

# PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH 2009-2015



**Česká republika** – výsledky za 1. pololetí 2012  
**Kraje ČR** – regionální analýzy dat do roku 2011

Srpen 2012 / Jan Tuček / STEM/MARK, a.s.

# Obsah prezentace

## **A. Příjezdový cestovní ruch ČR v 1. pololetí 2012**

- odhad počtu návštěvníků
- odhad výdajů návštěvníků
- charakteristiky návštěvníků
- shrnutí výsledků za 2. čtvrtletí 2012

## **B. Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR**

tzv. Strukturalizace výsledků šetření „Příjezdový cestovní ruch ČR“ z let 2009(2006) - 2011 do jednotlivých krajů ČR

## **Diskuse**



# Příjezdový cestovní ruch ČR

## 1. pololetí 2012

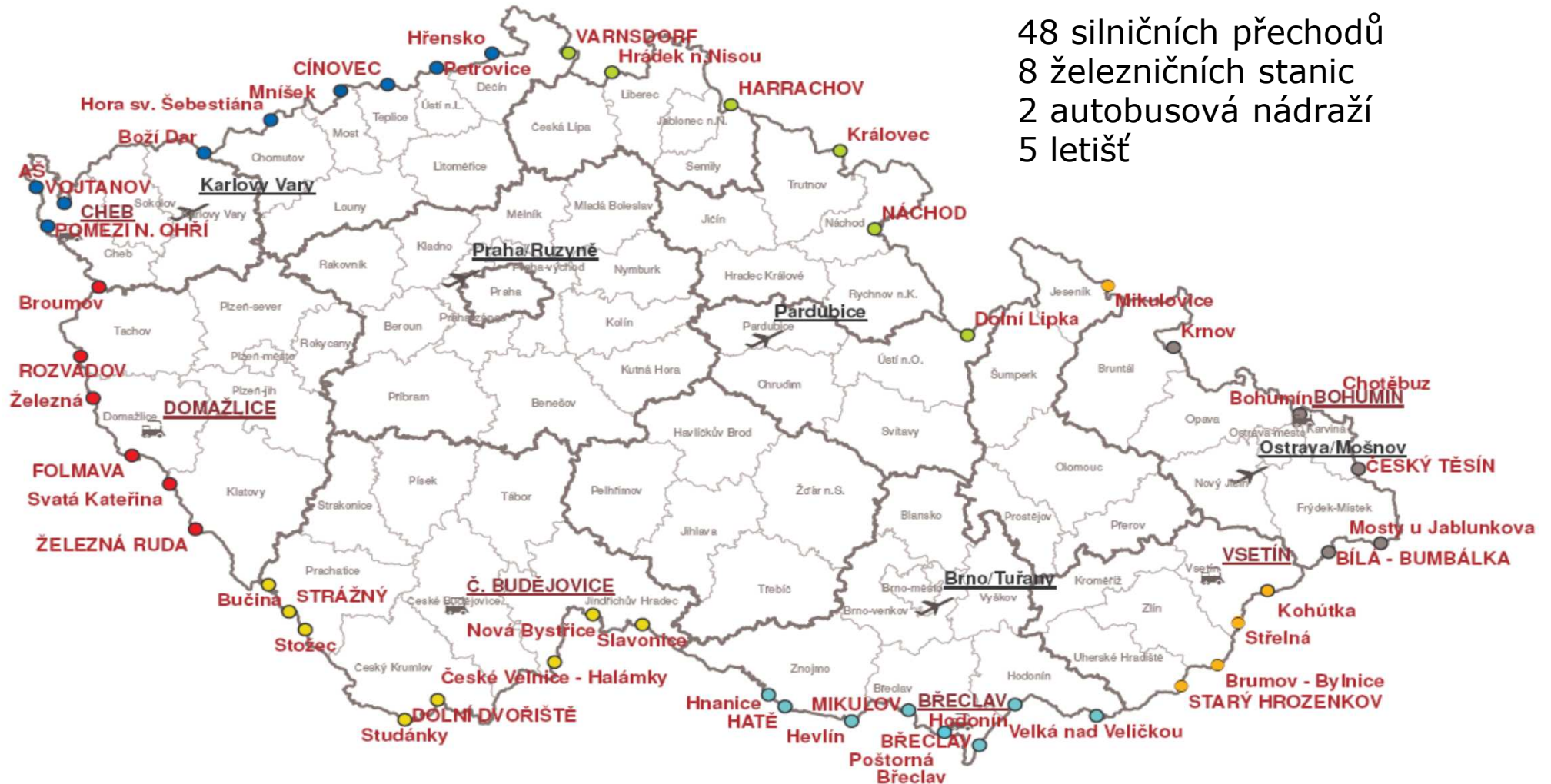
# Představení projektu

- Zadavatel: Ministerstvo pro místní rozvoj
- Doba realizace: duben 2009 – březen 2015
- Primární cíl: **zajištění datových podkladů pro** sestavování a zpřesňování tabulek **TSA ČR** a zjištění údajů o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků v ČR a velikosti a struktuře jejich výdajů
- Metoda: kvantitativní výzkum – F2F – kvótní sběr
- Velikost vzorku: od dubna 2009: více než 100 tis.  
od dubna 2005\*: téměř 200 tis.
- Místo dotazování: celkem 63 míst – 70 % silnice, 30 % vnitrozemí

*\* Navazuje na projekty realizované pro MMR a CzT od dubna 2005*

# Zde všude se dotazujeme

48 silničních přečhodů  
8 železničních stanic  
2 autobusová nádraží  
5 letišť



# Typy zahraničních návštěvníků ČR

Cílovou skupinu výzkumu představují **zahraniční účastníci cestovního ruchu** dle definice vymezené v projektu. Rozlišujeme 3 typy:

**Podíl (1.pololetí 2012)**

## **A. Zahraniční turisté**

alespoň s 1 přenocováním v ČR

**39,5 %**

## **B. Jednodenní návštěvníci**

bez přenocování v ČR, cílem cesty je ČR

**50,9 %**

## **C. Tranzitující**

bez přenocování v ČR, cílem cesty je/byl jiný stát

**9,6 %**

*Podíl jednotlivých typů návštěvníků je klíčový pro odhad celkového počtu návštěvníků. Je základem pro stanovení kvót na sběr dat. Upravuje se v závislosti na výsledcích tzv. čárkovacích akcí, kdy na všech přechodech současně sledujeme intenzitu provozu a složení návštěvníků.*

# Odhad počtu zahraničních návštěvníků

CSU

Počet turistů ubytovaných  
v hromadných typech  
ubytovacích zařízení



**3 249 tis.**

STEM  MARK

Hromadný versus  
individuální typ  
ubytovacího zařízení



**79 % / 21 %**

CSU + STEM  MARK

**Celkový počet  
zahraničních turistů**




**3 249 tis.  
(79%)  
+**

**847 tis.  
(21%)**

---

**4 096 tis.** 

# Odhad počtu zahraničních návštěvníků

Typ návštěvníka	STEM  MARK	CSU + STEM  MARK
	Podíl (%)	Počet (tis.)
 A. Zahraniční turista	39,5	4 096
B. Jednodenní návštěvník	50,9	5 279
C. Tranzitující	9,6	999
Celkem	100,0	10 374

*Jedná se o předběžný odhad, který bude upraven ČSÚ v rámci zpracování TSA.*



# Odhad počtu návštěvníků 2011/2012

Typ návštěvníka	Počet v tis.		Rozdíl v %
	1. pololetí 2011	1. pololetí 2012	
A. Zahraniční turista	3 823	4 096	+ 7,1
B. Jednodenní návštěvník	4 937	5 279	+ 6,9
C. Tranzitující	917	999	+ 8,9
Celkem	9 677	10 374	+ 7,2

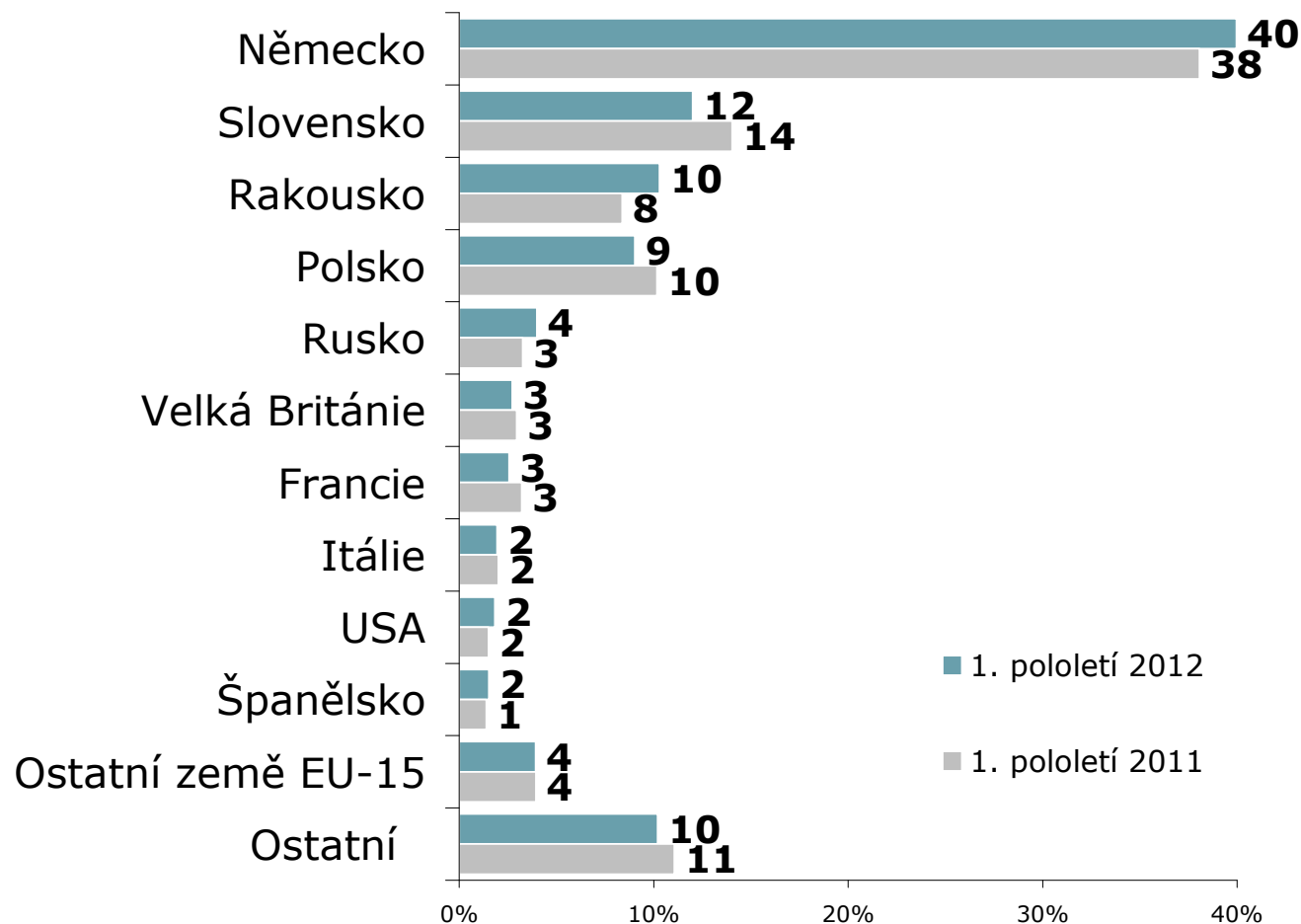
# Odhad výdajů 2011/2012

Typ návštěvníka	Výdaje v mld. Kč		Rozdíl v %
	1. pololetí 2011	1. pololetí 2012	
A. Zahraniční turista	50,1	54,9	+ 9,6
B. Jednodenní návštěvník	7,3	7,7	+ 6,2
C. Tranzitující	1,0	1,0	+ 2,7
Celkem	58,4	63,7	+ 9,1

*Vychází z odhadovaného počtu zahraničních návštěvníků, z průměrných výdajů a počtu přenocování. Zahrnuje výdaje placené před pobytem mimo území ČR (41%) a výdaje placené během pobytu na území ČR (59%). ČSÚ v rámci zpracování TSA očišťuje celkové výdaje o výdaje placené mimo území ČR, které nesměřují do české ekonomiky.*

# Stát trvalého pobytu

ZÁKLAD: Všichni respondenti



## Jednodenní návštěvníci

99 % „naši sousedé“  
60 % Němci

## Zahraniční turisté

35 % „naši sousedé“  
54 % EU-15  
+ Rusové, Němci  
- Britové

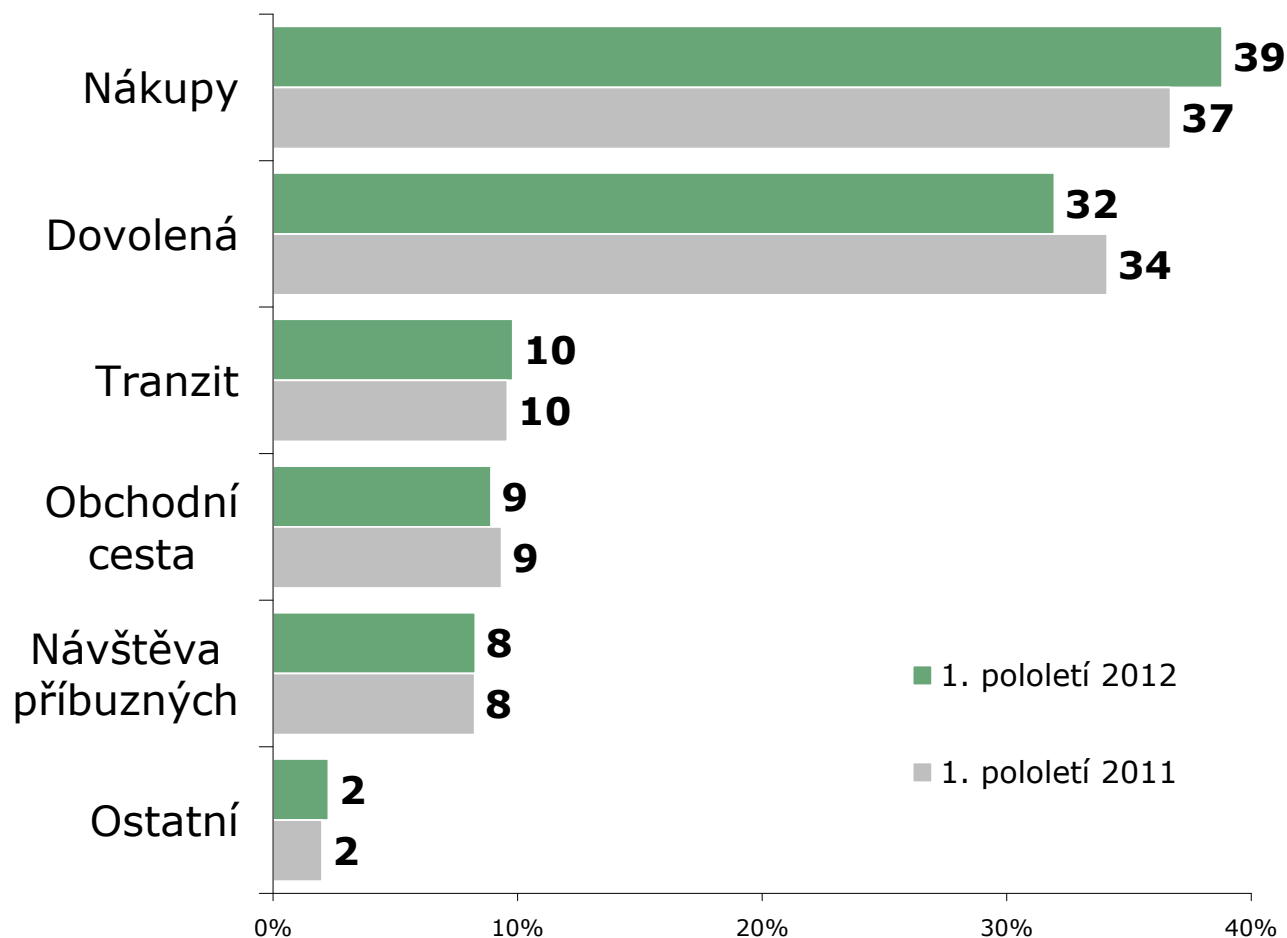
## Tranzitující

3/4 „naši sousedé“  
38 % EU-15  
+ Němci

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

# Hlavní důvod návštěvy ČR

ZÁKLAD: Všichni respondenti



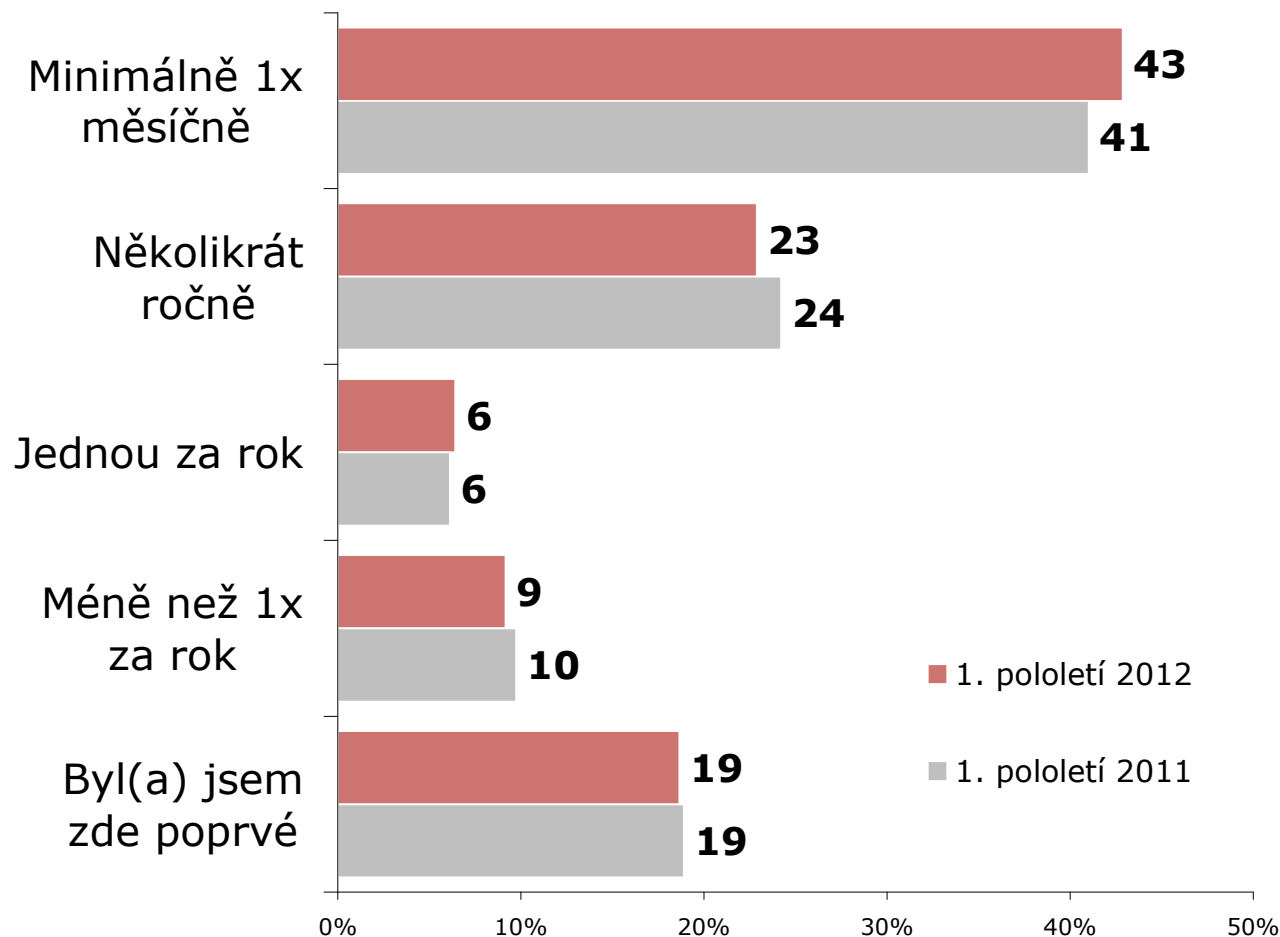
**Jednodenní návštěvníci**  
76 % nákupy  
meziročně nárůst

**Zahraniční turisté**  
61 % dovolená  
meziročně pokles

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

# Frekvence návštěv ČR

ZÁKLAD: Všichni respondenti



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

Úzce souvisí s důvodem návštěvy – nejčastěji na nákupy, nejméně často na dovolenou.

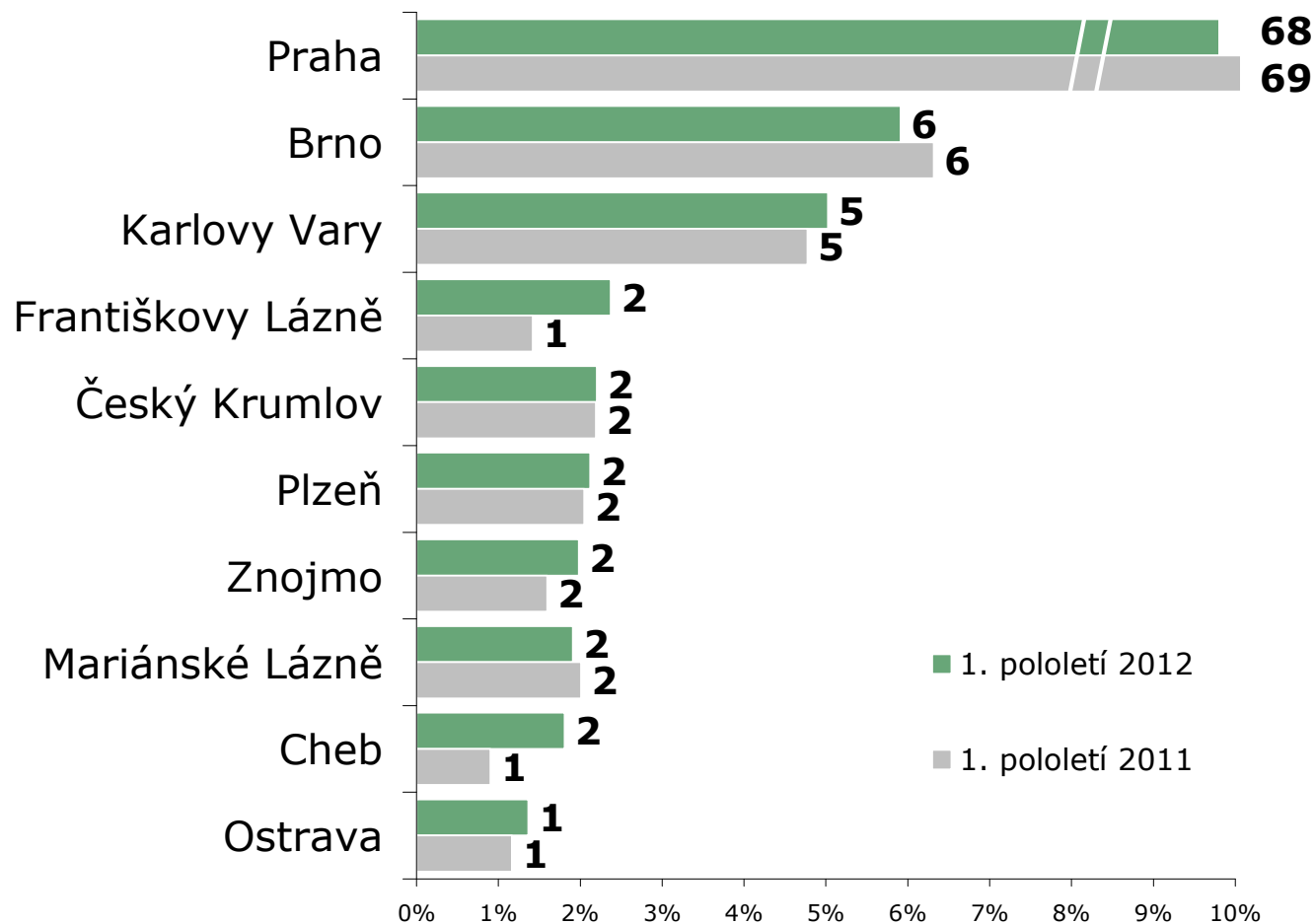
**Jednodenní návštěvníci**  
nejvíce časté návštěvy  
3/4 min. 1x měsíčně  
frekvence se zvýšila

**Zahraniční turisté**  
nejméně časté návštěvy  
43 % první návštěva  
frekvence se zvýšila

**Tranzitující**  
3/5 několikrát ročně  
frekvence se zvýšila

# Navštívená místa - turisté

ZÁKLAD: Zahraniční turisté



Dominuje Praha, s velkým odstupem následují krajská města a turisticky zajímavá místa.

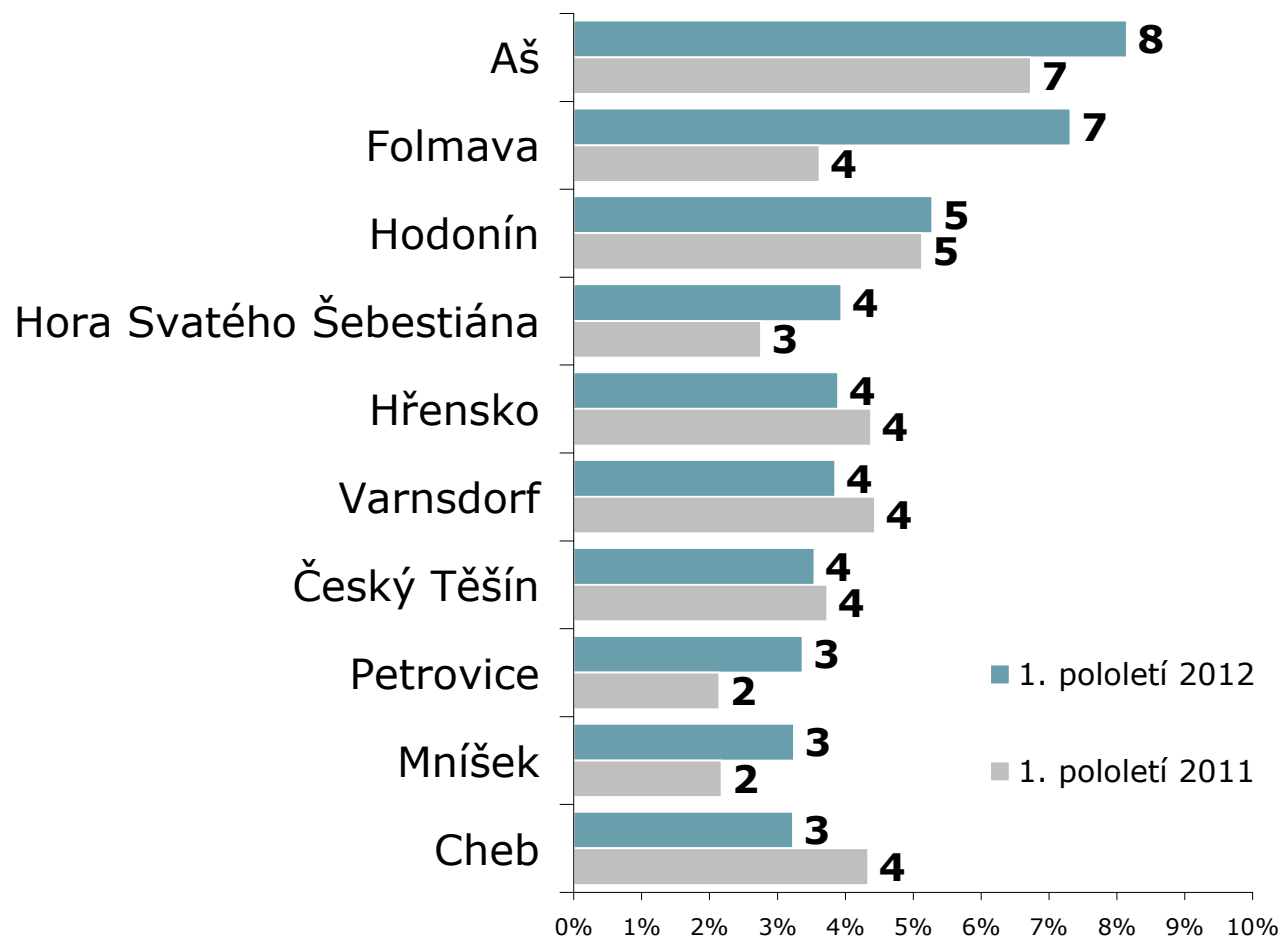
Nízký podíl migrace – 83 % jedno místo.

Meziročně bez výrazných změn.

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

# Navštívená místa – jednodenní návštěvníci

ZÁKLAD: Jednodenní návštěvníci



Centrem zájmu příhraniční nákupní místa (nejvíce ta česko-německém pohraničí).

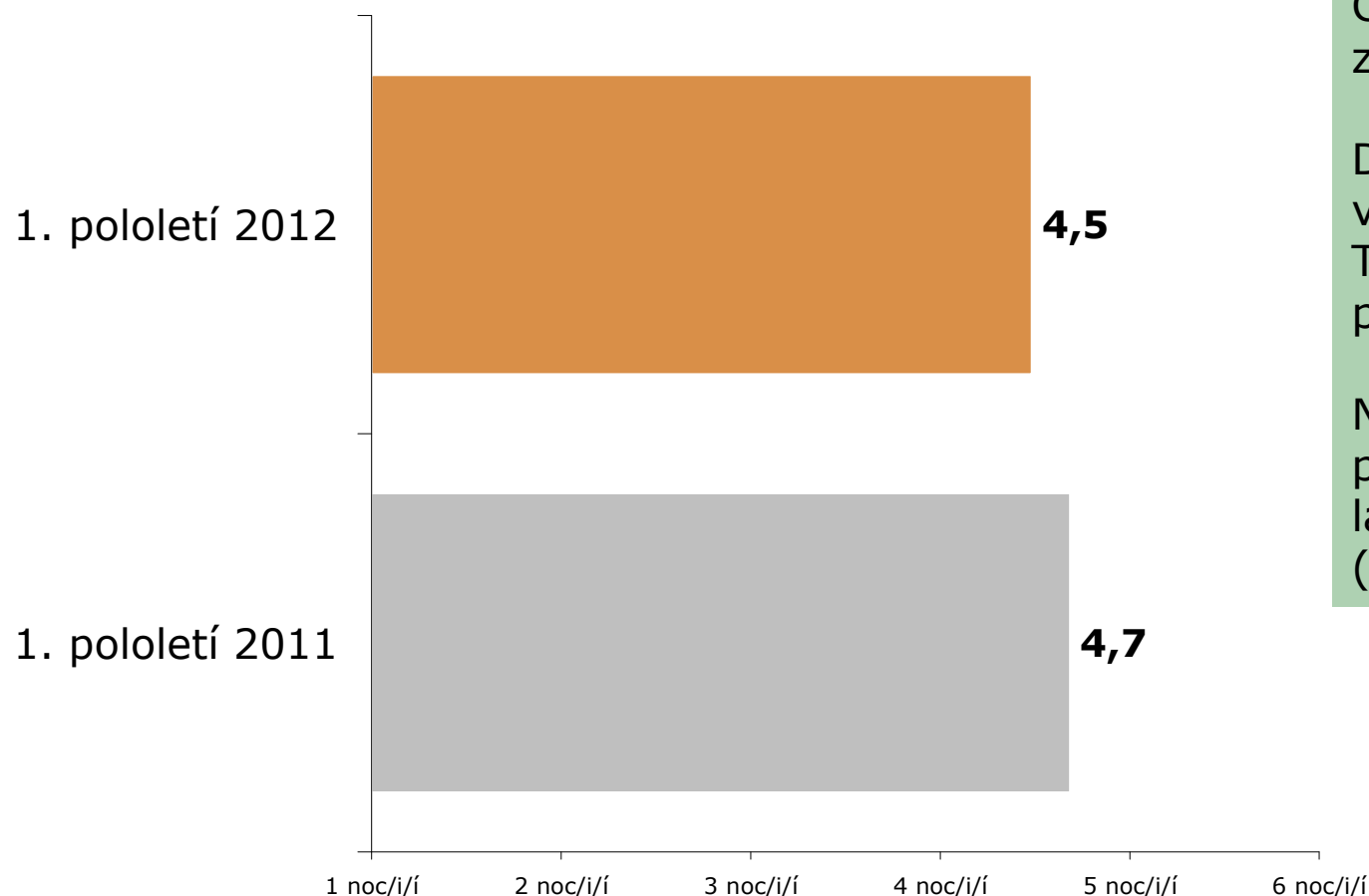
Nízký podíl migrace – 82 % jedno místo.

Meziročně bez výrazných změn. *Na Folmavě došlo meziročně k navýšení intenzity provozu a tedy i velikosti vzorku v důsledku otevření nového nákupního centra.*

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

# Počet přenocování (Zahraniční turisté)

ZÁKLAD: Zahraniční turisté



Celkově se délka pobytu zkrátila.

Delší pobyty volí turisté ze vzdálenějších destinací. Z TOP 5 destinací nejdelší pobyty Rusové (7 nocí).

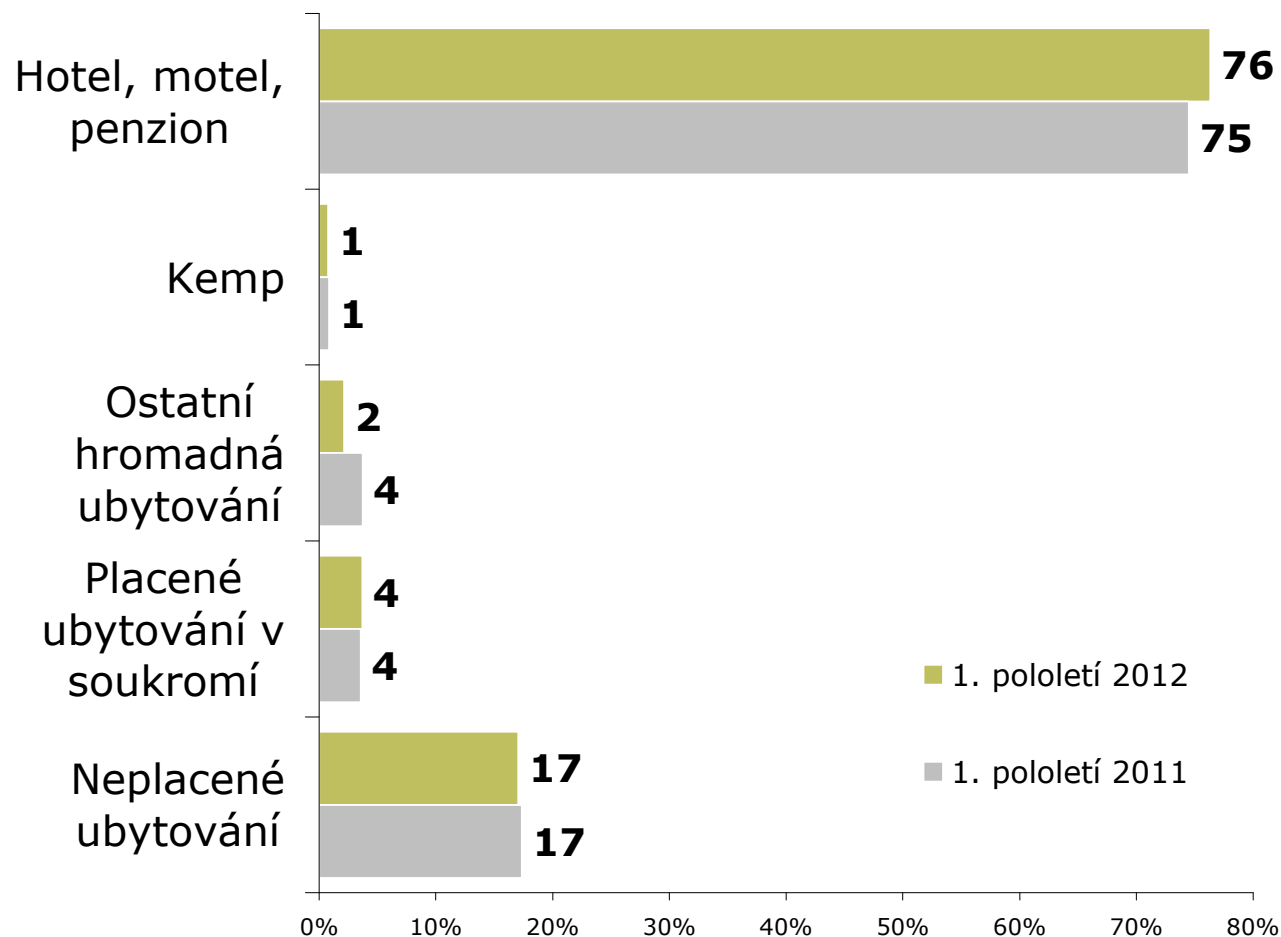
Nejkratší jsou nákupní pobyty (2 noci), nejdelší lázeňské a studijní pobyty (13 nocí).

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



# Druh ubytování (Zahraniční turisté)

ZÁKLAD: Zahraniční turisté



Kategorii HUZ využívá 79 % turistů – nejvíce hotely, motely a penziony (76 %). Délka pobytu v HUZ se meziročně prodloužila.

Kategorii IUZ využívá 21 % turistů – nejvíce neplacené ubytování u příbuzných a známých. Délka pobytu v IUZ se meziročně zkrátila.

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

# Průměrné výdaje

		<b>1. pol. 2011</b>	<b>1. pol. 2012</b>	<b>Rozdíl</b>
Zahraniční turisté	Před cestou	976	1 125	15,3
	Během cesty	1 313	1 350	2,9
	<b>Celkem</b>	2 289	2 476	8,2
Jednodenní návštěvníci	Před cestou	134	129	-3,5
	Během cesty	1 343	1 342	-0,1
	<b>Celkem</b>	1 477	1 471	-0,4
Tranzitující	Během cesty	1 124	1 082	-3,7

Celkové průměrné výdaje turistů meziročně vzrostly, výdaje jednodenních návštěvníků zůstaly na stejné výši a výdaje tranzitujících poklesly (omezení nákupu PHM).

# Struktura výdajů

	Zahraňiční turisté	Jednodenní návštěvníci	Tranzitující *
<b>Výdaj</b>	2 476 Kč	1 471 Kč	1 082 Kč
z toho (%):			
Zájezd klíč	13 %	-	-
Ubytování	18 %	-	-
Doprava	25 %	6 %	4 %
PHM	3 %	28 %	31 %
Stravování	14 %	6 %	16 %
Zboží	15 %	55 %	43 %
Ostatní	11 %	5 %	7 %

## Jednodenní návštěvníci

55 % zboží, 28 % PHM, pokles podílu PHM ve spotřebním koši

## Zahraňiční turisté

25 % doprava, 18 % ubytování, 15 % zboží, struktura bez výrazných změn

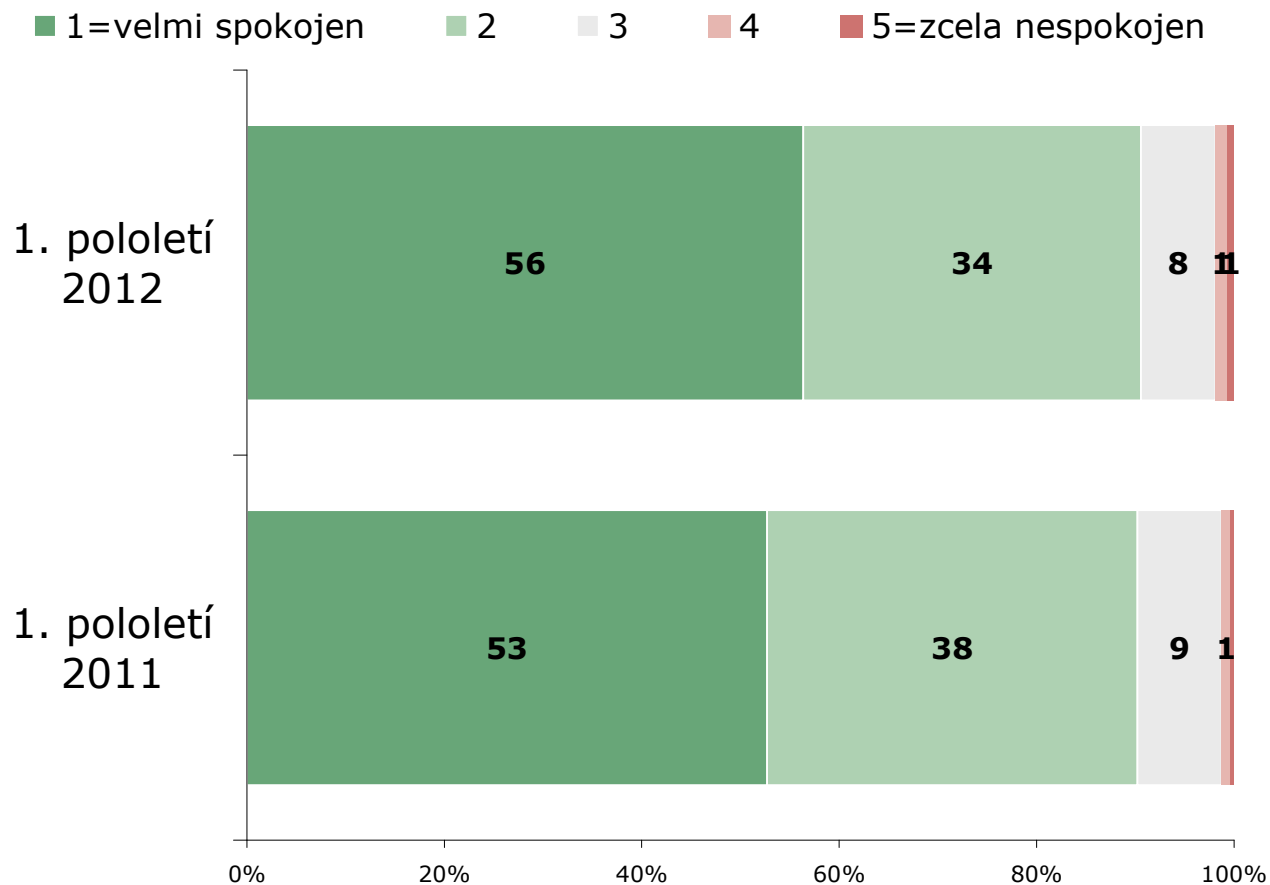
## Tranzitující

43 % zboží, 31 % PHM výrazný pokles výdajů za PHM

\* U tranzitujících zjišťujeme pouze výdaje placené na území ČR.

# Spokojenost s návštěvou

ZÁKLAD: Všichni respondenti



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

Nespokojení návštěvníci vytýkají špatnou infrastrukturu a stav silnic, vysoké ceny a jazykovou vybavenost a přístup Čechů a pracovníků služeb.

# Příjezdový CR ve 2Q 2012

- Celkový počet návštěvníků: **6,3 mil.**
- Podíl z celkového počtu návštěvníků za 1.pololetí 2012: **60,6 %**
- Celkové výdaje návštěvníků: **38,7 mld. Kč**
- Podíl z celkových výdajů návštěvníků za 1.pololetí 2012: **60,7 %**
- 51 % jednodenní, 39 % turisté, 10 % tranzitující
- 40 % Němci, 12 % Slováci, 10 % Rakušané, 9 % Poláci
- 38 % nákupy, 33 % dovolená
- 43 % minimálně 1x měsíčně
- 86 % individuálně
- Turisté: počet přenocování 4,4 noci; 76 % v hotelu
- Výdaje: jednodenní 1 440 Kč, turisté 2 612 Kč, tranzitující 998 Kč

# Příjezdový CR ve 2Q 2012

## Ve srovnání se 2Q 2011:

- **Nárůst počtu** návštěvníků o 0,3 mil.
- **Nárůst výdajů** o 2,6 mld. Kč
- Nárůst podílu Němců a Rakušanů, pokles podílu Slováků
- Nárůst podílu nákupních cest, pokles podílu dovolených
- **Vyšší frekvence** návštěv
- Zahraniční turisté – kratší délka pobytu, více neplacené ubytování
- Nárůst průměrných výdajů u zahraničních turistů a tranzitujících



# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR 2006-2011

# Představení projektu

- Podrobná analýza výsledků šetření Příjezdový cestovní ruch na úrovni krajů
- Rozdělení návštěvníků do krajů provedeno podle navštívených míst zmíněných respondenty (600 položek)
- Analýzy obsahují výsledky za roky 2009-2011, některé informace i za roky 2006-2008
- Analýzy neobsahují výsledky za tranzitující návštěvníky (v ČR nezastavují, neznají místa zastávek)
- Analýzy za Pardubický kraj a kraj Vysočina zpracovány souhrnně za roky 2006-2011 (nízké N)
- Počty návštěvníků odhadnuty z krajských statistik šetření HUZ
- Celkové výdaje návštěvníků počítány z odhadovaného počtu, u návštěvníků více krajů podle v analýzách popsaného modelu



# Výstupy projektu

## **Souhrnná srovnávací analýza**

základní informace o zahraničních návštěvnících všech krajů ČR za roky 2009 (resp.2006) až 2011.

## **14 detailních krajských analýz**

detailní informace o zahraničních návštěvnících jednotlivých krajů ČR včetně srovnání s ČR / v čase / s typově podobnými kraji

*Doporučení: nejdříve si přečtěte souhrnnou srovnávací analýzu*

# Odhad počtu návštěvníků

Poznámka: v tisících

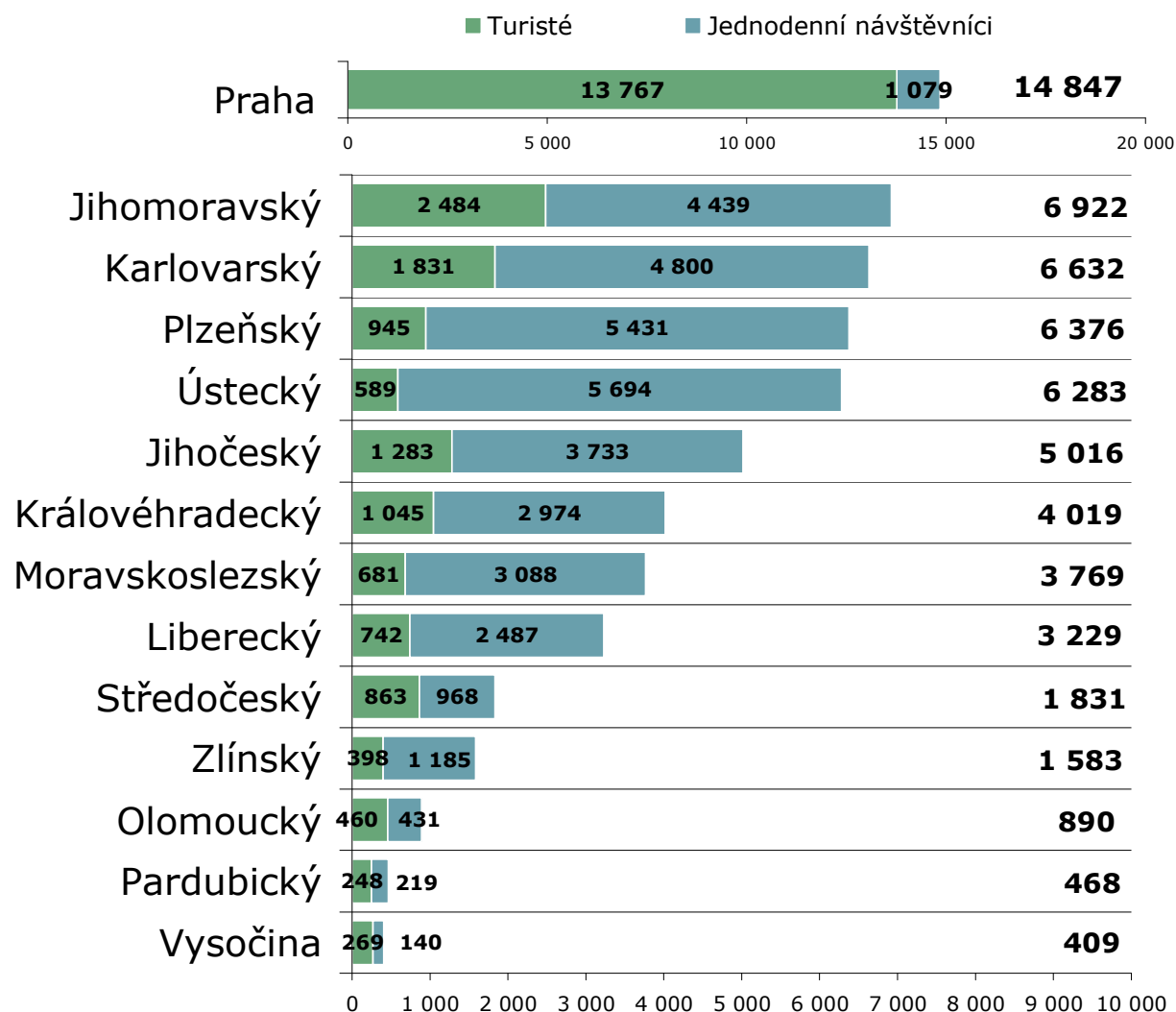
Celkový počet  
zahraničních  
návštěvníků ČR  
(2009-2011):  
**54 975 tis.**

## Turisté

1. Praha
2. Jihomoravský
3. Karlovarský

## Jednodenní návštěvníci

1. Ústecký
2. Plzeňský
3. Karlovarský



ZDROJ: STEM/MARK, Strukturalizace výsledků šetření Příjezdový cestovní ruch 2009-2015 do jednotlivých krajů

# Odhad výdajů návštěvníků

Poznámka: v mld. Kč  
Jedná se o celkové výdaje související s návštěvou, tzn. i ty placené před návštěvou

Celkový výdaje zahraničních návštěvníků ČR (2009-2011):

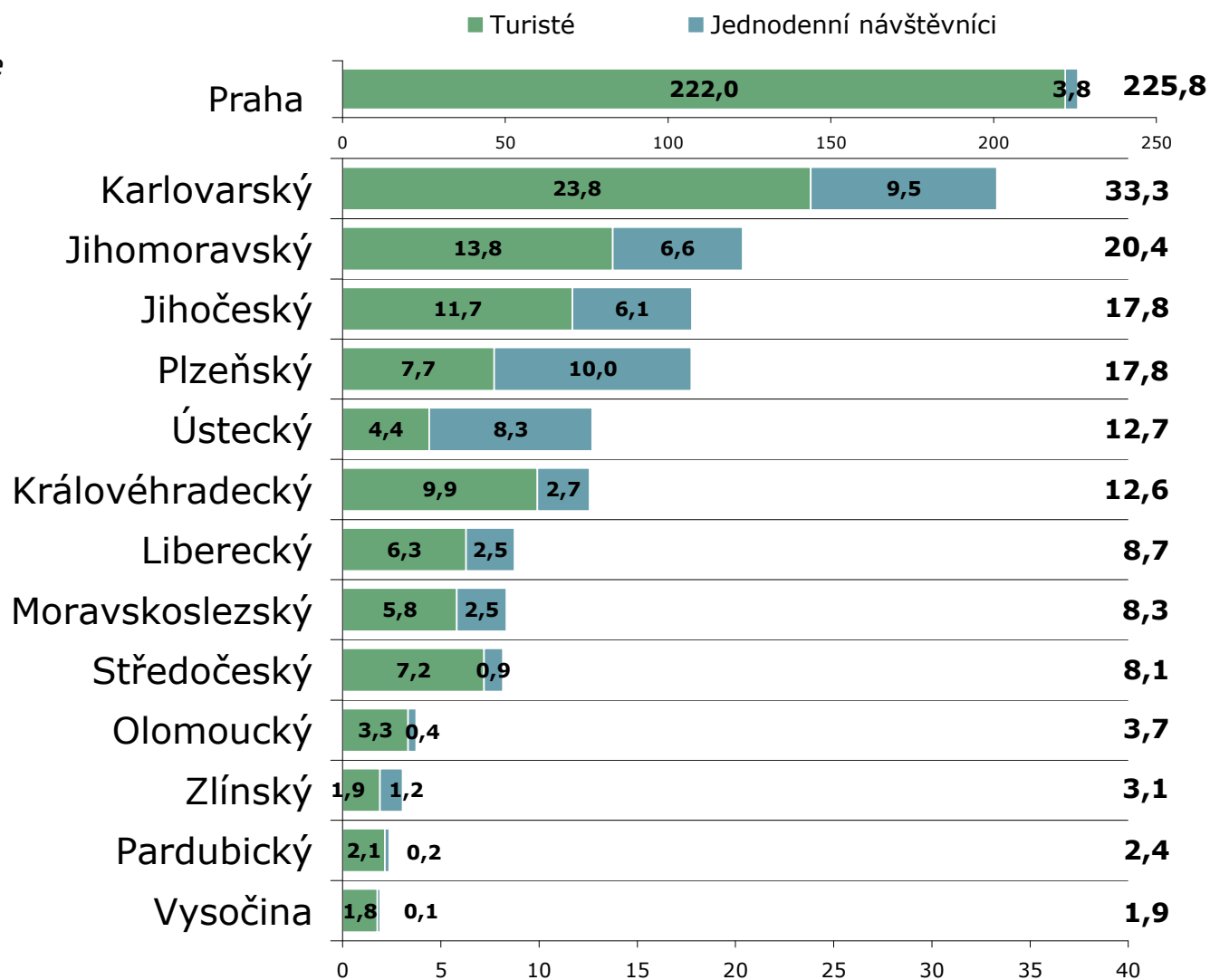
**377 mld. Kč**

## Turisté

1. Praha
2. Karlovarský
3. Jihomoravský

## Jednodenní návštěvníci

1. Plzeňský
2. Karlovarský
3. Ústecký



ZDROJ: STEM/MARK, Strukturalizace výsledků šetření Příjezdový cestovní ruch 2009-2015 do jednotlivých krajů

# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR

## Praha ... několik nej-

- -více návštěvníků (15 mil.)
- -vyšší celkové i průměrné výdaje (226 mld.) - 1/2 výdajů placena před návštěvou (letenky, ubytování)
- -vyšší podíl turistů (93 %)
- -více návštěvníků z nesusousedních zemí (4/5) – VB, F, USA, Rus
- -vyšší podíl dovolených
- -vyšší podíl turistů ubytovaných v HUZ
- Návštěvníci málo cestují do dalších krajů

## Středočeský kraj

### ... ovlivňuje poloha Prahy

- 10. místo v počtu a výdajích návštěvníků
- 1/2 návštěvníků přijede z Prahy (na výlet) - více výdajů za stravování, dopravu, průvodce
- Pestrá skladba návštěvníků pouze 1/2 ze sousedních států
- 1/3 turistů business hlavně automobilky Škoda, TPCA
- Nízká frekvence návštěv vyšší u turistů, v ostatních krajích naopak
- Oproti Praze 1/2 výdaje turistů na ubytování

# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR

## Jihočeský kraj

... **turisté na dovolenou, láká je Český Krumlov**

- 6. místo v počtu návštěvníků (5 mil. – tj. 9 %)
- 3/4 jednodenních návštěvníků; většinou nakupující A a D, každý 10. přijede na výlet z Prahy
- Turisté hlavně na dovolenou (druhý nejvyšší podíl)
- 4. nejvyšší celkové výdaje
- Centrem zájmu turisticky zajímavá (ČK, ČB, Lipno) a nákupní místa (Strážný, Studánky, D. Dvořiště)
- 1/5 cestuje do dalších krajů – hlavně do Prahy

## Plzeňský kraj

... **Němci na nákupy**

- 4. místo v počtu návštěvníků (6,4 mil. – tj. 12 %)
- Homogenní skladba návštěvníků – J (85 %), D (91 %), nákupy (65 %)
- 5. místo ve výdajích (u J 1. m.) – nízký podíl výdajů placených před návštěvou, výdaje utraceny za zboží a PHM
- Jednodenní návštěvníci jezdí do nákupních míst blízko hranic, turisté do Plzně

# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR

## Karlovarský kraj

... díky lázeňství nejsou nákupy tak dominantní

- 3. místo v počtu návštěvníků (6,6 mil. – tj. 12 %)
- Až 6. nejvyšší podíl jednodenních návštěvníků - (72 %) – většinou D na nákupech
- Turisté – 16 % Rusů, 1/5 za lázeňstvím, 1/2 na dovolené
- Po Praze 2. místo v celkových i průměrných výdajích
- Jednodenní návštěvníci jezdí do nákupních míst blízko hranic, turisté do lázní a Prahy.

## Ústecký kraj

... Němci na nákupy

- 5. místo v počtu návštěvníků (6,3 mil. – tj. 11 %)
- Homogenní skladba návštěvníků TOP - J (91 %), D (95 %), nákupy (76 %)
- 6. místo ve výdajích, u J 3. místo – nízký podíl výdajů placených před návštěvou, výdaje utraceny za PHM (nejvíce ze všech krajů) a zboží
- Jednodenní návštěvníci jezdí do nákupních míst blízko hranic, turisté do Teplic, Ústí

# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR

## Liberecký kraj

### ... dovolená na horách

- 9. místo v počtu návštěvníků (3,2 mil. – tj. 6 %)
- 77 % jednodenních návštěvníků, většinou D a PL na nákupech
- Turisté – D a PL, 2/5 z nesousedních zemí (NL), na dovolené (aktivní forma) a návštěvách příbuzných
- 16 % cestuje do dalších krajů (Praha), v kraji nejnavštěvovanější Hrádek, Harrachov, Liberec

## Královéhradecký kraj

### ... dovolená v Krkonoších

- 7. místo v počtu návštěvníků a jejich celkových výdajů – 2. nejnižší průměrné výdaje
- 3/4 jednodenní návštěvníci, většinou PL na nákupech
- Turisté – PL, D, NL; na dovolené – častěji aktivní, s nadprůměrnou délkou pobytu
- 1/5 cestuje do dalších krajů (nejvíce z hraničních krajů), každý 10. navštíví Prahu
- V kraji nejnavštěvovanější Náchod, HK, krkonošská střediska

# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR

## Pardubický kraj

### ... hlavně za prací

- Díky poloze počet i výdaje návštěvníků podprůměrné (předposlední místo)
- Třetí nejvyšší podíl turistů (3/5)
- Pestrá skladba návštěvníků, nejčastěji PL (30 %)
- Nejvyšší podíl pracovních návštěv (36 %) - turisté, SVK a PL, kteří navštívili Pardubice
- 1/3 navštívila i místa v dalších krajích – Prahu, Brno, Hradec Králové

## Kraj Vysočina

- Díky poloze počet i výdaje návštěvníků podprůměrné (poslední místo) – chybí jednodenní nákupní turistika
- Druhý nejvyšší podíl turistů (2/3)
- Pestrá skladba návštěvníků – 1/4 SVK, 1/4 A
- Druhý nejvyšší podíl pracovních návštěv
- Více než 2/5 navštívily i další kraje – Prahu, Brno, ČK
- V kraji nejnavštěvovanější Jihlava, Telč a Třebíč



# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR

## Jihomoravský kraj

... druhý nejnavštěvovanější kraj

- Počet návštěvníků:  
7 mil. – tj. 13 % - hlavně SVK a A
- Pestrá skladba důvodů návštěvy:  
42 % nákupy 19 % návštěvy příbuzných,  
18 % dovolená, 14 % práce
- Turisté – SVK za příbuznými /  
pracovně, spí neplaceně v soukromí
- 3. nejvyšší celkové výdaje
- Centrem zájmu Brno a města poblíž  
hranic - 13 % navštíví i další kraje.

## Olomoucký kraj

... cestovní ruch ovlivňuje poloha  
kraje (krátká hranice v horské  
oblasti)

- Až 12. místo v počtu návštěvníků  
(900 tis. – tj. 1,6 %)
- 3. nejvyšší podíl turistů – pestrá  
skladba návštěvníků - 39 % PL, 27 %  
SVK, 13 % A
- Nejčastěji na dovolené, v  
mezikrajském srovnání nejčastější  
studijní pobyty
- 11. místo ve výdajích návštěvníků
- 44 % vycestovává mimo kraj – do JM  
kraje a do Prahy

# Příjezdový cestovní ruch v krajích ČR

## Zlínský kraj

### ... Slováci na výletech a dovolených

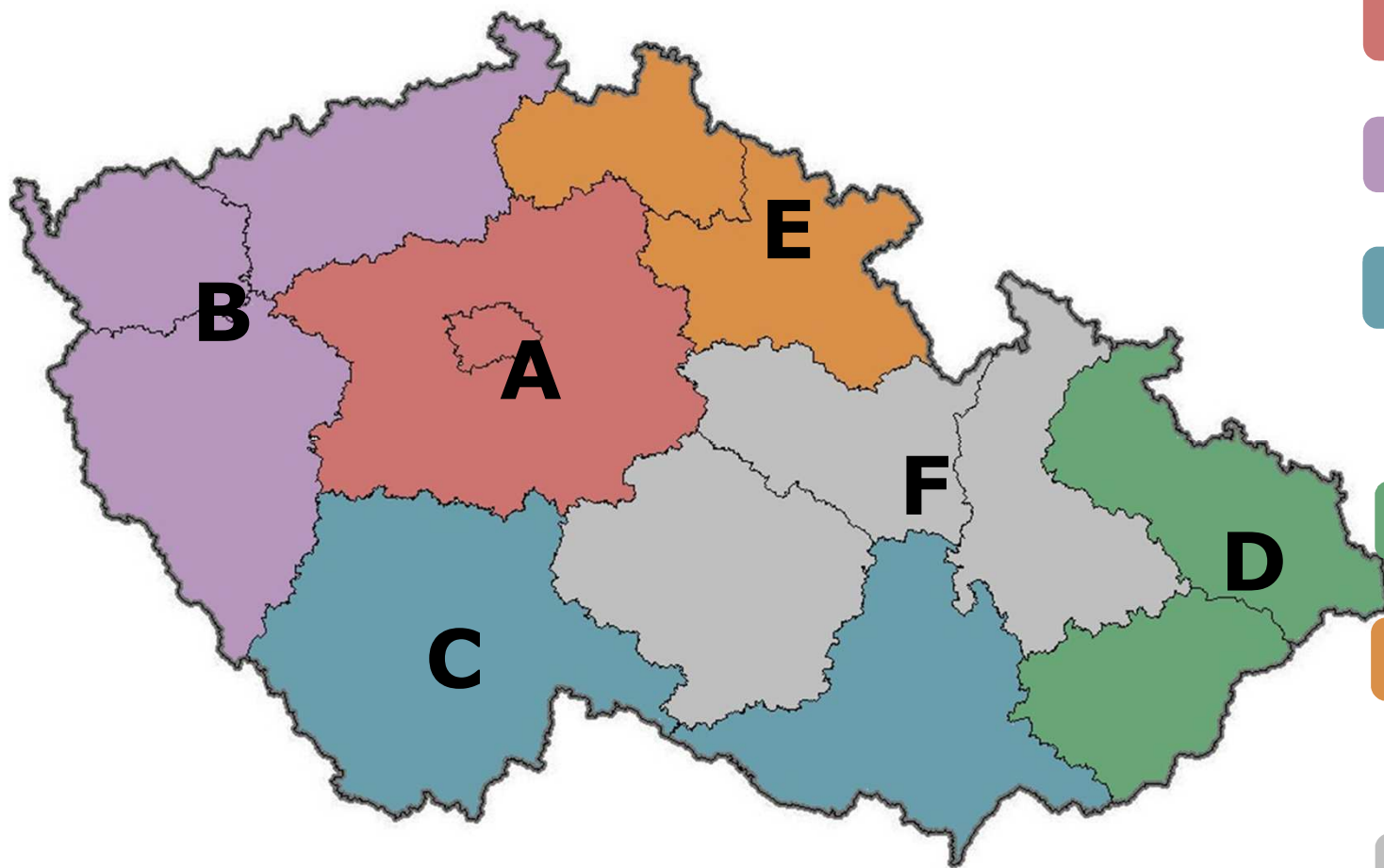
- 11. místo v počtu návštěvníků (1,6 mil. – tj. 3 %)
- 3/4 jednodenních návštěvníků, 9 z 10 SVK
- Nejnižší podíl nákupních cest z příhraničních krajů (29 %), častěji jednodenní výlety (více aktivní forma)
- Turisté – 2/5 na dovolených, 1/3 na návštěvě příbuzných – v kraji vůbec nejvyšší podíl neplaceného ubytování
- Centrem zájmu turisticky zajímavá místa – Rožnov, Javorníky

## Moravskoslezský kraj

### ... není typicky nákupní kraj , turisté jezdí za příbuznými či obchodně

- 8. místo v počtu návštěvníků (3,8 mil. – tj. 11 %)
- 3. nejvyšší podíl jednodenních návštěvníků (82 %) – většinou PL (3/4), na nákupy (57 %) či na výlet (29 %)
- Turisté – 2/5 na návštěvu příbuzných (vyšší podíl turistů ubytovaných neplaceně v soukromí), 1/3 za prací
- 9. místo v celkových výdajích – vůbec nejnižší průměrné výdaje

# 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

## A: Praha a Středočeský kraj

SKUPINA KRAJŮ S VYSOKOU NÁVŠTĚVNOSTÍ, NÁVŠTĚVNÍCI PŘIJÍŽDĚJÍ NA DOVOLENOU, VĚTŠINA NÁVŠTĚVNÍKŮ SČ KRAJE JEDE I DO PRAHY

- Druhá největší skupina (17 mil. tj. 30 % z celkového počtu)
- Nejvyšší celkové výdaje (234 mld. tj. 62 % z celkových výdajů)
- Nejvyšší průměrné výdaje (2 952 Kč na osobu a den)
- Nejvyšší podíl turistů (88 %)
- Nejpestřejší skladba návštěvníků z hlediska státu trvalého pobytu (sousední státy jen 22 %; V. Británie 13 %, Německo 11 %, Francie 8 %, Itálie 7 %, USA 6 %, Španělsko, Rusko, Slovensko 5 %)
- Nejvyšší podíl návštěvníků jede na dovolenou (70 %)
- Nejnižší frekvence návštěv (pro více než polovinu vůbec první návštěva ČR)
- Nejvyšší podíl cest organizovaných cestovními kancelářemi
- Třetí nejdelší pobyty turistů (5,5 dne)
- Nejvíce turistů se ubytovává v HUZ (89 %)



## B: Ústecký, Karlovarský a Plzeňský kraj

SKUPINA KRAJŮ S VYSOKOU NÁVŠTĚVNOSTÍ, NÁVŠTĚVNÍCI PŘIJÍŽDĚJÍ NA NÁKUPY, KRAJE NA ČESKO-NĚMECKÉM POHRANIČÍ

- Největší skupina (19 mil. tj. 35 % z celkového počtu)
- Druhé nejvyšší celkové výdaje (64 mld. tj. 17 % z celkových výdajů)
- Druhé nejvyšší průměrné výdaje (1 805 Kč na osobu a den)
- Nejvyšší podíl jednodenních návštěvníků (83 %)
- Nejvyšší podíl Němců (91 %)
- Nejvyšší podíl nákupních návštěv (66 %)
- Druhá nejvyšší frekvence návštěv (3/5 1x měsíčně)
- Nejvyšší podíl individuálních návštěv
- Druhé nejdelší pobyty turistů (5,7 dne)



## C: Jihočeský a Jihomoravský kraj

SKUPINA KRAJŮ S VYSOKOU NÁVŠTĚVNOSTÍ, NÁVŠTĚVNÍCI NEPŘIJÍŽDĚJÍ Z ŽÁDNÉHO PŘEVAŽUJÍCÍHO DŮVODU

- Třetí největší skupina (12 mil. tj. 22 % z celkového počtu)
- Třetí nejvyšší celkové výdaje (38 mld. tj. 10 % z celkových výdajů)
- Třetí nejvyšší průměrné výdaje (1 499 Kč na osobu a den)
- Nejvyšší podíl Rakušanů (40 %)
- Druhý nejvyšší podíl návštěv příbuzných a známých (16 %)
- Třetí nejvyšší frekvence návštěv (polovina 1x měsíčně)
- Nejkratší pobyty turistů (4,7 dne)
- Druhý nejvyšší podíl turistů se ubytovává v IUZ (48 %)



## D: Moravskoslezský a Zlínský kraj

SKUPINA KRAJŮ SE STŘEDNÍ NÁVŠTĚVNOSTÍ, NÁVŠTĚVNÍCI PŘIJÍŽDĚJÍ DO KRAJŮ ČASTO A NA KRÁTKOU DOBU

- Pátá největší skupina (5 mil. tj. 10 % z celkového počtu)
- Druhé nejnižší celkové výdaje (11 mld. tj. 3 % z celkových výdajů)
- Nejnižší průměrné výdaje (976Kč na osobu a den)
- Druhý nejvyšší podíl jednodenních návštěvníků (80 %)
- Nejvíce návštěvníků ze sousedních zemí (94 %)
- Nejvyšší podíl Slováků (45 %)
- Nejvyšší frekvence návštěv (60 % minimálně 1x měsíčně)
- Druhé nejkratší pobyty turistů (5,1 dne)
- Nejvíce turistů se ubytovává v IUZ (52 %)



## E: Liberecký a Královéhradecký kraj

SKUPINA KRAJŮ SE STŘEDNÍ NÁVŠTĚVNOSTÍ, NÁVŠTĚVNÍCI PŘIJÍŽDĚJÍ DO KRAJŮ NA DELŠÍ DOBU A MÉNĚ ČASTO

- Čtvrtá největší skupina (7 mil. tj. 13 % z celkového počtu)
- Čtvrté nejvyšší celkové výdaje (21 mld. tj. 6 % z celkových výdajů)
- Druhé nejnižší průměrné výdaje (1 060 Kč na osobu a den)
- Nejvyšší podíl Poláků (56 %)
- Dovolená – častěji aktivní forma
- Druhý největší podíl návštěvníků, který navštíví i další kraje (16 %)





## F: Kraje Pardubický, Olomoucký a Vysočina

SKUPINA KRAJŮ S NÍZKOU NÁVŠTĚVNOSTÍ, KRAJE NEHRANIČÍ SE SOUSEDNÍMI STÁTY (POPŘ. HRANIČÍ V HORSKÉ OBLASTI SE ŠPATNOU INFRASTRUKTUROU)

- Nejmenší skupina (2 mil. tj. 3 % z celkového počtu)
- Nejnižší celkové výdaje (8 mld. tj. 2 % z celkových výdajů)
- Třetí nejnižší průměrné výdaje (1 217 Kč na osobu a den)
- Druhý nejvyšší podíl turistů (55 %)
- Nejvíce obchodních cest (23 %) a návštěv příbuzných a známých (20 %)
- Nejméně nákupních cest (9 %)
- Druhá nejnižší frekvence návštěv
- Největší podíl návštěvníků, který navštíví i další kraje (42 %)





Výstupy budou k dispozici na:

**[www.dialogin.cz](http://www.dialogin.cz)**

**v sekci Dokumenty**

uživatelské jméno: **kraj2012**

heslo: **kraj**



## Máte nějaké otázky?

Případné další otázky a připomínky  
k analýzám směrujte na:

Ing. Štěpán Hervert  
Ministerstvo pro místní rozvoj  
[stepan.hervert@mmr.cz](mailto:stepan.hervert@mmr.cz)



Děkuji za pozornost !



Jan Tuček  
ředitel STEM/MARK, a.s.  
Chlumčanského 5, Praha 8  
[www.stemmark.cz](http://www.stemmark.cz)

