



**REPUBLIKA HRVATSKA**  
AGENCIJA ZA ZAŠTITU  
TRŽIŠNOG NATJECANJA



053-01/21-01/006  
580-06/88-2021-002

CROATIAN COMPETITION AGENCY

KLASA: 053-01/21-01/006  
URBROJ: 580-06/88-2021-002  
Zagreb, 29. travnja 2021.

Miroslav Schlossberg

E-mail: [ppi+request-8160-5d64441a@imamopravoznati.org](mailto:ppi+request-8160-5d64441a@imamopravoznati.org)

Predmet: Zahtjev za pristup informacijama  
- obavijest sukladno članku 23. stavku 1. točki 1. Zakona o pravu na pristup informacijama, dostavlja se;

Poštovani,

vezano uz Vaš zahtjev za pristup informacijama koji je Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: AZTN) upućen putem elektroničke pošte 20. travnja 2021., u otvorenom zakonskom roku obavještavamo Vas kako nadalje slijedi.

U odnosu na Vaš zahtjev, a sukladno članku 23. stavku 1. točki 1. Zakona o pravu na pristup informacijama („Narodne novine“, br. 25/13. i 85/15.; dalje u tekstu: ZPPI), u nastavku ove obavijesti Službenica za informiranje temeljem njoj dostavljenih informacija omogućuje korisniku pristup informacijama.

U nastavku ove obavijesti dostavljaju se odgovori na Vaša pitanja.

**1) Ukupan broj ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju (sve kategorije ispitanika)?**

- Ukupan broj ispitanika je 28.

**1a) Broj ispitanika po podjeli prema kriteriju veličine poduzetnika (veliki i srednje veliki poduzetnici (za svaku veličinu poduzetnika koju ste promatrali, navedite broj ispitanika)?**

- Veliki poduzetnici – 10
- Srednji poduzetnici – 13
- Mali poduzetnici – 2
- Mikro poduzetnici – 3

**1b) Broj ispitanika prema kriteriju zemljopisne pozicioniranosti smještajnih objekata (za svaku zemljopisnu regiju koju ste promatrali, navedite broj ispitanika)**

- Dubrovačko-neretvanska županija - 3

- Istarska županija - 4
- Međimurska županija - 1
- Osječko-baranjska županija - 1
- Primorsko-goranska županija - 4
- Splitsko-dalmatinska županija - 3
- Šibensko-kninska županija - 2
- Varaždinska županija - 1
- Zadarska županija - 3
- Grad Zagreb - 6

Napominje se kako se navedeni podaci odnose na sjedišta tvrtki ispitanika.

**1c) Broj ispitanika prema kriteriju vrste smještajnih objekata - hoteli, boutique hoteli, hosteli, toplice i terme (za svaku vrstu smještajnog objekta koju ste promatrali, navedite broj ispitanika)**

- Hoteli - 21
- Toplice i terme - 2
- Boutique hoteli - 3
- Hosteli - 2.

**2) Popis kanala prodaje i rezervacije smještaja, npr. direktni, indirektni, alotmanski (touroperatori), tradicionalni (putničke agencije), grupna prodaja, globalni distribucijski sustav (GDS), prodaja za kongrese i evente (MICE - Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) i putem DMC tvrtke za upravljanje destinacijom... (navedite sve kanale koje ste promatrali navedenim istraživanjem)**

Kanali prodaje koje navodite u svom pitanju, a koji su u bitnome preuzeti iz priopćenja AZTN-a, proizašli su iz samog provedenog istraživanja i utvrđivanja činjenica na mjerodavnom tržištu. Drugim riječima, rezultati istraživanja pokazali su kako anketirani poduzetnici koriste tradicionalne odnosno vlastite kanale prodaje, kao što su pozivni centar i vlastita web stranica, zatim recepcija odnosno „walk-in“ prodaja. I to je, u bitnome, riječ o direktnim ili individualnim kanalima prodaje. Nadalje, iz rezultata istraživanja proizlazi kako poduzetnici koriste i indirektno odnosno posredničke kanale prodaje i to putem OTA agencija, putem alotmanskog kanala (touroperatori), putem tradicionalnih putničkih agencija, putem grupne prodaje, putem globalnog distribucijskog sustava, putem prodaje za kongrese i evente i putem tvrtke za upravljanje destinacijom.

**2a) Popis \*direktnih\* kanala prodaje i rezervacije smještaja koje poduzetnici koji pružaju usluge smještaja koriste u Republici Hrvatskoj (dostavite popis naziva kanala koje je obuhvatilo vaše istraživanje) - npr. što se može vidjeti iz vašeg web članka (ali možda nije sve, pa vas molim potpuni popis) - pozivni centar, rezervacija, rezervacije i prodaja na samoj recepciji smještajnog objekta (walk-in prodaja), vlastite internetske stranice...**

Upućuje se korisnika vidjeti odgovor od točkom 2.

**2b) Popis \*indirektnih\* posredničkih kanala prodaje i rezervacije smještaja koje poduzetnici koji pružaju usluge smještaja koriste u Republici Hrvatskoj (dostavite popis naziva kanala koje je obuhvatilo vaše istraživanje) - npr. OTA platforme (navedite koje sve su bile uključene u vašem istraživanju)**

Upućuje se korisnika vidjeti odgovor od točkom 2.

**2c) Rezultat (udio, broj) rezervacija i prodaje smještaja prikazan za svaki kanal (npr. direktni kanal: ukupan broj ili udio, ovisno što ste prikupili kroz vaše istraživanje, i tako za svaki kanal iz 2. točke)**

Nema podataka. Naime, AZTN se u predmetnom istraživanju, među ostalim, fokusirao na podatke i činjenice koje se odnose na podatke o rezervacijama i prodaji smještaja putem online rezervacija te odnos istih putem vlastite platforme smještajnih objekata i putem platformi OTA agencija. Drugim riječima, AZTN je utvrđivao činjenice o značaju vlastitih platformi smještajnih objekata u odnosu na OTA platforme u prodaji i rezervaciji smještaja. Rezultati istraživanja u bitnome su pokazali da hoteli bilježe veći broj rezervacija putem OTA agencija u usporedbi s vlastitom platformom. Nadalje, rezultati istraživanja pokazali su kako većina anketiranih poduzetnika koji pružaju usluge smještaja, u 2018. godini bilježe rast oba digitalna kanala prodaje, putem vlastite web platforme kao i putem platformi OTA agencija u odnosu na 2017. godinu. Pri tome, broj online rezervacija putem platformi OTA agencija bilježi rast od 42 posto u 2018. godini u odnosu na 2017. godinu, dok rast broja online rezervacija putem vlastite platforme smještajnih objekata u 2018. godini iznosi 24 posto u odnosu na 2017. godinu.

U nadi da smo udovoljili Vašem zahtjevu, srdačno Vas pozdravljam.

Službenik za informiranje

Branka Erčić, mag.iur.univ.spec.oec.

