



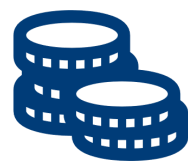
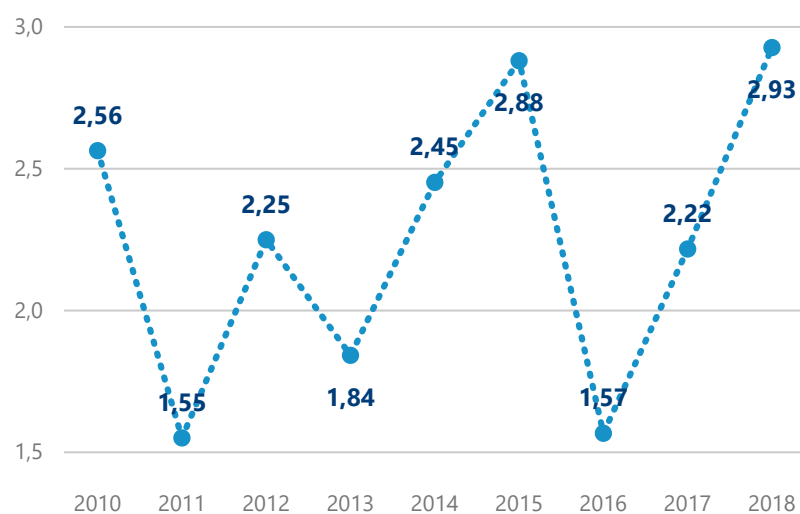
Makroekonomická data



2,93

Meziroční růst HDP v % 2018/2017

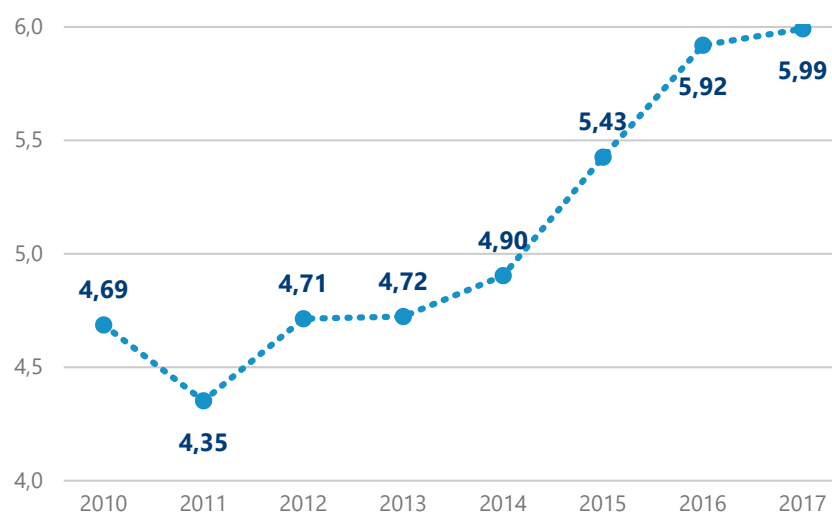
Vývoj HDP v % ¹



5,99

Výdaje na zahraniční cestovní
ruch v % 2017

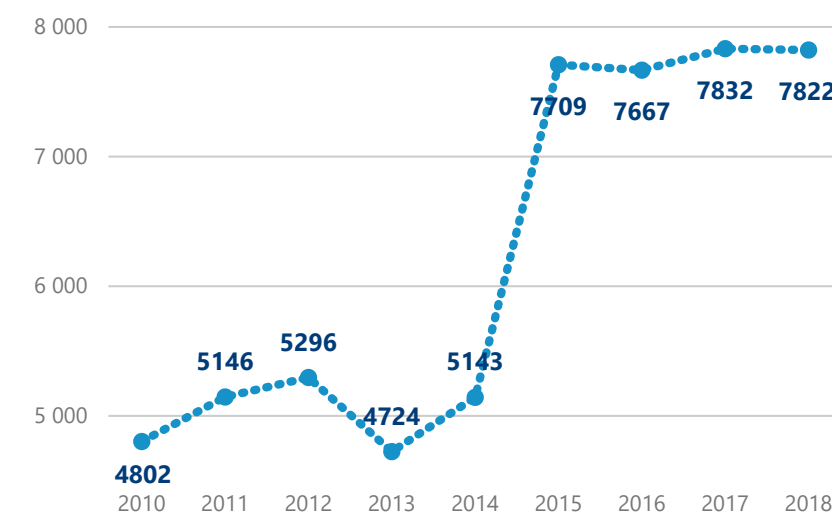
Vývoj výdajů na zahraniční cestovní ruch (%) ²



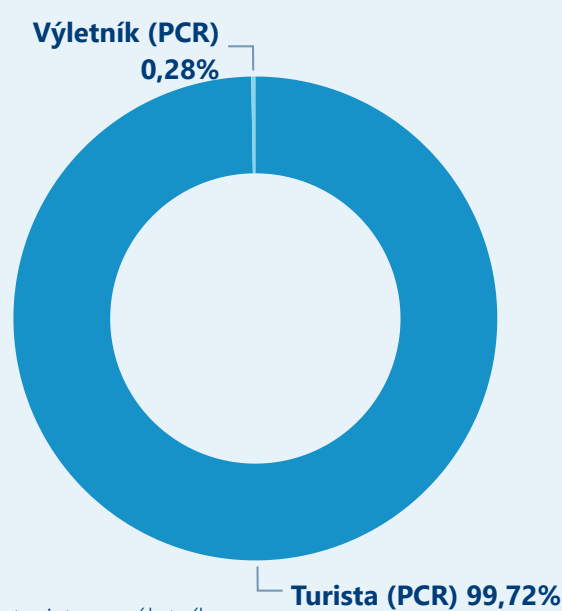
7 822 000 000

Příjmy z cestovního ruchu v Kč 2018

Vývoj příjmů z cestovního ruchu v mil. Kč ³

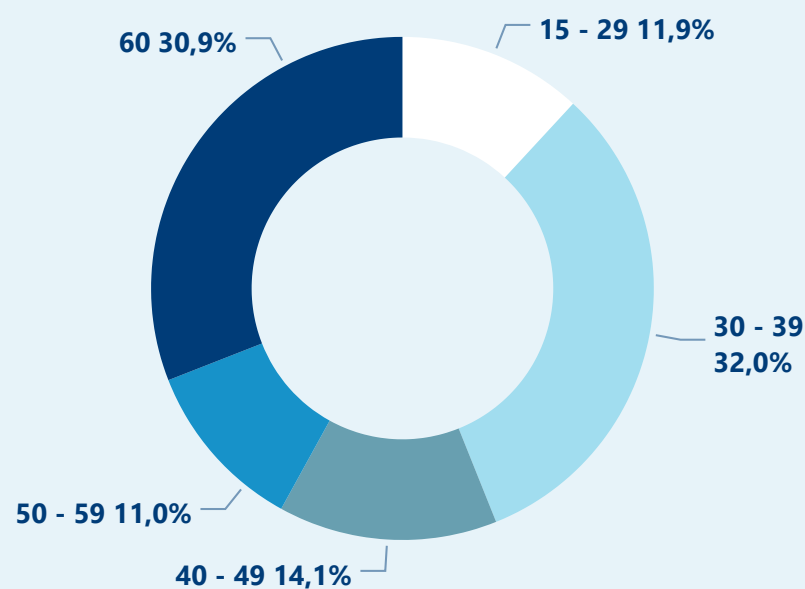


Struktura návštěvníků ⁴



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

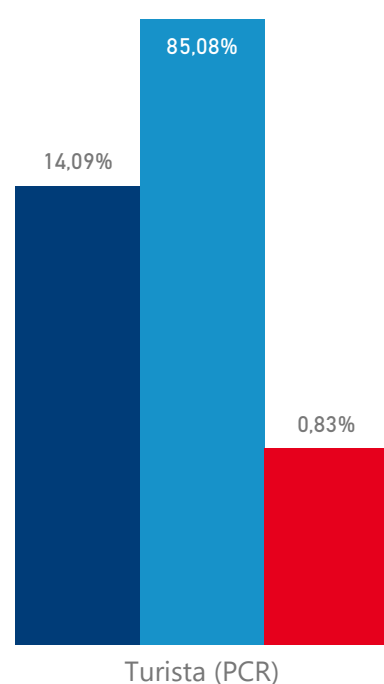
Věková struktura turistů ⁴



Zdrojová města

Data nejsou k dispozici.

Příjmová úroveň domácnosti ⁴



Legenda

● nadprůměrný ● průměrný ● podprůměrný

Průměrné výdaje na os/den v Kč ⁴

Před cestou

Turista (PCR) 3736

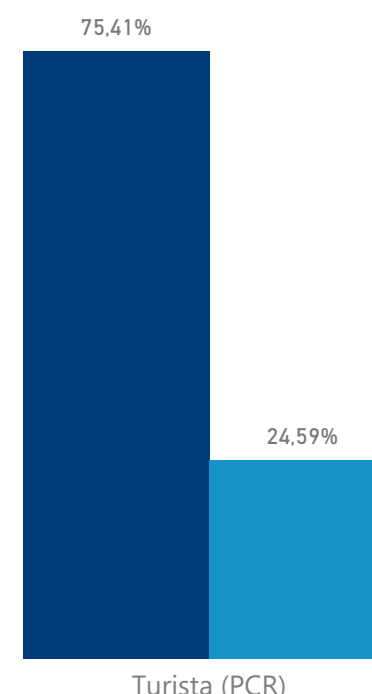
Během pobytu

Turista (PCR) 1763

Celkem

Turista (PCR) 5500

Frekvence návštěv turistů ⁴



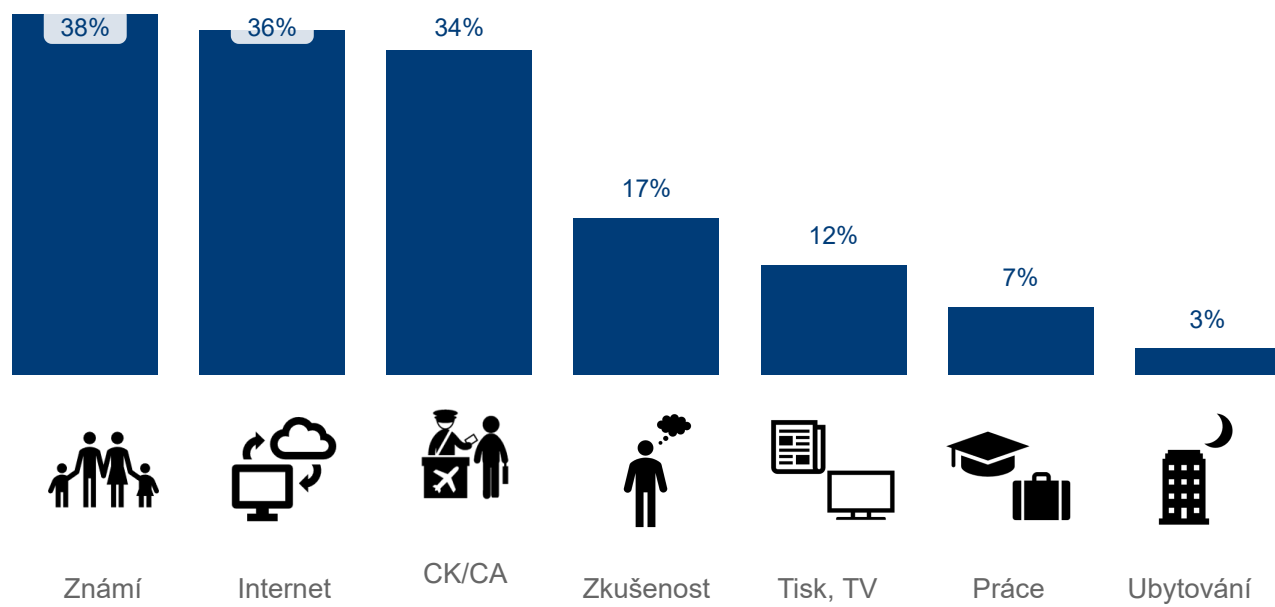
Legenda

● poprvé ● opakovaně ● pravidelně

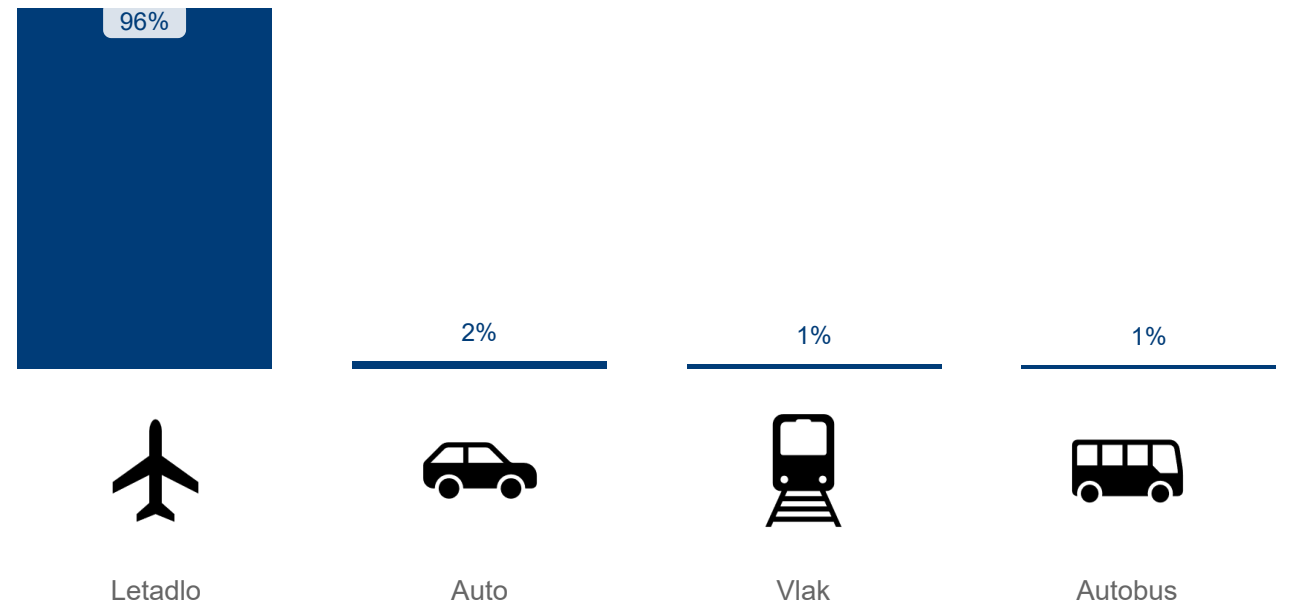
Zdroj: 1 - GDP growth (annual %), World Bank, 2019; 2 - International tourism, expenditures (% of total imports), World Bank, 2019; 3 - Platební bilance, ČNB, 2019; 4 - Tracking, PCR a DCR, CzechTourism, 2019



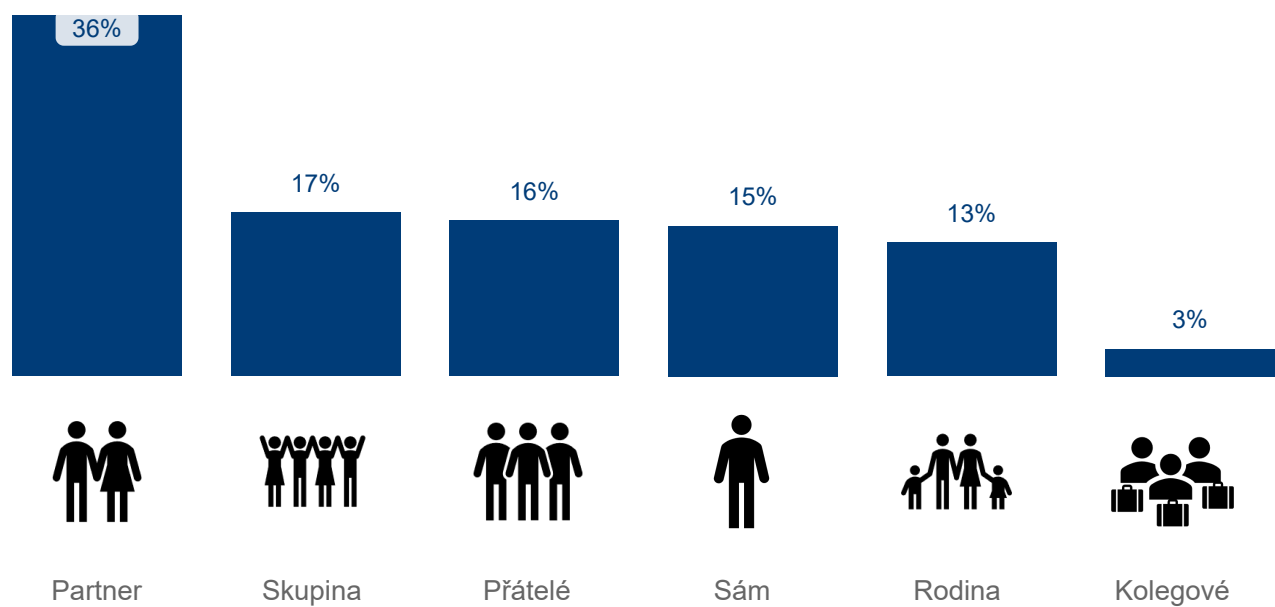
Informační zdroj návštěvníka *



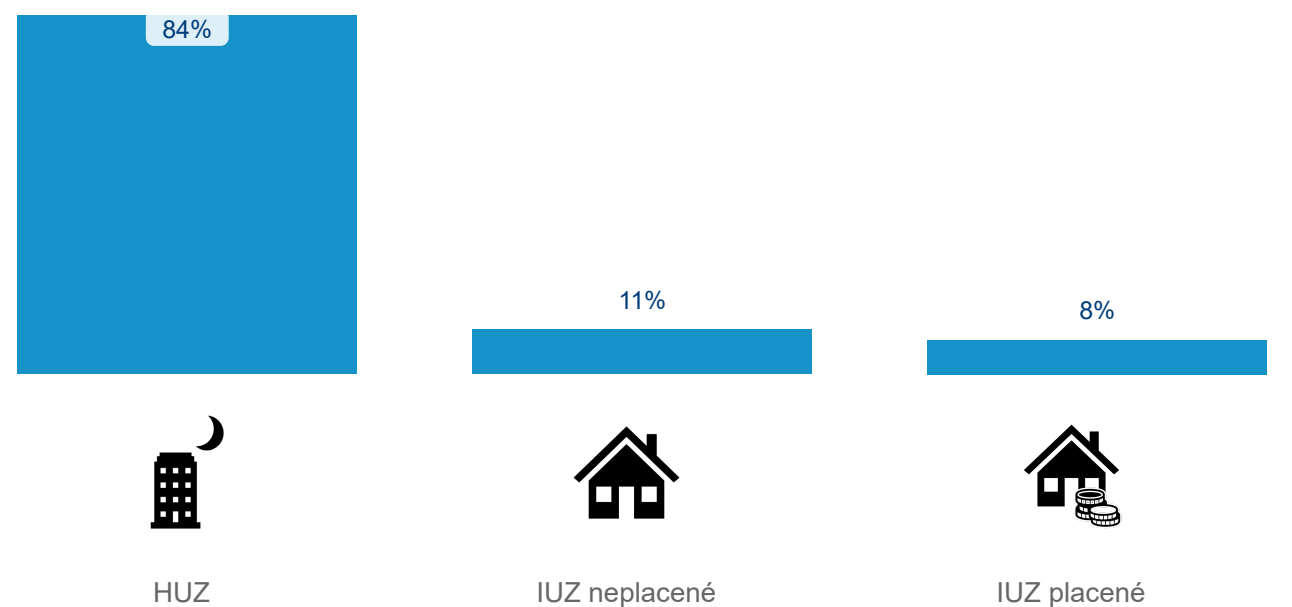
Dopravní prostředek návštěvníka



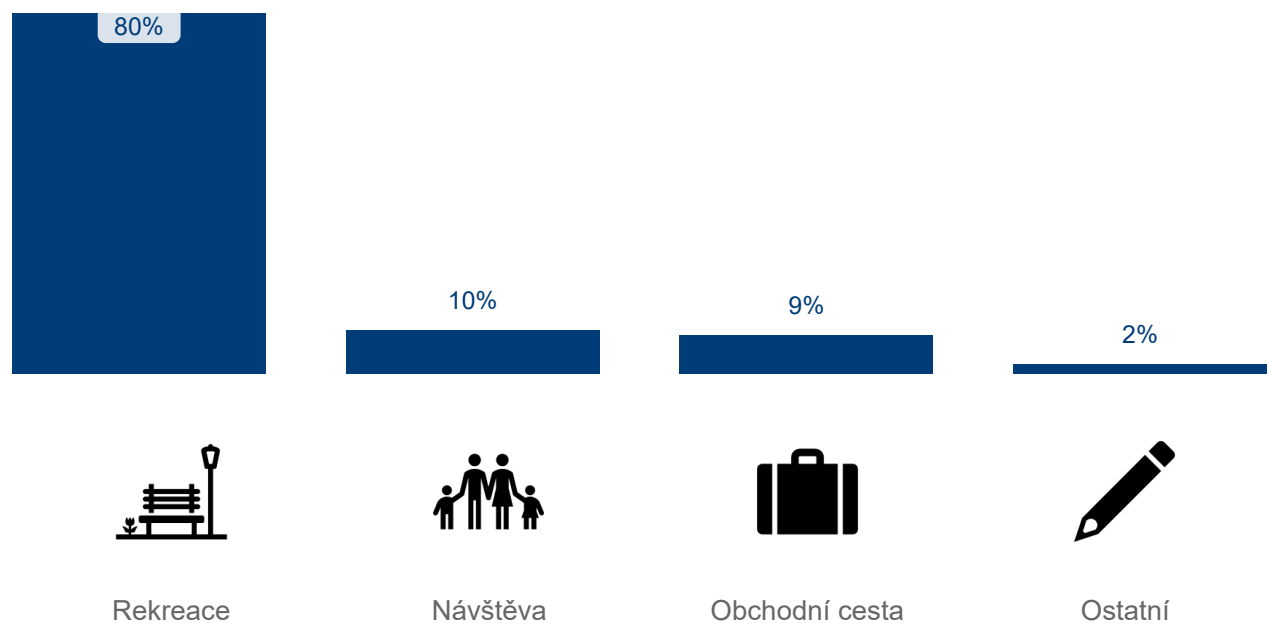
Doprovod návštěvníka



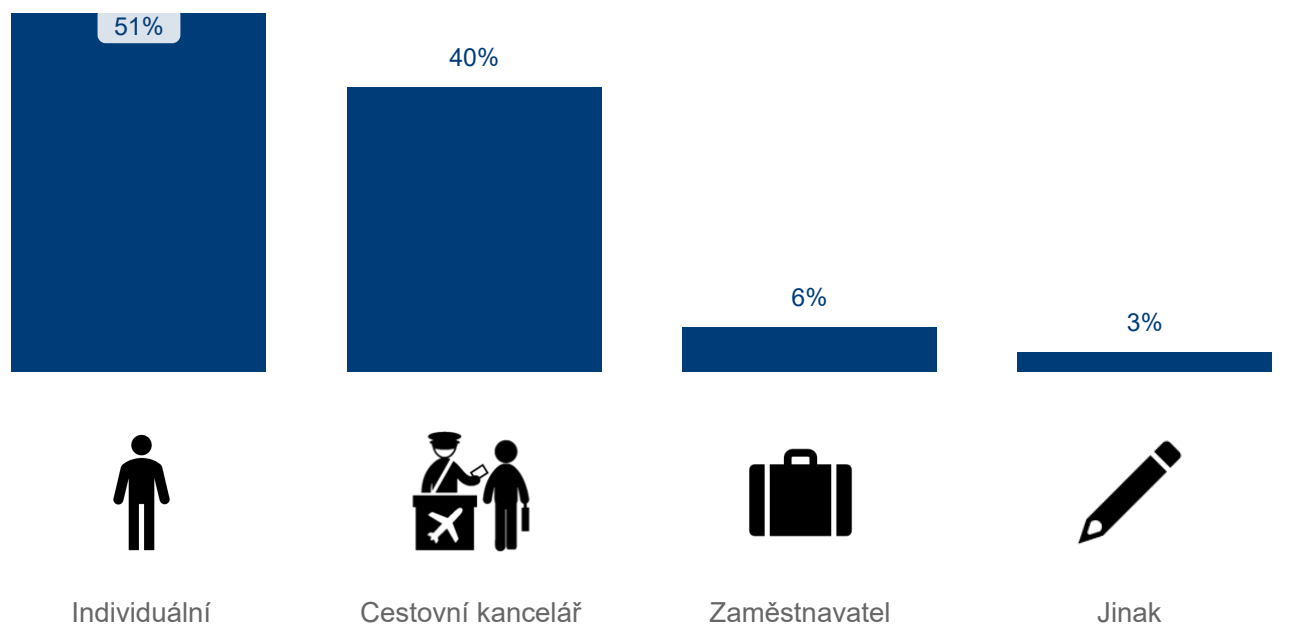
Typ ubytování turisty *



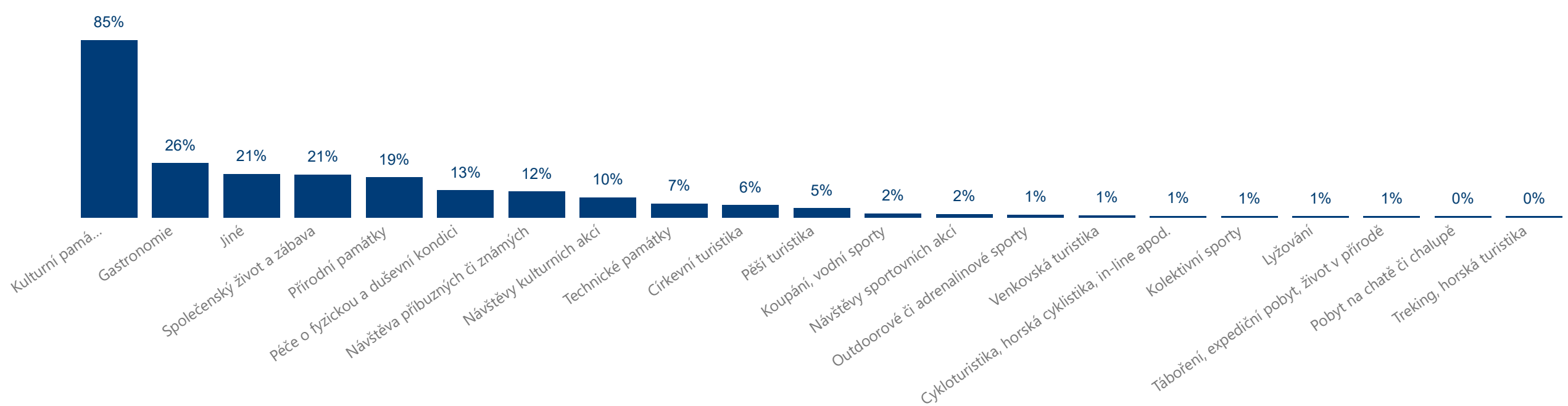
Hlavní důvod návštěvy návštěvníka



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



583 614

Počet turistů v HUZ



5,27%

Meziroční změna počtu turistů 2019/2018



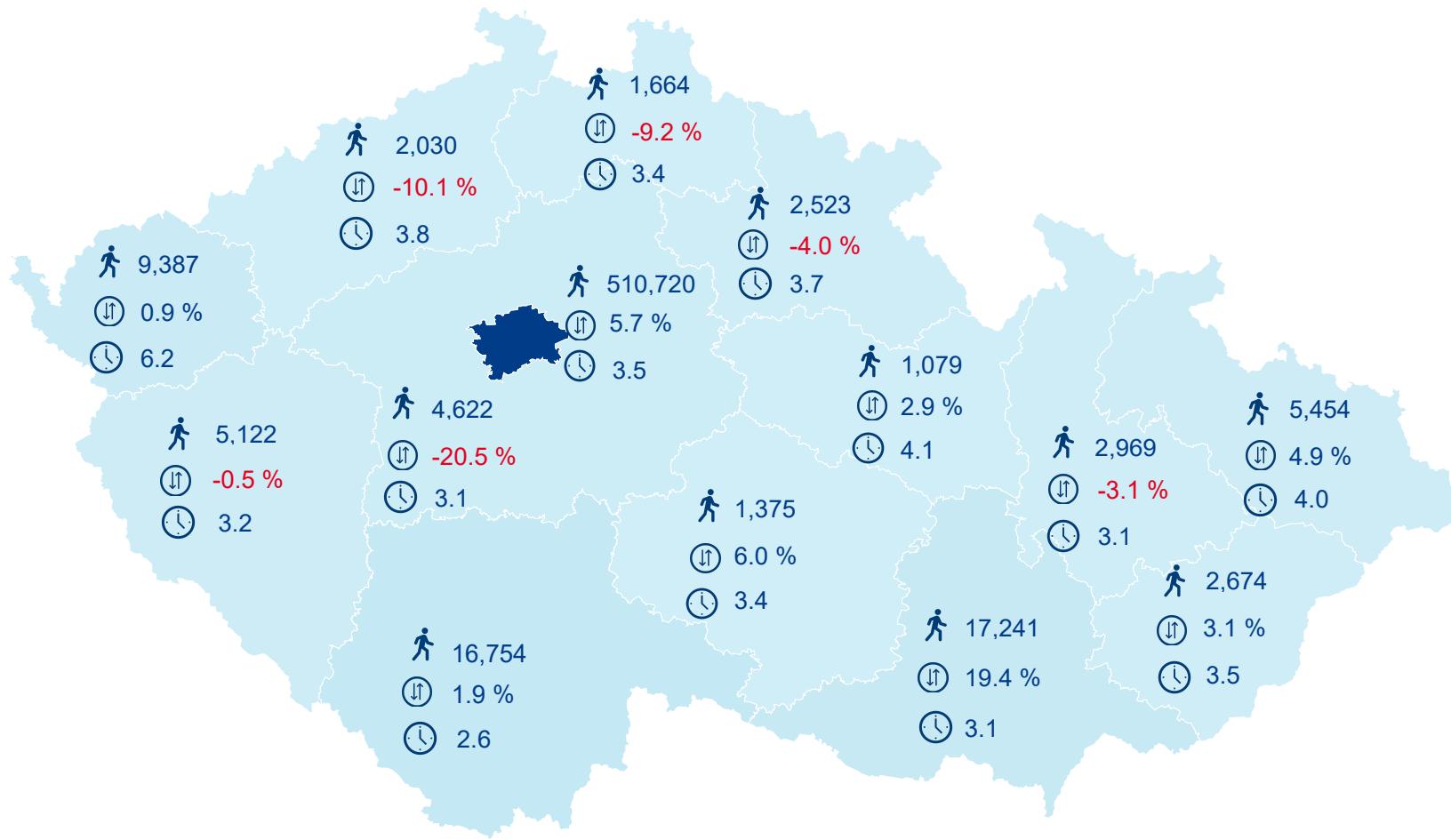
1 449 166

Počet nocí strávených v HUZ



3,48

Průměrná doba pobytu (dny)



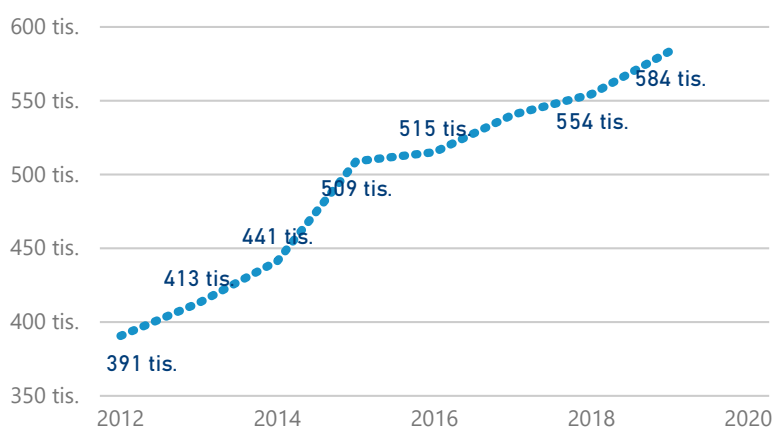
Legenda příjezdy turistů

- max
- střed
- min

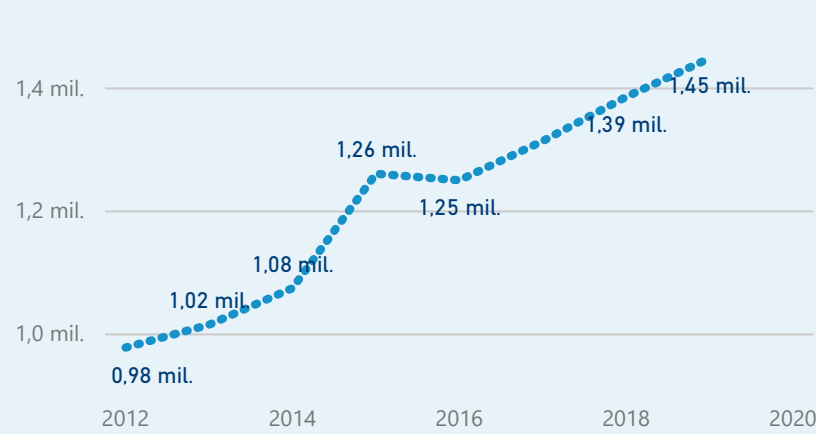
Top kategorie

rok 2018

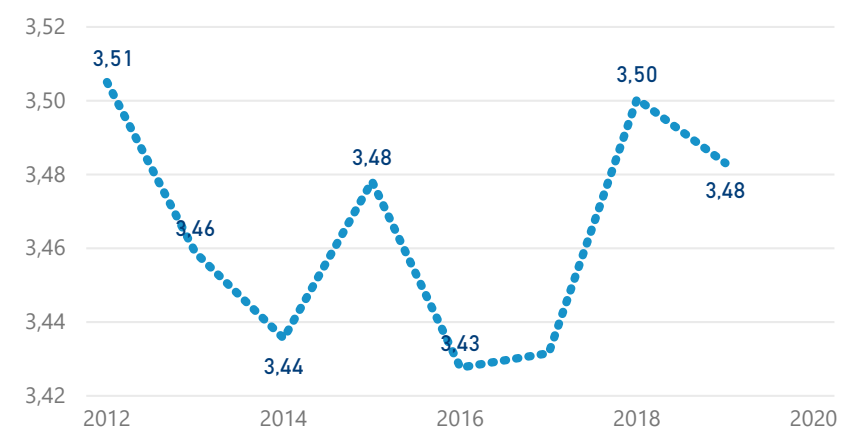
Počet turistů v HUZ



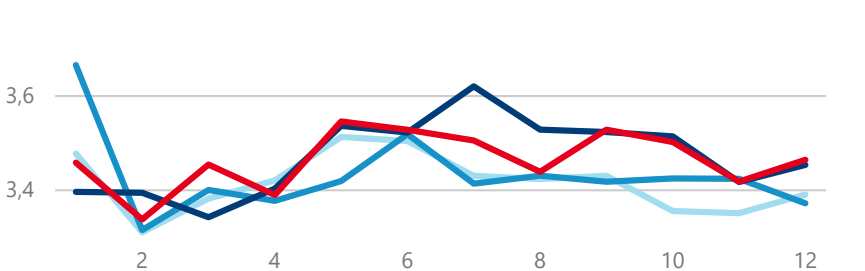
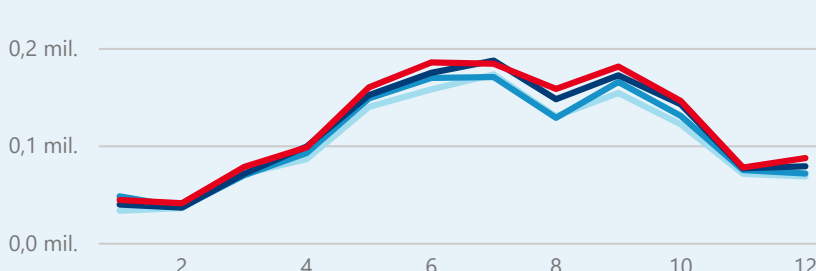
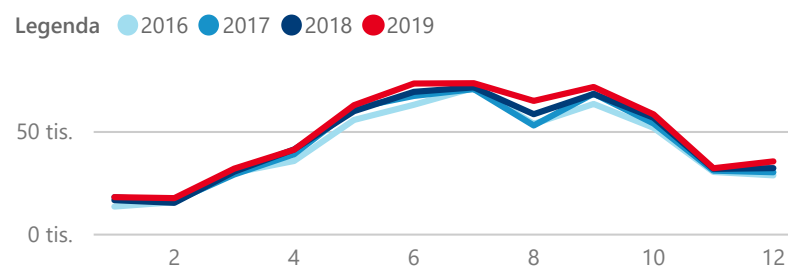
Počet přenocování v HUZ



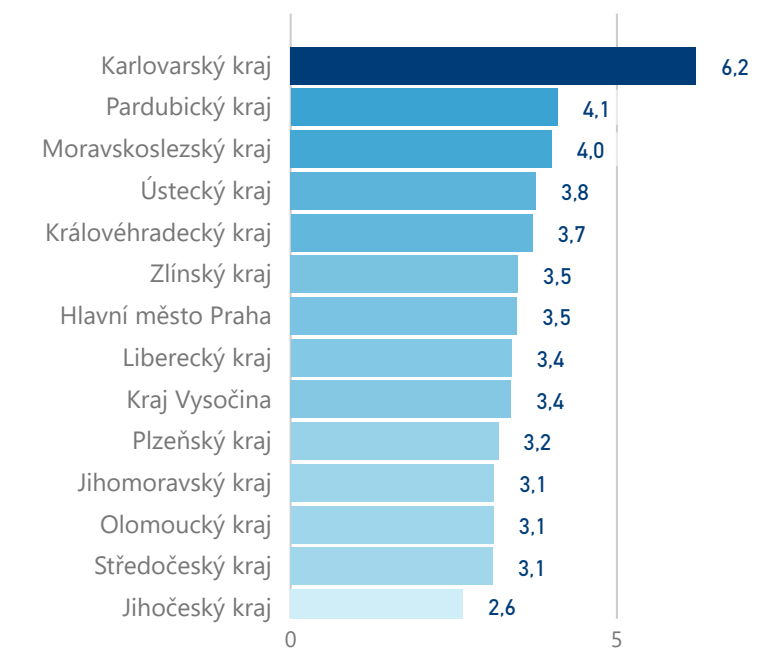
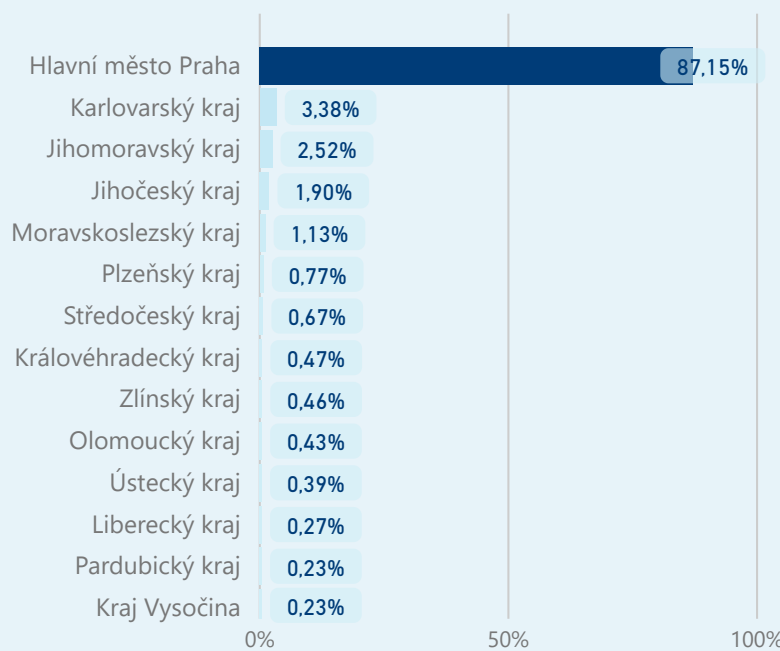
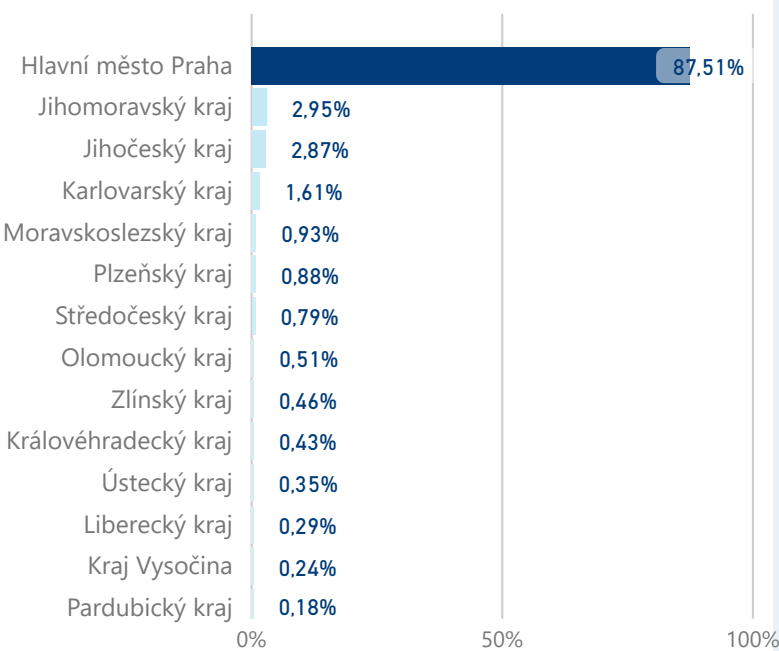
Průměrná doba pobytu (dny)



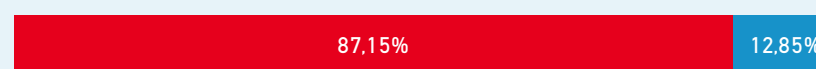
Sezonální srovnání



Rozložení v krajích



Praha a regiony



Legenda: ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Zdroj: Statistiky HUZ, Český statistický úřad, 2019



Charakteristika trhu

Cestovatelské zvyklosti

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 **svou rodinu či přátelé**. 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 a 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. 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 a 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

