

11. mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu

Soubor prezentací

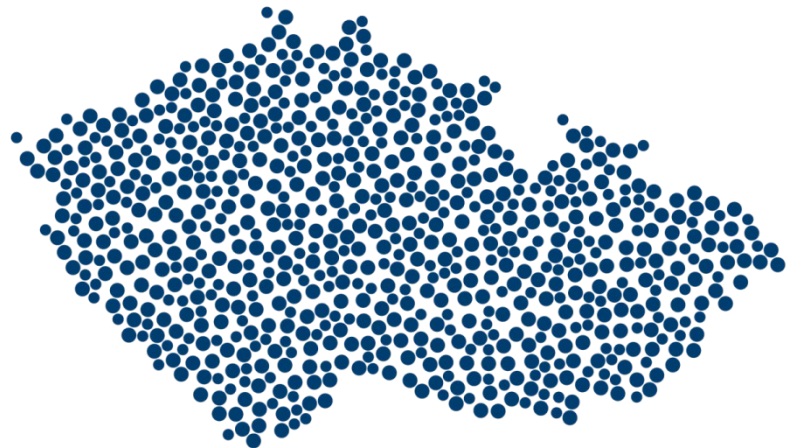
OBSAH

Strategie pro cestovní ruch po pandemie COVID-19

- **SOŇA MACHOVÁ (CzechTourism)** – Dopady pandemie na cestovní ruch
- **JITKA ZIKMUNDOVÁ (Oberösterreich Tourismus)** – Strategie v cestovním ruchu 2021 – příklad destinace Horní Rakousko

Proměny v cestovním ruchu způsobené korona-krize

- **SILVIE ZÁMEČNÍK (Mendelova Univerzita)** – Paralyza ekonomiky cestovního ruchu v souvislosti s COVID-19: Vliv na segment hotelnictví v Brně a na jižní Moravě
- **STANISLAVA PACHROVÁ (VŠP Jihlava)** – Digitalizace v cestovním ruchu



Dopady pandemie na cestovní ruch

11. mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu

Soňa Machová

Problematicke dopadů se věnujeme na portálu www.tourdata.cz

- Zdroje dat:
 - počet přenocování a satelitní účet cestovního ruchu (ČSÚ)
 - tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu (CzechTourism)
 - signalační data mobilního operátora (projekt RODOS)
- Analýza Economic Impact k 27. 11. 2020

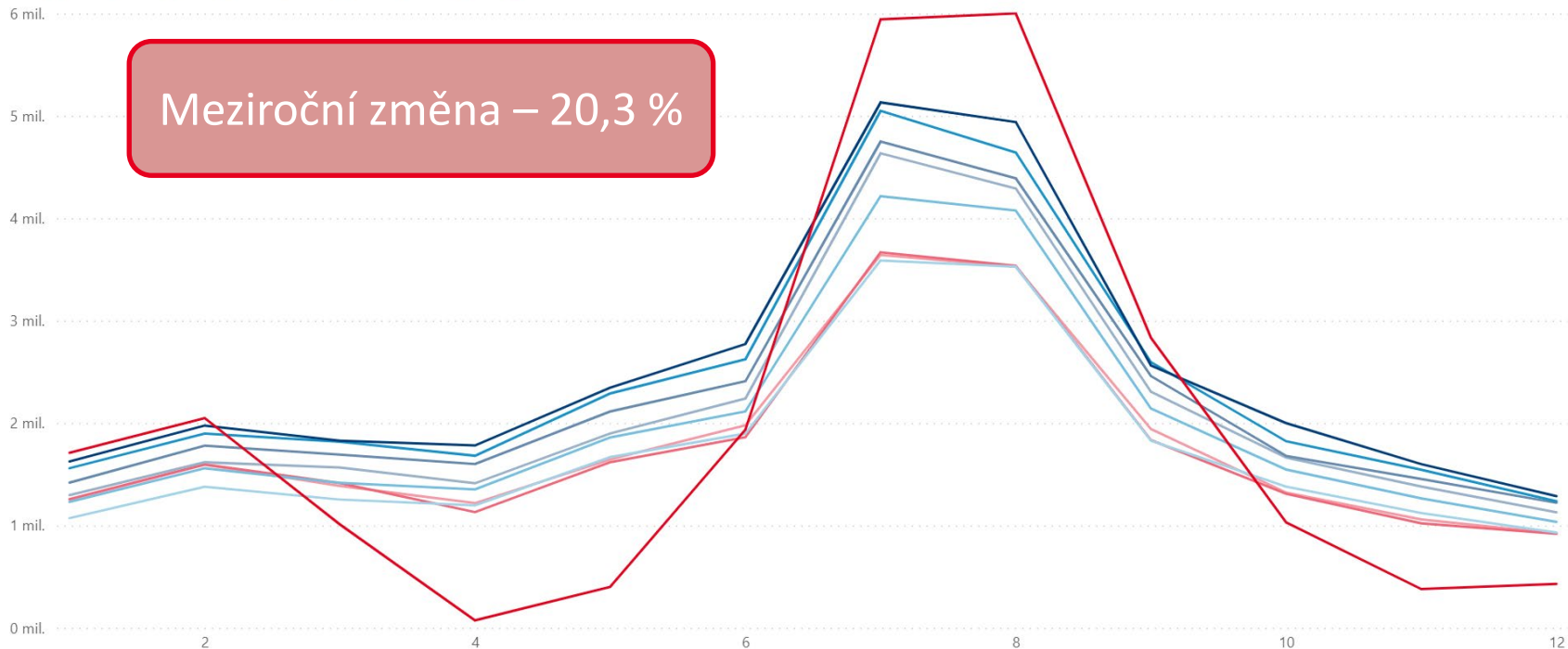
The screenshot shows the CzechTourism website interface. At the top, there is a navigation menu with items: Data, Regionální reporty, Country Reporty, Dopady COVID, Zahraniční zastoupení, English reports, and O projektu. Below the menu is a grid of four news articles, each with a thumbnail image and a title. The first article is titled 'AKTUALIZOVÁNO: Návštěvnost HUZ – podrobná data 2012 – 2020'. The second is 'Profil návštěvníka regionů 2018 – 2019'. The third is 'AKTUALIZOVÁNO: Aktuální obsazenost a její predikce, ceny ubytování'. The fourth is 'NOVÉ: Dopady COVID19 2020 – 2021'. To the right of the grid is a search bar with the text 'Hledat ...' and a magnifying glass icon. Below the grid are three dark blue buttons labeled 'Analýzy', 'Country reporty', and 'Regionální reporty'. At the bottom left of the screenshot, the URL 'https://tourdata.cz/temata/dopady-covid/' is visible.

Kontrolní otázka č. 1:

**Víte, či dokážete si tipnout,
o kolik % poklesl počet
přenocování domácích hostů v HUZ
v roce 2020 oproti roku 2019?**

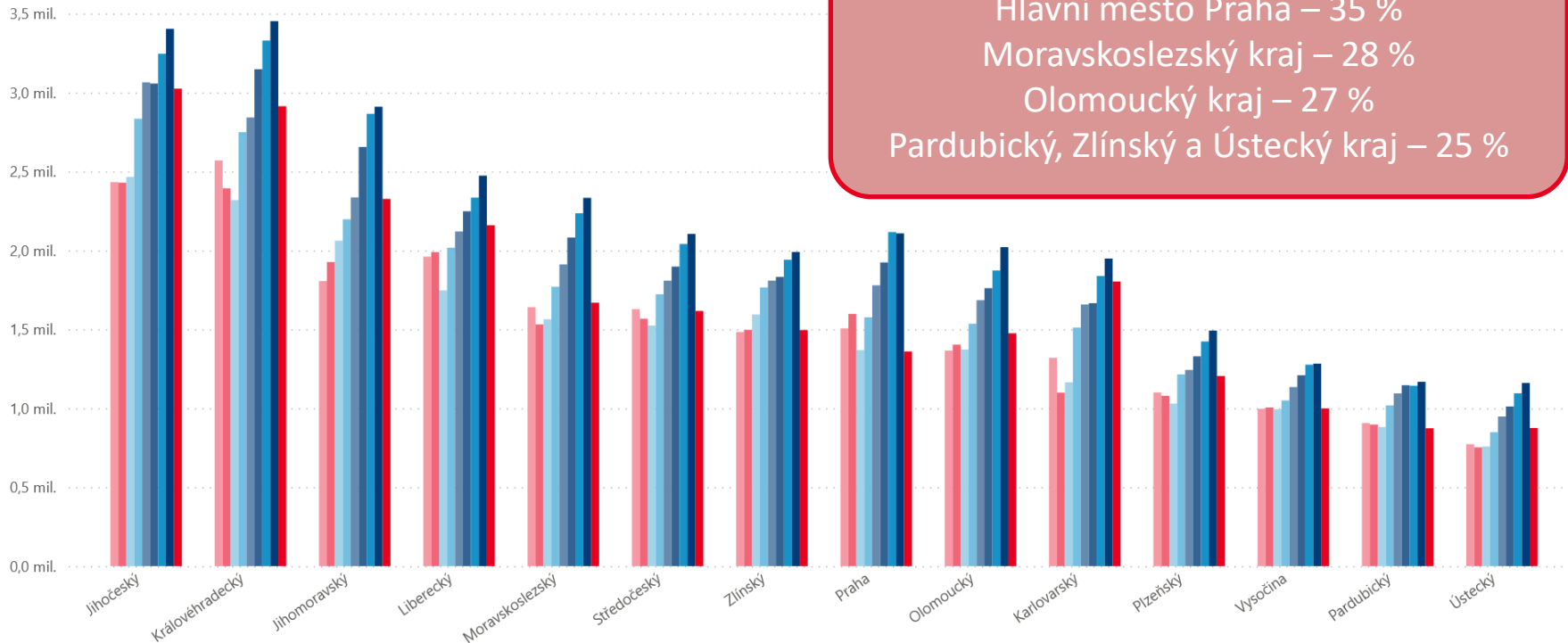
Vývoj počtu přenocování – domácí turisté

Rok ● 2012 ● 2013 ● 2014 ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020



Domácí turisté – detailní pohled na kraje

Rok ● 2012 ● 2013 ● 2014 ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020



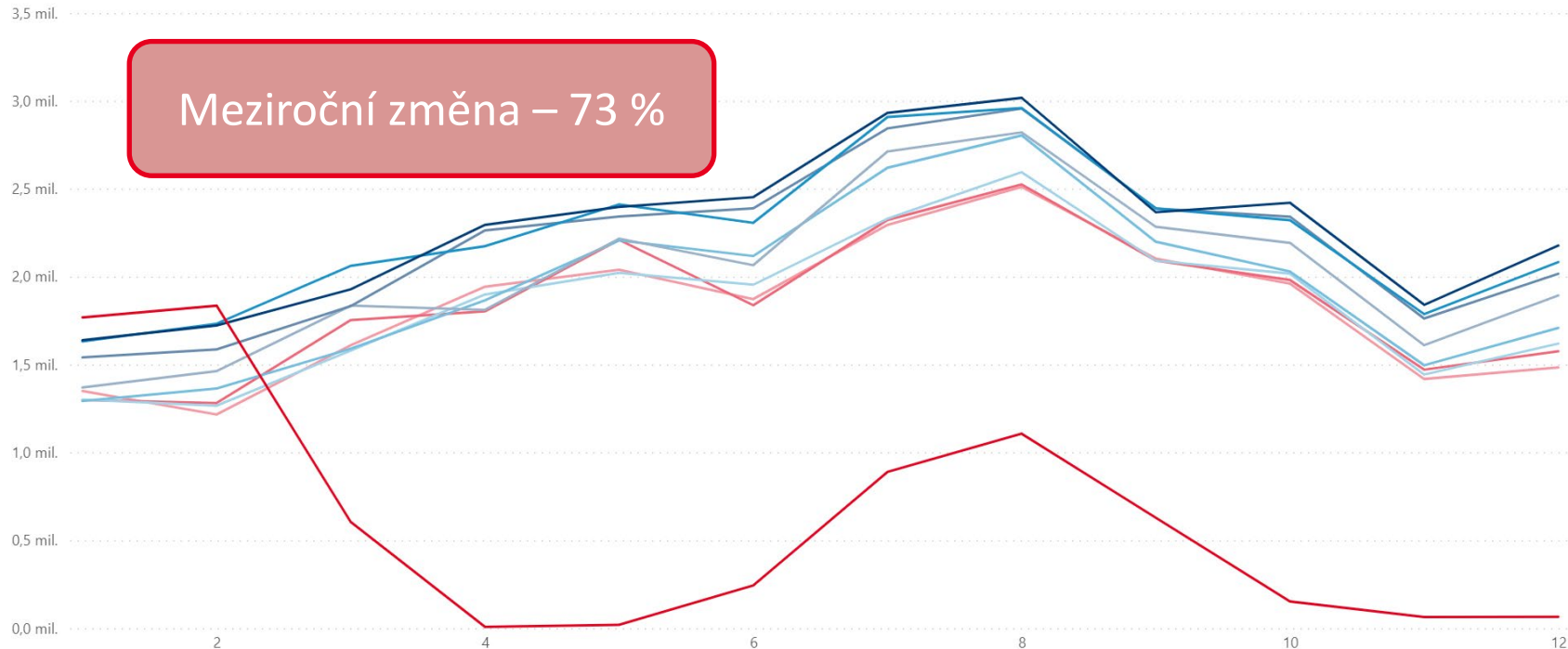
Hlavní město Praha – 35 %
Moravskoslezský kraj – 28 %
Olomoucký kraj – 27 %
Pardubický, Zlínský a Ústecký kraj – 25 %

Kontrolní otázka č. 2:

**O kolik % poklesl v roce 2020
počet přenocování zahraničních
hostů v HUZ?**

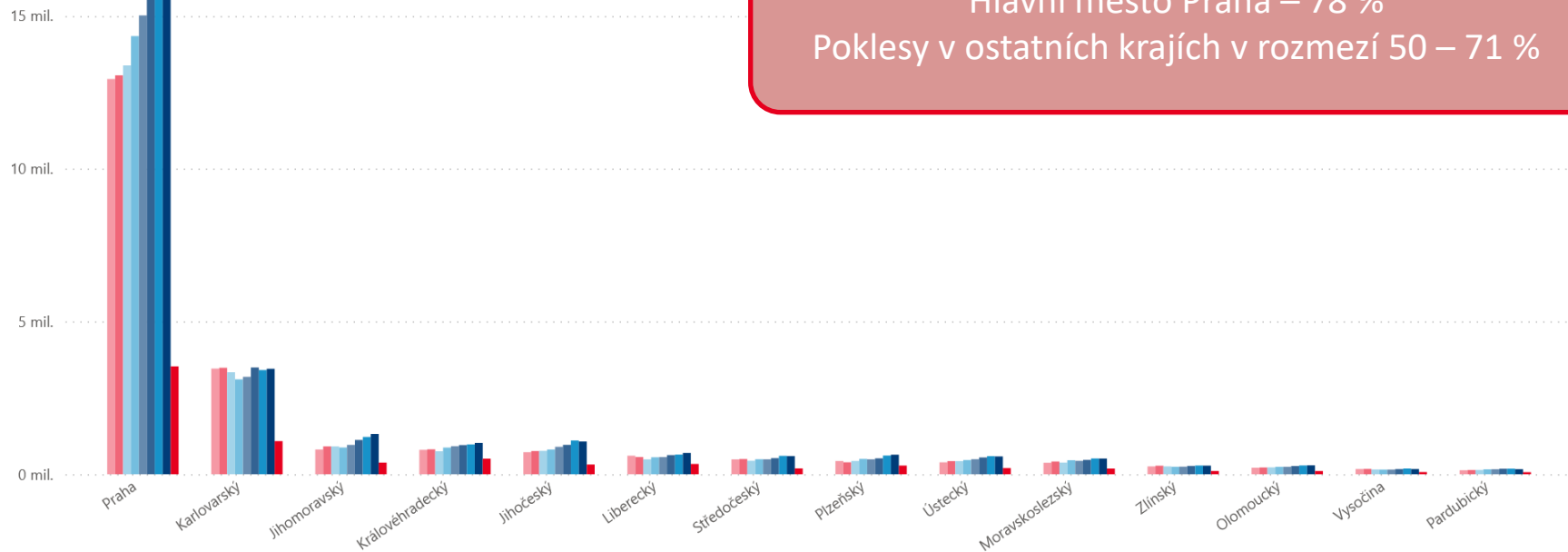
Vývoj počtu přenocování – zahraniční turisté

Rok ● 2012 ● 2013 ● 2014 ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020



Zahraniční turisté – detailní pohled na kraje

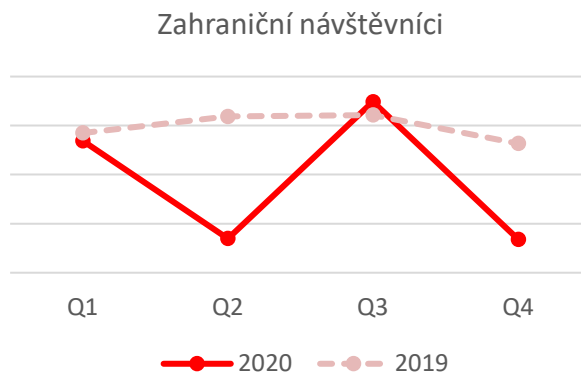
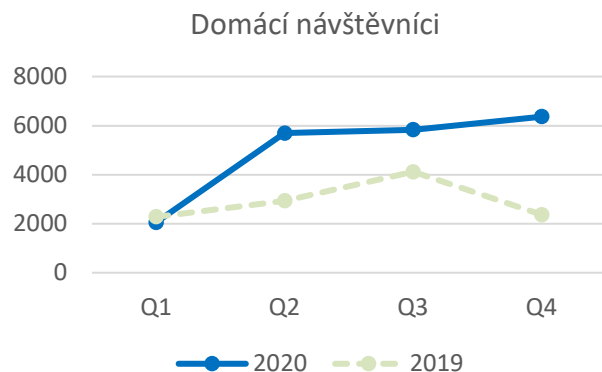
Rok ● 2012 ● 2013 ● 2014 ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020



Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu

2020	Domácí návštěvníci			Zahraniční návštěvníci			Celkem návštěvníci
	turisté	výletníci	Celkem	turisté	výletníci	Celkem	
Q1	830	1 225	2 055	3 820	1 554	5 374	7 429
Q2	2 130	3 569	5 699	1 053	342	1 395	7 094
Q3	2 846	2 986	5 832	5 138	1 831	6 969	12 801
Q4	1 788	4 583	6 371	726	634	1 360	7 731
Celkem	7 594	12 363	19 957	10 737	4 361	15 098	35 055

- Událostmi roku 2020 – restrikcemi, uzavřením turistických cílů, prodejen, zrušením eventů – byla poznamenána většina loňského roku, nejsilněji pak druhý a čtvrtý kvartál.



- To je patrné i z propadu v zastoupení zahraničních návštěvníků ve vzorku respondentů (ve prospěch domácích návštěvníků).

Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu

- Hlavní důvod u zahraničních turistů: **pokles rekreace 72 → 63 %**, nárůst příbuzenských návštěv a služebních cest
- Zahraniční výletníci více akcentují jako primární cíl „ryzí“ cestovní ruch – kulturní i přírodní památky
- Domácí návštěvníci vzhledem k možnostem více holdují pěší turistice (+5 % u turistů; +7 u návštěvníků) a přírodním památkám (+7; +8 %)
- Informační zdroje: **růst vlastní zkušenosti** (domácí 71 → 77 %, zahraniční 48 → 57 %)
- Organizace cesty: **růst individuální rekreace zahraničních 69 → 74 %**
- **Více využívána individuální doprava automobilem** (zahraniční 59 → 69 % vs. letadlo 26 → 16 %); **u domácích je pokles ve využití vlaku 14 → 11 %**
- **Pokles Ø výdajů na osobu: u domácí 750 → 690 Kč / osoboden, u zahraničních 2220 → 1850 Kč / osoboden**
- Kdo utrácí méně: Slováci, Poláci, Rakušané; u Němců a Rusů toto neplatí, jejich útraty se víceméně nezměnily
- Projevuje se **obecná nespokojenost se situací** – nepatrně vyšší je podíl nespokojených turistů
- **NPS je nicméně vyšší** (jezdí sem více častí návštěvníci)

Finanční i lidské ztráty v roce 2020

Pokles spotřeby o 161 mld.

V multiplikaci pokles o 324 mld.

Pokles o 111 tis. prac. úvazků v ČR

Spotřeba spojená s cest. ruchem na území ČR (v mld. Kč)	Výchozí varianta (rok 2019)	2020	Srovnání (s 2019)	Spotřeba spojená s cest. ruchem na území ČR (v mld. Kč)	Výchozí varianta (rok 2019)	2020	Srovnání (s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu celkem	300	139	-161	z toho za Ubytovací služby	56	26	-30
z toho příjezdový turistický cestovní ruch	124	32	-92	z toho za Stravovací služby	56	28	-27
z toho domácí turistický cestovní ruch	90	69	-21	z toho za Služby cestovních kanceláří / agentur a průvodců	10	3	-7
z toho ostatní složky cestovního ruchu <i>(výletníci, tranzit, služ. cesty)</i>	86	38	-48	z toho za Rekreační, kulturní, sportovní a ostatní zábavní služby	15	6	-9

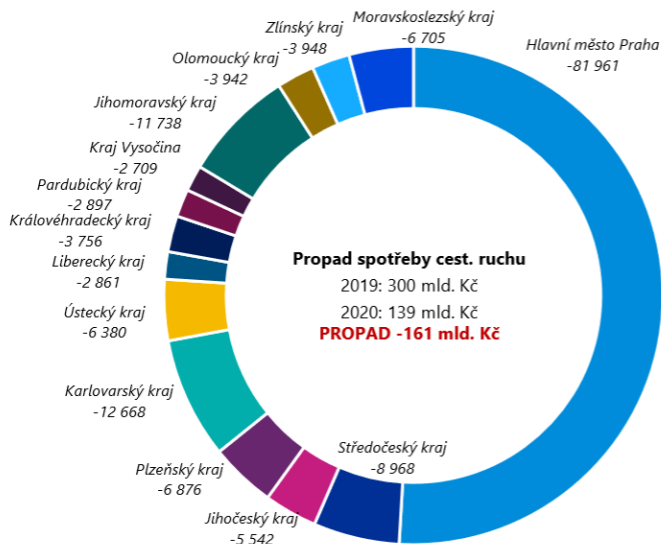
Srovnání ekonomických dopadů vyplývajících z cestovního ruchu v ČR v roce 2019 a v roce 2020

Ekonomické dopady vyplývající z cestovního ruchu na území ČR (v mld. Kč) (v mld. Kč)	Výchozí varianta (rok 2019)	2020 (výpočet k 27.11.2020)	Srovnání (s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu	300	139	-161
Tržby v multiplikaci	603	279	-324
Přínosy cestovního ruchu / dopady na veřejné rozpočty	125	58	-67
Ziskové marže subjektů ČR	38	11	-27
Počet prac. míst v ČR (tis. FTE)	238	127	-111
Objem práce (tis. FTE)	370	177	-193

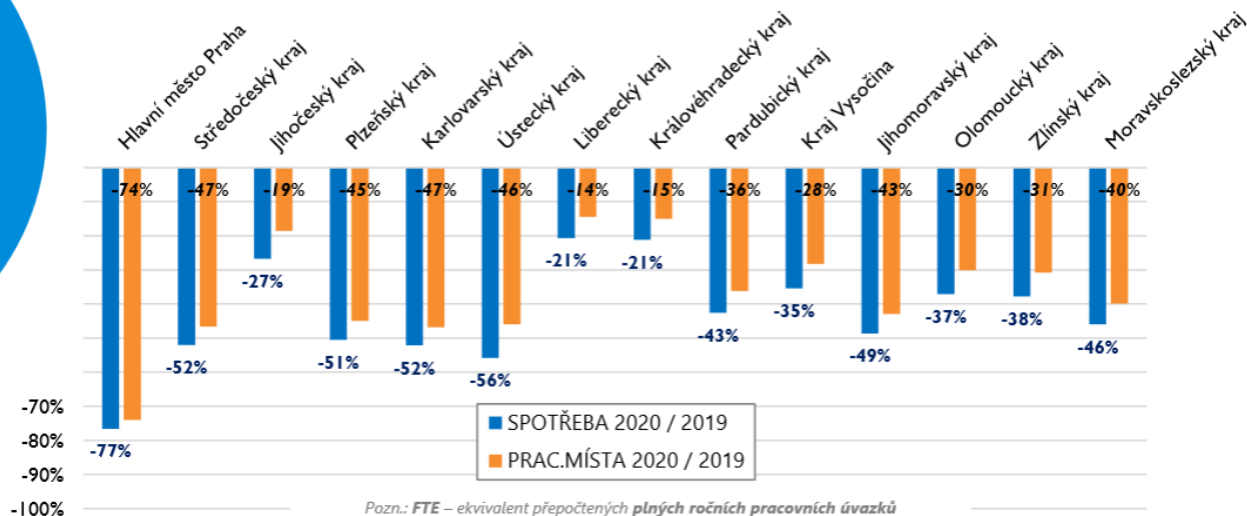
Pozn.: FTE – ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků

Finanční i lidské ztráty v roce 2020 – detailní pohled na kraje

Podíl krajů ČR na modelovém propadu spotřeby cestovního ruchu v r. 2020 oproti r. 2019 (v mil. Kč)



Meziroční pokles spotřeby cestovního ruchu a počtu pracovních míst (FTE) v r. 2020 oproti r. 2019



Kontrolní otázka č. 3:

Jaké tipujete, že budou příjmy z cestovního ruchu v roce 2021?

Výhled na rok 2021

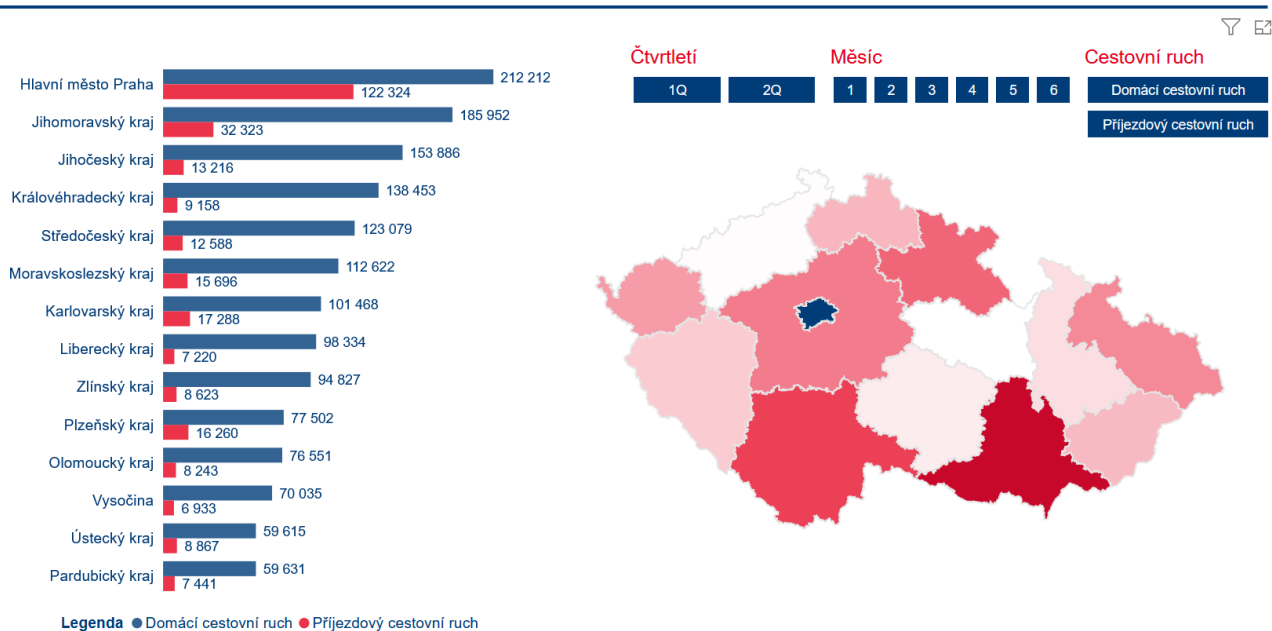
Srovnání spotřeby spojené s cestovním ruchem v ČR v roce 2019 a dle modelových variant v r. 2021

Spotřeba spojená s cest. ruchem na území ČR	Výchozí varianta	2021 optimistická	Srovnání	2021 střední	Srovnání	2021 pesimistická	Srovnání
(v mld. Kč)	(rok 2019)	varianta	(s 2019)	varianta	(s 2019)	varianta	(s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu celkem	300	250	-50	203	-97	135	-165
<i>z toho příjezdový turistický cestovní ruch</i>	124	80	-44	62	-62	31	-93
<i>z toho domácí turistický cestovní ruch</i>	90	95	5	83	-7	63	-27
<i>z toho ostatní složky cestovního ruchu (výletníci, tranzit, služební cesty)</i>	86	75	-11	58	-28	41	-45

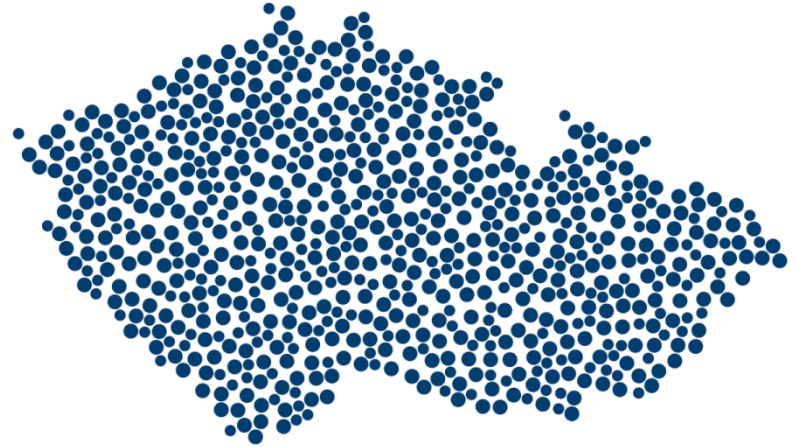
Pojďme k aktuálním datům na www.tourdata.cz

<https://tourdata.cz/data/domaci-a-zahranicni-hoste-huz-dle-kraju-2021-1-pololeti/>

Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních 2021



CzechTourism



~~Bud'me pozitivní optimističtí 😊~~



Strategie v cestovním ruchu 2021 destinace Horní Rakousko

Jitka Zikmundová, Oberösterreich Tourismus

Kolokvium CR Pavlov 16.9.2021



Erlebenswert echt.

[oberoesterreich.at](https://www.oberoesterreich.at)

Cestovní ruch v roce 2021

Cestovní ruch celosvětově - propad, nejistota, změny...

- 1 2019 – celosvětově nárůst o 4% meziročně na 1,5 miliardy přenocování - rekordní rok, v lednu 2020 předpověď UNWTO pro rok 2020 další nárůst o ca 4%
- 2 2020 – propad cestovního ruchu celosvětově o 74%, tj. úroveň před ca 30-ti lety, v Evropě pokles o ca 70 %
- 3 2021 – předpovědi expertů dalšího vývoje různorodé: 45% lepší výsledky oproti 2020 a růst, 25% stejnou situaci a 30% horší výsledky
- 4 Výhledově většina oslovených expertů předpokládá návrat k výsledkům před pandemií **ne dříve než v roce 2023, spíše v roce 2024**. Tomu odpovídají i scénáře vývoje modelované UNWTO.
- 5 Jako zásadní podmínku pozitivního vývoje vidí UNWTO vakcinaci a obnovu důvěry lidí v cestování – bezpečně a bez restrikcí.

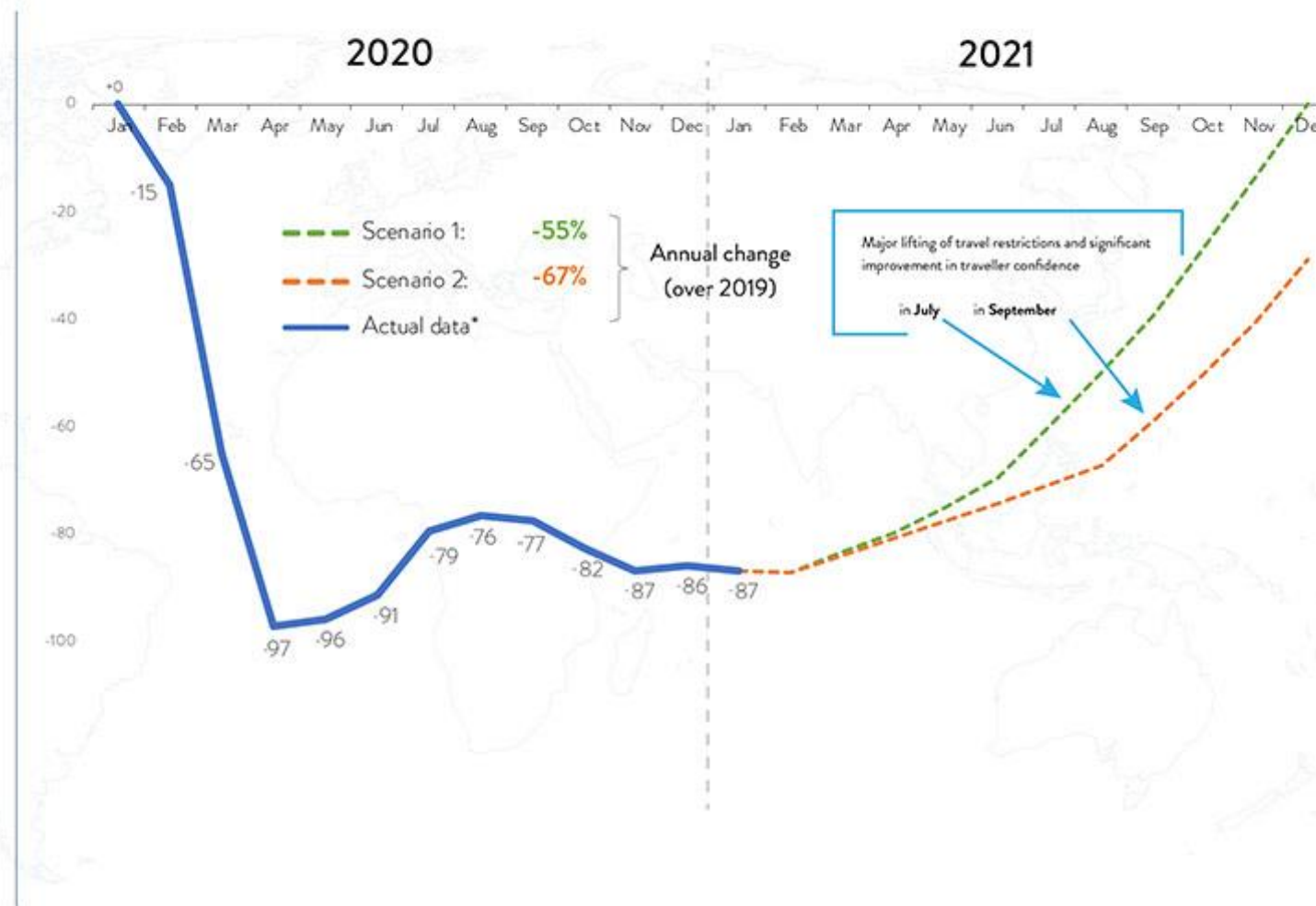


Cestovní ruch celosvětově 2021 - scénáře

**INTERNATIONAL
TOURIST ARRIVALS IN
2020 AND SCENARIOS
FOR 2021**
(Y-O-Y MONTHLY CHANGE, %)



SOURCE: UNWTO
* ACTUAL DATA IS PRELIMINARY AND BASED ON
ESTIMATES FOR DESTINATIONS WHICH HAVE NOT
YET REPORTED MONTHLY RESULTS.
(DATA AS OF MARCH 2021)



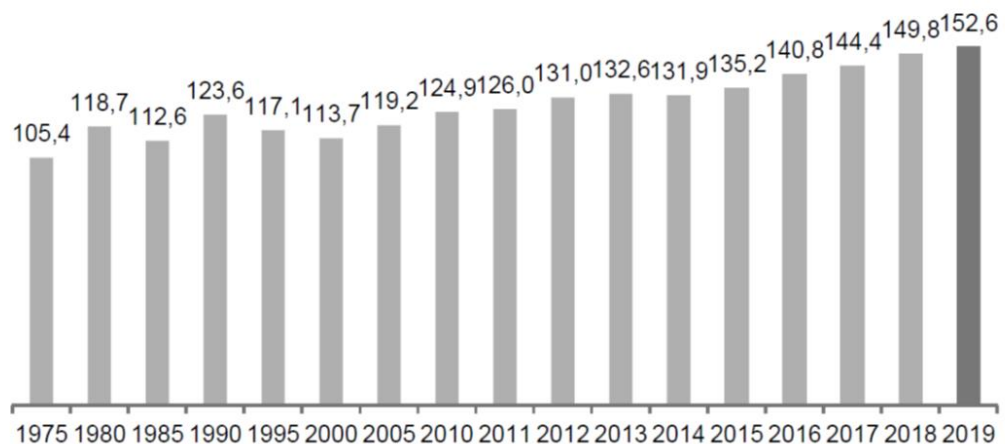
Cestovní ruch v Rakousku 2019 - 2021

Cestovní ruch Rakousko

Tourismusjahr 2019

Die jährlichen Zuwächse setzen sich auch 2019 wieder fort. Insgesamt liegt das Nächtigungsaufkommen nun bei 152,6 Mio.

Nächtigungen 1975 - 2019



Zdroj: Statistik Austria Pressemeldung

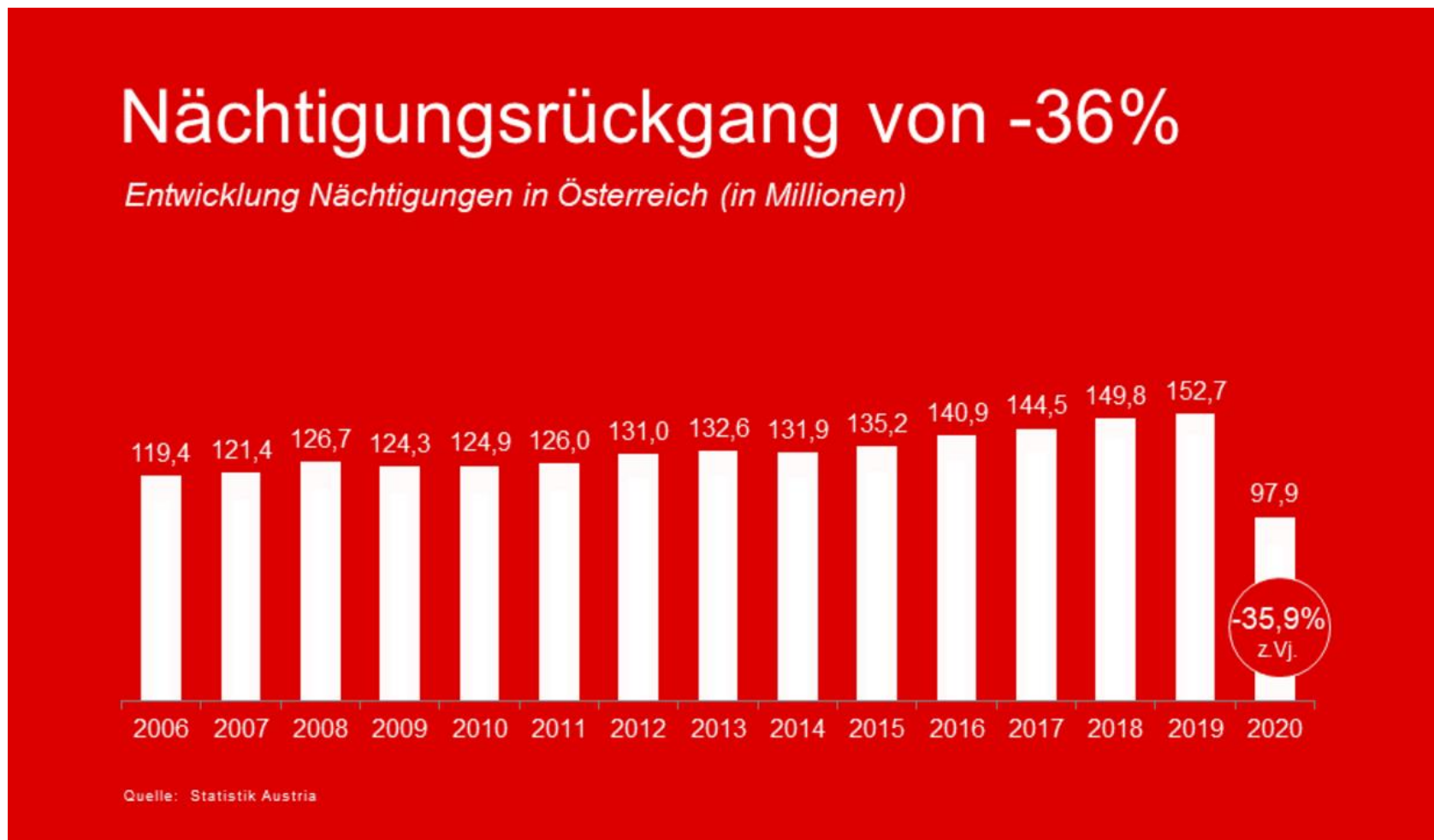
2020G_Kalenderjahr_2019_Hochrechnung_Zusfassung_ÖW

- 73% hosté ze zahraničí
- „rozjetý vlak“ => výhybka
- Overtourism /masový turismus
- Nedostatek kvalifikovaných pracovních sil
- Nepřátelské nálady místních vůči turistům
- Ničení přírody, kuturních hodnot

- **Masterplan T 3/2019** => politika cestovního ruchu
cíl: Rakousko, nejšetrnější (trvale udržitelná)
destinace světa „Blaho regionů“ – nové indikátory
např. podíl obnovitelné energie na spotřebě energie
u hotelů a gastronomie, spokojenost hosta

Cestovní ruch Rakousko

Tourismusjahr 2020



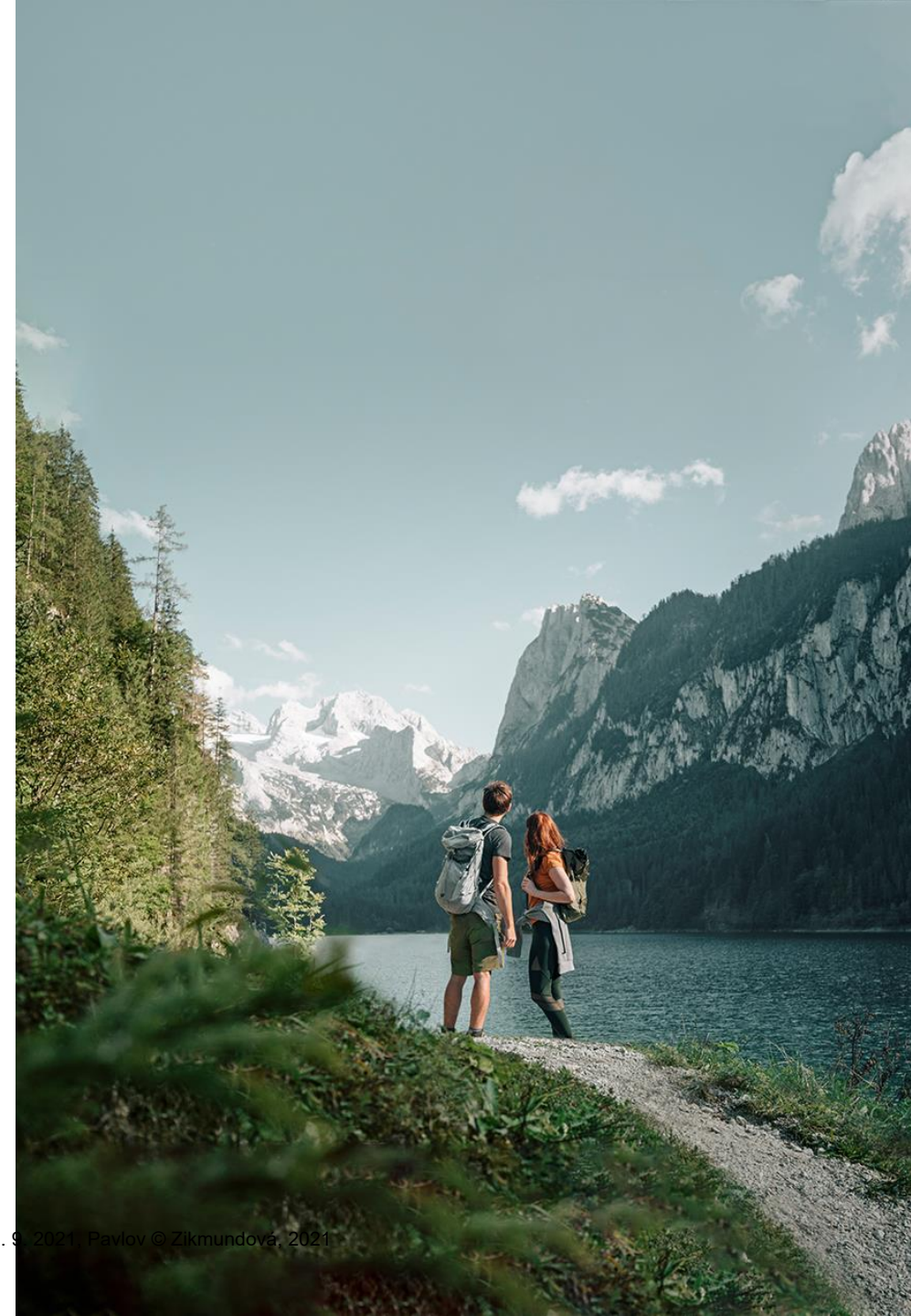
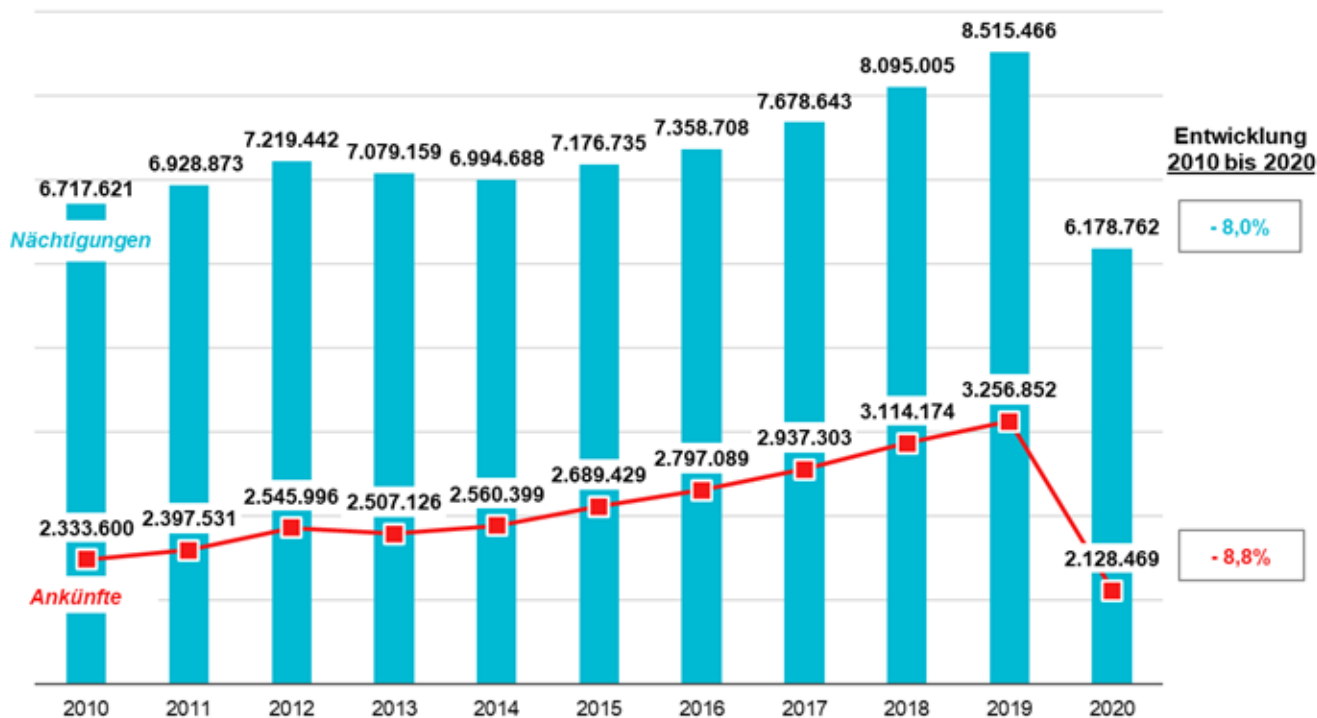
Zdroj: Österreich Werbung <https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/studien-und-berichte/statistik-kalenderjahr-2020-und-dezember-2020-und-erwartung>

Umočření: Korona-krize a její dopad na cestovní ruch, 16. - 17. 9. 2021, Pavlov © Zikmundová, 2021

Vývoj cestovního ruchu v Horním Rakousku

Příběh úspěchu do 2020

Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen in Oberösterreich:
Tourismusjahre 2010 bis 2020

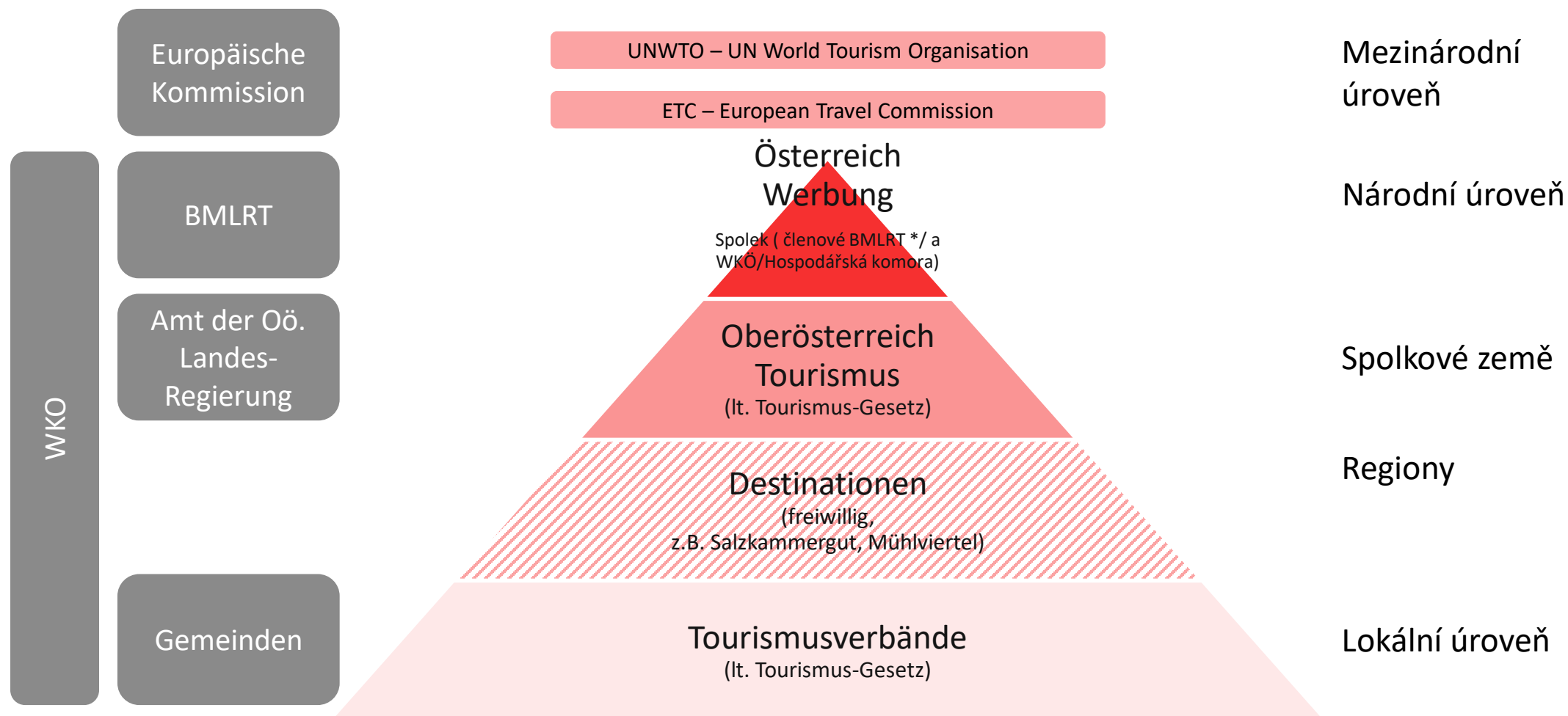


Cestovní ruch Rakousko - význam a specifika

- **Image Rakouska:** cestovní ruch je vnímán pozitivně celou společností jako významný faktor hospodářství i dobré pověsti a image Rakouska jako pohostinné, bezpečné a čisté země v Evropě.
- **Regionální rozvoj:** Žádné jiné odvětví národního hospodářství není tak hluboce zakořeněno v životě všech regionů v celé zemi. Ve městech, ale i v nejmenších horských údolích přispívá cestovní ruch k rozvoji, prosperitě a kvalitě života. Regiony jsou i díky cestovnímu ruchu atraktivními místy pro život, nedochází k výraznému odlivu obyvatelstva do měst a nevytváří se rozdíly mezi venkovskými oblastmi a městskými centry.
- **Glocal:** Cestovní ruch je odvětví, ve kterém nejčastěji působí KMU = rodinné firmy s dlouholetou tradicí a tvoří základnu regionálních ekonomik se silnými sociálními vazbami a vztahem k místním kulturním tradicím, hodnotám a životnímu prostředí. Proto také rakouský cestovní ruch dlouhodobě pracuje s trvale udržitelnými rozvojovými koncepty, ochranou kulturního a přírodního dědictví. Cestovní ruch zároveň představuje potenciál pro inovace, investice do infrastruktury i vzdělání a do technologií v regionech a KMU.
- **2019: obrat 26 miliard EURO, více než 90.000 podniků, 600.000 pracovních míst, 16 % HDP**

System cestovního ruchu v Rakousku

Role a kompetence



Österreich Werbung



- **Obecně prospěšný spolek od 1955/ BMLRT a WKÖ**
- **Poslání:** udržení a posilování konkurenceschopnosti Rakouska jako turistické destinace, a to společně s partnery
- **3 základní pilíře:** značka Urlaub in Österreich/mezinárodní trhy/know-how a partnerská spolupráce

- 200 profesionálů, 21 zahraničních zastoupení v 28 zemích
- 50 Mio. rozpočet ročně (členské příspěvky a vlastní činnost)

Restart cestovního ruchu Rakousko - strategie

Restart – Strategie

„neue Normalität,,

Stabilita a struktura

- 1. Struktura a financování cestovního ruchu** – cestovní ruch je chápán jako významné odvětví národního hospodářství, zákony o cestovním ruchu spolkových zemí
- 2. Strategie silné značky „Urlaub in Österreich,,** = kvalita a důvěra
- 3. Masterplan T 3/2019 => Comeback Plan Juli 2021**

Flexibilita a spolupráce, know-how

- 1. Monitoring a aktuální informace ÖW Global / Studie a analýzy / Statistické analýzy /**
Bezpečnostní informace = rychle a jednotně
- 2. Restart – Kampaně zaměřené specificky pro trhy a cílové skupiny** = Sommer und Winter 2021/2022
Offensive 17 Mio. EUR kampaň blízké trhy
- 3. Podpora cestovnímu ruchu – podnikům v „turistickém lockdown“ a poté** = Kurzarbeit, Kompenzace, Mitarbeiterprogramm AMS, překlenovací úvěry s 0% úroky

Comeback Plan – opatření

1. Bezpečný návrat k normálnímu životu: cestovní ruch chrání pracovníky a tím i hosty systémem pravidelného testování personálu a možností bezplatného testu pro zahraniční hosty.
2. Svobodné cestování a překračování hranic: iniciace a podpora a uznávání Zeleného evropského cestovatelského pasu (EU Digital Covid Certificate).
3. Vzájemná podpora ve všech fázích krize: podpůrné programy pro podniky v době krize i postkrizový model pro návrat do běžného provozu formou snížené sazby DPH 5% do konce roku 2021, prodloužení programů min. do června 2021 popřípadě déle.
4. Financování snadnější: 90% podniků v cestovním ruchu jsou malé či střední podniky s omezenou možností vlastního kapitálu: investiční pobídky podporující vlastní kapitál zejména v regionech, nové dotační podmínky od roku 2022.
5. Pracovní síla je především člověk: udržení a motivace kvalifikované pracovní síly v oboru: prodloužení Kurzarbeit do konce roku 2021, vzdělávací, rekvalifikační a motivační programy pro udržení a získání pracovníků.
6. Dovolená v Rakousku: reakce na změnu chování návštěvníků (obavy z restrikcí a o bezpečnost) nabídkou a oslovením v první řadě blízkých trhů, prezenci na trzích posílit společnými aktivitami jak Österreich Werbung, tak AUSSENWIRTSCHAFT Austria agentury obchodních zastoupení Hospodářské komory Rakouska (Wirtschaftskammer Österreich).
7. Pódium je volné pro Vás: do roku 2019 se konalo v Rakousku více než 25.000 kongresových a incentivních akcí ročně, toto odvětví bude mít rozjezd nejpomalejší a jistota plánování pro plánování je zásadní, proto byl schválen program garancí do konce roku 2022.
8. Jako doma: důraz na regiony, jejich produkty, lokální farmáři a výrobci tvoří místní krajinu a hospodářství, strategie Rakousko jako NEJ destinace kulinářského umění z lokálních surovin a výrobků.

360° Know-how o našich hostech



Markt Radar – Tourismusstatistik-Dashboard



WÄHLE EIN LAND AUS

Herkunftsland

ÖW Regions

Tschechische Republik

Alle

Nächtigungen 2019

3 Mio.

Ankünfte 2019

1 Mio.

Marktanteil Nächtigungen 2019

2,2 %

Einnahmen in Mio. € 2019

521

nicht für alle
Länder
verfügbar

Nächtigungen 2020

2 Mio.

Ankünfte 2020

572 Tsd.

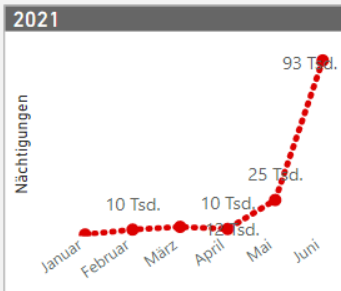
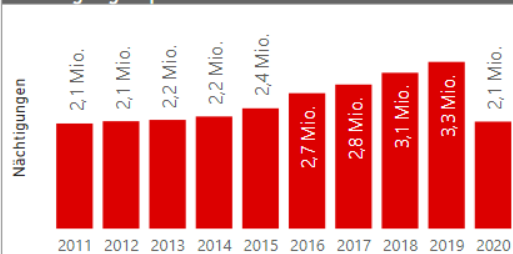
Marktanteil Nächtigungen 2020

2,2 %

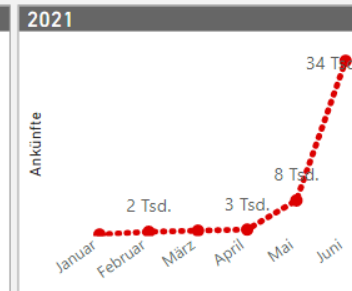
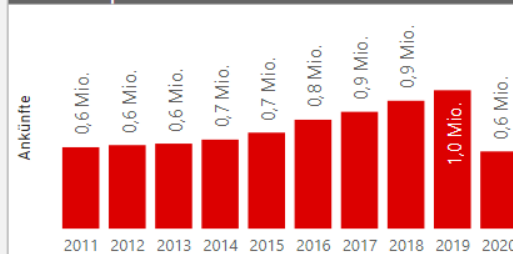
Einnahmen in Mio. € 2020

320

Nächtigungen pro Jahr



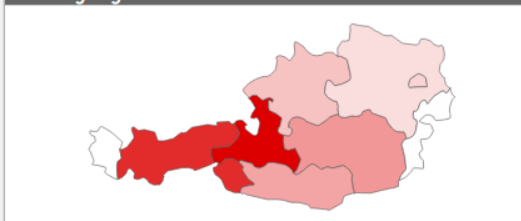
Ankünfte pro Jahr



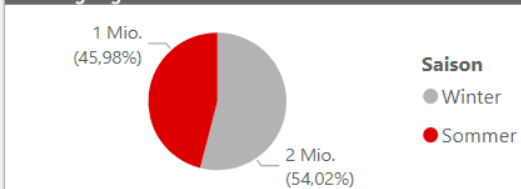
Nächtigungen nach Bundesländern 2019

Bundesland	Nächtigungen	Anteil
Salzburg	990.220	30,04%
Tirol	829.317	25,16%
Steiermark	423.232	12,84%
Kärnten	371.292	11,26%
Oberösterreich	262.183	7,95%
Wien	192.345	5,83%
Niederösterreich	159.488	4,84%
Burgenland	35.802	1,09%
Vorarlberg	32.726	0,99%
Gesamt	3.296.605	100,00%

Nächtigungen nach Bundesländern 2019



Nächtigungen nach Saisonen 2019



Top 10 im Sommer 2019

Tourismusregion	Anzahl
Salzkammergut	106.649
Wien	100.934
Schladming-Dachstein	73.368
Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern	48.426
Zell am See - Kaprun	44.649
Salzburger Sportwelt	44.117
Region Villach	33.528
Wolfgangsee	32.321
Donau NÖ	32.158
Saalbach-Hinterglemm	31.152

Top 10 im Winter 2019/20

Tourismusregion	Anzahl
Schladming-Dachstein	137.893
Salzburger Sportwelt	92.028
Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern	81.646
Nassfeld-Pressegger	75.167
See/Lesachtal/Weissensee	66.525
Zell am See - Kaprun	66.525
Wien	65.147
Lungau	64.819
Ötztal Tourismus	56.737
Gasteinertal	54.225
Osttirol	48.420

Quelle: Statistik Austria, OENB

Restart cestovního ruchu Rakousko – září 2021

Předběžné výsledky cestovní ruch Rakousko léto 2021

Statistické údaje

- **Konec „turistického lockdown“** 19. květen 2021
- Květen – červenec 2021: 25,8 Mio. přenocování = +19,5% oproti 2020 a -33,6% oproti 2019
- Červenec 2021: vývoj přenocování ve spolkových zemích rozdílný = Wien, Niederösterreich, Burgenland, Oberösterreich und Steiermark se počet přenocování oproti 2020 zvýšil, v Vorarlberg, Kärnten, Tirol und Salzburger Land počet přenocování klesl / **hlavní zdrojové trhy: DE 6,3 Mio. - NL 1 Mio. – CZ 435 T. přenocování**

- **Horní Rakousko červenec 2021:** téměř 90% (!) počtu přenocování z 2019

Juli	Nächtigungen	Ankünfte
2019	1.149.725	403.893
2020	966.543	306.090
vorl. 2021	1.012.885	330.120

Entwicklung		
2021 zu 2019	-12%	-18%

Anteil an 2019	88%	82%
-----------------------	------------	------------

Trendy/tipy a závěr

Trendy / Tipy

Restart cestovního ruchu (září 2021)



- 1 Očkování = světlo na konci tunelu
- 2 Potřeba cestování = svobody pohybu a odložená spotřeba – lidé „sedí na sbalených kufrech“
- 3 Kulantní a flexibilní stornovací podmínky představují jistotu a výhodu = jistota flexibility
- 4 Individuální cesta autem = máme dostatek parkování a zázemí?
- 5 Komunikaci zaměřit na aktuální a transparentní informace o situaci v místě = bezpečnost a 360° perspektiva
- 6 Šancí jsou nové skupiny klientů: 55+ díky užívání technologií jsou více informováni, dovolenou 5+ stráví více klientů ve své zemi nebo v sousedních zemích (ne v daleké exotice)

Závěr

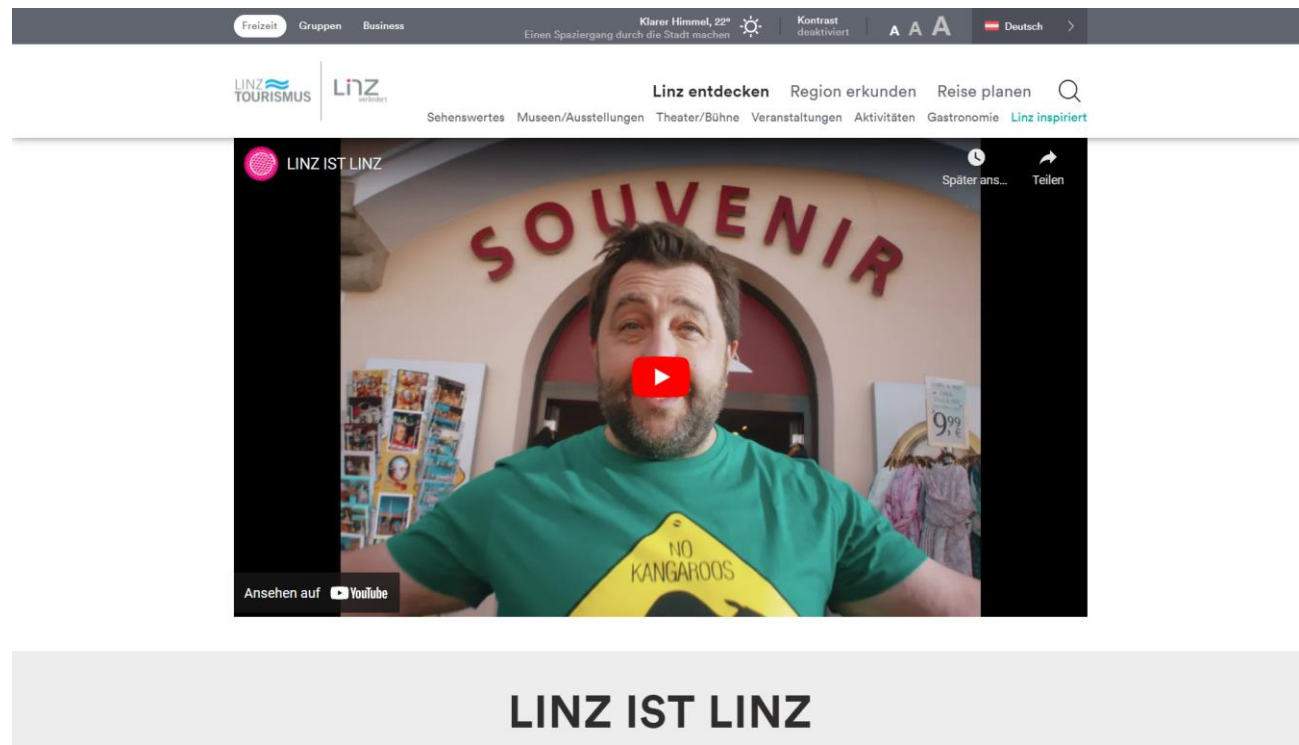
- Změna hodnot = nové trendy: jistota vs. flexibilita / kvalita / individuální péče místo masového odbavení / příroda Re-loaded / lokální místo globální (Glocal)
- Destinační management a marketing nově – jako řízení a marketing celé lokality = cílem kvalita života pro místní
- Technologie a digitalizace? Bezkontaktní Check-in / Chatbots / Data-driven Marketing a Sales / Virtual Reality např. prohlídky objektů / Hybridní konference ...

=> **přesto zůstane člověk středobodem** (fyzické potřeby, emoce, cestovní jako životní styl a hodnota)

- HYBRIDNÍ koncept: **Marketing** digitální a bezkontaktní / **Produkt a Servis** analogový, lidský, osobní, emoční
- **Nové nápady a šance: Technologie Detox Urlaub / Wi-Fi Free Urlaubszonen / Man made...**
- **Jak se nedostat do stavu v roce 2019?**

<https://www.zukunftsinstitut.de/>

<https://www.linztourismus.at/freizeit/linz-entdecken/linz-inspiriert/linz-ist-linz/>





Děkuji

Grüß Gott
v Horním Rakousku

jitka.zikmundova@hornirakousko.cz



Jitka Zikmundova



Erlebenswert echt.

[oberoesterreich.at](https://www.oberoesterreich.at)

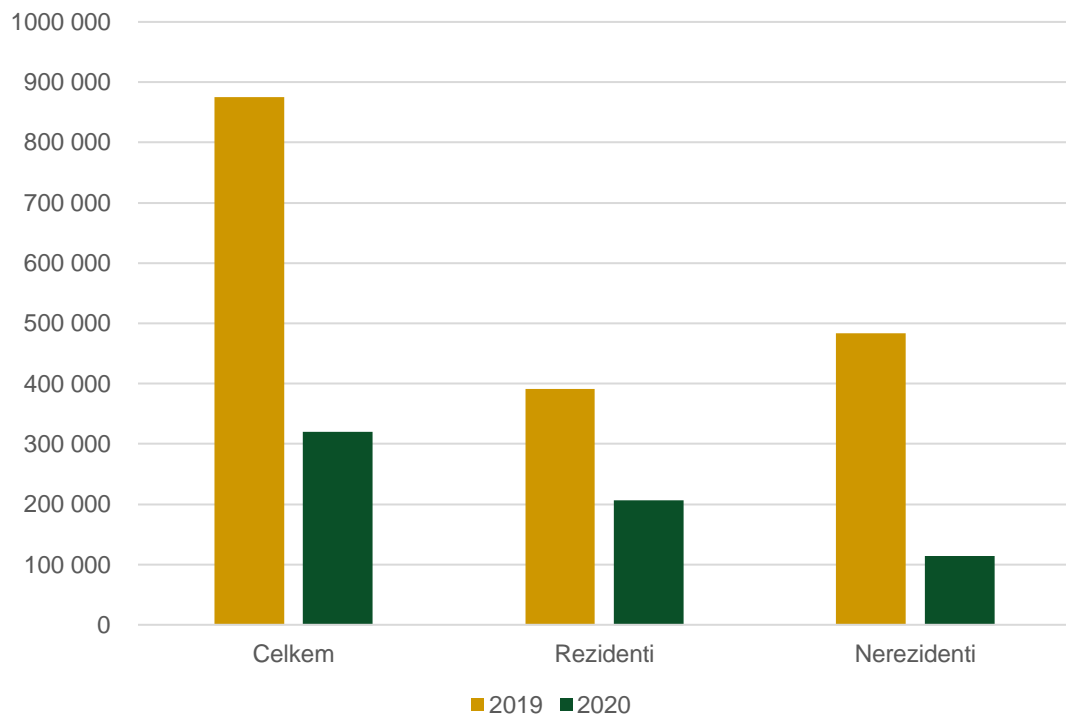
Paralýza ekonomiky cestovního ruchu v souvislosti s covid-19: Vliv na segment hotelnictví v Brně a na jižní Moravě

Lic. Silvie Zámečník

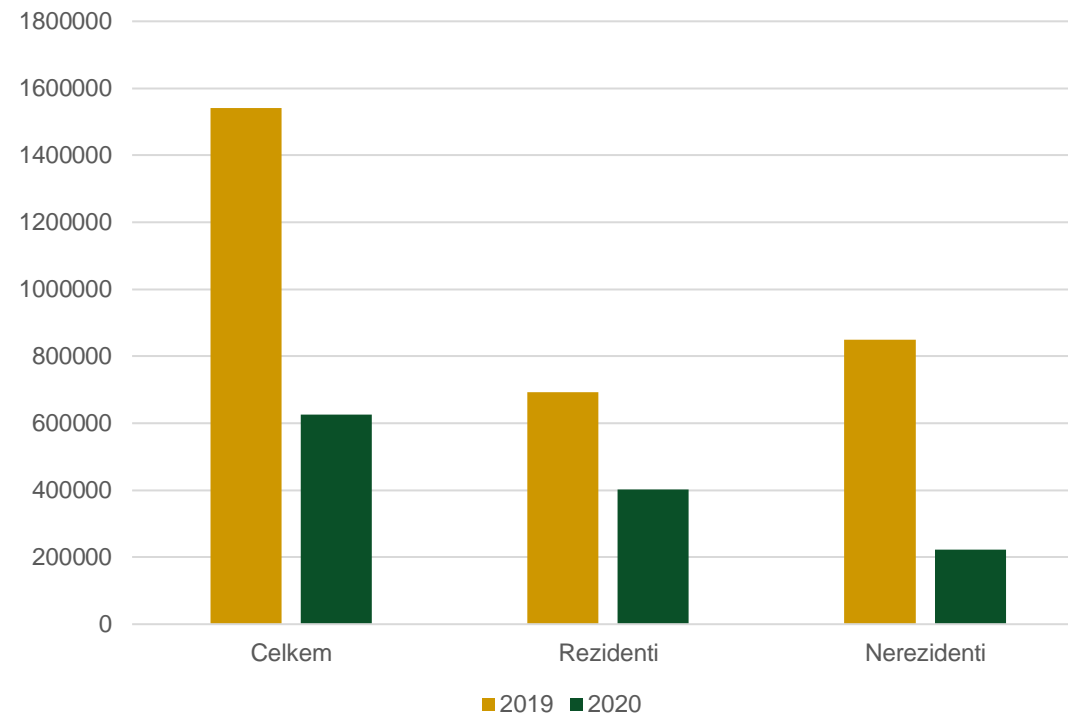
- **Bezprecedentní krize**
- **Trendy v „nové normalitě“**
- **Změna segmentace klienta**
- **Fakta prvního roku s covid-19**

Hosté a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) BRNO 2019 vs. 2020

Návštěvnost HUZ BRNO



Přenocování HUZ Brno



Zdroj: Český statistický úřad

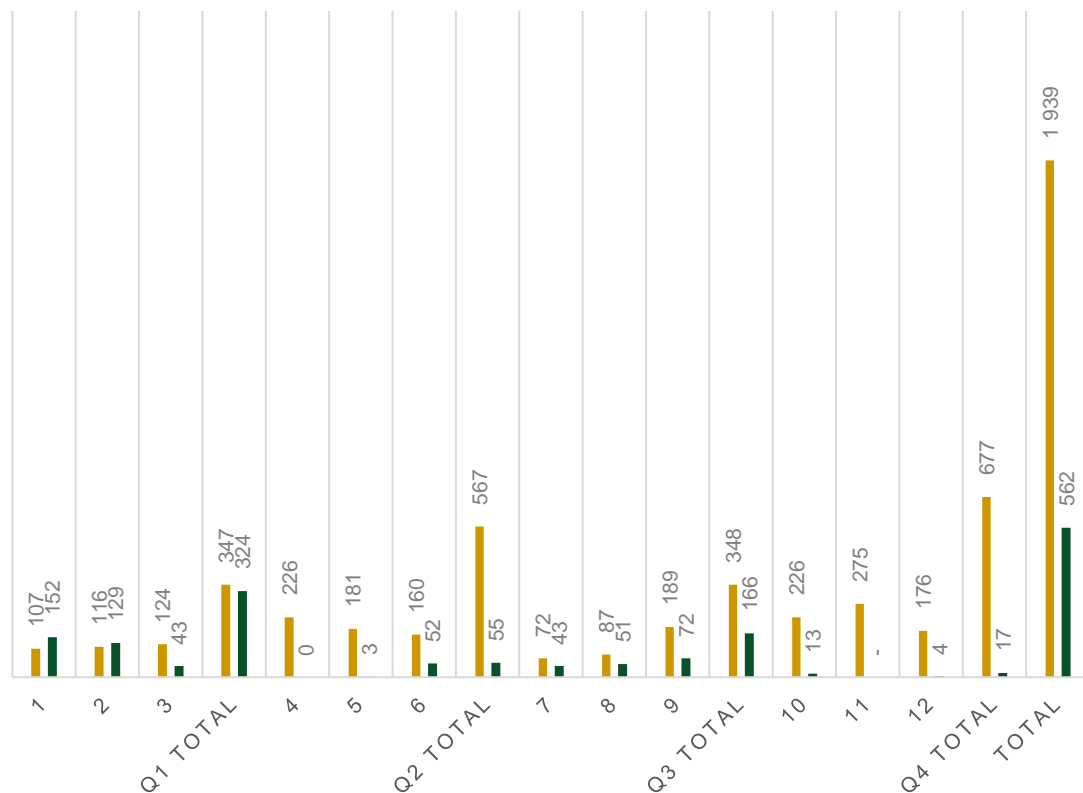
-554 925

-915 386

Konference v HUZ na území okresu Brno-město 2019 vs. 2020

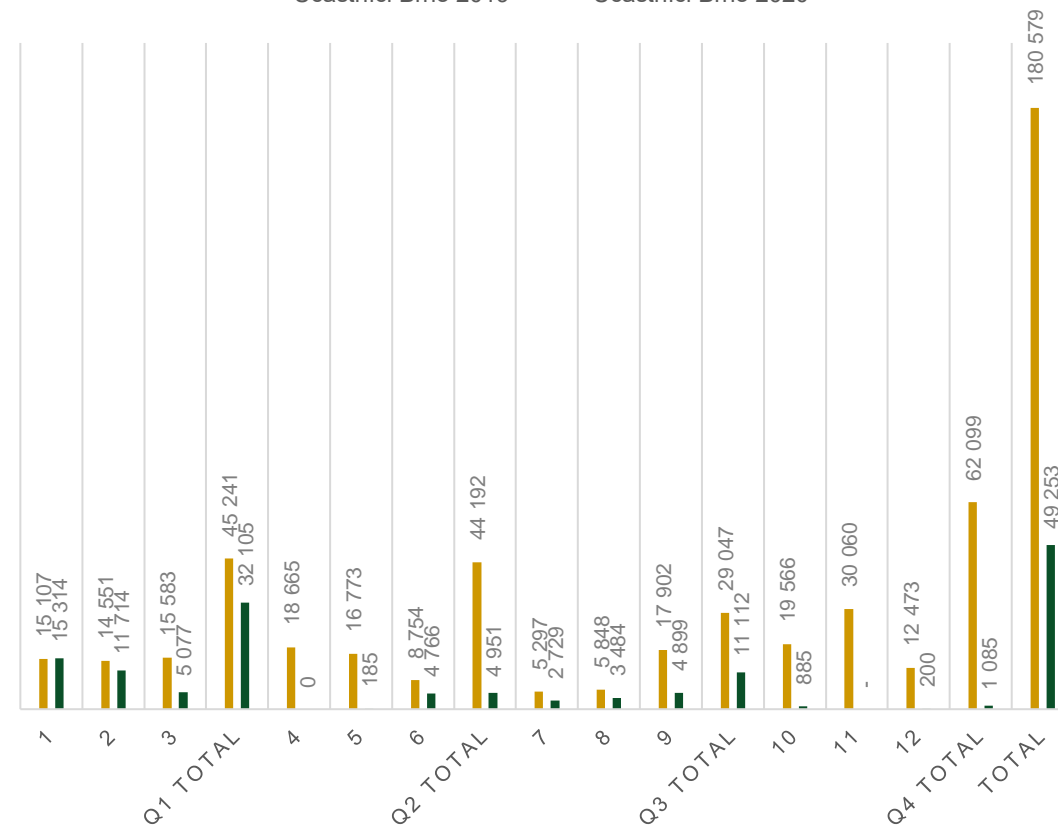
KONFERENCE BRNO

■ Konference Brno 2019 ■ Konference Brno 2020



ÚČASTNÍCI BRNO

■ Účastníci Brno 2019 ■ Účastníci Brno 2020

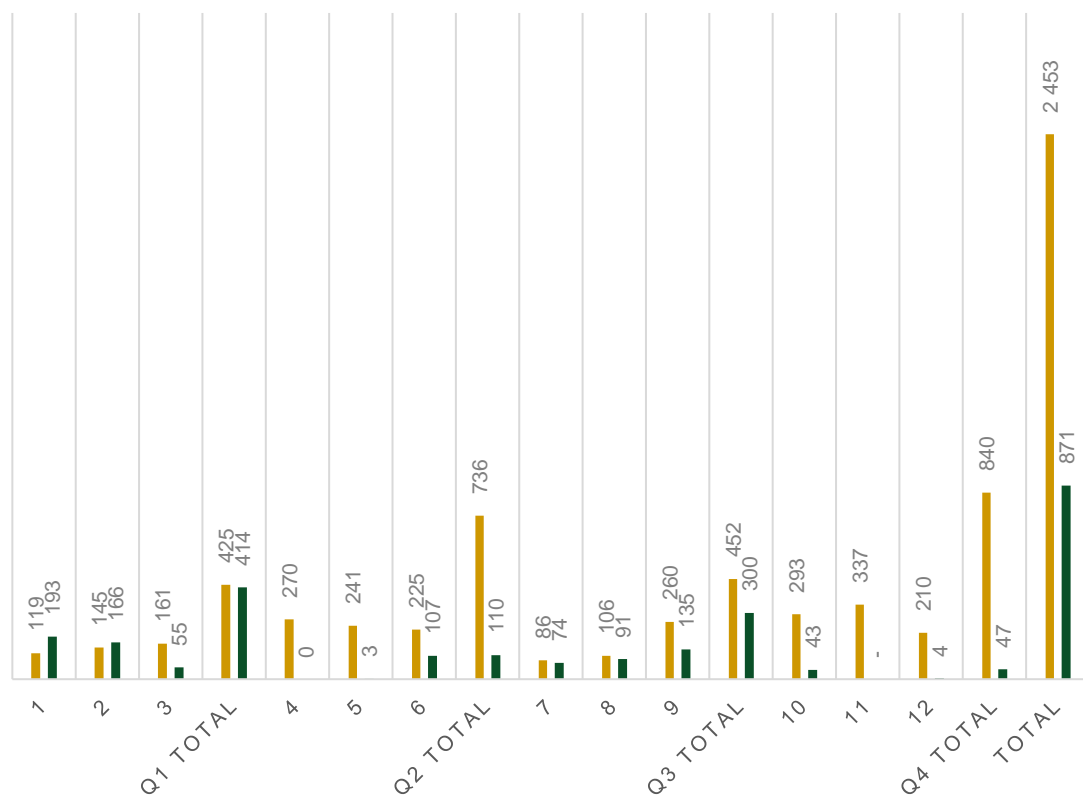


Zdroj: Český statistický úřad

Konference v HUZ na území Jihomoravského kraje 2019 vs. 2020

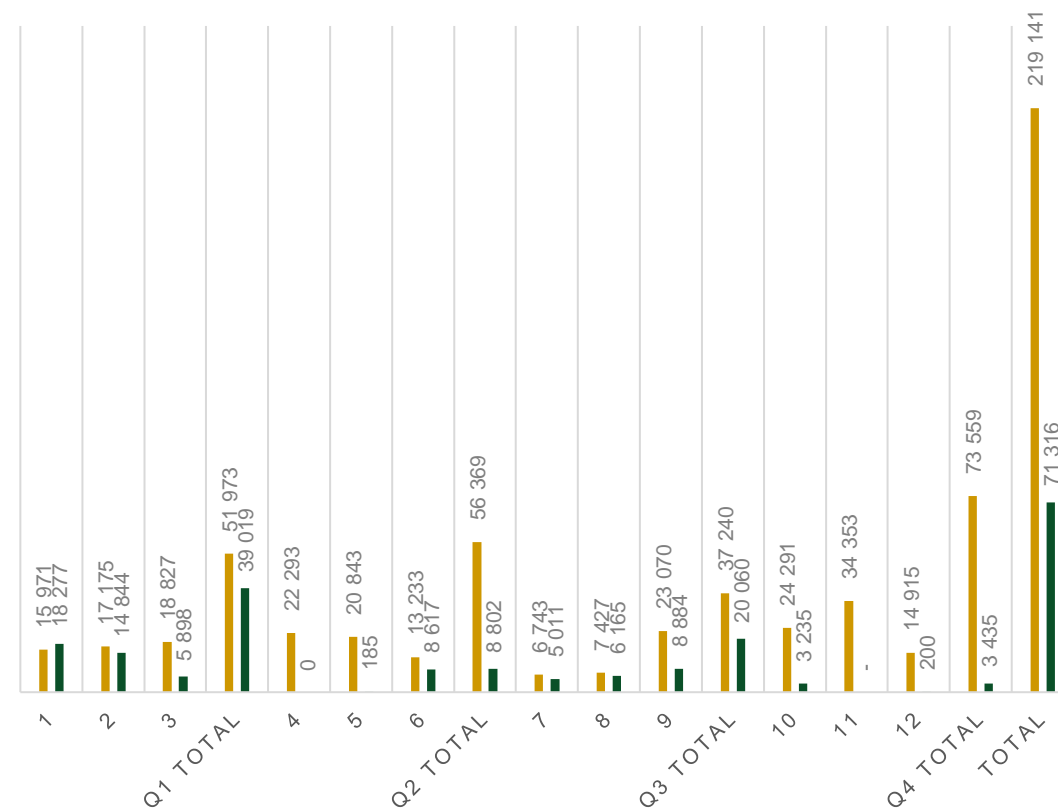
KONFERENCE JMK

■ Konference JMK 2019 ■ Konference JMK 2020



ÚČASTNÍCI JMK

■ Účastníci JMK 2019 ■ Účastníci JMK 2020



Zdroj: Český statistický úřad

Bezprecedentní krize

- Povinný *home office* a tzv. „*travel freeze*“
 - Lockdown
 - Očkování a cestovní pas
 - Změna chování klienta, nároky, náročnost
 - Bezpečný zážitek
 - Situace na poli cestovního ruchu = ?
- Podnikatelé i zaměstnanci v této oblasti čelí zásadní krizové situaci

Trendy v „nové normalitě“

- **Změna segmentace klienta tzv. 30% vs 70%**
- **Změna sezónnosti klienta**
- **Nové nároky a náročnost**
- **Prim mimoměstské hotely**
- **Trend hybridních a hybridních hub online konferencí**
- **Pronájem hotelových pokojů na kanceláře, dlouhodobé pronájmy firemní klientely**

Fakta prvního roku s covid-19

- **Fatální propad v příjmech a snížení celkové spotřeby v odvětví**
- **Zvýšení nákladů na provoz ubytovacích zařízení**
- **Změna orientace z kongresové na rodinnou či volnočasovou klientelu (70%vs.30%)**
- **Snížení cen služeb za odbydlenou noc**
- **Důraz na hygienu a bezpečnost**
- **Existenční dopad na zaměstnance, fluktuace**

Děkuji za pozornost!

Forbes

Q MENU



— BRNO TALKS

**Silvie Zámečník:
Vzniká nová
normalita a byznys
klienta bude těžké
nahradit**

Ústav managementu

silvie.zamecnik@mendelu.cz

Tel.: +420 777 362360

Centrála cestovního ruchu
jižní morava

**MORAVIA
CONVENTION
BUREAU**

ZAMECNIK.CONSULTING

11. mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu: Korona-krize a její dopad na cestovní ruch, 16. - 17. 9. 2021, Pavlov © Zámečník, 2021

● MENDELU
● Provozně
● ekonomická
● fakulta

Digitalizace v cestovním ruchu

Stanislava Pachrová



11. mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu
„Vybrané problémy cestovního ruchu – teorie a praxe“
KORONA-KRIZE A JEJÍ DOPADY NA CESTOVNÍ RUCH



EVROPSKÁ UNIE



CÍL

**Analýza míry digitalizace činností organizací
kulturního cestovního ruchu (především
muzeí) a srovnání situace na území
Rakouska a České republiky.**

Digitalizace v cestovním ruchu číslo projektu: ATCZ217

Spolupráce institucí na Vysočině a v Horním Rakousku při podpoře zvyšování kvalifikace v oblasti digitalizace v kulturním cestovním ruchu

https://www.at-cz.eu/cz/ibox/po-4-udrzitelne-site-a-institucionalni-spoluprace/atcz217_digitalizace-v-cestovnim-ruchu_digitalisierung-im-tourismus



EVROPSKÁ UNIE



11. mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu: Korona-krise a její dopady na cestovní ruch, 16. - 17. 9. 2021, Pavlov © Pachrová, 2021

Digitalizace v cestovním ruchu

- CR založený na používání ICT (smart tourism = e-tourism = digital tourism)
- *'The digital tourism includes the use of all information communication tools and IT solutions that help to meet the needs of tourists and improve the competitiveness of organisations and enterprises operating in the field of tourism.'* (Happ and Ivancsóné Horváth, 2020, p. 1284)



Digitalizace v CR

- online booking sites, online travel agencies, online payment systems, online check in and check out, revenue management software, online price comparison websites, audio guides, own websites, smartphone systems in hotels, social media, tourism applications, virtual reality glasses...

(Happ and Ivancsóné Horváth, 2020, p. 1284)



DIGITALIZACE V CESTOVNÍM RUCHU

- **digitalizace** = používání digitálních a elektronických technologií
- **velký trend** – požadavky mladších generací na využívání moderních technologií ve všech oblastech jejich života + reakce na řadu omezení, které v důsledku boje s koronavirem od jara 2020 zasáhly všechny podniky cestovního ruchu



Digitalizace v ČR

- **Internet – „pracuje“ 24/7 + je stále dostupnější (chytré telefony...)**
- leden 2021 – 4,66 miliardy **aktivních uživatelů internetu (59,5 % světové populace)** – z nich 92,6 % používá k přístupu mobilní zařízení (Johnson, 2021)
- **ČR je nad evropským průměrem** v prodeji přes internet a v počtu firemních webových stránek (2020 – 98 % CK a CA, 97 % UZ); téměř 60 % firem má webové stránky adaptované pro mobilní zařízení; stále roste počet firemních účtů na sociálních sítích... (ČSÚ, 2021)



Digitalizace v CR a Covid-19

- omezení cestování, uzavření provozoven, restriktce při návštěvě.... digitalizace jako nástroj možného řešení situace?
- virtuální CR – poznávání z bezpečí domova, bez nákladů, víz a časové investice na cestu X osobní zkušenost je jedinečná



Digitalizace a muzea

- digitalizace v ostatních oblastech CR je mnohem rozvinutější (Naramski, 2020)
- muzea - nedostatek zdrojů i know-how (digitalizace sbírek, online marketing, legislativa...)
- velký potenciál - virtuální prohlídky, audio průvodce, mobilní aplikace, gamifikace a tvorba zážitku díky nástrojům virtuální a rozšířené reality...



METODOLOGIE

- dotazníkové šetření
- online dotazování (VOMUS, Vysočina Tourism)
- instituce kulturního CR (převážně muzea)
- Horní Rakousko (AT) + Kraj Vysočina (CZ)
- sběr dat: 08 – 09/2020
- $n = 82$



VYBRANÉ VÝSLEDKY VÝZKUMU

- muzea - minimum plných pracovních úvazků
(dobrovolníci...)
- CZ – 70 % celoroční provoz X AT – 32 %
sezónní





EVROPSKÁ UNIE

Vybrané výsledky výzkumu

Máte v muzeu nabídku multimédií pro hosty?

	Ano
AT	37 %
CZ	50 %

Nabídka multimédií zahrnuje:

	AT	CZ
Audioprůvodce	11 %	40 %
Multimediální průvodce (pro smartphone...)	5 %	40 %
Videostanice	24 %	30 %
Multimediální stanice (digitalizace sbírek...)	16 %	70 %



EVROPSKÁ UNIE

Vybrané výsledky výzkumu

Rozšířili jste během koronavirové krize Vaši nabídku digitálních služeb?

	Ano
AT	15 %
CZ	40 %

Plánujete nabídku digitálních služeb rozšiřovat?

	Ano	Jak?
AT	40 %	35 % multimédia (smartphone m.průvodce, m.obrazovka s informacemi o exponátech...); 6 % audioprůvodce
CZ	50 %	35 % multimédia, 15 % audioprůvodce



Vybrané výsledky výzkumu

Máte alespoň jednoho zaměstnance, který je odpovědný za nabídku digitálních služeb?

	Ano
AT	27 %
CZ	35 %

Máte ve svém rozpočtu vyhrazeny prostředky na oblast digitalizace?

	Ano
AT	19 %
CZ	30 %

Vybrané výsledky výzkumu

Zúčastnil se někdo z týmu odborných vzdělávacích kurzů zaměřených na digitalizaci?

	Ano
AT	11 %
CZ	45 %

Vzdělávací kurz byl zaměřen na:

	AT	CZ
Tvorba webových stránek	2 %	30 %
Tvorba Apps	0 %	10 %
Sociální sítě	10 %	40 %
Tvorba audioprůvodců	2 %	20 %
Digitalizace sbírek	8 %	30 %
Právní otázky k digitalizaci	0 %	15 %

11. mezinárodní konference o cestovním ruchu: Korona-krise a její dopady na cestovní ruch, 16. - 17. 05. 2021, Pavlov © Pachrová, 2021



SHRNUTÍ

- **Česká muzea jsou v digitalizaci svých činností dále než muzea rakouská.**
- CZ se aktivněji věnují vzdělávání svých pracovníků v této problematice.



SHRNUTÍ

- České subjekty na potřebu digitalizace svých činností reagují pružněji (40 % rozšířilo svou nabídku během koronavirové pandemie X 15 % AT).
- Do budoucna plánuje polovina dotázaných českých organizací a 40 % rakouských své digitální služby dále rozvíjet.



POUŽITÉ ZDROJE

- Johnson, J. (2021), "Worldwide digital population as of January 2021", available at: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (accessed 10 Auguste 2021).
- Český statistický úřad. (2021), "Využívání informačních a komunikačních technologií v podnikatelském sektoru – 2020", available at: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologii-v-podnikatelskem-sektoru-rok-2019-aktualni-mesic-roku-2020> (accessed 10 Auguste 2021).
- Naramski, M. (2020), "The Application of ICT and Smart Technologies in Polish Museums – Towards Smart Tourism." *Sustainability*, Vol. 12, 9287. doi: 10.3390/su12219287.



Děkuji za pozornost

RNDr. Mgr. Stanislava Pachrová, Ph.D.

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Katedra cestovního ruchu

stanislava.pachrova@vspj.cz

