

Tisková zpráva

Dvě třetiny Čechů plánují alespoň pětidenní letní dovolenou.

25. června 2013

Mgr. Andrea Winklerová
Marketing & Communication
+420 737 263 113
andrea.winklerova@gfk.com

Praha - 25. června 2013 - Alespoň pětidenní letní dovolenou letos plánují dvě třetiny Čechů a necelých 60 procent z nich se do ní chystá investovat maximálně 10 tisíc korun na osobu. Téměř polovina lidí, kteří plánují toto léto dovolenou, se ji chystá strávit v Čechách. Mezi další destinace patří Chorvatsko a Slovensko, kde plánuje letní odpočinek dohromady čtvrtina lidí. K Slovensku cítí Češi blízké přátelství, k Rakousku a především k Itálii vyjádřili krátkodobý, spíše méně intenzivní vztah. Zjištění vyplynula z aktuálního online průzkumu společnosti GfK, který se realizoval v květnu na vzorku 800 respondentů v České republice metodou CBR (Consumer Brand Relationship), pomocí které byly zkoumány vztahy k jednotlivým dovolenkovým destinacím prostřednictvím metafor mezilidských vztahů.

Kolik Čechů plánuje letos letní dovolenou?

„Letní, alespoň pětidenní, dovolenou plánují dvě třetiny Čechů, necelá čtvrtina ji určitě nebo spíše neplánuje a zbytek (9 procent) ještě není rozhodnutý. Na dovolenou se ve větší míře chystají obyvatelé velkých měst, zejména Prahy a vliv má také vzdělání. To znamená, že čím jsou lidé vzdělanější, tím spíše uvažují o dovolené,“ dodává Mgr. Marcela Barvínková, Senior Research Consultant ze společnosti GfK.

Téměř polovina lidí, kteří plánují dovolenou, se ji chystá strávit v Čechách

Pro téměř polovinu respondentů, kteří toto léto plánují dovolenou, je destinací číslo jedna Česká republika. Z dalších evropských destinací vede Chorvatsko (13 procent) a Slovensko (12 procent), s mírným odstupem následuje Itálie (9 procent). Mezi plánované dovolenkové destinace patří i Řecko (6 procent), Egypt, Španělsko (po 4 procentech), Bulharsko, Francie, Rakousko, Tunisko a Turecko (po 3 procentech). Mimoevropské destinace plánuje letos v rámci své dovolené navštívit přibližně desetina lidí.

Kolik plánujeme letos za letní dovolenou zaplatit?

Necelých 30 procent lidí, kteří se chystají na letošní letní dovolenou, má v plánu za ni zaplatit maximálně 5.000 korun na osobu a jde zejména o domácí rekreanty. Necelá třetina plánuje utratit mezi 5.000 a 10.000 korun na osobu a jde především o rekreanty, kteří se chystají do Chorvatska i

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
Praha 4 14000
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Ing. Martin Mravec, PhD.
Ing. Dušan Očkaik
Mgr. Miroslav Žák
Ing. Robert Palán, MBA

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

Čech. Mezi 10.000 a 20.000 korun na osobu plánuje utratit více než čtvrtina a ve větší míře se jedná o starší věkové ročníky.

Jaké typy mezilidských vztahů máme k jednotlivým dovolenkovým destinacím?

„Podle výzkumného nástroje CBR (Consumer Brand Relationship) jsme zkoumali vztahy k jednotlivým dovolenkovým destinacím pomocí metafor mezilidských vztahů. Ke každé dovolenkové destinaci přiřazovali respondenti ten typ mezilidského vztahu, který nejmóstižněji charakterizuje jejich vztah k dané zemi. Česká populace přiřadila k zemím, které bývají dovolenkovým cílem, pět typických vztahů: úplní cizinci, krátkodobá známost, blízcí přátelé, negativní vztah a tajný obdiv,“ upřesňuje Marcela Barvínková.

Itálie a Rakousko považujeme za krátkodobou známost, Slovensko za blízké přátele

"Krátkodobá známost" charakterizuje vztah Čechů především s Itálií a částečně také s Rakouskem a Německem. Vztah typu "blízcí přátelé", který bychom mohli charakterizovat jako nejsilnější typ vztahu, mají Češi zejména k sousedním zemím a k Chorvatsku. V rámci sousedních zemí deklarují Češi nejsilnější vztah k Slovensku, což je pochopitelné z hlediska společné historie obou zemí.

„Tyto země, které Češi vnímají jako blízké přátele či krátkodobou známost nabízejí poměrně velký dovolenkový potenciál, protože ačkoli k nim máme pozitivní vztah, tak nepatří mezi typické dovolenkové destinace,“ uzavírá Marcela Barvínková.

Francie a Nový Zéland vzbuzují u nás tajný obdiv

"Tajný obdiv" vyjádřili lidé především směrem k Francii, Novému Zélandu, Mallorce, Thajsku a USA.

O průzkumu

Zjištění vyplynula z aktuálního online průzkumu společnosti GfK, který se realizoval v květnu na vzorku 800 respondentů v České republice pomocí metody CBR (Consumer Brand Relationship), pomocí které byly zkoumány vztahy k jednotlivým dovolenkovým destinacím prostřednictvím metafor mezilidských vztahů.

Skupina GfK

GfK je jednou z největších průzkumných společností na světě. Pracuje pro ni 13 tisíc expertů, kterým se den co den snaží objevovat nové hloubkové pohledy na způsob, jakým lidé žijí, myslí a nakupují ve více než 100 zemích světa. GfK se soustavně věnuje inovacím a používá nejnovější a



nejinteligentnější technologie a metody, aby umožnila svým klientům jasně pochopit ty nejdůležitější lidi na světě: jejich vlastní zákazníky. V roce 2012 tržby GfK dosáhly 1,51 miliardy eur. Pro podrobnější informace, prosím, navštivte náš web www.gfk.com nebo nás sledujte na Twitteru: https://twitter.com/GfK_en