

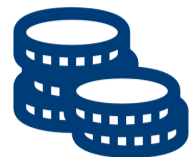


## Makroekonomická data



2,22

Meziroční růst HDP v % 2017/2016

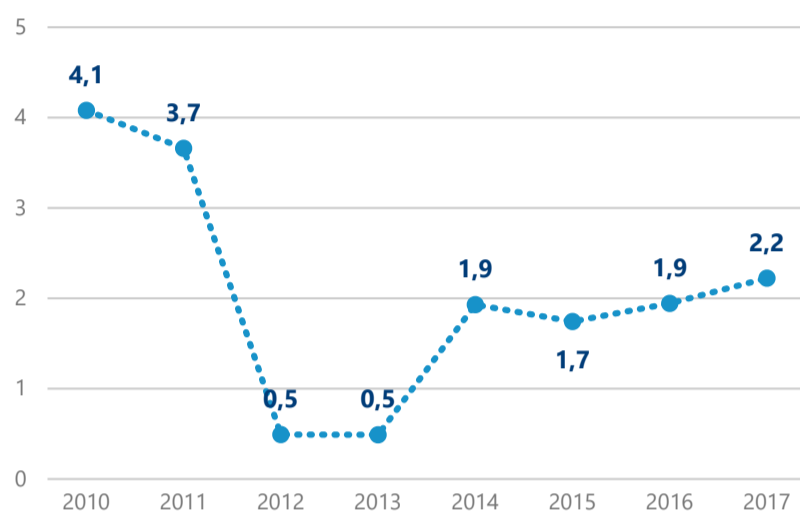
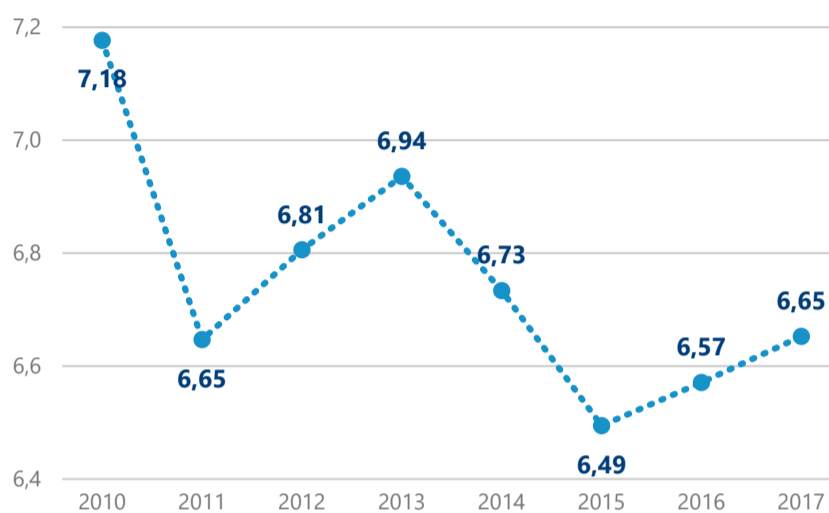
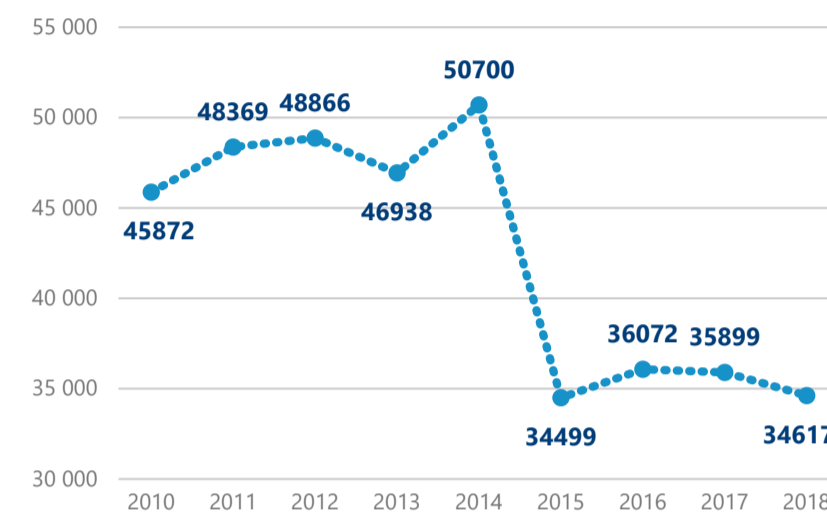
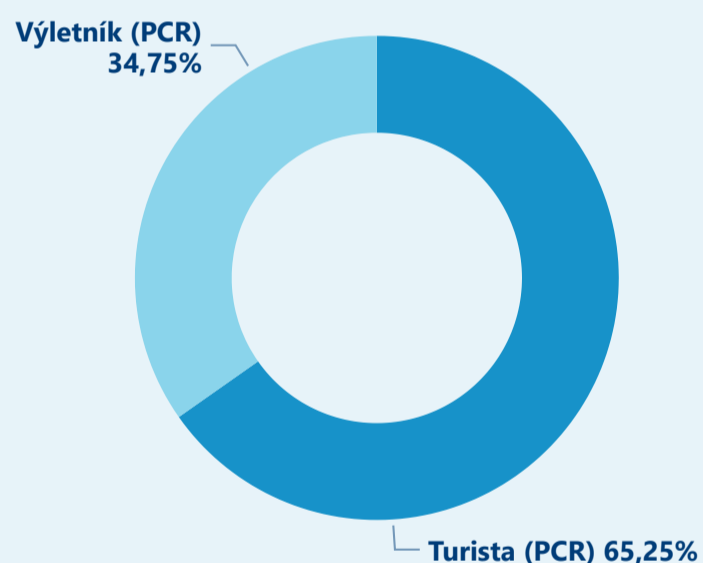


6,65

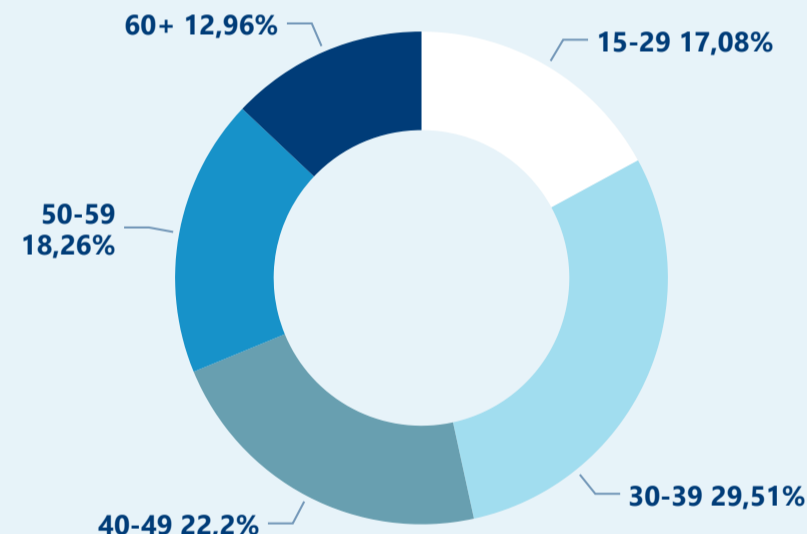
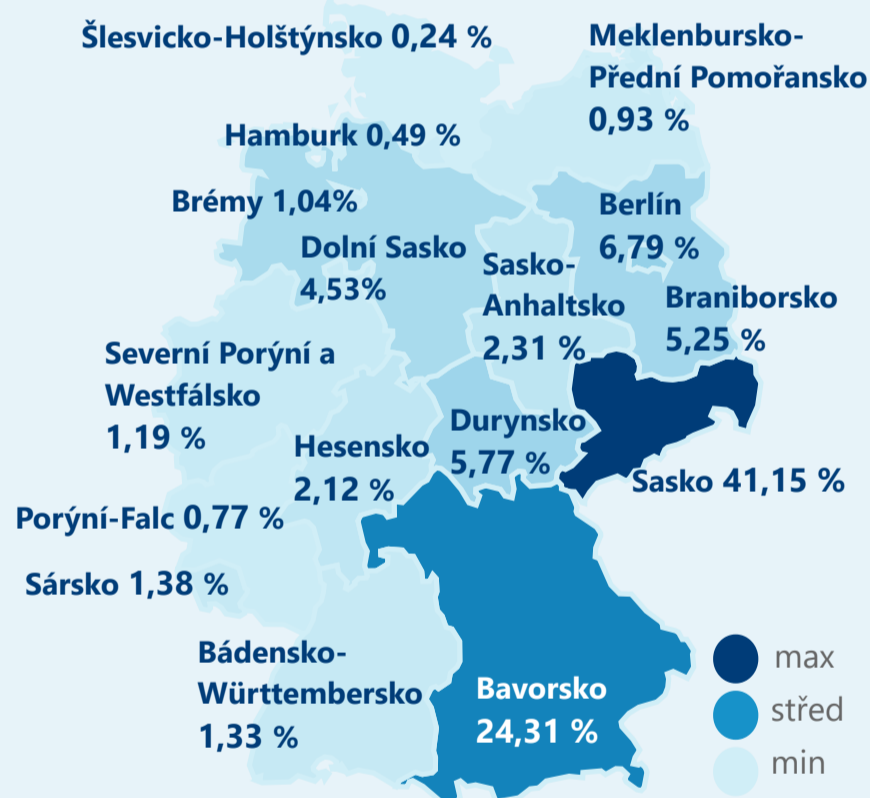
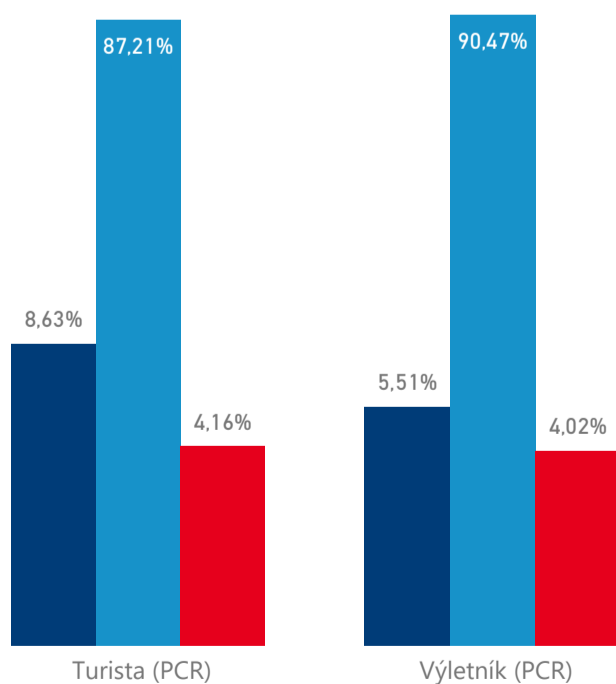
Výdaje na zahraniční cestovní  
ruch v % 2017

34 616 500 000

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>

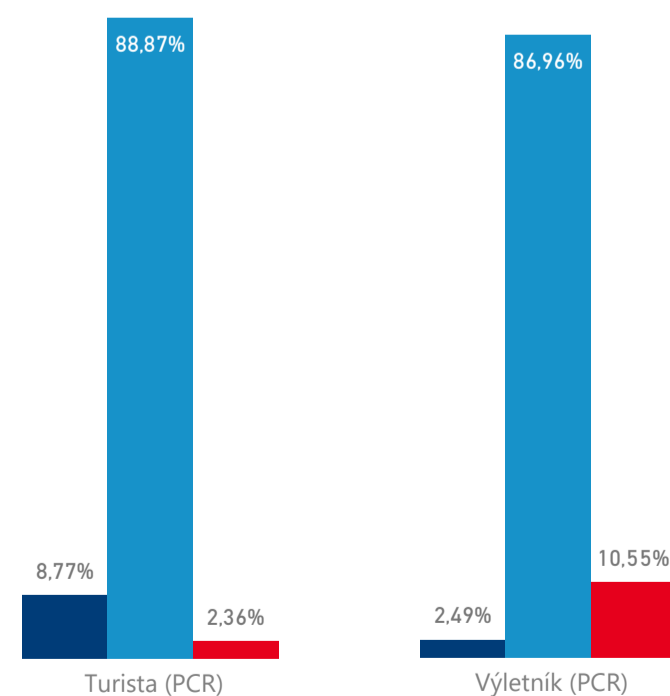
## Před cestou



## Během pobytu



## Celkem

Frekvence návštěv <sup>4</sup>

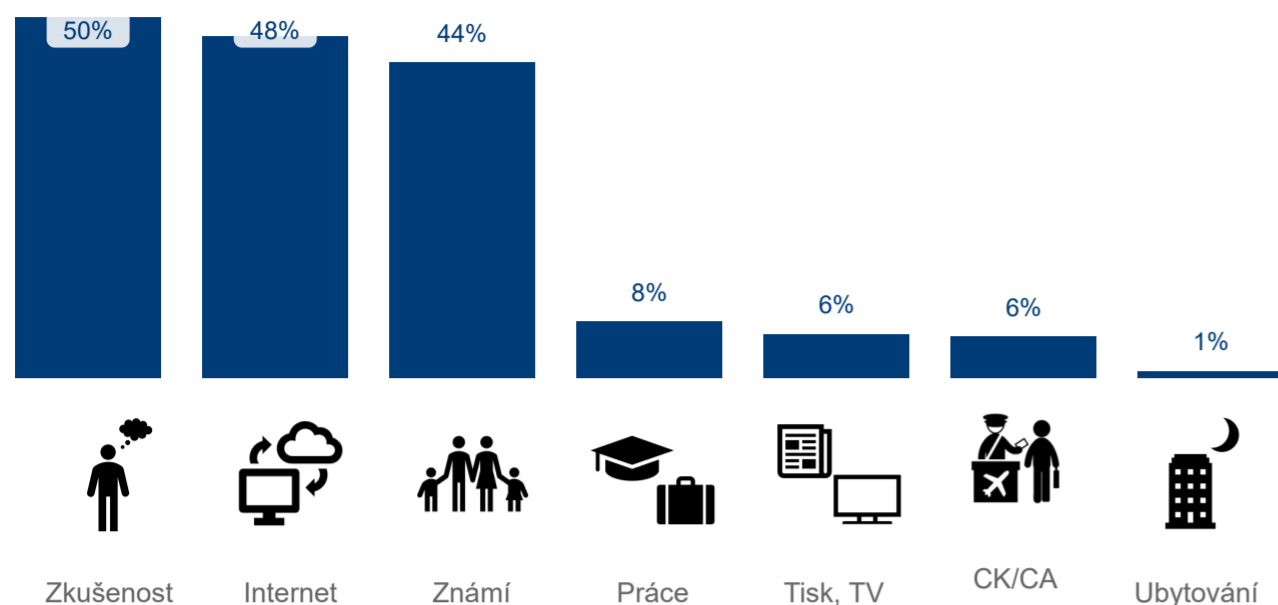
## Legenda

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

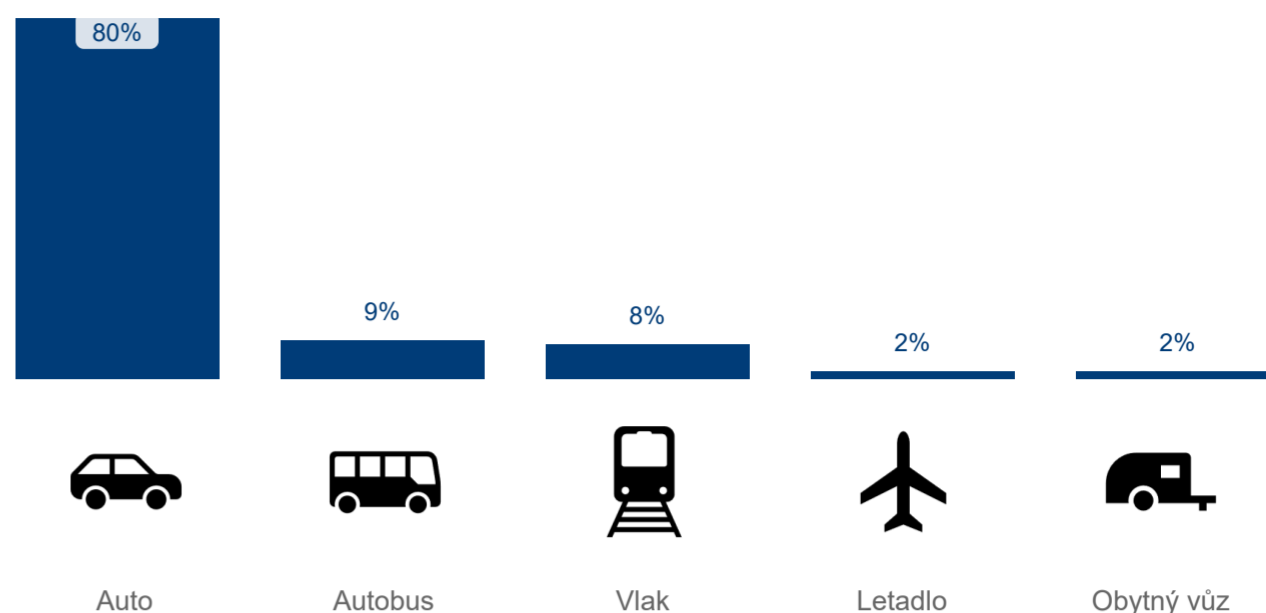
Zdroj: 1 - GDP growth (annual %), World Bank, 2019; 2 - International tourism, expenditures (% of total imports), World Bank, 2019; 3 - Platební bilance, ČNB, 2019; 4 - Tracking, PCR a DCR, CzechTourism, 2019



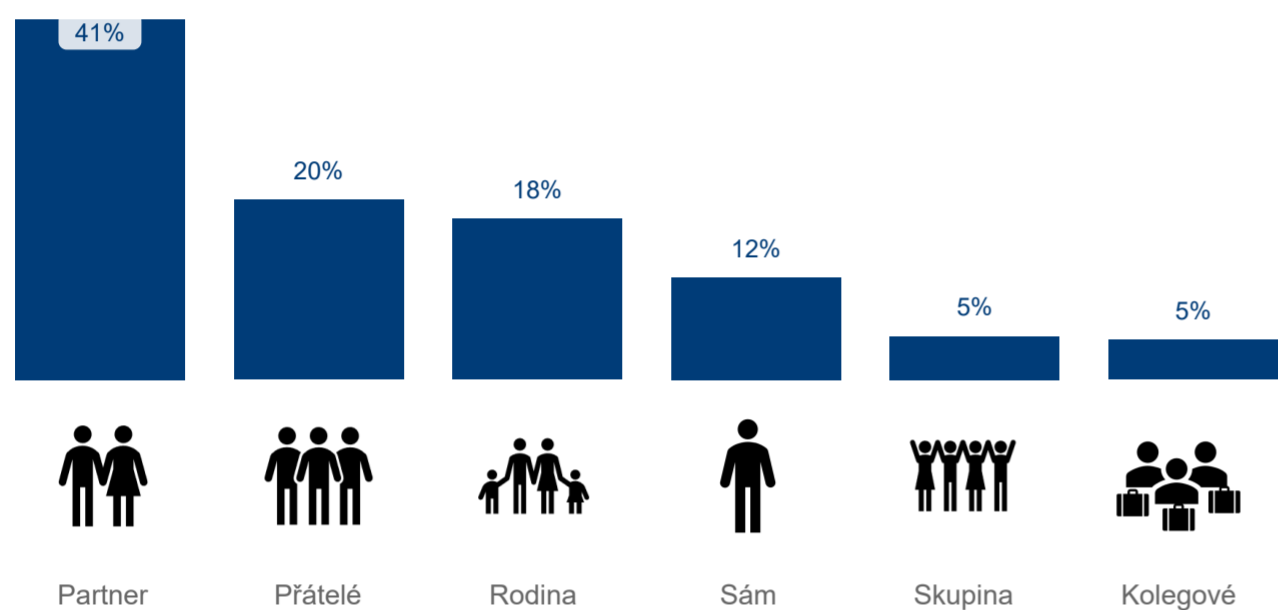
## Informační zdroj návštěvníka \*



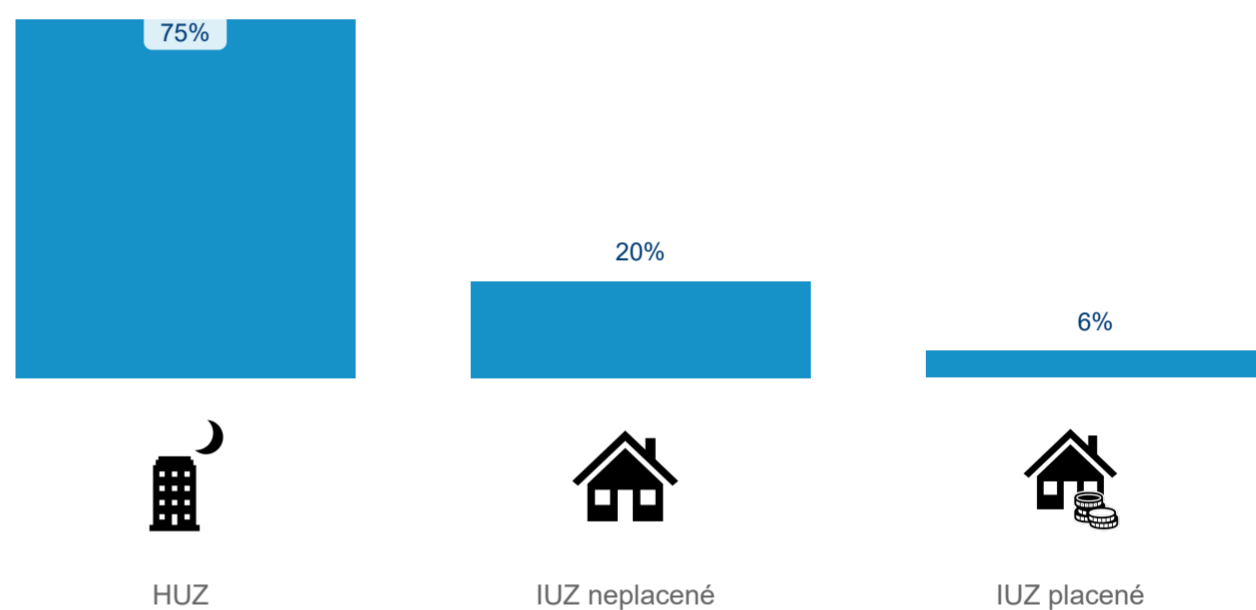
## Dopravní prostředek návštěvníka



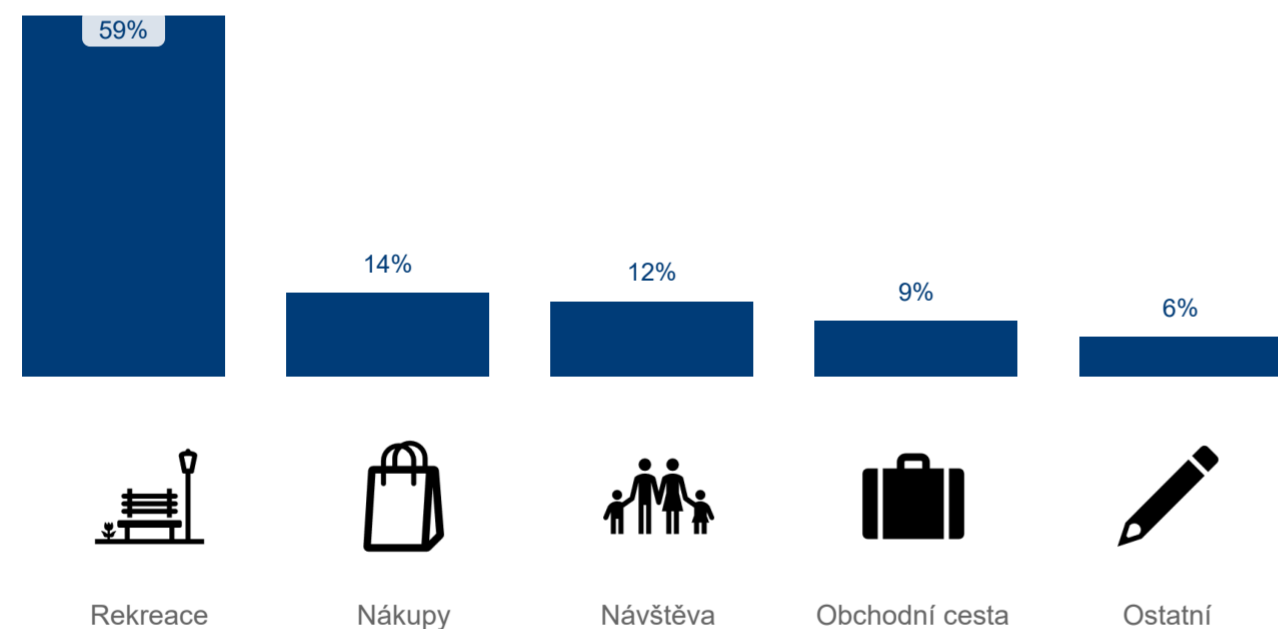
## Doprovod návštěvníka



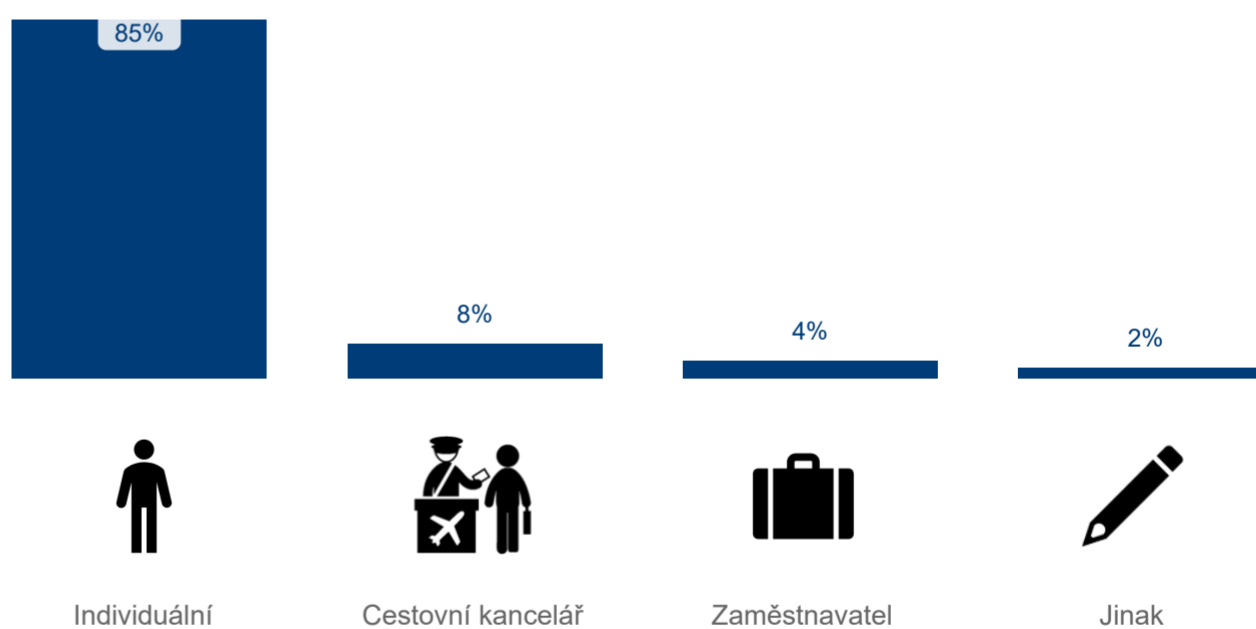
## Typ ubytování turisty \*



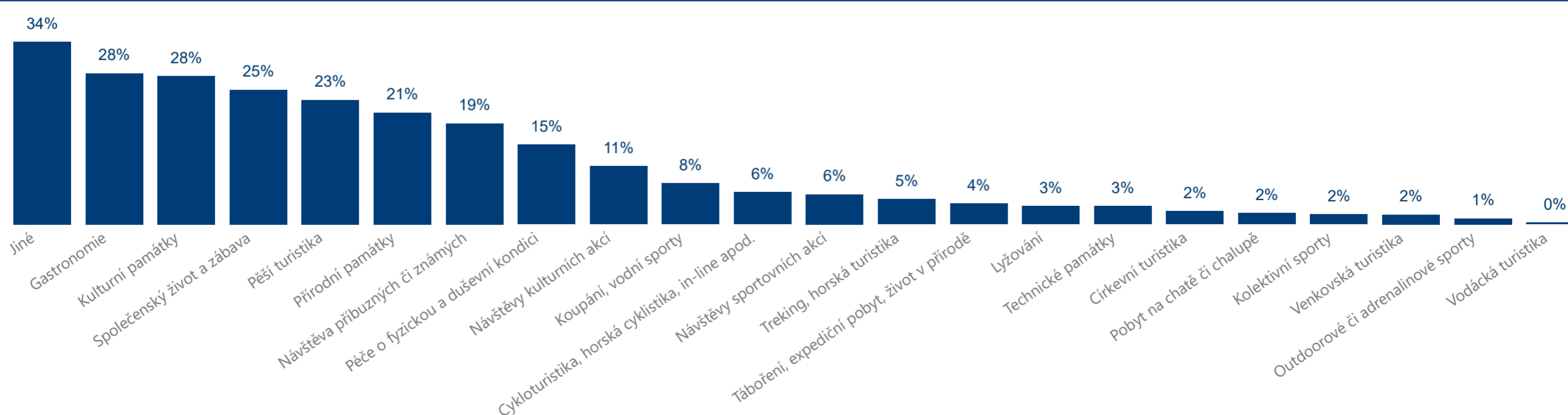
## Hlavní důvod návštěvy návštěvníka



## 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



2 031 104

Počet turistů v HUZ



3,49%

Meziroční změna počtu turistů 2018/2017



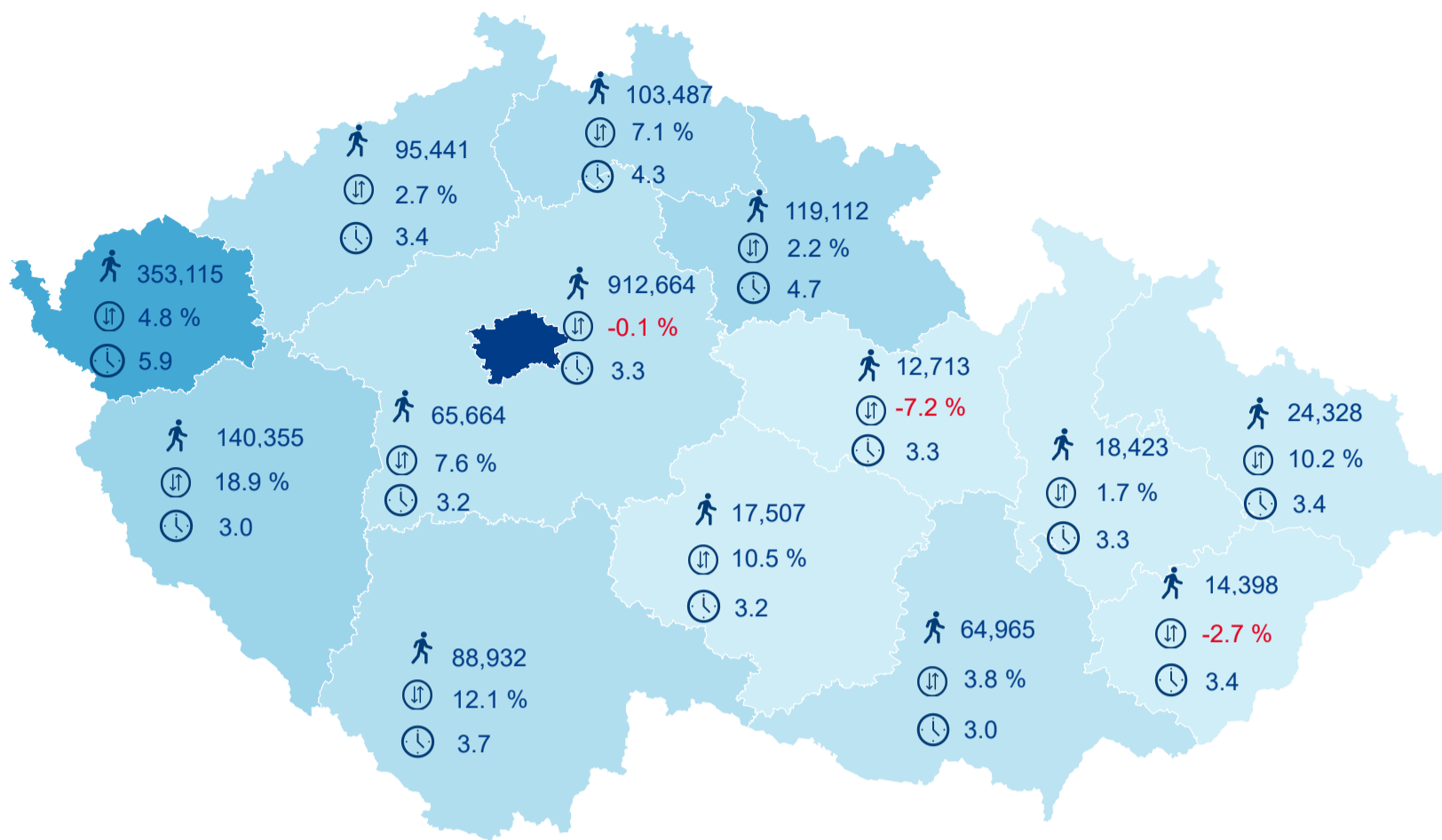
5 850 760

Počet nocí strávených v HUZ



3,88

Průměrná doba pobytu (dny)



Legenda příjezdy turistů

- max
- střed
- min

### Top kategorie

Hotel 4\*

921 930

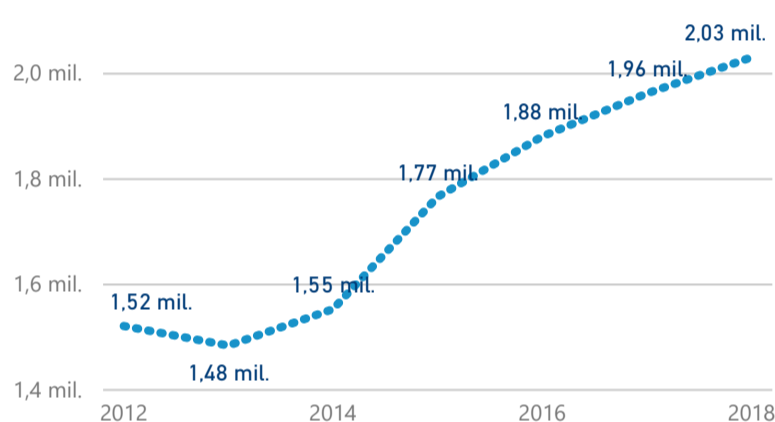
Hotel 3\*

603 399

Penzion

119 677

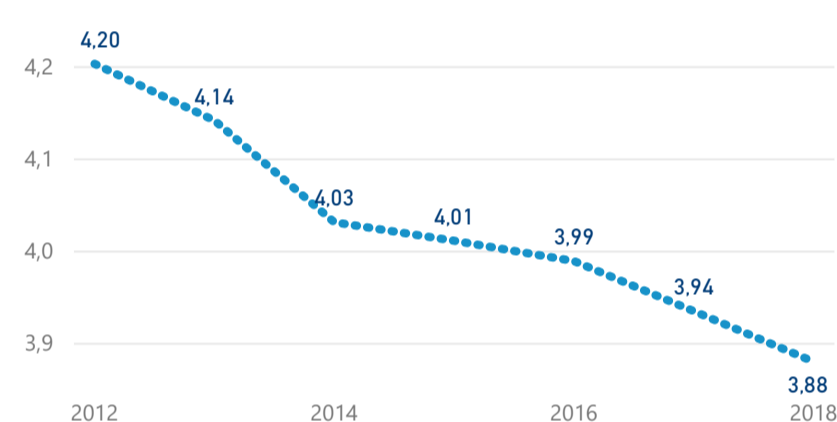
### Počet turistů v HUZ



### Počet přenocování v HUZ

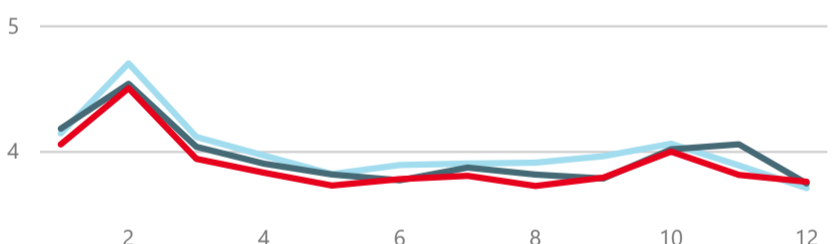
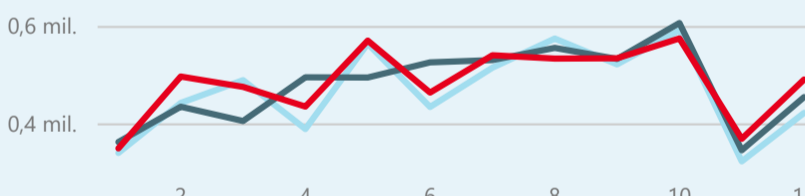
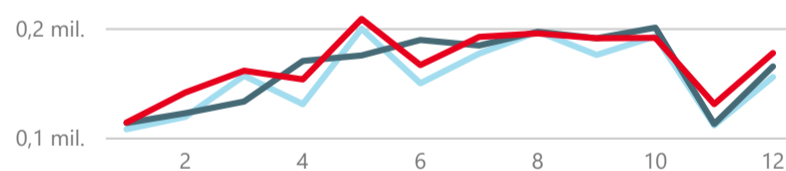


### Průměrná doba pobytu (dny)

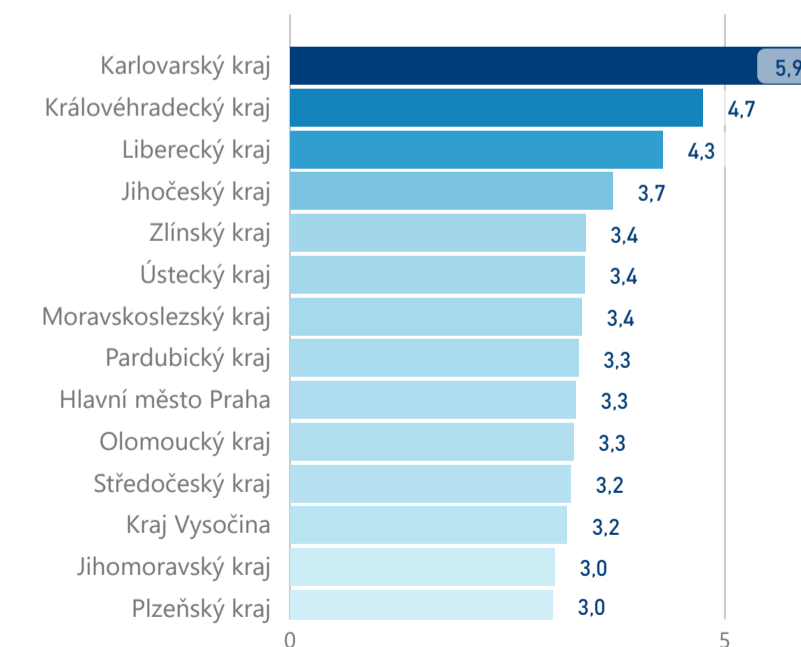
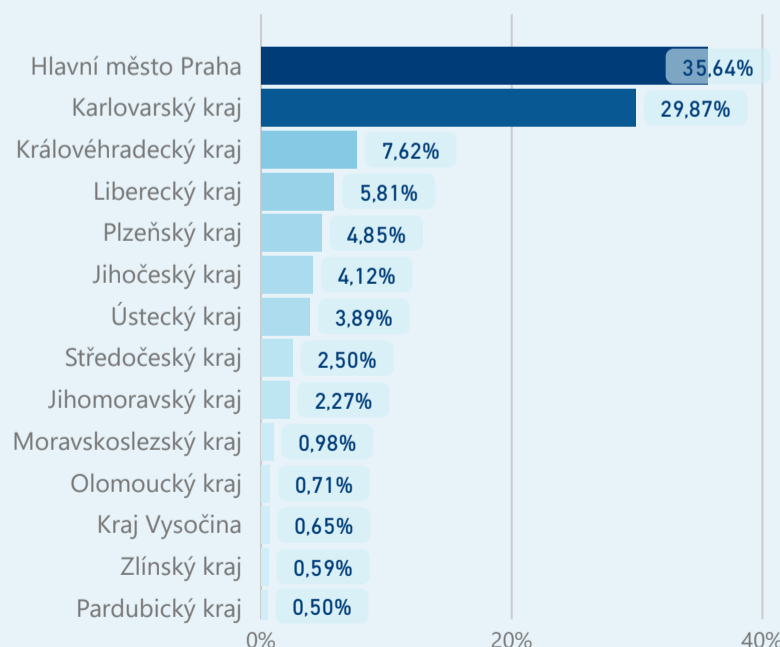
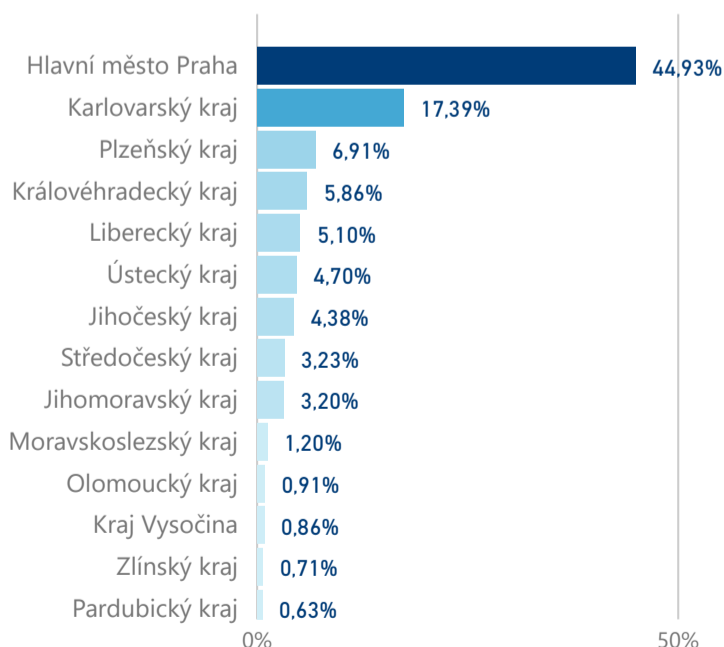


### Sezonální srovnání

Legenda 2016 2017 2018



### Rozložení v krajích



### Praha a regiony



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Zdroj: Statistika HUZ, Český statistický úřad, 2019



## Charakteristika trhu

### Cestovatelské zvyklosti

Při výběru dovolené kladou důraz na **atraktivitu daného místa, okolní přírodu, ale také dostupnou formu stravování.**

Zdroj informací Internetu, sociální sítě (lidé věku 18-44 let).

### Česká republika

**3/4 Němců již ČR navštívily, více, jak polovina z nich se chystá svou návštěvu opakovat.**

Vyšší míra loajality u Němců s nižším příjmem a také starších lidí ve věku 55-64 let.

**USP ČR = snadná dostupnost krás přírody a historických památek, díky blízké dojezdové vzdálenosti**

**V ČR Němce lákají nejvíce památky a regionální turistika**

**ČR dokáže zaujmout cílovou skupinu rodin s dětmi!** ČR se umístila na třetí příčce ve vhodnosti pro návštěvu s dětmi, hned za Německem a Rakouskem.

Při cestování je pro rodiny celkově důležité, aby místo nabízelo **různé aktivity a zábavu pro děti.**

*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:**  
Další památky a zajímavá místa v okolí  
Historie památek  
Cena vstupného

**TOP ATRAKTIVITY:**  
Historická města  
Gastronomické zážitky  
Tradiční nebo folklórní události

**LÁKADLO ČR:**  
Kostely a duchovní místa



#### Regionální



**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**  
Další zajímavá místa v okolí  
Výše vstupného  
Možnost občerstvení

**TOP ATRAKTIVITY:**  
Hrady a zámky  
Památky UNESCO  
Přírodní rezervace

**LÁKADLO ČR:**  
Místa spojená s tradičními řemesly  
Pivní události



#### Rekreační



**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**  
Možnost koupání  
Možnost občerstvení  
Možnost výletů v okolí

**TOP ATRAKTIVITY:**  
Možnost koupání  
Možnost občerstvení  
Možnost výletů v okolí

#### Wellness



**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**  
Nabídka relaxačních zařízení  
Forma ubytování  
Okolní příroda

**TOP ATRAKTIVITY:**  
Wellness pobyty  
Ozdravné pobyty

**LÁKADLO ČR:**  
Lázně z vlastní iniciativy



#### Aktivní



**CO ROZHODUJE O NÁVŠTĚVĚ:**  
Kvalita stezek/tratí/sjezdovek  
Bezpečnost/úroveň bezpečnostních opatření  
Kvalita značení stezek/tratí

**TOP ATRAKTIVITY:**  
Aktivní pěší turistika  
Cykloturistika  
Sjíždění řek

**LÁKADLO ČR:**  
Jízda na horských kolech



## 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.