

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Cestovní ruch

VÝVOJ A PREDIKCE NÁVŠTĚVNOSTI HLAVNÍHO
MĚSTA PRAHY

Bakalářská práce

Autor práce: Sára Pavlovičová

Vedoucí práce: Mgr. Martin Prokop

Jihlava 2025

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Sára Pavlovičová**

Studijní program: Cestovní ruch

Garant studijního programu: Ing. Ivica Linderová, PhD.

Název práce: **Vývoj a predikce návštěvnosti hlavního města Prahy**

Vedoucí práce: Mgr. Martin Prokop

Cíl práce: Cílem práce je analýza vývoje návštěvnosti v zvolené oblasti a jeho predikce na následující období.

Abstrakt

PAVLOVIČOVÁ, Sára. Vývoj a predikcia návštevnosti hlavného mesta Prahy. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra cestovného ruchu. Vedúci práce: Mgr. Martin Prokop. Stupeň odbornej kvalifikácie: bakalár. Jihlava 2025. 59 strán.

Cieľom tejto bakalárskej práce je analýza vývoja návštevnosti v zvolenej oblasti a jeho predikcia na nasledujúce obdobie. Teoretická časť vysvetľuje pojmy mestskej destinácie, mestského a destinačného manažmentu, definíciami a vymedzením pojmu návštevník v cestovnom ruchu. Ďalej sa zameriava na faktory ovplyvňujúce návštevnosť, metodiku a význam hodnotenia návštevnosti. V analytickej časti je charakterizovaná Praha ako mestská destinácia cestovného ruchu a následne je analyzovaný aktuálny stav cestovného ruchu v Prahe. Predikcia je vytvorená na nasledujúcich 5 rokov.

Kľúčové slová

analýza časových radov; predikcia návštevnosti; sezónnosť; turizmus Praha; vývoj návštevnosti

Abstract

PAVLOVIČOVÁ, Sára. Evolution and prediction of visitor attendance in the capital city of Prague. College of Polytechnics Jihlava. Department of Travel and Tourism. Thesis supervisor: Mgr. Martin Prokop. Degree of professional qualification: bachelor. Jihlava. 59 pages.

The aim of this bachelor thesis is to analyse the development of visitor traffic in the chosen area and its prediction for the next period. The theoretical part explains the concepts of urban destination, urban and destination management, definitions and specification of the visitor in tourism. It further focuses on the factors influencing visitor arrivals, methodology and importance of visitor evaluation. The analytical part characterizes Prague as an urban tourism destination and then analyses the current state of tourism in Prague. A forecast is made for the next 5 years.

Keywords

time series analysis; visitor prediction; seasonality; tourism Prague; visitor development

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje **AZ**, zejména § 60 (školní dílo).

Podle § 47b zákona o vysokých školách souhlasím se zveřejněním své práce podle Směrnice pro vedení, vypracování a zveřejňování závěrečných prací na VŠPJ, a to bez ohledu na výsledek obhajoby.

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mě požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 23. dubna 2025



Podpis studentky

Podakovanie

Moja srdečná vďaka patrí vedúcemu práce Mgr. Martinovi Prokopovi za jeho odborné rady, čas a ochotu pri spracovaní bakalárskej práce.

Obsah

Zoznam obrázkov.....	7
Zoznam obrázkov.....	8
Zoznam skratiek.....	9
Úvod	10
1 Teoretické východiská	11
1.1 Mestská destinácia cestovného ruchu a jej charakteristiky	11
1.1.1 Destinačný manažment a jeho špecifiká v rámci mestských destinácií	13
1.1.2 Návštevnícky manažment a riadenie návštevnosti	15
1.2 Návštevnosť v cestovnom ruchu ako ukazovateľ vývoja a hodnotenia destinácie ...	16
1.2.1 Návštevník v cestovnom ruchu	17
1.2.2 Faktory ovplyvňujúce návštevnosť v cestovnom ruchu	19
1.2.3 Metodika sledovania návštevnosti.....	22
1.2.4 Metódy hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu	24
1.2.5 Význam hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu	25
2 Analytická časť	27
2.1 Cieľ a metodika skúmania.....	27
2.2 Charakteristika Prahy ako mestskej destinácie cestovného ruchu	28
2.3 Aktuálny stav cestovného ruchu v Prahe	30
2.4 Návštevnosť v cestovnom ruchu v Prahe	31
2.4.1 Analýza demografickej štruktúry návštevníkov mesta.....	34
2.4.2 Vývoj návštevnosti hromadných ubytovacích zariadení	35
2.4.3 Vývoj návštevnosti v rámci kongresových akcií	39
2.4.4 Najnavštevovanejšie atraktivity mesta a vývoj návštevnosti	42
2.4.5 Vývoj návštevnosti Prahy v kontexte trendov v rámci Českej republiky.....	44
2.4.6 Predikcia návštevnosti na ďalšie obdobie	51
2.5 Diskusia	53
Záver	55
Zoznam použitej literatúry	56
Přílohy.....	60

Zoznam obrázkov

Obr. 1: Základný koncept koordinovania destinácie CR	14
Obr. 2: Subjekt cestovného ruchu.....	19
Obr. 3: Chránené územia v Prahe a blízkom okolí	28
Obr. 4: Legenda	29
Obr. 5: Stratégia „S respektom k Praze“	31
Obr. 6: Celkový počet návštevníkov 2013–2023	32
Obr. 7: Vývoj počtu dotazov.....	33
Obr. 8: Vývoj návštevnosti zahraničných hostí v hromadných ubytovacích zariadeniach	35
Obr. 9: Vývoj počtu HUZ v Prahe.....	36
Obr. 10: Celkový počet prenocovaní hostí v HUZ	37
Obr. 11: Celkový počet prenocovaní v HUZ v Prahe	38
Obr. 12: Počet účastníkov konferencií v HUZ.....	40
Obr. 13: Počet konferencií v HUZ.....	41
Obr. 14: Najnavštevovanejšie atraktivity Prahy.....	43
Obr. 15: Návštevnosť jednotlivých kategórií turistických cieľov.....	44
Obr. 16: Celkový počet hostí v HUZ počas letnej a zimnej sezóny.....	45
Obr. 17: Celkový počet hostí v HUZ v jednotlivých krajoch ČR v roku 2024	47
Obr. 18: Top 5 zdrojových krajín v roku 2024	48
Obr. 19: Celkový počet hostí z Nemecka	49
Obr. 20: Porovnanie počtu prenocovaní zahraničných hostí v rokoch 2019 a 2020	50
Obr. 21: Návštevnosť v 2020-2024, trendová priamka.....	52
Obr. 22: Vývoj návštevnosti počas jednotlivých kvartálov rokov 2013–2024	52

Zoznam tabuliek

Tab. 1: Znaký destinácie a cieľového miesta.....	12
Tab. 2: Požiadavky na zameranie a činnosti DMO	15
Tab. 3: Porovnanie úrovni sledovania návštevnosti.....	23
Tab. 4: Celkový počet návštevníkov	32
Tab. 5: Celkový počet dotazov v TIC.....	33
Tab. 6: Celkový počet hostí v HUZ podľa krajiny	34
Tab. 7: Počet HUZ.....	36
Tab. 8: Počet hostí a prenocovaní v HUZ	37
Tab. 9: Percentuálne vyjadrenie počtu rezidentov a nerezidentov v HUZ	38
Tab. 10: Počet účastníkov konferencií	40
Tab. 11: Počet konferencií.....	41
Tab. 12: Návštevnosť najnavštevovanejších atraktivít Prahy.....	43
Tab. 13: Počet hostí a prenocovaní podľa sezóny.....	45
Tab. 14: Počet hostí a prenocovaní v letnej/zimnej sezóne.....	46
Tab. 15: Počet hostí a prenocovaní v jednotlivých krajocho ČR v roku 2024	46
Tab. 16: Top zdrojové krajiny – hostia a prenocovania v HUZ.....	48
Tab. 17: Porovnanie počtu domácich a zahraničných hostí v rokoch 2019 a 2020	49

Zoznam skratiek

AOCR	Asociácia organizácií cestovného ruchu
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DMO	Organizácia destinačného manažmentu (destination management organisation)
HDP	Hrubý domáci produkt
HUZ	Hromadné ubytovacie zariadenie
CHKO	Chránená krajinná oblasť
ICCA	Medzinárodná kongresová asociácia (International Congress and Convention Association)
IRTS	International Recommendations for Tourism
NPP	Národná prírodná pamiatka
PCT	Prague City Tourism
TIC	Turistické informačné centrum
UN Tourism	Svetová organizácia turizmu

Úvod

Cestovný ruch je jedným z hlavných sektorov hospodárstva, ktoré majú vplyv na ekonomiku, hrubý domáci produkt, zamestnanosť a celkový imidž hlavného mesta Prahy. Mesto patrí medzi najnavštevovanejšie a najvyhľadávanejšie európske mestá a to práve vďaka svojej architektúre, pamiatkam, poskytovaným službám a kultúrnemu dedičstvu. Významný ukazovateľ rozvoja cestovného ruchu a atraktivity mesta je návštevnosť. Každý rok je evidovaných niekoľko miliónov domácich aj zahraničných návštevníkov.

Celý sektor cestovného ruchu, návštevnosť v Prahe, ale aj celkovo v republike, boli výrazne a negatívne ovplyvnené pandémiou Covid-19. Návštevnosť v Prahe sa každým rokom zvyšovala, až do roku 2020, kedy sa vplyvom pandémie návštevnosť znížila niekoľkonásobne. Aj práve z tohoto dôvodu je sledovanie vývoja návštevnosti aktuálnou témou a zároveň aj vytvorenie predikcie na nasledujúce roky.

Cieľom tejto bakalárskej práce je vytvoriť analýzu vývoja návštevnosti Prahy v rôznych oblastiach cestovného ruchu. Návštevnosť sledujeme za posledných 10-12 rokov. Vychádzať budeme hlavne z dostupných štatistických údajov dostupných z Českého štatistického úradu, ale využijeme aj zdroje z národnej agentúry CzechTourism a dátového portálu TourData. Na analýzu časových radov využijeme metódu lineárnej regresie a ostatné vhodné funkcie a nástroje v programe MS Excel. Pomocou tejto analýzy návštevnosti vieme zhotoviť predikciu na nasledujúce obdobie, a to konkrétne 5 rokov.

K výskumným otázkam práce zahrňujeme:

- Ako ovplyvnila pandémia Covid-19 návštevnosť v cestovnom ruchu Prahy?
- Ako sa vyvíja návštevnosť zahraničných turistov za posledných 10 rokov?
- V akom období v priebehu roka je najvyššia návštevnosť Prahy?
- Ktoré atraktivity Prahy sú najviac navštevované?

Práca je rozdelená na dve časti. V prvej časti sa zameriame na teoretické východiská v oblasti mestskej destinácie a návštevnosti ako ukazovateľ vývoja a hodnotenia návštevnosti. Druhá časť práce je analytická, kde definujeme cieľ a metodiku skúmania práce. Prakticky zhotovíme analýzy a budeme sledovať vývoj návštevnosti z viacerých pohľadov.

Výsledky prevedenej analýzy a zhotovenej predikcie môžu byť užitočné v oblasti plánovania služieb, kapacít či marketingových stratégií.

1 Teoretické východiská

Prvá kapitola bakalárskej práce je zameraná na teoretické prvky práce. Budeme charakterizovať jednotlivé pojmy v oblasti cestovného ruchu, zameriame sa na destinačný a návštevnícky manažment. Následne sa zameriame na návštevnosť v cestovnom ruchu a faktory, ktoré vplývajú na návštevnosť. V prepojení s návštevnosťou uvedieme metódy hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu a význam hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu.

V práci využívame sekundárne zdroje dát. V teoretickej časti práce vychádzame z využitia odbornej literatúry z oblasti cestovného ruchu a štatistiky.

1.1 Mestská destinácia cestovného ruchu a jej charakteristiky

K pojmu destinácia existuje v domácej aj zahraničnej literatúre množstvo definícií. Vo všeobecnosti sa jedná o konkrétne miesto, ktoré ponúka rôznu kombináciu atrakcií a atraktivít rôzneho druhu, kam ľudia cestujú. Podľa Holešinskej (2016) je najčastejšie citovanou definíciou destinácie definícia Biegra (1996), ktorý opisuje destináciu *ako geografický priestor, ktorý si návštevník vyberá ako cieľ svojej cesty*. (Bieger, 1996, s. 74; Holešinská, 2016, s. 43).

Svetová organizácia turizmu (UN Tourism, 2025) charakterizuje destináciu cestovného ruchu ako fyzický priestor s administratívnymi a/alebo analytickými hranicami, alebo bez nich, kde môže návštevník prenocovať. Ide o zoskupenie a umiestnenie produktov, služieb, činností a zážitkov v rámci hodnotového reťazca cestovného ruchu. Destinácia zahŕňa rozličné zúčastnené subjekty a môže sa prepájať do sietí, ktoré vytvárajú rozsiahlejšie turistické destinácie.

Asociácia organizácií cestovného ruchu (AOCR, 2022) definuje pojem destinácia ako záujmové miesto, ktoré je cieľovým miestom pre návštevníka, a toto miesto je spravované a riadené prostredníctvom partnerstiev a spolupráce medzi samosprávami a podnikateľmi v cestovnom ruchu a subjektmi tretieho sektora.

Pod pojmom mestská destinácia cestovného ruchu si predstavujeme mesto ako turistickú destináciu, ktorá láka turistov kvôli svojej histórii, kultúre, pamiatkam a rôznym atrakciám, čo ovplyvňuje atraktivitu mesta pre návštevníkov. Praha je dobrým príkladom mestskej destinácie cestovného ruchu, keďže patrí k jedným z najnavštevovanejších destinácií v rámci Európy. Má bohatú históriu, množstvo zachovalých pamiatok a výbornú dostupnosť, vďaka čomu sa zaraďuje do rebríčku top turistických miest.

Morrison (2023) na začiatok svojej knihy uvádza veľmi jednoduchú a priamočiaru definíciu turistickej destinácie, ktorú vysvetľuje ako geografickú oblasť, ktorá priťahuje návštevníkov. Na lepšie pochopenie uvádza viac konkrétnejšie kľúčové charakteristiky k pojmu destinácia cestovného ruchu:

- Je to geografická oblasť, ktorá má vymedzenú administratívnu hranicu. Destináciami môžu byť štáty, územia, regióny, okresy a mestá v jednotlivých krajinách.
- Miesto, kde turista môže nájsť ubytovanie rôzneho typu na prenocovanie. Môže sa jednať aj o návštevníkov, ktorí sú jednodňovými turistami, nie všetci musia nevyhnutne prenocovať na vybranom mieste.
- Okrem ubytovacích zariadení, sú v rámci destinačného produktu, k dispozícii aj ostatné zariadenia vrátane pohostinských zariadení, zábavných a nákupných

priestorov. Atrakcie a podujatia patria k najdôležitejším prvkom, ktoré lákajú turistov. K ďalším prvkom produktu destinácie patrí doprava a infraštruktúra.

- V destinácií existuje snaha sa marketingovo a značkovo prezentovať, s cieľom prilákania turistov. Taktiež tu bola vytvorená organizačná štruktúra; organizácia destinačného manažmentu, ktorá vedie a koordinuje aktivity v oblasti cestovného ruchu v destinácií.
- Imidž destinácie v podvedomí turistov; ľudia majú nejakú predstavu o destinácií a o tom, čo ponúka v oblasti cestovného ruchu. Tieto predstavy môžu byť aj pozitívne, aj negatívne.
- V destinácií existuje mix zainteresovaných strán – podniky v súkromnom sektore, neziskové a mimovládne organizácie, jednotlivci a ostatné subjekty, ktoré sa zaujímajú o cestovný ruch.

Gúčík (2001) uvádza, že cieľové miesto, v ktorom sú jednotlivé zložky primárnej a sekundárnej ponuky v určitej miere zastúpené, má pre účastníkov cestovného ruchu zásadný význam. K cieľovým miestam zaraďuje strediská cestovného ruchu (napr. rekreačné strediská, mestá), regióny cestovného ruchu a rovnako tak štát v oblasti medzinárodného cestovného ruchu. Ďalej uvádza, že pre cieľové miesto je nevyhnutné napojenie na dopravnú sieť. Podľa Gúčíka (2001) sa musí miesto na trhu prezentovať ako podnik a ponúkať služby ako balík služieb. Preto je nesmierne dôležité usmerňovanie záujmov všetkých zúčastnených subjektov v cestovnom ruchu, orgánov štátnej správy a aj miestnych obyvateľov, s cieľom uspokojiť potreby návštevníkov ale aj splniť podnikateľské ciele a zámery. (Gúčík, 2001, s. 30)

Tabuľka č. 1 znázorňuje prehľad znakov destinácie a cieľového miesta a v poslednom riadku je uvedený konkrétny príklad pre lepšie porozumenie rozdielu.

Tab. 1: Znak destinácie a cieľového miesta

Destinácia	Cieľové miesto
• turistické územie, širší pojem • použitie v štatistike	• konkrétne miesto • subjektívny pohľad
Praha	Karlov most

Zdroj: vlastné spracovanie

Medzi charakteristiky destinácie, okrem vyššie spomenutých, zaraďujeme aj atraktivitu destinácie. Jedná sa o elementy, ktoré prispievajú k zaujímavosti a výnimočnosti destinácie. Rozdeľujeme ich na prírodné atraktivity, kultúrne a historické atraktivity a podujatia. Všetky spomenuté charakteristiky definujú úspech miestnej destinácie.

Urošević, Stanojević a Đorđević (2024) uvádzajú, že význam mestského cestovného ruchu je veľmi veľký, nakoľko okrem obnovy miest umožňuje a prináša rozmanitosť v kultúre, vzájomný kultúrny kontakt, rôzne inovácie a taktiež výmenu poznatkov medzi turistami a miestnymi obyvateľmi.

1.1.1 Destinačný manažment a jeho špecifiká v rámci mestských destinácií

Slovné spojenie destinačný manažment má pôvod v anglickej terminológii Destination Management, kde výraz Destination označuje destináciu a výraz Management predstavuje proces riadenia a koordinácie. Základným bodom pre definovanie konceptu destinačného manažmentu je samotný pojem destinácia, ktorý v tomto smere predstavuje cieľové miesto v určitom geografickom priestore, ktorý môže predstavovať mikroregióny, okresy či krajinu. Pre tieto oblasti je charakteristická výrazná koncentrácia turistických atraktivít, dobre rozvinuté služby a infraštruktúra cestovného ruchu, čo vedie k dlhodobu veľkej koncentrácii ich návštevníkov. (Bratislava Region, 2025)

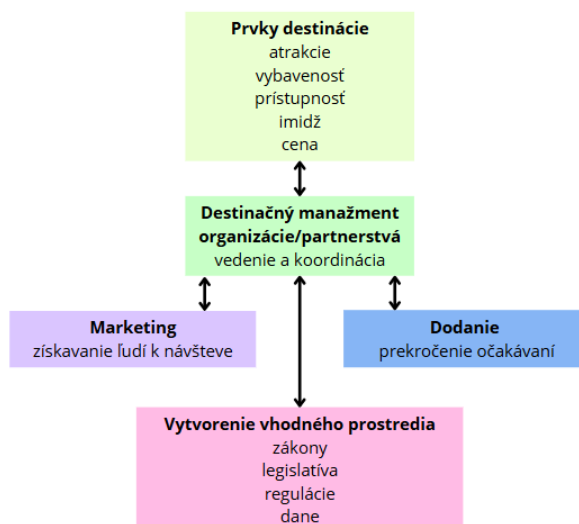
Jihočeská centrála cestovního ruchu (2025) uvádza, že destinačný manažment môžeme definovať ako „súbor techník, nástrojov a opatrení, ktoré sa používajú pri koordinovanom plánovaní, organizácii, komunikácii, rozhodovanom procese a regulácii cestovného ruchu v danej destinácii“. (Pásková & Zelenka, 2002)

V širšom ponímaní (Carter, 2014) je destinačný manažment riadiaci proces založený na princípoch vzájomnej komunikácie, kooperácii medzi zapojenými aktérmi cestovného ruchu a koordinácii pri plánovaní, organizovaní a rozhodovaní v danej destinácii. Tento princíp sa nazýva 3K.

Inými slovami je destinačný manažment koordinované riadenie všetkých prvkov, ktoré tvoria destináciu a rieši nasledovné kľúčové funkcie:

- Marketing – zameranie na propagáciu a vytvorenie pozitívneho imidžu daného miesta tak, aby prilákali čo najviac turistov. Proces obsahuje napríklad v stanovení cieľovej skupiny (určenie typov turistov), digitálnom marketingu (spočíva vo využívaní sociálnych sietí, online reklamách či mobilných aplikáciách) či spolupráca s cestovnými kanceláriami (možnosť vytvorenia špeciálnych ponúk).
- Poskytovanie služieb – kvalita poskytovaných služieb by mala spĺňať očakávania návštevníkov. K týmto službám zaraďujeme napríklad infraštruktúru (dopravná dostupnosť, infocentrá), široký výber ubytovania a pohostinských služieb a v neposlednom rade bezpečnosť návštevníkov.
- Zabezpečenie vhodného prostredia – k rozvoju turizmu požaduje udržateľné plánovanie, ochranu dedičstva (údržba pamiatok), spoluprácu s miestnym obyvateľstvom a ich zapojenie do určitých rozhodovaní, regulácia počtu turistov či zavedenie poplatkov.

Efektívny (Carter, 2014) destinačný manažment by mal spĺňať nasledovné kritériá: poskytovať návštevníkom kvalitné zážitky a prevyšovať ich očakávania, z dlhodobého hľadiska prispievať k rozvoju miestnej komunity (pracovné miesta), zabezpečovať udržateľnú rovnováhu medzi ekonomickými, sociálnymi a environmentálnymi vplyvmi a zlepšovať výnosnosť sektoru podnikania, ktorý je základom odvetvia cestovného ruchu v ktorejkoľvek destinácii.



Obr. 1: Základný koncept koordinovania destinácie CR

Zdroj: vlastné spracovanie

Obrázok č. 1 graficky zobrazuje základný koncept koordinovania destinácie cestovného ruchu a ukazuje vzájomnú spoluprácu jednotlivých zložiek, ktoré prispievajú k úspešnému fungovaniu destinácie.

Manažment destinácie sa podľa Morrisona (2023) realizuje prostredníctvom organizácií destinačného manažmentu (DMO). Jedná sa o špecializované organizácie, ktoré usmerňujú a riadia aktivity zainteresovaných strán s cieľom naplniť ciele a víziu destinácie v oblasti cestovného ruchu. UNWTO ďalej uvádza, že kľúčovou úlohou DMO je iniciovať, organizovať a riadiť jednotlivé činnosti, ako napríklad strategické plánovanie, uplatňovanie politik cestovného ruchu, tvorba a vývoj produktov, propagácia a marketing, či činnosti kongresových aktivít. Organizácie destinačného manažmentu sú rozdelené do štyroch úrovní:

- národná – štát (prezentuje CzechTourism),
- krajská – kraje,
- oblastná – geograficky vymedzené územia,
- lokálna – obce, mestá.

K 24. 1. 2024 evidujeme v Českej republike 11 krajských, 56 oblastných, 8 lokálnych certifikovaných organizácií destinačného manažmentu.

CzechTourism (2025) uvádza, že DMO predstavuje v danej destinácii kľúčový subjekt, ktorý bol vytvorený za účelom efektívneho riadenia cestovného ruchu na danom území. Úlohou DMO je s využitím princípov destinačného manažmentu strategicky plánovať a riadiť marketingové aktivity s cieľom prepojiť dopyt a ponuku destinácie. Výsledkom by mal byť udržateľný rozvoj destinácie, kde sú uspokojené potreby návštevníkov a zúčastnených podnikateľov a zároveň zvýšená kvalita života rezidentov.

V Českej republike existuje národný systém kategorizácie a certifikácie oblastí destinačného manažmentu. Hlavným cieľom vytvorenia kategorizácie je zlepšiť výkon a efektívnosť realizovaných aktivít v oblasti destinačného manažmentu na domácom aj zahraničnom trhu. Pre činnosť DMO boli vytvorené normy, ktoré stanovujú minimálne požiadavky. Po ich splnení je oblasť následne certifikovaná.

V tabuľke č. 2 pod textom sú definované niektoré zo základných činností a doporučených aktivít, ktoré by organizácie destinačného manažmentu mali vykonávať, v súlade s poslaním.

Tab. 2: Požiadavky na zameranie a činnosti DMO

LDMO	ODMO	KDMO	NDMO
Hlavné zameranie činnosti			
→ tvorba produktu CR na úrovni lokálnej/miestnej destinácie → realizácia marketingových aktivít destinácie zameraných primárne na domáci CR	→ tvorba produktu CR na úrovni oblasti v spolupráci s LDMO → realizácia marketingových aktivít primárne zameraných na domáci CR	→ tvorba regionálnych produktov CR v spolupráci s ODMO → koordinácia marketingových aktivít a podpora rozvoja CR na území kraja	→ tvorba nadregionálnych a národných produktov CR v spolupráci s KDMO a ODMO. → koordinácia marketingových aktivít primárne zameraných na príjazdový CR a koordinačná úloha v rámci marketingu domáceho CR
Doporučené činnosti (vybrané)			
→ aplikácia požiadaviek z Kategorizácie na území miestnej destinácie → aktívna B2B spolupráca s partnermi na lokálnej úrovni → vytváranie informačného a servisného miesta pre návštevníkov v spolupráci s TIC → sledovanie efektivity realizovaných aktivít	→ aplikácia požiadaviek z Kategorizácie na území oblasti → aktívna B2B spolupráca s partnermi na oblastnej úrovni → vytváranie informačného a servisného miesta pre návštevníkov v spolupráci s TIC → sledovanie efektivity realizovaných aktivít	→ aplikácia požiadaviek z Kategorizácie na území kraja → aktívna B2B spolupráca s partnermi na krajskej úrovni → vytváranie informačného a servisného miesta pre subjekty na území kraja → sledovanie efektivity realizovaných aktivít	→ aplikácia požiadaviek z Kategorizácie na území ČR → aktívna B2B spolupráca s partnermi na národnej úrovni → rozvoj a podpora národných klasifikačných a certifikačných systémov → sledovanie efektivity realizovaných aktivít

Zdroj: vlastné spracovanie

1.1.2 Návštevnícky manažment a riadenie návštevnosti

Návštevnícky manažment sa aplikuje priamo aj nepriamo v každej destinácii, v akejkoľvek atrakcii, v každom ubytovacom zariadení a v rámci možností turistickej dopravy. Zahŕňa rozličné prvky, ako sú turistické zariadenia, vstupné miesta a orientácia, trasy a pohyby návštevníkov, sprievodcovské služby. V tejto súvislosti sa v oblasti návštevníckeho manažmentu podieľa viacero zainteresovaných strán na rozličných úrovniach riadenia cestovného ruchu. Patria sem verejné inštitúcie, orgány miestnej správy, regionálne organizácie cestovného ruchu, podniky pôsobiace v oblasti cestovného ruchu alebo skupiny, ktoré sa podieľajú na vypracovávaní a riadení stratégií návštevníckeho manažmentu.

Albrecht (2017) uvádza, že medzi potenciálne prínosy uplatňovania návštevníckeho manažmentu patrí zlepšenie profilu a kvality produktov cestovného ruchu, informovanie návštevníkov o dostupných službách a o infraštruktúre, rozmiestnenie návštevníkov do menej navštevovaných oblastí, riadenie a/alebo ovplyvňovanie správania turistov s cieľom zmierniť negatívne dopady a pozitívne vytváranie zážitkov návštevníkov prostredníctvom sprievodcovských služieb.

V knihe Návštevnícky manažment v destináciách cestovného ruchu sa na návštevnícky manažment nahliada komplexne a na základe uvedených faktorov Albrecht (2017) formuluje

nasledovnú definíciu: „Manažment návštevníkov sa vzťahuje na všetky nástroje riadenia a zásahy, ktoré regulujú pohyb a správanie návštevníkov v destinácii. Tieto zásahy formujú skúsenosti a vnímanie návštevníkov“.

Manažment návštevníkov sa zaoberá riadením pohybu, vplyvov a správania návštevníkov s cieľom chrániť zdroje a zvýšiť bezpečnosť a ochranu návštevníkov, ich zážitky a spokojnosť (Morrison, 2018). Manažment návštevníkov má aj dlho dobejší rozmer zahŕňajúci segmenty návštevníkov a ekonomické výnosy, na ktoré sa destinácie zameriavajú.

Návštevnícky manažment vychádza z toho, že cestovný ruch, a teda aj návštevníci, majú na destinácie pozitívny aj negatívny vplyv. K prilákaniu turistov nestačí vykonávať marketing a propagáciu, ale je potrebné turistov aj monitorovať a riadiť. Potrebné je vopred dôkladne naplánovať marketing a propagáciu. (Morrison, 2022)

1.2 Návštevnosť v cestovnom ruchu ako ukazovateľ vývoja a hodnotenia destinácie

Návštevnosť v cestovnom ruchu ako ukazovateľ vývoja a hodnotenia destinácie nám jednoducho povedané charakterizuje počet turistov a ich správanie, odráža popularitu a napredovanie destinácie a ukazuje možnosti k vylepšeniu a úspešnému plánovaniu.

Návštevnosť je jednoducho povedané počet ľudí, návštevníkov, ktorí cestujú do vybranej destinácie. Práve hodnota návštevnosti vo vybranej destinácii nám signalizuje, či je destinácia pre návštevníkov atraktívna a či má atraktivita tendenciu sa zvyšovať.

Návštevnosť v cestovnom ruchu môžeme sledovať ako:

1. **Ukazovateľ vývoja destinácie.** Tento ukazovateľ nám vyhodnocuje atraktivitu destinácie pre návštevníkov – či sa vybraná destinácia rozvíja, a ak áno, tak ako; či je destinácia pre návštevníkov atraktívna. Sledovať to môžeme v nasledovných oblastiach:
 - Popularita destinácie. Rast alebo pokles návštevnosti nám poukazuje na trend v popularite vybranej destinácie. Pri rastúcom počte návštevnosti to znamená, že destinácia je čoraz viac obľúbenejšia a vyhľadávanejšia. Môže to byť zapríčinené dobrým marketingom, novými atraktivitami alebo pozitívnym odporúčaniam. Na druhej strane klesajúci počet návštevnosti signalizuje znižovanie alebo až stratu záujmu zo strany návštevníkov. Spôsobené to môže byť napríklad problémami s bezpečnosťou, konkurenciou alebo nedostatkom finančných prostriedkov.
 - Ekonomický dôsledok. Počet návštevníkov môže mať výrazný vplyv na oblasť ekonomiky v destinácii, keďže návštevníci sú jedným zo zdrojov príjmov do oblasti – platia za ubytovanie, stravovanie, dopravu a zábavu. Zároveň to priamo vplýva aj na zamestnanosť v destinácii.
 - Infraštruktúra. Údaje o počte návštevníkov umožňujú aj efektívnejšie plánovať výstavbu a/alebo rozširovanie parkovacích miest, turistických informačných centier či verejnej hromadnej dopravy.

2. **Ukazovateľ hodnotenia destinácie.** Pomocou tohto ukazovateľa vieme zhodnotiť úroveň kvality a atraktivity destinácie pre návštevníkov. Hodnotiť to vieme napríklad podľa nasledovných ukazovateľov:

- Štatistiky. Vznikajú na základe meraní a následnej analýzy údajov o počte návštevníkov, počte strávených nocí návštevníkov, návštevnosti jednotlivých atraktivít či obsadenosti ubytovacích zariadení. Aj na základe týchto údajov vieme konštatovať, či je destinácia schopná udržať návštevníkov na dlhšiu dobu, prípadne či poskytuje dostatočnú atraktivitu na opakovanú návštevu, alebo je atraktívna pre návštevníkov iba na krátku dobu.
- Sezónnosť. Prostredníctvom ukazovateľa hodnotenia destinácie vieme vyhodnotiť aj sezónnosť destinácie, teda či je destinácia pre návštevníkov atraktívna a populárna v priebehu celého roka alebo iba počas sezóny.

Podľa TourData (2025) intenzita návštevnosti v cestovnom ruchu predstavuje pomer prenocovania návštevníkov na celkový počet obyvateľov vo vybranej lokalite.

Intenzitu návštevnosti ako ukazovateľ môžeme vyjadrovať nasledovne:

- Čím je hodnota ukazovateľa vyššia, tým je väčší počet nocujúcich návštevníkov v danej lokalite v prepočte na jedného obyvateľa.
- Rastúci index môže spôsobovať buď väčší počet turistov, ktorí strávia minimálne jednu noc v destinácii; nižším počtom obyvateľov v destinácii; spojením oboch.

Podľa nasledujúceho vzorca vieme vypočítať intenzitu návštevnosti:

$$I = \frac{t}{r}$$

kde I vyjadruje výsledok intenzity, čiže počet návštevníkov na jedného obyvateľa; t vyjadruje počet návštevníkov; r vyjadruje počet obyvateľov.

Na základe vytvorenej časovej rady vieme zhodnotiť návštevnosť v cestovnom ruchu vo vybranej destinácii. Pri hodnotení vývoja návštevnosti vieme, ktoré nástroje destinačného manažmentu boli aplikované, a z toho vieme vyvodiť ich úspešnosť, poprípade neúspešnosť.

V nasledujúcich podkapitolách tejto časti práce, si bližšie charakterizujeme pojmy spojené s návštevnosťou v cestovnom ruchu. Následne si vymenujeme faktory, ktoré majú vplyv na návštevnosť destinácie. Pri metodike sledovania návštevnosti sa zameriame na organizácie, ktoré sledujú návštevnosť, a to nie len v Českej republike, ale aj v Európe a vo svete. Na záver si vysvetlíme metódy hodnotenia návštevnosti a aký má význam hodnotenie návštevnosti v cestovnom ruchu.

1.2.1 Návštevník v cestovnom ruchu

Cestovanie sa vzťahuje na činnosť cestovateľov. Cestujúci je osoba, ktorá sa pohybuje v rôznych geografických lokalitách za akýmkoľvek účelom a na akúkoľvek dlhú dobu. Výlety návštevníkov sú turistické výlety. Pod pojmom turistická návšteva rozumieme pobyt na mieste navštívenom počas turistickej cesty. Prenocovanie počas pobytu nie je podmienkou, aby sa pobyt klasifikoval ako turistická návšteva. Cesta sa vzťahuje na pohyb osoby od chvíle odchodu z jej bežného miesta pobytu až kým sa nevráti.

V oficiálnej medzinárodnej metodickej príručke vydanej OSN (2008) je uvedené, že cestovný ruch je podskupina cestovania a jeho návštevníci sú podskupinou cestujúcich. Tieto rozdiely sú nevyhnutné pre zhromažďovanie údajov o pohybe cestujúcich a návštevníkov a pre spoľahlivosť štatistických údajov o cestovnom ruchu. Domáci, prichádzajúci alebo odchádzajúci cestovatelia sú nazývané osoby, ktoré cestujú, či už sa jedná o domáce, prichádzajúce alebo vychádzajúce cestovanie, podľa toho, do ktorej kategórie patria. (International Recommendations for Tourism Statistics, 2008)

Podľa Gúčika (2001) subjektom cestovného ruchu rozumieme účastníka cestovného ruchu, ktorý často pomenúvame ako návštevník, turista alebo výletník. Nie vždy sú však tieto pojmy rovnaké. Definovanie subjektu cestovného ruchu z ekonomického hľadiska je podľa Gúčika (2001) nasledovné: účastník cestovného ruchu je každý, kto počas cestovania a pobytu mimo miesta svojho trvalého bydliska uspokojuje svoje potreby spotrebovaním statkov cestovného ruchu. V praxi v oblasti cestovného ruchu je však dôležité rozlišovať cestujúcich, kvôli štatistickým údajom. Zo štatistického hľadiska sú k cestujúcim zahrnutí návštevníci, ku ktorým sa zaraďujú stály obyvatelia, turisti a výletníci, a Gúčík (2001) ich definuje nasledovne:

Stály obyvateľ, inak nazývaný rezident, je v domácom cestovnom ruchu nazývaná osoba, ktorá žije minimálne šesť po sebe idúcich mesiacov na tom istom mieste pred tým, ako príde na iné miesto, a to na dobu kratšiu ako šesť mesiacov. Z hľadiska zahraničného cestovného ruchu sa jedná o osobu, ktorá žije v krajine minimálne jeden rok predtým, ako príde do inej krajiny na dobu kratšiu ako je jeden rok.

Turista sa v domácom cestovnom ruchu nazýva návštevník, ktorý je trvalo usadený v krajine a ktorý cestuje na iné miesto, kde zostane najmenej jedno prenocovanie, ale nie dlhšie obdobie ako šesť mesiacov. Z hľadiska zahraničného cestovného ruchu sa jedná o návštevníka, ktorý vycestuje na územie inej krajiny, kde zostane minimálne jedno prenocovanie, ale maximálne jeden rok. Následne sa rozlišuje z hľadiska trvania pobytu:

- turista na dovolenke, inak nazývaný dovolenkár, ktorý sa na danom mieste zdrží viac ako je daný počet dní/nocí; tento počet dní/nocí je pre krajiny odlišný (napr. na Slovensku je počet stanovený na 2 až 3 noci),
- krátkodobo pobývajúci turista, ktorý vycestoval a na danom mieste nepobudne viac ako je stanovený počet dní, ale zároveň podmienkou je, že musí prenocovať minimálne jednu noc.

Výletník, inak nazývaný aj jednodňový návštevník, je návštevník, ktorý vycestuje na dobu kratšiu ako 24 hodín a to bez toho, aby na navštívenom mieste prenocoval. (Gúčík, 2001)

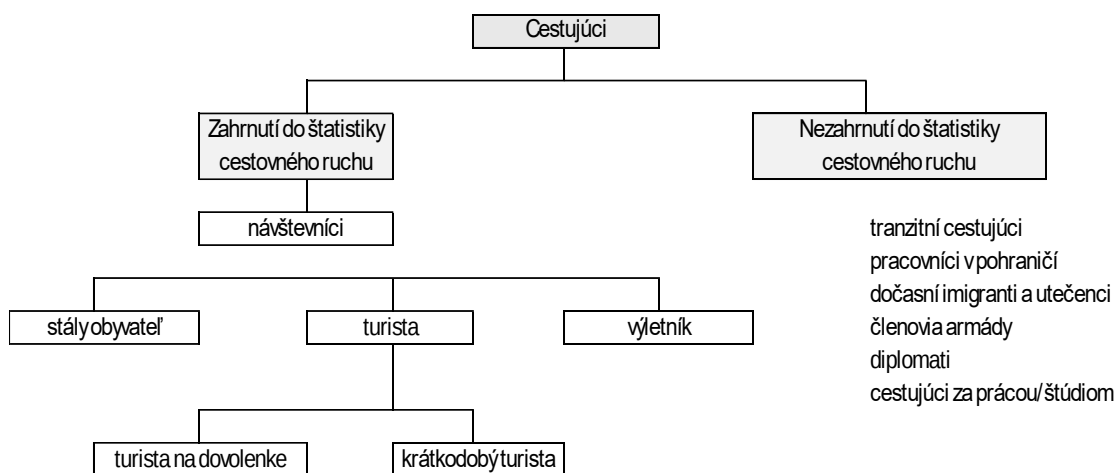
Návštevník, je cestujúci, ktorý sa vydá na cestu do cieľového miesta mimo svojho bežného prostredia na dobu kratšiu ako jeden rok, za akýmkoľvek hlavným účelom, a nie je zamestnaný rezidentským subjektom v navštívenom mieste či krajine. Účel cesty môže byť obchodný, rekreačný alebo iný osobný účel. (unwto.org)

Okrem vyššie spomenutých cestujúcich, ktorých v štatistikách cestovného ruchu evidujeme, sú aj cestujúci, ktorých v štatistikách cestovného ruchu neevidujeme. Do tejto skupiny patria:

- tranzitní cestujúci, ktorí prechádzajú krajinou s cieľom návštevy inej destinácie,
- pracovníci v pohraničí, osoby, ktoré majú miesto trvalého bydliska v blízkosti hraníc a pracujú v susediacej krajine,

- dočasní imigranti a utečenci,
- členovia armády vrátane ich rodinných príslušníkov a sprevádzajúcich osôb,
- diplomati, ktorí vykonávajú činnosť mimo svojej krajiny, vrátane rodinných príslušníkov a sprevádzajúcich osôb,
- obyvatelia cestujúci za prácou alebo štúdiom do iného mesta.

Obr. 2 pod textom zobrazuje schému subjektu cestovného ruchu – ako delíme cestujúcich do dvoch skupín. Následne sú podľa skupiny ďalej rozdelení a vymenovaní.



Obr. 2: Subjekt cestovného ruchu

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Gúčík, 2001

Podľa metodiky českého štatistického úradu (2025) je návštevník klasifikovaný ako turista, ale pod podmienkou, že jeho cesta zahŕňa prenocovanie. Ak jeho cesta prenocovanie nezahŕňa, jedná sa o jednoduchového návštevníka. Turista, ktorý sa ubytuje v ubytovacom zariadení je podľa ČSÚ označovaný ako hosť.

Český štatistický úrad sleduje prevažne turistov, teda tých, ktorí vo vybranom mieste prenocujú. Na stránkach ČSÚ nájdeme štatistické údaje ohľadom počtu turistov, prenocovaní a krajiny pôvodu. V štatistikách väčšinou nie sú zahrnutí jednoduchový návštevníci.

Svetová organizácia cestovného ruchu zo štatistického hľadiska sleduje návštevnosť globálne. Informačný panel UN Tourism poskytuje štatistické údaje a prehľad o základných ukazovateľoch príjazdového a výjazdového cestovného ruchu na globálnej, regionálnej a národnej úrovni. Tieto údaje zahŕňajú príjazdy turistov, podiel cestovného ruchu na vývoze a podiel na HDP, sezónnosť a ubytovanie, a to konkrétne údaje o počte izieb, hostí a prenocovaní.

Organizácie, ktoré sledujú návštevnosť v cestovnom ruchu a metodiku sledovania návštevnosti vo svete ale aj v Českej republike budeme bližšie rozoberať v podkapitole 1.2.3.

1.2.2 Faktory ovplyvňujúce návštevnosť v cestovnom ruchu

Pojem návštevnosť v cestovnom ruchu je veľmi často používaný pojem v odbornej literatúre ale aj v štatistike, aj keď jednotná definícia k tomuto pojmu nie je. V praxi však pojem návštevnosť udáva počet osôb, ktoré vo vybranom časovom období navštívili vybranú destináciu, a to bez ohľadu na to, či do destinácie prišli iba na jeden deň, t. j. bez prenocovania, alebo prenocovali.

Z odborného hľadiska je pojem návštevnosť v cestovnom ruchu charakterizovaný ako štatistický ukazovateľ vyjadrujúci koncentráciu pohybu návštevníkov v mieste a čase. Návštevnosť v cestovnom ruchu je možné sledovať z viacerých hľadísk, ktoré si vysvetlíme v ďalšej podkapitole číslo 1.2.4.

Dopyt (Gúčík, 2001) charakterizujeme ako „súborný prvok trhu a je výsledkom pôsobenia rozličných činiteľov“. Subjekt, čiže účastník cestovného ruchu, je nositeľom dopytu, ktorý sa cestovného ruchu zúčastňuje s cieľom uspokojiť potreby spojené s cestovaním mimo svojho trvalého bydliska, získaním zážitku a zväčša vo svojom voľnom čase.

Dopyt po cestovnom ruchu ovplyvňujú rôzne faktory, ktoré pôsobia aj na správanie sa subjektov cestovného ruchu. Tieto faktory, ktoré ovplyvňujú návštevnosť v cestovnom ruchu, rozdeľujeme do nasledovných kategórií:

- a) *Psychologické faktory*. Subjekt cestovného ruchu sa rozhoduje o účasti na cestovnom ruchu, výbere destinácie a ubytovania, spôsobe dopravy, na základe aktuálnych potrieb a očakávaní. Potreby rozdeľujeme na biologické potreby (potreby, ktoré sú nevyhnutné pre život jednotlivca, napr.: potreba výživy, odievania, bývania či hygieny) a kultúrne potreby (potreby, ktoré sú menej nevyhnutné pre život jednotlivca a vznikajú na určitom stupni spoločenského rozvoja, napr.: relax, poznávanie). Potreby, ktoré sú uspokojované v cestovnom ruchu, zaraďujeme do skupiny menej nevyhnutných potrieb. „Cestovný ruch je formou uspokojovania potrieb“ (Gúčík, 2001, s. 20-22).

Účasť na cestovnom ruchu sa utvára až keď sú uspokojené nevyhnutné potreby, následne prichádza k uspokojeniu menej nevyhnutných potrieb, kam zaraďujeme aj potreby cestovného ruchu. Potreby, ktoré vznikajú a dochádza k ich uspokojeniu počas účasti na cestovnom ruchu, sú rôznorodé. Rozdeľujeme ich na primárne potreby (predstavujú podnet k cestovaniu, napr. rekreácia, šport) a sekundárne potreby (predstavujú nástroj uspokojovania primárnych potrieb a sú nevyhnutné k dosiahnutiu efektu z uspokojovania primárnych potrieb, napr. preprava, bývanie).

- b) *Ekonomické faktory*. Ekonomické faktory sú výsledkom dosiahnutej úrovne rozvoja hospodárstva. Do tejto skupiny patrí hrubý domáci produkt, príjmy obyvateľov, ceny tovarov a služieb, úspory, miera nezamestnanosti, inflácia, vlastníctvo dlhodobého majetku ľudí v domácnostiach. (Gúčík, 2001, s. 9, 10)

Hrubý domáci produkt (HDP) predstavuje celkovú hodnotu tovarov a služieb, ktoré boli vyprodukované v národnom hospodárstve za obdobie jedného roku. S nárastom hrubého domáceho produktu narastajú aj príjmy a výdavky obyvateľov a štátu.

Spotrebná kvóta (označenie vo vzorci: Sk), ako kvalitatívny ukazovateľ, slúži k vyjadreniu vzťahu HDP a cestovného ruchu a vypočíta sa podľa nasledovného vzorca, kde V sú výdavky na cestovný ruch:

$$Sk = \frac{V}{HDP} \cdot 100$$

Ceny tovarov a služieb sú ďalším ekonomickým faktorom, ktorý vplýva na účasť na cestovnom ruchu. Dôležitá je cenová hladina služieb a aj porovnanie cien odlišných služieb v cestovnom ruchu (napr. ubytovacie a stravovacie služby). (Gúčík, 2001, s. 22)

- c) *Demografické faktory*. Demografické faktory majú súvis s charakteristikami spotrebiteľov, ako je počet, veková štruktúra, pohlavie a podobne. Dopyt po cestovnom ruchu je ovplyvnený týmito faktormi priamo alebo nepriamo. Priamy vplyv sa prejavuje tak, že obyvatelia sa zúčastňujú cestovného ruchu v závislosti dosiahnutého stupňa materiálneho zabezpečenia, tzn. čím je krajina hospodársky vyspelejšia, tým je väčší dopyt obyvateľov po cestovnom ruchu. (Gúčík, 2001, s. 23, 24) Dopyt po cestovnom ruchu výrazne ovplyvňuje veková štruktúra obyvateľstva. Najväčšiu časť účastníkov cestovného ruchu tvoria obyvatelia nad 15 rokov, keďže za deti do 15 rokov majú zodpovednosť rodičia. Mladí ľudia má viac voľného času a menej požiadaviek. Slobodní ľudia väčšinou cestujú intenzívnejšie, keďže nemajú záväzky. Starší ľudia a seniori zväčša cestujú zo zdravotných dôvodov. Účasť rodín na cestovnom ruchu závisí zväčša od počtu detí. Z hľadiska pohlavia, medzi mužmi a ženami, sú rozdiely prevažne v type aktivít. (Gúčík, 2001)
- d) *Sociálno-kultúrne faktory*. Medzi sociálno-kultúrne činitele, ktoré vplyvajú na dopyt po cestovnom ruchu zaraďujeme voľný čas, vzdelanie a kultúra. Voľný čas patrí k hlavným predpokladom vzniku a realizácií cestovného ruchu. Vo voľnom čase môže človek vykonávať rôzne aktivity, ako napríklad vzdelávanie sa, tráviť čas s rodinou, verejne sa zapájať do rôznych aktivít, relaxovať, vytvárať si záľuby a zabávať sa. Cestovný ruch preto zastáva dôležitú úlohu pri plnení základných funkcií voľného času a zároveň je prostriedkom na realizáciu voľnočasových aktivít rôzneho charakteru. Cestovanie má pozitívny vplyv na zdravie a rozvoj osobnosti. Voľný čas počas dovolenky je dôležitým obdobím z hľadiska cestovného ruchu, pretože tvorí predpoklad pre rozvoj dlhodobého cestovného ruchu. (Gúčík, 2001, 24, 25)
- Dosiahnutá úroveň sociálno-ekonomického vývoja spoločnosti má súvis s úrovňou vzdelania a kultúry. Účasť na cestovnom ruchu sa zvyšuje s dosiahnutým vzdelaním, rozvíja kultúrne záujmy a zvyšuje všeobecný prehľad a rozvoj základných vedomostí. Následne sa zvyšuje aj záujem cestovanie a cestovný ruch z hľadiska využívania voľného času. (Gúčík, 2001)
- e) *Ekologické faktory*. Kvalita životného prostredia je jeden z najdôležitejších ekologických činiteľov, ktoré ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu. Životné prostredie je tvorené materiálnymi a duchovnými podmienkami, ktoré formujú a tvoria život človeka aj spoločnosti a zároveň tvorí podmienky ku každodennému fungovaniu, napr. pre prácu alebo bývanie.
- Obytné prostredie má širokú teritoriálnu pôsobnosť. Človek práve v tomto prostredí počas života strávi väčšinu svojho času. Mestský spôsob života je charakteristický umelým prostredím, vysokou hustotou zaľudnenia, čo spôsobuje preľudnenosť oblasti, znečisťovanie ovzdušia a hlučnosť.
- Pracovné prostredie je súčasťou životného prostredia, kde človek trávi tiež značnú časť času. Nie vždy je možné uniknúť nepriaznivým vplyvom týchto prostredí.
- Rekreačné prostredie je ďalším typom životného prostredia. Jeho základné prvky (voda, pôda, vzduch, rastliny a živočíchy) majú jedinečný význam aj pre cestovný ruch. Ide o schopnosť poskytnúť podmienky k rozvoju cestovného ruchu. K zabezpečeniu trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu je nevyhnutnosťou ochrana životného prostredia. (Gúčík, 2001, s. 11, 12)

- f) *Politické a administratívne faktory.* Vývoj cestovného ruchu je ovplyvnený zahraničnými vzťahmi. Návštevnosť v cestovnom ruchu ovplyvňujú rôzne faktory, ako napríklad politická stabilita, zákony a nariadenia či bezpečnostné opatrenia. Cestovný ruch je obmedzený v čase kríz a vojnových konfliktov, a to aj v krajinách, ktoré nie sú priamo zúčastnené vo vojnovom konflikte. Voľný pohyb účastníkov cestovného ruchu a bezkonfliktné zahraničné vzťahy sú žiaduce pre rozvoj cestovného ruchu. Jednou z prekážok pri rozvoji príjazdového cestovného ruchu je v niektorých krajinách požadovanie víz. Administratívne predpisy a úkony pri prechode hraníc ovplyvňujú rozhodovanie niektorých cestujúcich. Záleží to na predpisoch a podmienkach vstupu do danej krajiny. Pas, doklad totožnosti, je veľmi často prekážkou pri rozvoji zahraničného cestovného ruchu. V dnešnej dobe je vo väčšine krajín Európskej únie zrušená vízová povinnosť a potreba cestovať s pasom. (Gúčík, 2001, s. 10)
- g) *Technologické faktory.* Technologické faktory výrazne ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu. Technologický pokrok zaznamenávame vo vybavenosti infraštruktúry a rozvoji komunikačných technológií. Bez rozvoja dopravnej infraštruktúry by nebol možný rozvoj cestovného ruchu. V dnešnej dobe má na cestovný ruch vplyv rozvoj hlavne leteckej dopravy, ale aj železničnej a vodnej dopravy. Doprava ako taká a jej rozvoj je žiaduce prepojiť s bezpečnosťou, kvalitou a zároveň aj cenovou dostupnosťou. (Gúčík, 2005, s. 121)

1.2.3 Metodika sledovania návštevnosti

Sledovanie návštevnosti v oblasti cestovného ruchu je dôležité z viacerých hľadísk. K tým najdôležitejším aktivitám, pre ktoré má sledovanie návštevnosti význam, patrí plánovanie, marketing a hodnotenie výkonnosti destinácie. Na získanie presných údajov sa používajú rôzne metódy a zdroje, ktoré rozdeľujeme na dve skupiny:

- a) *Priame metódy.* Priame metódy sú také, kde sa dáta a údaje získavajú od konkrétnych zdrojov. Do tejto skupiny patria napríklad štatistiky ubytovacích zariadení, letiskové štatistiky, vstupy do atrakcií, dopravné štatistiky... Prieskumy a dotazníky sú bežne využívaným spôsobom zberu údajov o záujmoch turistov a ich správaní. Realizácia prieskumov väčšinou prebieha na miestach príjazdu turistov a počas ich pobytu v destinácií. Údaje o počte príchodov cez hranice a letiská sa zbierajú k monitorovaniu a sledovaniu návštevnosti danej krajiny. Ubytovacie zariadenia poskytujú úradom údaje o obsadenosti a počte prenocovaní.
- b) *Nepriame metódy.* Nepriame metódy sú také, kde sa dáta a údaje získavajú z externých alebo druhotných zdrojov. Do tejto skupiny patria napríklad prieskumy a dotazníky, geolokácia, online analýza, analýza platobných transakcií... V dnešnej dobe sa vo veľkom využíva sledovanie chovania turistov prostredníctvom sociálnych sietí, príspevkov a hodnotení cez známe platformy ako je TripAdvisor či Instagram. Získané údaje následne využívajú organizácie v cestovnom ruchu na predvídanie trendov a to aj v oblasti cestovného ruchu. Údaje o premiestňovaní sa turistov prostredníctvom GPS alebo mobilných aplikácií, ako napríklad Google Maps, sa využívajú k analyzovaniu pohybu turistov.

Metodika sledovania návštevnosti v cestovnom ruchu kombinuje viaceré postupy k zbieraniu a analýze dát o turistoch a ich pohybe. Sledovanie návštevnosti prebieha na národnej

a medzinárodnej úrovni. Medzi organizácie, ktoré zhromažďujú dáta a následne ich analyzujú, zaraďujeme:

- UN Tourism – Organizácia Spojených národov pre cestovný ruch pravidelne a systematicky zhromažďuje údaje o cestovnom ruchu v rozsiahlej databáze, z krajín celého sveta a poskytuje najkomplexnejšie dostupné databázy a štatistiky o sektore globálneho cestovného ruchu. Údaje z krajín zbiera UN Tourism prostredníctvom súboru ročných dotazníkov, ktoré majú súlad so štandardmi Medzinárodných odporúčaní pre štatistiku cestovného ruchu (IRTS). (UN Tourism, 2025)
- WTTC – World Travel and Tourism Council každoročne vypracováva správy o vplyve cestovného ruchu na zamestnanosť v 184 krajinách a 28 regiónoch na celom svete. Tieto správy sú dôležitým nástrojom, ktorý poskytuje orgánom verejného aj súkromného sektoru fakty o hodnote, ktorú prináša cestovný ruch v oblasti ekonomiky. (World Travel & Tourism Council, 2025)
- Eurostat - Eurostat je oficiálny štatistický úrad Európskej únie, ktorý poskytuje a zverejňuje štatistiky a analýzy týkajúce sa cestovného ruchu v Európe. Eurostat vytvára európsku štatistiku v spolupráci s národnými štatistickými úradmi a ďalšími vnútroštátnymi orgánmi členských štátov Európskej únie a Švajčiarska. (Eurostat, 2025)
- ČSÚ - Český štatistický úrad poskytuje objektívny a komplexný obraz ekonomického, sociálneho, demografického a environmentálneho vývoja Českej republiky. ČSÚ poskytuje detailné údaje o cestovnom ruchu v ČR, ktoré zahŕňajú príchody turistov, ubytovacie kapacity a ďalšie ukazovatele spojené s cestovným ruchom. (Český štatistický úrad, 2025)

Tab. 3: Porovnanie úrovni sledovania návštevnosti

Úroveň sledovania	Organizácia	Ukazovatele
Svet	WTTC	ekonomický dopad turizmu, zamestnanosť
Európa	Eurostat	počet prenocovaní, sezónnosť, výdavky
Česká republika	ČSÚ	počet turistov, krajina pôvodu, výdavky

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 3 zobrazuje prehľad úrovni sledovania návštevnosti v cestovnom ruchu, názvy organizácií a ukazovatele, ktoré sú predmetom ich sledovania.

Merateľné ukazovatele, ktoré sa využívajú na hodnotenie počtu turistov a ich správania a dopadu na ekonomiku, nazývame indikátory sledovania návštevnosti. K týmto indikátorom zaraďujeme napríklad:

- počet turistov,
- priemerná dĺžka pobytu,
- obsadenosť ubytovacích zariadení,
- spokojnosť turistov,
- výdavky turistov,

- sociálno-demografické charakteristiky turistov a typy turistov.

Konkrétne si tieto ukazovatele rozoberieme v nasledujúcej podkapitole 1.2.4.

1.2.4 Metódy hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu

Hodnotenie návštevnosti v cestovnom ruchu je kľúčovou aktivitou pre plánovanie a rozvoj destinácií, vypracovávanie marketingových stratégií a pre ekonomické analýzy. Existuje viacero metodických prístupov hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu, ktoré rozdeľujeme do troch skupín, a to kvalitatívne metódy (skúsenosti a spokojnosť) a kvantitatívne metódy (štatistiky, čísla), alebo kombinované metódy hodnotenia.

- Kvalitatívne metódy** sú metódy zamerané na zisťovanie nečíselných údajov, jedná sa teda o názory, postoje a skúsenosti účastníkov. Na základe týchto údajov vieme porozumieť ich názorom a spokojnosti/nespokojnosti, ich vnímaniu destinácie a čo je dôvod ich návštevy. Odpovede na tieto a ďalšie otázky vieme zistiť napríklad na základe rozhovorov s návštevníkmi, pomocou dotazníkov, podľa ich recenzií či samotným pozorovaním ich správania na danom mieste. Medzi výhody uplatňovania kvalitatívnych metód patrí pomoc pri vylepšovaní služieb a odкрývajú spokojnosť účastníkov. K nevýhodám zaraďujeme možnú zaujatosť a neobjektívny pohľad a náročnejšie vyhodnocovanie získaných údajov.
- Kvantitatívne metódy** sú zamerané na zber číselných údajov, ktoré sú merateľné a dajú sa štatisticky spracovať. Cieľom použitia kvantitatívnej metódy hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu je zistiť množstvo, resp. konkrétny číselný údaj, o návštevníkoch, koľko ich kedy prišlo, odkiaľ prišli, aká bola dĺžka ich pobytu a podobne. Tieto číselné údaje sa dajú zistiť napríklad na základe predaji vstupeniek, zo štatistik ubytovacích zariadení či z inteligentných systémov počítania osôb, ako sú senzory či turnikety. K výhodám uplatňovania kvantitatívnych metód patrí presnosť čísel a taktiež sú vhodné z dlhodobého hľadiska na monitorovanie trendov. Nevýhodou je, že nevieme zistiť názory účastníkov a ich spokojnosť, prípadne nespokojnosť.
- Kombinované metódy** sú zamerané na prepojenie kvalitatívnych a kvantitatívnych metód. Využívajú sa s cieľom nadobudnúť presné číselné údaje a zároveň aj hlbší význam. Kombinované metódy vieme aplikovať napríklad dotazníkmi s oboma typmi otázok, uzatvorenými aj otvorenými, alebo analyzovaním recenzií spolu so štatistikami. Medzi výhody patrí určite spoľahlivosť. K nevýhodám kombinovaných metód zaraďujeme vysokú časovú náročnosť a náročnosť spracovania.

Najlepší prístup k hodnoteniu návštevnosti v cestovnom ruchu spočíva v kombinovaní viacerých metód. Kým kvantitatívne štatistiky poskytujú tvrdé údaje o počtoch turistov a ich výdavkoch, kvalitatívne metódy umožňujú pochopiť ich skúsenosti a preferencie.

Kvalitatívne a kvantitatívne metódy výskumu sú jedny z mnohých využívaných a najznámejších. Obidve tieto metódy si charakterizujeme aj zo štatistického hľadiska, vysvetlíme si ich využitie a uvedieme výhody a nevýhody.

Kvalitatívna metóda charakterizuje prístup, ktorého cieľom je zamerať sa na lepšie pochopenie pohľadu a chovaniu ľudí v ich prirodzenom prostredí. Túto metódu je vhodné použiť

obzvlášť v prípadoch, kedy nie je možné jednotlivé javy jednoducho vyjadriť číselne, napríklad názory. Zber dát sa najčastejšie realizuje prostredníctvom rozhovorov.

Kvantitatívna metóda charakterizuje prístup, ktorý je zameraný na zbieranie a vyhodnotenie číselných údajov a dát. Táto metóda sa využíva pri skúmaní korelácií medzi premennými, a pri tvorbe predpovedí. Zber dát sa najčastejšie realizuje prostredníctvom prieskumov, ktorých údaje sú vyhodnotené pomocou štatistických nástrojov. Vďaka tejto metóde je možné overiť hypotézy a formulovať štatisticky dokázané závery. (Mind the graph, 2023)

1.2.5 Význam hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu

Hodnotenia návštevnosti v oblasti cestovného ruchu sa vykonávajú z viacerých dôvodov, ktoré sú dôležité na efektívne riadenie a rozvoj destinácií, a sú nevyhnutné na posúdenie aktuálnej situácie v destinácií. Pomáha bližšie porozumieť správaniu turistov, optimalizovať a vylepšovať služby a celkovo zvýšiť ekonomický prínos turizmu.

Pri plánovaní a rozvoji destinácie sa identifikujú trendy návštevníkov, v akých obdobiach navštevujú destináciu a aké aktivity vyhľadávajú. Efektívne plánovanie napomáha zlepšovať rozvoj ubytovaní a atrakcií pre návštevníkov. Na základe hodnotení sa monitoruje kapacita destinácie a to pomáha predchádzať nadmernému turizmu (overtourism).

Z ekonomického hľadiska hodnotenie návštevnosti umožňuje odhadnúť výnosy z CR a taktiež môže viesť k zvýšeniu investícií investorov, z potencionálneho hľadiska rozvoja turizmu.

Pomocou hodnotení je možné správne zacieliť marketingové a propagačné kampane na konkrétne skupiny návštevníkov. Zároveň sa dá zistiť, aký vplyv mali tieto kampane na návštevníkov. Pomocou prieskumov spokojnosti sa identifikujú silné a slabé stránky destinácie a to pomáha k ich zlepšeniu, poprípade sa potom vedľa lepšie prispôbiť ponúkané produkty a služby pre návštevníkov.

Hodnotenie návštevnosti v oblasti cestovného ruchu je nevyhnutné pre efektívne plánovanie, riadenie a rozvoj destinácie, a môžeme ho hodnotiť z nasledujúcich hľadísk:

- a) Ekonomický význam. Hodnotenie návštevnosti z ekonomického hľadiska poskytuje významné informácie a údaje pri ekonomickom rozhodovaní v krajine. Tieto údaje pomáhajú približne určiť výdavky turistov na ubytovanie, stravu, dopravu a ostatné služby. Údaje majú využitie napríklad aj pri tvorbe verejného rozpočtu, plánovaní investícií, či podpore lokálneho rozvoja. Zvyšujúcou sa návštevnosťou pribúdajú aj pracovné príležitosti, čo vedie k zvyšovaniu zamestnanosti.
- b) Marketingový význam. Hodnotenie návštevnosti má podstatný význam aj z marketingového hľadiska. Prostredníctvom podrobných analýz návštevníkov z demografickej stránky, krajiny pôvodu, alebo podobných ukazovateľov, je jednoduchšie vytvoriť marketingové kampane tak, aby boli zamerané na konkrétne cieľové skupiny. Dôležitým prvkom je monitorovať aktuálne trendy v oblasti cestovania, čo pomôže ku včasnému reagovaniu na dopyt v cestovnom ruchu.
- c) Environmentálny význam. Cestovný ruch a aktivity s ním spojené majú silný vplyv na životné prostredie. V tomto smere pomáha hodnotenie návštevnosti vo viacerých oblastiach, napríklad pri sledovaní a určovaní únosnej kapacity miesta (maximálny

možný počet návštevníkov, ktorý je prijateľný na danom mieste), pri vytváraní a zavádzaní opatrení, či pri ochrane prírodných zdrojov.

- d) Sociálno-kultúrny význam. Hodnotenie návštevnosti a spokojnosti turistov sa vykonáva prostredníctvom rôznych metód, ktoré sú uvedené v predchádzajúcich podkapitolách, a vedie to ku zlepšeniu kvality služieb. Okrem toho dochádza k budovaniu silnejších vzťahov medzi miestnymi obyvateľmi a návštevníkmi, spoznávaniu miestnej kultúry.
- e) Politický a legislatívny význam. Na základe analýz údajov počtu návštevníkov a ich správania sa, je možné efektívne plánovať a koordinovať rozvoj cestovného ruchu, zavádzať do platnosti legislatívne opatrenia, nastavenie a regulácia turistických poplatkov (obzvlášť vo vyťažенých destináciách), monitorovať kriminalitu a zvyšovať bezpečnosť turistov ale aj miestnych obyvateľov.

2 Analytická časť

V druhej časti, analytickej časti, bakalárskej práce si hneď na úvod charakterizujeme cieľ a metodiku skúmania práce. Následne si charakterizujeme Prahu ako mestskú destináciu cestovného ruchu, z geografického hľadiska a hlavne z hľadiska cestovného ruchu a atraktivít mesta, keďže sa jedná o destináciu, na ktorú je zameraná naša práca. Bližšie nahliadneme na získané údaje v oblasti návštevnosti a aktuálnych čísel, a taktiež zhodnotíme aktuálny stav cestovného ruchu vo vybranej destinácii. Analýzu budeme vytvárať v oblasti demografickej štruktúry, a to konkrétne o zahraničných návštevníkoch rozdelených podľa krajiny pôvodu a vývoj návštevnosti v hromadných ubytovacích zariadeniach. Vývoj návštevnosti budeme sledovať aj v rámci kongresových akcií a kontexte trendov na území ČR. Na záver vytvoríme predikciu návštevnosti na nasledujúce obdobie 5 rokov. Predikcia bude vytvorená na základe zhromaždených číselných údajov z Českého statistického úradu.

2.1 Cieľ a metodika skúmania

Hlavným cieľom bakalárskej práce je analyzovať údaje o návštevnosti hlavného mesta Prahy v oblasti cestovného ruchu na základe získaných údajov a následne vytvoriť predpoveď návštevnosti na nasledujúce obdobie. Dosiahnutie hlavného cieľa bakalárskej práce spočíva v nasledovných čiastkových cieľoch práce:

- zhodnotenie aktuálneho stavu cestovného ruchu vo vybranej oblasti;
- analýza demografickej štruktúry návštevníkov;
- zhodnotenie vývoja návštevnosti v HUZ a v rámci kongresových akcií;
- vytvorenie predikcie návštevnosti na nasledujúce obdobie.

K výskumu využívame analýzu údajov, ktoré sú získané z dostupných a overených štatistických databáz a správ cestovného ruchu vo vybranej oblasti. Informácie a údaje sme získavali cez: Český štatistický úrad, portál CzechTourism – Tourdata. Ďalej vykonávame prácu s internetovými zdrojmi, ktoré nám umožňujú získanie ďalších údajov a informácií. K výskumu nevyužívame primárne dáta ale sekundárne dáta, čiže nie je potrebný zber údajov od respondentov.

Ako nástroj na analýzu dát a ich spracovanie použijeme program Microsoft Excel. Spracované dáta majú aj vizuálnu podobu v podobe grafov a tabuliek, ktorých zoznam nájdeme v prílohe.

V tejto časti práce si zodpovieme odpovede na výskumné otázky, ktoré sa týkajú návštevnosti vybranej destinácie a cestovného ruchu. Riešené otázky boli nasledovné:

- Ako sa vyvíja návštevnosť zahraničných turistov za posledných 10 rokov?
- V ktorom období v priebehu roka je najvyššia návštevnosť vo vybranej destinácii?
- Ktoré atraktivity Prahy sú najviac navštevované?
- Ako ovplyvnila pandémia Covid-19 návštevnosť v cestovnom ruchu Prahy?

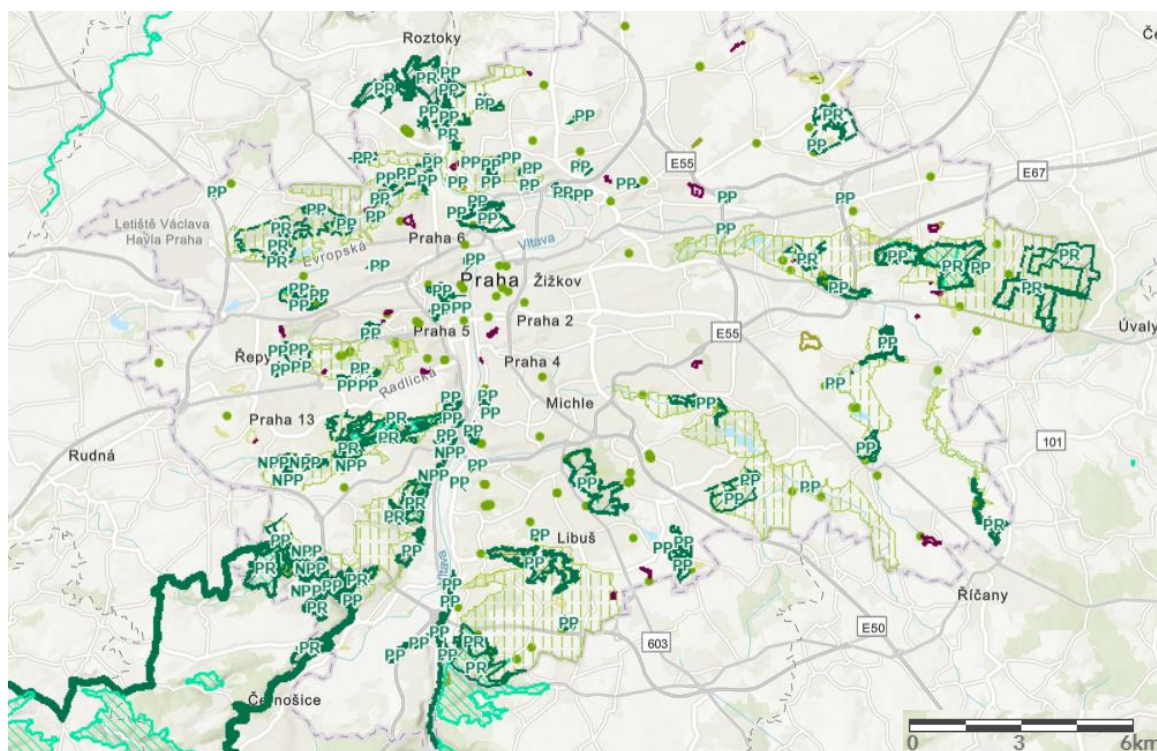
Údaje sú prevažne sledované v rozmedzí niekoľkých rokov. Niektoré číselné údaje z posledných mesiacov roku 2024 nie sú zverejnené, a preto v niektorých prípadoch budeme sledovať vybrané ukazovatele len do roku 2023.

2.2 Charakteristika Prahy ako mestskej destinácie cestovného ruchu

Praha je hlavné a najväčšie mesto Českej republiky. Zároveň patrí k jednému z najvýznamnejších miest strednej Európy. Jedná sa o jedno z najatraktívnejších historických európskych miest. Od roku 1992 je jej historické centrum zapísané na zoznam svetového dedičstva UNESCO.

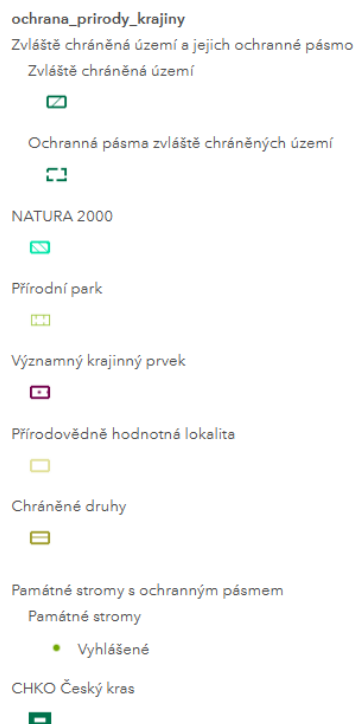
Pri zameraní na druhy a formy cestovného ruchu, ktoré pretrvávajú v Prahe po celý rok, je zásadný mestský cestovný ruch, ktorý je spojený s navštevovaním kultúrnych a historických pamiatok a kongresový cestovný ruch.

Prahu si množstvo jej návštevníkov a aj mnoho rezidentov spája hlavne so súborom stredovekých pamiatok v centre mesta a rušným životom. Na území hlavného mesta Prahy, obzvlášť na okrajoch mesta, sa nachádza množstvo chránených území a prírodných pamiatok, a to konkrétne 88 zvlášť chránených území, z ktorých sedem zaraďujeme medzi národné prírodné pamiatky (Barrandovské skály, Cikánka I., Dalejský profil, Lochkovský profil, Požáry, U Nového mlýna a časť území NPP Černá rokle), 15 prírodných rezervácií a až 66 prírodných pamiatok. K najviac turisticky navštevovaným a najvyhľadávanejším národným prírodným pamiatkam patria Barrandovské skály a Černá rokle. Medzi turisticky vyhľadávané lokality zaraďujeme prírodné rezervácie Divoká Šárka, Prokopské údolí a Radotínske údolí. Na juhozápade mesta zasahuje malým územím jedno veľkoplošné osobitne chránené územie, a to konkrétne CHKO Český kras. Všetky územia sú vyznačené na Obr. 3 priloženého pod textom tohto odseku, ku ktorému je na Obr. 4 priložená legenda.



Obr. 3: Chránené územia v Prahe a blízkom okolí

Zdroj: arcgis.com



Obr. 4: Legenda

Zdroj: arcgis.com

Mierka na mape má hodnotu 1:225 000, to znamená, že 1 cm na mape zodpovedá 2,25 km v skutočnosti.

Okrem množstva prírodných atraktivít vymenovaných vyššie v texte, na území mesta Prahy nájdeme aj mnoho kultúrnych, historických, cirkevných a ďalších pamiatok. K absolútne najnavštevovanejším a najvyhľadávanejším dominantám mesta zaraďujeme Pražský hrad a Chrám sv. Víta, Petřínska rozhľadňa a Staroměstská radnica. Niektoré mestské pamiatkové rezervácie boli zapísané do zoznamu svetového dedičstva UNESCO, prednostne pre ich ochranu. Okrem toho sa na území Prahy nachádzajú aj mestské pamiatkové zóny, dedinské pamiatkové rezervácie a zóny. Na území Prahy môžeme nájsť desiatky zámkov, hradov, kláštorov, kostolov, synagóg a množstvo iných pamätihodností. Ako národná kultúrna pamiatka sa celkovo klasifikuje až 43 objektov na území hlavného mesta a zároveň je to aj najväčší počet pamiatok v meste v rámci Českej republiky. V Prahe sa vyskytuje najväčšia koncentrácia galérií, múzeí a divadiel, a ich návštevnosť je jedna z najväčších v rámci Českej republiky. K ďalším známym a vyhľadávaným atraktivitám mesta patria napríklad vojenské pamiatky, pražská zoologická záhrada, rozhľadne a iné. Všetky tieto atraktivity si bližšie popíšeme v ďalšej podkapitole 2.4.4.

Turistickú infraštruktúru Prahy tvoria z veľkej časti kapacity hromadných ubytovacích zariadení s veľkým podielom hotelov. Infraštruktúru cestovného ruchu Prahy dotvárajú aj turistické informačné centrá, ktoré slúžia pre zahraničných ale aj domácich návštevníkov. K doplnkovej infraštruktúre môžeme zaradiť napríklad nákupné centrá a podobné priestory. Dopravnú infraštruktúru tvorí predovšetkým letisko Václava Havla v Prahe, ktoré poskytuje pravidelné linky do väčšiny krajín sveta.

Praha má celkovo významné postavenie z hľadiska ekonomiky. Cestovný ruch je významnou oblasťou ekonomiky Prahy. Ekonomickú silu cestovného ruchu môžeme hodnotiť pomocou HDP v oblasti pohostinstva a ubytovania. Hodnota predstavuje významné percento v celkovom HDP. Praha je najčastejším cieľovým miestom turistov zo zahraničia, tuzemských služobných ciest a zároveň aj významným centrom kongresovej turistiky. Praha patrí k významným turistickým destináciám príjazdového cestovného ruchu v rámci Českej republiky a má viac než polovičný podiel na návštevnosti celej Českej republiky.

Praha sa radí medzi významné a vyspelé regióny aj v rámci EÚ. Toto postavenie je dané dlhodobým historickým vývojom a prispieva k tomu aj geografická poloha mesta. Za posledné obdobie prebehla transformácia viacerých spoločensko-ekonomických oblastí a jedná sa o atraktívnu oblasť pre investorov. Okrem iného sa výrazne zlepšila kvalita prepojenia mesta Prahy na európsku aj celosvetovú komunikačnú sieť.

2.3 Aktuálny stav cestovného ruchu v Prahe

Cestovný ruch je jeden z hlavných a dôležitých príjmov mesta Prahy. Väčšina návštevníkov v Českej republike navštevuje práve Prahu, a patrí medzi najnavštevovanejšie mestá sveta. Počet návštevníkov v predchádzajúcich rokoch bol ovplyvnený pandémiou Covid-19. Cestovný ruch sa však postupne zotavuje z následkov pandémie a počet návštevníkov sa dostáva na čísla pred pandémiou.

Prague City Tourism je oficiálnou organizáciou destinačného manažmentu mesta Prahy. Ich víziou je cestovný ruch ako jeden zo základov udržateľného rozvoja so zachovaním rešpektu voči kultúrnemu dedičstvu a kvalite života miestnych obyvateľov. Spoločnosť je najväčším prevádzkovateľom atraktivít v hlavnom meste. Poskytuje celkové služby cestovného ruchu pre zahraničných a aj domácich návštevníkov. V roku 2023 viac než 1 milión návštevníkov využilo informačné centrá spoločnosti. (Prague City Tourism, 2025)

V Prahe sa cestovný ruch riadi novou a aktualizovanou stratégiou, ktorej cieľom je maximalizácia pozitívnych dopadov cestovného ruchu a minimalizácia negatív a negatívnych dopadov cestovného ruchu. Stratégia má názov „S respektom k Praze“ a je zhotovená na obdobie rokov 2024-2027. Túto stratégiu vypracovala spoločnosť destinačného managementu Prague City Tourism, a. s. (PCT) a nadväzuje na predchádzajúcu stratégiu „Zájmy Prahy na prvom mieste“.

Cestovný ruch ale prináša aj veľa problémov, vandalizmus, preplnenie mesta či ničenie pamiatok a hluk. Chovanie návštevníkov sa snažia zmeniť aj pomocou marketingových kampaní, medzi celoročné patrí napríklad Enjoy Respect Prague, ktorá informuje návštevníkov o pravidlách a kultúre správania sa. Pozostáva z desiatich pravidiel, ktoré je vhodné dodržiavať a následné je tým zabezpečené správne a vhodné fungovanie jak turistov tak aj domácich obyvateľov.



Obr. 5: Stratégia „S respektem k Praze“

Zdroj: praguecitytourism.cz/o-nas/

Mesto za minulý rok vyzbieralo takmer 900 miliónov korún českých (36 miliónov Eur) na miestnych poplatkoch od turistov. Hodnota miestneho poplatku za ubytovanie je aktuálne 50 korún českých (v prepočte sú to približne 2 Eurá) na noc na osobu. V súčasnosti však mesto plánuje zvyšovať tieto poplatky na 200 korún českých (v prepočte je to približne 8 Eur) na noc. Cieľom je zabezpečiť kompenzáciu nákladov spojených s cestovným ruchom v meste, zlepšiť infraštruktúru a celkovú kvalitu života v meste. S predstavením návrhu sa objavuje kritika a obavy, že by to mohlo odradiť návštevníkov mesta, uviedli v TN CZ (2025).

Na základe zhodnotenia aktuálneho stavu cestovného ruchu v Prahe konštatujeme, že k najnavštevovanejším atraktivitám Prahy patrí Pražský hrad, Petřín, Staroměstské náměstí a orloj, Karlov most a Zoologická zahrada. Všetky tieto miesta a mnoho ďalších lákajú každý rok milióny návštevníkov. Základné informácie o týchto a ďalších pamiatkach si priblížime v podkapitole 2.4.4 a pozrieme sa aj na vývoj návštevnosti vybraných atraktivít.

Praha zaznamenávala každoročne masívny rozmach príjazdového cestovného ruchu, už od roku 2012. Každý rok boli zaznamenané rekordné počty hostov, ale aj počty prenocovaní v HUZ. To sa však zmenilo v roku 2019, keď začala pandémia Covid-19. Tieto zmeny sa odzrkadlili v každom odvetví. Zmeny môžeme pozorovať jak v tabuľkách s číselnými údajmi, tak aj v grafoch v každej nasledujúcej kapitole.

2.4 Návštevnosť v cestovnom ruchu v Prahe

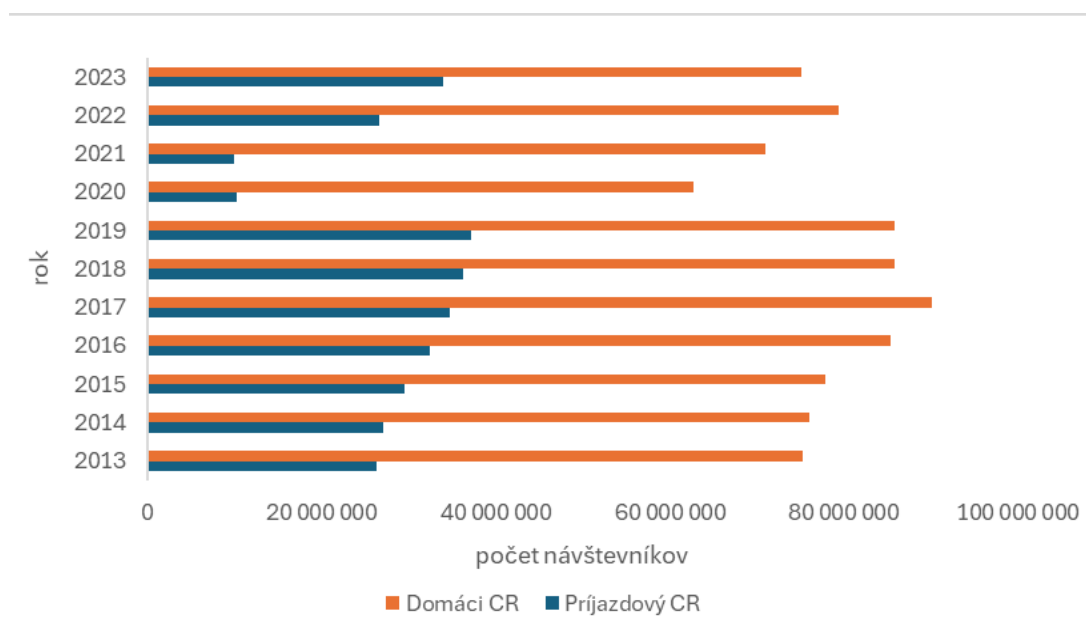
Praha je jedným z najnavštevovanejších európskych miest. Podľa českého štatistického úradu (2024) bolo za prvé tri štvrtroky predchádzajúceho roku 2024 zaevidovaných viac ako 2,2 milióna hostov. Prevažne sa jednalo o zahraničných návštevníkov. Medziročne sa počet hostov zvýšil o 2,5 %. Táto sezóna bola od roku 2012 v porovnaní s ostatnými štvrtá najúspešnejšia.

Praha sa podľa rebríčkov najnavštevovanejších miest v Európe ale aj vo svete umiestňuje v popredných priečkach. Podľa rebríčku Euromonitor International sa Praha nachádza na 25. mieste v 100 najlepších miest sveta na návštevu v roku 2025.

Tab. 4: Celkový počet návštevníkov

Ukazovateľ	Príjazdový CR	Domáci CR
Rok		
2013	26 331 541	75 353 213
2014	27 166 498	76 058 502
2015	29 604 028	77 816 771
2016	32 518 778	85 374 821
2017	34 701 416	90 164 496
2018	36 268 459	85 831 270
2019	37 201 838	85 867 212
2020	10 266 797	62 822 035
2021	10 014 162	71 024 470
2022	26 592 169	79 405 110
2023	33 925 777	75 075 314

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr. 6: Celkový počet návštevníkov 2013–2023

Zdroj: vlastné spracovanie

V tabuľke č. 4 sú zobrazené číselné údaje celkového počtu návštevníkov v rokoch 2013 – 2023. Počty sledujeme v príjazdovom a domácom cestovnom ruchu. V celkovom počte návštevníkov sú zahrnuté nasledovné kategórie: jednodenní návštevníci (bez prenocovania) a turisti (s prenocovaním).

Obr. 6 je grafickým vyobrazením celkového počtu návštevníkov v rozmedzí rokov 2013-2023. Z grafu môžeme vidieť pomer návštevníkov príjazdového a domáceho CR.

S návštevnosťou v cestovnom ruchu je spojená aj návšteva turistických informačných centier. Prague City Tourism prevádzkuje šesť TIC, ktoré sa nachádzajú na:

- Staroměstská radnice,
- Petřínska rozhledna,
- Můstek,
- Pražský hrad,
- Letisko Terminál 1 a 2.

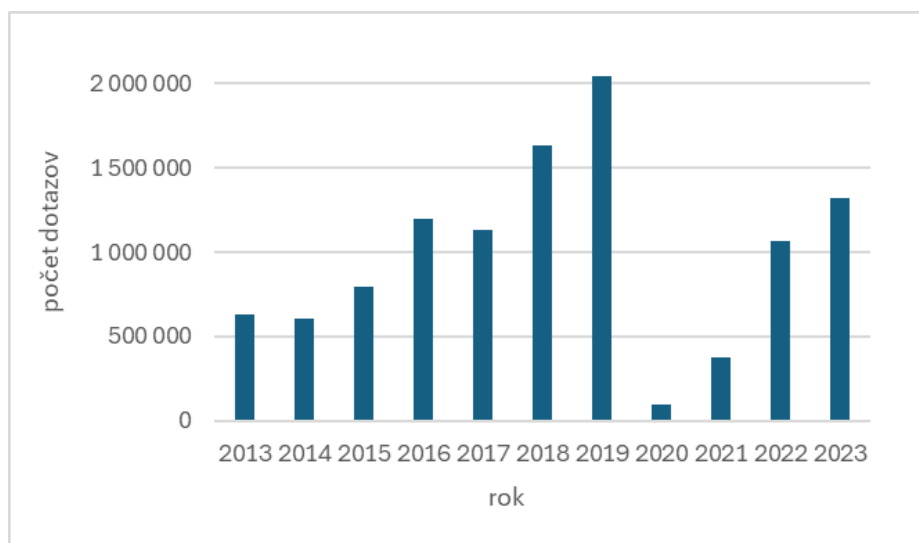
Tab. 5 pod textom vyjadruje číselné hodnoty celkového počtu dotazov, ktoré dostali vo všetkých šiestich TIC v Prahe, v rokoch 2013 – 2023.

Na Obr. 7 môžeme pozorovať graficky spracovaný vývoj týchto počtov dotazov v danom období. V roku 2020 je viditeľne výrazný pokles, ktorý je zapríčinený pandémiou Covid-19. Od roku 2021 môžeme sledovať každoročný nárast v počte dotazov vo všetkých TIC.

Tab. 5: Celkový počet dotazov v TIC

Ukazovateľ	Počet dotazov
Rok	
2013	633 169
2014	607 789
2015	796 895
2016	1 194 237
2017	1 129 981
2018	1 633 623
2019	2 043 093
2020	98 870
2021	374 995
2022	1 064 980
2023	1 319 111

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr. 7: Vývoj počtu dotazov

Zdroj: vlastné spracovanie

V nasledujúcich podkapitolách tejto kapitoly sa zameriame na analýzu údajov zahraničných návštevníkov podľa krajiny. Podrobne si opíšeme vývoj návštevnosti hromadných ubytovacích zariadení a aj kongresových akcií. Zameriame sa na najnavštevovanejšie pamiatky v Prahe, v krátkosti si uvedieme základné informácie, a zameriame sa aj na vývoj návštevnosti jednotlivých pamiatok.

2.4.1 Analýza demografickej štruktúry návštevníkov mesta

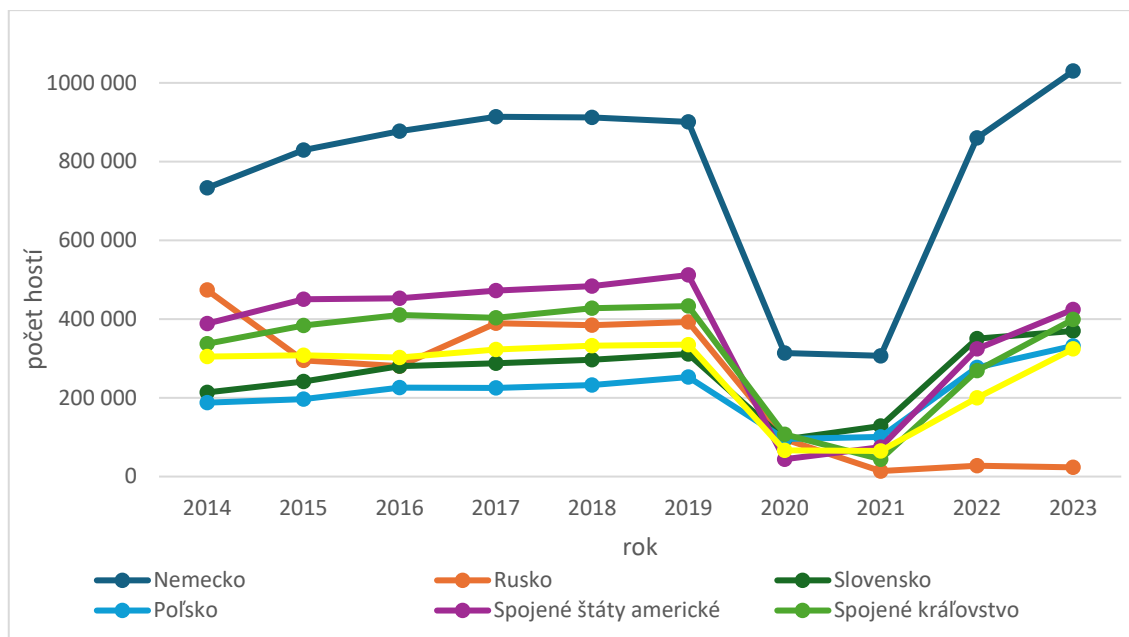
Štatistické údaje o návštevnosti Prahy, počte návštevníkov, počte prenocovaní, a všetkých ostatných kritérií získavame z databázy Českého štatistického úradu, kde sú zverejnené základné štatistické údaje z oblasti cestovného ruchu.

Český štatistický úrad však nezverejňuje štatistiky o návštevnosti Prahy rozdelené z hľadiska demografickej štruktúry návštevníkov. Preto sme nemohli sledovať vývoj návštevnosti podľa veku alebo pohlavia návštevníkov. Jediná dostupná skupina návštevníkov z tohto hľadiska je rozdelenie návštevníkov podľa ich národnosti. Preto sme na základe dostupných dát na stránkach Českého štatistického úradu spracovali analýzu demografickej štruktúry návštevníkov vybranej destinácie podľa národnosti návštevníkov. Údaje sú spracované za obdobie rokov 2014-2023. Dáta sú vyjadrené v tabuľke 6 pod textom.

Tab. 6: Celkový počet hostí v HUZ podľa krajiny

Rok	Hostia v HUZ celkom	v tom								
		Rezidenti	Nerezidenti	z toho podľa zemi						
				Nemecko	Rusko	Slovensko	Poľsko	Spojené štáty americké	Spojené kráľovstvo	Taliansko
2014	6 096 015	780 961	5 315 054	733 241	473 571	213 667	187 570	388 817	337 373	304 570
2015	6 605 776	890 941	5 714 835	829 558	295 358	241 218	196 615	450 097	383 764	308 062
2016	7 127 558	1 016 796	6 110 762	877 352	280 641	280 479	225 890	453 105	410 527	302 278
2017	7 652 761	1 090 243	6 562 518	913 950	389 065	287 641	225 120	472 737	403 553	322 744
2018	7 892 184	1 221 478	6 670 706	912 664	384 182	296 904	232 142	483 342	427 758	332 389
2019	8 044 324	1 240 583	6 803 741	900 526	392 968	310 966	252 633	511 950	432 986	335 101
2020	2 182 443	728 913	1 453 530	313 663	94 777	94 288	95 552	44 097	107 106	66 564
2021	2 354 720	943 464	1 411 256	306 792	13 983	128 513	100 698	74 846	44 034	65 083
2022	5 984 803	1 493 192	4 491 611	859 863	27 538	350 164	277 408	324 369	269 368	199 649
2023	7 442 614	1 577 633	5 864 981	1 029 856	23 517	369 868	331 834	424 346	399 185	324 696

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr. 8: Vývoj návštevnosti zahraničných hostí v hromadných ubytovacích zariadeniach

Zdroj: vlastné spracovanie

Obrázok 8 nám znázorňuje vývoj návštevnosti zahraničných hostí v hromadných ubytovacích zariadeniach podľa zeme pôvodu návštevníkov. Dáta sú vyjadrené za obdobie rokov 2014-2023. Z grafického zobrazenia vieme jednoznačne povedať, že bezkonkurenčne najviac zahraničných návštevníkov pochádza z Nemecka a to počas celého sledovaného obdobia.

Ďalej vieme jednoznačne zhodnotiť vývoj návštevnosti hostí z Ruska. V porovnaní rokov 2019 a 2020 nastal prudký prepád počtu hostí. Táto zmena bola spôsobená pandémiou Covid-19 a vojnovým konfliktom na Ukrajine.

V rokoch 2020 a 2021 sledujeme prudký prepád návštevnosti zahraničných hostí v HUZ, ktorý spôsobila pandémia Covid-19. Od roku 2022 sa počty hostí zvyšujú vo všetkých spomínaných krajinách, okrem Ruska.

2.4.2 Vývoj návštevnosti hromadných ubytovacích zariadení

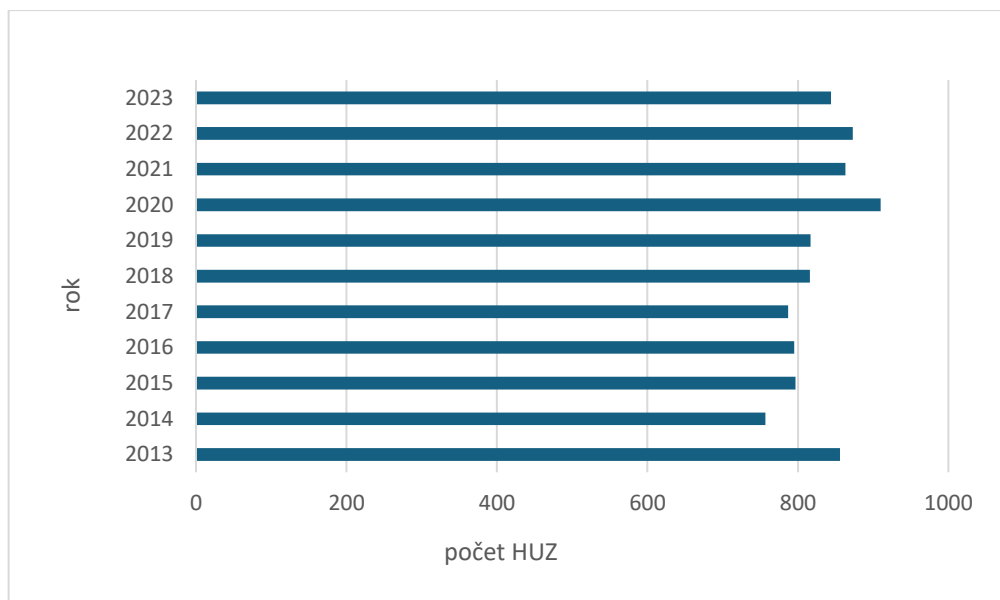
Český statistický úrad (2025) definuje hromadné ubytovacie zariadenie ako zariadenie, ktoré má minimálne päť samostatných ubytovacích jednotiek s desiatimi lôžkami využívané v rámci cestovného ruchu. Tomu rozumieme ako prechodné ubytovanie pre návštevníkov pre potreby dovolenky, zájazdov, služobných ciest, tábory pre deti a podobne.

Turistickú infraštruktúru tvoria hlavne ubytovacie kapacity v hromadných ubytovacích zariadeniach. Mesto dominuje veľmi kvalitnou štruktúrou ubytovacích zariadení s vysokým podielom hotelov. Okrajové časti Prahy sú vo veľkom využívané na chatárenie a chalupárenie, nachádza sa tu mnoho objektov individuálnej rekreácie. (Vystoupil a kol., 2011)

Tab. 7: Počet HUZ

Ukazovateľ	Celkový počet HUZ
Rok	
2013	856
2014	757
2015	797
2016	795
2017	787
2018	816
2019	817
2020	910
2021	863
2022	873
2023	844

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr. 9: Vývoj počtu HUZ v Prahe

Zdroj: vlastné spracovanie

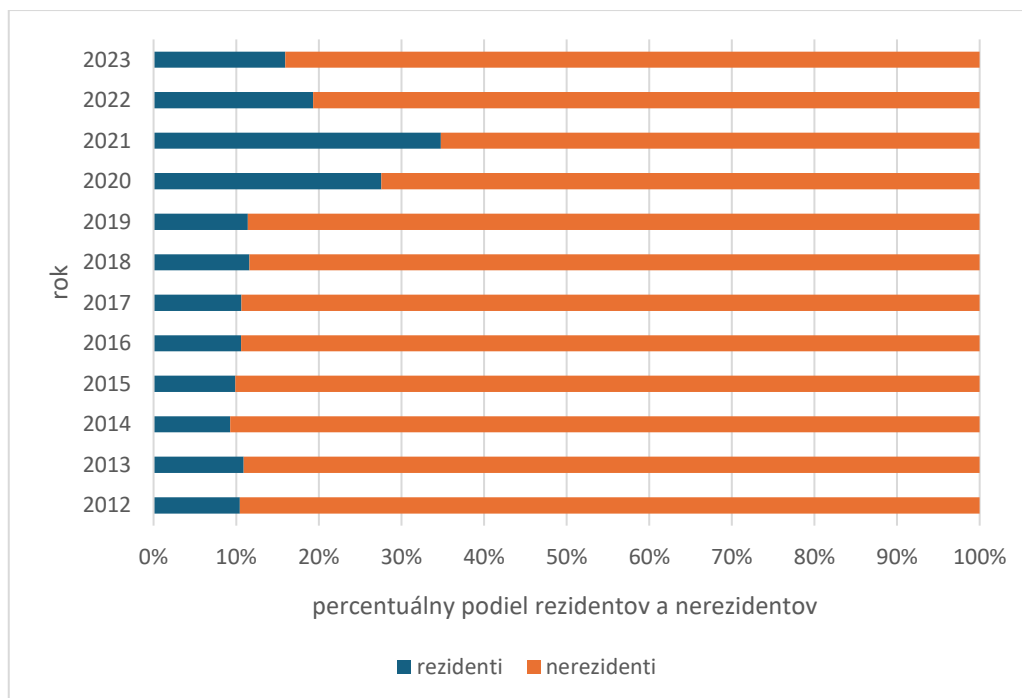
Tabuľka 7 vyjadruje celkový počet hromadných ubytovacích zariadení v Prahe v jednotlivých rokoch od 2013 – 2023. Na základe čísel a aj grafického výstupu z Obr. 9 môžeme konštatovať relatívne ustálený vývoj počtu HUZ v danom období. Čísla nevykazujú žiadne veľké rozdiely medzi jednotlivými rokmi. Veľký úpadok nepozorujeme dokonca ani v rokoch 2020 a 2021, kedy bola pandémia Covid-19.

Tab. 8: Počet hostí a prenocovaní v HUZ

Rok	Hostia celkom	Z toho		Prenocovania celkom	Z toho		Priemerný počet prenocovaní (noci)
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
2012	5 726 454	806 997	4 919 457	14 443 143	1 506 098	12 937 045	2,5
2013	5 899 630	851 674	5 047 956	14 654 282	1 597 351	13 056 931	2,5
2014	6 096 015	780 961	5 315 054	14 750 287	1 368 554	13 381 733	2,4
2015	6 605 776	890 941	5 714 835	15 917 265	1 576 176	14 341 089	2,4
2016	7 127 558	1 016 796	6 110 762	16 796 384	1 778 681	15 017 703	2,4
2017	7 652 761	1 090 243	6 562 518	18 055 838	1 923 556	16 132 282	2,4
2018	7 892 184	1 221 478	6 670 706	18 249 084	2 116 084	16 133 000	2,3
2019	8 044 324	1 240 583	6 803 741	18 479 653	2 107 691	16 371 962	2,3
2020	2 182 443	728 913	1 453 530	4 903 295	1 351 953	3 551 342	2,2
2021	2 354 720	943 464	1 411 256	5 257 254	1 828 818	3 428 436	2,2
2022	5 984 803	1 493 192	4 491 611	13 398 104	2 588 861	10 809 243	2,2
2023	7 442 614	1 577 633	5 864 981	16 861 664	2 691 291	14 170 373	2,3

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 8 zobrazuje celkový počet hostí a prenocovaní v hromadných ubytovacích zariadeniach. Hostia sú rozdelení aj podľa toho, či boli rezidenti alebo nerezidenti. Rovnako je rozdelená aj skupina celkových prenocovaní. Tabuľka ďalej zobrazuje aj priemerný počet nocí strávených v HUZ. Zmeny počtu hostí a prenocovaní v tabuľke sa zobrazuje za obdobie rokov 2012 – 2023. Dáta sú čerpané z Českého štatistického úradu.



Obr. 10: Celkový počet prenocovaní hostí v HUZ

Zdroj: vlastné spracovanie

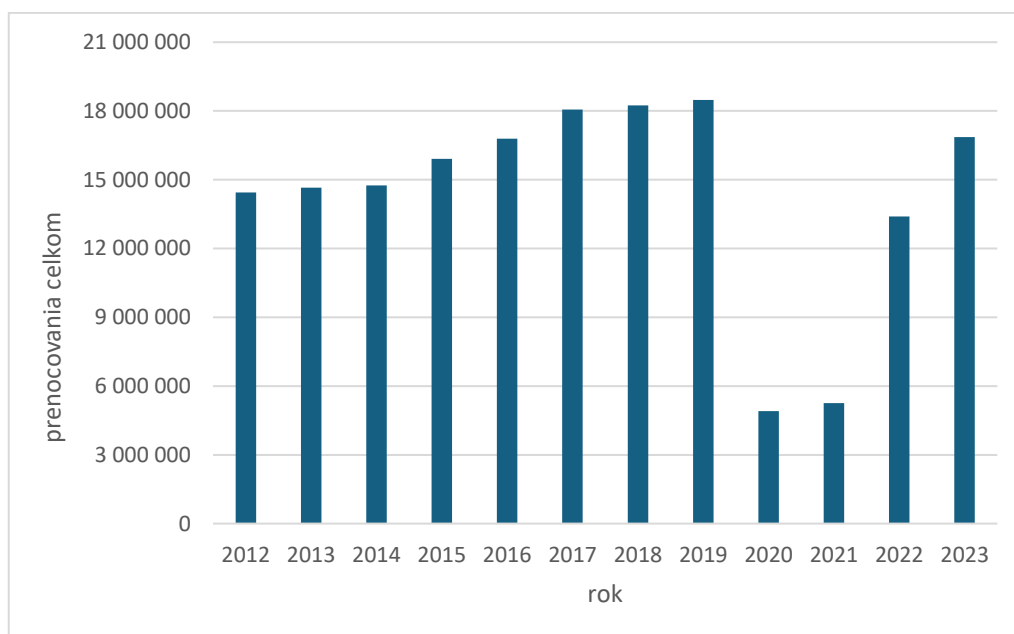
Obr. 10 graficky zobrazuje percentuálny podiel rezidentov a nerezidentov v rokoch 2012 – 2023 v počte prenocovaní v hromadných ubytovacích zariadeniach.

Tab. 9: Percentuálne vyjadrenie počtu rezidentov a nerezidentov v HUZ

Rok	Rezidenti	Nerezidenti
2012	10%	90%
2013	11%	89%
2014	9%	91%
2015	10%	90%
2016	11%	89%
2017	11%	89%
2018	12%	88%
2019	11%	89%
2020	28%	72%
2021	35%	65%
2022	19%	81%
2023	16%	84%

Zdroj: vlastné spracovanie

Tab. 9 zobrazuje percentuálny podiel počtu rezidentov a nerezidentov v kategórii celkového počtu prenocovaní v HUZ v rokoch 2012 – 2023. V priemere za všetky roky z percentuálneho hľadiska tvoria rezidenti 15% a nerezidenti 85%. Na základe týchto údajov vieme zhodnotiť, že hodnoty sa v priebehu rokov výrazne nemenili.



Obr. 11: Celkový počet prenocovaní v HUZ v Prahe

Zdroj: vlastné spracovanie

Obr. 11 znázorňuje grafické vyjadrenie vývoju počtu prenocovaní návštevníkov v hromadných ubytovacích zariadeniach v období rokov 2012-2023 prostredníctvom stĺpcového grafu. Od roku 2012 až po rok 2019 sledujeme každoročný jemný nárast počtu prenocovaní v HUZ. Rok 2020

a 2021 eviduje prudký pokles, ktorý je zapríčinený pandémiou Covid-19. Nasledujúce roky sa však hodnoty prenocovaní výrazne zvýšili a vracajú sa na hodnoty pred pandémiou.

2.4.3 Vývoj návštevnosti v rámci kongresových akcií

Praha je veľmi známou a obľúbenou destináciou nie len v oblasti cestovného ruchu, ale aj v oblasti kongresového priemyslu/turizmu. Vhodnou destináciou je hlavne vďaka výhodnej polohe a výbornej dostupnosti, ako aj veľkej ponuke ubytovacích možností a kapacít.

Asociácia organizácií cestovného ruchu (2022) v spolupráci s prof. Gúčíkom (2001) charakterizuje kongresový cestovný ruch ako pobyt väčšej skupiny návštevníkov vo vybranej destinácii, s cieľom výmeny vedeckých a odborných vedomostí. Tieto cesty sú nazývané služobnými cestami, sú konané v pracovnom čase, ale spotrebovávajú sa služby cestovného ruchu. Výdavky účastníkov kongresov sú niekoľkokrát vyššie ako výdavky bežných turistov, preto patrí kongresový cestovný ruch k vôbec najefektívnejším druhom cestovného ruchu.

Prague Convention Bureau (2025) je oficiálna organizácia mesta Prahy v oblasti kongresového priemyslu. Organizácia bola založená v roku 2008 a ich poslaním je zvyšovať povedomie o Prahe ako kongresovej destinácii a podporovať ekonomický rast mesta. Spolupracujú s českými orgánmi cestového ruchu, členskými subjektami a partnermi, ku ktorým patria napríklad Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Prague City Tourism, Letiště Praha, Akademie věd České republiky, a spolu ponúkajú pomoc pri organizovaniach konferencií, kongresov a ostatných akcií v Prahe.

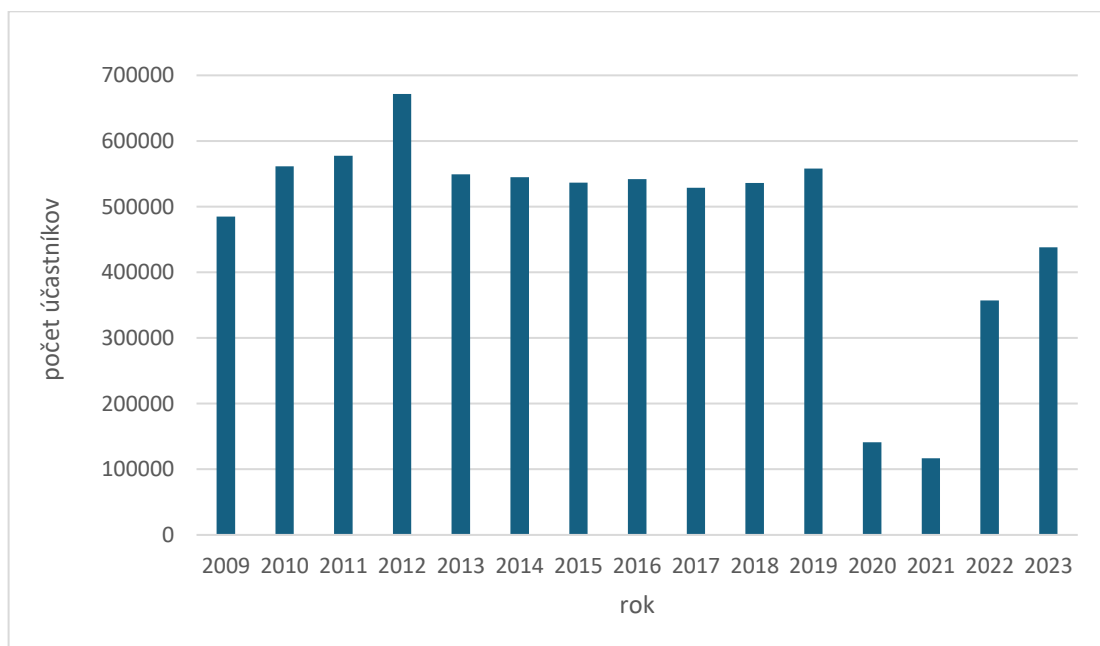
Podľa Medzinárodnej kongresovej asociácie ICCA, ktorá okrem iného každoročne zostavuje rebríčky miest, v ktorých sa konajú kongresy a konferencie, sa Praha objavuje na popredných priečkach TOP svetových kongresových destinácií. V poslednom vyhotovenom rebríčku sa Praha umiestnila na šiestom mieste z celosvetového hľadiska, a v Európe sa umiestnila na piatom mieste. Jedná sa teda o jednu z najžiadanejších kongresových destinácií na svete. Pre mesto to má veľký ekonomický prínos. Kongresov sa zúčastňujú zväčša bonitnejší turisti, ktorí sú kúpyschopnejší, a v priemere tu utratia približne trikrát viac peňazí ako priemerní zahraniční návštevníci, a navštevujú mesto mimo hlavnej turistickej sezóny. K najčastejším odvetviam, o účastníci kongresov prichádzajú diskutovať, z dlhodobého hľadiska patria lekárske vedy, ekonómia, financie a obchod a IT. Medzi hlavné zdrojové krajiny v rámci kongresových akcií patria Nemecko, Francúzsko, Veľká Británia, a po pár rokoch sa na prvú priečku zdrojových krajín vrátili Spojené štáty Americké.

Aj kongresový priemysel v Prahe bol postihnutý pandémiou Covid19. V roku 2019 dosiahol kongresový priemysel rekordné čísla a odvtedy každoročne stúpa návštevnosť MICE turizmu a počet konferencií a kongresov. Rozmach nastal aj v počte účastníkov a v trvaní konferencií a kongresov. Pred pandémiou Covid19 sa konali menšie akcie s počtom účastníkov do 50 osôb, od roku 2022 sa častejšie konali väčšie akcie s účasťou 500 až 1 000 ľudí. Taktiež sa v posledných rokoch stávajú vyťaženými mesiacmi aj jún a november, tradične to vždy boli mesiace september a október.

Tab. 10: Počet účastníkov konferencií

Rok	Počet účastníkov
2009	484 807
2010	561 350
2011	577 297
2012	671 812
2013	549 225
2014	544 847
2015	536 432
2016	542 081
2017	528 574
2018	536 232
2019	558 122
2020	141 174
2021	116 798
2022	357 015
2023	438 163

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr. 12: Počet účastníkov konferencií v HUZ

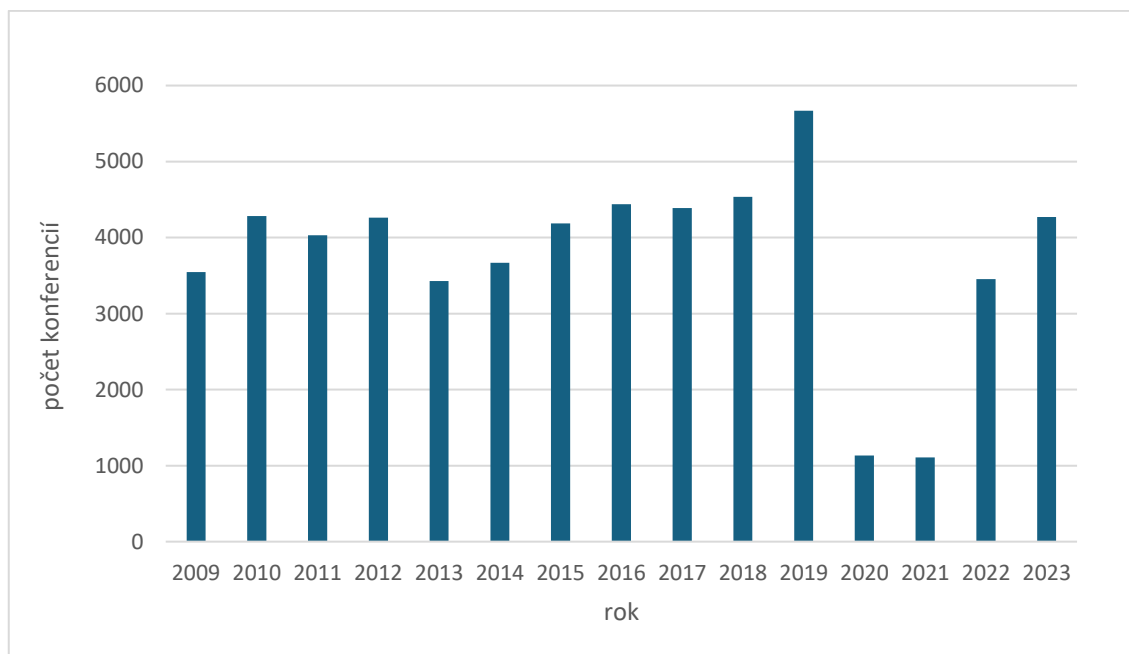
Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 10 zobrazuje numerický počet účastníkov na konferenciách v hromadných ubytovacích zariadeniach v rozmedzí rokov 2009 – 2024. Obr. 12 graficky znázorňuje vývoj počtu účastníkov v HUZ v rokoch 2009 – 2024. Na základe grafu môžeme zhodnotiť vývoj počtu účastníkov ako relatívne nemenný. Značný nárast zaznamenávame v roku 2012, kedy počet účastníkov dosiahol hodnotu viac ako 670 tisíc účastníkov. Najväčší prepád zaznamenávame v rokoch 2020 a 2021 v dôsledku pandémie Covid-19.

Tab. 11: Počet konferencií

Rok	Počet konferencií
2009	3 545
2010	4 283
2011	4 030
2012	4 264
2013	3 427
2014	3 667
2015	4 187
2016	4 437
2017	4 388
2018	4 534
2019	5 668
2020	1 135
2021	1 107
2022	3 453
2023	4 270

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr. 13: Počet konferencií v HUZ

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 11 zobrazuje numerický počet konferencií v hromadných ubytovacích zariadeniach v rozmedzí rokov 2009 – 2024. Obr. 13 graficky znázorňuje vývoj počtu konferencií v HUZ v rokoch 2009 – 2024. Podľa grafu vieme zhodnotiť, že vývoj počtu konferencií má zväčša jemne stúpavé hodnoty okrem rokov 2013, kedy je zaznamenaný jemný pokles počtu konferencií oproti minulým rokom, a v rokoch 2020 a 2021, kedy bol tento veľký prepád spôsobený pandémiou Covid-19.

Najväčšia hodnota počtu konferencií bola zaznamenaná v roku 2019, kedy sa zaznamenalo až 5 668 konaných konferencií. Výrazný viditeľný pokles počtu konferencií v HUZ a aj počtu účastníkov konferencií je v rokoch 2020 a 2021 spôsobený pandémiou Covid-19. V nasledujúcich rokoch, t. j. 2022 a 2023 dochádza k zotaveniu a opätovnému rastu hodnôt.

2.4.4 Najnavštevovanejšie atraktivity mesta a vývoj návštevnosti

Atraktivity v oblasti cestovného ruchu charakterizujeme ako miesta, budovy a podujatia, ktoré lákajú návštevníkov a podnecujú ich k objavovaniu nových miest a celkovo k cestovaniu. Vo všeobecnosti môžeme atraktivity cestovného ruchu rozdeliť na prírodné a kultúrne pamiatky a podujatia. Atraktivity majú silný význam pre destinácie, ich rozvoj a rast finančných výnosov v oblasti turizmu.

V predchádzajúcich kapitolách sme si stručne spomenuli niektoré z pamiatok, ktoré patria k najnavštevovanejším atraktivitám celkovo v Prahe. Atraktivity v Prahe rozdelíme z hľadiska významu do nasledovných skupín, a ku každej si uvedieme pár príkladov a k nim základné informácie. Uvedieme aj informácie z oblasti cestovného ruchu a aj vývoj návštevnosti.

1. Historické pamiatky

Pražský hrad – je obrovský hradný komplex, v jeho areáli nájdeme záhrady, veže a paláce. Jedná sa o najnavštevovanejšiu atrakciu v Prahe, zároveň je hlavnou dominantou mesta.

Karlov most – je gotická pamiatka pôvodom zo 14. storočia. Most prepája dve časti Prahy, a to Staré mesto a Malú Stranu. Na moste sa nachádzajú barokové sochy, čím je známy. Z hľadiska cestovného ruchu sa jedná o jedno z najfrekventovanejších miest Prahy.

Staroměstské náměstí a orloj – námestie je srdcom historického centra Prahy, ktoré je obkolesené domčekmi a historickými budovami. Na veži Staromestskej radnice sa nachádza astronomický orloj, ktorý je považovaný za svetový unikát. Množstvo turistov sleduje odbíjanie každej hodiny a pohyb postavičiek orloja.

2. Sakrálné pamiatky

Chrám sv. Víta – je najvýznamnejší chrám v gotickom štýle. Tvorí časť objektu Pražského hradu a okrem duchovného využitia plní funkciu korunovačného chrámu a pohrebného miesta českých kráľov.

Kostol sv. Mikuláša – stavba v barokovom štýle na Malej Strane. Považuje sa za jednu z najkrajších stavieb v barokovom slohu na území strednej Európy. Často je miestom konania koncertov, obzvlášť klasickej hudby; má nielen duchovné ale aj kultúrne využitie.

3. Kultúrne pamiatky

Národné divadlo – je kultúrny objekt, ktorý je obdivovaný vďaka svojmu historickému a architektonickému významu. Divadlo sa nachádza pri rieke Vltava a ponúka rôzne žánre programu.

Tančící dům – je moderným symbolom Prahy, reprezentuje modernú architektúru mesta. Je to veľmi obľúbená a vyhľadávaná lokalita na fotenie a výhľady.

4. Prírodno-kultúrne atraktivity

Petřín a rozhľadňa – stavba Petřínskej rozhľadne je ovplyvnená Eiffelovou vežou a nachádza sa na vrchu Petřín. V okolí rozhľadne sa nachádza park a poskytuje krásne

výhľady, vďaka čomu patrí k vyhľadávaným a obľúbeným miestam jak domácich, tak aj návštevníkov. Na rozhľadňu je možné dostať sa peši alebo lanovkou. Hore sa nachádza aj turistami často vyhľadávané zrkadlové bludisko.

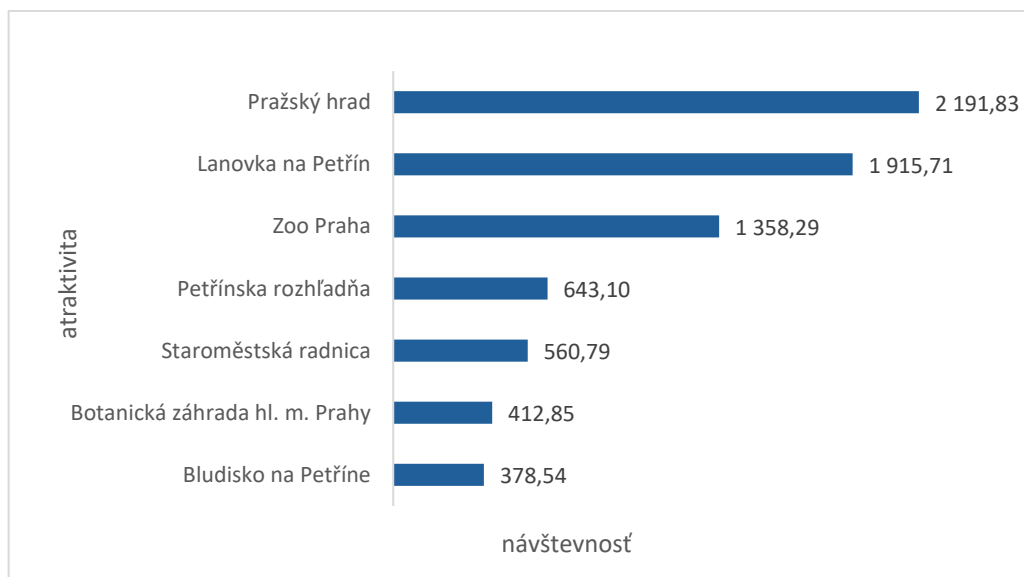
Vyšehrad – historická pevnosť situovaná pri brehu Vltavy s krásnym výhľadom. Nachádza sa tu kostol sv. Petra a Pavla s cintorínom. Z hľadiska cestovného ruchu je táto oblasť vyhľadávaná vďaka kludnej atmosfére, pomimo ruchu mesta.

Zoologická záhrada – je jednou z najlepších zoologických záhrad na svete. Najviac vyhľadávaná je rodinami s deťmi. Každoročne sem zavíta viac než milión návštevníkov. Nachádza sa v časti Trója, v kludnom a príjemnom prírodnom prostredí.

Tab. 12: Návštevnosť najnavštevovanejších atraktivít Prahy

Turistický cieľ	Návštevnosť (v tis.)
Pražský hrad	2 191,83
Lanovka na Petřín	1 915,71
Zoo Praha	1 358,29
Petřínska rozhľadňa	643,10
Staroměstská radnica	560,79
Botanická záhrada hl. m. Prahy	412,85
Bludisko na Petříne	378,54

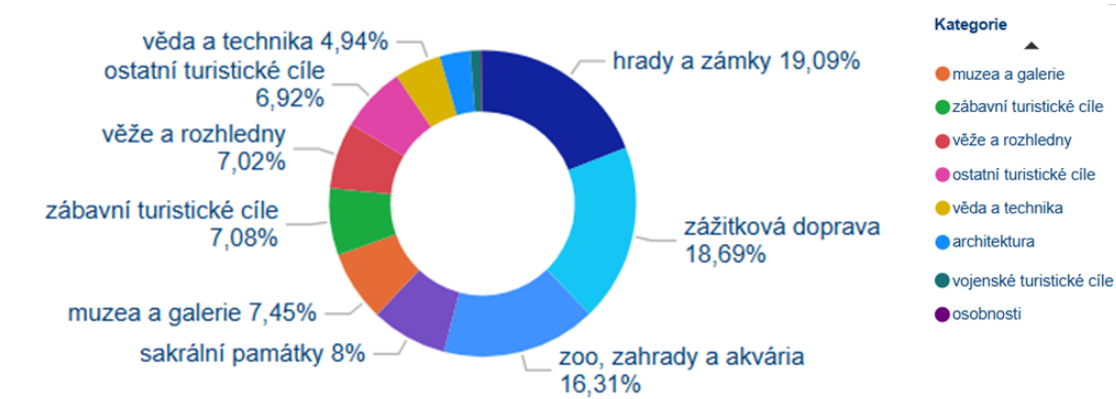
Zdroj: vlastné spracovanie



Obr. 14: Najnavštevovanejšie atraktivity Prahy

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 12 vyjadruje číselné hodnoty návštevnosti najnavštevovanejších turistických cieľov v roku 2023. Číselné hodnoty sú vyjadrené v tisícoch. Turistické ciele sú zoradené podľa rebríčka najnavštevovanejších turistických cieľov v Prahe, kde prvú priečku obsadzuje Pražský hrad s viac ako 2 miliónmi návštevníkov. Na obr. 14 je grafické znázornenie najnavštevovanejších atraktivít Prahy s vyjadrenými číselnými hodnotami návštevnosti, spracované na základe tabuľky 12.



Obr. 15: Návštevnost jednotlivých kategorií turistických cílů

Zdroj: tourdata.cz

Prstencový graf na obr. 15 percentuálně vyjadruje návštěvnost v jednotlivých kategoriích turistických cílů. Data sú vyjadrené za rok 2023. Podľa zobrazeného grafu môžeme hodnotiť, že k najnavštevovanejším atraktivitám podľa zaradenia do kategórií jednoznačne patria hrady a zámky s percentuálnou hodnotou 19,9%, nasleduje zážitková doprava, kam zaraďujeme hlavne lanovku na Petřín a lanovku v Zoo Praha, ktorá predstavuje 18,69% a na tretej priečke je umiestnená kategória zoo, záhrad a akvárií s hodnotou 16,31%.

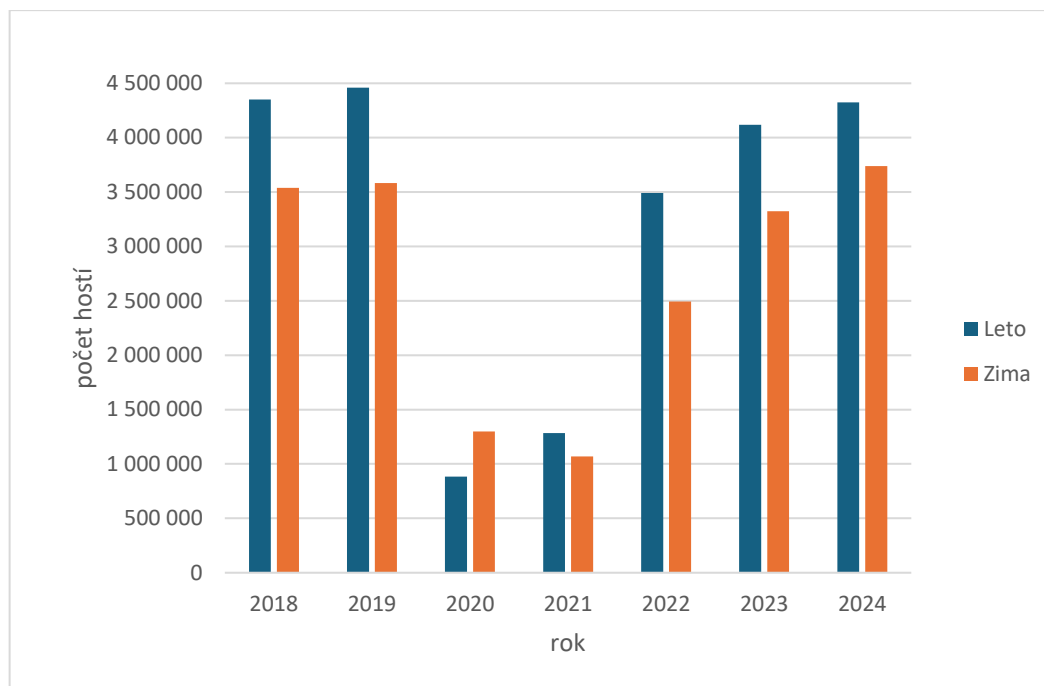
Všetky statistické data sme čerpali z portálu tourdata.cz (2025), organizácie CzechTourism. Všetky zozbierané data sú sčítané, tzn., že obsahujú počty domácich aj zahraničných návštevníkov. Databáza bola vytvorená vo vzájomnej spolupráci organizácií CzechTourism a Prague City Tourism. Data sú poskytované prevádzkovateľmi a organizáciami jednotlivých turistických atraktivít.

2.4.5 Vývoj návštevnosti Prahy v kontexte trendov v rámci Českej republiky

Praha, hlavné mesto Českej republiky, je z dlhodobého hľadiska najznámejšou turistickou destináciou v rámci Európy. Každý rok láka milióny turistov a návštevníkov, domácich aj zahraničných, hlavne vďaka svojej histórii a architektúre. Vývoj návštevnosti ale ovplyvňuje mnoho rozličných faktorov. V tejto podkapitole sa zameriame na vývoj návštevnosti v kontexte trendov v rámci Českej republiky a analyzujeme trendy v návštevnosti.

Nasledujúce body sú predmetom zhodnotenia vývoja návštevnosti v kontexte trendov:

- sledovanie vývoja v rámci sezónnosti počas roka – zima/leto,
- porovnanie s ostatnými krajinami v rámci Českej republiky a zhodnotenie,
- vplyv covidu a následky,
- národnosti v HUZ.



Obr. 16: Celkový počet hostí v HUZ počas letnej a zimnej sezóny

Zdroj: vlastné spracovanie

Tab. 13: Počet hostí a prenocovaní podľa sezóny

Obdobie/Rok	Hostia celkom	Prenocovania celkom
Leto 2018	4 352 434	10 192 125
Zima 2018	3 539 750	8 056 959
Leto 2019	4 460 918	10 370 144
Zima 2019	3 583 406	8 109 509
Leto 2020	883 618	1 872 769
Zima 2020	1 298 825	3 030 526
Leto 2021	1 284 234	2 823 741
Zima 2021	1 070 486	2 433 513
Leto 2022	3 490 829	7 865 357
Zima 2022	2 493 974	2 493 974
Leto 2023	4 118 754	9 455 507
Zima 2023	3 323 860	7 406 157
Leto 2024	4 323 254	9 884 526
Zima 2024	3 740 113	8 394 730

Zdroj: vlastné spracovanie

Tab. 14: Počet hostí a prenocození v letnej/zimnej sezóne

Obdobie/Rok		Hostia celkom	Prenocovania celkom
Leto	2018	4 352 434	10 192 125
Leto	2019	4 460 918	10 370 144
Leto	2020	883 618	1 872 769
Leto	2021	1 284 234	2 823 741
Leto	2022	3 490 829	7 865 357
Leto	2023	4 118 754	9 455 507
Leto	2024	4 323 254	9 884 526

Obdobie/Rok		Hostia celkom	Prenocovania celkom
Zima	2018	3 539 750	8 056 959
Zima	2019	3 583 406	8 109 509
Zima	2020	1 298 825	3 030 526
Zima	2021	1 070 486	2 433 513
Zima	2022	2 493 974	2 493 974
Zima	2023	3 323 860	7 406 157
Zima	2024	3 740 113	8 394 730

Zdroj: vlastné spracovanie

Sezónnosť návštevnosti v cestovnom ruchu rozdeľujeme na sezónu letnú a zimnú – letné a zimné mesiace. Pri výpočtoch sme spravili súčet údajov prvého a štvrtého kvartálu ako zimnú sezónu, súčet druhého a tretieho kvartálu ako letnú sezónu. Tieto údaje sú v tabuľke 13.

Tabuľka 14 je rozdelená tabuľka 13 podľa obdobia. Pomocou týchto tabuliek sme vytvorili graf, ktorý je zobrazený na obr. 16

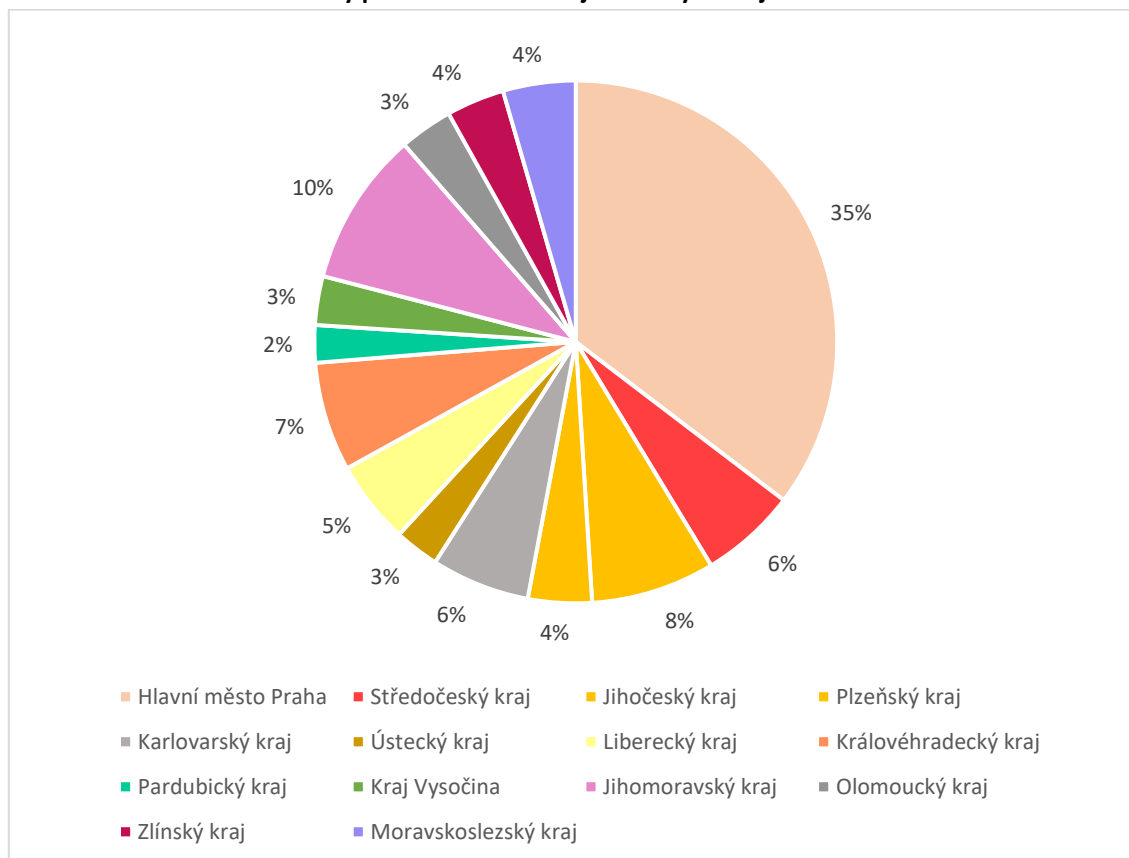
V grafe na obr. 16 sledujeme vývoj počtu hostí a prenocození z celkového hľadiska v Prahe. Údaje sú zozbierané za obdobie rokov 2018-2024. Opäť môžeme pozorovať prudký prepád návštevnosti v rokoch 2020 a 2021 spôsobený pandemiou Covid-19. Každým ďalším rokom sa hodnoty v oboch kategóriách, v lete aj zime, zvyšujú. Z grafu vieme ďalej vyčítať, že návštevnosť počas letnej sezóny je vyššia ako v zimnej sezóne. Výnimku tvorí rok 2020, kedy bola návštevnosť počas zimnej sezóny vyššia v porovnaní s letnou sezónou toho roku.

Tab. 15: Počet hostí a prenocození v jednotlivých krajoch ČR v roku 2024

	Hosté celkem	vtom		Přenocování celkem	vtom		Průměrný počet přenocování (noci)
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
Česká republika	22 809 595	12 332 067	10 477 528	57 236 084	31 761 973	25 474 111	2,5
Hlavní město Praha	8 063 367	1 561 069	6 502 298	18 279 256	2 614 466	15 664 790	2,3
Středočeský kraj	1 363 907	1 071 447	292 460	3 101 209	2 445 528	655 681	2,3
Jihočeský kraj	1 749 686	1 234 825	514 861	4 607 854	3 588 869	1 018 985	2,6
Plzeňský kraj	900 439	587 930	312 509	2 152 789	1 493 451	659 338	2,4
Karlovarský kraj	1 390 673	635 376	755 297	5 202 098	2 327 595	2 874 503	3,7
Ústecký kraj	632 829	422 880	209 949	1 607 895	1 107 532	500 363	2,5
Liberecký kraj	1 173 053	966 444	206 609	3 318 481	2 762 771	555 710	2,8
Královéhradecký kraj	1 541 616	1 216 514	325 102	4 608 448	3 651 346	957 102	3
Pardubický kraj	528 133	459 757	68 376	1 359 128	1 206 961	152 167	2,6
Kraj Vysočina	688 447	599 785	88 662	1 599 492	1 400 226	199 266	2,3
Jihomoravský kraj	2 179 291	1 443 562	735 729	4 219 994	3 012 324	1 207 670	1,9
Olomoucký kraj	753 338	616 169	137 169	2 203 846	1 888 711	315 135	2,9
Zlínský kraj	819 930	703 925	116 005	2 226 220	1 982 819	243 401	2,7
Moravskoslezský kraj	1 024 886	812 384	212 502	2 749 374	2 279 374	470 000	2,7

Zdroj: vlastné spracovanie

Obr. 17: Celkový počet hostů v HUZ v jednotlivých krajích ČR v roce 2024



Zdroj: vlastné spracovanie

Tab. 15 vyjadruje počet hostů a prenocování v hromadných ubytovacích zariadeniach v roku 2024. Celkový počet hostů je vyjadrený za každý zo štrnástich krajov Českej republiky zvlášť, a aj celkový súčet v rámci celej republiky. Následne sú údaje rozdelené na rezidentov a nerezidentov v oboch kategóriách, hostia celkom a prenocovania celkom. Nakoniec je v tabuľke uvedený priemerný počet nocí v jednotlivých krajoch republiky a aj priemer za republiku ako celok.

Obr. 17 graficky vyjadruje pomocou koláčového grafu percentuálne hodnoty celkového počtu hostů v jednotlivých krajoch Českej republiky. Približne jednu tretinu tvoria návštevníci v hlavnom meste Praha. Druhým najnavštevovanejším krajom je Juhomoravský kraj s viac ako 2 miliónmi návštevníkov v roku 2024.

Na základe tabuľky a grafického vyjadrenia celkového počtu hostů v jednotlivých krajoch republiky vyhodnocujeme, že hlavné mesto Praha má jednoznačne najvyššiu hodnotu celkového počtu hostů za rok 2024. Na druhej priečke s vyše dvomi miliónmi hostů je Juhomoravský kraj.

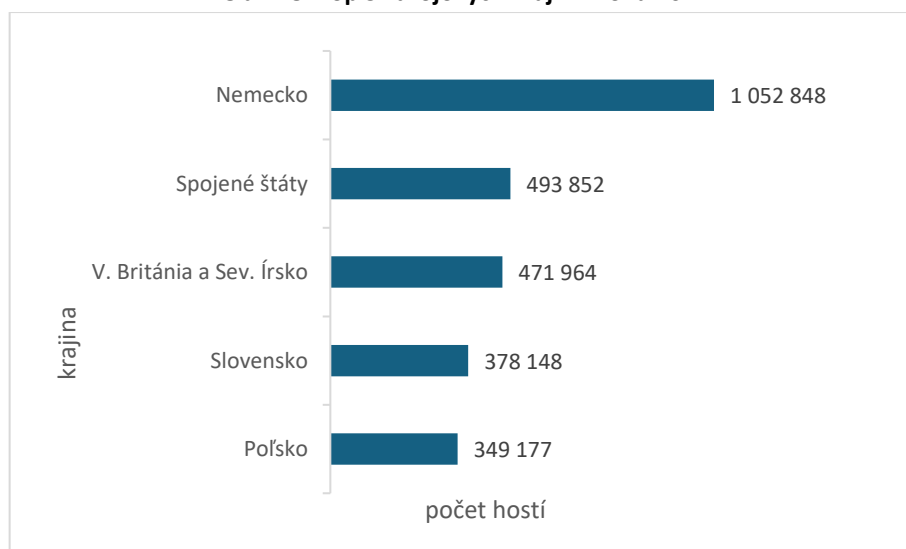
Ďalej vieme vyhodnotiť na základe údajov z tabuľky, že Karlovarský kraj má najvyššiu hodnotu v počte priemerných prenocování, a to v priemere 3,7 noci.

Tab. 16: Top zdrojové krajiny – hostia a prenocovania v HUZ

		Nemecko	Spojené štáty	V. Británia a Sev. Írsko	Slovensko	Poľsko	Taliano	Francúzsko
2019	Hostia celkom	900 526	511 950	432 986	310 966	252 633	335 101	248 911
	Prenocovania celkom	2 047 082	1 265 788	1 109 652	579 827	505 064	925 879	647 512
2020	Hostia celkom	313 663	44 097	107 106	94 288	95 552	66 564	62 073
	Prenocovania celkom	723 150	108 586	285 769	185 189	202 044	183 096	164 912
2021	Hostia celkom	306 792	74 846	44 034	128 513	100 698	65 083	74 769
	Prenocovania celkom	700 637	192 289	121 341	272 307	223 034	171 899	198 323
2022	Hostia celkom	859 863	324 369	269 368	350 164	277 408	199 649	168 085
	Prenocovania celkom	1 963 054	815 403	714 837	702 135	580 623	528 720	435 087
2023	Hostia celkom	1 029 856	424 346	399 185	369 868	331 834	324 696	200 370
	Prenocovania celkom	2 427 293	1 093 119	1 061 314	736 004	679 670	877 203	521 844
2024	Hostia celkom	1 052 848	493 852	471 964	378 148	349 177	367 861	223 149
	Prenocovania celkom	2 452 658	1 263 967	1 256 183	737 167	700 093	996 367	589 349

Zdroj: vlastné spracovanie

Obr. 18: Top 5 zdrojových krajín v roku 2024



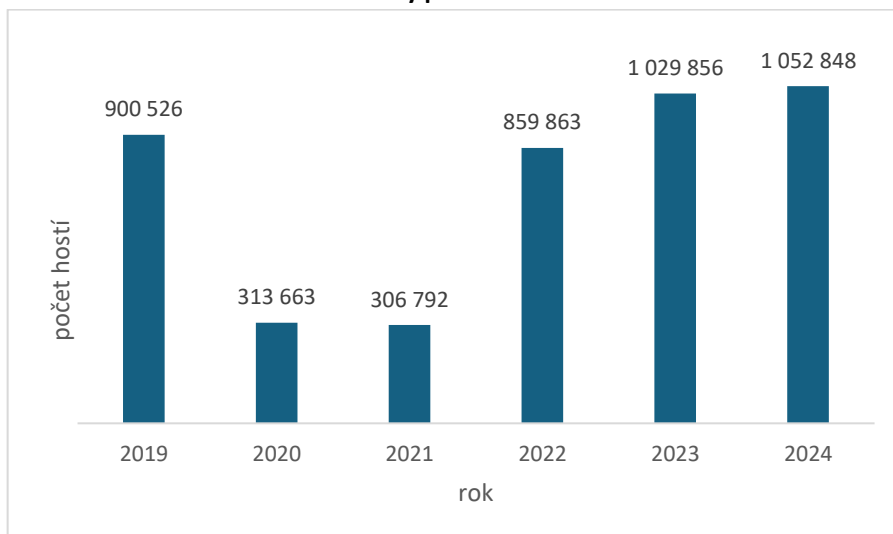
Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 16 zobrazuje TOP zdrojové krajiny a celkový počet hostí a počet prenocovaní v rokoch 2019 – 2024. Veľké rozdiely v oboch kategóriách pozorujeme v rokoch 2020 a 2021, v období pandémie Covid-19, ktorá zapríčinila veľké zmeny celkovo v cestovnom ruchu.

Graf na obr. 18 zobrazuje 5 najvýznamnejších zdrojových krajín pre Prahu v oblasti príjazdového cestovného ruchu. Nemecko je dlhé roky na prvých priečkach, ako najlepšia zdrojová krajina s viac než miliónom hostí celkom.

Graf na obrázku 19 nám znázorňuje vývoj celkového počtu hostí z Nemecka v Prahe v období rokov 2019-2024. Opäť môžeme vidieť prudký pokles návštevnosti v rokoch 2020 a 2021 spôsobený pandemiou covid19. V roku 2022 už vidíme prudký nárast návštevnosti oproti roku 2021. Každým ďalším rokom sa čísla zvyšujú, dokonca sú vyššie ako v rokoch pred pandemiou.

Obr. 19: Celkový počet hostí z Nemecka



Zdroj: vlastné spracovanie

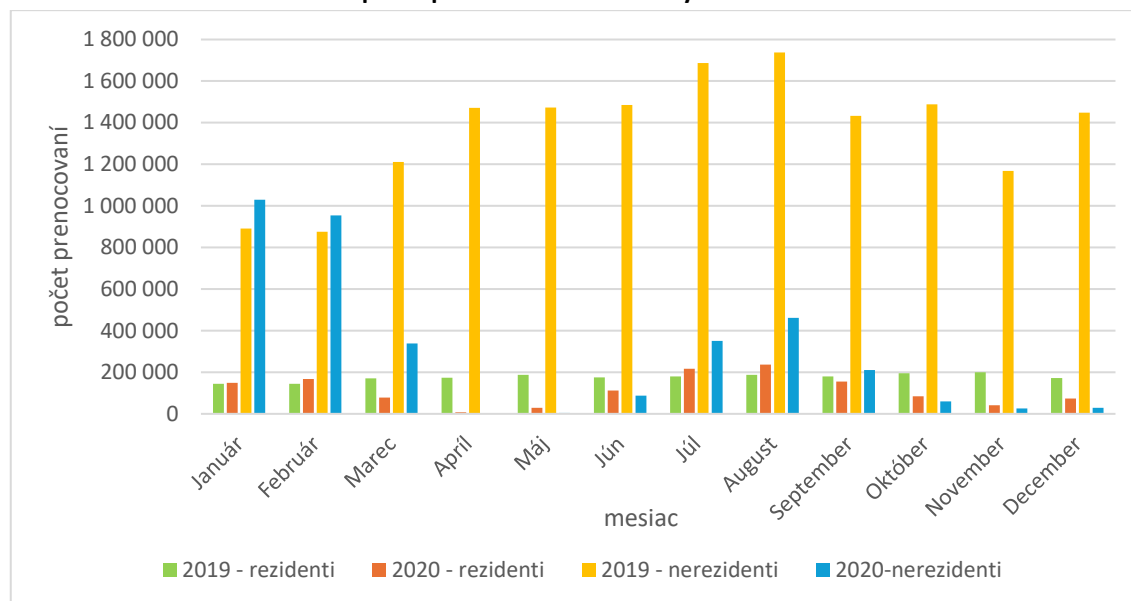
Tab. 17: Porovnanie počtu domácich a zahraničných hostí v rokoch 2019 a 2020

Rok	Mesiac	Prenocovania celkom	V tom	
			rezidenti	nerezidenti
2019	Január	1 035 360	143 753	891 607
2019	Február	1 019 624	143 800	875 824
2019	Marec	1 382 286	170 838	1 211 448
2019	Apríl	1 645 193	173 811	1 471 382
2019	Máj	1 659 829	187 010	1 472 819
2019	Jún	1 659 883	174 720	1 485 163
2019	Júl	1 867 203	179 604	1 687 599
2019	August	1 925 011	187 379	1 737 632
2019	September	1 613 025	179 767	1 433 258
2019	Október	1 683 338	194 883	1 488 455
2019	November	1 368 463	200 144	1 168 319
2019	December	1 620 438	171 982	1 448 456
2020	Január	1 179 654	149 438	1 030 216
2020	Február	1 121 523	168 128	953 395
2020	Marec	416 582	78 476	338 106
2020	Apríl	9 017	6 650	2 367
2020	Máj	33 363	28 469	4 894
2020	Jún	199 346	112 155	87 191
2020	Júl	566 443	216 176	350 267
2020	August	699 117	237 205	461 912
2020	September	365 483	155 643	209 840
2020	Október	142 949	83 756	59 193
2020	November	66 969	41 760	25 209
2020	December	102 849	74 097	28 752

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 17 nám vyjadruje počty celkových prenocovaní návštevníkov, ktoré sú následne rozdelené do dvoch skupín a to na rezidentov a nerezidentov. Údaje sú uvedené za každý mesiac pre roky 2019 a 2020.

Obr. 20: Porovnanie počtu prenocovaní zahraničných hostí v rokoch 2019 a 2020



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf na obrázku č.20 zobrazuje vývoj počtu prenocovaní počas jednotlivých mesiacov v priebehu rokov 2019 a 2020. V grafe sledujeme vývoj počtu prenocovaní rezidentov a nerezidentov vo vybranom období.

Tabuľka 17 a graf na obr. 20 sme zhotovili s cieľom poukázať na vývoj návštevnosti a počtu prenocovaní návštevníkov, či už domácich alebo zahraničných, v cestovnom ruchu počas svetovej pandémie Covid-19. Táto pandémia mala negatívne dopady a vplyvy nielen na cestovný ruch a zamestnanosť v ňom, ale aj na ostatné odvetvia.

Rok 2020, ktorý bol ovplyvnený pandemiou, sme porovnávali s rokom 2019. Rok 2019 môžeme považovať za bežný rok, čo môžeme v grafe vidieť, počet prenocovaní zahraničných hostí je vyznačený žltými stĺpcami. Oproti tomu rok 2020, zobrazený modrými stĺpcami, má niekoľkonásobne nižšie hodnoty.

Vo všetkých grafoch v našej práci môžeme vidieť v rokoch 2020 a 2021 prudký pokles počtu návštevníkov v akejkoľvek kategórii. Tento prepád bol spôsobený pandemiou Covid-19, kedy bolo cestovanie obmedzené a/alebo nemožné kvôli stanoveným pravidlám v každej krajine. V tomto období sa realizoval prevažne domáci cestovný ruch.

V rámci novodobých trendov sa čoraz viac stretávame s pojmami solo-travel a slow-travel. V Prahe majú tieto dva spôsoby cestovania vyhovujúce predpoklady na ešte väčší rozmach ako sú v dnešnej dobe prítomné.

Solo travel – z anglického prekladu je označenie pre cestovanie jednotlivca, osamote. V poslednom období má o tento spôsob cestovania záujem čoraz viac ľudí, obzvlášť mladý ľudia a ženy. Jednotlivec si plánuje program len pre seba a cestuje flexibilne podľa osobných potrieb a záujmov. Praha je vyhľadávaná a obľúbená medzi sólo cestovateľmi. Je tu bezpečné prostredie a poskytuje vhodné podmienky na tento spôsob cestovania.

Slow travel – z anglického prekladu sa doslovne jedná o pomalé cestovanie. Jedná sa o udržateľnú formu cestovania. Cestovatelia uprednostňujú kvalitu pred kvantitou. Pre tento spôsob cestovania je charakteristické zostať na jednom vybranom mieste dlhšie, navštevovať neturistické časti miest, využívať miestne služby a ubytovať sa v zariadeniach, ktoré dbajú na udržateľnosť. V Prahe tento spôsob cestovania nie je až tak využívaný ako vyššie spomínaný spôsob solo travel, ale takisto aj v tomto prípade, má Praha vhodné predpoklady na rozvoj aj tohto spôsobu cestovania.

2.4.6 Predikcia návštevnosti na ďalšie obdobie

Pojem „predikcia“ je slovo cudzieho pôvodu a zvykneme ho v slovenčine vyjadrovať pojmom „predpoveď“. Iný podobný pojem, ktorý môžeme použiť v tejto súvislosti je aj pojem „predvídanie“. Tieto pojmy majú síce významovú podobnosť, ale z odborného významu sú medzi nimi malé ale významné rozdiely. Predikcia sa používa hlavne v štatistike a matematike a je postavená na číselných údajoch, dátach a výpočtoch.

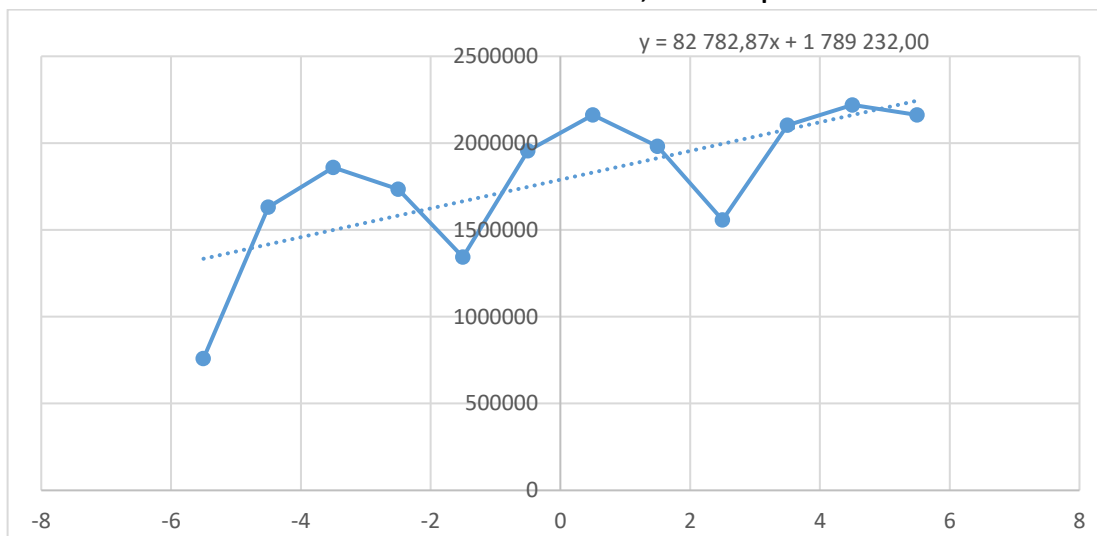
Ako je dané v názve kapitoly, my budeme používať presný štatistický pojem, a to pojem predikcia. Pomocou číselných údajov zo štatistického úradu ČR sme vytvorili predikciu návštevnosti na nasledujúcich 5 rokov.

Pomocou pomocného grafu sme vedeli vytvoriť výsledný graf s predikciou. Dáta v pomocnom grafe sú znázornené za obdobie rokov 2022 až 2024 na základe návštevnosti v jednotlivých štvrtrokoch. Z tohto bodového grafu sme následne vytvorili trendovú priamku – základný model lineárnej regresie; ktorá sa používa k vytvoreniu predikcie, a je vypočítaná na základe nasledujúceho vzorca:

$$T = b_0 + b_1 \cdot t$$

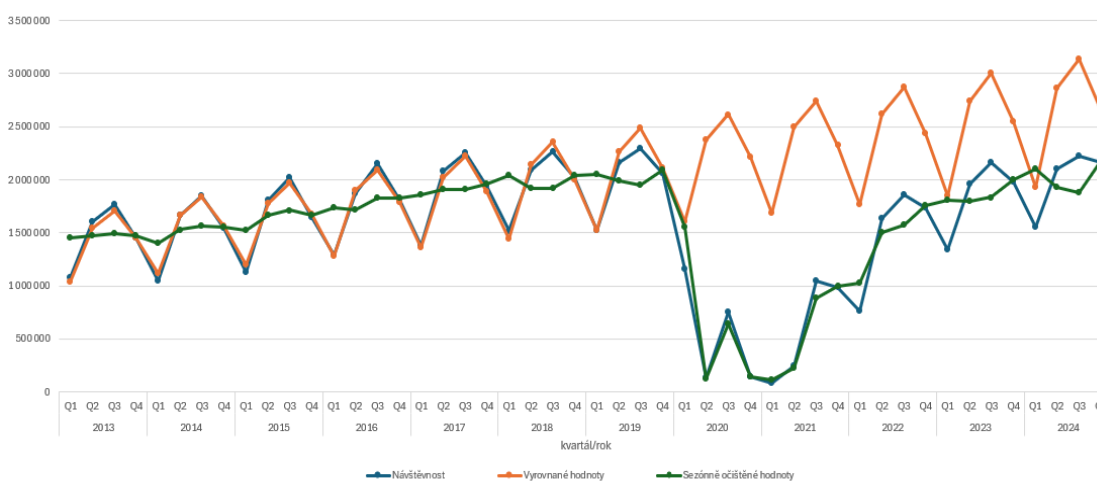
kde b_0 je konštanta (vypočítaná pomocou funkcie *intercept*); b_1 je koeficient (vypočítaný pomocou funkcie *slope*); t je nezávislá premenná (zväčša časový údaj).

Obr. 21: Návštevnosť v 2020-2024, trendová priamka



Zdroj: vlastné spracovanie

Obr. 22: Vývoj návštevnosti počas jednotlivých kvartálov rokov 2013–2024



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf na obrázku č. 22 nám znázorňuje vývoj návštevnosti v cestovnom ruchu v Prahe v rokoch 2013-2024. Vyrovnané hodnoty sú v grafe vyznačené oranžovou. Od roku 2020 tieto vyrovnané hodnoty v grafe opisujú predikciu vývoja návštevnosti do roku 2024 v prípade, že by nenastala pandémia Covid-19.

Pokiaľ robíme predikciu na roky 2025-2029, je nutné vychádzať až z dát po skončení pandémie Covid-19, teda od roku 2022 do roku 2024, aby dáta plynulo nadväzovali na nižšiu porovnávaciu základňu.

Graf v prílohe A, A.1 – Predikcia návštevnosti na nasledujúcich 5 rokov nám zobrazuje vývoj návštevnosti v Prahe. Údaje v grafe sú vyjadrené za každý štvrťrok, a to od roku 2013 až do roku 2029, vrátane vytvorenej predikcie na roky 2025 – 2029, ktorej hodnoty sú znázornené modrou farbou v grafe. V grafe môžeme vidieť taktiež výrazný prepád návštevnosti v dobe pandémie Covid-19 oproti predpokladanému trendu vývoja návštevnosti bez pandémie.

Z grafu s vytvorenou predikciou ďalej vieme vyčítať, že trend rastu návštevníkov je o niečo málo viac rastúci ako bol pred pandémiou Covid-19. Z toho vyplýva, že v priebehu niekoľkých rokov je možné, že sa vývoj návštevnosti vyrovná trendu, ktorý by nastal, pokiaľ by nebola pandémia Covid-19 v rokoch 2020 a 2021 a neklesla by návštevnosť. Je to však len odhad.

V prílohe B nájdeme tabuľky B.1, kde je červenými číslami vypracované porovnanie skutočnej návštevnosti s predpoveďou bez Covidu-19 na obdobie rokov 2020 – 2024. Tabuľka B.2 v prílohe zelenými hodnotami zobrazuje predpoveď do roku 2029 vypočítanú z návštevnosti po pandémii Covid-19 z rokov 2022 – 2024. Práve kvôli pandémii bolo potrebné rozdeliť popis vývoja na tieto dve v podstate samostatné situácie. V nadväznosti na obe situácie je vytvorený celkový graf na roky 2013 – 2029, ktorý nájdeme v prílohe A, A1.

Je potrebné podotknúť, že predpoveď vytvorená na nasledujúce obdobie bude fungovať iba za predpokladu, že nenastanú nejaké mimoriadne dlhodobé udalosti, ako napríklad ďalšia pandémia, vojnový konflikt, ekonomická kríza, ktoré by narušili tento vývoj.

2.5 Diskusia

Na základe spracovania údajov, prevažne získaných zo štatistického úradu Českej republiky, a ich analýzy, sme dospeli k vyhodnoteniu jednotlivých otázok v rámci vývoja návštevnosti v cestovnom ruchu v Prahe.

Na jednoduchšie a prehľadnejšie čítanie získaných údajov sme vytvorili tabuľky a grafy, ktoré nám jasne popisujú zistené hodnoty v rôznych oblastiach, v ktorých sme dáta spracovávali. Jedná sa predovšetkým o vývoj návštevnosti, či už hromadných ubytovacích zariadení či jednotlivých atraktivít Prahy.

Ako sme už vyššie spomínali, Praha patrí k najnavštevovanejším európskym mestám. Ročne ju navštívi niekoľko miliónov návštevníkov. Prevažne však zahraničných. Vývoj počtu návštevníkov sme sledovali od roku 2013 a na základe dát môžeme vyvodiť záver, že počty návštevníkov v príjazdovom cestovnom ruchu boli každým rokom vyššie. Výnimku opäť tvorili roky 2020 a 2021 ovplyvnené pandémiou. Celkový počet návštevníkov zahŕňa turistov a aj jednodenných návštevníkov.

Relatívne rastúce hodnoty sme zistili aj v počte obdržaných dotazov od návštevníkov v turistických informačných centrách Prahy. Vývoj sme sledovali od roku 2013 do roku 2023. Zo zistených dát vieme, že najvyšší počet dotazov, a to viac ako 2 milióny, evidovali v roku 2019. Nasledujúce dva roky boli poznačené pandémiou. Následne vieme zhodnotiť, že od roku 2022 sa čísla zvýšili, ale približne iba z polovice dosahujú hodnotu z roku 2019.

Keďže ČSÚ nezverejňuje údaje z hľadiska demografickej štruktúry návštevníkov, zamerali sme sa na krajinu pôvodu návštevníkov. Na základe tejto analýzy sme zistili dve skutočnosti. Prvá je, že bezkonkurenčne najvyšší podiel návštevníkov tvoria návštevníci z Nemecka a zároveň je to najvýznamnejšia zdrojová krajina pre Prahu. Druhá je, že najväčší pokles návštevnosti vznikol pri návštevníkoch z Ruska. Táto skutočnosť bola, predpokladáme, ovplyvnená vojnovým konfliktom.

Ďalšiu oblasť, ktorú sme sledovali a analyzovali, boli hromadné ubytovacie zariadenia. Na základe analýzy sme dospeli k záveru, že v celkový počet HUZ je od roku 2013 až po rok 2023 takmer na rovnakej úrovni. Malý úbytok evidujeme v rokoch 2014-2017. Dokonca v roku 2020, kedy bola pandémia, bolo evidovaných až 910 HUZ, čo je v tomto sledovanom období najvyšší počet zo všetkých rokov.

V súvislosti s HUZ sme sledovali vývoj počtu prenocovaní návštevníkov a porovnali sme pomer rezidentov a nerezidentov. Výsledok bol nasledovný: priemerný percentuálny pomer rezidentov a nerezidentov predstavoval 15:85.

Skutočnosť, že Praha je vyhľadávanou destináciou nie len v oblasti cestovného ruchu, ale aj v oblasti kongresového turizmu, sa nám podarilo potvrdiť na základe výsledkov sledovania vývoja počtu konferencií a účastníkov na nich. Vývoj sme sledovali v období rokov 2009 až 2023. Počet účastníkov na konferenciách sa v rokoch 2009 až 2019 pohybuje okolo pól milióna účastníkov ročne. Roky 2020 a 2021 boli ovplyvnené pandémiou, ale nasledujúce 2 roky sa počet účastníkov zvýšil, a blíži sa opäť k pól miliónovej hodnote.

Výsledky analýzy najnavštevovanejších atraktivít Prahy preukázali, že najnavštevovanejšou atraktivitou je Pražský hrad s viac ako 2 miliónmi návštevníkov v posledných rokoch. Z hľadiska kategórie turistický cieľov tvorí kategória Hrady a zámky takmer 20% zo všetkých kategórií, čo predstavuje 1/5. Do tejto kategórie zaraďujeme aj Pražský hrad.

Sledovaním vývoja návštevnosti Prahy v kontexte trendov v rámci Českej republiky, konkrétne pri zameraní sa na sezónnosť, sme zistili, že celkové počty hostí v HUZ sú vyššie počas letnej sezóny. Z grafu nám následne vyplýva, že rozdiely medzi letnou a zimnou sezónou z hľadiska počtu hostí nie sú až tak výrazné. Jediný rok, kedy počas sledovaného obdobia rokov 2018-2024 bol počet hostí väčší počas zimnej sezóny ako počas letnej, pripadal na rok 2020. Predpokladáme, že na to mala vplyv pandémia a vtedy aktuálne opatrenia.

Nasledujúca analýza bola zhotovená na poukázanie rozdielu počtu prenocovaní rezidentov a nerezidentov v rokoch 2019 a 2020. Rok 2020 bol ovplyvnený pandémiou a zmeny, ktoré vznikli v tomto roku, pozorujeme na obrázku č. 20. Čo sa rezidentov týka, veľké zmeny nenastali. U nerezidentov však pozorujeme veľké zmeny počtu prenocovaní.

Na záver sme vytvorili predikciu na nasledujúcich 5 rokov, tzn. na roky 2025 až 2029. Vývoj návštevnosti sledujeme v jednotlivých štvrtrokoch od roku 2013 až do dnes. Výsledky ukazujú, že počet návštevníkov sa každý rok mierne zvyšuje, teda má rastúcu tendenciu. Výnimkou boli roky 2020 a 2021, kedy návštevnosť rapídne klesla kvôli pandémii Covid-19. Avšak aj napriek pandémii, od jej skončenia, sa návštevnosť každým rokom zvyšuje a dosahuje hodnoty návštevnosti rokov pred pandémiou. Z tejto analýzy nám ďalej vyplýva, že trend rastu návštevníkov má mierne vyššiu hodnotu rastu oproti tomu pre pandémiou.

Na záver je však potrebné zdôrazniť, že táto predikcia vytvorená na hodnotách návštevnosti z minulých rokov, bude fungovať iba v prípade, že v nasledujúcom období nenastanú mimoriadne udalosti, ktoré by mali negatívny vplyv na túto predikciu.

Výsledky ukazujú, že v priebehu posledných 12 rokov sa návštevnosť v cestovnom ruchu v Prahe zvyšuje a na základe vyhotovenej predikcie predpokladáme, že sa naďalej aj zvyšovať bude, ak sa, samozrejme, nenaskytne nejaká mimoriadna udalosť. Výnimku rastu návštevnosti tvoria roky 2020 a 2021, ktoré boli ovplyvnené pandémiou.

Závěr

Cieľom tejto bakalárskej práce bolo analyzovať vývoj návštevnosti hlavného mesta Prahy za uplynulé roky a na základe týchto dát vytvoriť predikciu vývoja návštevnosti na nasledujúce obdobie 5 rokov.

V prvej časti, teoretickej, sme si charakterizovali pojmy ako mestská destinácia cestovného ruchu, destinačný manažment a návštevnícky manažment, a uviedli sme si charakteristiky a špecifiká týchto pojmov. Ďalej sme si charakterizovali návštevnosť v cestovnom ruchu, ktorá je zároveň aj ukazovateľom vývoja a hodnotenia destinácií. Následne sme si vymedzili pojem subjekt cestovného ruchu, definovali tento pojem a uviedli zásadné rozdiely v tejto tematike. Na záver tejto časti práce sme sa zamerali na faktory, ktoré ovplyvňujú návštevnosť v cestovnom ruchu a v tejto súvislosti sme si uviedli metódy sledovania návštevnosti a význam hodnotenia návštevnosti v cestovnom ruchu.

Druhá časť, analytická, bola zameraná na analýzu dát návštevnosti Prahy za posledných 10 rokov. Na úvod sme si uviedli cieľ a metodiku skúmania, charakterizovali sme Prahu ako destináciu cestovného ruchu. Následne sme sa venovali samotnej analýze dát, sledovaniu návštevnosti a zhodnotili sme aktuálny stav cestovného ruchu v Prahe.

Vývoj návštevnosti sme sledovali v týchto oblastiach:

- v hromadných ubytovacích zariadeniach,
- z hľadiska zahraničných návštevníkov,
- z hľadiska najnavštevovanejších atraktivít,
- v rámci kongresových akcií,
- v kontexte trendov.

Na základe výsledkov sledovania a analyzovania údajov sme dospeli k záveru, že počas sledovaného obdobia, teda od roku 2013, návštevnosť v cestovnom ruchu v Prahe sa postupne každým rokom zvyšovala. Praha patrila, a môžeme povedať že aj patrí, k jedným z najatraktívnejších miest v európskom rebríčku mestských destinácií. Tento trend rastu návštevnosti však narušila pandémia Covid-19 v roku 2020 a spôsobila výrazný pokles návštevnosti nie len v Prahe a Českej republike, ale na celom svete. Nasledujúce roky po pandémii, čiže od roku 2022, sme sledovali opätovný nárast návštevnosti, a sledujeme ho až dodnes.

Na vytvorenie predikcie sme využili metódu lineárnej regresie, pomocou ktorej sme odhadli vývoj návštevnosti na nasledujúcich 5 rokov. Výsledok predikcie nám vyšiel pozitívne, čiže rastúci vývoj návštevnosti predpokladáme aj v nasledujúcom období. To bude však možné iba vtedy, ak nenastane žiadna mimoriadna udalosť v podobe ďalšej pandémie či hospodárskej krízy. Na základe vykonanej analýzy a vytvorenej predikcie nám vyplynulo, že trend rastu návštevníkov má mierne vyššiu hodnotu rastu v porovnaní s rastom pred pandemiou.

Na záver môžeme konštatovať, že Praha aj naďalej zostáva vyhľadávanou a atraktívnou turistickou destináciou cestovného ruchu.

Zoznam použitej literatúry

- 2.1 *Charakteristika hlavního města Prahy*. Online. Český statistický úřad. © 2025. Dostupné z: https://csu.gov.cz/produkty/13-1131-05-casova_rada-2_1_charakteristika_hlavniho_mesta_prahy. [cit. 2025-04-22].
- ALBRECHT, Julia N. *Visitor Management in Tourism Destinations*. Online. CABI, 2017. ISBN 9781780647357. Dostupné z: https://www.google.sk/books/edition/Visitor_Management_in_Tourist_Destinations/DQAAQBAJ?hl=sk&gbpv=0. [cit. 2025-04-22].
- ArcGIS - *Moja mapa*. Online. 1:225 000. Dostupné z: https://www.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?url=https%3A%2F%2Fgs-pub.praha.eu%2Farcgis%2Frest%2Fservices%2Fopk%2Fochrana_prirody_krajiny%2FMapServer&source=sd. [cit. 2025-04-22].
- BIEGER, Thomas. *Management von Destinationen und Tourismusorganisationen*. R. Oldenbourg Verlag, 1996. ISBN 978-3-486-23378-0.
- BIELIK, Lukáš a GAHER, František. *Pojmy predikcie a jej modely*. Online, Štúdia. Univerzita Komenského v Bratislave: Univerzita Komenského v Bratislave, 2011. Dostupné z: https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/veda/centra_ex_akad_siete/cesiuk/dimenzia_kultury_identity_komunikacie/CESI_UK_WP_5_2011_Gaher_Bielik.pdf. [cit. 2025-04-22].
- CARTER, Roger a FABRICIUS, Mike. *Destination management – an overview an overview*. Online. In: Researchgate.com. 2007. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/266460924_Destination_management_Destination_management_-_an_overview_an_overview. [cit. 2025-04-22].
- Cestovní ruch v Praze ve 3. čtvrtletí 2024 I Praha*. Online. Český statistický úřad. © 2025. Dostupné z: <https://csu.gov.cz/pha/cestovni-ruch-v-praze-ve-3-ctvrtleti-2024>. [cit. 2025-04-22].
- Činnost ČSÚ I Statistika*. Online. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. © 2025. Dostupné z: <https://csu.gov.cz/cinnost-csu>. [cit. 2025-04-22].
- Čo je to destinačný manažment?* Online. Bratislava Region. ©2025. Dostupné z: <https://bratislavaregion.travel/clanok/25/co-je-to-destinacny-manazment>. [cit. 2025-04-22].
- Definice DMO a certifikace*. Online. Jihočeská centrála cestovního ruchu. © 2016 - 2025. Dostupné z: <https://www.jccr.cz/jizni-cechy/turisticke-oblasti/definice-dmo-a-certifikace#:~:text=Destina%C4%8Dn%C3%AD%20management%20m%C5%AF%C5%BEem%20definovat%20jako%20%E2%80%9Eseubor%20technik%2C%20n%C3%A1stroj%C5%AF,cestovn%C3%ADho%20ruchu%20v%20dan%C3%A9%20destinaci%E2%80%9C%20%28P%C3%A1skov%C3%A1%2C%20Zelenka%2C%202002%29..> [cit. 2025-04-22].
- Enjoy respect prague - Prague City Tourism*. Online. © 2025. Dostupné z: <https://prague.eu/en/enjoy-respect>. [cit. 2025-04-22].
- Glossary of tourism terms I UNWTO*. Online. UN Tourism. © 2025. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. [cit. 2025-04-22].

- GÚČIK, Marian. *Cestovný ruch pre hotelové a obchodné akadémie*. MEDIA TRADE, 2001. ISBN 80-08-03071-2.
- Hlavní město bude mít novou strategii příjezdového cestovního ruchu, pomůže jeho kultivaci*. Online. PORTÁL HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY. Dostupné z: <https://praha.eu/w/hlavni-mesto-bude-mit-novou-strategii-prijezdoveho-cestovniho-ruchu-pomuze-jeho-kultivaci>. [cit. 2025-04-22].
- HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Online. Masarykova univerzita, 2016. Dostupné z: https://www.google.sk/books/edition/Destina%C4%8Dn%C3%AD_management_jako_n%C3%A1stroj_re/infkDwAAQBAJ?hl=sk&gbpv=0. [cit. 2025-04-22].
- Intenzita cestovního ruchu 2023 - Tourdata*. Online. CzechTourism Tourdata. © 2025. Dostupné z: <https://tourdata.cz/data/intenzita-cestovniho-ruchu-2023/>. [cit. 2025-04-22].
- International recommendations for tourism statistics 2008*. Online. Studies in methods. Series M. New York: United Nations, 2010. ISBN 978-92-1-161521-0. Dostupné z: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21. [cit. 2025-04-22].
- Kongresová praha I Prague City Tourism*. Online. Domů - Prague City Tourism. © 2025. Dostupné z: <https://prague.eu/cs/praha-kongresova/>. [cit. 2025-04-22].
- Kto sme*. Online. Asociácia organizácií cestovného ruchu. © 2022. Dostupné z: <https://aocr.sk/kto-sme/>. [cit. 2025-04-22].
- Metodika - Cestovní ruch I Statistika*. Online. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. © 2025. Dostupné z: https://csu.gov.cz/statistika/metodika_casove_rady_cestovni_ruch. [cit. 2025-04-22].
- Metodika - Cestovní ruch I Statistika*. Online. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. © 2025. Dostupné z: https://csu.gov.cz/metodika_casove_rady_cestovni_ruch. [cit. 2025-04-22].
- MORRISON, Alastair M. Visitor Management. Online. In: *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. 2022, s. 693–696. ISBN 9781800377486. Dostupné z: https://www.elgaronline.com/display/book/9781800377486/b-9781800377486.visitor.management.xml?tab_body=fulltext-copy1#ref1197-007. [cit. 2025-04-22].
- MORRISON, Alastair M. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Online. 3rd edition. Taylor & Francis, 2024. ISBN 978-1-003-34335-6. Dostupné z: https://www.google.sk/books/edition/Marketing_and_Managing_Tourism_Destinati/KKzBEAAAQBAJ?hl=sk&gbpv=0. [cit. 2025-04-22].
- MORRISON, Alastair M. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Online. 3rd Edition. London, 2023. ISBN 9781315178929. Dostupné z: <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315178929>. [cit. 2025-04-22].
- MORRISON, Alastair M. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Online. 3rd Edition. London, 2023. ISBN 9781003343356. Dostupné z: <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003343356>. [cit. 2025-04-22].

- Návštěvnost turistických cílů 2023: Praha - Tourdata*. Online. CzechTourism Tourdata. © 2025. Dostupné z: <https://tourdata.cz/data/navstevnost-turisticky-ch-cilu-2023-praha/>. [cit. 2025-04-22].
- O nás - Prague City Tourism Corporate*. Online. Domů - Prague City Tourism Corporate. © 2025. Dostupné z: <https://praguecitytourism.cz/o-nas/>. [cit. 2025-04-22].
- O Prague Convention Bureau*. Online. PRAGUE CONVENTION BUREAU. © 2025. Dostupné z: <https://www.pragueconvention.cz/cz/o-nas/>. [cit. 2025-04-22].
- PATÚŠ, Peter a GÚČIK, Marian. *Manažment ubytovacej prevádzky hotela*. Online. Regionálna rozvojová agentúra Tatry - Spiš, 2005. ISBN 9788088945819. Dostupné z: https://www.google.sk/books/edition/Mana%C5%BEment_ubytovacej_prev%C3%A1dzky_hotela/8Ba1pcoxTWQC?hl=sk&gbpv=0&kptab=overview. [cit. 2025-04-22].
- Praha mezi TOP kongresovými destinacemi světa*. Online. PRAGUE CONGRESS CENTRE. Dostupné z: <https://www.praguecc.cz/cs/blog-detail/praha-zustava-mezi-nejzadanejsimi-kongresovymi-destinacemi-sveta>. [cit. 2025-04-22].
- SNOPOVÁ, Adéla. *Praha chce zvýšit poplatek za pobyt turistů. Mohl by být čtyřnásobný Zdroj: https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/593299-praha-chce-zvysit-poplatek-za-pobyt-turistu-mohl-by-byt-ctyrnasobny?campaignsrc=tn_clipboard*. Online. TN CZ. 2025. Dostupné z: <https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/593299-praha-chce-zvysit-poplatek-za-pobyt-turistu-mohl-by-byt-ctyrnasobny>. [cit. 2025-04-22].
- Statistika a My*. Online. 2022, roč. 12, č. 06. 2022. Dostupné z: <https://statistikaamy.csu.gov.cz/soubory/statistika-a-my/2022/06/18042206.pdf>. [cit. 2025-04-22].
- Technicky-predpoklad-Kategorizace-DMO-10-2024.pdf*. Online. CzechTourism. © 2025. Dostupné z: <https://cms.czechtourism.cz/cms/getmedia/5b47e7ce-1854-494c-b064-a10b5384bbc8/Technicky-predpoklad-Kategorizace-DMO-10-2024.pdf>. [cit. 2025-04-22].
- Tourdata - Tourdata - data o cestovním ruchu*. Online. <https://tourdata.cz/>. Dostupné z: <https://tourdata.cz/>. [cit. 2025-04-22].
- Tourism Statistics Database*. Online. UN Tourism. © 2025. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>. [cit. 2025-04-22].
- Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR)*. Online. The World Travel & Tourism Council (WTTC). © 2025. Dostupné z: <https://wtcc.org/research/economic-impact>. [cit. 2025-04-22].
- Turistické služby - Prague City Tourism Corporate*. Online. Prague city tourism. © 2025. Dostupné z: <https://praguecitytourism.cz/co-delame/verejne-prospesne-cinnosti/turisticke-sluzby/>. [cit. 2025-04-22].
- UROŠEVIĆ, Marija; STANOJEVIĆ, Marina a ĐORĐEVIĆ, Dejan. *Urban Tourism Destinations in the World*. Online. *Economic Themes*. 2024, roč. 61, č. 3, s. 343-364. Dostupné z: <https://doi.org/10.2478/ethemes-2023-0018>. [cit. 2025-04-22].

V čom je rozdiel: Kvalitatívny a kvantitatívny výskum? Online. Mind the GRAPH. 2023.

Dostupné z: <https://mindthegraph.com/blog/sk/kvalitativny-a-quantitativny-vyskum/>. [cit. 2025-04-22].

Výroční zprávy - Prague City Tourism Corporate. Online. Prague city tourism. © 2025. Dostupné

z: <https://praguecitytourism.cz/o-nas/vyrocní-zpravy/>. [cit. 2025-04-22].

VYSTOUPIL, Jiří a SAUER, Martin a kol. *Geografie cestovního ruchu ČR*. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

Výstupní objekt VDB. Online. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD: Veřejná databáze. 2025. Dostupné

z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&pvo=CRU001D320201&vyhltext=cestovn%C3%AD+ruch&bkt=Y2VzdG92bsOtIHJ1Y2g.&f=TABULKA&z=T&katalog=all&c=v1438~8_RP2023&&u=v2120_VUZEMI_100_3018&str=v2120. [cit. 2025-04-22].

Výstupní objekt VDB. Online. Veřejná databáze VDB. 2025. Dostupné

z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=1270&katalog=32084&pvo=CRU07c&pvo=CRU07c&str=v77>. [cit. 2025-04-22].

Who we are - Eurostat. Online. Eurostat. © 2025. Dostupné

z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/about-us/who-we-are>. [cit. 2025-04-22].

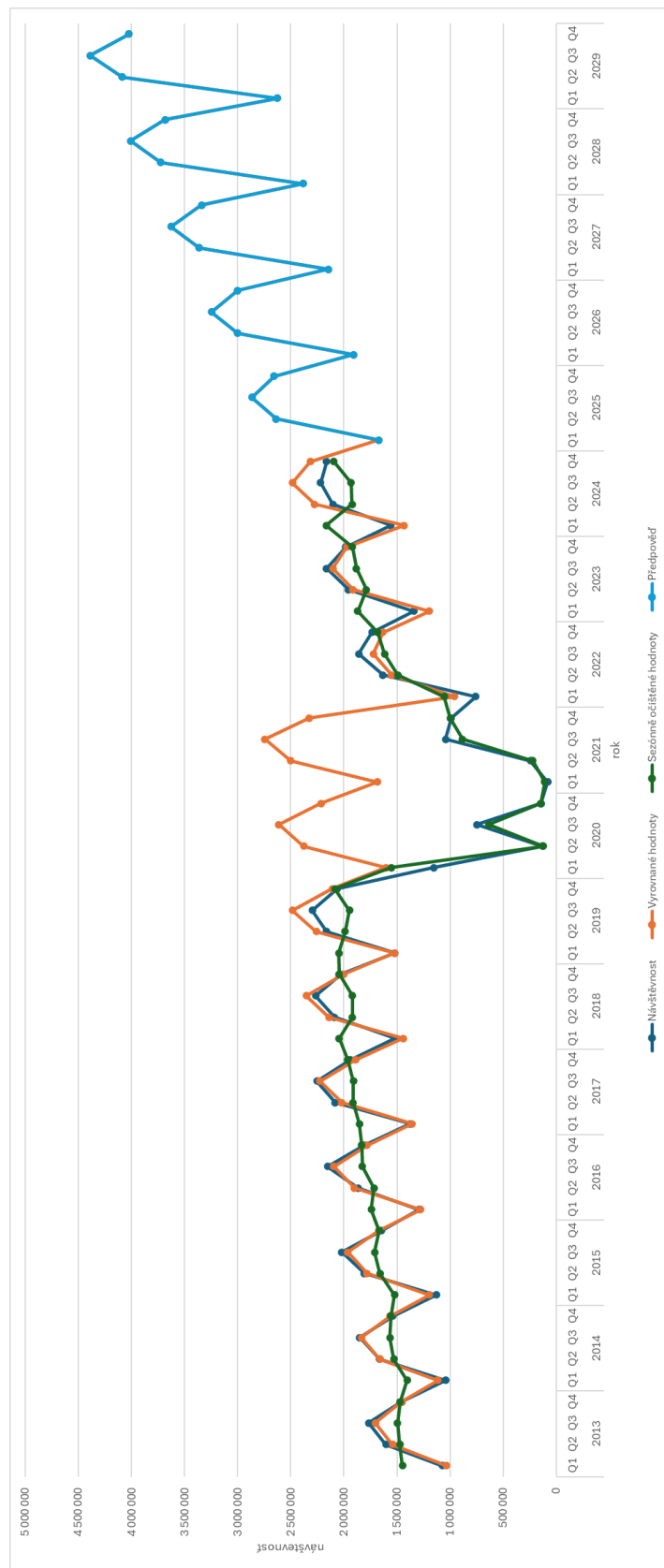
ZELENKA, Josef a ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Druhé doplněné vydání.

Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 9788072018802.

Prílohy

Prílohy A Grafy

Príloha A.1 Graf – Predikcia návštevnosti na nasledujúcich 5 rokov



Prílohy B Tabuľky

Príloha B.1 Tabuľka – Porovnanie skutočnej návštevnosti s predpoveďou bez pandémie pre roky 2020 až 2024

Rok / štvrťrok		Návštevnosť	Trendová složka		Výpočet indexů	Empirické sezónní indexy	Vyrovnané hodnoty	Sezónně očištěné hodnoty	Předpověď
		y_{ij}	t_i	T_{ij}	y_{ij}/T_{ij}	I_i	$Y_{ij}=T_{ij} \cdot I_i$	y_{ij}/I_i	Y_{ij}
2013	Q1	1 075 304	-13,5	1390105,47	0,77	0,74	1032624,29	1447560,34	
	Q2	1 604 539	-12,5	1417606,25	1,13	1,09	1542048,82	1475053,50	
	Q3	1 766 000	-11,5	1445107,03	1,22	1,18	1705195,33	1496637,34	
	Q4	1 453 787	-10,5	1472607,81	0,99	0,99	1456195,27	1470172,40	
2014	Q1	1 042 920	-9,5	1500108,59	0,70	0,74	1114338,88	1403965,42	
	Q2	1 662 435	-8,5	1527609,37	1,09	1,09	1661708,41	1528277,32	
	Q3	1 850 347	-7,5	1555110,15	1,19	1,18	1834996,66	1568119,15	
	Q4	1 540 313	-6,5	1582610,93	0,97	0,99	1564972,38	1557673,62	
2015	Q1	1 131 268	-5,5	1610111,71	0,70	0,74	1196053,47	1522898,35	
	Q2	1 806 567	-4,5	1637612,49	1,10	1,09	1781368,00	1660777,94	
	Q3	2 018 461	-3,5	1665113,27	1,21	1,18	1964797,98	1710591,23	
	Q4	1 649 480	-2,5	1692614,05	0,97	0,99	1673749,49	1668071,02	
2016	Q1	1 293 034	-1,5	1720114,83	0,75	0,74	1277768,06	1740665,65	
	Q2	1 867 726	-0,5	1747615,61	1,07	1,09	1901027,59	1717001,44	
	Q3	2 155 310	0,5	1775116,39	1,21	1,18	2094599,31	1826567,06	
	Q4	1 811 488	1,5	1802617,17	1,00	0,99	1782526,60	1831904,99	
2017	Q1	1 377 820	2,5	1830117,95	0,75	0,74	1359482,64	1854803,46	
	Q2	2 081 005	3,5	1857618,73	1,12	1,09	2020687,18	1913068,93	
	Q3	2 252 584	4,5	1885119,51	1,19	1,18	2224400,63	1909004,15	
	Q4	1 941 352	5,5	1912620,29	1,02	0,99	1891303,72	1963232,66	
2018	Q1	1 517 959	6,5	1940121,07	0,78	0,74	1441197,23	2043456,77	
	Q2	2 087 150	7,5	1967621,85	1,06	1,09	2140346,77	1918718,03	
	Q3	2 265 284	8,5	1995122,63	1,14	1,18	2354201,96	1919767,06	
	Q4	2 021 791	9,5	2022623,41	1,00	0,99	2000080,83	2044578,28	
2019	Q1	1 520 212	10,5	2050124,19	0,74	0,74	1522911,82	2046489,73	
	Q2	2 163 763	11,5	2077624,97	1,04	1,09	2260006,36	1989148,40	
	Q3	2 297 155	12,5	2105125,75	1,09	1,18	2484003,28	1946776,87	
	Q4	2 063 194	13,5	2132626,53	0,97	0,99	2108857,94	2086447,92	
2020	Q1	1 153 964	14,5	2160127,31		0,74	1604626,40	1553451,41	1 604 626
	Q2	132 839	15,5	2187628,09		1,09	2379665,95	122118,96	2 379 666
	Q3	750 779	16,5	2215128,87		1,18	2613804,61	636264,94	2 613 805
	Q4	144 861	17,5	2242629,65		0,99	2217635,05	146493,70	2 217 635
2021	Q1	82 172	18,5	2270130,43		0,74	1686340,99	110618,88	1 686 341
	Q2	242 479	19,5	2297631,21		1,09	2499325,54	222911,07	2 499 326
	Q3	1 041 755	20,5	2325131,99		1,18	2743605,93	882859,25	2 743 606
	Q4	988 314	21,5	2352632,77		0,99	2326412,16	999453,13	2 326 412
2022	Q1	759 098	22,5	2380133,55		0,74	1768055,58	1021887,91	1 768 056
	Q2	1 631 823	23,5	2407634,33		1,09	2618985,13	1500135,69	2 618 985
	Q3	1 859 006	24,5	2435135,11		1,18	2873407,26	1575457,42	2 873 407
	Q4	1 734 876	25,5	2462635,89		0,99	2435189,27	1754429,50	2 435 189
2023	Q1	1 342 782	26,5	2490136,67		0,74	1849770,16	1807635,76	1 849 770
	Q2	1 956 494	27,5	2517637,45		1,09	2738644,72	1798605,91	2 738 645
	Q3	2 162 260	28,5	2545138,23		1,18	3003208,58	1832457,00	3 003 209
	Q4	1 981 078	29,5	2572639,01		0,99	2543966,38	2003406,41	2 543 966
2024	Q1	1 557 505	30,5	2600139,79		0,74	1931484,75	2096693,09	1 931 485
	Q2	2 103 173	31,5	2627640,57		1,09	2858304,31	1933447,98	2 858 304
	Q3	2 220 081	32,5	2655141,35		1,18	3133009,91	1881458,74	3 133 010
	Q4	2 162 608	33,5	2682642,13		0,99	2652743,49	2186982,40	2 652 743

Príloha B.2 Tabuľka – Predpoveď do roku 2029 počítaná z návštevnosti po pandémii, roky 2022 až 2024.

Rok / štvrťrok		Návštevnosť	Trendová složka		Výpočet indexů	Empirické sezónní indexy	Vyrovnané hodnoty	Sezónně očištěné hodnoty	Předpověď
		y_{ij}	t_i	T_{ij}	y_{ij}/T_{ij}	I_{ij}	$Y_{ij}=T_{ij}*I_{ij}$	y_{ij}/I_{ij}	Y_{ij}
2022	Q1	759098	-5,5	1333926,22	0,57	0,72	958540,42	1056377,70	
	Q2	1631823	-4,5	1416709,09	1,15	1,09	1550285,50	1491221,11	
	Q3	1859006	-3,5	1499491,96	1,24	1,15	1723365,39	1617512,19	
	Q4	1734876	-2,5	1582274,83	1,10	1,03	1632543,40	1681456,44	
2023	Q1	1342782	-1,5	1665057,70	0,81	0,72	1196486,80	1868645,36	
	Q2	1956494	-0,5	1747840,57	1,12	1,09	1912638,18	1787917,66	
	Q3	2162260	0,5	1830623,44	1,18	1,15	2103934,65	1881372,04	
	Q4	1981078	1,5	1913406,31	1,04	1,03	1974194,87	1920077,49	
2024	Q1	1557505	2,5	1996189,18	0,78	0,72	1434433,17	2167458,67	
	Q2	2103173	3,5	2078972,05	1,01	1,09	2274990,86	1921958,43	
	Q3	2220081	4,5	2161754,92	1,03	1,15	2484503,90	1931681,82	
	Q4	2162608	5,5	2244537,79	0,96	1,03	2315846,34	2096017,90	
2025	Q1		6,5	2327320,66		0,72	1672379,55		1 672 380
	Q2		7,5	2410103,53		1,09	2637343,54		2 637 344
	Q3		8,5	2492886,40		1,15	2865073,15		2 865 073
	Q4		9,5	2575669,27		1,03	2657497,80		2 657 498
2026	Q1		10,5	2658452,14		0,72	1910325,92		1 910 326
	Q2		11,5	2741235,01		1,09	2999696,22		2 999 696
	Q3		12,5	2824017,88		1,15	3245642,41		3 245 642
	Q4		13,5	2906800,75		1,03	2999149,27		2 999 149
2027	Q1		14,5	2989583,62		0,72	2148272,30		2 148 272
	Q2		15,5	3072366,49		1,09	3362048,90		3 362 049
	Q3		16,5	3155149,36		1,15	3626211,66		3 626 212
	Q4		17,5	3237932,23		1,03	3340800,73		3 340 801
2028	Q1		18,5	3320715,10		0,72	2386218,67		2 386 219
	Q2		19,5	3403497,97		1,09	3724401,58		3 724 402
	Q3		20,5	3486280,84		1,15	4006780,91		4 006 781
	Q4		21,5	3569063,71		1,03	3682452,20		3 682 452
2029	Q1		22,5	3651846,58		0,72	2624165,05		2 624 165
	Q2		23,5	3734629,45		1,09	4086754,26		4 086 754
	Q3		24,5	3817412,32		1,15	4387350,17		4 387 350
	Q4		25,5	3900195,19		1,03	4024103,67		4 024 104