

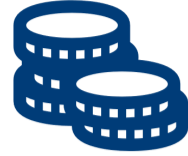


## Makroekonomická data



4,81

Meziroční růst HDP v % 2017/2016

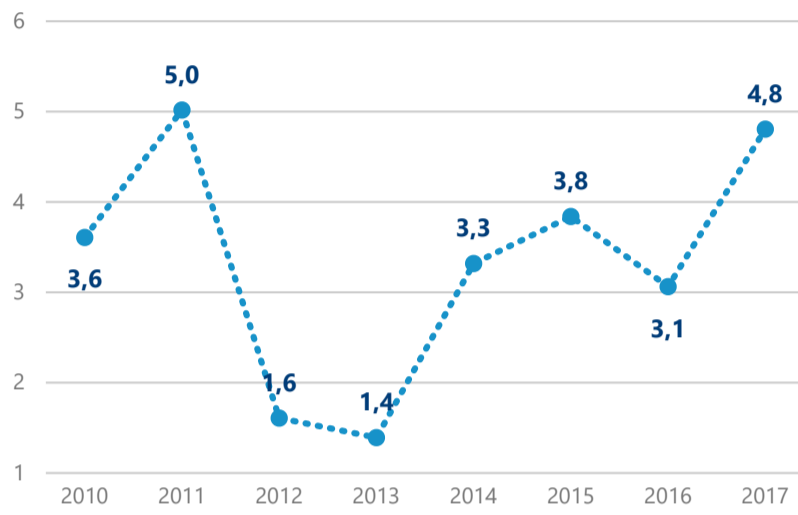
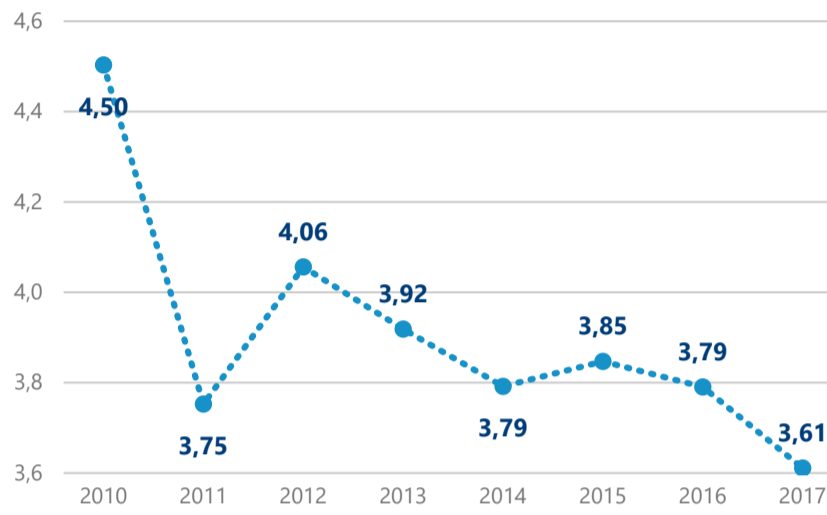
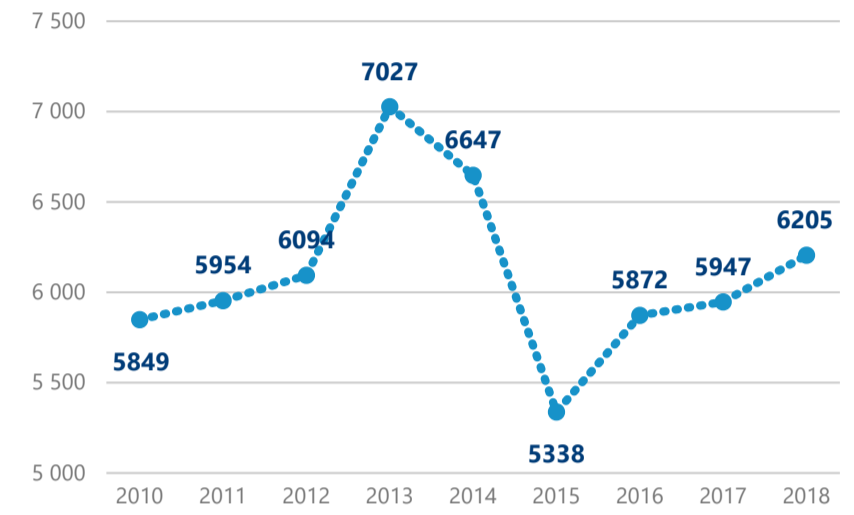
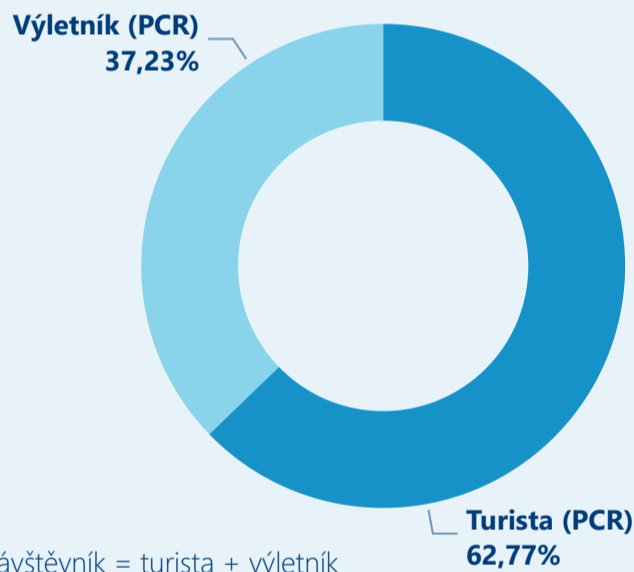


3,61

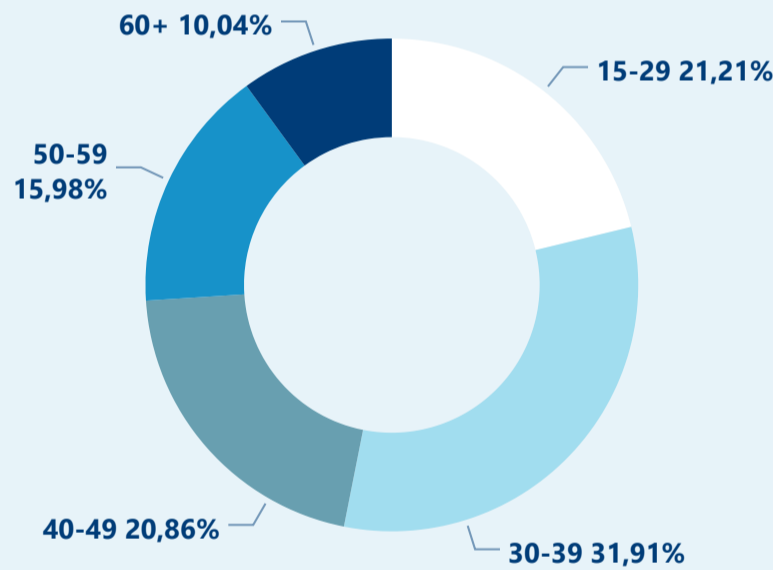
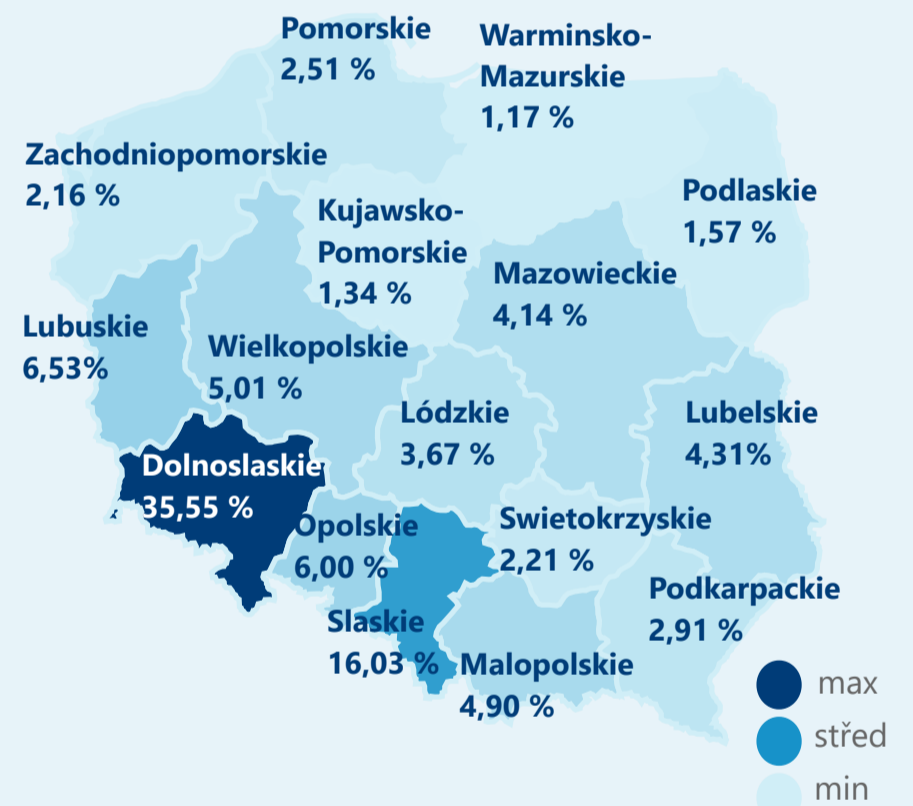
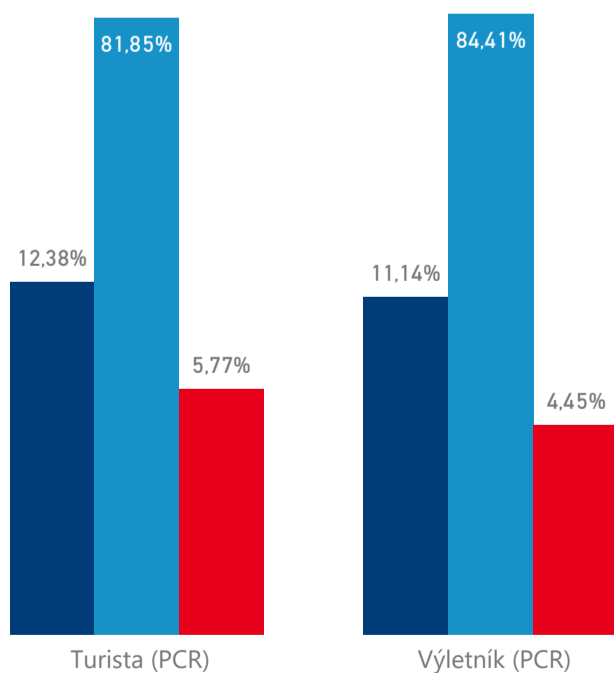
Výdaje na zahraniční cestovní  
ruch v % 2017

6 205 200 000

Příjmy z cestovního ruchu v Kč

Vývoj HDP v % <sup>1</sup>Vývoj výdajů na zahraniční cestovní ruch (%) <sup>2</sup>Vývoj příjmů z cestovního ruchu v mil. Kč <sup>3</sup>Struktura návštěvníků <sup>4</sup>

Návštěvník = turista + výletník  
Turista = s přenocováním  
Výletník = bez přenocování

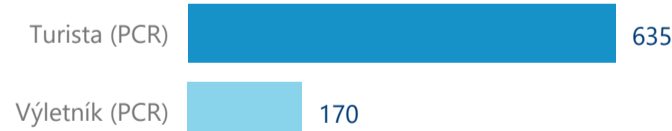
Věková struktura návštěvníků <sup>4</sup>Region původu návštěvníků <sup>4</sup>Příjmová úroveň domácnosti <sup>4</sup>

## Legenda

● nadprůměrný ● průměrný ● podprůměrný

Průměrné výdaje na os/den v Kč <sup>4</sup>

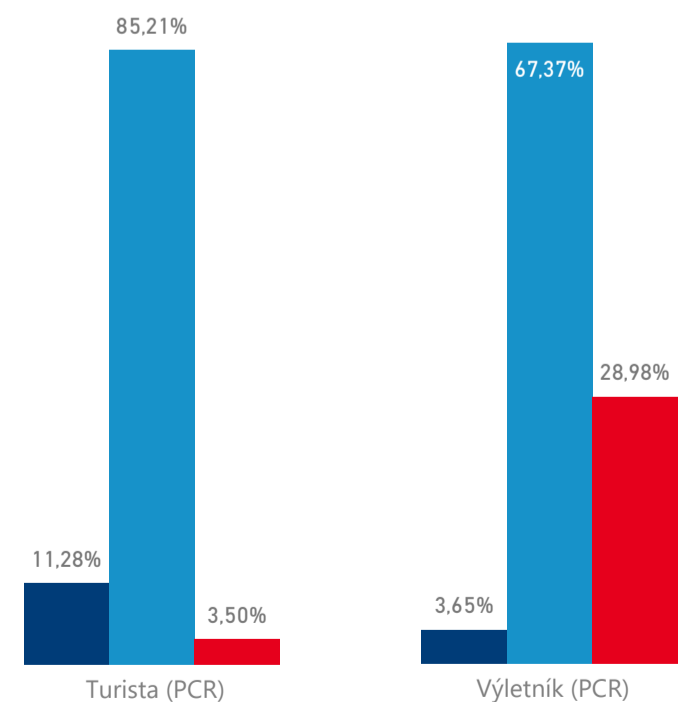
## Před cestou



## Během pobytu



## Celkem

Frekvence návštěv <sup>4</sup>

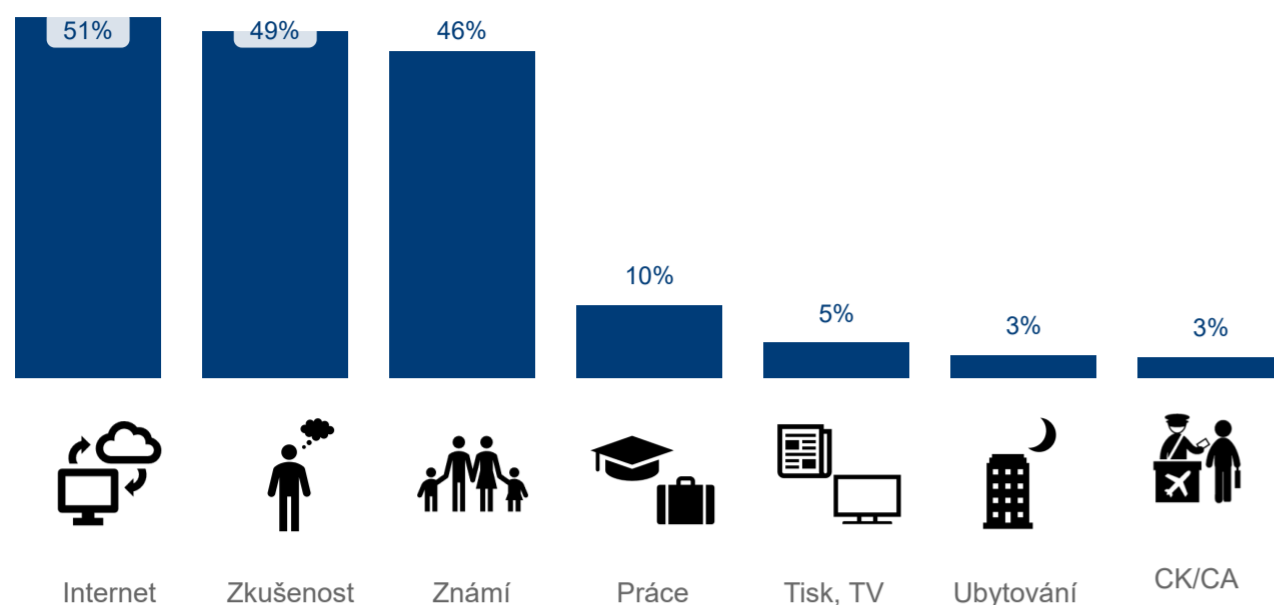
## Legenda

● poprvé ● opakovaně ● pravidelně (min. 1xměsíc)

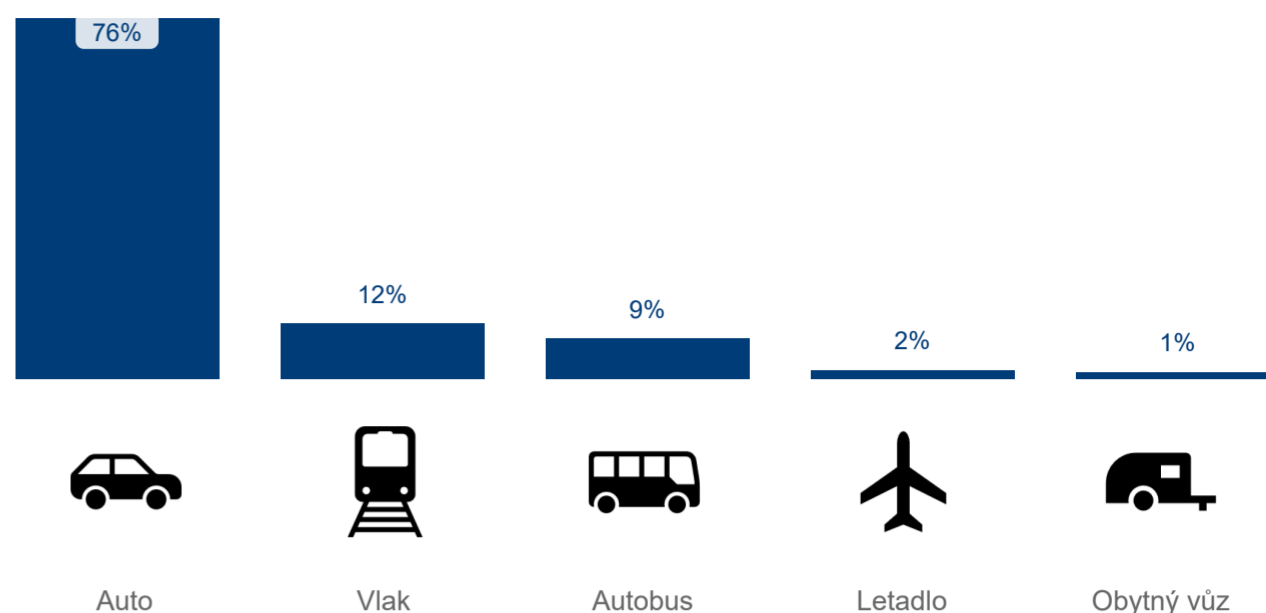
Zdroj: 1 - GDP growth (annual %), World Bank, 2019; 2 - International tourism, expenditures (% of total imports), World Bank, 2019; 3 - Platební bilance, ČNB, 2019; 4 - Tracking, PCR a DCR, CzechTourism, 2019



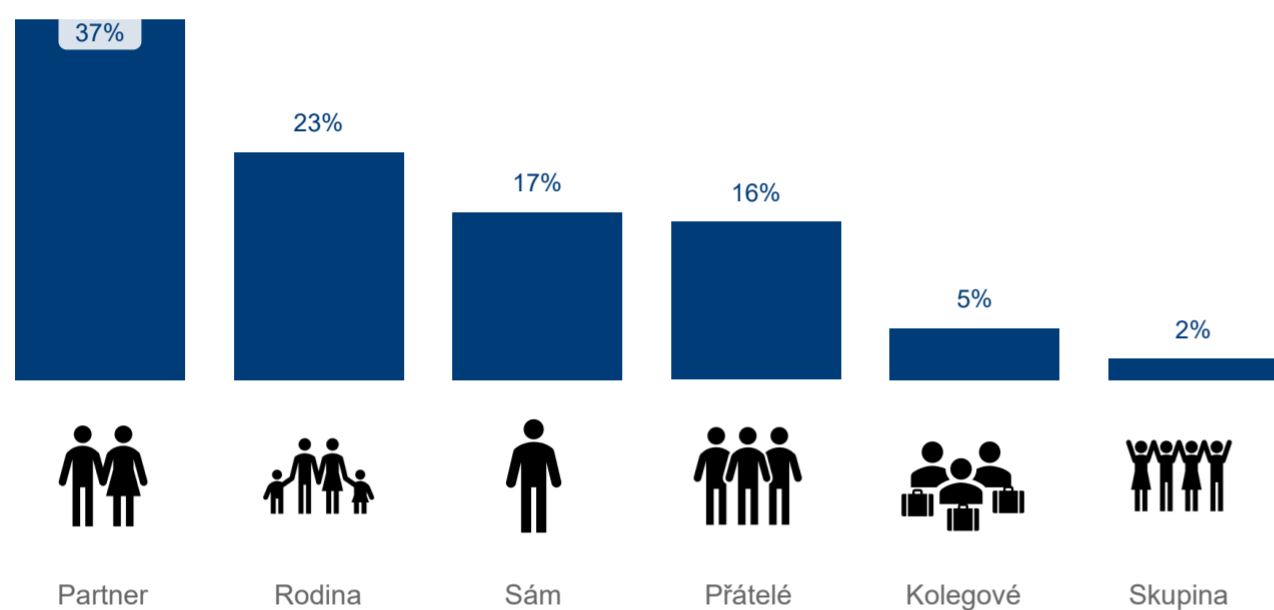
## Informační zdroj návštěvníka \*



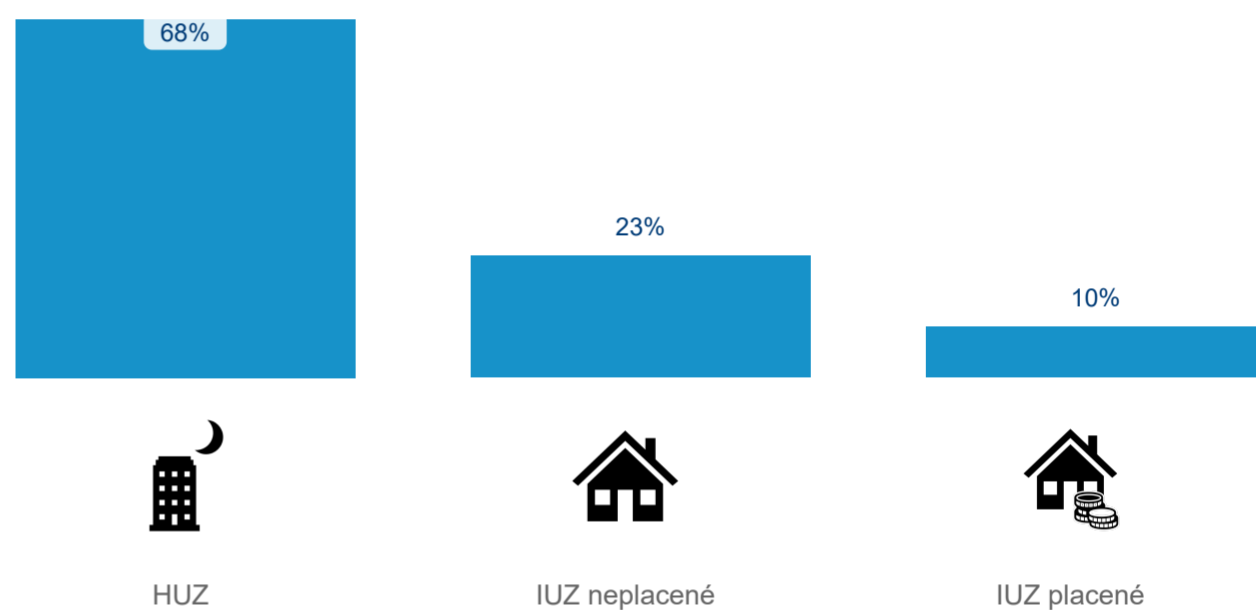
## Dopravní prostředek návštěvníka



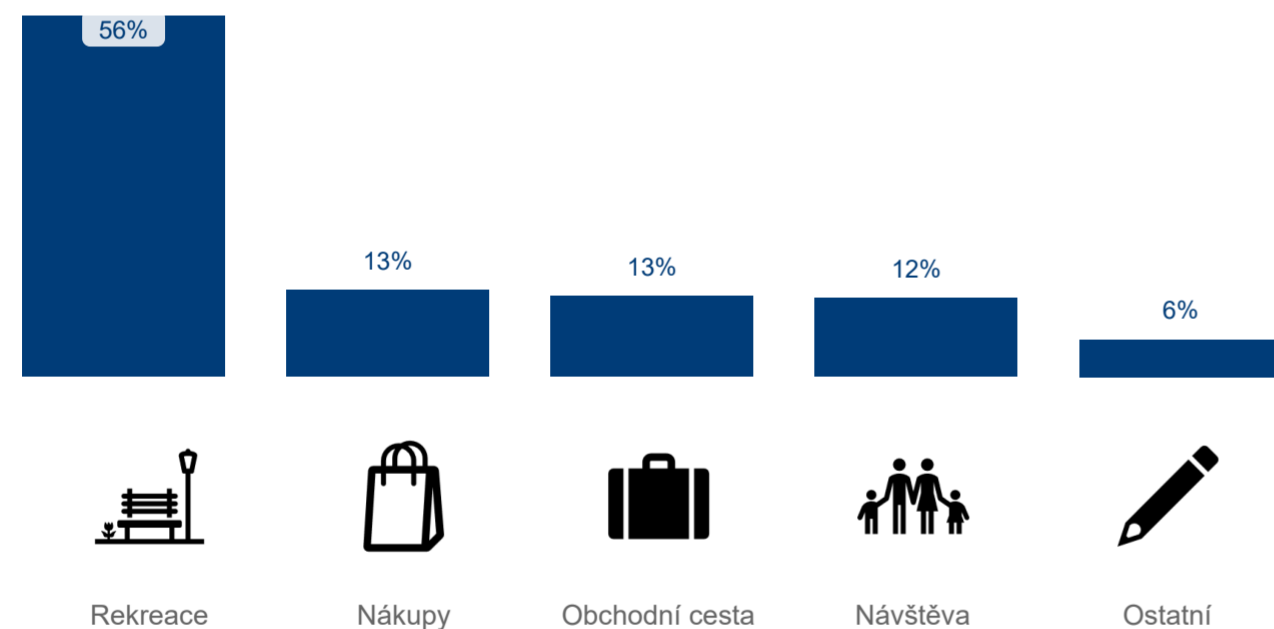
## Doprovod návštěvníka



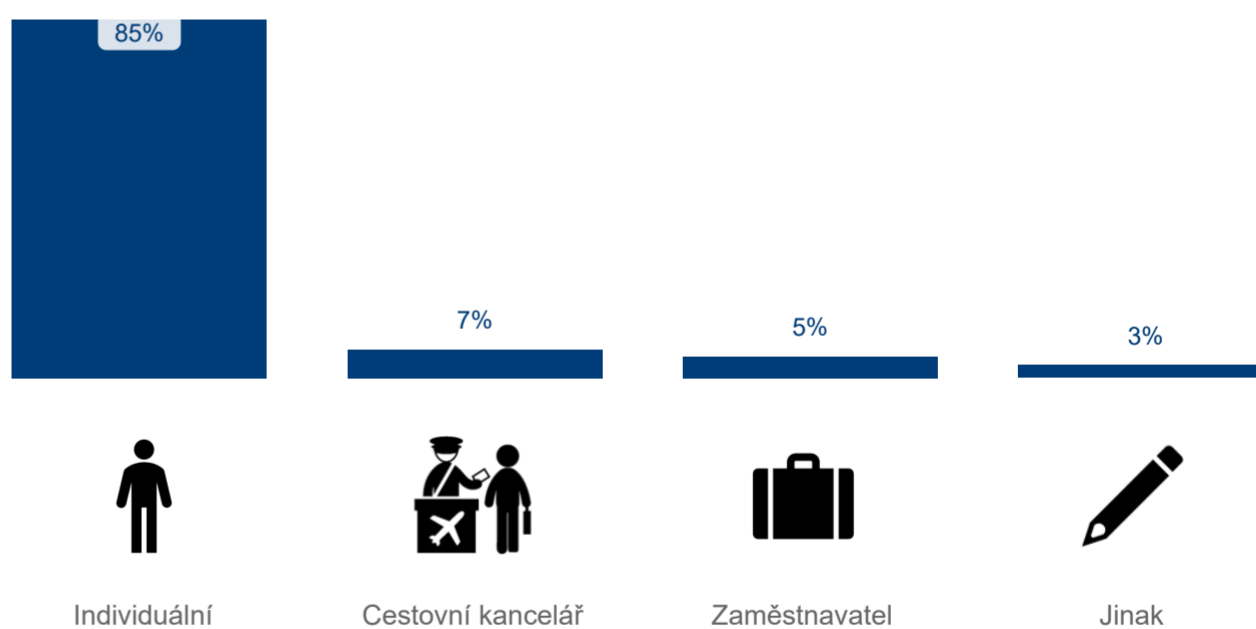
## Typ ubytování turisty \*



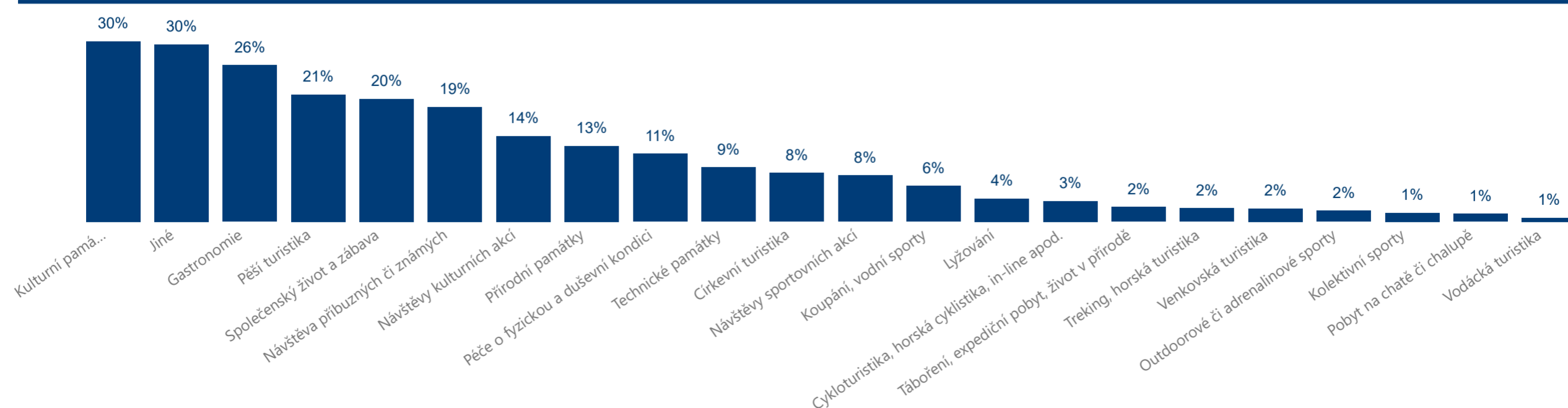
## Hlavní důvod návštěvy návštěvníka



## Organizace cesty návštěvníka



## Aktivity během pobytu návštěvníka \*



Zdroj - Výsledky z trackingu příjezdového a domácího cestovního ruchu, CzechTourism, 2019; Poznámka: U aktivit během pobytu jsou hlavní položkou v kategorii Jiné nákupy; \* Možnost více odpovědí.



Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



620 495

Počet turistů v HUZ



7,79%

Meziroční změna počtu turistů 2018/2017



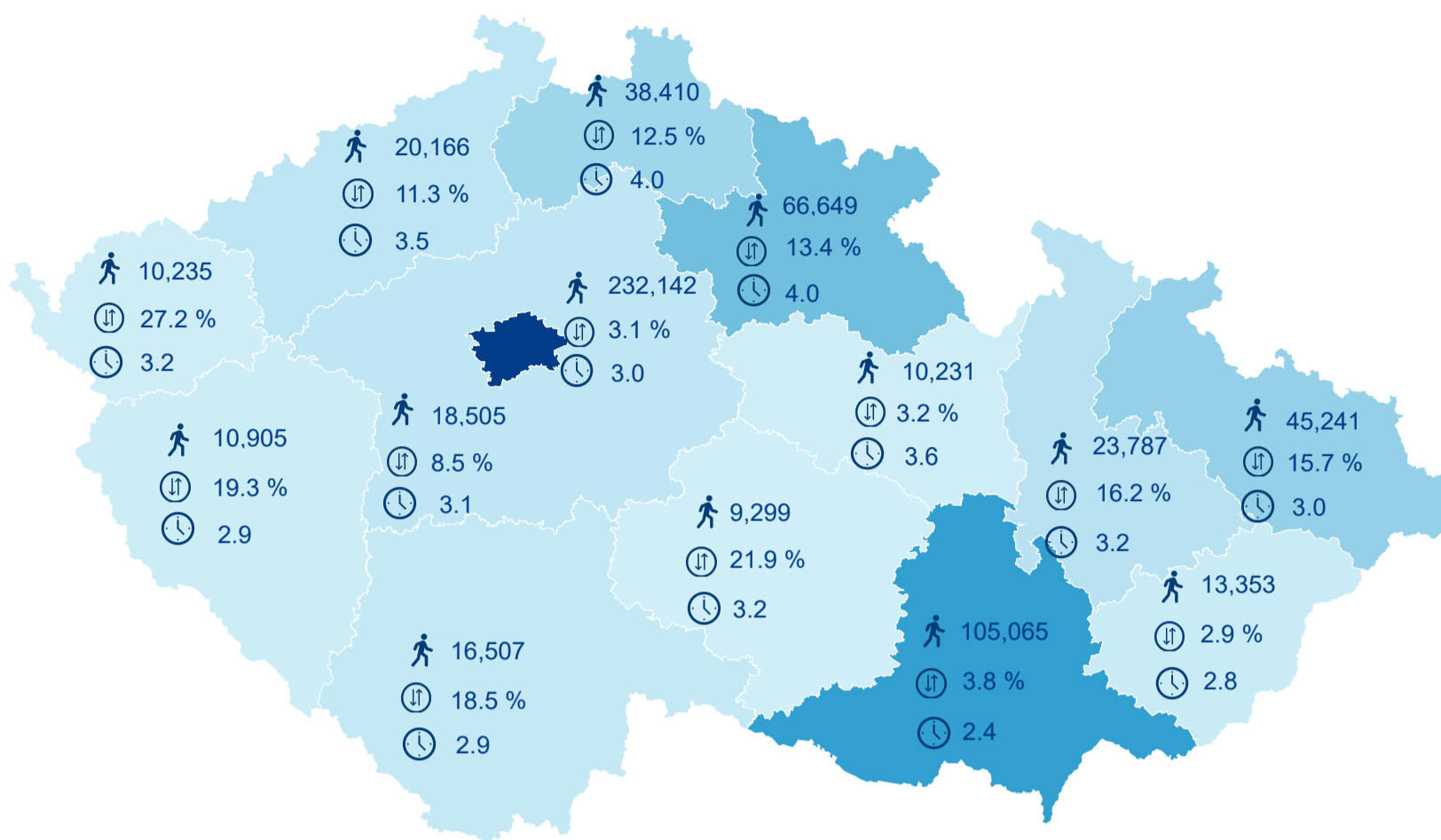
1 300 101

Počet nocí strávených v HUZ



3,10

Průměrná doba pobytu (dny)



Legenda příjezdy turistů

- max
- střed
- min

Top kategorie

Hotel 3\*

255 839

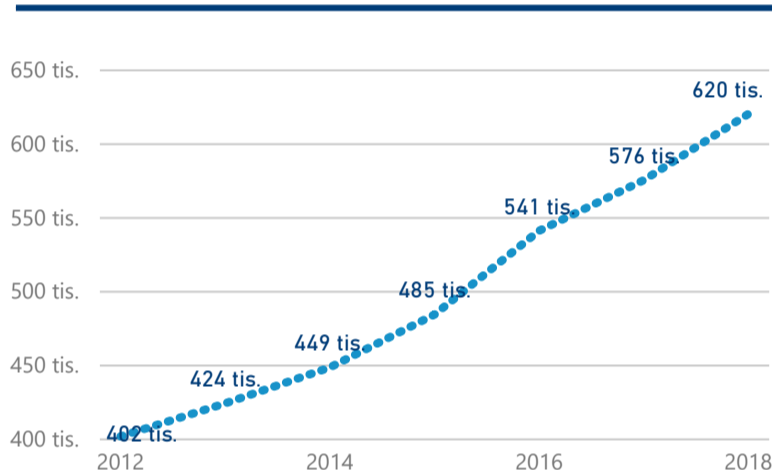
Hotel 4\*

170 944

Penzion

62 595

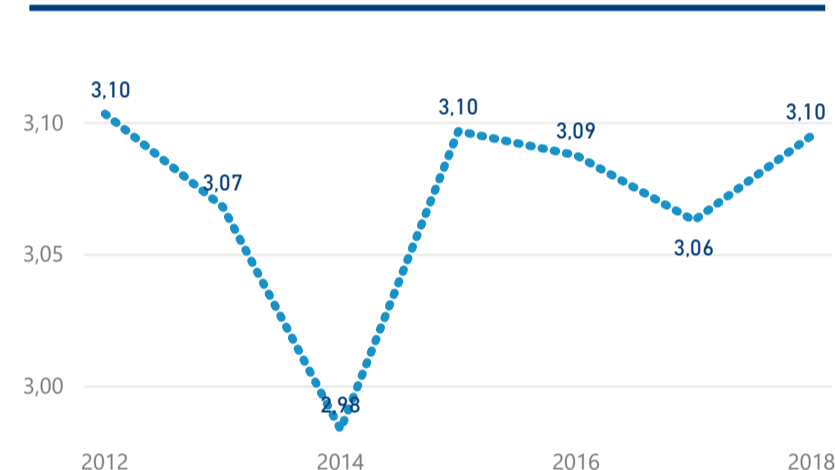
Počet turistů v HUZ



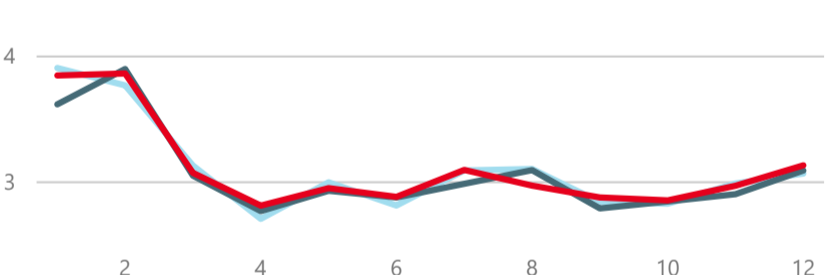
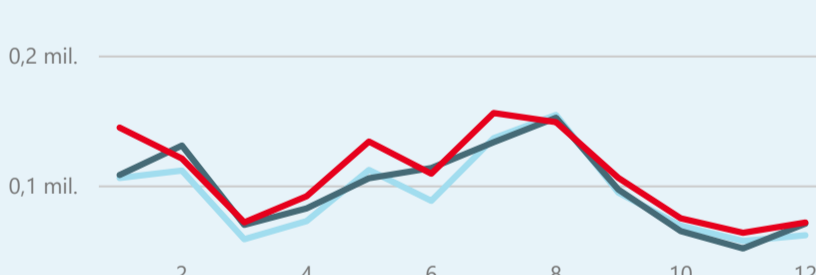
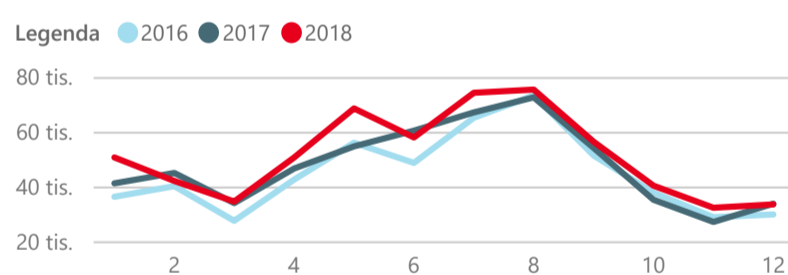
Počet přenocování v HUZ



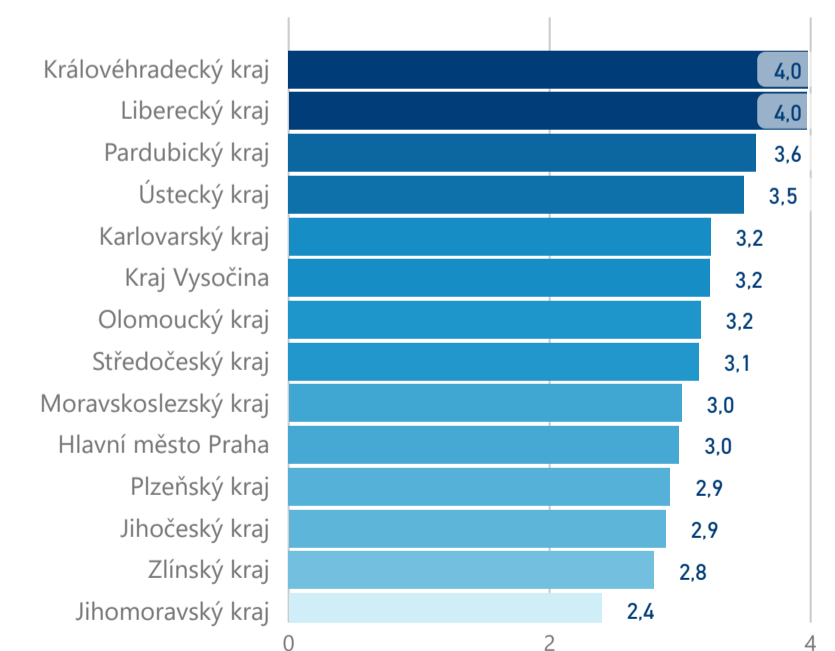
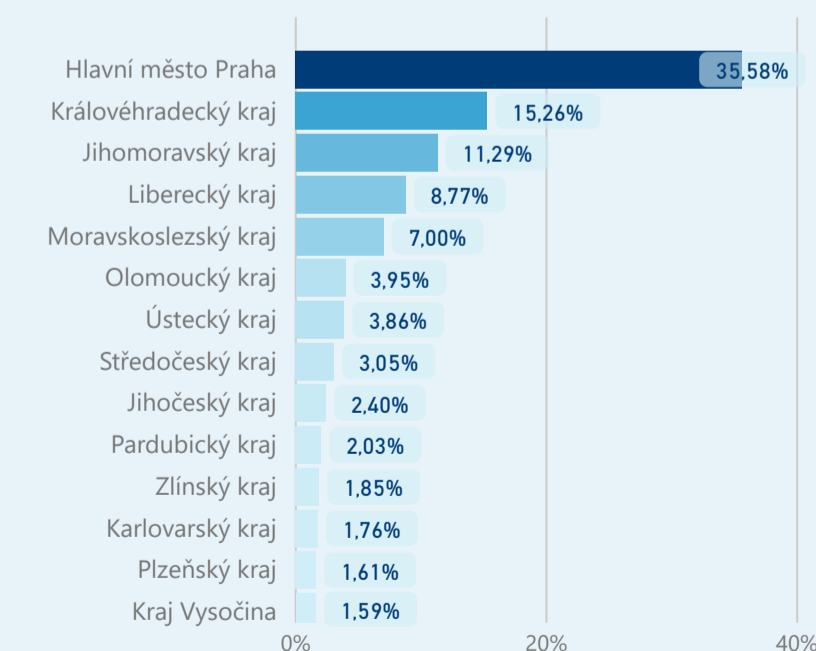
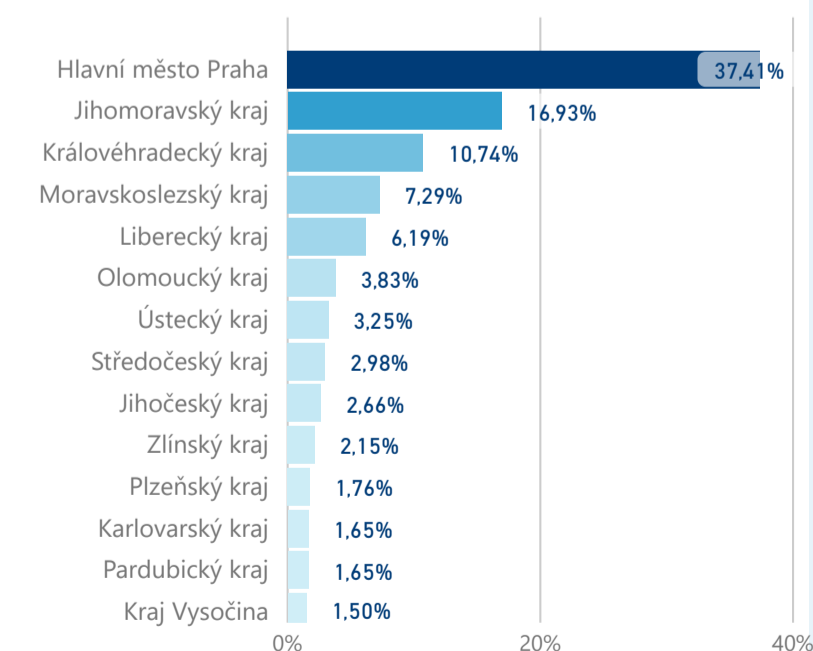
Průměrná doba pobytu (dny)



Sezonální srovnání



Rozložení v krajích



Praha a regiony



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Zdroj: Statistiky HUZ, Český statistický úřad, 2019





## Charakteristika trhu

### Cestovatelské zvyklosti

Do zahraničí pravidelně cestuje pouze polovina Poláků. Mezi polskými cestovateli jsou 3 vyrovnané skupiny. První skupinu tvoří **lidé cestující za památkami a historií** (29 %), s touto aktivitou si také nejčastěji spojí možnou návštěvu ČR. Druhou skupinou jsou **turisté, které láká příroda, hory** a častěji vyrazí za aktivní dovolenou (26 %). Třetí skupinu tvoří **"požitkáři"** - lidé, kteří vyhledávají odpočinek, dobré jídlo a pití (25 %).

### Česká republika

**Osobní zkušenost s návštěvou ČR má 37 %** polské populace. 23 % Poláků navštívilo ČR v posledních pěti letech. Nejčastěji se jedná o **lidi ve věku 35 – 44 let (rodiny s dětmi) vyhledávající aktivní dovolenou**. Spokojenost s návštěvou u nich byla velmi vysoká a velká část z nich plánuje ČR navštívit znovu. Poláci mají **poměrně projezděné pohraniční oblasti** (mají rádi naše hory). Kromě toho se také vydávají do **tradičních turistických měst**, jako Český Krumlov, Praha či Karlovy Vary.

**USP ČR = jedinečná destinace nabízející široké spektrum vyžití od rekreačního přes aktivní až po památkový turismus**

Česká republika je pro Poláky **dostupná geograficky i cenově**. Snadno se zde domluví (jazyková podobnost) a je zde bezpečno. Unikátním zjištěním je, že si Českou republiku **dokáží spojit i s rekreačním turismem**. Na druhou stranu pro Poláky nejsme dostatečně exotickou destinací, mají pocit, že je nemáme příliš v oblibě (jsme vůči nim odtažití) a **odrazuje je vysoká cena dálničních známek**.

*Zdrojem dat kapitoly "Charakteristika trhu" je výzkum USP, který pro agenturu CzechTourism realizovala agentura Ipsos na německém trhu v roce 2017. Kombinace kvali i kvantitativního šetření (n=6500, 2 FGDS, 20 Why dives).*

*Kompletní výsledky a popis metodiky naleznete skrze níže uvedený QR kód.*

### Produkty cestovního ruchu

#### Památky



##### CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:

Cenová náročnost atraktivit  
Možnost výletů v okolí  
Možnosti občerstvení  
Pestrost atrakcí a vyžití

##### TOP ATRAKTIVITY:

Zříceniny, skanzeny  
Památky UNESCO  
Kostely, kláštery,  
duchovní místa

##### LÁKADLO ČR:

Množství památek,  
ideální kombinace  
s návštěvou  
historických měst



#### Regionální



##### CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:

Možnost navštívit další místa v okolí, finanční náročnost, možnost občerstvení, dostupnost veřejnou dopravou, vysoká návštěvnost, kulturní program

##### TOP ATRAKTIVITY:

Farmářské trhy  
Zámecké zahrady  
Tradiční a folklorní události

##### LÁKADLO ČR:

Historická města,  
farmářské trhy,  
lokální potraviny a nápoje



#### Rekreační



##### CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:

Cenová náročnost atraktivit  
Možnost výletů v okolí  
Možnosti občerstvení  
Pestrost atrakcí a vyžití

##### TOP ATRAKTIVITY:

Sjíždění řek, vodáctví  
Koupání v přírodě,  
méně akční sportovní  
aktivita  
Pěší výlety v místě

##### LÁKADLO ČR:

Spojení s aktivní  
dovolenou, krásná  
příroda, hory a  
široké spektrum  
vyžití

#### Wellness



##### CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:

Forma ubytování, okolí, příroda, čistota vzduchu, cenová náročnost procedur, stravování, nabídka relaxačních zařízení, nabídka procedur, možnost gastronomického zážitku ...

##### TOP ATRAKTIVITY:

Tradiční léčebné  
lázeňství  
Zdravotní pobyty  
Wellness aktivity

##### LÁKADLO ČR:

Zejména v oblasti  
lázeňství volí spíše  
vlastní destinaci



#### Aktivní



##### CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:

Forma ubytování, okolí, příroda, čistota vzduchu, cenová náročnost, kvalita stezek, forma ubytování, kvalita značení stezek, nabídka ubytování, bezpečnost stezek, atraktivita navštívení ..

##### TOP ATRAKTIVITY:

Lezení po skalách  
Horská kola  
cykloturistika

##### LÁKADLO ČR:

Nejen lyže a pěší  
turistika, ale také  
adrenalinové  
sporty,  
horolezectví,  
horská kola



## Metodika a odkazy

Country reporty zahrnují kombinovaná data z různých zdrojů, které jsou vždy uvedeny:

**World Bank:** Data Světové banky (makroekonomická data daného trhu)

**ČNB:** Data České národní banky (údaje ze statistiky platební bilance)

**ČSÚ:** Data Českého statistického úřadu (data ze statistiky návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení)

**Tracking:** Data CzechTourism z výběrového šetření „Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu“ (data o marketingové segmentaci a spotřebitelském chování návštěvníků).

**Výdaje na zahraniční cestovní ruch (ZCR) v %:** Podíl výdajů na ZCR k celkovému exportu dané ekonomiky.

**Turista:** osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu delší než 24 hodin (a kratší než 1 rok), přičemž nemá z pobytu v této destinaci příjem. V praxi účastník cestovního ruchu, který v navštívené destinaci nejméně jedenkrát přenocuje.

**Výletník** (též „jednodenní návštěvník“) – osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu kratší než 24 hodin (tedy v destinaci nepřenocuje).

**Návštěvník:** osoba naplňující definici turisty nebo výletníka. Návštěvníci se tedy dělí na jednodenní (výletníky) a vícedenní (turisté)

**CR:** cestovní ruch

**PCR:** příjezdový cestovní ruch (incoming)

**DCR:** domácí (tuzemský) cestovní ruch

**Hromadné ubytovací zařízení (HUZ):** zařízení s minimálně pěti pokoji a zároveň deseti lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu

**IUZ:** individuální ubytovací zařízení

**USP (Unique Selling Proposition):** unikátnost České republiky z pohledu turisty či potenciálního turisty.

Podrobné informace naleznete v níže uvedených sestavách:

#### Výsledky USP



#### Sestava Tracking



#### Sestava HUZ



Zpracováno Institutem turismu  
institut@czechtourism.cz  
mis.czechtourism.cz

© CzechTourism 2019

Obsah je chráněn autorským právem. Užití díla pro komerční účely je možné pouze se souhlasem autora.