

PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH 2009-2015



Souhrnné výsledky za 1. čtvrtletí 2012

Květen 2012 / Prezentace výsledků výzkumu / STEM/MARK, a.s.

Ředitel: Jan Tuček

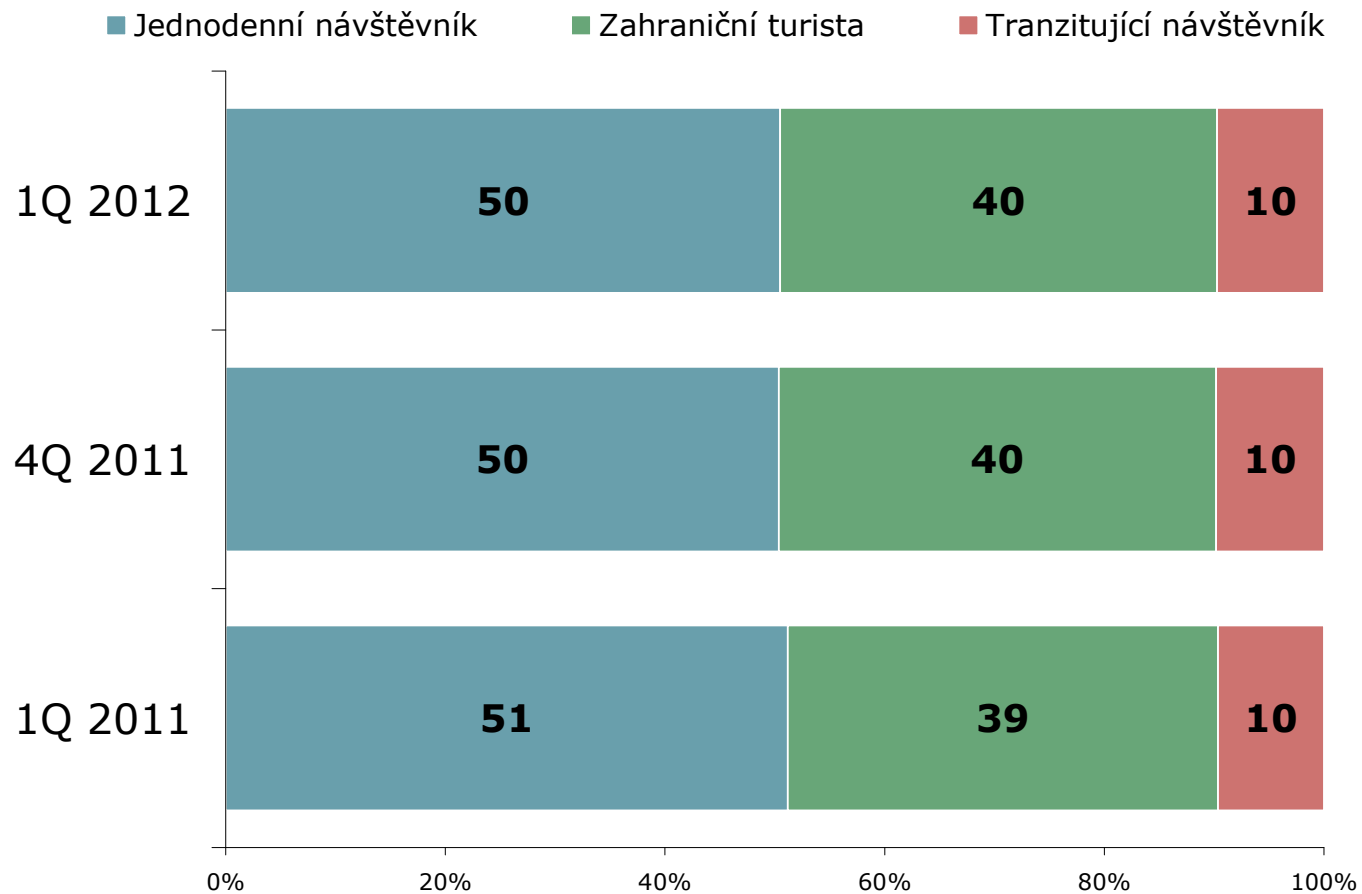
Senior Analyst: Markéta Hájková

Tazatelská činnost v praxi




Typ návštěvníka

ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012), n=9280 (4Q 2011), n=9506 (1Q 2011)

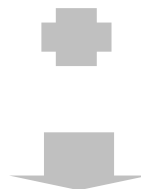


ZDROJ: STEM/MARK, Přijezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

1Q 2012: Schéma odhadu počtu účastníků CR

STEM  MARK
Hromadné versus individuální
ubytování

79 % / 21 %



CSU

Počet nerezidentů ubytovaných v
hromadných typech ubytovacích zařízení

1 281 tis.

STEM  MARK CSU
Celkový počet zahraničních turistů

1 625 tis.

[1 281 (79 %) + 345 (21 %)]



Podíl zahraničních turistů = 39,8 %
Podíl jednodenních návštěvníků = 50,5 % => 2 063 tis.
Podíl tranzitujících návštěvníků = 9,7 % => 398 tis.

Počet zahraničních návštěvníků = 4 087 tis.

Odhad počtu účastníků CR

Typ návštěvníka	Počet v tis.		Rozdíl v %
	1Q 2012	1Q 2011	
A. Zahraniční turista	1 625	1 460	+ 11,3
B. Jednodenní návštěvník	2 063	1 905	+ 8,3
C. Tranzitující	398	359	+ 10,9
Celkem	4 087	3 724	+ 9,7

Počet zahraničních účastníků CR vzrostl meziročně o téměř 10 %. Nejvíce vrostl počet zahraničních turistů.

V statistice HUZ vzrostl počet nerezidentů meziročně o 14 %.

Odhad celkových výdajů účastníků CR

Typ návštěvníka	Výdaje v mld. Kč		Rozdíl v %
	1Q 2012	1Q 2011	
A. Zahraniční turista	21,4	19,0	+ 12,6
B. Jednodenní návštěvník	3,1	2,9	+ 6,9
C. Tranzitující	0,5	0,5	0,0
Celkem	25,0	22,3	+ 12,1

Celkové výdaje zahraničních účastníků CR vzrostly meziročně o 12 %. Nejvíce vrostly výdaje zahraničních turistů. U tranzitujících zůstaly na stejné výši.

Průměrné výdaje účastníků CR

		1Q 2012	1Q 2011	Rozdíl v %	
Zahraniční turisté	Před návštěvou	1 055	903	+ 16,8	Celkové výdaje vzrostly o 6 % (po přepočtu o 7 %). 45 % činí výdaje před návštěvou.
	Během návštěvy	1 288	1 315	- 2,1	
	Celkové výdaje	2 344	2 218	+ 5,6	
Jednodenní návštěvníci	Před návštěvou	134	119	+ 12,8	Celkové výdaje se prakticky nezměnily (ani po přepočtu). 9 % činí výdaje před návštěvou.
	Během návštěvy	1 380	1 384	- 0,3	
	Celkové výdaje	1 514	1 503	+ 0,7	
Tranzitující	Během návštěvy	1 173	1 338	- 12,3	Výdaje poklesly o 12 %. Méně se nakupují PHM.

Struktura výdajů účastníků CR

	Zahraníční turisté	Jednodenní návštěvníci	Tranzitující *
Výdaj	2 344 Kč	1 514 Kč	1 173Kč
z toho (%):			
Zájezd klíč	11 %	0 %	0 %
Ubytování	18 %	0 %	0 %
Doprava	27 %	6 %	5 %
PHM	4 %	29 %	29 %
Stravování	15 %	5 %	16 %
Zboží	15 %	55 %	43 %
Ostatní	10 %	5 %	8 %

Vzrostly výdaje na dopravu, poklesly výdaje na nákup zboží

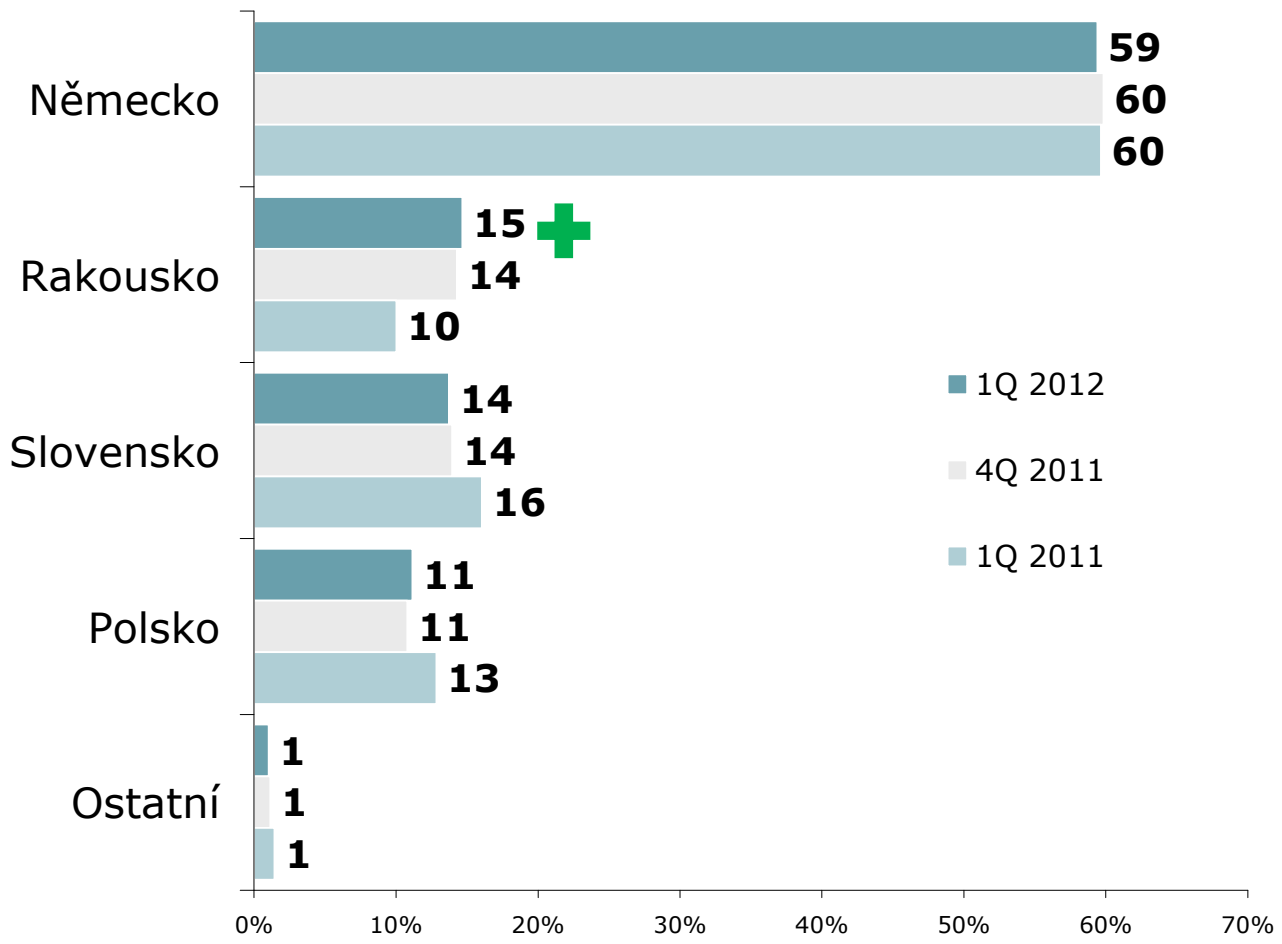
Poklesly výdaje na nákupy PHM o 40 Kč

Poklesly výdaje na nákupy PHM o 240 Kč bez kompenzace

* U tranzitujících zjišťujeme pouze výdaje placené na území ČR.

Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)

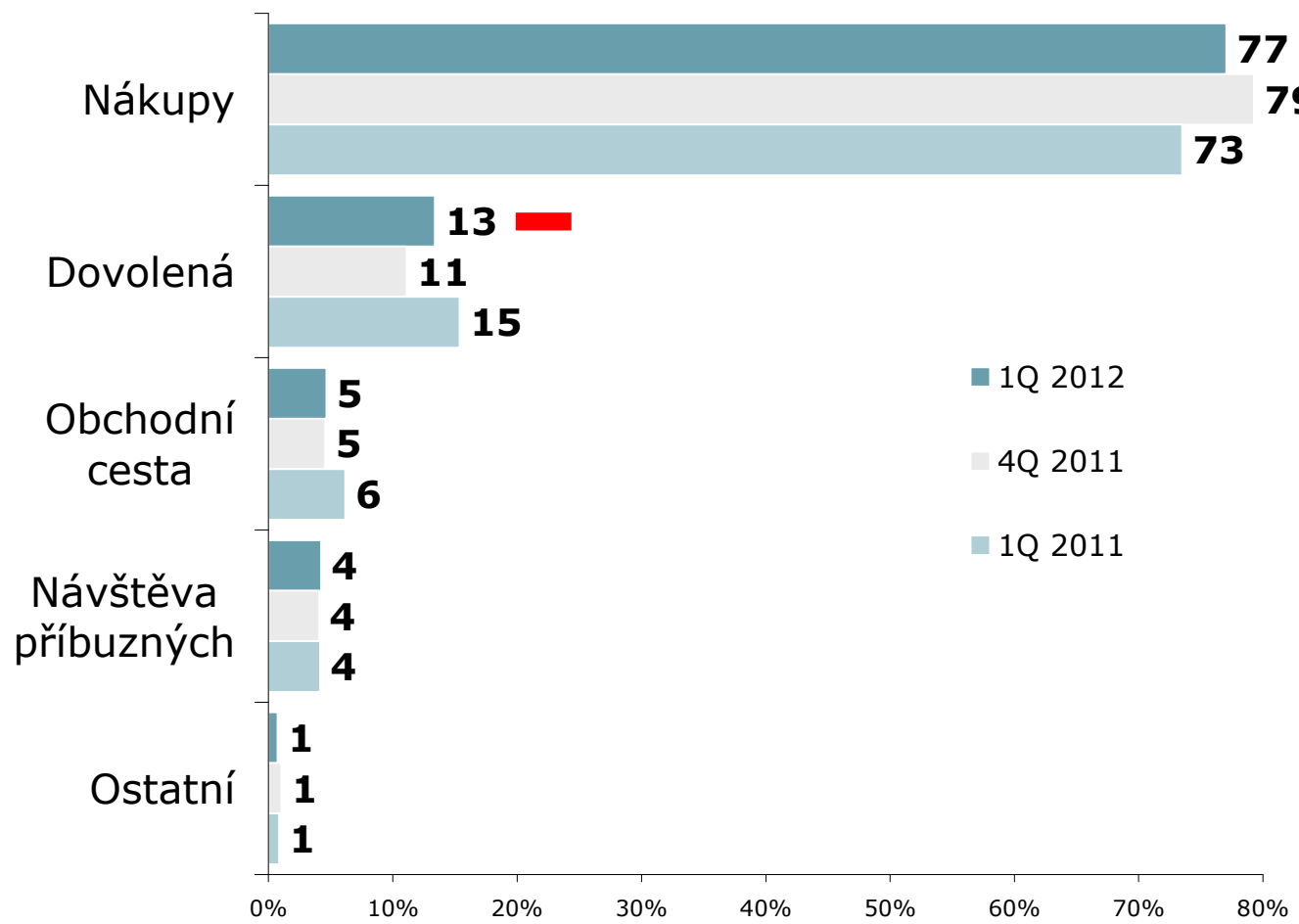


- Sousední státy
- Němci ze sousedních spolkových zemí
- Ostatní – Evropané za obchodem
- Vzrostl podíl Rakušanů – část z nich jsou „bývalí“ turisté

ZDROJ: STEM/MARK, Přijezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

Hlavní důvod návštěvy

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)

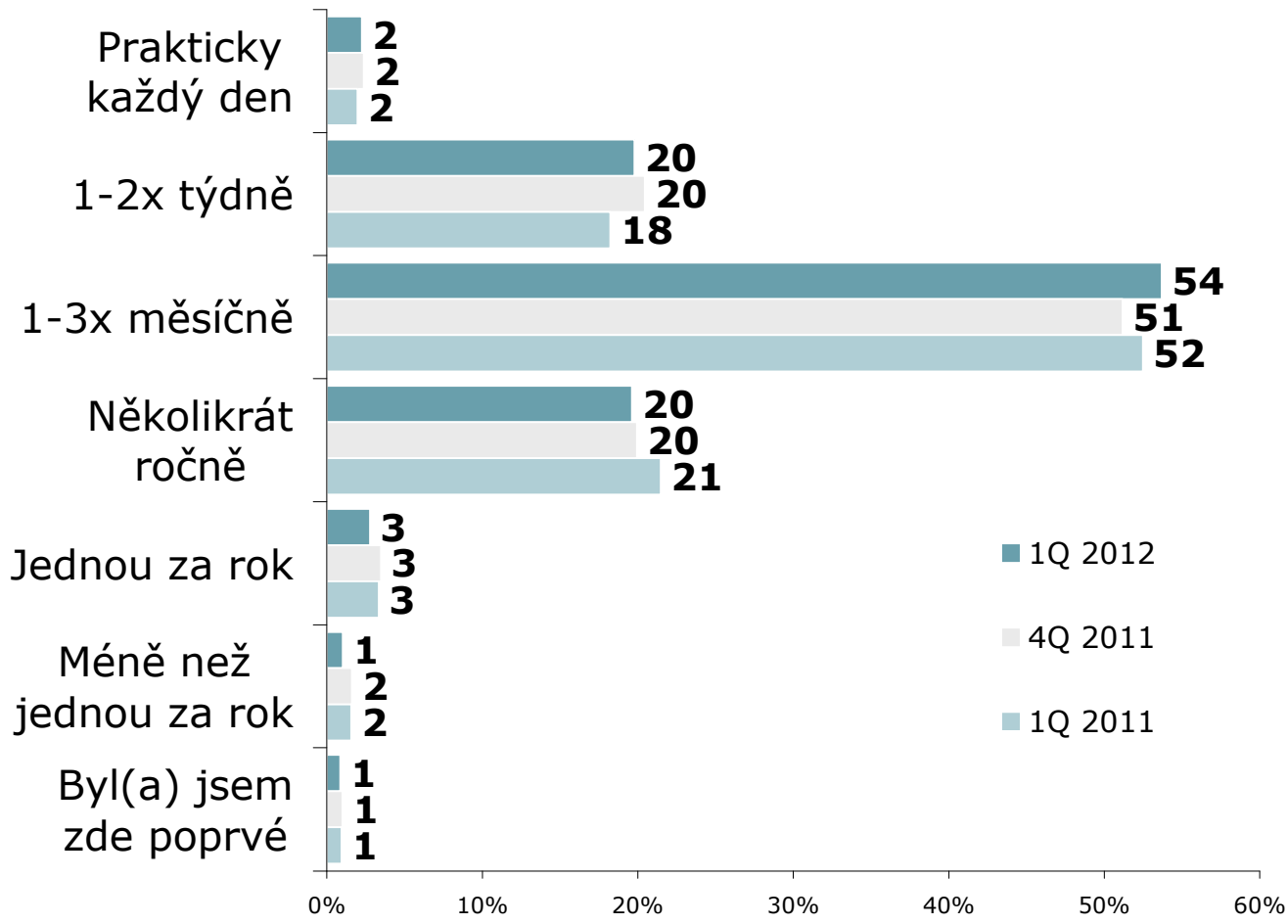


- Nejčastějším důvodem jsou nákupy.
- Meziroční nárůst o 4 p.b.
- Nejčastěji jezdí nakupovat Němci – 88 % z nich
- Meziročně pokles dovolených o 2 p.b.

ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

Frekvence návštěv ČR

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)

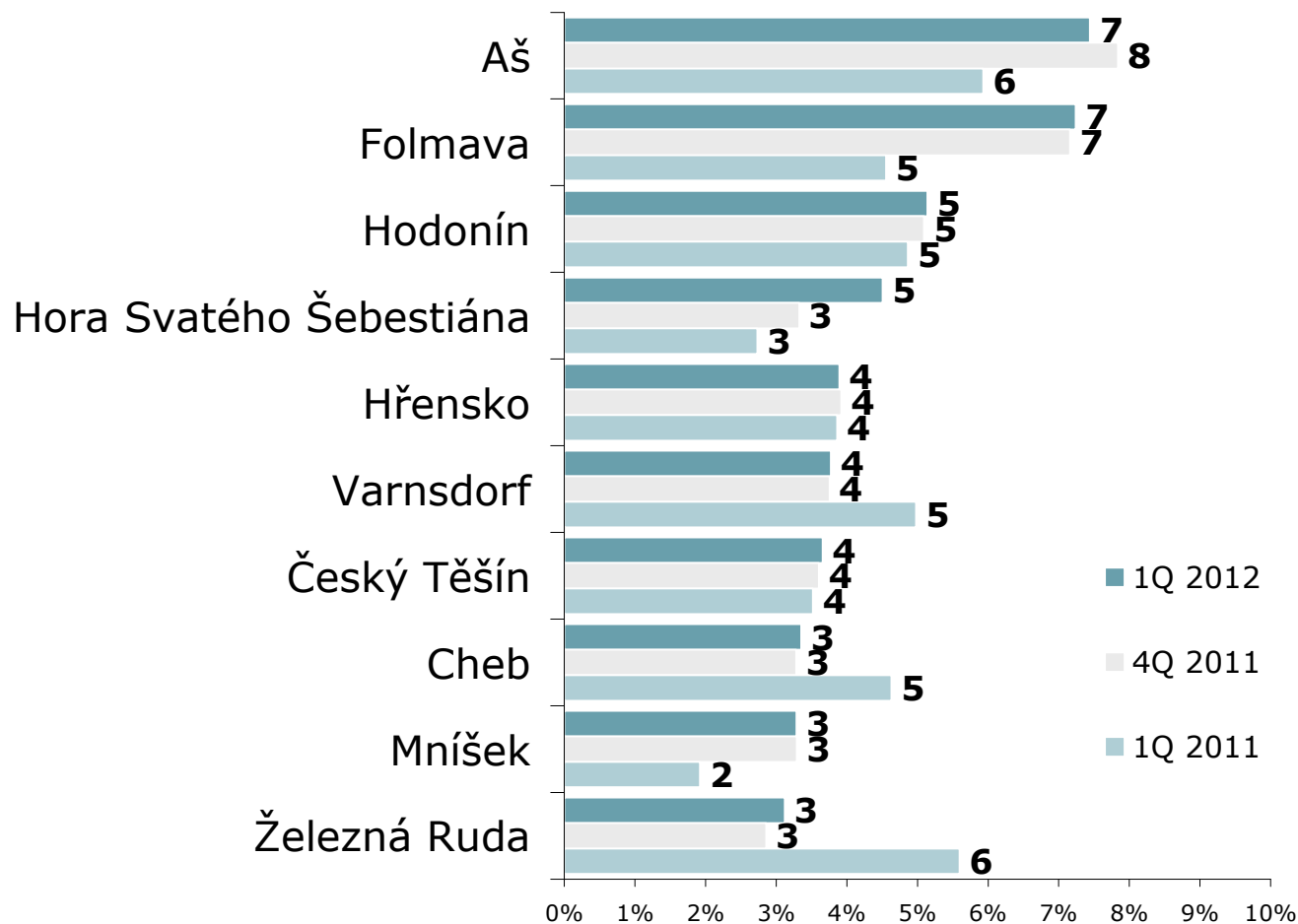


- Frekvence návštěv se meziročně zvýšila.
- Nejčastěji na nákupy, nejméně často na dovolenou.
- Ze sousedních zemí jezdí nejčastěji Rakušané a Němci.

ZDROJ: STEM/MARK, Přijezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

Navštívená místa v ČR

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)

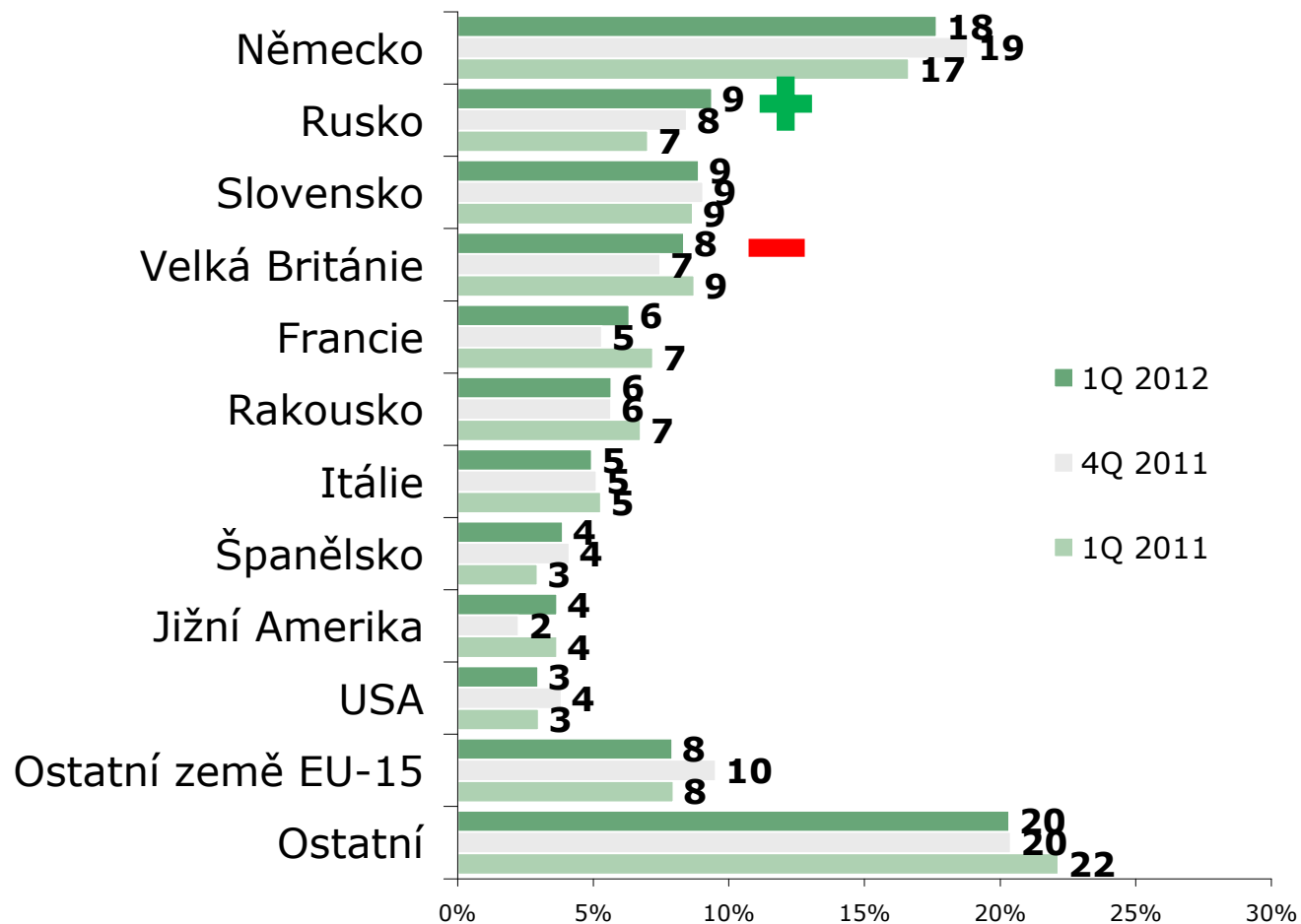


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

- Dominují příhraniční města (nákupy), v popředí místa u německých hranic
- Zmíněno na 150 různých míst
- 83 % navštíví pouze jedno místo.
- Praha s 1,9 % uzavírá druhou desítku – obchodní cesty
- Nárůst Folmavy – změna metodiky (výsledek „čárkování“)
- Nárůst Hory sv. Šebestiána resp. pokles Chomutova – špatně sjízdná silnice

Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)

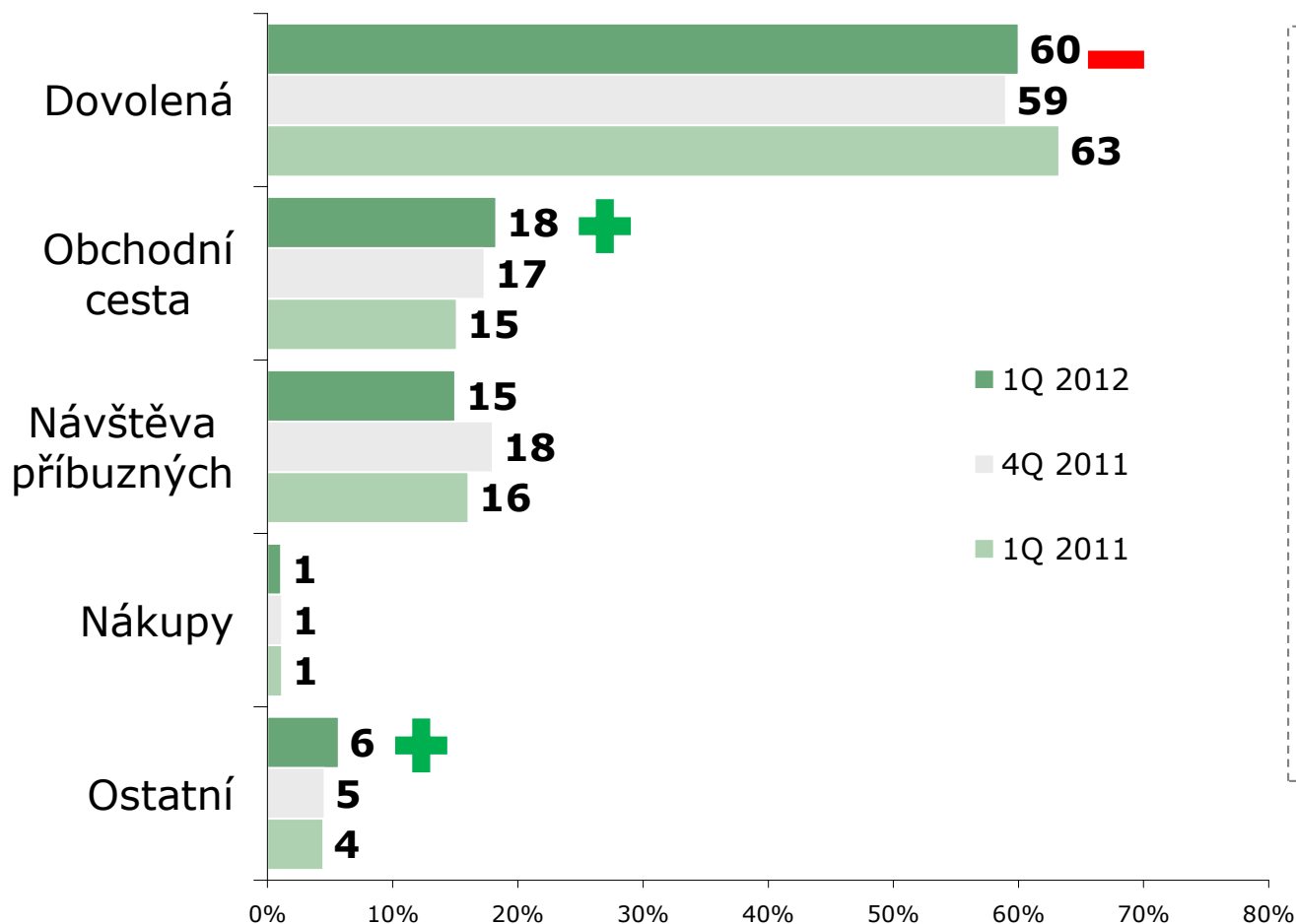


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

- Němci i ze vzdálenějších spolkových zemí
- Nárůst podílu Rusů (stejně jako v HUZ), vůbec poprvé na druhém místě
- Nadále klesá podíl Britů
- V HUZ Slováci a Italové rostou, nám se podíl nemění?

Hlavní důvod návštěvy

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)

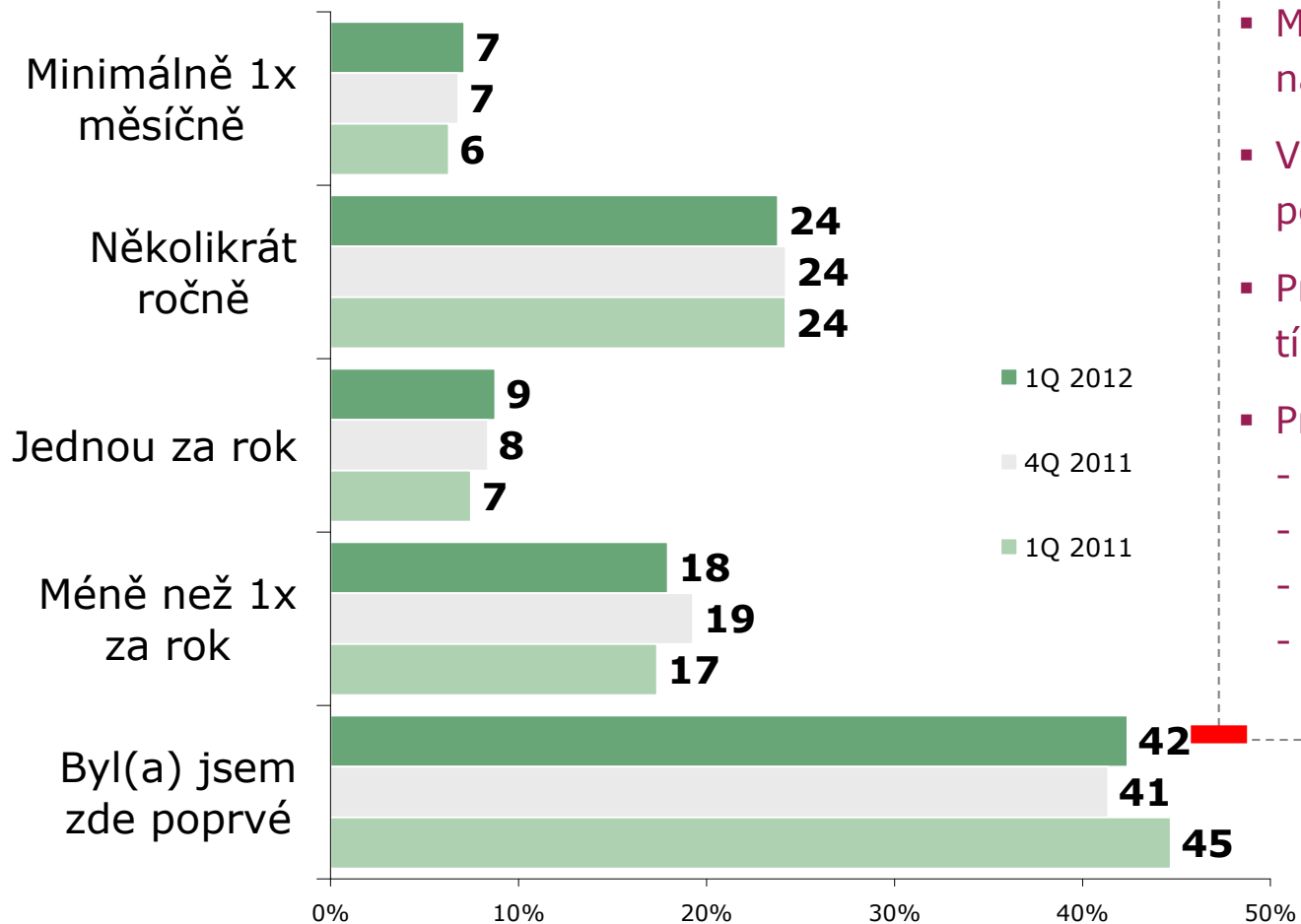


- Do ČR na dovolenou - převažuje pasivní forma trávení volného času
- Oproti loňskému roku pokles - na vině může být počasí (mrazy, závěje)
- Opět meziroční nárůst obchodních cest – stále zaostává za maximem z dob před krizí
- Ostatní – meziroční nárůst léčebných pobytů

ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

Frekvence návštěv

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)

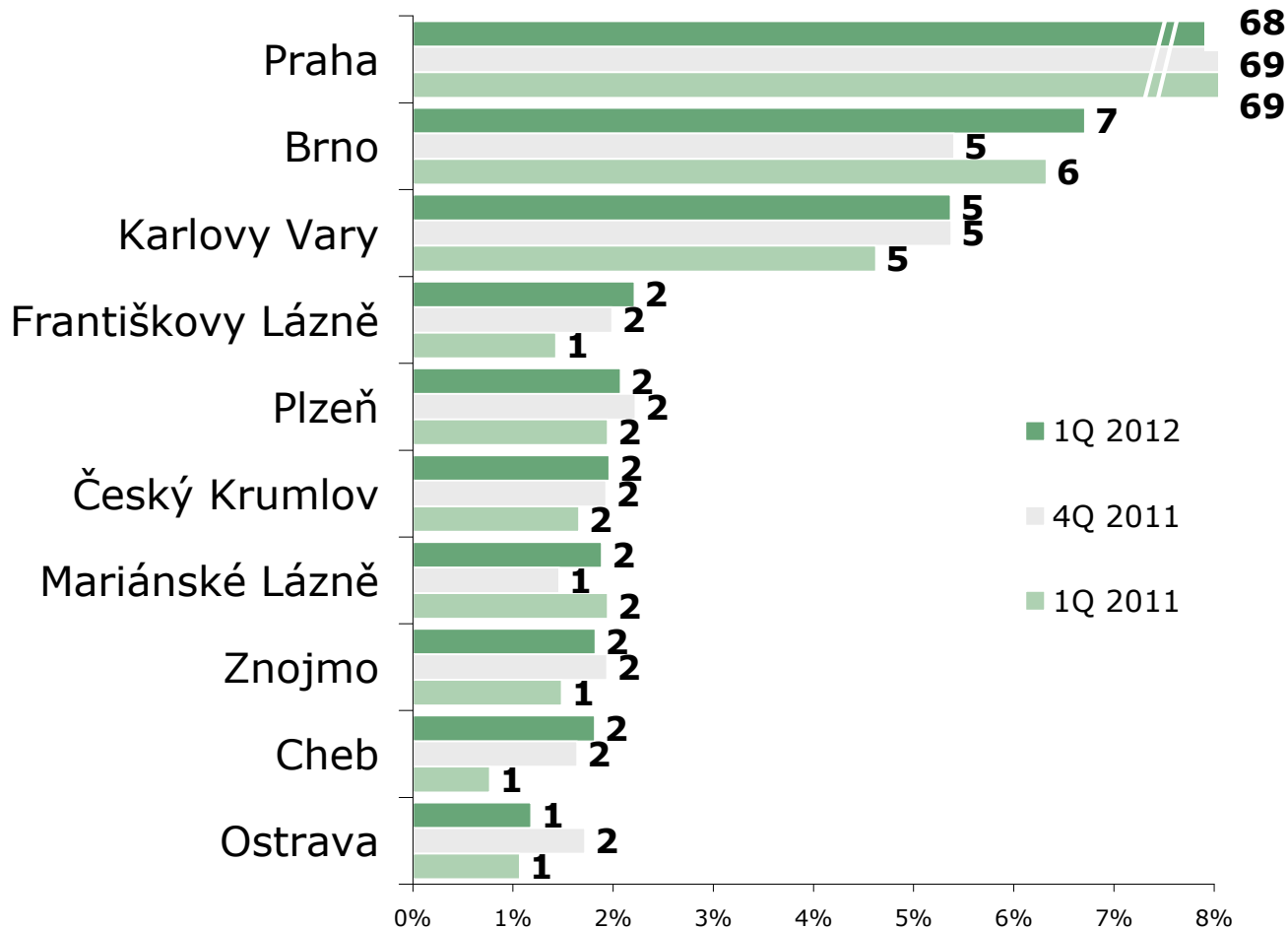


- Meziročně se frekvence návštěv zvýšila
- V zimních měsících nižší podíl nových turistů
- Pravidlo – čím blíže k ČR, tím častější návštěvy
- Profil „nového“ turisty:
 - ze země nesousedící s ČR
 - na dovolené
 - hlavní cíl = Praha
 - věk do 29 let

ZDROJ: STEM/MARK, Přijezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

Navštívená místa v ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)

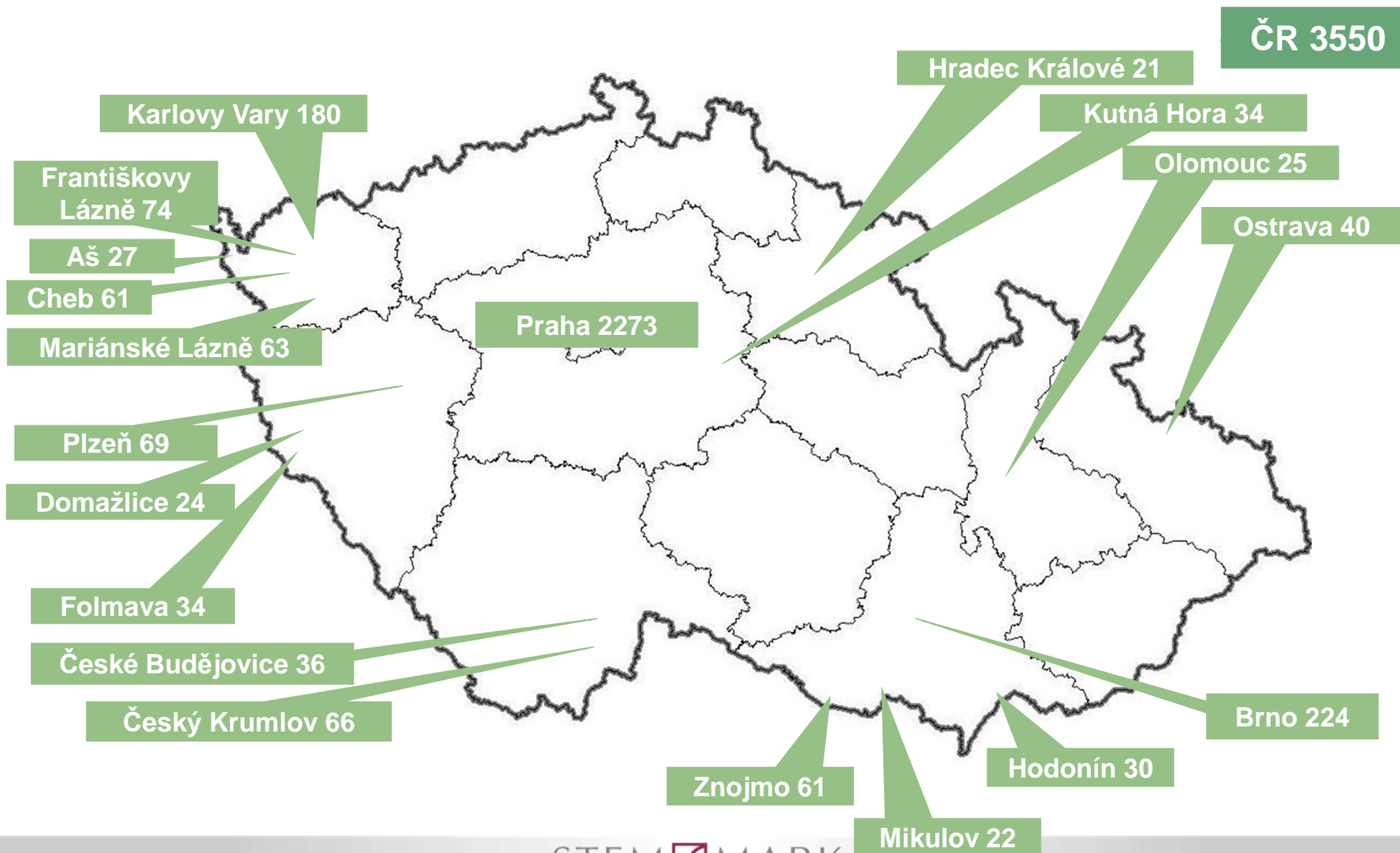


ZDROJ: STEM/MARK, Příkladový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

- Zmíněno na 180 různých míst
- Nízký podíl migrace – 82 % navštíví pouze jedno místo
- **Nárůst návštěvnosti lázeňských měst**
- V zimě se obecně málo cestuje, méně se navštěvují místa s historickými památkami
- Do Prahy jede většina turistů z nesusousedních států

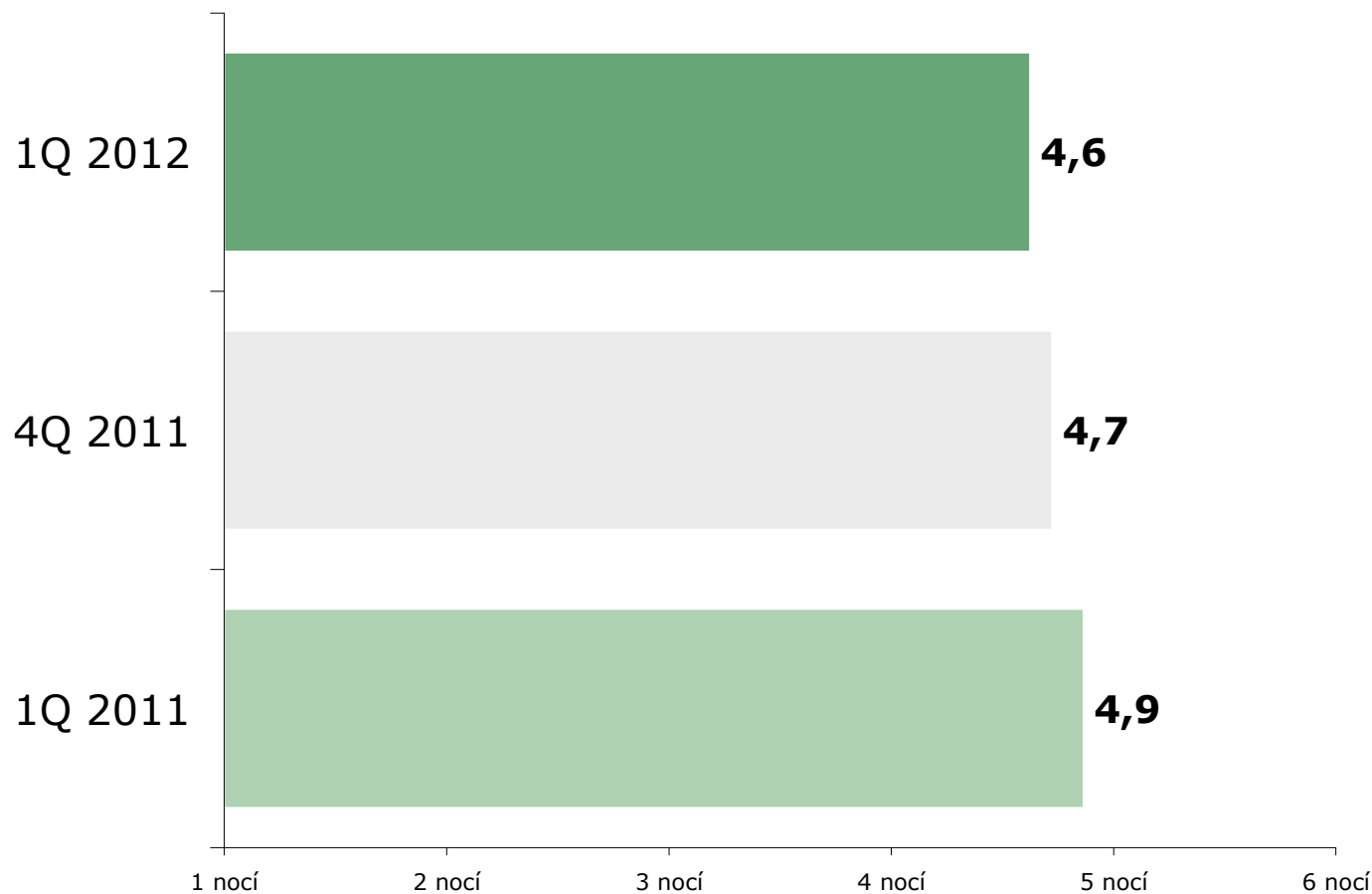
Navštívená místa v ČR

ZAHRA NIČNÍ
TURISTÉ



Délka pobytu v ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)

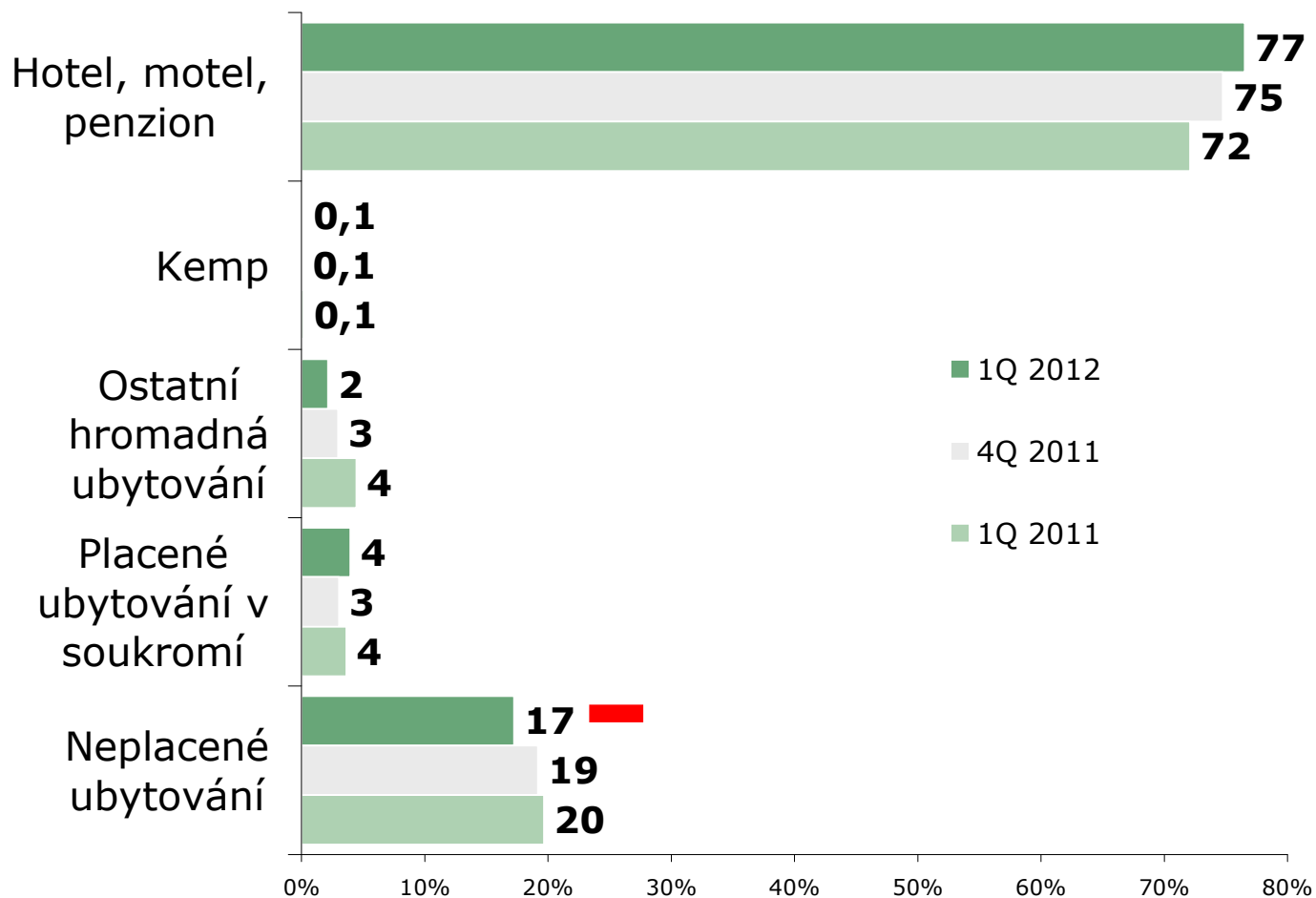


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

- Meziročně se délka pobytu zkrátila
- Ubylo nadprůměrně dlouhých pobytů v IUZ (v HUZ délka pobytu vzrostla).
- Opět platí, že je závislá na:
 - účelu návštěvy (nejkratší nákupní pobyty, nejdelší studijní a léčebné pobyty)
 - zemi původu (větší vzdálenost -> delší pobyt)

Druh ubytování

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

- Vzrostl podíl turistů ubytovaných v hotelech (v 1Q 2011 byl podíl podprůměrný ve srovnání s ročním průměrem za 2011)
- V hotelech se ubytovávají mladší turisté, naproti tomu starší věková kategorie vyhledává neplacené ubytování
- 3/5 Rakušanů využívají neplacené ubytování – jezdí na návštěvu příbuzných a známých nejčastěji do Znojma

Deskripce tranzitujících

- Desetina všech účastníků CR (3/4 sousední země – D 24 %, Pl 23 %, Svk 21 %, A 6 %) – vzrostl podíl Rusů, Maďarů a Rumunů
- 9 z 10 je na odjezdu, zbytek se vrací domů
- 7 z 10 míří přes ČR do sousedních zemí – v zimě je to častější
- Na méně (5) nocí – v zimě kratší pobyty
- Cestují obchodně, na hory
- 2/3 několikrát ročně, 11 %
- Polovina plánuje v ČR dovolenou; lákají Praha, památky, nákupy
- Největší lákadla: příznivější ceny, kultura a historie, kvalita služeb
- Opět poklesl podíl těch, kteří v zahraniční zaznamenali propagaci ČR, k propagaci využít Internet, kde tranzitující nejčastěji čerpají informace

Navštívená místa podle státu trvalého pobytu

	Němci	Slováci	Poláci	Rakušané	Ostatní
1	11 Aš	24 Hodonín	22 Český Těšín	13 Hatě	83 Praha
2	10 Folmava	11 Brno	9 Náchod	12 Studánky	6 Brno
3	7 Praha	11 Praha	8 Bohumín	10 Hevlín	6 Karlovy Vary
4	6 Cheb	10 Jablunkov	8 Praha	9 Znojmo	2 Český Krumlov
5	6 Hora Sv. Šebestiána	6 Břeclav	4 Harrachov	7 České Velenice	1 Kutná Hora
6	5 Železná Ruda	5 Nový Hrozenkov	4 Opava	6 Břeclav	1 Plzeň
7	5 Hřensko	4 Rožnov pod Radhoštěm	4 Jablunkov	6 Hnanice	1 Mariánské Lázně
8	5 Varnsdorf	4 Zlín	4 Ostružná / Ramzová	5 Praha	1 Ostrava
9	4 Mníšek	4 Valašské Klobouky	4 Hatě	5 Kaplice	1 Olomouc
10	4 Petrovice	4 Uherský Brod	4 Ostrava	5 Mikulov	1 České Budějovice

Informace o doplňujících aktivitách

Aktivita „Regionalizace výsledků do krajů“

- Termín: květen-červenec 2012
- Cíl: zanalyzovat stávající data podle krajů včetně srovnání
- Výstupy: 1 souhrnná srovnávací analýza + 14 krajských analýz
- Období: 2009-2011, v rámci krajských analýz i 2006-2008
- Provedeno přečištění navštívených míst (seznam obsahuje 600 položek), okres a kraj přiřazen u 97 %, zbytek podle HP
- Provedena úprava dat, aby bylo možné odhadnout počty návštěvníků z krajských statistik HUZ

Informace o doplňujících aktivitách

Aktivita „Regionalizace výsledků do krajů“

- Počty respondentů dostačující ve všech krajích, „nejmenší“ kraje (Pardubice a Vysočina) budou zpracovány za celé období 2006-2011
- Celkové výdaje odhadovány nebudou, protože u návštěvníků, kteří navštívili více krajů, nelze rozdělit výdaje podle krajů
- Aktuálně provádíme analýzy dat a přípravu grafických podkladů

Informace o doplňujících aktivitách

Aktivita „Organizované zájezdy“

- Termín: květen- listopad 2012
- Výstupy: zpráva v podobě odborného textu
- Cíl: stanovení poměru individuální vs. organizovaná forma návštěvy, zakomponování do projektu Příjezdový CR
- Ad hoc výzkum – kombinace kvality a kvantity: desk research; telefonické dotazování hotelů (opora od ČSÚ ☺); hloubkové rozhovory s hotely, CK, delegáty; face-to-face dotazování turistů
- Aktuálně probíhá desk research a tvorba dotazníků pro telefonické dotazování

DĚKUJEME ZA POZORNOST



Jan Tuček

Managing Director

Telefon: 225 986 839

tucek@stemmark.cz



Markéta Hájková

Senior Analyst

Telefon: 723 209 036

hajkova@stemmark.cz



STEM/MARK, a. s.

Chlumčanského 5, 180 00 Praha 8

www.stemmark.cz