



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 stylu. 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, blogeri, 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.

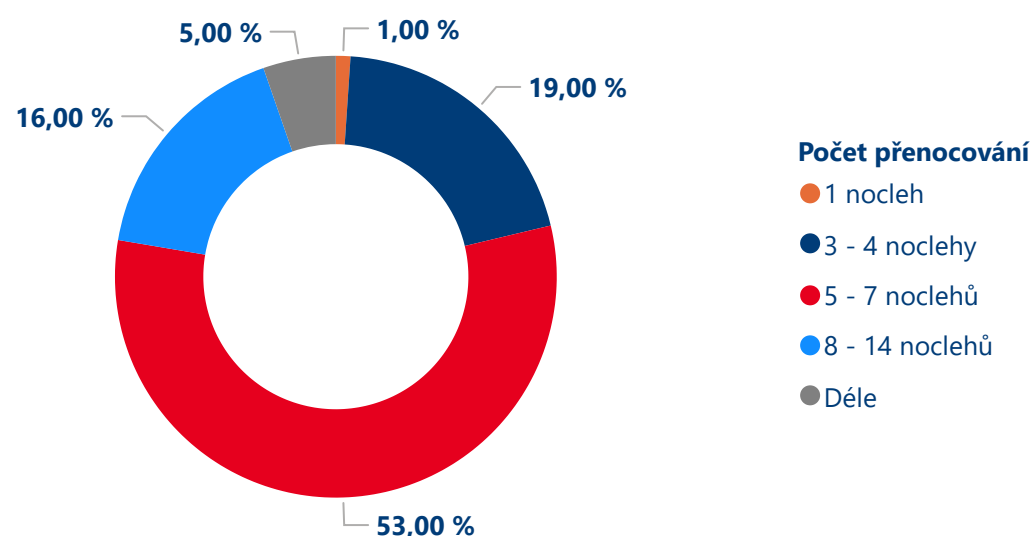


Veletrh: Korea World Travel Fair

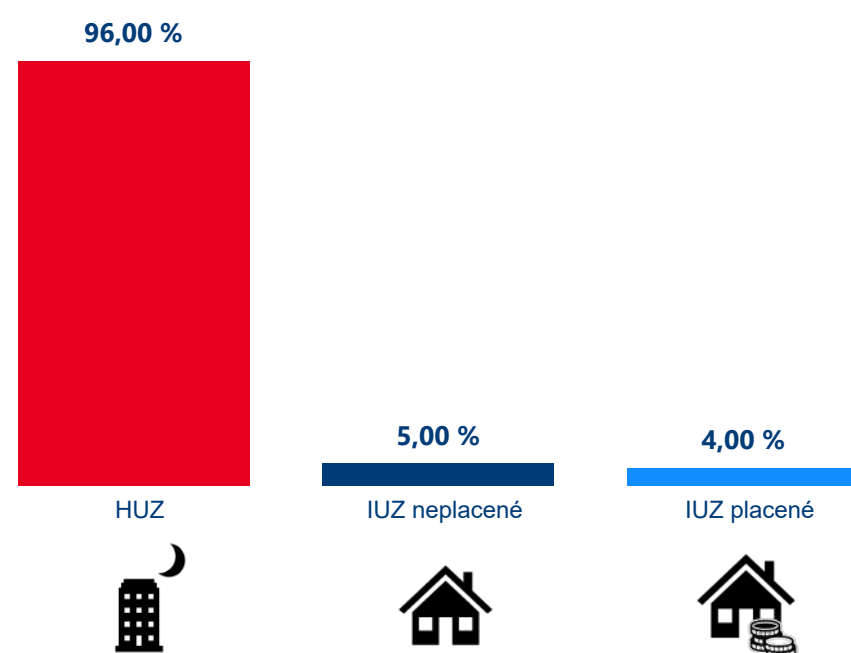


Profil korejského návštěvníka v Česku

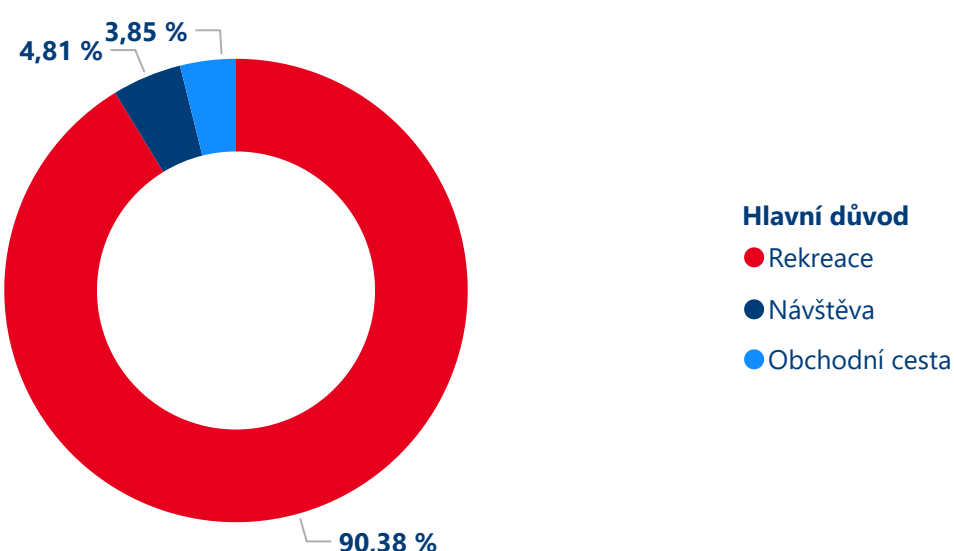
Počet přenocování během dovolené



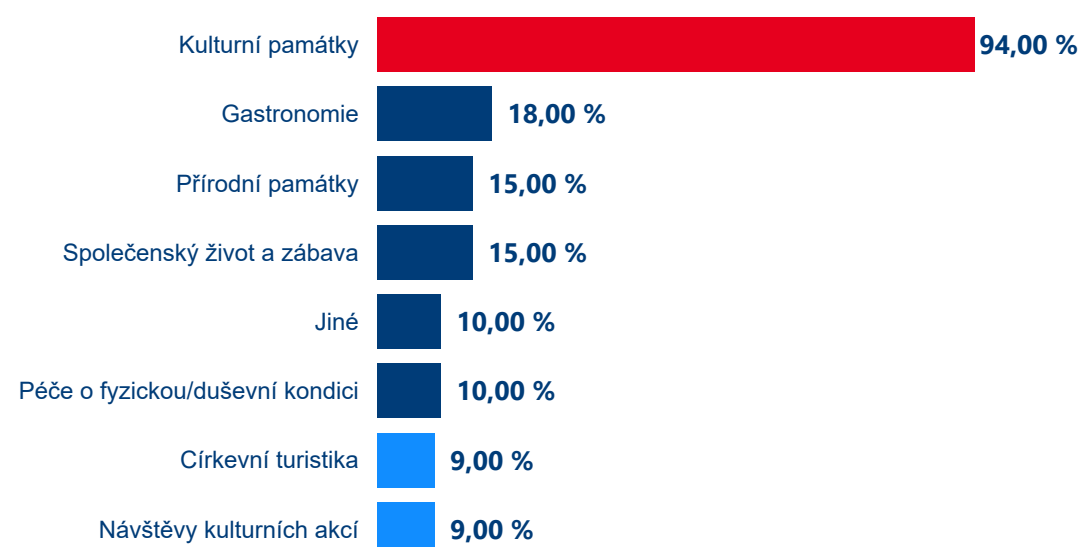
Typ ubytování



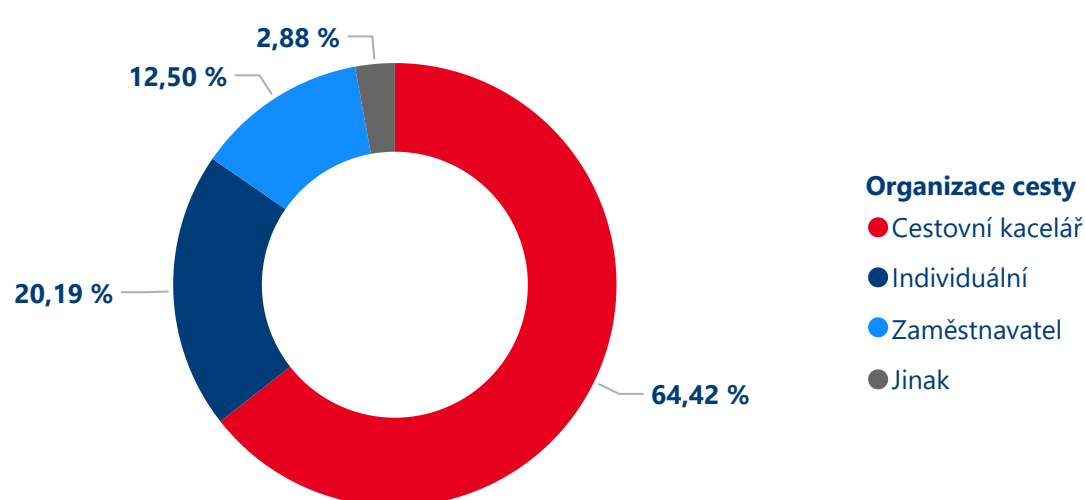
Hlavní důvod návštěvy



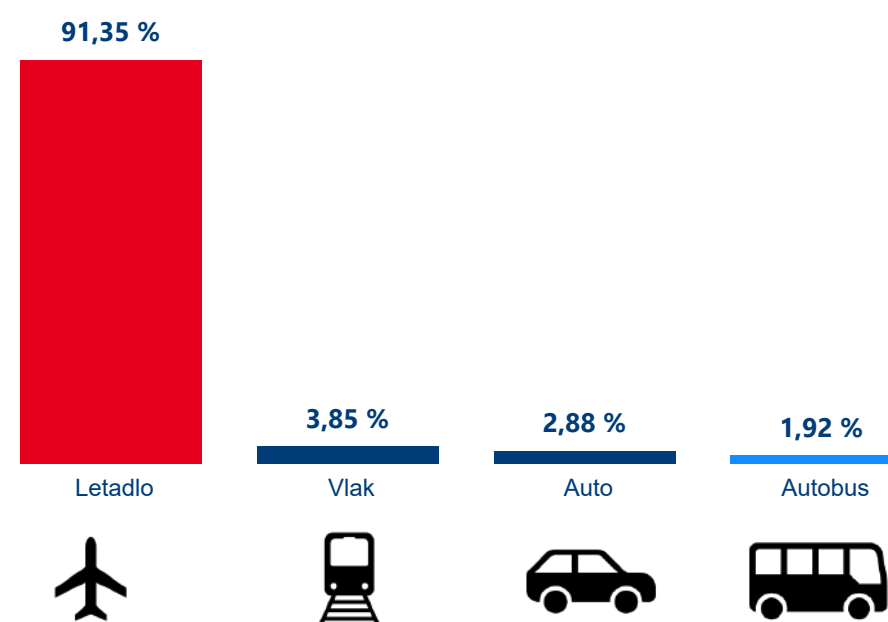
Aktivity během pobytu



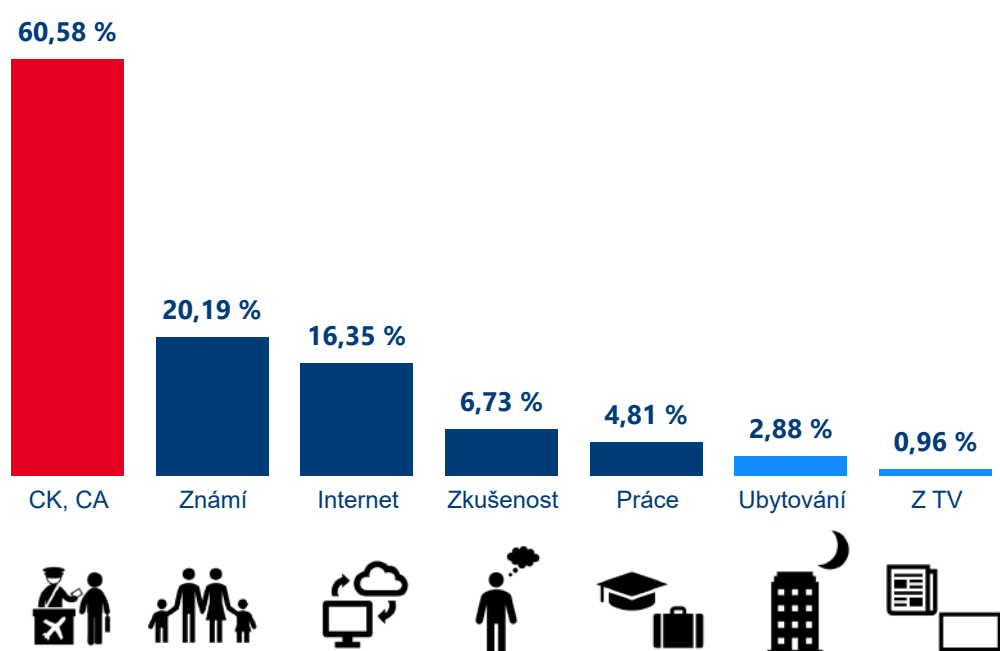
Organizace cesty



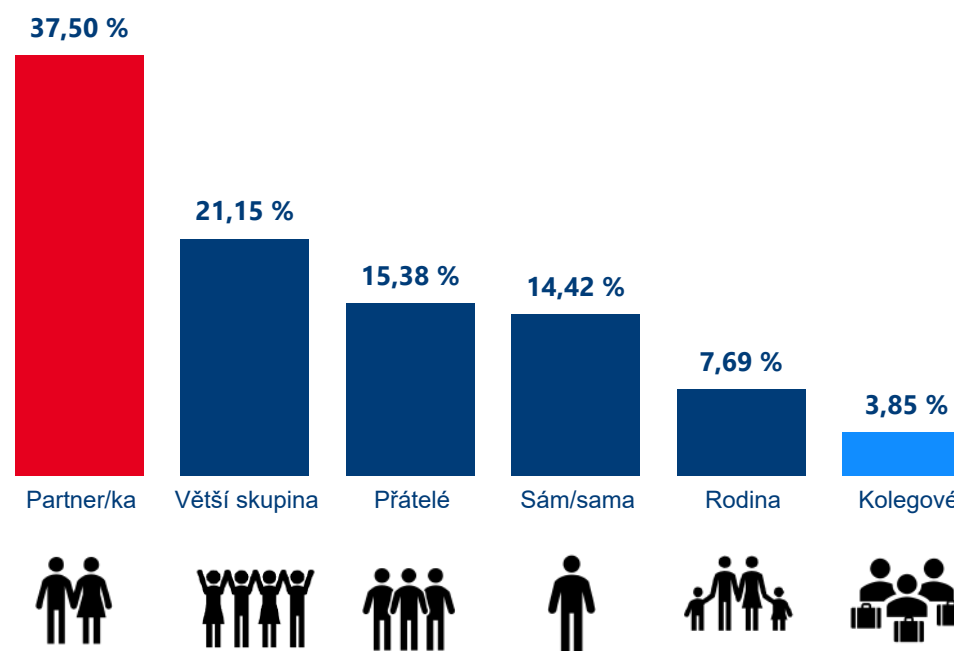
Dopravní prostředek



Informační zdroj návštěvníka



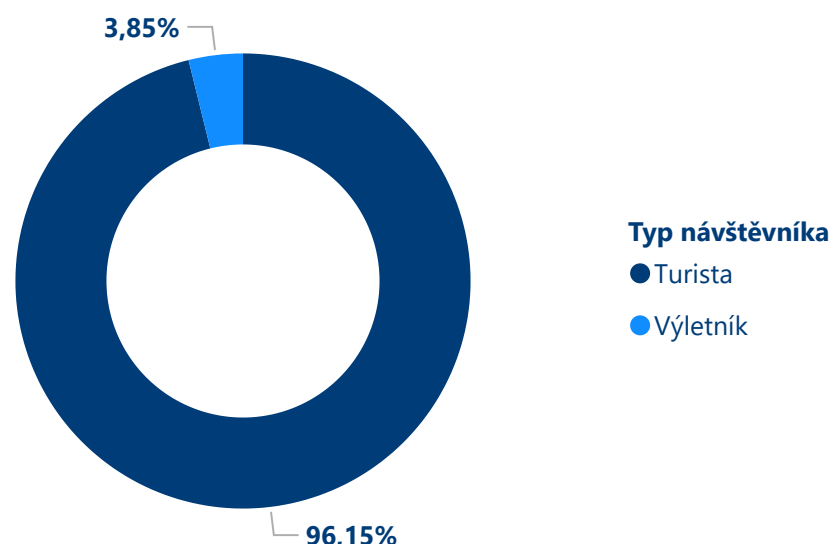
Doprovod návštěvníka





Profil korejského návštěvníka

Struktura návštěvníků

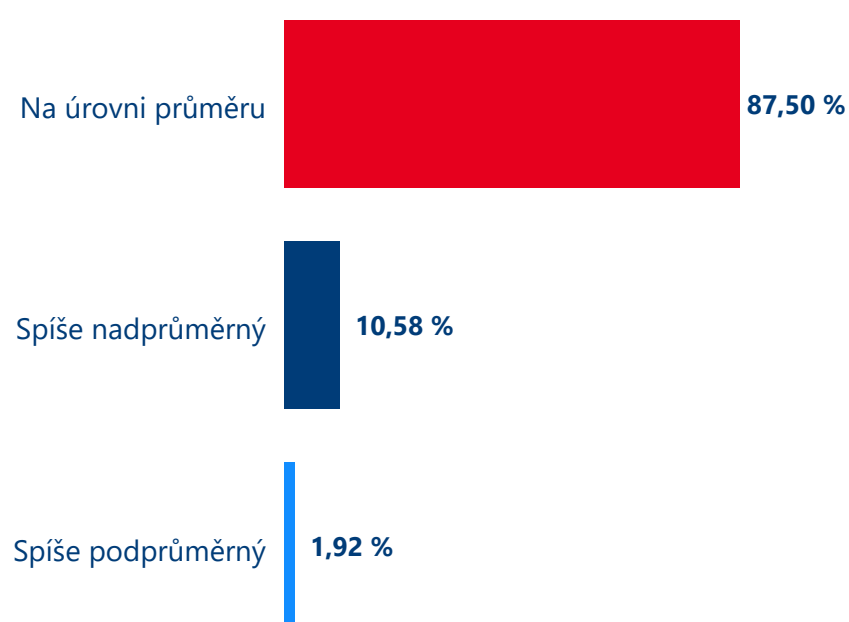


Zdrojová města

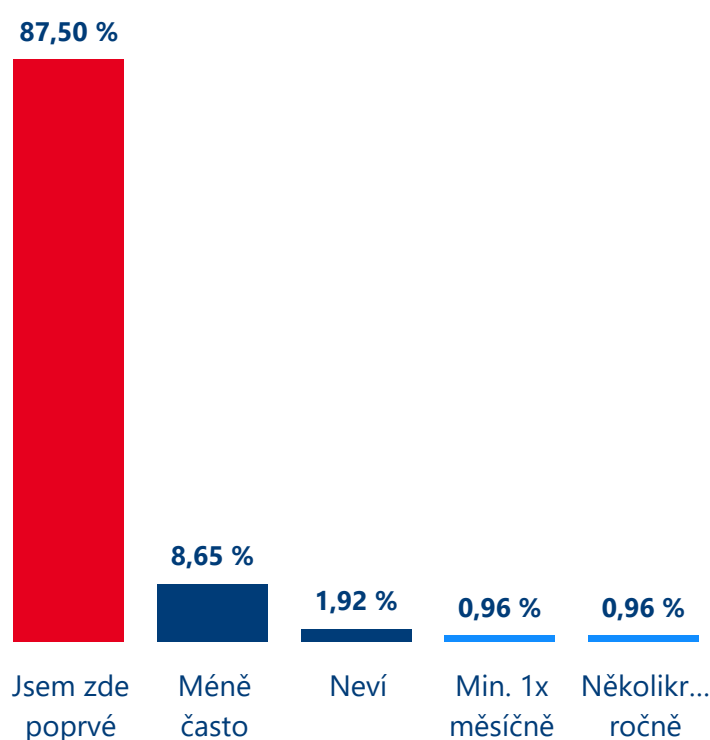
Nejvíce Korejců cestujících do České republiky pochází z následujících měst:

- Soul
- Busan
- Daeng
- Gwangju
- Pohang

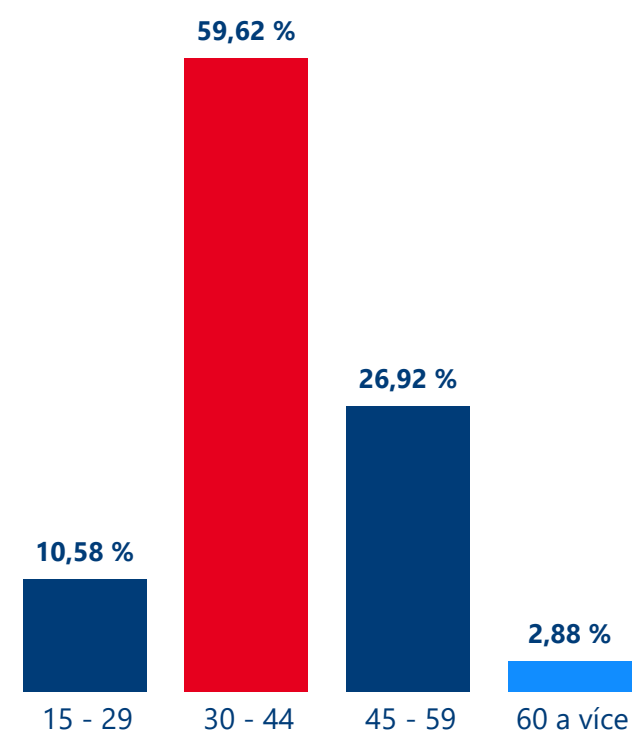
Příjmová úroveň domácností



Frekvence návštěv



Věková struktura návštěvníků



Průměrné výdaje na os/den (v CZK)

3 369

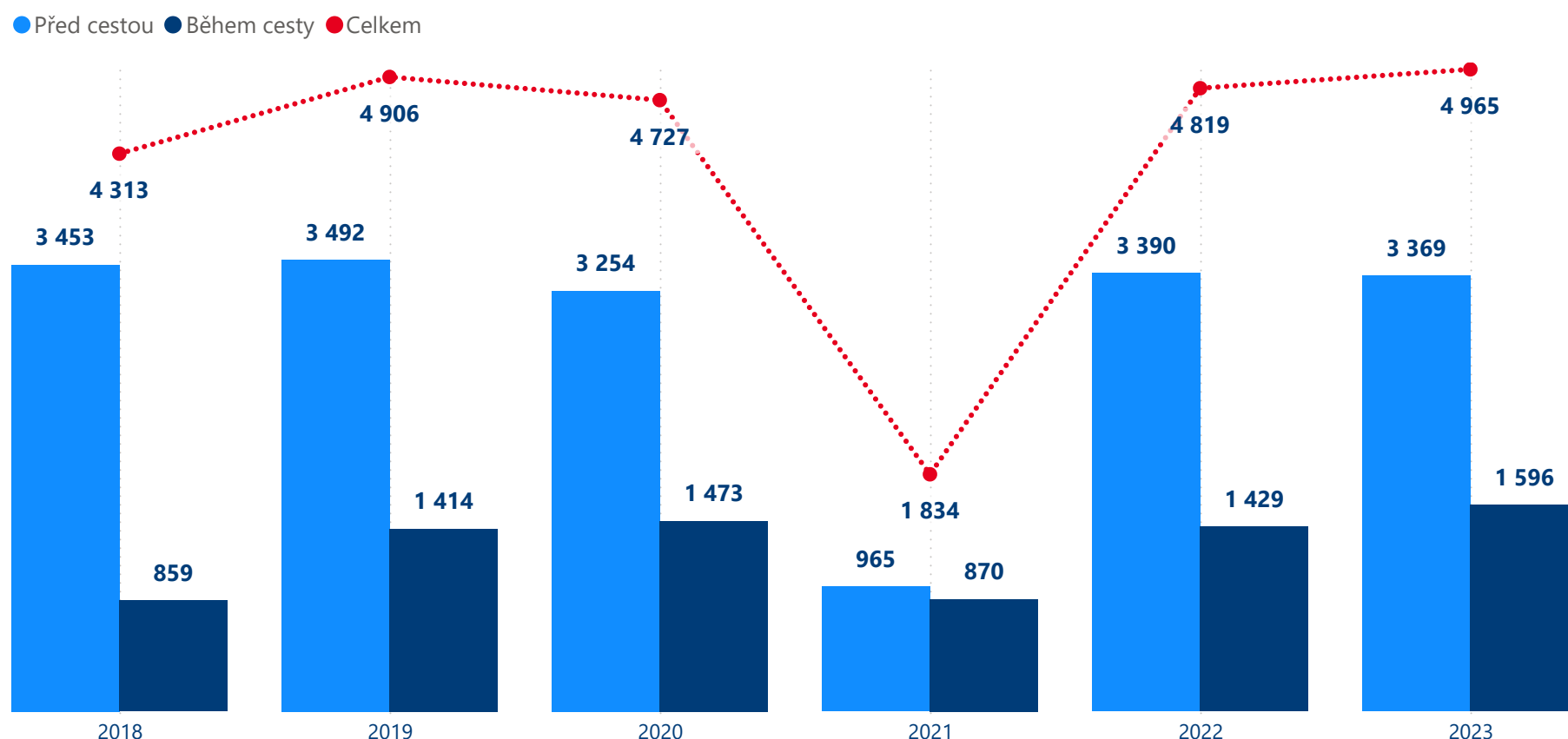
Před cestou

1 596

Během cesty

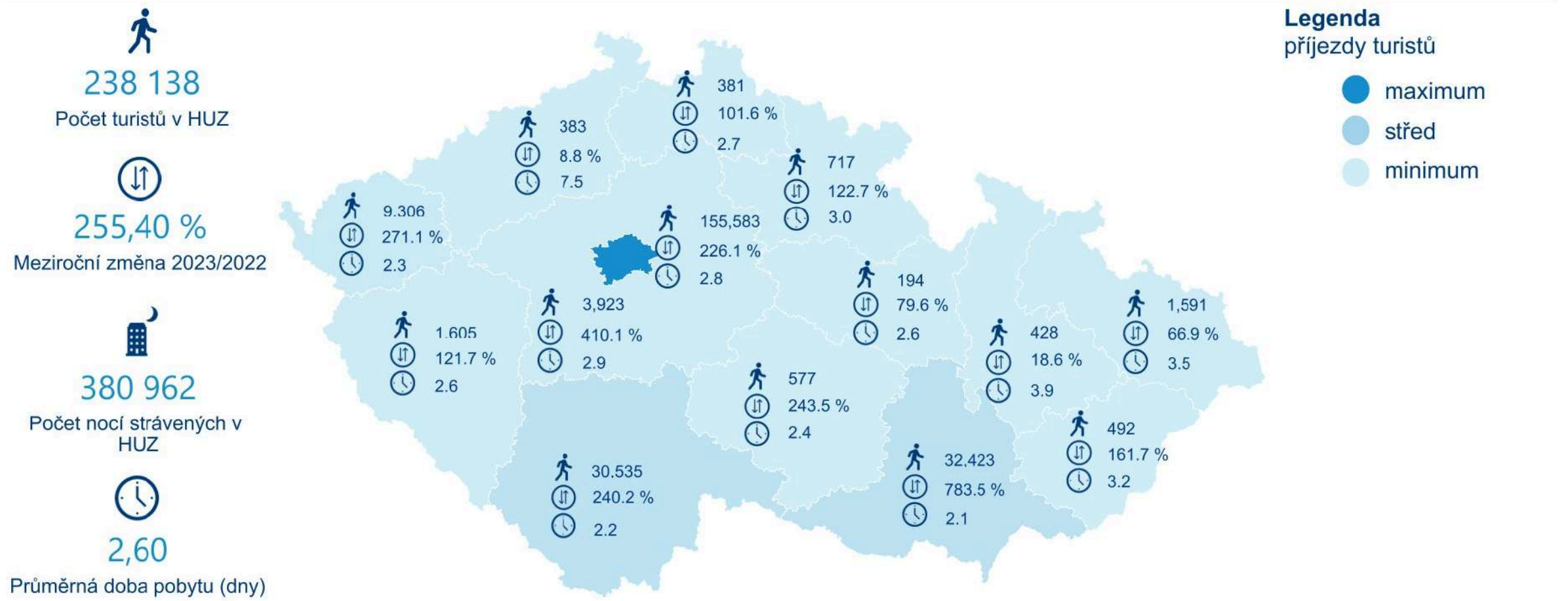
4 965

Celkem

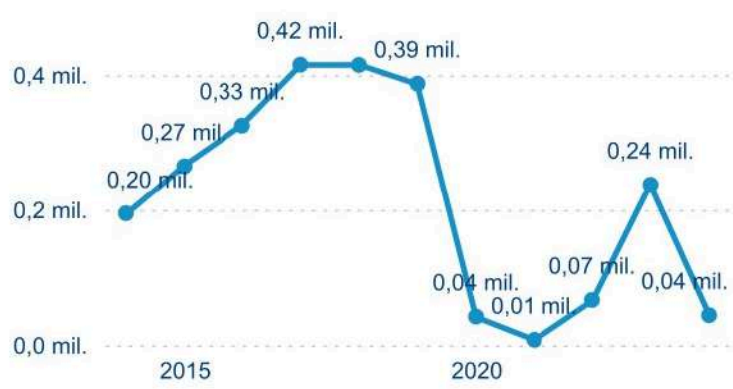




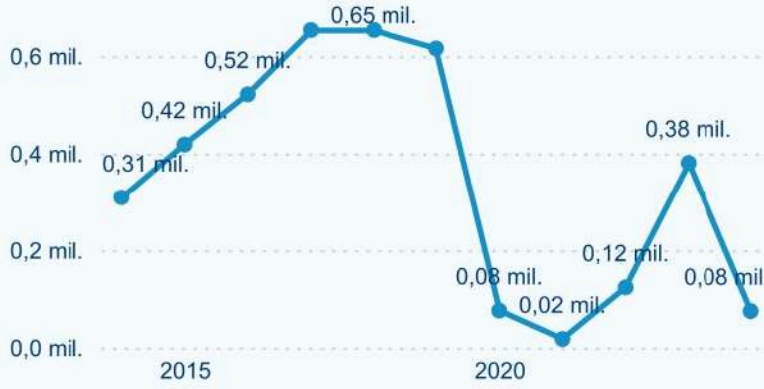
Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



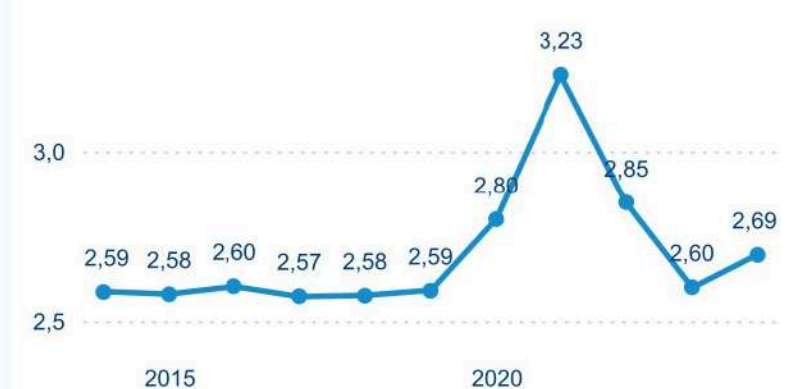
Počet turistů v HUZ



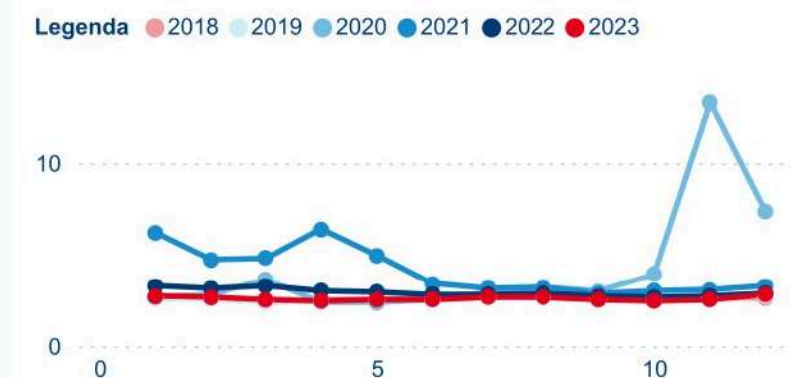
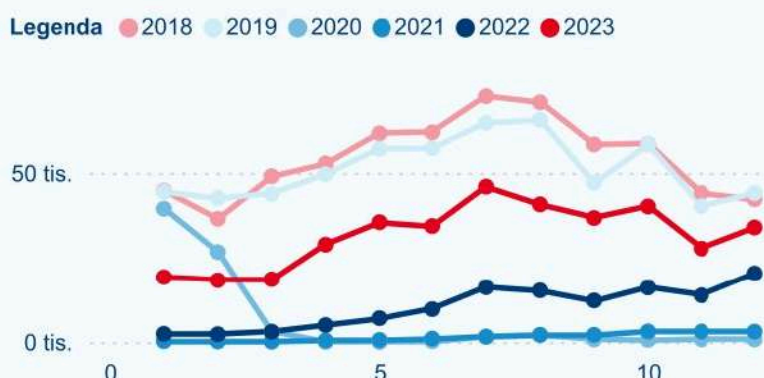
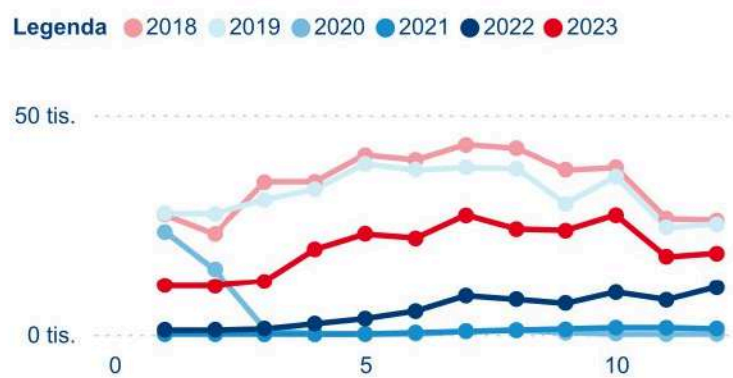
Počet přenocování v HUZ



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

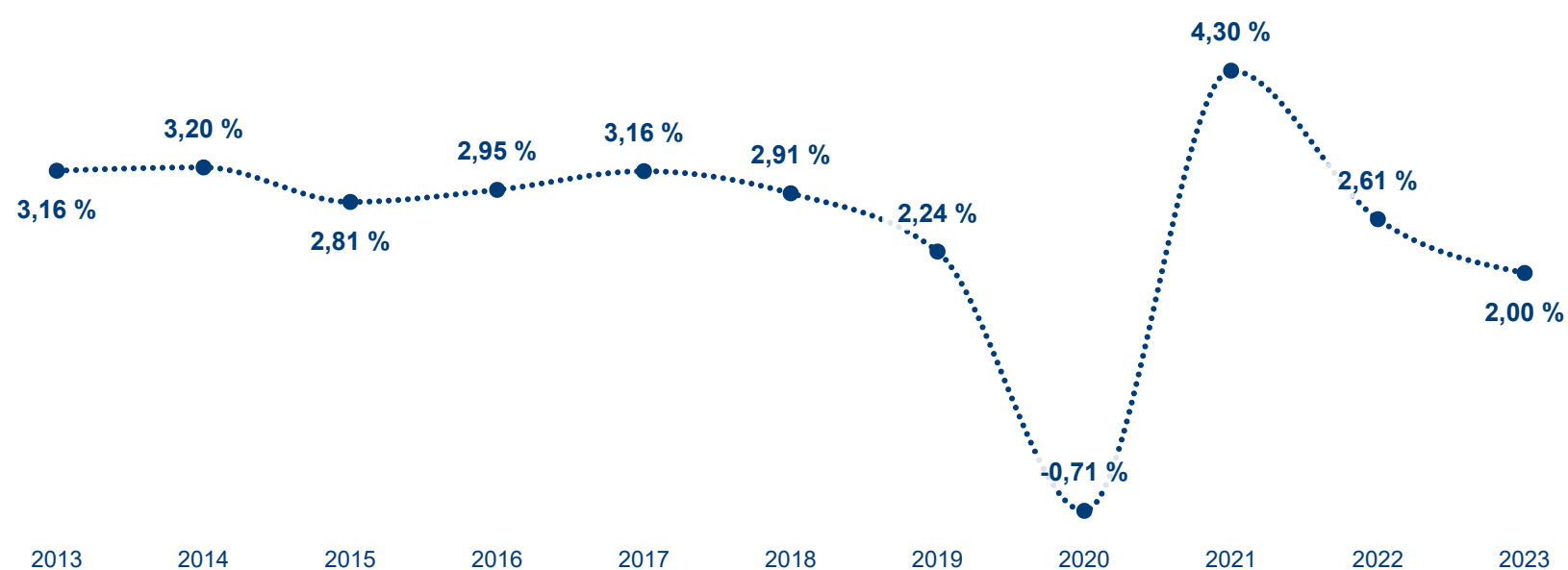


Makroekonomická data

Meziroční růst HDP (%) ¹

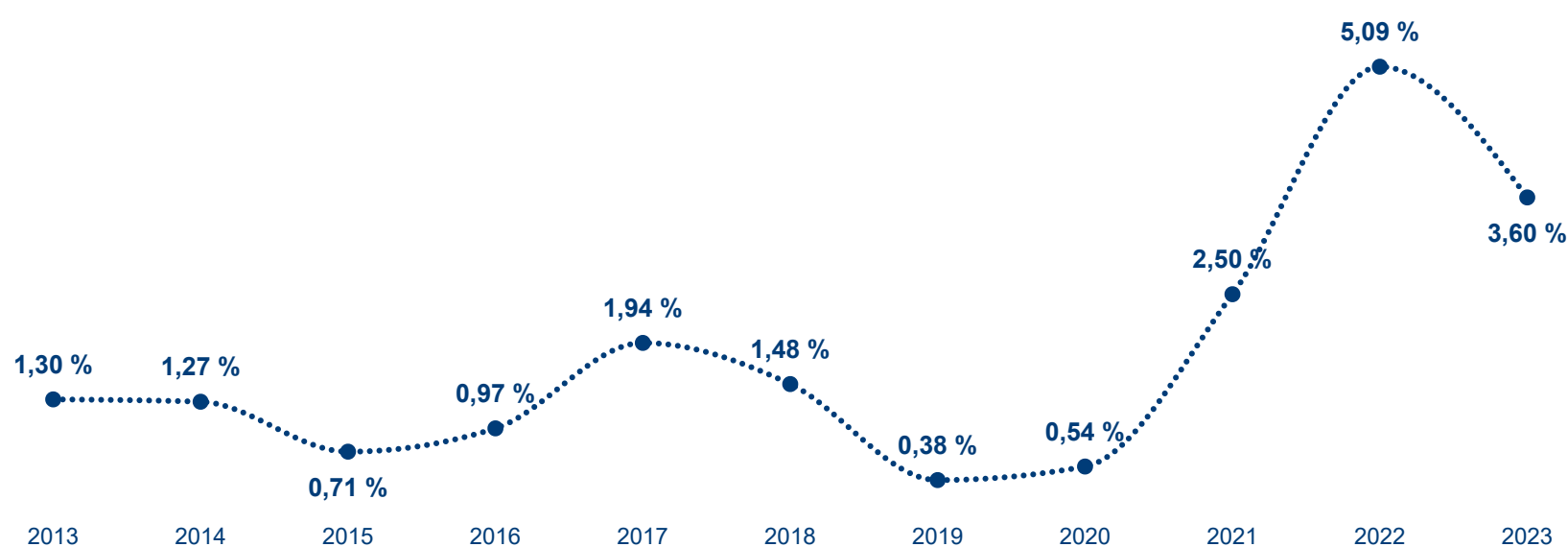
2,00 %

Meziroční růst HDP 2023

Roční míra inflace (%) ²

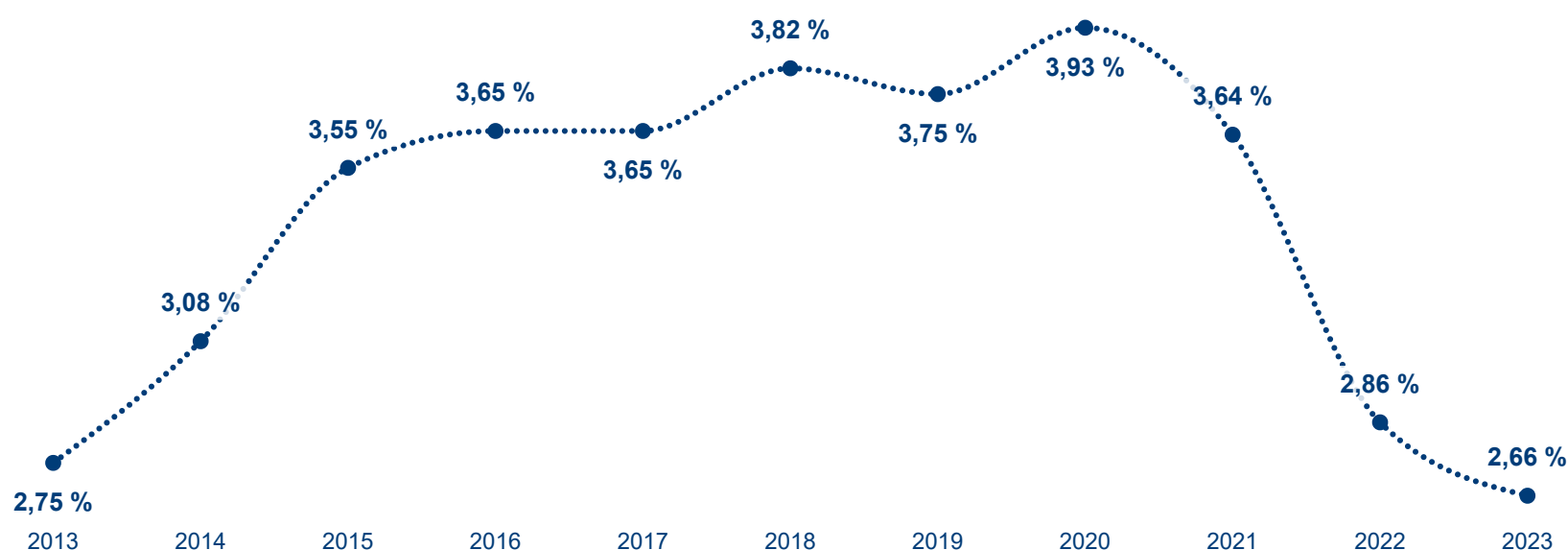
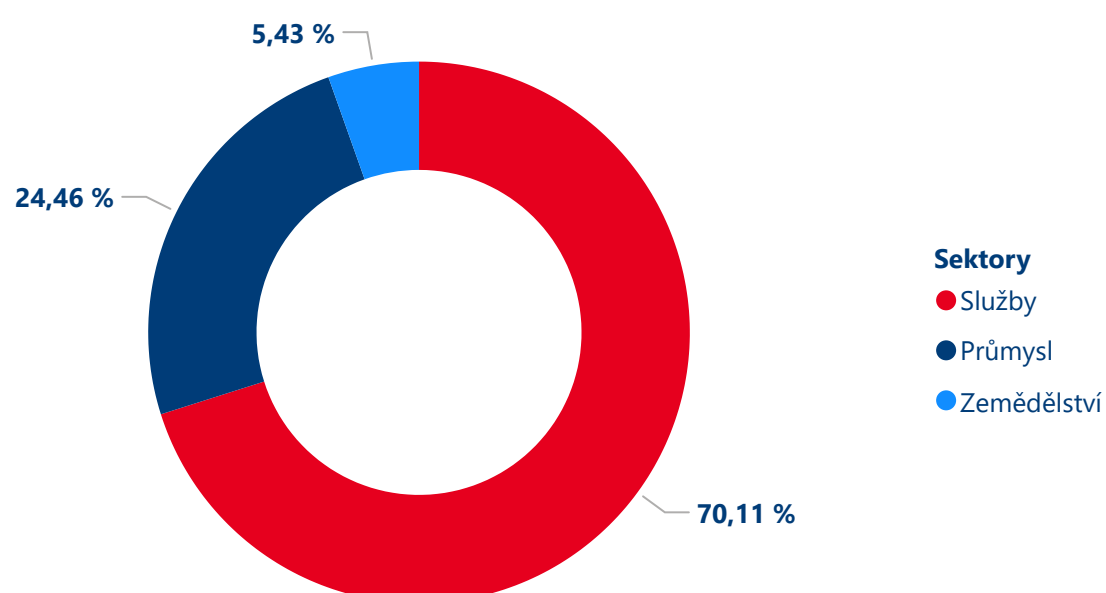
3,60 %

Míra inflace 2023

Nezaměstnanost ³

2,66 %

Nezaměstnanost 2023

Zaměstnanost podle sektoru 2022 ⁴

Průměrná hrubá mzda v Korejské republice 2023

3 890 000 KRW

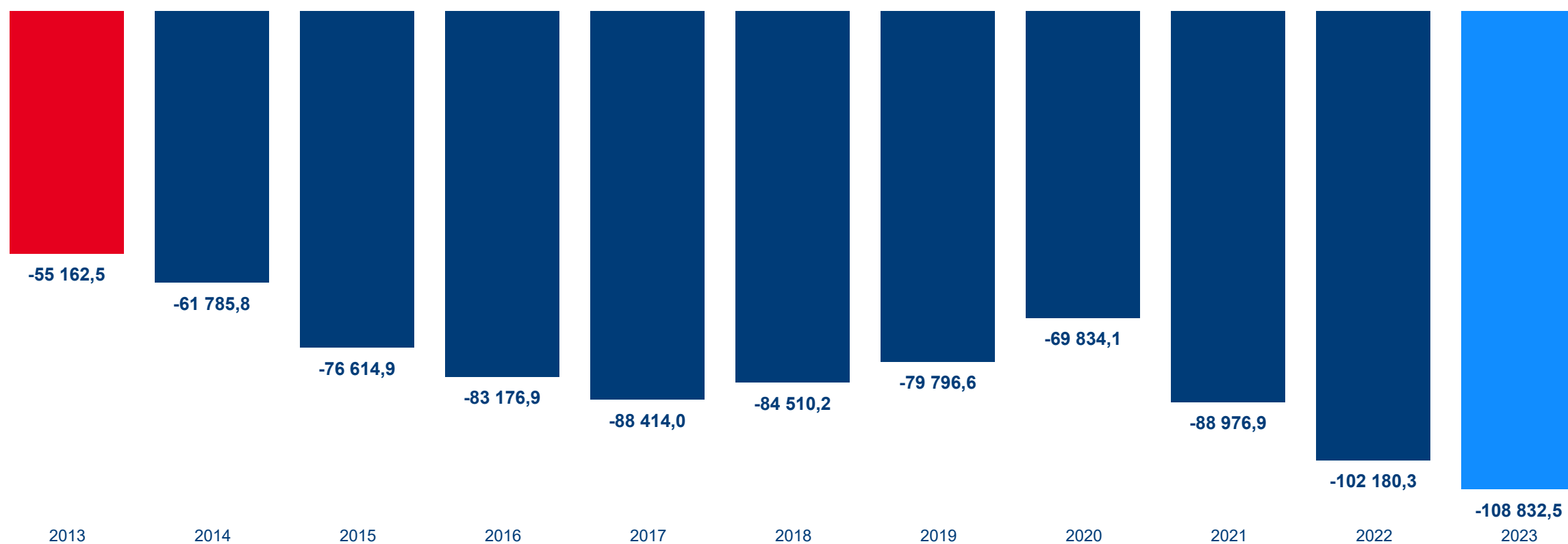
Minimální měsíční mzda v Korejské republice 2023

2 060 740 KRW



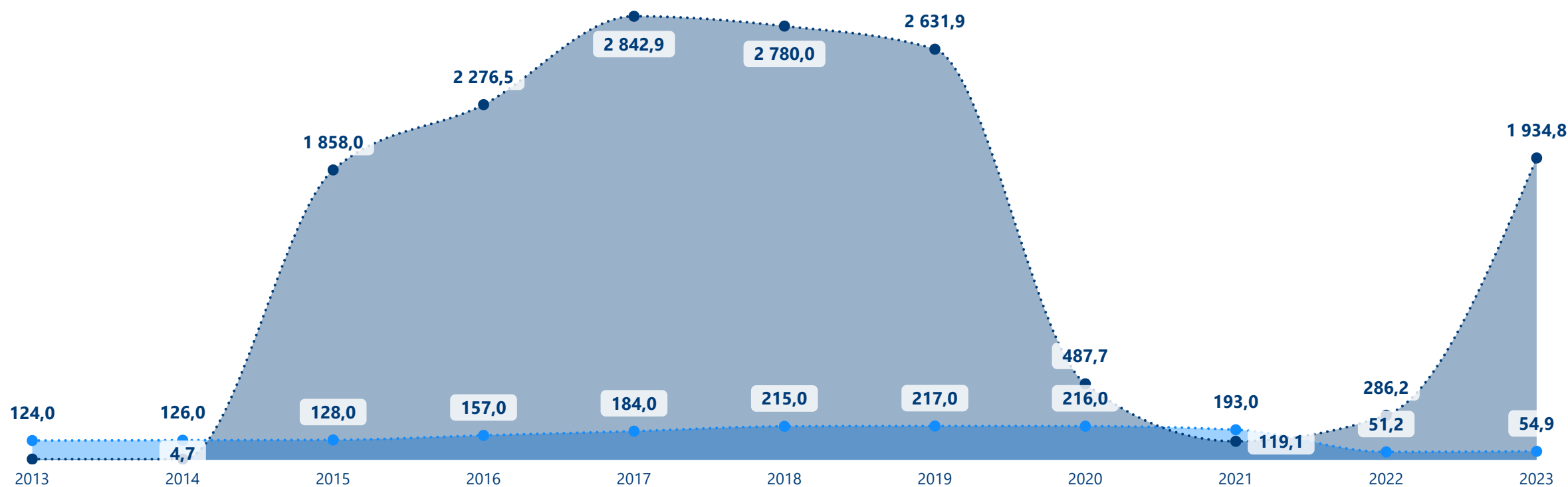
Makroekonomická data

Saldo běžného účtu platební bilance (v mil CZK)

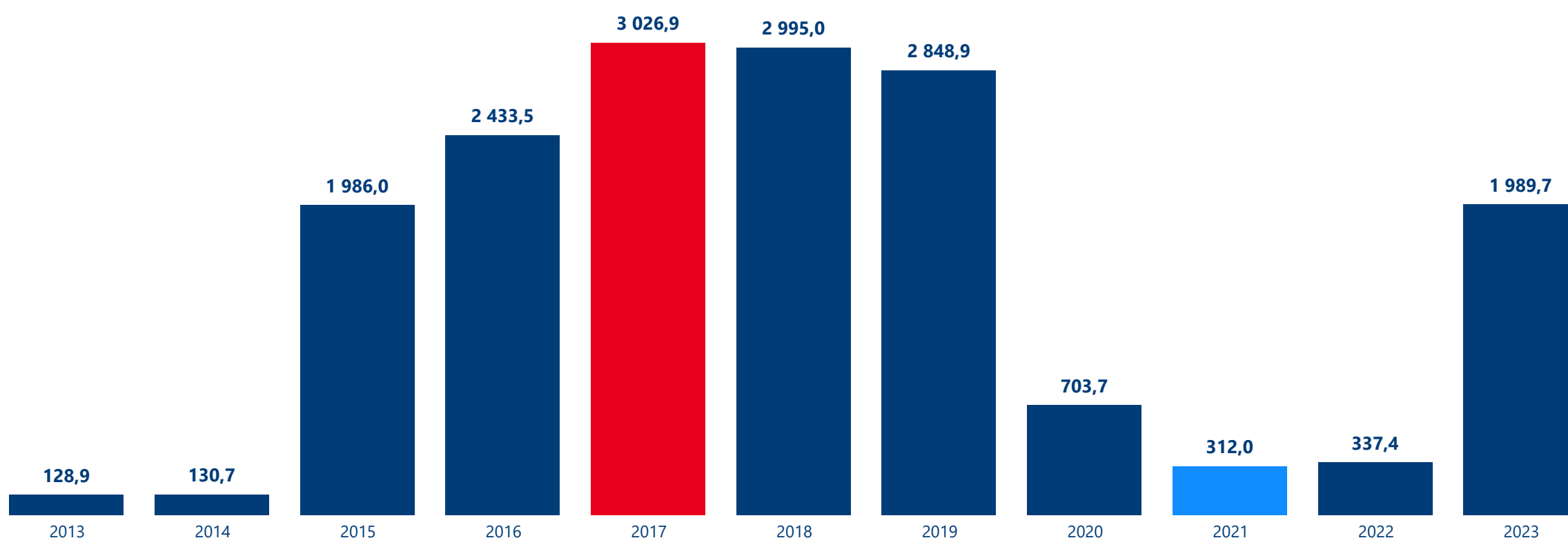


Saldo PB cestovní ruch - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK)

● Pracovní cesty ● Soukromé cesty

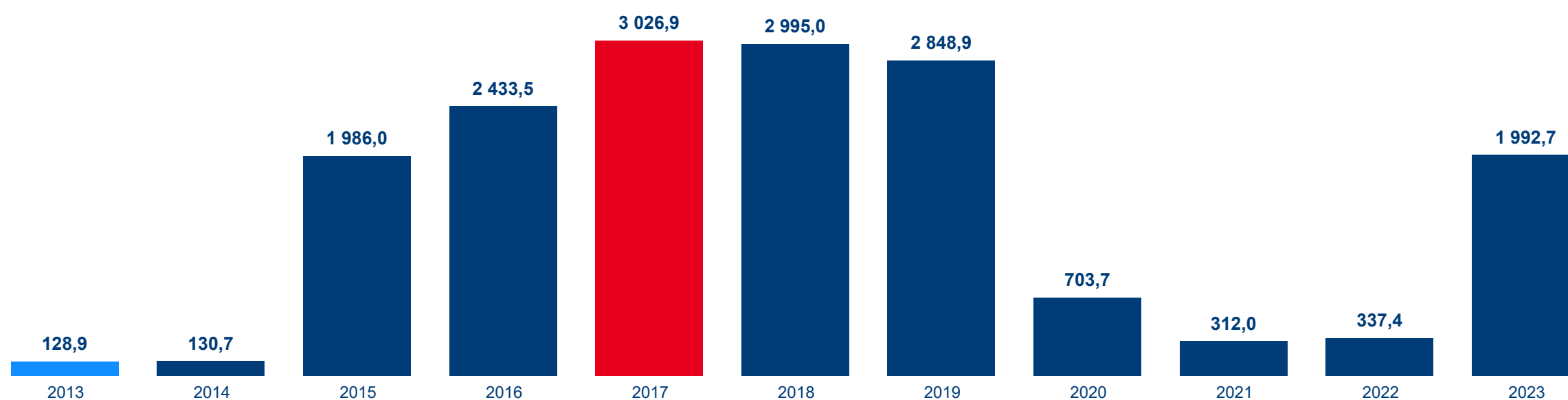


Saldo PB cestovní ruch - celkem (v mil CZK)

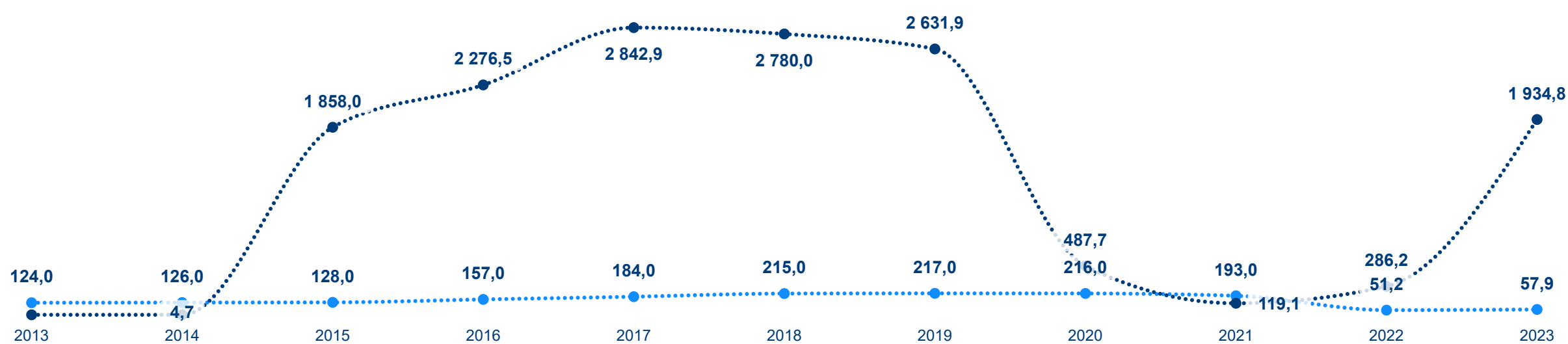
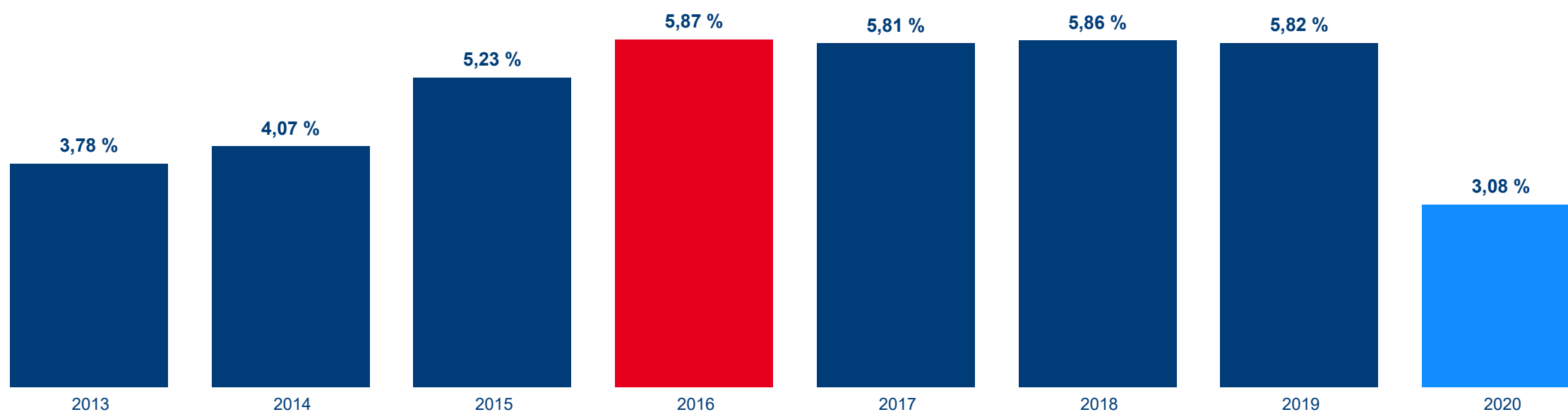




Makroekonomická data

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

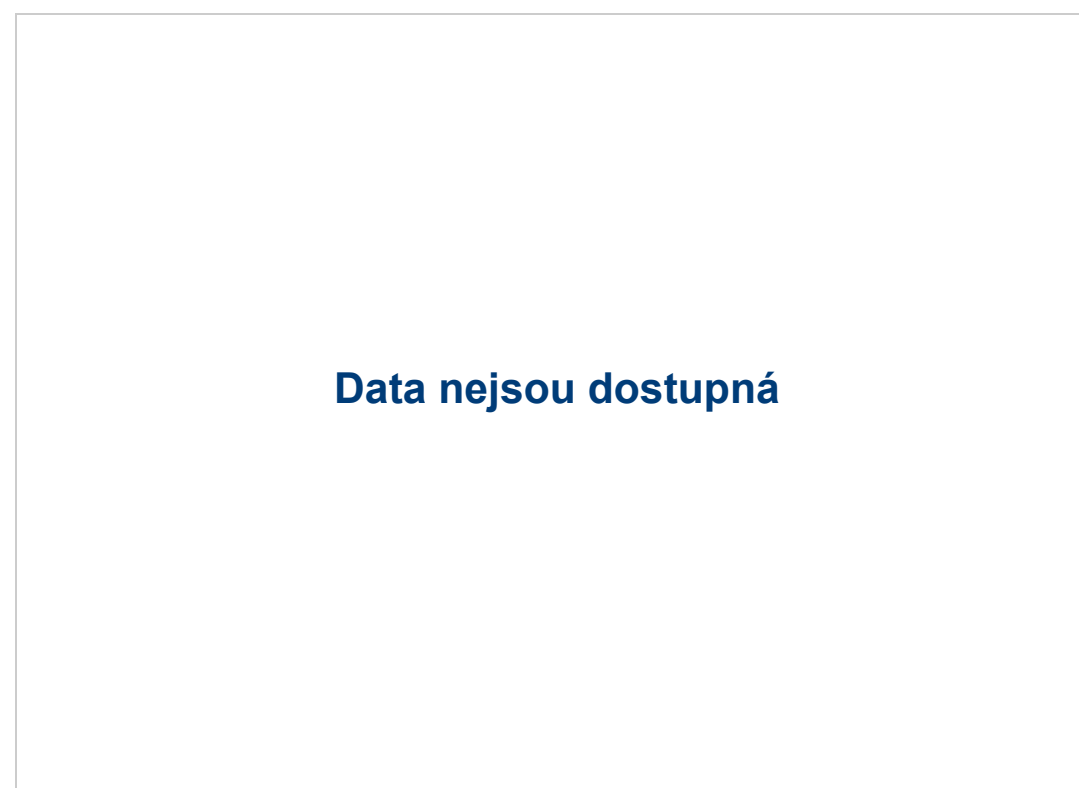
● Pracovní cesty ● Soukromé cesty

Výdaje na zahraniční CR (v %) ²

Příjezdy turistů do HUZ v Jižní Koreji



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



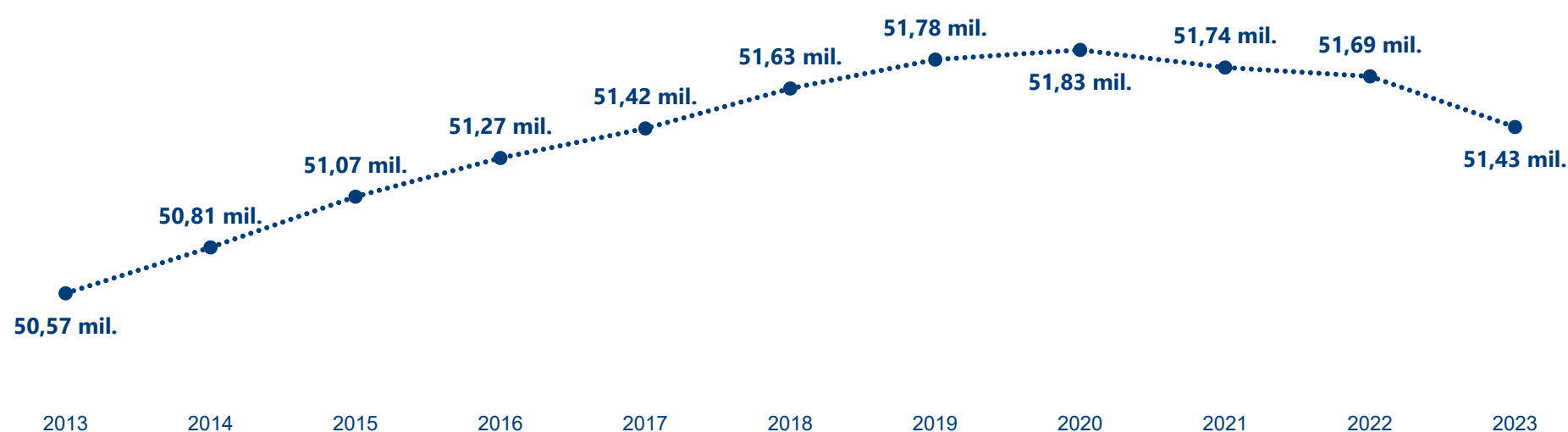


Sociodemografická data

Počet obyvatel ¹

51 430 018

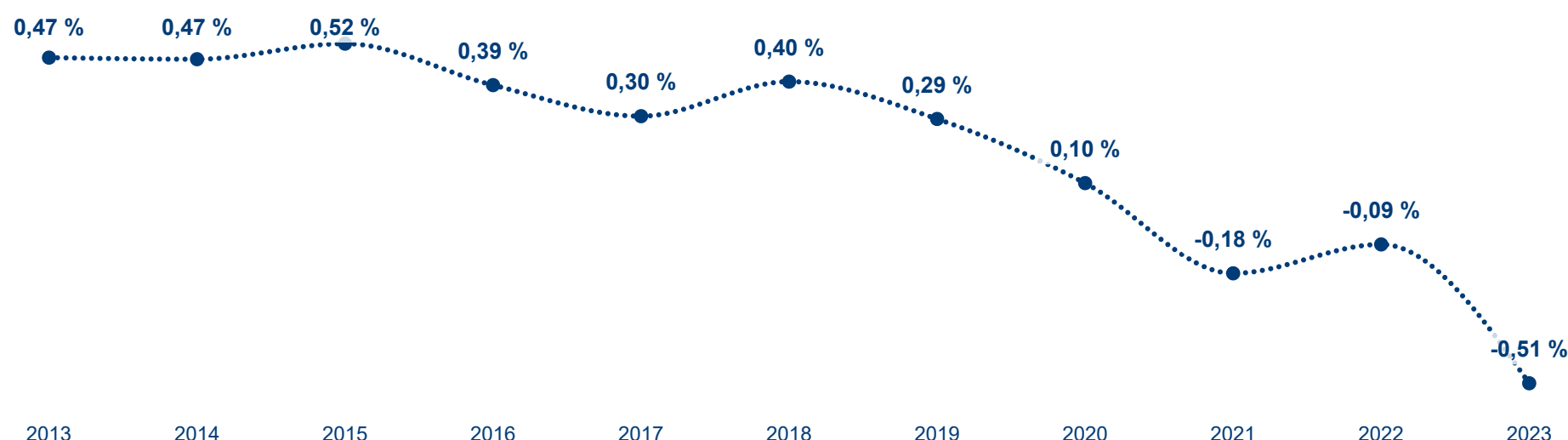
Počet obyvatel 2023



Meziroční růst populace ¹

-0,51 %

Přírůstek populace 2023



Věková struktura obyvatelstva: ²

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

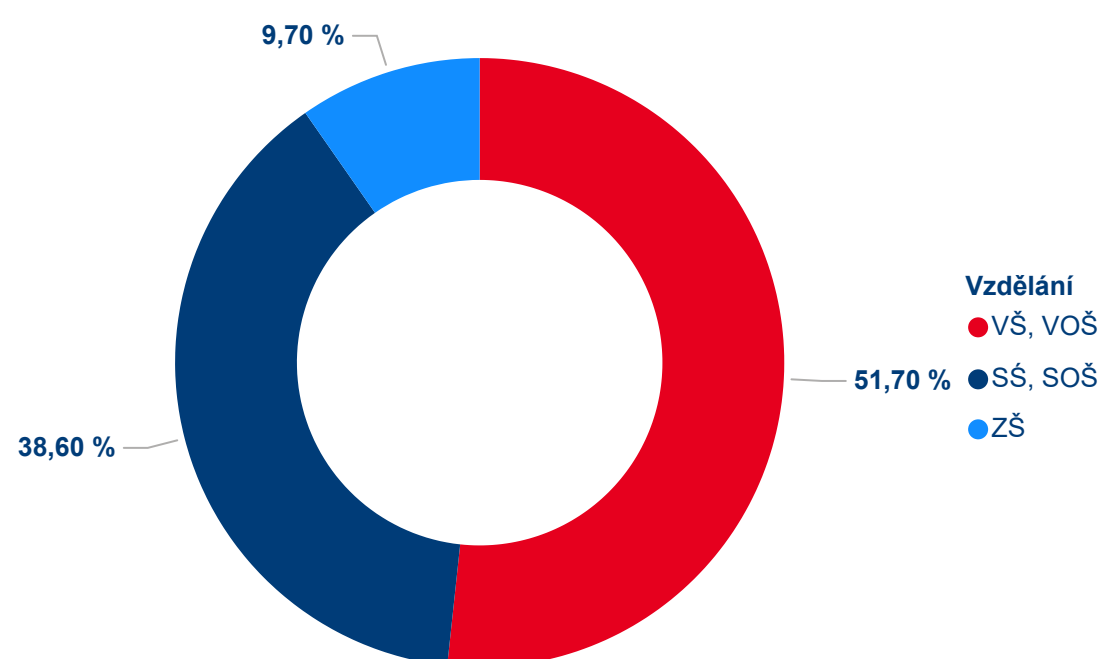
Složení obyvatelstva:

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

Hustota osídlení:

- 515,56 os/km²

Vzdělanost ³



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 protestantské 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 %.⁴



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.