



## Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015

**Kvantitativní výzkum – počet návštěvníků a jejich výdaje, výsledky za červenec - září 2009**

**Říjen 2009** / Průběžná zpráva z exkluzivního výzkumu pro Ministerstvo pro místní rozvoj ČR / Jan Tuček, Bohdana Holá / STEM/MARK, a.s.



# OBSAH

<b>Obsah</b>	strana 02
<b>Východiska a parametry projektu</b>	strana 03
<b>Výsledky z dotazování v okolí hlavních hraničních přechodů</b>	
Shrnutí výsledků	strana 08
Ukazatel pro odhad počtu zahraničních a tranzitujících návštěvníků	strana 11
Deskripce zahraničních a tranzitujících návštěvníků	strana 13
<b>Výsledky z dotazování v okolí hraničních přechodů regionálního významu</b>	strana 57
<b>Příloha: Dotazníky</b>	strana 75
<b>Realizátor projektu</b>	strana 82

# Východiska a parametry projektu

## Zadání a cíle projektu

Zadavatelem projektu „Příjezdový cestovní ruch ČR 2009 – 2015“ je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Předmětem projektu je realizace šetření, jehož cílem je zajištění a zpracování dat pro sestavování a zpřesňování údajů o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků ČR a jejich výdajů pro účely zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR. Šetření je prováděno v okolí hlavních hraničních přechodů a v okolí hraničních přechodů regionálního významu. Dále jsou zjištěné hodnoty výdajů zahraničních návštěvníků a údaje o neplaceném ubytování verifikovány a upřesňovány.

Šetření probíhá v rámci rámcového projektu „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA)“, který je realizován v rámci Integrovaného operačního programu formou dvou oddělených projektů – projektu „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA) v rámci Cíle Konvergence“ a projektu „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA) v rámci Cíle Regionální konkurenceschopnost a nezaměstnanost“, které jsou financovány z prostředků Evropské unie a z prostředků státního rozpočtu České republiky.

Tato zpráva přináší informace z šetření za období červenec až září 2009. Výsledky šetření prováděné v okolí hlavních hraničních přechodů bylo možné vzhledem k tématické i metodické podobnosti srovnat s výsledky již realizovaných výzkumů.

Výsledky šetření prováděné v okolí hraničních přechodů regionálního významu srovnány být nemohly. Doporučujeme je brát orientačně, neboť sběr byl po dohodě se zadavatelem koncipován jako pilotní s primárním cílem zaměřit se na intenzitu provozu a strukturu zahraničních návštěvníků na vybraných přechodech prostřednictvím tzv. čárkování.

Zprava neobsahuje výsledky za verifikaci a upřesnění hodnot výdajů. Ty budou součástí závěrečné zprávy společně s výsledky za verifikaci neplaceného ubytování.

# 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: 1.7. – 30.9.2009 dle předem stanovených harmonogramů
- Místa dotazování v rámci šetření **v okolí hlavních hraničních přechodů**
  - silniční hraniční přechody: Aš, Břeclav, Bumbálka, Cínovec, Český Těšín, Dolní Dvořiště, Folmava, Harrachov, Hatě, Mikulov, Náchod, Pomezí, Rozvadov, Starý Hrozenkov, Strážný, Varnsdorf, Vojtanov, Železná Ruda,
  - železnice: Hlavní nádraží Praha, Nádraží Praha, Holešovice
  - letiště: Letiště Praha, Ostrava, Brno-Tuřany, Karlovy Vary, Pardubice

*Pozn.: Nově byl od 2. čtvrtletí 2009 mezi silniční hraniční přechody zařazen Český Těšín, který nahradil Chotěbuz, kde šetření v minulosti probíhalo. Tato záměna má za následek změny některých zjišťovaných charakteristik, např. typ návštěvníka, stát trvalého pobytu či navštívená místa*
- Místa dotazování v rámci šetření **v okolí hraničních přechodů regionálního významu**
  - silniční hraniční přechody: Bohumín, Boží dar, Broumov, Brumov-Bylnice, Bučina, České Velenice – Halámky, Dolní Lipka, Hevlín, Hnanice, Hodonín, Hora sv. Šebestiána, Hrádek nad Nisou, Hřensko, Kohútka, Královec, Krnov, Mikulovice, Mníšek, Mosty u Jablunkova, Nová Bystřice, Petrovice, Poštorná Břeclav, Slavonice, Stožec, Střelná, Studánky, Sudice, Svatá Kateřina, Velká nad Veličkou, Železná
  - železnice: Bohumín, Břeclav, České Budějovice, Domažlice, Cheb, Vsetín

*Pozn.: dotazování na železnicích probíhalo nejen na nástupištích uvedených nádraží, ale rovněž ve vybraných vlacích*

## Cílová skupina

- Cílovou skupinu tvoří zahraniční návštěvníci a to pouze tzv. účastníci cestovního ruchu odjíždějící s 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 návštěvníky**, tj. osoby s nebo bez přenocování v ČR, které územím ČR pouze projíždějí a hlavním cílem jejich cesty je jiný stát

# Východiska a parametry projektu

## Dotazníky

- Provádění šetření probíhá prostřednictvím pěti různých dotazníků
  - 1) dotazník pro zahraniční turisty („V“)
  - 2) dotazník pro jednodenní návštěvníky („J“)
  - 3) dotazník pro tranzitující návštěvníky („T“)
  - 4) dotazník pro ověřování výdajů („Výdajový koš zahraničních návštěvníků“)
  - 5) dotazník pro ověřování ubytování („Ubytování zahraničních turistů“)

*Pozn.: všechny tyto dotazníky jsou součástí přílohy této zprávy; dotazníky jsou přeloženy do 9 světových jazyků*

## Výběr respondentů, dotazovací situace

- V rámci provádění šetření **v okolí hlavních hraniční přechodů** je výběr respondentů kvótní, což znamená, že tazatel má stanovenou přesnou kvótu s kolika a s jakými zahraničními návštěvníky je potřeba rozhovor během směny provést. Při výběru respondentů využívá tazatel náhodný krok 5, osloví tedy každého pátého přecházejícího jedince, u kterého nejprve ověří, zda se jedná o cizince a zda spadá do cílové skupiny. Poté zaznamená to, zda se jedná o zahraničního turistu, jednodenního návštěvníka či tranzitujícího návštěvníka (tj. čárkování) a s respondentem provede rozhovor (tj. dotazování) za předpokladu, že respondent vyhovuje kvótám a je ochoten se dotazování zúčastnit. Po skončení rozhovoru pokračuje tazatel oslovením opět pátého přecházejícího jedince. V rámci této činnosti tedy probíhá dotazování a čárkování současně.
- V rámci provádění šetření **v okolí hraničních přechodů regionálního významu** probíhá dotazování a čárkování zvlášť v jiném čase a místě. Během tzv. čárkovacích směn, které probíhají v bezprostřední blízkosti hraničních přechodů, zaznamenává tazatel počet aut / pěších / cyklistů a u zastavených osob zjištěnou skupinu (zahraniční turista – jednodenní návštěvník – tranzitující návštěvník). Během tzv. dotazovacích směn, které probíhají na místech, kde se cizinci účelně zastavují (čerpací stanice, parkoviště, freeshopy, obchodní centra, motoresty, ...), provádí tazatel dotazování respondentů, přičemž výběr respondentů je náhodný (nikoliv kvótní) a podle intenzity výskytu cílových osob je využíván náhodný krok 3 (pro přechody resp. místa s vyšší intenzitou) nebo 1 (pro přechody resp. místa s nižší intenzitou).

# Východiska a parametry projektu

## Harmonogram sběru dat

- Časový rámec dotazování se liší v závislosti na typu přechodu. Na silničních přechodech je dotazování rozloženo rovnoměrně v čase, na železnicích a letištích odpovídá aktuálním železničním resp. letovým řádům.
- Dotazování v okolí hlavních silničních přechodů je rozloženo do 3 časových pásem (6:00 – 11:30, 11:30 – 17:30, 17:30 – 23:00 h). Během půlročního sběru je naplánováno celkem 24 směn, přičemž 21 z nich je rovnoměrně rozloženo tak, aby byla pokryta všechna časová pásma a všechny dny v týdnu (7 dní x 3 pásma) a zbývající 3 směny připadají na tzv. mimořádné dny (svátky, významné dny, prázdniny, ...). Při sestavování harmonogramu sběru dat jsme se opírali o zkušenosti z minulých výzkumů tak, aby nedošlo k narušení kompatibility výsledků.
- Dotazování v okolí silničních přechodů regionálního významu je rozloženo do 2 časových pásem (6:00 – 14:30, 14:30 – 23:00 h). Během ročního sběru je naplánováno celkem 16 směn, přičemž 14 z nich je rovnoměrně rozloženo tak, aby byla pokryta všechna časová pásma a všechny dny v týdnu (7 dní x 2 pásma) a zbývající 2 směny připadají na tzv. mimořádné dny. Teprve vlastní dotazování ukázalo potřebu harmonogram přizpůsobit praxi zjištěným skutečnostem.

## Metodické poznámky

- Výsledky za rok 2009 již zahrnují data z mimopražských letišť (Ostrava, Brno-Tuřany, Pardubice, Karlovy Vary). Výsledky za loňský rok, kdy šetření na těchto letištích již probíhalo, v grafech zahrnuty nejsou. Vzhledem k nízkému podílu těchto letišť na celkovém počtu přepravených cestujících je vliv přidání výsledků za tato letiště na strukturu zahraničních návštěvníků a většinu charakteristik u nich zjišťovaných víceméně zanedbatelný.
- Celkové informace poskytované bez ohledu na typ návštěvníka jsou převáženy podle zastoupení jednotlivých typů návštěvníků zaznamenaných metodou náhodného kroku.
- Informace o finančních částkách, které zahraniční a tranzitující návštěvníci v ČR utratili, jsou uváděny v českých korunách (CZK). Konstrukce některých ukazatelů - průměrných výdajů na osobu a den či průměrných počtů přenocování - jsou zatíženy určitým zkreslením, zejména z důvodu výskytu extrémních hodnot. Z tohoto důvodu byl použit modifikovaný 0,2% průměr, pomocí kterého bylo oříznuto 0,1 % extrémních hodnot v maximu a v minimu.



# VÝSLEDKY Z DOTAZOVÁNÍ V OKOLÍ HLAVNÍCH HRANIČNÍCH PŘECHODŮ



# SHRnutí VÝSLEDKŮ



# Shrnutí výsledků

Během druhého čtvrtletí 2009 jsme na **hlavních hraničních přechodech** zjistili typ návštěvníka tzv. „čárkováním“ u více než 12,5 tisíc cizinců, účastníků cestovního ruchu. 45 % z tohoto počtu představovali jednodenní návštěvníci; 42,1 % zahraniční turisté a 12,9 % tranzitující návštěvníci. Kompletní rozhovor jsme provedli s více než 6800 respondenty. Tématicky a metodicky jsme tím navázali na šetření, které naše agentura realizovala již od roku 2005, mohli jsme si proto dovolit v letošním čtvrtletí zjištěné výsledky porovnat s výsledky zjištěnými v minulých letech. Meziroční porovnání výsledků přineslo několik ne zcela zanedbatelných změn, pro které existuje několik vysvětlení. Jedním z nich je dopad finanční krize, která více či méně ovlivňuje chování lidí, firem i ekonomik států. Finanční krize se na příjezdovém cestovním ruchu ČR odráží v poklesu významu nákupních a obchodních cest (mezi důvody návštěvy i podle frekvence návštěv). Na zvyšující se podíl osob přijíždějících za rekreací a zábavou může mít vliv také oslabený kurz koruny nebo příznivější počasí ve srovnání s loňským rokem. V datech za 3. čtvrtletí lze objevit i odraz takových událostí, jako byla návštěva papeže.

## Jednodenní návštěvníci

Skupinu jednodenních návštěvníků reprezentují obyvatelé sousedních států – nejčastěji Němci. Je pro ně typická velmi častá frekvence návštěv – 2/3 z nich sem jezdí minimálně 1x měsíčně. Hlavním důvodem pro návštěvu ČR jsou nákupy (i když meziročně zaznamenáváme výrazný pokles podílu nákupních cest). Převažujícím důvodem návštěvy odpovídají i navštívené destinace (příhraniční nákupní místa) nebo také struktura výdajů. Nejvíce utrácejí jednodenní návštěvníci za nákup zboží a pohonných hmot. Výdaje jednodenních návštěvníků meziročně poklesly o 2 %.

# Shrnutí výsledků

## Zahraniční turisté

Zahraniční turisté přijíždějí do ČR nejčastěji z Německa a Velké Británie. Necelou polovinu zahraničních turistů tvoří obyvatelé sousedních států. Frekvence návštěv je v porovnání s jednodenními návštěvníky výrazně nižší, přesto téměř polovina z nich navštíví ČR alespoň 1x ročně. Do České republiky jezdí především za rekreací a poznáním či na návštěvu příbuzných a známých. Častým důvodem jsou i obchodní cesty, i když se jejich podíl meziročně omezil. Centrem zájmu zahraničních turistů je Praha a další velká a turisticky atraktivní města. Průměrná délka pobytu se prodloužila, činí 4,7 dne. Zahraniční turisté se nejčastěji ubytovávají v hotelech. Omezil se podíl neplaceného ubytování v soukromí, což souvisí s poklesem návštěv příbuzných a známých. Výdaje zahraničních turistů se meziročně zvýšily o 8%, struktura výdajů není tak homogenní jako u jednodenních návštěvníků – rovnoměrně utrácejí za zboží, stravování či ubytování.

## Tranzitující návštěvníci

Tranzitující návštěvníci se na celkovém počtu cizinců podílejí 12,9 %. Nejčastěji se jedná o Poláky, ČR využívají jako tranzitní zemi poměrně často. Míří do některé ze sousedních zemí a to nejčastěji za obchodem, oproti druhému čtvrtletí přibylo tranzitů na dovolenou. Při cestování do cizích zemí mají tito návštěvníci největší zájem o prohlídky místních památek, pobyty u vody či poznávání kultury. Polovina z nich plánuje v ČR strávit v příštích 3 letech dovolenou, přičemž nejvíce je lákají památky, architektura, kultura, historie a příroda. ČR hodnotí jako cenově dostupnou turistickou destinaci s dostatečnou nabídkou ubytovacích a stravovacích služeb. Postrádají lepší nabídku CK a rozmanitost nabídky pro trávení volného času. Kampaň na propagaci ČR za hranicemi ČR zaznamenaly více než 2/3 respondentů.



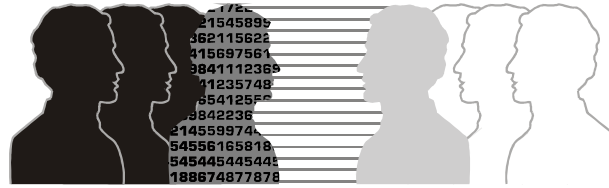
# UKAZATEL PRO ODHAD POČTU ZAHRANIČNÍCH A TRANZITUJÍCÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ

# Celkové výsledky „čárkování“

Podíl a počet osob zaznamenaných metodou náhodného kroku  
červenec 2009 - září 2009

	Zahraniční turista	Jednodenní návštěvník	Tranzitující návštěvník	Celkem
N	5 341	5 703	1 631	<b>12 675</b>
%	42,1	45,0	12,9	<b>100,0</b>

	Zahraniční turista		Jednodenní návštěvník		Tranzitující návštěvník		Celkem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
2009	5 341	42,1	5 703	45,0	1 631	12,9	12 675	100,0
2008	5 944	41,6	6 267	43,8	2 094	14,6	14 305	100,0
2007	7 560	42,1	7 700	42,9	2 690	15,0	17 950	100,0
2006	6 547	41,5	6 759	42,8	2 486	15,7	15 792	100,0

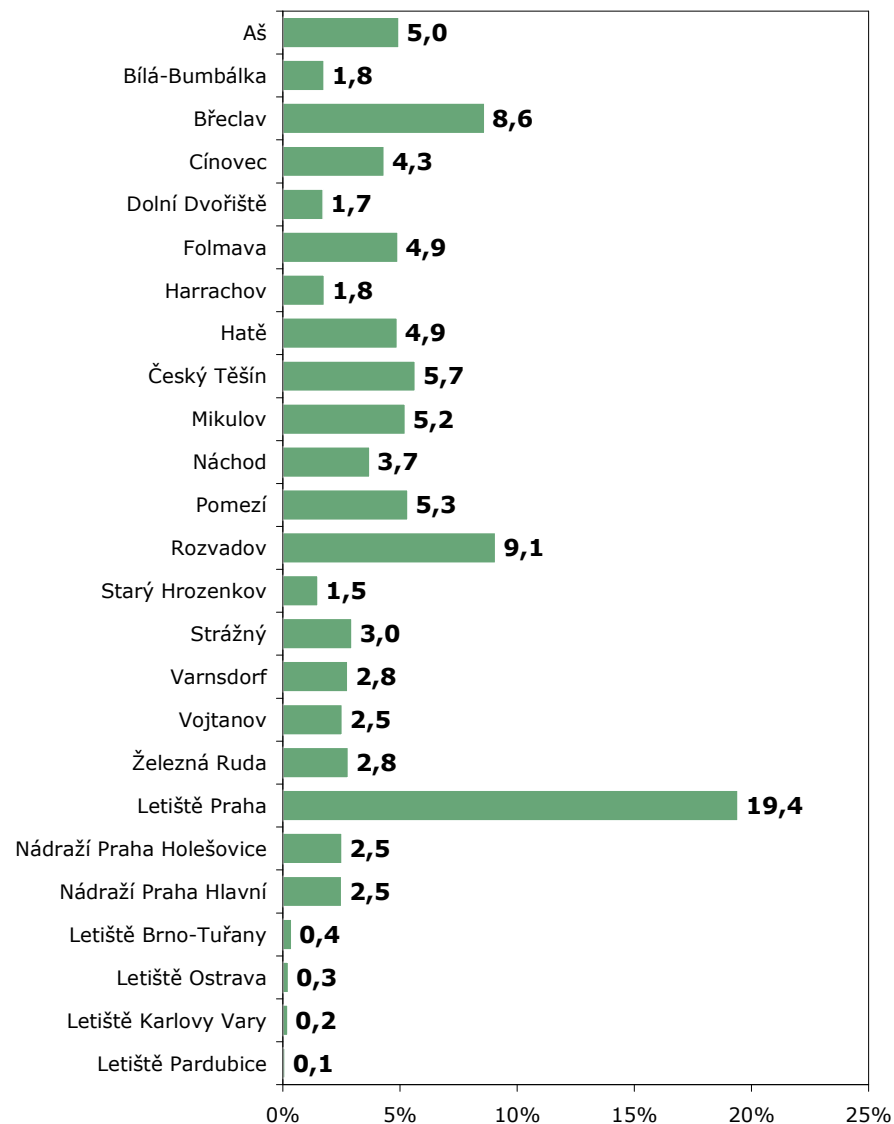
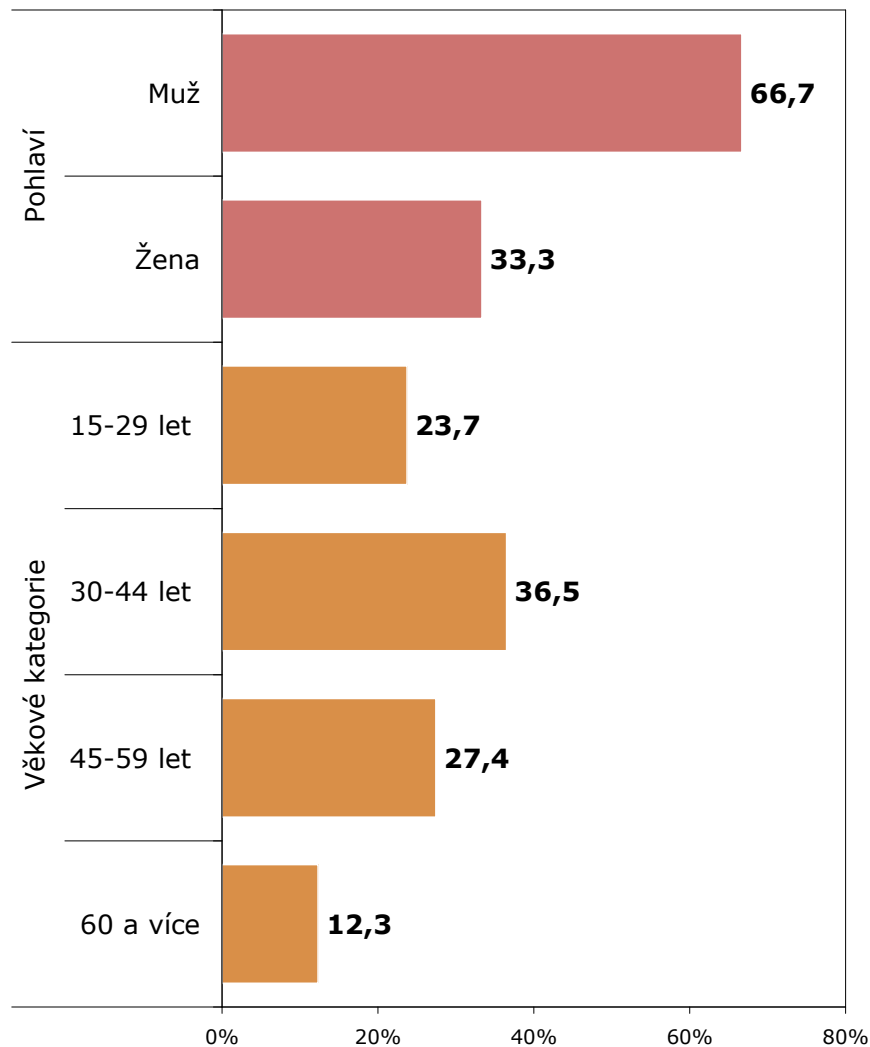


# DESKRIPCE ZAHRANIČNÍCH A TRANZITUJÍCÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ

# Struktura zahraničních návštěvníků

## Struktura vzorku

ZÁKLAD: Všichni respondenti, N=6818 (2009)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Stát trvalého pobytu

Nejvíce cizinců do naší republiky jezdí dlouhodobě z Německa. Ve třetím čtvrtletí 2009 se Němci podíleli na celkovém počtu cizinců 37 %. Více než 4 z 5 cizinců z Německa jsou obyvateli spolkových zemí sousedících s ČR (Bavorsko – 54,5 %, Sasko – 28,2 %). Dále k nám nejčastěji jezdí obyvatelé dalších sousedních států (Polsko – 16 %, Slovensko – 10 %, Rakousko – 9 %).

Jednodenní návštěvníci ČR jsou nejčastěji (z 97%) obyvatelé sousedních zemí. Jedná se o občany Německa (57 %), Polska (22 %), Slovenska (9 %), Rakouska (9 %). Téměř 90 % jednodenních návštěvníků z Německa je ze spolkových zemí sousedících s ČR (Bavorsko – 63 %, Sasko – 29 %).

*Pozn.: Meziroční nárůst Poláků resp. pokles Němců je částečně zapříčiněn výměnou přechodu Chotěbuz za Český Těšín, pokles podílu Němců lze dále vysvětlit finanční krizí, která má v Německu hlubší dopad – Němci sem jezdí méně často na nákupy.*

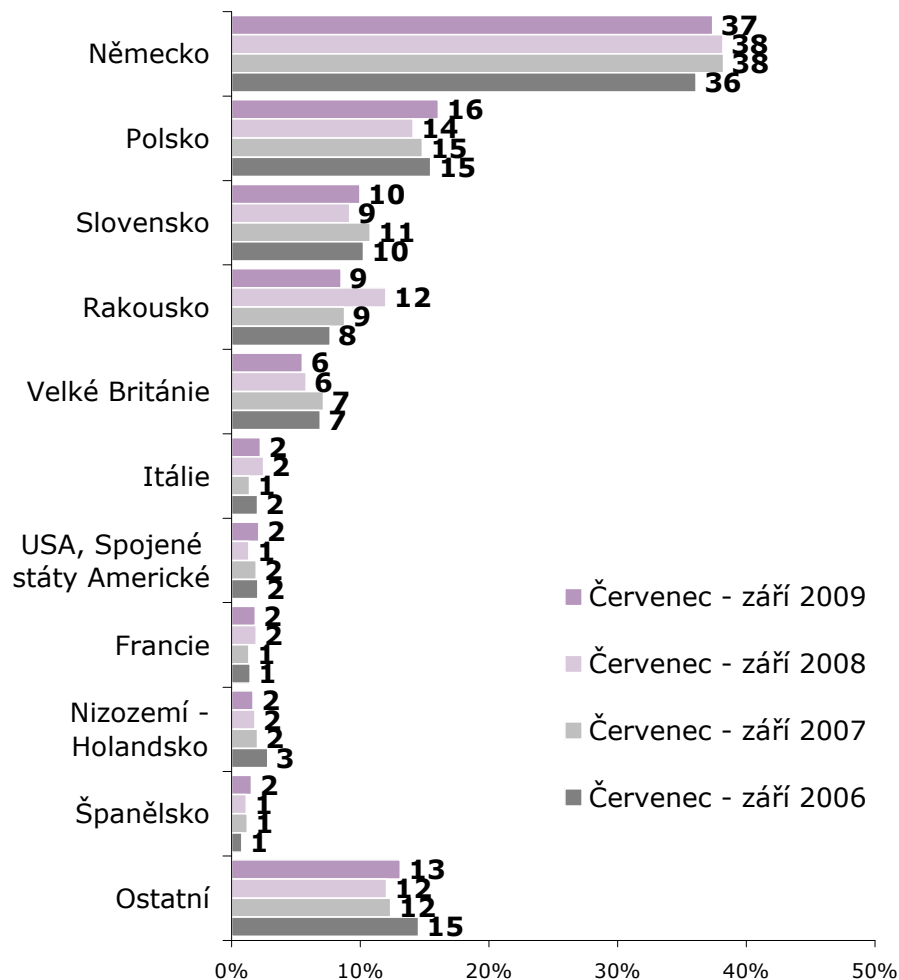
Struktura zahraničních turistů podle státu trvalého pobytu se meziročně výrazně nezměnila. Zahraniční turisté pocházejí nejčastěji z Německa (22 %) a Velké Británie (13 %). Meziročně pokračuje pokles podílu návštěvníků z Velké Británie. Loňský nárůst podílu Rakušanů mezi zahraničními turisty byl přechodný. Obyvatelé sousedních států představují 44 % všech zahraničních turistů.

Českou republiku jako tranzitní zemi využívají nejčastěji Poláci (29 %). I když již čtvrté čtvrtletí po sobě zaznamenáváme výrazný meziroční pokles jejich podílu ve skupině tranzitujících návštěvníků. To může být zapříčiněno např. rozvojem dálniční sítě v sousedních zemích (Slovensko) a vznikem nových tras do cílových zemí. Svou roli také hraje výměna přechodu Chotěbuz (s vysokým podílem tranzitujících) za Český Těšín (nákupní jednodenní přechod).

## BEZ OHLEDU NA TYP NÁVŠTĚVNÍKA Stát trvalého pobytu

**OTÁZKA:** Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

**ZÁKLAD:** Všichni respondenti, N=6818 (2009), n=5537 (2008), n=6404 (2007), n=6370 (2006)

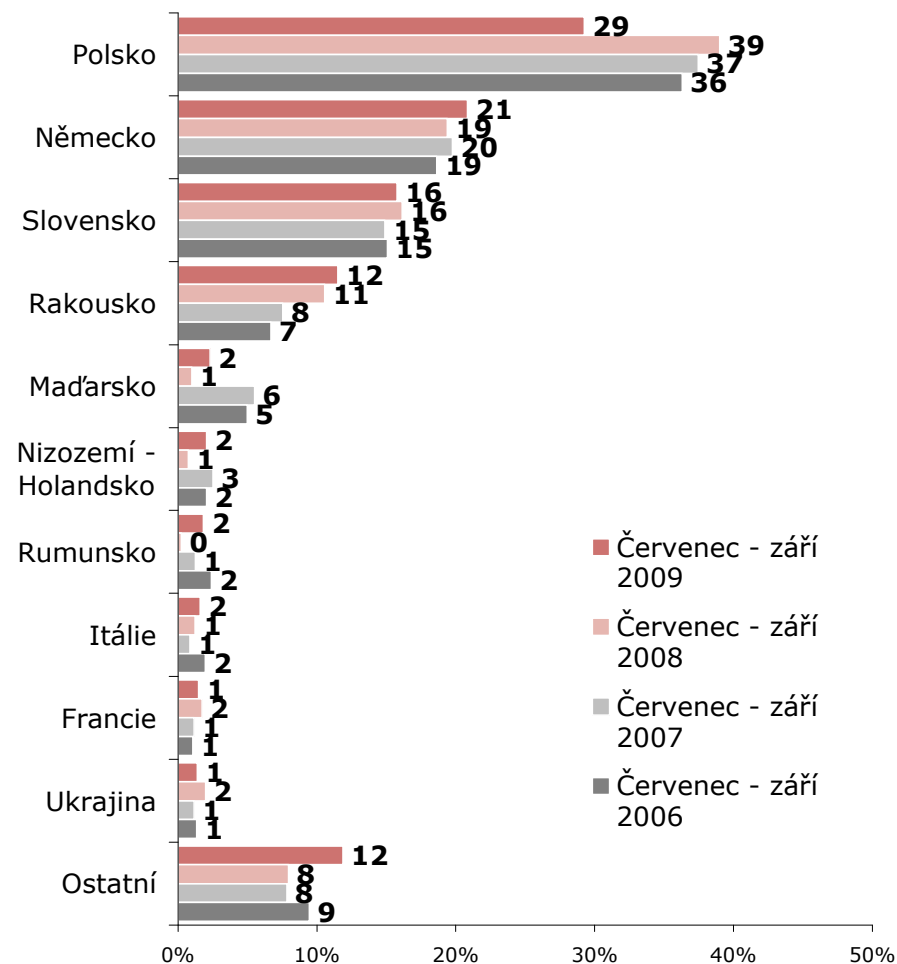


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Stát trvalého pobytu

**OTÁZKA:** Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009), n=805 (2008), n=1033 (2007), n=1122 (2006)



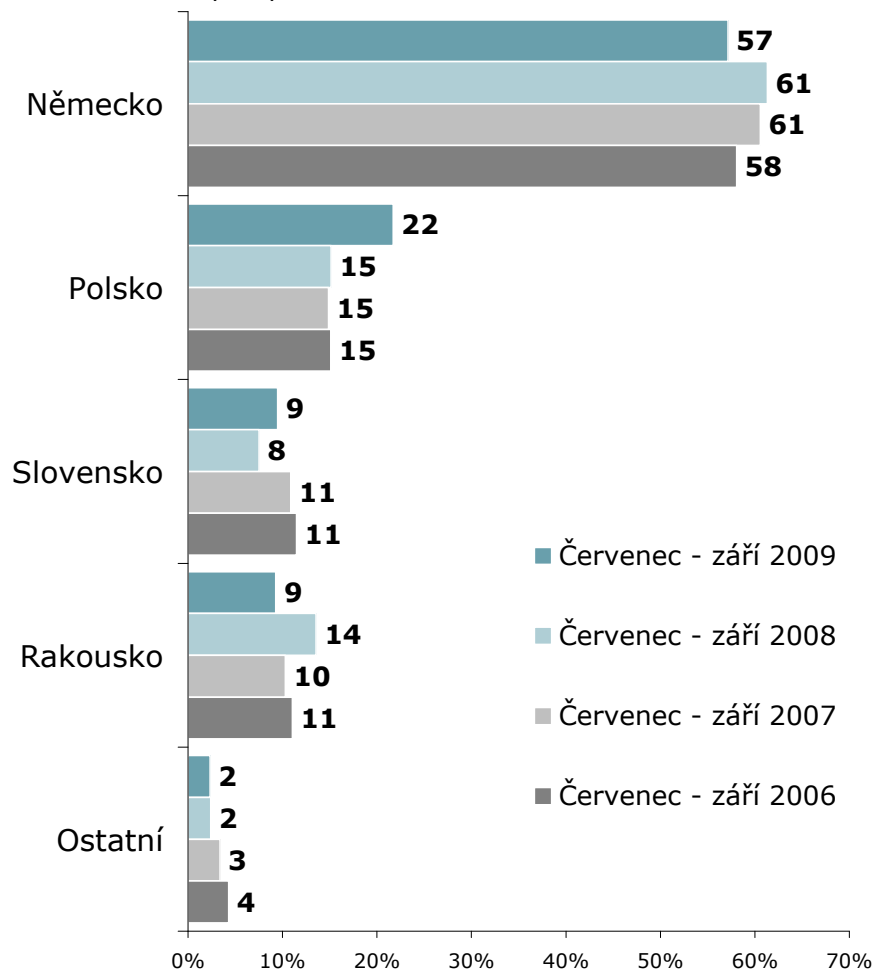
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI: Stát trvalého pobytu

**OTÁZKA:** Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

**ZÁKLAD:** Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009), n=2336 (2008), n=2550 (2007), n=2408 (2006)

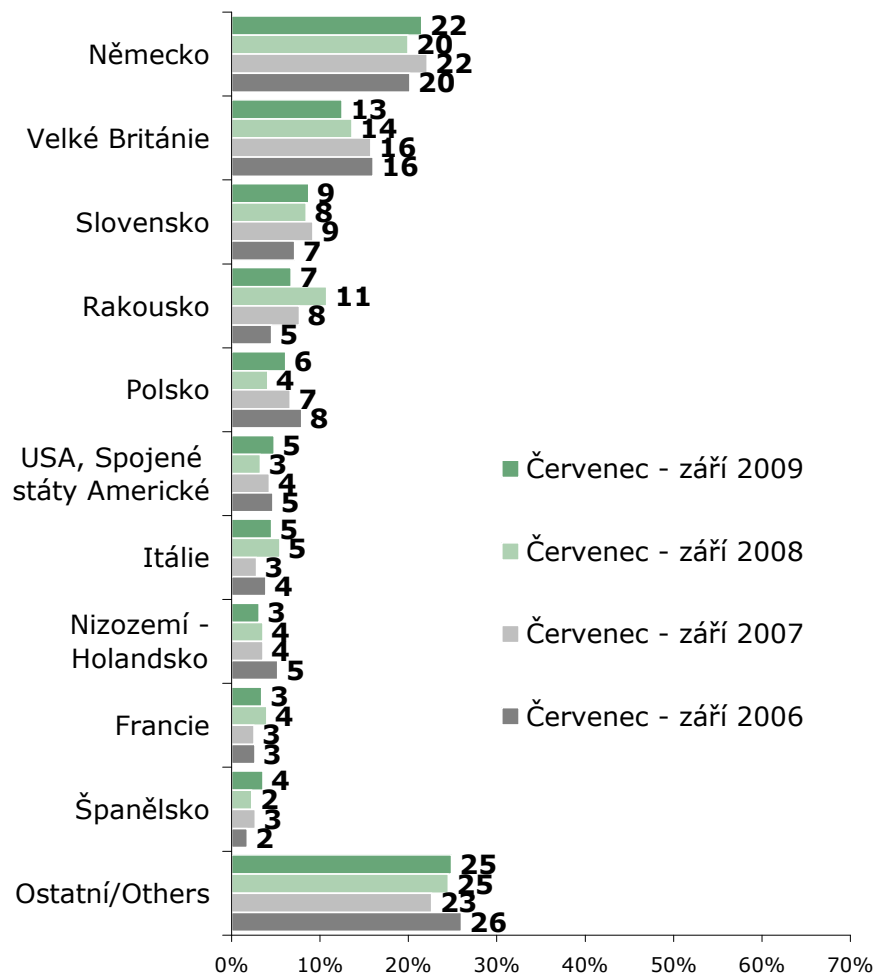


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ Stát trvalého pobytu

**OTÁZKA:** Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

**ZÁKLAD:** Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Hlavní důvod návštěvy

Nákupy byly dlouhodobě převažujícím důvodem návštěvy ČR. Tato standardní situace se však v posledním roce postupně mění. Dlouhodobě se meziročně zvyšuje podíl osob cestujících za rekreací, volným časem, zábavou a poznáváním, takže ve třetím čtvrtletí 2009 již byl podíl tohoto důvodu pouhé jedno procento za podílem nákupů. Podobně dlouhodobý je meziroční pokles podílu obchodních cest. Podíl nákupů jako hlavního důvodu návštěvy se meziročně snižuje poslední dvě čtvrtletí (meziroční pokles nákupních cest o 3 p.b. ve skupině jednodenních návštěvníků dokonce o 8 p.b.).

Změnu ve struktuře důvodů návštěvy ČR lze pravděpodobně vysvětlit těmito skutečnostmi:

-> finanční krize, která omezuje cesty za nákupy a obchodem zvláště u Němců (kde nákup jako hlavní důvod cesty dlouhodobě převažuje nad ostatními, meziročně však ve třetím čtvrtletí 2009 poklesl z téměř 60 na 52%)

-> ve srovnání s loňským rokem příznivější počasí, které opět pozitivně působí na růst cest za rekreací a za zábavou.

Nárůst podílu „návštěvy sportovní nebo kulturní akce či festivalu“ z 1% na 4% lze spojit s návštěvou papeže na konci září a považovat za jednorázový výkyv.

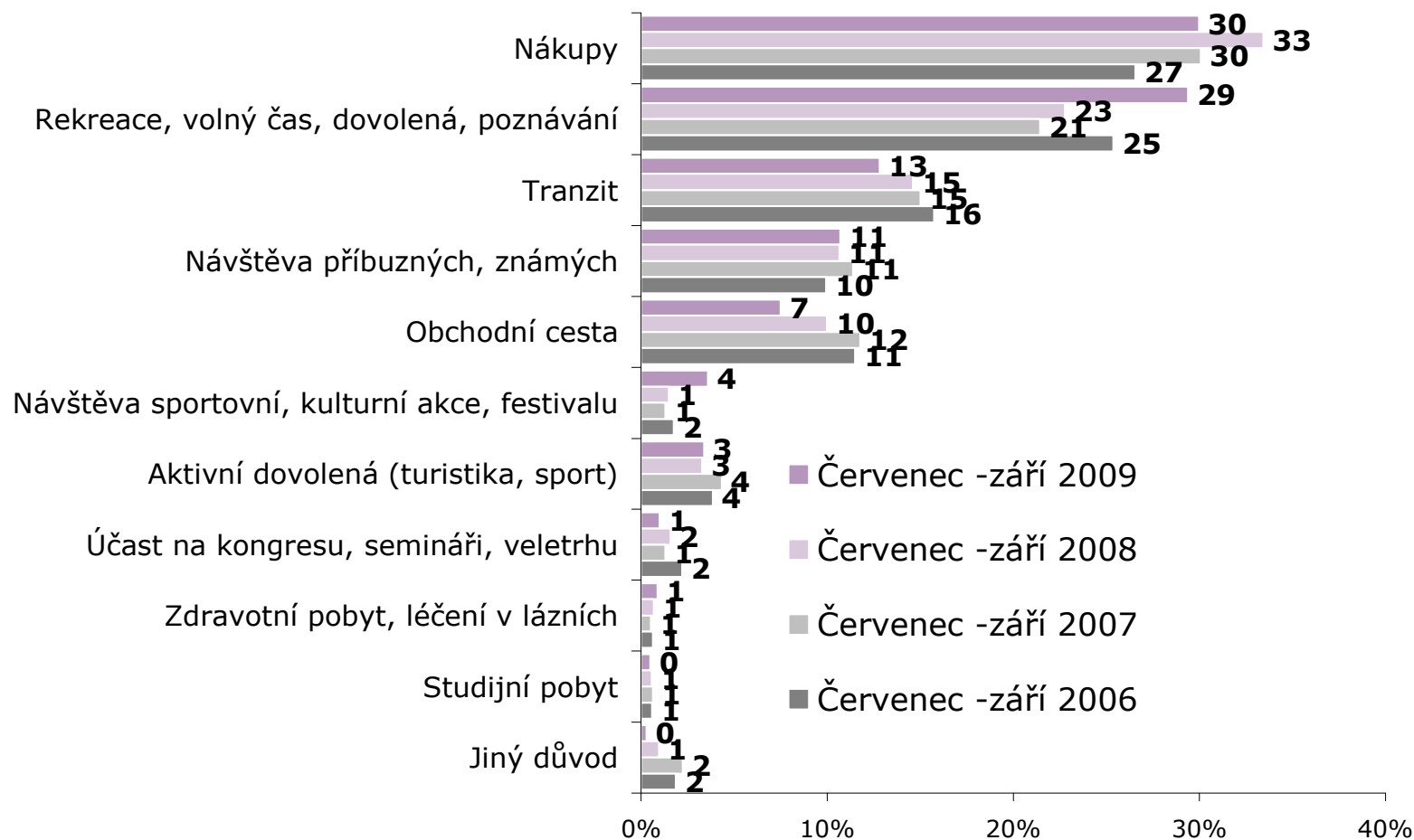
Změna ve struktuře důvodů návštěvy ČR má za následek změny v některých dalších charakteristikách, které výzkumem zjišťujeme.

## BEZ OHLEDU NA TYP NÁVŠTĚVNÍKA

### Hlavní důvod návštěvy ČR

**OTÁZKA:** Jaký byl hlavní důvod této Vaší návštěvy v ČR?

**ZÁKLAD:** Všichni respondenti, N=6818 (2009), n=5537 (2008), n=6404 (2007),

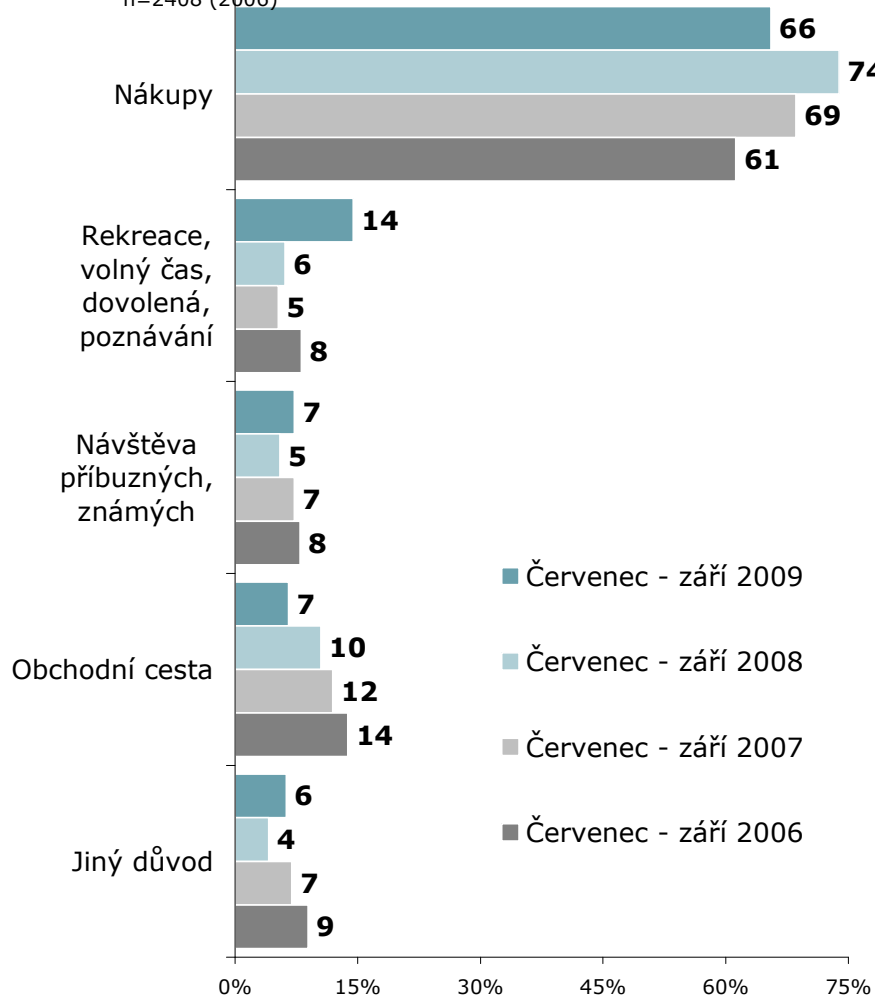


ZDROJ: STEM/MARK, Příkladový cestovní pohyb 2009 - 2015, červenec - září 2009

## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI Hlavní důvod návštěvy ČR

**OTÁZKA:** Jaký byl hlavní důvod této Vaší návštěvy v ČR?

**ZÁKLAD:** Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009), n=2336 (2008), n=2550 (2007), n=2408 (2006)

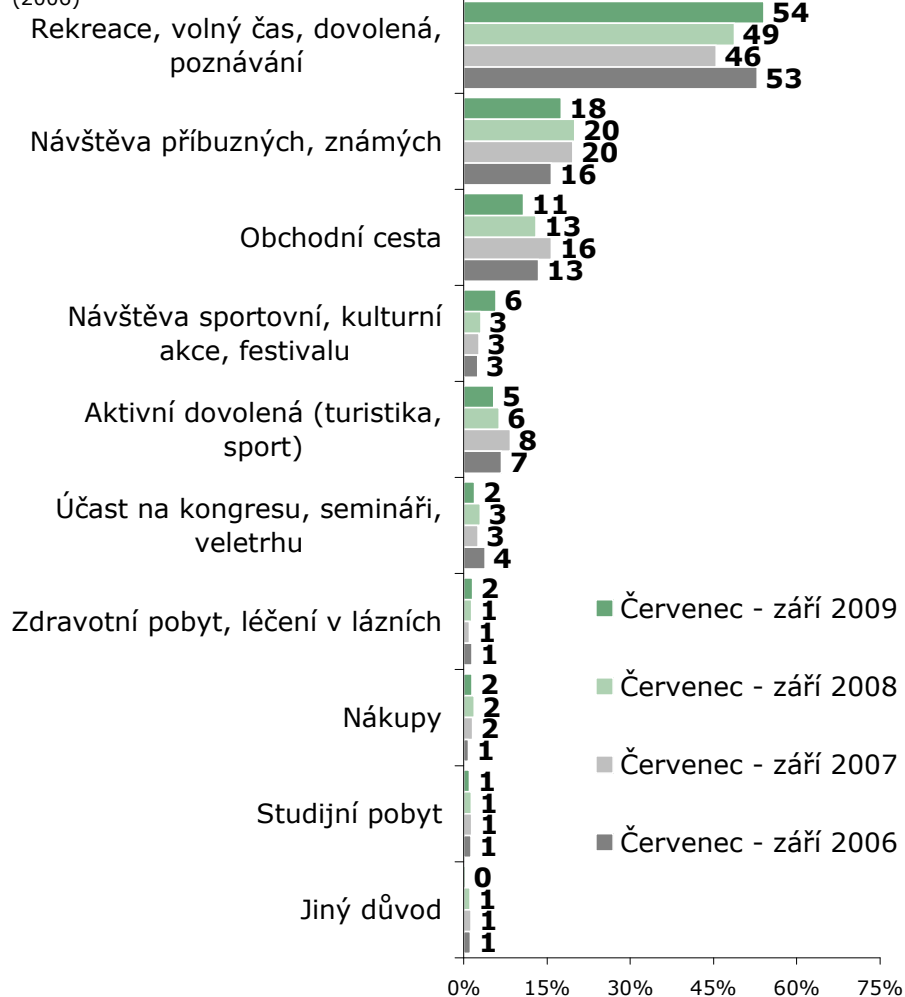


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ Hlavní důvod návštěvy ČR

**OTÁZKA:** Jaký byl hlavní důvod této Vaší návštěvy v ČR?

**ZÁKLAD:** Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Frekvence návštěv ČR

Frekvence návštěv byla v čase velmi stabilní charakteristika, která se dlouhodobě meziročně prakticky neměnila. Z analýz vyplývá, že velmi úzce souvisela a souvisí s důvodem návštěvy ČR a se zemí bydliště. S výrazným poklesem podílu nákupních cest, které jsou velmi frekventované, poklesla i celková frekvence návštěv ČR. K nárůstům podílů dochází až u návštěv s roční periodicitou a to u všech skupin zahraničních návštěvníků.

Jednodenní návštěvníci jezdí do České republiky mnohem častěji než ostatní skupiny cizinců. Důvodem je to, že se jedná z větší části o obyvatele sousedních států, kteří to sem mají blízko, a jsou zvyklí sem jezdit pravidelně (zejména na nákupy). Téměř 2/3 z nich sem jezdí minimálně jednou do měsíce.

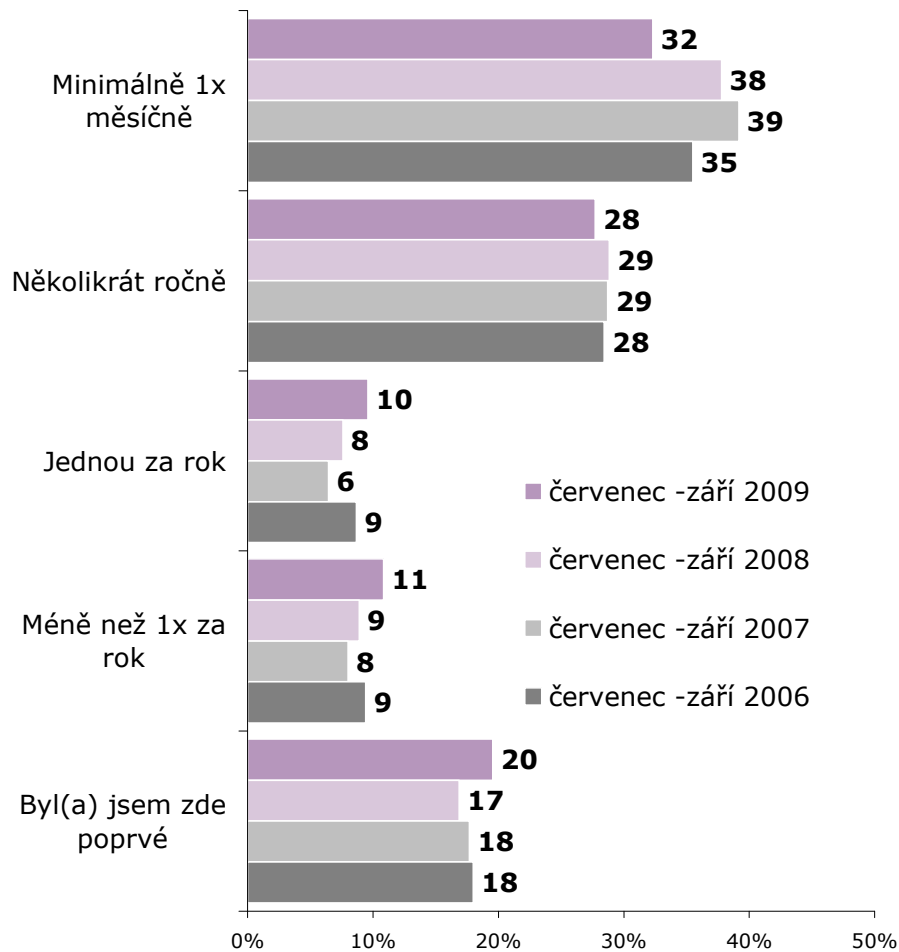
U zahraničních turistů je frekvence návštěv výrazně nižší, přesto téměř polovina z nich navštíví ČR minimálně 1x ročně. Vůbec první návštěvu ČR absolvovalo 39 % zahraniční turistů.

Tranzitující návštěvníci využívají ČR k průjezdu do/z jiné země velmi často. Meziročně ale pokračuje trend snižování frekvence průjezdů Českou republikou.

## BEZ OHLEDU NA TYP NÁVŠTĚVNÍKA Frekvence návštěv ČR

**OTÁZKA:** Jak často navštěvujete Českou republiku?

**ZÁKLAD:** Všichni respondenti, N=6818 (2009), n=5537 (2008), n=6404 (2007), n=6370 (2006)

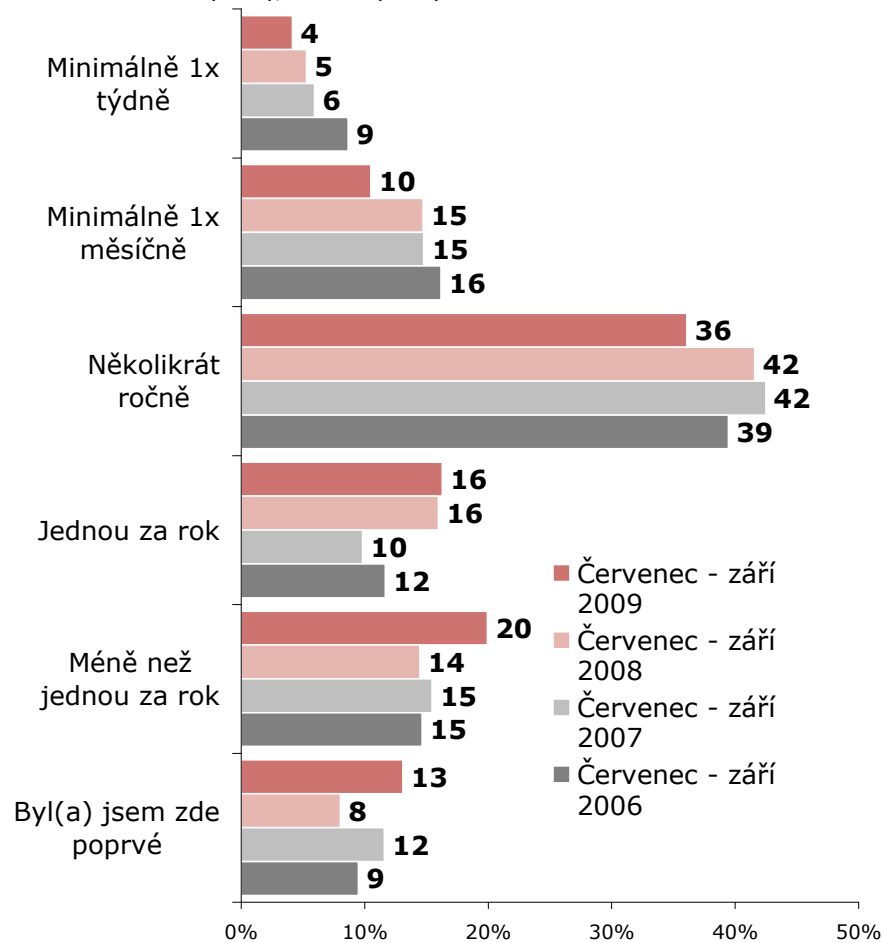


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Frekvence návštěv ČR

**OTÁZKA:** Jak často navštěvujete Českou republiku?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009), n=805 (2008), n=1033 (2007), n=1122 (2006)

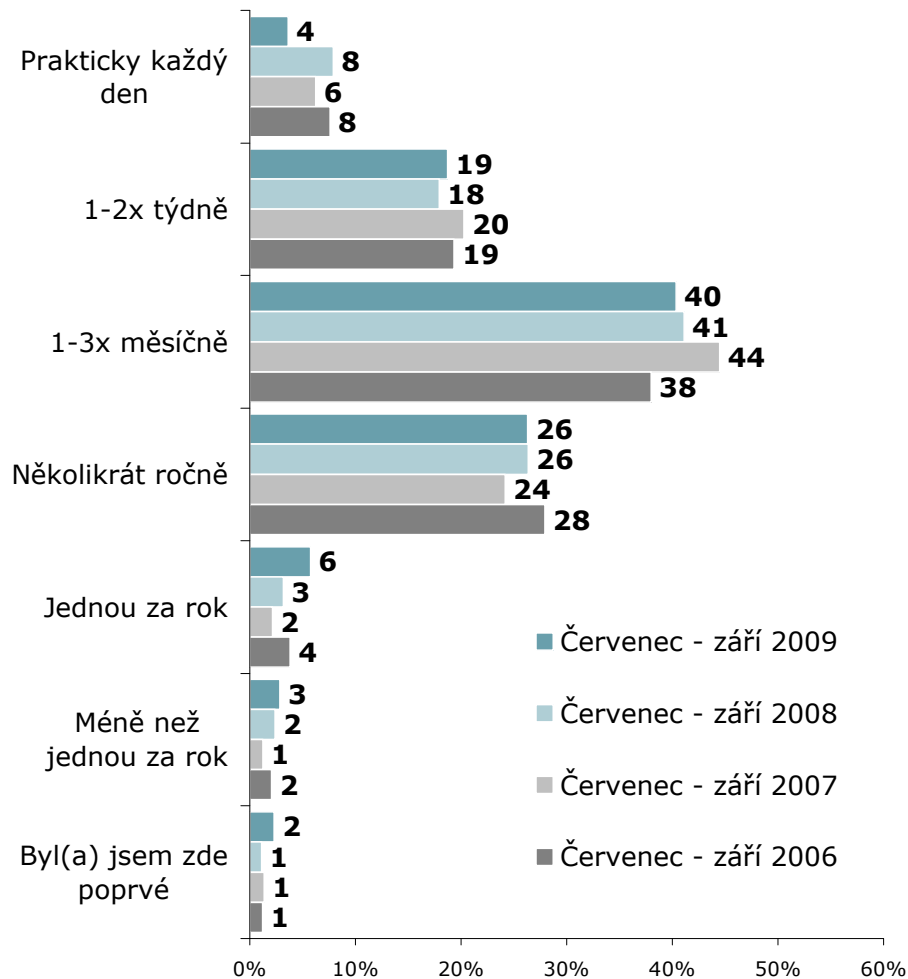


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI Frekvence návštěv ČR

**OTÁZKA:** Jak často navštěvujete Českou republiku?

**ZÁKLAD:** Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009), n=2336 (2008), n=2550 (2007), n=2408 (2006)

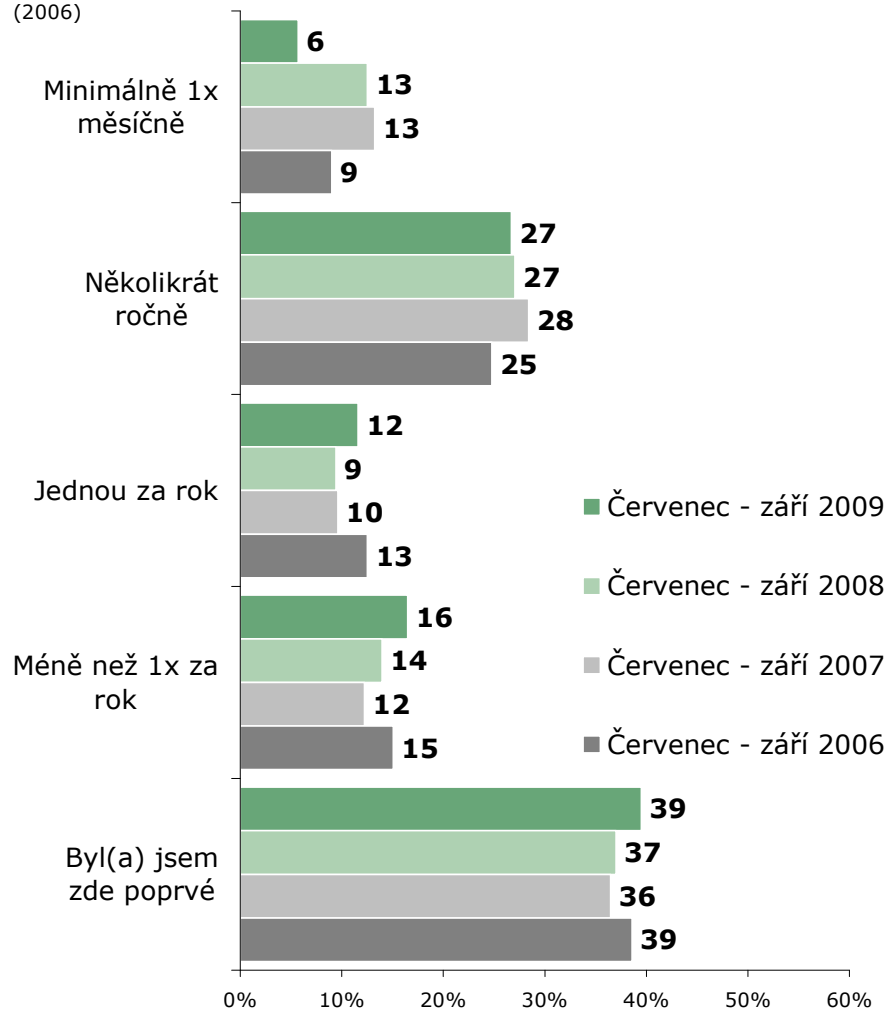


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ Frekvence návštěv ČR

**OTÁZKA:** Jak často navštěvujete Českou republiku?

**ZÁKLAD:** Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Forma návštěvy

Forma návštěvy patří k charakteristice, která byla v čase dlouhodobě stabilní. Z důvodu poklesu návštěv za účelem obchodu poklesl podíl služebních cest. U jednodenních návštěvníků i zahraničních turistů je typická individuální forma návštěvy ČR. Podíl těch, kteří do ČR přicestovali individuálně se meziročně zvýšil jak u jednodenních návštěvníků (o 4,3 p.b.), tak u zahraničních turistů (o 6,7 p.b.).

*Pozn.:*

- *graf na následující straně ukazuje formu návštěvy pouze za jednodenní návštěvníky a zahraniční turisty – tranzitujících návštěvníků se na tuto otázku neptáme.*
- *údaje v grafech jsou zaokrouhleny na celá procenta, což opticky zvětšuje rozdíly.*

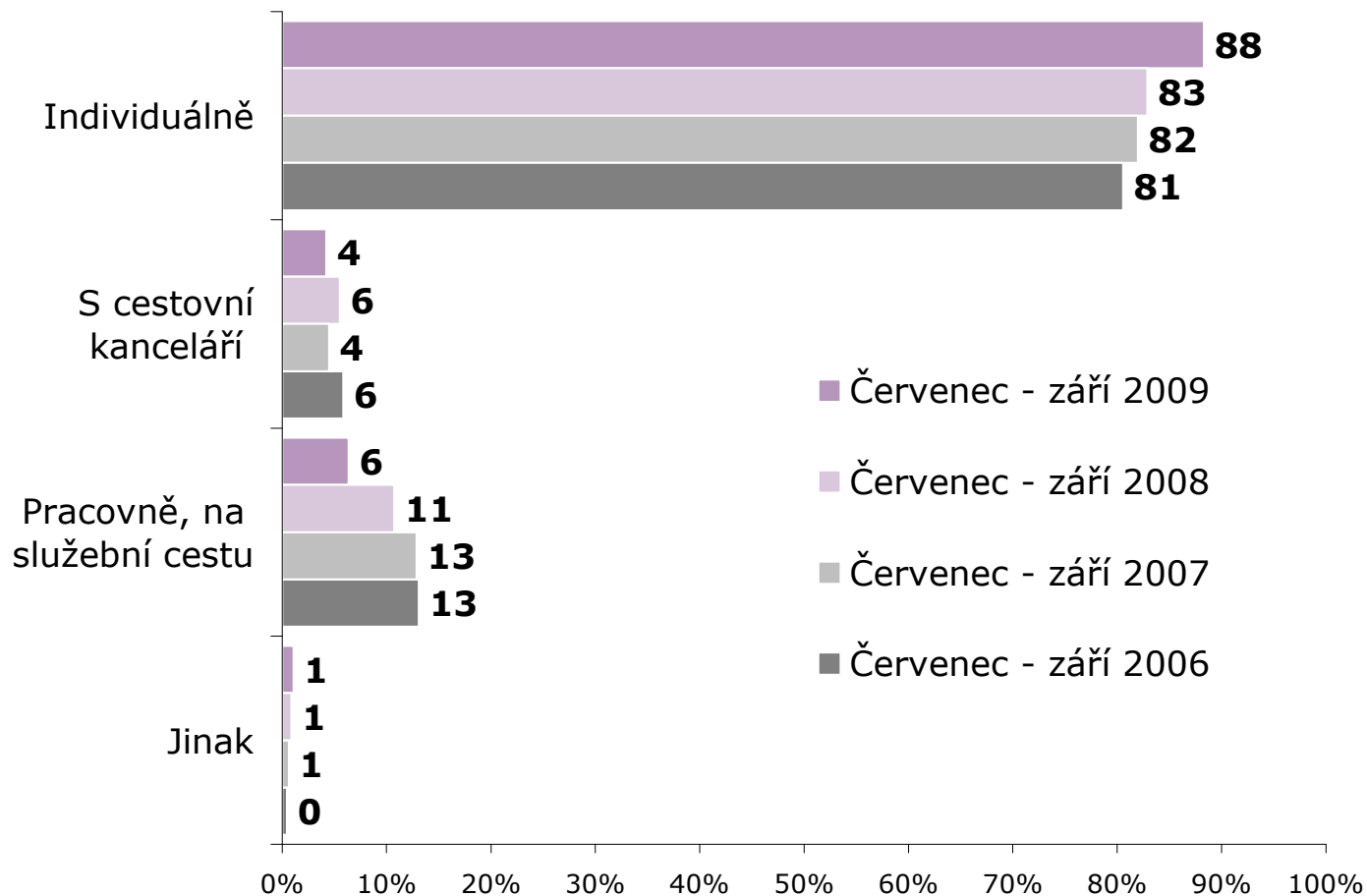


## ZAHRANIČNÍ NÁVŠTĚVNÍCI CELKEM

### Forma návštěvy ČR

**OTÁZKA:** Přijel(a) jste na tuto návštěvu ČR individuálně, prostřednictvím cestovní kanceláře /agentury nebo pracovně?

**ZÁKLAD:** Zahraniční návštěvníci, n=5949 (2009), n=4732 (2008), n=5371 (2007), n=5248 (2006)

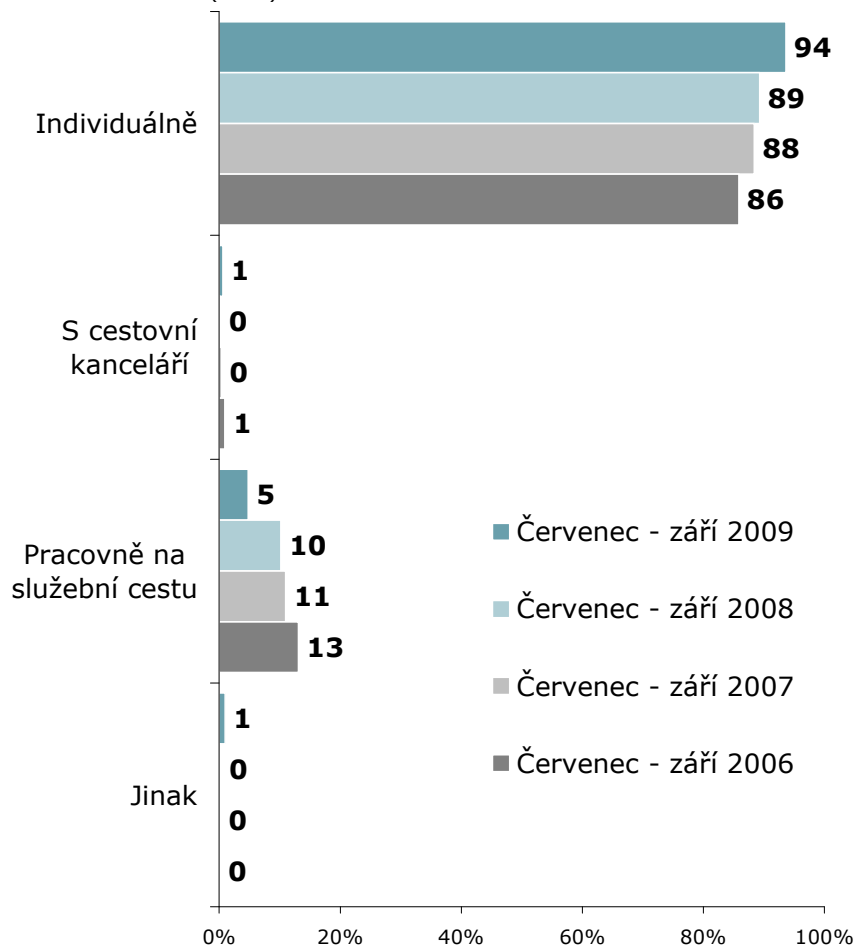


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI Forma návštěvy ČR

**OTÁZKA:** Přijel(a) jste na tuto návštěvu ČR individuálně, prostřednictvím cestovní kanceláře /agentury nebo pracovně?

**ZÁKLAD:** Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009), n=2336 (2008), n=2550 (2007), n=2408 (2006)

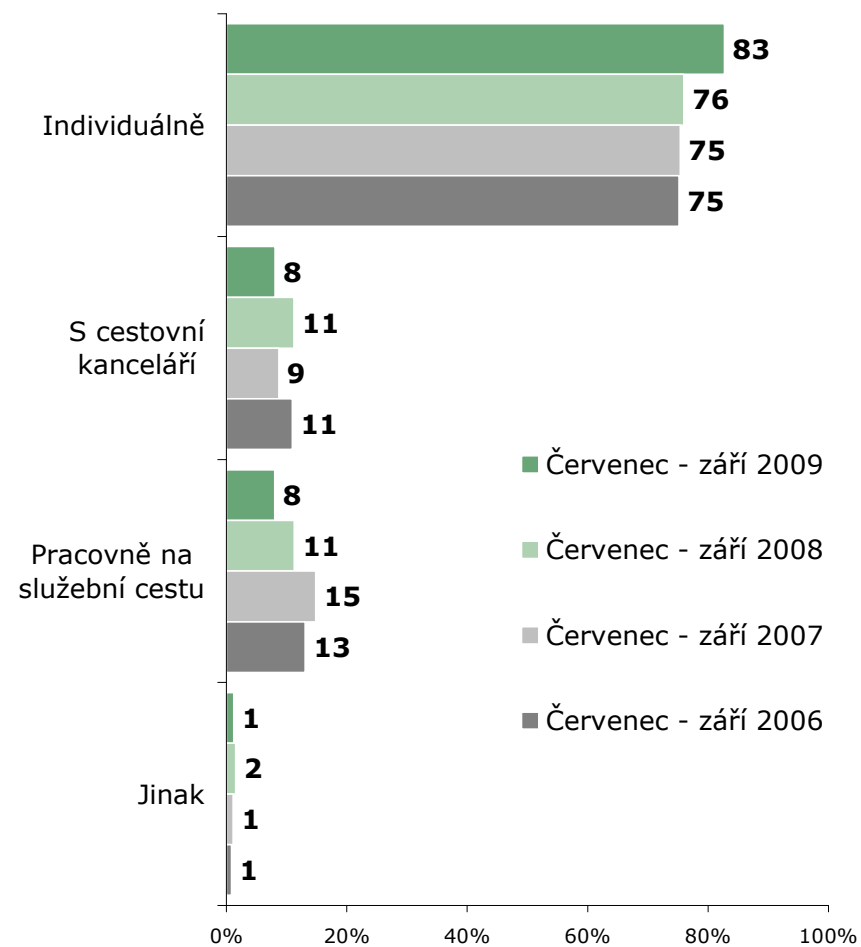


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ Forma návštěvy ČR

**OTÁZKA:** Přijel(a) jste na tuto návštěvu ČR individuálně, prostřednictvím cestovní kanceláře /agentury nebo pracovně?

**ZÁKLAD:** Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Délka pobytu

V období červenec až září 2009 strávil zahraniční turista v ČR v průměru 5,7 dne, takže došlo k prodloužení průměrné délky pobytu o 0,3 dne a návrat na délku z roku 2006.

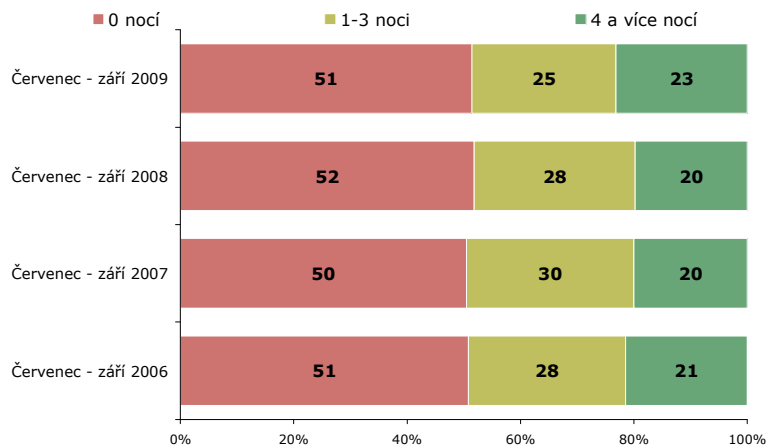
Nárůst délky pobytu lze pravděpodobně vysvětlit změnou struktury důvodu návštěvy ČR – klesá podíl nákupů a obchodních cest, u nichž je délka pobytu podprůměrná, a naopak roste podíl cest za rekreací a za zábavou, u nichž je délka pobytu nadprůměrná, čímž délka pobytu zákonitě roste.

*Pozn.: Nárůst délky pobytu lze částečně vysvětlit i přidáním dat za další letiště, konkrétně za letiště Karlovy Vary. Ty využívá většina zahraničních turistů z důvodu návštěvy lázní, které jsou charakteristické nadprůměrnou délkou pobytu.*

# Délka pobytu v ČR

## ZAHRA NIČNÍ NÁVŠTĚVNÍCI CELKEM Počet nocí strávených v ČR

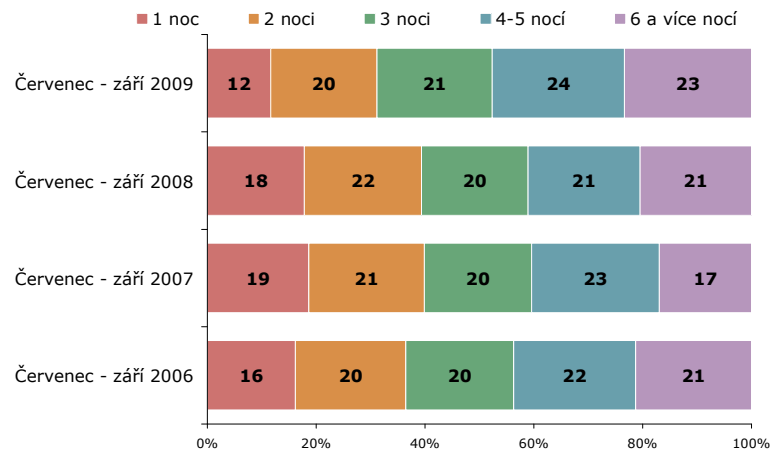
OTÁZKA: Kolikrát jste během své cesty přenocoval(a) v ČR  
ZÁKLAD: Zahraniční návštěvníci, n=5949 (2009), n=4732 (2008), n=5371 (2007), n=5248 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRA NIČNÍ TURISTÉ Počet nocí strávených v ČR

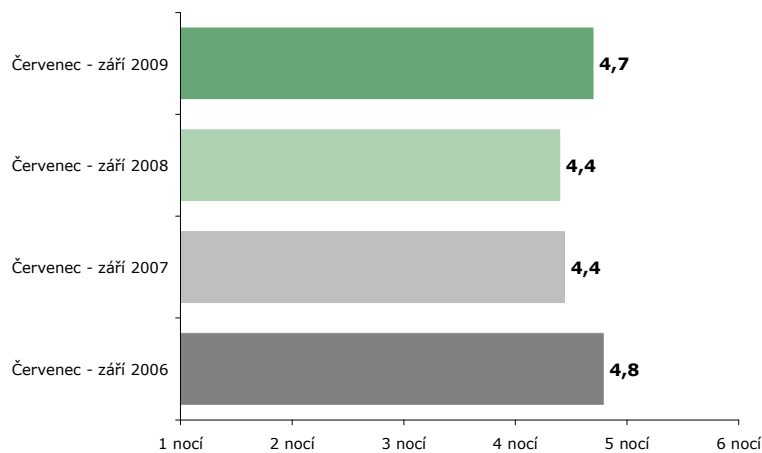
OTÁZKA: Kolikrát jste během své cesty přenocoval(a) v ČR  
ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRA NIČNÍ TURISTÉ Průměrný počet nocí strávených v ČR

OTÁZKA: Kolikrát jste během své cesty přenocoval(a) v ČR  
ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



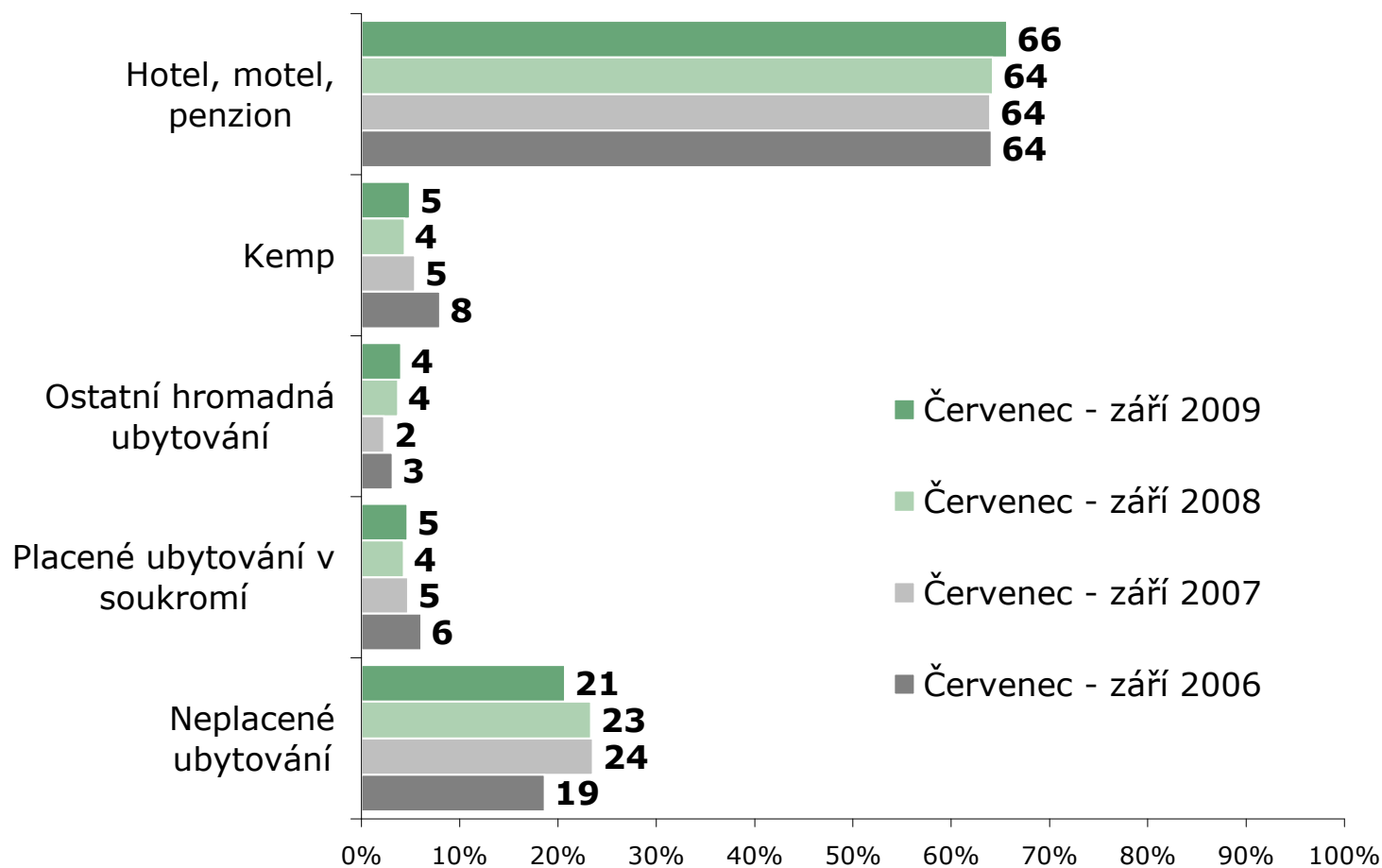
## Druh ubytování v ČR

Druh ubytování byl stejně jako v minulých výzkumech zjišťován pouze u zahraničních turistů. O 2 p.b. se snížil podíl zahraničních turistů ubytovaných bezplatně v soukromí, což lze vysvětlit poklesem podílu Rakušanů, u kterých je tento typ pobytu častější než jinde. Na poslední čtvrtletí tohoto roku je naplánováno ověření, zda neplacené ubytování je opravdu „neplacené“. Meziročně vzrostl podíl zahraničních turistů ubytovaných v hotelích, motelích a penzionech (o 2 p.b.) a v kempech (o jeden p.b.). Zřejmě se bude jednat o vliv počasí a již dříve zmiňovaný nárůst podílu cest za rekreací a poznáním.

## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ Druh ubytování v ČR

**OTÁZKA:** Uvedte, prosím, druh ubytování a počet nocí

**ZÁKLAD:** Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Navštívená místa v ČR

Preferovanými cílovými místy jednodenních návštěvníků jsou příhraniční nákupní města. Nejoblíbenějšími jsou Český Těšín, Folmava, Cheb, Aš či Varnsdorf (Aš na Český Těšín je pořadí i podíl osob, které příslušné místo uvedly mezi navštívenými, stabilní. U Českého Těšína je třeba mít na paměti, že jeho raketový vzestup na žebříčku popularity českých míst je dán převážně výměnou tranzitního přechodu Chotěbuz za přechod v Českém Těšíně, kudy proudí hlavně jednodenní návštěvníci za svými nákupy). Stát trvalého pobytu osob, které přijíždějí na jednodenní návštěvu ČR odpovídá státům, s nimiž navštívené lokality hraničí. Praha se stabilními 4 až 4,5 procenty v letních měsících zaujímá 8. místo.

Tradičně se největší oblibě zahraničních turistů těší Praha. Největší zájem o Prahu mají turisté ze vzdálenějších destinací, turisté na první návštěvě ČR a turisté přijíždějící na rekreaci/za zábavou. Mezi nejnavštěvovanějšími destinacemi zahraničních turistů zůstávají kromě Prahy další velká města jako například Brno (s patrným výkyvem v souvislosti s návštěvou papeže) či turisticky atraktivní Karlovy Vary.

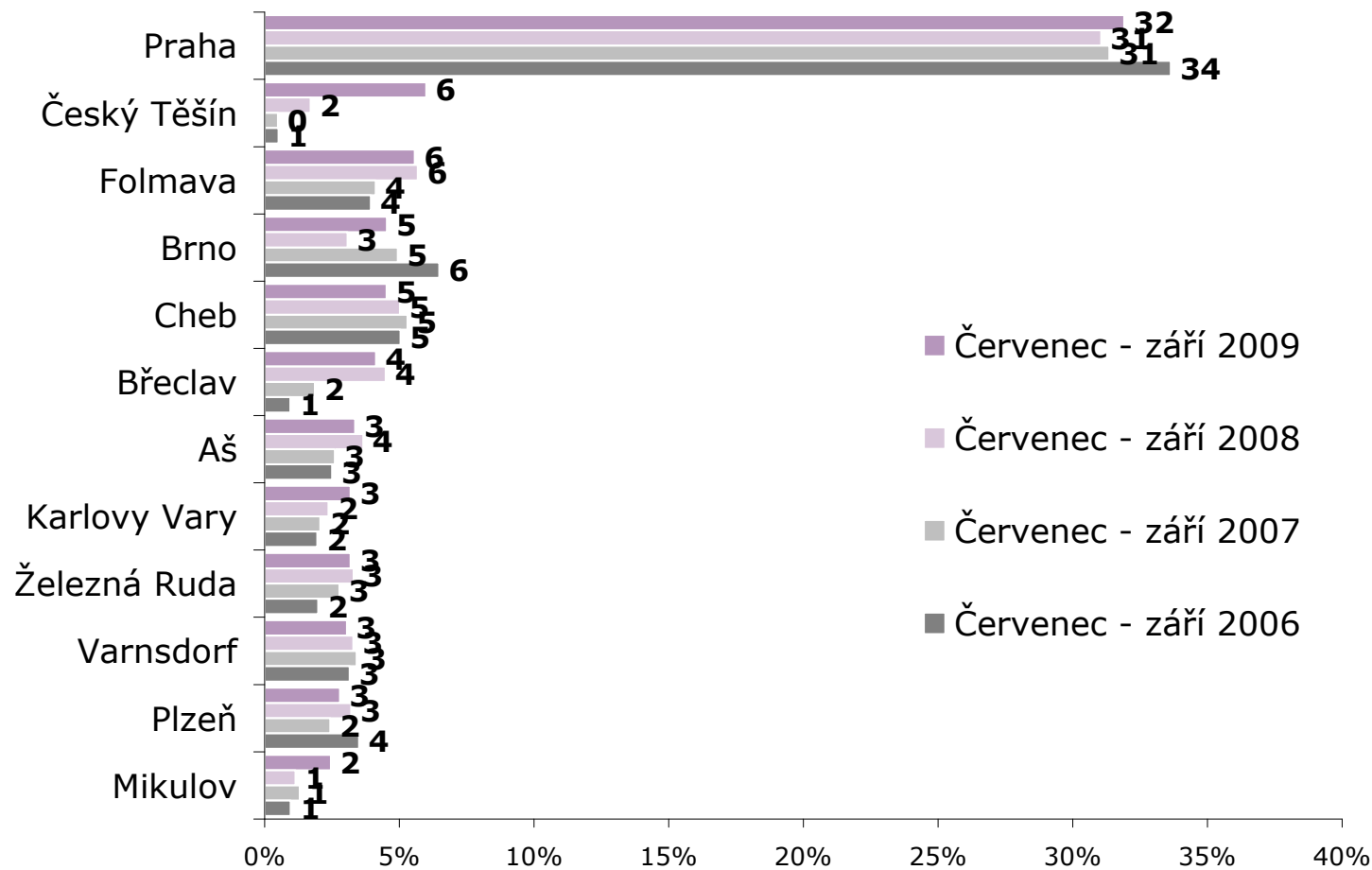
Ve výzkumu se nově na navštívená místa ptáme rovněž tranzitujících návštěvníků. 26 % tranzitujících návštěvníků nedokáže specifikovat místo, které během průjezdu Českou republikou navštívili. Nejčastěji navštěvované jsou Praha (19 %), Brno (8,5 %), Mikulov (5%), Olomouc, Ostrava, Hatě, Český Těšín či Břeclav (3-4%).

## ZAHRANIČNÍ NÁVŠTĚVNÍCI CELKEM

### Navštívená místa v ČR

**OTÁZKA:** Jaká místa jste v České republice při této vaší cestě navštívil(a)?

**ZÁKLAD:** Zahraniční návštěvníci, n=5949 (2009), n=4732 (2008), n=5371 (2007), n=5248 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

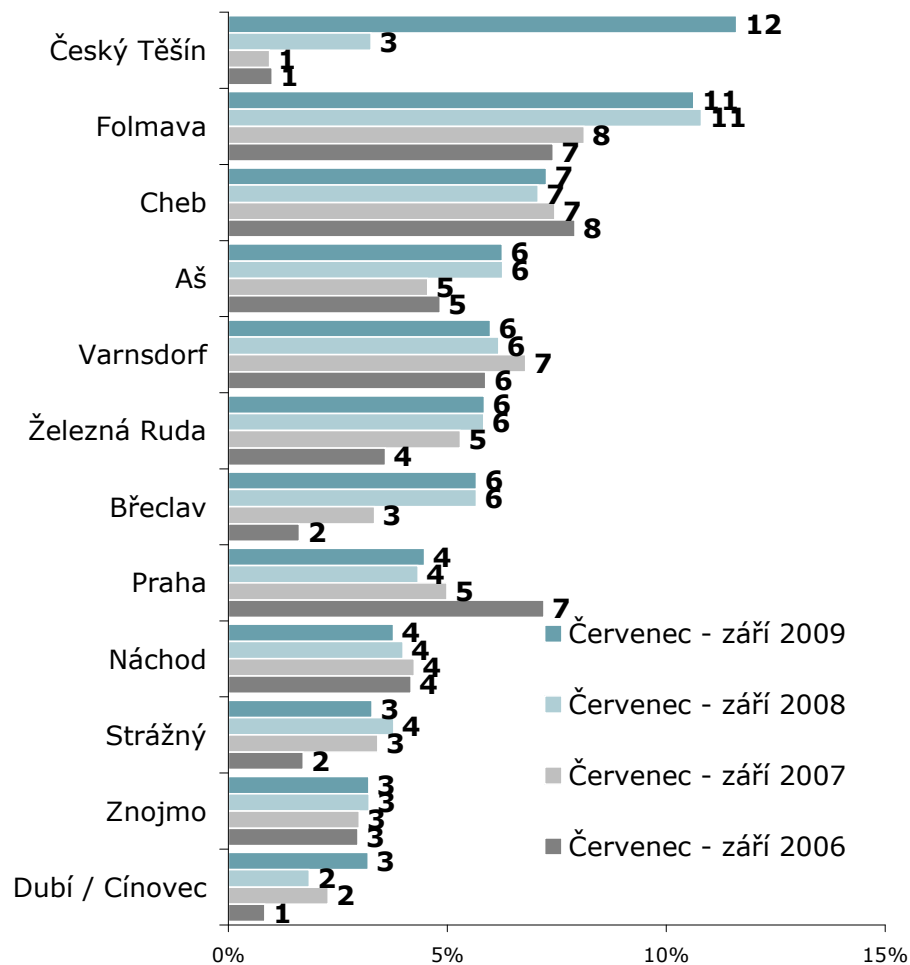


## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Navštívená místa v ČR

**OTÁZKA:** Jaká místa jste v České republice při této vaší cestě navštívil(a)?

**ZÁKLAD:** Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009), n=2336 (2008), n=2550 (2007), n=2408 (2006)



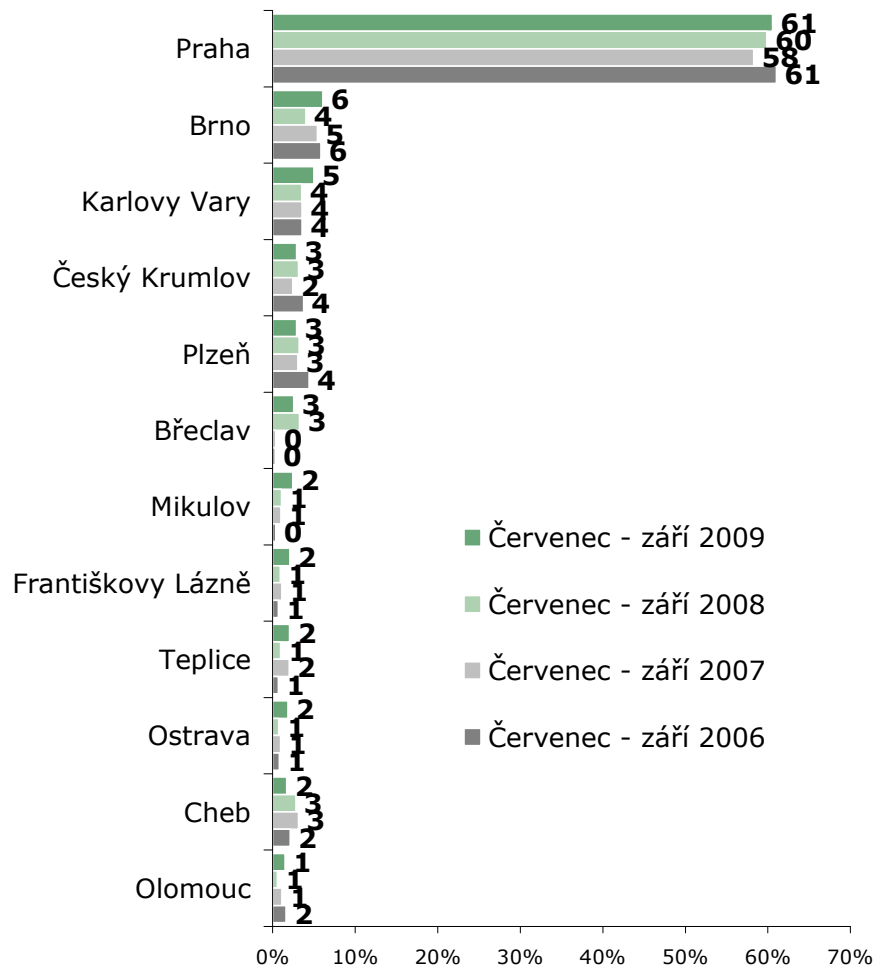
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ

### Navštívená místa v ČR

**OTÁZKA:** Jaká místa jste v České republice při této vaší cestě navštívil(a)?

**ZÁKLAD:** Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Výdaje zahraničních a tranzitujících návštěvníků

Výdaje zahraničních turistů se ve srovnání stejným obdobím loňského roku zvýšily o 8 %. Toto zvýšení je však zřejmě třeba brát jako narovnání výkyvu z minulého roku způsobeného extrémně silným kurzem české koruny zvláště k euru v létě minulého roku. Zahraniční turisté totiž utrácejí stejný obnos výdajů v cizí měně, ale loňské extrémně vysoké posílení koruny vůči euru způsobilo pokles nominální hodnoty výdajů v Kč. Snižuje se podíl nákladů předem vynaložených na zájezd na klíč a vzrůstá význam nákupu pohonných hmot před cestou.

Průměrné výdaje jednodenních návštěvníků dlouhodobě mírně klesají s výjimkou průměrných výdajů placených před cestou, kde nárůst je způsoben tím, že ve 3.čtvrtletí 2009 byly při šetření ověřovány výdaje a tazatelé zřejmě na základě ověřovacích protokolů zasahovali do původně zjištěných dat (tomu by odpovídal meziročně výrazně zvýšený podíl jednodenních návštěvníků, kteří měli výdaj před cestou – 14%, což je téměř dvojnásobek podílu z předchozího roku). Jednodenní návštěvníci utratili v průměru celkem 1961 Kč na osobu a den. Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se jedná o pokles o 2 %. Došlo k navýšení významu nákladů předem placených za dopravu (o téměř 7 p.b.) a ostatních nákladů (o 5 p.b.) na úkor nákladů za pohonné hmoty a zboží. U výdajů placených během cesty se zvýšil význam zboží (o 6 p.b.) a ostatních výdajů rovněž na úkor pohonných hmot (10 p.b.).

Výdaje tranzitujících návštěvníků se ve srovnání se stejným obdobím loňského roku mírně zvýšily, což je trend, který lze pozorovat již několik předcházejících období. Struktura výdajů zůstala víceméně stejná, výrazněji narostl pouze význam výdajů na dopravu a ubytování.

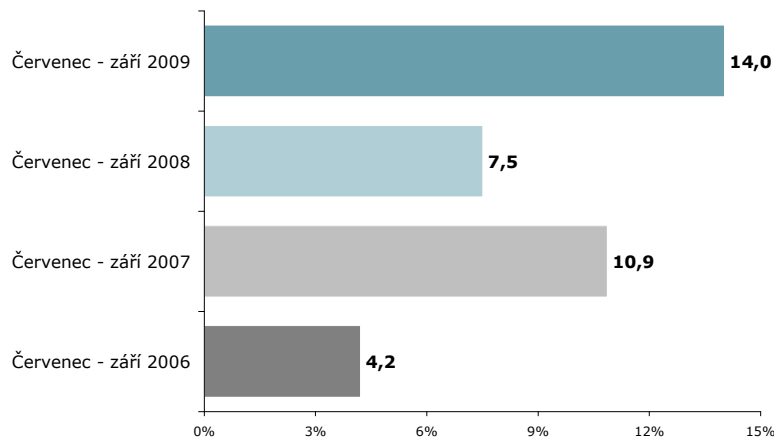
# Výdaje jednodenních návštěvníků placené před cestou

## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Platí(a) za služby před cestou

**OTÁZKA:** Když jste se chystal(a) na tuto Vaši návštěvu ČR, platí(a) jste v souvislosti s ní nějaké zboží či služby předem mimo území ČR?

**ZÁKLAD:** Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009), n=2336 (2008), n=2550 (2007), n=2408 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## Výdaje jednodenních návštěvníků na osobu a den placené před cestou (Kč)

Období	Výdaje (Kč)
Červenec - září 2009	132
Červenec - září 2008	105
Červenec - září 2007	269
Červenec - září 2006	217

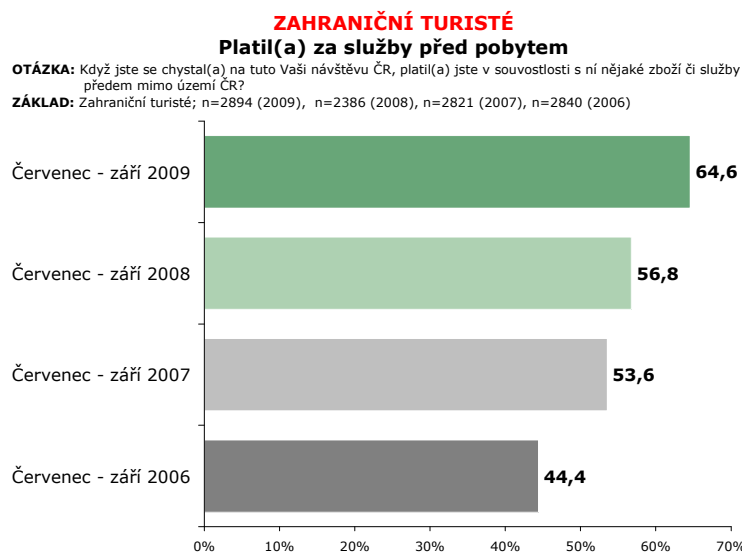
*Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku vzrostl výrazně podíl jednodenních návštěvníků platících výdaje před cestou do ČR. Tento nárůst lze do značné míry vysvětlit zařazením modulu na ověřování výdajů (stejně jako ve 3Q 2007) a pravděpodobně zpětnými opravami (i když zakázanými) hlavního dotazníku na základě ověřovacího dotazníku.*

*Obecně poklesly částky utracené před cestou (průměr pouze za platící tedy meziročně poklesl), ale významněji vzrostl podíl osob, které nějaký výdaj před cestou měly (na dvojnásobek), což se odráží v tom, že průměrná částka počítaná na všechny jednodenní návštěvníky se mírně zvýšila.*

*Největší část výdajů placených jednodenními návštěvníky před cestou připadá na nákup PHM.*

Struktura výdajů jednodenních návštěvníků placených před cestou		Červenec - září 2009	
		%	Kč
Výdaje	Doprava	22,8	30
	Pohonné hmoty	58,2	77
	Zboží	11,9	16
	Ostatní	7,1	9

# Výdaje zahraničních turistů placené před pobytem



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

Výdaje zahraniční turistů na osobu a den placené před pobytem (Kč)		
Výdaje	Červenec - září 2009	856
	Červenec - září 2008	739
	Červenec - září 2007	887
	Červenec - září 2006	894

Struktura výdajů zahraničních turistů placených před pobytem		Červenec - září 2009	
		%	Kč
Výdaje	Zájezd na klíč	11,7	100
	Ubytování	13,4	114
	Doprava	54,1	463
	Pohonné hmoty	11,0	94
	Zboží	8,3	71
	Ostatní	1,6	13

*Podíl zahraničních turistů platících výdaje před pobytem v ČR plynule narůstá již několik období. S narůstajícím podílem platících návštěvníků roste i průměrně vynaložená částka na osobu a den (z 739 na 856 Kč). Svou roli také hraje opětovné oslabení kurzu koruny vůči euru po extrémním posílení, ke kterému došlo v roce 2008.*

*Největší část výdajů placených zahraničními návštěvníky před cestou připadá na dopravu.*

# Výdaje zahraničních a tranzitujících návštěvníků během pobytu

Výdaje na osobu a den během pobytu		Průměrné výdaje (Kč)		
		Zahraníční turisté	Jednodenní návštěvníci	Tranzitující návštěvníci
Výdaje	Červenec - září 2009	1 458	1 829	1 318
	Červenec - září 2008	1 397	1 895	1 155
	Červenec - září 2007	1 630	1 904	1 051
	Červenec - září 2006	1 640	1 919	1 011

Struktura výdajů během pobytu		Průměrné výdaje (Kč) Červenec-září 2009					
		Zahraníční turisté		Jednodenní návštěvníci		Tranzitující návštěvníci	
		%	Kč	%	Kč	%	Kč
Výdaje	Ubytování	21	<b>304</b>	0	<b>0</b>	5	<b>72</b>
	Doprava	5	<b>77</b>	1	<b>14</b>	3	<b>37</b>
	Pohonné hmoty	10	<b>142</b>	30	<b>549</b>	41	<b>541</b>
	Stravování v restauracích	26	<b>386</b>	12	<b>213</b>	22	<b>289</b>
	Zboží	23	<b>342</b>	52	<b>946</b>	25	<b>335</b>
	Ostatní	14	<b>207</b>	6	<b>107</b>	3	<b>45</b>

# Celkové výdaje zahraničních a tranzitujících návštěvníků

		Červenec - září 2009	Červenec - září 2008	Červenec - září 2007	Červenec - září 2006
Zahraniční turisté	<b>Celkové výdaje</b> na osobu a den	<b>2 314</b>	2 137	2 517	2 534
	Výdaje na osobu a den - během pobytu	<b>1 458</b>	1 397	1 630	1 640
	Výdaje na osobu a den - před pobytem	<b>856</b>	739	887	894
Jednodenní návštěvníci	<b>Celkové výdaje na osobu a den</b>	<b>1 961</b>	2 000	2 173	2 136
	Výdaje na osobu a den - během návštěvy	<b>1 829</b>	1 895	1 904	1 919
	Výdaje na osobu a den - před cestou	<b>132</b>	105	269	217
Tranzitující	Výdaje na osobu a den - během průjezdu	<b>1 318</b>	1 155	1 051	1 011



## Spokojenost s návštěvou

Zahraniční návštěvníci hodnotí pobyt v ČR dlouhodobě příznivě a ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se spokojenost s návštěvou v podstatě nezměnila. Pouze mezi zahraničními turisty se našlo o dva p.b. více těch, kteří byli v ČR velmi nebo spíše spokojeni. Mezi tranzitujícími návštěvníky výrazně přibýlo mírně spokojených.

Pouze třetina zahraničních návštěvníků (častěji jde o zahraniční turisty) poukazuje na problémy v souvislosti s návštěvou ČR. Za největší negativum je označována infrastruktura a stav silnic (11 %), jazyková vybavenost lidí ve službách a v cestovním ruchu (5 %).

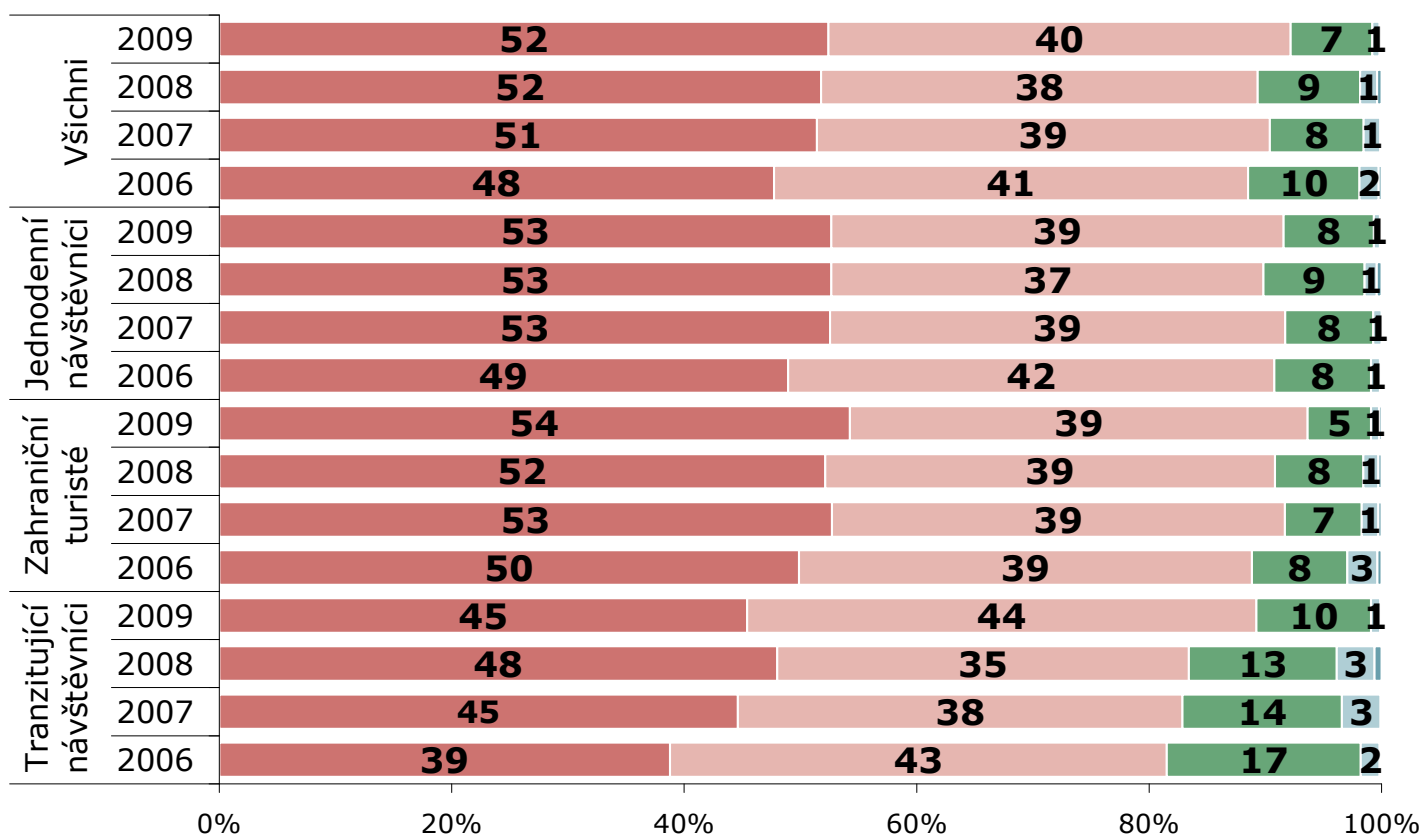
*Pozn.: V minulých výzkumech jsme se na negativa v souvislosti s návštěvou ČR ptali všech skupin zahraničních návštěvníků. Nyní byla tato otázka pokládána pouze jednodenním návštěvníkům a zahraničním turistům. Výsledky v grafu na stranách 41 a 42 jsou v letech 2007 až 2008 přepočteny na stejný základ, jinými slovy neobsahují výsledky za tranzitující návštěvníky.*

## Spokojenost s návštěvou ČR ve třetím čtvrtletí

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

**ZÁKLAD:** Všichni respondenti, N=6818 (2009), n=5537 (2008), n=6404 (2007),  
n=6370 (2006)

■ 1 = Velmi spokojen    ■ 2    ■ 3    ■ 4    ■ 5 = Zcela nespokojen



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

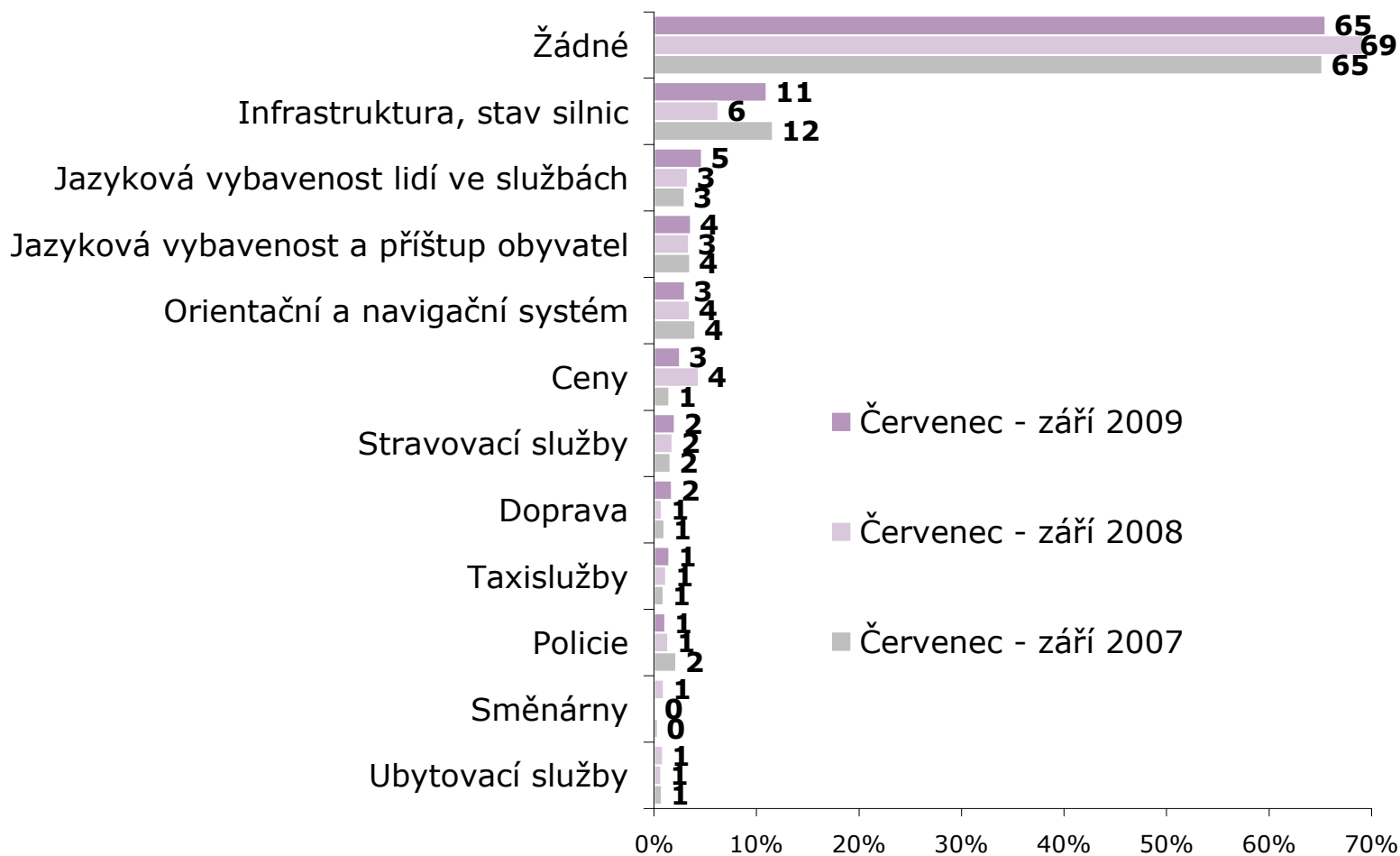


## ZAHRANIČNÍ NÁVŠTĚVNÍCI CELKEM

### Negativa ČR

**OTÁZKA:** S jakým největším problémem jste se v ČR setkal(a)?

**ZÁKLAD:** Zahraniční návštěvníci, n=5949 (2009), n=4732 (2008), n=5371 (2007), n=5248 (2006)

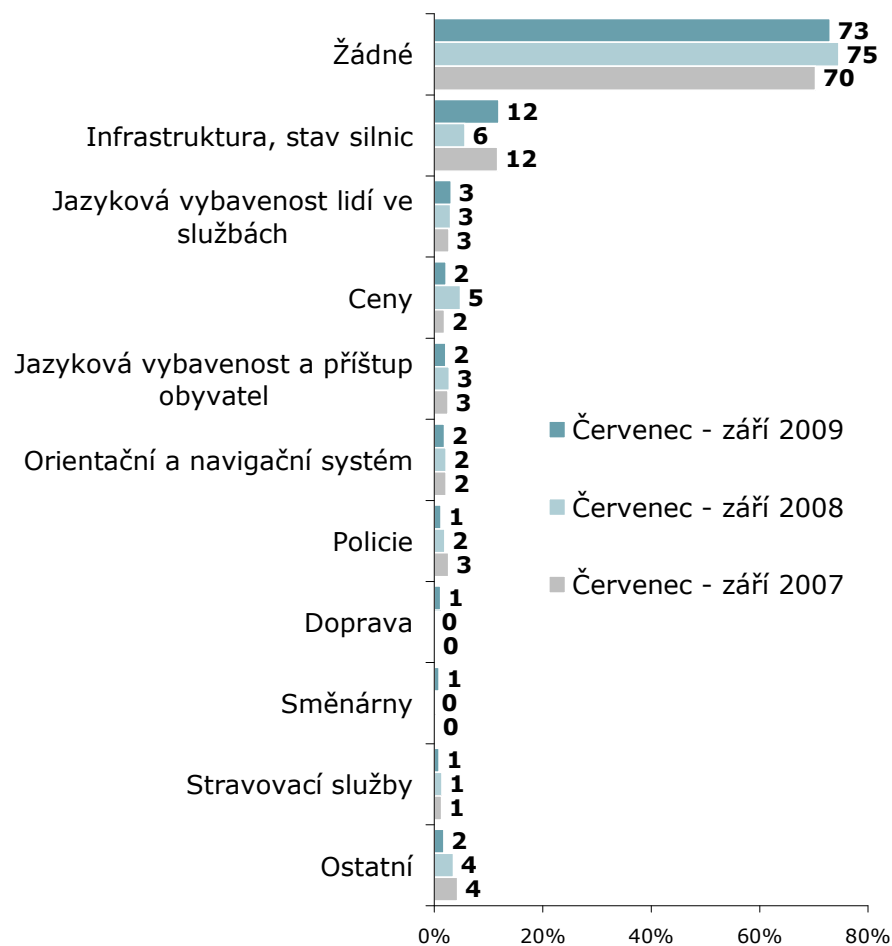


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI Negativa ČR

**OTÁZKA:** S jakým největším problémem jste se v ČR setkal(a)?

**ZÁKLAD:** Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009), n=2336 (2008), n=2550 (2007), n=2408 (2006)

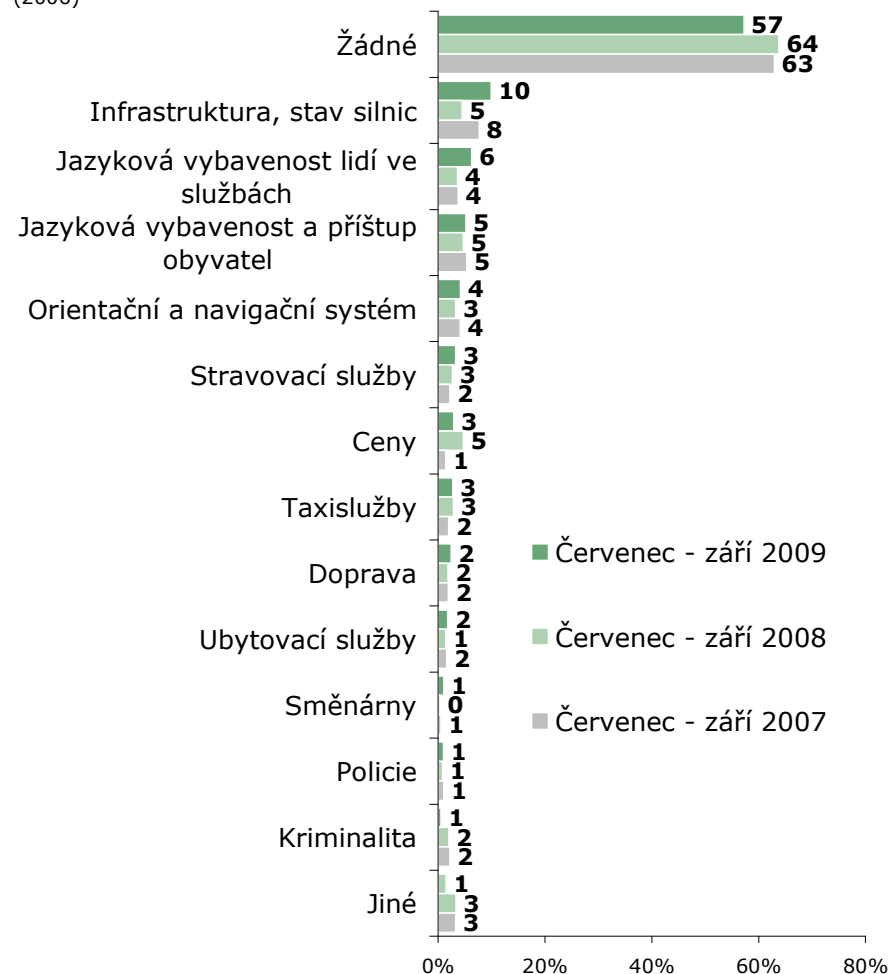


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ Negativa ČR

**OTÁZKA:** S jakým největším problémem jste se v ČR setkal(a)?

**ZÁKLAD:** Zahraniční turisté; n=2894 (2009), n=2386 (2008), n=2821 (2007), n=2840 (2006)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



# Frekvence využívání informačních zdrojů

Již podruhé jsme se všech skupin cizinců zeptali, jak často využívají různé informační zdroje při plánování svých cest do zahraničí. Nabídli jsme respondentům celkem 8 různých informačních zdrojů, přičemž jsme je požádali, aby u každého z nich zhodnotili frekvenci jejich využívání (vždy – občas – vůbec). Při plánování cest to zahraničí se cizinci opírají o dosavadní vlastní zkušenosti, informace čerpají z internetu nebo dají na doporučení svých přátel a známých.

## BEZ OHLEDU NA TYP NÁVŠTĚVNÍKA Frekvence využívání informačních zdrojů

**OTÁZKA:** Jak často využíváte při plánování svých cest do zahraničí jako turista tyto informační zdroje?

**ZÁKLAD:** Všichni respondenti, N=6818 (2009)

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



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Frekvence využívání informačních zdrojů

**OTÁZKA:** Jak často využíváte při plánování svých cest do zahraničí jako turista tyto informační zdroje?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)

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



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

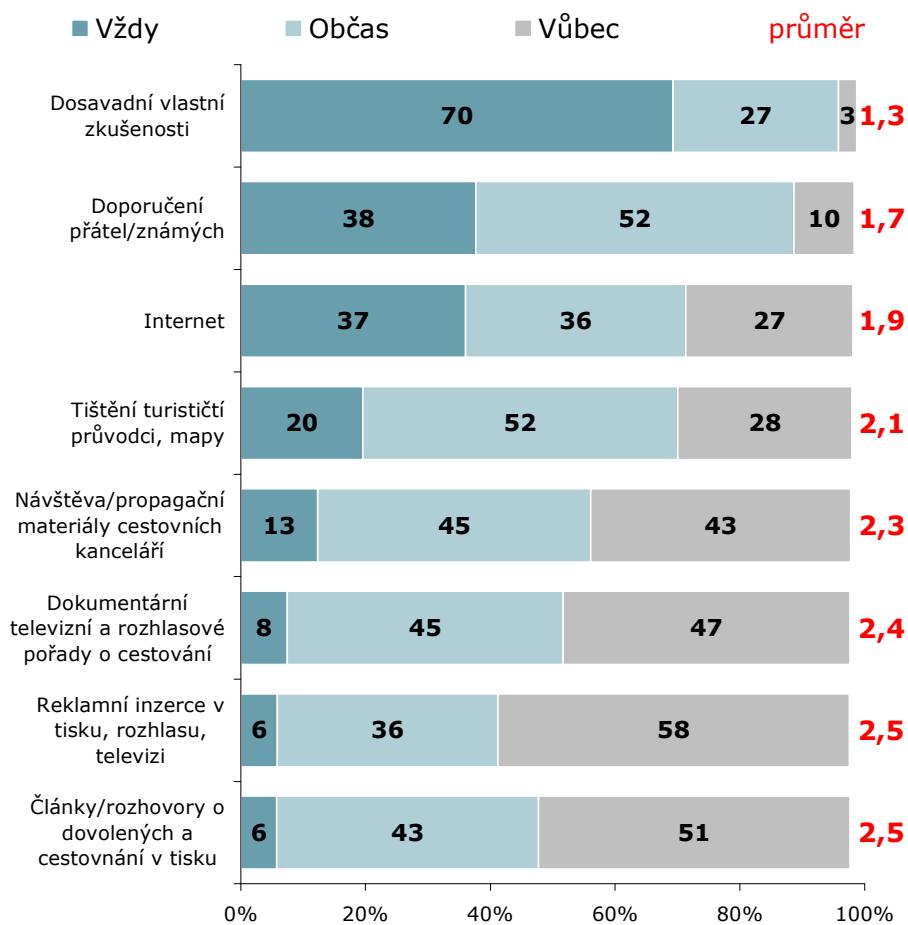
## JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Frekvence využívání informačních zdrojů

**OTÁZKA:** Jak často využíváte při plánování svých cest do zahraničí jako turista tyto informační zdroje?

**ZÁKLAD:** ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=3055 (2009)

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



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

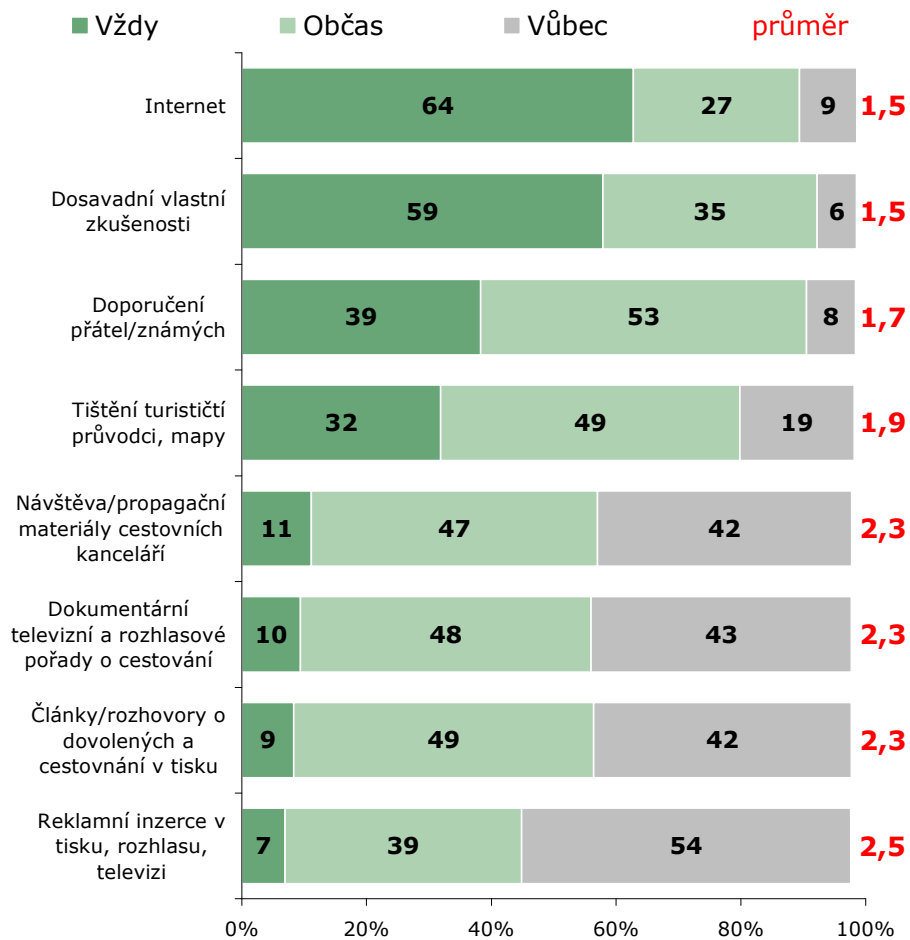
## ZAHRANIČNÍ TURISTÉ

### Frekvence využívání informačních zdrojů

**OTÁZKA:** Jak často využíváte při plánování svých cest do zahraničí jako turista tyto informační zdroje?

**ZÁKLAD:** Záhraňní turisti; n=2894 (2009)

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



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



## Další charakteristiky tranzitujících návštěvníků

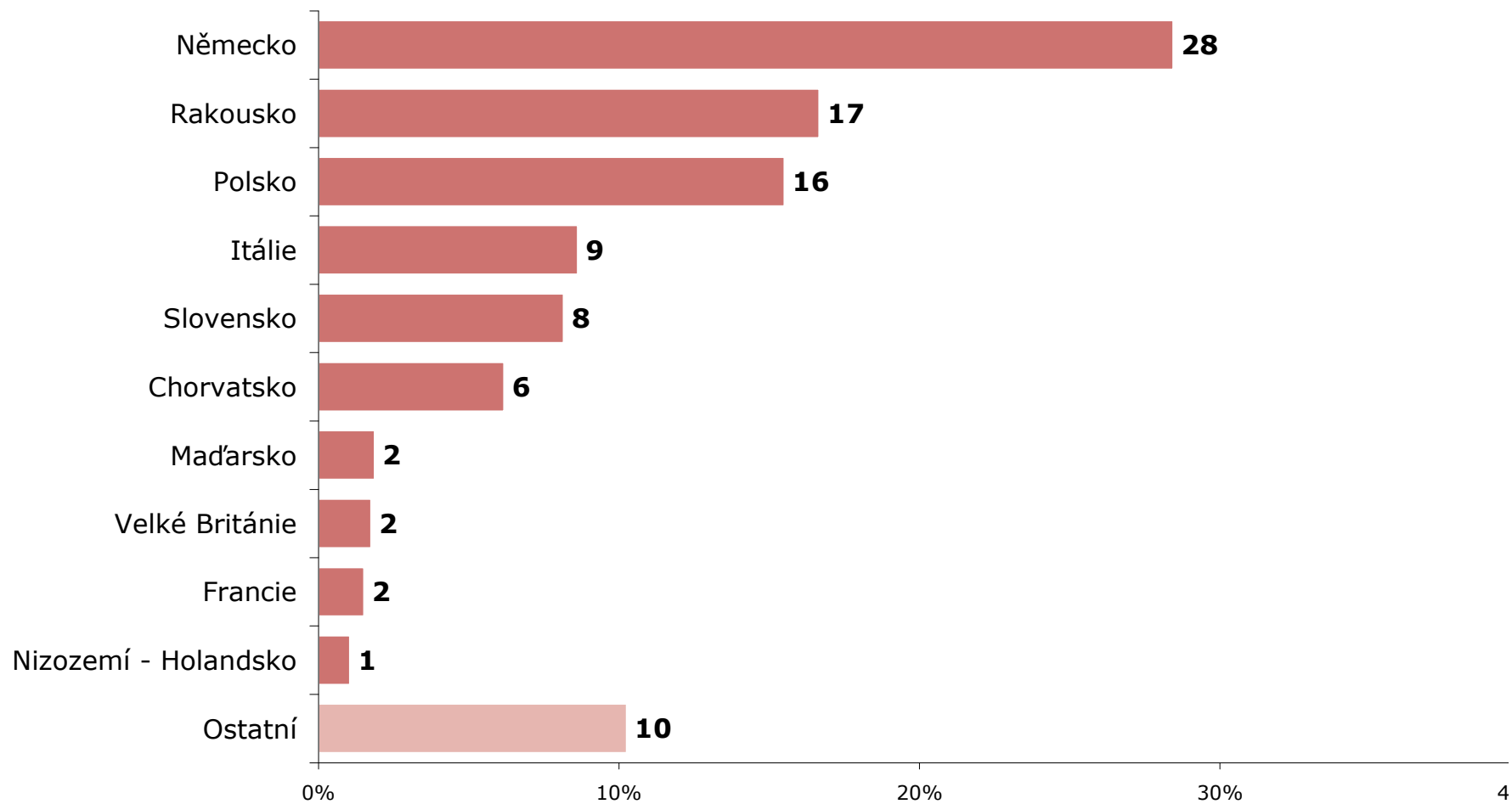
Dotazník pro tranzitující návštěvníky byl po dohodě se zadavatelem rozšířen o dotazy na cílovou zemi, důvody nezvolení ČR, obraz ČR, který zachycují v médiích i preference při volbě destinace. 2/3 tranzitujících návštěvníků směřují do některé z okolních zemí, nejčastěji do Německa (28 %), oproti jarním měsícům přibylo těch, kteří přes ČR míří do Středomoří. Pobyt v cílové destinaci je v době dovolených delší než v jarních měsících (medián činí 5 dní) a důvodem nezvolení ČR je nejčastěji vyřízení pracovních záležitostí (jejich podíl však oproti jarním měsícům klesl o 13 p.b. na 35%), naopak se výrazně zvýšil podíl těch, kteří nezvolili ČR, protože nemá moře a vhodné klima. Při cestování do cizích zemí mají tranzitující návštěvníci největší zájem o pobyty u vody (22 %) prohlídky památek (20 %), či sport a sportovní aktivity (11 %). Do ČR přijely někdy v minulosti na vícedenní návštěvu více než 2/3 tranzitujících návštěvníků (medián počtu návštěv je 2). Téměř polovina tranzitujících návštěvníků (48 %) plánuje strávit v ČR v příštích 3 letech dovolenou – nejvíce je lákají památky, architektura, kultura, historie a příroda. K návštěvě na delší dobu by ČR musela tranzitujícím návštěvníkům nabídnout lepší klima, moře, bohatší nabídku možností sportovního využití a rekreace. Tranzitující návštěvníci hodnotí ČR jako cenově dostupnou turistickou destinaci. Příznivě je hodnoceno také stravování a doprava. Naopak nejhůře je hodnocena nabídka a služby cestovních kanceláří a dostatečnost informací o místě dovolené. Mediální propagaci ČR jako turistické destinace zaznamenaly za hranicemi ČR 2/3 tranzitujících návštěvníků. Nejčastěji se jednalo o prezentaci na internetu (34,5 %), inzerci v tisku či informační letáky (18 %).

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Cílová země

**OTÁZKA:** Který stát je/byl cílem této Vaší cesty?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)



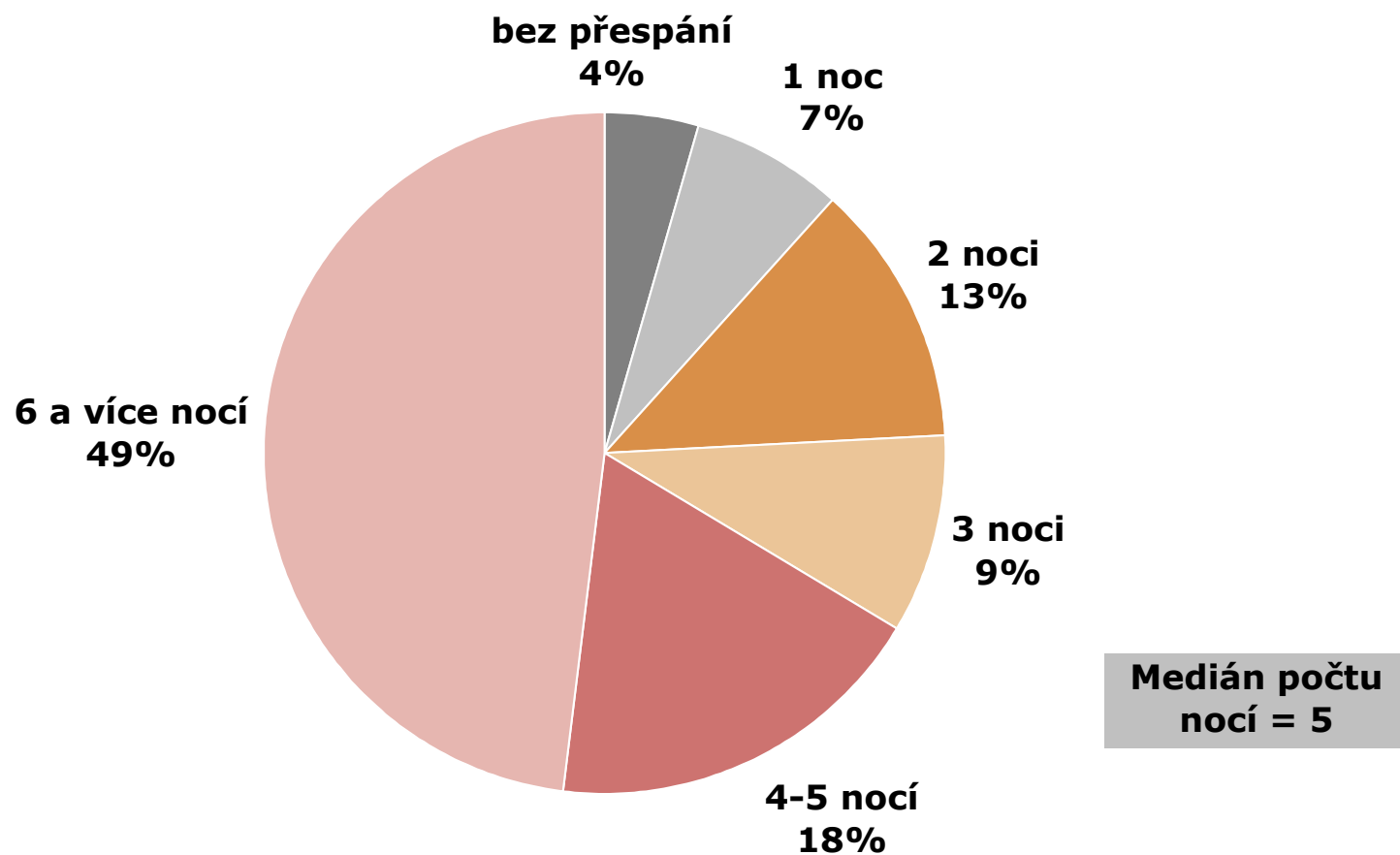
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Počet nocí v cílové zemi

**OTÁZKA:** Kolikrát hodláte přenocovat/jste přenocoval(a) v zemi, do/ze které jedete?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

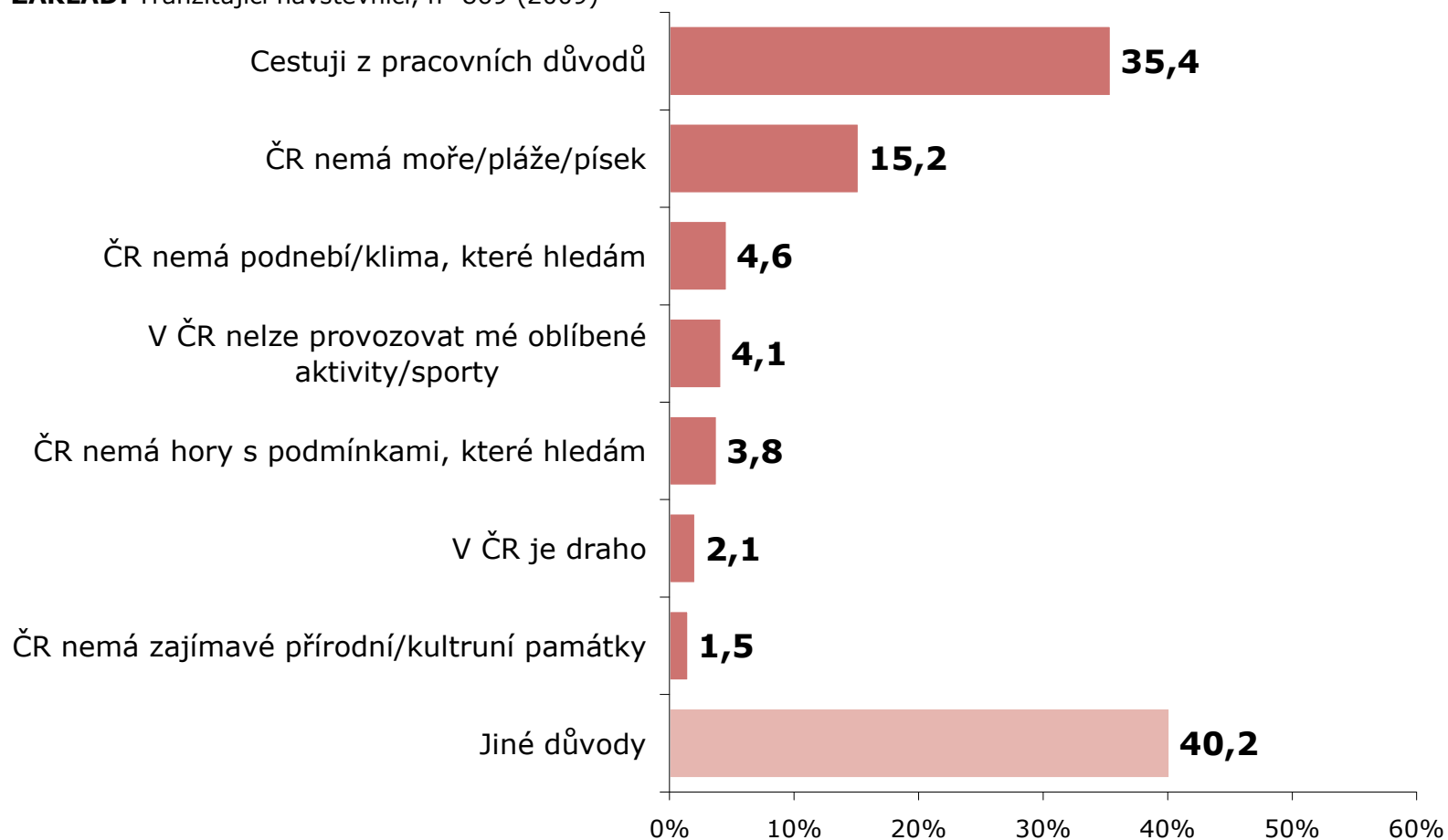


## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Důvod pro nezvolení ČR

**OTÁZKA:** Proč jste si za cíl své cesty nevybral(a) ČR?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)



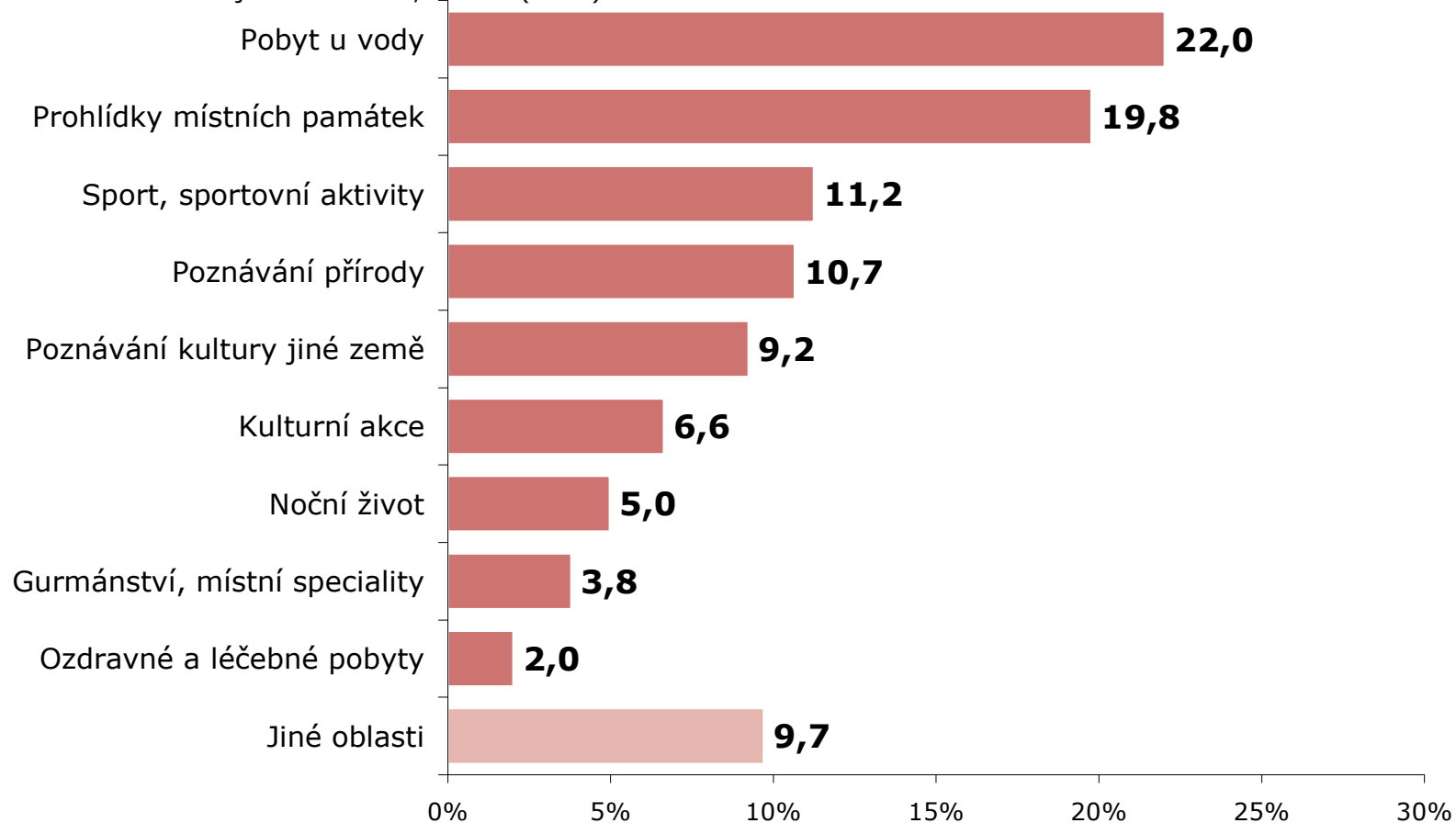
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, duben - červen 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Turistické priority

**OTÁZKA:** O jakou oblast máte při cestování do cizích zemí jako turista největší zájem?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)



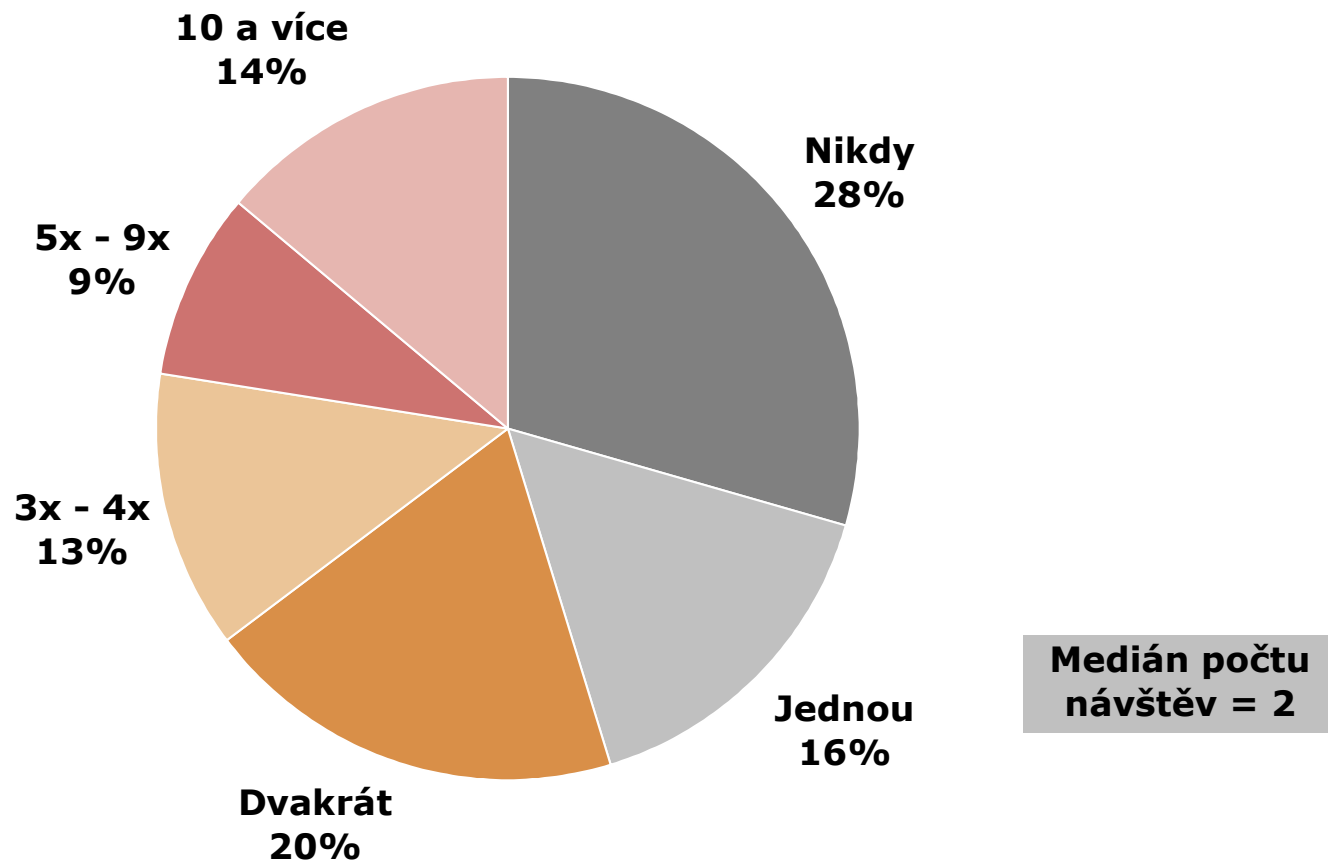
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Počet vícedenních návštěv ČR

**OTÁZKA:** Kolikrát jste již navštívil(a) ČR s tím, že jste zde alespoň jednou přenocovala?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)



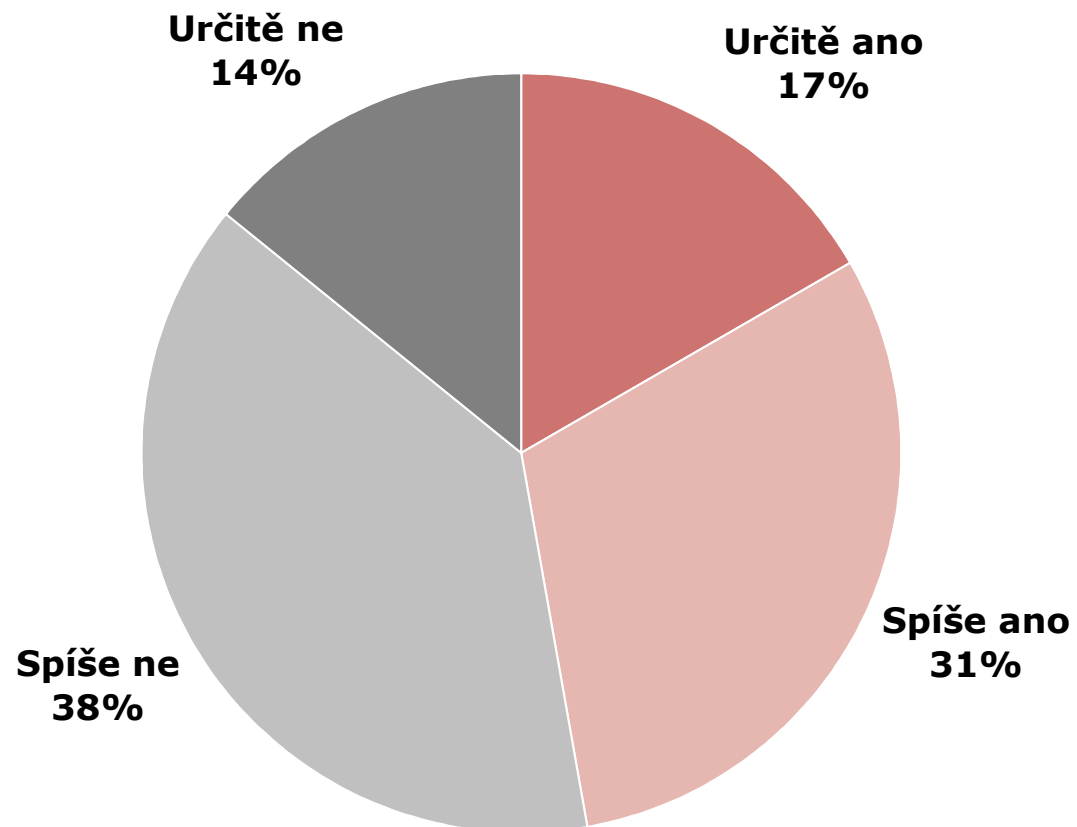
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Úvahy o dovolené v ČR

**OTÁZKA:** Uvažujete o tom, že byste v ČR strávil(a) v příštích 3 letech svou dovolenou?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

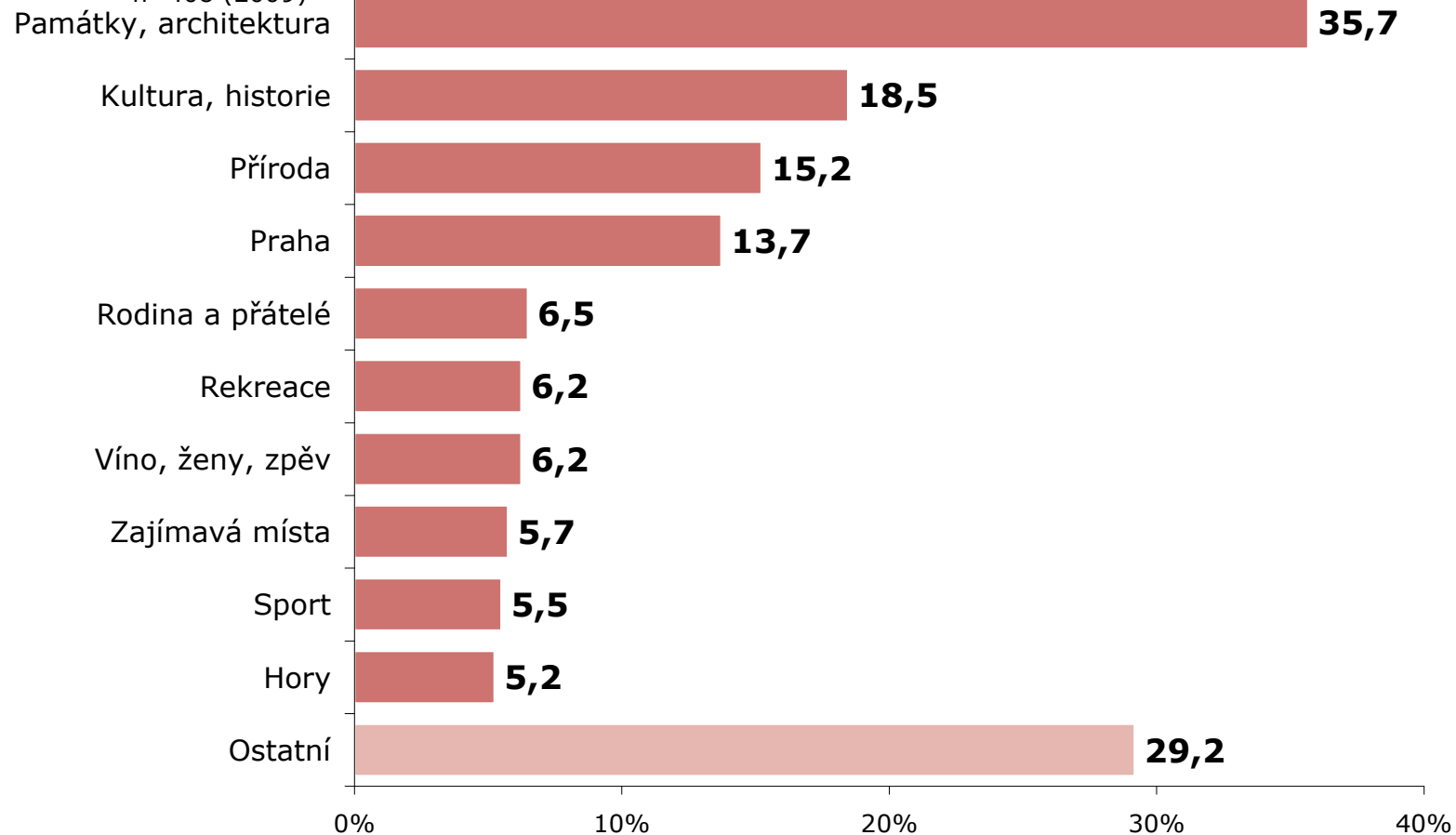
## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Hlavní důvody zájmu o návštěvu ČR

**OTÁZKA:** Jaké jsou hlavní důvody Vašeho zájmu navštívit ČR?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, kteří uvedli, že chtějí v ČR strávit dovolenou,

n=408 (2009)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

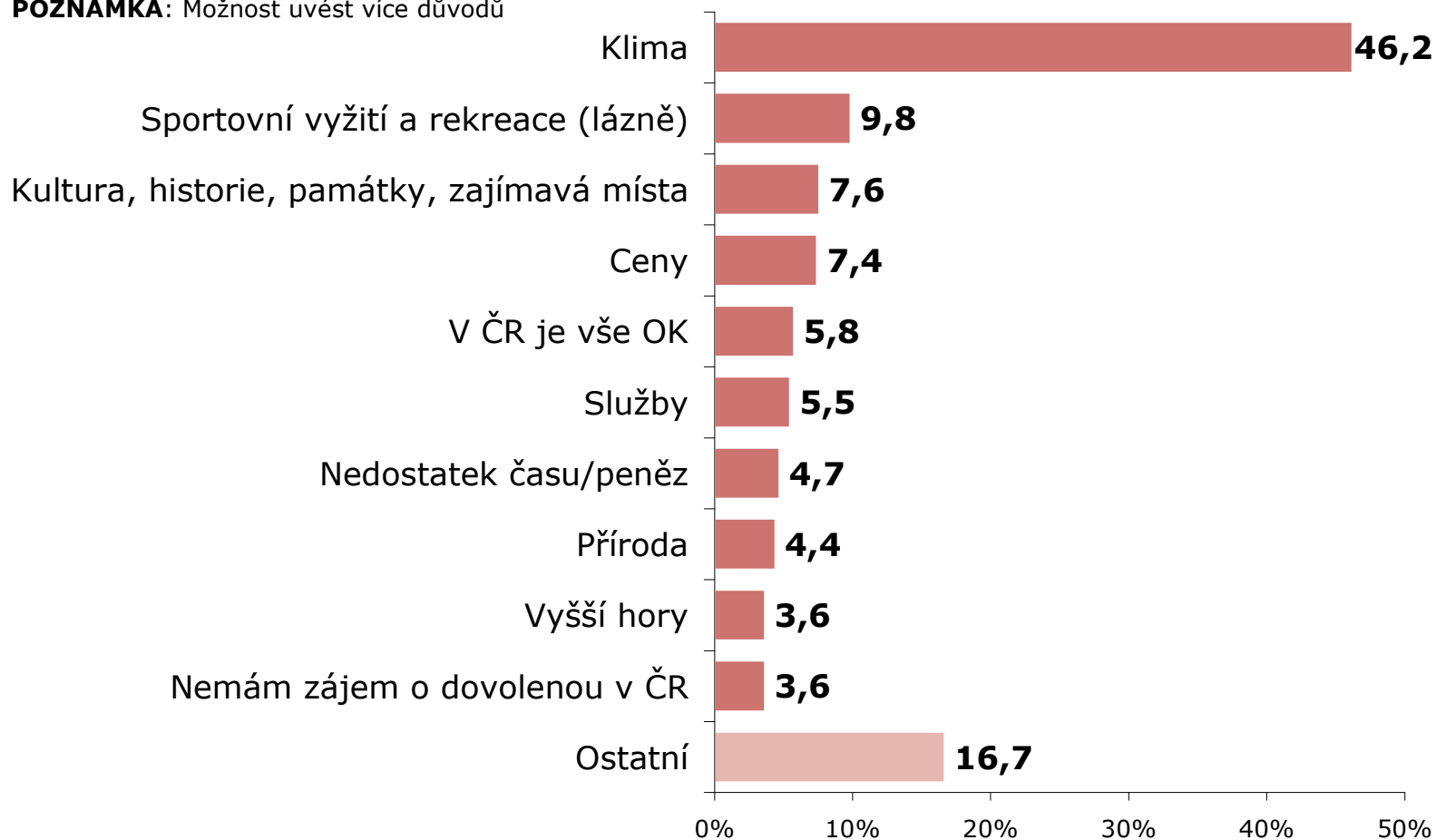
## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Hlavní motivátory k návštěvě ČR

**OTÁZKA:** Co by Vám ČR musela nabídnout, aby Vás to přimělo k návštěvě na delší dobu, ke strávení dovolené?

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)

**POZNÁMKA:** Možnost uvést více důvodů



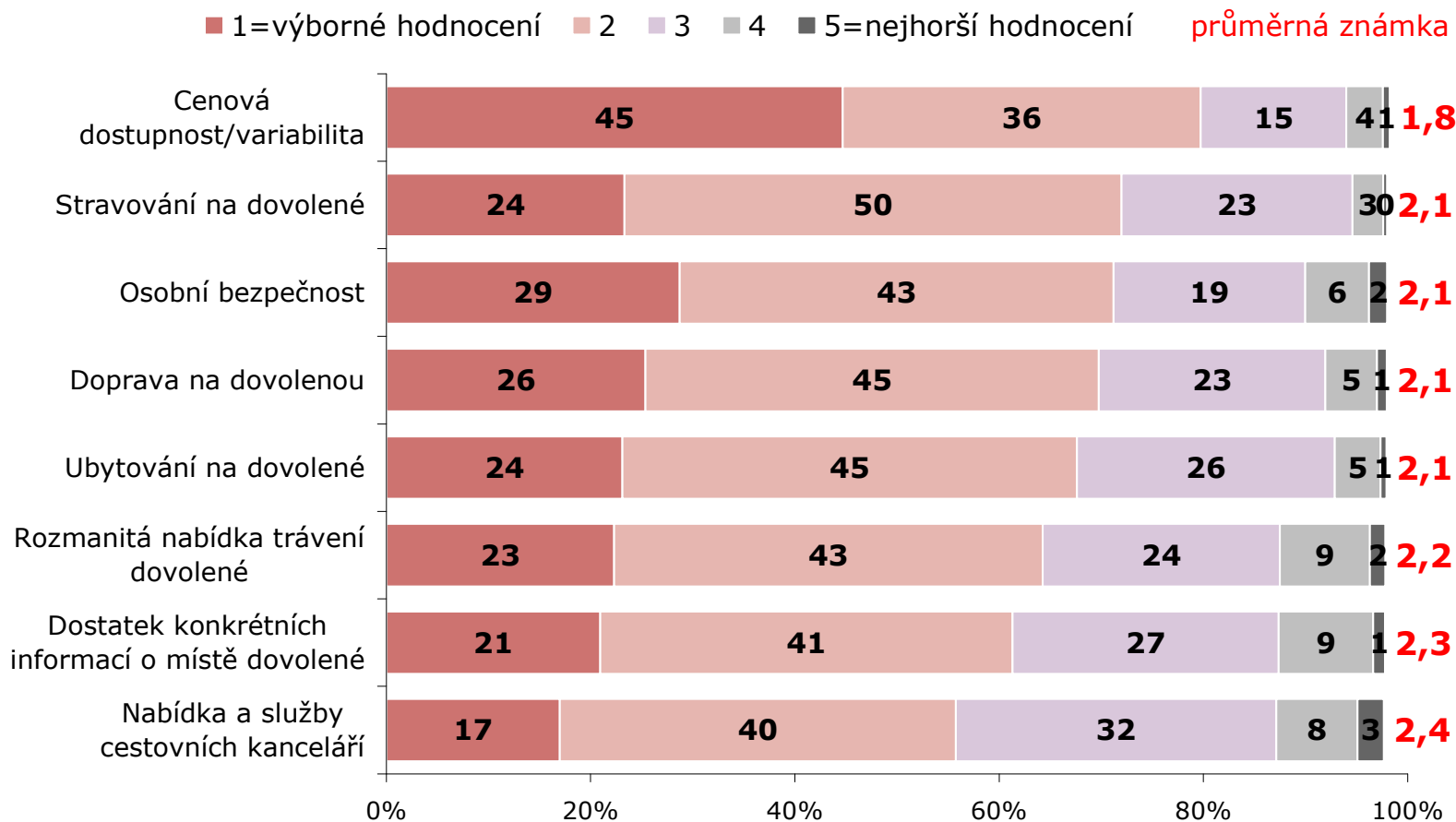
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Hodnocení ČR

**OTÁZKA:** ČR jako turistická destinace: Označte jednotlivé atributy.

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)

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



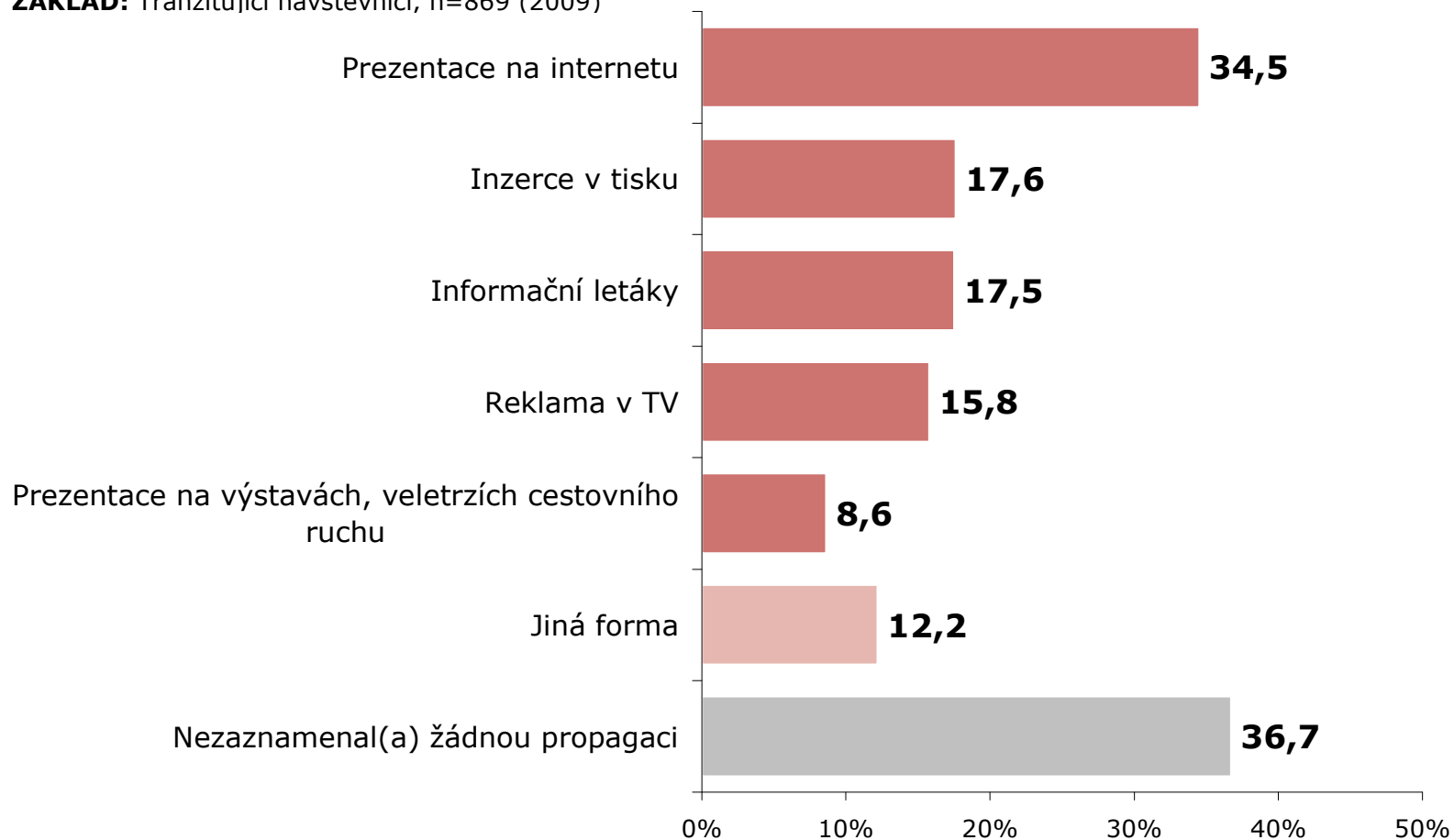
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

## TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

### Propagace ČR v zahraničí

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

**ZÁKLAD:** Tranzitující návštěvníci, n=869 (2009)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, duben - červen 2009





# VÝSLEDKY Z DOTAZOVÁNÍ V OKOLÍ HRANIČNÍCH PŘECHODŮ REGIONÁLNÍHO VÝZNAMU

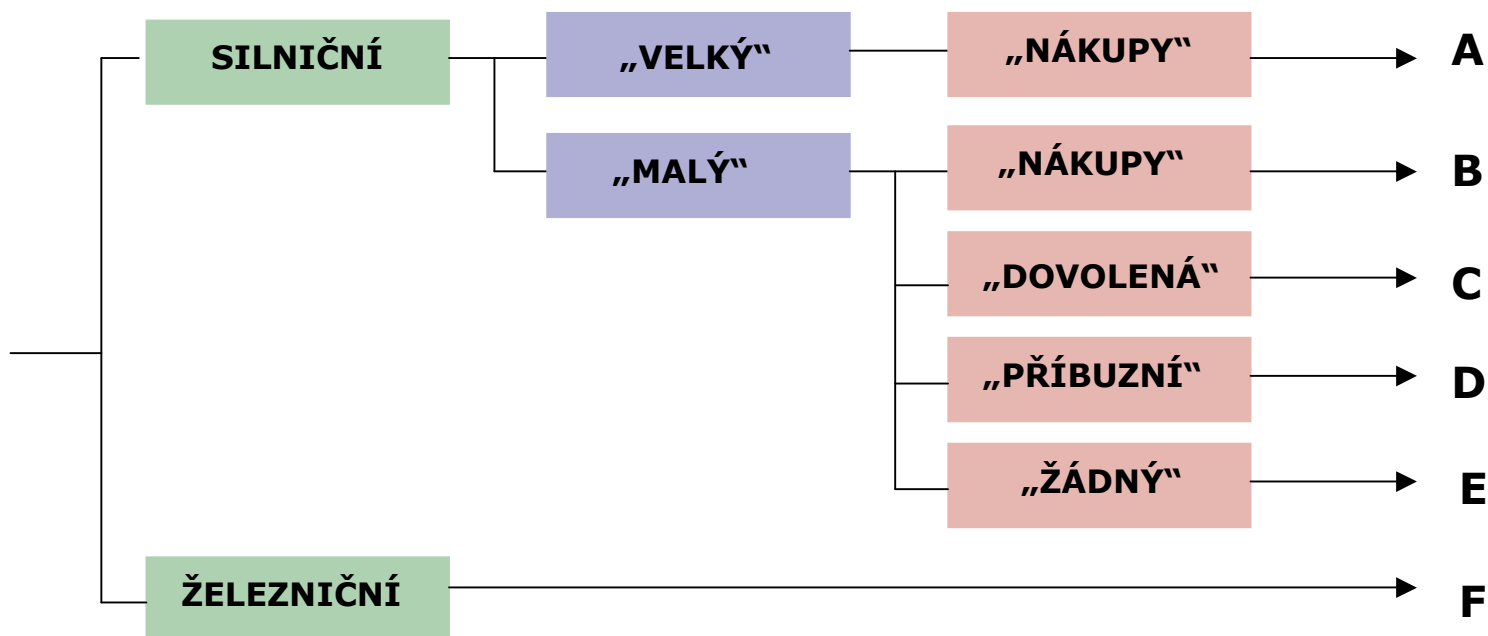
# Sběr dat a jejich vážení

- Sběr dat na hraničních přechodech regionálního významu probíhal náhodně (tazatelé neměli stanoveny kvóty, protože nejsou k dispozici údaje o intenzitě provozu a struktuře návštěvníků, pomocí kterých by se zajistila reprezentativnost sebraných dat). Během čtvrtletí proběhlo na každém z vybraných přechodů regionálního významu osm směn (4 dopolední od 6:00 do 14:30 a 4 odpolední od 14:30 do 23:00), z toho:
  - 4 směny **dotazovací**, kdy tazatel na místech, kde se cizinci účelně zastavují (čerpací stanice, parkoviště, freeshopy, obchodní centra, motoresty, ...) prováděl dotazování a k výběru osob využíval náhodný krok 3 nebo 1 v závislosti na intenzitě výskytu osob z definované cílové skupiny,
  - a 4 směny **čárkovací**, kdy tazatel v těsné blízkosti hraničního přechodu zaznamenával počet aut / pěších / cyklistů a u zastavených osob zjištěnou pak i skupinu návštěvníků (jednodenní návštěvník – zahraniční turista – tranzitující návštěvník).
- Z těchto důvodů nejsou sebraná data reprezentativní na vybrané hraniční přechody. Reprezentativnost dat by bylo možné zajistit jejich převážením na intenzitu provozu a strukturu návštěvníků využívajících jednotlivé hraniční přechody. Takovéto převážení bude možné provést až po ukončení pilotního šetření, kdy bude k dispozici dostatečná datová základna potřebná ke konstrukci vah. Teprve pak bude rovněž možné sběr organizovat tak, aby sebraná data byla reprezentativní.
- Pro účely interpretace výsledků za hraniční přechody regionálního významu jsme získaná data převážili podle zatím zjištěné intenzity provozu na jednotlivých přechodech.
- Ve zprávě zveřejněné výsledky je třeba tedy brát zatím pouze orientačně.

# Rozdělení přechodů regionálního významu do skupin

- Pro účely zpracování výsledků a jejich interpretaci jsme se rozhodli přechody každé čtvrtletí rozdělit do několika skupin. Výsledky jsou za tyto skupiny a nikoliv za jednotlivé přechody resp. za všechny přechody jako celek.

*K rozdělení přechodů do skupin jsme využili klasifikační metodu zvanou shluková analýza k-průměrů (K-Means Cluster Analysis), která se používá k rozkladu souboru na skupiny tak, aby si jednotky uvnitř skupiny byly co nejpodobnější. Před analýzou jsme se rozhodli, že ze souboru dat vyřadíme železniční hraniční přechody, které jsou natolik specifické, že je vhodnější je zpracovávat zvlášť. Vytvořili jsme 5 skupin silničních hraničních přechodů, přičemž rozhodující pro rozřazení do jednotlivých skupin byla jednak velikost přechodu vyjádřená počtem projíždějících aut a dále převažující důvod návštěvy ČR. Jednotlivé skupiny ukazuje schéma na této straně, přiřazení konkrétních přechodů do skupin tabulka na straně následující.*

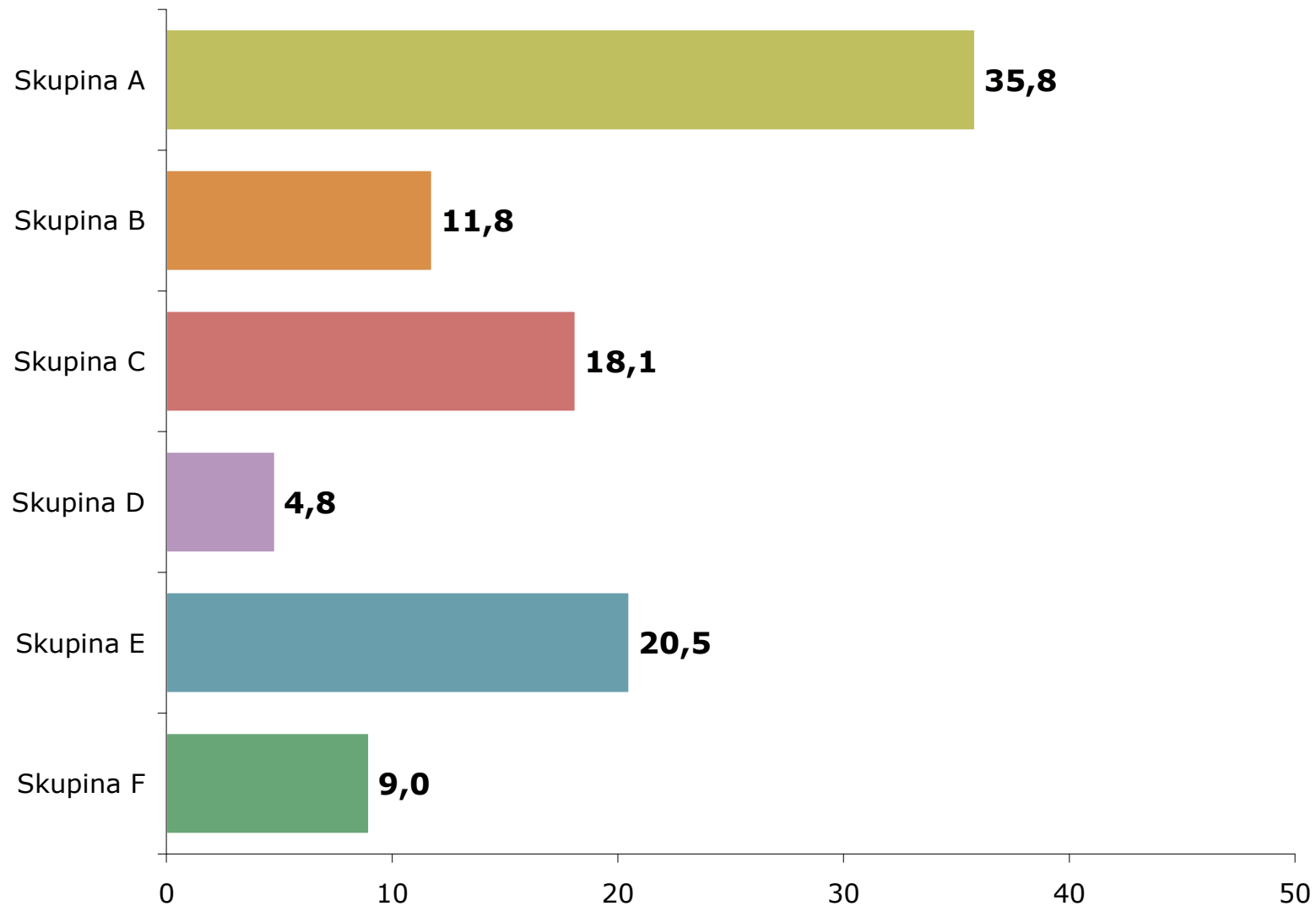


# Rozdělení přechodů do skupin

SKUPINA	PŘECHOD	TYP	VELIKOST	PŘEVAŽUJÍCÍ DŮVOD NÁVŠTĚVY
SKUPINA A	Hodonín	Silniční	Velký	Nákupy
	Hora sv. Šebestiána	Silniční	Velký	Nákupy
	Mosty u Jablunkova	Silniční	Velký	Nákupy
	Petrovice	Silniční	Velký	Nákupy
	Zelezná	Silniční	Velký	Nákupy
SKUPINA B	Krnov	Silniční	Malý	Nákupy
	Mikulovice	Silniční	Malý	Nákupy
	Mníšek	Silniční	Malý	Nákupy
	Střelná	Silniční	Malý	Nákupy
	Sudice	Silniční	Malý	Nákupy
SKUPINA C	Bohumín	Silniční	Malý	Dovolená
	Bučina	Silniční	Malý	Dovolená
	Hnanice	Silniční	Malý	Dovolená
	Hrádek n. Nisou	Silniční	Velký	Dovolená
	Hřensko	Silniční	Malý	Dovolená
	Kohútka	Silniční	Malý	Dovolená
	Stožec	Silniční	Malý	Dovolená
SKUPINA D	Brumov - Bylnice	Silniční	Malý	Návštěva příbuzných
	Hevlín	Silniční	Malý	Návštěva příbuzných
	Nová Bystřice	Silniční	Malý	Návštěva příbuzných
	Slavonice	Silniční	Malý	Návštěva příbuzných
	Velká nad Veličkou	Silniční	Malý	Návštěva příbuzných
SKUPINA E	Boží Dar	Silniční	Malý	Žádný
	Broumov	Silniční	Malý	Žádný
	Č. Velenice - Halámky	Silniční	Malý	Žádný
	Dolní Lipka	Silniční	Malý	Žádný
	Královec	Silniční	Malý	Žádný
	Poštorná	Silniční	Malý	Žádný
	Studánky	Silniční	Malý	Žádný
Svatá Kateřina	Silniční	Malý	Žádný	
SKUPINA F	Bohumín	Železniční	-	-
	Břeclav	Železniční	-	-
	České Budějovice	Železniční	-	-
	Domažlice	Železniční	-	-
	Cheb	Železniční	-	-
Vsetín	Železniční	-	-	

# Podíl respondentů v jednotlivých skupinách

**ZÁKLAD:** Všichni respondenti na malých přechodech



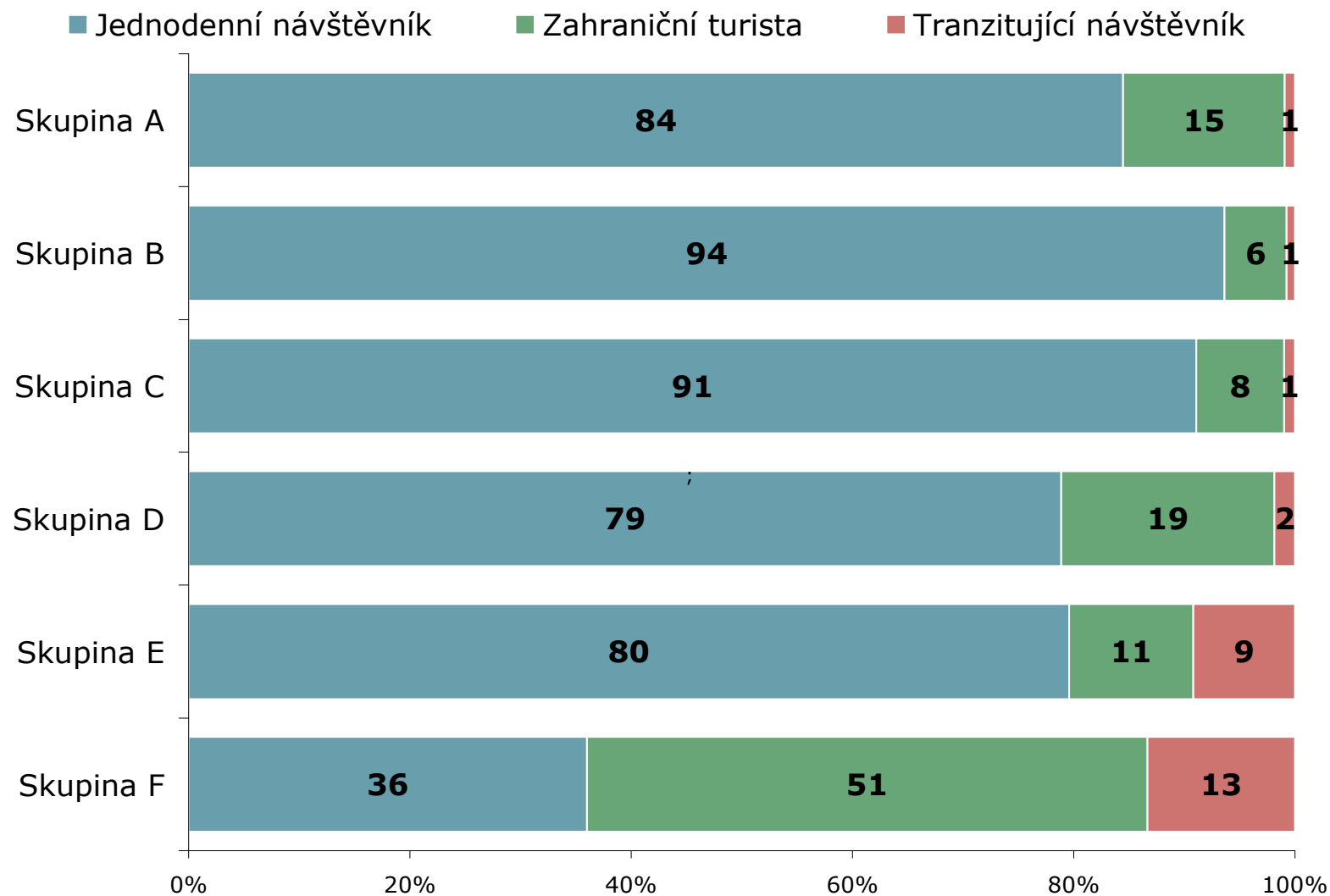
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Shrnutí výsledků

- Na následujících stranách najdete výsledky za vymezené skupiny přechodů. Zcela záměrně zde chybí výsledky otázek, které byly pokládány pouze tranzitujícím návštěvníkům, a to z důvodu jejich nízkého zastoupení (tranzitující návštěvníci představují pouhá 4 % všech dotázaných na přechodech regionálního významu).
- První a nejpočetnější skupina („**Skupina A**“ - „**silniční velké nákupní přechody**“). Převážná část návštěvníků využívající tyto přechody jsou jednodenní návštěvníci, nejčastěji Němci, kteří přijíždí za nákupem, jejich návštěvy jsou velmi časté a krátké, cestují v závislosti na vybavenosti přechodu a jeho okolí příležitostmi pro nákupy, jejich výdaje jsou mírně nadprůměrné a jsou spojeny s nákupy zboží a pohonných hmot.
- Druhou skupinu („**Skupina B**“ - „**silniční malé nákupní přechody**“). Tyto přechody se vyznačují výrazně nižší intenzitou provozu, řada z nich se nachází na česko-polské hranici, jsou tedy nadprůměrně využívány Poláky. Zahraniční návštěvníci v okolí těchto hraničních přechodů nakupují, jejich útraty jsou spíše podprůměrné, ale na druhou stranu sem jezdí velmi často.
- Do třetí skupiny („**Skupina C**“) spadají přechody využívané zahraničními návštěvníky, kteří do ČR přijeli za účelem volnočasových aktivit (dovolená, výlet, poznávání, aktivní dovolená, návštěva sportovní či kulturní akce). Cesty těchto zahraničních návštěvníků jsou méně časté, útraty podprůměrné, nejčastěji vynaložené za jídlo v restauracích, nákup zboží či ubytování.
- Do čtvrté skupiny („**Skupina D**“) spadají přechody využívané zahraničními návštěvníky, kteří do ČR přijeli na návštěvu příbuzných a známých. Většina přechodů se nachází na česko-rakouské hranici, mezi zahraničními návštěvníky jsou i zahraniční turisté, kteří se ubytovávají právě u svých příbuzných a známých.
- „Směsice“ silničních přechodů („**Skupina E**“), je zahraničními návštěvníky využívána z různých důvodů a není ničím signifikantní.
- Poslední skupinou jsou železniční přechody („**Skupina F**“), které jsou skladbou zahraničních návštěvníků velmi různorodé. Oproti ostatním skupinám je zde vyšší podíl zahraničních turistů, výrazně vyšší průměrná délka pobytu, nižší frekvence návštěv, vyšší podíl návštěvníků platících výdaje před cestou/pobytem (za dopravu).

# Typ návštěvníka

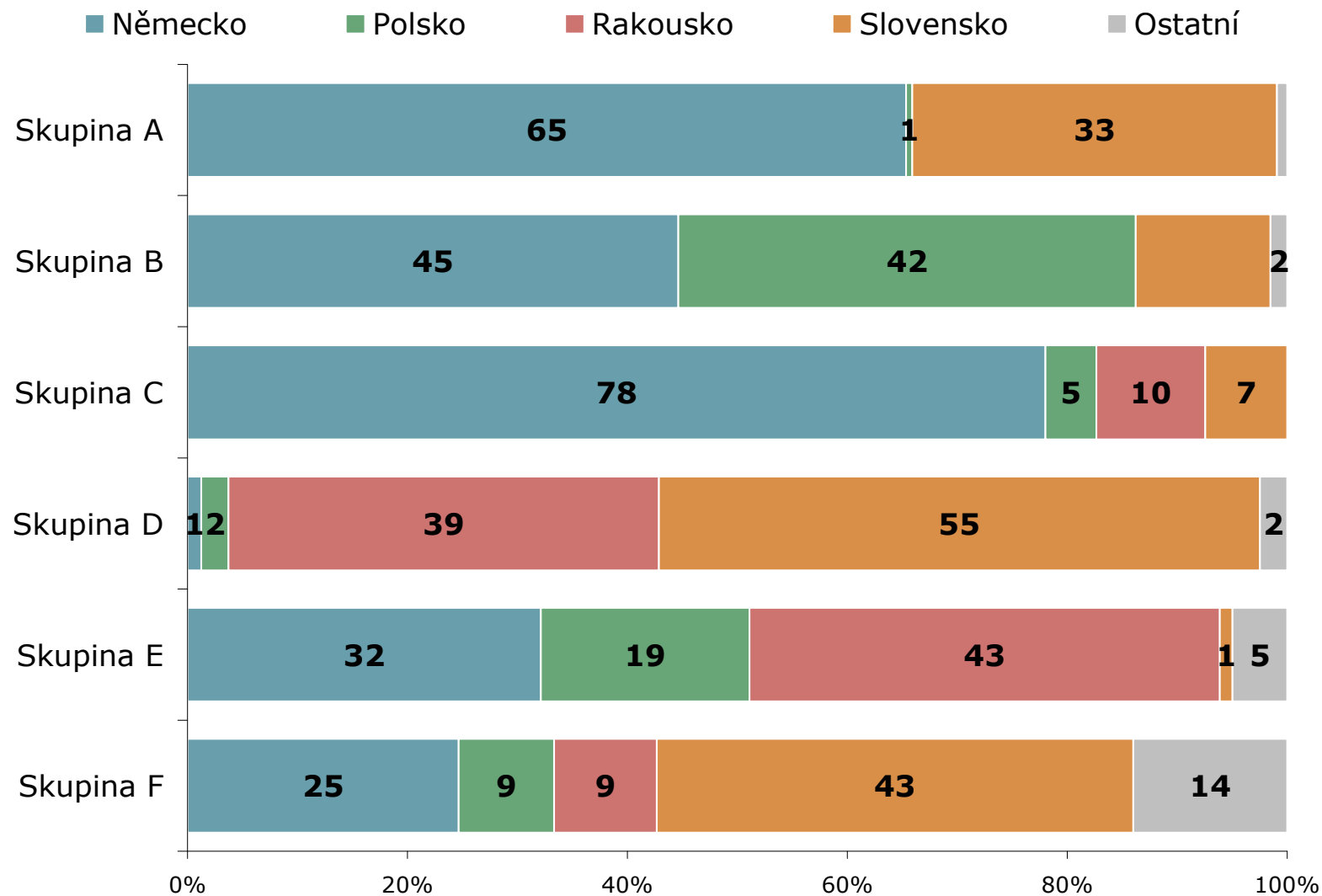
ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech

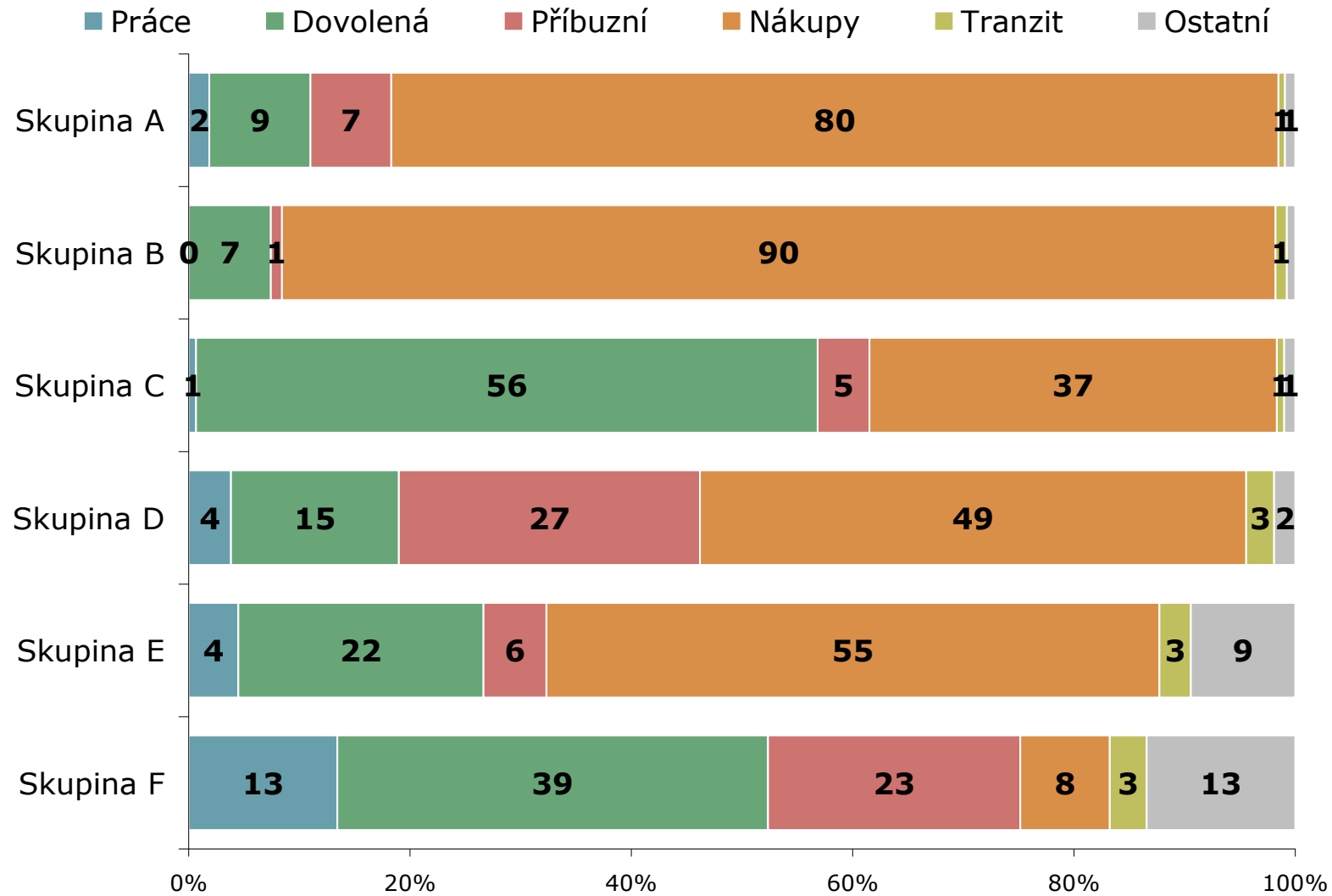


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



# Důvod návštěvy ČR

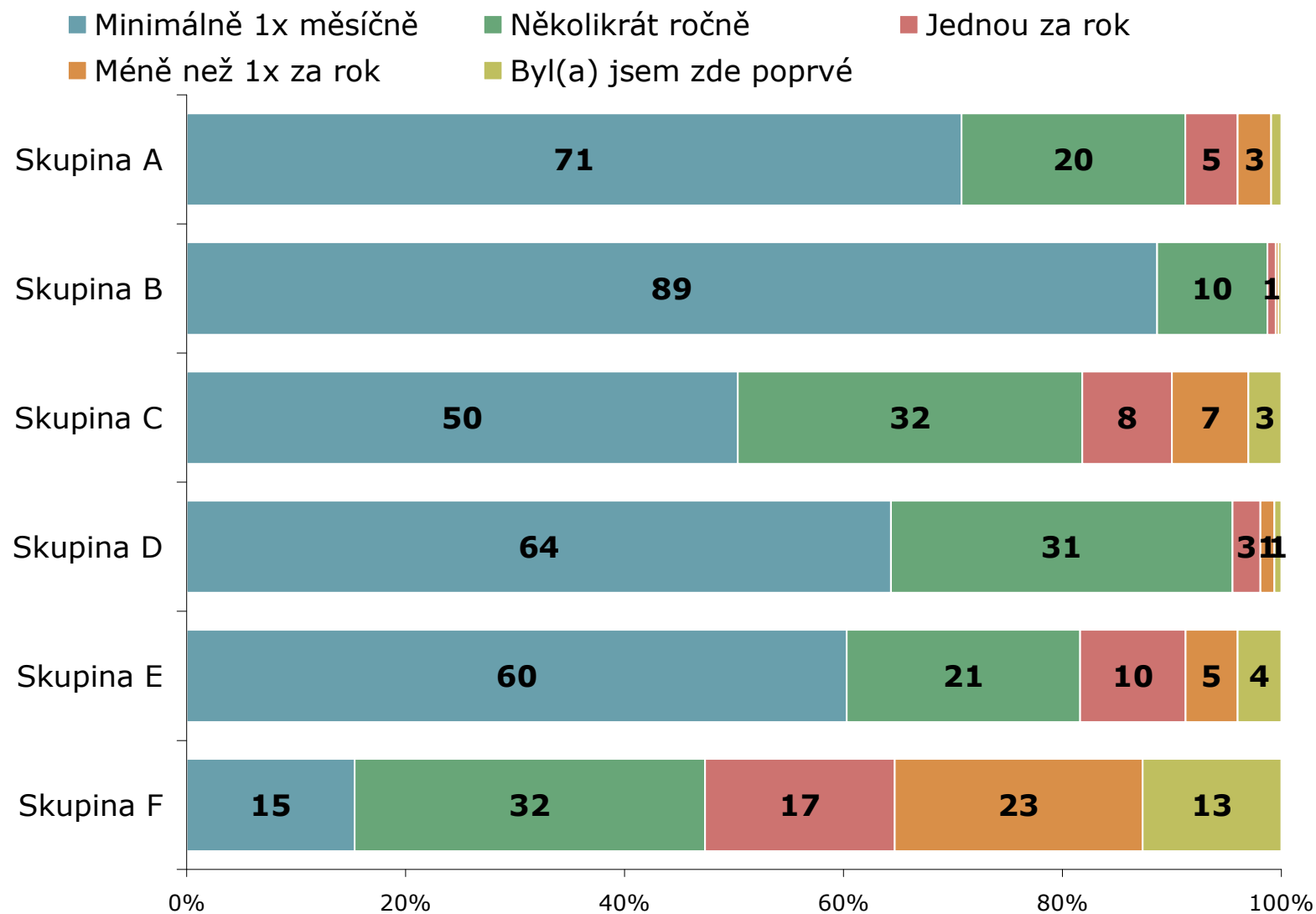
ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Frekvence návštěv ČR

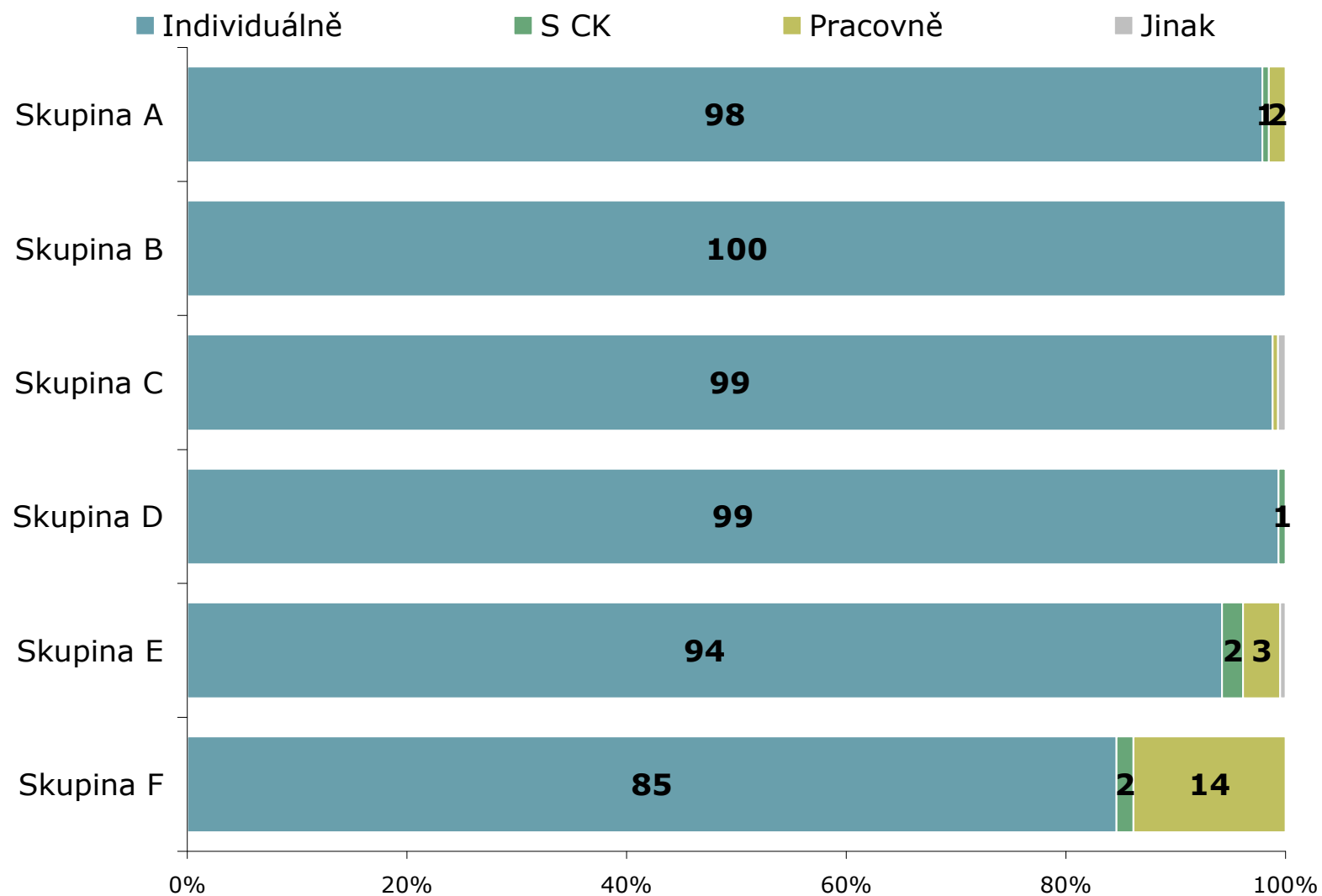
ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Forma návštěvy ČR

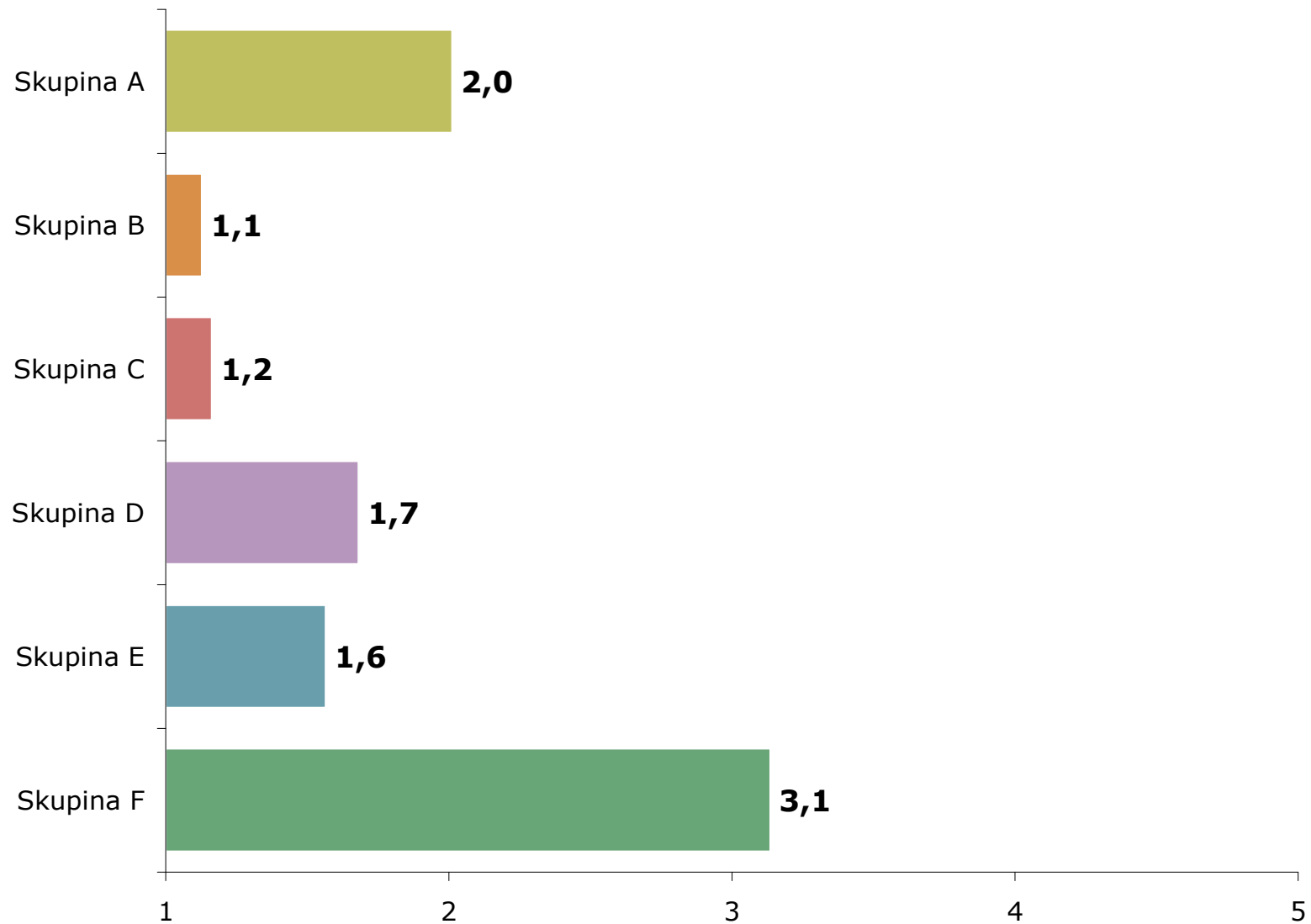
ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Délka pobytu v ČR – průměrný počet dní

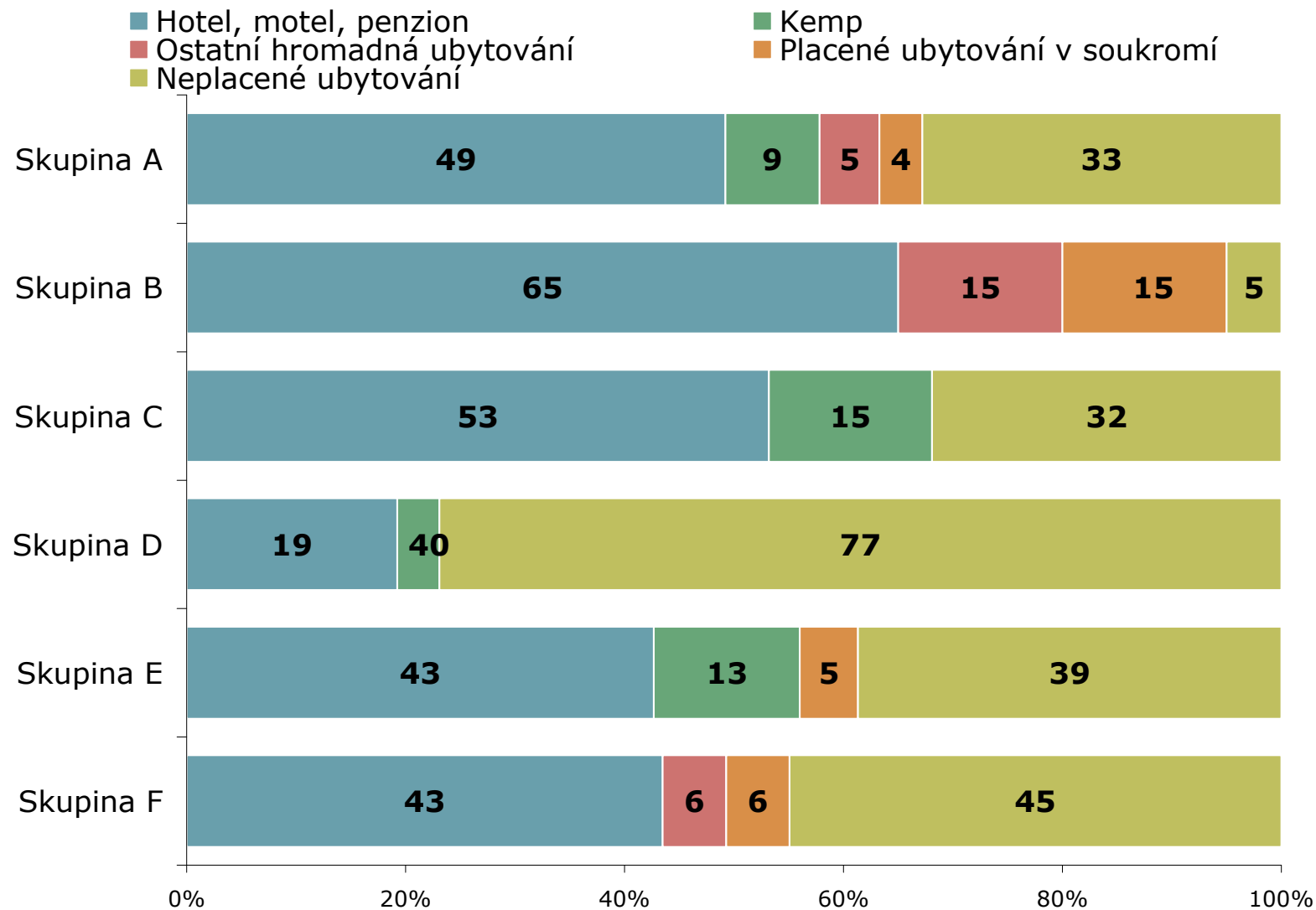
**ZÁKLAD:** Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Druh ubytování v ČR

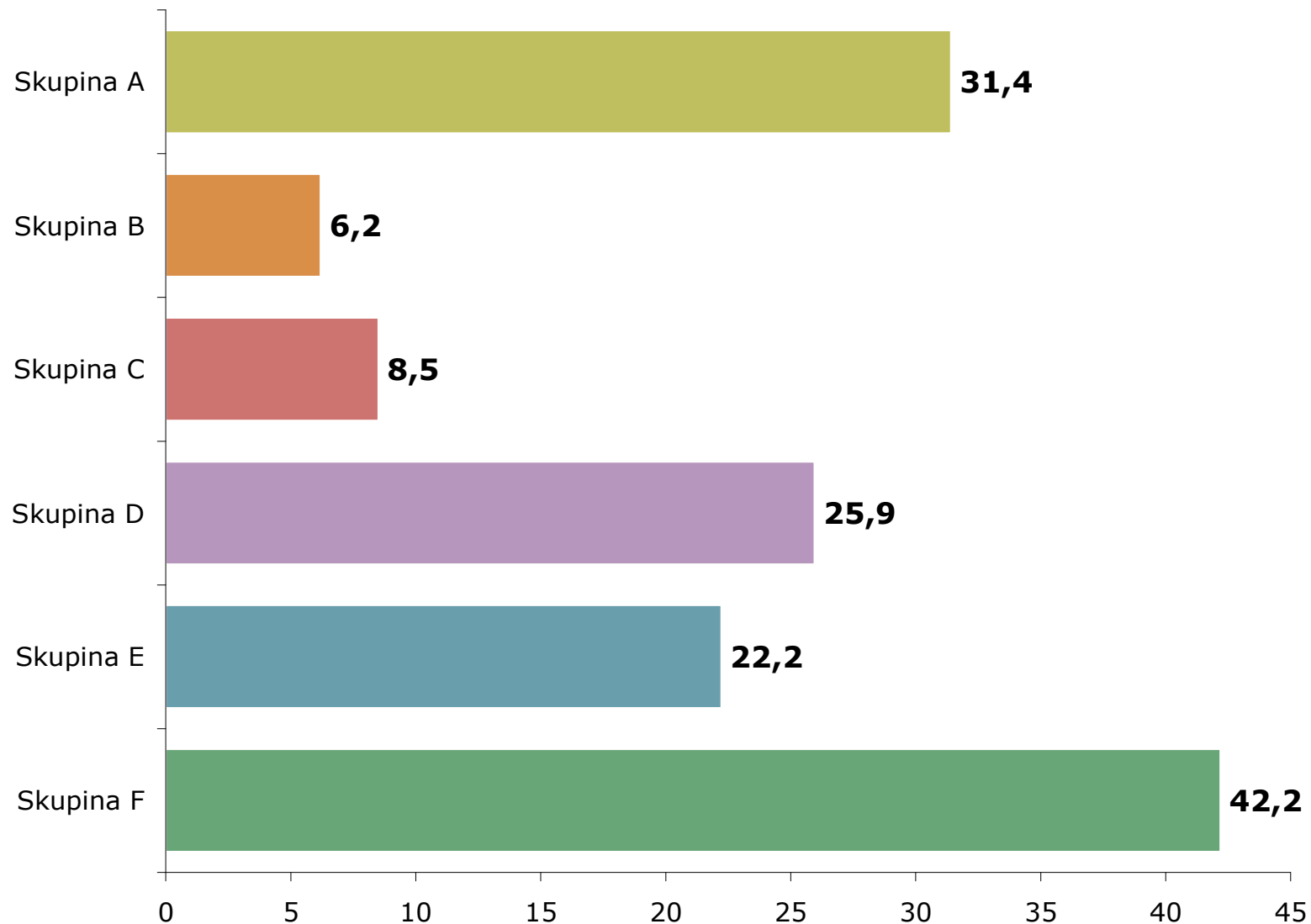
**ZÁKLAD:** Pouze zahraniční turisté na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Podíl návštěvníků platících výdaje před pobytem

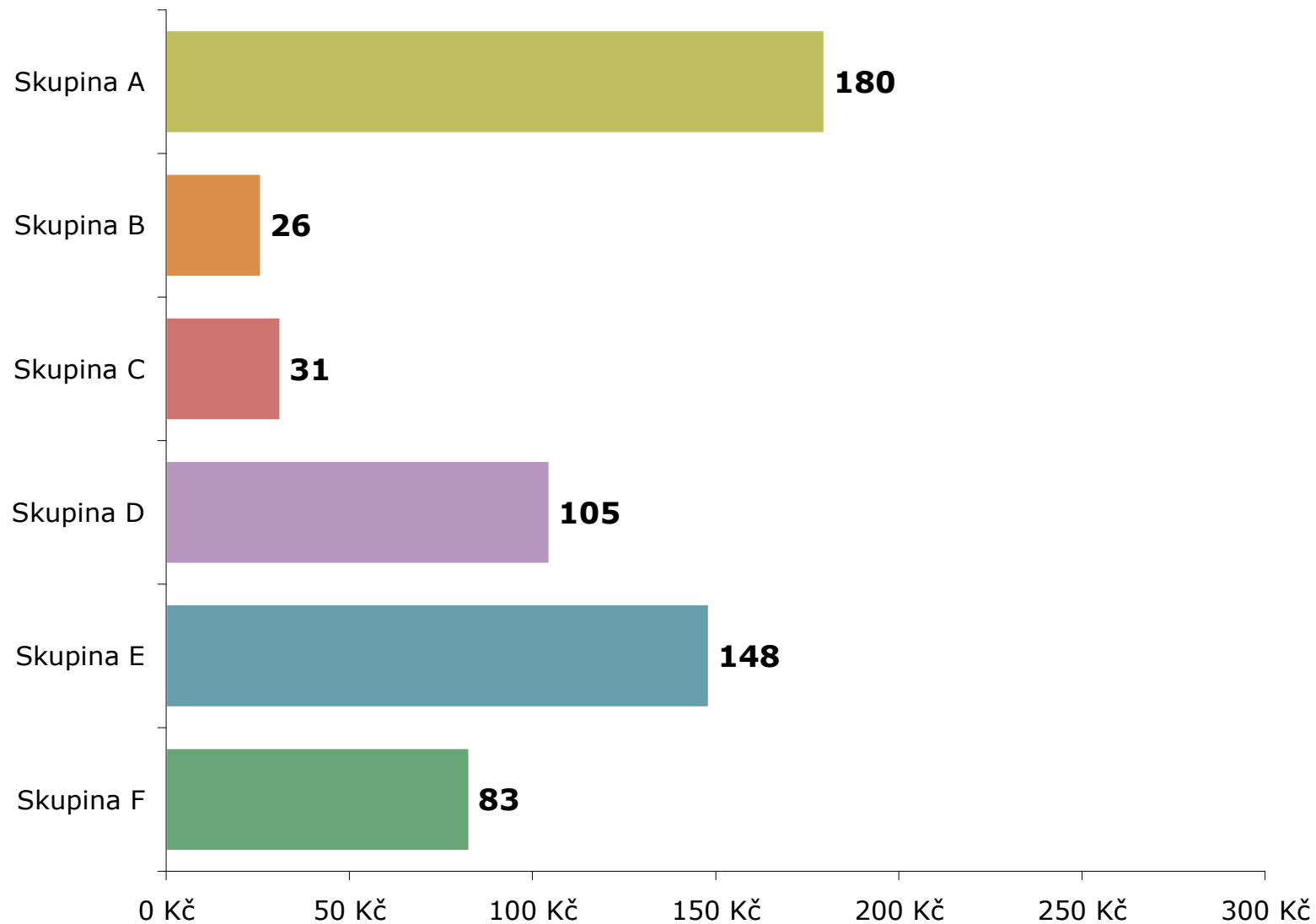
ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Průměrná výše výdajů zaplacených před pobytem

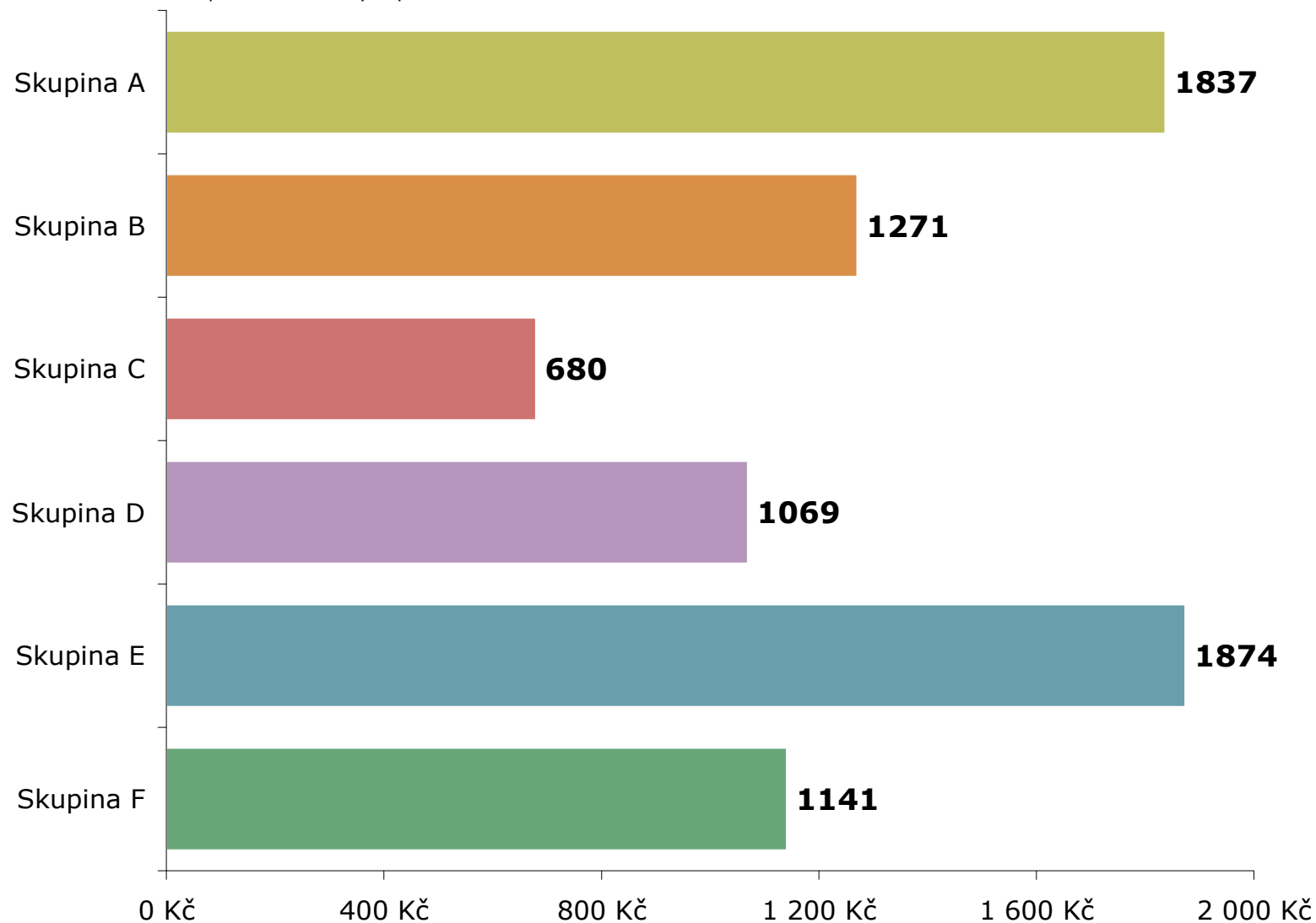
ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Průměrná výše výdajů zaplacených během pobytu

ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech

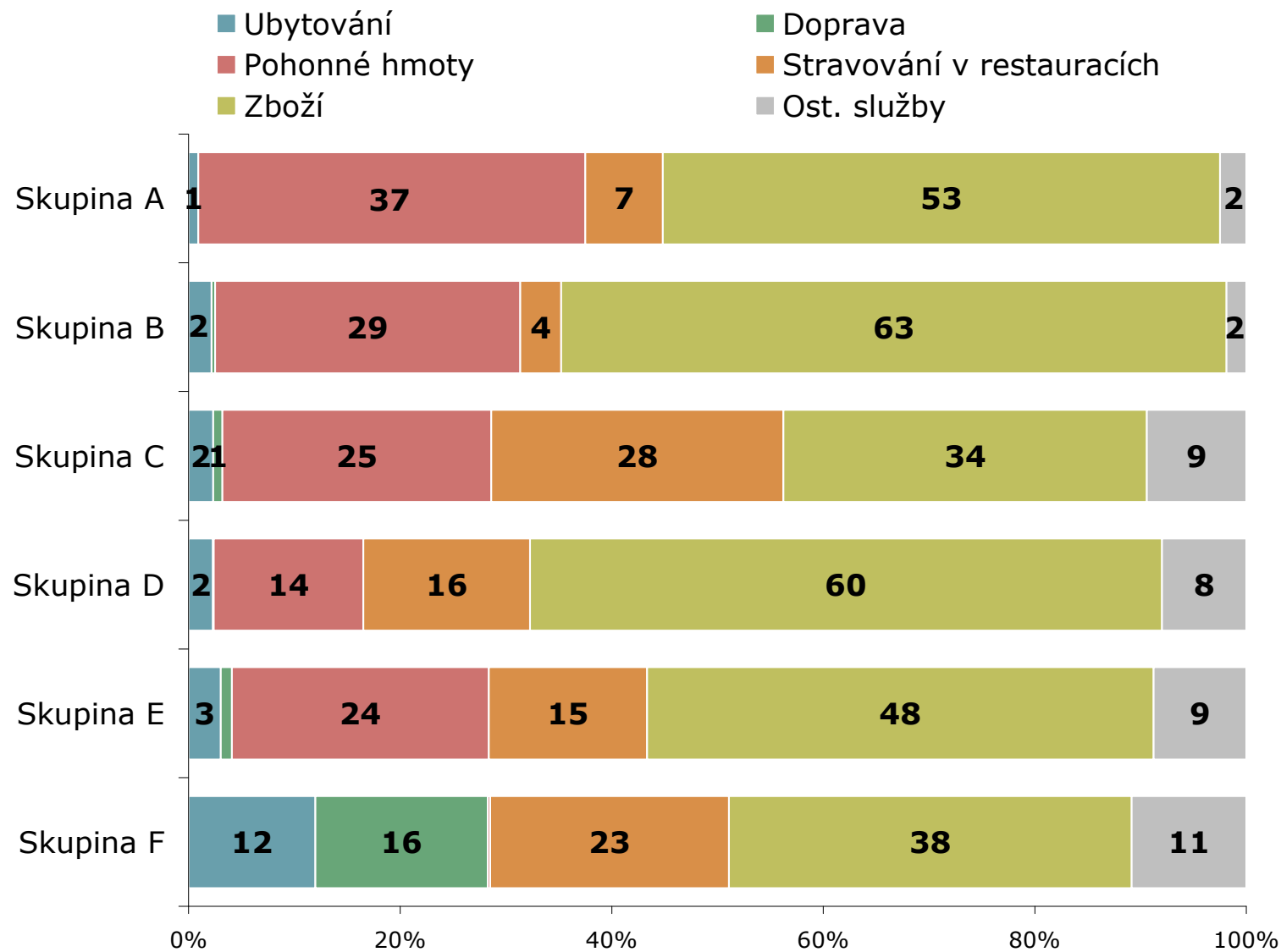


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009



# Struktura výdajů zaplacených během pobytu

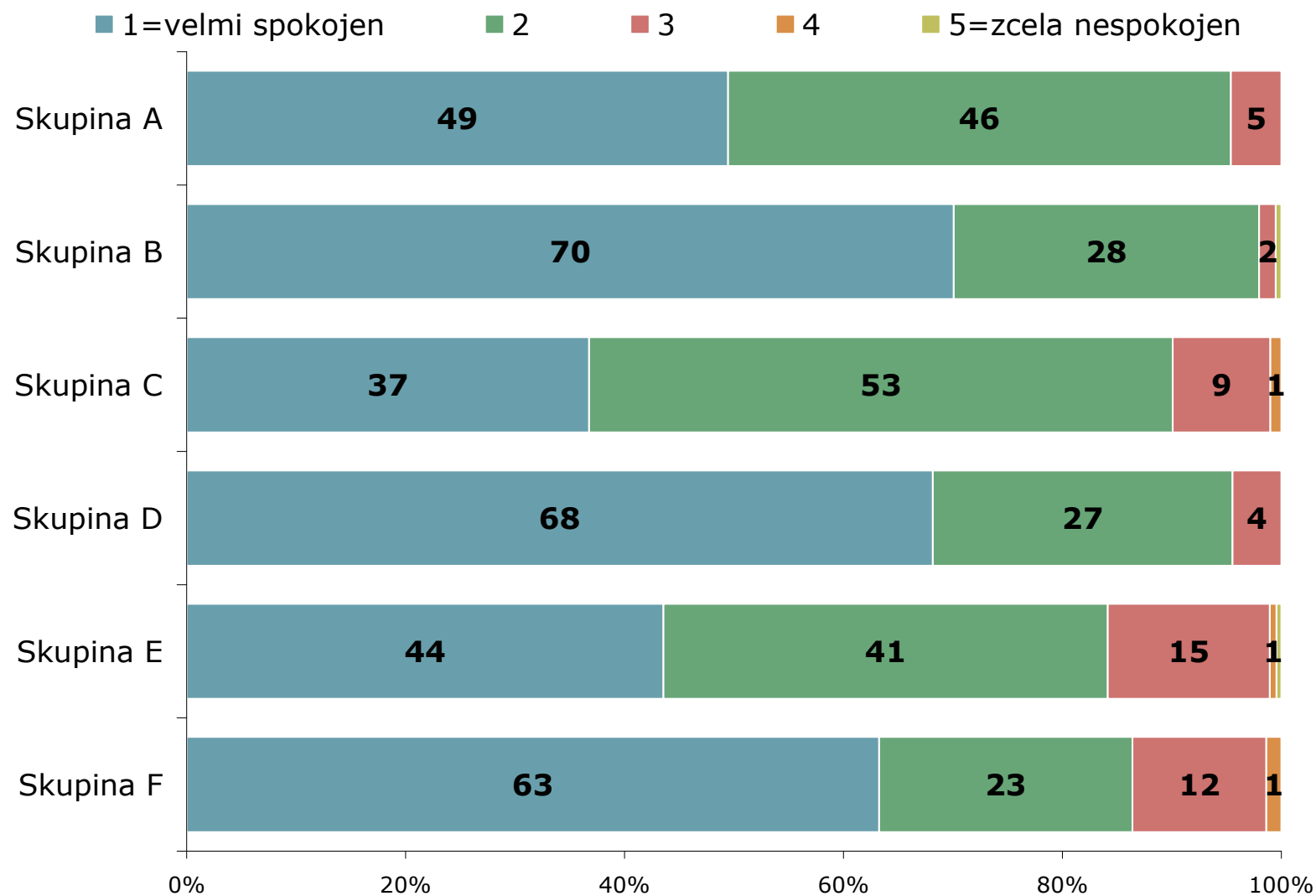
ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009

# Spokojenost s návštěvou ČR

ZÁKLAD: Všichni respondenti na malých přechodech




ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2009




# DOTAZNÍKY


# Jednodenní návštěvníci



INTEGROVANÝ  
OPERAČNÍ  
PROGRAM



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
ŠANCE PRO VÁS ROZVOJ



MINISTERSTVO  
REGIONÁLNÍHO ROZVOJE

J

**STEM/MARK**

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

**E1388 - Příjezdový cestovní ruch**

Tazatel

Kodér

Dátováč 1

Dátováč 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, doplňte se ho, ze které spolkové země pochází.*

Vypíšte český název státu, .....  
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	Nakupy	08
Rekreace a zábava	Zdravotní pobyt, léčení v lázních	09
Rekreace, volný čas, dovolená, poznávání	Stodžijni 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. Jaka 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 pracovně?

*Pokyn: Vyznačte jednu odpověď.*

Individuálně	1
Se zahrnutím cestovní kanceláře/agenturou	2
S českou cestovní kancelář/agenturou	3
Pracovně, 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, příp. uveďte počty.*

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?

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

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

**Filt:** 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 z jízdenek, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn)	
Zboží (potravinářství, 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 %





# Zahranční turisté

**INTEGROVANÝ OPERAČNÍ PROGRAM**
  
**EVROPSKÁ UNIE**
  
 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
   
 ŠANCE PRO VÁS IZVONÍ

**STEM/MARK**
  
 MARKETINGOVÝ VZTEK JE DIALOG
   
**E1388 - Příjezdový cestovní ruch**

Tazatel:    
  
 Kód:  
  
 Dátum 1:  
  
 Dátum 2:

Dobry 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?

*Pokud je respondent z Německa, dopište se ho, ze které spolkové země pochází.*

Vypište desky níže státu, .....  
popř. spolkovou zemi

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

*Pokud: Vyberte jednu odpověď.*

Pracovní		Návštěva kulturní akce, festivalu	07
Obchodní cesta	01	Ostatní	
Účast na kongresu, semináři, veletrhu	02	Nákupy	08
Rekreace a zábava		Zdravotní pobyt, léčeni v lázních	09
Rekreace, volný čas, dovolená, poznávání	03	Střední pobyt	10
Aktivní dovolená (turistika, sport)	04	Jiný důvod, vyplňte:	
Návštěva přítomných známých	05		11
Návštěva sportovní akce	06		

3. Jak často navštěvujete Českou republiku?

*Pokud: Vyberte pouze jednu odpověď.*

Mínimálně 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)?

*Pokud: Uveďte počet nocí.*

Na území ČR:

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

*Pokud: Vyberte město/region, počet nocí a v „Druh ubytování“ vyznačte všechny odpovědi.*

Navštívené město nebo region	Počet nocí	Druh ubytování				
		Hotel, motel, penzion	Kemp	Osobní ubytování (kampaň, dům, dle soci. středisko apod.)	Přátelské ubytování v soukromí	Nepřímé ubytování, přenočování (u přátel/rodiny, v přírodě, v dlepr. prostředku)
		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?

*Pokud: Vyberte jednu odpověď.*

Individuálně	1	Pracovní u služební cestou	4
Se zahraniční CK / agenturou	2	Jinak	5
S českou CK / agenturou	3		

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

*Pokud: Vyberte jednu odpověď, resp. 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 Vaší návštěvu ČR, plánil(a) jste v souvislosti s ní nějaké zboží či služby předem mimo území ČR? Pokud ano, o jak vysokou částku se jednalo?

*Pokud: Vyberte jednu odpověď, resp. 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 utrátil(a) nejvíce z této částky?

.....

9. Rozdělte ruro 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)	
Ubytování vč. snídaně, polopenze či plné penze	
Doprava (ceny letenek a jízdenek, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn)	
Zboží (potravinu, 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 %

Dále odpovídají všichni!

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

Hodnota:       Kč Měna: .....

**Filtr:** Na otázku 10a odpovídají pouze respondenti, kteří v otázce 10 uvedli částku vyšší než 3 000 USD/EUR/GBP/CHF nebo 100 000 CZK.

10a. Za jaké služby nebo zboží jste utratil(a) nejvíce z této částky?

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

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

Ubytování vč. snídaně, polopenze či plné penze	
Doprava (ceny jízdenek popř. letensk. taxi, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn)	
Stravování v restauracích	
Zboží (suvenýry, 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 %

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

*Pokyn: Vyznačte jednu známku*

+      -

13. Nyní se zaměříme na to, zda jste se v ČR setkal(a) s nějakými problémy. Nejméně jste byl(a) spokojen(a) s:

*Pokyn: Vyznačte jednu odpověď.*

Doprava	01
Taxi služby	02
Ubytovací služby	03
Stravovací služby	04
Ceny	05
Jazyková vybavenost lidí ve službách	06
Jazyková vybavenost a přístup obyvatel	07
Orientace a navigační systém	08
Infrastruktura, stav silnic	09
Jiná oblast, vyplňte: .....	10
<b>Žádné</b>	11

14. Jak často využíváte při plánování svých cest do zahraničí tyto informační zdroje?

*Pokyn: V každém řádku vyznačte jednu odpověď.*

	Vždy	Občas	Vůbec
A. Dosaďovací vlastní zkušenosti	1	2	3
B. Doporučení přátel/známých	1	2	3
C. Návštívka/proprazdní 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. Titulní turistické průvodci, mapy	1	2	3
H. Internet	1	2	3

S1. Kolik je Vám let?

Děkujeme Vám za Vaše odpovědi. *Pokyn: Dále zaplňte pouze tázatel.*

S2. Pohlaví respondenta

Muž	1
Žena	2

S3. Hraniční přechod

*Pokyn: Vyplňte název přechodu a místo dotazování (např. ČS Štětí, Lidl, parkoviště ...).*

Název: ..... Místo: .....

S4. Datum a čas testení:

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:




# Tranzitující návštěvníci



**INTEGROVANÝ  
OPERAČNÍ  
PROGRAM**




EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
ŠANCE PRO VÁS ROZVOJ



MINISTERSTVO  
REGIONÁLNÍHO ROZVOJE

T



**STEM/MARK**  
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

E1388 - Příjezdový cestovní ruch

Tazatel

Kodár

Dátová 1

Dátová 2

Dobry 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?**  
*Pokyny: Pokud je respondent z Německa, dopsajte ze ho, ze které spojkové země pochází.*

Vypište desky název státu: .....  
 popř. spojkovou zemi

**2. Jak často navštěvujete Českou republiku?**  
*Pokyny: 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
Bvl(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.  
*Pokyny: Vypište místa.*

.....

**4. Kolikrát jste v České republice při této Vaší cestě přenocoval(a)?**  
*Pokyny: Uveďte počet nocí.*

**5. Který stát je byl cílem této Vaší cesty?**

Vypište desky název státu: .....

**6. Kolikrát hodíte přenocovat / jste přenocoval(a) v cílové zemi, do/ze které jedete?** *Pokyny: Uveďte počet nocí.*

**7. Proč jste si za cel své cesty nevybral(a) Českou republiku?**

*Pokyny: Vyberte všechny respondentovy odpovědi. Varianty nemůžete.*

Cestuji z pracovních důvodů	1
ČR nemá moře/pláž/písk	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 drábo	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?**

*Pokyny: Vyberte pouze jednu odpověď.*

Prohlídky místních památek	01	Kulturní skoc	06
Sport, sportovní aktivity	02	Noční život	07
Poznatvat přírody	03	Ozdravné a léčebné pobyty	08
Pobyt u vody	04	Poznavaní 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?**

*Pokyny: V každém řádku vyberte jednu odpověď.*

	Vždy	Občas	Vůbec
A. Dosaední vlastní zkušenosti	1	2	3
B. Doporučení přátel/znaných	1	2	3
C. Navštívená/propanační 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 inzercce v tisku, rozhlasu, televizi	1	2	3
G. Titulní turistické průvodci, mapy	1	2	3
H. Internet	1	2	3

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

*Pokyny: Uveďte počet návštěv.*

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

*Pokyny: 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 návštěvníci

12. Jaké jsou hlavní důvody Vašeho zájmu navštívit ČR?

.....

Dále odpovídejte vřídími!

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

.....

14. Polknzte 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=vyborné hodnocení a 5=nejhorší hodnocení.

*Polknze: 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 (podnět, 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.

*Polknze: 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 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.

*Polknze: Vyznačte jednu odpověď, příp. uveďte počty.*

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).

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

Ubytování vč. snídaně, polopenze či plné penze	
Doprava (ceny jízdenek popř. letenek, taxi, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn)	
Stravování v restauracích	
Zboží (suveníry, potraviny, oděvy, obuv, sklo, elektronika, dopravní prostředky, mapy, knihy, tabák, láky, šperky apod.)	
Ostatní – služby (vstupenky, kultura, muzea, památky, sport, kasina, pojištění, lékařskými úkony, 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 známku na stupnici od 1 do 5, kde 1 znamená velmi spokojen a 5 znamená zcela nespokojen, byste na základě své spokojenosti přiřadil(a)?

*Polknze: Vyznačte jednu známku*

+      -

51. Kolik je Vám let?

Děkujeme Vám za Vaše odpovědi. *Polknze: Dále zapínejte pouze tazatel.*

52. Pohlaví respondenta

Muž	1
Žena	2

53. Hraniční přechod

*Polknze: Vypište název přechodu a místo dotazování (např. ČS Štětí, Ládě, parkoviště ...).*

Název: ..... Místo: .....

54. Datum a čas setkání:

den:   měsíc:   rok:

Hodina:   Minuta:

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

Vlastnoruční podpis: .....

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

# Realizátor projektu

## Společnost STEM/MARK

- Jsme společností zkušených odborníků v marketingovém výzkumu a řídíme se přesvědčením, že kvalitní výzkum musí být dialog. Dialog mezi námi a klientem a dialog s našimi respondenty otevírají cestu k dobrému výzkumu. Dobrý výzkum je předpokladem úspěšného dialogu našeho klienta s jeho zákazníky. Nejlepší služby se rodí z otevřeného dialogu lidí. **Marketingový výzkum je dialog.**
- V letošním roce vstoupíme do patnáctého roku existence. Během této doby jsme se stali jednou z předních společností v oblasti marketingového výzkumu na českém trhu.
- Poskytujeme služby na vysoké profesionální úrovni, prověřené na několika úrovních společnosti nezávislými orgány české asociace agentur pro výzkum trhu SIMAR a odpovídající standardům světové profesní organizace ESOMAR.
- Výzkumné série, rozsáhlý archiv dat pořízených ve vlastní režii a znalost prostředí nám umožňují znát odpovědi na některé otázky ještě dříve, než nám je klienti položí.
- Pomáháme zákazníkům správně porozumět výsledkům výzkumu a zvolit optimální marketingovou strategii vedoucí k úspěchu a k dosažení jejich cílů. Tím podporujeme jejich růst a zlepšování pozice na trhu.
- Je pro nás radost spolupracovat s těmi, kteří své práci rozumí.

## Managing Director

Jan TUČEK

- **Telefon:** 225 986 839
- **E-mail:** tucek@stemmark.cz



## Senior Analyst

Bohdana HOLÁ

- **Telefon:** 225 986 833
- **E-mail:** hola@stemmark.cz



## STEM/MARK, a.s.

Na Hrázi 17/176, 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: Živnostenská banka, Praha 1

Číslo účtu: 819 010 004 / 0400