



ANALÝZY ZDROJOVÝCH TRHOV CESTOVNÉHO RUCHU SLOVENSKA

Česko

2017

Spracoval: ODBOR VZŤAHOV SO ZAHRANIČNÝMI TRHMI

www.slovakia.travel

Česká republika



Rozloha
78 867 km²



Počet obyvateľov (2017)
10,7 mil.



Medziročný prírastok (2017)
+0,1%

2013 2014 2015 2016

HDP na 1 obyvateľa (v EUR)

14 932 14 854 16 008 16 726

Rast HDP (v %)

-0,5 2,7 5,4 2,5

Inflácia (v %)

1,4 0,1 0,1 2,0

Nezamestnanosť (v %)

7,7 7,7 6,5 5,5

2013 2014 2015 2016

Počet zahraničných ciest s min. 1 prenocovaním (v tis.)

5 781,5 5 650,6 5 855,6 6 026,6

Počet účastníkov výjazdového CR (v tis.)

1 091,5 1 045,3 847,5 847,3

Počet ciest výjazdového CR na 1 účastníka

5,3 5,4 6,9 7,1

Výdavky na výjazdový CR (v mil. EUR)

2 440,5 2 203,8 2 318,9 2 546,5

Koeficient atraktívnosti CR Slovenska

5,8%

Česká republika predstavuje jednu z najdôležitejších krajín príjazdového cestovného ruchu Slovenska a dlhodobo je najsilnejšou zdrojovou krajinou CR s najvyšším objemom zahraničnej návštevnosti Slovenska. Ide o prioritný trh, ktorý sa vyznačuje stabilným a zároveň vysokým dopytom. Obrovskou výhodou Slovenska je, že ho mnohí českí občania pokladajú za domácu dovolenkovú destináciu CR, čo znamená, že ich opakovaná návšteva je, v prípade spokojnosti, veľmi pravdepodobná

Cestovateľský profil a dovolenkové správanie návštevníkov

Svoj priateľský vzťah k Slovensku deklarujú Česi najmä z dôvodu spoločnej histórie a národnej blízkosti, pričom Slovensko je vnímané ako destinácia s veľkým dovolenkovým potenciálom. Okrem národnej blízkosti a kultúrno-historických paralel sú z pohľadu CR konkurenčnými výhodami dobrá dostupnosť, bezpečnosť, minimálna jazyková bariéra a pestrá primárna ponuka cestovného ruchu – prírodné a kultúrne bohatstvo.

Slovensko sa spája v myšliach Čechov s krásnou prírodou, predovšetkým horami, pocitom blízkosti – rodina, priatelia, príjemní a úprimní ľudia, susedia, spojenci, a pocitom bezpečia. Slovensko považujú za najbližšiu krajinu z pohľadu kultúrneho, národného a historického. Pre udržanie, či zvýšenie atraktívnosti Slovenska na českom trhu je nutné prichádzať stále s novými inováciami produktov reflektujúcimi na požiadavky dopytu a následne zabezpečiť ich aktívny a ciele marketing na území Českej republiky. Veľkou výhodou Slovenska je, že pre českých návštevníkov je zaujímavé celoročne, čomu je potrebné prispôbiť aj voľbu a nasadenie vhodných nástrojov marketingovej komunikácie s cieľom udržania si verných klientov a prilákanie nových návštevníkov Slovenska.

Český návštevník je aktívny, náročný, zvedavý a uvážlivý. Nechce nikam iba prísť, urobiť pár fotografií a odísť domov. Dôležitým faktorom jeho rozhodovania pri výbere destinácie je pomer medzi cenou, kvalitou poskytnutých služieb a zážitkom, ktorý počas dovolenky prežije. Pred vycestovaním na dovolenku sa snaží o destinácii získať mnohé dostupné informácie. Podnetom na jeho vycestovanie sú vlastné pozitívne skúsenosti, odporúčania od známych, podklady z internetu, médií, výstav a prezentácií. Hľadá intenzívne zážitky, obľubuje aktívny spôsob trávenia dovolenky, zaujíma sa o pôvodné tradície, má záujem o autentické zážitky a rád ochutnáva lokálne gastronomické špeciality. Väčšina českých občanov nežije pasívny život, radšej trávi voľný čas v prírode, v exteriéri. Česi radi spoznávajú nové miesta, z tohto dôvodu nie sú ochotní sa dovolenky vzdať, radšej ju skrátia.

Približne **80 %** českých návštevníkov **na Slovensku** tvoria **turisti**, t. j. hostia minimálne s jedným prenocovaním. Jednodňoví návštevníci (výletníci) predstavujú 14 % a cca 6 % tvoria tranzitné návštevy.

Najčastejšou motiváciou českých hostí pre návštevu Slovenska je **dovolenka a voľný čas (48,1 %)**, návšteva príbuzných (19,5 %) a pracovná cesta (16,2 %).

Svoj pobyt na Slovensku si 82 % návštevníkov z Čiech **plánuje** menej ako dva mesiace pred cestou.

Počas dovolenkového pobytu na Slovensku sa český návštevník v rámci svojich **aktivít** venuje najčastejšie relaxu (48,0 %), poznávaniu (40,3 %) a aktívnemu športu (32,9 %). V letnom období sa venuje turistike, cykloturistike, vodným športom a v zime sa orientuje na aktivity spojené s lyžovaním a inými zimnými športmi.

Český dovolenkár si pri návšteve Slovenska vyberá skôr **ubytovanie** nižšej až strednej kategórie – hotel, motel, hotel s jednou až tromi hviezdikami a penzión (35,4 %) a ubytovanie na súkromí (11 %). Štvrtina českých hostí využíva tzv. bezplatné ubytovanie u rodiny a známych (24,2 %).

Ako hlavný **zdroj informácií** pred cestou na Slovensko slúži českým návštevníkom predchádzajúca návšteva (50,5 %), internet (21,6 %) a odporúčania rodiny, priateľov a známych (16,9 %).

Najčastejším **dopravným prostriedkom**, ktorý český návštevník využíva pri ceste na Slovensko je automobil, resp. motocykel (56,8 %), nasleduje vlak (28,3 %) a autobus (12,0 %).

Viac ako **88 %** Čechov je so svojou návštevou na Slovensku **spokojných**, pričom svoj pobyt by si zopakovalo približne 97 % návštevníkov. Najväčšiu nespokojnosť deklarujú českí hostia počas pobytu na Slovensku so stavom infraštruktúry a ciest (13,8 %). Okrem cien (13,6 %) sú Česi u nás najviac nespokojní aj s orientačnými systémami (7,9 %) a dopravou (6,5 %).

Vývoj návštevnosti

Výkony ubytovacej štatistiky CR vykazovali od začiatku, t. j. osamostatnenia oboch krajín v roku 1993, progresívny vývoj a rastúci trend návštevnosti z Českej republiky. K výraznejšiemu poklesu návštevnosti Slovenska došlo až v roku 2004, keď Česi po vstupe do Európskej únie (máj 2004) začali aktívnejšie objavovať nové zahraničné destinácie, pričom počet českých návštevníkov na Slovensku vtedy v porovnaní s predchádzajúcim rokom klesol o 10,8 % a o 14,5 % z pohľadu počtu realizovaných prenocovaní. V nasledujúcich rokoch sa postupne návštevnosť z Českej republiky opäť kontinuálne zvyšovala až kulminovala v roku 2008, kedy dosiahol počet ubytovaných hostí z Českej republiky na Slovensku dovedy historické maximum (537 180), pričom tu strávili aj doposiaľ najviac prenocovaní (1 704 632). V ďalšom období, nástupom svetovej hospodárskej a finančnej krízy začiatkom roku 2009, výjazdy Čechov do zahraničia poklesli, keďže s krízou bol spojený následný pokles reálnych miezd a ekonomická nestabilita, čo značne ovplyvnilo spotrebiteľské správanie dovolenkárov a mieru cestovania

Česká republika



do zahraničia. Počet českých návštěvníků na Slovensku v tomto období klesol o 20,8% (-23,7% prenocovania). Jedným z rozhodujúcich faktorov z tohto obdobia bolo aj zavedenie jednotnej európskej meny na Slovensku – EUR, ktorý vplýva na príchod Čechov na Slovensko do súčasnosti. Českí spotrebiteľia stále citlivo reagujú na zmeny výmenného kurzu domácej meny voči EUR.

Vývoj v nasledujúcich rokoch mal medziročne rastúci trend, ktorý bol v roku 2014 ukončený prepadom v návštevnosti, medziročne o takmer 12 %, späť na úroveň z roku 2010.

V ďalšom období sa začal počet českých hostí na Slovensku opäť výraznejšie zvyšovať, pričom v roku 2015 bol zaznamenaný 16,7% nárast počtu návštevníkov a 14,4% počtu realizovaných prenocovaní. V súčasnosti sa počet ubytovaných hostí z Českej republiky opäť dostal na úroveň z pred krízového obdobia a v roku 2016 vzrástol v porovnaní s prechádzajúcim rokom o 21,9%, čo predstavuje historické maximum objemu návštevnosti Čechov na Slovensku (621 475). Rovnako bol zaznamenaný aj doteraz najvyšší počet prenocovaní, keď českí hostia na Slovensku strávili viac ako 1.7 mil. nocí, čo v porovnaní s predchádzajúcim rokom predstavuje 22,7% nárast, pričom ich pobyt u nás trval v priemerne približne 4 dni (2,8 nocí). Českí návštevníci v súčasnosti tvoria najpočetnejšiu zahraničnú klientelu v hromadných ubytovacích zariadeniach na Slovensku, keď približne každý tretí návštevník spoza hraníc Slovenska je českej národnosti. Príjazdový cestovný ruch Slovenska z Českej republiky predstavoval v roku 2016 30,7% z celkového počtu zahraničných hostí.

Analýza ubytovacej štatistiky identifikuje základné atribúty návštevnosti Slovenska z pohľadu Českej republiky ako vysielajúcej krajiny príjazdového CR. Z geografického hľadiska je najvyhľadávanejším regiónom Čechov na Slovensku, podľa počtu ubytovaných hostí, Žilinský kraj s podielom 25%, ktorý je nasledovaný Bratislavským krajom (23%) a Prešovským

krajom (17%). Najviac svojho voľného času počas pobytu na Slovensku, t. j. najviac prenocovaní, trávia českí návštevníci takisto v Žilinskom kraji (28%), nasleduje Prešovský (21%) a Bratislavský (16%) kraj. Z konkrétnych cieľových destinácií má najvyššiu návštevnosť Bratislava (17%), Poprad (14%), Liptovský Mikuláš (9%), Žilina (6%) a Nové Zámky (6%). Z pohľadu počtu prenocovaní má najvyšší podiel Poprad (17%), Liptovský Mikuláš (11%) a Bratislava (10%).

V priebehu roka cestujú na Slovensko českí hostia najviac v letných mesiacoch (40% hostia, 45% prenocovania). Najnavštevovanejším mesiacom bol v roku 2016 august (95 814 hostí).

Pri výkonoch ubytovacej štatistiky CR je však nutné uviesť, že nemajú 100% vypovedaciu hodnotu, keďže množstvo českých návštevníkov prichádza na Slovensko individuálne za účelom návštevy rodinných príslušníkov, priateľov, príbuzných a známych (19,5%), prípadne do vlastných ubytovacích zariadení s využitím tzv. bezplatného ubytovania (24,2%), a tým ich na pobyt na Slovensku nie je oficiálne evidovaný v rámci štatistických ukazovateľov ubytovacích zariadení CR podliehajúcich vykazovacej povinnosti.

Odporúčané produktové línie

- letný cestovný ruch - voda a zábava, hory a turistika
- zimný cestovný ruch - zimné športy, zábava v zime
- kúpeľný a zdravotný cestovný ruch – zdravie a wellness
- kultúrny a mestský cestovný ruch – mestá a kultúra, kultúrne dedičstvo, spoločenské podujatia
- vidiecky cestovný ruch a agroturistika – krásy vidieka a pokoj v prírode
- kongresový cestovný ruch – MICE (incentives)

Zdroje informácií

1. Štatistický úrad Slovenskej republiky: www.statistics.sk
2. Český štatistický úrad (ČSÚ), www.czso.cz
3. EUROSTAT, <http://ec.europa.eu/eurostat>
4. The World Fact Book, Central Intelligence Agency, <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook>
5. UNWTO – World Tourism Organisation: www.unwto.com.
6. <http://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>
7. <http://www.tradingeconomics.com>
8. <http://www.focus-economics.com/countries>
9. OECD Data: <https://data.oecd.org>
10. European Commission: <http://ec.europa.eu>.

Charakteristika návštevníkov

Motív návštevy (v 2016)

dovolenka, voľný čas	48,1%
návšteva príbuzných	19,5%
pracovná cesta	16,2%
tranzit	5,7%
zdravotný alebo liečebný pobyt	4,9%
štúdium, študijný pobyt	2,4%
náboženstvo, púť	2,0%
nákupy	1,2%

Vykonávané aktivity (v 2016)

relax	48,0%
poznávanie	40,3%
aktívny šport	32,9%
návšteva rodiny	24,4%
práca	17,2%
nákupy	10,6%
liečenie	7,7%
iné aktivity	2,9%

Spôsob dopravy (v 2016)

auto, motocykel	56,8%
vlak	28,3%
autobus	12,0%
lietadlo	1,6%
bicykel	1,1%
pešo	0,1%
loď	0,0%

Typ ubytovania (v 2016)

hotel, motel, botel 3* a 2* a 1* a penzión	35,4%
bezplatné ubytovanie	24,2%
ubytovanie v súkromí	11,0%
hotel, motel, botel 5* a 4*	9,2%
turistická ubytovňa	7,9%
chata, chatová osada	4,4%
camping a iné hromadné ubytovanie	3,2%
apartmánové domy	2,8%
iné ubytovanie	1,9%

Zdroj informácií (v 2016)

predchádzajúca návšteva Slovenska	50,5%
internet	21,6%
rodina, priatelia, známi	16,9%
obchodné zdroje informácií	4,9%
noviny, televízia, rozhlas alebo iné médiá	3,2%
informácie poskytované cestovnou kanceláriou alebo agentúrou	2,4%
pred cestou som nemal/a žiadne informácie	0,6%

2013 2014 2015 2016



Počet návštevníkov (v tis)

492,7 436,7 509,7 621,5

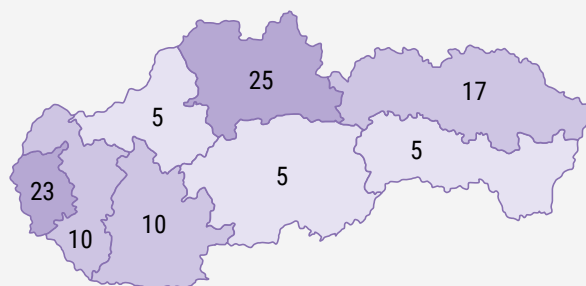


Počet prenocovaní (v tis)

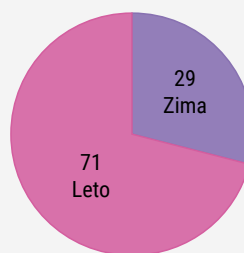
1 387,5 1 224,9 1 401,7 1 719,8



Návštevnosť krajov (2016 v %)



Sezónna návštevnosť (2016 v %)



Zima

(zimné aktivity na Slovensku
– JAN, FEB, MAR, NOV, DEC)

Leto

(letné aktivity na Slovensku
– APR, MAJ, JUN, JUL, AUG,
SEP, OKT)



Priemerný výdavok na osobu a pobyt na Slovensku 2016

184 EUR

Priemerný výdavok na osobu a na jeden deň 2016

35 EUR