

Cestovní ruch přivádí zahraniční a aktivuje domácí poptávku do českých podniků.

Podporuje práci napříč regiony.

202 mld. Kč

příspěvek k hrubému domácímu produktu (HDP)

HDP = Hrubá přidaná hodnota + daně - dotace

2,5 %

HDP Česka

233 tisíc

zaměstnaných osob

4,3 %

všech pracujících

Celkový objem práce v multiplikaci:

395 tisíc úvazků

214 mld. Kč

spotřeby zahraničních návštěvníků

59 %

z 364 mld. Kč

spotřeby všech návštěvníků

150 mld. Kč

celkové příjmy pro veřejné rozpočty



50 mld. Kč

investiční potenciál ekonomických subjektů

Spotřeba návštěvníků iniciuje ekonomické aktivity napříč odvětvími a regiony



Útrata návštěvníků
Poptávka po zboží a službách
364 mld. Kč

Tržby podniků (přímo i v multiplikaci)
Práce, dodávky a zisky
cca 675 mld. Kč

Veřejné rozpočty
Daně, odvody a poplatky
cca 150 mld. Kč

Přínosy se rozdělují napříč celým Českem

74 %

zaměstnanosti v turismu připadá na kraje mimo Prahu

Systémová a efektivní prezentace nabídky proto podporuje podnikání v celé zemi.

Přínosy cestovního ruchu pro obyvatele a regiony

- **Práce a podnikání v místě bydliště** – pracovní příležitosti pro místní obyvatele, snížení zatížení dopravy
- **Širší nabídka a dostupnost služeb pro místní** – pozitivní vliv na jejich kvalitu života
- **Kvalitnější veřejný prostor** – podpora investic do infrastruktury, hrdost obyvatel na svou obec.
- **Příležitosti pro volný čas** – aktivní vyžití místními občany.
- **Zhodnocení místního dědictví** – zachování historických hodnot a zvyšování sounáležitosti místních s obcí / regionem

Výsledkem je atraktivnější region pro život

Koncepční činnost systému destinační spolupráce napříč Českem → návštěvnost celý rok, efektivní využívání kapacit → podniky jsou spolehlivými celoročními zaměstnavateli

Zdroje: ČSÚ, satelitní účet cestovního ruchu 2024, vydání 2026, ČSÚ, regionální účet 2024.

Analýza a komparace výdajů států do odvětví cestovního ruchu, Economic Impact, 2025 Sustainable Tourism: Australian Tourism Marketing Expenditure Elasticity Estimates, 2006 Klíčové údaje vychází z údajů satelitního účtu cestovního ruchu, nejnovější data jsou dostupná z roku 2024. Proto i ostatní ekonomické údaje vychází z tohoto roku.

PODPORA CESTOVNÍHO RUCHU

Role CzechTourism a organizací destinačního managementu (DMO)

Přechod CzechTourism do působnosti MPO nabízí možnost propojit prezentaci nabídky Česka s podporou podnikání a exportu služeb. Společná značka země a přístup na zahraniční trhy pomáhají i menším subjektům.

Co zajišťují organizace systémově podporující destinační spolupráci

Zahraníční a domácí poptávka	Domácí nabídka a regiony	Visibilita nabídky	Destinační management	Data a vyhodnocení
Kampaně a spolupráce s prodejci cest podporují zájem o pobyty v Česku.	Společná prezentace pomáhá návštěvníkům objevovat nabídku napříč Českem.	Práce s médii a významnými akcemi představuje Česko zahraničnímu publiku.	Podpora komunikace koordinace a kooperace aktérů v destinacích.	Výzkum a výsledky kampaní pomáhají vybírat trhy a účelně cílit prostředky.

Financování v prostředí mezinárodní konkurence

Výdaje národních turistických organizací, mil. Kč				-25 % reálná hodnota českých výdajů proti roku 2019 Orientační přepočet o českou spotřebitelskou inflaci. v r. 2013 činil rozpočet CzechTourism cca 1 mld. Kč
Organizace	2019	2024	Rozdíl proti CZ 2024	
Česko – CzechTourism	383	400	---	
Polsko – Polska Organizacja Turystyczna	274	510	+ 28 %	
Slovinsko – Slovenian Tourist Board	396	422	+5 %	
Slovensko – Slovakia Travel	0	624	+56 %	

Riziko nesystémového krácení financování rozvoje cestovního ruchu v Česku

