



Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015

Výzkum v okolí hraničních přechodů – počet návštěvníků a jejich výdaje
výsledky za červenec - září 2010

Říjen 2010 / Průběžná zpráva z výzkumu pro Ministerstvo pro místní rozvoj ČR / Jan Tuček, Bohdana Holá /
STEM/MARK, a.s.

STEM  MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG



OBSAH

Obsah	strana 02
Východiska a parametry projektu	strana 03
Výsledky z dotazování v okolí hraničních přechodů	
Shrnutí výsledků	strana 09
Deskripce zahraničních a tranzitujících návštěvníků	strana 12
Příloha: Dotazníky	strana 54
Realizátor projektu	strana 61

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 probíhá v rámci projektu „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA)“, který je realizován v rámci IOP 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 zaměstnanost“, 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 2010**. **Do šetření i zpracování jsou od roku 2010 nově zařazeny výsledky i za 30 hraničních přechodů regionálního významu a 6 regionálních železničních nádraží a nově i 2 autobusová nádraží. V roce 2009 dotazníky ze 36 nově zařazených regionálních přechodů do zpracování a celkových výsledků nevstupovaly - jednalo se pouze o pilotní fázi, která sloužila primárně k nastavení parametrů zjišťování. V roce 2009 tedy. Vzhledem k masivnímu rozšíření počtu přechodů jsou data od roku 2010 velmi obtížně srovnatelná s předchozími údaji a v jakýchkoli časových řadách by tento metodický zlom měl být jasně zřetelný.**

Východiska a parametry projektu

Metodika projektu

- Kvantitativní výzkum – face-to-face rozhovor respondentů s tazatelem se zaznamenáním jeho odpovědí do tištěného dotazníku
- Termín sběru dat: **1.7. – 30.9.2010** 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
- 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
 - autobusová nádraží: ÚAN Praha-Florenc, AN Brno-Zvonařka

Pozn.: 1) dotazování na železničních probíhalo nejen na nástupištích uvedených nádraží, ale rovněž ve vybraných vlacích

Cílová skupina

- Cílovou skupinu tvoří zahraniční návštěvníci a tranzitující 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 (jednodenní návštěvníci a turisté tvoří dohromady skupinu nazývanou ve zprávách souborně „**zahraniční návštěvníci**“)
 - **tranzitující návštěvníky**, tj. osoby 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 všech hraničních přechodů** je již 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, 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 a provede s ním rozhovor za předpokladu, že respondent vyhovuje kvótám a je ochoten se dotazování zúčastnit. Po skončení rozhovoru pokračuje tazatel oslovením opět dalšího pátého.

Ověřování neplaceného ubytování

- Ve třetím čtvrtletí 2010 proběhlo i ověřování neplaceného ubytování. Podařilo se shromáždit ověřovací dotazníky od 608 respondentů, kteří uvedli, že využili neplaceného ubytování v soukromí. První výsledky tohoto ověřování budou k dispozici v rámci prezentace dne 15.11., metodika ověřování a podrobná zpráva budou součástí závěrečné zprávy za rok 2010, stejně tak jako výsledky ověřování výdajů.

Východiska a parametry projektu

Harmonogram sběru dat

- Časový rámec dotazování se liší v závislosti na typu přechodu. Na silničních přechodech, na letišti Praha-Ruzyně, na hlavním nádraží, nádraží Holešovice a na autobusových nádražích je dotazování rozloženo rovnoměrně v čase, na železnicích a regionálních letištích odpovídá aktuálním železničním resp. letovým řádům.
- Dotazování v okolí silničních přechodů je rozloženo do časových pásem. Během čtvrtletního sběru je naplánováno celkem 11 (u menších přechodů méně) směn, přičemž tyto směny jsou navrhovány s cílem rovnoměrně pokrýt jednotlivé dny v týdnu i časy zjišťování. Ve druhém čtvrtletí byla stanovena mimořádná všeobecná směna v neděli 15.8.2010. Při sestavování harmonogramu sběru dat jsme se opírali o zkušenosti z minulých čtvrtletí a výzkumů.

Metodické poznámky

- Celkové informace poskytované bez ohledu na typ návštěvníka jsou převáženy podle výskytu jednotlivých typů návštěvníků na hraničních přechodech.
- 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 chyb označení měny a 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.

Počínaje rokem 2010 vstupují ořezané částky a počty nocí do výpočtu příslušných průměrných ukazatelů, ale se sníženou vahou (jako jeden průměr za ořezané částky či počty nocí celkem).

Vážení, přepočtení měn a ořezy

Vážení:

kvóty na sběr dotazníků byly nastaveny podle Akce čárkování, která proběhla v září 2009 a jejím cílem bylo zmapovat intenzitu provozu na jednotlivých hraničních přechodech a strukturu návštěvníků, kteří těmito přechody z ČR odjíždějí. Dalšími parametry jsou informace ze stejných období minulých let i aktuální informace z terénu.

Přepočtení měn:

k přepočtu měny, ve které respondent uvedl částky uhrazené v souvislosti s pobytem nebo návštěvou či průjezdem ČR do KČ, byl použit oficiální kurzovní lístek ČNB (průměrný kurz čtvrtletní).

„Ořezy“:

Ořezy jsou standardně aplikovány, aby se zmírnil vliv extrémních částek a délky pobytu na ostatní ukazatele. Každé čtvrtletí je ořezáno 1 promile záznamů s extrémní délkou pobytu, extrémní částkou zaplacenou před a během pobytu, která připadá na osobu a den. Aby se ořezáváním předešlo sešikmení souboru, je nutné ještě zrcadlově (a náhodně) ořezat i ze strany nulového počtu nocí a nulových výdajů – opět 1 promile z celkového počtu záznamů.

Při výpočtu průměrů však není dobré od extrémních částek zcela odhlédnout a proto od počátku roku 2010 všechny ořezané hodnoty počtu nocí a částek do výsledného průměru vstupují jediným reprezentantem – průměrem ořezaných dob a částek. Rozdíl, který takto vzniká oproti dříve publikovaným výsledkům, se pohybuje mezi 0 a 10 Kč a 0 a jednou pětinou dne.

V 3.Q 2010 jsme ořezali 12 výdajů během pobytu v rozsahu 33 tisíc-125 tisíc na osobu a den, 12 výdajů před pobytem v rozsahu 24-233 tisíc Kč na osobu a den a 12 délek pobytu v rozsahu 62 – 148 dní.



CELKOVÉ VÝSLEDKY ŠETŘENÍ PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH 2009-2015 VE TŘETÍM ČTVRTLETÍ 2010



SHRnutí VÝSLEDKŮ



Shrnutí výsledků

V okolí hraničních přechodů ČR, na letištích a nádražích bylo v prvním čtvrtletí roku 2010 dotázáno v rámci šetření Příjezdový cestovní ruch **11741** zahraničních návštěvníků. Mezi nimi bylo (po převážení a očištění metodických nesrovnalostí) **téměř 50 %** jednodenních návštěvníků, **přes 40%** zahraničních turistů a **přes 10 %** tranzitujících návštěvníků. V letním období tazatelé neměli problém požadované kvóty naplňovat. Jedinou výjimkou bez ohledu na typ a zemi přechodu jsou tranzitující návštěvníci. Zde je problém zřejmě způsoben útlumem tranzitu přes území ČR, ale také neexistencí přirozených míst zastavování a tedy odchyty. Český příjezdový cestovní ruch zvláště v příhraničních oblastech mohl být v letním období ovlivněn **povodněmi**, což se zřejmě projevilo především ve struktuře navštívených míst.

Jednodenní návštěvníci

Skupinu jednodenních návštěvníků reprezentují obyvatelé sousedních států – nejčastěji Němci. Je pro ně typická velmi častá frekvence návštěv – téměř **7 z 10** z nich sem jezdí minimálně 1x měsíčně. Hlavním důvodem pro návštěvu jednodenních návštěvníků jsou nákupy. V jarních i letních měsících však tento účel návštěvy oslabuje a dává prostor rekreaci, výletům a dovoleným.

Převažujícímu důvodu návštěvy odpovídají i navštívené destinace (příhraniční nákupní místa) nebo také struktura výdajů.

Jednodenní návštěvníci utratili v souvislosti se svou cestou přes **1450 Kč**, což je o cca **100 Kč** méně než ve druhém čtvrtletí. Tento déletrvající trend lze zřejmě vysvětlit vyrovnáváním většiny cen (zvláště pak cen PHM) v okolí hranic. Nejvíce utrácejí jednodenní návštěvníci za nákup zboží a pohonných hmot.

Shrnutí výsledků

Zahraníční turisté

Zahraníční turisté přijíždějí do ČR nejčastěji z Německa, Velké Británie a Slovenska. **35 %** přijíždí ze sousedních států. Frekvence návštěv je v porovnání s jednodenními návštěvníky výrazně nižší, přesto **35 %** z nich navštíví ČR alespoň 1x ročně. Do České republiky jezdí především na dovolenou, obchodní cesty či na návštěvu příbuzných a známých. Dovolená pochopitelně v letních měsících dominuje.

Centrem zájmu zahraničních turistů je Praha a další velká a turisticky atraktivní a lázeňská města. Průměrná délka jejich pobytu činí **6 dní (5 nocí)**, což znamená další zkrácení délky pobytu oproti 2. čtvrtletí (o 0,2 noci). Téměř ¾ zahraničních turistů se ubytovávají v hotelech, motelech a penzionech. Neplacené ubytování v soukromí je nadále na ústupu (16%).

Zahraníční turisté utratili v ČR v průměru téměř **2400 Kč** na osobu a den pobytu (rovněž pokles, ale méně významný než u jednodenních návštěvníků) a to rovnoměrně za dopravu, ubytování, stravování či zboží. Oproti předchozímu čtvrtletí došlo především k poklesu výdajů za ubytování a zboží. Výdaje za zájezd na klíč a za stravování se naopak zvýšily.

Tranzitující návštěvníci

Tranzitující návštěvníci se na celkovém počtu cizinců podílejí **10 %**. Nejčastěji se jedná o Němce.

ČR projíždí alespoň jednou ročně **7 z 10** tranzitujících a **téměř 6 z 10** jich míří do některé ze sousedních zemí - nejčastěji za prací/obchodem. V létě ale tradičně sílí vliv přímořských a lázeňských destinací.

Při cestování do cizích zemí mají tranzitující návštěvníci zájem o prohlídky místních památek, poznávání kultury, či pobytu u vody. 45% z nich (mírně klesající podíl) plánuje v ČR strávit v příštích 3 letech dovolenou - nejvíce je lákají památky a historie, Praha a příroda.

ČR hodnotí jako cenově dostupnou turistickou destinaci s dostatečnou nabídkou ubytovacích a stravovacích služeb. Postrádají lepší nabídku CK a dostatek informací o zvolené destinaci.

Kampaň na propagaci ČR za hranicemi ČR zaznamenali téměř **3 z 5** respondentů.



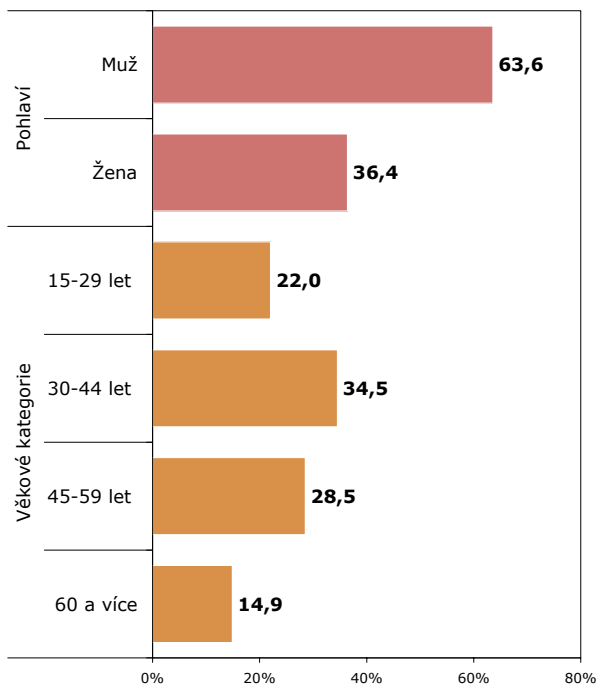
DESKRIPCE ZAHRANIČNÍCH A TRANZITUJÍCÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ

Struktura zahraničních návštěvníků

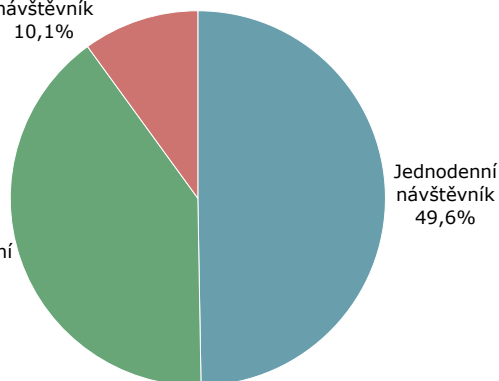
Podle typu návštěvníka

Struktura vzorku Podle věkové skupiny a pohlaví

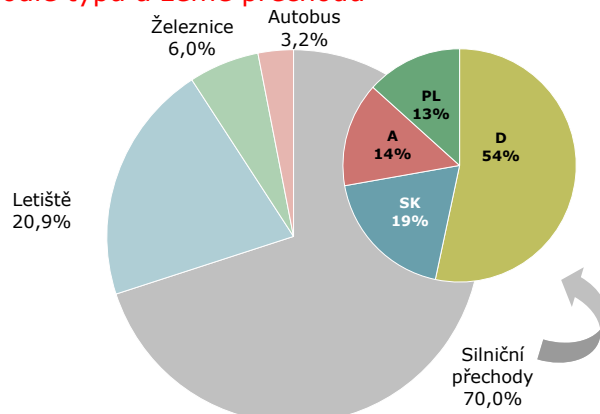
ZÁKLAD: Všichni respondenti, N= 11741 (3Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Podle typu a země přechodu



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Stát trvalého pobytu

ČR je cílovou i **tranzitní** zemí pro obyvatele okolních států. 7 z 10 jich přichází právě odtud. S létem a v souvislosti s dovolenými však přijíždí i turisté ze vzdálenějších zemí.

Vyrovnaní cenových hladin (zvláště PHM) se projevuje zvláště u obyvatel Polska a Slovenska déletrvajícím poklesem jejich podílu (zvláště u jednodenních návštěvníků) a výdajů během pobytu.

Jednodenní návštěvníci Na jeden den k nám vcelku pochopitelně přijíždějí takřka výhradně obyvatelé sousedních zemí na nákupy a v létě i na výlety. Pokud už přijíždí na den někdo jiný, je to především na obchodní cestu.

Struktura **zahraničních turistů** je podstatně barvitější, zvláště v létě. Více než třetina z nich přichází z nesousedících zemí EU-15, dalších 30% turistů přijíždí dokonce z ještě větší dálky.

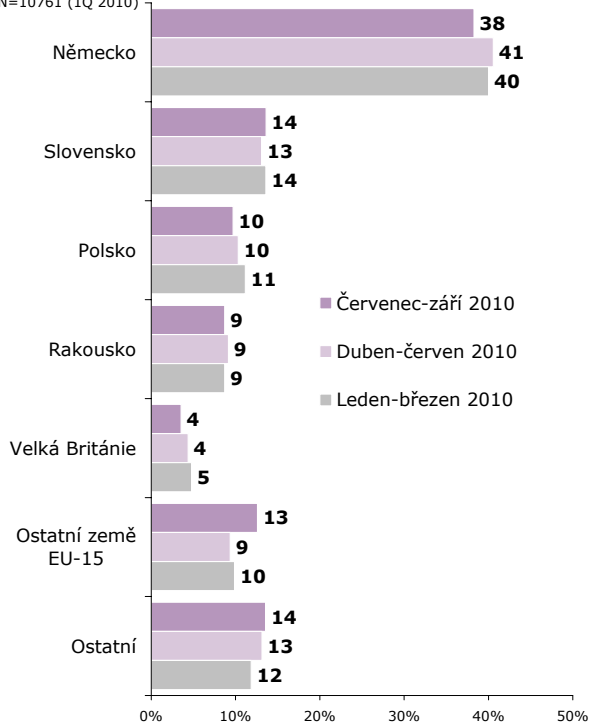
Přes ČR samozřejmě **prejízďejí** opět hlavně obyvatelé sousedních států, ale ani podíl projíždějících pocházejících z větší dálky není v žádném případě zanedbatelný (přes ¼.). **Míří** hlavně na jih k moři, do lázní v Maďarsku a na Slovensku a také dále na východ za poznáním.

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

BEZ OHLEDU NA TYP NÁVŠTĚVNÍKA

Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Všichni respondenti, N=11741 (3Q 2010); N= 11570 (2Q 2010), N=10761 (1Q 2010)

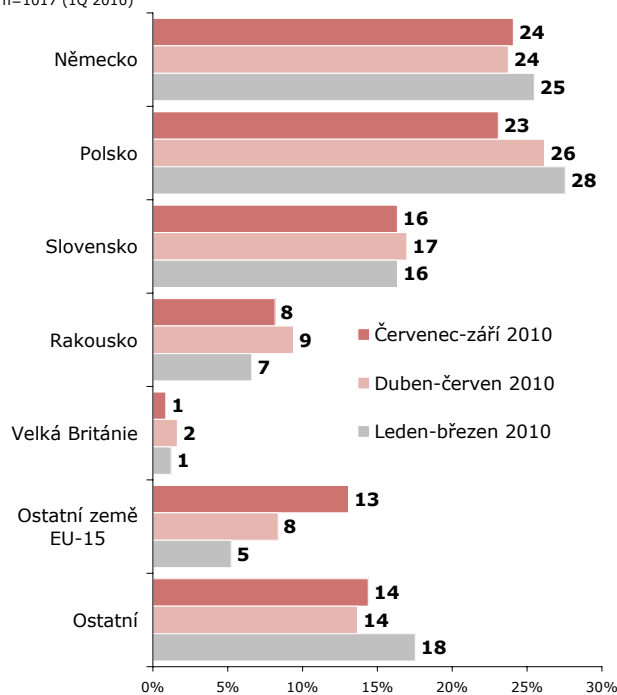


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010), n=1029 (2Q 2010), n=1017 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

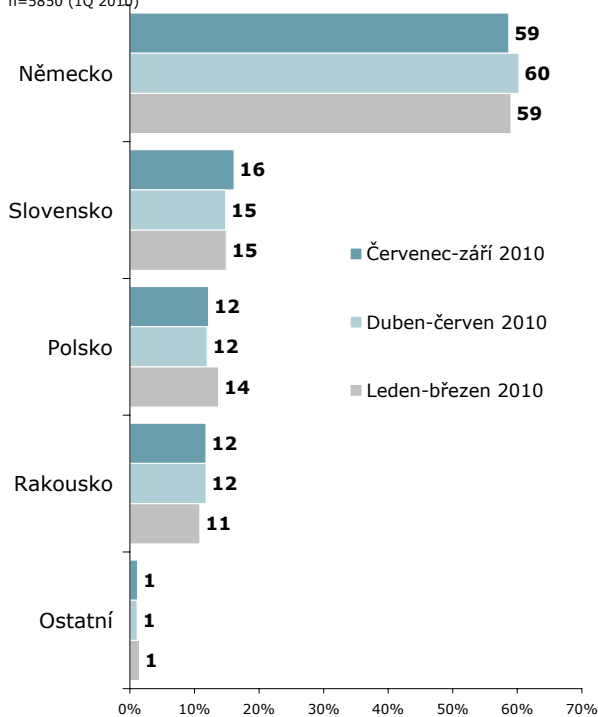
OTÁZKA: Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

II.

JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI:

Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=5778 (3Q 2010), n=6099 (2Q 2010), n=5850 (1Q 2010)

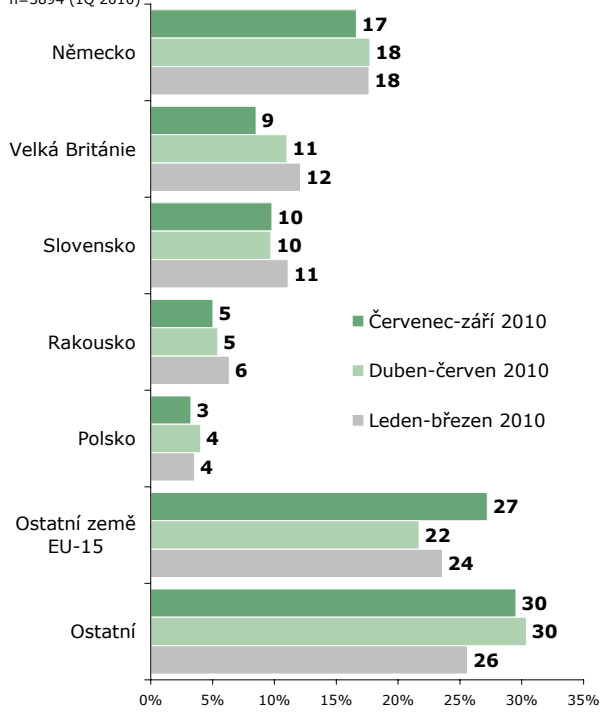


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

ZAHRAŇIČNÍ TURISTÉ

Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Hlavní důvod návštěvy

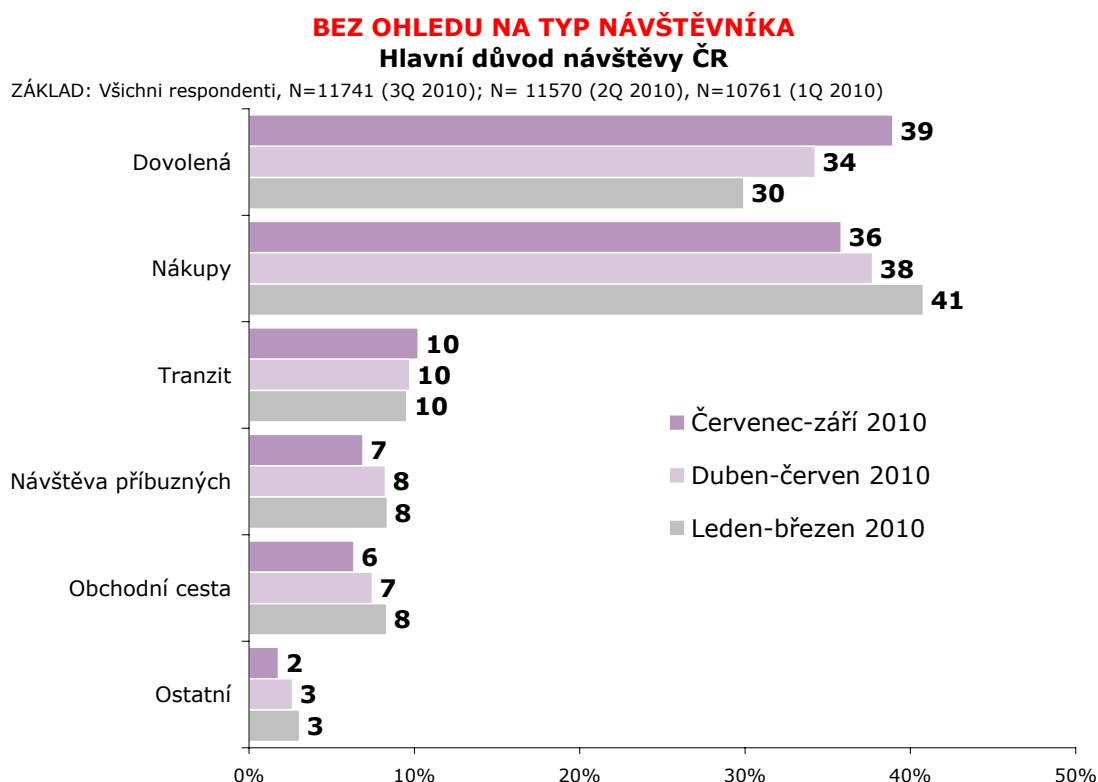
V létě dávají lidé obecně přednost dovoleným. 4 z 10 návštěvníků přijíždí do ČR právě za tímto účelem a v letním období dovolené „přečísly“ i obecně dominující důvod „nákupy“.

U **jednodenních návštěvníků** jednoznačně převažují nákupy, ale i zde je možné sledovat nárůstu významu výletů a krátkodobé turistiky. Důvod návštěvy se zde hodně liší podle zemí. Němci přijíždějí na nákupy, jen tak na výlety začali více v létě přijíždět Poláci, Slováci i Rakušané. Když už přijede někdo na návštěvu odjinud, přijíždí převážně na obchodní nebo služební cestu.

Na dovolenou do ČR v létě nepřišli pouze tři **zahraniční turisté** z 10. Dovolená celkově oproti jaru posílila o 6 p.b. a ubrala na významu všem zbývajícím sledovaným důvodům návštěvy. Dovolenkují u nás pochopitelně především turisté ze vzdálenějších zemí. U obyvatel sousedních zemí se lze častěji setkat s ostatními důvody, ty ale rovněž obecně pozbyly na významu.



OTÁZKA: Jaký byl hlavní důvod této Vaší návštěvy ČR?



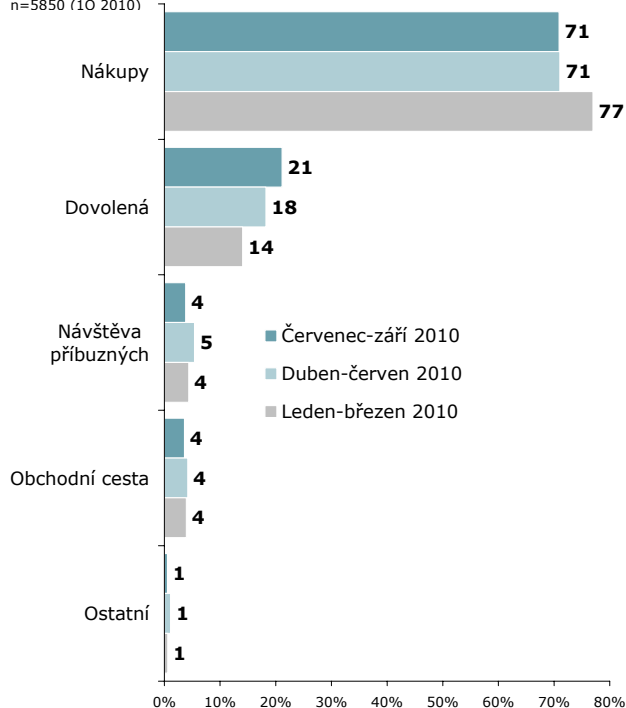
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

OTÁZKA: Jaký byl hlavní důvod této Vaší návštěvy ČR?

II.

JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI Hlavní důvod návštěvy ČR

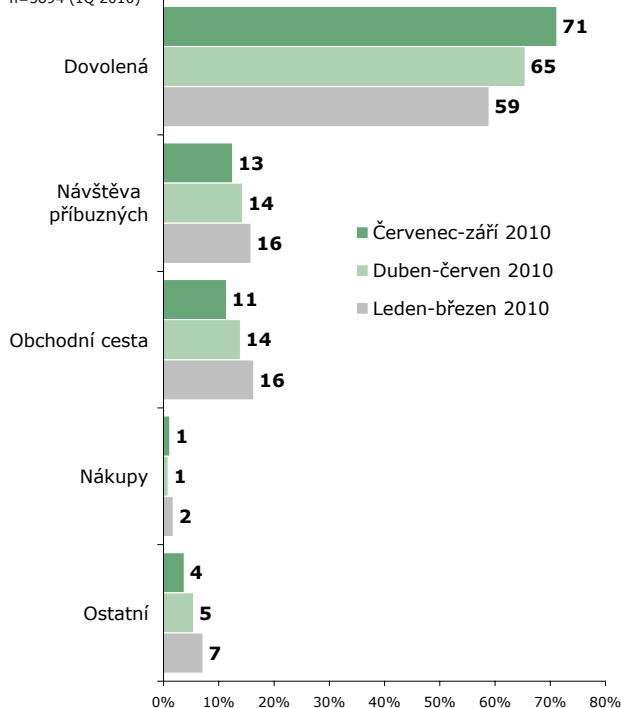
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=5778 (3Q 2010), n=6099 (2Q 2010), n=5850 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

ZAHRAŇIČNÍ TURISTÉ Hlavní důvod návštěvy ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Frekvence návštěv ČR

Jedna pětina **návštěvníků** byla v ČR poprvé (nárůst oproti jaru, zřejmě v souvislosti s dovolenými a poznáváním nových zemí), jinak ale naši návštěvníci přijíždějí často a alespoň jednou ročně se do ČR vrací téměř 7 z 10 návštěvníků. Došlo k poměrně významnému útlumu frekvence **projíždění**, který se (společně s odlišnou frekvencí typickou pro dobu dovolených) odráží i v celkovém poklesu frekvence návštěv obecně.

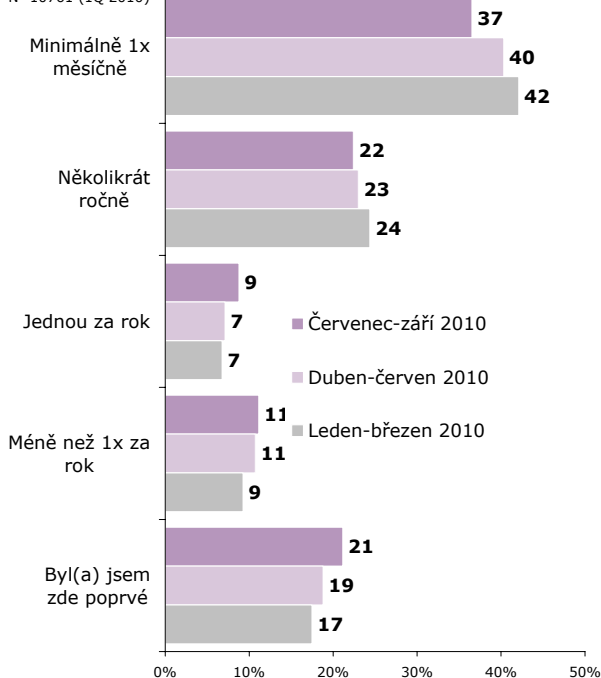
Jednodenní návštěvníci jezdí do České republiky mnohem častěji než ostatní skupiny cizinců a lze říci, že pravidelně (alespoň jednou měsíčně téměř 70% z nich).

U **zahraničních turistů** bývá frekvence návštěv výrazně nižší. Nadále klesá podíl těch turistů, kteří přijíždějí alespoň jednou ročně, ale 46% turistů navštívilo ČR vůbec poprvé.

OTÁZKA: Jak často navštěvujete ČR?

BEZ OHLEDU NA TYP NÁVŠTĚVNÍKA Frekvence návštěv ČR

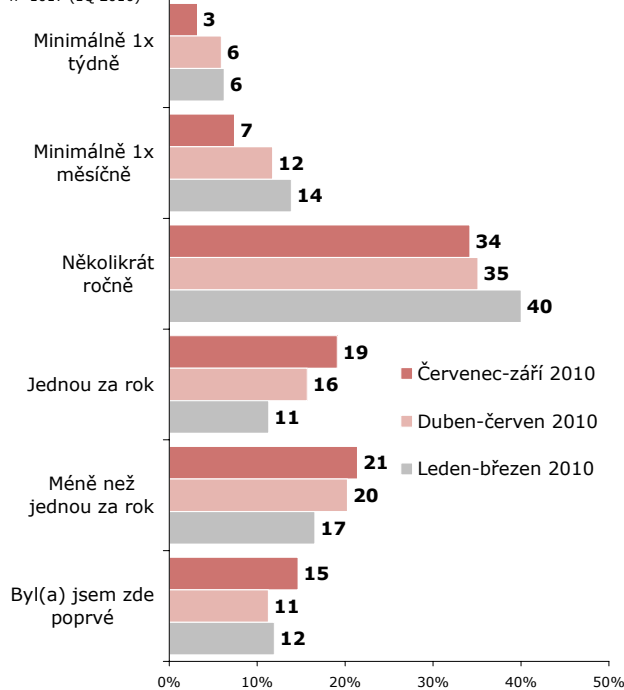
ZÁKLAD: Všichni respondenti, N=11741 (3Q 2010); N= 11570 (2Q 2010), N=10761 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Frekvence návštěv ČR

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010), n=1029 (2Q 2010), n=1017 (1Q 2010)



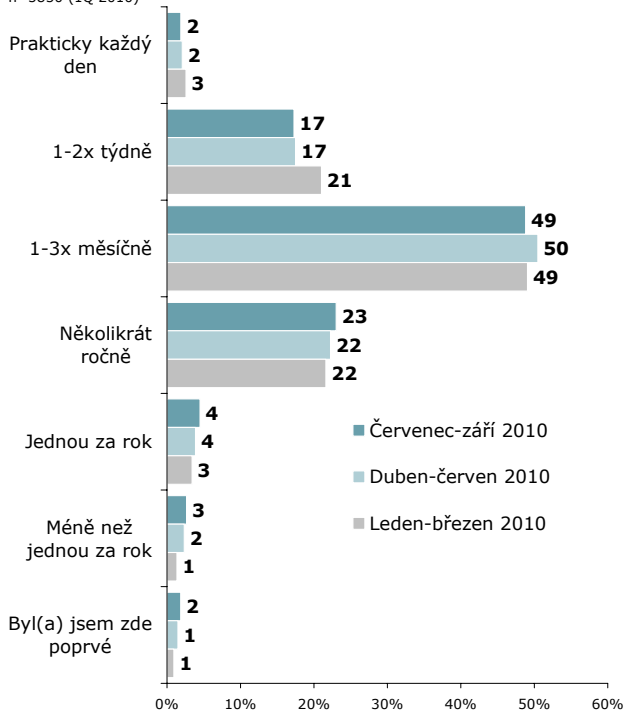
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

OTÁZKA: Jak často navštěvujete ČR?

II.

JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI Frekvence návštěv ČR

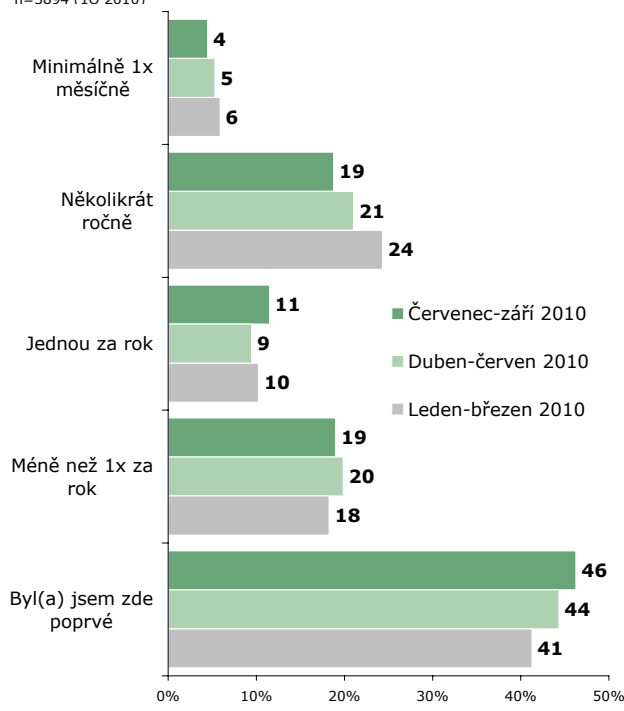
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=5778 (3Q 2010), n=6099 (2Q 2010), n=5850 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

ZAHRAŇIČNÍ TURISTÉ Frekvence návštěv ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Forma návštěvy

Téměř 90% návštěvníků přijíždí do ČR individuálně.

U turistů lze ještě občas zachytit příjezd s cestovní kanceláří nebo pracovně na služební cestu.

Způsob, jakým si návštěvníci organizují cestu, významně souvisí s účelem návštěvy.

Pozn.:

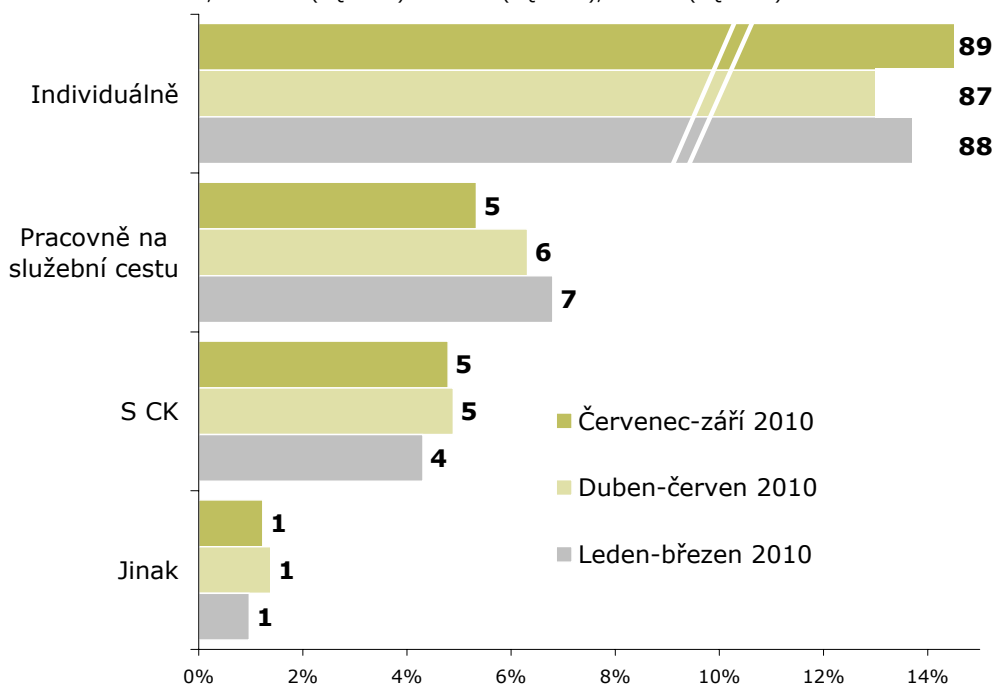
graf na následující straně ukazuje formu návštěvy pouze za jednodenní návštěvníky a zahraniční turisty – tranzitujícím návštěvníkům tuto otázku nepokládáme.



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

ZAHRANIČNÍ NÁVŠTĚVNÍCI CELKEM Forma návštěvy ČR

ZÁKLAD: Zahraniční návštěvníci; n=10688 (3Q 2010) n=10541 (2Q 2010), n=9744 (1Q 2010)

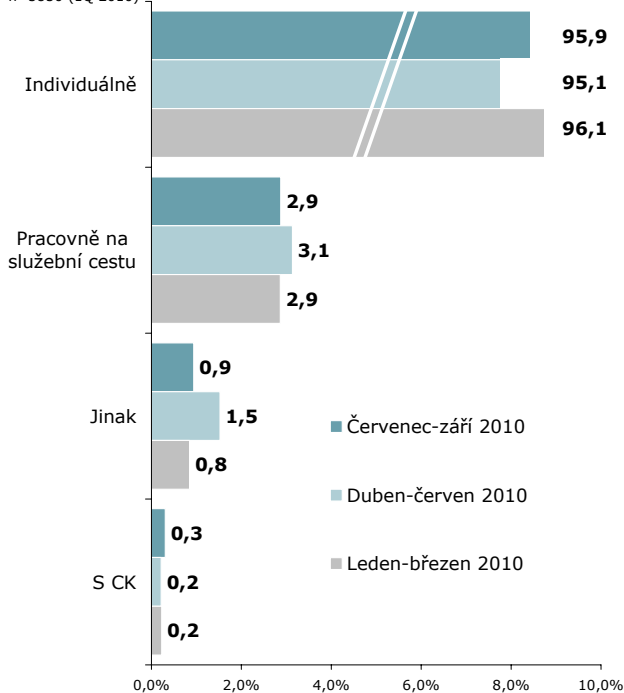


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI Forma návštěvy ČR

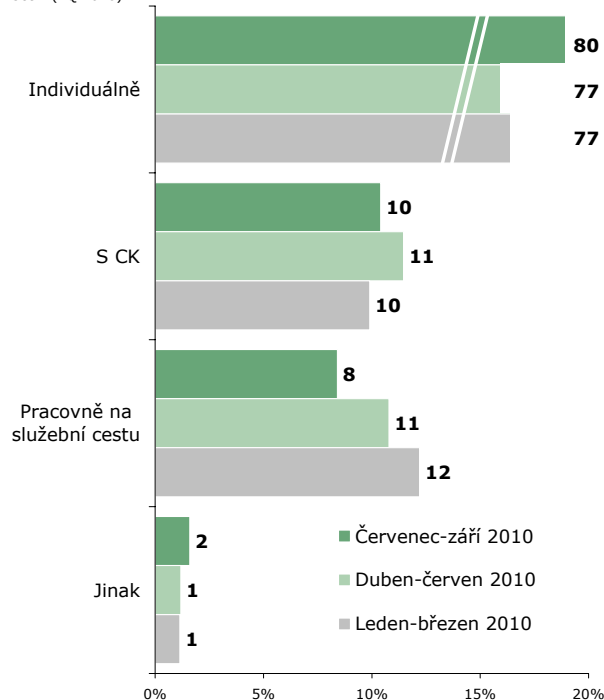
ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=5778 (3Q 2010), n=6099 (2Q 2010), n=5850 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

ZAHRA NIČNÍ TURISTÉ Forma návštěvy ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Délka pobytu

V létě pokračoval již dříve zaznamenaný trend zkracování délky pobytu (o 0,2 na 5,6 dne).

Zkrácení průměrné délky pobytu v letním období lze jednoznačně dát do souvislosti s útlumem studijních a zdravotních pobytů, které jsou typické svým delším trváním.

V létě dominují čtyř až pětidenní návštěvy.

Čím vzdálenější je země původu turisty, tím déle v ČR zůstává, ale v létě se setkáváme se zkrácením pobytu u turistů ze vzdálenějších zemí (zřejmě se bude jednat o narůstající vliv okružních zájezdů střední Evropou, které cestovní kanceláře nabízejí turistům ze vzdálených zemí).

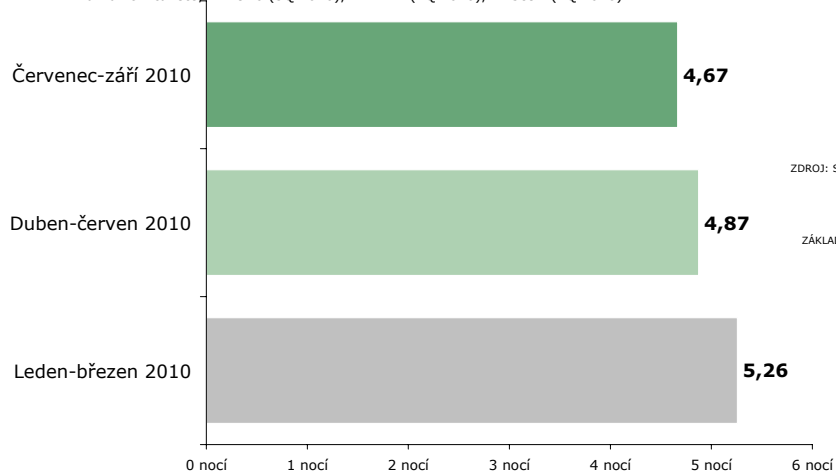
Délka pobytu v ČR

ZAHRANIČNÍ TURISTÉ

Délka pobytu

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

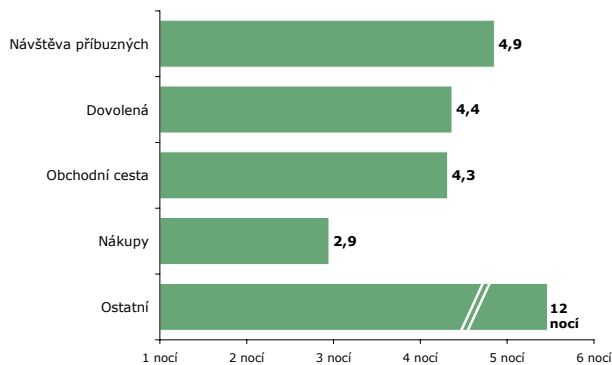
ZÁKLAD: Zahraniční turisté, n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

Podle účelu návštěvy

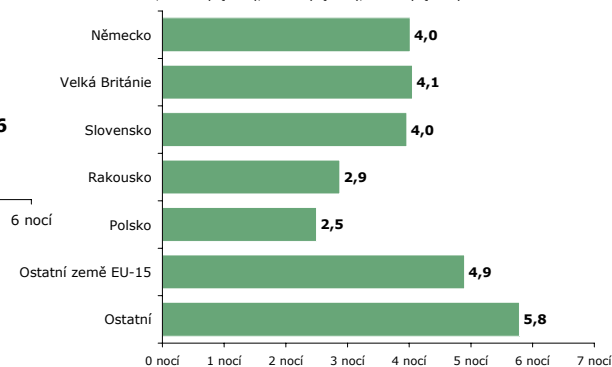
ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

Podle země pobytu

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Druh ubytování v ČR

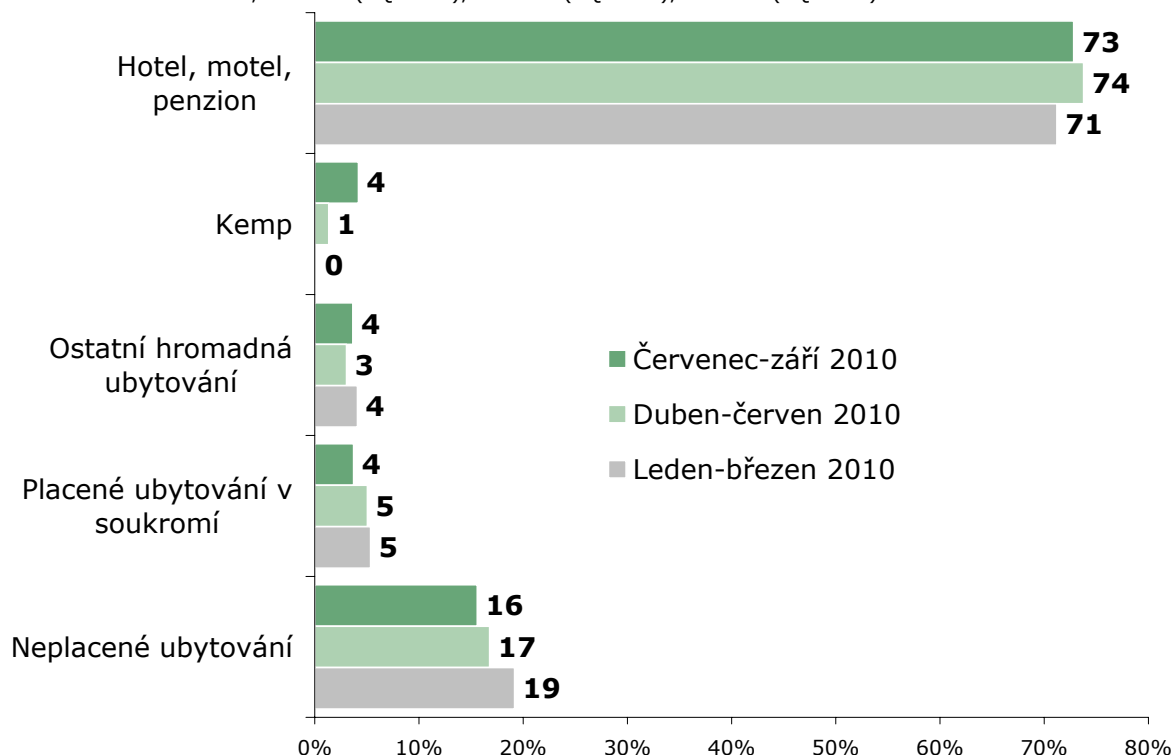
Dále pokračuje **odliv turistů z neplaceného ubytování v soukromí** (ve třetím čtvrtletí bylo zaznamenáno pouze 16 % takových ubytování – k poklesu dochází plynule již od minulého roku).

S letní sezónou zcela jistě souvisí i druh ubytování. Např. v kempu, kde v jiných obdobích jen obtížně objevujeme alespoň nějaké turisty, kteří by se zde ubytovali, v létě během svého pobytu přebývaly 4 % turistů.

Pozn.: Ve třetím čtvrtletí proběhlo další kolo ověřování toho, zda turisté za neplacené ubytování v soukromí skutečně nic neplatili. Výsledky tohoto ověřování budou k dispozici v rámci prezentace a v závěrečné zprávě za rok 2010, která vyjde v březnu roku 2010.

ZAHRA NIČNÍ TURISTÉ Druh ubytování v ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Navštívená místa v ČR

Struktura navštívených míst se mezi jednodenními návštěvníky a zahraničními turisty se výrazně liší.

Jednodenní návštěvníci nejčastěji míří do míst v bezprostředním okolí hraničního přechodu. Rozšířením počtu hraničních přechodů došlo k výraznému rozmělnění a k rovnoměrnějšímu zastoupení navštěvovaných míst, které prakticky kopíruje hranice a přechody. Mezi nejoblíbenější místa patřily ve třetím čtvrtletí 2010 např. Aš, Hodonín, Chomutov, Cheb, Železná Ruda a Hřensko. Mezi ostatními místy je patrná zvýšená letní obliba výletníků věnovaná českým horám a českým vinařským oblastem.

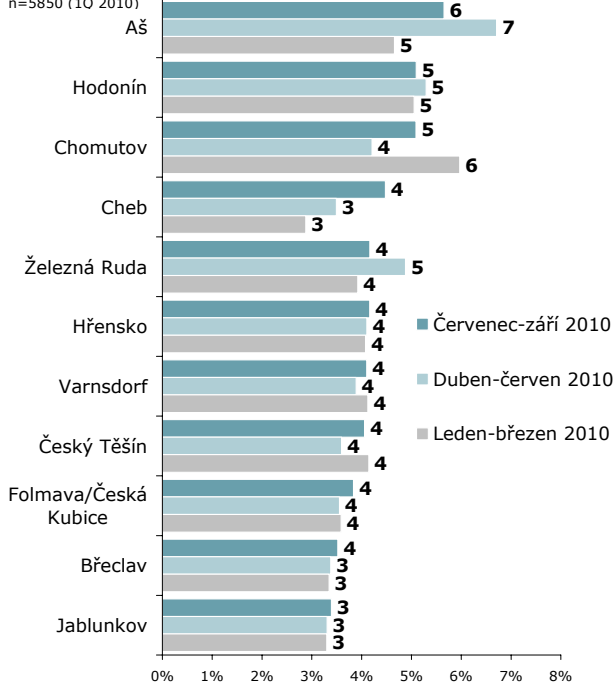
Tradičně největší oblibě **zahraničních turistů** se těší Praha, kterou navštívilo téměř 7 z 10 zahraničních turistů. V létě přibývají k tradičně uváděným lázeňským městům také památkami obdařená města v blízkosti českých hor nebo Prahy.

Téměř čtvrtina **tranzitujících návštěvníků** nedokáže specifikovat místo, které během průjezdu Českou republikou navštívili. Mezi navštívenými místy, na které si tranzitující vzpomněli, byla nejčastěji velká města a místa v blízkosti hraničních přechodů.

JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI

Navštívená místa v ČR

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=5778 (3Q 2010), n=6099 (2Q 2010), n=5850 (1Q 2010)

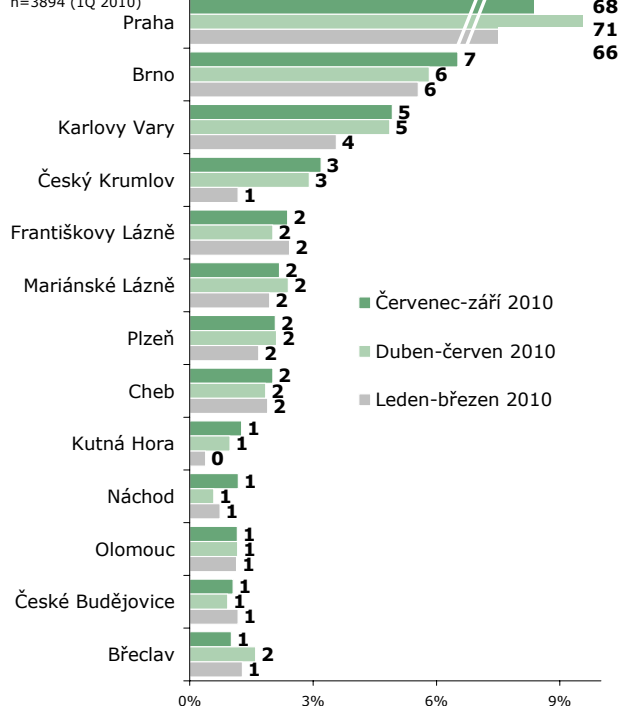


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

ZAHRAŇIČNÍ TURISTÉ

Navštívená místa v ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Výdaje zahraničních a tranzitujících návštěvníků

Jednodenní návštěvníci v souvislosti s návštěvou ČR v průměru utratili přibližně 1450 Kč, z toho pouze nepatrnou část předem (82 Kč). Před návštěvou i během ní nejvíce platili za zboží a pohonné hmoty. Zboží je nejvýznamnější (více než polovina) položkou během cesty, pohonné hmoty a doprava jsou nejvýznamnějšími položkami před cestou. Obecně nadále pokračuje pokles průměrné utracené částky. K největšímu poklesu došlo u výdajů za pohonné hmoty, stravování a nákup zboží. Na vině je zřejmě vyrovnávání většiny cen na obou stranách hranice.

Zahraniční turisté v souvislosti se svým pobytem utratili v průměru celkem přes 2 400 Kč na osobu a den, z toho téměř 40 % ještě před cestou. Celkové výdaje zahraničních turistů jsou poměrně rovnoměrně rozloženy do jednotlivých skupin výdajů. Nejvíce utratili za dopravu (26%), která byla dominantním výdajem předem. Dalšími významnými položkami je ubytování (20 % celkově, 22% během pobytu), stravování v restauracích (okolo 14%) a zboží. Celkové průměrné výdaje v létě také mírně klesly (výdaje za ubytování a zboží poklesly, ale na druhé straně vzrostly výdaje za zájezd na klíč a stravování).

Tranzitující návštěvníci utratili během svého průjezdu Českou republikou tisícikorunu Kč především za pohonné hmoty (36 %), zboží (30%) a stravování v restauracích (12 %). Zvýšení průměrné utracené částky tranzitujících ve druhém čtvrtletí bylo zjevně jen výkyvem v souvislosti s vyšším výskytem extrémních výdajů.

Celkové výdaje zahraničních a tranzitujících návštěvníků

		červenec - září 2010	duben - červen 2010	leden - březen 2010
Zahraniční turisté	Celkové výdaje na osobu a den	2 399	2 453	2 431
	Výdaje na osobu a den - během pobytu	1 381	1 490	1 481
	Výdaje na osobu a den - před pobytem	1 018	963	950
Jednodenní návštěvníci	Celkové výdaje na osobu a den	1 447	1 547	1 640
	Výdaje na osobu a den - během návštěvy	1 365	1 451	1 557
	Výdaje na osobu a den - před návštěvou	82	95	83
Tranzitující návštěvníci	Výdaje na osobu a den - během průjezdu	1 000	1 174	1 032

Struktura výdajů celkem		Celkové průměrné výdaje (Kč) červenec - září 2010				Celkové průměrné výdaje (Kč) duben - červen 2010				Celkové průměrné výdaje (Kč) leden - březen 2010			
		Zahraniční turisté		Jednodenní návštěvníci		Zahraniční turisté		Jednodenní návštěvníci		Zahraniční turisté		Jednodenní návštěvníci	
		Kč	%	Kč	%	Kč	%	Kč	%	Kč	%	Kč	%
Výdaje	Zájezd na klíč	282	11,8	0	0,0	266	10,8	3	0,2	243	10,0	3	0,2
	Ubytování	474	19,8	0	0,0	503	20,5	0	0,0	482	19,8	0	0,0
	Doprava	623	26,0	59	4,1	633	25,8	63	4,1	594	24,4	51	3,1
	Pohonné hmoty	74	3,1	472	32,6	76	3,1	501	32,4	81	3,3	534	32,6
	Stravování	379	15,8	98	6,8	363	14,8	105	6,8	386	15,9	106	6,5
	Zboží	342	14,3	773	53,4	389	15,9	792	51,2	403	16,6	855	52,1
	Ostatní	223	9,3	45	3,1	224	9,1	83	5,3	242	10,0	90	5,5
	Celkem	2399	100,0	1447	100,0	2453	100,0	1547	100,0	2431	100,0	1640	100,0

Výdaje zahraničních návštěvníků placené před cestou

13 % JEDNODENNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ uvedlo, že něco platili před cestou.

Výdaj před cestou realizovalo i 74 % ZAHRANIČNÍCH TURISTŮ

Struktura výdajů před pobytem		Průměrné výdaje (Kč) červenec - září 2010				Průměrné výdaje (Kč) duben - červen 2010				Průměrné výdaje (Kč) leden - březen 2010			
		Zahraniční turisté		Jednodenní návštěvníci		Zahraniční turisté		Jednodenní návštěvníci		Zahraniční turisté		Jednodenní návštěvníci	
		Kč	%	Kč	%	Kč	%	Kč	%	Kč	%	Kč	%
Výdaje	Zájezd na klíč	282	27,7	0	0,2	266	27,6	3	3,2	243	25,5	3	3,7
	Ubytování	141	13,9	0	0,0	106	11,0	0	0,0	154	16,2	0	0,0
	Doprava	545	53,6	48	58,2	546	56,7	54	56,7	513	54,0	41	49,0
	PHM	19	1,8	27	33,1	17	1,8	29	30,0	19	2,0	24	28,4
	Zboží	11	1,1	6	7,2	15	1,5	7	7,3	15	1,5	12	14,4
	Ostatní	19	1,9	1	1,2	13	1,3	3	2,9	7	0,7	4	4,5
	Celkem	1018	100,0	82	100,0	963	100,0	95	100,0	950	100,0	83	100,0

Výdaje zahraničních a tranzitujících návštěvníků během pobytu

Struktura výdajů během pobytu		Průměrné výdaje (Kč) červenec - září 2010					
		Zahraníční turisté		Jednodenní návštěvníci		Tranzitující návštěvníci	
		Kč	%	Kč	%	Kč	%
Výdaje	Ubytování	333	24,1	0	0,0	5	0,5
	Doprava	78	5,7	11	0,8	41	4,1
	Pohonné hmoty	55	4,0	445	32,6	422	42,2
	Stravování v restauracích	379	27,5	98	7,2	143	14,3
	Zboží	331	24,0	767	56,2	356	35,6
	Ostatní	204	14,8	44	3,2	34	3,4
Celkem		1 381	100,0	1 365	100,0	1 000	100,0

Struktura výdajů během pobytu		Průměrné výdaje (Kč) duben - červen 2010					
		Zahraníční turisté		Jednodenní návštěvníci		Tranzitující návštěvníci	
		Kč	%	Kč	%	Kč	%
Výdaje	Ubytování	397	26,6	0	0,0	13	1,1
	Doprava	87	5,8	9	0,6	20	1,7
	Pohonné hmoty	58	3,9	472	32,5	447	38,1
	Stravování v restauracích	363	24,3	105	7,3	204	17,4
	Zboží	375	25,1	785	54,1	434	37,0
	Ostatní	211	14,2	80	5,5	56	4,8
Celkem		1 490	100,0	1 451	100,0	1 174	100,0



Spokojenost s návštěvou

Zahraníční návštěvníci hodnotí pobyt v ČR příznivě – více než 9 z 10 bylo s pobytem velmi nebo spíše spokojeno a to bez ohledu na typ návštěvníka.

Spokojenost s návštěvou narostla bez ohledu na typ návštěvníka.

Tranzitující návštěvníci jsou s průjezdem v ČR obecně o 4 p.b. méně spokojeni než zahraniční návštěvníci.

Pouze čtvrtina **zahraničních návštěvníků** poukazuje na problémy v souvislosti s návštěvou ČR. **Zahraníční turisté** častěji (1/3) než **jednodenní návštěvníci** (o něco víc než pětina).

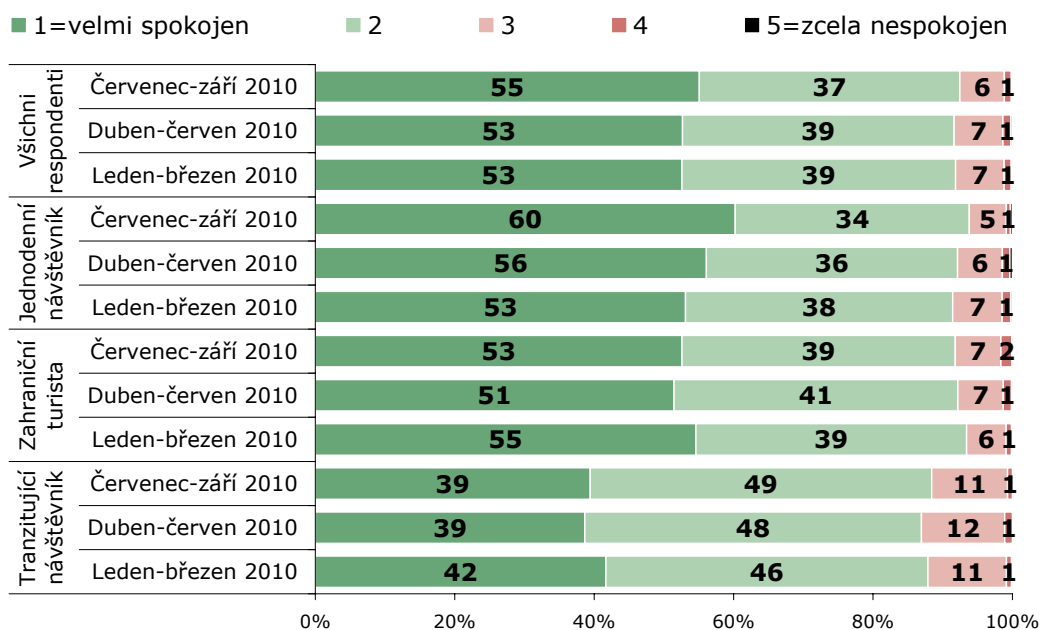
Za největší **negativum** je označována infrastruktura a stav silnic (9 %) a také jazyková vybavenost lidí a přístup lidí ve službách (3 %). Jednodenním návštěvníkům častěji než turistům vadí ceny a orientační systém.

Pozn.: Tato otázka nebyla kladena tranzitujícím návštěvníkům

Spokojenost s návštěvou ČR

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

ZÁKLAD: Všichni respondenti, N=11741 (3Q 2010); N= 11570 (2Q 2010), N=10761 (1Q 2010)

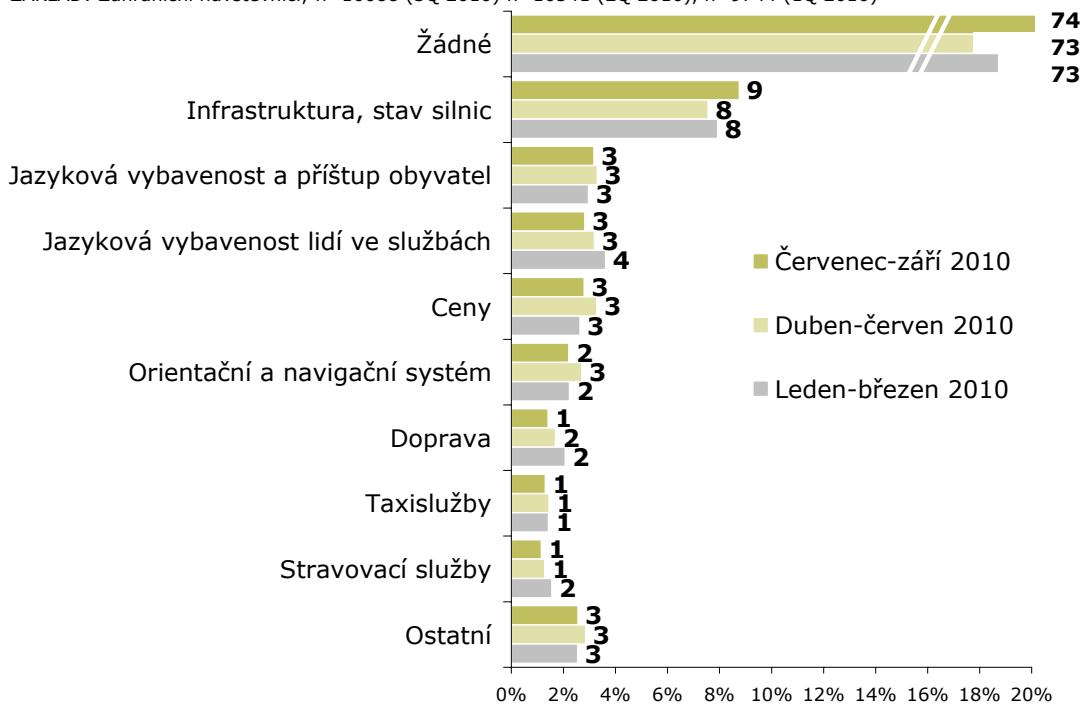


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

ZAHRANIČNÍ NÁVŠTĚVNÍCI CELKEM Negativa ČR

ZÁKLAD: Zahraniční návštěvníci; n=10688 (3Q 2010) n=10541 (2Q 2010), n=9744 (1Q 2010)

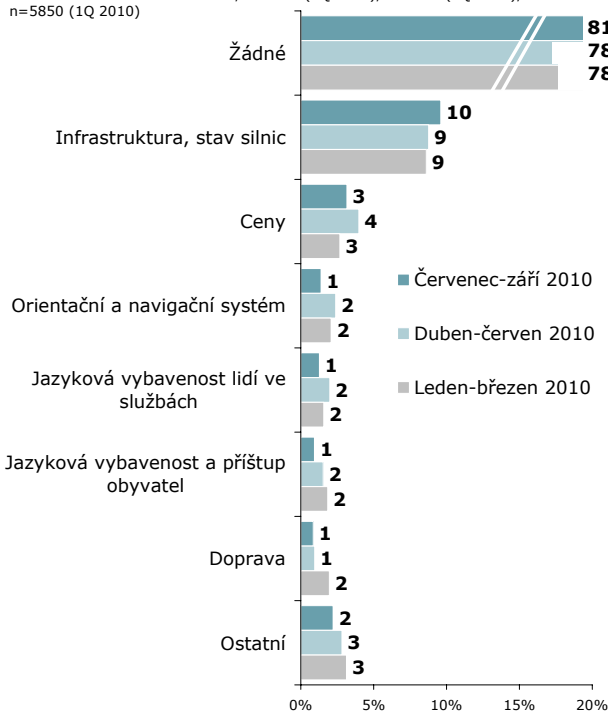


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI

Negativa ČR

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=5778 (3Q 2010), n=6099 (2Q 2010), n=5850 (1Q 2010)

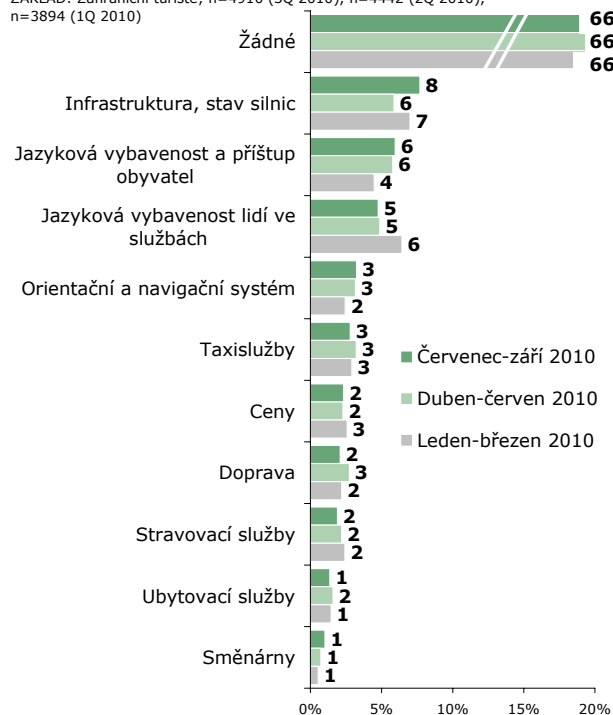


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

ZAHRANIČNÍ TURISTÉ

Negativa ČR

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010), n=4442 (2Q 2010), n=3894 (1Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Využívání informačních zdrojů

Při plánování cest to zahraničí se cizinci opírají především o dosavadní vlastní zkušenosti, informace také čerpají z internetu nebo dají na doporučení svých přátel a známých. Nejméně je shodně oslovuje reklama v tisku, rozhlasu a televizi a také články/rozhovory o cestování a dovolených v tisku a dokumentární pořady.

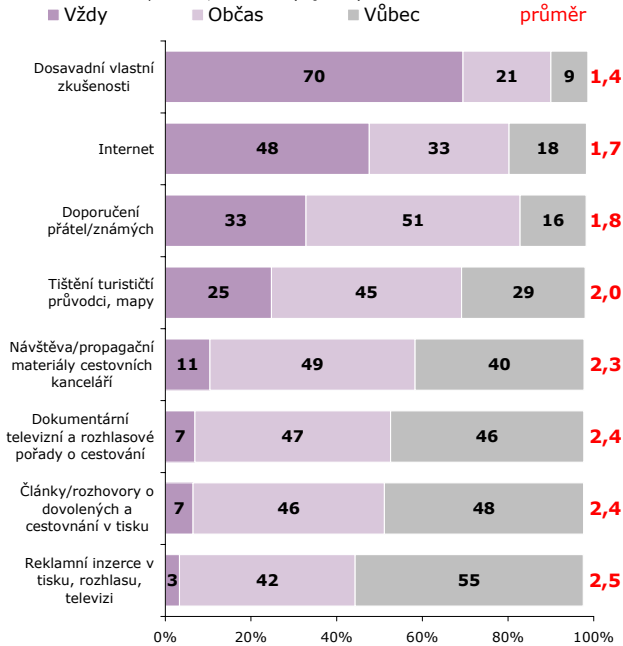
Zahraniční turisté využívají při plánování svých cest internet dokonce častěji než své vlastní zkušenosti.

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

BEZ OHLEDU NA TYP NÁVŠTĚVNÍKA
Frekvence využívání informačních zdrojů

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

ZÁKLAD: Všichni respondenti, N= 11741 (3Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI
Frekvence využívání informačních zdrojů

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

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010)



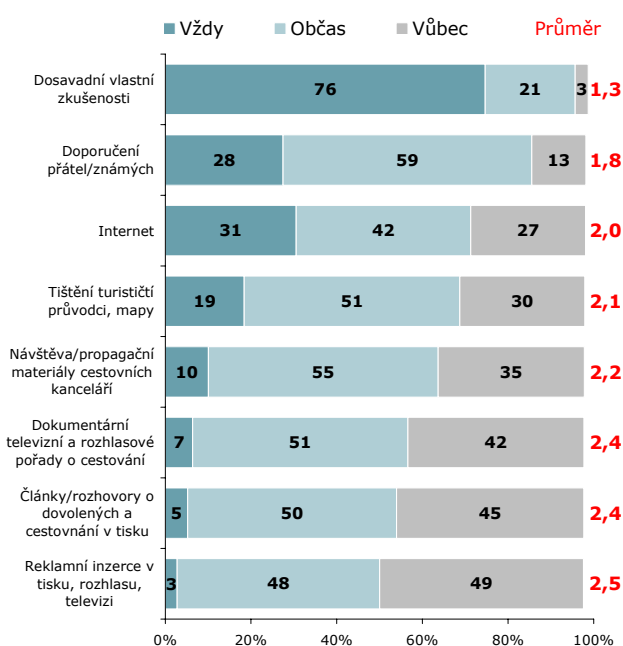
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI
Frekvence využívání informačních zdrojů

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

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci; n=5778 (3Q 2010)

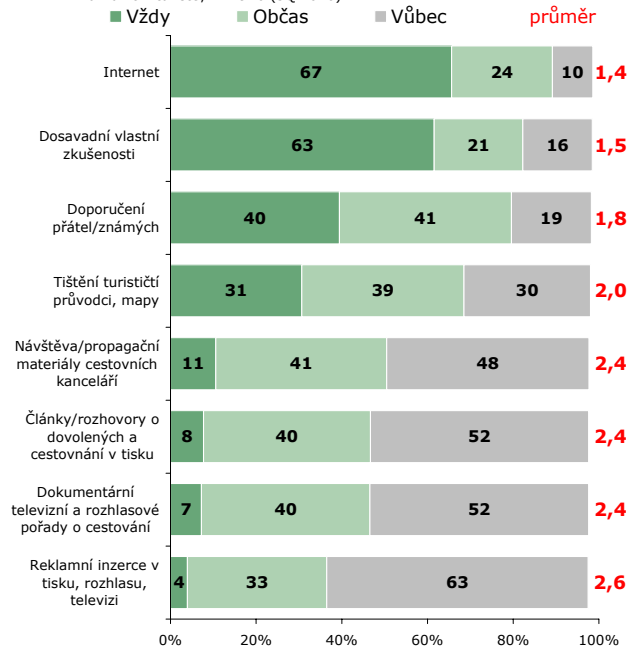


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

ZAHRAJNIČNÍ TURISTÉ
Frekvence využívání informačních zdrojů

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

ZÁKLAD: Zahraniční turisté; n=4910 (3Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



Ještě o tranzitujících návštěvnících

Projíždějící v cílové zemi tráví obecně delší čas než turisté v ČR. To zřejmě souvisí s faktem, že projíždějící mnohem častěji cestují z pracovních a studijních důvodů, které vyžadují delší trvání pobytů.

V létě je význam cestování z pracovních důvodů o 10 p.b. oslaben vlivem přesunu na dovolenou.

Do ČR přijely někdy v minulosti na vícedenní návštěvu téměř 2/3 tranzitujících návštěvníků. 45 % tranzitujících návštěvníků plánuje strávit v ČR v příštích 3 letech dovolenou.

Čím by se projíždějící nechali lákat k delší dovolené v ČR? 2/5 uvedených lákadel je z oblastí, které ČR nemůže nabídnout či změnit. Téměř polovina uvedených motivátorů k dovolené je však z oblastí ovlivnitelných a tudíž potenciálně využitelných k nalákání většího množství návštěvníků (nabídka sportovního vyžití, ceny, informace, zajímavá místa atd).

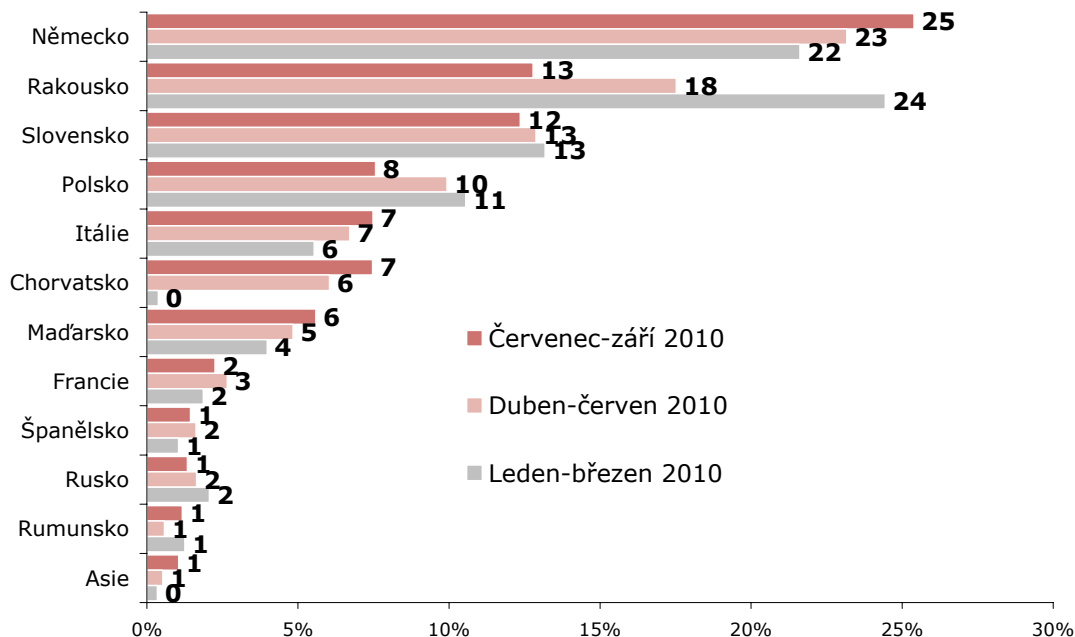
Průběžně narůstá podíl projíždějících, kteří nezaznamenali žádnou z forem propagace ČR (v létě 43%). Pokud již nějakou propagaci zaznamenali, jednalo se o prezentaci na internetu (33 % a nárůst o 6 p.b. oproti jarnímu období), reklamu v TV (15 %) či informační letáky (14 %).



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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Cílová země

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010), n=1029 (2Q 2010), n=1017 (1Q 2010)

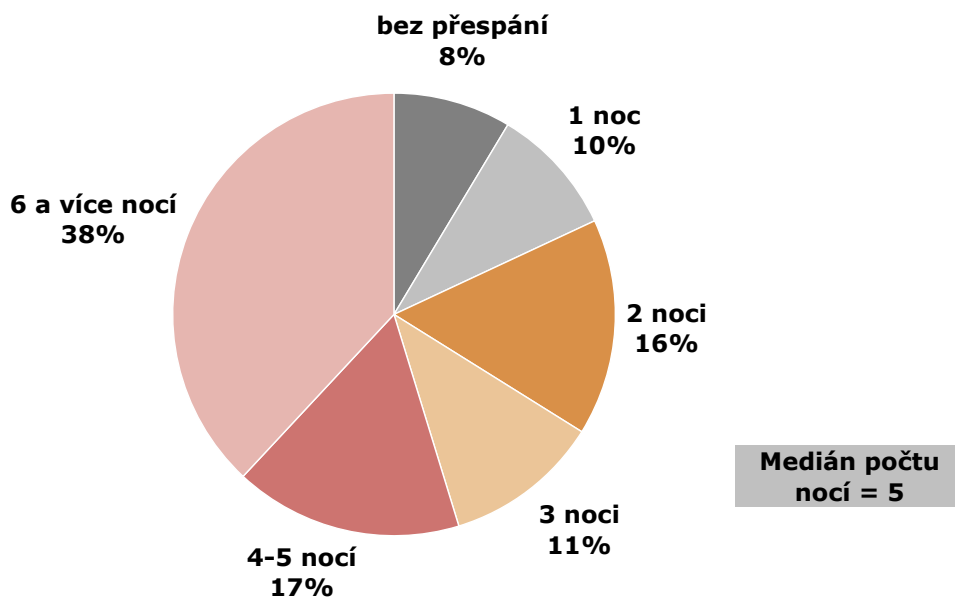


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Počet nocí v cílové zemi

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010)

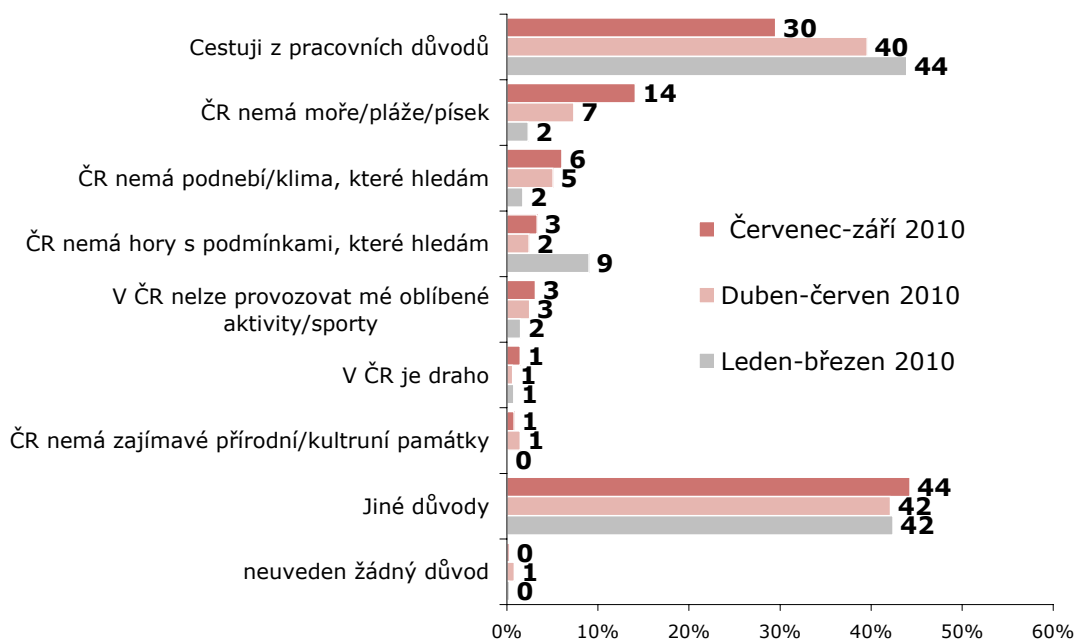


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Důvod pro nezvolení ČR

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010), n=1029 (2Q 2010), n=1017 (1Q 2010)

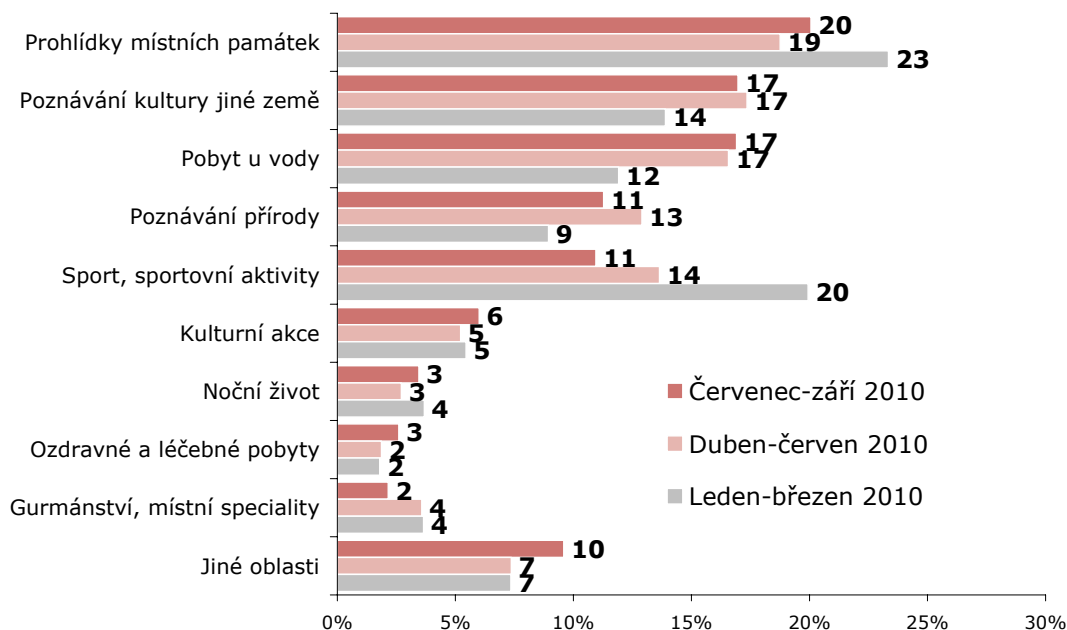


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Turistické priority

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010), n=1029 (2Q 2010), n=1017 (1Q 2010)

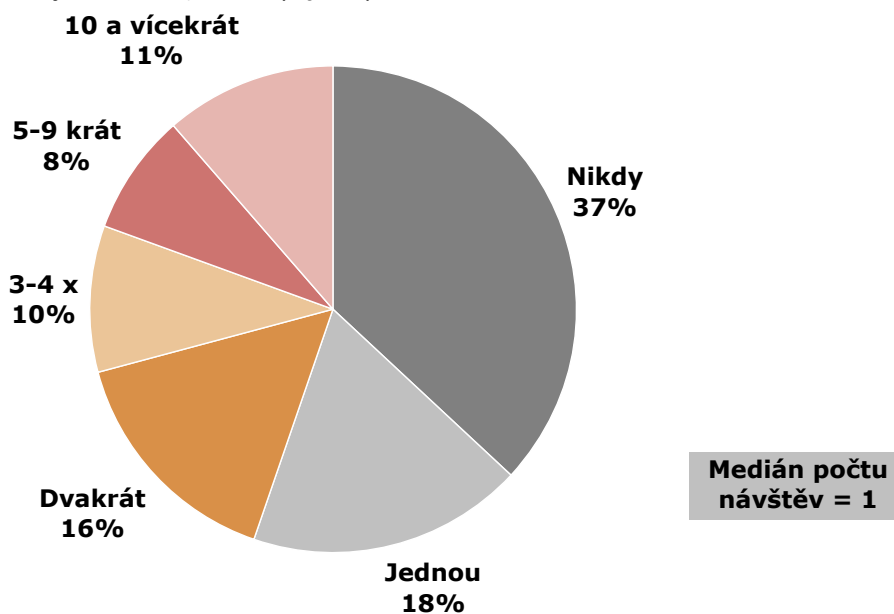


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Počet vícedenních návštěv ČR

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010)

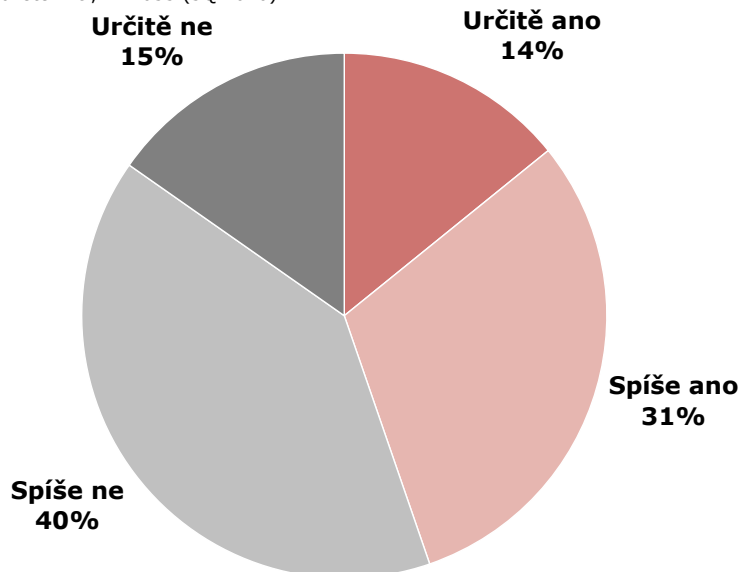


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Úvahy o dovolené v ČR

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010)

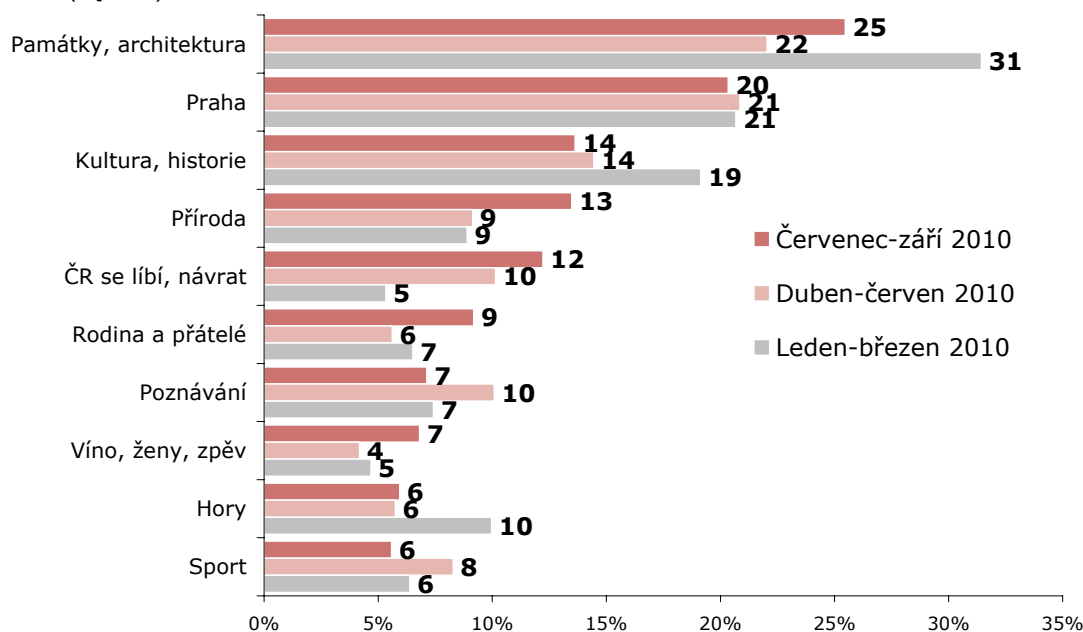


ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

OTÁZKA: Jaké jsou hlavní důvody Vašeho zájmu navštívit ČR?

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Hlavní důvody zájmu o návštěvu ČR

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, kteří uvedli, že chtějí v ČR strávit dovolenou, n=426 (3Q 2010), n=460 (2Q 2010), n=512 (1Q 2010)



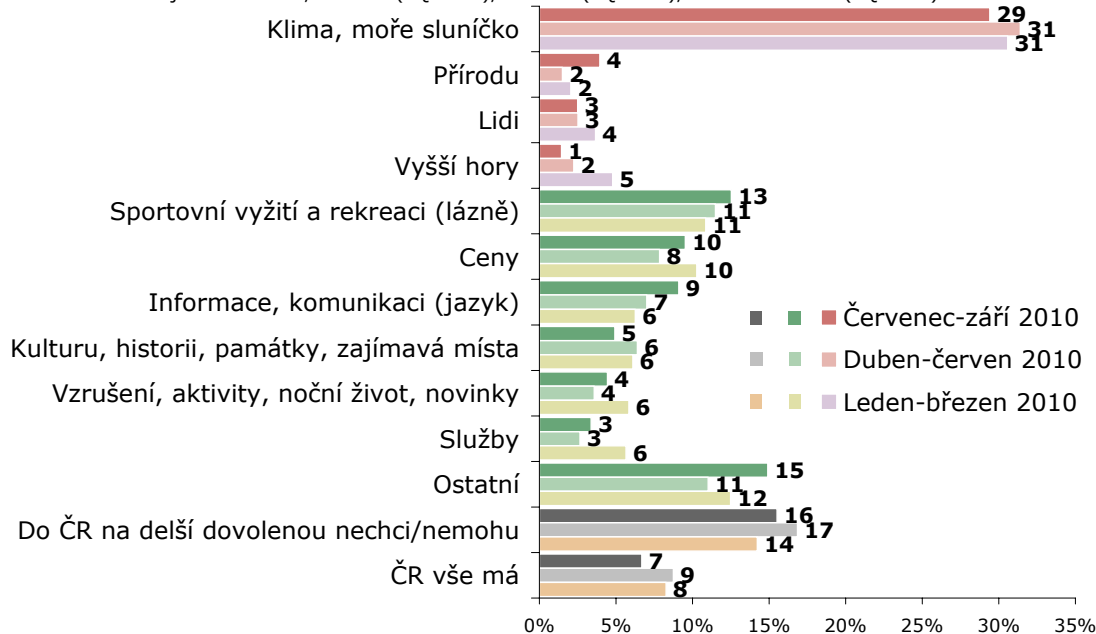
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Co by musela ČR nabídnout, abyste přijeli?

POZNÁMKA: Možnost uvést více důvodů

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010), n=1029 (2Q 2010), n=1017 (1Q 2010)



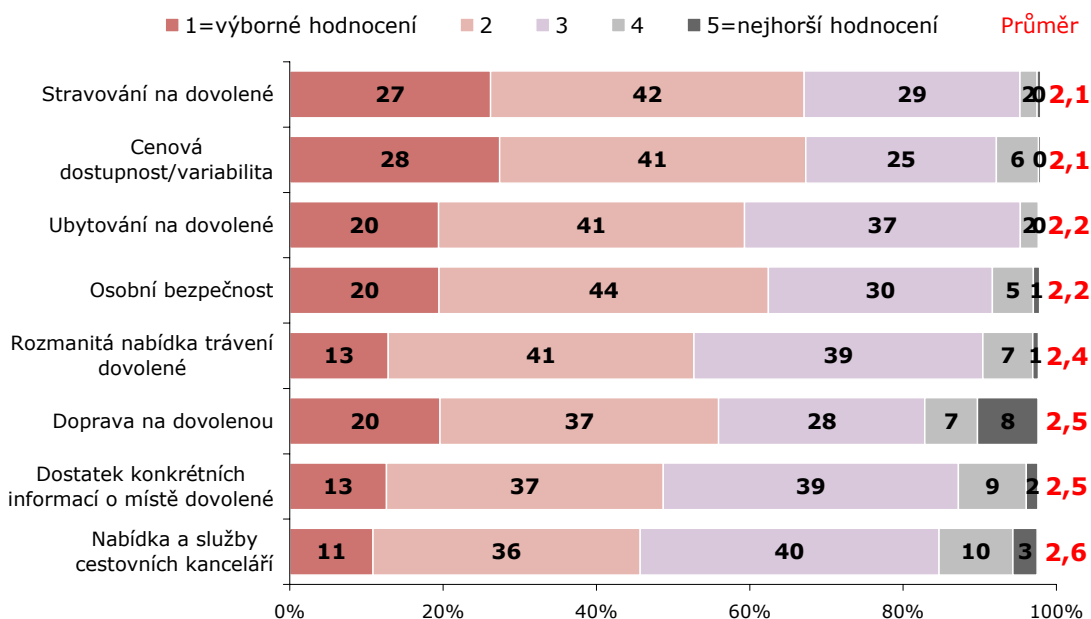
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

OTÁZKA: ČR jako turistická destinace: Oznámkuje jednotlivé atributy.

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI Hodnocení ČR

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

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010)



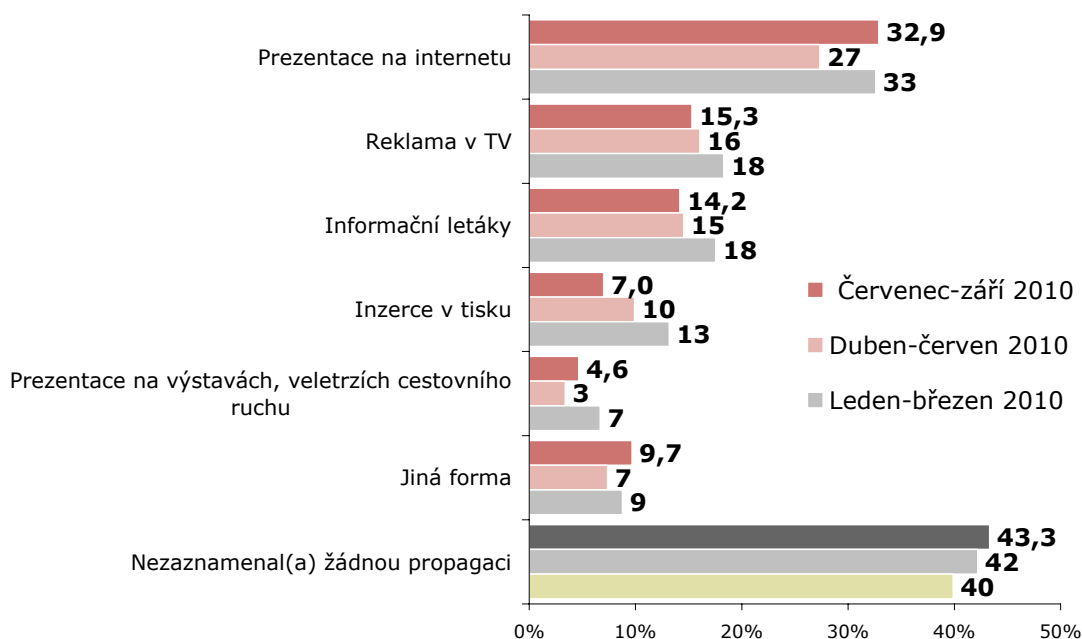
ZDROJ: STEM/MARK, Příjezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010

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

TRANZITUJÍCÍ NÁVŠTĚVNÍCI

Propagace ČR v zahraničí

ZÁKLAD: Tranzitující návštěvníci, n=1053 (3Q 2010)



ZDROJ: STEM/MARK, Přijezdový cestovní ruch 2009 - 2015, červenec - září 2010



DOTAZNÍKY

Jednodenní návštěvníci

INTEGROVANÝ
OPERAČNÍ
PROGRAM

EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
SÁNČE PRO VÁS ROZVOJÍ

ČESKÁ REPUBLIKA
MINISTERSTVO
KULTURNÍHO
DĚL

J

STEMMARK

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG
E1388 - Příjezdový cestovní ruch

Tazatel

Kodeč

Dátumec 1

Dátumec 2

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

Vypište český název státu
 popř. spolkovou zemi

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

Právky: Vyberte jednu odpověď.

Pracovní	Návštěva kulturní akce, festivalu	07
Obchodní cesta	Ozdraví	01
Účast na kongresu, semináři, veletrhu	Nakupy	08
Relaxace a zábava	Zdravotní pobyt, léčeni v lázních	09
Relaxace, volný čas, dovolená, poznávání	Stodijný pobyt	10
Aktivní dovolená (turistika, sport)	jiný důvod, vypište:	
Návštěva příbuzných, známých		11
Návštěva sportovní akce		

3. Jak často navštěvujete Českou republiku?
 Právky: Vyberte 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
Býl(a) jsem zde poprvé	7

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

6. Příjel(a) jste na tuto návštěvu ČR individuálně, prostřednictvím cestovní kanceláře/ agentury nebo pracovně?
 Právky: Vyberte jednu odpověď.

Individuálně	1
Se zvláštností cestovní kanceláře/agenturou	2
S českou cestovní kancelář/agenturou	3
Pracovně, na služební cestě	4
Žádná	5

7. Nyní budeme hovořit o Vášich 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.
 Právky: Vyberte jednu odpověď, popř. uveďte počtu.

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

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?
 Právky: Vyberte jednu odpověď, popř. uveďte částku a měnu.

Ano	1	Hodnota:	Měna:
Ne	2	=> přešlete k otázce 10	

9. Rozdělte ruro částku v procentech podle toho, za jaké konkrétní zboží či služby jste zaplatil(a) předem mimo území ČR?
 Právky: Rozdělte částku uvedenou v otázce 8, součet musí dávat 100 %

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?

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

Jednodenní návštěvníci

Dále odpovídají všichni:
 10. Kolik peněz celkem jste během tohoto Vašeho pobytu na území ČR utratil(a)?
 Hodnota: Měna:

Filtr: Na otázku 10a odpovídají pouze respondenti, kteří v otázce 8 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 vydaté vynaložil(a).
 Právky: Rozdělte částku uvedenou v otázce 10, součet musí dávat 100 %

Doprava (ceny jízdenek popř. letenek, taxi, pronájem aut)	
Pohonné hmory (benzín, nafta, plyn)	
Stravování v restauracích	
Zboží (potraviny, potraviny, oděvy, obuv, sklo, elektronika, dopravní prostředky, mapy, knihy, tabák, léky, spary apod.)	
Ostatní - služby (vstupenky, kultura, muzea, památky, sport, kasina, pojištění, fakultativní výlety, zdravotní péče, ostatní služby apod.)	
CELKEM	100 %

12. Když byste měl(a) celkové zhodnotit své zkušenosti z návštěvou ČR, jak jí celkové 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)?
 Právky: Vyberte 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:
 Právky: Vyberte jednu odpověď.

Doprava	01
Taxi služby	02
Stravovací služby	04
Ceny	05
Jazyková vybavenost lidí ve službách	06
Jazyková vybavenost a přístup obyvatel	07
Orientační a navigační systém	08
Infrastruktura, stav silnic	09
Jiná oblast, vypište:	10
Žádné	11

14. Jak často využíváte při plánování svých cest do zahraničí tyto informační zdroje?
 Právky: V každém řádku vyberte jednu odpověď.

	Vždy	Občas	Vůbec
A. Dotazování vlastní zkušenosti	1	2	3
B. Doporučení přátel/známych	1	2	3
C. Návštěva propagačních materiálů 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. Právky: Dále vyplňte pouze tazatel.

S2. Pohlaví respondenta

Muž	1
Žena	2

S3. Hraniční přechod
 Právky: Vypište název přechodu a místo dotazování (např. ČS Štětí, Ládk, parkoviště ...).

Název: Místo:
 [] [] [] []

S4. Datum a čas setkání:
 den: [] [] měsíc: [] [] rok: [] [] []
 Hodina: [] [] Minute: [] []

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

Vlastnoruční podpis:

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

Zahraníční turisté



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

Tazatel: [] [] [] [] [] []
Kodeč: [] [] [] [] [] []
Dátum 1: [] [] [] [] [] []
Dátum 2: [] [] [] [] [] []

Dobrý 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, dopište se ho, ze které spolkové země pochází.

Vypíšte čísla název států
popř. spolkovou zemi [] [] [] []

2. Jaky 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
Rakrace a zábava	Zdravotní pobyt, léčeni v lázních	09
Rakrace, volný čas, dovolená, poznávání	Smělní pobyt	10
Aktivní dovolená (turistika, sport)	Jiny důvod, vyplňte:	
Návštěva příbuzných, známých		11
Návštěva sportovní akce		06

3. Jak často navštěvujete Českou republiku?
Pokyn: Vyznačte pouze jednu odpověď.

Minimálně 1x měsíčně	1
Někdykrát 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)?
Pokyn: Uveďte počet nocí.

Na území ČR: [] [] [] [] [] []

5. Jaka místa jste v České republice navštívil(a)? Pokud jste na těchto místech přenočoval(a), uveďte, prostra, druh ubytování a počet nocí.
Pokyn: Vyznačte místo/region, počet nocí a v „Druh ubytování“ vyznačte všechny odpovědi.

Navštívené město nebo region	Počet nocí	Druh ubytování				
		Hostel, motel, penzion	Kemp	Ček, hrncová ubytování (hrnc, chaty, hrncové apartmány apod.)	Přírodní ubytování v chatkách	Nepřírodní ubytování, přístřešky (u přírodních, v přírodních, v dřev. konstrukcích)
		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 pracovně?
Pokyn: Vyznačte jednu odpověď.

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

7. Nynt budeme hovořit o Vašich vydajích na tuto návštěvu ČR, o tom, kolik peněz jste zde utratil(a) za jaké výrobky a služby. Řekněte mi nejdříve, zda budete hovořit pouze o vydajích za Vás osobně a nebo za více osob.
Pokyn: 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 Vaší návštěvu ČR, plánil(a) jste v souvislosti s ní nějaké zboží či služby předem mimo území ČR? Pokud ano, o jak výrobek či službu se jednalo?
Pokyn: Vyznačte jednu odpověď, popř. uveďte částku a měnu.

Ano	1	Hodnota:	Měna:
Ne	2	⇒ pokračujte k otázce 10	

8a. Za jaké zboží či služby nebo zboží jste utratil(a) nejvíce z této částky?
Filtr: Na otázku 8a odpovídají pouze respondenti, kteří v otázce 8 uvedli částku větší než 1 000 USD/EUR/GBP/CHF nebo 30 000 CZK.

9. Rozdělte ruto 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 plně penze	
Doprava (cezy letadla a jízdenek, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzin, nafta, plyn)	
Zboží (potraviny, oděvy, obuv, elektronika, mapy, knihy, tabák, léky, apod.)	
Ostatní - služby (vstupenky, kultura, muzea, památky, sport, kasina, pojištění, fakultativní vlety, zdravotní péče, ostatní služby apod.)	
CELKEM	100 %

10. Kolik peněz celkem jste během tohoto Vašeho pobytu na území ČR utratil(a)?
Hodnota: [] [] [] [] [] [] Měna:

Filtr: Na otázku 10a odpovídají pouze respondenti, kteří v otázce 10 uvedli částku větší 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 ruto částku v procentech podle toho, za co jste vydalé vynaložil(a).
Pokyn: Rozdělte částku uvedenou v otázce 10, součet musí dávat 100 %.

Ubytování vč. snídaně, polopenze či plně penze	
Doprava (cezy jízdenek popř. letadla, taxi, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzin, nafta, plyn)	
Stravování v restauracích	
Zboží (potravin, potraviny, oděvy, obuv, sklo, elektronika, dopravní prostředky, mapy, knihy, tabák, léky, šperky apod.)	
Ostatní - služby (vstupenky, kultura, muzea, památky, sport, kasina, pojištění, fakultativní vlety, zdravotní péče, ostatní služby apod.)	
CELKEM	100 %

12. Když byste měl(a) celkové zhodnotit své zkušenosti s návštěvou ČR, jak ji celkově hodnotíte, jak se Vám zde líbilo? Jakou nastinu 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 značku.

[] [] [] [] [] []

13. Nynt se zaměřme na to, zda jste se v ČR setkal(a) s nějakými problémy. Nejmeně jste byl(a) spokojen(a) s:

Doprava	01
Trasní služby	02
Ubytovací služby	03
Stravovací služby	04
Cezy	05
Jazyková vybavenost lidí ve službách	06
Jazyková vybavenost a přístup obyvatel	07
Orientační a navigační systém	08
Infrastruktura, stav silnic	09
Jina oblast, vyplňte:	10
Žadna	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. Doporučení vlastní zkušenosti	1	2	3
B. Doporučení přátel známých	1	2	3
C. Návštěva propagačních materiálů cestovních kanceláří	1	2	3
D. Články rozhovory o dovolených a cestování v tisku	1	2	3
E. Dokumentum televizní a rozhlasové pořady o cestování	1	2	3
F. Reklamní inzertce v tisku, rozhlasu, televizi	1	2	3
G. Titulní turistické průvodci, mapy	1	2	3
H. Internet	1	2	3

51. Kolik je Vám let?
[] [] [] [] [] []

52. Pohlaví respondenta
Muz 1
Žena 2

53. Hranici přechod
Pokyn: Vypíšte název přechodu a místo dotazování (např. ČS Shell, Ládv, parkoviště ...).

Název: Místo: [] [] [] [] [] []

54. Datum a čas setření:
den: [] [] měsíc: [] [] rok: [] [] []
Hodina: [] [] Minuta: [] []

PROHLÁŠENÍ TAZATELE: Prohlašuji, že toto je přesný seznam odpovědí respondenta.

Vlastnoruční podpis: [] [] [] [] [] []
Zápis STEM/MARK: Kód správce a pečlivosti vyplnění dotazníku: [] [] [] [] [] []

Tranzitující návštěvníci



Tazatel:

Kód:

Dátum 1:

Dátum 2:

Dobrý den, jmenuji se ... Jsem spolupracovníkem společnosti STEM/MARK, která se zabývá výzkumem veřejného mínění. Řádně(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, doplněte se ho, ze které spolkové země pochází.

Vypište český název státu,
 popř. spolkovou zemi

2. Jak často navštěvujete Českou republiku?
Pokyny: Vyberte pouze jednu odpověď.

Mínimálně 1x týdně	1
Mínimálně 1x měsíčně	2
Několikrát ročně	3
Jednou za rok	4
Němá než jednou za rok	5
Evři(a) jsem zde poprvé	6

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

.....

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

5. Který stát je byl cílem této Vaší cesty?
Pokyny: Vypište český název státu.

6. Kolikrát hodláte přenočovat / jste přenočoval(a) v cizí zemi, do/ze které jedete? *Pokyny: Uveďte počet nocí.*

7. Proč jste si za svůj cestovní materiál vybrali(a) Českou republiku?

Pokyny: Vyberte všechny respondentovy odpovědi. Varianty nemůžete.

Čestný a pracovní materiál	1
ČR nemá moc pěkné přírodní památky	2
ČR nemá krásnou přírodu, která láká	3
ČR nemá podnebí klíma, které láká	4
ČR nemá zajímavou přírodní/kulturní památky	5
V ČR je drahé	6
V ČR nelze provozovat své 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.

Prohlídka místních památek	01	Kulturní síce	06
Sport, sportovní aktivity	02	Noční život	07
Poznávací přírody	03	Ozdravná a léčebná pobyty	08
Pobyt u vody	04	Poznávací 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. Doporčení vlastní zkušenosti	1	2	3
B. Doporčení přátel/známých	1	2	3
C. Navštívené propagační 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. Titulky turistické příručky, mapy	1	2	3
H. Internet	1	2	3

10. Kolikrát jste již navštívil(a) ČR : tzn. že jste zde alespoň jednou přenočoval(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
Spatě ano	2	→ přejděte k otázce 12
Spatě 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 všichni!

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

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

Pokyny: V každém řádku vyberte jednu odpověď.

A. Cenová dostupnost/tranabilita	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 kvalitních informací o místě dovolené (podněty, 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. Znamenal(a) jste za hranicemi ČR nějakou mediální propagaci ČR jako turistické destinace? Pokud ano, popište se vzpomínkou, o jakou formu propagace se jednalo.

Pokyny: Vyberte všechny respondentovy odpovědi.

Rozhlas v TV	1	Prezentace na výstavách, veletrzích	
Informační letáky	2	cestovního ruchu	5
Inzerce v tisku	3	Jiné formy	6
Prezentace na internetu	4	Neznamenal(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 nejprve, zda budete hovořit pouze o výdajích za Vás osobně a nebo za více osob.

Pokyny: Vyberte jednu odpověď, příp. uveďte počet.

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

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 být 100 %.

Ubytování vt. snídaně, polopenze či plná penze	
Doprava (ceny jízdenek popř. letenek, taxi, pronájem aut)	
Pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn)	
Stravování v restauracích	
Zboží (obuv, oblečení, oděvy, obuv, sklo, elektronika, dopravní prostředky, mapy, knihy, tabák, líky, šperky apod.)	
Ostatní – služby (vstupenky, kultura, muzea, památky, sport, křesna, pejištění, fakultativní vlety, zdravotní péče, ostatní služby apod.)	
CELKEM	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)?

Pokyny: Vyberte jednu známku.

+ -

51. Kolik je Vám let?

Děkujeme Vám za Vaše odpovědi. *Pokyny: Dále zapínejte pouze tlačítka.*

52. Pohlaví respondenta
 Muž 1
 Žena 2

53. Hranicní přechod

Pokyny: Vypište název přechodu a místo dotazování (např. ČS Shell, Lidl, 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 zpracování 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 šestnáctého 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.

Ředitel

Jan TUČEK

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



Analytik

Bohdana HOLÁ

- **Telefon:** 225 986 816
- **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: ČNB Praha 1, Na Příkopě 28,

č.ú.:629001/0710