



## Informace o trhu

### Kulturní specifika trhu

Korea je dynamickou zemí, kde se kontrastně prolínají moderní technologický a ekonomický rozvoj se starými asijskými tradicemi, vycházejícími mimo jiné z konfucianství. Korejská společnost stojí na přísné rodinné či sociální hierarchii, na hodnotách respektu ke starším, k rodině či kolektivu.

Jde o náročný trh s kulturní a jazykovou bariérou, která ztěžuje komunikaci či navazování případné obchodní spolupráce. Jakýkoliv zájemce ze zahraničí by si měl být vědom toho, že Korejci mají tendenci preferovat komunikaci s korejskými partnery (např. kvůli obtížím s psanou angličtinou).

Velkou roli v Koreji hrají sociální sítě (Instagram, Youtube), internetová fóra, nebo word of mouth. Korejci na webech a sociálních sítích vyhledávají návody „Jak správně cestovat“. Korea je také jednou ze zemí, kde se tolik neprosadil Google. Místo něj Korejci využívají lokální portál naver.com (přes 90 % trhu).

### Trendy v oblasti ČR

Trend v posledních letech naznačuje, že Česko a Praha jsou preferovány jako cílová destinace nejen individuálních cestovatelů (FIT - free individual travelers, hlavně mladí lidé), ale i rodin cestujících s dětmi, novomanželů na svatební cestě, nebo přátel na dovolené. Podíl klasických skupinových zájezdů oproti době před deseti lety značně klesl.

Na druhou stranu Korejci nepovažují cestování za typickou „rekreaci“. Nejčastějším motivem k cestování je zážitek z cizí kultury, touha naučit se něco nového, nebo uniknout ze stresujícího prostředí a soutěživosti společnosti, či tlaku spojeným s přísnými pravidly nastavenými rodinou.

Zajímavým trendem v cestování rodin a manželů odděleně - matky s dcerami a otcové se syny. Praha je oblíbenou cílovou destinací specifické skupiny „matek s dcerami“, které cestují za zážitky evropských měst a kultury, a to včetně možnosti nákupů nebo lifestylu. Oproti tomu skupina „otců se syny“ zpravidla preferují místa spojená se sportovními utkáními, např. Anglii s fotbalovými zápasy.

### Motivace cest do Česka

- Dostupnost a přístupnost
- Poměr cena / kvalita
- „Instagramová destinace“, zejména Praha
- Památky
- Gastronomie

### Státní svátky a prázdniny v Korejské republice

#### Státní svátky:

01.01.2024	Nový rok
09.-12.02.2024	Seollal (Korejský lunární Nový rok) *
01.03.2024	Den hnutí nezávislosti
05.05.2024	Den dětí
15.05.2024	Narození Buddhy *
06.06.2024	Den padlých za svobodu
15.08.2024	Den osvobození/vzpomínání
16.-18.09.2024	Chuseok (Den Díkůvzdání) *
03.10.2024	Den vzniku národa
09.10.2024	Den vyhlášení Hangeul
25.12.2024	Vánoce

\* datum se mění podle lunárního kalendáře

Hlavní dovolenková sezóna spadá na přelom července a srpna, kdy v Koreji panují zpravidla obrovská vedra. Korejci rádi cestují v období kolem svátku Chuseok (3 dny v září), Čínského nového roku, nebo květnových svátků.

#### Školní prázdniny:

Prosinec/Leden	Zimní prázdniny (polovina prosince, do konce ledna)
Únor	Jarní prázdniny (konec února)
Červenec/Srpen	Letní prázdniny (polovina července, polovina srpna)

### Vnímání LGBTQ+ v Korejské republice

V Koreji není žádná právní ochrana LGBTQ+ komunity a sňatky stejného pohlaví nejsou povoleny. LGBTQ+ lidé čelí silnému sociálnímu tlaku vycházejícího z tradiční a konzervativní společnosti, což omezuje otevřenost ohledně jejich orientace nebo genderové identity.

Navzdory tomu se objevují aktivistická hnutí a snahy o změnu ve veřejném vnímání prostřednictvím médií a pop-kultury.

### Víza a kontakty

Korejská republika má s Českem bezvízový vztah.

#### Velvyslanectví ČR v Soulu:

Embassy of the Czech Republic  
7 th floor, K Twin Towers, B dong, 50 Jongno, 1 gil,  
Jongno-gu, Soul, 03142 Seoul  
e-mail: Seoul@mzv.gov.cz

**Honorární konzuláty** se nacházejí v následujících městech:

- Busan

## Média a komunikační kanály

### Mediální obraz Česka v Korejské republice

Na Česko je v Korejské republice nahlíženo jako na romantickou zemi, která nabízí zážitek evropské architektury, malých městeček, řady hradů a zámků, a to za příznivou cenu. Je také hlavní zemí „východoevropského okruhu“. Pro Korejce je návštěva Česka výhodná zvláště díky přímému leteckému spojení. Obecně je Česko brán za zemi kultury - zejména klasické hudby, piva a českých gastro specialit. Česko je také vhodnou destinací pro korejský MICE turismus.

Česko je v Koreji také spojováno s filmovým a seriálovým průmyslem. Starší generace Korejců bude znát TV seriál „Milenci z Prahy“. V Česku se natáčela i řada korejských reality show nebo seriálů (např. Are you human too?)



### Nejznámější influenceři, blogeři, cestovatelské portály a časopisy

#### TOP influenceři

- [Travel Alice](#)
- [Hada-kr](#)
- [Cho Seungyeon](#)
- [Seosum](#)
- [Travel Bellauri](#)

#### Cestovatelské webové stránky

- [Yeomi Travel](#)
- [Ddoddunam namja](#)

#### Lifestyle časopisy

- Luxury
- Noblesse

### Největší outgoingové cestovní kanceláře

- Hana Tour (wholesaler)
- Interpark Tour (největší online CK a OTA)
- Naeil Tour (online travel agency)
- Very Good Tour (zájezdy, balíčky)
- Tide Square (korejská OTA)
- Hyundai Dreamtour (MICE, Incentivy)
- Honeymoon resort (líbánky)

### Největší mediální zdroje

#### Televizní stanice:

- KBS1 a KBS2
- SBS
- MBC
- TV Arte

#### Online média:

- [Digital Chosun](#)
- [Korea Herald Tribune](#)
- [Yonhap News](#)

#### Tisk:

- Chosun Ilbo
- JoongAng Ilbo
- Korean Economic Daily - Hankyung

Spíše než tisk a časopisy hrají důležitější roli v propagaci influenceři a sociální média.

### Významné veletrhy v Korejské republice

#### Zaměřené na turismus:

- Korea World Travel Fair (KOTFA)
- Seoul International Travel Fair
- Busan International Travel Fair

B2C veletrhy nejsou v Koreji příliš relevantní. Lidé si už nechodí pro informace či materiály ohledně cestování na veletrhy, ale vyhledávají si je na internetu a online. Trh turismu je zároveň značně centralizovaný a velké cestovní kanceláře rozvíjejí své B2B aktivity v rámci vlastních eventů či nástrojů digitálního marketingu. V případě CK je to například i teleshopping.

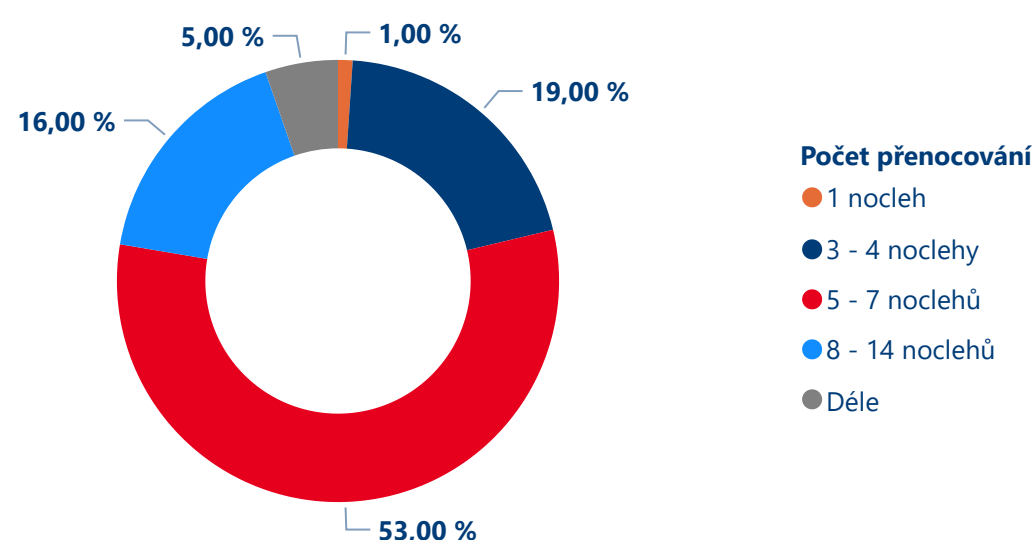


Veletrh: Korea World Travel Fair

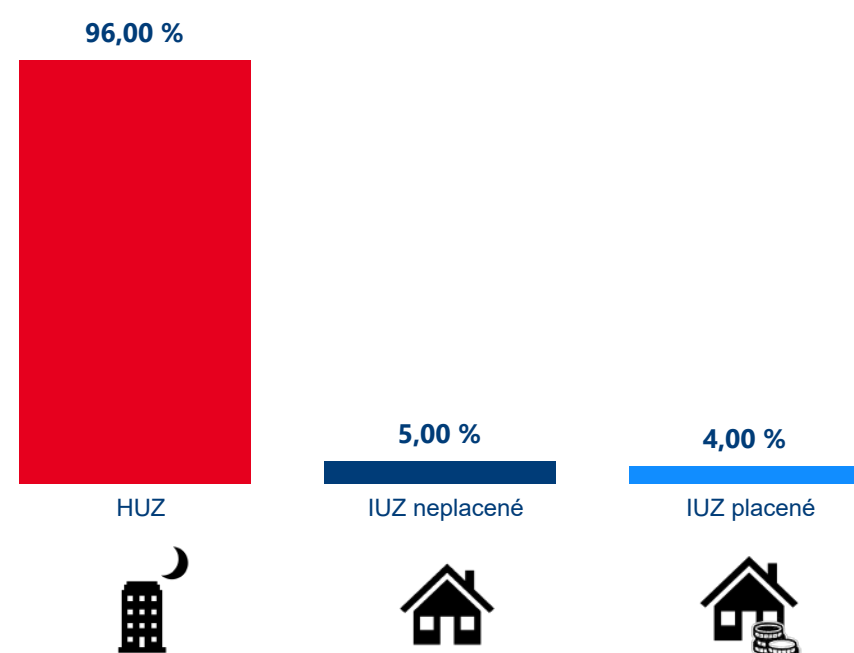


## Profil korejského návštěvníka v Česku

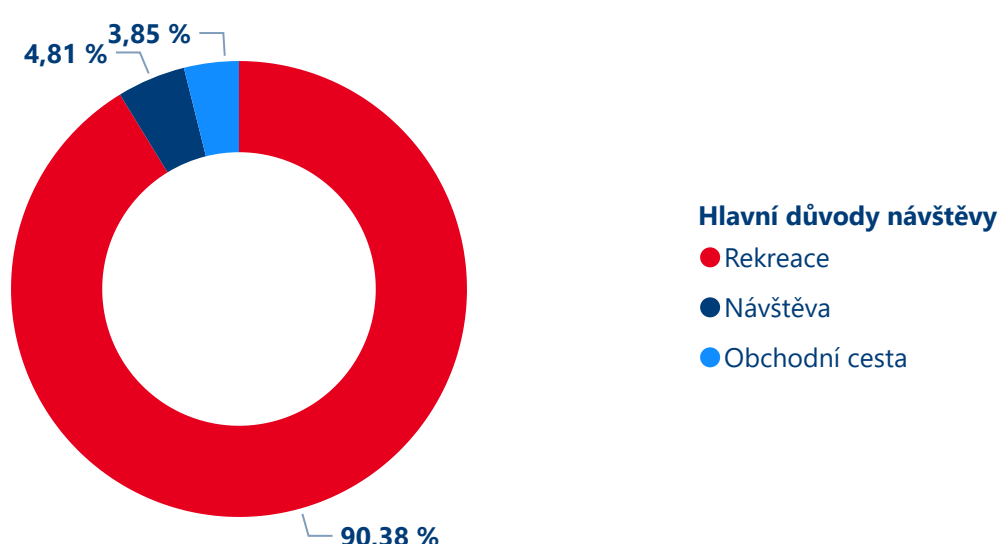
### Počet přenocování během dovolené



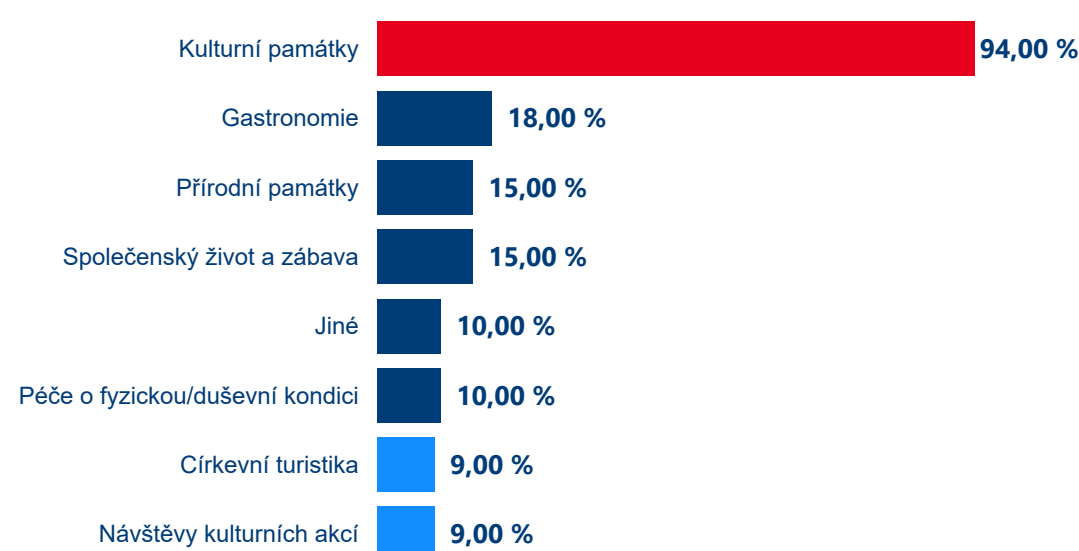
### Typ ubytování



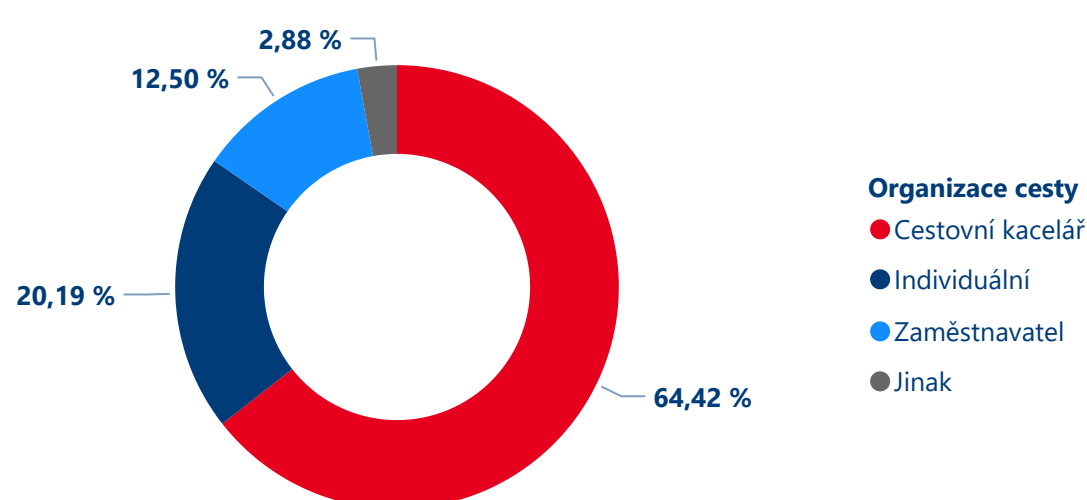
### Hlavní důvod návštěvy



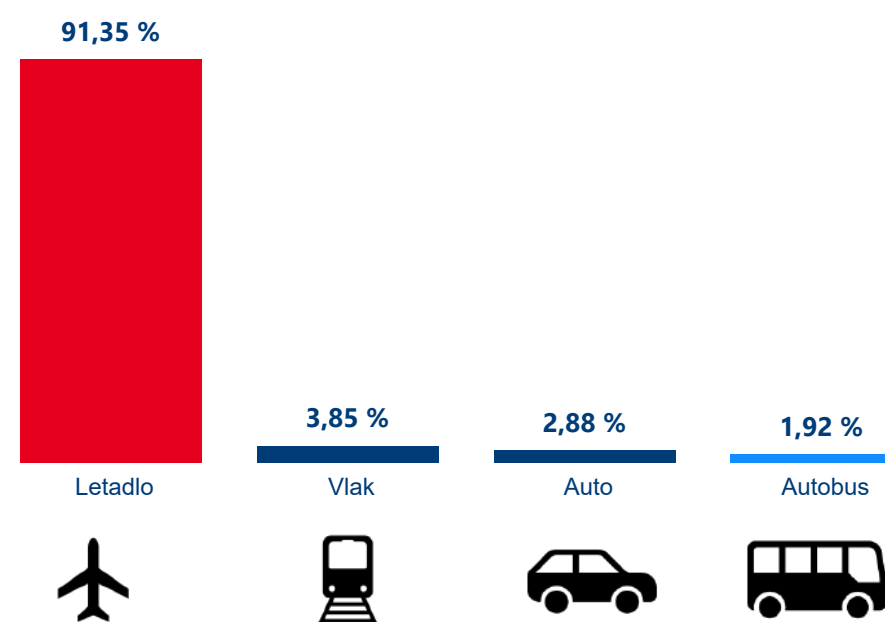
### Aktivity během pobytu



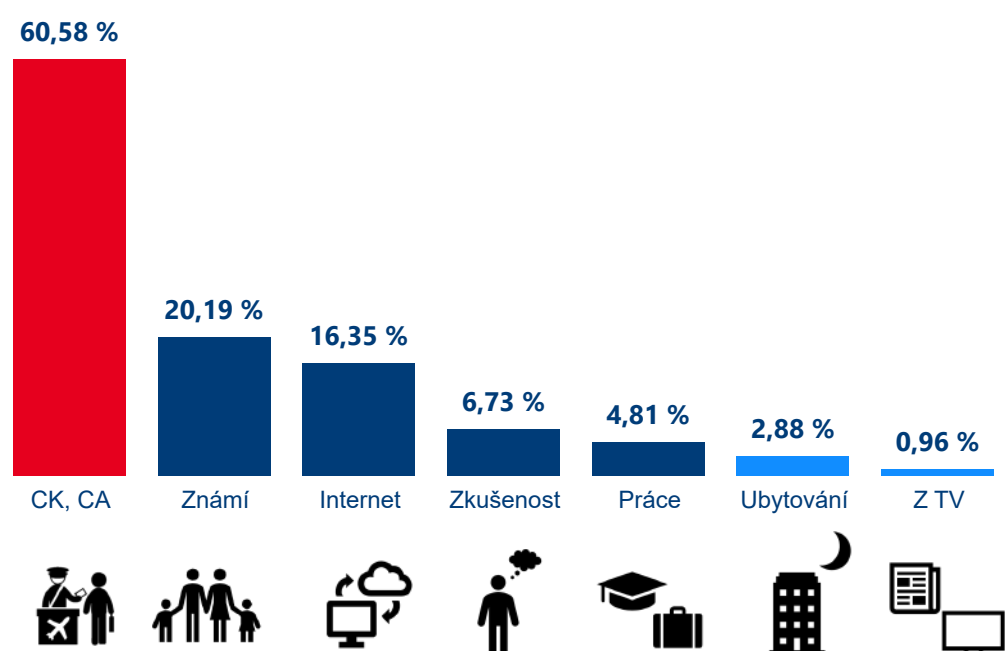
### Organizace cesty



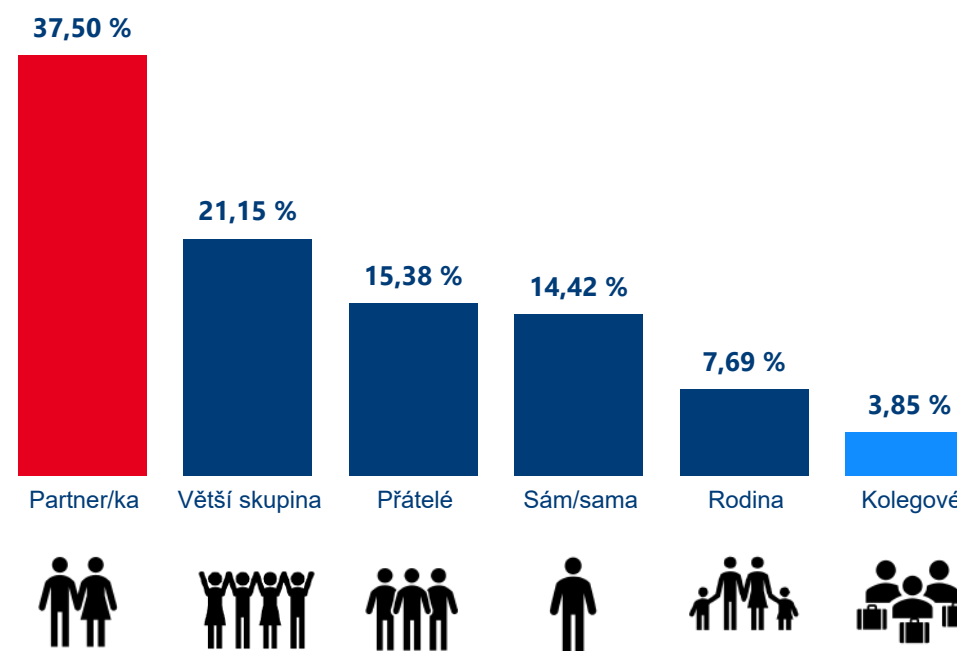
### Dopravní prostředek



### Informační zdroj návštěvníka



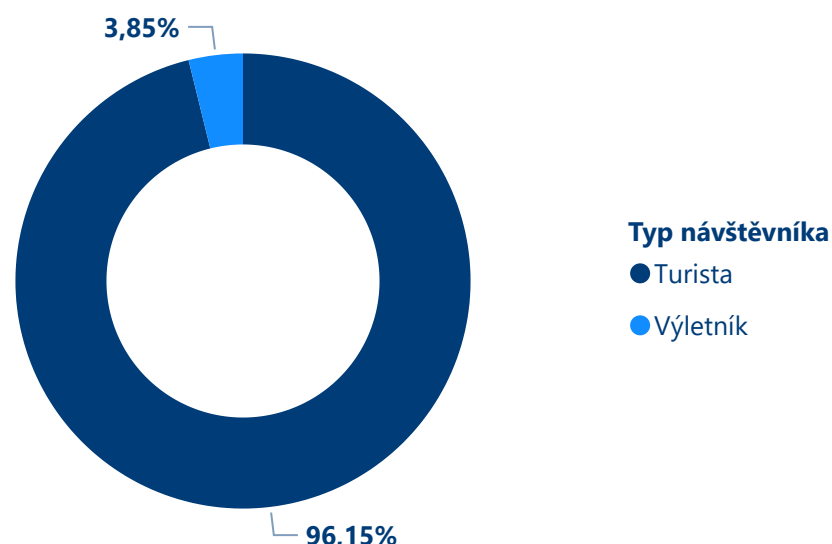
### Doprovod návštěvníka





## Profil korejského návštěvníka

### Struktura návštěvníků

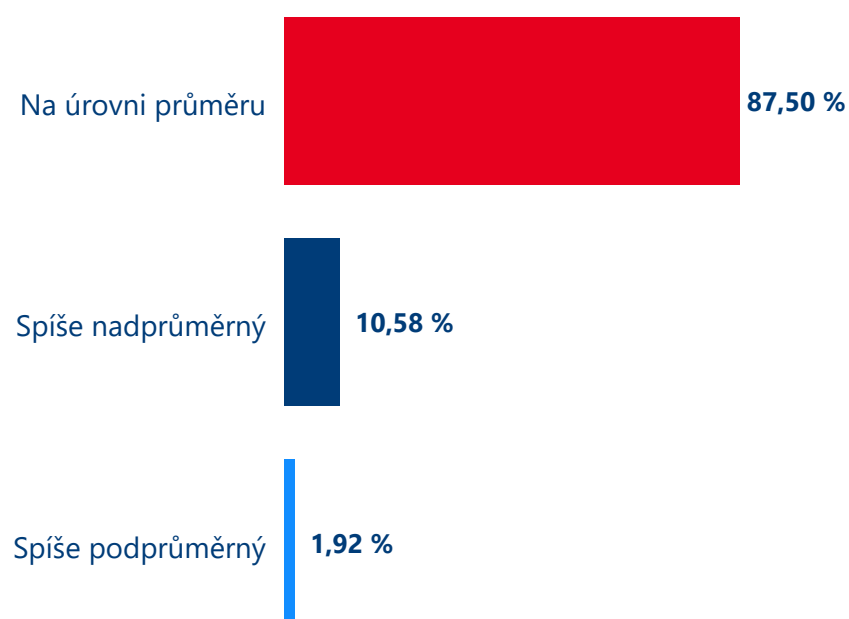


### Zdrojová města

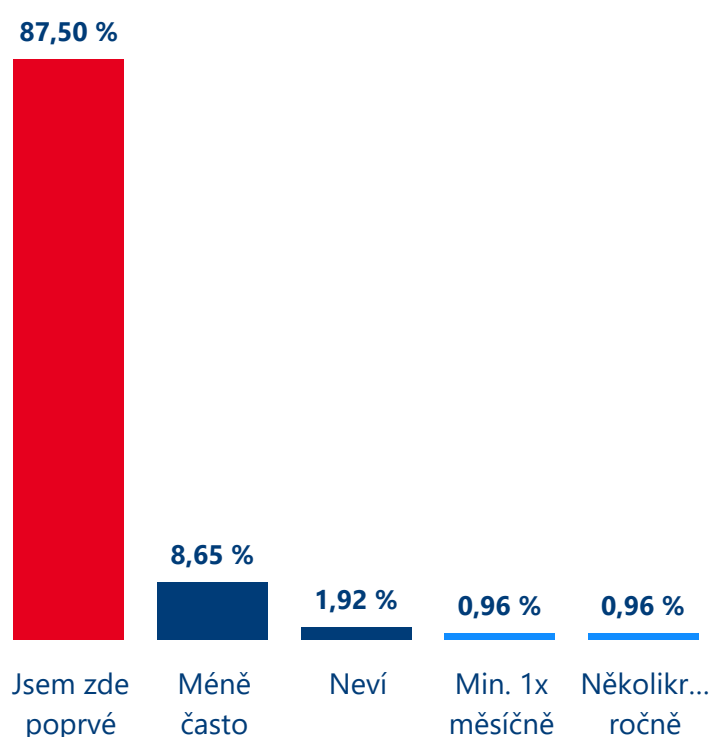
Nejvíce Korejců cestujících do České republiky pochází z následujících měst:

- Soul
- Busan
- Daeng
- Gwangju
- Pohang

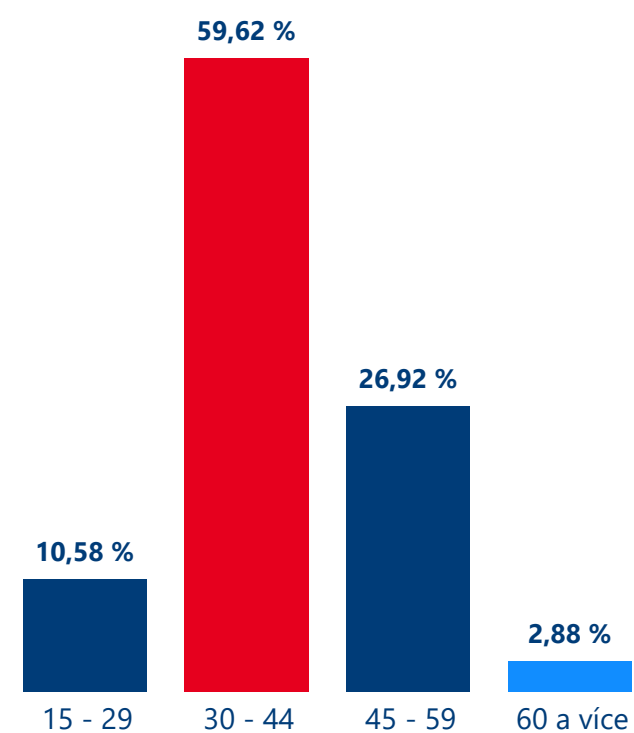
### Příjmová úroveň domácností



### Frekvence návštěv



### Věková struktura návštěvníků



### Průměrné výdaje na os/den (v CZK)

3 369

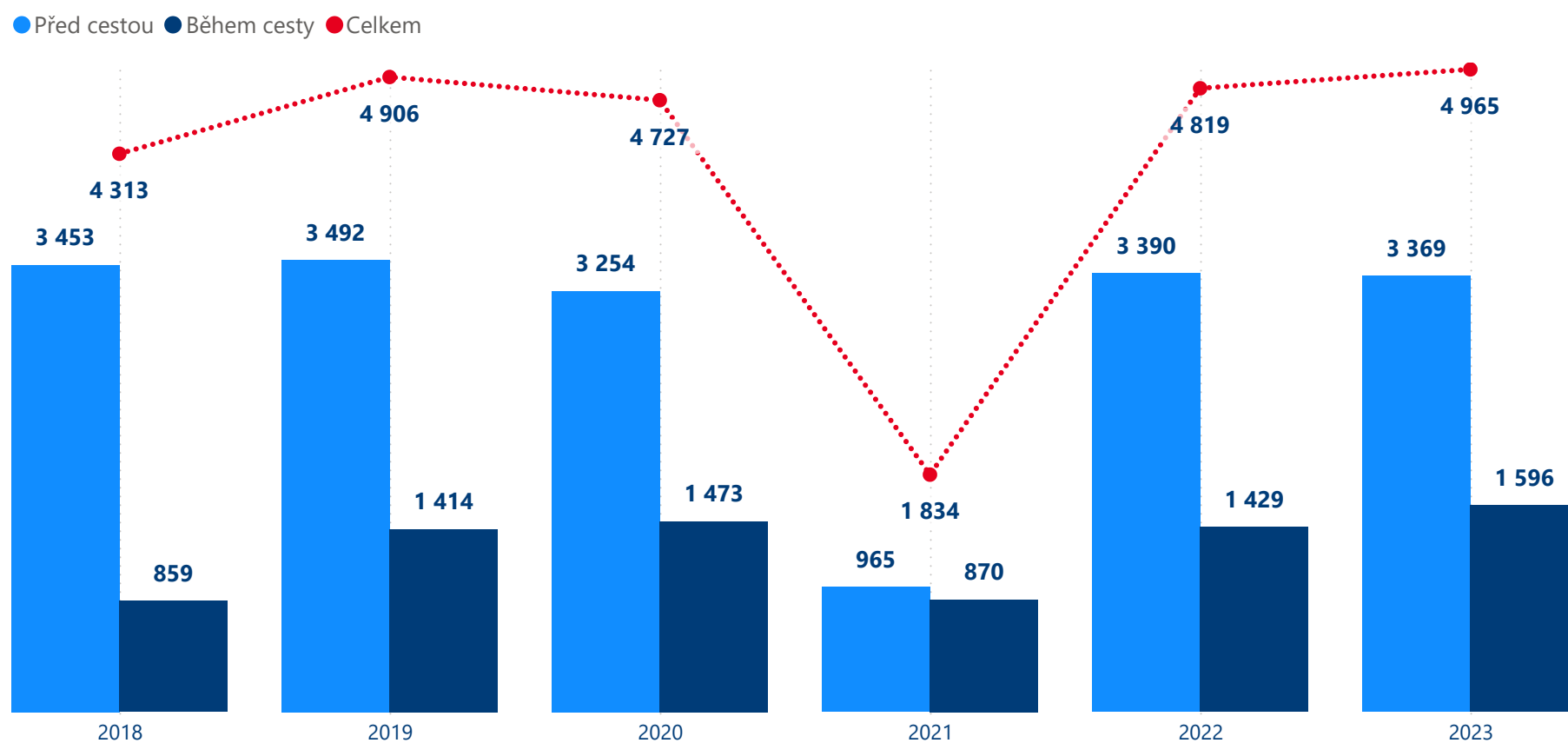
Před cestou

1 596

Během cesty

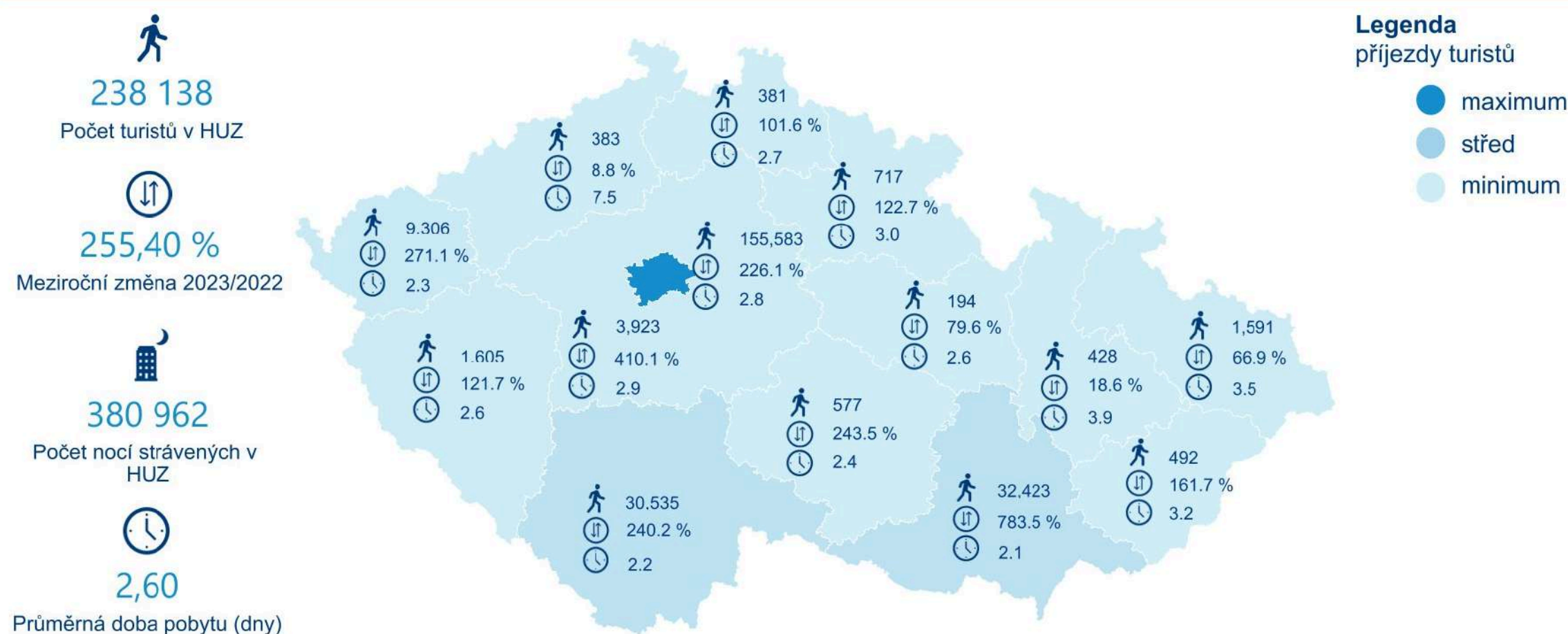
4 965

Celkem

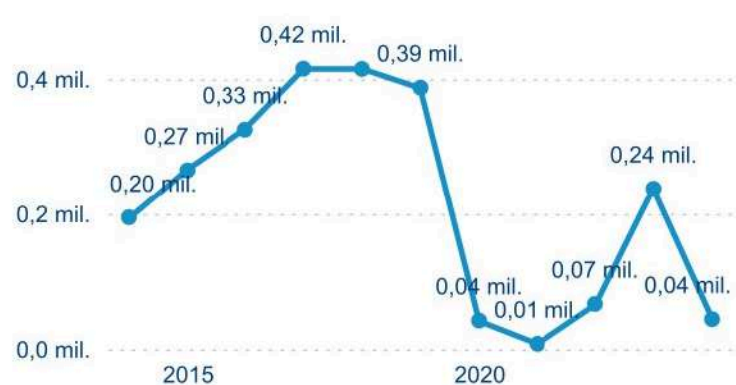




## Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



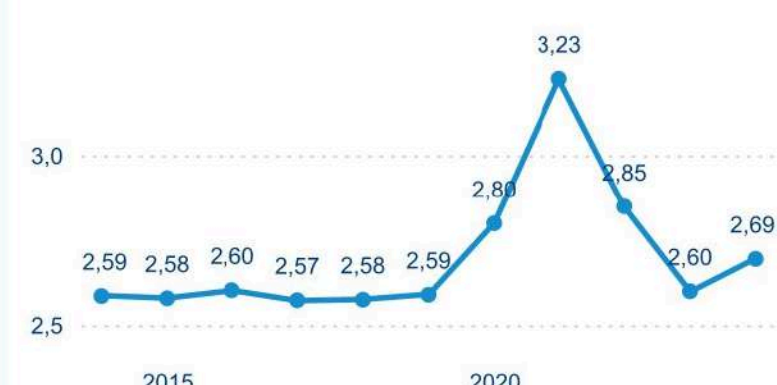
### Počet turistů v HUZ



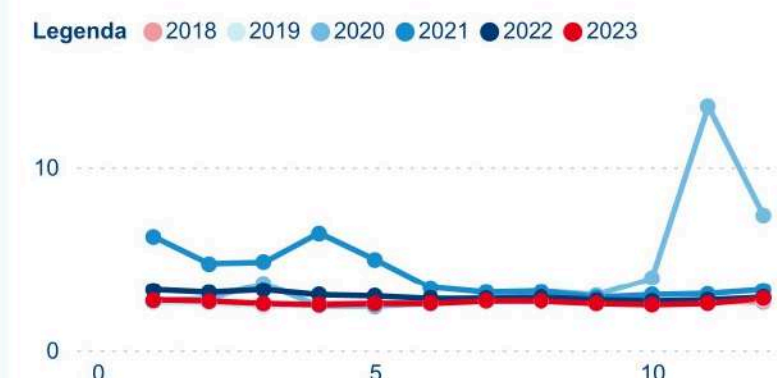
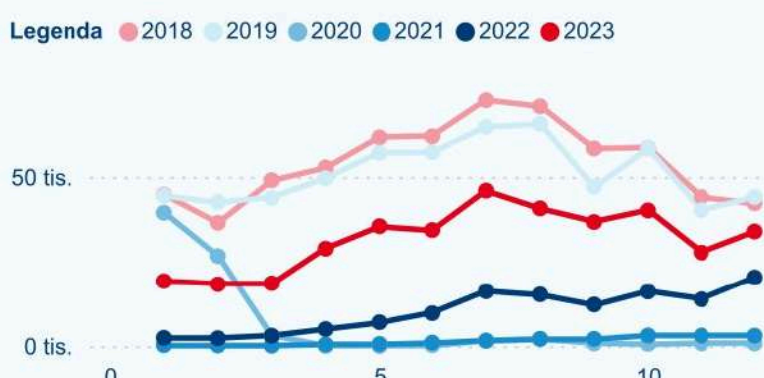
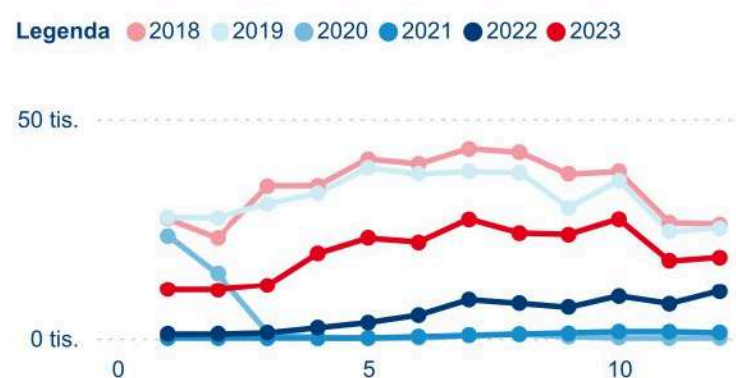
### Počet přenocování v HUZ



### Průměrná doba pobytu (dny)



### Sezonální srovnání



### Rozložení v krajích



### Praha a regiony



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

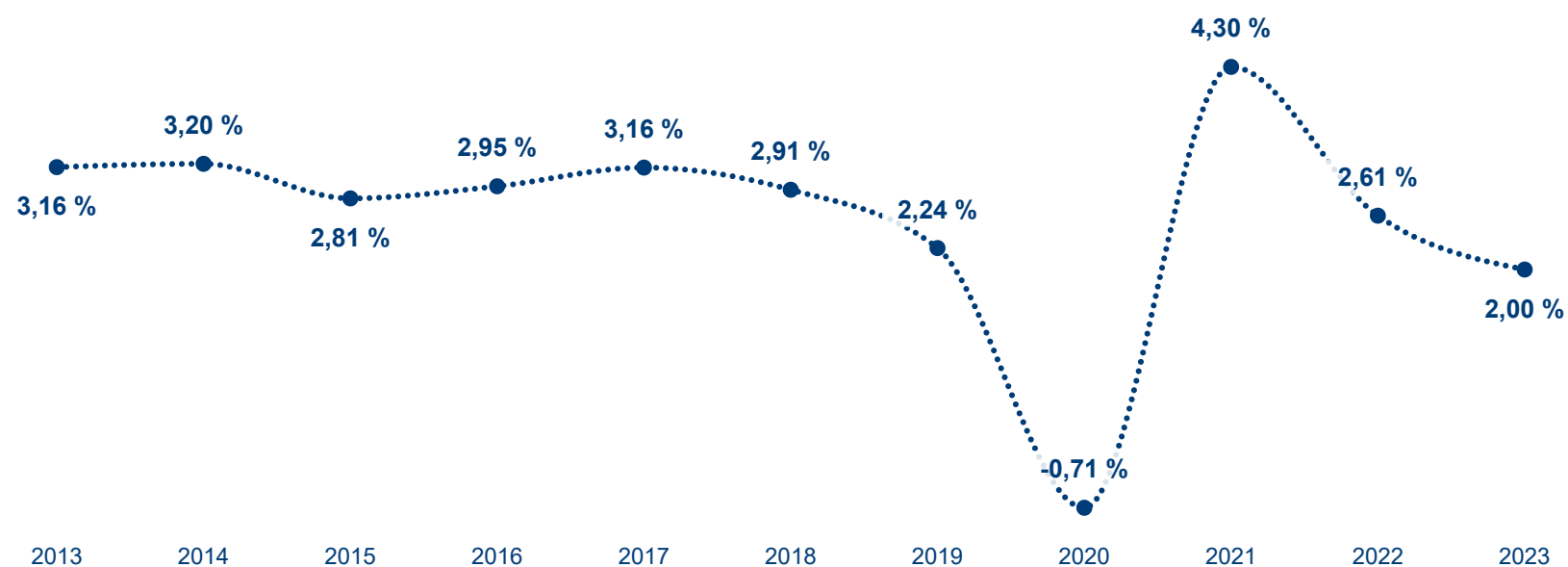


## Makroekonomická data

Meziroční růst HDP (%) <sup>1</sup>

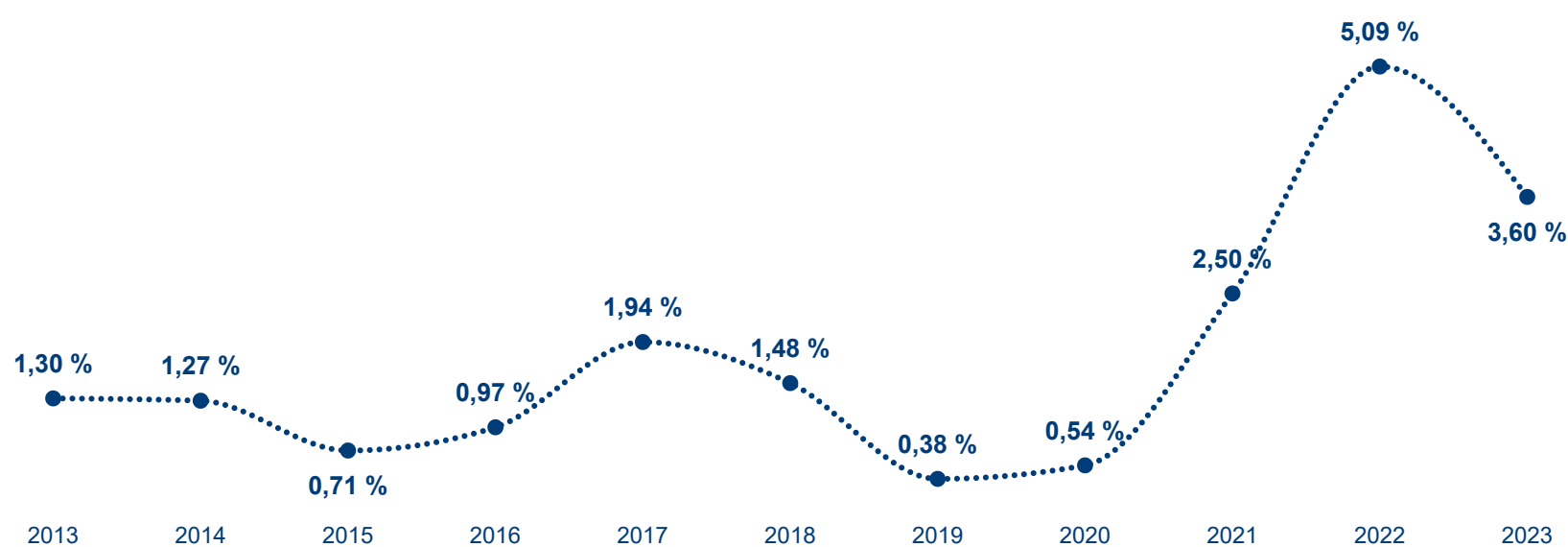
2,00 %

Meziroční růst HDP 2023

Roční míra inflace (%) <sup>2</sup>

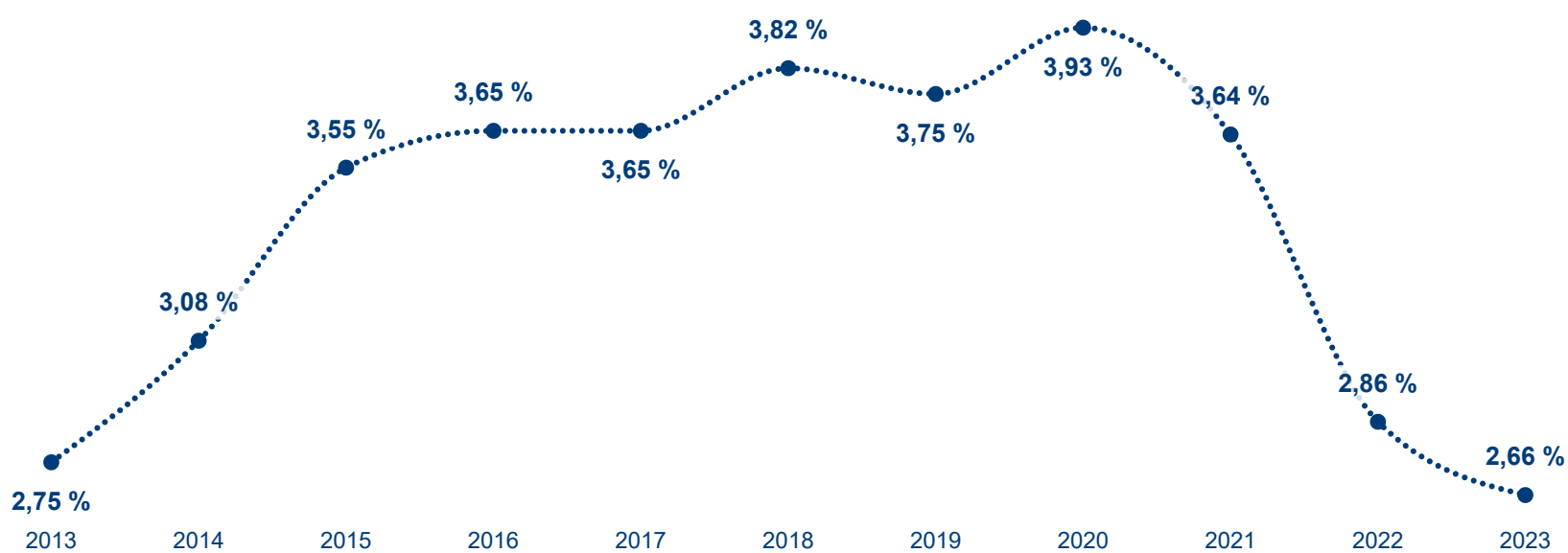
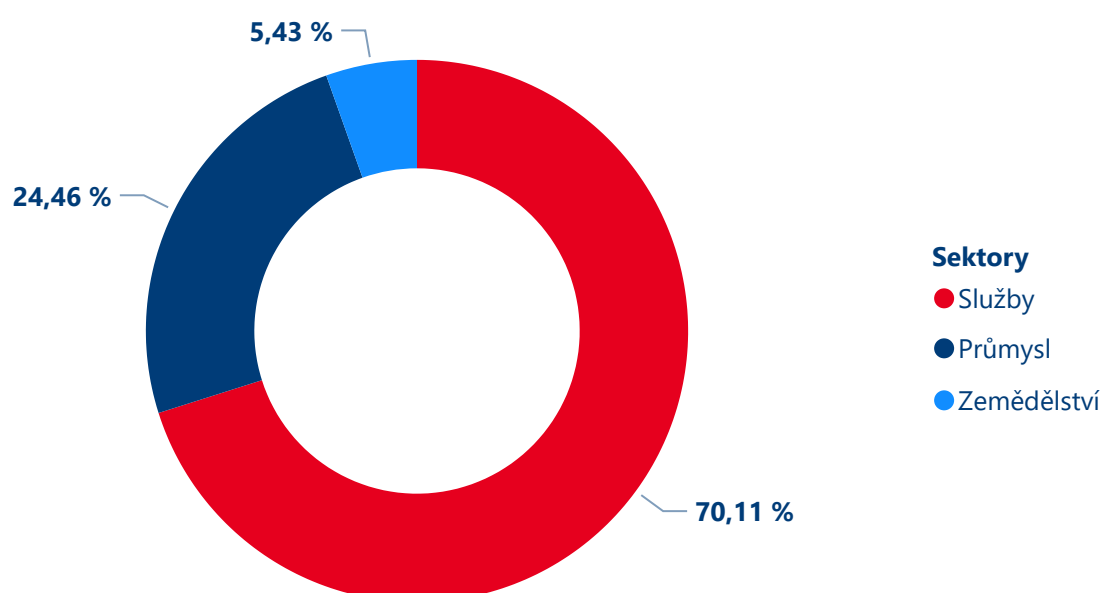
3,60 %

Míra inflace 2023

Nezaměstnanost <sup>3</sup>

2,66 %

Nezaměstnanost 2023

Zaměstnanost podle sektoru 2022 <sup>4</sup>

## Průměrná hrubá mzda v Korejské republice 2023

3 890 000 KRW

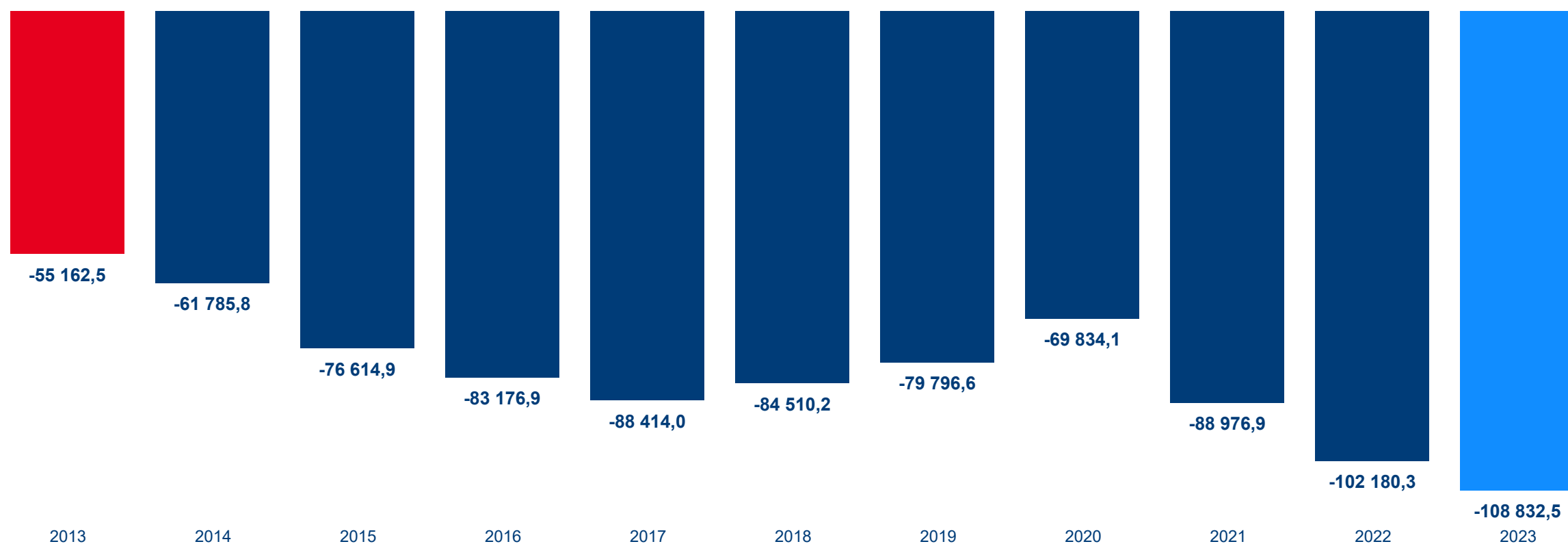
## Minimální měsíční mzda v Korejské republice 2023

2 060 740 KRW



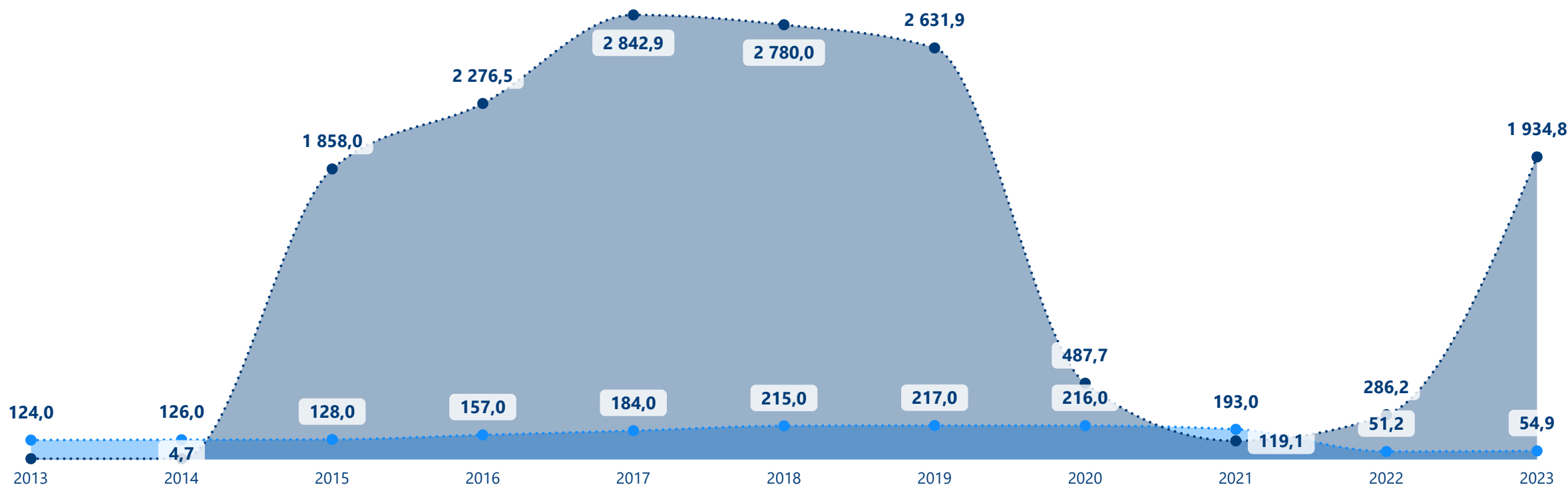
## Makroekonomická data

## Saldo běžného účtu platební bilance (v mil CZK)

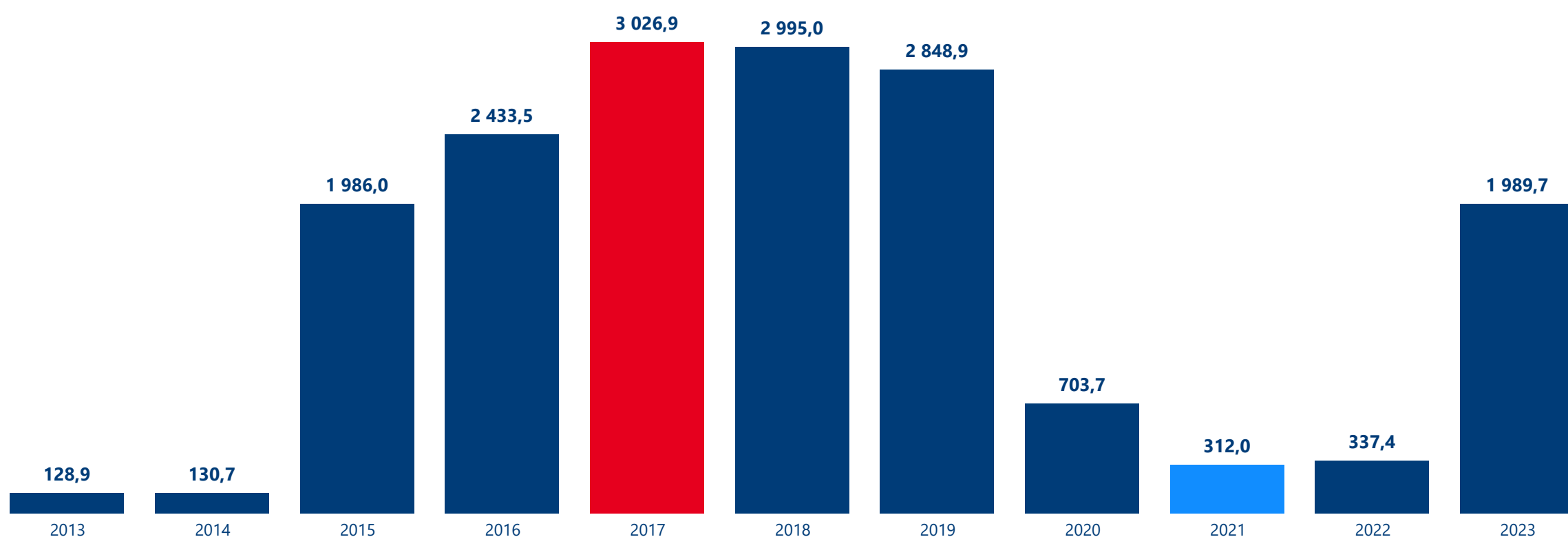


## Saldo PB cestovní ruch - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK)

● Pracovní cesty ● Soukromé cesty

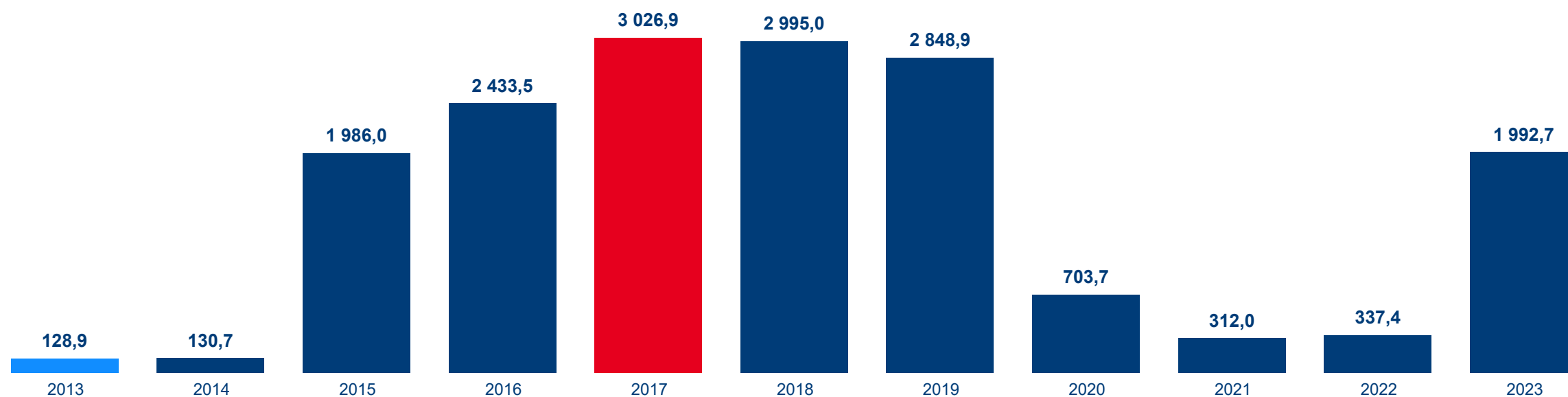


## Saldo PB cestovní ruch - celkem (v mil CZK)

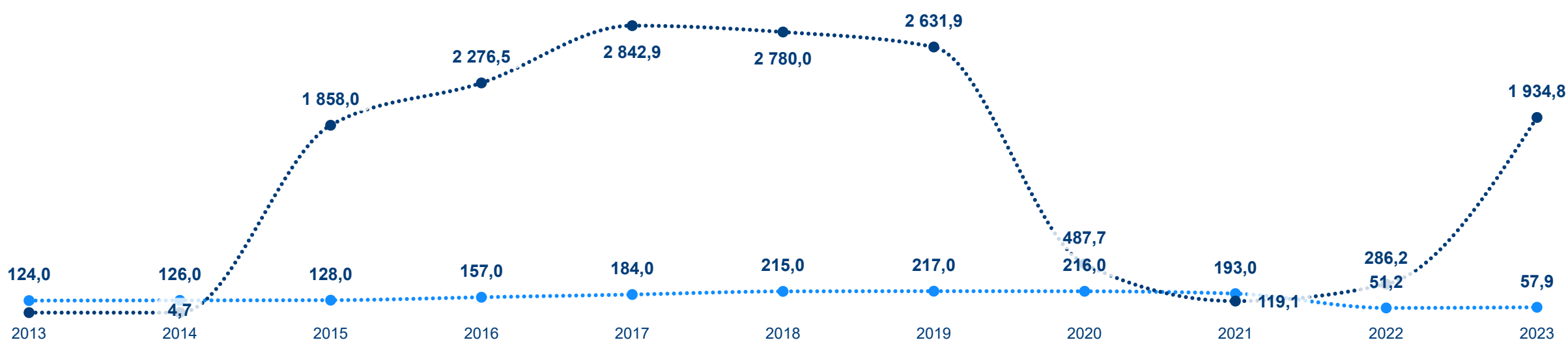
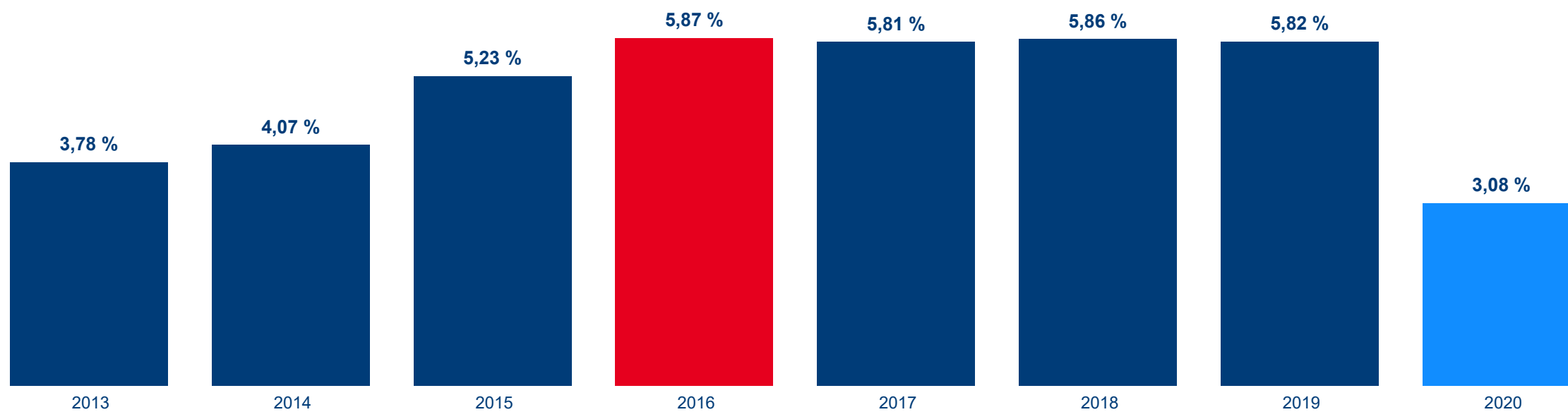




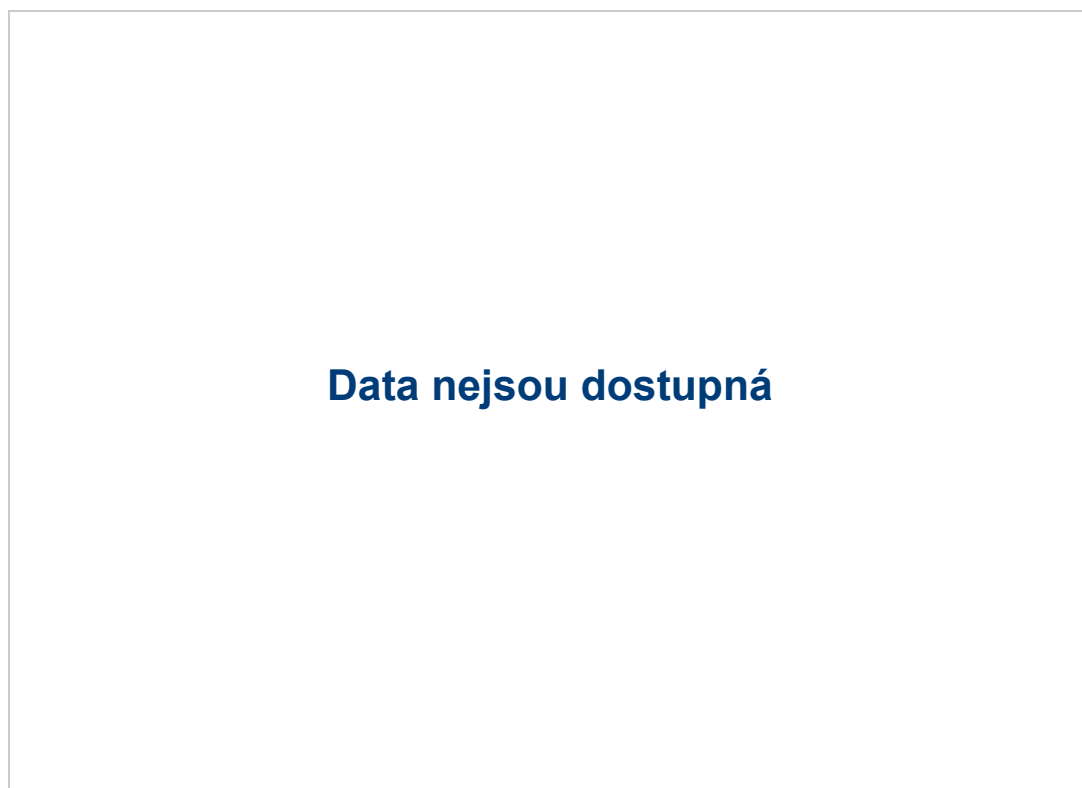
## Makroekonomická data

Celkové příjmy z cestovního ruchu (v mil CZK) <sup>1</sup>Příjmy - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK) <sup>1</sup>

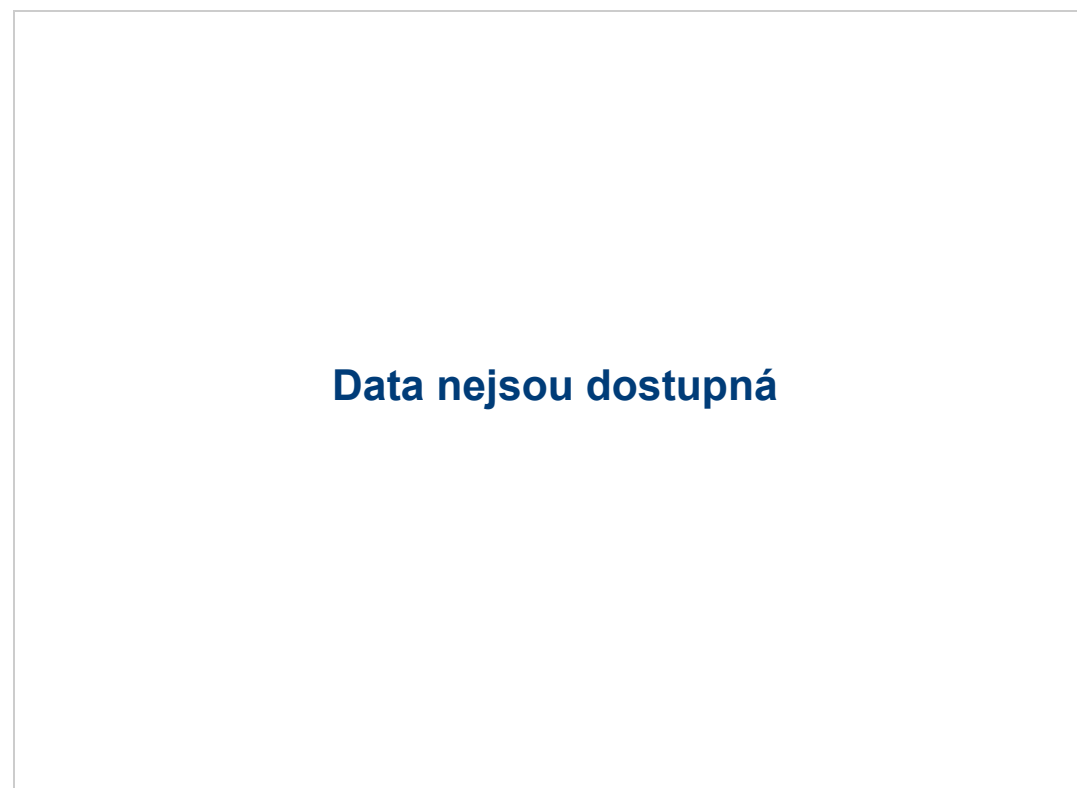
● Pracovní cesty ● Soukromé cesty

Výdaje na zahraniční CR (v %) <sup>2</sup>

## Příjezdy turistů do HUZ v Jižní Koreji



## Příjezdový a domácí CR v Jižní Koreji 2023 (v %)





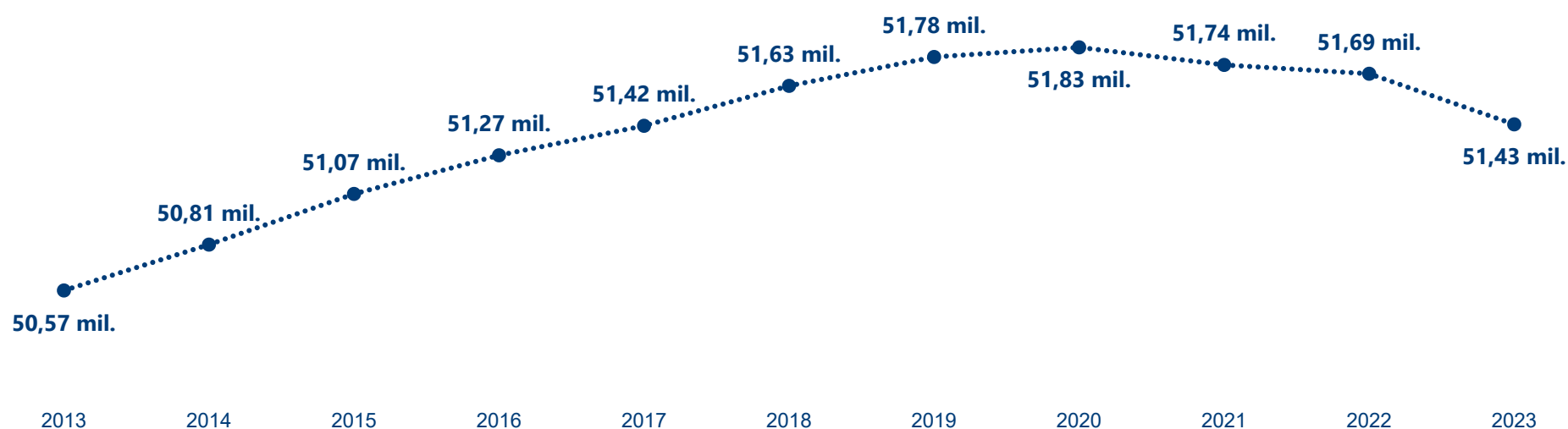


## Sociodemografická data

Počet obyvatel <sup>1</sup>

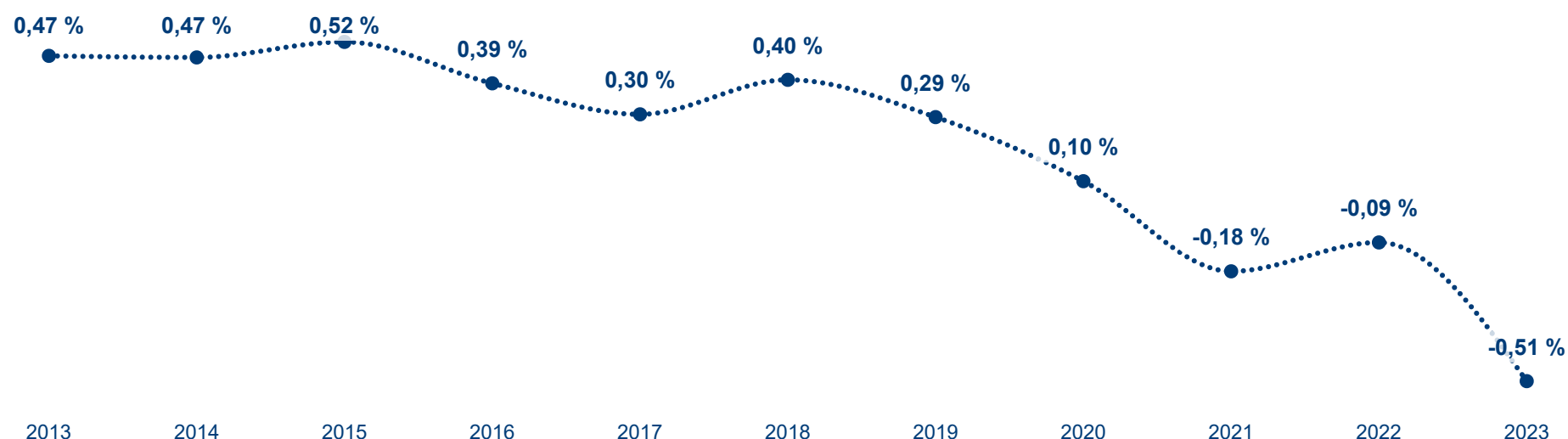
51 430 018

Počet obyvatel 2023

Meziroční růst populace <sup>1</sup>

-0,51 %

Přírůstek populace 2023

Věková struktura obyvatelstva: <sup>2</sup>

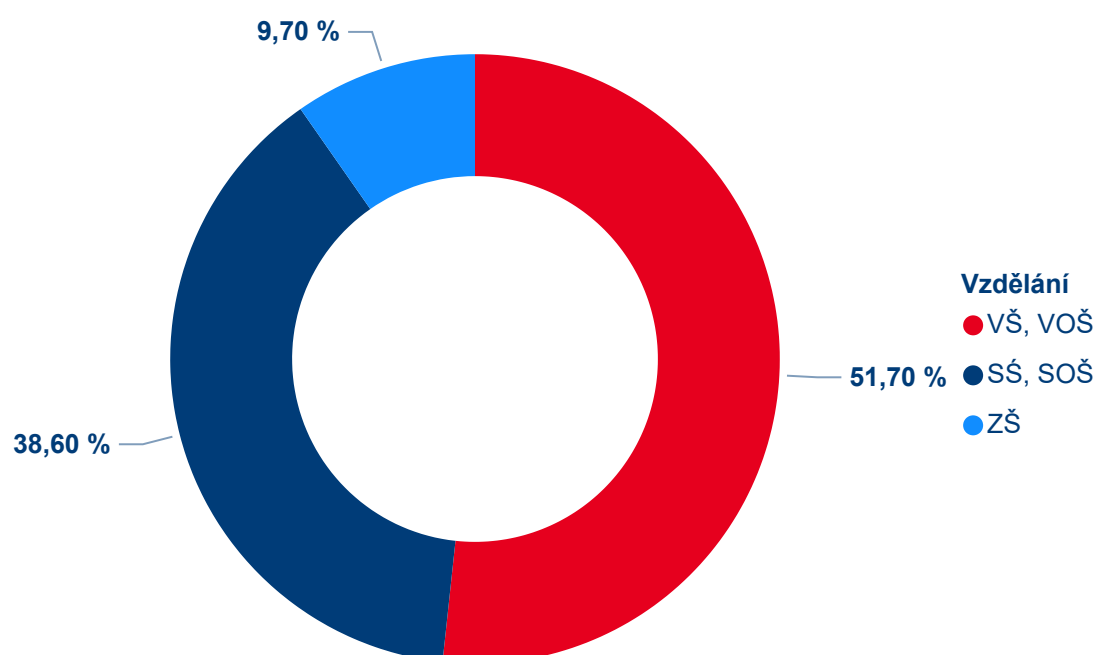
- 15 let a méně 15,7 %
- 15 - 64 let 72,9 %
- 65 let a více 11,4 %

## Složení obyvatelstva:

- 95,1 % Korejci
- 4,9 % Cizinci

## Hustota osídlení:

- 515,56 os/km<sup>2</sup>

Vzdělanost <sup>3</sup>

## Náboženství a náboženské zvyklosti

Korejská republika je často definována jako multináboženská společnost. V Koreji má největší zastoupení buddhismus (22,9 %), protestanství (cca 20 %) a katolická církev (cca 8 %). Méně než 1 % populace se hlásí k tradičnímu náboženství, ale v zemi působí řada lokálních náboženských sekt (např. Moonisté, Sinčchondži), které se formovaly pod vlivem amerického protestantismu po Korejské válce.

Starší generace Korejců a lidé na venkově se hlásí z pravidla k buddhismu, zatímco ve městech a mezi mladšími lidmi se praktikují více protestanské směry - nejvíce presbyteriální či např. novokřtěnci. Náboženství v centrech měst bylo ovlivněno západními nebo americkými proudy (protestanství).

K žádnému náboženství se v Koreji hlásí cca 46,5 %.<sup>4</sup>



## Metodika a odkazy

### Country reporty zahrnují kombinovaná data z různých zdrojů, které jsou vždy uvedeny:

**Countrymeters:** Data na základě databáze UN Department of Economic and Social Affairs, Population Division (countrymeters.info)

**ČNB:** Data České národní banky (údaje ze statistiky platební bilance)

**ČSÚ:** Data Českého statistického úřadu (data ze statistiky návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení)

**KOSIS:** Data Korejského statistického úřadu (populace, růst populace)

**Statista.com:** Online platforma specializující se na sběr a vizualizaci dat

**TourMIS:** Data Marketingového Informačního Systému spadajícího pod Modul University Vienna, Austrian National Tourist Office a ETC.

**Tracking:** Data CzechTourism z výběrového šetření "Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu" (data o marketingové segmentaci a spotřebitelském chování návštěvníků)

**World Bank:** Data Světové banky (makroekonomická data trhu, demografická data)

**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).

**CR:** cestovní ruch

**PCR:** příjezdový cestovní ruch (incoming)

**DCR:** domácí (tuzemský) cestovní ruch

**HUZ** (hromadná ubytovací zařízení): zařízení s minimálně 5 pokoji a zároveň 10 lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu

**IUZ** (individuální ubytovací zařízení)

### Podrobné informace naleznete v níže uvedených sestavách

Sestava Tracking



Sestava HUZ



Country report Jižní Korea 2019



Zpracováno Institutem turismu  
institut@czechtourism.cz  
tourdata.cz

Zahraniční zastoupení v Jižní Koreji s působností pro Filipíny

Michal Procházka  
ředitel ZZ Jižní Korea  
prochazka.m@czechtourism.com

© CzechTourism 2024

Obsah je chráněn autorským právem. Užití díla pro komerční účely je možné pouze se souhlasem autora.