

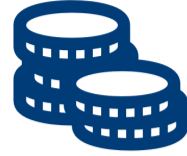


Makroekonomická data



0,56

Meziroční růst HDP v % 2019/2018



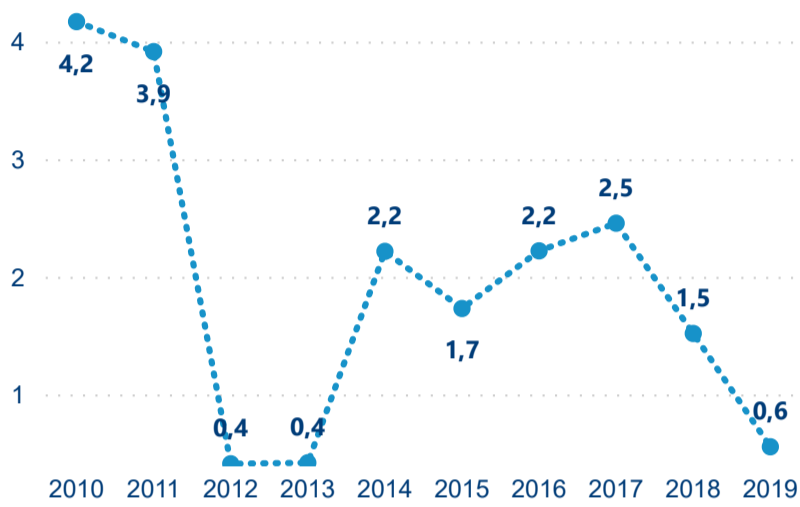
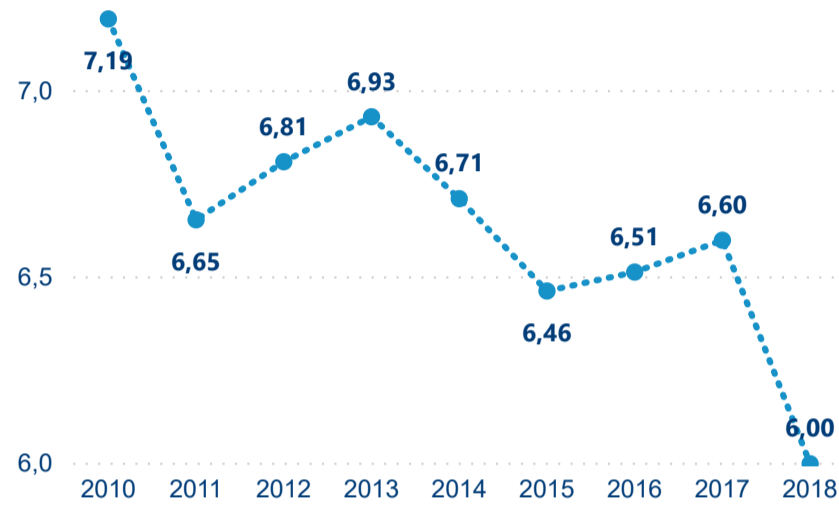
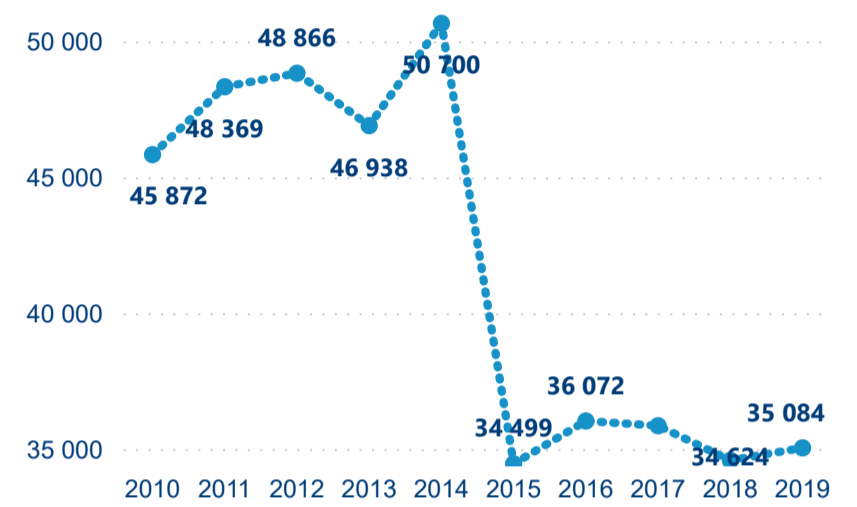
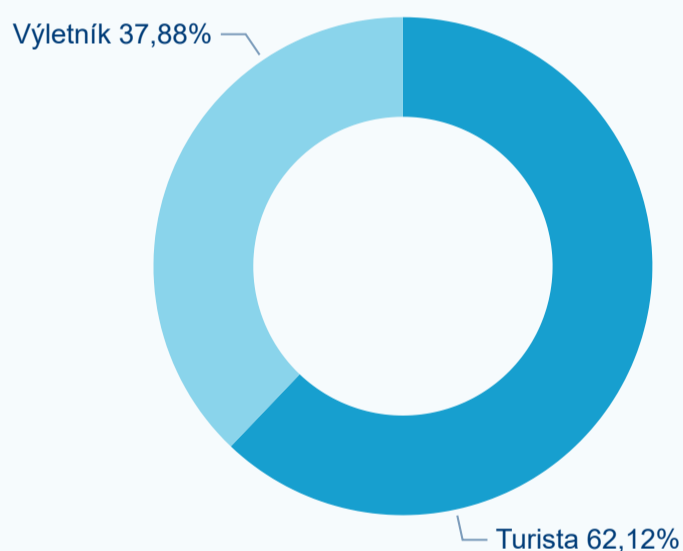
6,00

Výdaje na zahraniční cestovní ruch v % 2018

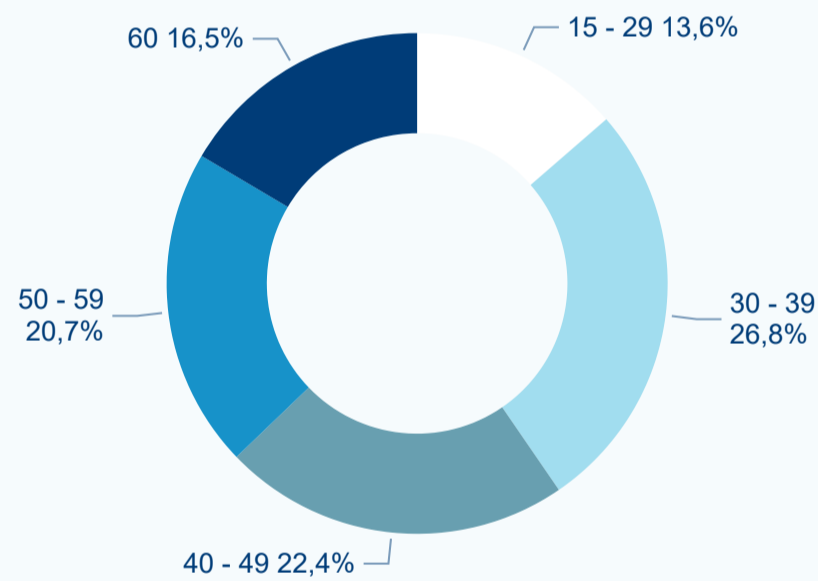


35 083 597 316

Příjmy z cestovního ruchu v Kč 2019

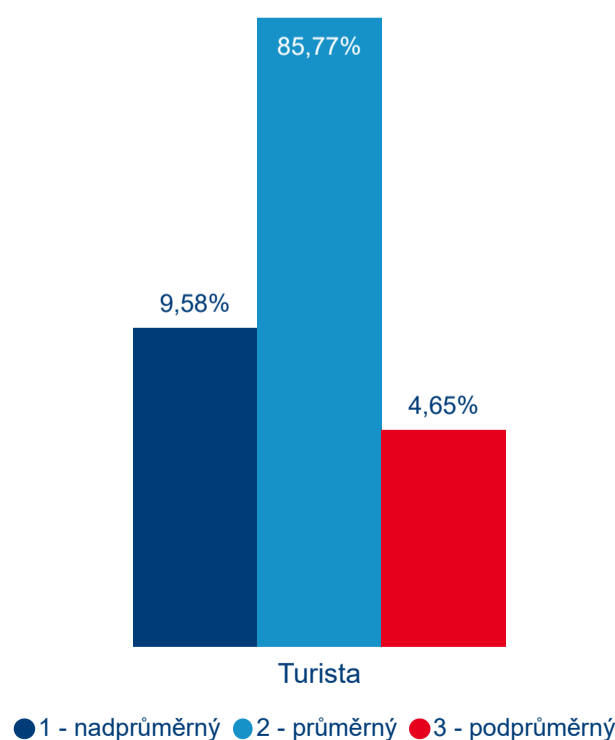
Vývoj HDP v % ¹Vývoj výdajů na zahraniční cestovní ruch (%) ²Vývoj příjmů z cestovního ruchu v mil. Kč ³Struktura návštěvníků ⁴

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

Věková struktura turistů ⁴

Zdrojová města

Zdrojová data nejsou k dispozici.

Příjmová úroveň domácnosti ⁴Průměrné výdaje na os/den ⁴

Před cestou

695 Kč

Turista

535 Kč

Výletník

Během pobytu

901 Kč

Turista

2 401 Kč

Výletník

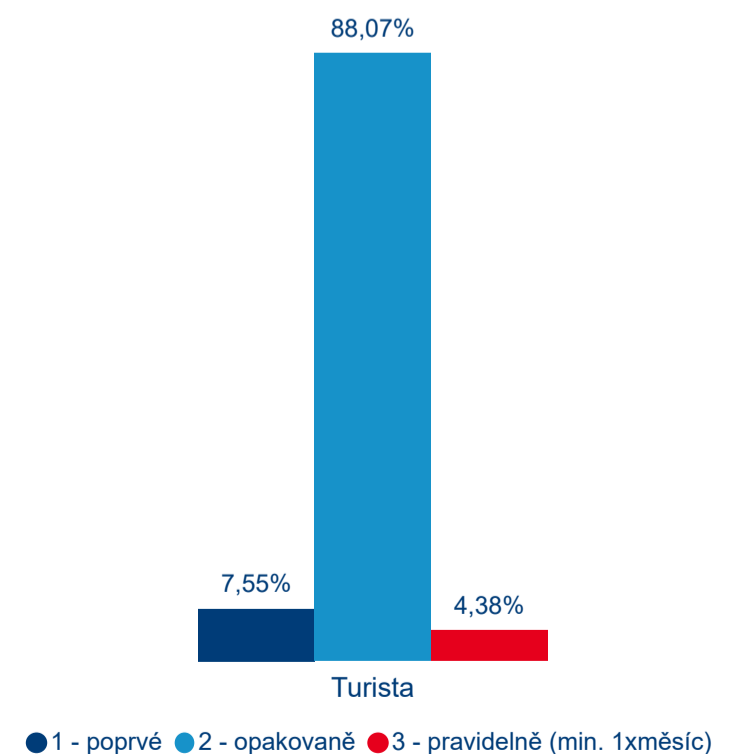
Celkem

1 596 Kč

Turista

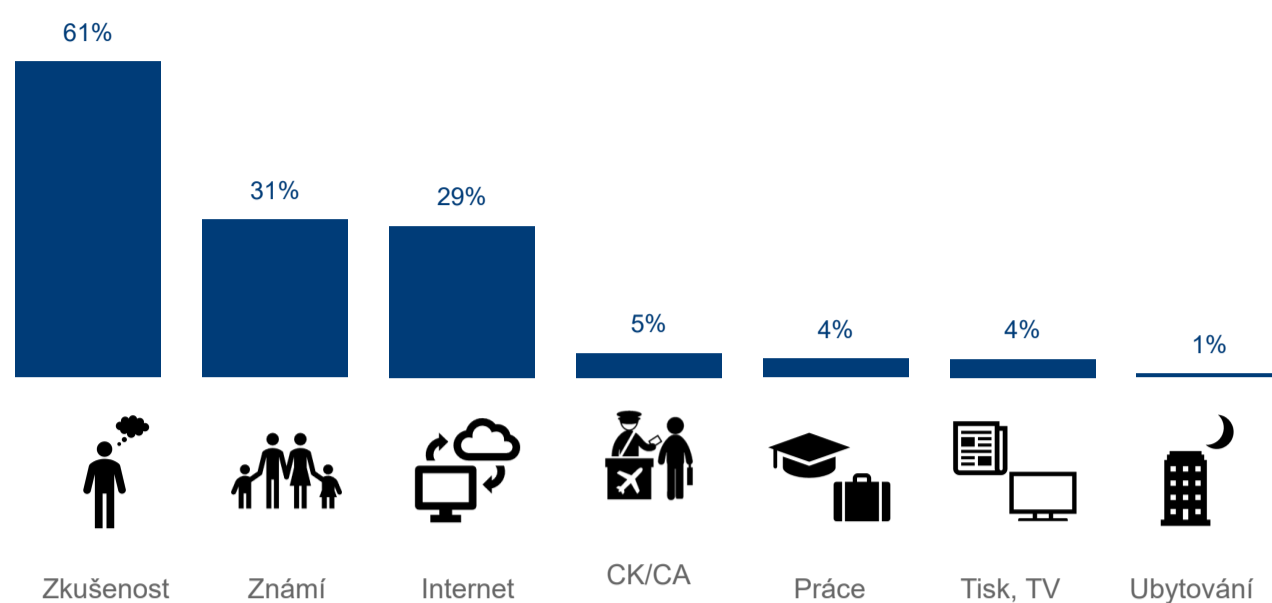
2 936 Kč

Výletník

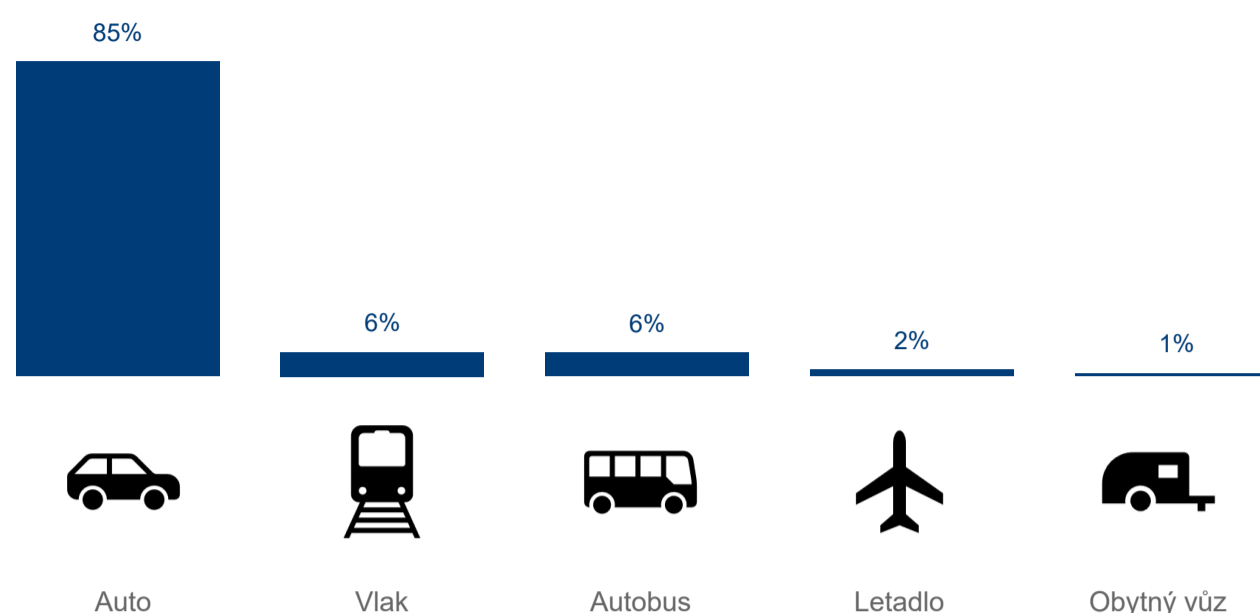
Frekvence návštěv turistů ⁴



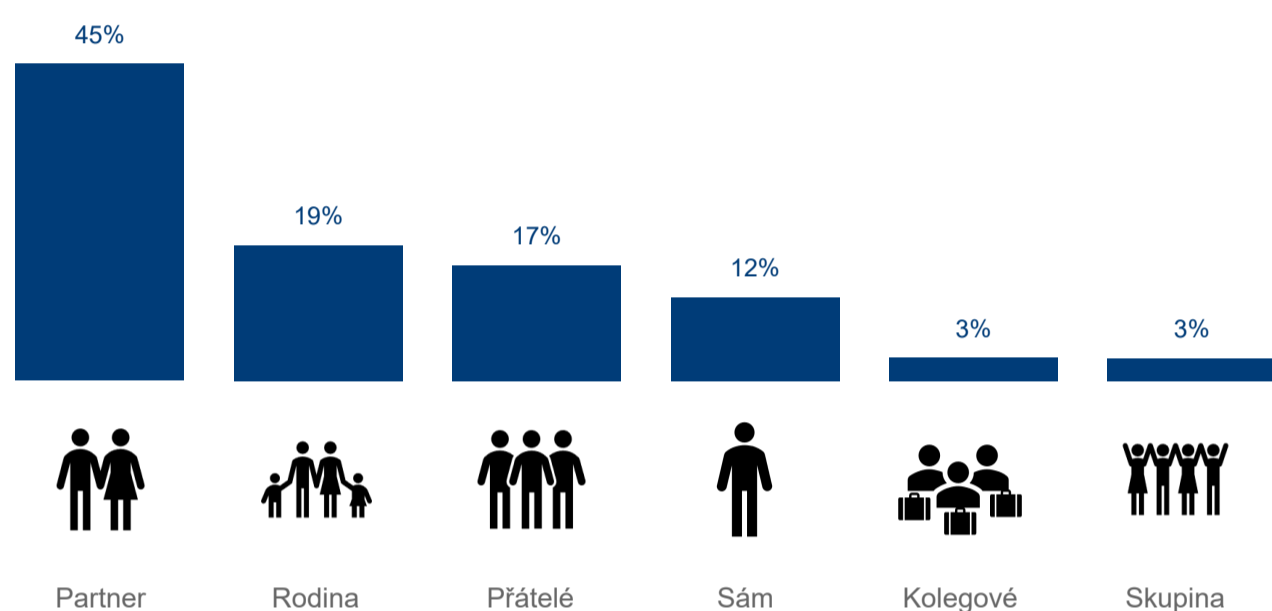
Informační zdroj návštěvníka *



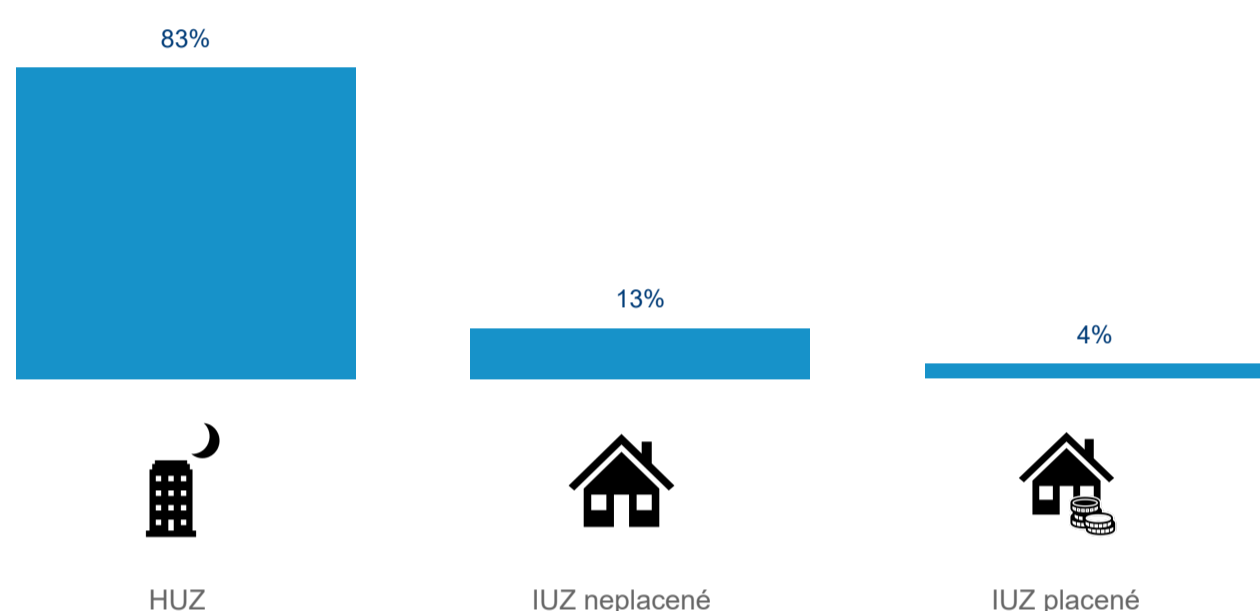
Dopravní prostředek návštěvníka



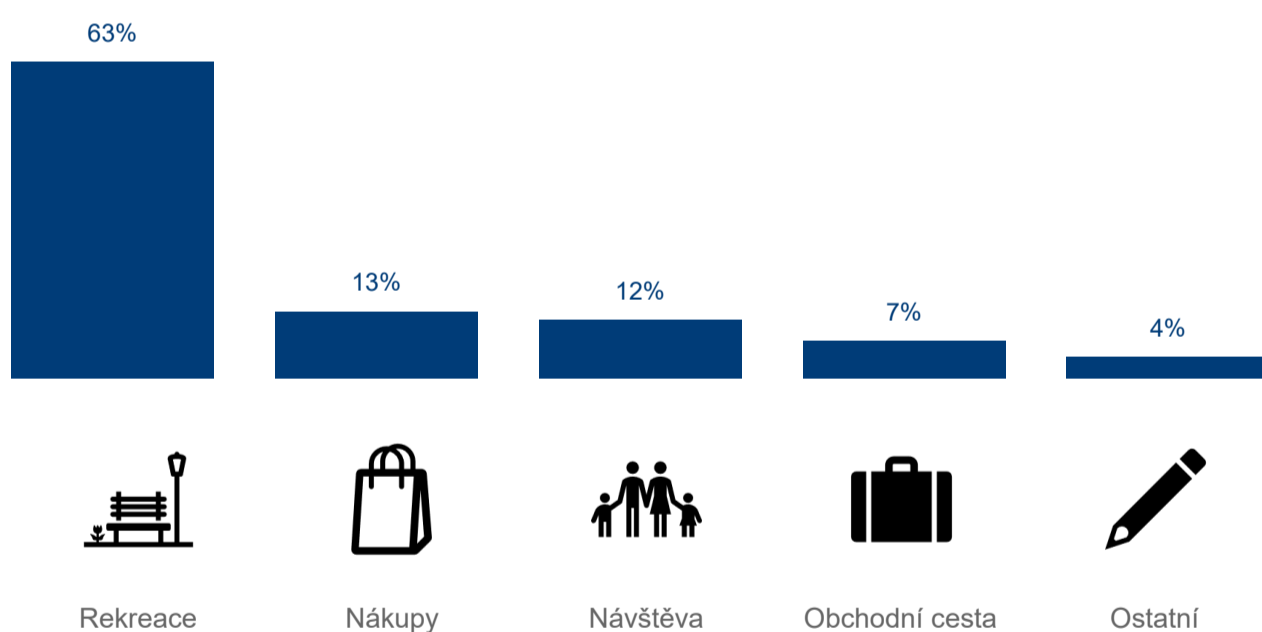
Doprovod návštěvníka



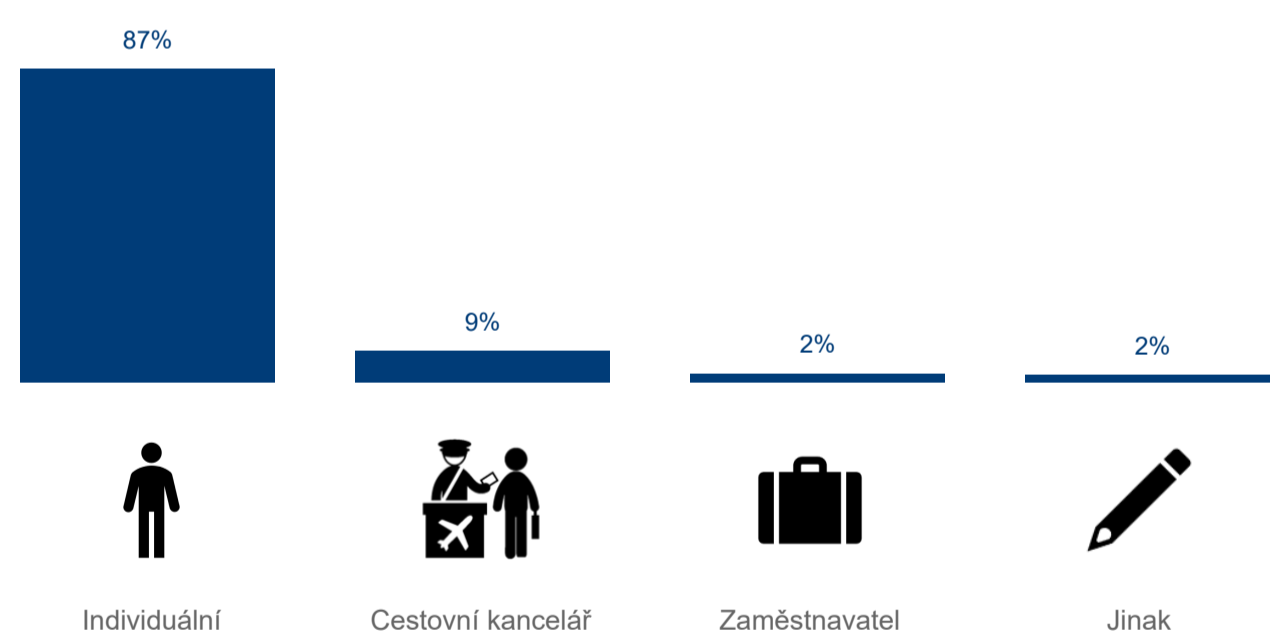
Typ ubytování turisty *



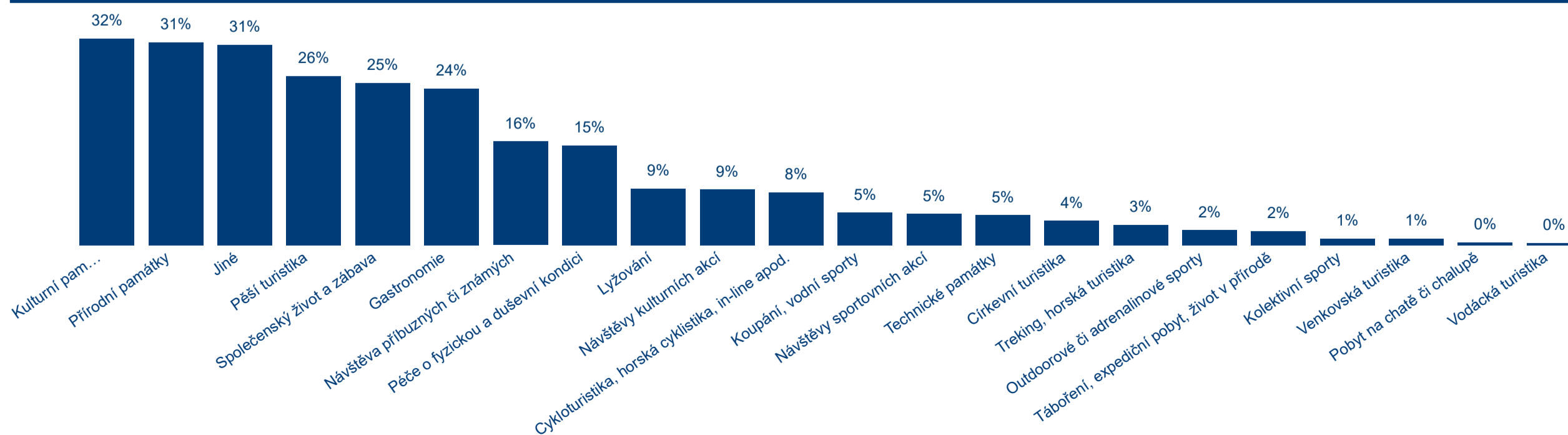
Hlavní důvod návštěvy návštěvníka



Organizace cesty návštěvníka

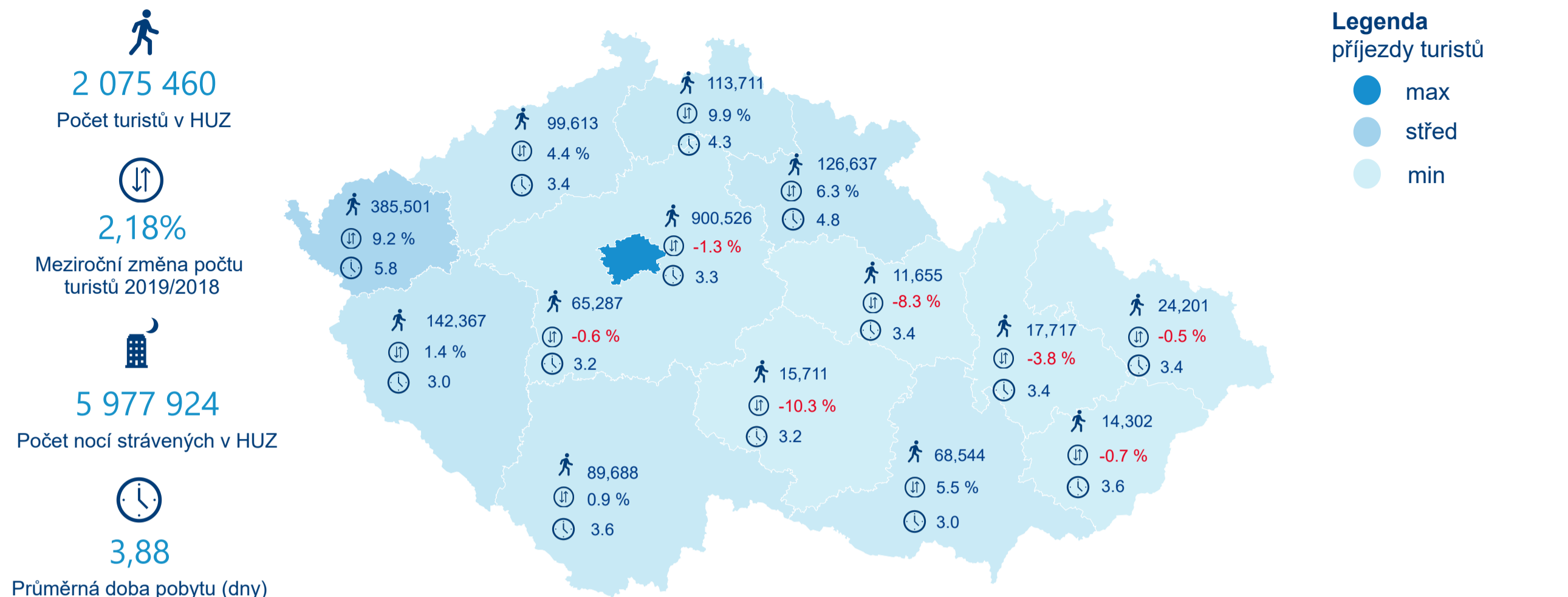


Aktivity během pobytu návštěvníka *

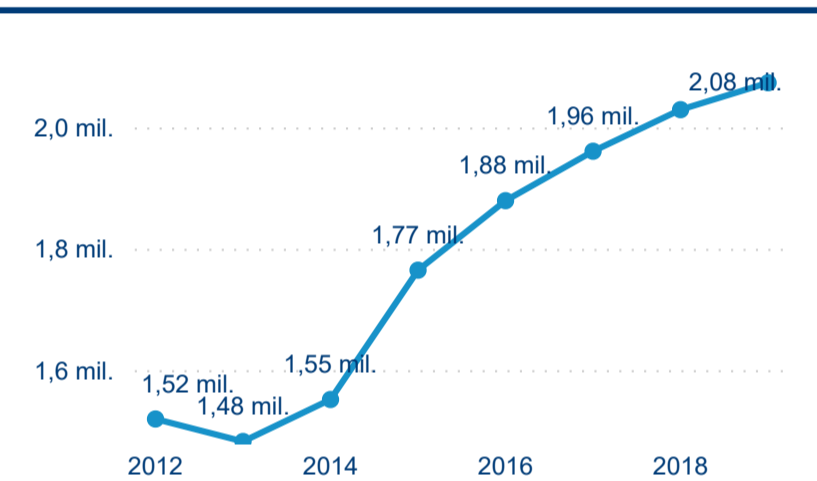




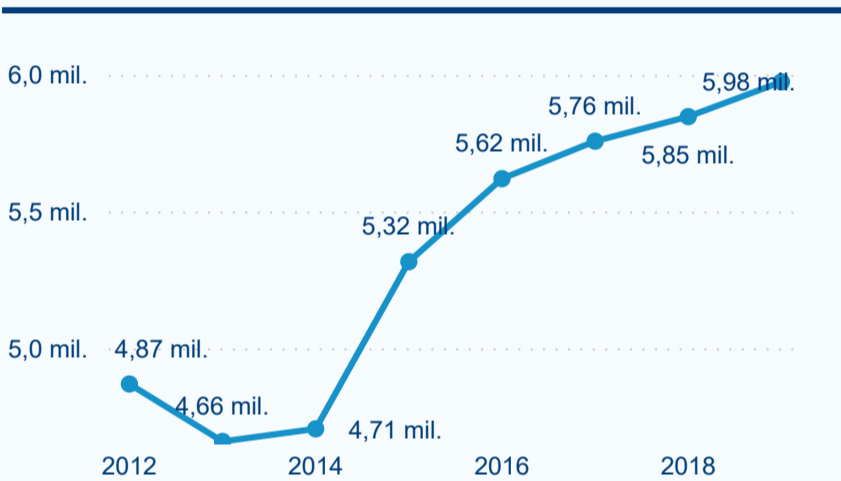
Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



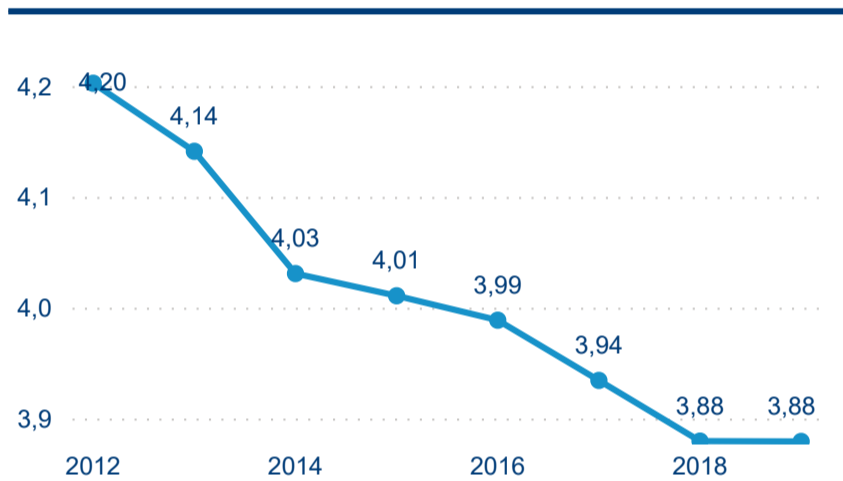
Počet turistů v HUZ



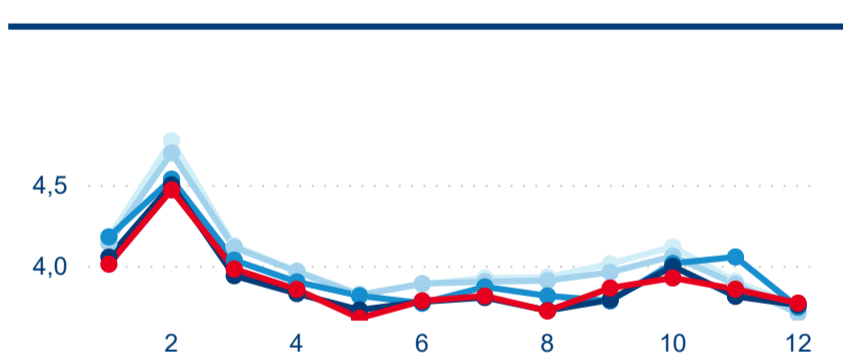
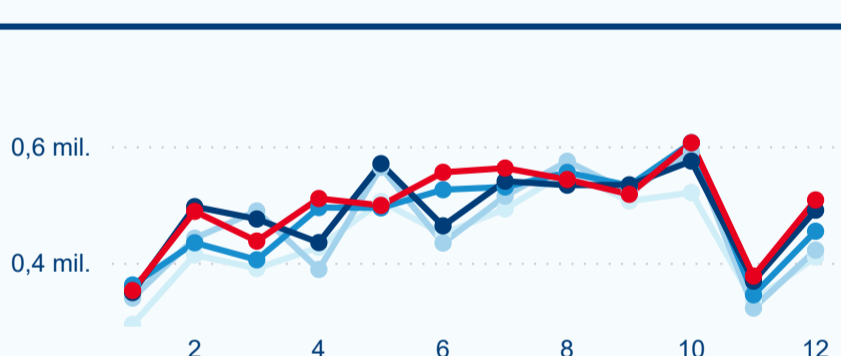
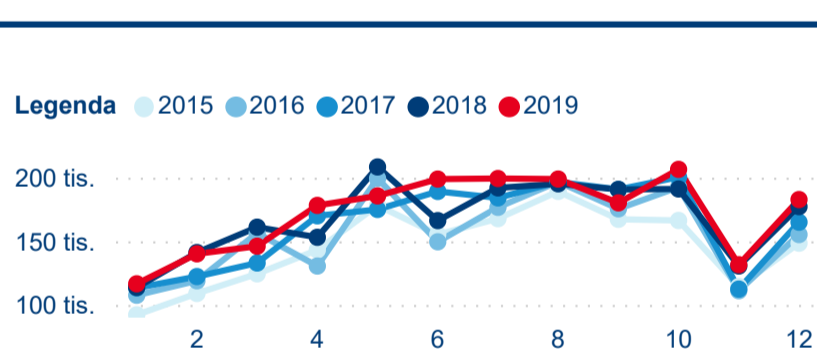
Počet přenocování v HUZ



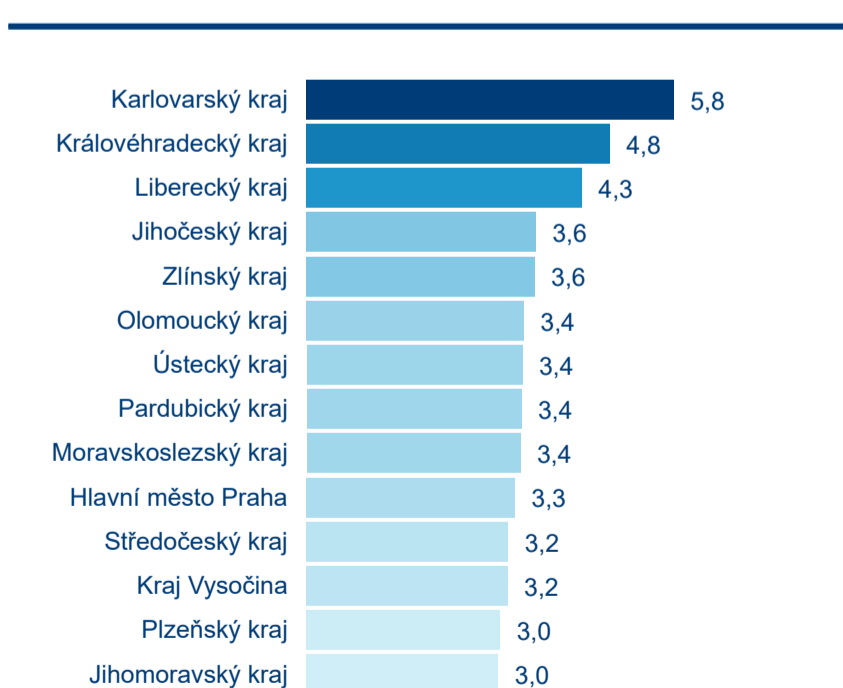
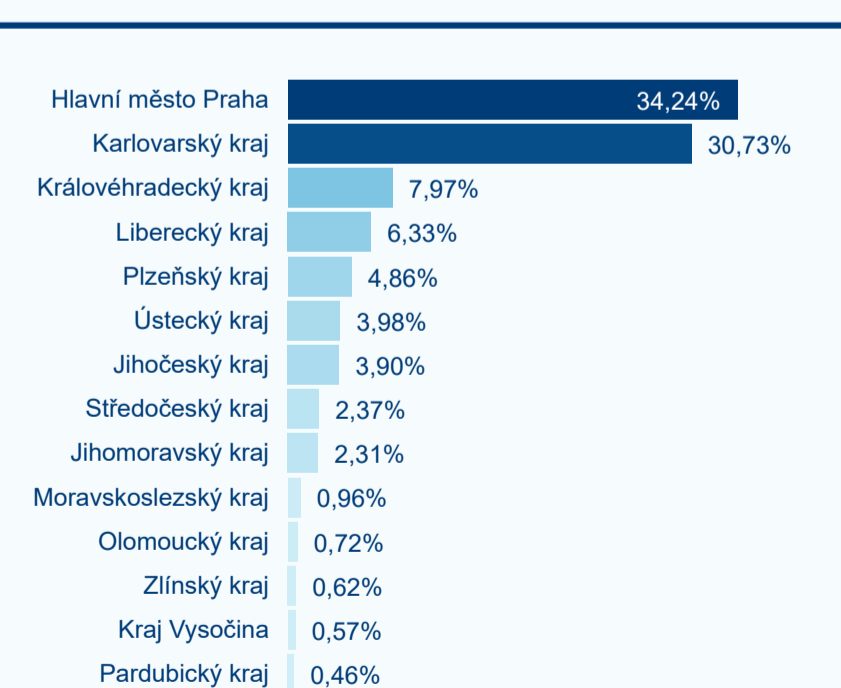
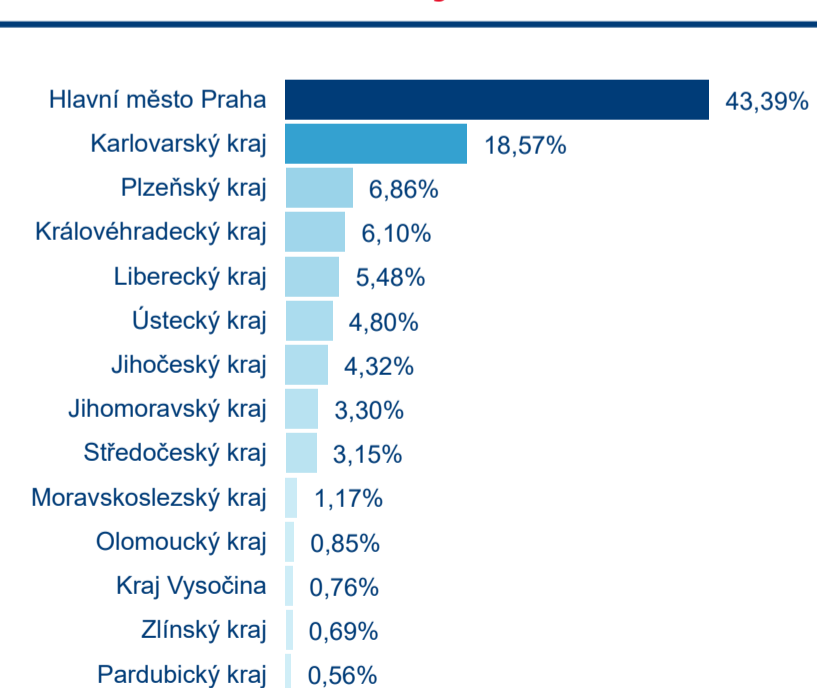
Průměrná doba pobytu (dny)



Sezonální srovnání



Rozložení v krajích



Praha a regiony





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 kvality 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 turistů či potenciálních turistů.

Podrobné informace naleznete v níže uvedených sestavách:

Výsledky USP



Sestava Tracking



Sestava HUZ



Institut turismu
CzechTourism

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.