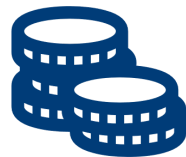


Makroekonomická data



2,27

Meziroční růst HDP v % 2017/2016



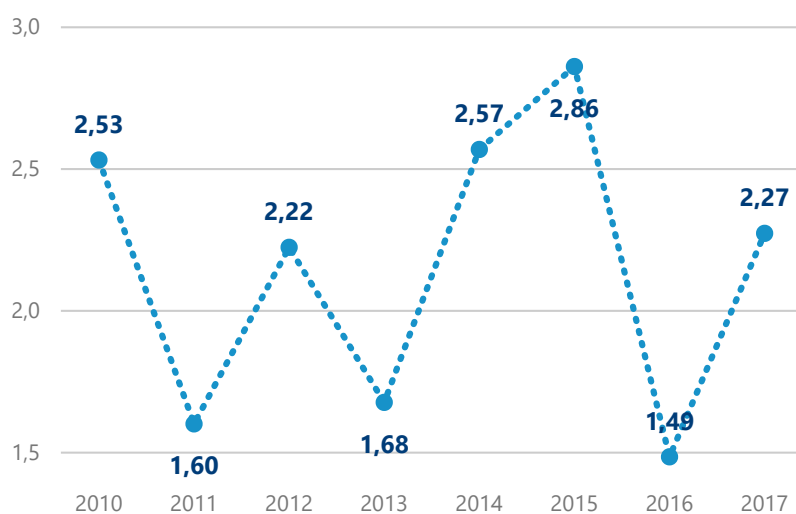
5,99

Výdaje na zahraniční cestovní
ruch v % 2017

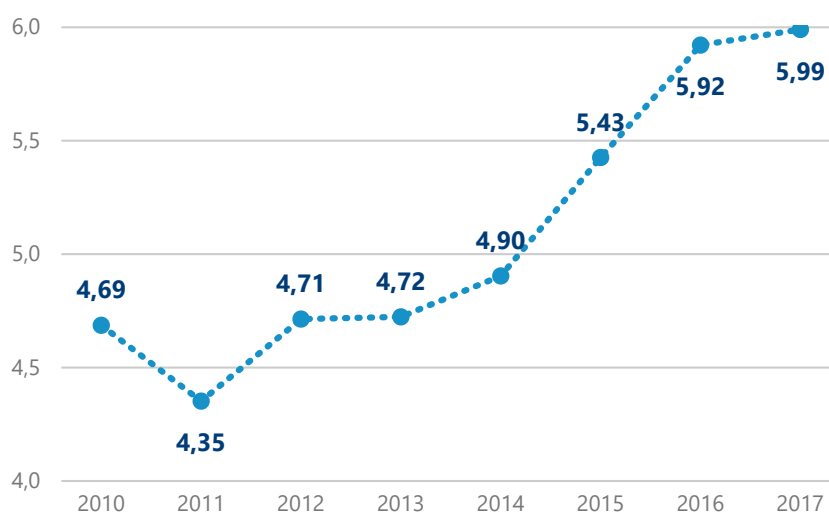
7 822 000 000

Příjmy z cestovního ruchu v Kč

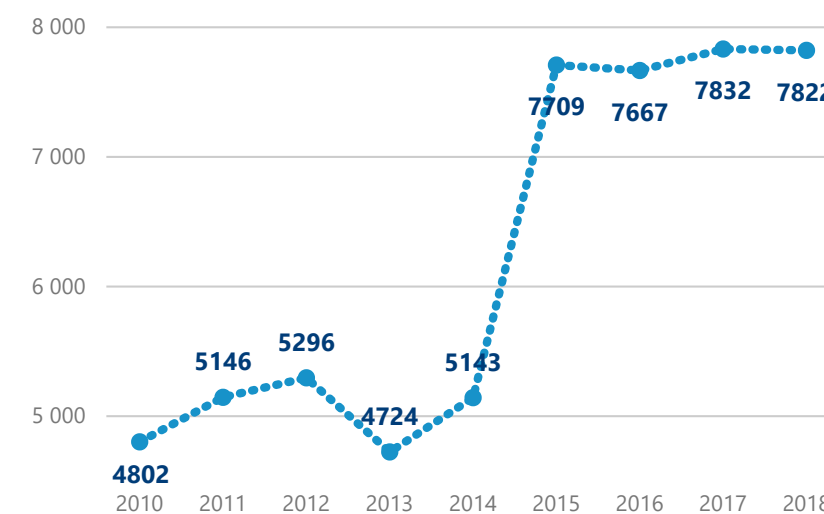
Vývoj HDP v % ¹



Vývoj výdajů na zahraniční cestovní ruch (%) ²



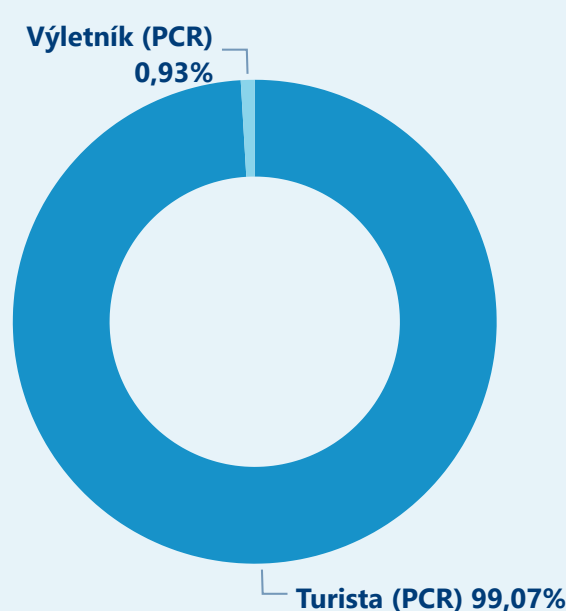
Vývoj příjmů z cestovního ruchu v mil. Kč ³



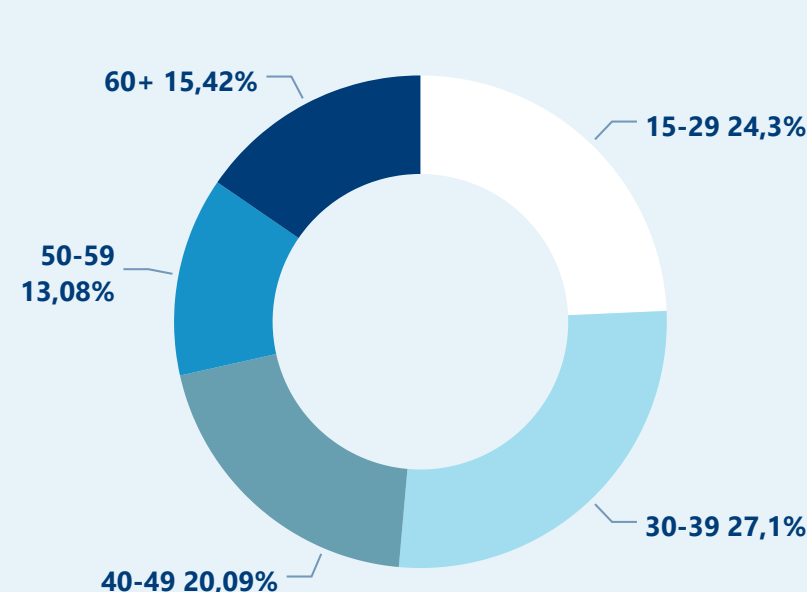
Struktura návštěvníků ⁴

Věková struktura turistů ⁴

Zdrojová města



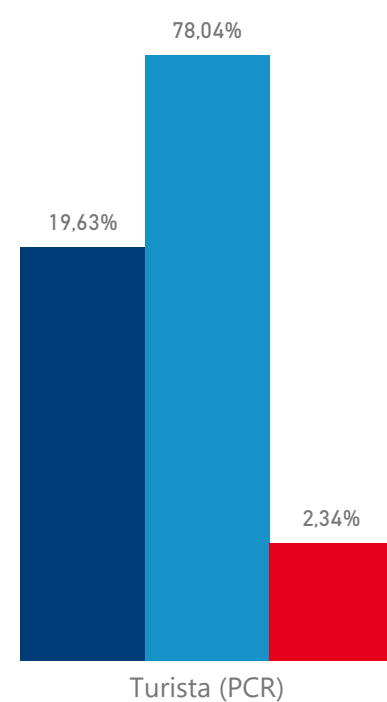
Návštěvník = turista + výletník
Turista = s přenocováním
Výletník = bez přenocování



Nejvíce Američanů cestujících do Evropy pochází z následujících měst:

1. New York
2. Los Angeles
3. Washington, D. C.
4. Houston
5. Philadelphia
6. Portland

Příjmová úroveň domácnosti ⁴



Legenda

- nadprůměrný
- průměrný
- podprůměrný

Průměrné výdaje na os/den v Kč ⁴

Před cestou

Turista (PCR) 2739

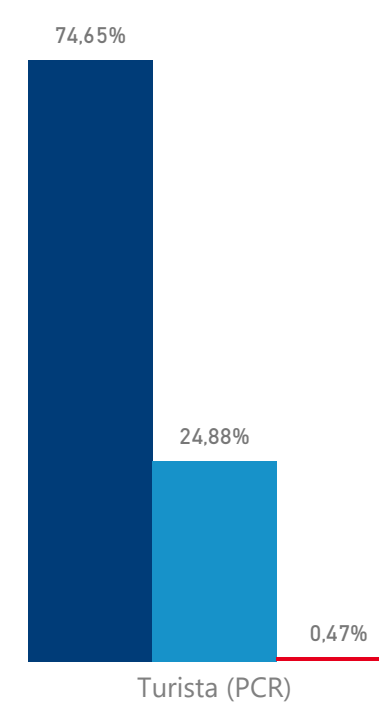
Během pobytu

Turista (PCR) 859

Celkem

Turista (PCR) 3597

Frekvence návštěv turistů ⁴



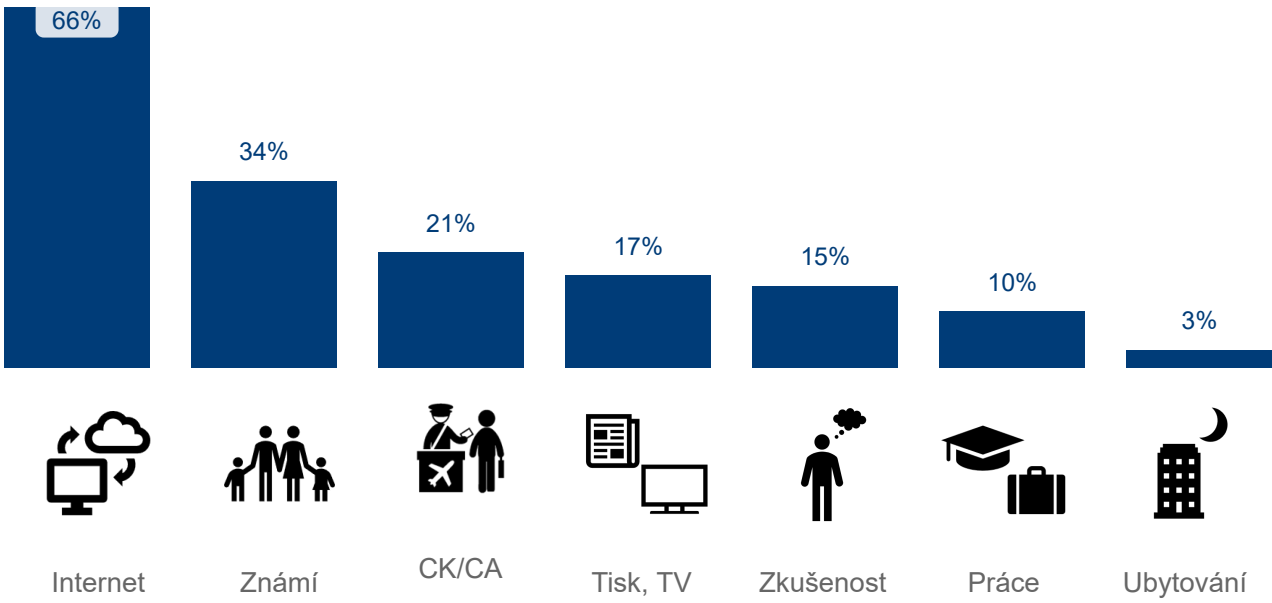
Legenda

- poprvé
- opakovaně
- pravidelně

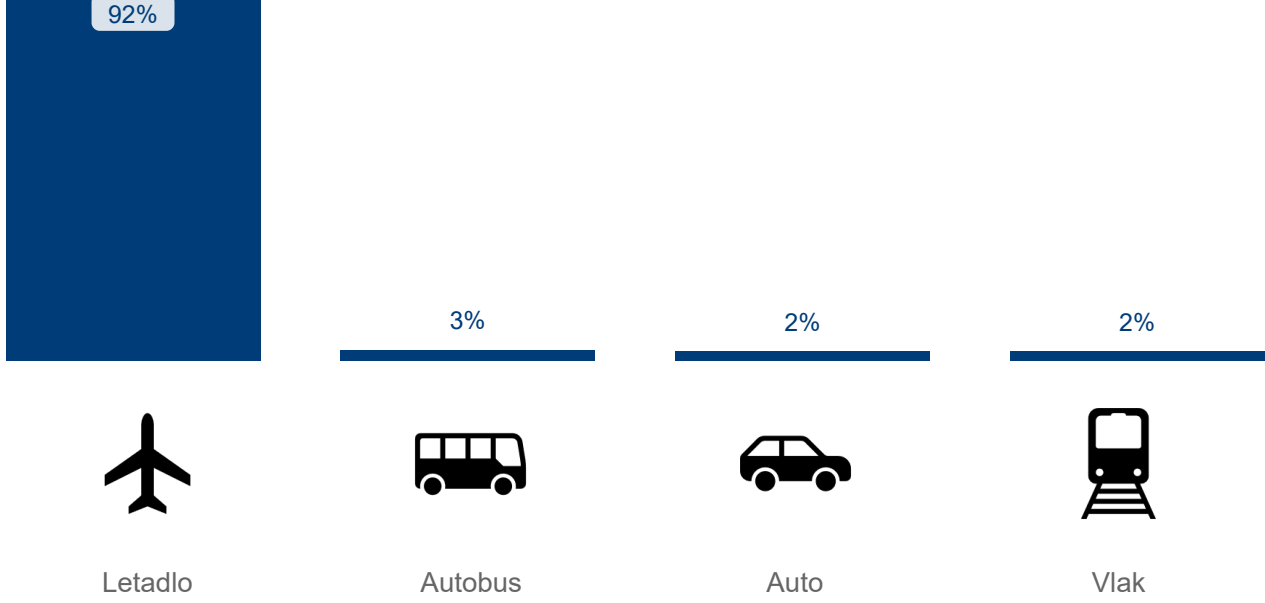
Zdroj: 1 - GDP growth (annual %), World Bank, 2019; 2 - International tourism, expenditures (% of total imports), World Bank, 2019; 3 - Platební bilance, ČNB, 2019; 4 - Tracking, PCR a DCR, CzechTourism, 2019



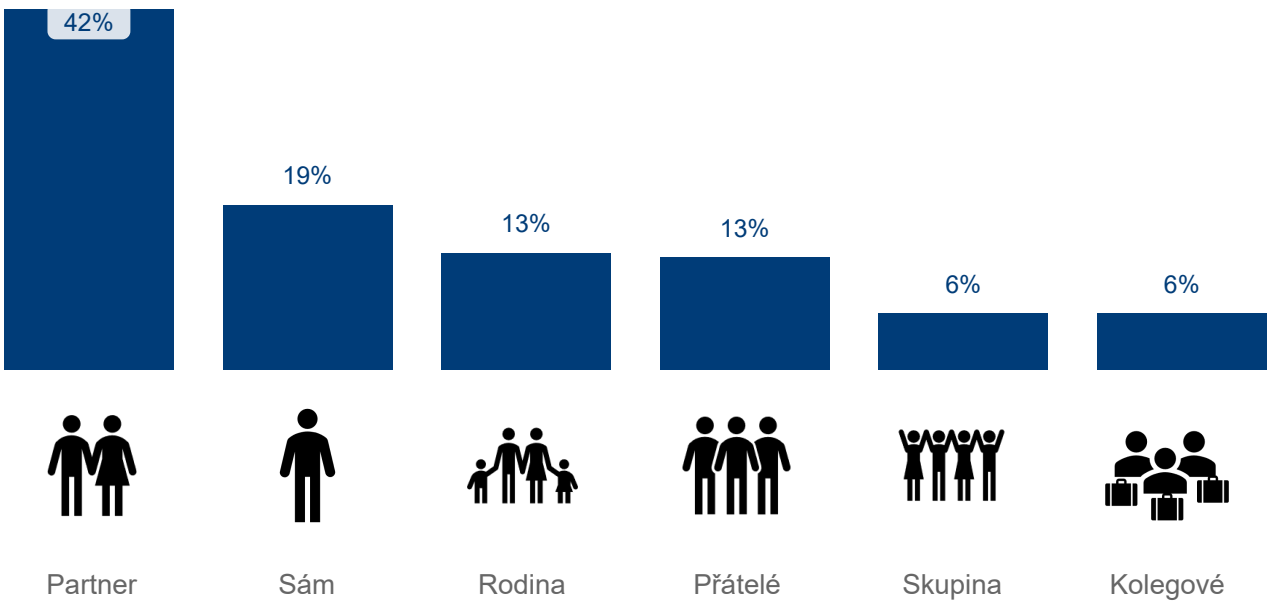
Informační zdroj návštěvníka *



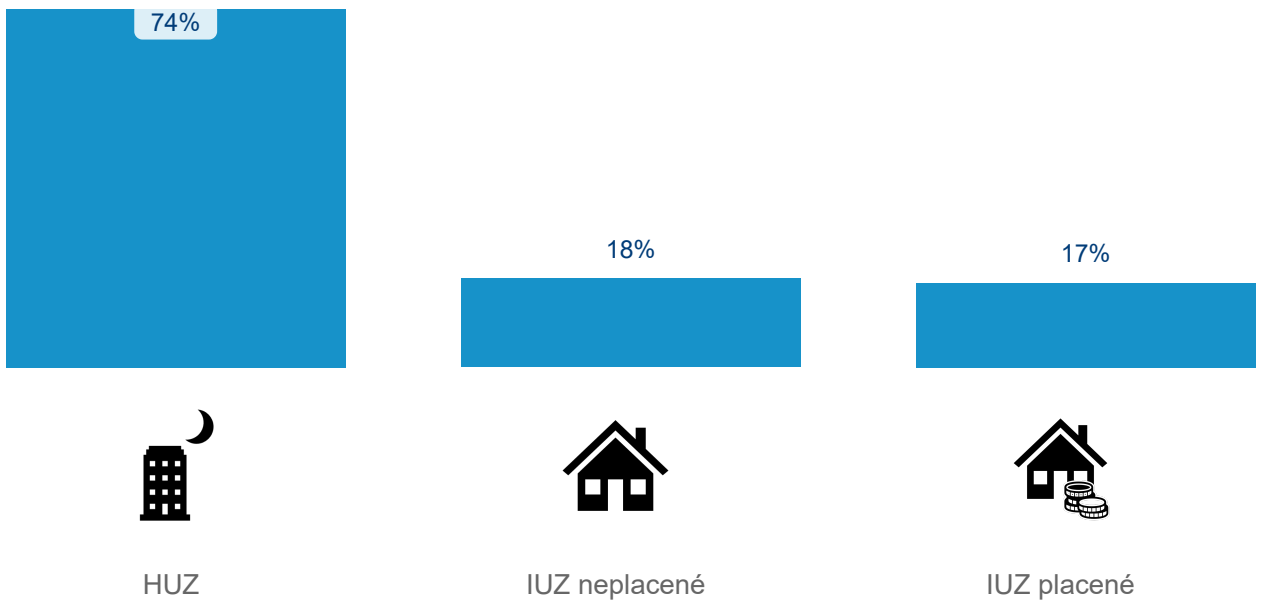
Dopravní prostředek návštěvníka



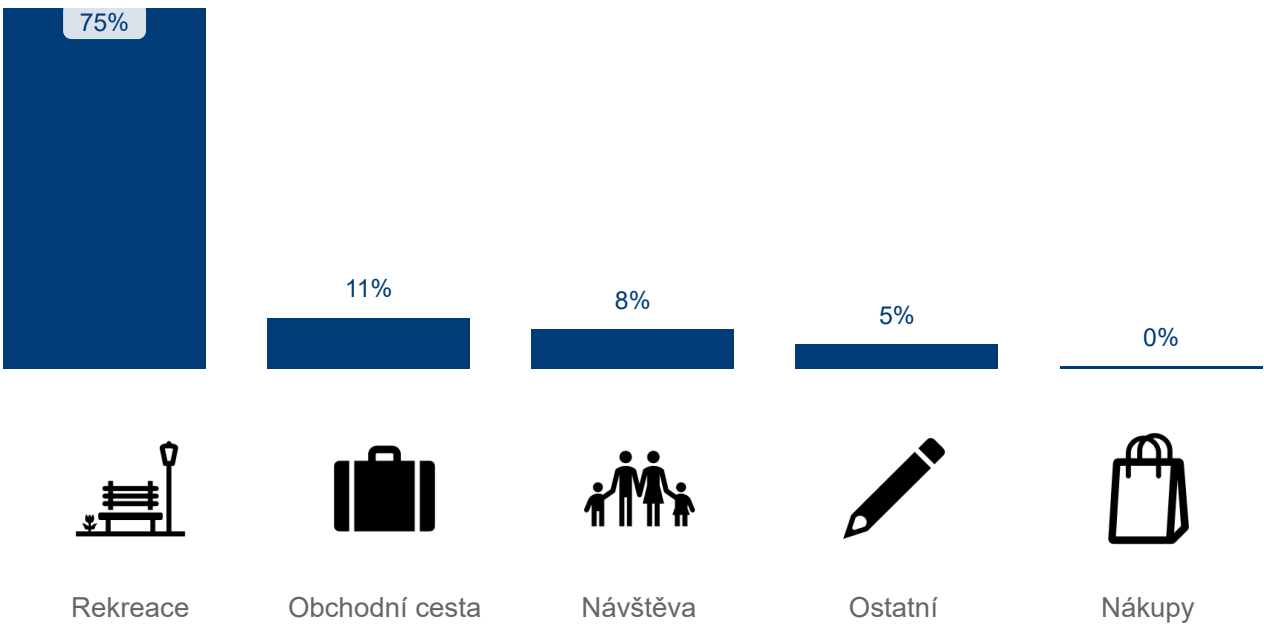
Doprovod návštěvníka



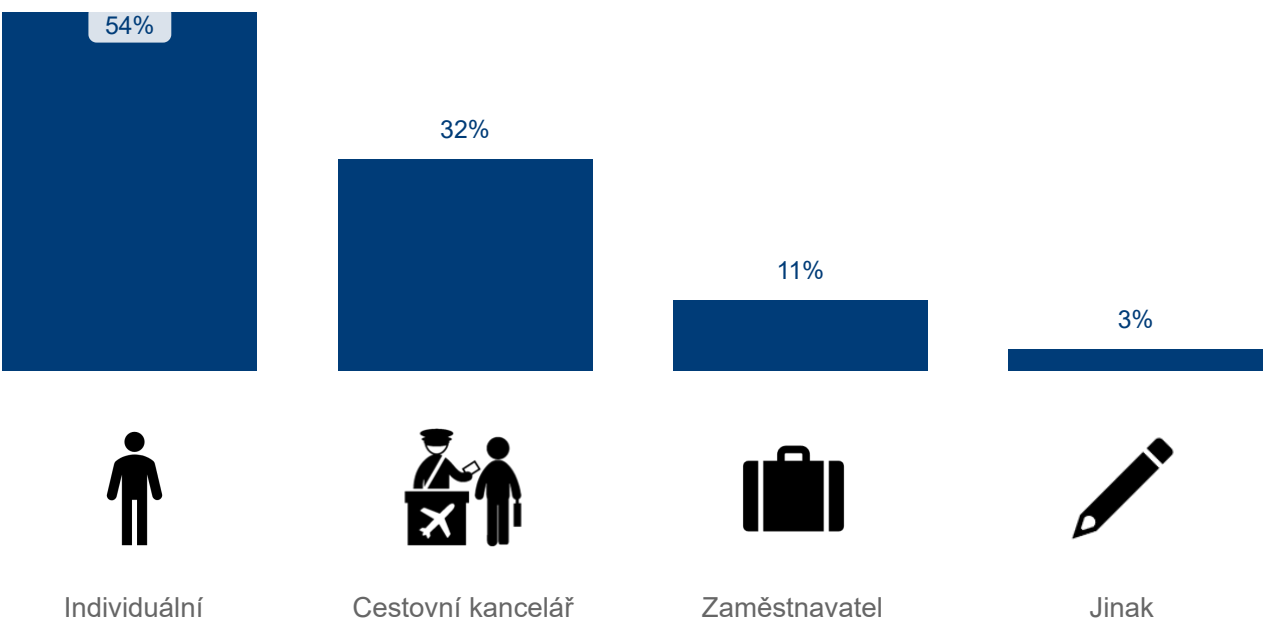
Typ ubytování turisty *



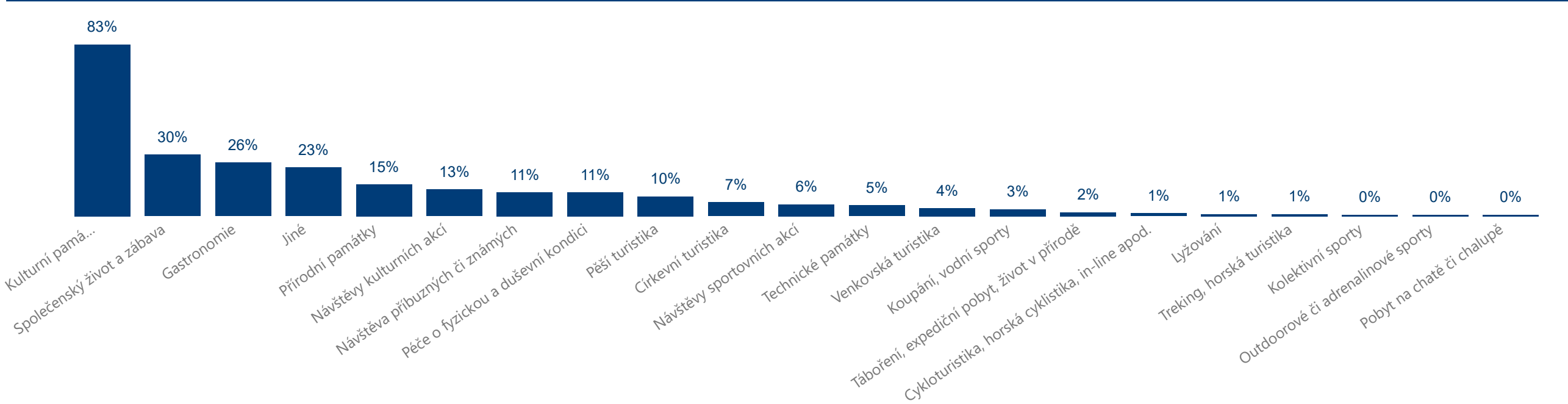
Hlavní důvod návštěvy návštěvníka



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



554 394

Počet turistů v HUZ



2,56%

Meziroční změna počtu turistů 2018/2017



1 386 248

Počet nocí strávených v HUZ



3,50

Průměrná doba pobytu (dny)

Legenda

příjezdy turistů

- max
- střed
- min

Top kategorie

Hotel 5*

239 700

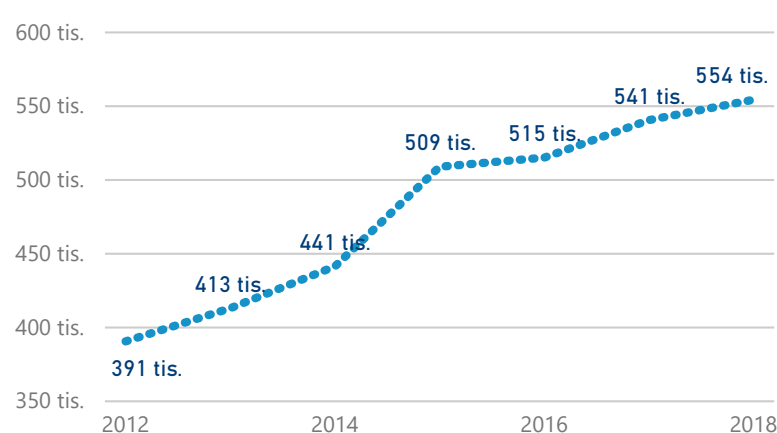
Hotel 4*

201 524

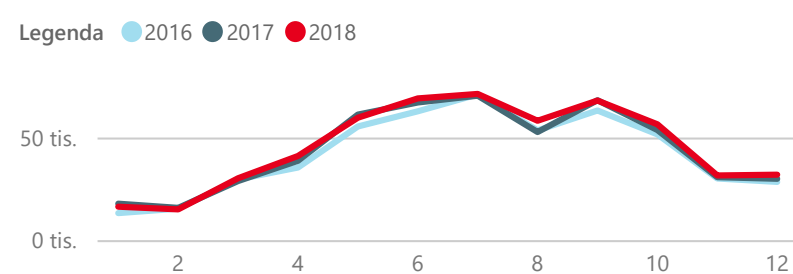
Hotel 3*

51 640

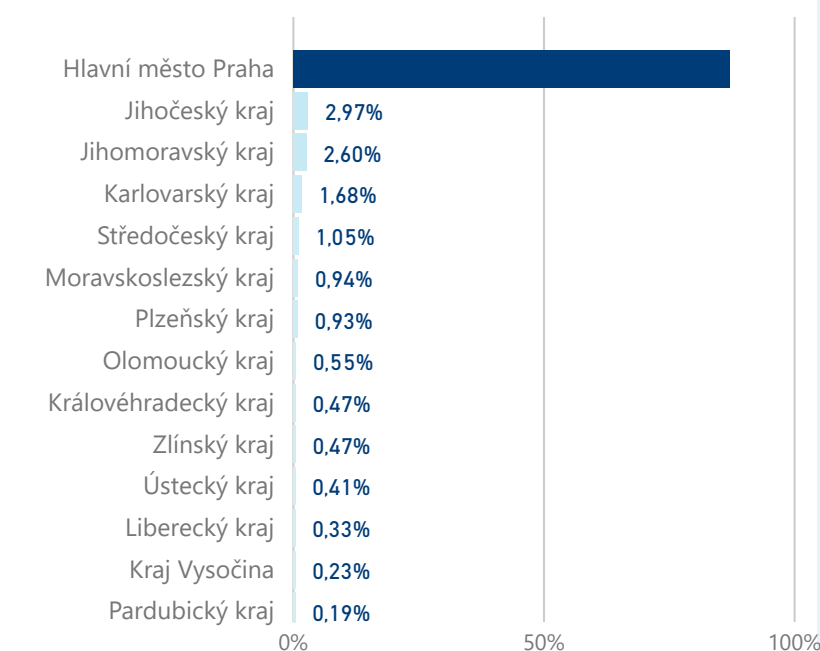
Počet turistů v HUZ



Sezonální srovnání



Rozložení v krajích

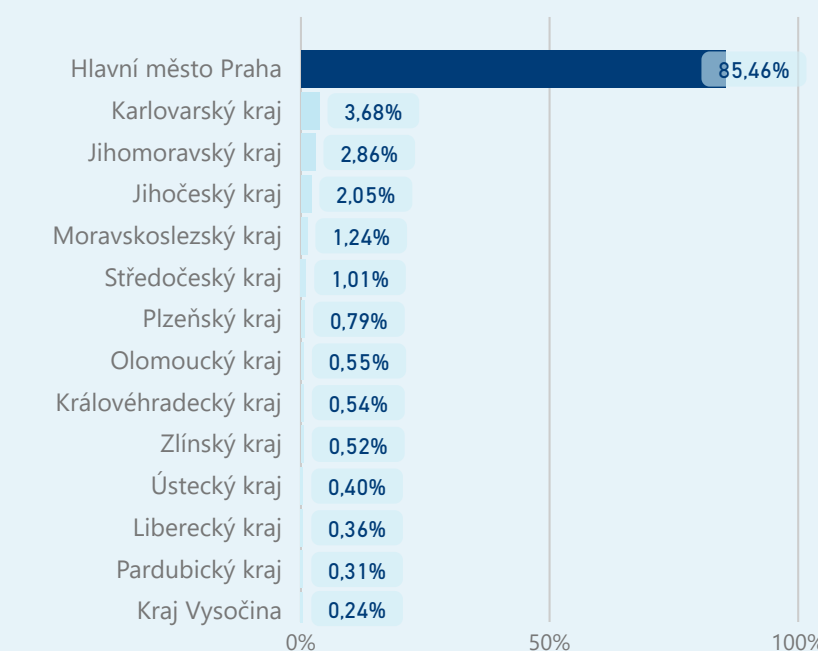
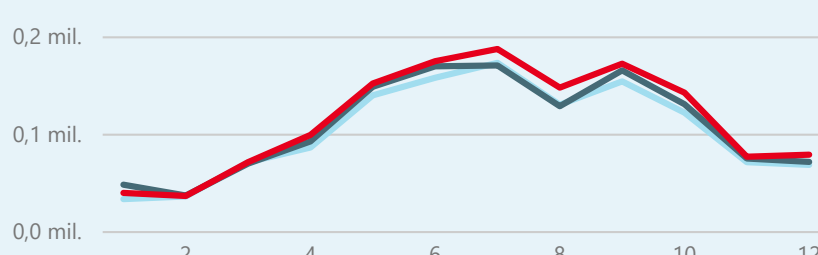
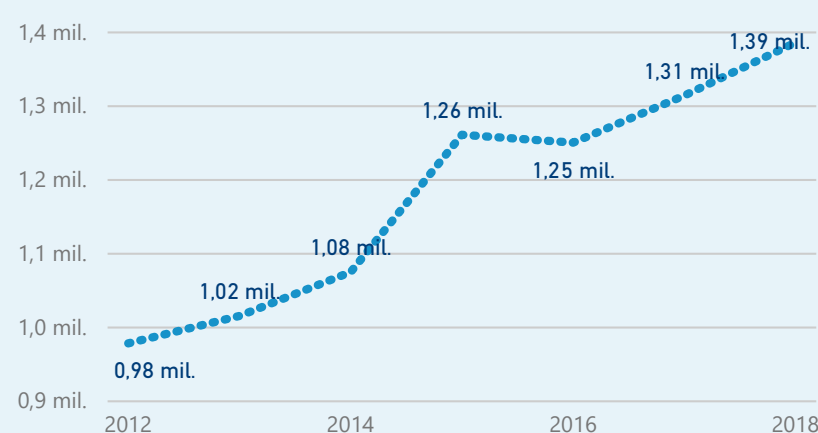


Praha a regiony

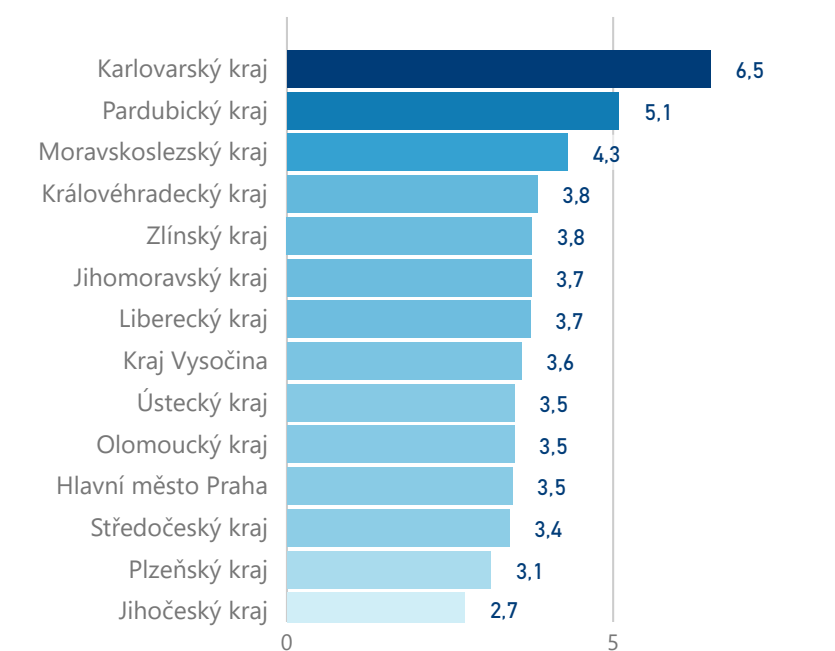
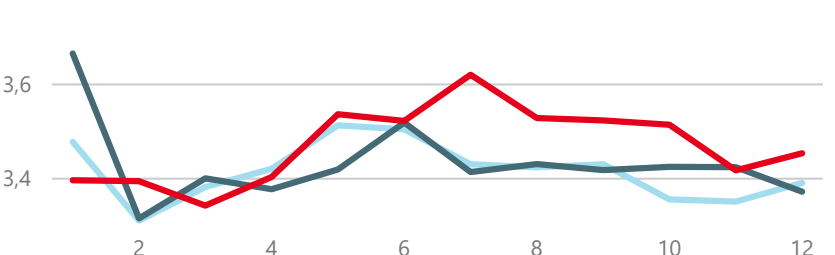
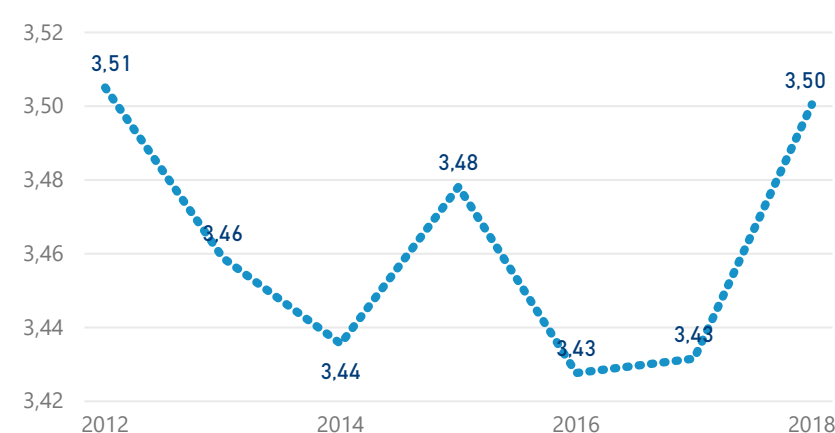


Legenda: ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Počet přenocování v HUZ



Průměrná doba pobytu (dny)



Zdroj: Statistiky HUZ, Český statistický úřad, 2019

Charakteristika trhu

Cestovatelské zvyklosti

Američané cestují velmi často a upřednostňují dovolenou v zahraničí před domácími cestami. **Přibližně čtvrtina obyvatel pravidelně navštěvuje Evropu.** Jejich "ideální dovolená" obvykle zahrnuje širokou škálu aktivit na několika místech.

Nejdůležitější je **bezpečnost destinace**, s určitým odstupem následující ceny, možnosti ubytování, atraktivita lokality a možnost poznat dosud neznámá místa. Američané jsou **vysoce aktivní na různých sociálních sítích**, zejména na Facebooku. Přibližně 85 % Američanů sleduje videa na YouTube alespoň jednou týdně.

Současné jsou Američané výjimečně **otevření osobnímu doporučení a word-of-mouth**, a to nejen od svých blízkých, ale také od internetových celebrit a influencerů na sociálních sítích.

Česká republika

Američané obecně postrádají informace o naší zemi. Pokud plánují návštěvu Evropy, Česká republika je považována za jedno z míst pro zastavení při delším výletu / dovolené.

Nejčastějším **důvodem návštěvy ČR bývá dovolená**, a to převážně památková či regionální. Velmi silnou skupinu tvoří **turisté cestující pracovně** a také lidé, kteří navštěvují v ČR **svoji rodinu či přátele**. Pokud naši zemi navštívili, obvykle byli velmi spokojeni a horlivě doporučují Českou republiku ostatním.

USP ČR = zajímavá, bezpečná země v Evropě s dlouhodobou historií a tradicí.

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



VÝBĚR DESTINACE, INF. ZDROJE:

Památky jsou u Američanů velmi populární, dávají však před ČR přednost německy mluvícím zemím a Polsku. Zdrojem informací jsou oficiální stránky destinace, doporučení blízkých, recenze jiných cestovatelů.

TOP ATRAKTIVITY:

Zachované hrady a zámky
Zámecké zahrady, parky
Muzea a galerie

LÁKADLO ČR:

Skanzeny
Rezervace, geoparky
Muzea a galerie



Regionální



VÝBĚR DESTINACE, INF. ZDROJE:

Do ČR by přijela 1/3 regionálních turistů. Ve srovnání s evropskými zeměmi jsme za německy mluvícími, ale držíme pozici před Maďarskem. Zdrojem jsou oficiální stránky destinace, doporučení blízkých, sociální sítě a recenze.

TOP ATRAKTIVITY:

Návštěva historických měst
Společenské události
Tradice a folklor

LÁKADLO ČR:

Historická místa, místa spojená s tradičními řemesly, folklorní události, gastronomie



Rekreační



VÝBĚR DESTINACE, INF. ZDROJE:

ČR není typickou destinací pro rekreaci pro rekreaci. Na druhou stranu turisté, kteří mají s rekreační dovolenou v ČR zkušenost, ji vřele doporučují.

TOP ATRAKTIVITY:

Pěší výlety
Vyžití a atrakce v místě pobytu

LÁKADLO ČR:

Vyžití a atrakce v místě pobytu



Wellness



VÝBĚR DESTINACE, INF. ZDROJE:

V Evropě by volili německé nebo švýcarské lázně, před ČR by dali přednost Rakousku nebo Polsku. Zdrojem informací jsou doporučení blízkých, vlastní zkušenost, oficiální stránky destinace.

TOP ATRAKTIVITY:

Wellness pobyty a pobyty bez procedur

LÁKADLO ČR:

Lázně na předpis, historie daného místa a kulturní vyžití



Aktivní



VÝBĚR DESTINACE, INF. ZDROJE:

V Evropě by volili německy mluvící země, ČR je na čtvrté pozici před Polskem a Maďarskem. Zdrojem informací jsou oficiální stránky destinace a sociální sítě.

TOP ATRAKTIVITY:

Adrenalinové sporty, horolezectví, ferraty, sjíždění řek, horská kola

LÁKADLO ČR:

Cykloturistika - kvalita a široký výběr stezek
Okolní příroda



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

