

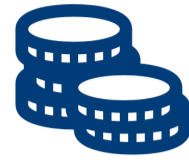


Makroekonomická data



2,33

Meziroční růst HDP v % 2019/2018



6,00

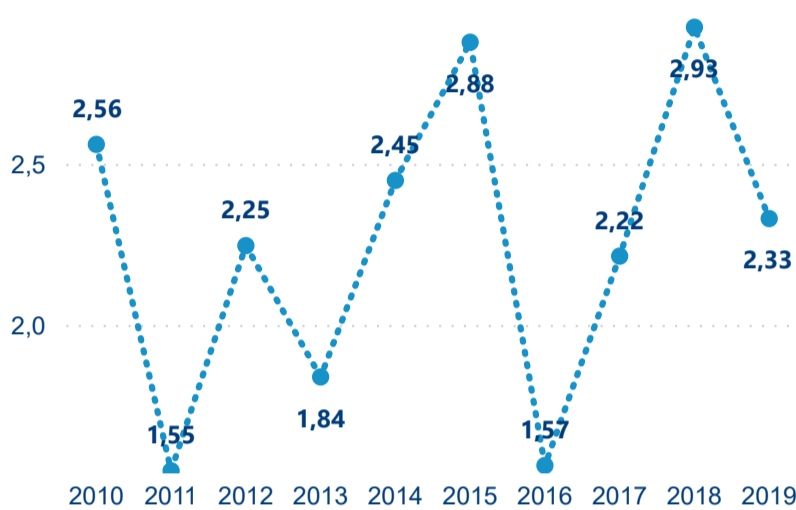
Výdaje na zahraniční cestovní ruch v % 2018



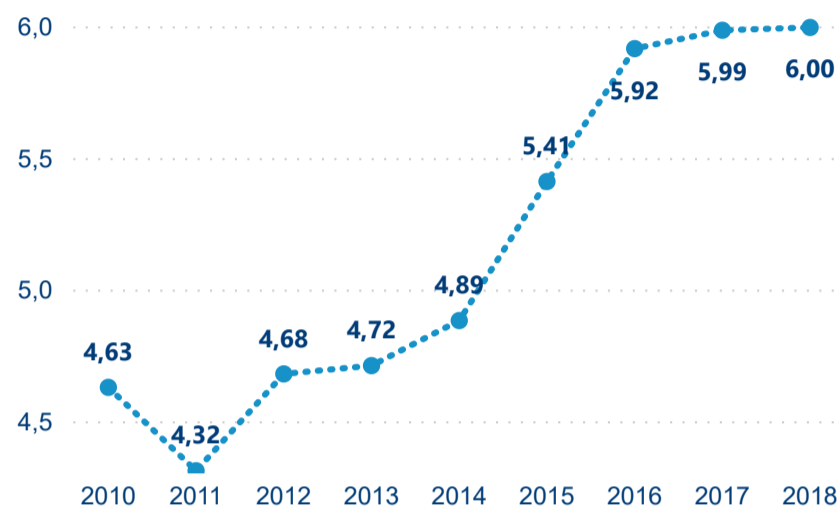
8 018 273 438

Příjmy z cestovního ruchu v Kč 2019

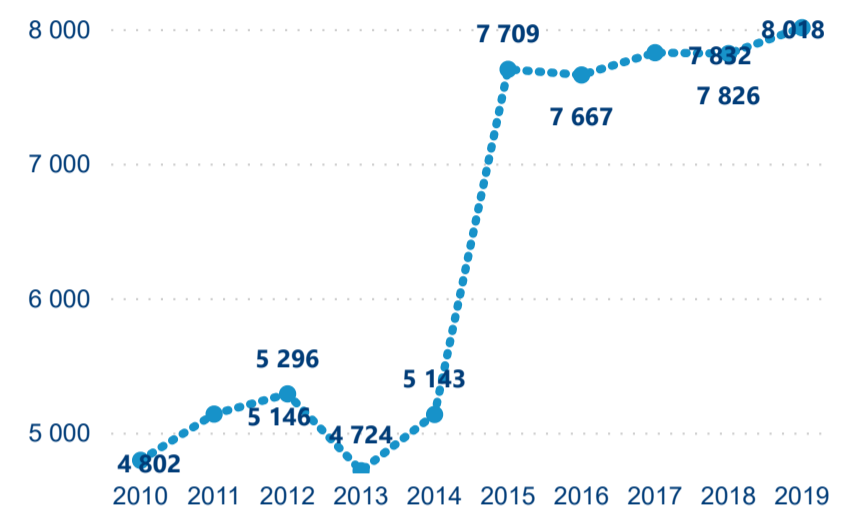
Vývoj HDP v % ¹



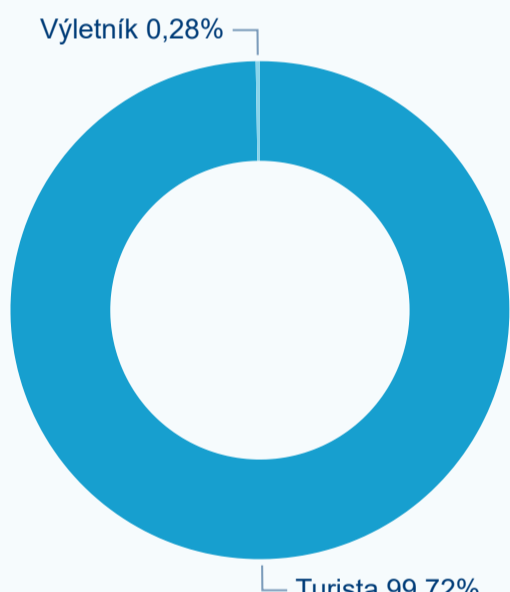
Vývoj výdajů na zahraniční cestovní ruch (%) ²



Vývoj příjmů z cestovního ruchu v mil. Kč ³

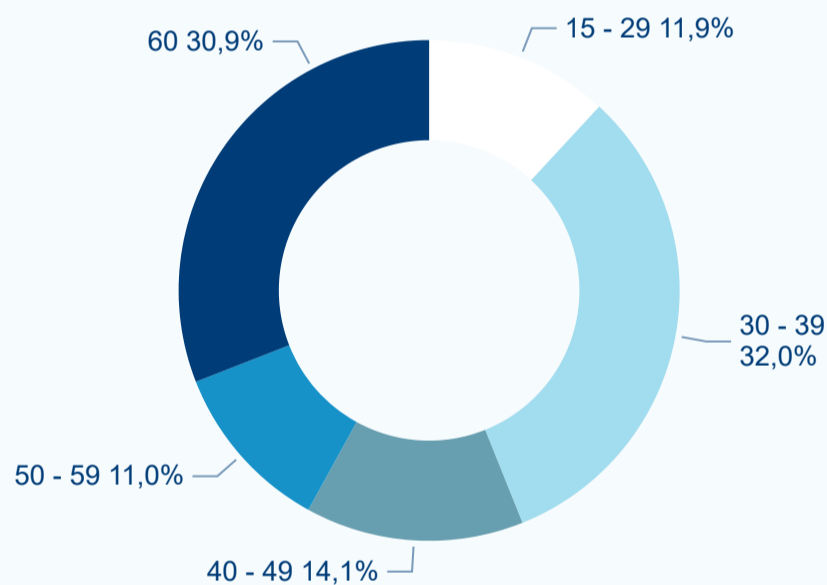


Struktura návštěvníků ⁴



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

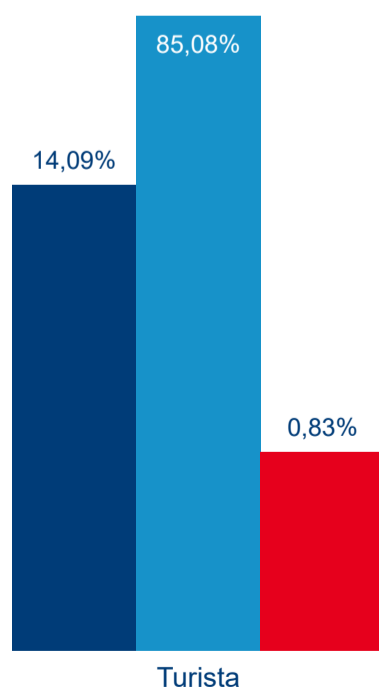
Věková struktura turistů ⁴



Zdrojová města

Data nejsou k dispozici.

Příjmová úroveň domácnosti ⁴



● 1 - nadprůměrný ● 2 - průměrný ● 3 - podprůměrný

Průměrné výdaje na os/den ⁴

Před cestou

2 983 Kč

Turista

Během pobytu

1 408 Kč

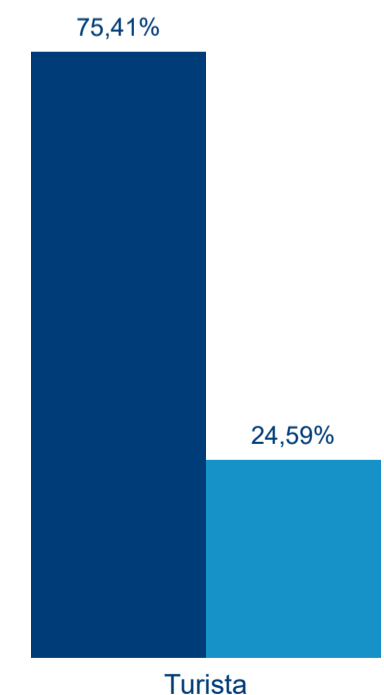
Turista

Celkem

4 391 Kč

Turista

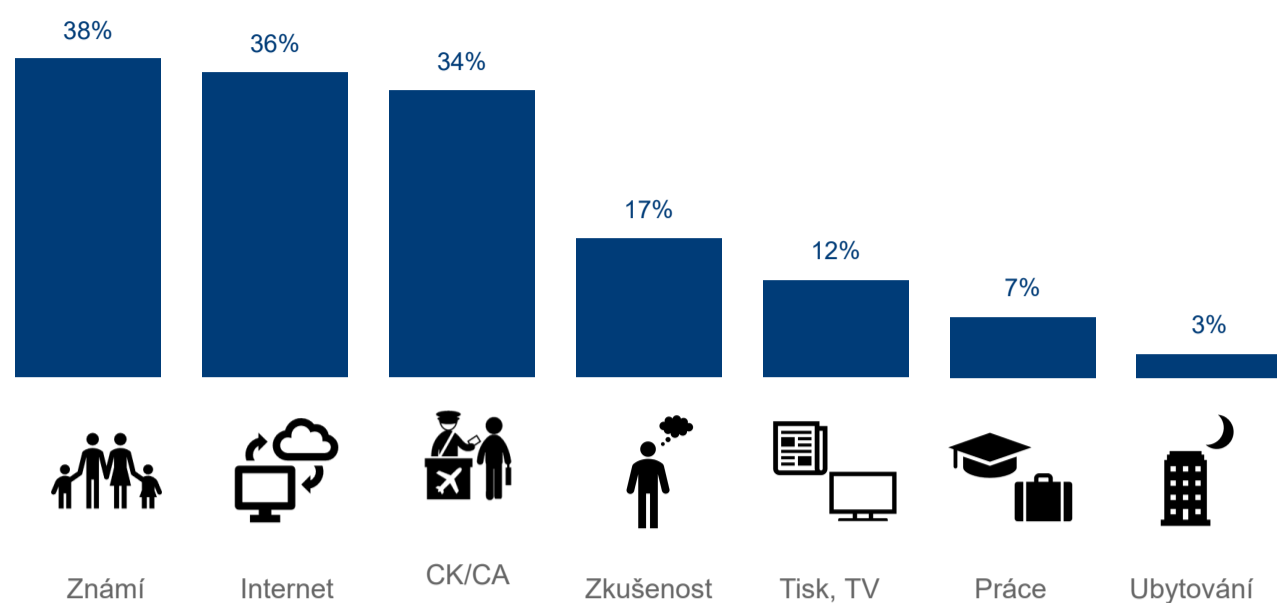
Frekvence návštěv ⁴



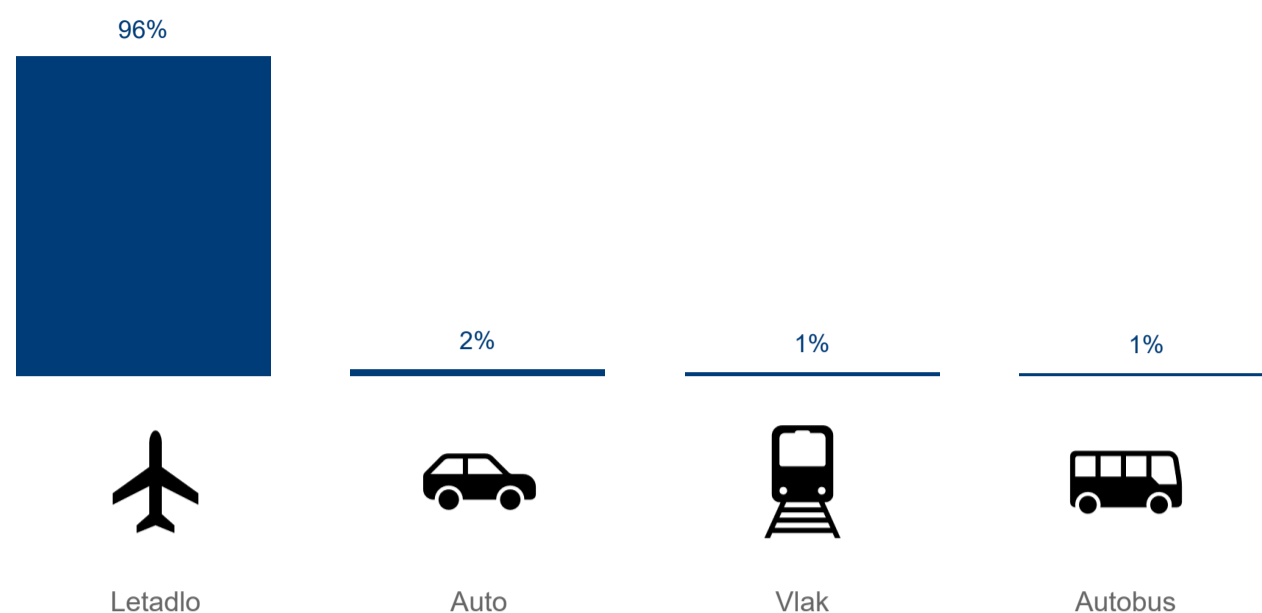
● 1 - poprvé ● 2 - opakovaně



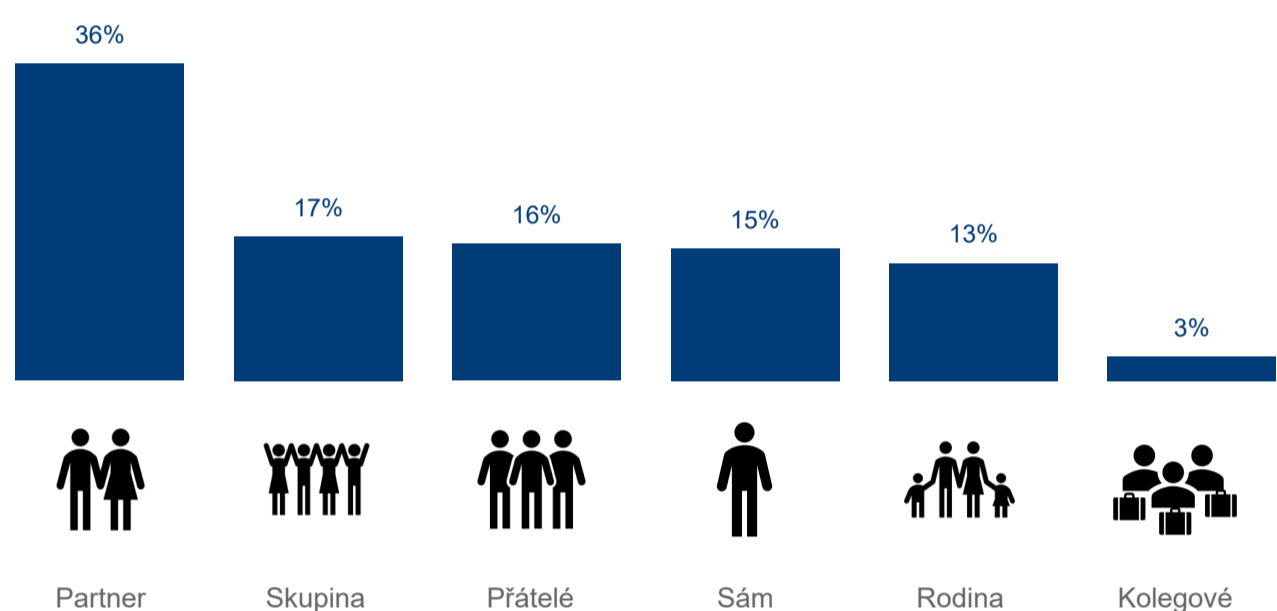
Informační zdroj návštěvníka *



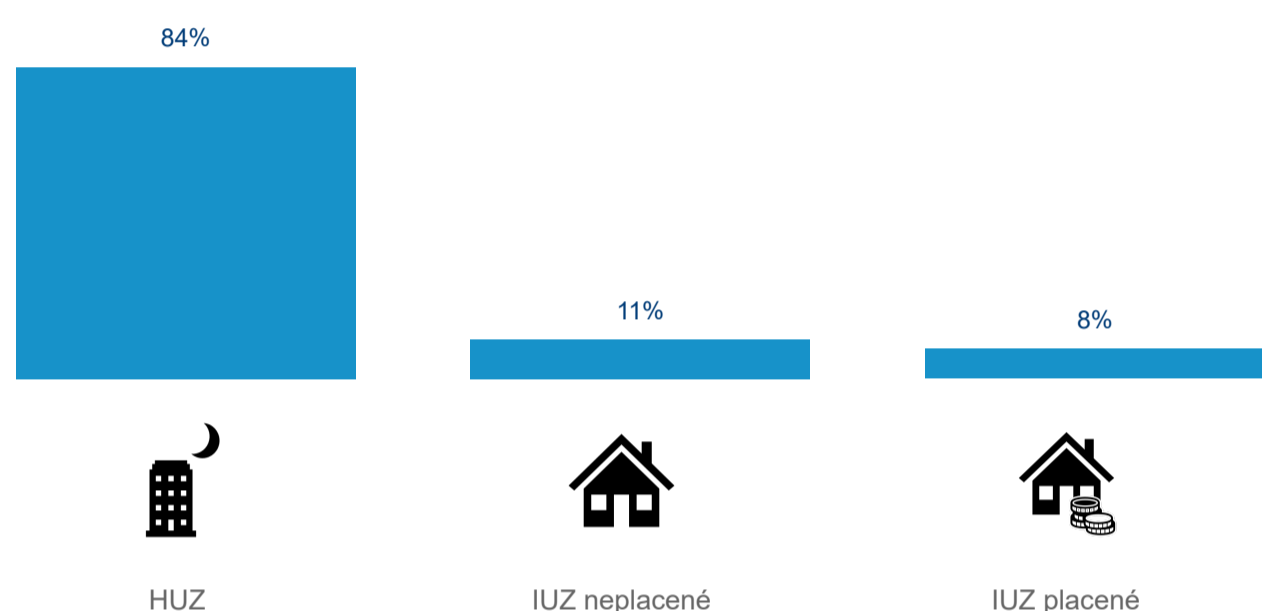
Dopravní prostředek návštěvníka



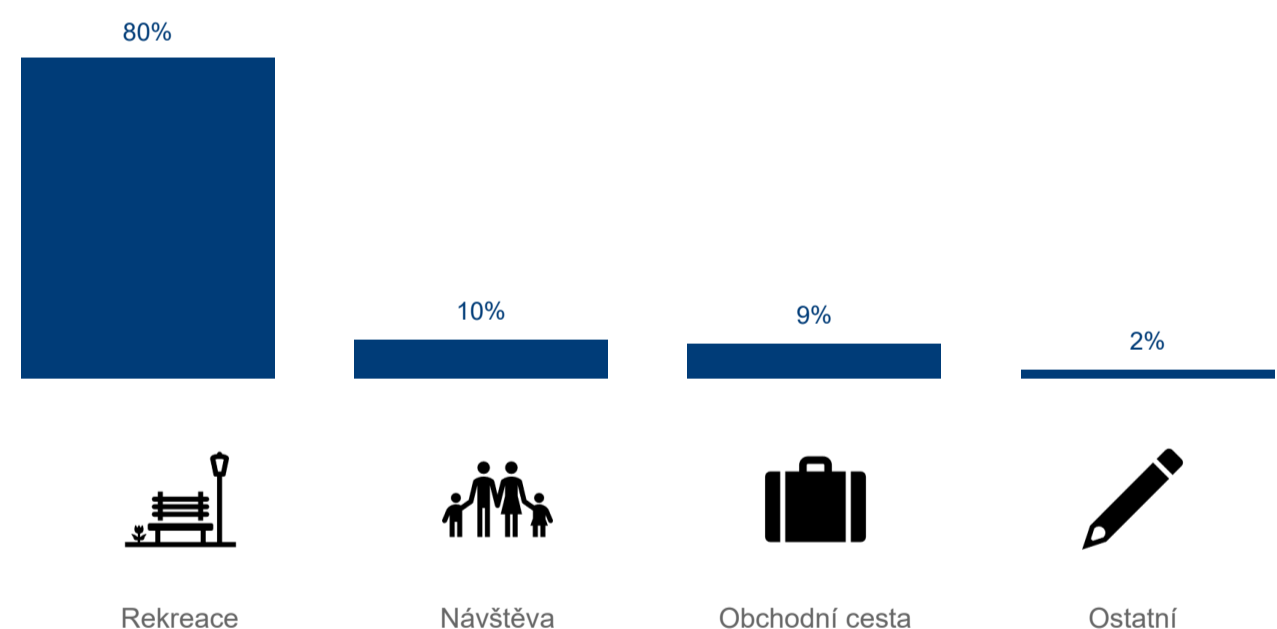
Doprovod návštěvníka



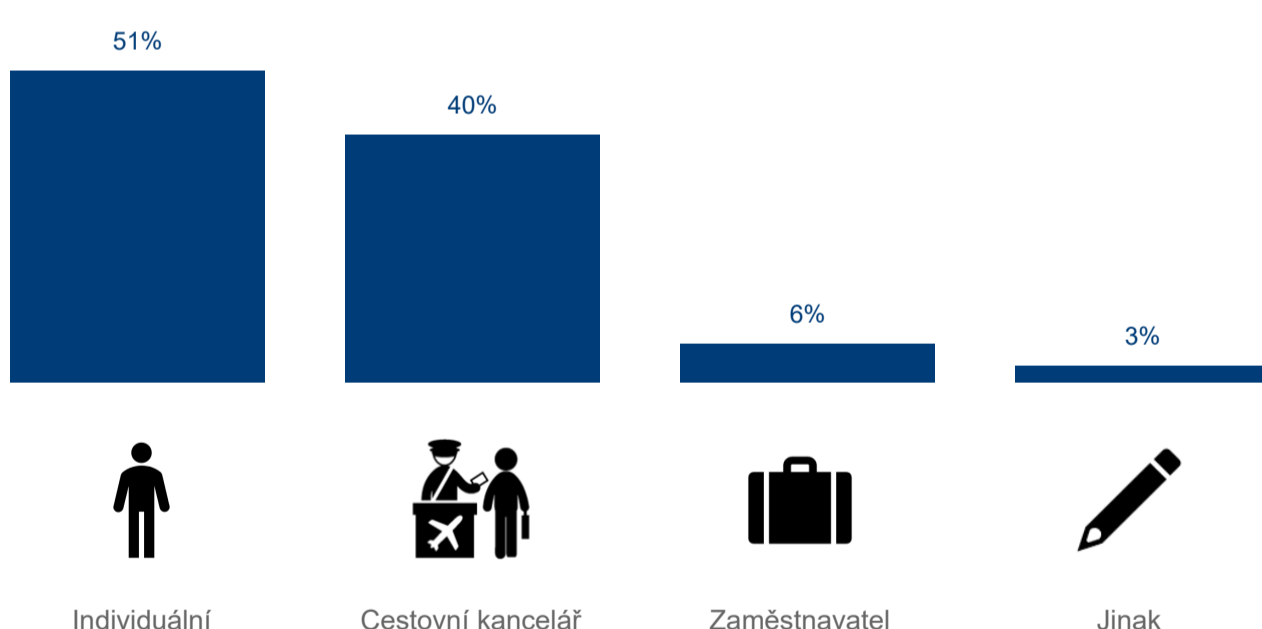
Typ ubytování turisty *



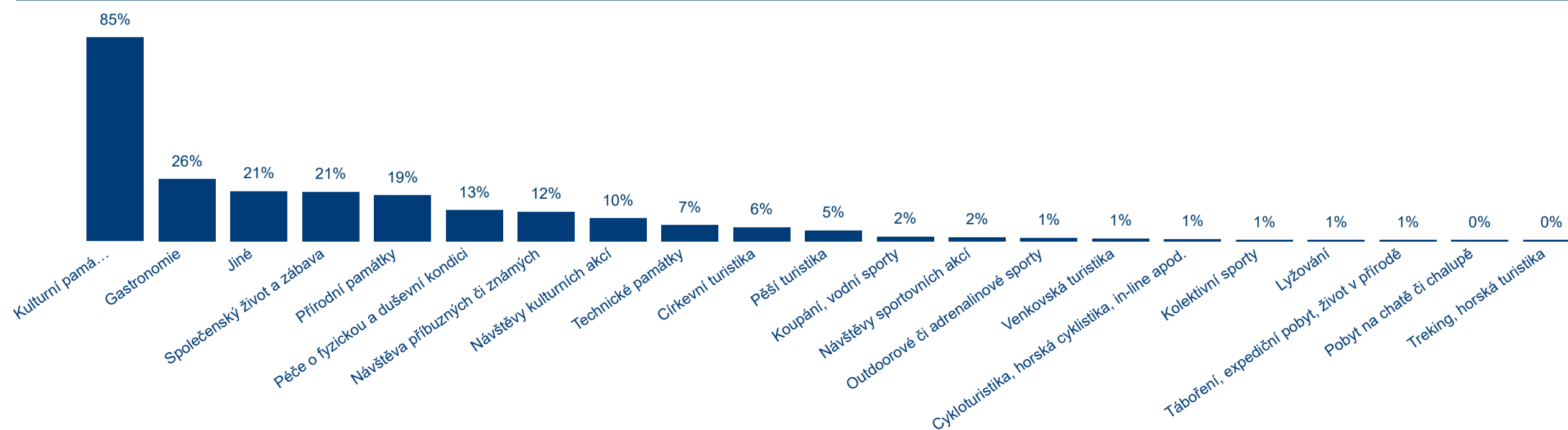
Hlavní důvod návštěvy návštěvníka



Organizace cesty návštěvníka



Aktivity během pobytu návštěvníka *





Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



584 627

Počet turistů v HUZ



5,45%

Meziroční změna počtu turistů 2019/2018



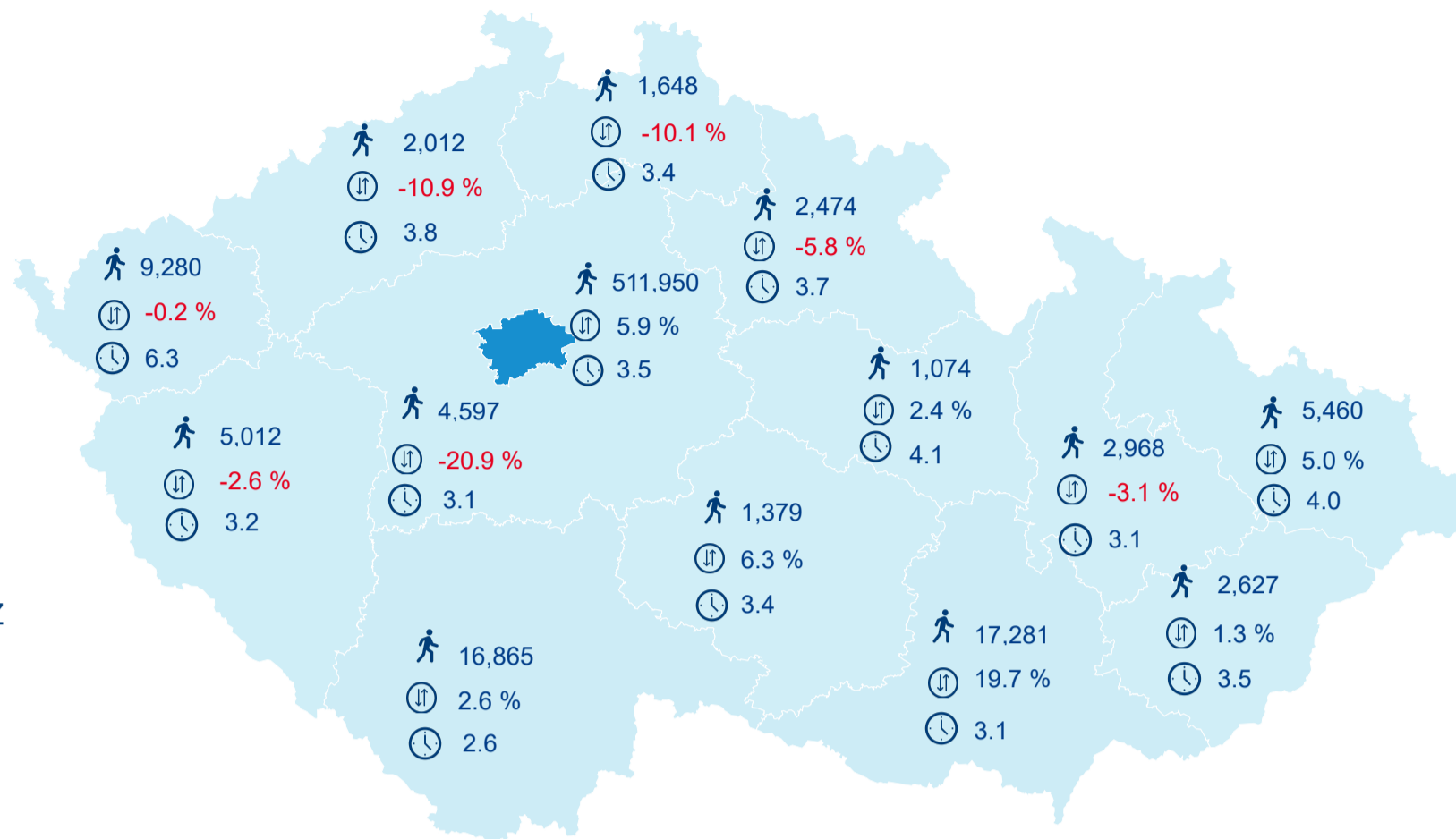
1 451 248

Počet nocí strávených v HUZ



3,48

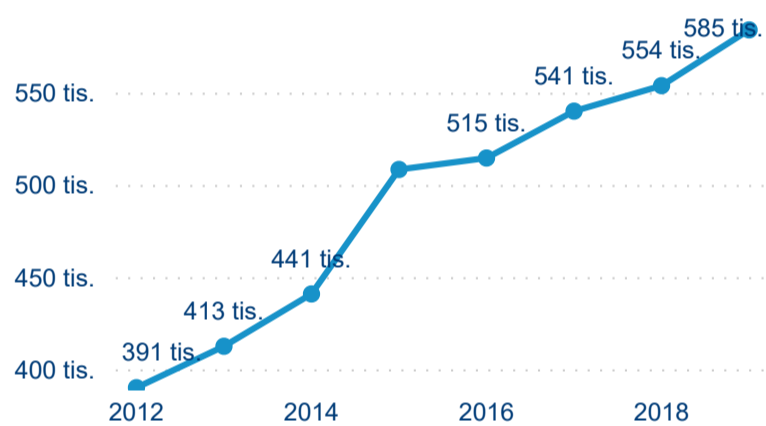
Průměrná doba pobytu (dny)



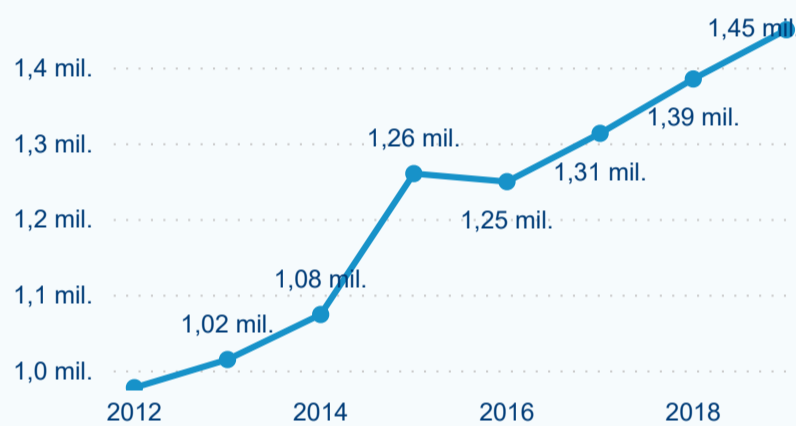
Legenda příjezdy turistů

- max
- střed
- min

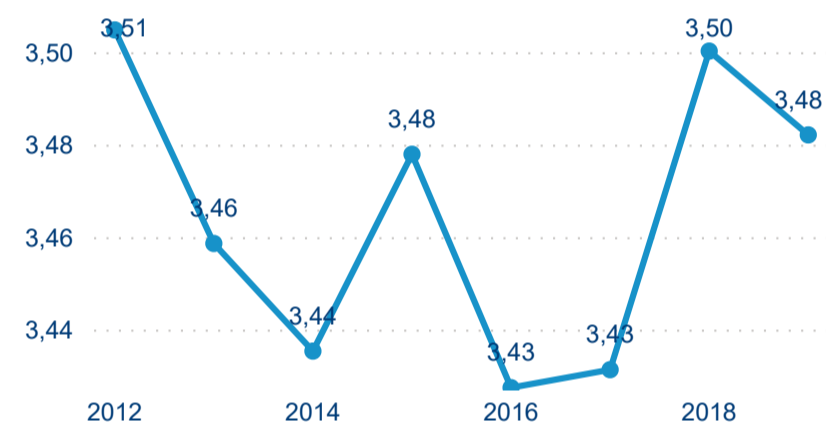
Počet turistů v HUZ



Počet přenocování v HUZ

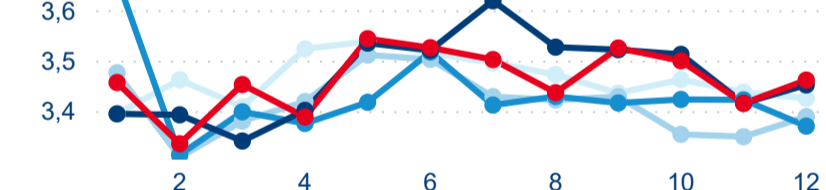
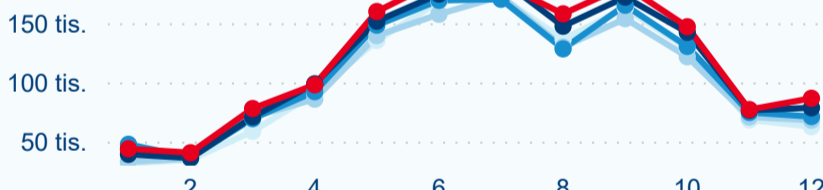
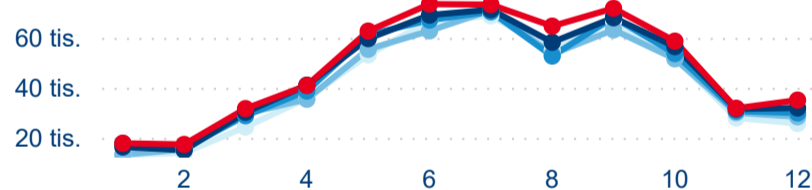


Průměrná doba pobytu (dny)



Sezonální srovnání

Legenda ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019



Rozložení v krajích

Kraj	Podíl (%)
Hlavní město Praha	87,57%
Jihomoravský kraj	2,96%
Jihočeský kraj	2,88%
Karlovarský kraj	1,59%
Moravskoslezský kraj	0,93%
Plzeňský kraj	0,86%
Středočeský kraj	0,79%
Olomoucký kraj	0,51%
Zlínský kraj	0,45%
Královéhradecký kraj	0,42%
Ústecký kraj	0,34%
Liberecký kraj	0,28%
Kraj Vysočina	0,24%
Pardubický kraj	0,18%

Kraj	Podíl (%)
Hlavní město Praha	87,22%
Karlovarský kraj	3,36%
Jihomoravský kraj	2,52%
Jihočeský kraj	1,90%
Moravskoslezský kraj	1,13%
Plzeňský kraj	0,75%
Středočeský kraj	0,66%
Královéhradecký kraj	0,46%
Zlínský kraj	0,45%
Olomoucký kraj	0,43%
Ústecký kraj	0,38%
Liberecký kraj	0,27%
Pardubický kraj	0,23%
Kraj Vysočina	0,23%

Kraj	Průměrná doba pobytu (dny)
Karlovarský kraj	6,3
Pardubický kraj	4,1
Moravskoslezský kraj	4,0
Ústecký kraj	3,8
Královéhradecký kraj	3,7
Zlínský kraj	3,5
Hlavní město Praha	3,5
Liberecký kraj	3,4
Kraj Vysočina	3,4
Plzeňský kraj	3,2
Jihomoravský kraj	3,1
Olomoucký kraj	3,1
Středočeský kraj	3,1
Jihočeský kraj	2,6

Praha a regiony

87,57%

12,43%

Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

87,22%

12,78%

3,47

3,55



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.

Současně 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 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 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 turistu 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

