



ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2025.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	7
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. i 2024. GODINI	11
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	15
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU.....	17
REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	18
TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	24
TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA	25

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv

Češka Republika

Političko uređenje

Češka je parlamentarna republika s višestranačkim sustavom. Država je administrativno podijeljena na 13 regija i glavni grad.

Zakonodavnu vlast ima dvodomni parlament, kojeg čine Zastupnički dom (Poslanecká sněmovna) i Senat (Senát). Zastupnički dom ima 200 zastupnika koje na četiri godine biraju građani. Senat ima 81 člana koji su izabrani na izravnim izborima na šest godina, a svake dvije godine bira se jedna trećina senatora.

Izvršnu vlast ima vlada, koja je odgovorna parlamentu te mora imati povjerenje parlamenta. Na čelu države je predsjednik republike, biraju ga izravno građani na mandat od pet godina, a izbor je ograničen na dva uzastopna mandata. Predsjednik republike je vrhovni zapovjednik vojske i formalni nositelj izvršne vlasti; imenuje predsjednika vlade, a na njegov prijedlog i članove vlade.

Posljednji predsjednički izbori, na kojima je je izabran novi češki predsjednik Petr Pavel, održani su u siječnju 2023. godine. Parlamentarni izbori održani su u listopadu 2021. godine, te je je Petr Fiala predsjednik Vlade Češke. Češka je članica Europske unije (EU), Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovačke organizacije (WTO).

Površina

Češka je kontinentalna država čija je površina 78.887 km², državne granice su duge 2.326,8 km, te graniči s Njemačkom (810,3 km), Poljskom (761,8 km), Austrijom (466,3 km) i Slovačkom (251,8 km).

Najveći gradovi

Prema podacima iz 1. siječnja 2024. je najvećim gradom Češke bio Prag (1.384.732 stanovnika) koji je u isto vrijeme glavnim gradom države. Ostali najveći gradovi su sljedeći: Brno (400.566 st.), Ostrava (284.765 st.), Plzeň (185.599 st.), Liberec (107.982 st.), Olomouc (102.293 st.), České Budějovice (97.377 st.), Hradec Králové (93.906 st.), Pardubice (92.362 st.), Ústí nad Labem (91.342 st.).

Stanovništvo

Prema podacima iz 2021. broj stanovnika je iznosio 10,51 milijuna, od čega 5,18 milijuna muškaraca i 5,33 milijuna žena. Na dan 31. prosinca 2023. Češka republika imala je 10,9 milijuna stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti iznosu 138 stanovnika/km².

Dobna struktura stanovništva je sljedeća:

- 0 – 14 godina (884.472 muškaraca/843.286 žena)
- 15 – 64 godina (3.515.128 muškaraca/3.420.347 žena)
- 65 i više godina (943.010 muškaraca/1.294.312 žena)

Stratifikacija prema vjerskoj pripadnosti je sljedeća:

- ateisti – 47,76 %
- katolici – 7,04 %
- husiti – 0,22 %
- evangelisti – 0,30 %
- vjernici bez crkvene pripadnosti – 9,12 %
- nespecificirano – 30,05 %

Opće karakteristike gospodarstva

Češka Republika ekonomski je snažna država te spada među najrazvijenija gospodarstva Europe. Razdoblje njenog naglašenijeg gospodarskog rasta počelo je ulaskom u EU. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga (59%), iako je industrija tradicionalno vrlo razvijena. Industrija zapošljava 38% aktivnog stanovništva, u čemu je Češka na prvom mjestu među zemljama EU. Glavni industrijski centri su Prag, Ostrava, Plzeň i Ústí nad Labem. Glavne gospodarske grane su kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija. Poljoprivreda i primarna proizvodnja nisko su zastupljeni - u poljoprivredi je zaposleno samo 2,8% stanovništva. Glavnu ulogu u razvoju gospodarstva igra vanjska trgovina. Udio izvoza robe i usluga u BDP-u iznosi 74% i dugoročno raste. Glavni poslovni partneri su zemlje EU (Njemačka, Poljska, Slovačka i Francuska).

Zahvaljujući stranim investicijama mijenja se i struktura industrije. Moderniziraju se strojevi, uvode nove tehnologije, proizvodnja se okreće zapadnoj Europi i razvijenim državama svijeta. Industrija obuhvaća 35% češkog gospodarstva i izrazito je značajna u češkom izvozu. Automobilaska industrija je najznačajnija industrijska grana - obuhvaća više od 26% ukupne industrijske proizvodnje, ima udio od 9% u BDP-u, direktno zapošljava preko 120 tisuća ljudi te proizvede preko 1,2 milijuna osobnih automobila i preko 1.200 autobusa godišnje. Najveći udio u proizvodnji imaju Škoda Auto, zatim Hyundai i Toyota Motor Manufacturing CZ. Češka je na 5. mjestu u Europi i na 16. mjestu u svijetu u proizvodnji motornih vozila. Na drugom mjestu je prema broju proizvedenih automobila na broj stanovnika (124), a na prvom mjestu po broju proizvedenih autobusa po stanovniku. Češka autoindustrija je usko povezana sa Njemačkom, naime sa Wolfsburgskim gigantom Volkswagen AG, koji trenutno prolazi krizom u sektoru električnih automobila. Dok Škoda Auto posluje dobro, nije sigurno kako će na češku automobilsku proizvodnju utjecati problemi matičnog koncerna.

Zbog svog zemljopisnog položaja u srcu Europe, promet u Češkoj ima značajnu ulogu. Osnova sustava kombinacija je željezničkog i cestovnog prometa, kojim se ukupno prevozi oko 95% putnika i 90% roba. Češka željeznička mreža je jedna od najgušćih u svijetu, a radi se i na modernizaciji pruga i vlakova. Najstarija i najfrekventnija autocesta između Praga i Brna prošla je niz rekonstrukcija na pojedinim usjecima. Na visokoj razini je i zrakoplovni promet - zračna luka Vaclava Havela u Pragu širi se i modernizira te zaprima sve više putnika, također bilježimo trend rasta prometa na većini regionalnih zračnih luka (Brno, Ostrava, Pardubice). Zračna luka u Ostravi značajno napreduje zahvaljujući povezanosti sa Poljskom.

Turizam je za Češku važna gospodarska grana, s udjelom u BDP-u od 2,2% i preko 200.000 zaposlenih.

Prihodi od turizma, odnosno od međunarodnog kretanja osoba, dosegli su 151 milijardu CZK (5,98 milijarde EUR) prema zadnjim podacima iz 2022. godine. Rashodi za turizam u okviru putovanja čeških građana u inozemstvo su bili 83 milijarde CZK (3,29 milijarde EUR). Sveukupni saldo je bio pozitivan sa iznosom od 57 milijarda CZK (2,26 milijarde EUR).

Češko gospodarstvo stagniralo je prošle godine. Bruto domaći proizvod pao je za 0,1%, no prema prognozi ove godine će porasti za 1,1%, a sljedeće godine za 2,7%. Godišnja inflacija trebala bi se kroz cijelo predviđeno razdoblje kretati oko 2%. Zahvaljujući trajno visokoj potražnji za radnom snagom i padu inflacije, realne plaće će rasti.

Potrošnja kućanstava u prvom kvartalu porasla je na godišnjoj razini za 1,2% (naspram 1,6%), zahvaljujući značajnom smanjenju stope štednje, dok je pad realnog raspoloživog dohotka, s druge strane, ograničavao potrošnju. Kućanstva su više trošila na robe kratkoročne potrošnje, ali su kupnje ostalih dobara i usluga bile niže na godišnjoj razini. Potrošnja rezidenata u inozemstvu (u stalnim cijenama) porasla je za više od 10%.

Realna potrošnja kućanstava mogla bi se ove godine povećati za 2,1% (naspram 2,7%) i u 2025. za 3,9% (naspram 3,5%). Stopa štednje mogla bi početi postupno padati ove godine, no smanjenje će u početku usporavati nastojanje kućanstava s nižim prihodima da obnove financijsku rezervu. Značajniji pad stope štednje mogao bi potaknuti potrošnju kućanstava tek u 2025., no i dalje će ostati znatno iznad dugoročnog prosjeka prije 2020. Smanjenje stope štednje ove i sljedeće godine podržat će i smanjenje kamatnih stopa, iako će motiv za štednju, zbog visine kamatnih stopa na početku predviđenog razdoblja, ostati relativno snažan. Realni prihodi kućanstava trebali bi se, zahvaljujući padu inflacije i trajnoj napetosti na tržištu rada, povećati u obje godine. Dinamiku privatne potrošnje mogao bi blago usporiti konsolidacijski paket.

BDP bi u 2024. godini mogao porasti za 1,1 %, sljedeće godine bi mogao rasti za 2,7 % zbog ponovnog oživljenja domaće potražnje.

Češki će dug do kraja godine dosegnuti 43,7% BDP-a što će dovesti do povećanja kamatnih stopa na 1,4 % BDP-a, procjenjuje Ministarstvo financija.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

Bruto domaći proizvod Češke republike je u 2023. iznosio 7.619 milijarde Kruna (301 milijarda EUR), odnosno 37.600 € po glavi stanovnika, što je 1,9% cjelokupnog BDP-a Europske unije.

Prema preliminarnoj procjeni Češkog statističkog ureda, realni bruto domaći proizvod Češke Republike, očišćen od sezonskih i kalendarskih utjecaja, u drugom kvartalu 2024. povećao se kvartalno za 0,3% i godišnje za 0,4%. U prvom kvartalu 2024., za koji su dostupni detaljni podaci o strukturi rasta, BDP je na godišnjoj razini (bez korekcije) pao za 0,2%. Revidirani podaci nacionalnih računa pokazuju da je ekonomska aktivnost premašila predpandemijsku razinu već u drugom kvartalu 2022., no od tada je češka ekonomija uglavnom stagnira.

U 2024. godini BDP bi se mogao povećati za 1,1%, prvenstveno zahvaljujući obnovljenom rastu potrošnje kućanstava. Ekonomiju bi također trebalo značajno poduprijeti saldo vanjske trgovine, posebno u vezi sa slabljenjem uvozne potražnje za investicijama i očekivanim razvojem zaliha. U 2025. češka ekonomija mogla bi porasti za 2,7% zahvaljujući snažnijoj dinamici potrošnje i investicija te povoljnijem gospodarskom razvoju u inozemstvu, iako će snažniji oporavak domaće potražnje istovremeno podržati uvoz.

Postotak nezaposlenosti u 2023., aktualno stanje u 2024. i procjena budućeg trenda

Na tržištu rada i dalje su prisutne neravnoteže povezane s nedostatkom radne snage. Unatoč slaboj gospodarskoj dinamici, stopa nezaposlenosti u 2024. godini ne bi trebala značajno porasti. S 2,6% u 2023. mogla bi se ove godine povećati na 2,8%, dok bi sljedeće godine, zahvaljujući gospodarskom rastu, mogla neznatno pasti na 2,7%. Trajna napetost na tržištu rada neće omogućiti značajnije usporavanje rasta nominalnih plaća. Nakon dvije godine pada, plaće će ponovno rasti i u realnom iznosu.

Prosječna plaća

Prosječna plaća (u tvrtkama, prilagođena za puno radno vrijeme) porasla je u prvom kvartalu 2024. za 7,0%, pri čemu je najveći doprinos dao rast prosječne plaće u prerađivačkoj industriji od 8,1% i u zdravstvu i socijalnoj skrbi od 11,1%. S obzirom na gore navedene čimbenike, prosječna plaća bi se ove godine mogla povećati za 7,2%, a sljedeće godine za 6,5%. Prosječna bruto plaća je u drugom kvartalu 2024. godine iznosila 45.854 CZK, odnosno 1.809 €.

Stopa inflacije

Godišnja inflacija početkom ove godine, nakon tri godine, približila se inflacijskom cilju Češke narodne banke i trebala bi ostati unutar tolerancijskog raspona i do kraja godine. Proinflacijski strani čimbenici ponude znatno su oslabili, a pritisci domaće potražnje dodatno su ublaženi povećanim kamatnim stopama monetarne politike, čemu ove godine dodatno doprinosi restriktivno djelovanje fiskalnog konsolidacijskog paketa. Prosječna stopa inflacije mogla bi tako ove godine pasti na 2,4%, a u 2025. godini na 2,3%.

Vanjskotrgovinska bilanca

Češka robna razmjena s inozemstvom u 2023. godini ostvarila je suficit od 122,8 milijardi CZK. Pomogao je manji trgovinski deficit nafte i plina. U prosincu 2023. bilanca je završila suficitom od 3,5 milijardi CZK, što je u odnosu na prethodnu godinu poboljšanje od 5,9 milijardi CZK. U razdoblju od siječnja do rujna 2024. suficit trgovinske bilance dosegnuo je 182,9 milijardi CZK, što predstavlja porast od 107,1 milijardi kuna u odnosu na prethodnu godinu. Od početka godine izvoz je rastao za 5,0%, a uvoz za 1,8%.

Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2024. te u 2025. godini

Očekivani rast ekonomije u 2024. godini je 1,1% uglavnom zahvaljujući obnovljenom rastu potrošnje kućanstava. Rast bi također trebao značajno poduprijeti pozitivan saldo vanjske trgovine i to uglavnom u vezi sa slabljenjem importno zahtjevne uvezno potražnje i očekivanim rezultatom rezervi. U 2025. godini bi češka ekonomika trebala rasti za 2, % naime zbog jače dinamike potrošnje i investicija te zbog pozitivnih gospodarskih trendova u inozemstvu. Trenutna kriza njemačke Volkswagen grupe bi mogla negativno utjecati na češku industriju, koje ja sa njemačkom usko povezana.

Kod inflacijskih trendova se očekuje pad, u 2024. godini bi prosječna razina inflacije trebala doseći 2,4%, a u 2025. 2,3%.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija

Televizija

Državna televizija emitira na šest kanala ČT1, ČT2, ČT3, ČT24, ČT sport i ČT – Dečko/Art. Uz državnu televiziju djeluju i tri privatne televizije – Nova, TV Prima i TV Barrandov. Grupacija Nova emitira na devet kanala (Nova, Nova 2, Nova Cinema, Nova Action, Nova Gold, Nova Sport 1, 2, 3 i 4). TV Prima emitira na osam kanala (Prima, Prima COOL, Prima LOVE, Prima ZOOM, Prima MAX, Prima STAR, Prima KRIMI i CNN Prima News). Najveću gledanost dosežu TV Nova, 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 udio 30,68%, Češka televizija zauzima drugu poziciju s 29,52%, dok je Prima Group na trećoj poziciji s 27,36%.

Pored navedenih postoje i lokalne postaje te nekoliko kabljskih programa, koji svojim produkcijama i obujmom oglašavanja sve više konkuriraju privatnim i javnim TV postajama.

Gledanost TV postaja (podaci za cijeli dan)¹:

1. NOVA	17,97%
2. ČT1	16,36%
3. PRIMA	12%
4. ČT24	4,44%
5. ČT2	4,31%
6. PRIMA KRIMI	4,06%
7. ČT SPORT	3,32%
8. ATMEDIA	3,32%
9. NOVA CINEMA	3,21%
10. BARRANDOV TS	2,63%
11. PRIMA MAX	2,53%
12. OSTALE TV	25,84%

Radio

Postoje javne i privatne radiopostaje koje imaju 60 vlasnika. Državni češki radio Český rozhlas ima nekoliko postaja (Radiožurnal, Praha, Vltava, ČRo 6, ČRo Leonardo) te regionalne postaje. Radio IMPULS je jedna od najpopularnijih privatnih radiopostaja.

Redoslijed deset najslušanijih radija (dnevna slušanost)²:

1. Radiožurnál	733.000
2. Rádio Impuls	666.000
3. Evropa 2	640.000
4. Rádio Blaník	617.000
5. Rádio Kiss	461.000
6. Hitrádio	448.000
7. Frekvence 1	418.000
8. ČRo Dvojka	291.000
9. Rádio Beat	290.000
10. Country Rádio	263.000

Tisak

Prema podacima Češkog statističkog ureda u zemlji redovno izlazi preko pet tisuća tiskanih naslova od čega 109 dnevnika, 252 tjednika, 920 dvotjednika ili mjesečnika te preko 3.800 ostalih vrsta časopisa.

¹ Izvor: ATO – Mediasearch

² Izvor: mediaguru.cz

Najčitaniji dnevnici ³	Naklada	Segment
Blesk	122.588	opći
Mladá fronta DNES	77.623	opći
Deník	68.708	opći
Právo	67.918	opći
AHA	35.239	opći
Sport	24.554	sportski
Hospodářské Noviny	13.257	gospodarski
E15	9.247	gospodarski

Najčitaniji tjednici ⁴	Naklada	Segment
Rytmus života	133.780	opći
TV Magazín	100.415	televizijski
Sedmička	96.659	opći
Blesk pro ženy	93.940	za žene
Nedělní Blesk	85.898	opći
Pestrý svět	85.898	za žene
Týdeník Televize	77.764	televizijski
TV Pohoda	65.313	televizijski
Chvilka pro tebe	64.047	za žene
Tina	63.475	za žene

Najčitaniji dvotjednici ⁵	Naklada	Segment
TV mini	297326	televizijski
TV MAX	278049	televizijski
TV expres	210178	televizijski
TV Star	117641	televizijski
TV Plus14	95261	televizijski
TV Revue	81667	televizijski
Napsáno životem	42113	za žene
Epocha	36678	povijesno-politički
Žena a život	30702	za žene
100+1	28940	politički

³ Izvor: ABC ČR - Audit Bureau of Circulations, ovjereni podaci za prosinac 2023. godine

⁴ Izvor: ABC ČR - Audit Bureau of Circulations, ovjereni podaci za prosinac 2023. godine

⁵ Izvor: ABC ČR - Audit Bureau of Circulations, ovjereni podaci za prosinac 2023. godine

Najčitaniji mjesečnici i publikacije ⁶	Naklada	Segment
Retro	76.303	povijesni
Receptář	74.415	kulinarški
Sluníčko	59.379	dječji
Blesk pro ženy speciál	50.653	za žene
Chvilka v kuchyni	40.116	kulinarški
Blesk Vaše recepty	36.399	kulinarški
Apetit	36.000	kulinarški
Chatař a chalupář	32.307	rekreacijski
Blesk Hobby	31.459	hobi
Nostalgie	30.848	povijesni

Najposjećeniji internet portali ⁷	Broj stvarnih korisnika	Boj pregleda stranica	Posjećenost stranica
idnes.cz	889.456	16.313.710	1.744.465
nova.cz	826.288	2.732.002	1.035.873
denik.cz	700.337	2.573.221	780.637
iprima.cz	665.101	2.207.831	847.771
blesk.cz	463.780	3.531.499	683.731
aktualne.cz	431.786	2.708.132	534.569
dotyk.cz	429.784	1.155.516	450.038
centrum.cz	363.422	8.190.387	863.472
toprecepty.cz	346.412	1.137.803	399.731
poznatsvet.cz	296.495	588.464	309.936

Svi navedeni mediji imaju nacionalnu pokrivenost.

⁶ Izvor: ABC ČR - Audit Bureau of Circulations, ovjereni podaci za prosinac 2023. godine

⁷ Izvor: Net Monitor - SPIR - GEMIUS - Sdružení pro internetový rozvoj (Udruga za razvoj interneta)

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. I 2024. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Unatoč teškim ekonomskim uvjetima oporavak i rast emitivnog turističkog prometa, započeo već 2022. godine nastavio se u 2023. Češka turistička agencija Čedok je zabilježila najbolje rezultate od 1989. godine s time da je otpremila 420.000 turista (međugodišnje 55% više) i to unatoč tome da je prosječna cijena aranžmana porasla za cca. 5%. Usluge turističke agencije najčešće su koristile obitelji sa djecom i parovi.

Generalni direktor Čedoka (najstarija češka putnička agencija), Stanislav Zeman, za ČTK (češka HINA) je naveo kako se na odmor najviše putovalo u Grčku, Tursku, Egipat i Španjolsku (uključujući Kanarske i Balearske otoke), no privlačne su bile i egzotične destinacije poput Zanzibara, Tajlanda ili Dominikanske republike.⁸ Zrakoplovni promet je bio aktivan u svim međunarodnim zračnim lukama u Češkoj - najviše je putnika letjelo iz praške zračne luke Václava Havela (64%), drugo mjesto je zauzela zračna luka u Brnu (18,6%), treće ostravska zračna luka Leoš Janáček (7,4%). Za češke putnike bila je značajna i zračna luka u glavnom gradu Slovačke, Bratislavi, iz koje je otpremljeno 3,9% putnika. Značajno je porasla uloga regionalnih zračnih luka koje su poslije pandemije sve više aktivne i prometne.

Češki turist je 2023. prosječno potrošio međugodišnje 4,82% više na dužim putovanjima. Prema Zemanu, Česi sve više kupuju aranžmane u hotelima sa 4 ili 5 zvjezdica (85%) te uključuju all inclusive ponude. Hotele s tri zvjezdice je koristilo 13% putnika, ostale samo 2%. 15% putnika odlučilo se za polupansion, 12% samo za doručak, dok 2% nisu koristili hranu u aranžmanu.

Prema podacima Češkog zavoda za statistiku je 76% svih putovanja u inozemstvo 2023. godine trajalo dulje od 4 dana (u apsolutnim brojkama 5,661 milijuna), dok je ostalih 24%, odnosno 1,754 milijuna, trajalo između 1-3 dana. Prosječno je dulje putovanje trajalo 7,6 dana, kraće 2,4 dana. Za duža putovanja su Česi potrošili u prosjeku 16.802 CZK, odnosno 665,37 € (rast za 4,82% naspram 2022.) i za kraća 5.898 CZK (rast za 10,2%), odnosno 233,56 €. U 2023. je prema Češkom zavodu za statistiku porastao interes za putovanjem u inozemstvo, interes za putovanjem u Češkoj je pao. Kod čeških turista se može primijetiti znatna sklonost prema individualnom načinu putovanja - najveći dio njih se odlučio za individualnu organizaciju puta te je automobil najpopularnije prijevozno sredstvo. Unatoč tome rast bilježe putovanja zrakoplovom i organizirana putovanja TO i TA.⁹

U 2024. su TO i TA registrirale značajan rast interesa za Albaniju, Poljsku i Portugal i to čak za više od 10%¹⁰. Tradicionalne ljetne destinacije na Mediteranu su kod Čeha ostale na prvom mjestu, na primjer TO Travel Family će za sljedeću godinu povećati kapacitete za putovanja u Hrvatsku. Započeti trend potražnje za luksuznijim smještajem se nastavio 2024. godine. Prema

⁸ <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/2482033>

⁹ <https://statistikaamy.csu.gov.cz/zajem-cechu-o-zahranici-stale-roste>

¹⁰ https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/ceska-republika-cestovni-kancelar-letno-sezona-zajem-turiste.A240911_145914_ekonomika_jadv

Jiřini Ekrt Jiruškovej, glasnogovornici putničke agencije Invia, interes za hotele s 5 zvjezdica porastao je za 50%, za hotele s 4 zvjezdice se udvostruĉio, dok se trajno smanjuje interes za hotele s 2 zvjezdice.

Veći turistiĉki subjekti su tijekom sezone 2024. mogli zabiljeŹiti rast prihoda od 10%, manji za 4-5%, navodi Kateřina Chaloupková, izvršna direktorica Udruge ĉeških putniĉkih agencija i agenata (AĀCKA, Asociace ĉeských cestovních kancelářů a agentur).

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistiĉki promet u 2023. i 2024.

U istraŹivanju internetske platforme Instant Research iz prosinca 2022. godine pokazalo se da Āesi Źele smanjivati troškove putovanja. Isti zakljuĉak je u lipnju 2023. donijelo i istraŹivanje trŹišta agencije Ipsos (Holiday Barometer)¹¹. Āesi Źele optimizirati troškove smještaja, prijevoza, prehrane i aktivnosti. Uštediti novac bi prema istraŹivanju trebali ĉešćim korištenjem last minute ponuda, ili odabirom bliŹe destinacije. Holiday Barometer tako indicira rast budŹeta koji Āesi planiraju potrošiti na godišnjem odmoru od 11%, ĉemu najviše doprinosi inflacija. Najviše Āeha će na godišnji odmor putovati vlastitim automobilom (53%) ili zrakoplovom (33%). Popularnost putovanja automobilom pala je za 7% dok je preferencija zrakoplova porasla za 6%.

Cijene i dostupnost ljetovanja su teme koje su se vrlo ĉesto pojavljivale u ĉeškom tisku. Ekonomska stagnacija i spor tempo ekonomskog oporavka zbog utjecaja pandemije i rata u Ukrajini ipak ne smetaju Āesima u realizaciji godišnjeg odmora u inozemstvu koji je planiralo prema podacima Czech Tourism 60% Āeha (rast od 3% međugodišnje)¹².

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2023. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2024.

Āeški zavod za statistiku je publicirao rezultate domaćeg i emitivnog turizma ĉeških drŹavljana za 2023. godinu. Putovanja se prema mjestu boravka dijele na domaća i inozemna, a privatna putovanja prema trajanju na duŹa (4 i više noćenja) i kraća (1-3 noćenja). Inozemna putovanja su tijekom pandemije Covid-19 usporila, oporavak je poĉeo tek 2022. godine. Prema podacima za 2023. godinu moŹemo zakljuĉiti da se Źelja za putovanjem vratila potpuno. Na duŹe putovanje u inozemstvo je otišlo 5,661 milijuna osoba, na kraće 1,754 milijuna. U usporedbi sa 2019. biljeŹimo rast od 10,94% kod duŹih putovanja i 5,10% kod kraćih, u međugodišnjoj usporedbi moŹemo primijetiti rast za 7,73% kod duŹih putovanja i 32,95% kod kraćih.

¹¹ <https://www.ipsos.com/cs-cz/inflace-planu-na-dovolenou-neohrozi-v-lete-planuje-cestovat-80-cechu>

¹² <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/3dacf40e-a93e-42f3-ae51-265933ba4e01/article/cesi-letos-planuji-utratit-vice-za-letni-dovolenou>

Broj stanovnika koji su u 2023. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji i procjene za 2024.

U sferi turizma možemo smatrati da je 2023. godine došlo do potpunog oporavka - putovanja u inozemstvo su počela obarati rekorde. Kraća inozemna putovanja su porasla za 32,95% (1,754 milijuna), dok su duža ostvarila rast od 7,73% (5,661 milijuna). Primjetno je da su Česi 2023. zamijenili tuzemni turizam inozemnim, jer dolazi do pada kod kraćih i dužih putovanja unutar Češke; kraća su pala za 26,43% na 12,841, a duža za 15,09% na 6,842 milijuna. Sveukupno je zabilježen pad broja putovanja, uglavnom zbog znatnog pada domaćeg turizma. Broj kraćih putovanja je sveukupno pao za 22,25% na 14,595 milijuna, a dužih za 6,08%, na 12,503 milijuna.

U 2024. možemo procijeniti, da će se sličan trend nastaviti ukoliko ne dođe do drastičnih ekonomskih promjena na češkom tržištu. Ponuda organizatora putovanja je sve šira i konkurentnija. Glavnu sezonu isti procjenjuju kao vrlo uspješnu. Neki već sada planiraju povećavanje kapaciteta za 2025.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2023. i razlozi odabira

Najviše duljih putovanja bilo je realizirano u europske zemlje, od čega 4,3 milijuna u zemlje Europske unije. Prvo mjesto među inozemnim destinacijama tradicionalno je zauzela Hrvatska s 815 tisuća putovanja, tijekom kojih su Česi ostvarili ukupno 6,3 milijuna noćenja, uglavnom zbog rekreacije. Slijedila je Slovačka sa 698 tisuća putovanja, gdje su Česi, osim najčešćih rekreativnih razloga, u značajnom broju posjećivali i rodbinu i prijatelje. Na trećem mjestu našla se Italija sa 637 tisuća putovanja, gdje su češki turisti najčešće posjećivali obalna područja, planinska područja ili gradove. Među udaljenijim destinacijama dominirao je Egipat s 362 tisuće putovanja, no broj posjeta toj afričkoj zemlji smanjio se u usporedbi s prethodnom godinom.

Češko ministarstvo vanjskih poslova objavilo je podatak da je u 2024. najviše Čeha putovalo u Hrvatsku, njih cca 800 tisuća a kao novootkrivenu destinaciju spomenuli su Poljsku, gdje Česi prvenstveno putuju individualno.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

Na češkom tržištu je vrlo popularna vlastita organizacija putovanja, 74% svih duljih putovanja su individualno organizirana, dok 24% putovanja organiziraju TO i TA, dok 2% reprezentiraju drugi oblici organizacije. Za kraća nisu dostupni podaci. Hrvatska je zbog kratke udaljenosti od Češke u prošlim godinama pokazivala sličan omjer (25% agencijski, 75 individualno)¹³.

¹³ <https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-01/Češka%20-%20izdanje%202024.pdf>

Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2023. i procjene za 2024.

Kod odabira prijevoznog sredstva za putovanje dolazi također do izražaja individualizam češkog turista. Najviše su se 2023. za putovanja koristila osobna vozila (uključujući motore), no naspram 2022. bilježimo pad za 12%. Djelomično možemo ovu pojavu povezati s padom interesa za domaći turizam. Rast su zabilježila putovanja zrakoplovom, kojih je u usporedbi sa 2022. za 11% više. Možemo zapaziti rast korištenja autobusa i to za 16%. Broj putovanja vlakom je međugodišnje pao za 6%. Najpopularnija osobna prijevozna sredstva su imala ukupan udio od 68%, na drugom mjestu po popularnosti se nalaze zrakoplovi sa 20%, na trećem autobusi sa 7%, a na zadnjem putovanja vlakom s 5%. Ovisno o ekonomskoj situaciji možemo pretpostaviti daljnji rast interesa za putovanje zrakoplovom, te zadržavanje najvećeg udjela osobnih prijevoznih sredstava.

Preferirani način bukiranja

U 2023. godini bile su vrlo intenzivne first i last minute ponude. U 2024. su TO i TA bilježile interes za bukiranje u regularnom terminu, ali i veliki interes za last minute ponudama. Last minute ponude se pojavljuju kod destinacija poput Turske, Egipta i Grčka, za koje TO i TA organiziraju veliki broj aranžmana i imaju u njima najveće hotelske kapacitete.¹⁴

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2023. i procjene za 2024.

Za smještaj čeških turista na duljim putovanjima u inozemstvo tijekom 2023. godine najčešće su se koristili hoteli, pansioni i slični kolektivni smještajni objekti. Preferencija hotela bila je veća nego prošle godine, te je u njima odsjedalo 3,8 milijuna gostiju iz Češke Republike. Manje putnika prespavalo je kod rodbine i prijatelja, kao i u privatnom plaćenom smještaju.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2023. i procjene za 2024.

Najčešći razlog za putovanje kod čeških turista bio je privatni. Samo 4% svih putovanja su bila poslovno motivirana. Od njih je 40% bilo usmjereno prema inozemstvu, dok se 60% odnosilo na Češku. Najveći dio putovanja je u 2023. usmjeren također prema Češkoj (73% svih putovanja). Tuzemni turizam dominira kraćim putovanjima u kojima ima udio od 88%, dok kod dužih putovanja ima udio od 55%.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2023. i procjene za 2024.

U 2023. su prema podacima Češkog zavoda za statistiku Česi plaćali u prosjeku više u svakoj kategoriji. Za kraće putovanje su platili u međugodišnjoj usporedbi za 27,6% više, tj. 2.295 CZK (91 €), dok je kod dužih prosječna potrošnja porasla za 13,87% na 10.274 CZK (407€). Veći rast

¹⁴ <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-firmy-cestovky-cekaji-rekordy-pomuze-jim-obri-zajem-o-last-minute-zajezdy-256409>

potrošnje bilježimo kod tuzemnih putovanja, za kraća su Česi plaćali u prosjeku 1.803 CZK (71€), što je za 17,83% više nego 2022. i za duža 4.872 CZK (193€), odnosno za 9,41% međugodišnje više. Kod putovanja u inozemstvo je rast znatno konzervativniji. Za kraće putovanje u inozemstvo su češki turisti u prosjeku potrošili 5.898 CZK (234€), što je za 10,2% više nego 2022., za duže pa 16.802 CZK (665€), međugodišnje više za 4,82%.

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Krajem 2023. godine u Češkoj Republici djelovalo je 593 putničkih agencija, što je 18 više nego 2022. godine. Prije pandemije COVID-19, 2019. godine, na češkom tržištu bilo je 855 putničkih agencija. Od tada je njihov broj opao, ali prošle godine ponovno je počeo rasti.

Najveći organizatori putovanja (prema prihodima):

- Exim tours (u vlasništvu REWE grupe)
- Fischer Group (FISCHER, NEV-DAMA, e-Travel i Privileq), od 2020. u grupaciji REWE
- Blue Style
- Čedok (u vlasništvu Itake)
- Alexandria
- Eso Travel
- Travel family (Vitkovice Tours, Viamare, VTT i Kovotour Plus)

Najznačajniji organizatori putovanja, koji u svojim programima nude Hrvatsku:

- CK Victoria <https://victoria-ck.cz>
- České kormidlo <https://ceskekormidlo.cz>
- Travel family <https://www.ckvt.cz>
- CK 101 Zemek <https://www.chorvatskozababku.cz>
- Mediteran Travel <https://www.mediteran.cz>
- Čedok <https://www.cedok.cz>
- Relax Adriatic <https://www.relaxadriatic.cz>
- CK Kellner <https://www.kellnerck.cz>
- Kompas <https://kompas.cz>
- Nev-dama <https://www.nev-dama.cz>
- Tipatour <https://tipatour.cz>
- Alexandria <https://www.alexandria.cz>
- Valaška <https://www.ckvalaska.cz>
- CK Dezka <https://www.dezka.cz>
- CK Fischer <https://www.fischer.cz>
- Globtour <https://www.ckglobtour.cz>
- Adria data banka <https://www.adriadatabanka.com>

Najznačajnije online agencije (prodaju aranžmane drugih TO):

- www.invia.cz
- www.zajezdy.cz
- www.last.cz
- www.dovolena.cz
- www.sdovolena.cz
- www.nacesty.cz

Financijski najsnažniji organizatori putovanja koji imaju Hrvatsku u svojim programima su: CK Victoria, Fischer, Exim tours, Čedok, Alexandria, Travel Family i Kompas. Više od 150 organizatora putovanja nudi Hrvatsku, od čega 30-ak ostvaruje više od 1.000 putnika godišnje.

U Češkoj djeluju dvije udruge putničkih agencija:

1. Udruga organizatora putovanja Češke republike - ACK ČR (Asociace cestovních kanceláří České republiky). Ima više od 141 članice, od kojih 58 u svojim programima ima Hrvatsku
2. Udruga čeških organizatora putovanja i agencija - AČCKA (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Ima više od 250 članova, od kojih 49 u svojim programima ima Hrvatsku. Određeni broj organizatora putovanja u Češkoj nisu članovi niti jedne udruge.

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2023. i 2024. s obzirom na političke i ekonomske okolnosti

Registraciju za djelatnost u 2023. godini obnovilo je 12 putničkih agencija. S druge strane, njih 17 je privremeno obustavilo rad, a šest ih je potpuno zatvorilo. Tijekom 2022. godine u Češkoj je osnovano deset novih putničkih agencija, dok ih je 15 zatvorilo poslovanje, a šest je proglasilo bankrot. Rad je privremeno obustavilo 29 putničkih agencija, kako je ranije izvijestilo Ministarstvo za regionalni razvoj za ČTK.

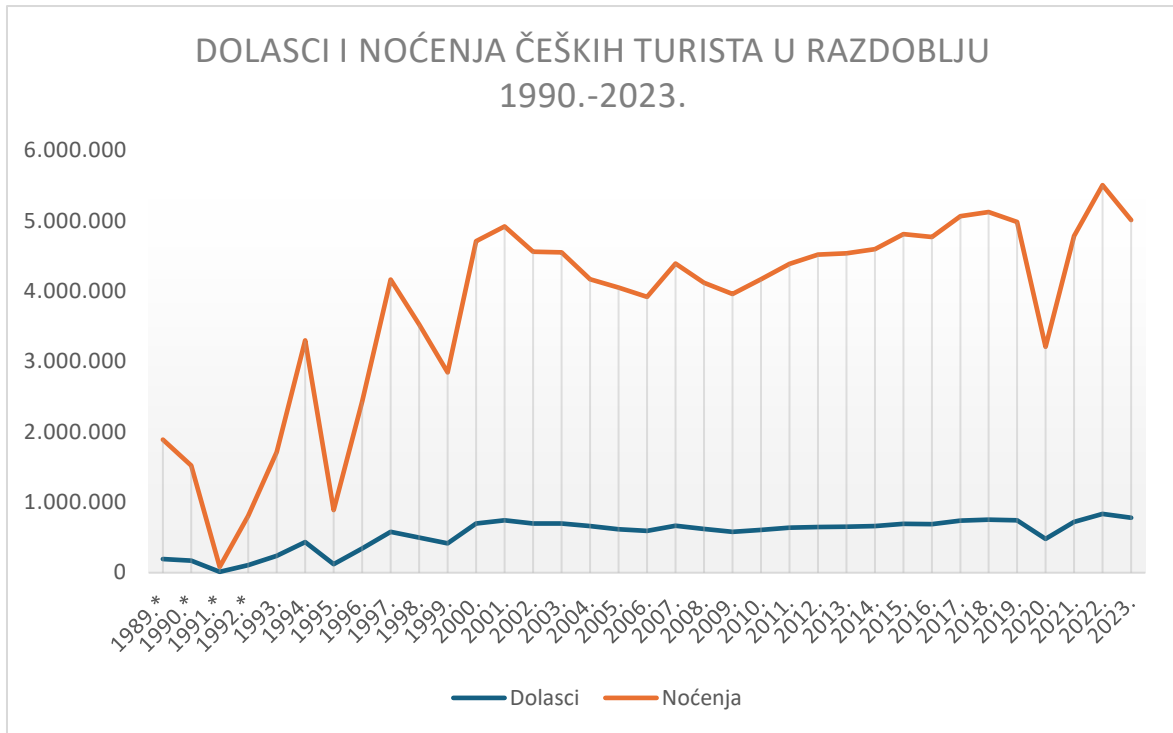
U programu Nacionalne razvojne banke "Covid garancija TO" državnu je garanciju za osiguranje protiv bankrota prošle godine dobilo 106 putničkih agencija. Ukupni iznos isplaćenih garancija iznosio je 89,82 milijuna kruna (3,55 milijuna €). Program je bio nastavak prethodne godine, kada je "Garanciju TO" u iznosu od 232,12 milijuna kruna (9,19 milijuna €) dobilo 148 putničkih agencija. Međutim, malo je vjerojatno da će program biti sljedećih godina zbog prošlogodišnjeg rasta prihoda od prodaje putovanja.¹⁵

¹⁵ <https://www.ttg.cz/pocet-cestovnich-kancelari-v-cesku-za-lonsky-rok-mezirocne-stoupl-o-18-na-593/2024/01>

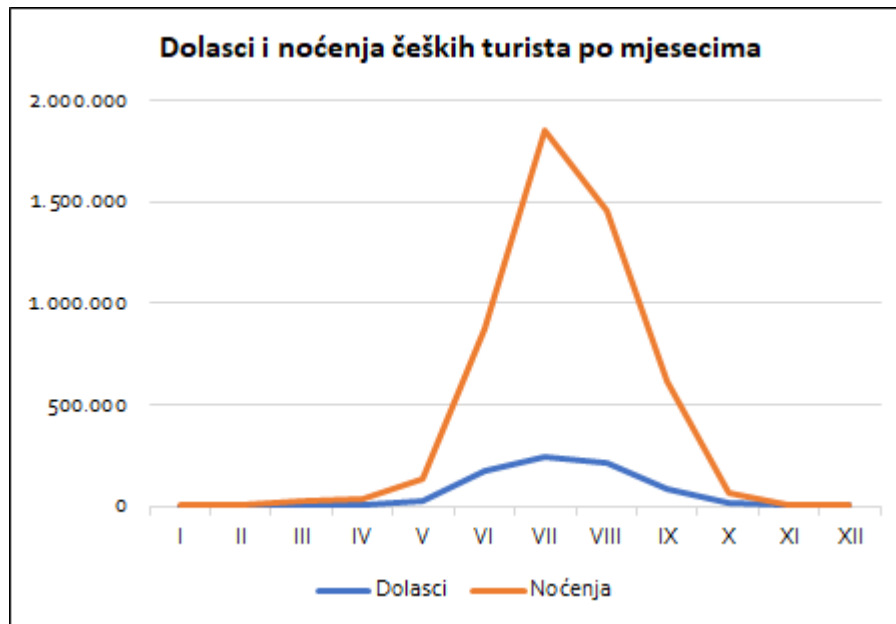
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

ČEŠKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989=100	apsol.	indeks	1989=100
1989.*	192.680		100	1.893.043		100
1990.*	171.349	89	89	1.524.570	81	81
1991.*	12.322	7	6	82.493	5	4
1992.*	107.755	874	56	806.176	977	43
1993.	238.252	221	124	1.711.914	212	90
1994.	435.168	183	226	3.301.374	193	174
1995.	119.104	27	62	889.496	27	47
1996.	346.000	291	180	2.432.000	273	128
1997.	579.061	167	301	4.166.446	171	220
1998.	498.538	86	259	3.527.934	85	186
1999.	415.295	83	216	2.844.657	81	150
2000.	697.521	168	362	4.713.186	166	249
2001.	742.485	106	385	4.921.354	104	260
2002.	697.902	94	362	4.560.486	93	241
2003.	699.473	100	363	4.554.400	100	241
2004.	663.794	95	345	4.172.787	92	220
2005.	615.535	93	319	4.051.780	97	214
2006.	593.276	96	308	3.921.345	97	207
2007.	669.132	113	347	4.394.711	112	232
2008.	622.620	93	323	4.122.460	94	218
2009.	578.517	93	300	3.961.828	96	209
2010.	605.732	105	314	4.170.084	105	220
2011.	638.035	105	331	4.388.696	105	232
2012.	647.211	101	336	4.519.489	103	239
2013.	652.154	101	338	4.539.066	100	240
2014.	661.486	101	343	4.600.001	101	243
2015.	696.151	105	361	4.811.990	105	254
2016.	688.843	99	358	4.770.319	99	252
2017.	741.757	108	385	5.067.098	106	268
2018.	755.104	102	392	5.127.447	101	271
2019.	742.248	98	385	4.985.029	97	263
2020.	481.458	65	250	3.212.204	64	170
2021.	720.913	150	374	4.783.597	149	253
2022.	835.402	116	434	5.508.190	115	291
2023.	781.274	94	405	5.010.620	91	265

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

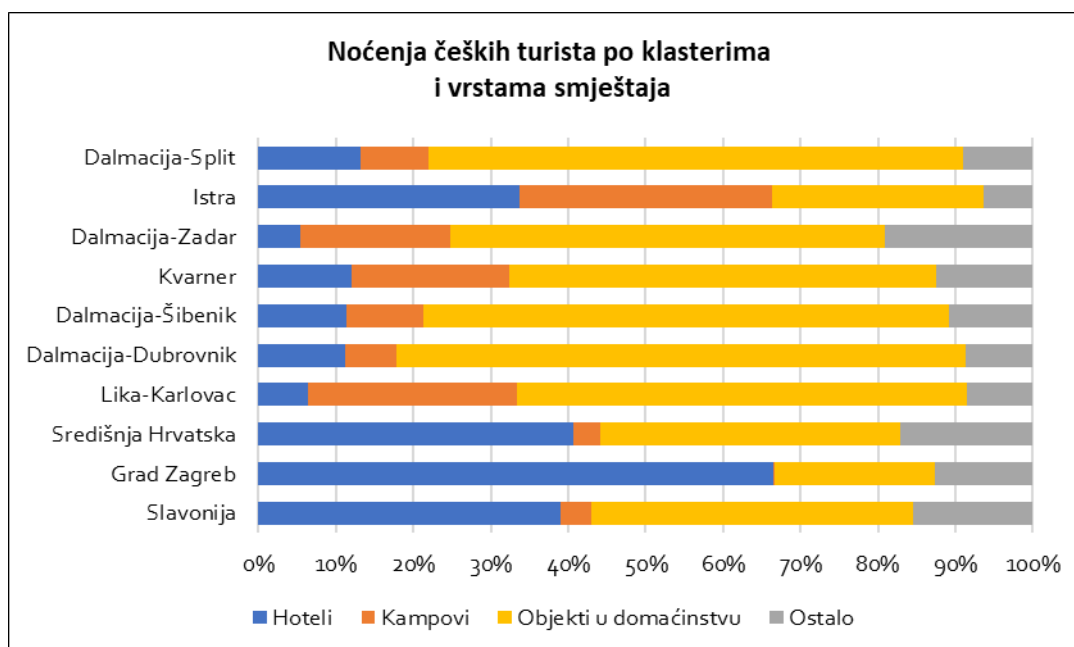


REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	171.346	1.278.261
Istra	184.760	1.141.421
Dalmacija-Zadar	111.771	833.633
Kvarner	108.937	672.241
Dalmacija-Šibenik	58.752	431.120
Nautika	39.362	259.518
Dalmacija-Dubrovnik	30.711	229.906
Lika-Karlovac	47.667	207.877
Središnja Hrvatska	17.210	25.314
Grad Zagreb	11.578	21.995
Slavonija	2.308	4.331
Ukupno	784.402	5.105.617



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Podgora	227.676
Umag	161.119
Gradac	146.489
Vir	136.885
Novalja	133.263
Medulin	128.082
Poreč	127.152
Baška Voda	122.434
Funtana	117.804
Rovinj	111.506

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske – kakve su promjene u percepciji Hrvatske generalno, te u kontekstu turističkih sezona 2023. i 2024.

Hrvatska ima već tradicionalno prvu poziciju kao destinacija za ljetni odmor - interes Čeha ne opada, unatoč sveprisutnim najavama o poskupljenju.

Očuvana priroda, čisto more koje Česi često nazivaju „češko more“, brza i laka dostupnost svim prijevoznim sredstvima, gostoljubivost domaćina, bogata kulturna baština, bliskost jezika te lakoća komunikacije, raznolika ponuda (sportski sadržaji) i odlična gastronomija najvažniji su pozitivni atributi Hrvatske, zbog kojih su mnogi Česi zavoljeli našu zemlju, a mnogima je ona jedina strana odmorišna destinacija u koju se iz godine u godinu rado vraćaju.

Sve zahtjevnije mlađe generacije Čeha očekuju adekvatnu vrijednost za svoj novac, uključujući kvalitetan smještaj i dodatne sadržaje koji osiguravaju nezaboravno iskustvo na odmoru. Međutim, spomenute prednosti Hrvatske možda više nisu dovoljne. Posjetitelji sve češće izražavaju nezadovoljstvo zbog visokih cijena hotelskog smještaja, koje su znatno više u usporedbi s konkurentskim destinacijama poput Grčke, Egipta, Bugarske i Turske. Također, ukazuju na manjak hotela s tri zvjezdice, dok se tržište sve više orijentira prema luksurnijim hotelima s četiri zvjezdice, čije visoke cijene često nadilaze budžet prosječne češke obitelji. Kritike uključuju i visoke cijene u restoranima, jednoličnost gastronomske ponude te nedostatak parkirnih mjesta u turističkim središtima, što dodatno narušava dojam o destinaciji.

Češki organizatori putovanja negoduju zbog neravnopravne poslovne politike hotelijera (različiti cjenici i uvjeti plaćanja, stop bukinga, akontacije, garancijske, odnosno alotmanske cijene i dr.) Najveći problem s kojim se organizatori putovanja u zadnje vrijeme bore je sve veća ponuda hrvatskih hotelijera na OTA portalima. Također, negativno gledaju na tematizaciju Hrvatske u češkim medijima.

Češki mediji su i ove godine objavljivali negativne napise o Hrvatskoj. Glavnim temama su bile primjedbe u vezi cijena, čistoće mora i raznih prirodnih nepogoda. Kod negativnog informiranja se pojavljuje jaz između medijalne slike i stvarnog iskustva putnika koji često na napise reagiraju i spore sadržaj objava.

Unatoč navedenim izazovima, Hrvatska i dalje ostaje najomiljenija destinacija za ljetni odmor među Česima. Međutim, stagnacija životnog standarda u Češkoj ove godine dodatno je povećala osjetljivost na cijene. Nastojanja Hrvatske da se profilira kao kvalitetnija destinacija, uz poboljšanje hotelske ponude, rezultiraju i višim cijenama, što često potiče Čehe da biraju konkurentne destinacije.

Česi sve više koriste programe za kratka vikend putovanja u europske gradove, dok takve ponude za Hrvatsku trenutno nisu zastupljene kod organizatora putovanja. Ipak, postoji potencijal za razvoj ove ponude, posebno u predsezoni i posezoni, s obzirom na postojanje direktnih letova iz Praga prema Splitu (Smartwings, Croatia Airlines), Dubrovniku (Croatia Airlines) i Zadru (Ryanair).

2024. godine je bila prisutna negativna medijska kampanja, često potaknuta napisima u hrvatskim medijima koje češki novinari prate. U atmosferi ekonomske stagnacije je na prvom mjestu bila tema cijena, no nisu manjkale ni teme različitih prirodnih nepogoda (meduze, cvjetanje mora itd.). Unatoč negativnim napisima, sve jačem razvitku zrakoplovnog prometa i sve široj ponudi aranžmana je Hrvatska zadržala poziciju prvaka na češkom tržištu.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2023. i 2024. i rezultati organizatora putovanja u 2023. i 2024.

Hrvatska se tijekom 2023. godine pokazala kao jedno od najvažnijih odredišta za češke turiste, s više od 800.000 posjeta, prema podacima češkog Ministarstva vanjskih poslova. Ta brojka potvrđuje dugogodišnju popularnost Hrvatske među češkim putnicima, koji su privučeni kombinacijom blizine, prekrasne obale i kvalitetne turističke infrastrukture. Glavne regije interesa ostale su Istra i srednja Dalmacija, koje bilježe snažnu potražnju za smještajnim kapacitetima, osobito u ljetnim mjesecima. Češke turističke agencije, uključujući Čedok, Česke kormidlo i Travel Family, odigrale su ključnu ulogu u promicanju Hrvatske kao destinacije i bilježe značajne rezultate u prodaji aranžmana za 2023. godinu. Istra je i dalje regija s najvećom popunjenošću kapaciteta, dok južne regije poput Dalmacije imaju prostor za daljnji rast, osobito zahvaljujući rastućem broju zračnih linija i boljoj povezanosti s Češkom.

Čedok, jedna od najvećih čeških turističkih agencija, primjećuje sve veći interes za zračni prijevoz do Splita i Dubrovnika, što omogućava turistima iz zapadne i središnje Češke brži dolazak na destinaciju. Njihova ponuda uključuje luksuzne hotele s četiri i pet zvjezdica, što odražava sve veću potražnju za kvalitetnim smještajem s dodatnim uslugama poput privatnih transfera, obiteljskih soba i all-inclusive usluga. Travel Family, vodeći igrač na tržištu za Hrvatsku, usmjerio se na raznolikost ponude, od tradicionalnih apartmana za dugogodišnje goste do modernih luksuznih hotela koji privlače novu klijentelu. Njihov napor u proširenju smještajnih kapaciteta omogućuje im da zadovolje širok raspon potreba čeških turista, uključujući mlađe obitelji i putnike srednje dobi koji preferiraju udobnost i kvalitetu. Invia, poznata po atraktivnim first minute i last minute ponudama, istaknula je interes za putovanja izvan glavne sezone, s naglaskom na povoljnije cijene i manju gužvu u svibnju i rujnu.

U 2023. godini potražnja za ranim rezervacijama ("first minute") značajno je porasla, pri čemu su agencije poput Čedoka ponudile niz pogodnosti, uključujući popuste do 50% i širok izbor

smještajnih kapaciteta. Prema podacima Čedoka, kupci koji rezerviraju aranžmane tijekom siječnja i veljače imaju najširi izbor hotela i datuma putovanja. Takva praksa omogućuje veću sigurnost klijentima koji žele planirati odmor unaprijed, ali i osigurati najpovoljnije cijene. Istodobno, last minute ponude gube na popularnosti jer sve više turista želi osigurati željene termine i destinacije. All-inclusive opcije postaju standard, dok hoteli s pet zvjezdica čine gotovo polovicu ukupnih rezervacija kod ranih ponuda, čime se potvrđuje trend rasta luksuznih putovanja.

Projekcije za 2024. godinu ukazuju na daljnji rast potražnje za Hrvatskom. Makarska rivijera istaknuta je kao jedno od glavnih područja interesa za češke turiste, gdje Travel Family nudi raznolike mogućnosti smještaja, uključujući obiteljske apartmane i all-inclusive hotele. Češki turisti sve više cijene udobnost i spremni su platiti za kvalitetniji boravak, što se očituje u rastućem interesu za luksuzne opcije. Istra bilježi gotovo potpunu popunjenost kapaciteta tijekom sezone, dok južna Hrvatska ima potencijala za dodatni razvoj zahvaljujući novim zračnim linijama i povećanim smještajnim kapacitetima. Agencije ističu da sve veći broj turista koristi zračni prijevoz, čime se dodatno poboljšava dostupnost udaljenijih destinacija poput Dalmacije, koja sve više privlači pažnju putnika s višim očekivanjima i budžetom.

Unatoč uspjehu, Hrvatska se suočava s nekoliko izazova. Porast cijena smještaja od 5 do 10% u 2023. godini potaknuo je dio turista da biraju povoljnije destinacije poput Egipta i Turske. Povoljne all-inclusive ponude tih zemalja, koje uključuju cijene već od 400 eura za sedmodnevni boravak, predstavljaju snažnu konkurenciju Hrvatskoj. Negativni napisi u češkim medijima o cijenama i inflaciji također su stvorili prepreke, iako iskustva povratnika uglavnom ukazuju na pozitivan dojam i kvalitetu usluge u Hrvatskoj. Agencije poput Čedoka i Travel Family te Češke kormidlo aktivno rade na ublažavanju negativnih utjecaja promovirajući Hrvatsku kao destinaciju koja nudi raznolike opcije za sve vrste turista, od ekonomičnih apartmana do luksuznih hotela.

Hrvatska ostaje ključna destinacija u programima čeških turističkih agencija, uz jasnu tendenciju rasta potražnje za 2024. godinu. Povećanje ponude luksuznih hotela i usluga, zajedno s rastućim interesom za putovanja izvan glavne sezone, potvrđuju njezin status među češkim putnicima. Razvoj infrastrukture, jačanje zračnih veza i ulaganje u konkurentnost ključni su za održavanje ovog trenda, dok uspješna sezona 2024. godine pruža snažnu osnovu za budući rast. Češke agencije, kroz svoje napore u diversifikaciji ponude i prilagodbi potrebama turista, potvrđuju važnost Hrvatske kao nezaobilazne destinacije na tržištu putovanja.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2024. godine

SmartWings

- Prag – Split: svaki dan od svibnja do listopada

Croatia Airlines

- Prag – Split: dva puta tjedno (ponedjeljkom i subotom) od 11. svibnja do 7. listopada
- Prag – Dubrovnik: jednom tjedno (četvrtkom) od 16. svibnja do 10. listopada

Ryanair

- Prag – Zadar: četiri puta tjedno u travnju, pet puta tjedno od svibnja do kraja ljeta

Autobuseri u 2024.

Autobusni promet pokazuje trend opadanja interesa i Česi se sve više okreću prema putovanju zrakoplovom. Ovaj tip prijevoza koriste prvenstveno osobe starije dobi, oni koji koriste hotelski smještaj i grupe. Tvrtka RegioJet se ove godine fokusirala isključivo na autobusni promet prema Hrvatskoj te je na svojim linijama uvela nove autobuse Setra s rasporedom sjedala 2+1 za veću udobnost putnika. Svaki autobus ima multimedijski sustav, klimu, osvježenje, WC i 230 V utičnice s USB priključcima i besplatnom Wi-Fi vezom.

RegioJet

- destinacije: Zadar, Sukošan, Biograd na Moru, Pakoštane, Vodice, Šibenik, Primošten, Trogir, Split
- polazak: svakodnevno iz Praga, Brna i Bratislave

Flixbus

- destinacije: Pula i vezano ostale destinacije u Hrvatskoj
- polazak: 3 puta tjedno od srijede do nedjelje

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

- CK Victoria
- Travel Family
- CK Valaška
- CK Česke kormidlo
- ČSAD Tišnov

U prethodnim godinama je prometovao vlak tvrtke RegioJet koji je direktno povezivao Češku i Hrvatsku i predstavljao je za autobuserne veliku konkurenciju. Ova linija nije bila obnovljena i pružni promet je ista tvrtka usmjerila prema Ukrajini.

Individualni promet u 2024. – generalni komentar tržišnih promjena i okolnosti

Hrvatska je s Češkom odlično povezana dobrom mrežom autocesta, što je značajna prednost, ukoliko se uzme u obzir sklonost Čeha prema putovanju automobilom. U ljetnom periodu je dobra i zrakoplovna povezanost koja ipak nije toliko financijski pristupačna kao za druge destinacije.

Individualno putovanje je bilo prošlih godina olakšano redovnom linijom direktnog RegioJetovog vlaka za Hrvatsku koji je ove godine neočekivano ukinut. Hrvatska je u portfelju RegioJeta zastupljena samo u segmentu autobusa.

TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2025.

Prema preliminarnim procjenama, turističko tržište Češke u 2025. godini očekuje stabilan rast broja odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo. Glavni čimbenici koji doprinose pozitivnim projekcijama uključuju povoljnije ekonomske uvjete, usporavanje inflacije, i veću sigurnost potrošača pri planiranju putovanja. Agencije poput Čedoka, Invia, Travel Family i Češke kormidlo već bilježe povećane rane rezervacije ("first minute") za 2025., što upućuje na sve veću sklonost Čeha da osiguraju željene destinacije i smještaj unaprijed. Javljaju da cijene aranžmana ne rastu, Česi ih kupuju i ne boje se trošiti za odmor.

Cjenovna politika destinacija za 2025. ostaje ključni faktor za turističko tržište. Hrvatska, jedna od najpopularnijih destinacija za češke turiste, očekuje minimalan rast cijena smještaja od 2-3% prema podacima iz pregovora s predstavnicima turističkog sektora. Istodobno, povoljne destinacije poput Egipta, Tunisa i Turske nastavljaju privlačiti značajan dio tržišta svojim konkurentnim cijenama i all-inclusive ponudama. Za razliku od njih, Hrvatska se sve više profilira kao destinacija s fokusom na bolje smještajne opcije i kvalitetne dodatne usluge.

Trendovi iz 2024. pokazuju da će se povećana potražnja za luksuznim smještajem nastaviti i u 2025., osobito za hotele s četiri i pet zvjezdica te specijalizirane oblike smještaja poput glampinga i mobilnih kućica. Također, očekuje se da će zračni promet nastaviti rasti, čineći udaljenije destinacije dostupnijima za širu populaciju. Ovaj trend dodatno podupiru nove zračne linije prema popularnim destinacijama, čime se povećava konkurentnost tržišta.

Iako su ljetni mjeseci tradicionalno najpopularniji za godišnje odmore, sve veći interes za putovanja izvan glavne sezone, kao i egzotične destinacije tijekom zime, upućuje na daljnju diverzifikaciju turističkog tržišta u Češkoj. Agencije predviđaju da će Češka zabilježiti rast broja putovanja po osobi, čime se dodatno potvrđuje povjerenje u oporavak i rast turističkog sektora u 2025. godini.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2025.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija za 2025. godinu ukazuje na stabilnu dominaciju Hrvatske kao glavnog izbora čeških turista, zahvaljujući blizini i raznolikosti ponude. Grčka i Turska ostaju u vrhu, s Turskom koja se ističe atraktivnim all-inclusive aranžmanima po povoljnim cijenama. Egipat zadržava popularnost među obiteljima i putnicima koji traže pristupačne, a kvalitetne aranžmane. Novije destinacije poput Albanije i Crne Gore bilježe sve veći interes zbog povoljnih cijena i moderne turističke infrastrukture. Česi sve više putuju u susjednu Poljsku koja otvaranjem svog predstavništva na češkom tržištu i agresivnom kampanjom privlači interes čeških turista. Među udaljenijim destinacijama, Ujedinjeni Arapski Emirati i Oman privlače turiste luksuznim iskustvima, dok egzotične destinacije poput Maldiva i Tajlanda ostaju omiljene za premium segment putnika.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2025.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2025. godinu ukazuju na daljnji rast potražnje za putovanjima, kako u Europi, tako i prema udaljenijim egzotičnim destinacijama. Organizatori putovanja predviđaju nastavak trenda ranih rezervacija ("first minute"), uz povećanu ponudu luksuznih smještajnih opcija i aranžmana prilagođenih za različite profile turista. Poseban fokus bit će na destinacijama koje nude all-inclusive usluge, kako u bliskim mediteranskim zemljama, tako i u popularnim egzotičnim odredištima poput Maldiva i Tajlanda. Organizatori putovanja javljaju da prosječna cijena kupljenog aranžmana raste, ne iz razloga rasta cijena već zbog odabira kvalitetnijeg smještaja i više usluga koje žele koristiti.

Zrakoplovni prijevoznici planiraju dodatno povećati kapacitete, osobito na linijama prema turistički atraktivnim destinacijama, što uključuje nove direktne letove prema udaljenim lokacijama. Očekuje se i veća dostupnost povoljnih letova, što će dodatno potaknuti turiste na istraživanje novih destinacija. Trend porasta zračnog prometa olakšava pristup destinacijama izvan tradicionalnih turističkih zona, dok rast premium usluga poput business klase odgovara potrebama zahtjevnijih putnika. Ove projekcije odražavaju povjerenje u nastavak oporavka i stabilan rast turističkog tržišta u narednoj godini.

TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2025.

Organizatori putovanja za 2025. godinu predviđaju stabilnu poziciju Hrvatske kao omiljene destinacije za ljetni odmor čeških turista. Prvi podaci o interesu za rane rezervacije ukazuju na nastavak potražnje za luksuznijim opcijama poput hotela s 4* i 5*, kao i za moderne smještajne alternative poput mobilnih kućica. Bilježi se veći interes nego prošle godine u isto vrijeme, što je rezultat toga da su hrvatsku partneri ove godine dostavili cjenike ranije, te je i ponuda Hrvatska na češkom tržištu bila prisutna ranije. Uz daljnja ulaganja u kvalitetu ponude i rast zračne povezanosti očekuje se da će Hrvatska zadržati svoju privlačnost među češkim putnicima. Konačni rezultati ovisit će o općim ekonomskim okolnostima i konkurenciji, ali reputacija Hrvatske kao sigurne i pristupačne destinacije ostaje značajan adut.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2025. – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Većina čeških agencija najavljuje nastavak suradnje s hrvatskim partnerima i pripremu programa za Hrvatsku u 2025. godini, s naglaskom na razdoblje od travnja do rujna. Neke agencije razmatraju proširenje ponude, osobito u segmentu hotela s 4* i mobilnih kućica, koji su sve popularniji među češkim turistima zbog povoljnog omjera cijene i kvalitete. Proširenje kapaciteta u kampovima također ostaje prioritet, dok je cilj zadržati i učvrstiti dugogodišnje poslovne odnose s hrvatskim partnerima.

Najave iz zračnog prijevoza za 2025. uključuju nastavak popularnih linija iz Praga prema Splitu i Dubrovniku, uz moguće povećanje učestalosti letova. Smartwings, Croatia Airlines i Ryanair prednjače u povezivanju Češke i Hrvatske, dok su u planu i dodatne suradnje koje će omogućiti bolju dostupnost ključnih destinacija. Poseban naglasak stavlja se na fleksibilne aranžmane koji će odgovarati potrebama putnika u predsezoni i sezoni, čime se nastoji dodatno produžiti trajanje turističke sezone i privući širi spektar posjetitelja. Unatoč izazovima poput mogućih povećanja cijena, Hrvatska ostaje jedna od najvažnijih destinacija u programima čeških organizatora putovanja za 2025. godinu.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika trebalo poduzeti u 2025. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu daljnjih političkih i ekonomskih okolnosti

Kontrola rasta cijena – raditi na stabilizaciji cijena smještaja, hrane i usluga kako bi Hrvatska ostala financijski prihvatljiva destinacija za češke turiste osjetljive na povećanja troškova.

Promocija održivosti – naglasiti mogućnosti održivog razvoja turizma i njihovu pogodnost za turiste.

Razvoj proizvoda koji će produžiti sezonu odnosno omogućiti jaču disperziju turističkog prometa na pred i posezonu.

Raditi na povećanju kvalitete usluga kako bi cijena odgovarala kvaliteti.

Razvoj kampova i mobilnih kućica – kamping je vrlo popularan način provođenja odmora za češke turiste pa daljnji razvitak istog sektora može podići atraktivnost Hrvatske za Čehe.

Ublažavanje negativne percepcije – Fokusirati se na proaktivnu komunikaciju i promidžbu Hrvatske na češkom tržištu kako bi se smanjio utjecaj potencijalnih negativnih medijskih kampanja.

Naglasak na sigurnost – daljnje promoviranje Hrvatske kao sigurne destinacije, čime se može zadržati povjerenje turista i povećati atraktivnost zemlje u nesigurnim vremenima.