



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ

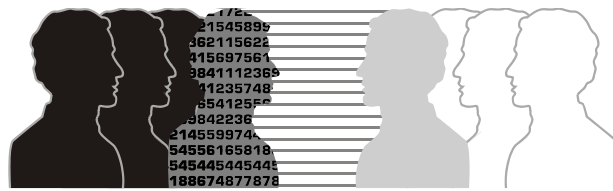


MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR



# Příjezdový cestovní ruch ČR 2009-2015

Výsledky za 1. čtvrtletí 2012



# OBSAH

## **Výsledky z dotazování v okolí hraničních přechodů**

Shrnutí výsledků	strana 03
Východiska a parametry projektu	strana 05
Deskripce zahraničních a tranzitujících návštěvníků	strana 09

<b>Příloha: Dotazníky</b>	strana 76
---------------------------	-----------

<b>Realizátor projektu</b>	strana 83
----------------------------	-----------

# Příjezdový cestovní ruch - shrnutí hlavních poznatků

V prvním čtvrtletí 2012 utratili zahraniční turisté v průměru **2344 Kč**, jednodenní návštěvníci **1514 Kč** a tranzitující cizinci **1173 Kč**.

V meziročním srovnání jsou výdaje jednodenních návštěvníků stejné, výdaje zahraničních turistů vzrostly o 6 % a výdaje tranzitujících naopak poklesly o 12 %. Tranzitující u nás méně kupují PHM. *Při přepočítání výdajů podle jednotného kurzu (průměr za 1Q 2012) jsou výdaje z loňského prvního čtvrtletí prakticky stejné.*

		1Q 2012	4Q 2011	1Q 2011
Zahraníční turisté	Celkem	2 344 ↑	2 579	2 218
	Během pobytu	1 288	1 412	1 315
	Před pobytém	1 055	1 167	903
Jednodenní návštěvníci	Celkem	1 514	1 549	1 503
	Během cesty	1 380	1 402	1 384
	Před cestou	134	147	119
Tranzitující návštěvníci	Během průjezdu	1 173 ↓	1 073	1 338

↕ meziroční posuny

# Příjezdový cestovní ruch - shrnutí hlavních poznatků

## Jednodenní návštěvníci:

- Kdo?
  - Proč?
  - Jak často?
  - Kam?
  - Co?
- Převažují obyvatelé Německa (59 %).
  - Přijíždějí nejčastěji za nákupy (77 %). ↑
  - 76 % z nich minimálně 1x měsíčně. ↑
  - Především do příhraničních měst.
  - Jejich výdaje se dělí především mezi nákup zboží a pohonných hmot.

## Zahraniční turisté:

- Kdo?
  - Proč?
  - Jak často?
  - Kam?
  - Co?
  - Jak dlouho?
- Nejčastěji obyvatelé Německa (18 %), Ruska (9 %), Slovenska (9 %) a V. Británie (8 %).
  - Nejčastěji na dovolenou (60 %). ↓
  - 42 % z nich poprvé. ↓
  - Nejčastěji do Prahy (68 %).
  - Největší část výdajů celkem utratí za dopravu a ubytování, během pobytu pak za jídlo a zboží.
  - V průměru stráví v ČR 5,6 dne. ↓

↓↑ meziroční posuny

# Východiska a parametry projektu

## Metodika projektu

Kvantitativní výzkum – face-to-face rozhovor respondenta s tazatelem se zaznamenáním jeho odpovědí do tištěného dotazníku.

Termín sběru dat: 1.1. – 31.3. 2012 dle předem stanovených harmonogramů a kvót specifických pro hraniční přechod a typ návštěvníka.

Místa dotazování v rámci šetření v okolí hlavních hraničních přechodů a v okolí hraničních přechodů regionálního významu

- silniční hraniční přechody
- železnice
- letiště
- autobusová nádraží

## Cílová skupina

Cílovou skupinu tvoří cizí **účastníci cestovního ruchu odjíždějící z ČR.**

Může se jednat o:

- **Zahraniční turisty**, tj. osoby s alespoň s jedním přenocováním ČR.
- **Jednodenní návštěvníky**, tj. osoby bez přenocování v ČR, pro které byla návštěva ČR hlavním účelem jednodenního výletu.
- **Tranzitující cizince**, kteří územím ČR pouze projíždějí, hlavním cílem jejich cesty je jiný stát a v ČR nepřespali jedinou noc (pokud ČR projíždějí a v ČR alespoň jednou přespali, řadíme tyto cizince mezi zahraniční turisty).

*Více o nezměněné metodice a parametrech projektu lze nalézt např. v předchozí roční souhrnné zprávě (za rok 2011).*

# Východiska a parametry projektu

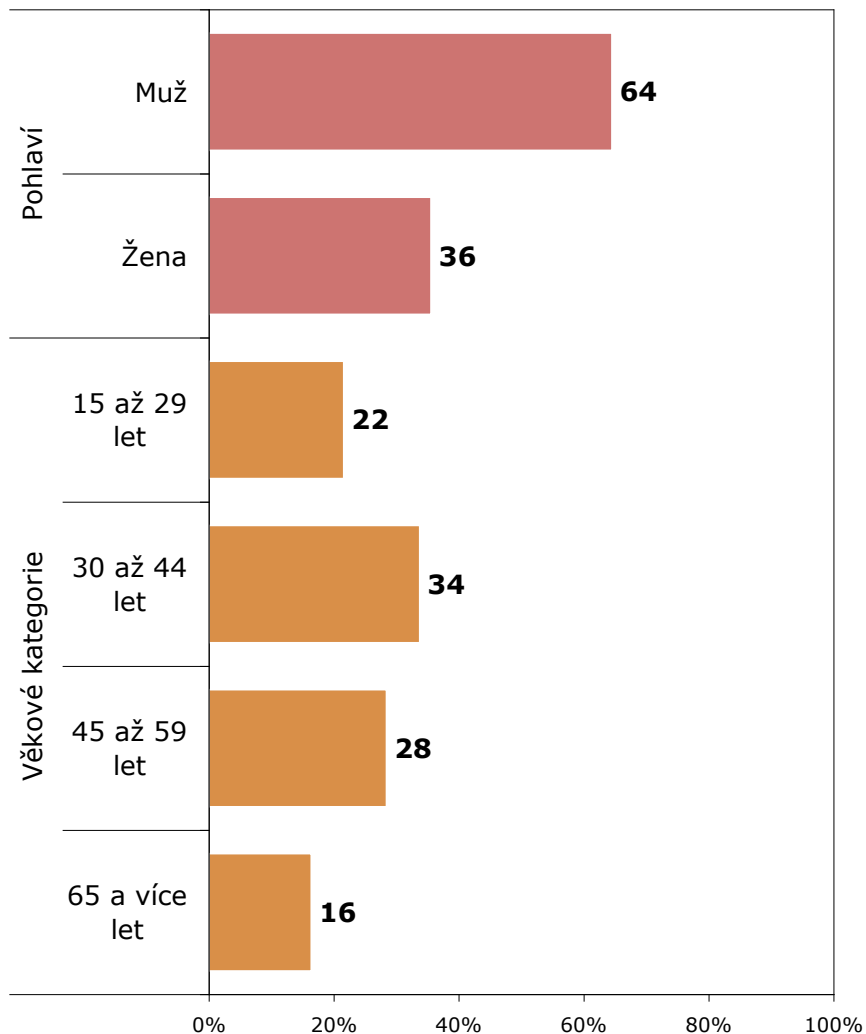
## Mapa míst, v okolí kterých probíhá dotazování



# Struktura vzorku

## Podle věkové skupiny a pohlaví - 1Q 2012

ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012)



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

## Typ návštěvníka

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

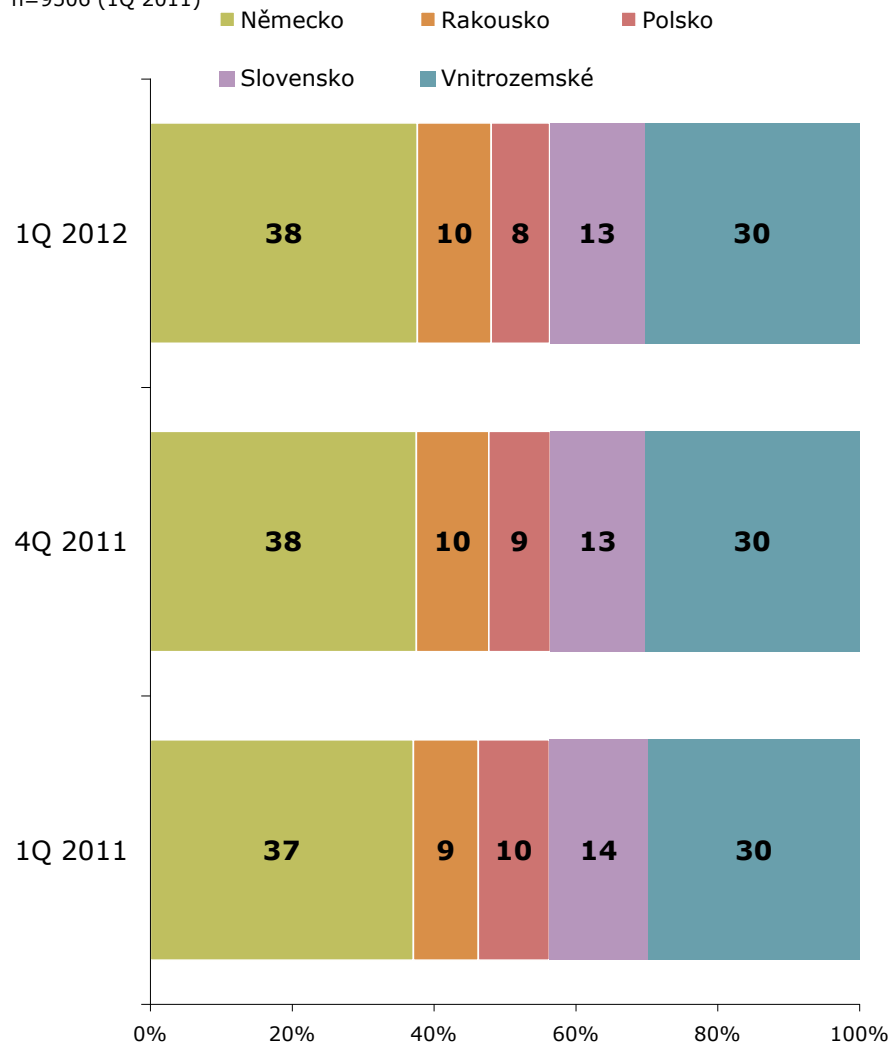


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Struktura vzorku

## Hraniční přechod - země

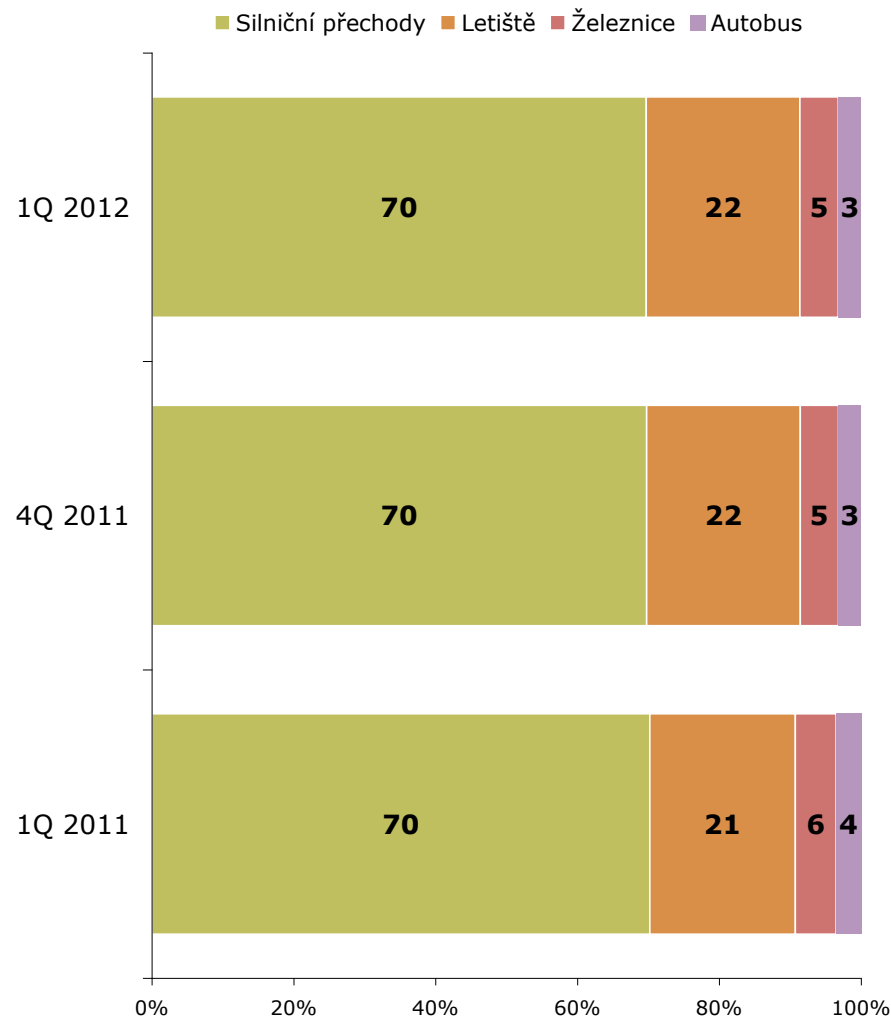
ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012), n=9280 (4Q 2011), n=9506 (1Q 2011)



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

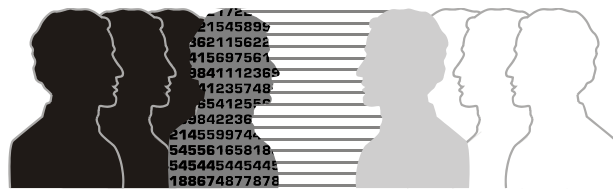
## Hraniční přechod - typ

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

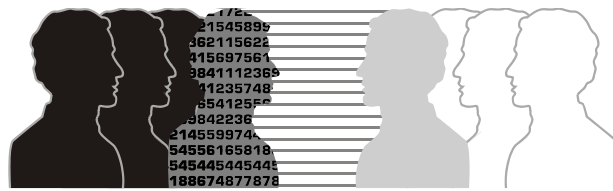


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012





# ČTVRTLETNÍ VÝSLEDKY ZA 1Q 2012



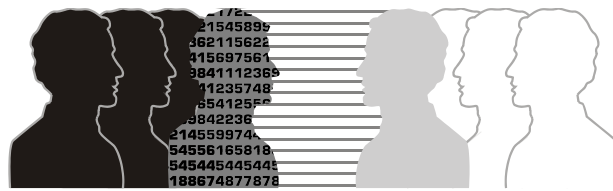
# Stát trvalého pobytu

## Všichni respondenti

- 7 z 10 zahraničních návštěvníků ČR jsou obyvatelé sousedních států - Němci (39 %), Slováci (13 %), Rakušané (10 %) a Poláci (9 %).
- 95 % obyvatel sousedních států využívá silniční přechody.
- **Ve srovnání se stejným čtvrtletím loňského roku vrostl podíl Rakušanů (+ 2 p.b.).**
- Páté místo v pořadí návštěvnosti patří Rusům, jejichž podíl dlouhodobě roste. Opačný trend sledujeme u návštěvníků z Velké Británie (v roce 2006 činil podíl Britů 8 %, nyní pouze 3 %).

## Jednodenní návštěvníci

- Jednodenní návštěvníci představují polovinu všech zahraničních návštěvníků ČR.
- Až na výjimky se jedná o obyvatele sousedních států – nejčastěji Němce (59 %) – zpravidla ze sousedních spolkových zemí – Saska a Bavorska.
- **Meziročně dochází k výraznému nárůstu podílu Rakušanů (o 5 p.b.). Část těchto „nových“ návštěvníků se rekrutuje z řad zahraničních turistů, jejichž podíl naopak klesá.**
- Většina jednodenních návštěvníků z nesousedních států jsou Evropané přijíždějící do ČR za obchodem.



# Stát trvalého pobytu

## Zahraníční turisté

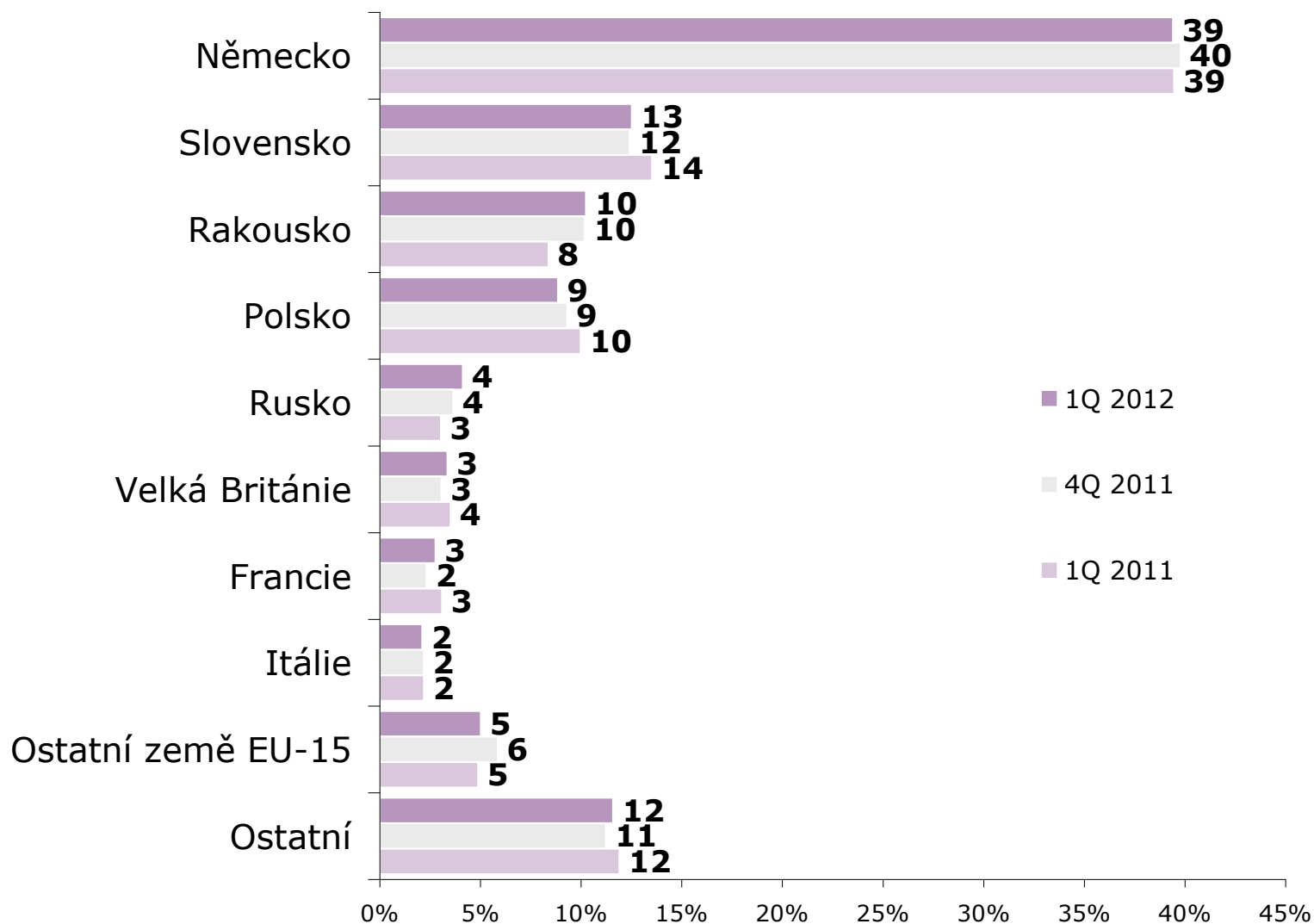
- Zahraníční turisté představují 2/5 všech zahraničních návštěvníků ČR.
- Ve skupině TOP 5 se objevují obyvatelé pouze 2 ze 4 sousedních zemí – Němci (1. místo – 18 %) a Slováci (3. místo – 9 %). Vedle nich jsou zde Rusové (těm patří vůbec poprvé druhá příčka - jejich podíl dlouhodobě roste, meziročně o 2 p.b.), Britové a Francouzi.
- Z mimoevropských států navštěvují ČR nejčastěji Američané, Japonci či Číňané.

## Tranzitující cizinci

- Tranzitující cizinci představují desetinu všech zahraničních návštěvníků ČR.
- Tranzitující využívají nejčastěji tato místa: Letiště Praha, Břeclav, Petrovice, Hatě a Aš.
- Rostoucí ceny pohonných hmot v ČR komplikují práci našim tazatelům – tranzitující zde nestaví.
- 3/4 představují obyvatelé sousedních států – nejčastěji Němci (24 %)

# Stát trvalého pobytu

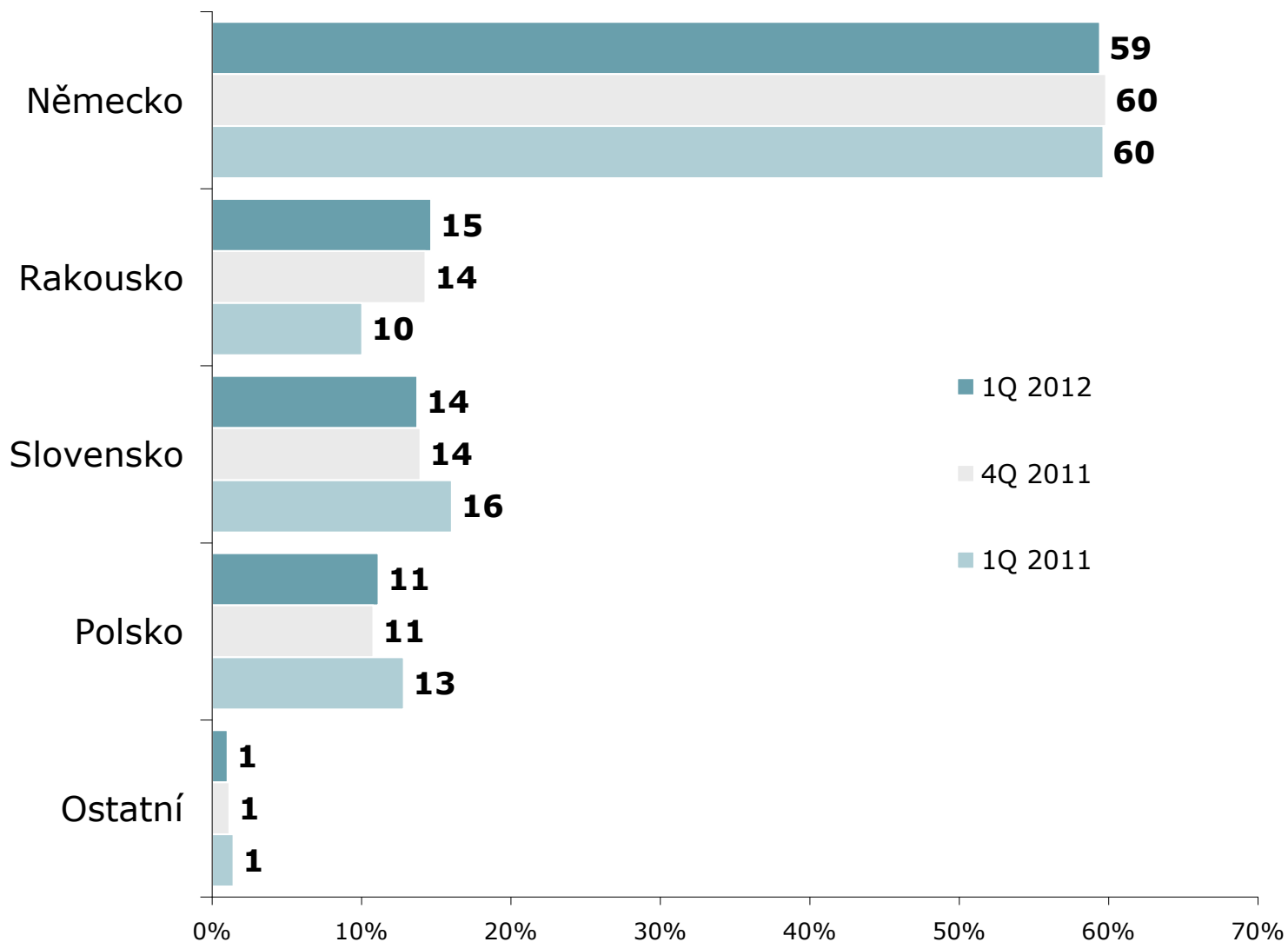
ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012), n=9280 (4Q 2011), n=9506 (1Q 2011)



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

# Stát trvalého pobytu

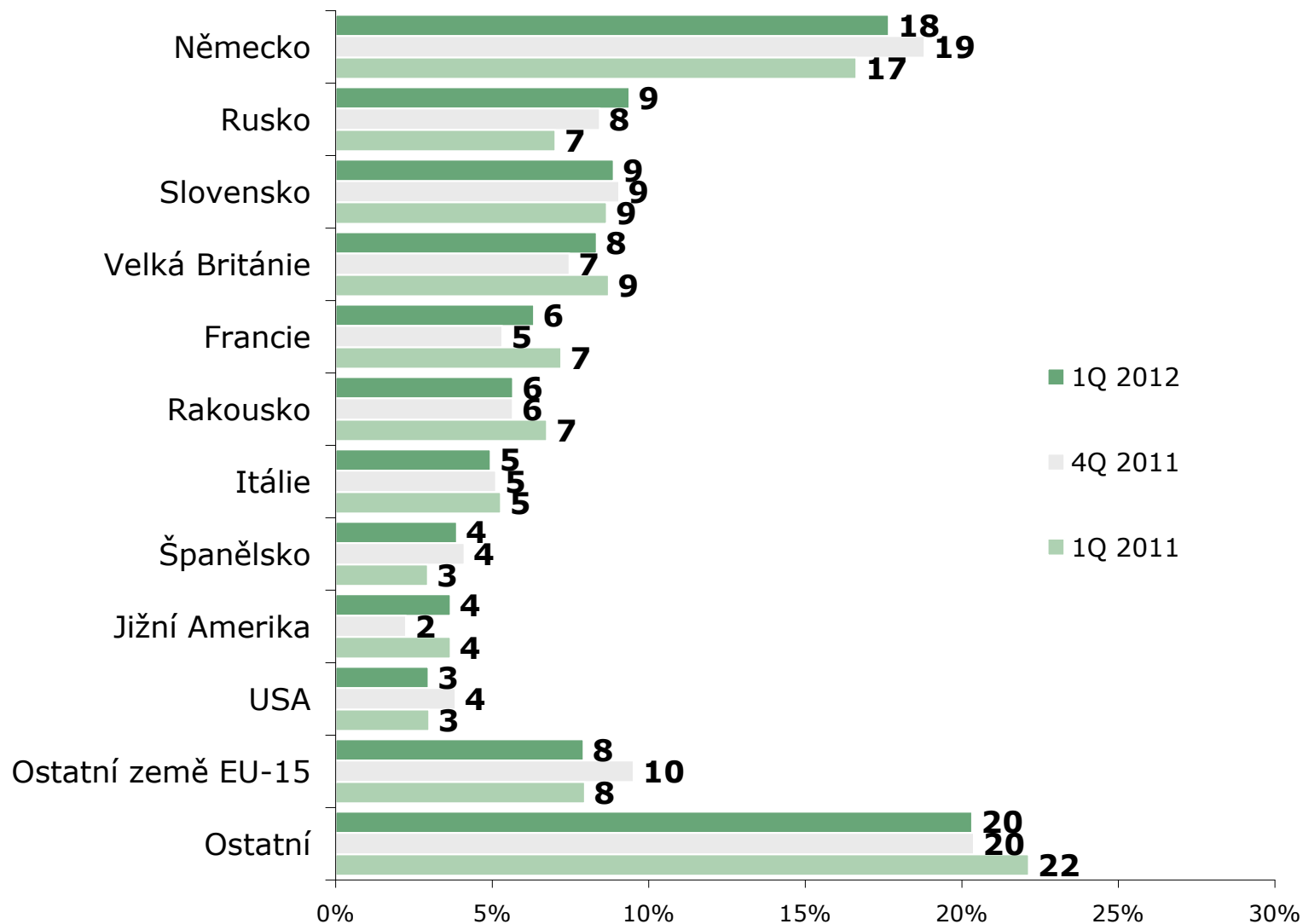
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)



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

# Stát trvalého pobytu

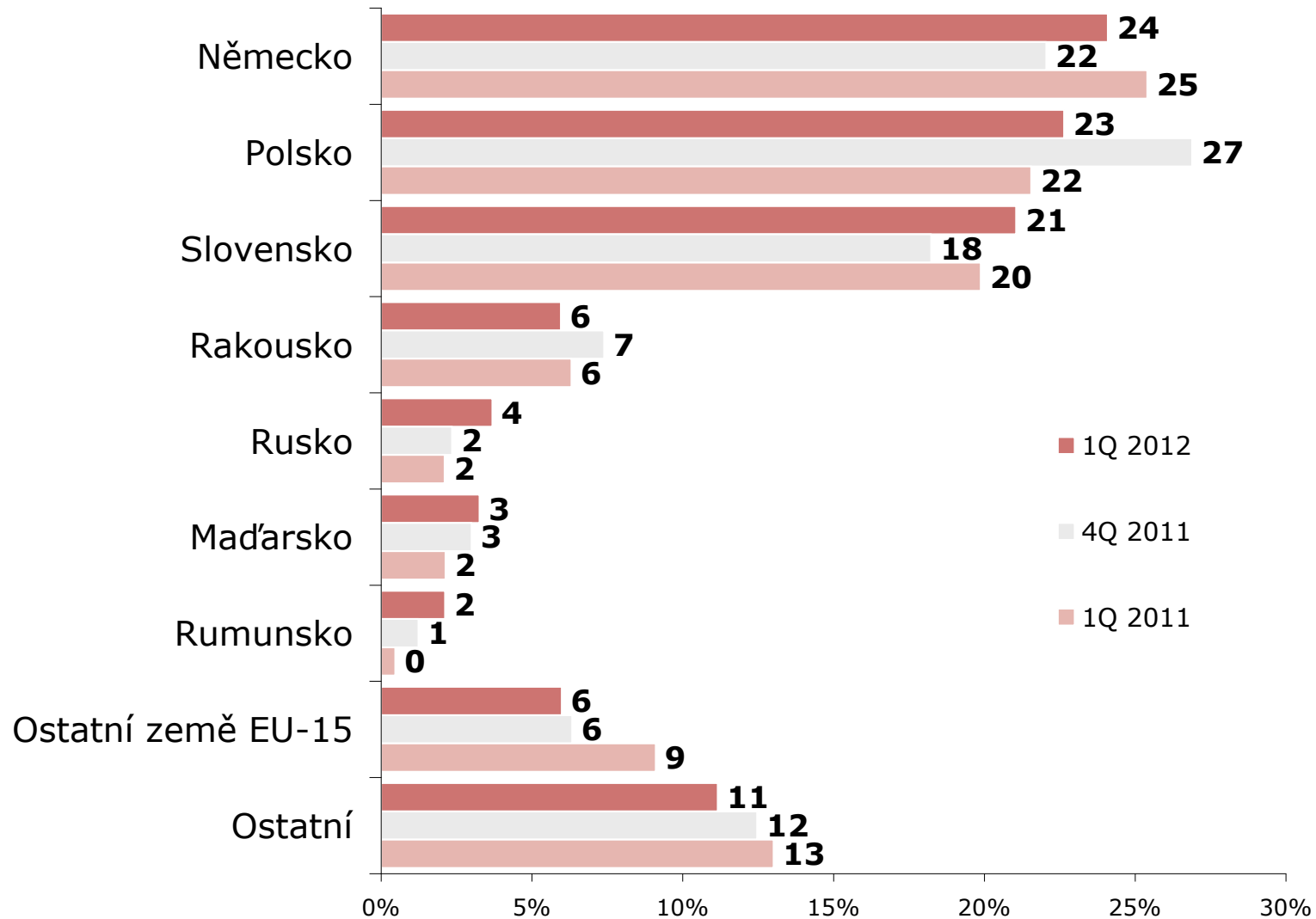
ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)



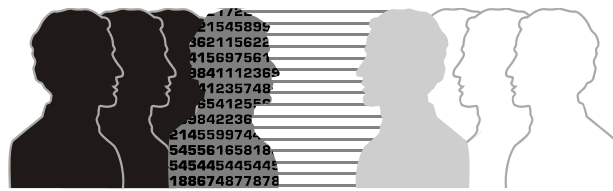
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)



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



# Hlavní důvod návštěvy

## Všichni respondenti

- Dominantním důvodem zájmu o návštěvu ČR jsou nákupy (39 %).
- 7 z 10 nakupujících jsou Němci, kteří pravidelně navštěvují příhraniční nákupní místa v okolí česko-německých hranic.
- Na druhém místě je dovolená, která je obecně v zimních měsících méně zmiňována. **Ve srovnání s loňským prvním čtvrtletím ztrácí 2 p.b.** Částečně k tomu mohlo přispět velmi mrazivé počasí na přelomu ledna a února tohoto roku.

## Jednodenní návštěvníci

- Jednodenní návštěvníci přijíždějí do ČR nejčastěji na nákupy. **Meziročně vzrostl podíl nakupujících o 4 p.b.** Jak už bylo řečeno, jedná se o specifikum Němců – 88 % z nich přijíždí právě na nákupy.
- S velkým odstupem následuje dovolená (13 %).

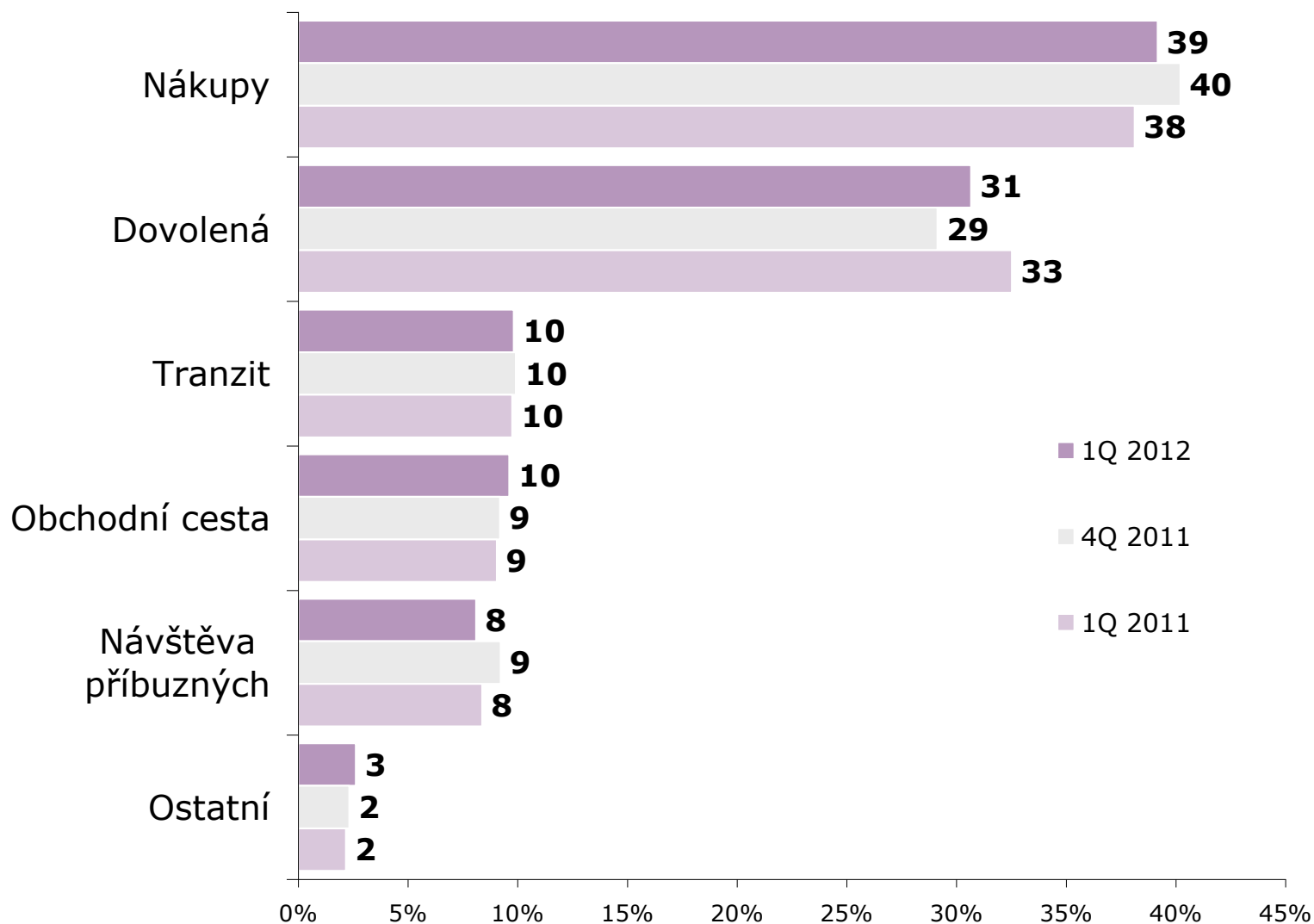
## Zahraniční turisté

- Pro zahraniční turisty je nejčastějším důvodem zájmu o ČR dovolená. **Ve srovnání s loňským rokem došlo k poklesu o 3 p.b.** Většina zahraničních turistů ČR ze vzdálených destinací přijíždí do ČR právě na dovolenou.
- Druhým nejčastějším důvodem je obchodní cesta, která již druhým rokem zaznamenává postupný nárůst, ale stále velmi zaostává za maximem z doby před finanční krizí.



# Hlavní důvod návštěvy

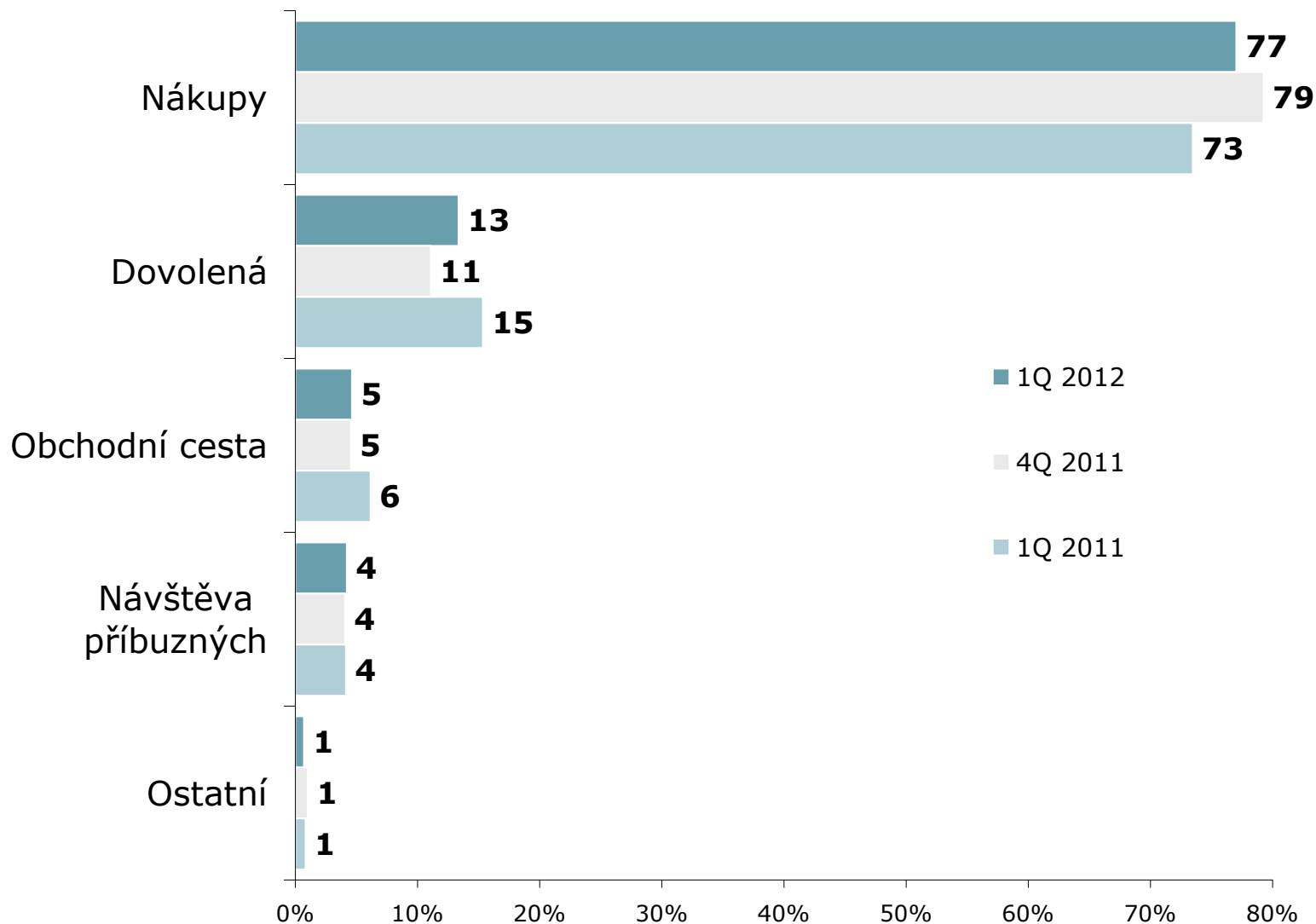
ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012), n=9280 (4Q 2011), n=9506 (1Q 2011)



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

# Hlavní důvod návštěvy

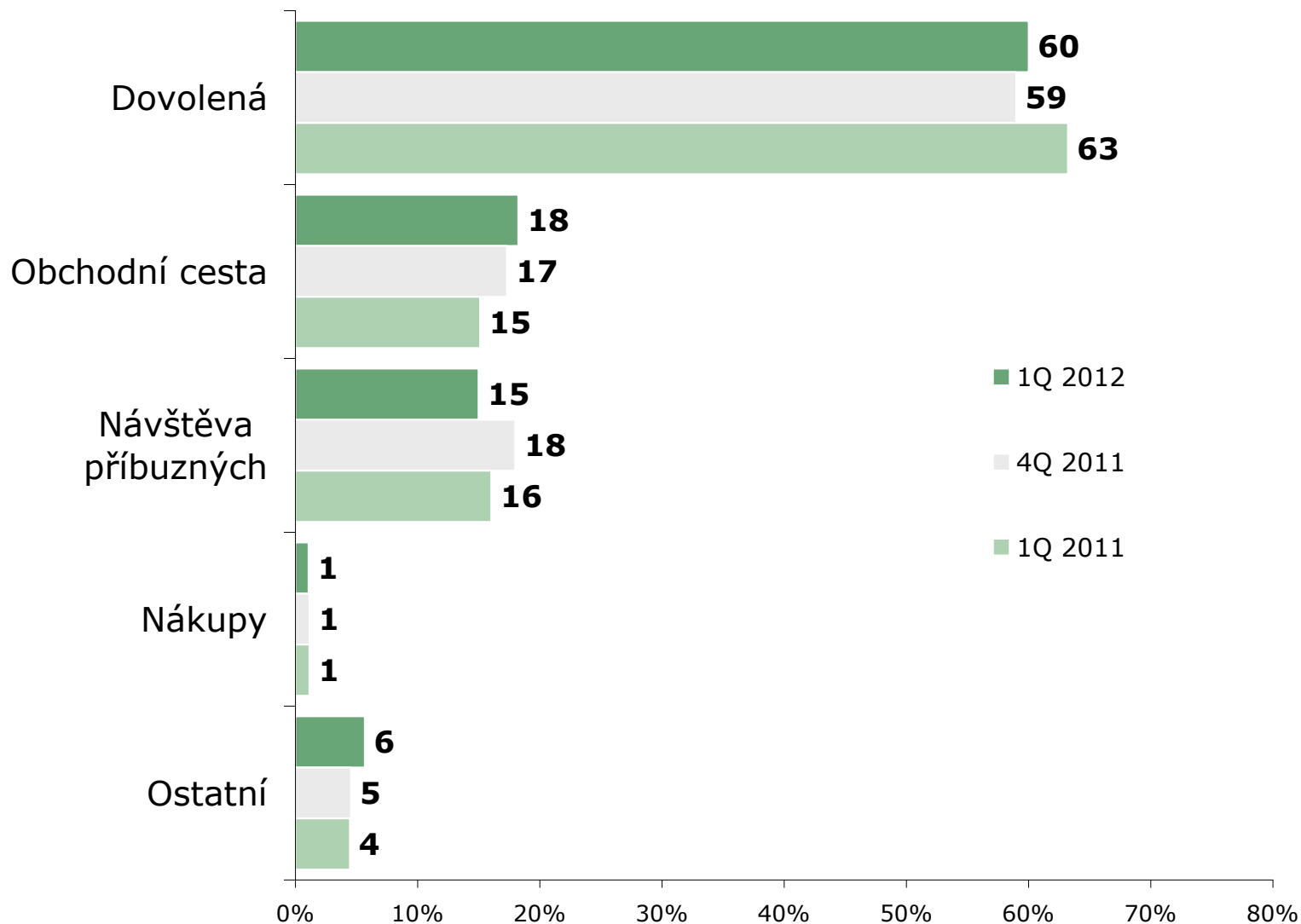
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)



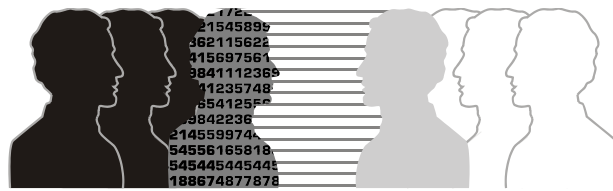
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Hlavní důvod návštěvy

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



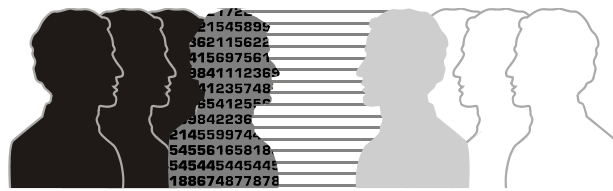
# Frekvence návštěv ČR

## Všichni respondenti

- Frekvence návštěv ČR je poměrně častá – zejména ve skupině jednodenních návštěvníků.
- Minimálně 1x měsíčně přijíždí 2/5 zahraničních návštěvníků.
- „Nových“ návštěvníků přijelo do ČR pouze 18 %.
- Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se frekvence návštěv zvýšila.

## Jednodenní návštěvníci

- Návštěvy jednodenních návštěvníků jsou velmi časté – 3/4 přijíždí minimálně 1x měsíčně.
- Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se frekvence návštěv zvýšila.
- Nejčastěji k nám jezdí Rakušané a Němci. Frekvence je nejvyšší u nákupních návštěv.



# Frekvence návštěv ČR

## Zahraniční turisté

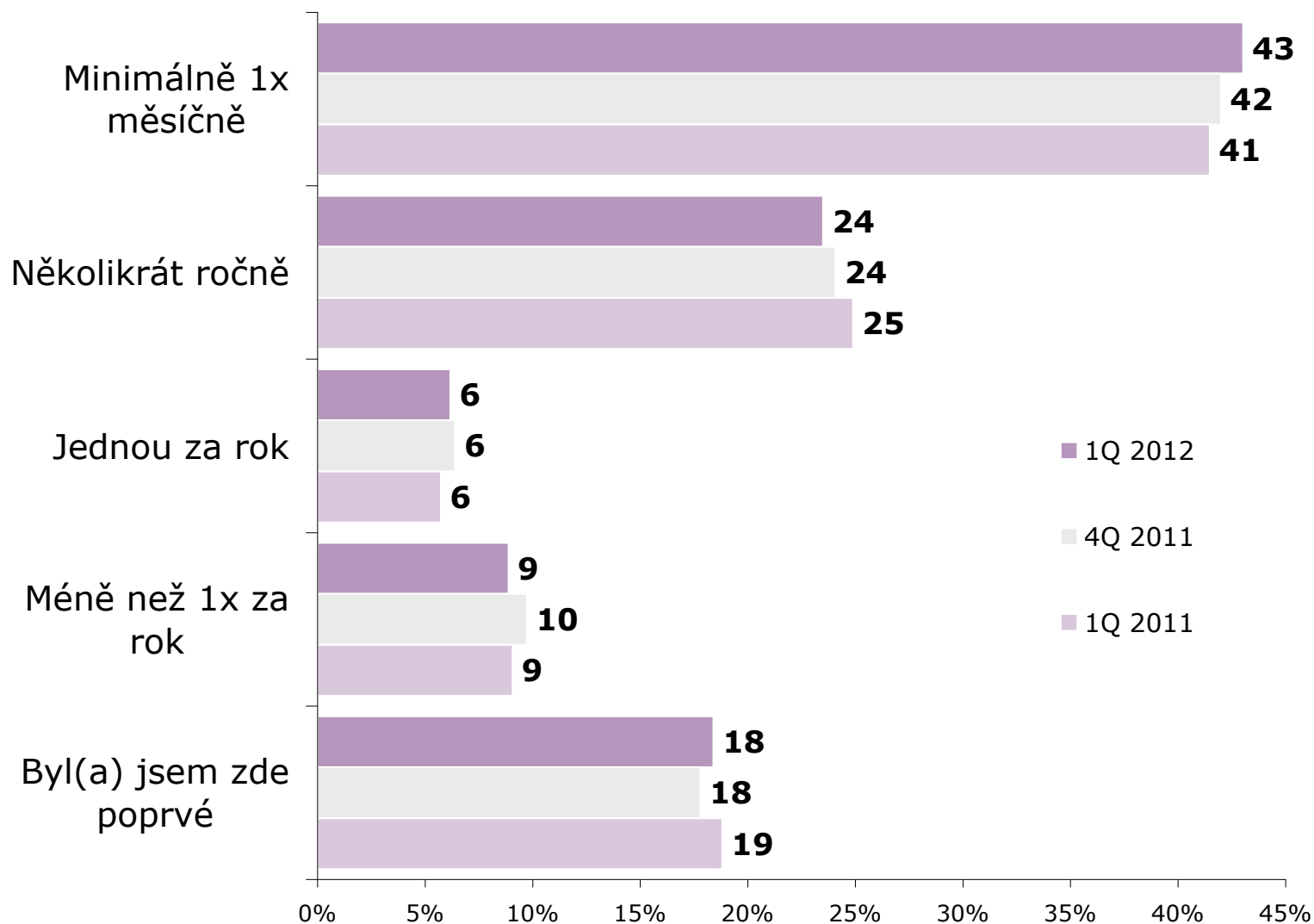
- Návštěvy zahraničních turistů jsou nejméně časté – 2/5 přijely do ČR vůbec poprvé.
- **Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se frekvence návštěv rovněž zvýšila.**
- Turisté z bližších destinací k nám jezdí častěji – nejčastěji Slováci a Němci.
- Nejvíce „nových“ turistů pochází ze vzdálenějších destinací. Z žebříčku TOP10 států jsou to nejčastěji Američané, Španělé a Francouzi (cca 7 z 10 je v ČR vůbec poprvé).
- Nejčastěji jezdí do ČR turisté na nákupy a na návštěvu příbuzných a známých.

## Tranzitující návštěvníci

- 2/3 tranzitujících navštěvují ČR několikrát ročně.
- **Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se frekvence návštěv nezměnila.**
- Tranzitující nenavštěvují ČR pouze v rámci tranzitu. 2/3 zde v minulosti byly na vícedenní návštěvě, tzn. jako turisté.
- I zde platí pravidlo – čím blíže k ČR, tím častější návštěvy.

# Frekvence návštěv ČR

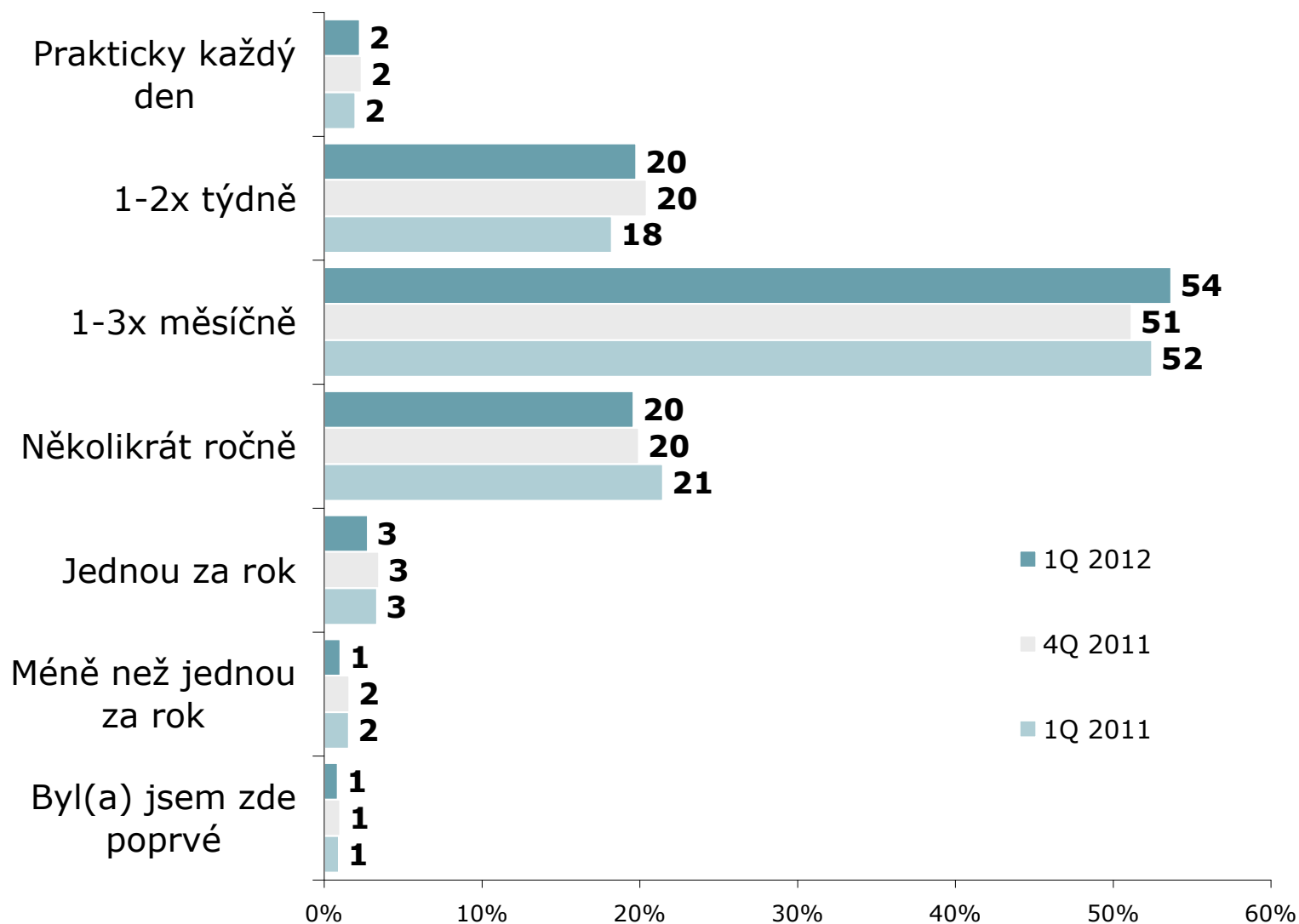
ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012), n=9280 (4Q 2011), n=9506 (1Q 2011)



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

# Frekvence návštěv ČR

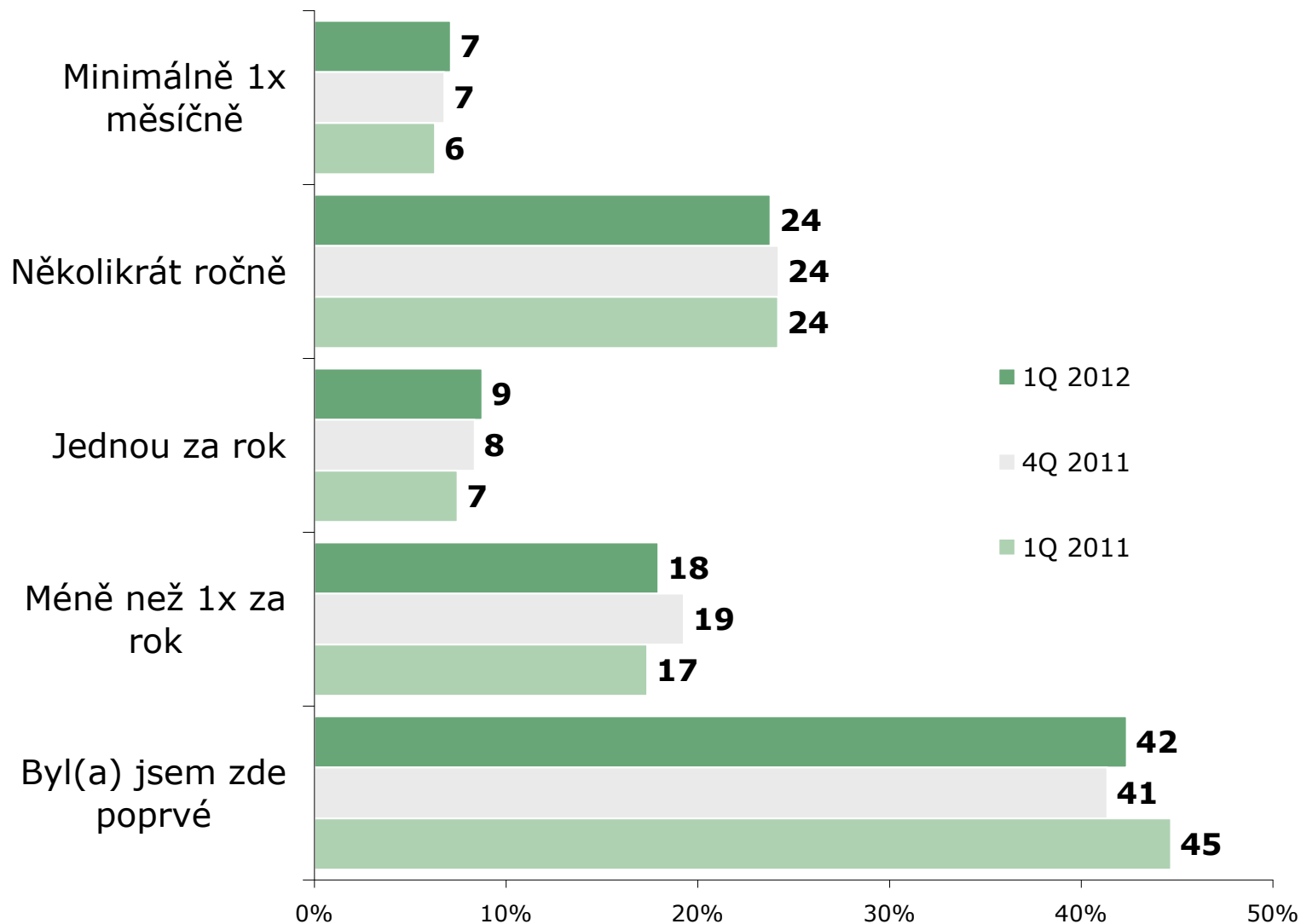
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)



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

# Frekvence návštěv ČR

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

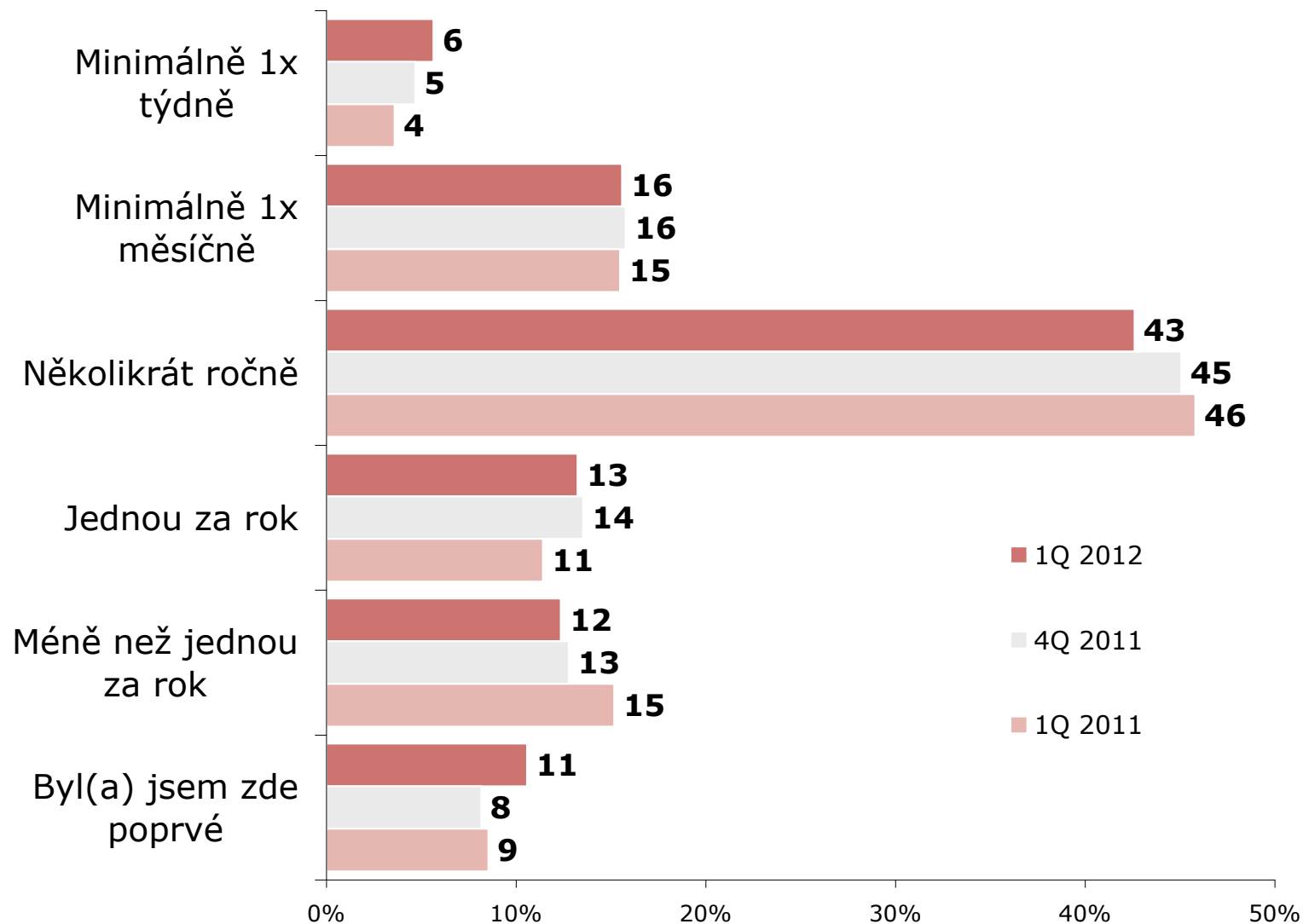


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

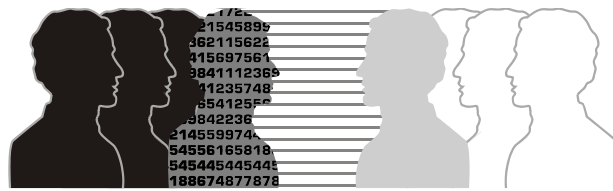


# Frekvence návštěv ČR

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)



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



# Forma návštěvy ČR

Otázku ohledně formy návštěvy pokládáme pouze jednodenním návštěvníkům a zahraničním turistům. Dotazovací situace neumožňuje podrobně vyšetřit skupinu organizovaných zájezdů (pracovních i přes CK), proto je tato skupina v šetření podhodnocena (pozn. ze skupiny společně cestujících osob se dotazujeme pouze jedné). Z tohoto důvodu proběhne během následujících dvou čtvrtletí došetření organizovaných zájezdů, díky kterému bude možné tuto kategorii verifikovat.

## Jednodenní návštěvníci

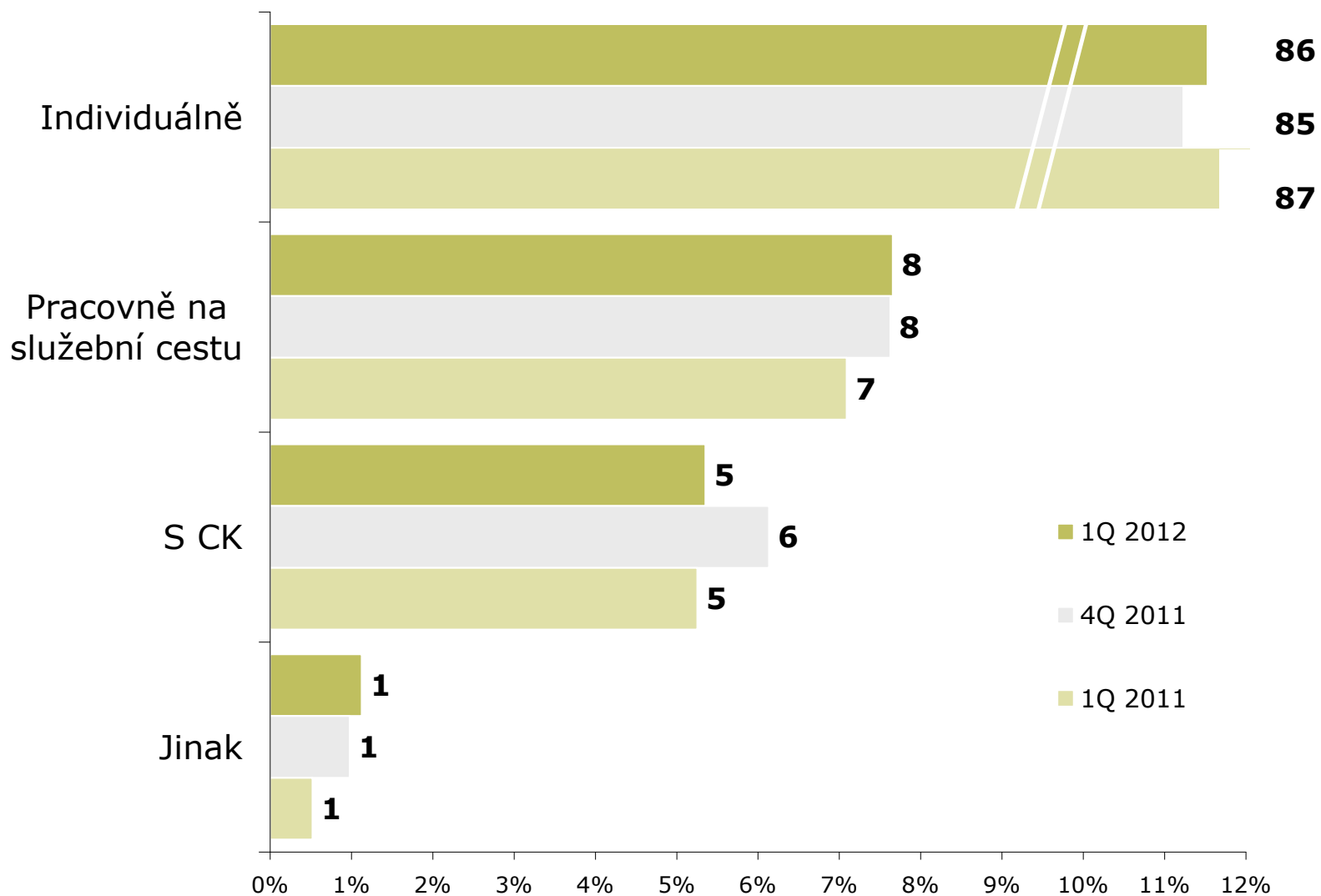
- Ve skupině jednodenních návštěvníků neočekáváme dramatické změny zjištěné došetřením.
- Pravděpodobně zjistíme podhodnocení kategorie organizovaných nákupních zájezdů.
- Většina jednodenních návštěvníků přijíždí individuálně. Na jednodenní pracovní cesty přijíždí zejména Slováci.

## Zahraniční turisté

- Naopak ve skupině zahraničních turistů očekáváme, že vlivem došetření se významně zvýší podíl turistů přijíždějící zprostředkovaně přes cestovní kanceláře.
- Nyní převažuje podíl individuálních návštěv. Růst podílu vícedenních obchodních cest se logicky promítá i do této kategorie.

# Forma návštěvy ČR

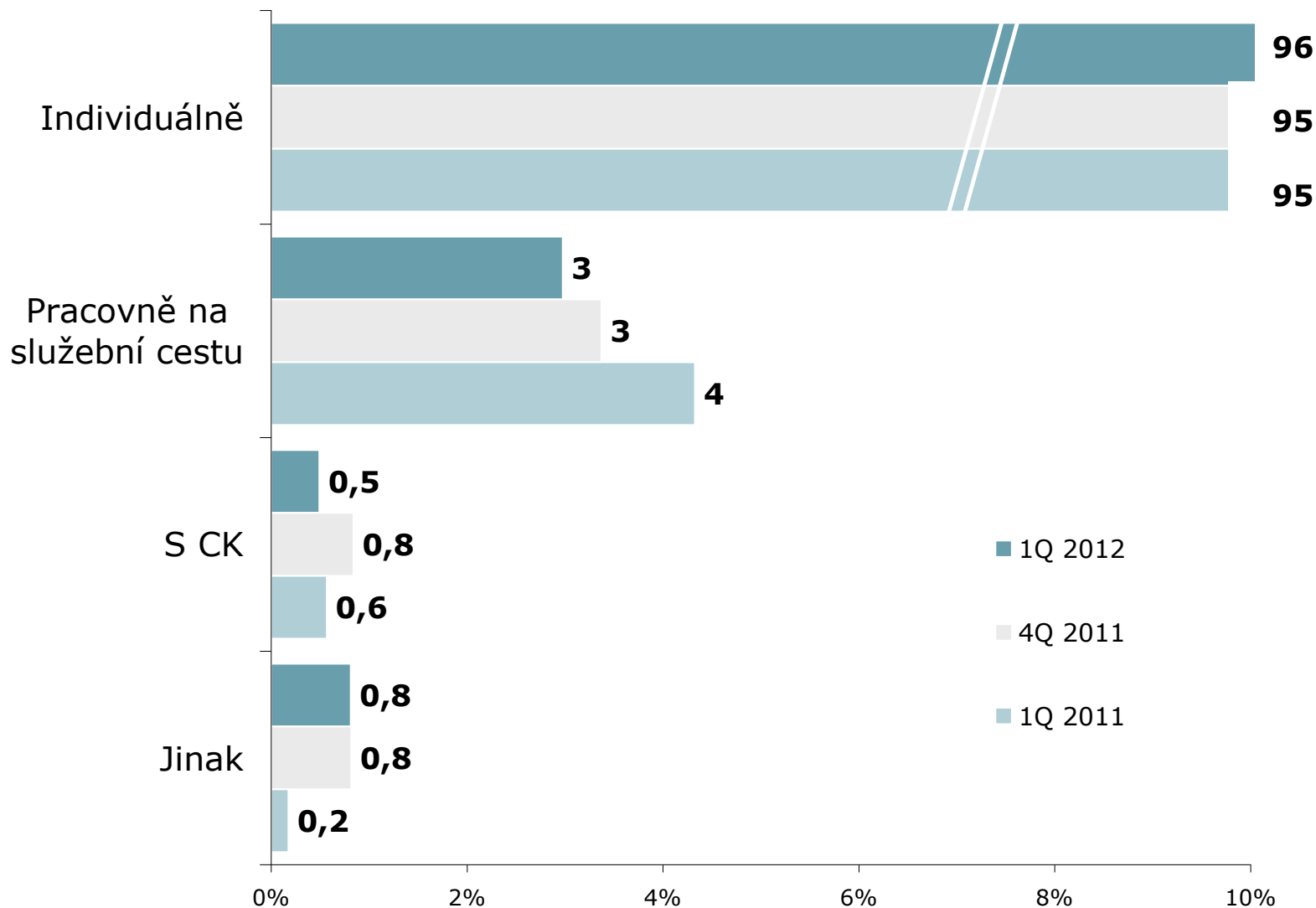
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci a turisté; n=8409 (1Q 2012), n=8403 (4Q 2011), n=8734 (1Q 2011)



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

# Forma návštěvy ČR

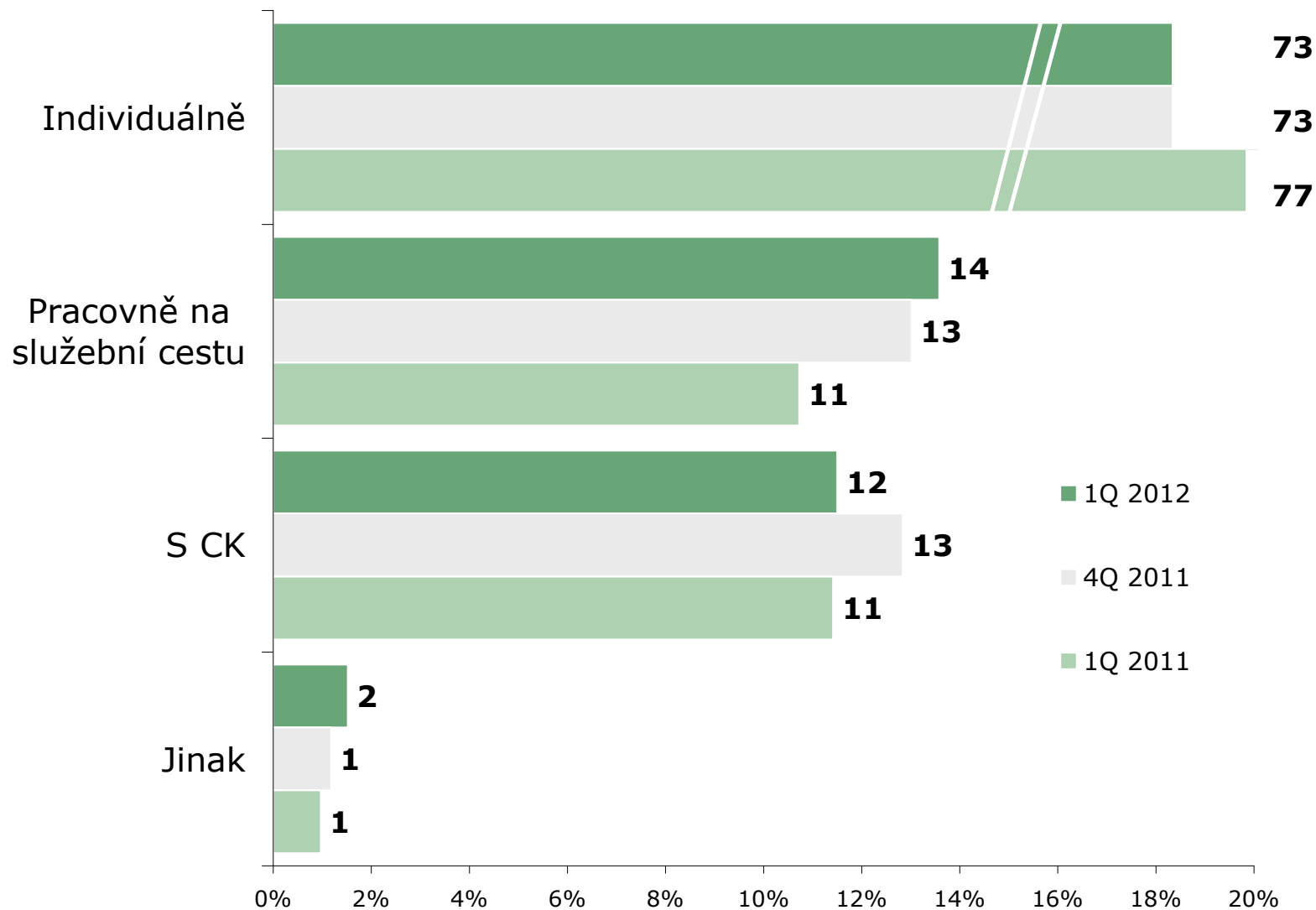
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)



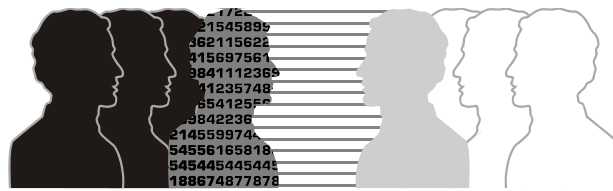
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Forma návštěvy 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



# Délka pobytu

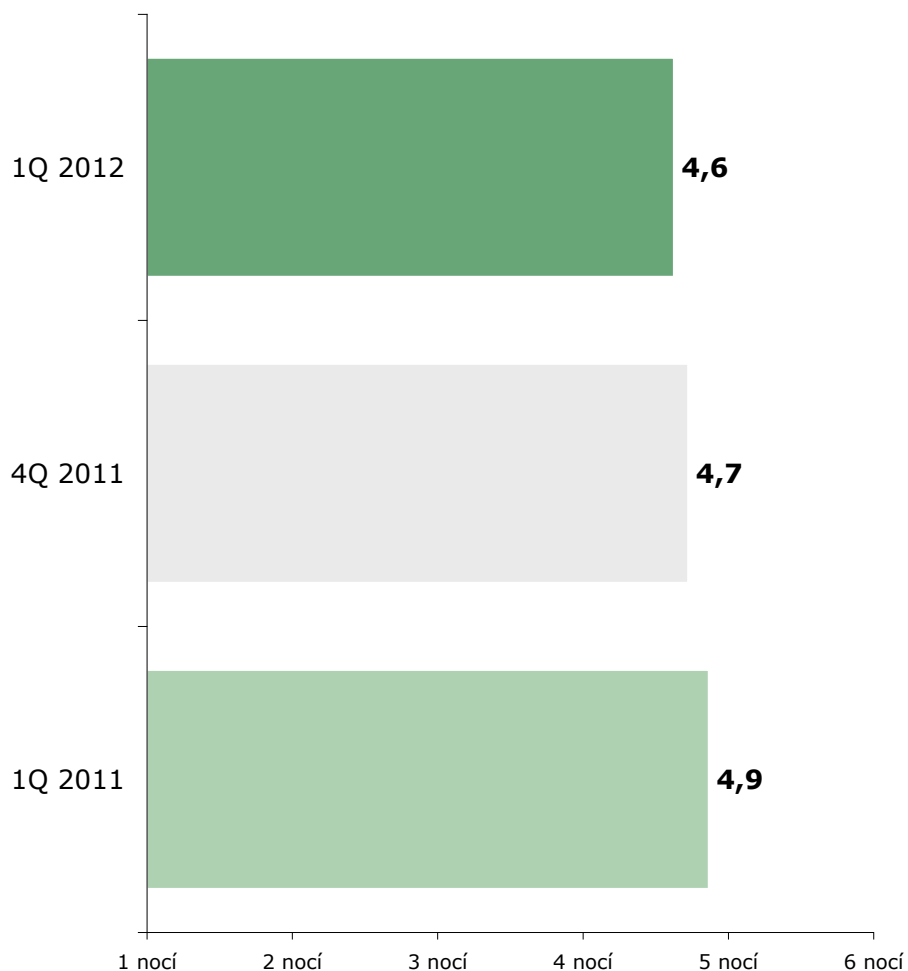
## Zahraníční turisté

- V prvním čtvrtletí 2012 činil průměrný počet přenocování 4,6 noci; medián (tj. prostřední hodnota souboru) 3 noci.
- Desetina turistů přenocovala v ČR pouze jednou, téměř polovina 4 a více nocí.
- Meziročně došlo k mírnému poklesu počtu strávených dní (o 0,3 dne). Pokles lze odůvodnit úbytkem nadprůměrně dlouhých pobytů.
- Počet přenocování je ovlivněn celou řadou charakteristik.
- Závisí na účelu návštěvy – nejkratší pobyty jsou pobyty nákupní (průměrný počet přenocování činí 2,6 noci), naopak nejdelší jsou pobyty studijní a léčebné, které mnohdy trvají i několik týdnů (průměrný počet přenocování činí 12,6 noci).
- Dále závisí na státu trvalého pobytu turisty. Delší pobyty volí turisté ze vzdálenějších destinací. Na nejdelší pobyty (z TOP5) k nám jezdí Rusové, kteří u nás absolvují nejvíce nadprůměrně dlouhých léčebných pobytů.

# Délka pobytu

## Průměrný počet přenocování

OTÁZKA: Kolikrát jste během této Vaší návštěvy v ČR přenocoval(a)/přespal(a)?  
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

## Počet nocí strávených v ČR

OTÁZKA: Kolikrát jste během své cesty přenocoval(a) 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

# Délka pobytu

## Počet přenocování podle země pobytu

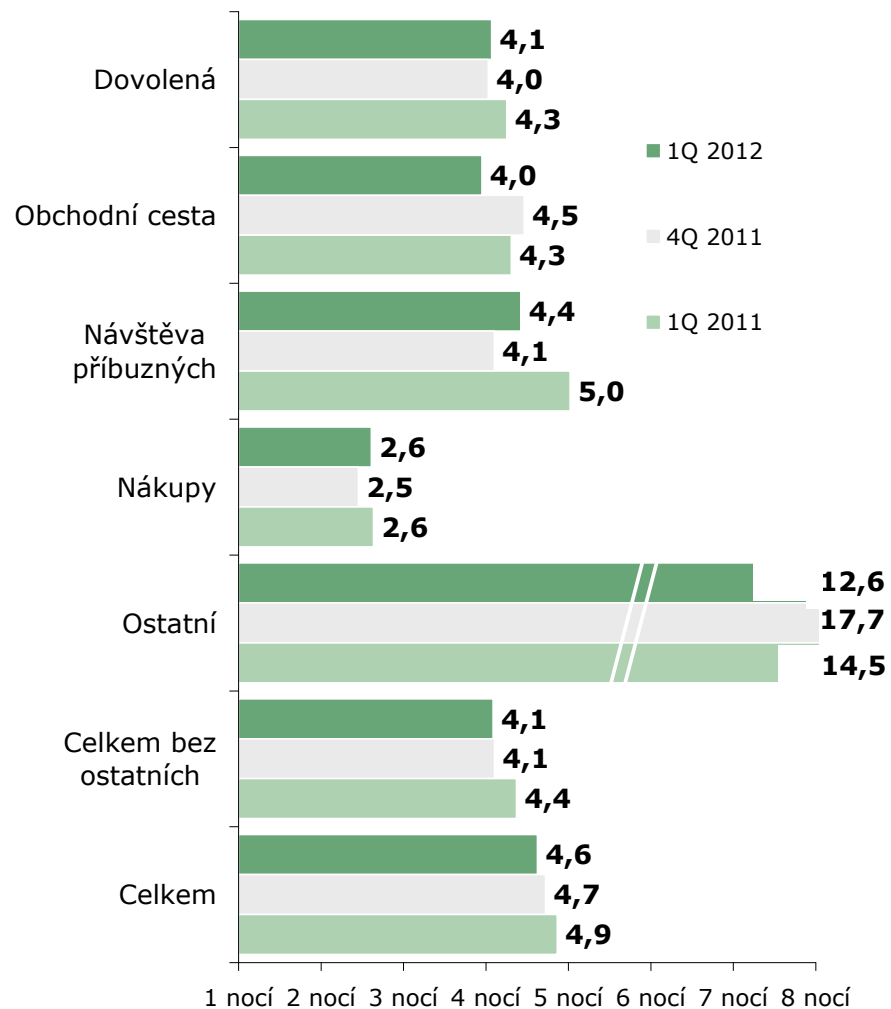
ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)



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

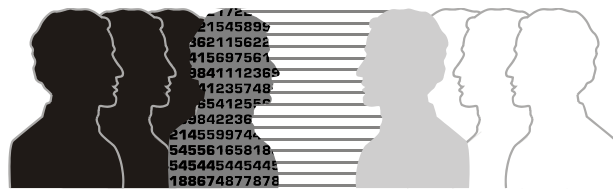
## Počet přenocování podle účelu návštěvy

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





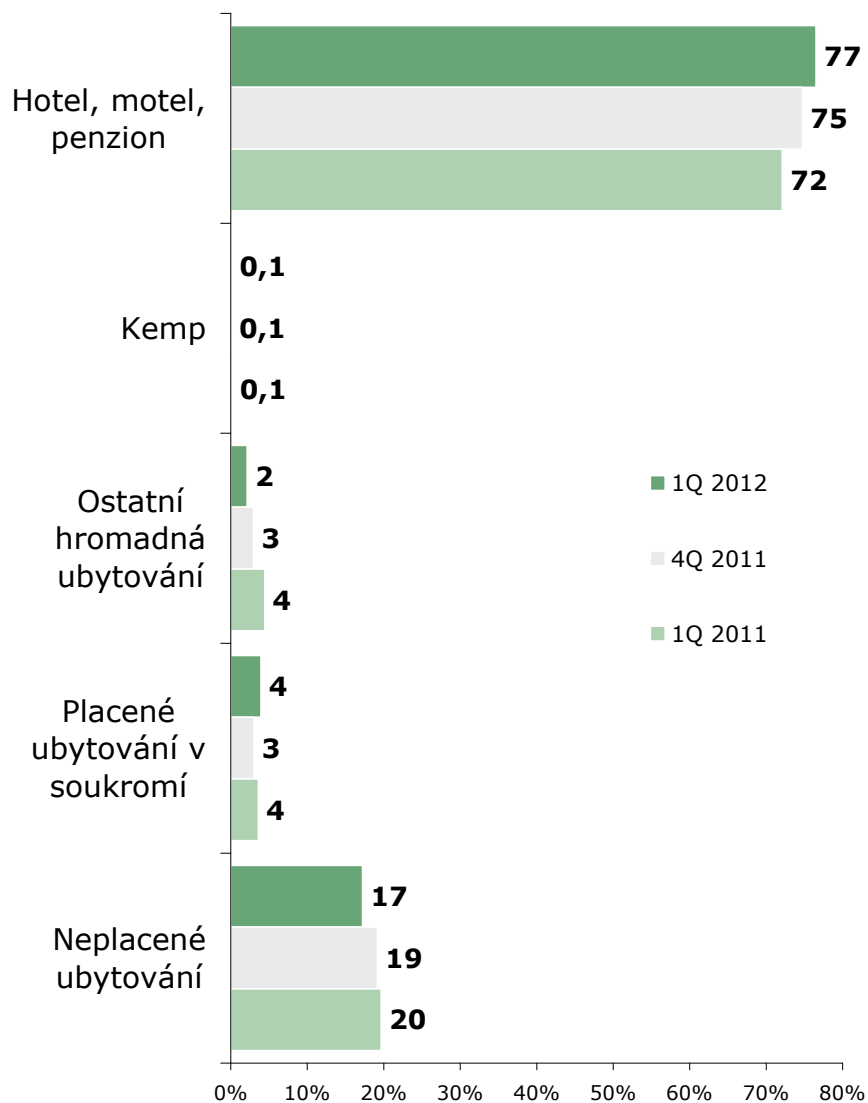
# Druh ubytování v ČR

## Zahraniční turisté

- 77 % turistů se ubytovává v hotelu, motelu nebo penzionu.
- 17 % využívá neplacené ubytování.
- Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku poměrně značně narostl podíl turistů ubytovaných v hlavní kategorii HUZ (hotel, motel, penzion), a to o 5 p.b. Na druhou stranu je potřeba poznamenat, že podíl takto ubytovaných turistů byl v prvním čtvrtletí roku 2011 ve srovnání s průměrem za celý rok 2011 podprůměrný.
- Počet přenocování v jednotlivých ubytovacích kategoriích zůstal v porovnání se stejným obdobím loňského roku takřka nezměněn. Nejdelší pobyty volí turisté ubytovaní v ostatních HUZ a placených IUZ.
- V hotelech a penzionech se ubytovávají turisté na dovolené (hlavně ti ze vzdálenějších destinací) nebo turisté na obchodní cestě. Neplacené ubytování v soukromí využívají turisté ze sousedních zemí, kteří do České republiky přijeli navštívit se příbuzné a známé.

# Druh ubytování v ČR

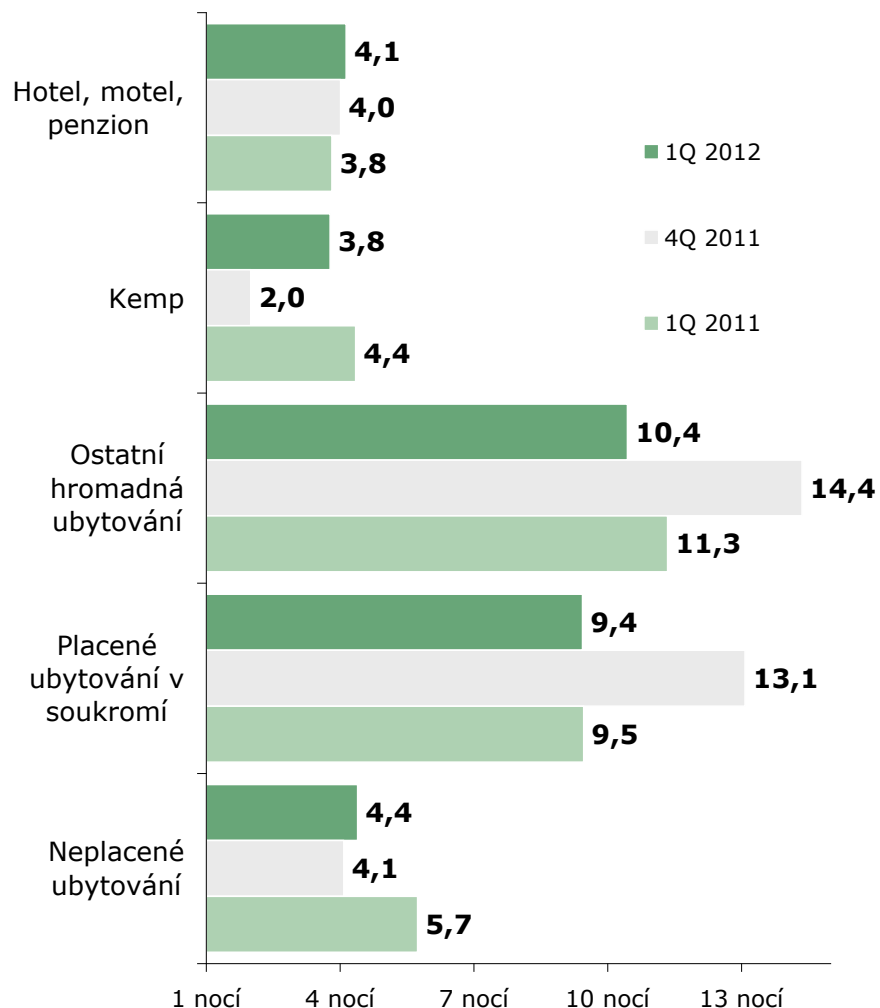
ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)



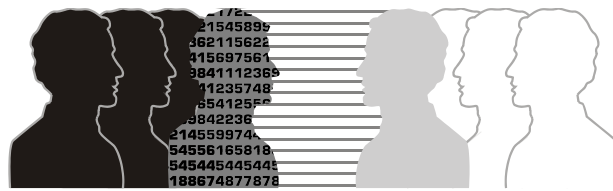
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

## Počet přenocování podle typu 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



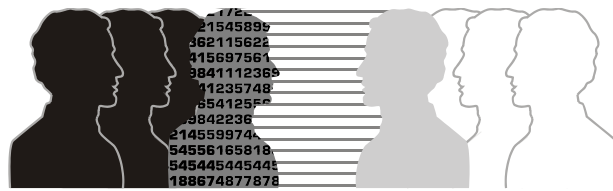
## Navštívená místa v ČR

Otázku ohledně navštívených míst ČR pokládáme všem zahraničním návštěvníkům. Téměř polovina tranzitujících ale nedokáže konkretizovat místa, která během průjezdu ČR navštívila. Z tohoto důvodu zpracováváme výsledky pouze za jednodenní návštěvníky a zahraniční turisty.

Seznam navštívených míst zahrnuje cca 250 položek. V rámci doplňkové aktivity strukturalizace dat šetření na kraje dojde k dočištění navštívených míst a přiřazení územní příslušnosti, čímž se seznam navštívených míst výrazně navýší a celá kategorie se ještě více zpřesní.

Je potřeba poznamenat, že od 3Q 2011 byly na základě „Akce čárkování II“ upraveny velikostní podíly jednotlivých přechodů. Tato úprava měla vliv na některá navštívená místa. Nejvíce se tato změna týkala přechodů Aš a Folmava, kde byl velikostní podíl přechodů navýšen na úkor většiny ostatních německých přechodů.

Poslední poznámka se týká období, ve kterém sběr dat probíhal. Pro zimní období je typická nižší návštěvnost míst s historickými památkami, které bývají v tomto období uzavřené. Dále se snížila návštěvnost některých míst díky zhoršené sjízdnosti některých komunikací (např. Chomutov).



# Navštívená místa v ČR

## Jednodenní návštěvníci

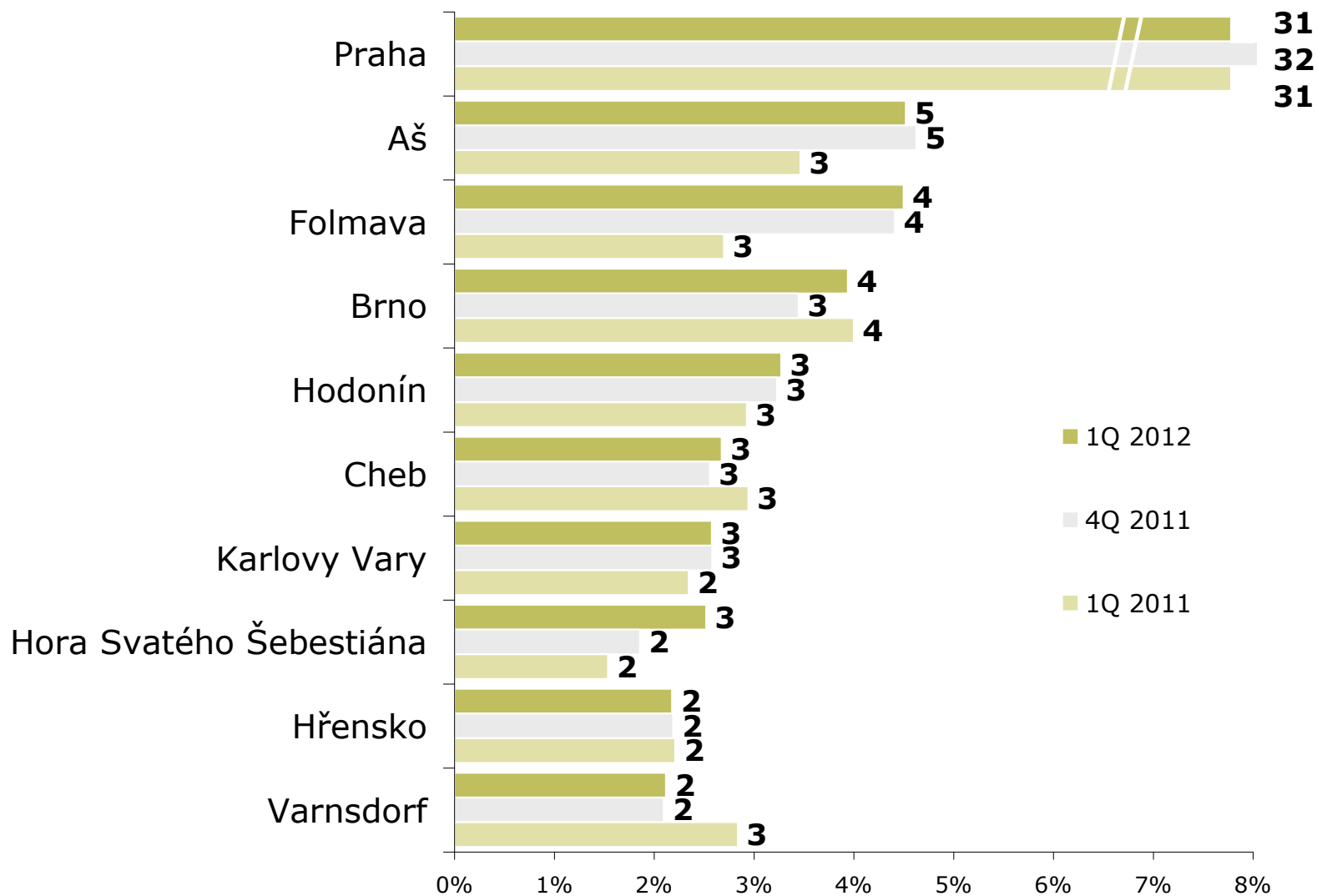
- Jednodenní návštěvníci preferují především místa v blízkosti hranice, proto u této skupiny převládají větší města v blízkosti všech hraničních přechodů (Aš, Folmava, Hodonín, Hora sv. Šebestiána, Hřensko).
- 83 % jednodenních návštěvníků navštíví pouze jedno místo, a to v okolí hraničního přechodu, který využili k odjezdu z ČR.

## Zahraníční turisté

- Hlavním cílem cesty zahraničních turistů je Praha (68 %).
- S velkým odstupem následují Brno (7 %) a Karlovy Vary (5 %). Další místa reprezentují velká města a turisticky zajímavá místa. Ovšem žádné z nich nedosahuje více než 3 %.
- Ani zahraniční turisté během návštěvy ČR příliš necestují. 82 % jede na jedno místo.

# Navštívená místa v ČR

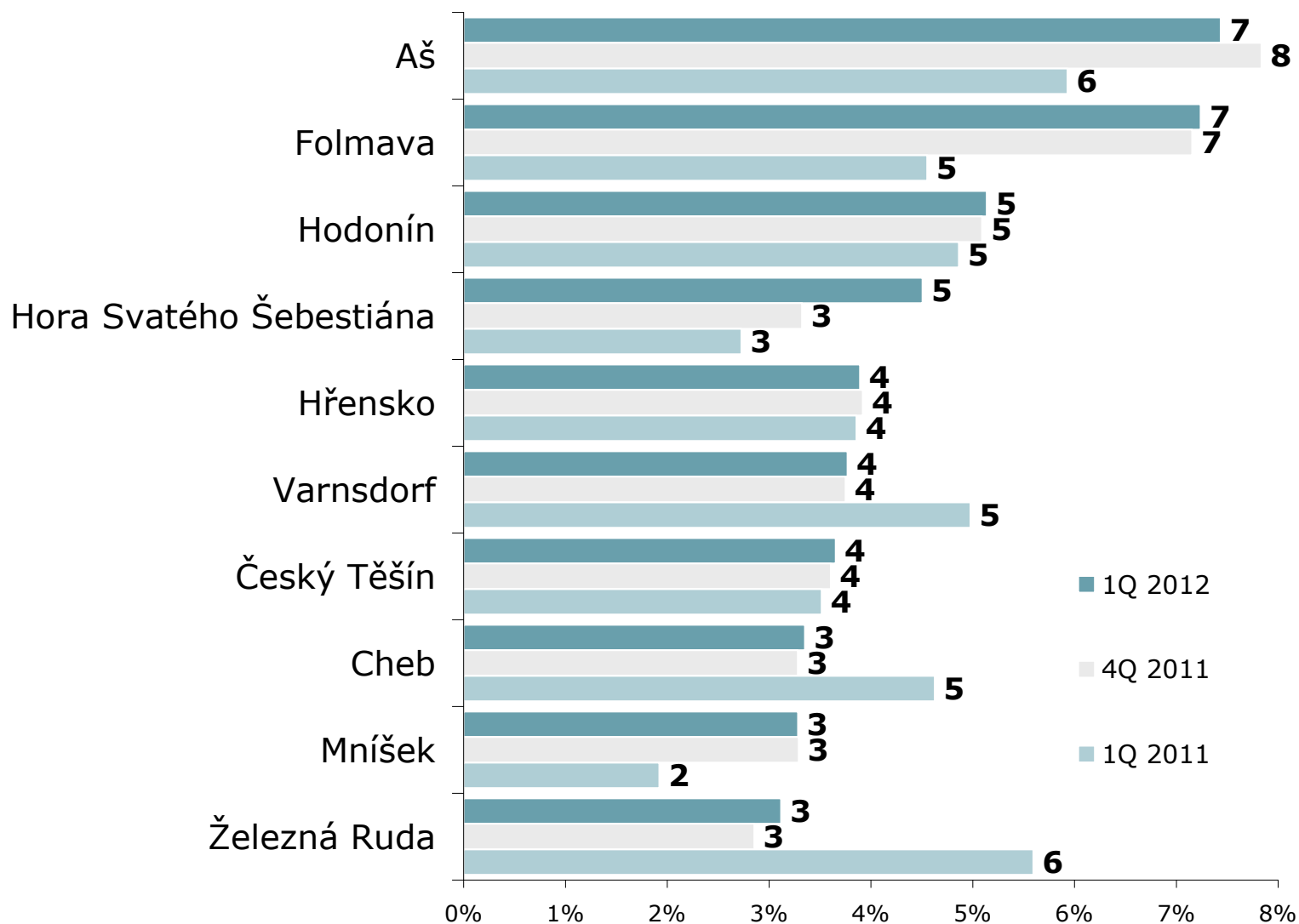
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci a turisté; n=8409 (1Q 2012), n=8403 (4Q 2011), n=8734 (1Q 2011)



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

# Navštívená místa v ČR

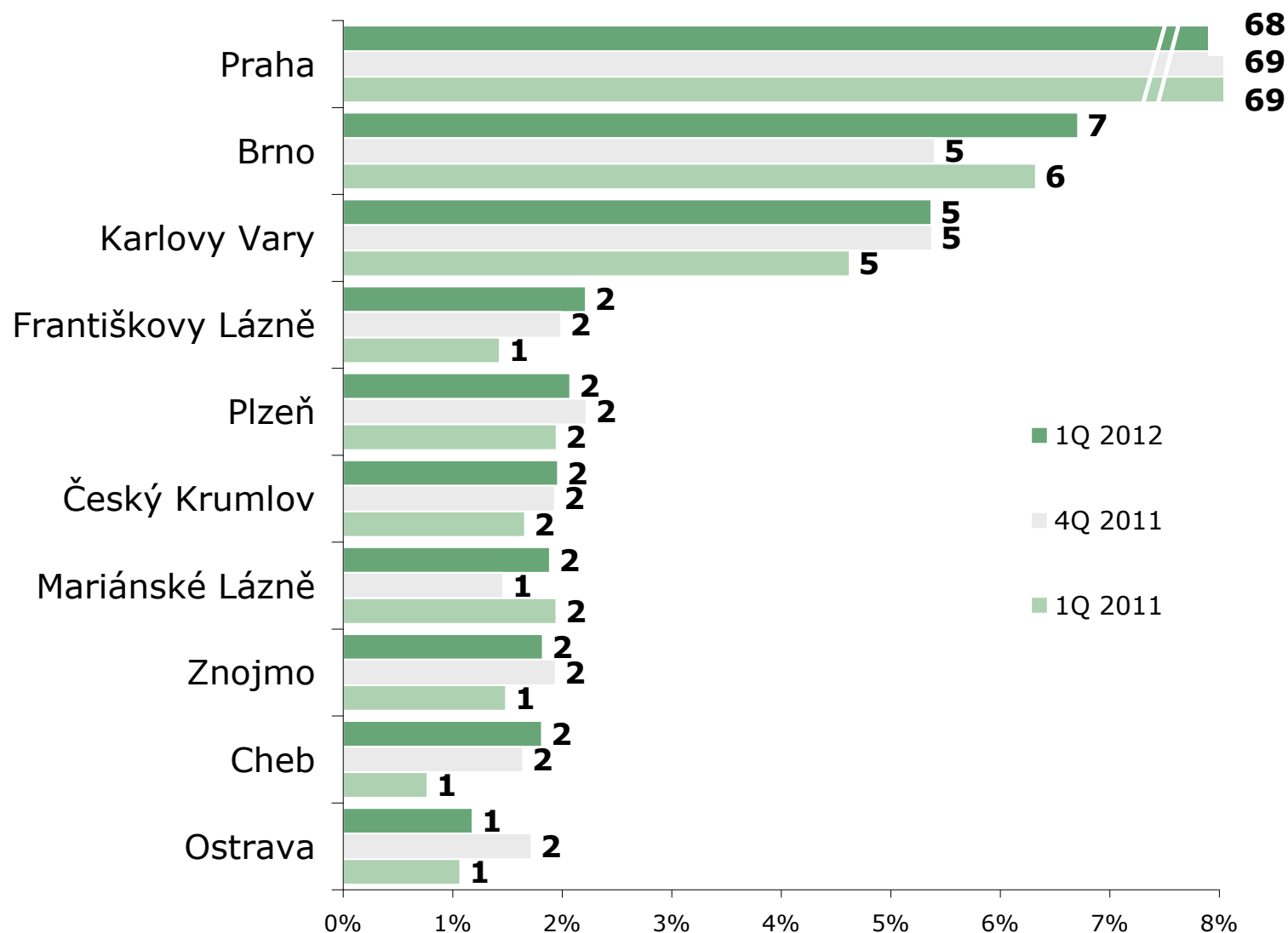
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)



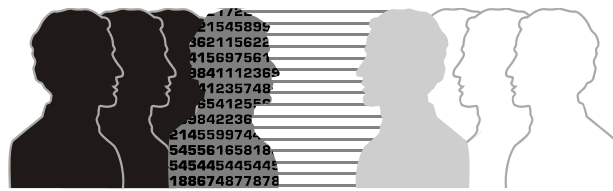
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Navštívená místa 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



# Výdaje placené před cestou/pobytem

## Jednodenní návštěvníci

- Výdaj před cestou platilo 13 % jednodenních návštěvníků.
- V průměru se jednalo o částku 134 Kč na osobu a den a největší část z této částky připadla na dopravu a nákup pohonných hmot.
- V porovnání se stejným obdobím loňského roku klesl podíl platících návštěvníků o 1 p.b., průměrný výdaj naopak vzrostl o 13 %, a to i při přepočítání výdajů podle jednotného kurzu. V položkovém koši vzrostly výdaje spojené s dopravou a naopak poklesly výdaje na nákup pohonných hmot.

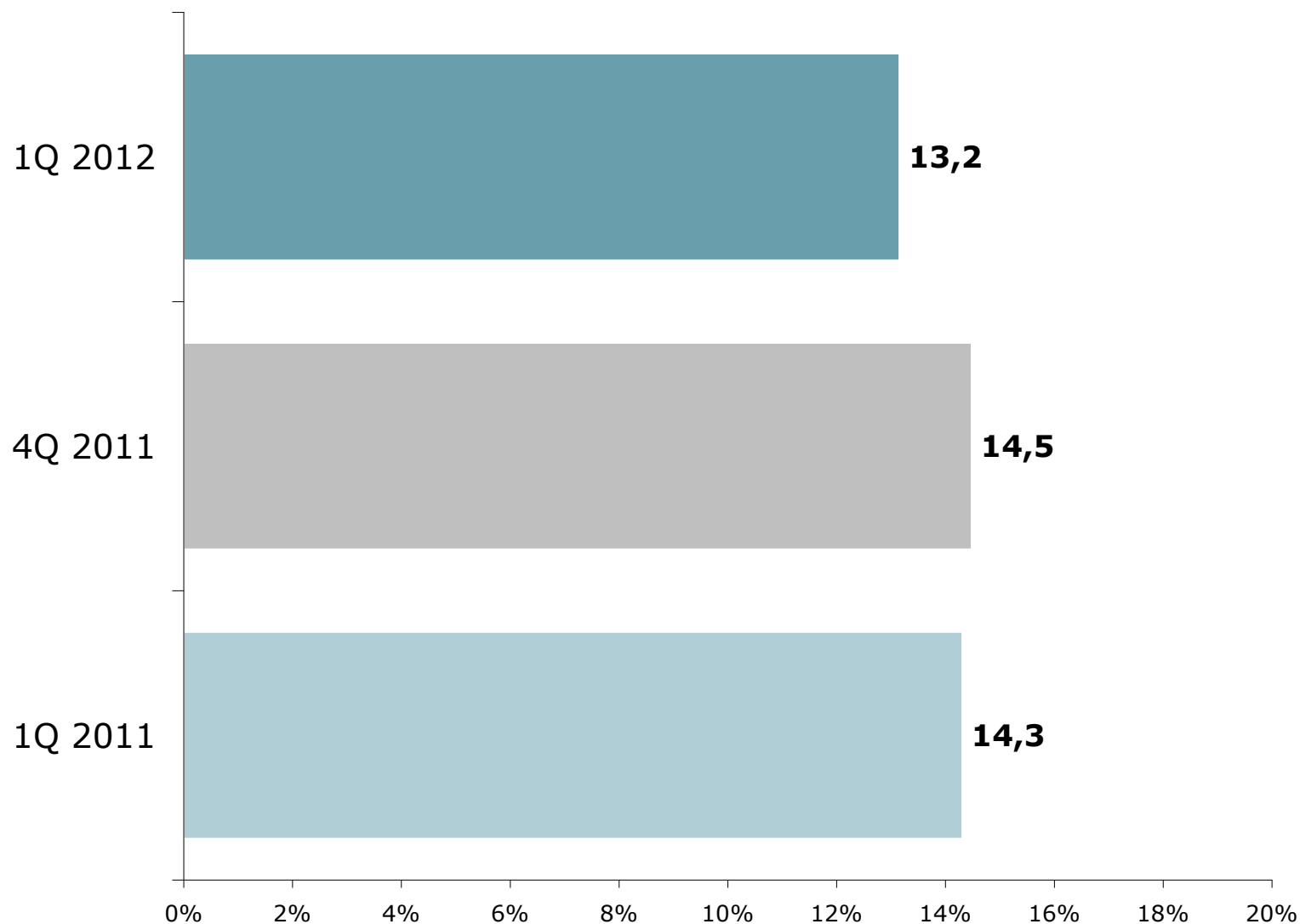
## Zahraniční turisté

- Výdaj před pobytem platilo 78 % zahraničních turistů.
- V průměru se jednalo o částku 1055 Kč na osobu a den a největší část z této částky připadla na dopravu a zájezd na klíč.
- V porovnání se stejným obdobím loňského roku klesl podíl platících turistů o 3,5 p.b. Průměrný výdaj naopak vzrostl o 16 % (při přepočítání výdajů podle jednotného kurzu dokonce o 22 %). Prakticky celý nárůst průměrných výdajů připadl na účet dopravy.



# Výdaje placené před cestou

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



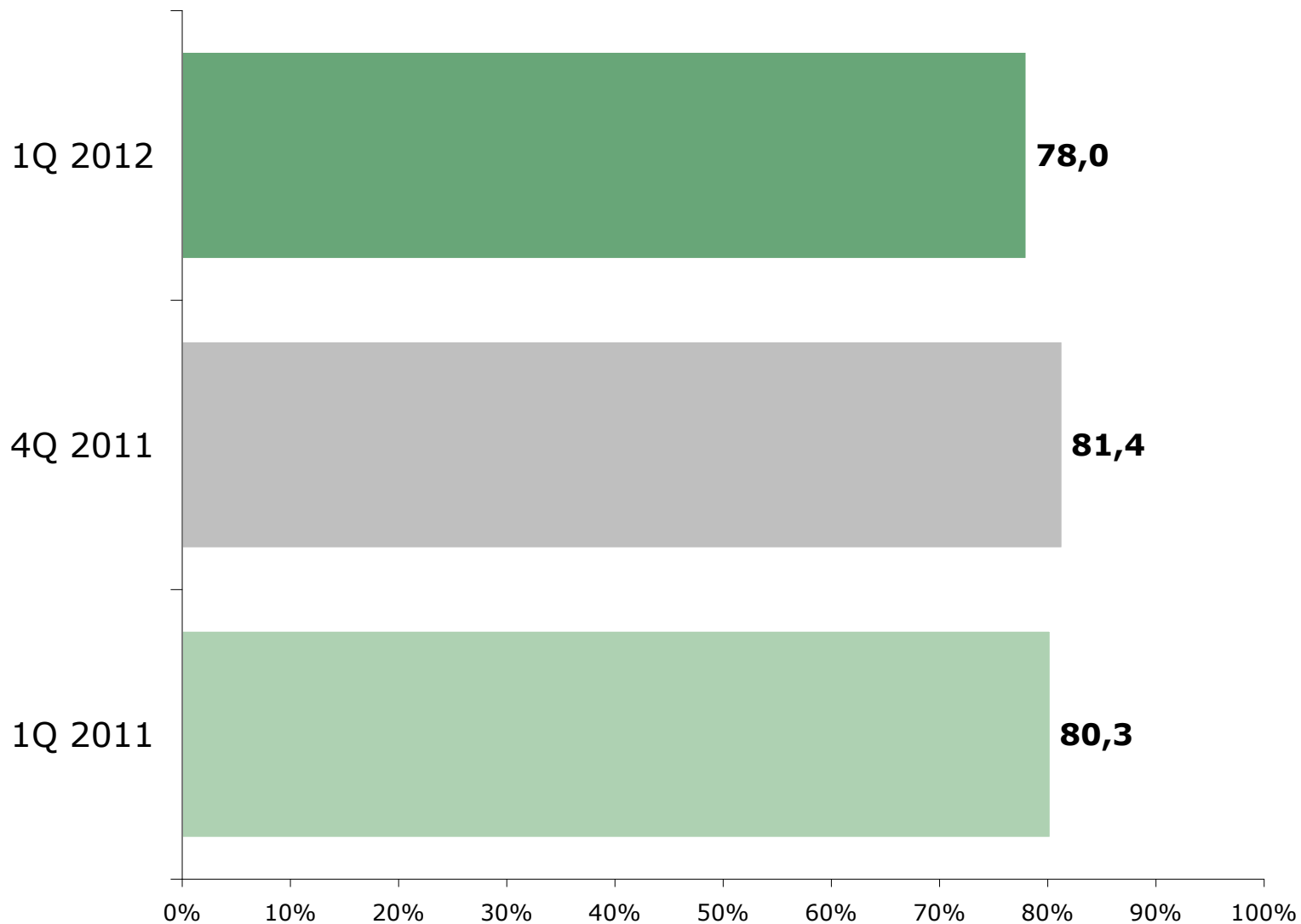
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Výdaje placené před cestou

Výdaje před cestou - jednodenní		1Q 2012		4Q 2011		1Q 2011	
Částka		134		147		119	
Struktura výdajů		Kč	%	Kč	%	Kč	%
Doprava		<b>74</b>	<b>55,0</b>	75	51,1	37	31,4
Pohonné hmoty		<b>41</b>	<b>30,6</b>	54	36,8	55	46,0
Zboží		<b>10</b>	<b>7,3</b>	9	5,9	15	12,3
Ostatní		<b>10</b>	<b>7,1</b>	9	6,2	12	10,3

# Výdaje placené před pobytem

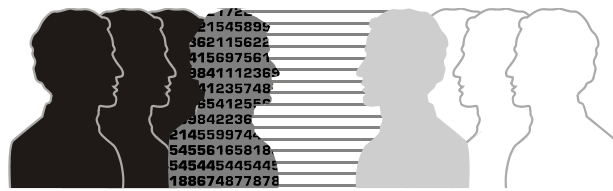
ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012), n=3662 (4Q 2011), n=3552 (1Q 2011)



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

# Výdaje placené před pobytem

Výdaje před pobytem - turisté		1Q 2012		4Q 2011		1Q 2011	
Částka		1055		1167		903	
Struktura výdajů		Kč	%	Kč	%	Kč	%
Zájezd na klíč		<b>267</b>	<b>25,3</b>	325	27,8	276	30,6
Ubytování		<b>143</b>	<b>13,6</b>	179	15,3	110	12,2
Doprava		<b>556</b>	<b>52,7</b>	585	50,1	447	49,5
Pohonné hmoty		<b>33</b>	<b>3,1</b>	31	2,6	27	3,0
Zboží		<b>23</b>	<b>2,2</b>	27	2,3	20	2,2
Ostatní		<b>33</b>	<b>3,2</b>	21	1,8	23	2,6



# Výdaje placené během cesty/pobytu

## Jednodenní návštěvníci

- Během návštěvy ČR utratili jednodenní návštěvníci v průměru 1380 Kč. 3/5 z této částky připadly na nákup zboží, dalších 29 % na nákup pohonných hmot.
- Meziročně se průměrný výdaj prakticky nezměnil (a to ani při přepočítání podle jednotného kurzu).
- Ve spotřebním koši vzrostl podíl zboží (o 3 p.b.) a naopak poklesl podíl PHM (o 2 p.b.).

## Zahraniční turisté

- Během pobytu v ČR utratili turisté v průměru 1288 Kč. Největší část výdajů připadla na stravování (27 %), zboží (25 %) a ubytování (22 %).
- Meziročně poklesl průměrný výdaj o 2 % (a to i při přepočítání výdajů podle jednotného kurzu).
- Ve spotřebním koši pokles podíl výdajů připadající na nákup zboží. Ostatní položky zůstaly nezměněny.

## Tranzitující cizinci

- Během cesty utratili tranzitující v ČR v průměru 1173 Kč. Výdaje připadly především na zboží (43 %) a pohonné hmoty (29 %).
- Meziročně poklesl průměrný výdaj o 12 % (při přepočtu o 10 %). Pokles výdajů lze vysvětlit nárůstem cen pohonných hmot v ČR. S výjimkou Německa jsou pohonné hmoty v okolních zemích levnější. Tranzitujícím se vyplatí přejet naši republiku a tankovat až za hranicemi (tedy kromě cest směřujících do Německa). Ve spotřebním koši poklesly výdaje na pohonné hmoty o 15 p.b. což v korunovém vyjádření představuje téměř 250 Kč.

# Výdaje placené během cesty

Výdaje během cesty - jednodenní		1Q 2012		4Q 2011		1Q 2011	
Částka		1380		1402		1384	
Struktura výdajů		Kč	%	Kč	%	Kč	%
Doprava		12	0,9	8	0,6	16	1,2
Pohonné hmoty		400	29,0	350	25,0	424	30,6
Stravování		80	5,8	79	5,7	88	6,4
Zboží		819	59,4	901	64,3	781	56,4
Ostatní		69	5,0	63	4,5	74	5,4

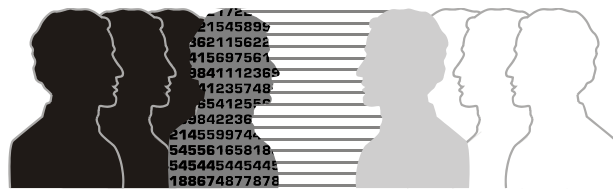
# Výdaje placené během pobytu

Výdaje během pobytu - turisté		1Q 2012		4Q 2011		1Q 2011	
		Částka		1412		1315	
Struktura výdajů		Kč	%	Kč	%	Kč	%
Ubytování		<b>279</b>	<b>21,7</b>	296	21,0	283	21,5
Doprava		<b>76</b>	<b>5,9</b>	83	5,8	60	4,5
Pohonné hmoty		<b>56</b>	<b>4,3</b>	53	3,7	54	4,1
Stravování		<b>346</b>	<b>26,9</b>	400	28,3	361	27,4
Zboží		<b>326</b>	<b>25,3</b>	361	25,6	364	27,7
Ostatní		<b>205</b>	<b>15,9</b>	220	15,6	193	14,7

# Výdaje placené během průjezdu

Výdaje během průjezdu - tranzitující		1Q 2012		4Q 2011		1Q 2011	
		Částka		1073		1338	
Struktura výdajů		Kč	%	Kč	%	Kč	%
Doprava		59	5,0	37	3,5	28	2,1
Pohonné hmoty		339	28,9	380	35,4	583	43,6
Stravování		186	15,9	156	14,6	200	14,9
Zboží		499	42,5	455	42,4	444	33,2
Ostatní		90	7,7	45	4,2	83	6,2





# Celkové výdaje

## Jednodenní návštěvníci

- Celkové výdaje jednodenních návštěvníků činí 1514 Kč na osobu a den.
- Největší část výdajů připadá na nákup zboží (55 %) a pohonných hmot (29 %).
- Meziročně se průměrné výdaje prakticky nezměnily (ani po přepočtu).
- Ve spotřebním koši klesly výdaje na nákup pohonných hmot.
- Ze sousedních zemí u nás nadprůměrně utrácejí Němci. 2/3 výdajů návštěvníků z nesousedních zemí (více než 4000 Kč) připadají na výdaje placené před cestou (letenka).
- Z hlediska důvodů návštěvy se jako nejprínosnější jeví obchodní cesty. Nicméně polovina výdajů za obchodní cesty je utracena před cestou a mnohdy tyto příjmy zůstávají v zahraničí. Během návštěvy u nás nejvíce utrácí nakupující.

## Zahraniční turisté

- Celkové výdaje zahraničních turistů činí 2344 Kč na osobu a den, přičemž 55 % z této částky připadá na výdaje placené během pobytu. Ve spotřebním koši jsou nejvíce zastoupeny tyto položky: doprava (27 %), ubytování (18 %), zboží (15 %) a stravování (15 %).
- Meziročně vzrostly průměrné výdaje o 6 % (po přepočtu o 7 %). Ve spotřebním koši vzrostly výdaje na dopravu a poklesly výdaje na nákup zboží.
- Z TOP5 zemí mají největší výdaje Rusové (před i během pobytu).
- Z hlediska důvodu návštěvy jsou nejprínosnější dovolené a obchodní cesty, ovšem polovina z těchto výdajů je placena před pobytem.

# Celkové výdaje

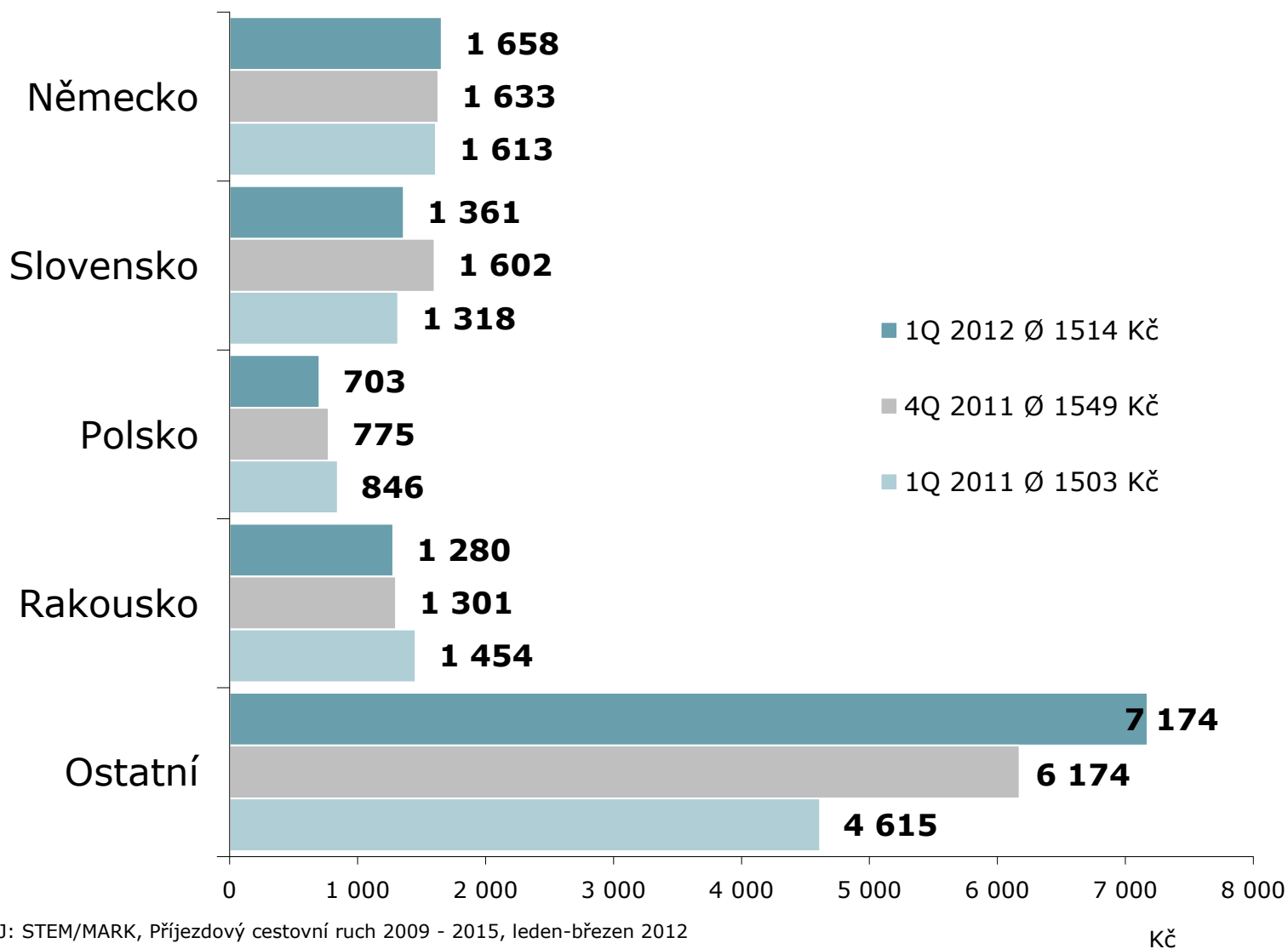
Výdaje celkem - jednodenní Částka		1Q 2012		4Q 2011		1Q 2011	
		1514		1549		1503	
Struktura výdajů		Kč	%	Kč	%	Kč	%
	Doprava	<b>86</b>	<b>5,7</b>	83	5,4	53	3,6
	Pohonné hmoty	<b>441</b>	<b>29,1</b>	405	26,1	479	31,9
	Stravování	<b>80</b>	<b>5,3</b>	79	5,1	88	5,9
	Zboží	<b>829</b>	<b>54,8</b>	910	58,7	796	52,9
	Ostatní	<b>78</b>	<b>5,2</b>	72	4,6	87	5,8

# Celkové výdaje

Výdaje celkem -turisté		1Q 2012		4Q 2011		1Q 2011	
		Částka		2579		2218	
Struktura výdajů		Kč	%	Kč	%	Kč	%
	Zájezd na klíč	<b>267</b>	<b>11,4</b>	325	12,6	276	12,4
	Ubytování	<b>422</b>	<b>18,0</b>	475	18,4	393	17,7
	Doprava	<b>632</b>	<b>27,0</b>	668	25,9	507	22,9
	Pohonné hmoty	<b>89</b>	<b>3,8</b>	83	3,2	81	3,7
	Stravování	<b>346</b>	<b>14,8</b>	400	15,5	361	16,3
	Zboží	<b>350</b>	<b>14,9</b>	388	15,0	384	17,3
	Ostatní	<b>238</b>	<b>10,2</b>	241	9,3	216	9,8

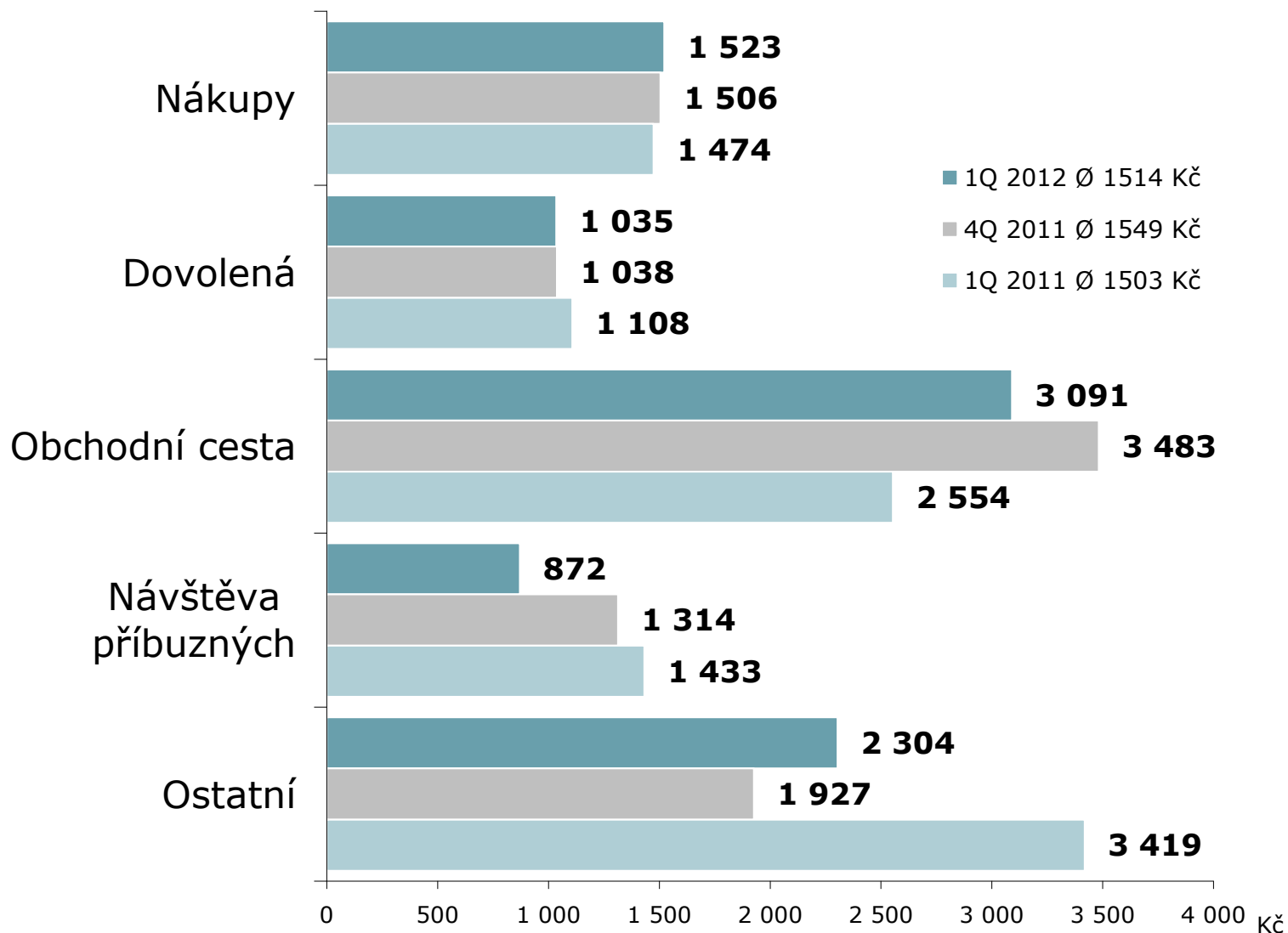
# Celkové výdaje – stát trvalého pobytu

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



# Celkové výdaje – důvod návštěvy

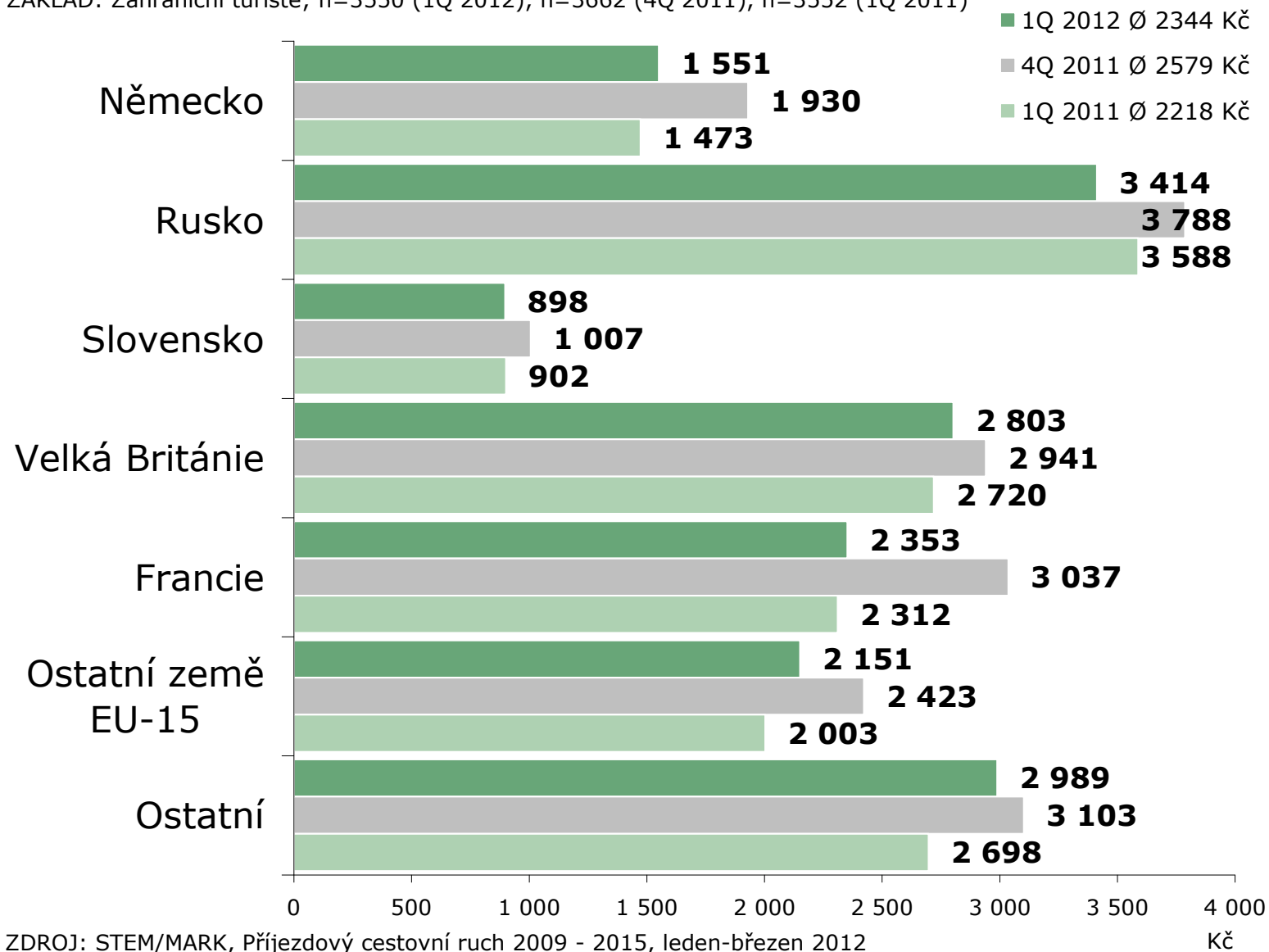
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)



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

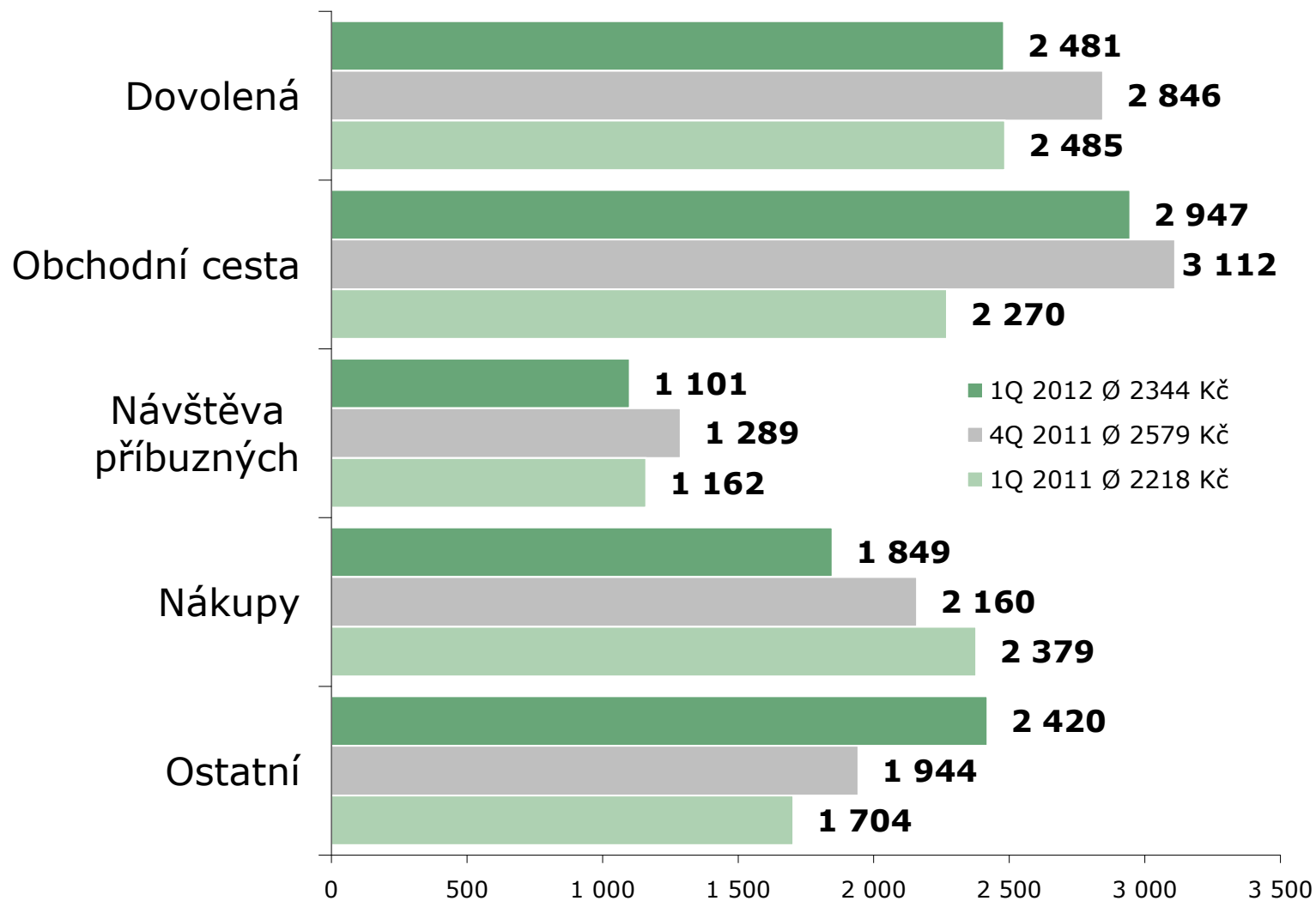
# Celkové výdaje – stát trvalého pobytu

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



# Celkové výdaje – důvod návštěvy

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

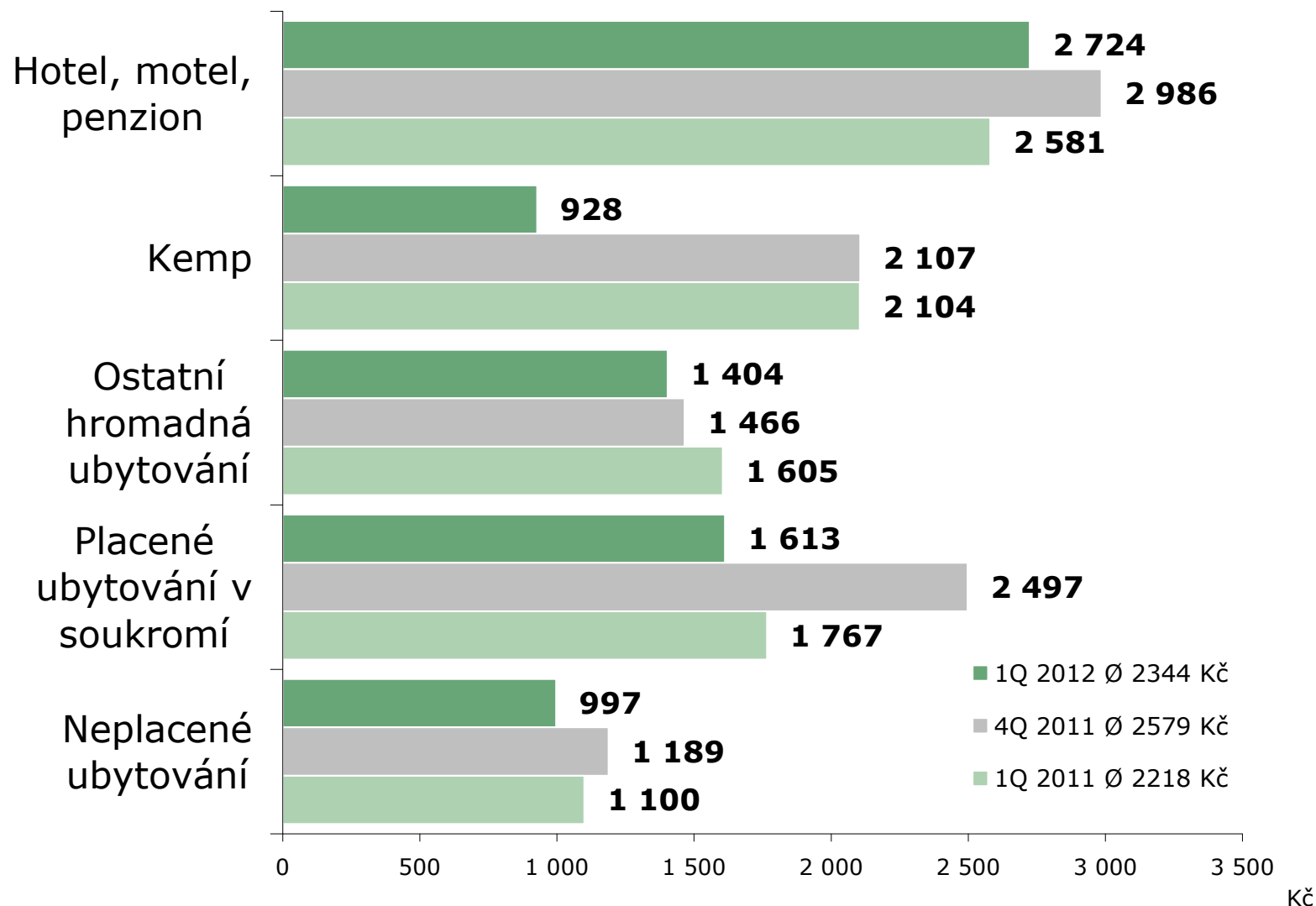


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

Kč

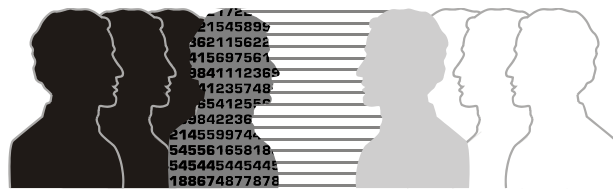
# Celkové výdaje – druh ubytování

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





# Spokojenost s návštěvou ČR

## Všichni respondenti

- Téměř 3/5 návštěvníků byly s pobytem v ČR velmi spokojeni, 1/3 spíše spokojena.
- Navíc v meziročním porovnání se spokojenost zvýšila.
- Nejspokojenější jsou pravidelní návštěvníci ČR, kteří si buď na nedostatky zvykli, nebo jim nic nevadí.
- Ze sousedních států jsou spokojenější Slováci a Němci, z nesusousedních států jsou nejspokojenější Britové, Američané a Rusové.
- 3/4 návštěvníků neshledaly na návštěvě ČR žádná negativa. Ubylo stížností na infrastrukturu a špatný stav silnic. V meziročním srovnání se u obou skupin objevilo více negativních reakcí na výši cen.

## Jednodenní návštěvníci

- Téměř 3/5 jednodenních návštěvníků byly s pobytem v ČR velmi spokojeni, 1/3 spíše spokojena.
- 4/5 neshledaly žádná negativa. Nejčastějšími výtkami jsou infrastruktura a ceny.
- Meziročně se celková spokojenost zvýšila. Jako výtka je méně zmiňována infrastruktura, častěji ceny.
- Nejspokojenější jsou Slováci a cizinci navštěvující své příbuzné a známé.

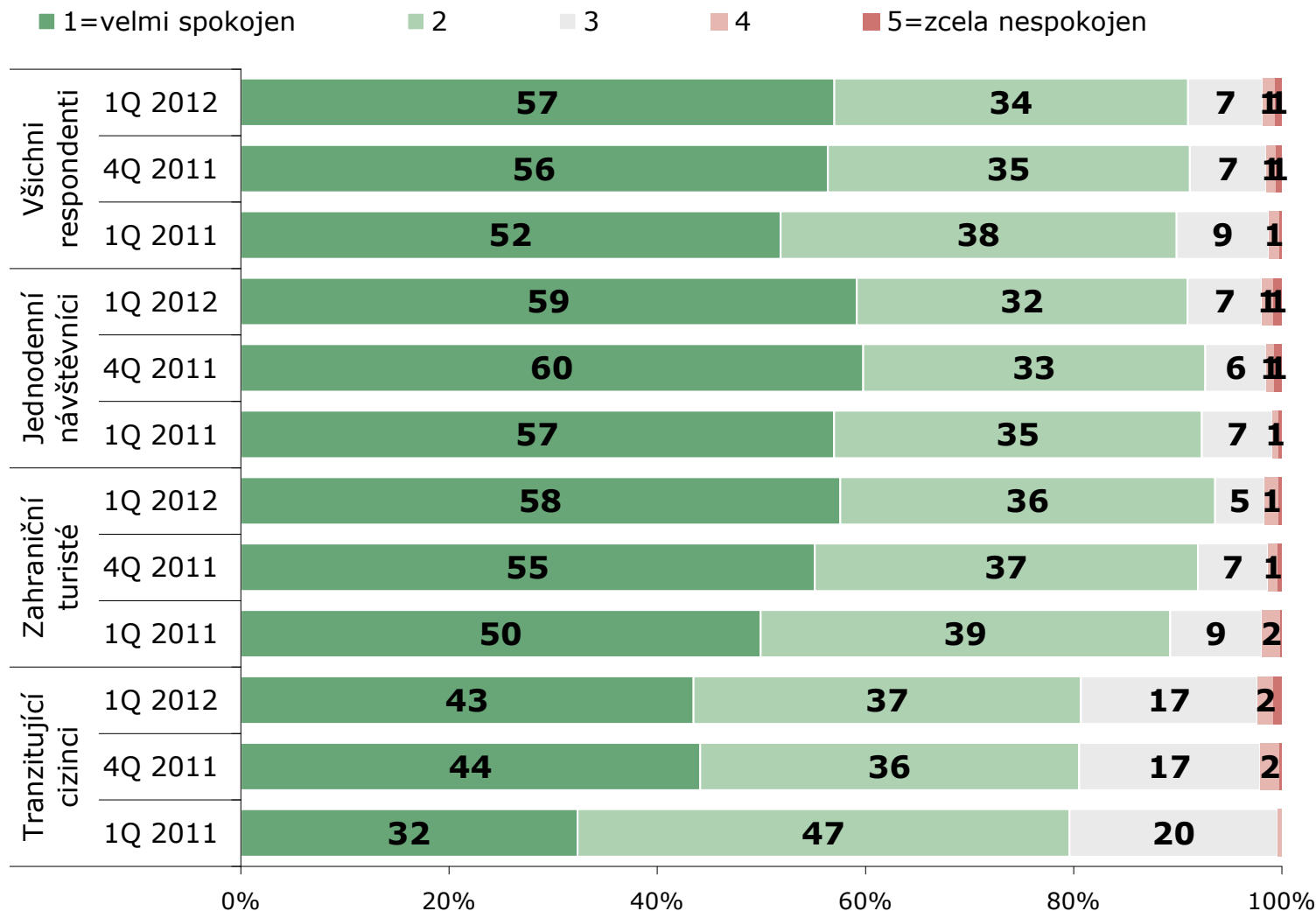
## Zahraníční turisté

- Jsou nejvíce spokojenou skupinou návštěvníků. 58 % je velmi spokojeno, 36 % spíše spokojeno.
- 2/3 neshledaly žádná negativa. Nejčastěji je vytýkána špatná jazyková vybavenost a přístup lidí (i ve službách) a infrastruktura.
- Meziročně se celková spokojenost zvýšila.

# Spokojenost s návštěvou

OTÁZKA: Zhodnoťte své zkušenosti s návštěvou ČR. Jak celkově hodnotíte ČR? Jak se Vám zde líbilo?

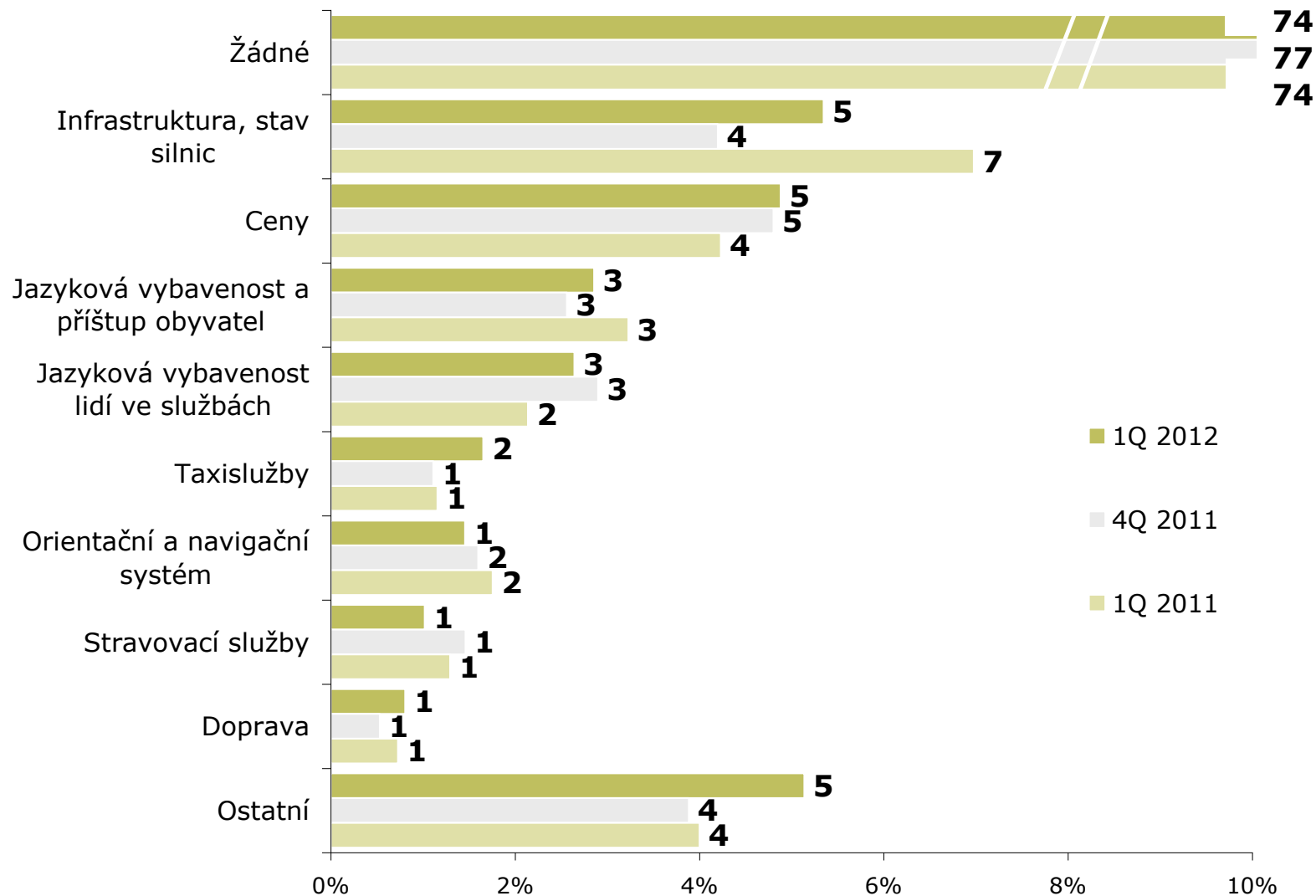
ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012), n=9280 (4Q 2011), n=9506 (1Q 2011)



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

# Negativa ČR

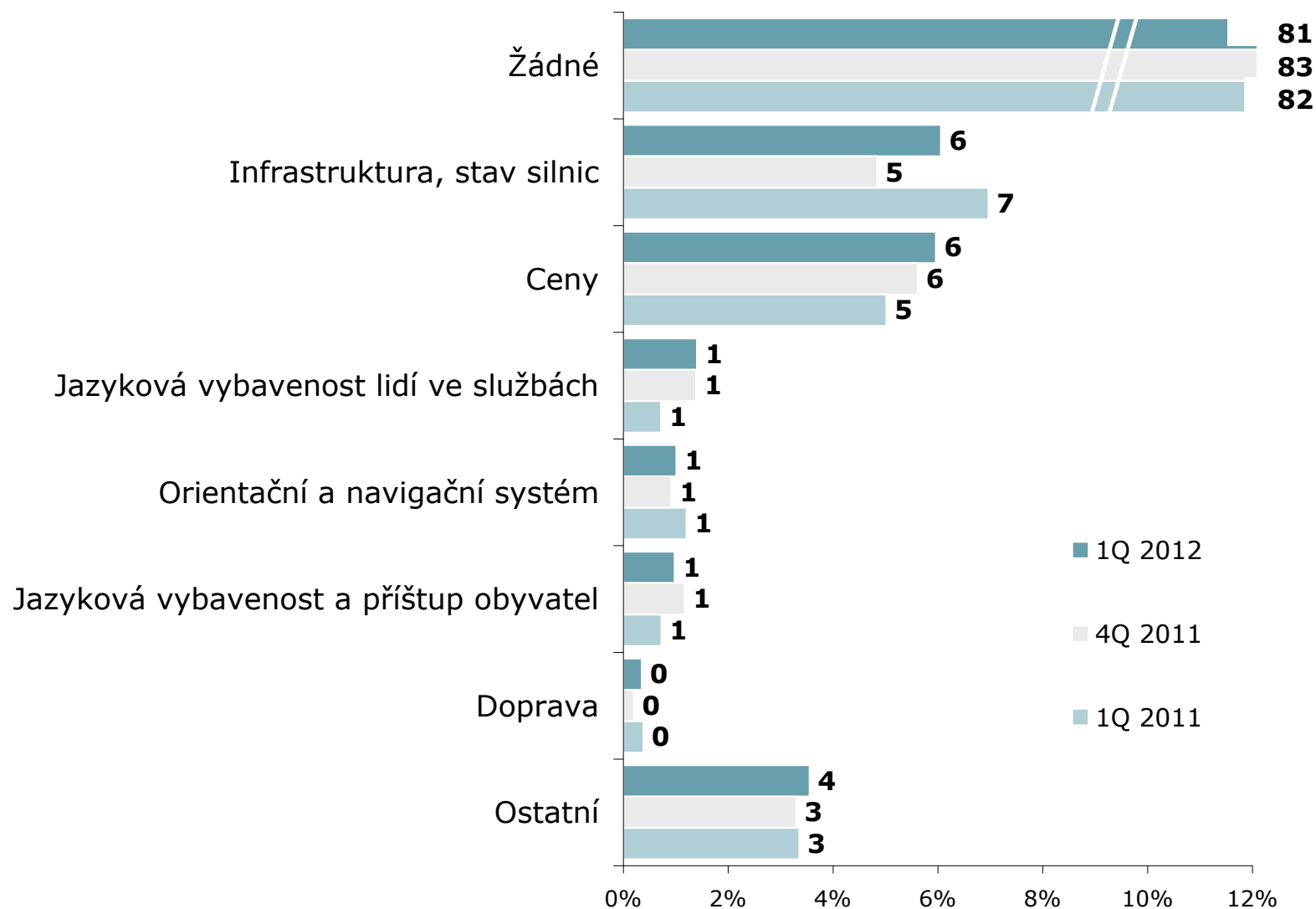
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci a turisté; n=8409 (1Q 2012), n=8403 (4Q 2011), n=8734 (1Q 2011)



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

# Negativa ČR

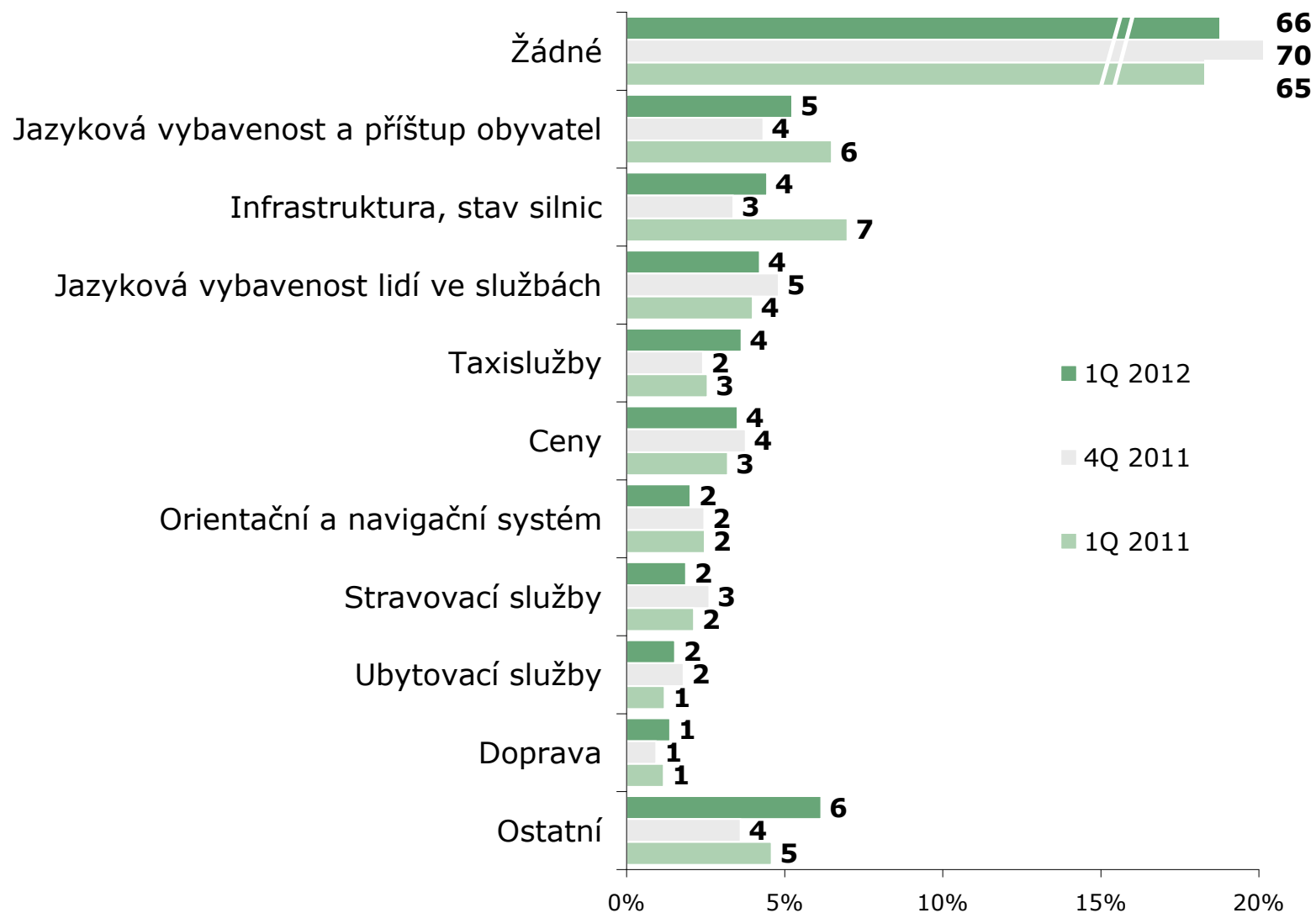
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012), n=4741 (4Q 2011), n=5182 (1Q 2011)



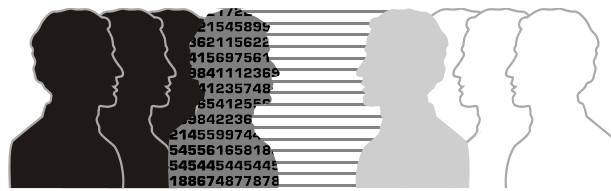
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Negativa 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



# Frekvence využívání informačních zdrojů

## Všichni respondenti

- Prakticky všichni zahraniční návštěvníci využívají při plánování návštěvy ČR nějaké informační zdroje. Většina se spoléhá na vlastní zkušenosti (69 % - vždy), polovina využívá internet a téměř třetina dá na doporučení svých známých.
- Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku využívají zahraniční návštěvníci více informačních zdrojů – nejvyšší nárůst je u internetu a doporučení od známých.

## Jednodenní návštěvníci

- Jednodenní návštěvníci spoléhají především na dosavadní vlastní zkušenosti (75 % - vždy). Více než čtvrtina jednodenních nečerpá informace z internetu.
- Meziročně nárůst počtu využívaných informačních zdrojů – internet, doporučení od známých a tištění průvodci.

## Zahraníční turisté

- Převládající informační zdroj je uváděn internet (72 % - vždy).
- Meziročně se pořadí oblíbenosti informačních zdrojů nezměnilo.

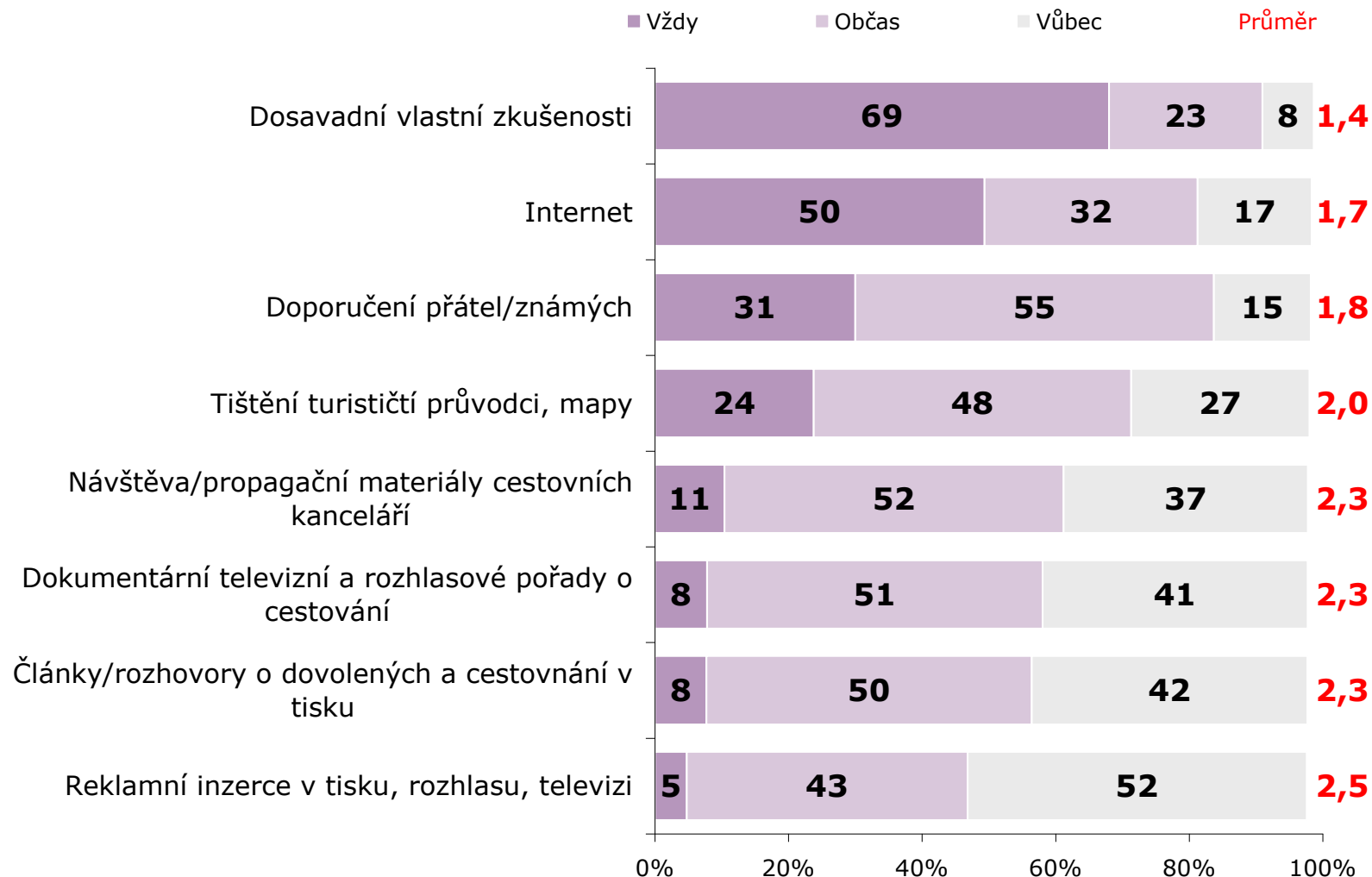
## Tranzitující cizinci

- Podobně jako jednodenní návštěvníci i tranzitující dají na své vlastní zkušenost (74 % - vždy). Na rozdíl od jednodenních návštěvníků využívají častěji internet.

# Frekvence využívání informačních zdrojů – 1Q 2012

ZÁKLAD: Všichni respondenti; n=9323 (1Q 2012)

POZNÁMKA: Červená čísla značí průměr na škále 1-3 (1=Vždy, 2=Občas, 3=Vůbec)

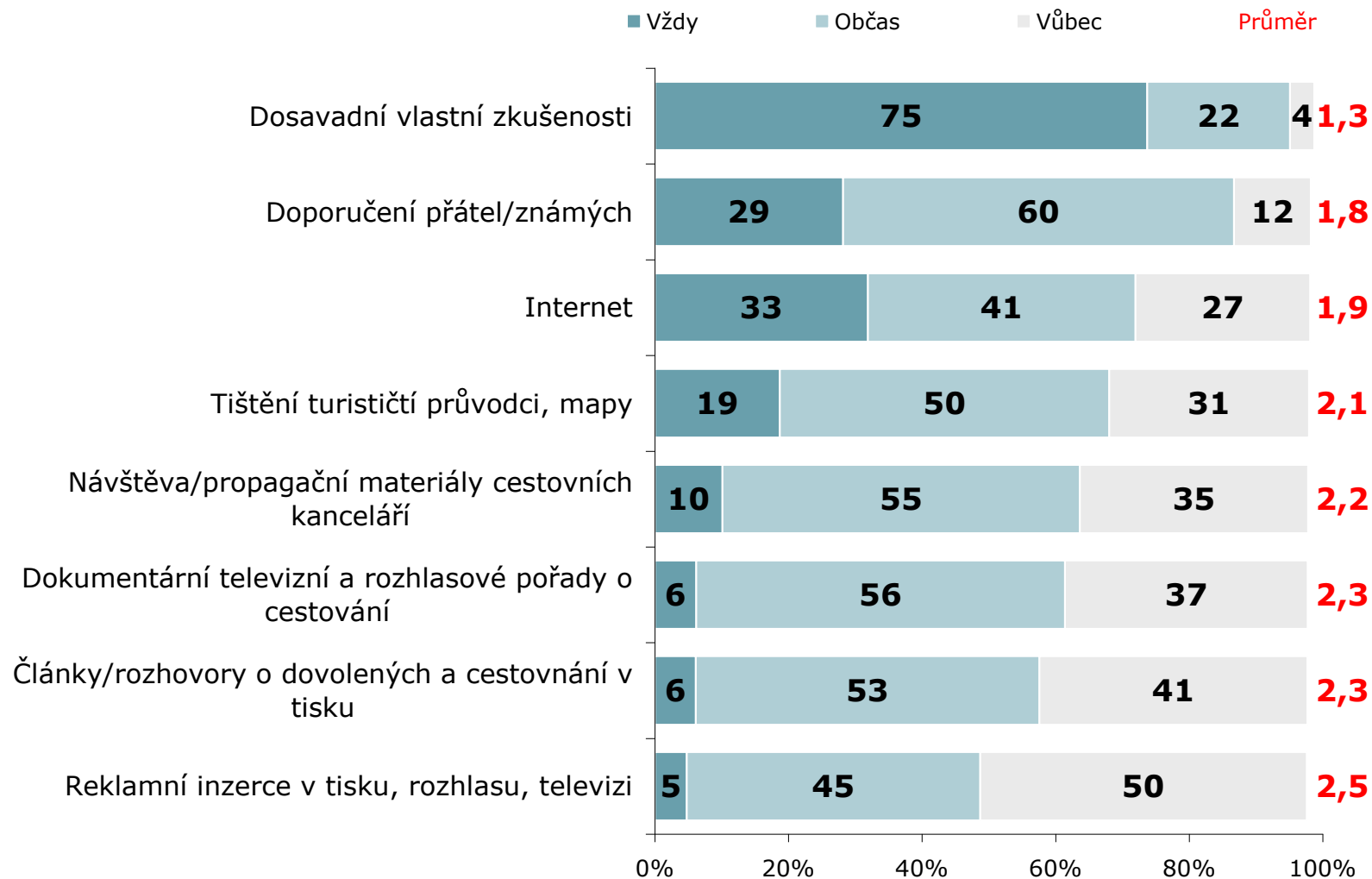


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Frekvence využívání informačních zdrojů – 1Q 2012

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=4859 (1Q 2012)

POZNÁMKA: Červená čísla značí průměr na škále 1-3 (1=Vždy, 2=Občas, 3=Vůbec)



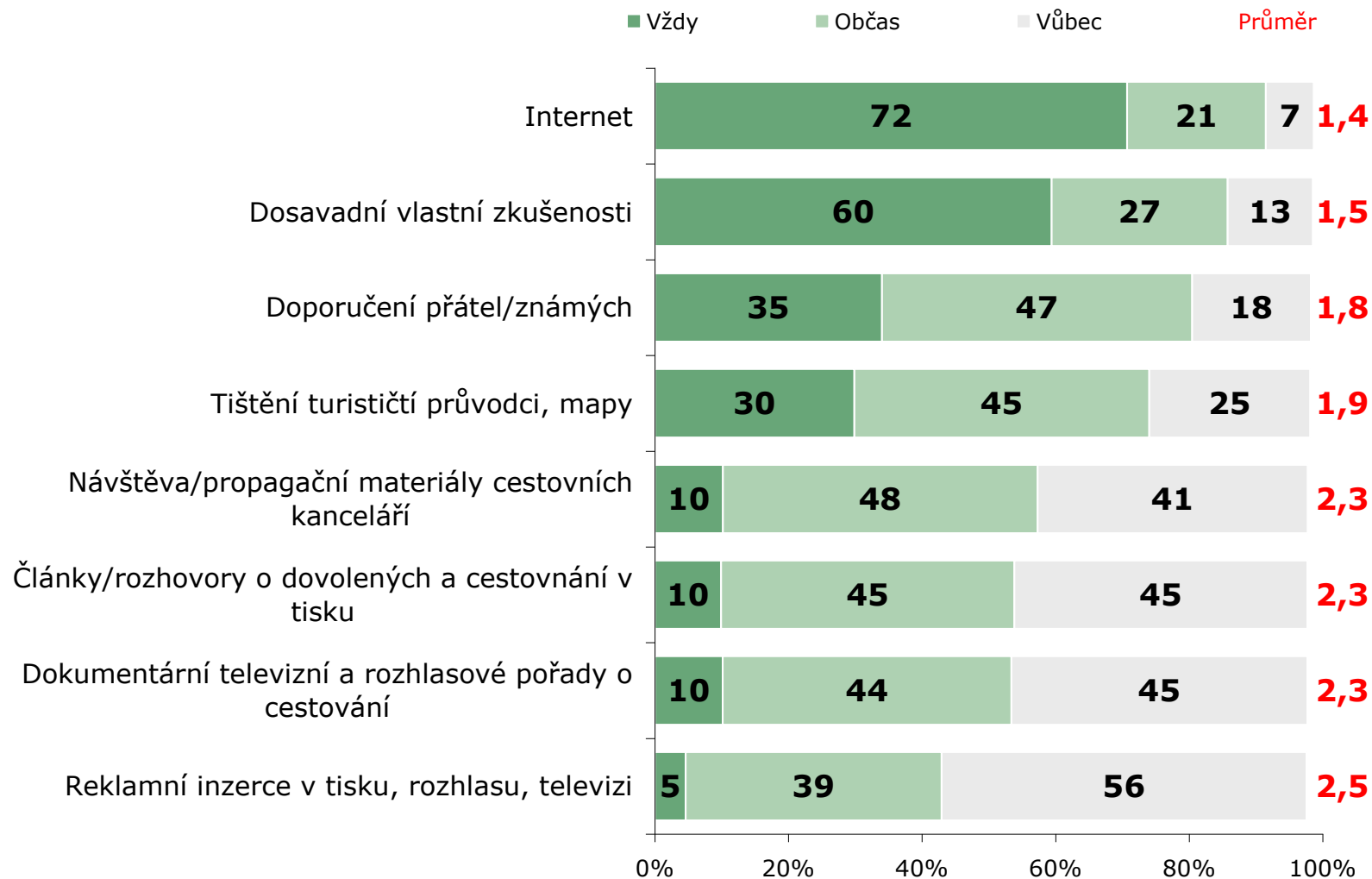
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012



# Frekvence využívání informačních zdrojů – 1Q 2012

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=3550 (1Q 2012)

POZNÁMKA: Červená čísla značí průměr na škále 1-3 (1=Vždy, 2=Občas, 3=Vůbec)

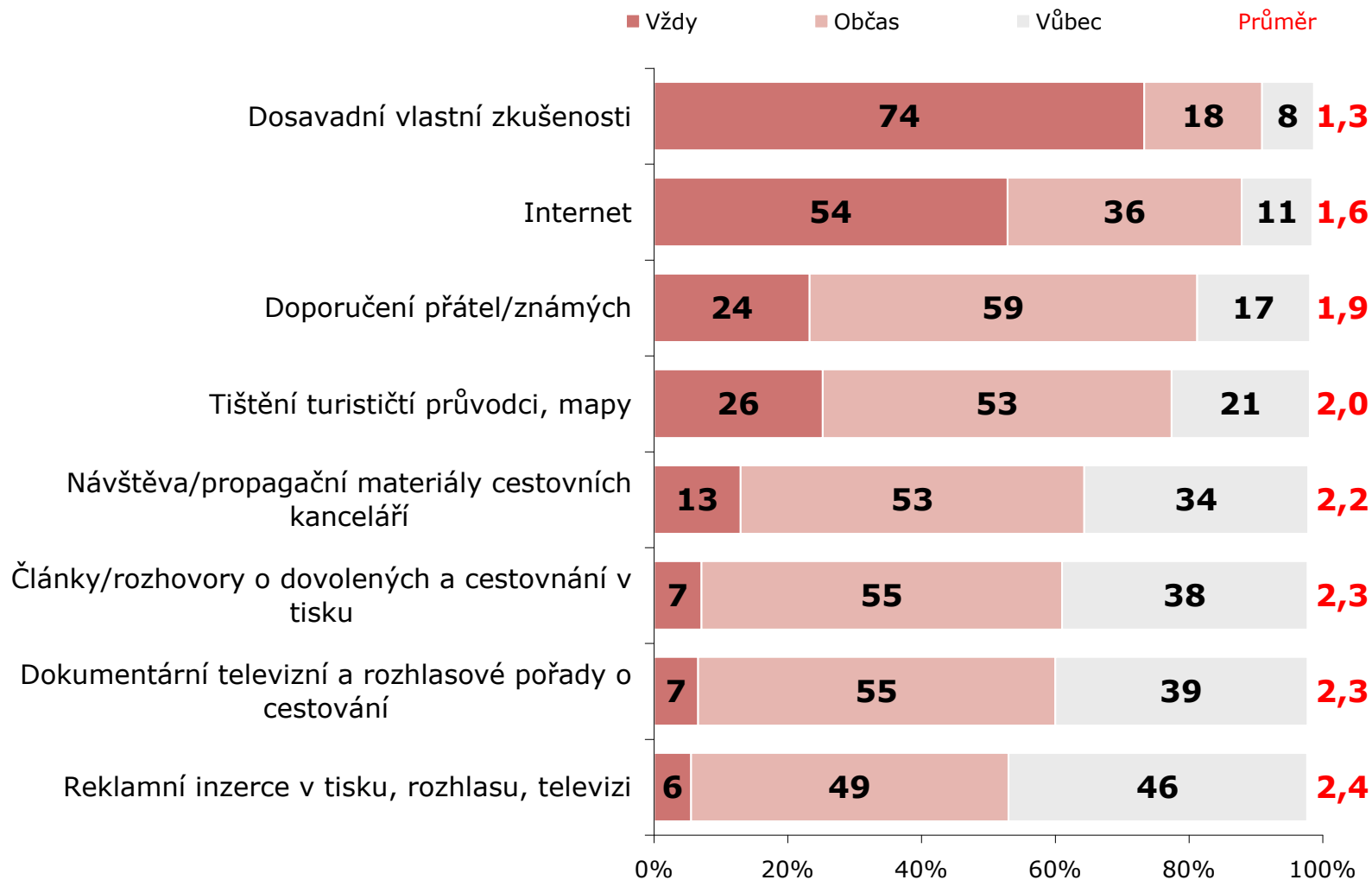


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

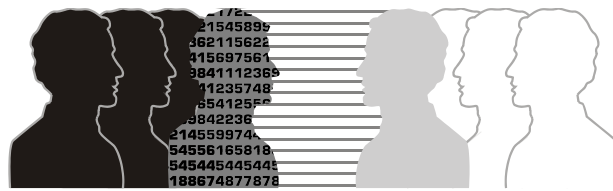
# Frekvence využívání informačních zdrojů – 1Q 2012

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012)

POZNÁMKA: Červená čísla značí průměr na škále 1-3 (1=Vždy, 2=Občas, 3=Vůbec)



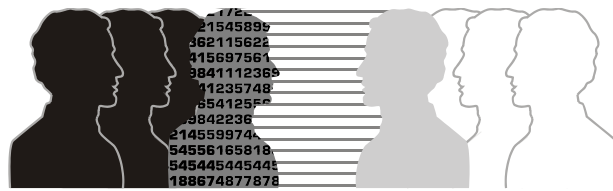
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012



# Další charakteristiky tranzitujících cizinců

## Tranzitující cizinci

- 7 z 10 tranzitujících míří do některé ze sousedních zemí, nejčastěji do Německa (31 %).
- Mimo sousední země se nejčastěji tranzituje do Itálie (7 %), Maďarska (6 %), Španělska (2 %), Francie (2 %) a Ruska (2 %).
- 9 z 10 tranzitujících je na odjezdu do cílové země, zbývajících 10 % se již vrací z cesty domů.
- Většina tranzitujících cestuje do cílové země na více dní, medián počtu přenocování činí 5.
- Tranzitujících se ptáme na důvod, proč cílovou zemí cesty není ČR. Třetina cestuje do cílové země za prací, ostatní důvody jsou marginální. Polovina tranzitujících uvádí jiný důvod, který ovšem není dotazníkem konkretizován. Proškolili jsme tazatele, aby od respondentů zjišťovali, jaké další důvody je vedou k tomu, že ČR není cílovou destinací.
- Při cestování do cizích zemí mají tranzitující největší zájem o prohlídky místních památek (20 %), poznávání kultury (17 %), sport (16 %), poznávání přírody a pobyty u vody (13 %).



# Další charakteristiky tranzitujících cizinců

## Tranzitující cizinci

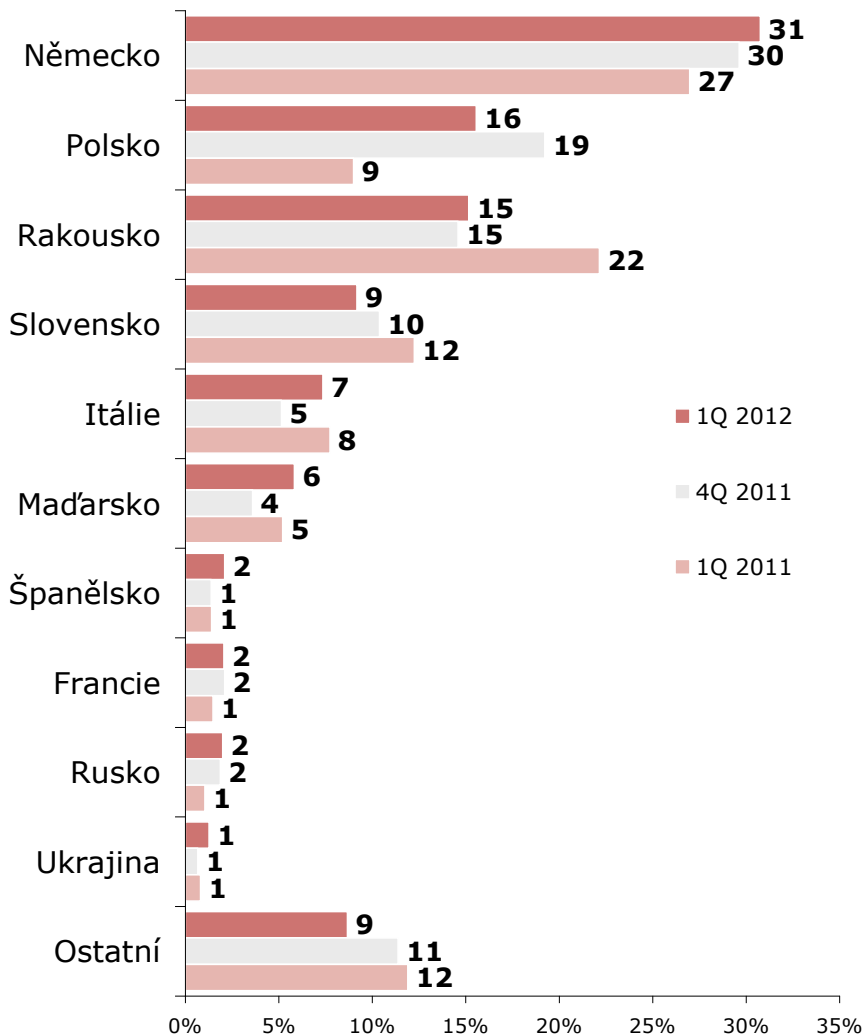
- Třetina tranzitujících nebyla nikdy v ČR na vícedenní návštěvě.
- Polovina plánuje přijet do ČR na dovolenou (v horizontu následujících 3 let).
- Z těch, co nikdy nebyli v ČR na vícedenní návštěvě, plánuje dovolenou 40 %.
- Potenciální zájemce o dovolenou nejvíce lákají: památky, Praha, nákupy. Právě nákupy se stávají čím dál více atraktivní (před rokem jen 4 %, nyní 16 %).
- Co by musela ČR tranzitujícím nabídnout, aby zde tranzitující strávili část své dovolené? Kromě moře, tropického počasí nebo velehor, což jsou věci, které se dost těžko mění, bychom se měli soustředit na ceny; propagaci kultury a historie; na kvalitu služeb a na informovanost především.
- Když tranzitující cizinci hodnotí ČR jako turistickou destinaci, pak nejhůře hodnotí nabídku a služby cestovních kanceláří, možnosti trávení dovolené a dostatek konkrétní informací. Nabídka zcela jistě nějaká existuje, ale není zřejmě správně komunikována.
- Za hranicemi ČR zaznamenává mediální propagaci ČR jako turistické destinace stále menší skupina tranzitujících. K propagaci ČR by bylo nejvhodnější využít internetu, kde čerpá většina tranzitujících při plánování svých cest.

# Charakteristiky tranzitujících cizinců

TRANZITUJÍCÍ CIZINCI

## Cílová země

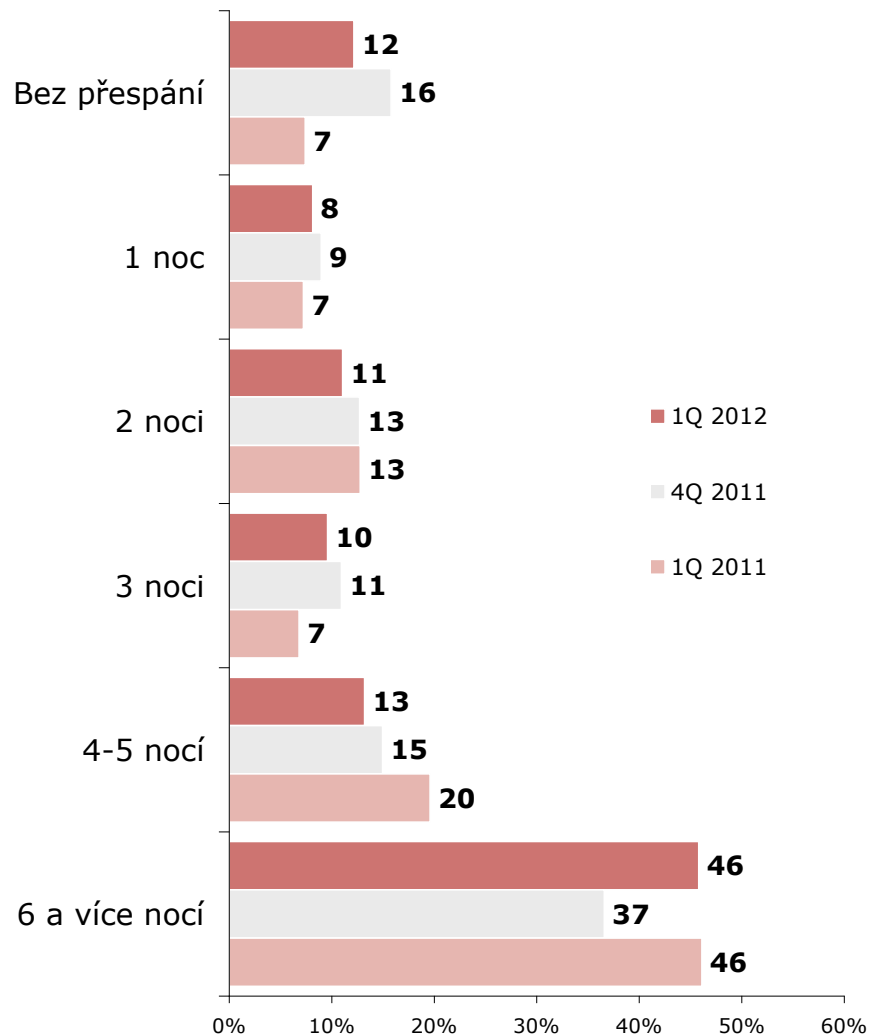
ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)



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

## Počet nocí v cílové zemi

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)



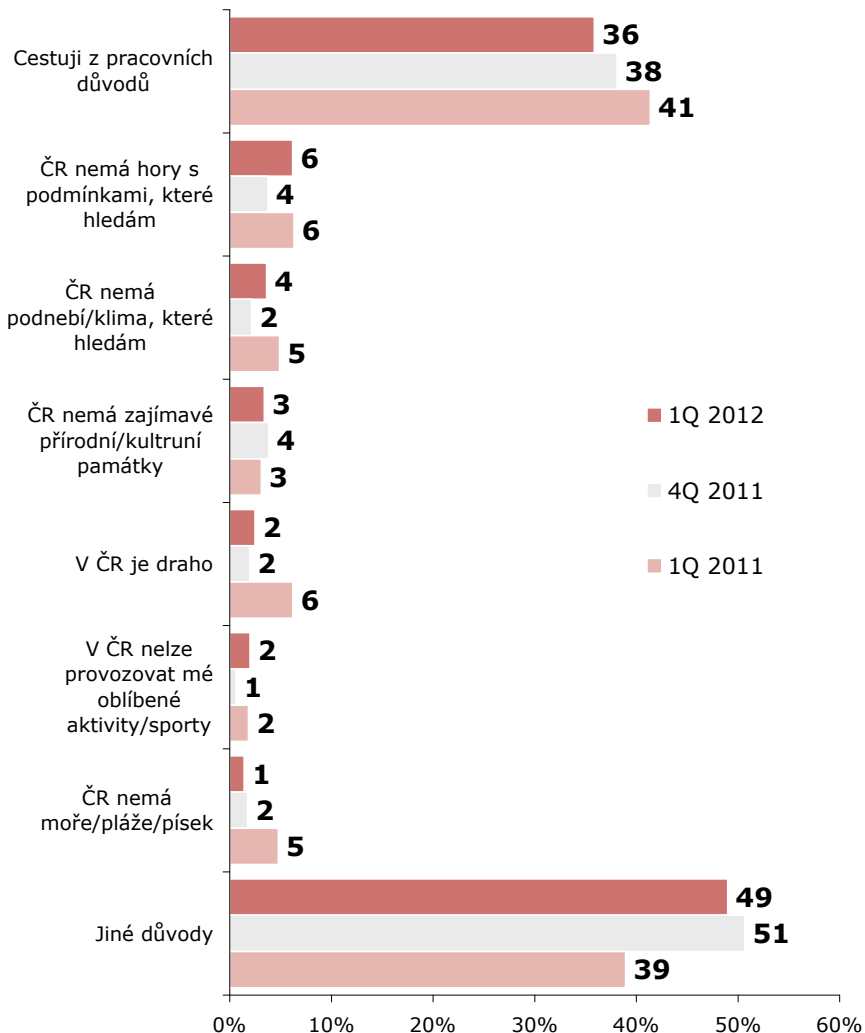
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Charakteristiky tranzitujících cizinců

TRANZITUJÍCÍ CIZINCI

## Důvod pro nezvolení ČR

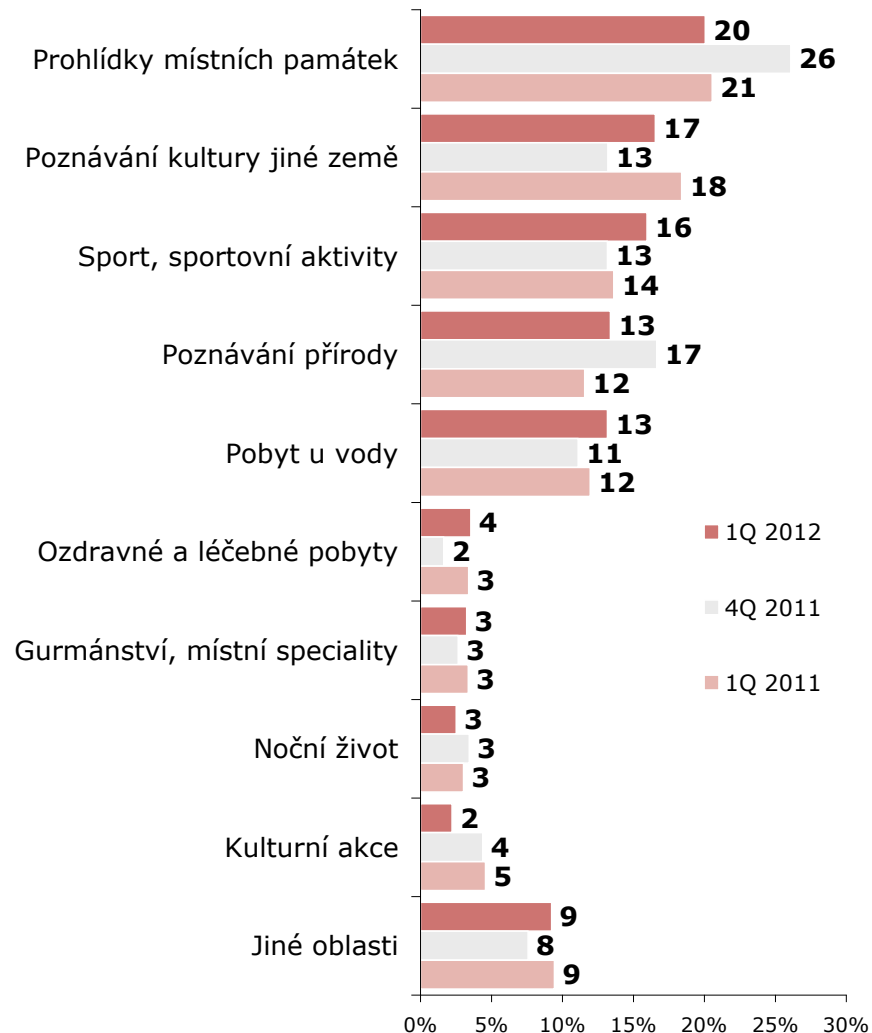
ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)  
 POZNÁMKA: Možnost uvést více důvodů



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

## Turistické priority

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)



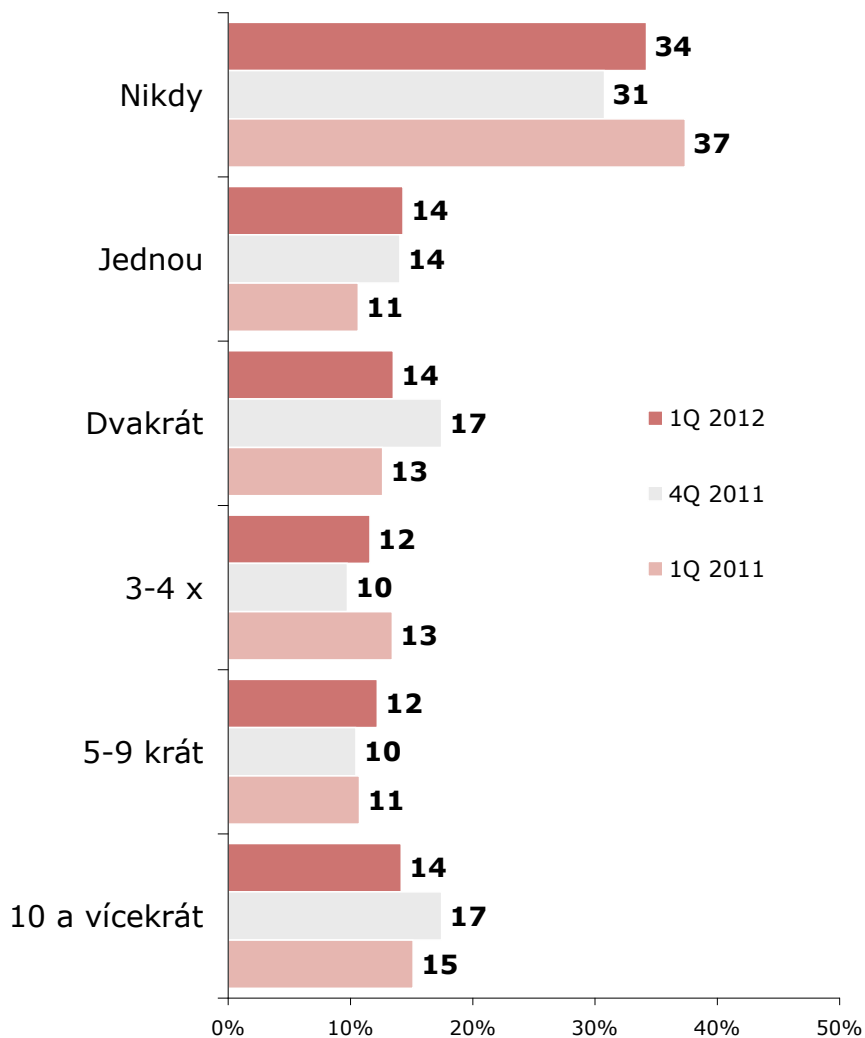
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Charakteristiky tranzitujících cizinců

TRANZITUJÍCÍ CIZINCI

## Počet vícedenních návštěv ČR

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)



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

## Úvahy o dovolené v ČR

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)

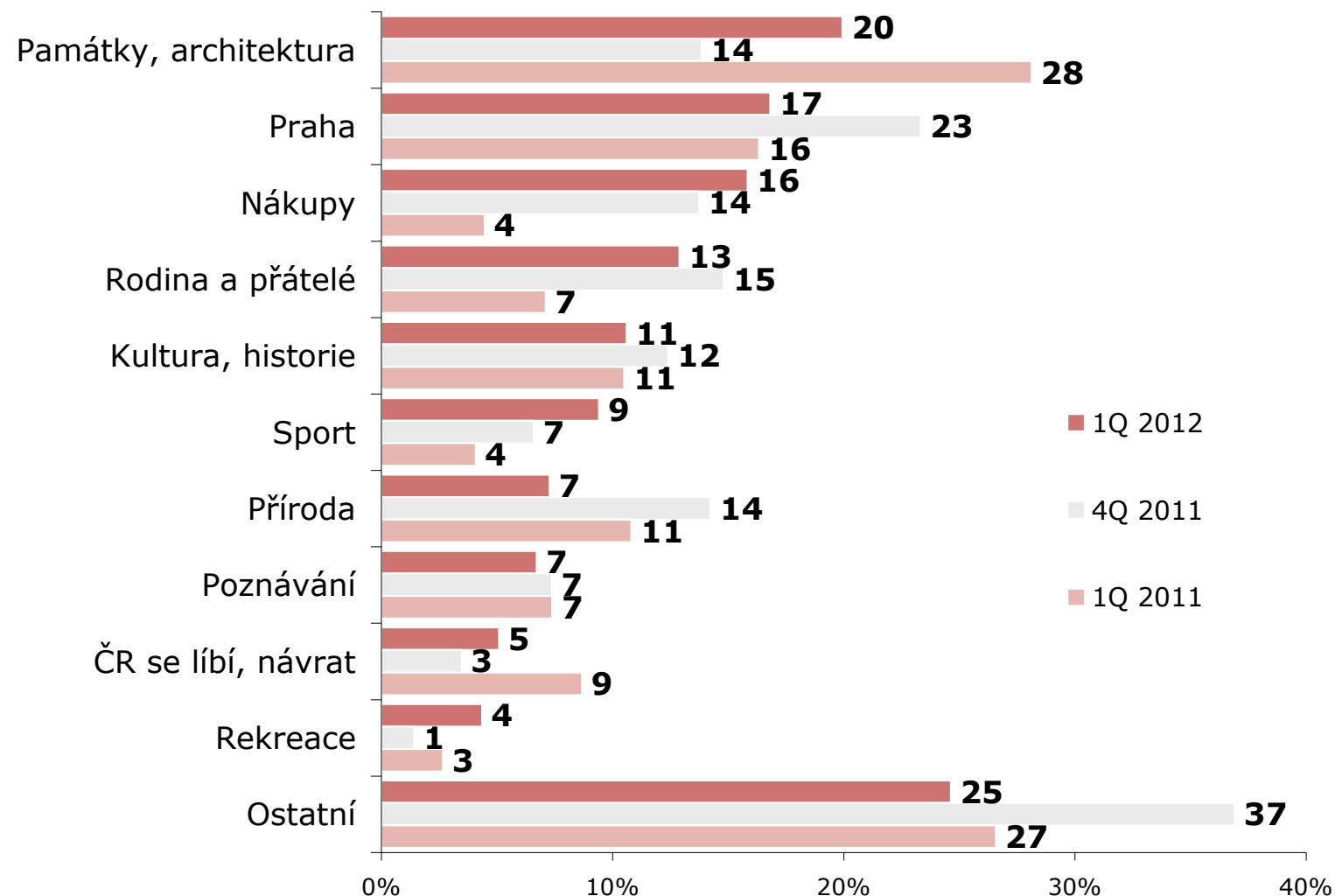


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Hlavní důvody zájmu o návštěvu ČR

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci, kteří uvedli, že chtějí v ČR strávit dovolenou; n=409 (1Q 2012), n=385 (4Q 2011), n=341 (1Q 2011)

POZNÁMKA: Možnost uvést více důvodů



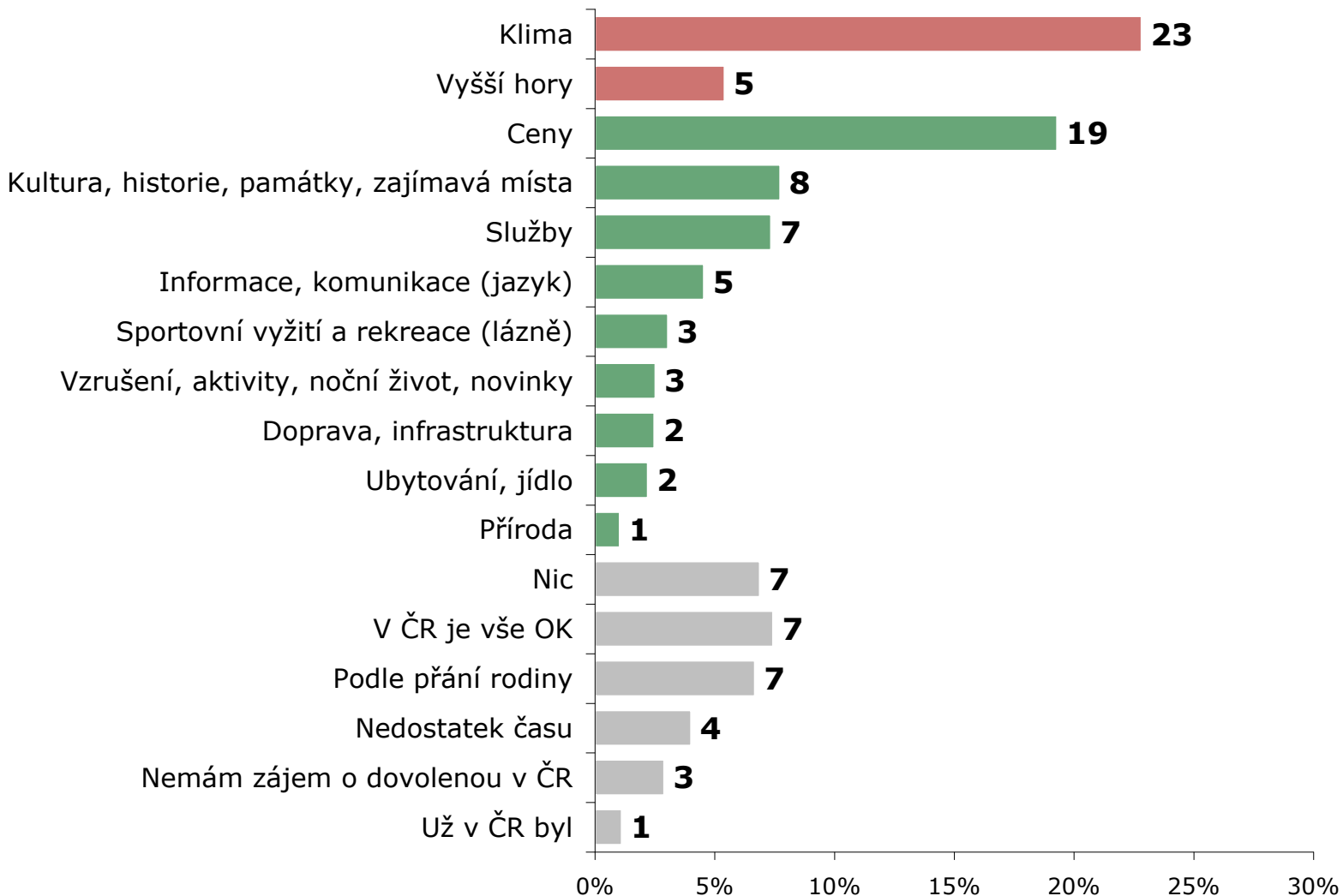
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012



# Hlavní motivátory k návštěvě ČR – 1Q 2012

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012)

POZNÁMKA: Možnost uvést více důvodů

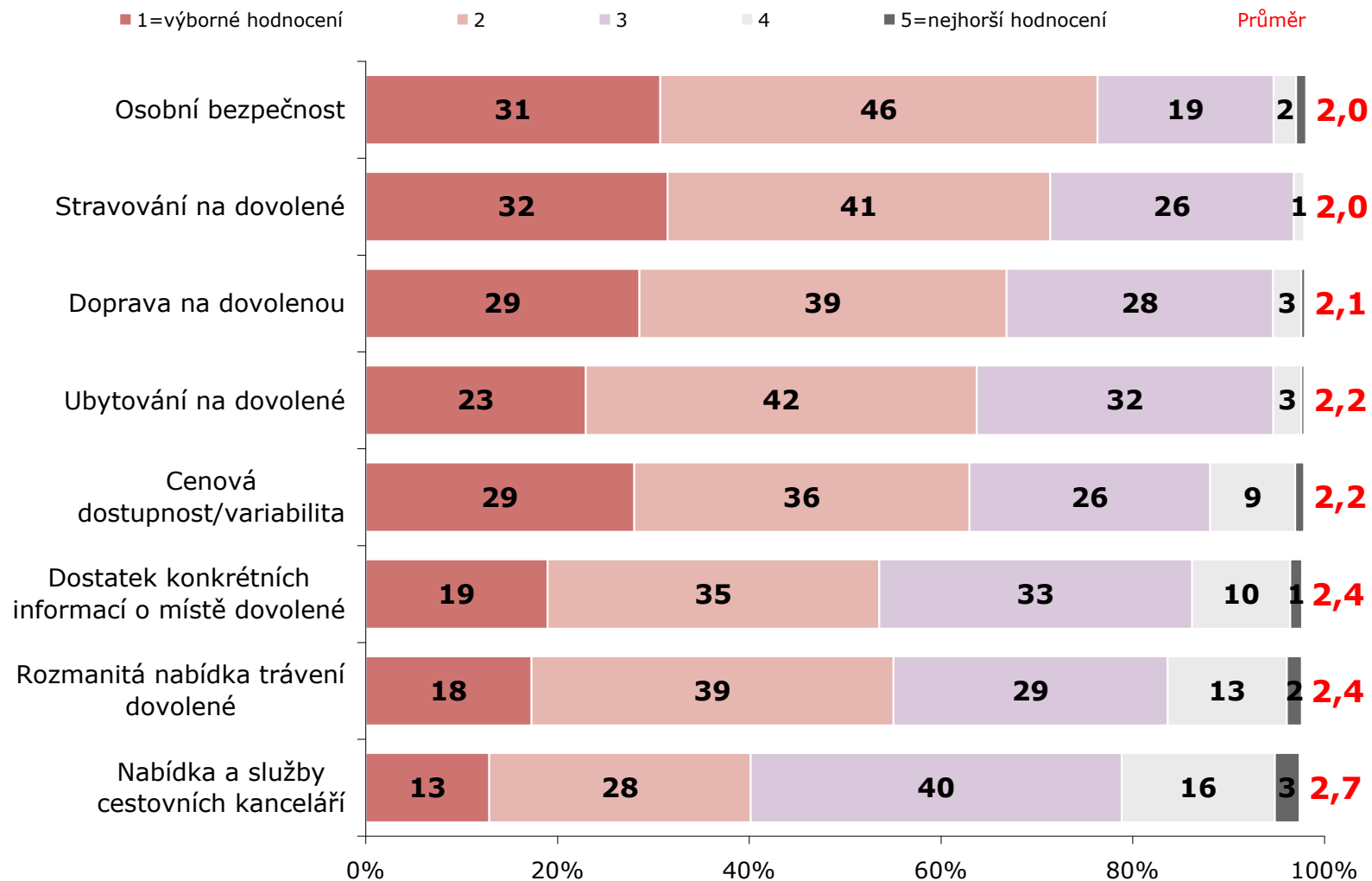


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Hodnocení ČR – 1Q 2012

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012)

POZNÁMKA: Červená čísla značí průměr na škále 1-5 (1=Výborné hodnocení, 5=Nejhorší hodnocení)

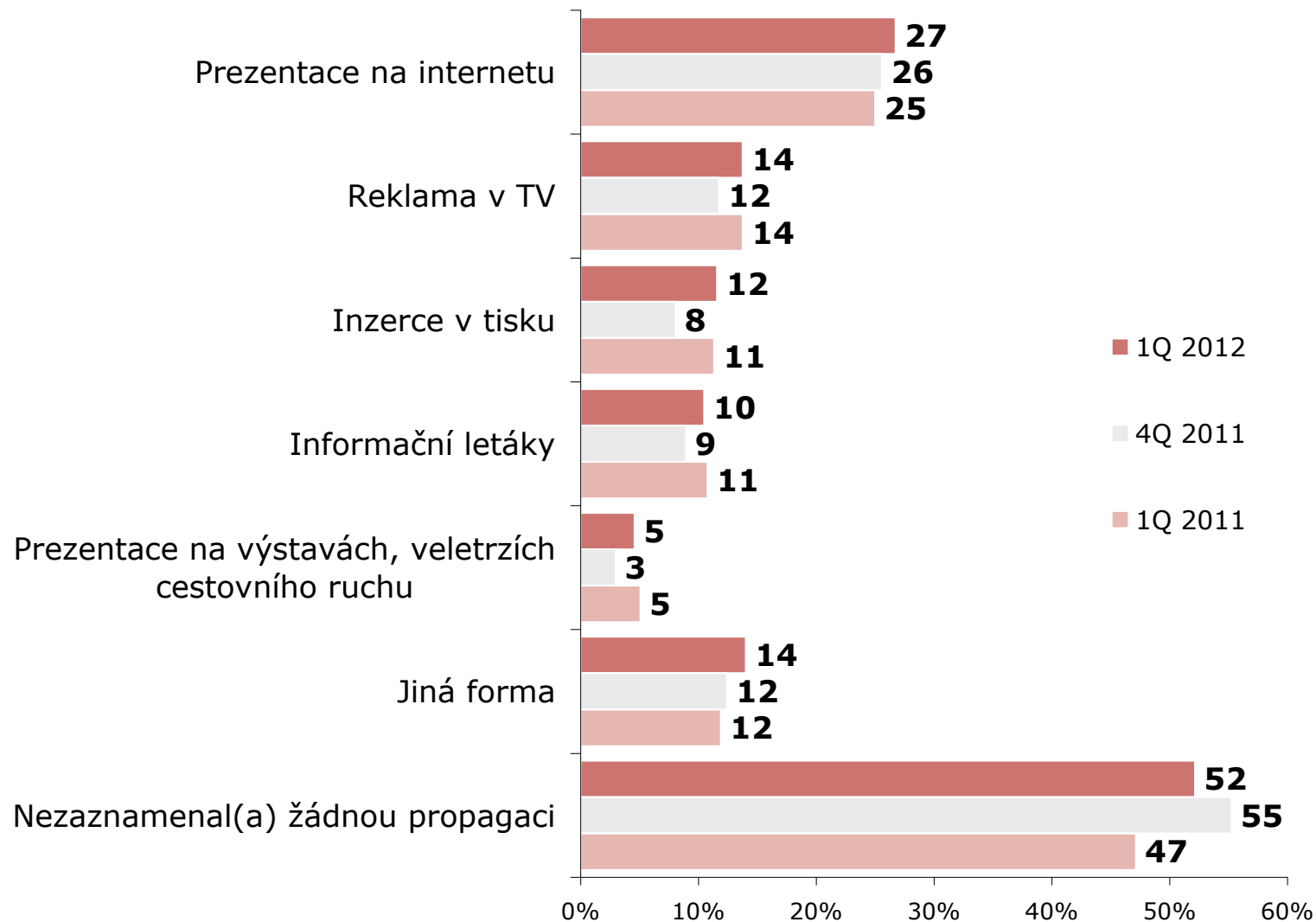


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, leden-březen 2012

# Propagace ČR v zahraničí

ZÁKLAD: Tranzitující cizinci; n=914 (1Q 2012), n=1050 (4Q 2011), n=772 (1Q 2011)

POZNÁMKA: Možnost uvést více odpovědí



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

# **Příloha: DOTAZNÍKY**

# Jednodenní návštěvníci



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



**J** STEM MARK  
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG  
E1388 - Příjezdový cestovní ruch

Tazatel:        
Kodér:      
Datum 1:        
Datum 2:

Dobry den, jmenuji se ... Jsem spolupracovníkem společnosti STEM/MARK, která se zabývá výzkumem veřejného mínění. Rád(a) bych Vám položil(a) několik otázek, které se týkají této Vaší návštěvy ČR.

1. Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

*Pokyn: Pokud je respondent z Německa, doložte se ho, ze které spolkové země pochází.*

Vypište čísla název států

popř. spolkovou zemi

2. Jaký byl hlavní důvod této Vaší návštěvy České republiky?

*Pokyn: Vyznačte jednu odpověď.*

Pracovní	Návštěva kulturní akce, festivalu	07
Obchodní cesta	Ostatní	01
Účast na kongresu, semináři, veletrhu	Nákupy	08
Rekreace a zábava	Zdravotní pobyt, léčeni v lázních	09
Rekreace, volný čas, dovolená, poznávání	Studijní pobyt	10
Aktivní dovolená (turistika, sport)	Jiný důvod, vyplňte:	
Návštěva příbuzných, známých		11
Návštěva sportovní akce		06

3. Jak často navštěvujete Českou republiku?

*Pokyn: Vyznačte pouze jednu odpověď.*

Prakticky každý den	1
1-2x týdně	2
1-3x měsíčně	3
Několikrát ročně	4
Jednou za rok	5
Méně než jednou za rok	6
Byl(a) jsem zde poprvé	7

5. Jaká místa jste v České republice při této vaší cestě navštívil(a)?

6. Přijel(a) jste na tuto návštěvu ČR individuálně, prostřednictvím cestovní kanceláře/agentury nebo pracovní?

*Pokyn: Vyznačte jednu odpověď.*

Individuálně	1
Se zahraniční cestovní kancelář/agenturou	2
S českou cestovní kancelář/agenturou	3
Pracovní, na služební cestu	4
Jinak	5

7. Nyní budeme hovořit o Vašich výdajích na tuto návštěvu ČR, o tom, kolik peněz jste zde utratil(a) a za jaké výrobky a služby. Řekněte mi nejdříve, zda budete hovořit pouze o výdajích za Vás osobně a nebo za více osob, např. za Vaši rodinu, přátele apod. Pokud budete uvádět údaje za více osob.

*Pokyn: Vyznačte jednu odpověď, popř. uveďte počty.*

Pouze za sebe	1	Počet: .....	Z toho dětí do 15 let: .....
Za skupinu osob	2		

8. Když jste se chystal(a) na tuto Vaši návštěvu ČR, platil(a) jste v souvislosti s ní nějaké zboží či služby předem mimo území ČR? Pokud ano, o jak vysokou částku se jednalo?

*Pokyn: Vyznačte jednu odpověď, popř. uveďte částku a měnu.*

Ano	1	Hodnota .....	Měna .....
Ne	2	<i>=&gt; přejděte k otázce 10</i>	

**Filter: Na otázku 8a odpovídají pouze respondenti, kteří v otázce 8 uvedli částku vyšší než 1 000 USD/EUR/GBP/CHF nebo 30 000 CZK.**

8a. Za jaké zboží či služby nebo zboží jste utratil(a) nejvíce z této částky?

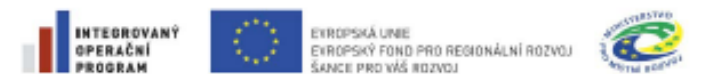
9. Rozdělte tuto částku v procentech podle toho, za jaké konkrétní zboží či služby jste zaplatil(a) předem mimo území ČR?

*Pokyn: Rozdělte částku uvedenou v otázce 8, součet musí dávat 100 %.*

Koupil(a) celý zájezd „na klíč“ (vč. dopravy, ubytování a stravování)	
Doprava (ceny letenek a jízdenek, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn)	
Zboží (potraviny, oděvy, obuv, elektronika, mapy, knihy, tabák, léky, apod.)	
Ostatní služby (vstupenky, kultura, muzea, památky, sport, kasina, pojištění, fakultativní výlety, zdravotní péče, ostatní služby apod.)	
<b>CELKEM</b>	100 %



# Zahraníční turisté



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
ŠANCE PRO VÁS I ROZVOJ



**STEM MARK**  
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG  
E1388 - Příjezdový cestovní ruch

Zaznatel:

Kodár:

Dátum 1:

Dátum 2:

Dobrý den, jmenuji se ... Jsem spolupracovníkem společnosti STEM/MARK, která se zabývá výzkumem veřejného mínění. Řád(a) bych Vám položil(a) několik otázek, které se týkají této Vaší návštěvy ČR.

1. Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

*Podle: Pokud je respondent z Německa, doplete se ho, ze které spolkové země pochází.*

Vypíšte český název státu, .....  
popř. spolkovou zemi

2. Jaký byl hlavní důvod této Vaší návštěvy České republiky?

*Podle: Vyznačte jednu odpověď.*

Pracovní	Návštěva kulturní akce, festivalu	07
Obchodní cesta	01	Ostatní
Účast na kongresu, semináři, veletrhu	02	Nakupy
Rekreace a zábava	Zdravotní pobyt, léčba v lázních	09
Rekreace, volný čas, dovolená, poznávání	03	Střední pobyt
Aktivní dovolená (turistika, sport)	04	Jiný důvod, vyplňte:
Návštěva příbuzných, známých	05	11
Návštěva sportovní akce	06	.....

3. Jak často navštěvujete Českou republiku?

*Podle: Vyznačte pouze jednu odpověď.*

Minimálně 1x měsíčně	1
Několikrát ročně	2
Jednou za rok	3
Méně než jednou za rok	4
Byl(a) jsem zde poprvé	5

4. Kolikrát jste během této Vaší návštěvy v ČR přenočoval(a)/přespal(a)?

*Podle: Uveďte počet nocí.*

Na území ČR:

5. Jaka místa jste v České republice navštívil(a)? Pokud jste na těchto místech přenočoval(a), uveďte, prosím, druh ubytování a počet nocí.

*Podle: Vypíšte místo/region, počet nocí a v „Druh ubytování“ vyznačte všechny odpovědi.*

Navštívené místo nebo region	Počet nocí	Druh ubytování				
		Hotel, motel, penzion	Kemp	Ost. hromadné ubytování (kemp, chata, klubovní středisko apod.)	Přirozené ubytování v rodinném	Nepřirozené ubytování, přenočování (u příbuzných, v přírodě, v dleze, pronájem atd.)
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5

6. Přijel(a) jste na tuto návštěvu ČR individuálně, prostřednictvím cestovní kanceláře/agentury nebo pracovní?

*Podle: Vyznačte jednu odpověď.*

Individuálně	1	Pracovní na služební cestu	4
Se zahraniční CK / agenturou	2	Jinak	5
Se českou CK / agenturou	3		

7. Nyní budeme hovořit o Vašich výdajích na tuto návštěvu ČR, o tom, kolik peněz jste zde utratil(a) a za jaké výrobky a služby. Řekněte mi nejdříve, zda budete hovořit pouze o výdajích za Vás osobně a nebo za více osob.

*Podle: Vyznačte jednu odpověď, popř. uveďte počet.*

Pouze za sebe	1	Počet: .....	Z toho děti do 15 let: .....
Za skupinu osob	2		

8. Když jste se chystal(a) na tuto Vaši návštěvu ČR, platil(a) jste v souvislosti s ní nějaké zboží či služby předem mimo území ČR? Pokud ano, o jak vysokou částku se jednalo?

*Podle: Vyznačte jednu odpověď, popř. uveďte částku a měnu.*

Ano	1	Hodnota .....	Měna .....
Ne	2	= přejděte k otázce 10	

**Filtr: Na otázku 8a odpovídají pouze respondenti, kteří v otázce 8 uvedli částku vyšší než 1 000 USD/EUR/GBP/CHF nebo 30 000 CZK.**

8a. Za jaké zboží či služby nebo zboží jste utratil(a) nejvíce z této částky?





# Tranzitující cizinci



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



Tazatel:

Kodex:

Dátum 1:

Dátum 2:

Dobry den, jmenuji se ... Jsem spolupracovníkem společnosti STEM/MARK, která se zabývá výzkumem veřejného mínění. Rad(a) bych Vám položil(a) několik otázek, které se týkají této Vaší návštěvy ČR.

## 1. Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

*Pokyn: Pokud je respondent z Německa, doplňte se ho, ze které spolkové země pochází.*

Vypíšte český název státu: .....

popř. spolkovou zemi

## 2. Jak často navštěvujete Českou republiku?

*Pokyn: Vyberte pouze jednu odpověď.*

Minimálně 1x týdně	1
Minimálně 1x měsíčně	2
Několikrát ročně	3
Jednou za rok	4
Méně než jednou za rok	5
Bvil(a) jsem zde poprvé	6

## 3. Jaka místa jste v České republice při této Vaší cestě navštívil(a)? Myslíme tím města, památky či jiná významná místa.

*Pokyn: Vypíšte místa.*

.....

.....

## 4. Kolikrát jste v České republice při této Vaší cestě přenocoval(a)?

*Pokyn: Uveďte počet nocí.*

## 5. Který stát je/byl cílem této Vaší cesty?

Vypíšte český název státu: .....

## 6. Kolikrát hodíte přenocovat / jste přenocoval(a) v cizí zemi,

do/ze které jedete? *Pokyn: Uveďte počet nocí.*

## 7. Proč jste si za cíl své cesty nevybral(a) Českou republiku?

*Pokyn: Vyberte všechny respondentovy odpovědi. Varianty nemazávejte.*

Cestuji z pracovních důvodů	1
ČR nemá moře/plážu/písek	2
ČR nemá hory s podmínkami, které hledám	3
ČR nemá podnebí/klima, které hledám	4
ČR nemá zajímavé přírodní/kulturní památky	5
V ČR je dráho	6
V ČR nelze provozovat mé oblíbené aktivity/sport	7
Jiné důvody	8

## 8. O jakou oblast máte při cestování do cizích zemí jako turista největší zájem?

*Pokyn: Vyberte pouze jednu odpověď.*

Prohlídky muzeí/památek	01	Kulturní akce	06
Šport, sportovní aktivity	02	Noční život	07
Poznavání přírody	03	Ozdřavená a lázeňská pobyt	08
Pobyt u vody	04	Poznavání kultury jiné země	09
Gastronomie a místní speciality	05	Jiné oblasti	10

## 9. Jak často využíváte při plánování svých cest do zahraničí jako turista tyto informační zdroje?

*Pokyn: V každém řádku vyberte jednu odpověď.*

	Vždy	Občas	Vůbec
A. Dosavadní vlastní zkušenosti	1	2	3
B. Doporučení přátel/známých	1	2	3
C. Navštívená/prospagační materiály cestovních kanceláří	1	2	3
D. Články/rozhovory o dovolených a cestování v tisku	1	2	3
E. Dokumentární televizní a rozhlasové pořady o cestování	1	2	3
F. Reklamní inzerce v tisku, rozhlasu, televizi	1	2	3
G. Titělní turistické průvodci, mapy	1	2	3
H. Internet	1	2	3

## 10. Kolikrát jste již navštívil(a) ČR s tím, že jste zde alespoň jednou přenocoval(a)?

*Pokyn: Uveďte počet návštěv.*

## 11. Uvažujete o tom, že byste v ČR strávil(a) v příštích 3 letech svou dovolenou?

*Pokyn: Vyberte pouze jednu odpověď.*

Určitě ano	1 = přejděte k otázce 12
Spíše ano	2 = přejděte k otázce 12
Spíše ne	3 = přejděte k otázce 13
Určitě ne	4 = přejděte k otázce 13

# Tranzitující cizinci

12. Jaké jsou hlavní důvody Vašeho zájmu navštívit ČR?

.....

Dále odpovídají vřichu!

13. Co by Vám ČR musela nabídnout, aby Vás to přimělo k návštěvě na delší dobu, např. ke strávení dovolené?

.....

14. Pokuste se nyní na základě svých zkušeností, informací, které máte z doslechu či z propagace ČR, zhodnotit Českou republiku jako turistickou destinaci. Každý atribut ohodnoťte na škále od 1 do 5, kde 1=výborné hodnocení a 5=nejhorší hodnocení.

*Pokyny: V každém řádku vyznačte jednu odpověď.*

A. Cenová dostupnost/variabilita	1	2	3	4	5
B. Rozmanitá nabídka trávení dovolené	1	2	3	4	5
C. Doprava na dovolenou	1	2	3	4	5
D. Stravování na dovolené	1	2	3	4	5
E. Ubytování na dovolené	1	2	3	4	5
F. Dostatek konkrétních informací o místě dovolené (podněti, možnosti nakupování apod.)	1	2	3	4	5
G. Nabídka a služby cestovních kanceláří	1	2	3	4	5
H. Osobní bezpečnost	1	2	3	4	5

15. Zaznamenal(a) jste za hranicemi ČR nějakou mediální propagaci ČR jako turistické destinace? Pokud ano, pokuste se vzpomenout, o jakou formu propagace se jednalo.

*Pokyny: Vyznačte všechny respondentovy odpovědi.*

Reklama v TV	1	Prezentace na výstavách, veletrzích	
Informační letáky	2	cestovního ruchu	5
Inzerce v tisku	3	Jiná forma	6
Prezentace na internetu	4	Nezaznamenal(a) žádnou propagaci	7

16. Nyní budeme hovořit o Vašich vydajích na tuto návštěvu ČR, o tom, kolik peněz jste zde utratil(a) a za jaké výrobky a služby. Řekněte mi nejdříve, zda budete hovořit pouze o vydajích za Vás osobně a nebo za více osob.

*Pokyny: Vyznačte jednu odpověď, příp. uveďte podty.*

Pouze za sebe	1	Počet: .....	Z toho děti do 15 let: .....
Za skupinu osob	2		

17. Kolik peněz celkem jste během tohoto Vašeho pobytu na území ČR utratil(a)?

Hodnota:               
 Měna: .....

**Filtr:** Na otázku 17a odpovídají pouze respondenti, kteří v otázce 17 uvedli částku vyšší než 3 000 USD/EUR/GBP/CHF nebo 100 000 CZK.

17a. Za jaké služby nebo zboží jste utratil(a) nejvíce z této částky?

18. Rozdělte tuto částku v procentech podle toho, za co jste výdaje vynaložil(a).

*Pokyny: Rozdělte částku uvedenou v otázce 10, součet musí dávat 100 %.*

Ubytování včetně snídaně, polopenze či plné penze	
Doprava (ceny jízdné popř. letensk., taxi, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn)	
Stravování v restauracích	
Zboží (suveníry, potraviny, oděvy, obuv, sklo, elektronika, dopravní prostředky, mapy, knihy, tabák, léky, šperky apod.)	
Ostatní – služby (vstupenky, kultura, muzea, památky, sport, kasina, pojištění, fakultativní výlety, zdravotní péče, ostatní služby apod.)	
<b>CELKEM</b>	100 %

19. Když byste měl(a) celkově zhodnotit své zkušenosti s návštěvou ČR, jak ji celkově hodnotíte, jak se Vám zde líbilo? Jakou zámku na stupnici od 1 do 5, kde 1 znamená velmi spokojen a 5 znamená zcela nespokojen, byste na základě své spokojenosti přiřadil(a)?

*Pokyny: Vyznačte jednu zámku*

+       -

S1. Kolik je Vám let?

**Děkujeme Vám za Vaše odpovědi. Pokyny: Dále zapínají pouze tazatel.**

S2. Pohlaví respondenta

Muž	1
Žena	2

S3. Hranici přechod

*Pokyny: Vypíšte název přechodu a místo dotazování (např. ČS Shell, Lidl, parkoviště ...).*

Název: ..... Místo: .....

S4. Datum a čas setkání:

den:   měsíc:   rok:      
 Hodina:   Minuta:

**PROHLÁŠENÍ TAZATELE:** Prohlašuji, že toto je přesný záznam odpovědi respondenta.

Vlastnoruční podpis: .....

Záznam STEM/MARK: Kód správnosti a pečlivosti vyplnění dotazníku:

# Realizátor projektu

## Společnost STEM/MARK

### Managing Director

Jan TUČEK

- **Telefon:** 225 986 826
- **E-mail:** tucek@stemmark.cz



### Senior Analyst

Markéta HÁJKOVÁ

- **Telefon:** 723 209 036
- **E-mail:** hajkova@stemmark.cz



### STEM/MARK, a.s.

Chlumčanského 5, 180 00 Praha 8

Telefon: 225 986 811

Fax: 225 986 860

E-mail: info@stemmark.cz

Web: <http://www.stemmark.cz>

IČO: 6185 9591, DIČ: CZ 6185 9591

Bankovní spojení: ČNB Praha 1, Na Příkopě 28,  
č.ú.:629001/0710