

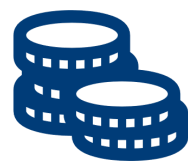
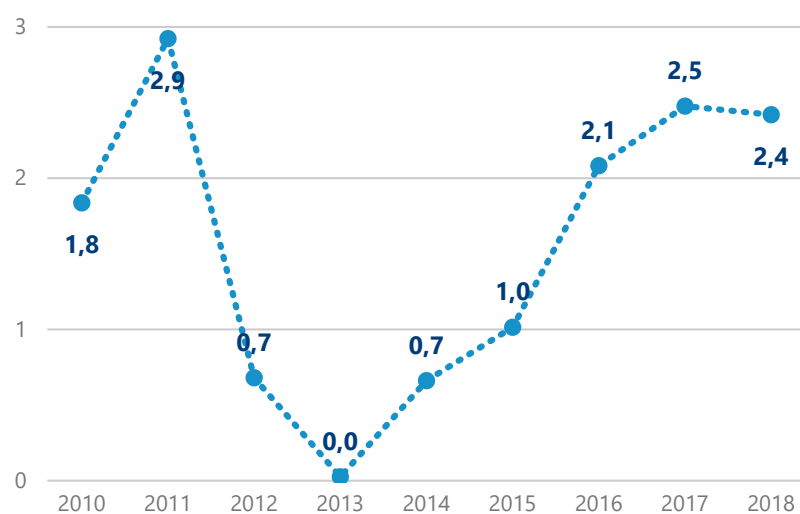


Makroekonomická data

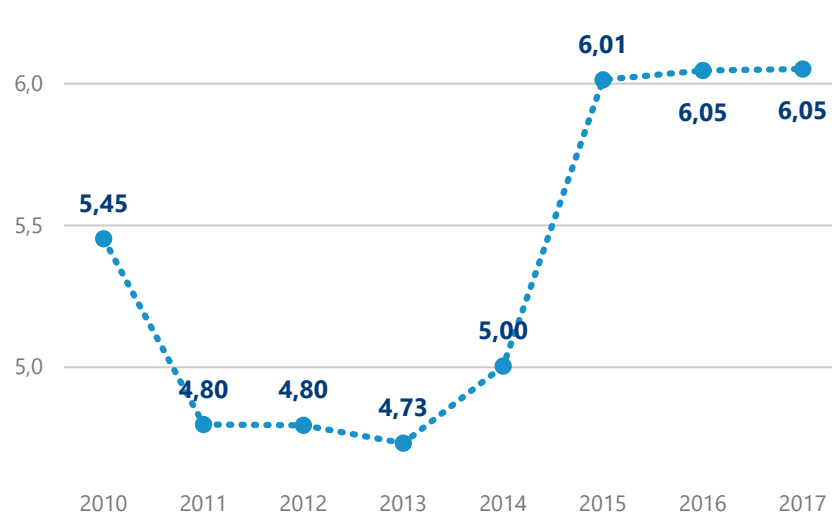


2,42

Meziroční růst HDP v % 2018/2017

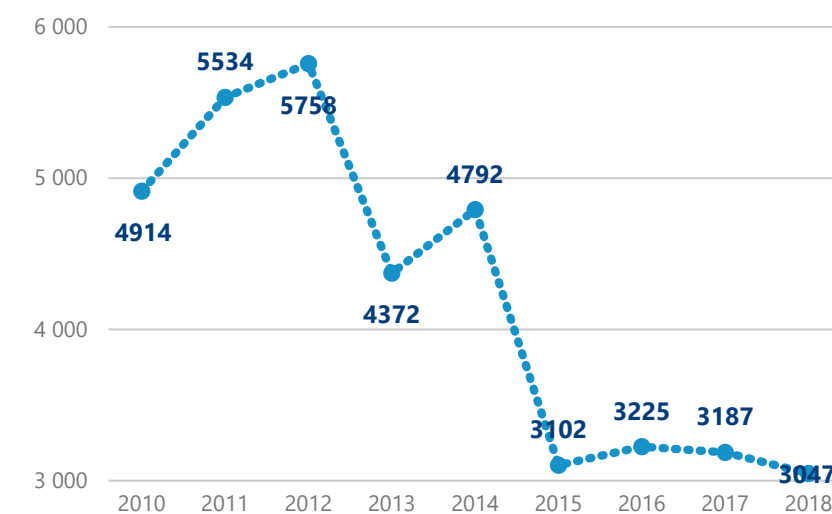
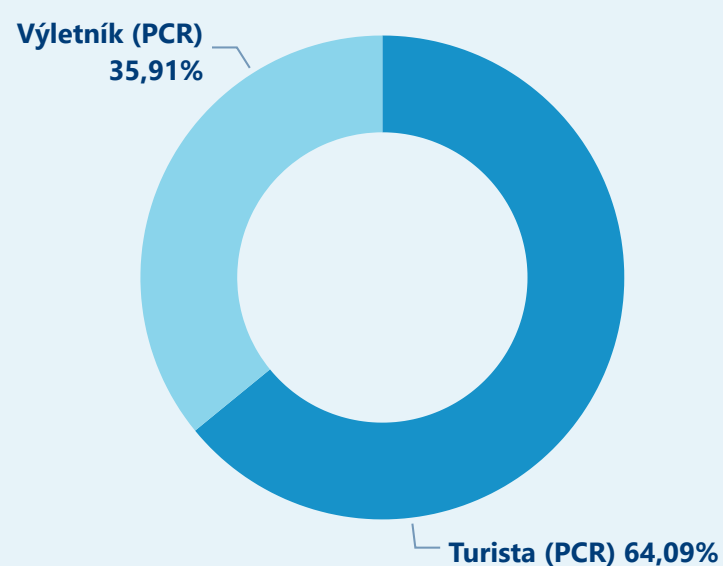
Vývoj HDP v % ¹

6,05

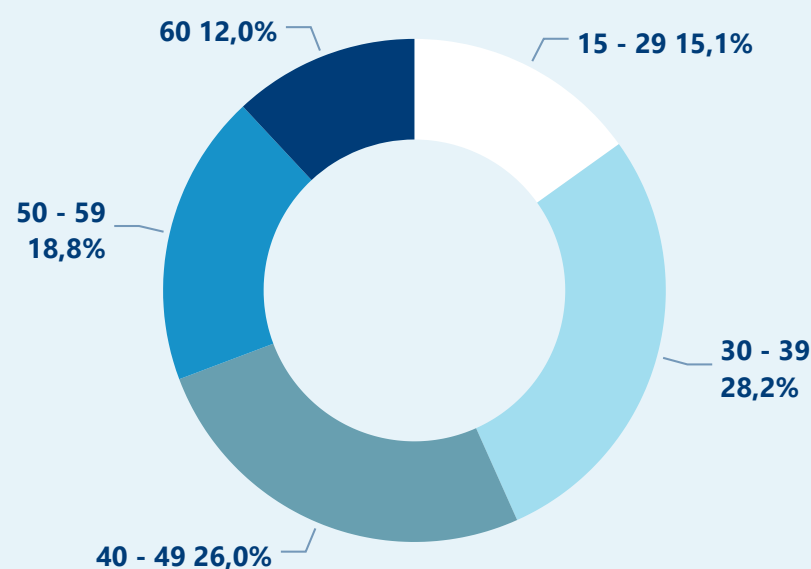
Výdaje na zahraniční cestovní
ruch v % 2017Vývoj výdajů na zahraniční cestovní ruch (%) ²

3 047 300 000

Příjmy z cestovního ruchu v Kč 2018

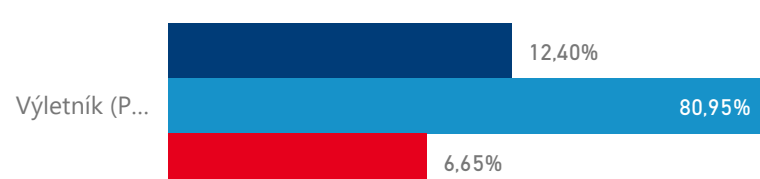
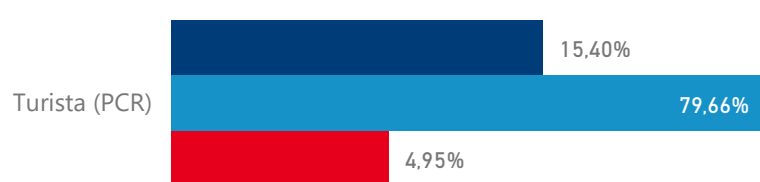
Vývoj příjmů z cestovního ruchu v mil. Kč ³Struktura návštěvníků ⁴

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

Věková struktura turistů ⁴

Zdrojová města

Data nejsou k dispozici.

Příjmová úroveň domácnosti ⁴

Legenda

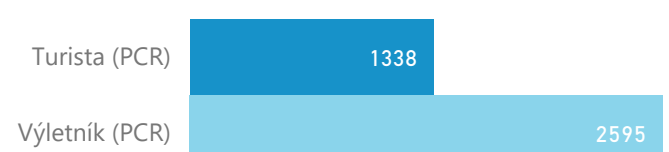
● nadprůměrný ● průměrný ● podprůměrný

Průměrné výdaje na os/den v Kč ⁴

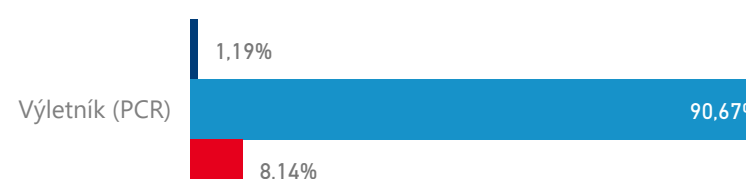
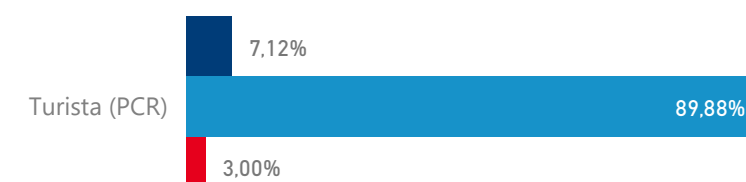
Před cestou



Během pobytu



Celkem

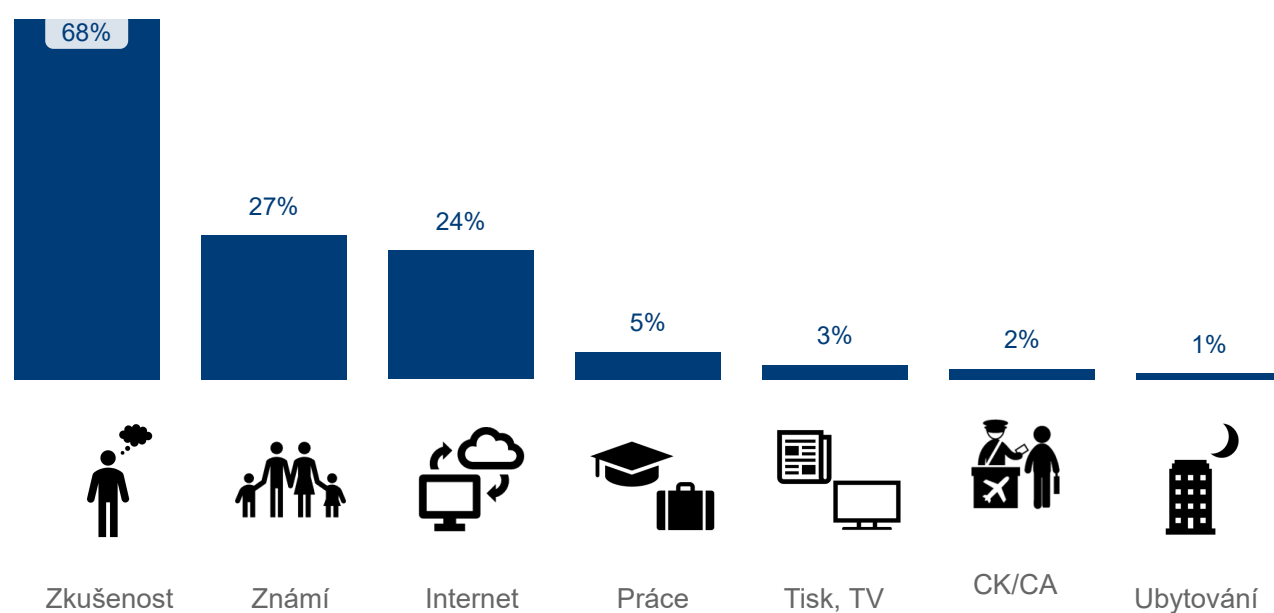
Frekvence návštěv turistů ⁴

Legenda

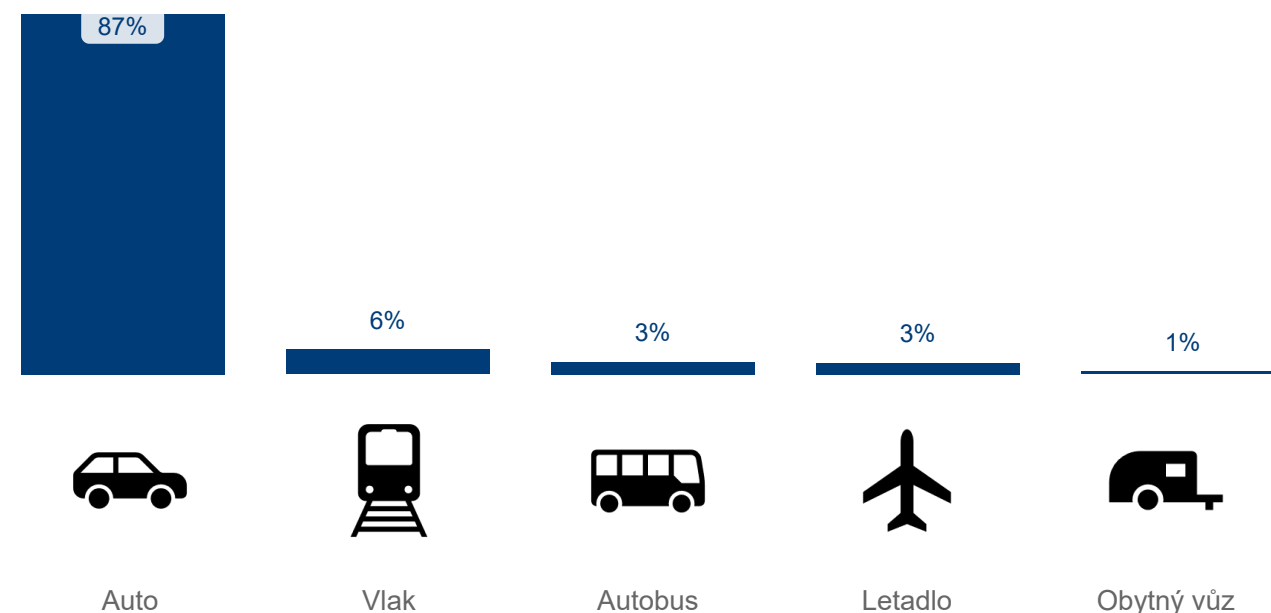
● poprvé ● opakovaně ● pravidelně

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

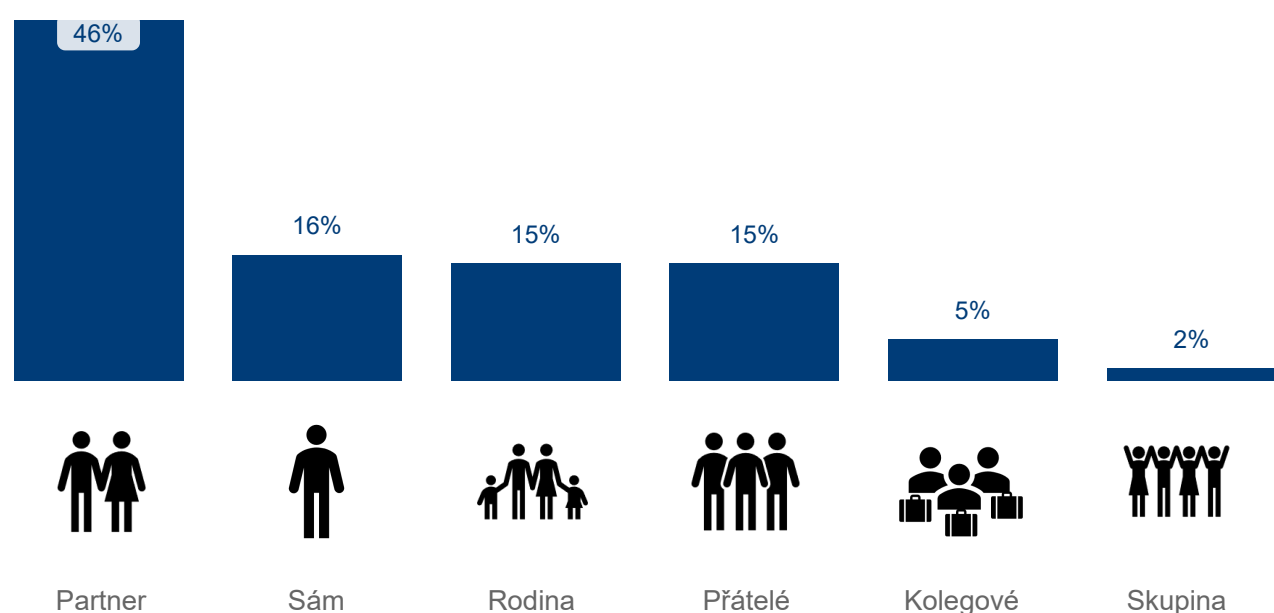
Informační zdroj návštěvníka *



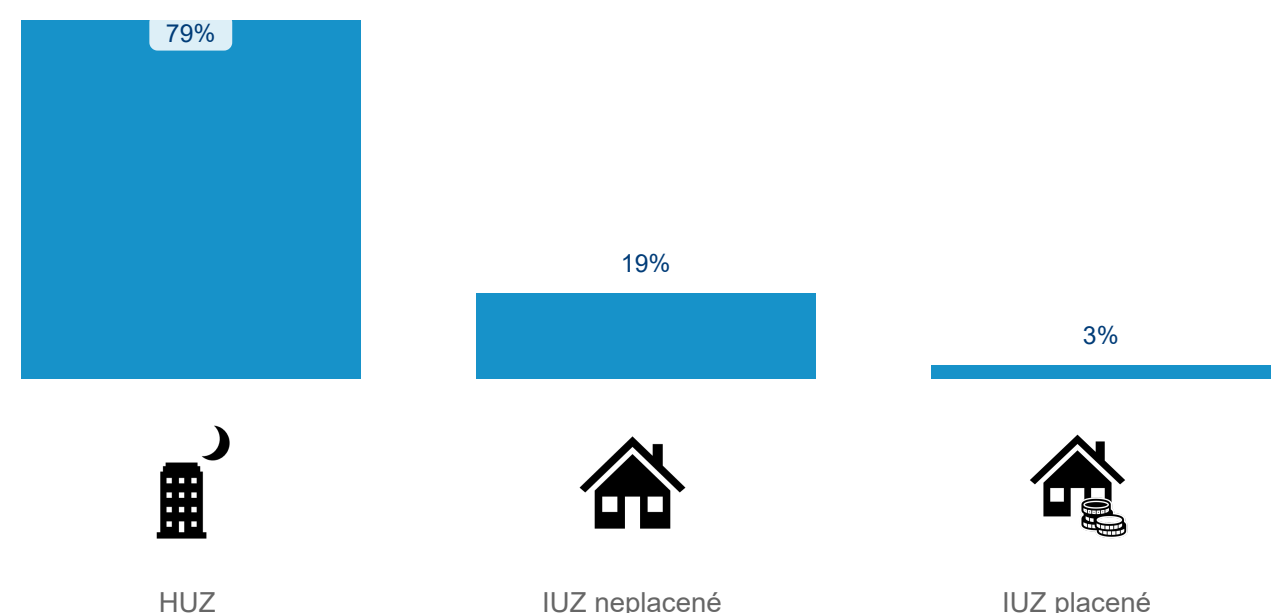
Dopravní prostředek návštěvníka



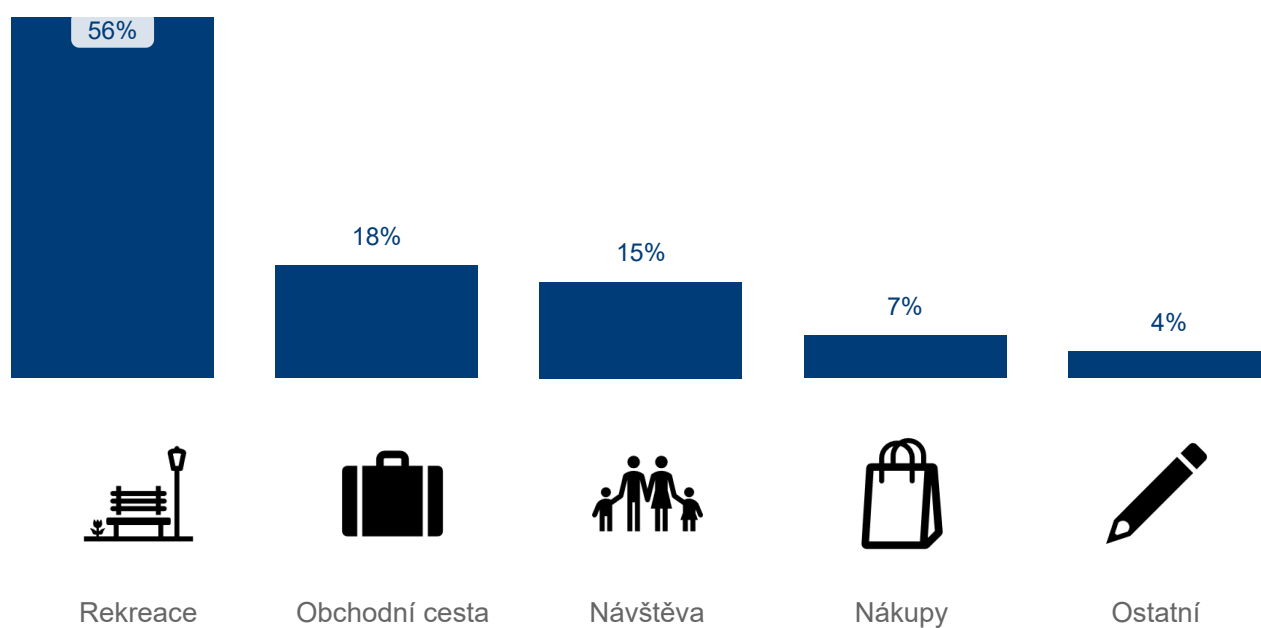
Doprovod návštěvníka



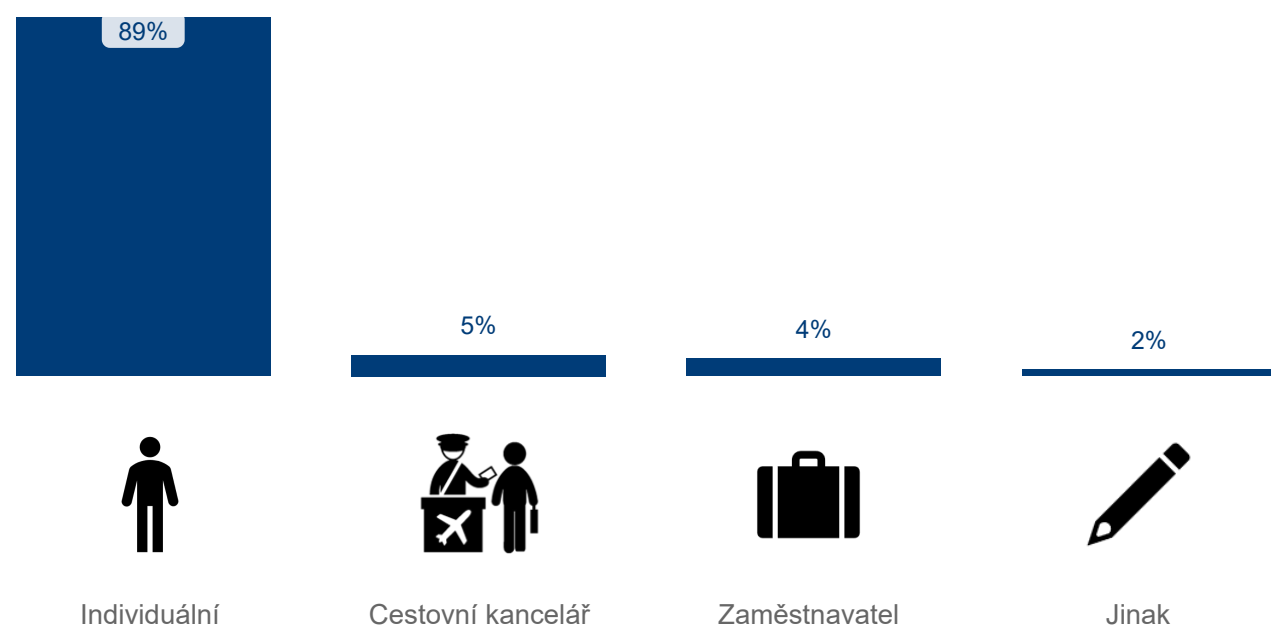
Typ ubytování turisty *



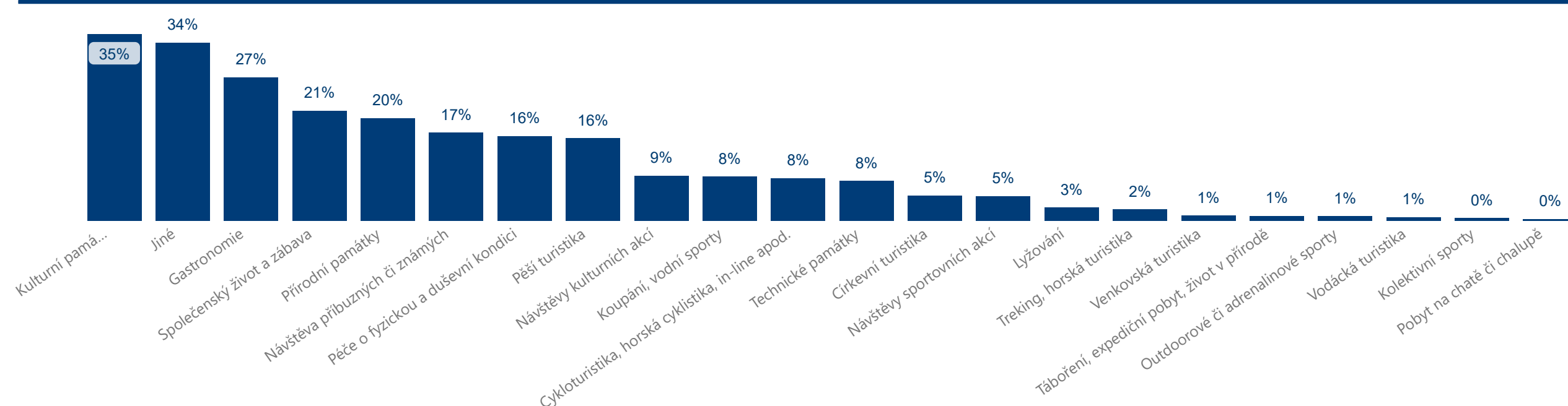
Hlavní důvod návštěvy návštěvníka



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



285 264

Počet turistů v HUZ



-4,63%

Meziroční změna počtu turistů 2019/2018



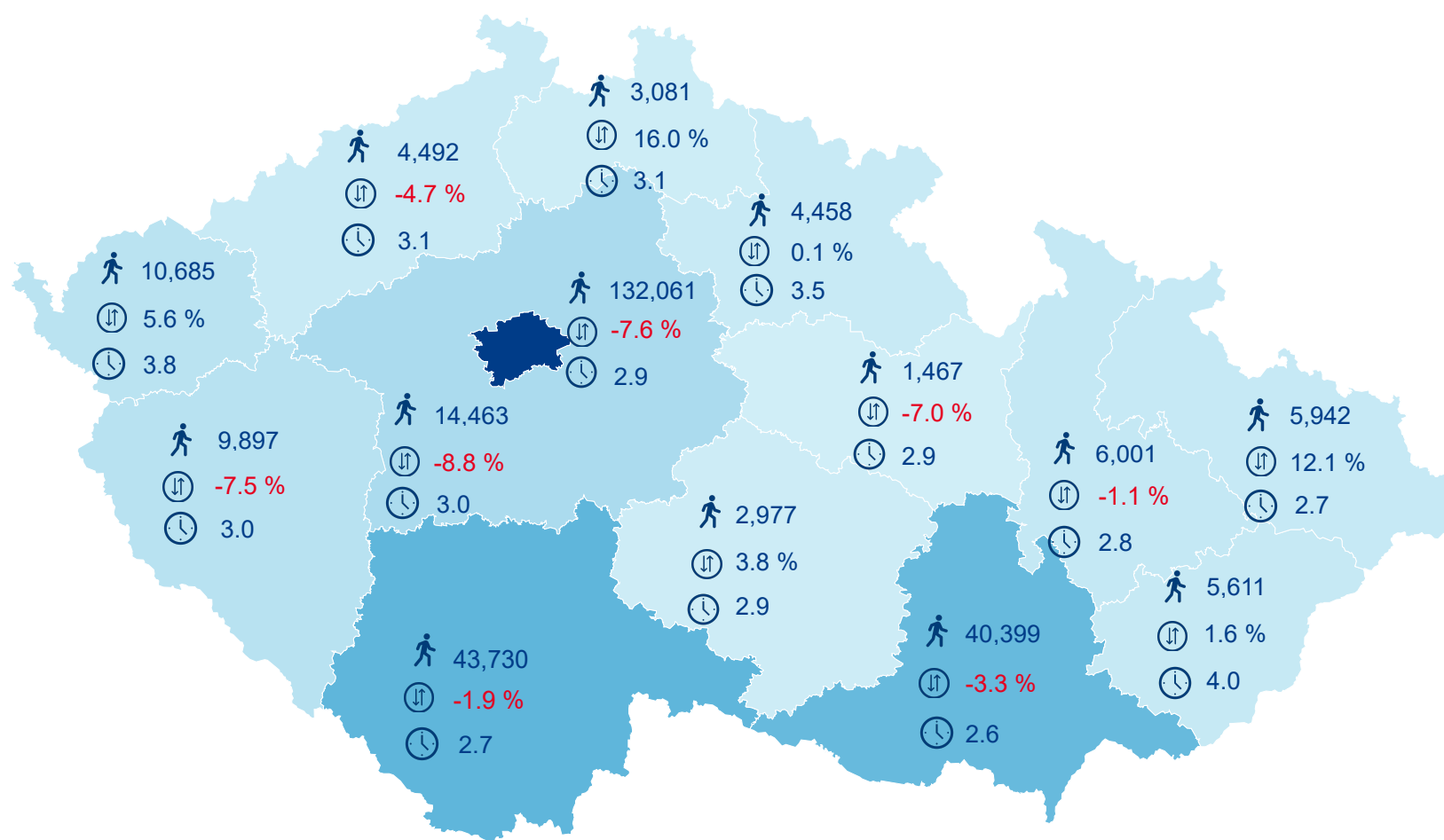
547 043

Počet nocí strávených v HUZ



2,92

Průměrná doba pobytu (dny)



Legenda
příjezdy turistů

- max
- střed
- min

Top kategorie

Hotel 4*

156 034

Hotel 3*

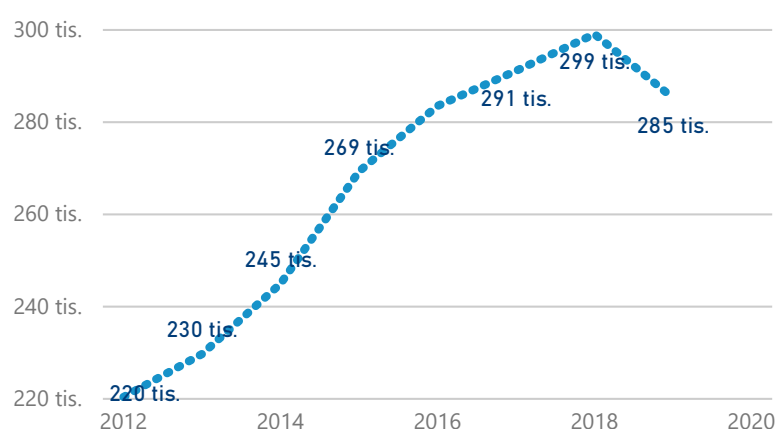
69 181

Hotel 5*

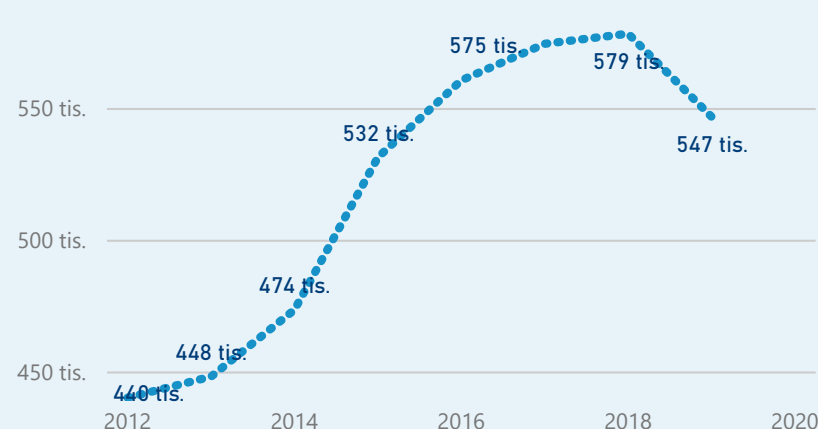
19 335

rok 2018

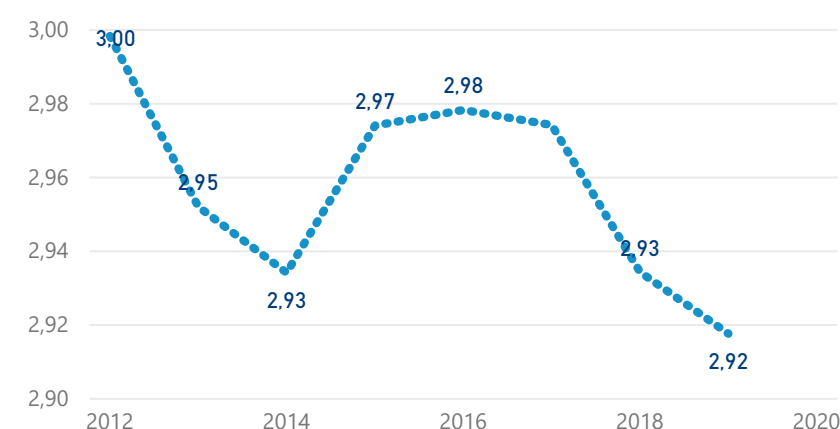
Počet turistů v HUZ



Počet přenocování v HUZ

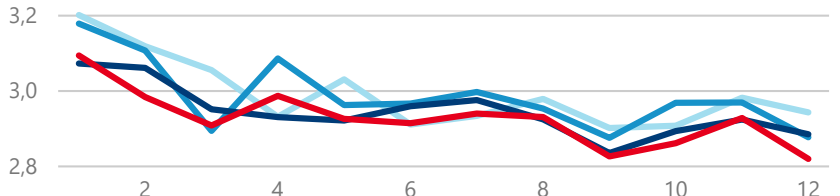
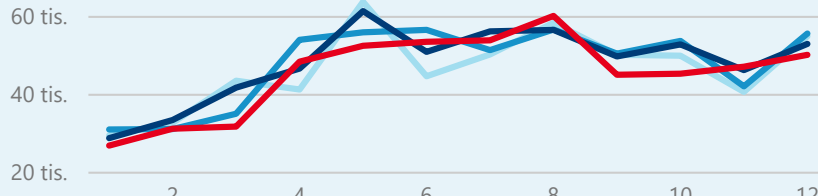
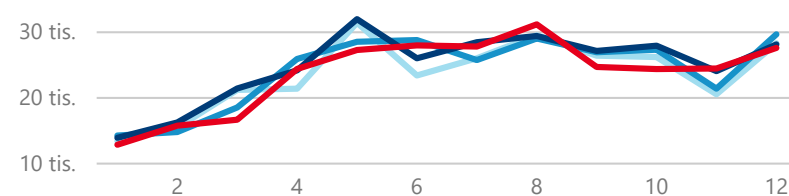


Průměrná doba pobytu (dny)

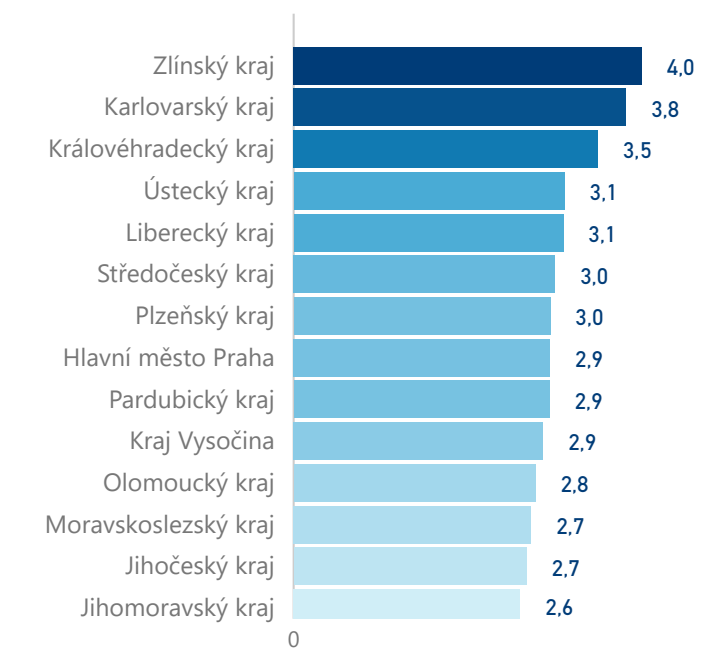
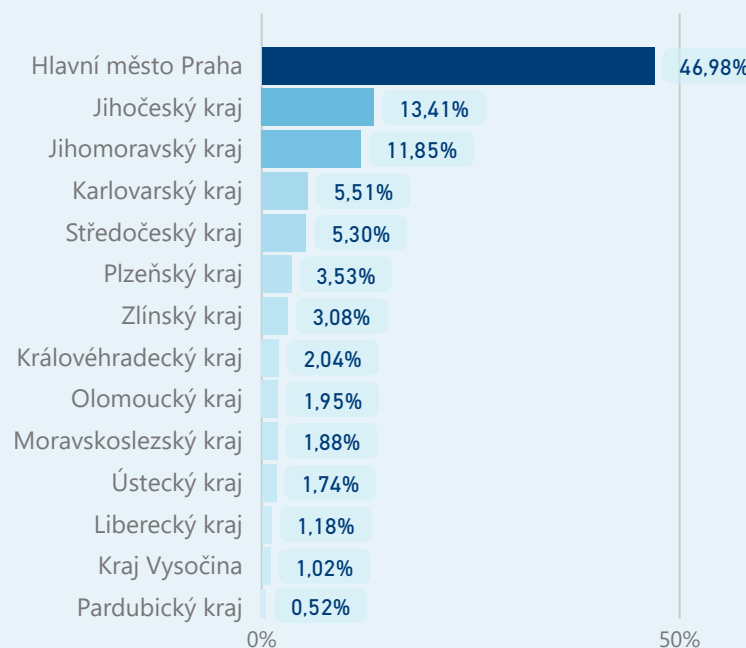
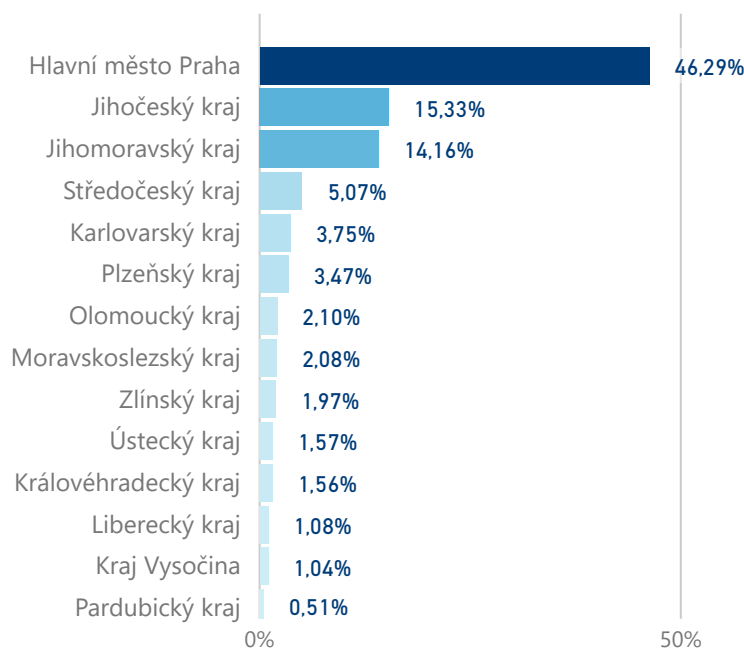


Sezonální srovnání

Legenda ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019



Rozložení v krajích



Praha a regiony



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Zdroj: Statistika HUZ, Český statistický úřad, 2019



Charakteristika trhu

Cestovatelské zvyklosti

Tři ze čtyř Rakušanů cestují pravidelně do zahraničí. Největší skupinou jsou **požitkáři** (37 % rakouských cestovatelů). Ti cestují převážně za odpočinkem, očekávají kvalitní jídlo a rádi se baví. Pro tento segment je typický rekreační turismus a preferují přímořské státy či vlastní zemi. Další skupinu tvoří lidé, kteří rádi **poznávají** - navštěvují památky, ale i přírodu. Třetí skupinou jsou aktivní turisté, které lákají hory, příroda, jsou aktivní a mnohdy vyhledávají až adrenalinové zážitky.

Česká republika

Osobní zkušenost s návštěvou ČR má polovina rakouské populace. Třetina Rakušanů navštívila ČR dokonce v posledních pěti letech. Tito lidé také nejvíce předávají pozitivní zkušenosti s ČR.

Nejčastěji jezdí do **Prahy a okolí**, přičemž velmi často si Rakušané pamatují konkrétní památky (Karlův most, Pražský hrad). Oblíbené jsou pak **příhraniční oblasti**, kam mohou dojet i jen „na otočku“.

USP ČR = dostupná destinace s hezkou architekturou i přírodou

Mezi **pozitiva ČR** patří dostupnost geografická i finanční. Oceňují českou kuchyň a české pivo. Kromě architektury se jim líbí český venkov, který je vhodný na cykloturistiku, běžky i pěší túry.

Jako **negativní** uvádí horší dopravní infrastrukturu, někdy nepřátelské jednání a s nižší cenovou hladinou i horší kvalitu služeb.

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:**

Historie dané památky
Návštěva dalších míst
Tematické prohlídky
Finanční náročnost

TOP ATRAKTIVITY:

Hrady a zámky
Kostely, kláštery
Duchovní místa
Historická města

LÁKADLO ČR:

Historie a množství památek



Regionální

**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**

Možnost navštívit další místa v okolí, finanční náročnost, výše vstupného, Doba, délka trvání akce, Dostupnost veřejnou dopravou, kulturní program.

TOP ATRAKTIVITY:

Farmářské trhy
Galerie a expozice
Tradice, folklor

LÁKADLO ČR:

Lokální potraviny a nápoje, tradiční vánoční ozdoby, české sklo



Rekreační

**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**

Možnost výletů po okolí
Cenová náročnost atraktivit

TOP ATRAKTIVITY:

Pěší výlety v místě
Koupání v přírodě
Méně akční sportovní aktivity
Historická města

Wellness

**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**

Okolí, příroda, čistota, vzduchu, forma ubytování, nabídka relaxačních zařízení, cenová náročnost procedur, stravování, možnost gastronomického zážitku

TOP ATRAKTIVITY:

Wellness aktivity
Léčebné lázeňství
Zdravotní pobyty

LÁKADLO ČR:

Poměr kvalita vs. cena



Aktivní

**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**

Okolí, příroda, čistota vzduchu, cenová náročnost, nabídka a forma ubytování, kvalita a bezpečnost stezek

TOP ATRAKTIVITY:

Lezení po skalách
Horská kola
Adrenalinové sporty

LÁKADLO ČR:

Méně náročné aktivity, cykloturistika s rodinou, běžecké lyžování



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

