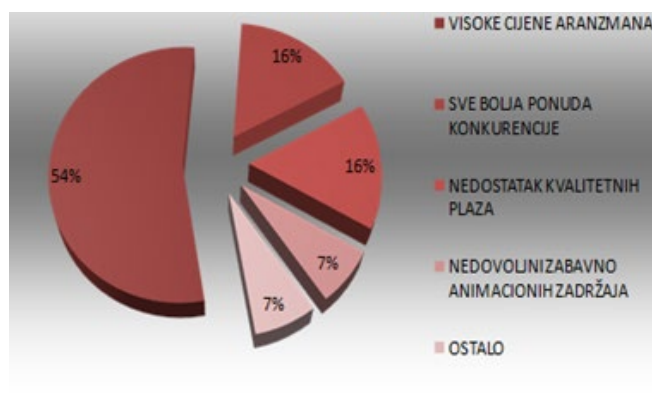
- |                        |                          |                      |
|------------------------|--------------------------|----------------------|
| 1. ADRIATIC TOURS      | 29. ADRIALINE            | 56. TERRA-MINORA     |
| 2. PAKS                | 30. Friends' Travel      | 57. UTS TRAVEL       |
| 3. ERTZOG              | 31. BALKAN               | 58. VIPMASTER        |
| 4. TUI                 | 32. PANNON TOUR          | 59. AKADEMIJA        |
| 5. AMIGO TOURS         | 33. RIMKANIKULY          | 60. ClickVoyage      |
| 6. ATLANTIS-HOLIDAYS   | 34. ISTA TOUR            | 61. CRUISE-DELTA     |
| 7. AQUATORIA COMPANY   | 35. KOMPAS HIT           | 62. DEMLINK          |
| 8. BIBLIO GLOBUS       | 36. LANA TOUR XXI ENTURY | 63. FITONLINE        |
| 9. Alpy Adria Tour     | 37. LUXORIY VOYAGE       | 64. TRAVELLUX        |
| 10. BSI group          | 38. MONTE-TRAVEL         | 65. PLANTRAVEL       |
| 11. Vand International | 39. MAXIMICE             | 66. MORETRAVEL       |
| 12. GRANDTOUR VOYAGE   | 40. OPTIMA               | 67. RASIPTREVEL      |
| 13. JETTRAVEL          | 41. OLDCITI              | 68. SAMARAINTOUR     |
| 14. DANKO              | 42. PANTEREY             | 69. LABIRINT         |
| 15. INTERUNION         | 43. PARAISOL             | 70. SOLEANS          |
| 16. INTOURIST          | 44. Voyage Service       | 71. ANEX TOUR        |
| 17. DSBW               | 45. SODIS                | 72. CORAL TRAVEL     |
| 18. NEVA               | 46. TOURTRANS            | 73. PEGAS TOURISTIK  |
| 19. R Tours            | 47. MEGAPOLUS-TOURS      | 74. SUNMAR           |
| 20. RUSSIAN-EXPRESS    | 48. TRAVELLER            | 75. TEZ TOUR         |
| 21. PUTNIK-TRAVEL      | 49. TOUR-ROUD            | 76. PAC GROUP        |
| 22. SPEKTRUM           | 50. SOLARIS-GROUP        | 77. NATALI TOURS     |
| 23. KMP GROUP          | 51. TURBUROSVOBODA       | 78. ICS TRAVEL GROUP |
| 24. V.A.M. TOUR        | 52. TRIADA PRIDE GROUP   | 79. TEZ TOUR         |
| 25. DEVIZU             | 53. DVM-TOUR             | 80. SPUTNIK GERMES   |
| 26. VERSA              | 54. SANTOUR              | 81. SUNRISE          |
| 27. MYADRIATIC         | 55. TM-CONSULTING        |                      |
| 28. TTS-PARTNER        |                          |                      |

## Koje su prednosti i nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

	U 2006.	U 2007.	U 2008.	U 2009.	U 2010.	U 2012.	Promjena +/- 12./10.
Lijepa priroda	51 %	53 %	51 %	53 %	54 %	56 %	+
Vrlo povoljna klima	16 %	14 %	14 %	12 %	15 %	17 %	+
Sigurna i ugodna zemlja	23 %	24 %	24 %	24 %	18 %	15 %	-
Raznovrsnost sadržaja	5 %	7 %	9 %	8 %	9 %	7 %	-
Kvalitetna kuhinja	3 %	2 %	2 %	3 %	4 %	5 %	+
Ostalo	2 %	0	0	0	0	0	0
<b>Ukupno</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	

Zanimljivo je pogledati rezultate analiza napravljenih u 2006. i usporediti ih s rezultatima šest godina kasnije. Očito je da naša zemlja dobiva na ugledu destinacije s lijepom i očuvanom prirodom. Tradicionalna ljubaznost prema turistima nije upitna, međutim, nije ni sigurnost naše zemlje.

## Slabosti pri odabiru Hrvatske kao turističke destinacije kod kupnje turističkih aranžmana od strane ruskih turista

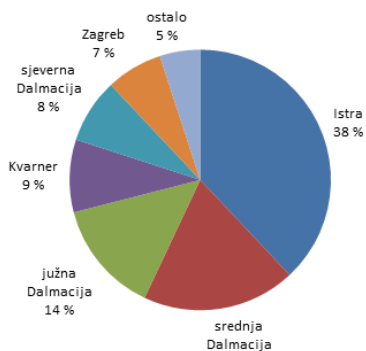


	U 2006.	U 2007.	U 2008.	U 2009.	U 2010.	U 2012.	Promjena 12./10.
Visoke cijene izvanpansionske potrošnje	61 %	45 %	49 %	50 %	52 %	54 %	+
Nedovoljni zabavno - animacijski sadržaji	23 %	24 %	29 %	30 %	32 %	33 %	+
Nedovoljno usmjerena i segmentirana ponuda	6 %	0	0	0	1 %	1 %	0
Nedovoljna kvaliteta i ujednačenost usluge	6 %	2 %	2 %	0	0	0	0
Pasivnost nositelja turističke ponude Nepovoljni komercijalni uvjeti poslovanja	4 %	20 %	20 %	20 %	15 %	7 %	-
Sve bolja ponuda konkurencije	0	0	0	0	0	15 %	+++
<b>Ukupno</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	

Imidž skupe destinacije, koji naša zemlja ima na ruskom tržištu, odnosno odnos cijene i kvalitete usluge sve se više nameće kao ozbiljan ograničavajući faktor boljim rezultatima i većem prometu putnika. Hrvatska je cijenom

paket-aranžmana na ruskom tržištu ušla u red skupih destinacija te će se ta činjenica, ne dođe li do većih promjena, osjećati u razdoblju koje je pred nama, tj. predstavljat će ograničenje za bolje turističke rezultate.

## Razrada dolazaka po regijama Hrvatske



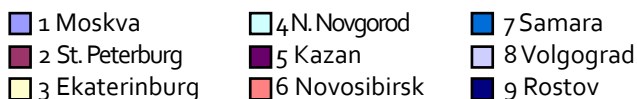
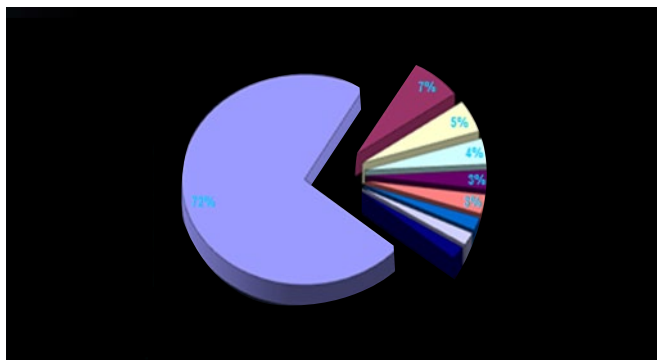
U 2013. ruski su turisti u primorskim mjestima Hrvatske ostvarili 91 % ukupnog broja dolazaka. Nešto manje od 40 % ruskih građana odmaralo se u Istri, zatim slijede Splitsko-dalmatinska županija, Dubrovačko-neretvanska županija i druge primorske županije. Grad Zagreb predstavljao je odredište za 7 % ruskih turista. Zanimljivo je i da ruski turisti zauzimaju prvo mjesto prema dužini boravka u Hrvatskoj, što tržištu daje svakako dodatnu težinu.

Regija Kvarner ojačala je u odnosu na 2012. te u 2013. bilježi udjel od 9 %, dok je u 2012. taj udjel iznosio 2 %.

### Način prijevoza korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

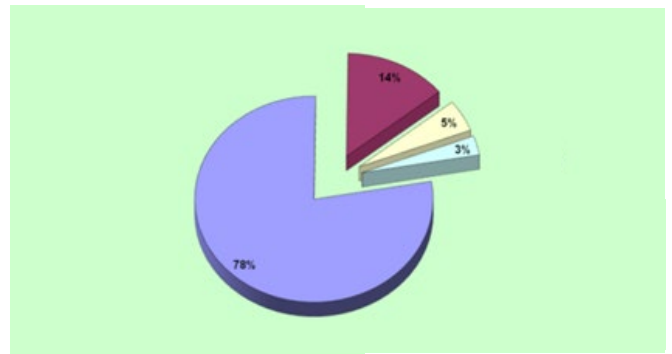
Zrakoplovni prijevoz korišten je u više od 90 % turističkih putovanja iz Ruske Federacije prema svijetu, pa tako i prema Hrvatskoj. Autobusi su se kao sredstvo prijevoza u turističkim putovanjima koristili uglavnom uz granična područja Rusije s drugim zemljama.

### Čarterski programi za Hrvatsku iz Rusije



## Vrsta smještaja koju su ruski turisti koristili u Hrvatskoj

Ruski su turisti u 2012. u Hrvatskoj u većini slučajeva koristili hotelski smještaj s četiri i pet zvjezdica. Ukupno 78 % građana Rusije prilikom putovanja i odmora u inozemnim destinacijama odsjeda u hotelima, po mogućnosti s *all inclusive* ponudom. U posljednje dvije do tri godine vile i apartmani sve su traženiji u našoj zemlji. U 2012. zamjetan je rast potražnje za programima kružnih putovanja i oldtajmerima, odnosno za najam jahti (posebno kod mlađe populacije).





## 2014. GODINA

### PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2014.

#### Procjena ukupnih odlazaka

##### na godišnji odmor s tržišta u inozemstvo u 2013.

U 2013., kada se radi o turističkim putovanjima ruskih građana u inozemstvo, općenito je zabilježena blaga stagnacija ili pad prometa. Nažalost, 2013. obilježena je i padom turističkog prometa iz Rusije prema Hrvatskoj. Ipak, neke se destinacije dobro prodavale – vidljiv je „tržišni povratak“ Grčke u krugu sredozemnih zemalja, kao i porast broja putovanja u Španjolsku i Crnu Goru (koja je ostala posljednja ljetna destinacija na europskom Mediteranu u koju turisti mogu putovati bez viza). Hrvatska se nažalost nalazi u krugu zemalja koje osjećaju velike probleme u prodaji. Izvještaji vodećih organizatora putovanja ukazali su na pad, tj. velike poteškoće u plasmanu programa, dodatno otežan izrazito jeftinom ponudom konkurenata. Naravno, jedan od ozbiljnijih razloga za poteškoće svakako je predstavljala promjena vizne politike, tj. činjenica da su za ruske građane od 1. travnja 2013. za putovanja u Hrvatsku uvedene vize. Spomenute okolnosti navele su veći broj partnera (organizatora putovanja) na smanjenje zakupa u Hrvatskoj, tj. na promjenu poslovnog modela kada je riječ o programima za našu zemlju, dok je dio organizatora putovanja, primjerice Ascent Travel koji je bio vodeći ruski organizator putovanja s programima za Hrvatsku, prestao s poslovanjem. Navedenu sliku nije znatnije popravila činjenica ulaska nekih novih partnera u poslovanje s našom zemljom, čiju je uspješnost i perspektive u ovom trenutku teško evaluirati.

#### Redoslijed omiljenih

##### destinacija – podaci siječanj – rujn 2013.

	Turistička destinacija	Broj dolazaka
1.	Turska	2.767.649
2.	Egipat	1.429.629
3.	Grčka	1.097.884
4.	Španjolska	887.191
5.	Kina	787.226
6.	Finska	787.159
7.	Njemačka	638.193
8.	Tajland	683.082
9.	Italija	605.482
10.	Cipar	494.702

Tablicu najzanimljivijih destinacija i dalje predvode Turska i Egipat. Riječ je o destinacijama gdje je dolar obračunska valuta, zemljama čija je ponuda daleko najjeftinija za ruske građane. Nažalost, naša zemlja ne nalazi se na popisu prvih deset omiljenih destinacija.

## 2015. GODINA

### TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI

#### Preliminarna procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2014.

U 2014. dolazi do stagnacije emitivnog tržišta u Rusiji kao posljedice stagnacije u ekonomiji te slabljenja ruske valute prema inozemnim valutama.

Kompanija Thomas Cook u ožujku iznosi mišljenje kako sukob u Ukrajini ne utječe ni na emitivni ni na receptivni turizam Rusije, iako Rusiji prijete recesija zbog odljeva 100 milijardi dolara kapitala kao posljedica angažmana u Ukrajini.

## Informacije o omiljenim destinacijama u 2014.

Pad vrijednosti ruske rublje poticaj je dijelu ruskih turista za rano bukiranje odmora u Turskoj. Rano bukiranje uz kontinuirani pad ruske valute donosi određenu uštedu tim turistima jer se nude popusti u iznosu od 30 % te garancija da se cijene neće mijenjati neovisno o kretanju tečaja rublje. Naravno, s druge strane, devalvacija domicilne valute predstavlja ograničenje za emitivni turistički promet.

Turska i u 2014. ostaje vodeća ljetna destinacija za ruske građane. Slijede Tajland i Egipat kao cjelogodišnje destinacije, s time da zbog političkih nemira Egipat gubi na poželjnosti kod ruskih turista.

## Mjere koje bi trebalo poduzeti prema mišljenju organizatora putovanja u 2014.

- 1) Definirati ukupan odnos prema turističkom tržištu Rusije – pripremiti turistički proizvod koji je tražen na ruskom tržištu, revidirati poslovnu politiku prema ruskim partnerima, imajući u vidu profil tržišta i prirodu prometa (uglavnom čarteri).
- 2) Efikasno organizirati konzularna predstavništva i vizne centre za izdavanje viza.
- 3) Hrvatska općenito treba posvetiti pozornost odnosu cijena i kvalitete usluge, što će biti presudno za daljnji razvitak prometa.

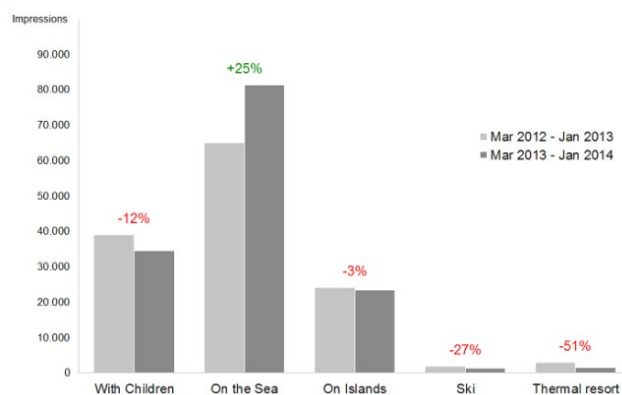
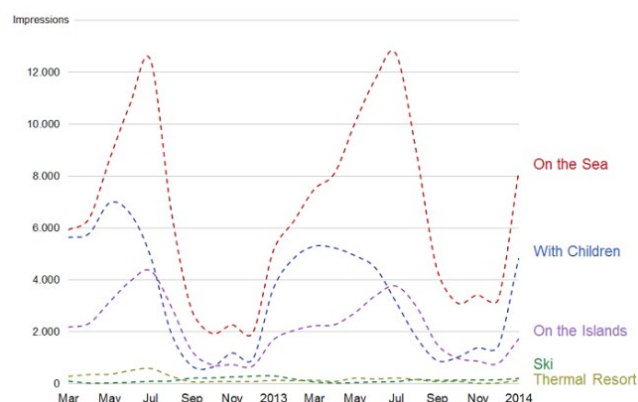
## Interes korisnika interneta s ruskoga govornog područja za Hrvatsku – podaci Yandexa

Yandex je najpopularniji mrežni pretraživač na tržištu Rusije (korišten je i izvan područja Ruske Federacije, u zemljama sa znatnijim ili dominantnim udjelom populacije koja se koristi ruskim jezikom) za koji se procjenjuje da ima 60 % udjela na ruskom tržištu mrežnih pretraživača.

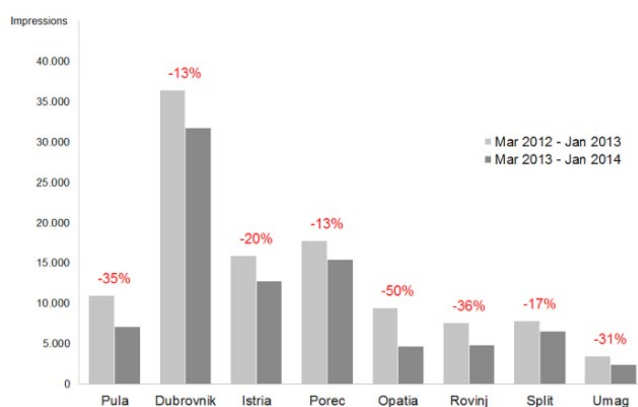
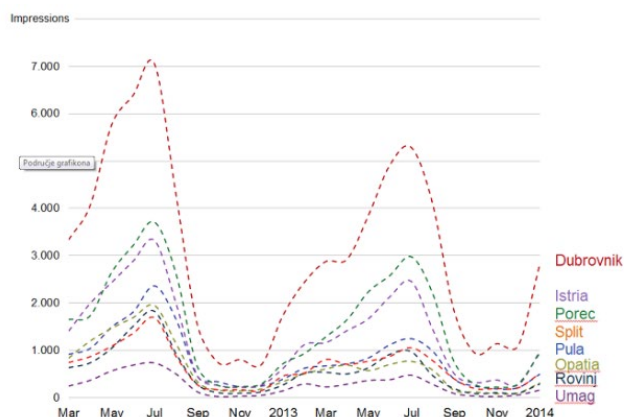
Prema podacima Yandexa interes ruskih korisnika za hrvatske turističke destinacije od ožujka 2013. do siječnja 2014. u padu je za 24 % u odnosu na usporedivo razdoblje godinu dana ranije. Ovaj pad korespondira s padom u broju dolazaka ruskih turista u Hrvatsku tijekom 2013. koji iznosi 23 %.



U odnosu na prethodno razdoblje, od ožujka 2013. do siječnja 2014. interes za ključne riječi vezane uz hrvatsko priobalje raste, dok je interes za sadržaje vezane uz djecu i otoke u padu.

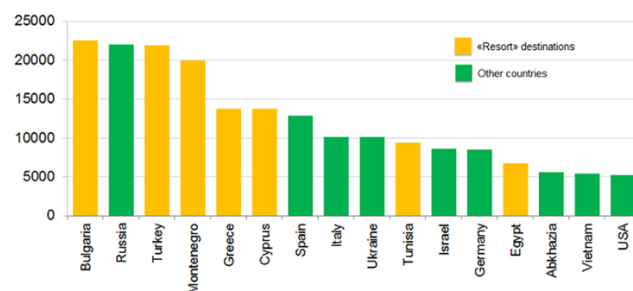


Interes korisnika Yandexa za specifične hrvatske turističke destinacije je u padu, pri čemu najveći pad u apsolutnim brojkama ima Dubrovnik (međutim, i dalje ostaje najviše pretraživana destinacija), dok u postotku najveći pad u interesu bilježe Opatija (- 50 %), Rovinj (- 36 %) i Pula (- 35 %).



### Popularnost turističkih destinacija među korisnicima mrežnog pretraživača Yandexa

Podaci mrežnog pretraživača Yandexa pokazuju da su među njihovim korisnicima najpopularnije resort destinacije pri čemu je interes fokusiran na turističke aranžmane te dostiže 45 % udjela u ukupnom interesu za pojedine destinacije. Takav interes i traženje informacija na internetu u skladu su s navikama i potrebama ruskih turista.



Gledajući podatke na godišnjoj razini Hrvatska se nalazi u prvih 20 destinacija korisnika mrežnog pretraživača Yandexa.

### Rangiranje destinacija prema godišnjim dobima – podaci Yandexa

Jesen	Zima	Proljeće	Ljeto
Indija	Crna Gora	Bugarska	Crna Gora
Vijetnam	Bugarska	Crna Gora	Turska
Egipat	Španjolska	Turska	Grčka
Tajland	Grčka	Španjolska	Abhazija
Singapur	Italija	Grčka	Uzbekistan
Austrija	Hrvatska	Cipar	Tunis
Njemačka	Vijetnam	Italija	Španjolska
Šri Lanka	Malta	Abhazija	Tadžikistan
Uzbekistan	Cipar	Izrael	Kuba
Filipini	Ukrajina	Ukrajina	Cipar
Kambodža	Abhazija	Hrvatska	Gruzija
Meksiko	Japan	Njemačka	Ukrajina
Malezija	Maldivi	Gruzija	Hrvatska
Novi Zeland	Jamajka	Armenija	Armenija

■ ZND države      ■ Mediteranske zemlje (+ Bugarska)  
■ Države Južistočne Azije

Crna Gora, Bugarska, Turska i Grčka nalaze se među destinacijama koje najviše zanimaju korisnike mrežnog pretraživača Yandexa od zime do ljeta – razdoblju planiranja i odlaska na godišnje odmore. Tijekom ovog razdoblja, kako se bliži ljeto, raste zanimanje za bliže destinacije u državama ZND-a. Daleke destinacije, uglavnom azijske, u centru su zanimanja korisnika Yandexa u jesenskom razdoblju.

Jesen	Zima	Proljeće	Ljeto
Indija	Crna Gora	Bugarska	Crna Gora
Vijetnam	Bugarska	Crna Gora	Turska
Egipat	Španjolska	Turska	Grčka
Tajland	Grčka	Španjolska	Abhazija
Singapur	Italija	Grčka	Uzbekistan
Austrija	Hrvatska	Cipar	Tunis
Njemačka	Vijetnam	Italija	Španjolska
Šri Lanka	Malta	Abhazija	Tadžikistan
Uzbekistan	Cipar	Izrael	Kuba
Filipini	Ukrajina	Ukrajina	Cipar
Kambodža	Abhazija	Hrvatska	Gruzija
Meksiko	Japan	Njemačka	Ukrajina
Malezija	Maldivi	Gruzija	Hrvatska
Novi Zeland	Jamajka	Armenija	Armenija

■ ZND države

■ Mediteranske zemlje (+ Bugarska)

■ Države Južistočne Azije

Hrvatska je, među ostalim destinacijama, najbolje rangirana tijekom zime te njezin rang među destinacijama pada u proljeće kada se intenzivira potraga za informacijama o mogućim destinacijama za ljetni odmor te dodatno u ljetnom razdoblju.

