

# Příjezdový cestovní ruch 2014

Jan Tuček

STEM  MARK



# Odkud jsme vzali data

Příjezdový cestovní ruch 2009-2015

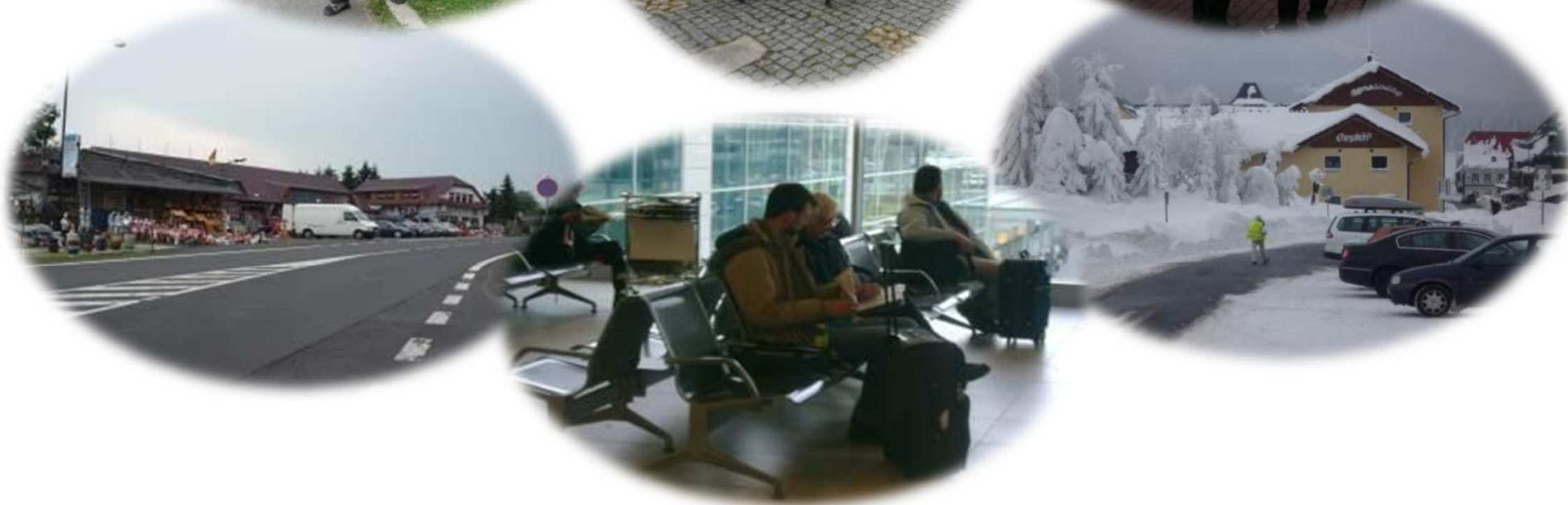


48 silničních přechodů  
8 železničních stanic  
2 autobusová nádraží  
5 letišť





# V zimě, v létě, v mrazu, za tmy ...





# Odhadněte počet zahraničních turistů ČR!



ČSÚ: **8 126 000**  
zahraničních turistů  
ubytovaných  
v hromadných  
ubytovacích zařízeních

Tito turisté tvoří  
**81%** všech  
turistů.

$0,81 \times 8\,126\,000 =$   
**10 056 000** zahraničních turistů



# Odhadněte počet zahraničních návštěvníků ČR!

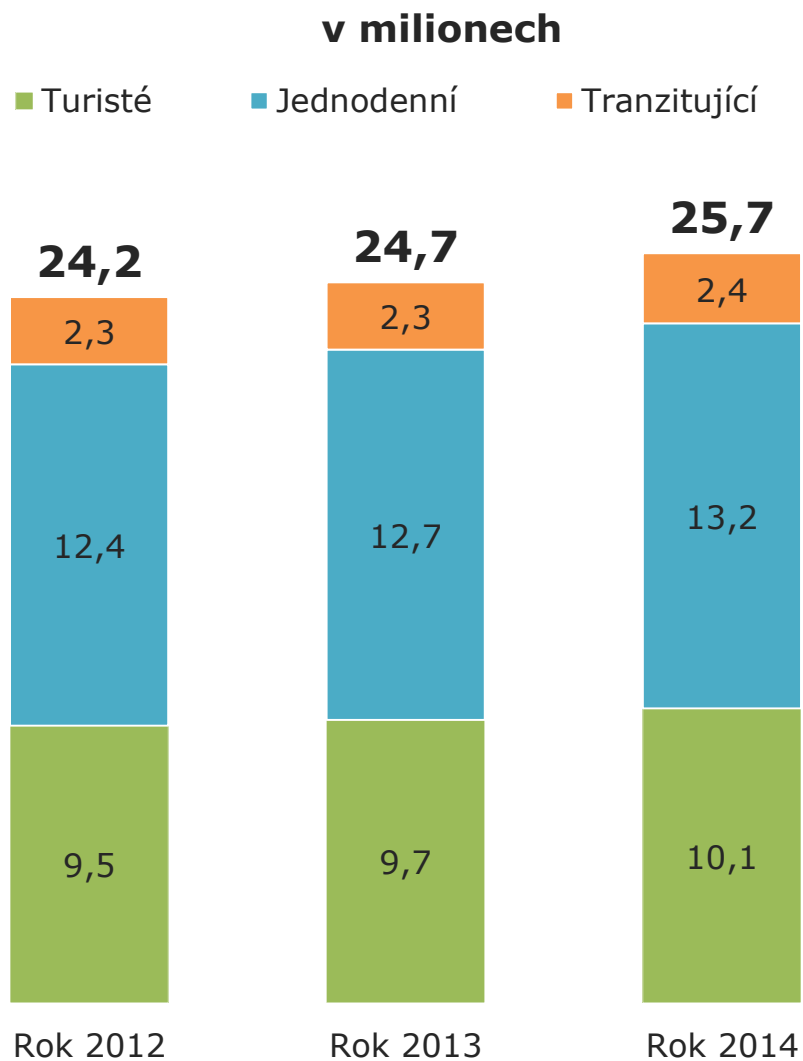


turisté = 39% = 10 056 000  
jednodenní = 52% = 13 238 000  
tranzitující = 9% = 2 369 000

**CELKEM = 25 663 000**  
zahraničních návštěvníků



# Počet zahraničních návštěvníků roste



# Průměrné výdaje zahraničních návštěvníků



Zahranční turisté

**2 905 Kč/den**

z toho **1 455 Kč**  
během návštěvy ČR



4 000



3 200



2 700



1 900



1 000



Jednodenní návštěvníci

**1 641 Kč/den**

z toho **1 469 Kč**  
během návštěvy ČR



1 800



1 700



1 200



900



# Struktura výdajů zahraničních návštěvníků

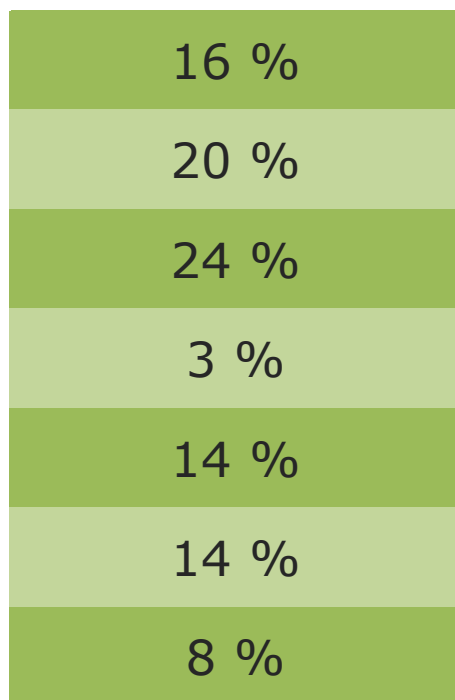


Zahranční turisté

Jednodenní návštěvníci



1/3



Zájezd na klíč

Ubytování

Doprava

Pohonné hmoty

Stravování

Zboží

Ostatní

0 %

-

8 %

22 %

7 %

60 %

4 %



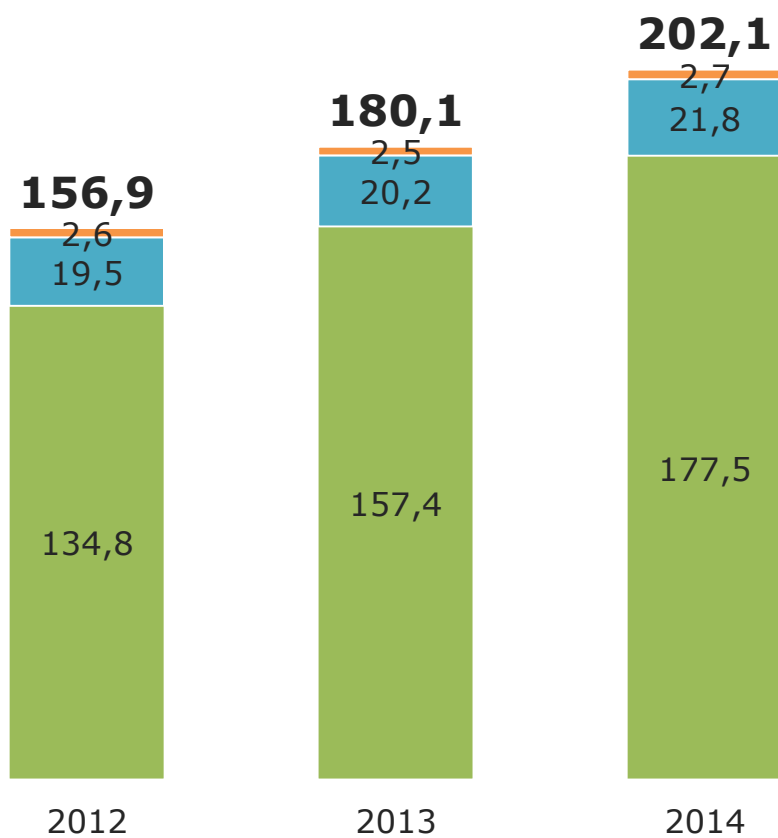
1/3



# Celkové výdaje rostou

v miliardách Kč

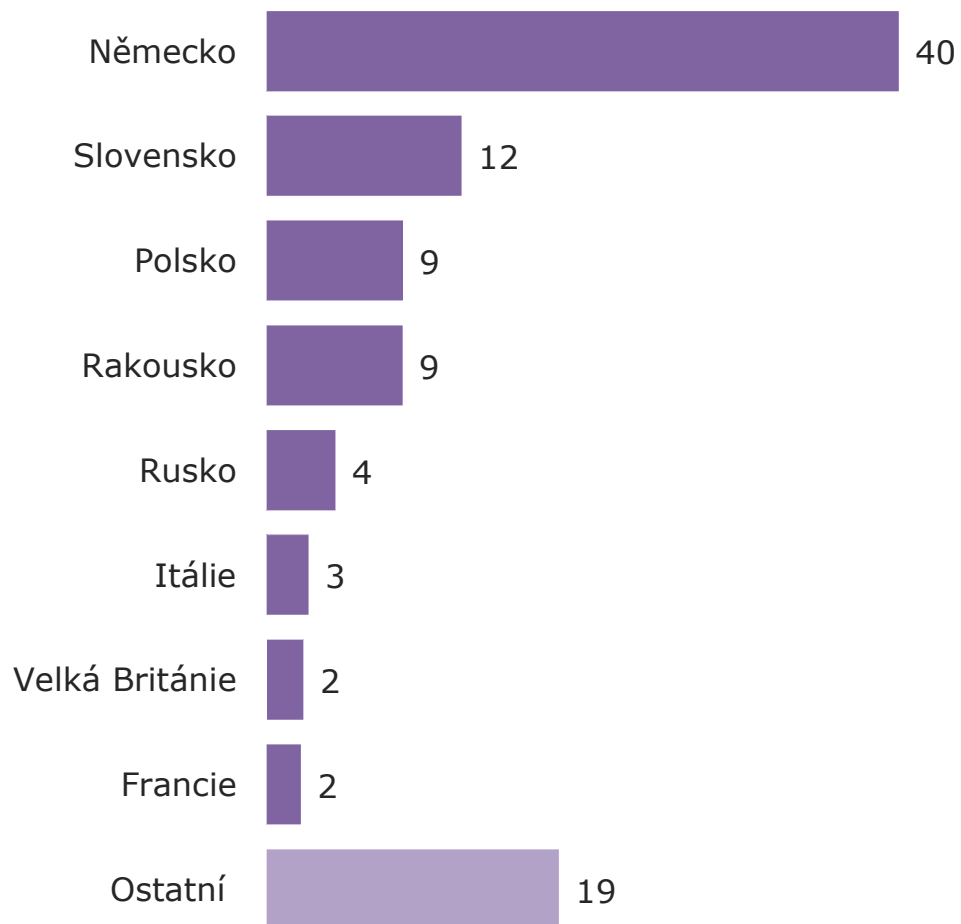
■ Turisté   ■ Jednodenní   ■ Tranzitující



# Stát trvalého pobytu

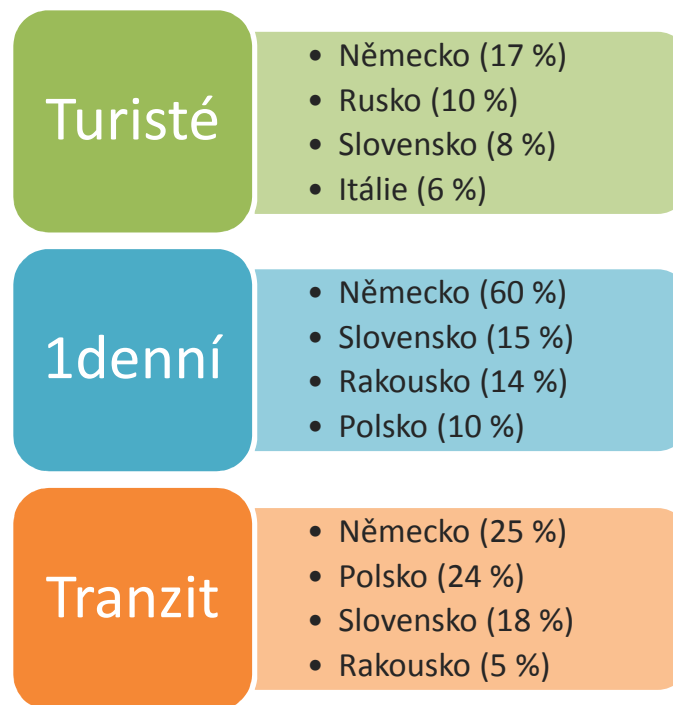


## Všichni



USA, Nizozemí, Španělsko, Švédsko, Ukrajina, Finsko, Belgie, Švýcarsko, Japonsko, Norsko, Kanada

## Podle typu návštěvníka

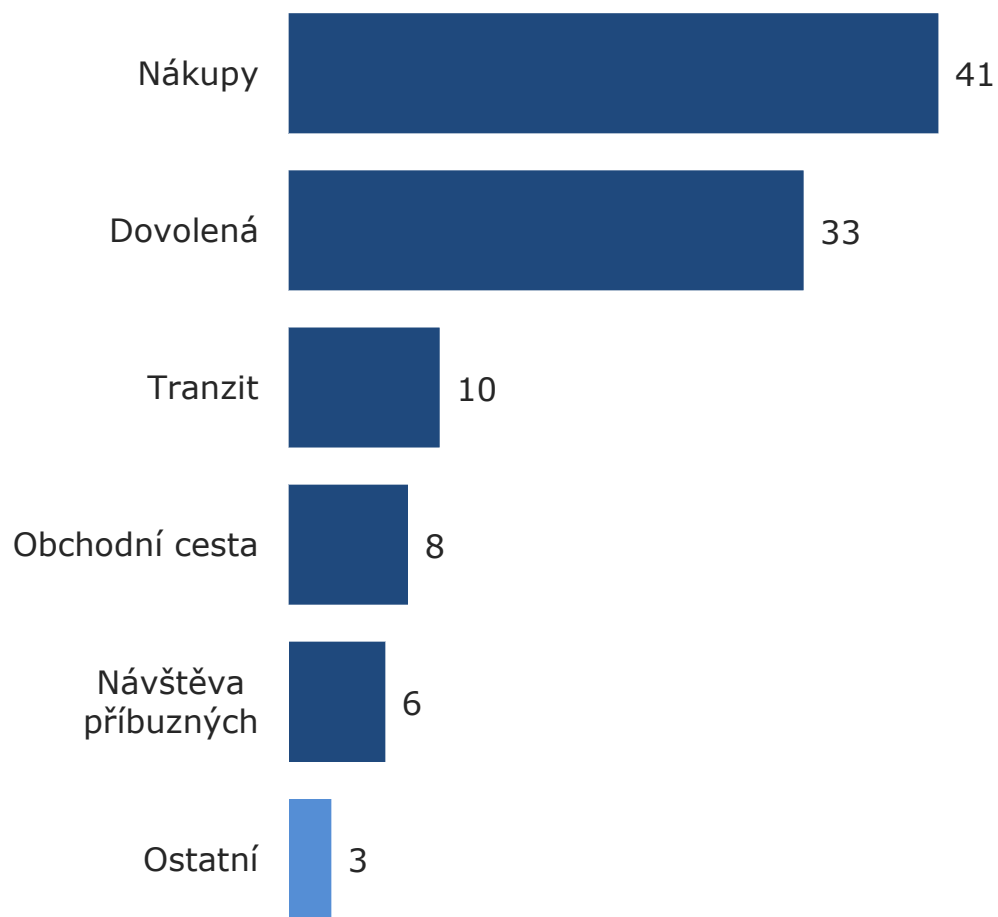




# Hlavní důvod návštěvy

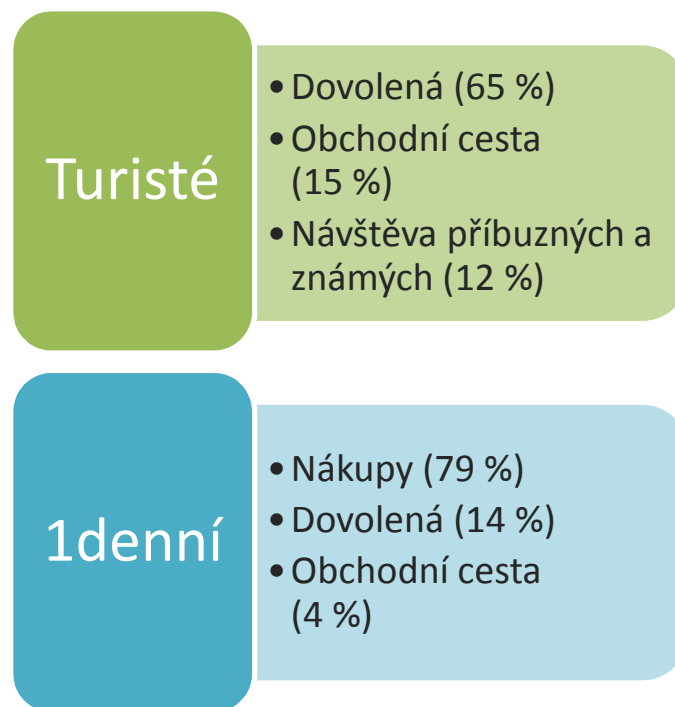


## Všichni



zdravotní a studijní pobyty

## Podle typu návštěvníka



# Typologie podle důvodu návštěvy



## Nákupy

41 %

- Jednodenní
- Němci (2/3) a další sousedi
- Velmi časté návštěvy
- 1 600 Kč – vše v ČR za nákupy zboží a PHM

## Dovolená/výlet

33 %

- 3/4 zahraniční turisté
- Sousední státy jen 2/5, téměř polovina v ČR poprvé
- Spí v hotelu, délka pobytu 5 dní
- 2 500 Kč - 3/5 v ČR za dopravu, ubytování a nákupy

## Obchodní cesta

8 %

- 3/4 zahraniční turisté
- Polovina ze sousedních států, pětina v ČR poprvé
- Spí v hotelu, délka pobytu 3 dny
- 3 000 Kč – 1/2 v ČR za dopravu a nákupy

## Návštěvy příbuzných a známých

6 %

- 3/4 zahraniční turisté
- 7 z 10 ze sousedních států, pravidelné návštěvy
- Spí u příbuzných, délka pobytu 6 dní
- 1 200 Kč – 2/3 v ČR za nákupy a dopravu



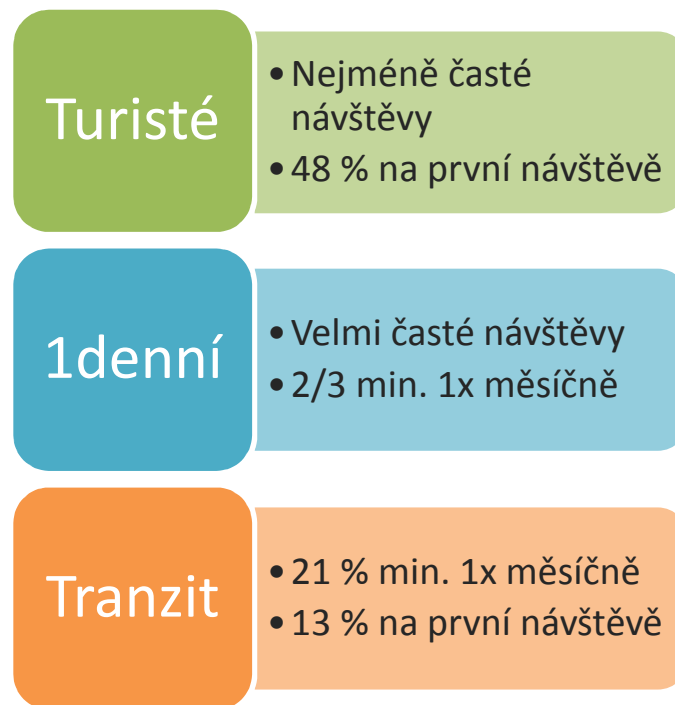
# Frekvence návštěv



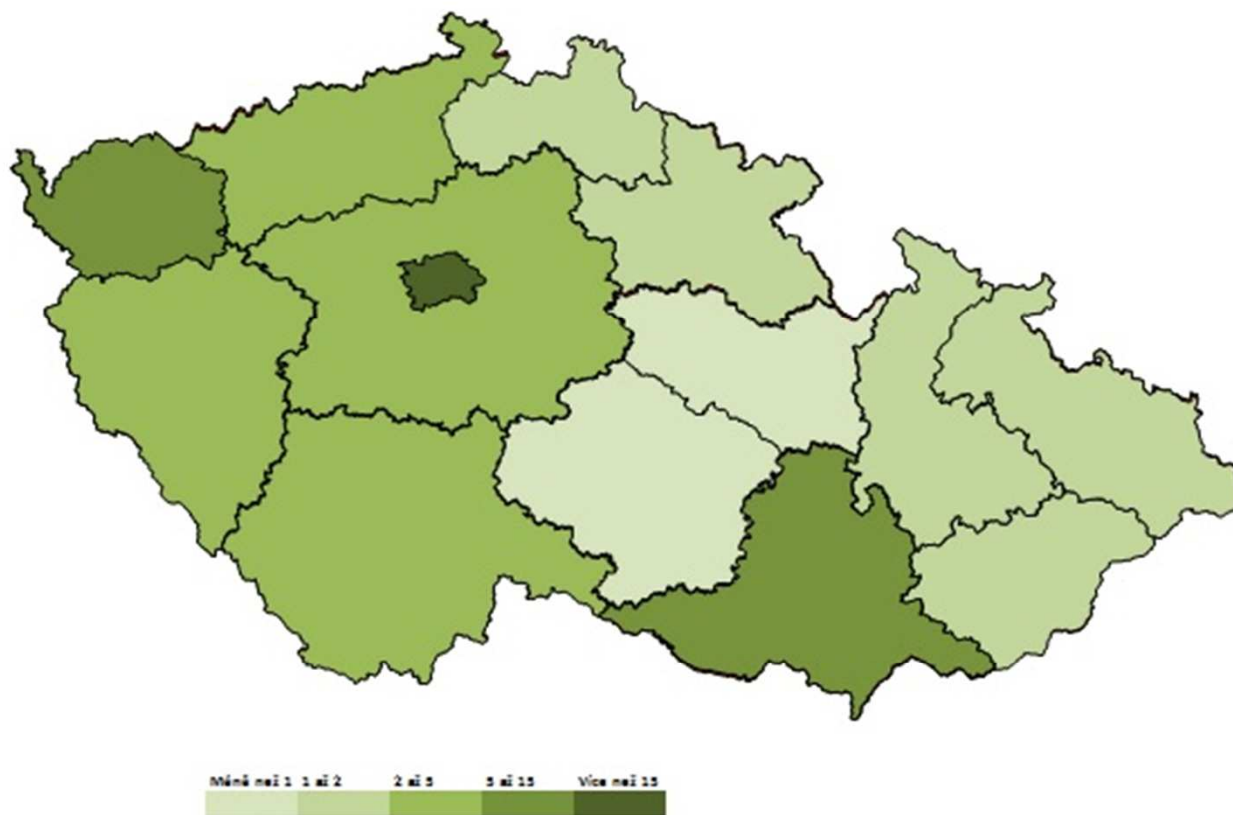
## Všichni



## Podle typu návštěvníka



# Navštívené kraje – zahraniční turisté

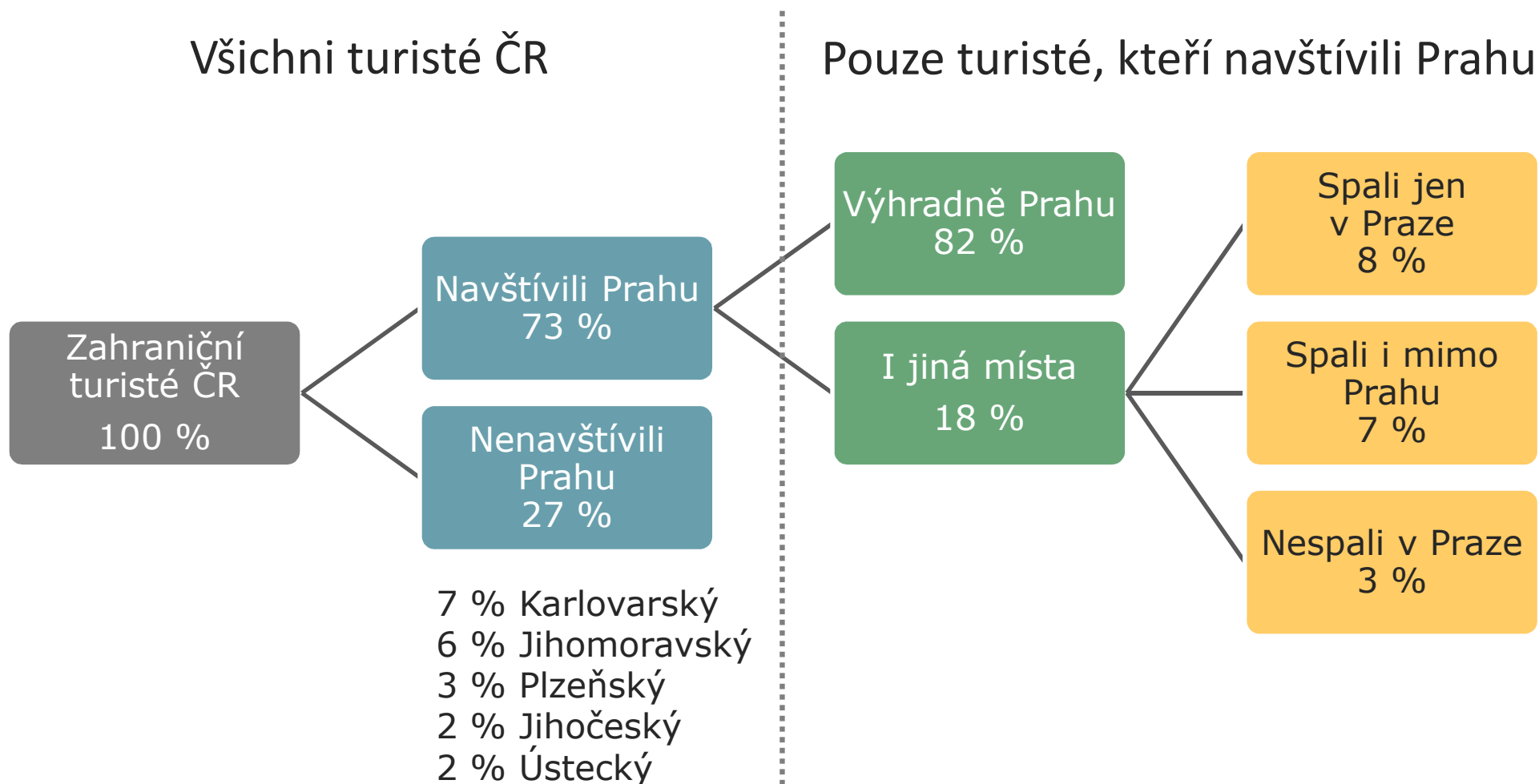


| Kraje           | %    | %*   |
|-----------------|------|------|
| Praha           | 73,2 | -    |
| Karlovarský     | 10,1 | 24,1 |
| Jihomoravský    | 8,2  | 22,4 |
| Jihočeský       | 5,0  | 6,0  |
| Plzeňský        | 4,8  | 10,2 |
| Středočeský     | 3,5  | 2,9  |
| Ústecký         | 2,1  | 5,6  |
| Moravskoslezský | 1,7  | 4,6  |
| Liberecký       | 1,5  | 3,9  |
| Královéhradecký | 1,5  | 3,8  |
| Zlínský         | 1,5  | 5,2  |
| Olomoucký       | 1,1  | 2,3  |
| Vysočina        | 0,8  | 2,1  |
| Pardubický      | 0,7  | 1,5  |

\* Bez návštěvníků, kteří navštívili Prahu

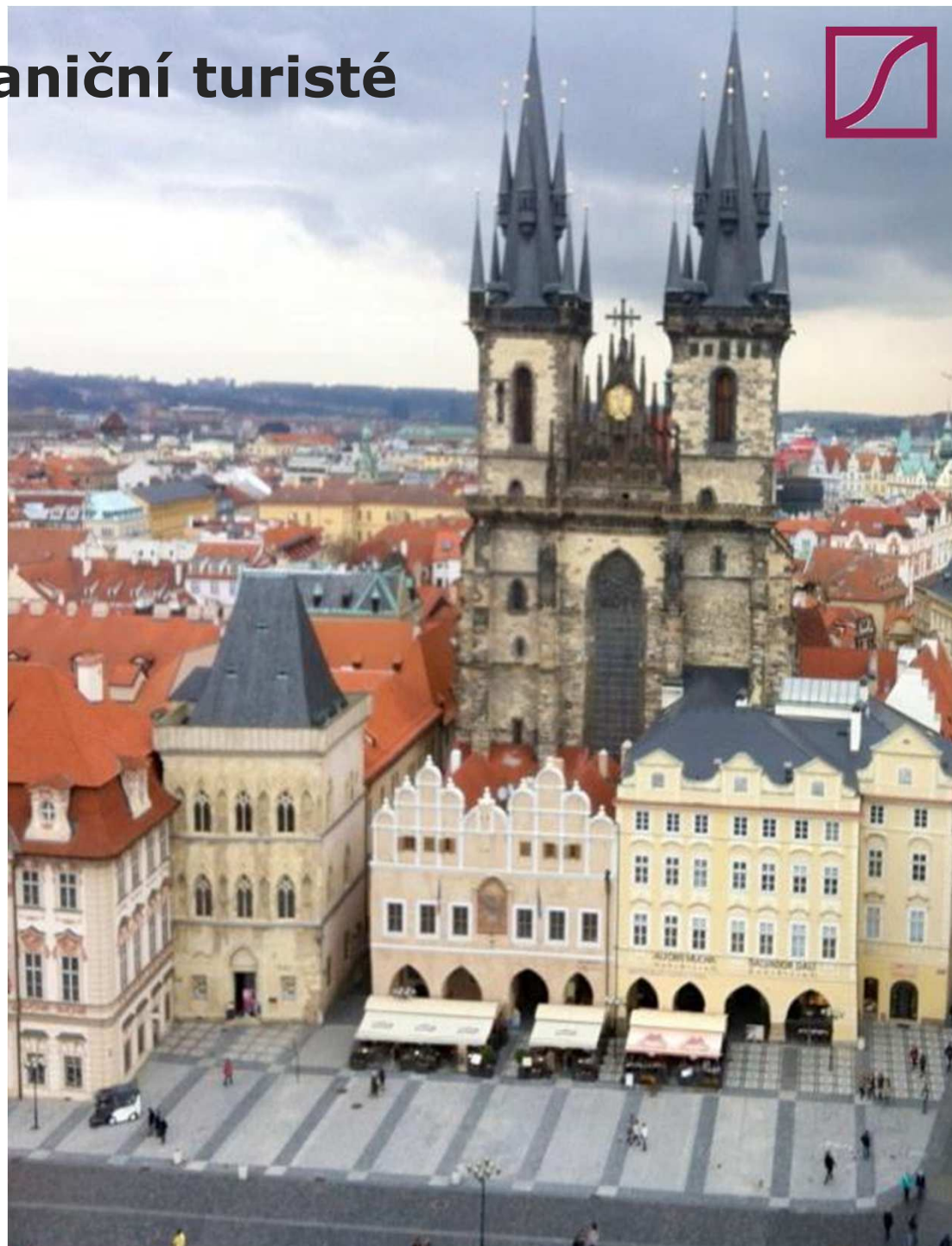


# Praha vs ostatní kraje



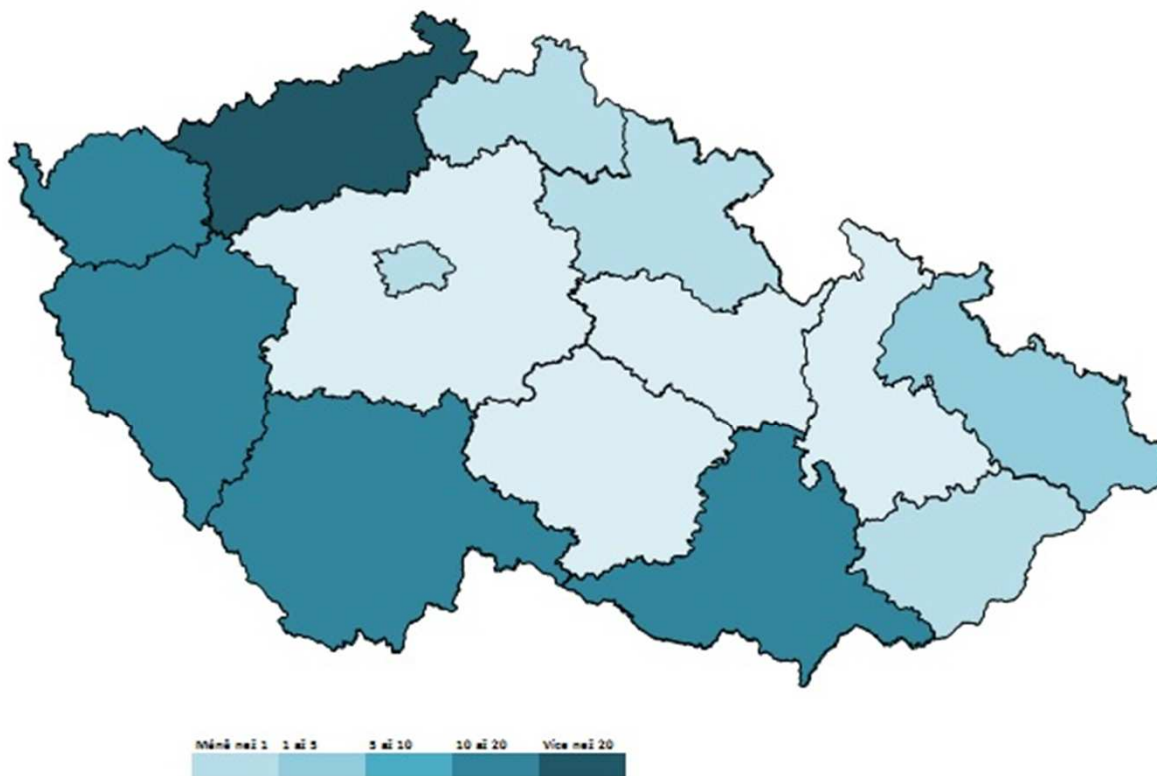
# Navštívená místa – zahraniční turisté

1. Praha (73 %)
2. Karlovy Vary (5 %)
3. Brno (5 %)
4. Český Krumlov (3 %)
5. Plzeň (3 %)
6. Mariánské Lázně (2 %)
7. Kutná Hora (2 %)
8. Františkovy Lázně (2 %)
9. České Budějovice (1 %)
10. Ostrava (1 %)



# Navštívené kraje – jednodenní návštěvníci

Němci a Rakušané jezdí větrat peněženky.



| Kraje           | %    |
|-----------------|------|
| Ústecký         | 20,3 |
| Karlovarský     | 17,2 |
| Plzeňský        | 16,1 |
| Jihomoravský    | 14,9 |
| Jihočeský       | 10,6 |
| Moravskoslezský | 7,9  |
| Zlínský         | 4,0  |
| Královéhradecký | 3,3  |
| Liberecký       | 3,2  |
| Praha           | 1,5  |
| Vysočina        | 0,5  |
| Olomoucký       | 0,4  |
| Středočeský     | 0,2  |
| Pardubický      | 0,1  |



# Spokojenost s návštěvou



66 % velmi + 30 % spíše  
Meziročně spokojenost roste



**1/5** zmiňuje problémy s

silnic  
a vybavenost  
Orientační  
Stravovací  
navigační lidí přístup ve  
Jazyková ceny  
Ubytovací systém  
Doprava Taxislужby služby  
Infrastruktura  
obyvatel službách stav



# Regionalizace



Podrobná analýza dat z šetření Příjezdový CR na úrovni krajů

Provedena za roky 2009 - 2011

K dispozici 2 typy výstupů

Souhrnná srovnávací analýza: základní informace o zahraničních návštěvnících všech krajů

Detailní krajské analýzy (14): detailní informace o zahraničních návštěvnících krajů včetně srovnání (v čase / s ČR / s typově podobnými kraji)

Výstupy k dispozici na [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)

Cestovní ruch

Statistiky a analýzy

Statistiky cestovního ruchu 2012

Příjezdový cestovní ruch

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR

Kontakty Pracovní příležitosti Pro média FAQ Úřední deska Přihlásit English

EVROPSKÁ UNIE VEŘEJNÉ ZAKÁZKY PODPORA REGIONŮ A CESTOVNÍ RUCH ŮZEPNĚ A BYTOVÁ POLITIKA MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

Jste zde: Úvodní strana > ... > Cestovní ruch > Statistiky a analýzy > Statistiky cestovního ruchu 2012 > Příjezdový cestovní ruch

**PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH**

28.5.2012:

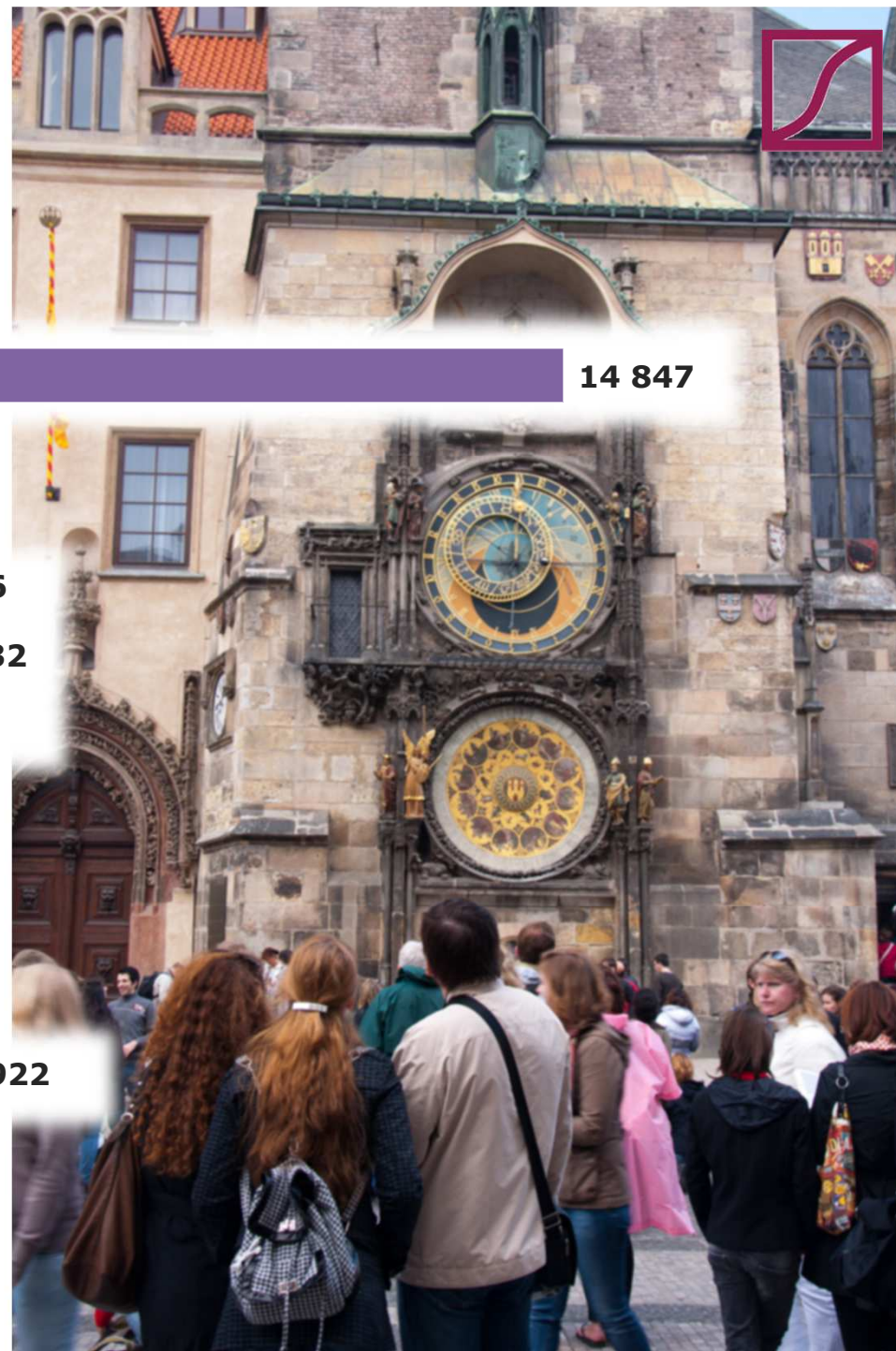
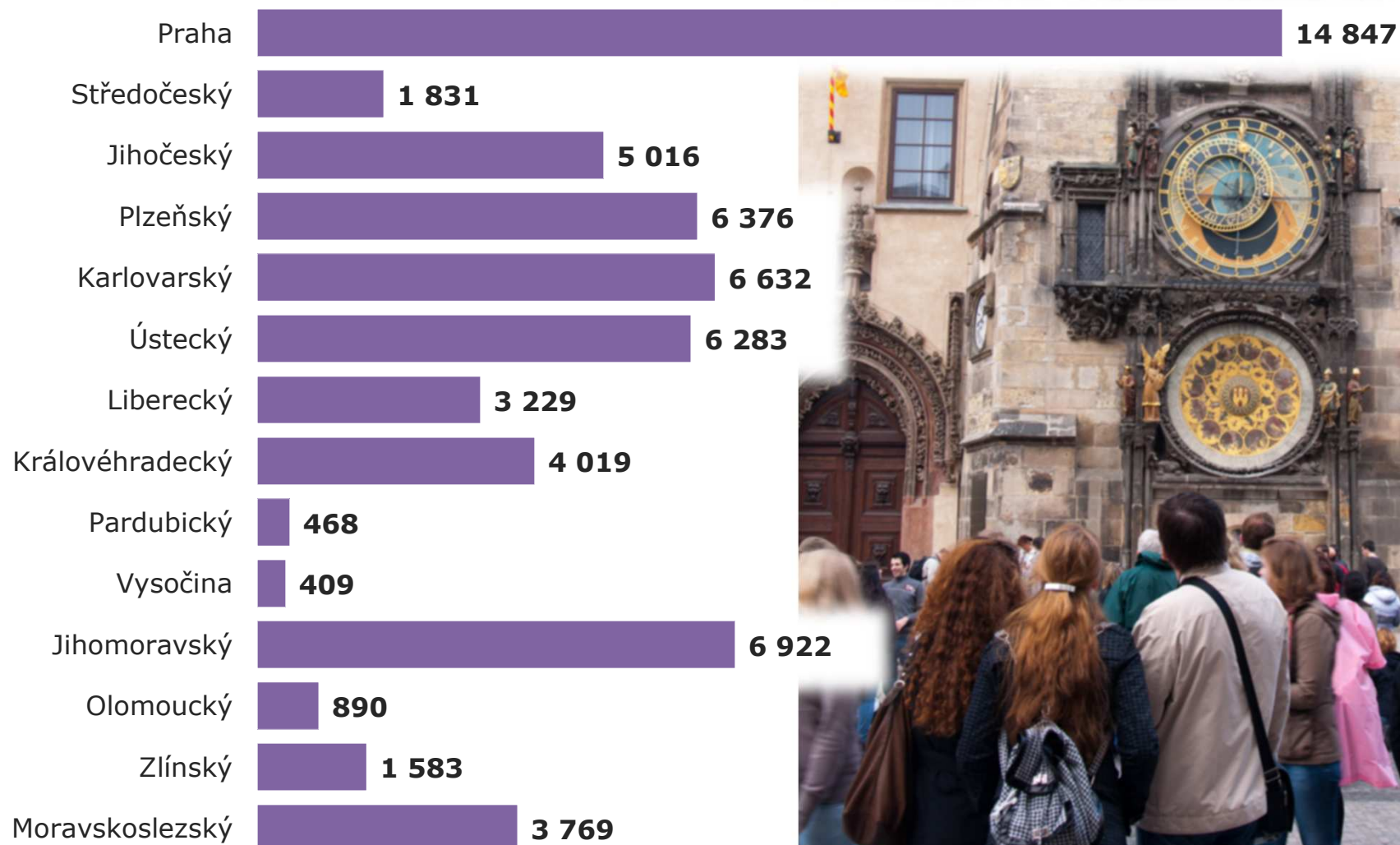
Údaje ze statistického šetření MMR slouží ke stanovení celkového odhadu počtu zahraničních návštěvníků v ČR v členění na jednodenní návštěvníky, tranzitující osoby a turisty a odpovídají na otázky, jako jsou důvod a frekvence návštěvy, délka pobytu, navštívená místa, spokojenost s návštěvou a struktura výdajů návštěvníků v členění dle země původu. Výsledky šetření jsou jedním z hlavních zdrojů dat pro Satelitní účet cestovního ruchu ČR. Statistické šetření pro EMU2 realizováno v rámci dotace Ministerstva pro místní rozvoj ČR.

**SOUBORY KE STAŽENÍ**

- Příjezdový cestovní ruch ČR... (PDF, 1.17 MB)
- Příjezdový cestovní ruch ČR... (PDF, 787.42 KB)
- Příjezdový cestovní ruch ČR... (PDF, 375.94 KB)

# Regionalizace - ukázka

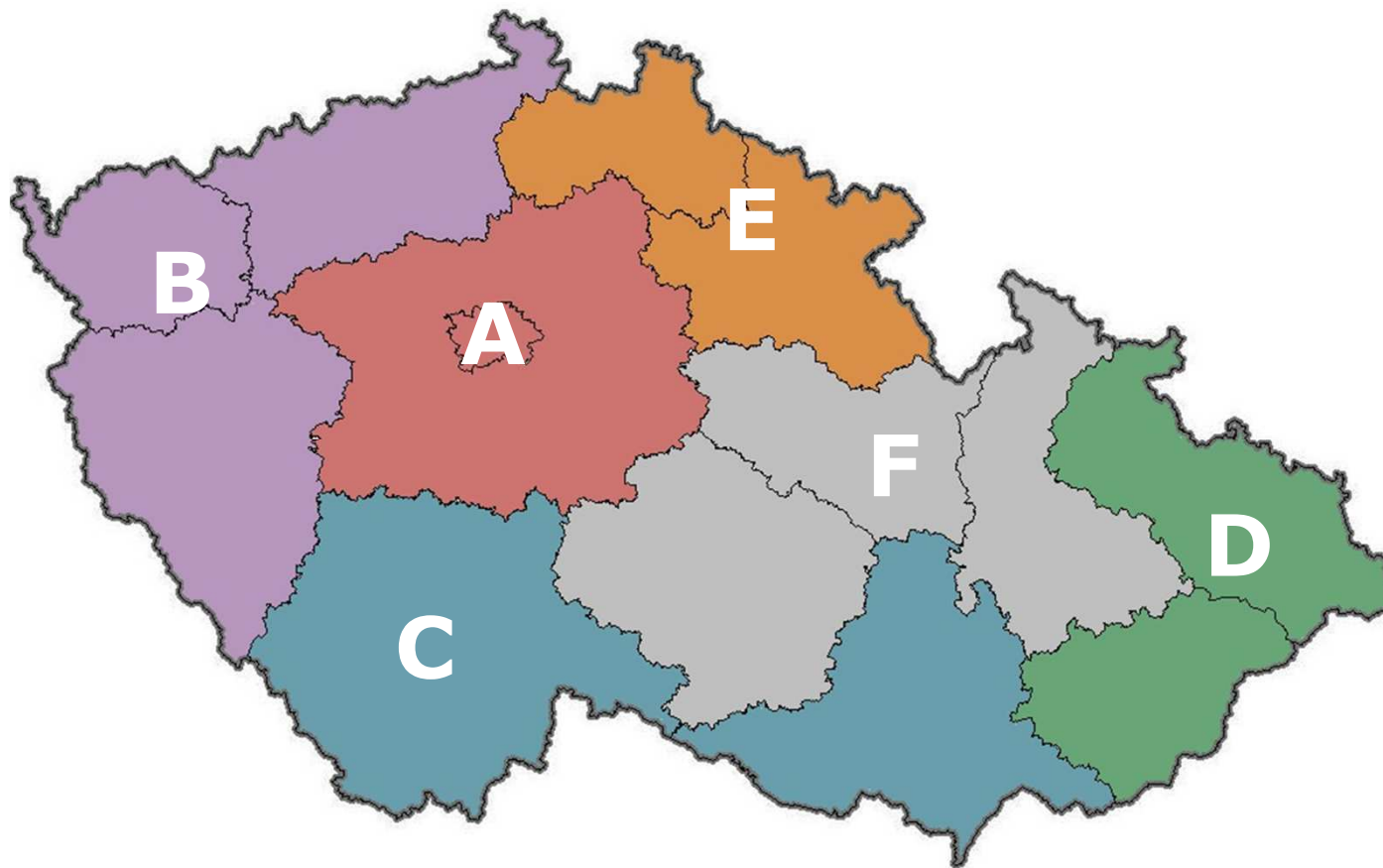
Odhad počtu zahraničních návštěvníků  
v krajích v letech 2009-2011 (v tis.)





# Regionalizace - ukázka

Typologie krajů



- A** Vysoká návštěvnost  
Dovolená
- B** Vysoká návštěvnost  
Nákupy
- C** Vysoká návštěvnost  
Žádný převažující důvod  
návštěvy
- D** Střední návštěvnost  
Krátce a často
- E** Střední návštěvnost  
Déle a méně často
- F** Nízká návštěvnost

# Kde berou informace

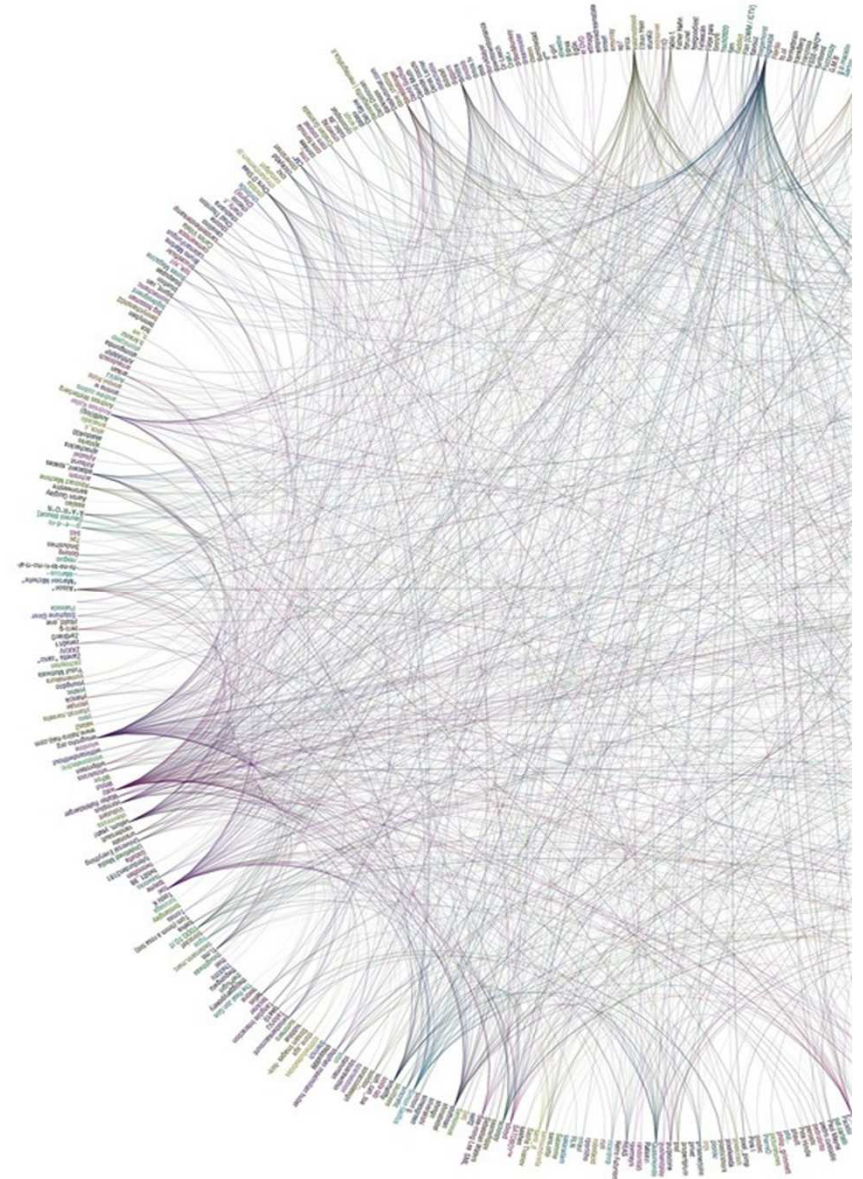


Cizinci pro plánování svých cest nejčastěji využívají:

**69%** vlastních zkušeností

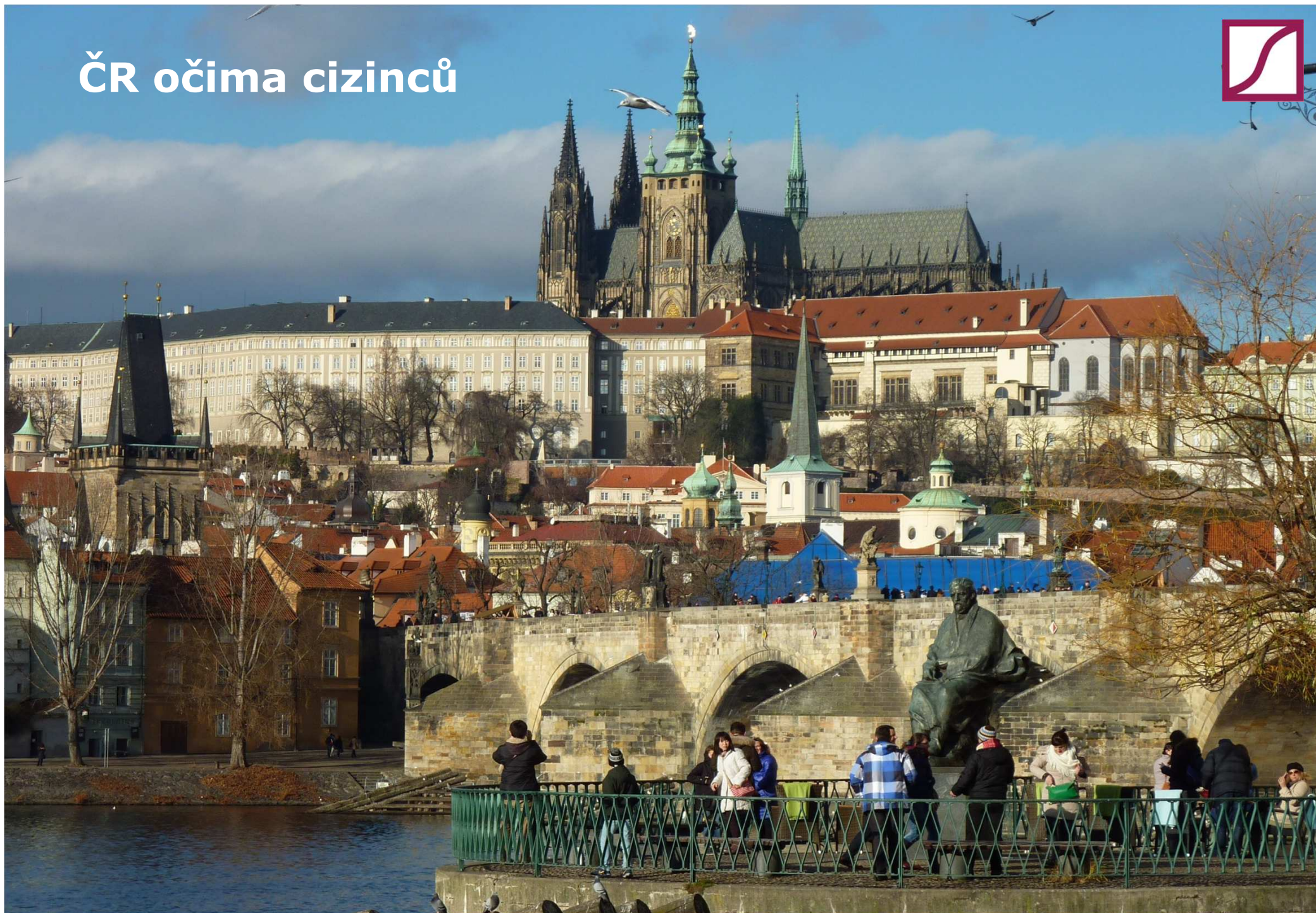
**52%** internet

**33%** WOM





# ČR očima cizinců







Neví, kde ČR je, avšak *Češi jsou krásní a temperamentní...*



Typický český produkt: solné doly!



*„Praha není moc sexy. Nemá ani Big Ben ani Buckinghamský palác.“*



ČR je bohatá země, ve které žijí přátelští, slušní, skromní lidé v dřevěných roubenkách.



*„Češi jsou spolehliví, poctiví, respektují zákony.“*



Nejběžnější asociací vepřové koleno



*Typičtí Češi jsou Hans Christian Andersen, George Soros.*



Německé předsudky: chudá, rozvojová, postkomunistická země, okrádající taxikáři, loupežní Rumuni (sbírají zkušenosti v pohraničí při nákupu pohonných hmot, sádrových trpaslíků a levných cigaret).



***„Jakej pitomec postavil ten hrad...  
... uprostřed golfového hřiště?!“***





# Arabové jsou přísní, Rusové ne? (\*\*\*\*\*)

I v jiných kategoriích hotelů častěji hodnotí nižší známkou hosté z jihu Evropy.



9,2 Anglosaské země

8,8 Rusko

8,2 Středozezemské  
národy

7,9 Spojené  
arabské emiráty

*Hodnocení hotelových pobytů na booking.com...*



Jak ovlivní nepříjemný personál  
hodnocení hotelu?

*Jaká jsou témata, která moji hosté  
diskutují častěji než obvykle?*

*Jsou podobné hotely  
v zahraničí lépe hodnocené a  
pokud ano, tak proč?*

Jaké nedostatky vidí jaké  
národy?

Proč je hotel přes ulici lépe  
hodnocený? Které  
drobnosti vedou k vyšší  
spokojenosti?

Je postel dost měkká  
a jsou vajíčka dost  
míchaná?

*Je hotel uzpůsoben všem  
skupinám cestujících?*



*...STEM/MARK disponuje a umí analyzovat*

## Z analýz stížností...



**-1,4** bodu

Trest za nepříjemný  
personál. Ve všech  
kategoriích.

**-0,9** bodu

Za ošizenou snídani.





## Některé šťavnaté výroky.

*(Analýza textu ovšem nikdy nevydá ty největší perly)*



I felt like in Russia. Everyone including staff speaks Russian.

Their system with coupons for breakfast is stupid and insulting.

Terrible a-hole. Old soviet-time hospital turned into a hostel without redecoration.

Nevhodné komentáře barmana, který nám otrávil celý večer.

Most of the staff at the front desk seem to have important things to do than to take care of your hotel guests

**Děkuji Vám.  
Ptejte se...**

STEM  MARK

**[tucek@stemmark.cz](mailto:tucek@stemmark.cz)**

**[www.stemmark.cz](http://www.stemmark.cz)  
[@stemmark](#)**

