

Plány Čechů na podzimní dovolenou

Srpen 2024, Soňa Machová

Hlavní zjištění /1/

Zvýšil se podíl Čechů, kteří plánují **podzimní dovolenou v ČR** z 51 % v roce 2023 na 53 % nyní. Hlavními důvody, proč letos nepojedou na podzimní dovolenou po Česku je, že nejezdí na podzimní dovolené a nemají dostatek financí.

Plánovaná délka letošní podzimní dovolené v ČR se mírně zkrátila z 8 dní loni na podzim na letošních **7 dní**.

Podobně jako loni vyrazí nejčastěji do lokalit **Jihočeského** (19 %) a **Jihomoravského kraje** (13 %).

Lidé na podzim plánují nejčastěji **odpočinkovou dovolenou s lehčími sportovními aktivitami** (31 %).

18 % dotázaných plánuje návštěvu kulturních památek, 16 % zcela pasivní relaxační dovolenou a 14 % návštěvu atraktivit zejména pro rodiny s dětmi.

Hlavní aktivity v rámci aktivní části dovolené budou **pěší turistika a lehčí procházky**. Pěší turistiku plánuje (78 %), lehčí procházky s rodinou a přáteli (62 %).

Při plánování podzimní dovolené v ČR je nejpoužívanějším zdrojem **doporučení známých nebo rodiny** (50%).

Nejčastějším ubytováním na podzimní dovolené v ČR budou **penziony** (43 %) a dále pak hotely vyšší kategorie (28 %).

Při výběru ubytování pro podzimní dovolenou v ČR je nejdůležitější **vlastní zkušenost** a **cena** (87 %), **informace o ubytování na webu** (85%), **rozsah a kvalita služeb** (83 %) a **lokalita ubytování** (81 %).

34 % lidí by při výběru upřednostnilo ubytování s ekologickou certifikací.
Zaplatit více za ubytování s ekologickou certifikací by bylo ochotno 33 % (6 % určitě + 27 % pravděpodobně).

Nejpoužívanějšími mobilními aplikacemi jsou na cestách po ČR **Mapy.cz** (46 %), dále Google mapy (12 %) a Booking (10 %).

Češi plánují utratit za podzimní dovolenou **v průměru 7 782 Kč** na osobu. Největší část výdajů padne za ubytování (46 %), další významnou položkou je stravování v restauracích (18 %).

Proti loňskému podzimu se celková plánovaná útrata **zvýšila o 1 411 Kč** na osobu. Struktura výdajů však zůstává podobná.

Hlavní zjištění /2/

U placení **všech produktů a služeb** nyní převažují **bezhotovostní platby**.

Bezhotovostní platby nejvíce převažují u ubytování a PHM.

Na dovolené v **ČR i v zahraničí jsou více preferovány platby kartou**, v ČR tento způsob preferuje 61 % v zahraničí 50 %.

Pro platby v ČR i v zahraničí platí, že platby kartou preferují především lidé vysokoškolsky vzdělaní.

Podzimní dovolenou v zahraničí plánuje **43 %** Čechů (loni na podzim plánovalo dovolenou v zahraničí 42 %).

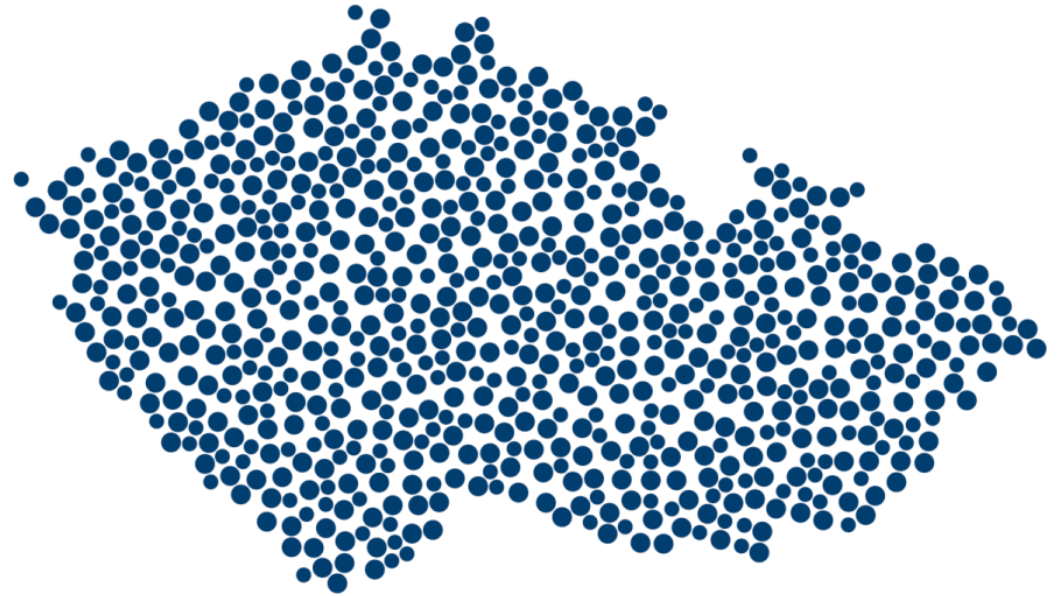
Dovolenou (v zahraničí) plánují častěji lidé 30 – 39 let (53 %) a vysokoškolsky vzdělaní (53 %).

Hlavním důvodem netrávení podzimní dovolené v zahraničí je **nedostatek financí** (54 %) a neježdění na podzim na zahraniční dovolenou (46 %).

Časové porovnání s podzimem 2023:

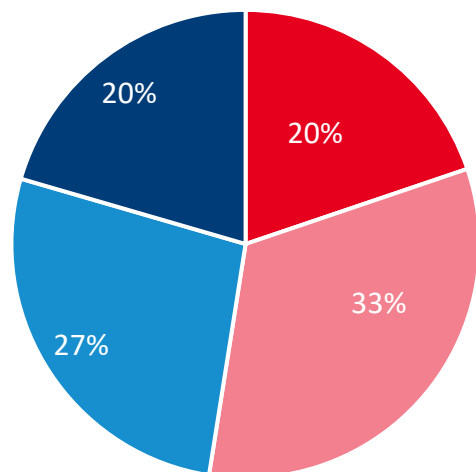
- podíl Čechů plánujících **podzimní dovolenou v ČR se mírně zvýšil** (meziročně o 2 % na 53 %)
- nedostatek financí již není hlavním důvodem proč **neplánují podzimní dovolenou v ČR** (podíl respondentů uvádějící tento důvod klesl o 7 % na aktuálních 32%)
- průměrná **délka podzimní dovolené** Čechů v tuzemsku se mírně snížila o 1 den na aktuálních **7 dní**
- plánovaná **útrata** za podzimní dovolenou v ČR meziročně opět **vzrostla** oproti loňsku o **1 411 Kč** na osobu (na letošních 7 782 Kč)
- zájem o **podzimní dovolenou v zahraničí** je podobný jako loni (mírně vzrostl o 1 % na 43 %)

Dovolená v Česku



Podzimní dovolenou v Česku plánuje 53 % Čechů.

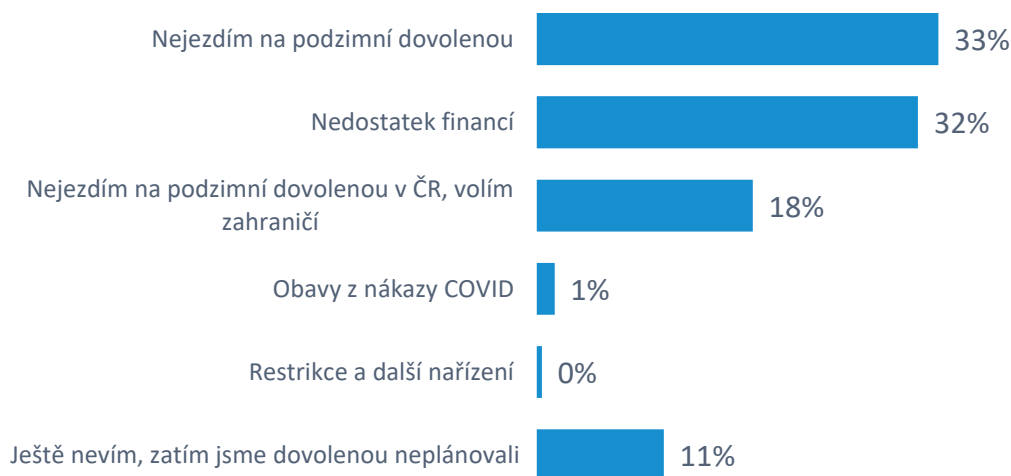
Plánujete dovolenou v ČR?



■ rozhodně ano ■ spíše ano ■ spíše ne ■ rozhodně ne

Dovolenou v Česku plánují častěji muži (54 %), lidé do 39 let (61%) a lidé s VŠ vzděláním (55 %).

Na dovolenou v Česku nepojedou lidé především proto, že **nejezdí na podzimní dovolené** (33 %) a **kvůli nedostatku financí** (32 %).



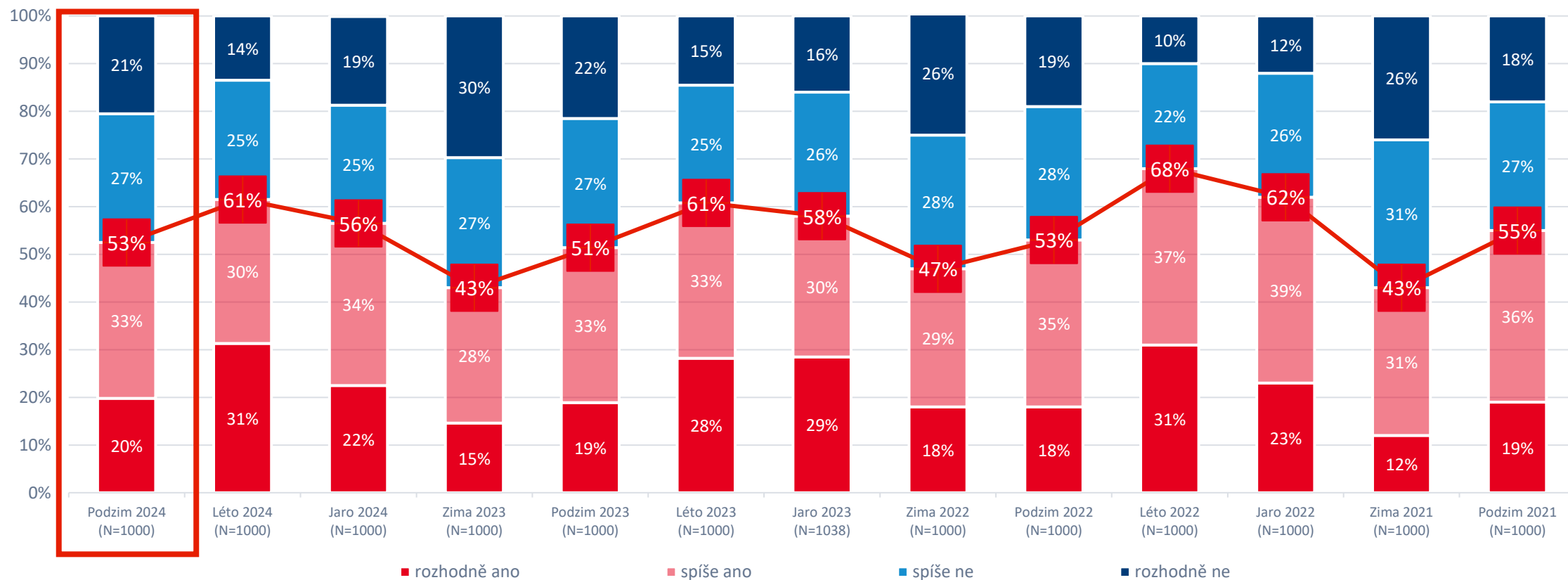
Pozn.: Jiné 14 %

Q3) Plánujete, že strávíte letošní podzimní dovolenou nebo její hlavní část v ČR? (N=1000)

Q4) Jaké jsou důvody, že nepojede na podzimní dovolenou po ČR? (respondenti, kteří neplánují podzimní dovolenou v ČR; N=475)

Plán dovolené v České republice

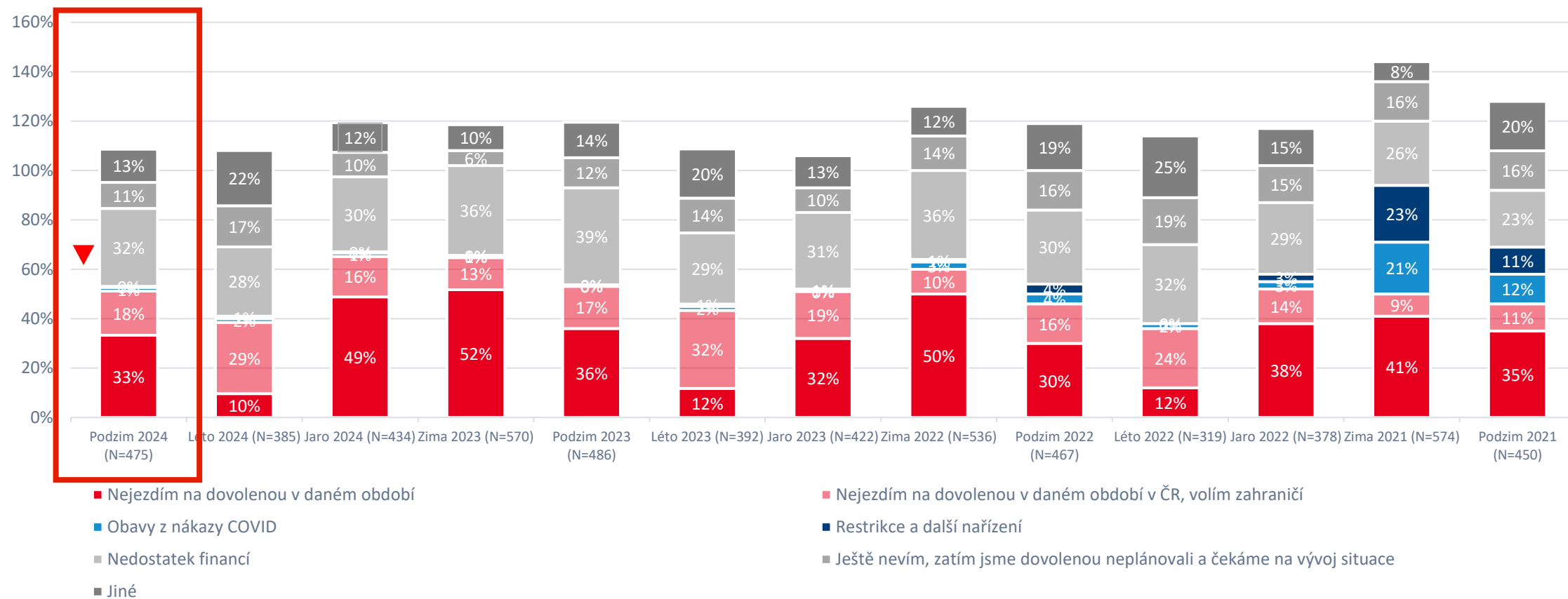
Porovnání s předešlými vlnami



Q3) Plánujete, že strávíte letošní dovolenou (v daném období) nebo její hlavní část v ČR?

Důvody, proč neplánují dovolenou v ČR

Porovnání s předešlými vlnami



Q4) Jaké jsou důvody, že nepojedete (v daném období) na dovolenou po ČR?

Nejčastější podzimní aktivity v ČR

Převažující charakter podzimní dovolené v ČR

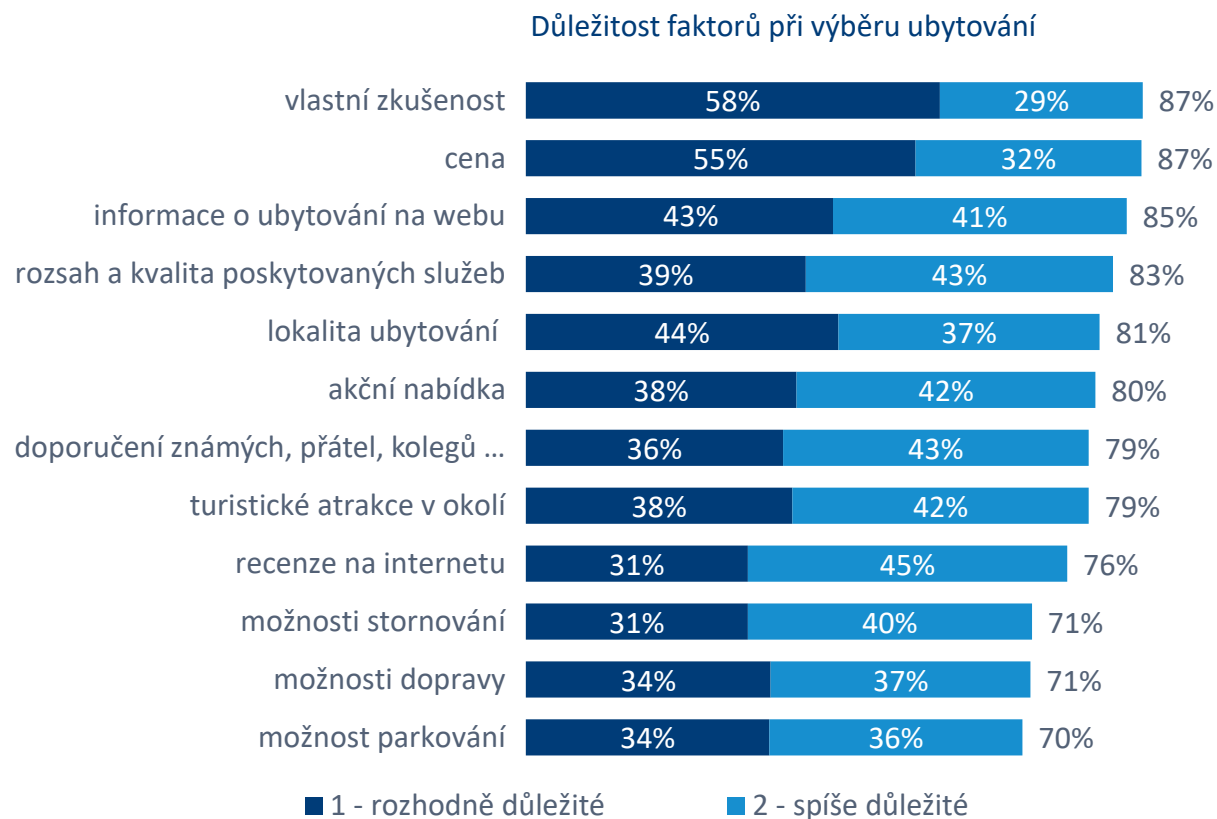


Lidé na podzim plánují nejčastěji **odpočinkovou dovolenou s lehčími sportovními aktivitami** (31 %). Častěji tento typ dovolené uvádí lidé ve věku 50 – 59 let.

18 % dotázaných plánuje **návštěvu kulturních památek**, 16 % zcela **pasivní relaxační dovolenou** a 14 % **návštěvu atraktivit zejména pro rodiny s dětmi** (především lidé ve věku 30 – 39 let).

Q5) Jaký převažující charakter bude mít Vaše podzimní dovolená v ČR? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Důležitost faktorů a zdroje informací/aplikace

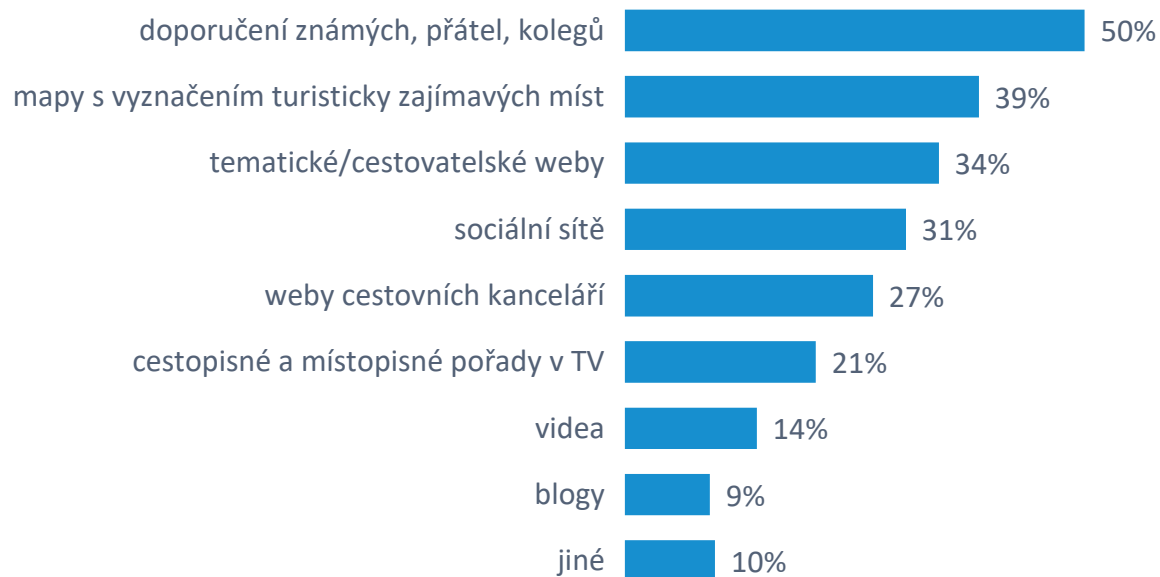


Při výběru ubytování pro podzimní dovolenou v ČR jsou pro respondenty nejdůležitější **vlastní zkušenost** (87 %), **cena** (87 %), **informace o ubytování na webu** (85 %), **rozsah a kvalita služeb** (83 %) a **lokalita ubytování** (81 %).

Q5.1) Do jaké míry jsou pro Vás následující faktory důležité při výběru ubytování na dovolenou v ČR v roce 2024? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Zdroje informací/aplikace

Zdroje informací pro plánování a výběr podzimní dovolené



Nejpoužívanějšími mobilními aplikacemi jsou na cestách po ČR **Mapy.cz** (46 %), dále Google maps (12 %) a Booking (10 %).

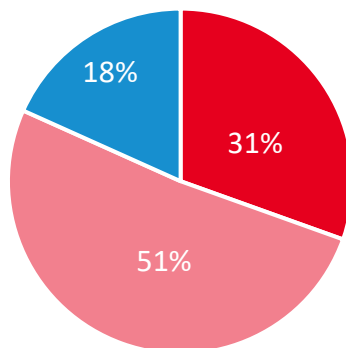


Při plánování a výběru podzimní dovolené v ČR je nejpoužívanějším zdrojem doporučení známých nebo rodiny (50 %), dále mapy s vyznačením turistických atraktivit (39 %) a tematické weby (34 %).

Q5.2) Jaký z následujících cestovatelských zdrojů použijete při plánování a výběru podzimní dovolené v ČR v roce 2023? Q5.3) Jaké mobilní aplikace používáte na cestách po ČR? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Místo dovolené a dopravní prostředek

Kam pojedete?

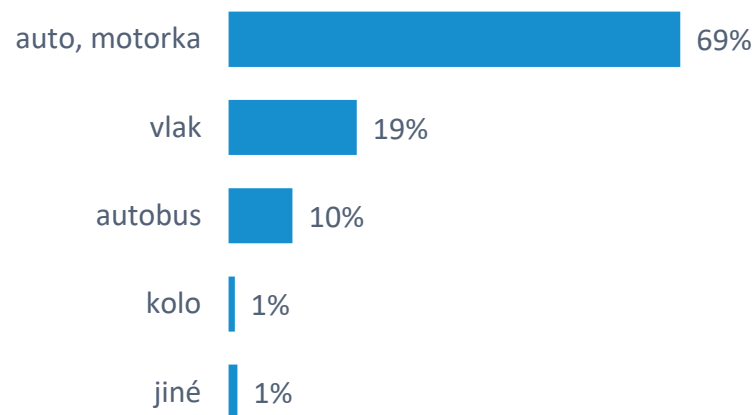


■ na stejné/známé místo ■ na nové místo ■ nevím

31 % pojedede na stejné nebo známé místo. Častěji na stejné místo pojedou respondenti nad 75 let (41 %).

Na **nové místo pojedede 51 %** dotázaných. Častěji na nové místo pojedou respondenti do 29 let (65 %) a respondenti s maturitou (54 %).

Použitý dopravní prostředek



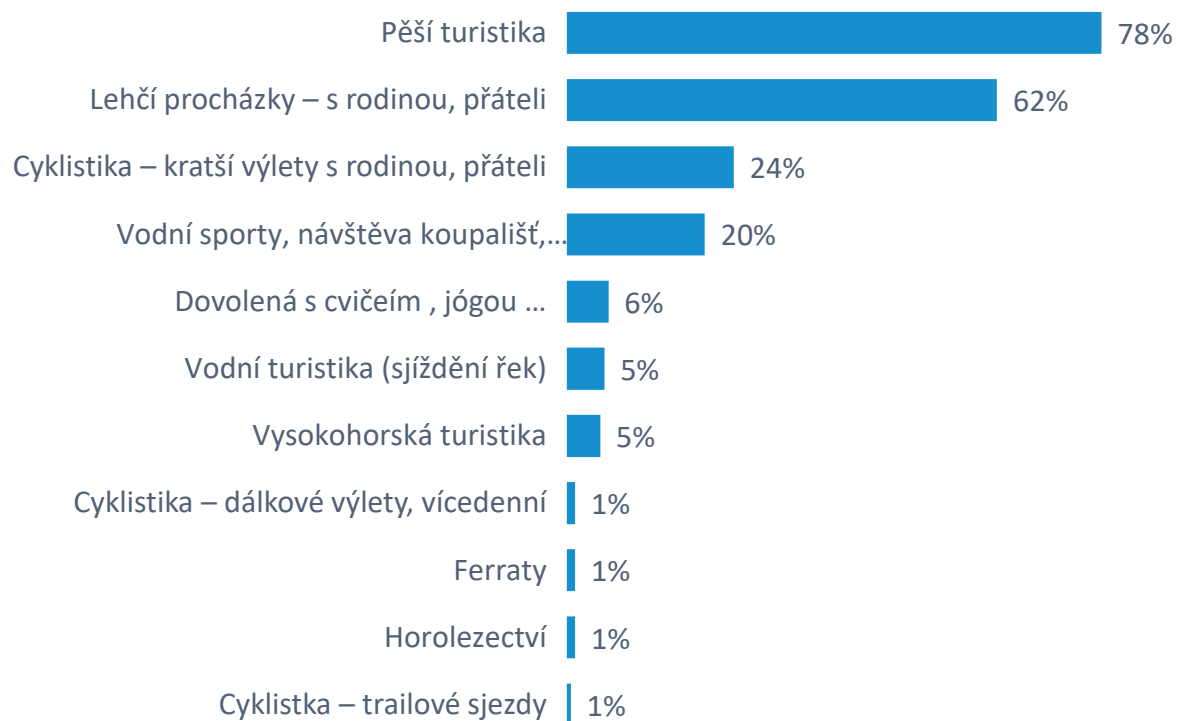
K cestě na dovolenou použijí nejčastěji **auto nebo motorku (69 %)**.

Dále budou nejčastěji použity prostředky hromadné dopravy jako vlak (19 %) a autobus (10 %).

Q5.4) Pojedete na místo, které již znáte, a nebo na nové místo? Q5.5) Jaký dopravní prostředek k cestě na dovolenou v ČR použijete? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Plánují sportovní aktivity

Sportovní aktivity na podzimní dovolené v ČR



Hlavní aktivity budou **pěší turistika a lehčí procházky**.

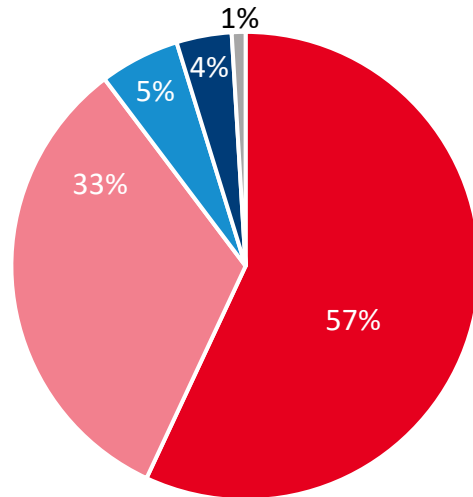
Pěší turistiku plánuje (78 %), lehčí procházky s rodinou a přáteli (62 %).

Dalšími oblíbenými aktivitami na podzimní dovolené je cyklistika (24 %) a vodní sporty (20 %).

Q6) Jaké všechny sportovní aktivity budete na podzimní dovolené v ČR realizovat? (plánují aktivní dovolenou, sportovní aktivity; N=202)

Podzimní dovolená v ČR bude trvat 7 dní

Délka dovolené v ČR



■ Méně než týden ■ Týden - 10 dní ■ 11 - 14 dní ■ 15 - 21 dní ■ 22 a více dní

V průměru plánují Češi strávit na podzimní dovolené v ČR **7 dní**.

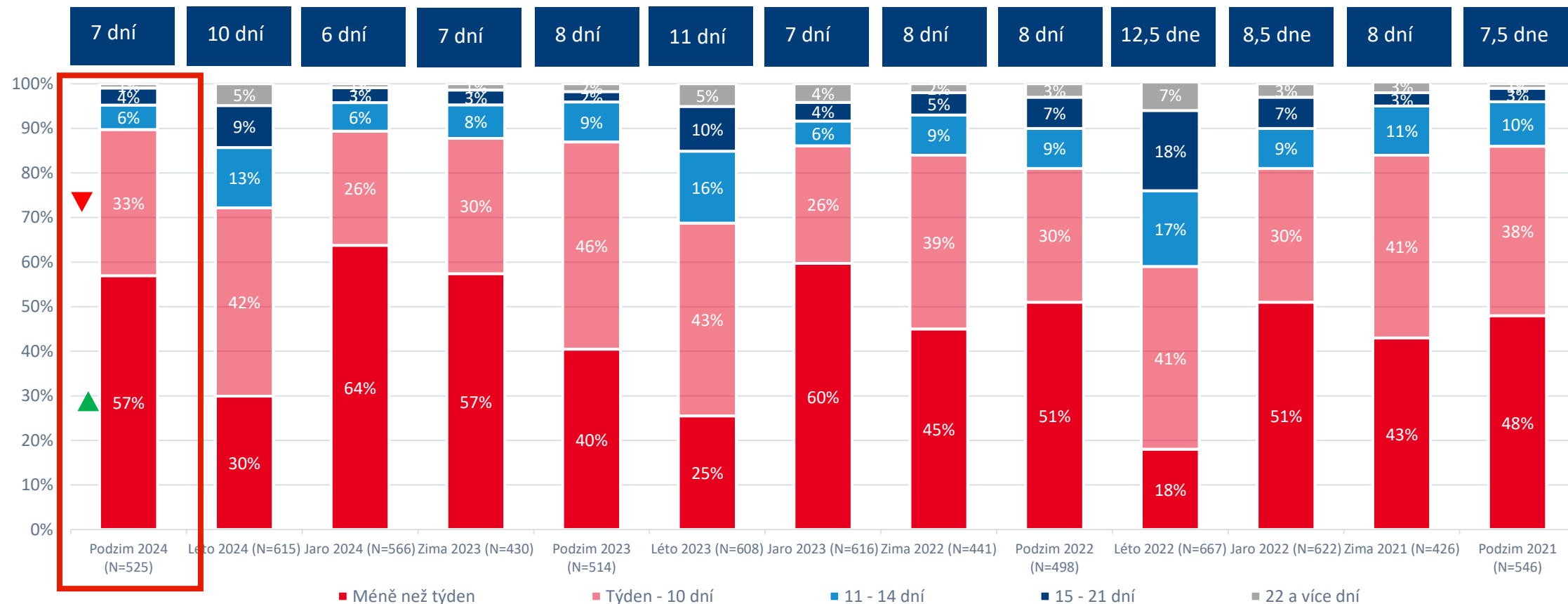
Průměrná plánovaná délka podzimní dovolené v ČR je o den kratší než loni.

90 % plánuje délku podzimní dovolené v ČR max. na **10 dní**.

Q7) Kolik dnů letos odhadem strávíte na podzimní dovolené v ČR? Pokud plánujete více dovolených v ČR, uveďte, prosím, celkový odhadovaný počet dnů strávených na podzim na dovolené mimo své obvyklé bydliště. (plánují dovolenou v ČR; N=525)

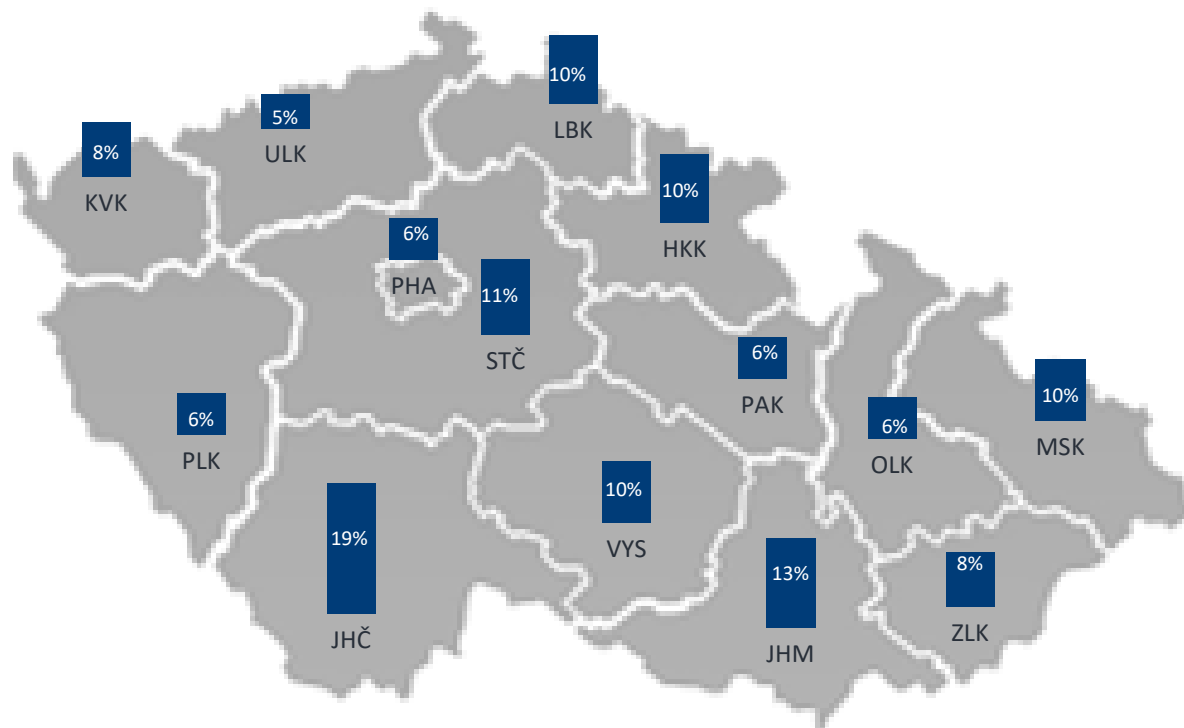
Plánovaná délka dovolené v ČR

Porovnání s předešlými vlnami



Q7) Kolik dnů letos odhadem strávíte (v daném období) na dovolené v ČR? Pokud plánujete více dovolených v ČR, uveďte, prosím, celkový odhadovaný počet dnů strávených (v daném období) na dovolené mimo své obvyklé bydliště.

Kde lidé letošní podzimní dovolenou v Česku stráví?



Podzimní dovolenou v ČR plánují Češi trávit nejčastěji v **Jihočeském** (19 %) a v **Jihomoravském kraji** (13 %).

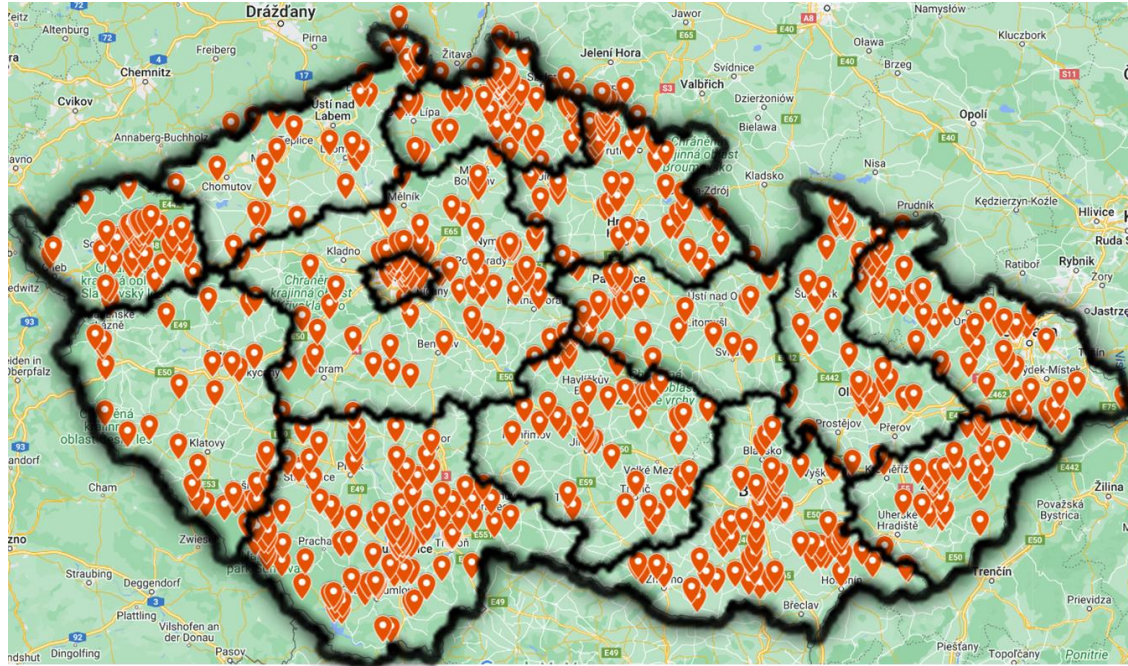
21 % z těch co plánují podzimní dovolenou v ČR, plánuje tuto dovolenou ve více lokalitách.

Hotel, motel *** nebo více	Hotel, motel * nebo **, Garni	Penzion	Kemp	Ostatní hromadná ubytování	Placené ubytování v soukromí, i Airbnb	Neplacené ubytování v soukromí
28 %	12 %	43 %	14 %	14 %	8 %	21 %

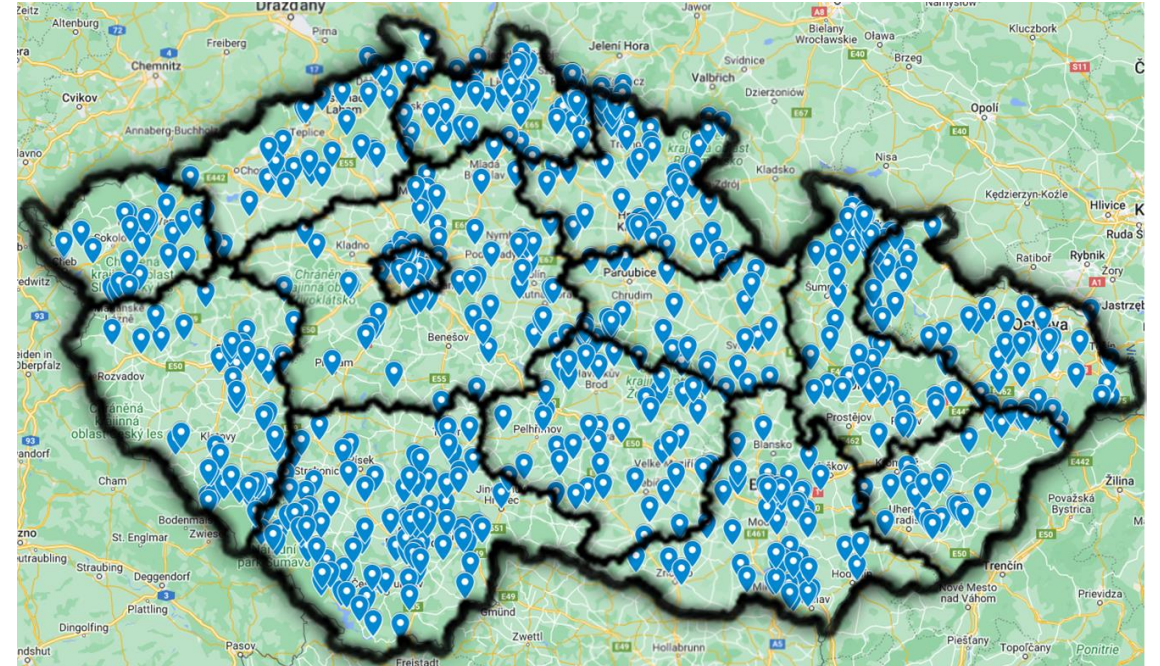
Q8) Jaký typ ubytování během letošní dovolené (v daném období) v ČR využijete? Q9) O jaké lokalitě pro letošní hlavní podzimní dovolenou v ČR uvažujete? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Lokality plánované dovolené v Česku:

Lokality podzimní dovolené v ČR 2024:



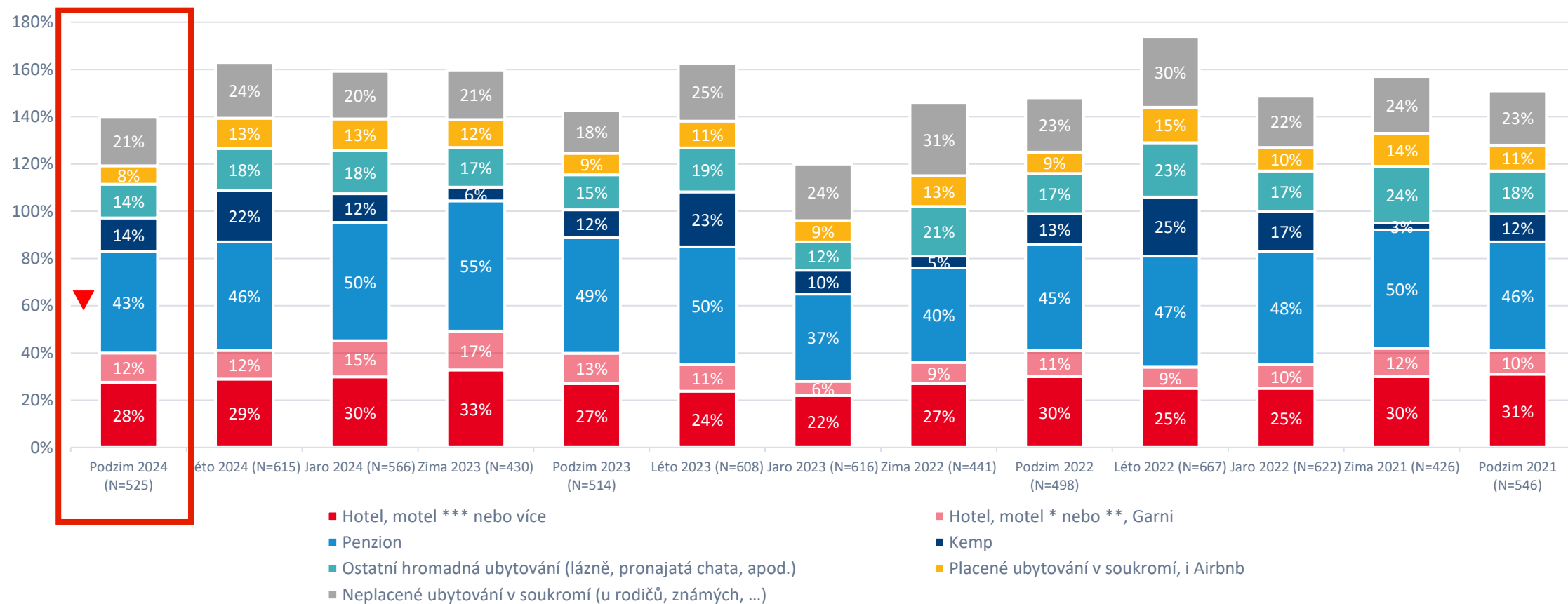
Lokality podzimní dovolené v ČR 2023:



Struktura hlavních (nejvíce frekventovaných) lokalit plánované letošní a loňské podzimní dovolené v ČR je podobná – nejpreferovanější lokalitou meziročně zůstává Jihočeská a Jihomoravský kraj.

Typ ubytování v ČR

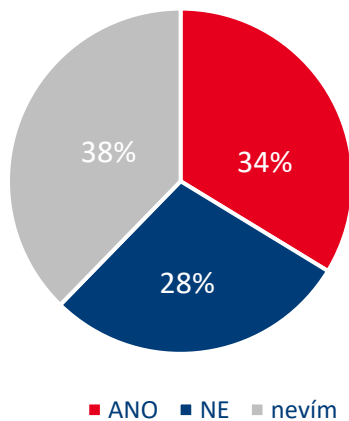
Porovnání s předešlými vlnami



Q8) Jaký typ ubytování během letošní dovolené (v daném období) v ČR využijete?

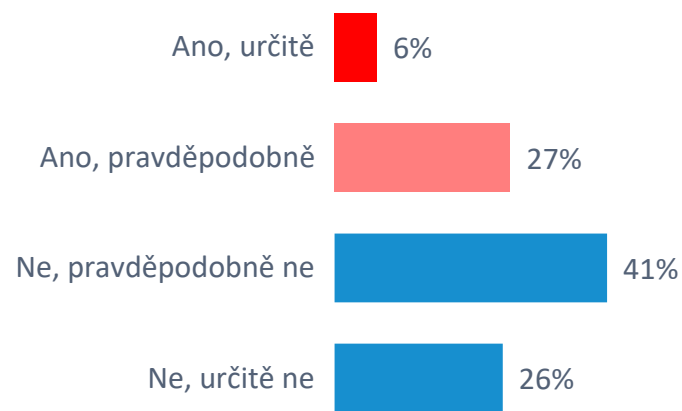
Vliv ekologické certifikace na výběr ubytování

Upřednostnili byste ubytování s ekologickou certifikací?



34 % by při výběru upřednostnilo ubytování s ekologickou certifikací. Častěji respondenti ve věku 30 – 39 let (49 %).

Ochota zaplatit více za ubytování s ekologickou certifikací:



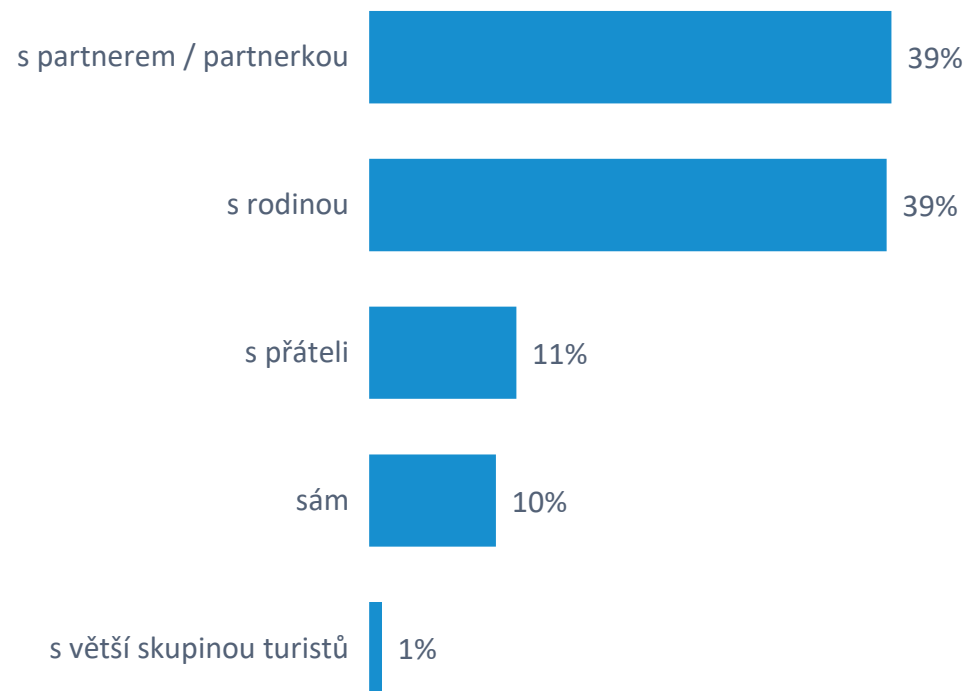
Zaplatit více za ubytování s ekologickou transformací by určitě bylo ochotno zaplatit 6 %. Častěji respondenti ve věku 30 – 39 let (16 %).

Dalších 27 % by bylo ochotno zaplatit pravděpodobně.

8.1) Upřednostnili byste při výběru ubytování hotel/pension (šetrný k životnímu prostředí) s ekologickou certifikací? Q8.2) Byli byste ochotni zaplatit více za ubytování v hotelu s ekologickou certifikací? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

S kým lidé na letošní podzimní dovolenou pojedou?

S kým na podzimní dovolenou v ČR pojedete?



Na podzimní dovolenou v ČR plánují jet lidé nejčastěji s **partnerem či partnerkou** (39 %) nebo s **rodinou** (39 %).

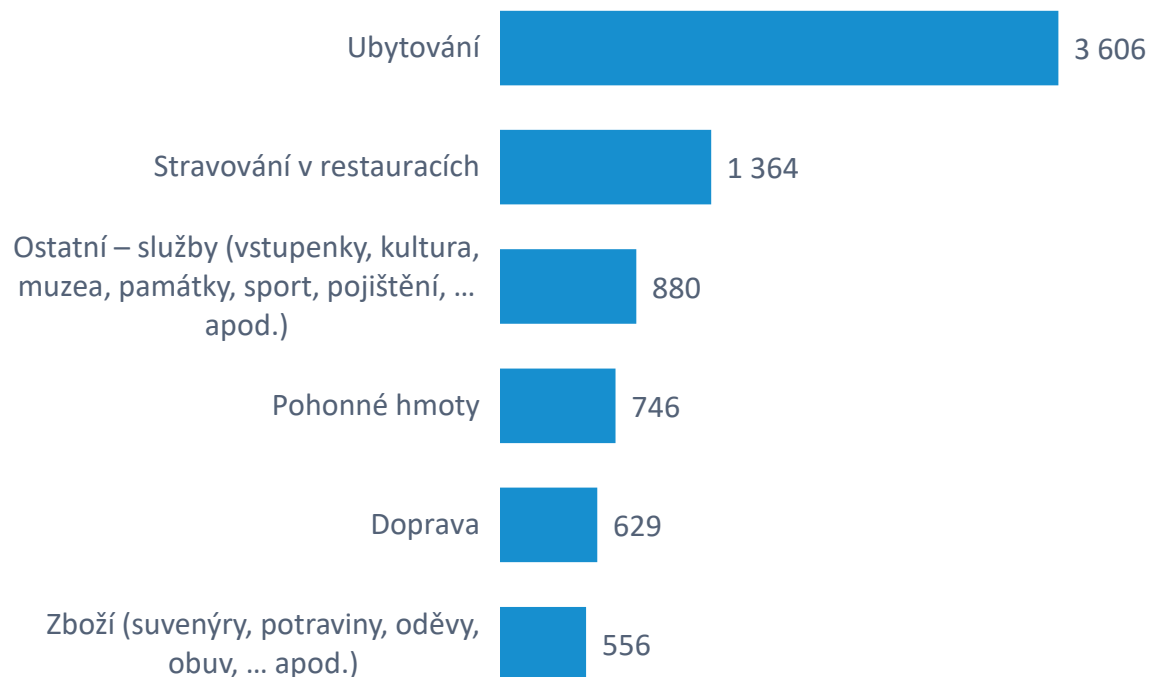
S partnerem nebo partnerkou plánují jet častěji lidé ve věku 60-74 let (59 %).

S rodinou se chystají jet častěji respondenti ve věku 30-39 let (58 %) a ženy (43 %).

Q10) S kým na tu hlavní podzimní dovolenou v ČR pojedete? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Rozložení útrat za podzimní dovolenou

Rozdělení útrat na dovolenou v ČR na osobu (Kč)



Češi plánují utratit za podzimní dovolenou v průměru **7 782** Kč na osobu.

Největší část výdajů padne za ubytování (46 %), další významnou položkou je stravování v restauracích (18 %).

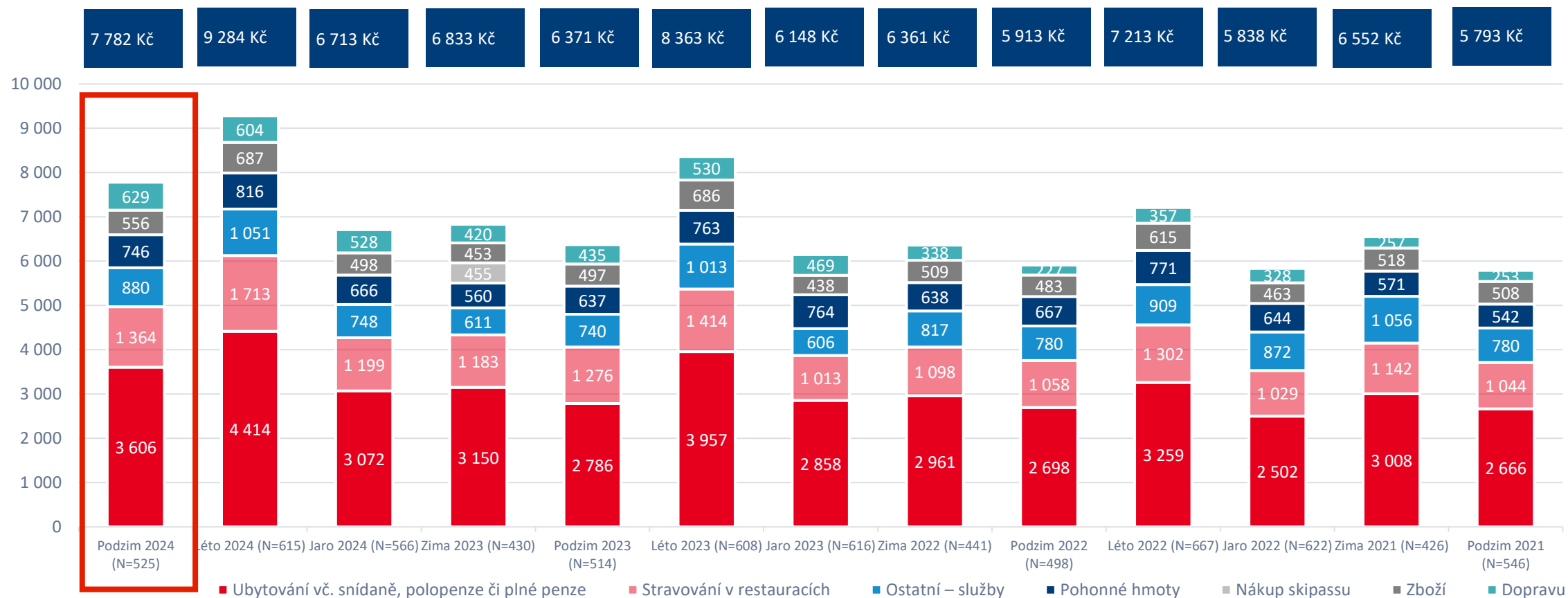
11 % výdajů je plánováno na služby jako jsou např. muzea, památky, sport, ale také pojištění, fakultativní výlety nebo zdravotní péče.

Nejméně lidé utratí za dopravu (8 %), zboží jako suvenýry, potraviny, oblečení (7 %) a PHM (10 %).

Q11) Zapište nejdříve, zda částka bude pouze zahrnovat výdaje za Vás osobně, nebo za více osob.; Q11a) Uvedte, prosím, za kolik osob tyto celkové výdaje budou? Q11b) Kolik z nich je dětí do 15 let? Q12) Kolik peněz celkem během Vaší hlavní jarní dovolené v ČR hodláte asi utratit? Na kolik Vás to celkem asi přijde? Q12b) Kolik z této částky asi utratíte za tyto položky? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Rozpočet a rozložení útrat za dovolenou v ČR (v Kč)

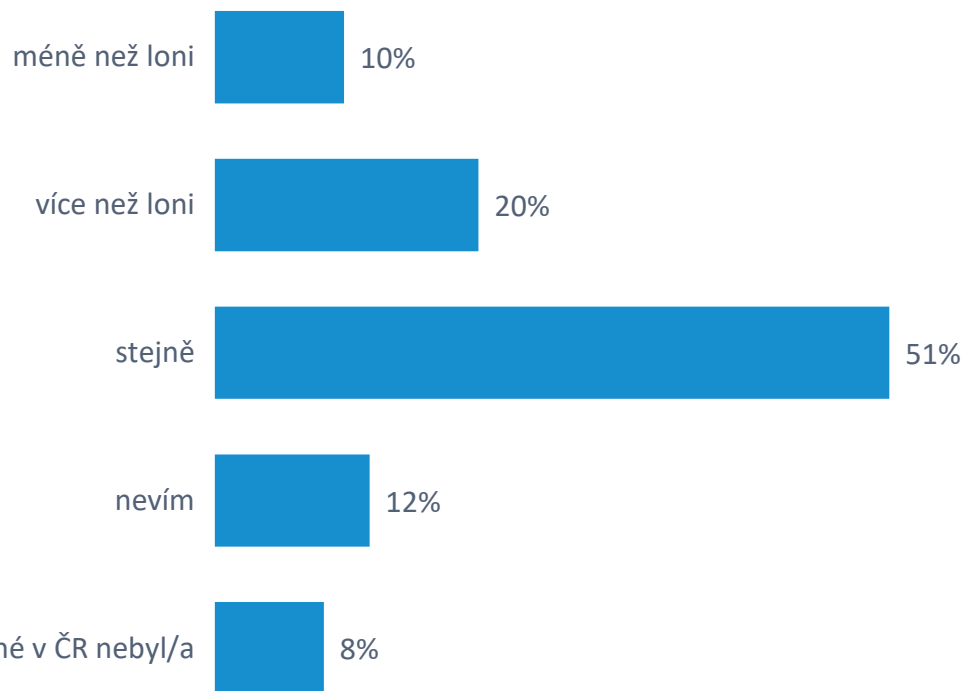
Porovnání s předešlými vlnami



Q12) Kolik peněz celkem během Vaší hlavní dovolené v ČR v daném období hodláte asi utratit? Q12b) Kolik z této částky asi utratíte za tyto položky?

Plánovaná útrata za dovolenou v ČR

Plánujete utratit za dovolenou méně nebo více než vloni?



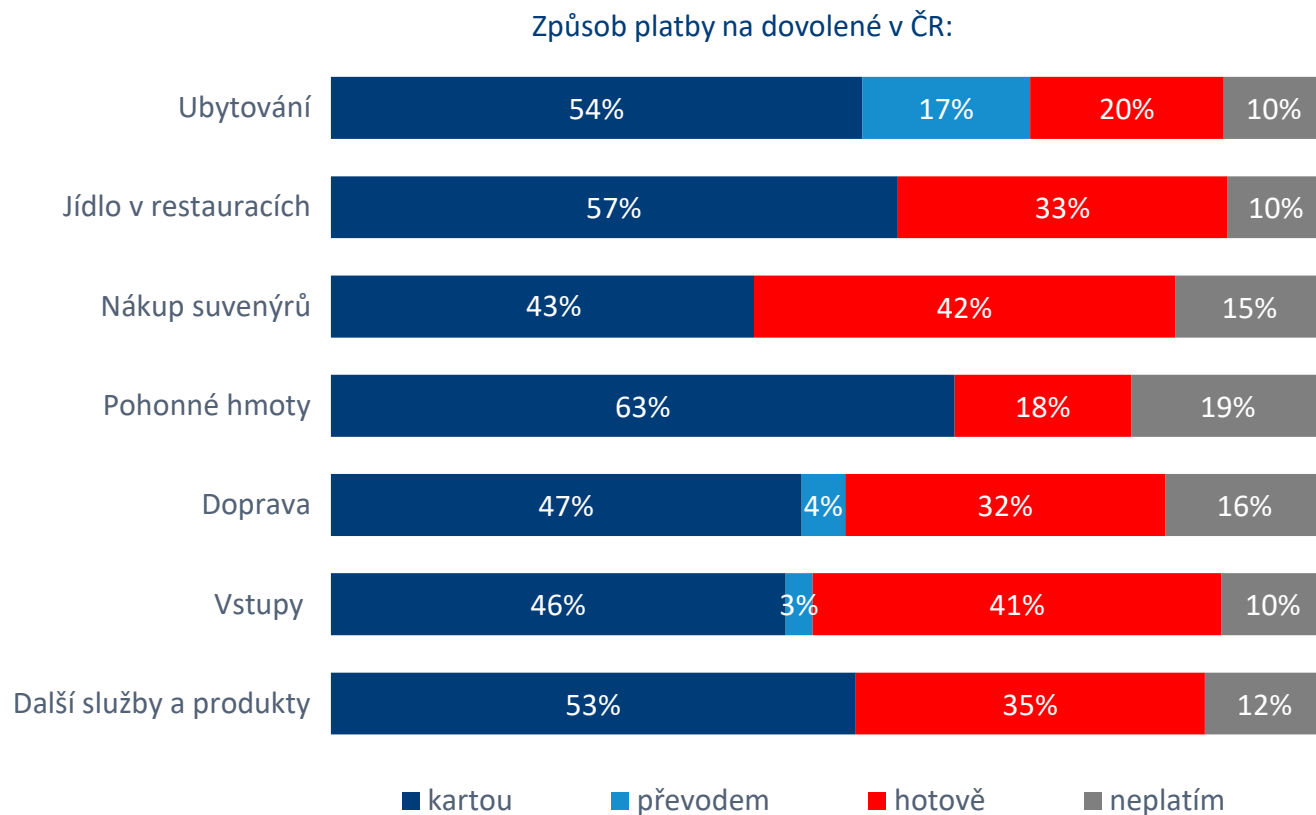
10 % lidí plánuje utratit letos za dovolenou v ČR **méně než loni**, v průměru o 29 % méně.

Více než loni plánuje utratit **20 %** lidí, v průměru více o 23%.

Stejnou útratu jako loni plánuje **51 %** dotázaných, 14% neví a 8 % loni na dovolené v ČR nebylo.

Q12c) Plánujete letos utratit za dovolenou v ČR méně a nebo více než vloni? (plánují dovolenou v ČR; N=525)

Jaký způsob platby používají lidé na dovolené v ČR?



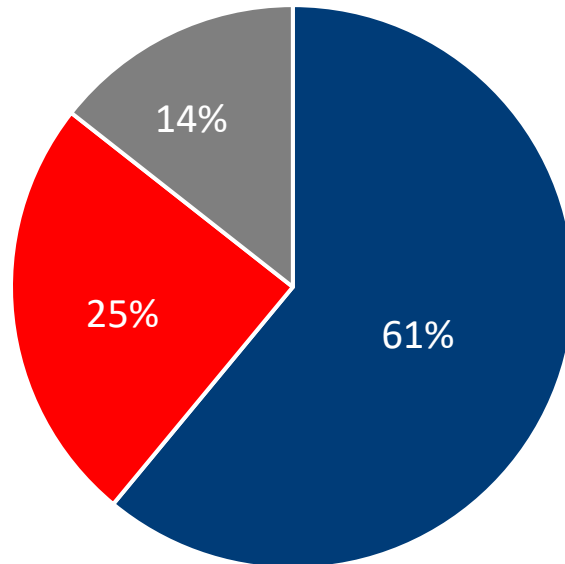
U placení všech produktů a služeb nyní převažují bezhotovostní platby.

Bezhotovostní platby nejvíce převažují u ubytování a PHM.

Q14) Jaký způsob platby nejčastěji využíváte při nákupu následujících služeb a produktů na dovolené v ČR? (N=1000)

Preferované způsoby platby:

Preferovaná způsob platby na dovolené v ČR:

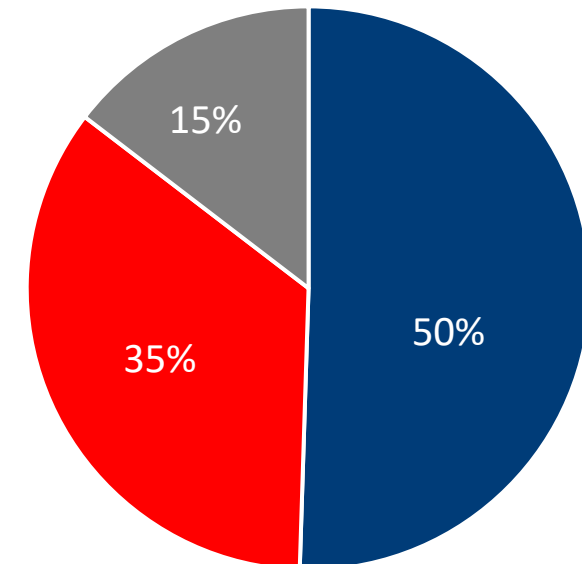


■ kartou ■ hotově ■ je mi to jedno

Na dovolené v ČR i v zahraničí jsou více preferovány platby kartou, v ČR tento způsob preferuje 61 % v zahraničí 50 %.

Pro platby v ČR i v zahraničí platí, že platby kartou preferují především lidé vysokoškolsky vzdělaní.

Preferovaná způsob platby na dovolené v zahraničí:



■ kartou ■ hotově ■ je mi to jedno

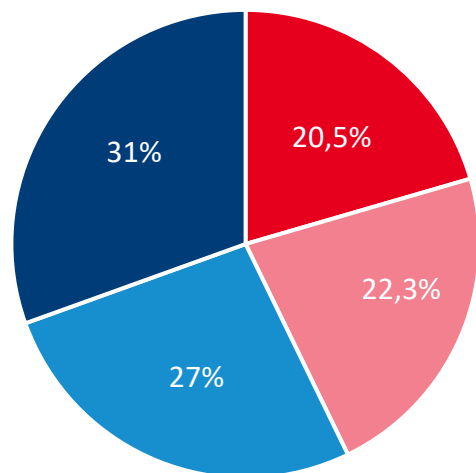
Q15) Jaký způsob platby obecně preferujete v rámci dovolené v ČR? Q15) A jaký způsob platby obecně preferujete v rámci dovolené v zahraničí? (N=1000)

Dovolená v zahraničí



43 % Čechů plánuje podzimní dovolenou v zahraničí.

Plánujete dovolenou v zahraničí?



■ rozhodně ano ■ spíše ano ■ spíše ne ■ rozhodně ne

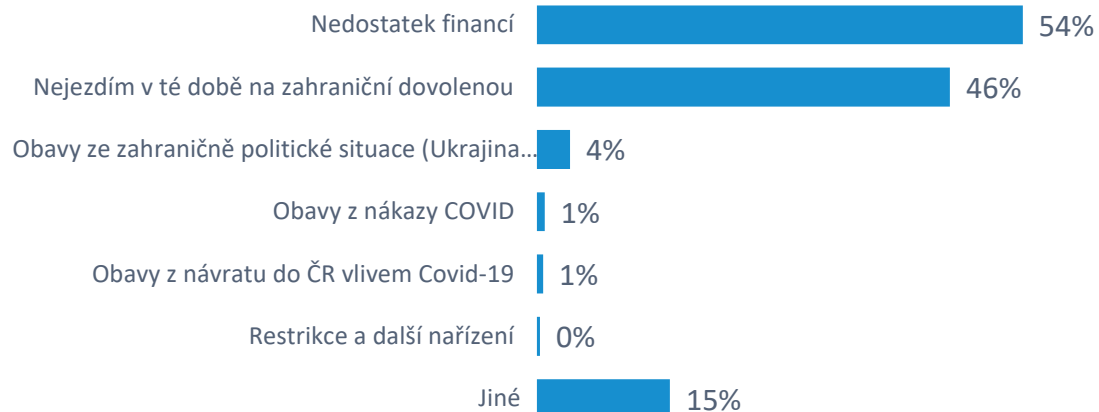
Q1) Plánujete vycestovat letos na podzim na dovolenou do zahraničí? (N=1000)

Q2) Jaké jsou hlavní důvody, kvůli kterým letos na podzim do zahraničí nepojedete? (respondenti, kteří neplánují podzimní dovolenou v zahraničí; N=572)

Podzimní dovolenou v zahraničí plánuje **43 %** Čechů.

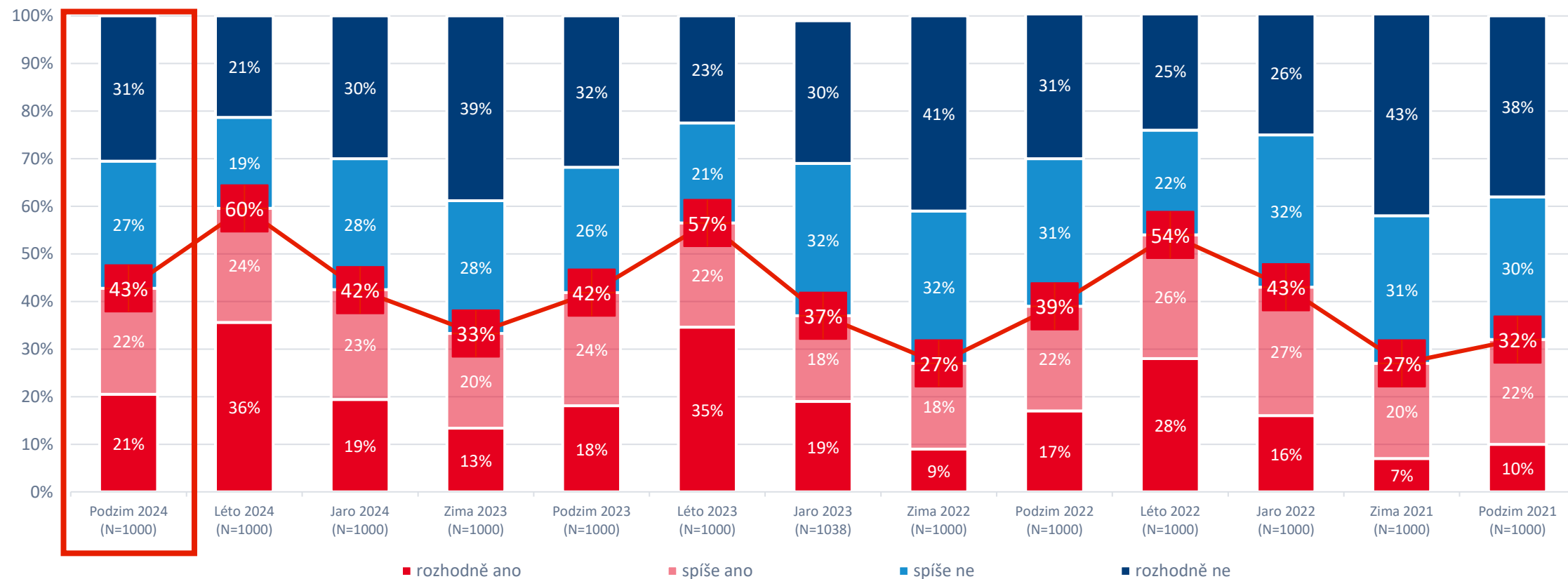
Dovolenou (v zahraničí) plánují častěji lidé 30 – 39 let (53 %) a vysokoškolsky vzdělaní (53 %).

Hlavním důvodem netrávení podzimní dovolené v zahraničí je **nedostatek financí** (54 %) a neježdění na podzim na zahraniční dovolenou (46 %).



Plán dovolené v zahraničí

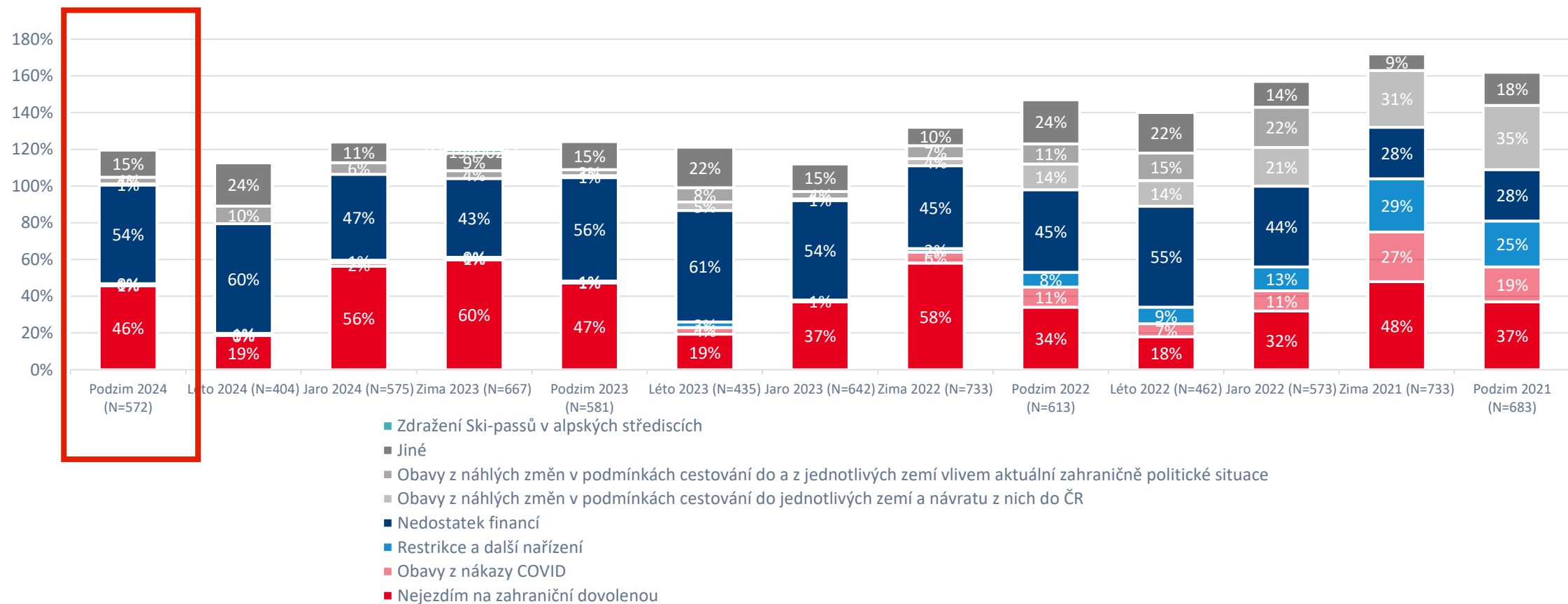
Porovnání s předešlými vlnami



Q1) Plánujete vycestovat (v daném období) na dovolenou do zahraničí?

Důvody, proč ne dovolená v zahraničí

Porovnání s předešlými vlnami



Q2) Jaké jsou hlavní důvody, že do zahraničí (v daném období) nepojedete?

- 1 Pro vyhodnocení části výsledků jsme v IBRS experimentálně použili OpenAI – CHAT GPT.
- 2 OpenAI ChatGPT je velký jazykový model, který byl vytvořen společností OpenAI. Je to druh umělé inteligence, který je specificky navržen pro generování textu. Může být použit pro různé účely, jako je generování odpovědí na otázky, překládání textu nebo tvorba obsahu včetně shrnutí a tvorby doporučení.
- 3 Slidy generované OpenAI jsou označeny logem OpenAI a odděleny od ostatních výsledků.

Zde jsou klíčové závěry z průzkumu:

- 1 Rostoucí preference pro domácí dovolenou:** I přes růst zájmu o zahraniční dovolené, velká část Čechů stále preferuje trávit podzimní dovolenou v ČR, což ukazuje na stabilní oblibu domácího cestovního ruchu.
- 2 Důraz na cenovou dostupnost a kvalitu:** Při výběru ubytování hraje klíčovou roli cena, rozsah a kvalita služeb, což naznačuje, že Češi jsou citliví na hodnotu za peníze, kterou dostávají.
- 3 Ekologické uvědomění:** Třetina Čechů začíná při výběru ubytování upřednostňovat ekologickou certifikaci, což ukazuje, že udržitelný cestovní ruch se stává tématem.
- 4 Převaha aktivního odpočinku:** Pěší turistika a lehčí procházky zůstávají nejpoblárnějšími aktivitami, což zdůrazňuje preference pro aktivní trávení volného času v přírodě.
- 5 Zvyšující se výdaje:** Plánované výdaje na podzimní dovolenou se meziročně zvýšily, což může naznačovat ochotu utrácet více za kvalitní zážitky a lepší služby.
- 6 Bezhotovostní platby již převažují:** Potvrzuje se postupný odklon od hotovostních transakcí směrem k pohodlnějším a bezpečnějším bezhotovostním metodám.

Na základě výsledků průzkumu lze navrhnout následující strategie a doporučení:

1

Podpora domácího cestovního ruchu:

Cílené kampaně na domácí destinace: Vzhledem k rostoucí preferenci pro domácí dovolenou je vhodné posílit marketingové kampaně zaměřené na propagaci méně známých, ale atraktivních lokalit v Česku, které mohou konkurovat tradičně oblíbeným destinacím jako Jihočeský a Jihomoravský kraj.

Segmentace dle věkových skupin: Vytvořit cílené kampaně pro různé věkové skupiny, například mladší rodiny s dětmi (propagace rodinných atrakcí) a starší páry (nabídka klidnějších a kulturních zážitků).

2

Podpora udržitelného cestovního ruchu:

Ekologické certifikace jako konkurenční výhoda: Vzhledem k určité výši zájmu o ubytování s ekologickou certifikací je vhodné podpořit rozvoj a propagaci udržitelných ubytovacích zařízení – např. vytvořit speciální značku nebo certifikaci, která by byla zárukou udržitelného přístupu. Podporovat ekologicky zaměřené aktivity a programy v přírodních destinacích, které by mohly přitáhnout turisty, kteří preferují udržitelný způsob cestování.

3

Vylepšení digitálních nástrojů a služeb:

Rozvoj a propagace mobilních aplikací: Vzhledem k oblíbenosti aplikací (Mapy.cz a Google Maps) spolupracovat s těmito platformami na vytvoření turistických průvodců, které by zahrnovaly doporučení pro turisty podle jejich preferencí.

Podpora bezhotovostních plateb: Propagovat místa, kde jsou bezhotovostní platby široce akceptovány, a motivovat provozovatele turistických služeb k jejich implementaci, aby vyšli vstříc preferencím návštěvníků.

4

Optimalizace cenových strategií:

Důraz na cenovou dostupnost a kvalitu: S ohledem na to, že cena a kvalita služeb jsou pro turisty klíčové faktory, je důležité podporovat cenově dostupné, ale kvalitní služby. Vytvořit seznam doporučených ubytovacích zařízení a restaurací, které nabízejí dobrý poměr cena/výkon.

Podpora cenově výhodných balíčků: Ve spolupráci s regionálními poskytovateli služeb navrhnout a propagovat balíčky, které kombinují ubytování, stravu a aktivity za výhodné ceny.

5

Zaměření na aktivní turismus:

Podpora pěší turistiky a cyklistiky: Vzhledem k tomu, že pěší turistika a lehčí procházky jsou nejčastěji plánovanými aktivitami, je vhodné investovat do rozvoje a propagace turistických tras a cyklostezek.

Rozvoj tematických stezek: Vytvořit a propagovat tematické stezky (historické, kulturní, přírodní), které by nabídly zajímavé a vzdělávací zážitky, čímž by se podpořil zájem o aktivní dovolenou.

6

Zacílení na specifické segmenty trhu:

Rodinný turismus: Nabídnout více programů a atrakcí vhodných pro rodiny s dětmi, například tematické parky, zábavní a vzdělávací centra, které by byly přitažlivé zejména pro rodiny plánující podzimní dovolenou.

Senior-friendly cestování: Podpořit nabídku služeb zaměřených na starší cestovatele, jako jsou lázeňské pobyty, kulturní zájezdy a pohodlná ubytování s dobrou dostupností.

METODODOLOGIE

Metoda sběru dat



Computer Assisted Web Interviewing

Online strukturované dotazování na členech panelu mujpanel.cz

Velikost vzorku



Celkem **1000** respondentů

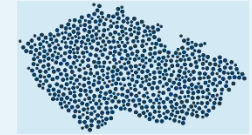
Cílová skupina



Obyvatelé ČR

Reprezentativní vzorek pro pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště, kraj

Země



Česká republika

14 krajů

Dotazník



Délka dotazníku **10 minut**

Zkoumaná témata



Témata dovolených v období podzimu 2024:

Podzimní dovolená v ČR a v zahraničí, způsob platby

Výstupy



Finální report v PPT

Datový soubor v xlsx
Tabulkové výstupy v xlsx

Sběr dat



Sběr dat realizovaný v období
5.8. - 19.8. 2024

Návrh dotazníku a zpracování výstupu provedla agentura CzechTourism ve spolupráci s agenturou IBRS. Sběr dat zajistila agentura IBRS.

DĚKUJEME



Všechny projekty IBRS jsou prováděny v souladu s mezinárodním kodexem ICC ESOMAR.

IBRS se zavazuje veškeré informace a podklady získané v souvislosti s jednotlivými projekty, zejména pak ty, které mají charakter obchodního tajemství, nebo důvěrných informací /označeno klientem/, nezneužívat ve prospěch svůj ani třetí osoby a neposkytovat je třetím osobám bez výslovného písemného souhlasu klienta.



Stejně se zavazuje klient, že nebude zneužívat ve prospěch svůj ani třetí osoby a neposkytovat třetím osobám bez výslovného písemného souhlasu IBRS důvěrné informace týkající se IBRS. Za důvěrné informace se považují především informace o produktech a výzkumných technikách IBRS, jakož i klientech a organizační struktuře, dále informace týkající se metodiky zpracování výzkumů a to včetně dotazníků, algoritmů apod. Za důvěrné informace se považují též ty, u kterých to logicky vyplývá z jejich povahy.



Veškeré výsledky získané prostřednictvím projektů jsou výhradním vlastnictvím klienta. Všechny výzkumné materiály jsou v IBRS archivovány po dobu šesti měsíců po skončení projektu. Pokud v průběhu projektu nastanou skutečnosti, které nebylo možné předem předpokládat a tyto skutečnosti mají dopad na cenu, bude o nich klient neprodleně informován a cena bude upravena.

Miloš Rybáček
rybacek@ibrs.cz,
603435495

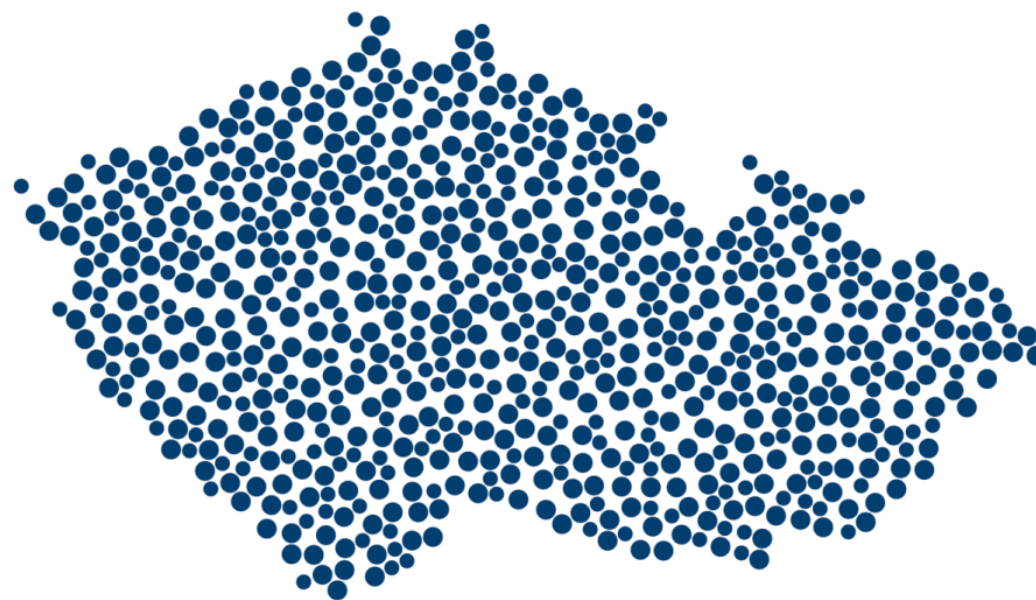


Tomáš Horejsek
horejsek@ibrs.cz,
605972633



ESOMAR²⁴
Corporate

IBRS – International Business & Research
Services
Praha 10, Dubečská 6, 100 00, CZ
261 37 585, www.ibrs.cz, DPO: dpo@ibrs.cz



Hlavní kontaktní osoba

Soňa Machová, machova@czechtourism.cz