



Investice do vaší budoucnosti

Evropská unie

PODPOROVÁNO Z EVROPSKÉHO FONDU
PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ



Spokojenost a loajalita návštěvníků Moravskoslezského kraje - Benchmark

Závěrečná zpráva z výzkumu
Únor 2011



Nobody's Unpredictable

1. Informace o projektu	3
2. Hlavní zjištění	5
3. Detailní zjištění.....	11
4. Profily návštěvníků.....	15
5. Cílové skupiny.....	25
6. Návštěva kraje.....	32
7. Hodnocení návštěvy.....	42
8. Spokojenost s návštěvou.....	66
9. Indexy spokojenosti.....	95
10. Prediktory spokojenosti.....	99
11. Loajalita návštěvníků.....	105
12. Index loajality.....	128
13. Zdroje informací o MSK	131

- Tento průzkum je realizován v rámci projektu „Moravskoslezský kraj - kraj plný zážitků“. Jeho primárním cílem je oslovit vytýčené cílové skupiny pomocí různých komunikačních nástrojů, respektive:
 - vybudovat image regionu MSK jako turistické destinace, která má návštěvníkům co nabídnout (se zaměřením na krásnou a neporušenou přírodu, památky a zajímavosti v kraji, turistiku a turistické atrakce apod.),
 - připravit nabídku „šitou na míru“ potřebám cílových skupin,
 - propagovat kraj a orientovat aktivity do zahraničí.
- Moravskoslezský kraj také zavedl kontrolní mechanismus projektů a aktivit, které realizuje na podporu cestovního ruchu. V této souvislosti realizoval **výzkumy spokojenosti návštěvníků Moravskoslezského kraje v porovnání se spokojeností návštěvníků jiných krajů, a to Plzeňského, Královehradeckého a Zlínského kraje. Srovnání má podobu benchmarku, který srovnává indexy spokojenosti a loajality (CSI a CLI) u návštěvníků výše zmíněných krajů.**
- V letošním roce proběhl výzkum mezi návštěvníky zmíněných krajů. Na příští rok se předpokládá realizace v dalších regionech s tím, že by bylo vhodné provést i druhou vlnu šetření přímo v Moravskoslezském kraji jednak pro aktualizaci výstupů a také pro meziroční srovnání.

Kvantitativní výzkum mezi návštěvníky MSK	
Metoda sběru dat	CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)
Výběrový soubor	<p>Obyvatelé celé ČR starší 18 let, kteří MSK, resp. PK, resp. HK, resp. ZK navštívili v posledních 12 měsících za účelem trávení volného času</p> <p>Respondenti byli rekrutováni náhodným výběrem z databáze telefonních čísel bytových stanic (pevné linky), kombinovaný s generátorem náhodných mobilních telefonních čísel</p>
Nástroj sběru dat	<p>Strukturované dotazníky uzavřenými i otevřenými otázkami, které zjišťovaly:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ CLI – Customer Loyalty Index ▪ CSI – Customer Satisfaction Index
Nástroj sběru dat	Strukturované dotazníky uzavřenými i otevřenými otázkami
Počet rozhovorů	<p>N = 1002 (MSK)</p> <p>N = 300 (PK)</p> <p>N = 300 (HK)</p> <p>N = 300 (ZK)</p>
Délka dotazníku	<p>CLI dotazník - 15 minut, CSI dotazník – 20 minut</p> <p>Benchmark dotazník – 20 minut</p>



- Ve všech krajích je **nejčastějším obdobím návštěvy léto**.
- **Průměrný nejdelší pobyt** trval ve všech případech **nejčastěji 7 dní**.
- **Nejčastěji respondenti přijeli** do Moravskoslezského kraje **autem** (78 %) nebo **vlakem** (17%).
V ostatních krajích byly podíly těch, kteří využily tyto dva způsoby cestování, obdobné.
- **Mezi místy, které dotázaní navštívili** v MSK, dominovaly **Ostrava, Beskydy a Jeseníky**, dále Opava a Rožnov pod Radhoštěm.. Cílem návštěv Plzeňského kraje jsou především **Plzeň (a Plzeňská ZOO)** nebo **Klatovy**. V Královohradeckém kraji je to **Hradec Králové a Dvůr králové (ZOO)**. Ve Zlínském kraji jsou nejčastěji navštěvovány **Zlín, Luhačovice a ZOO v Lešné**.
- Co se týká ubytování, pak návštěvníci všech krajů byli **nejčastěji ubytováni u svých známých či příbuzných**, nejvýrazněji ve Zlínském kraji (54 %), Plzeňském (47 %) a v Královohradeckém (47 %). V Moravskoslezském kraji se u známých ubytovalo o něco méně návštěvníků (45 %). Ubytování v penzionu využilo 19 % respondentů v Královohradeckém kraji, v Moravskoslezském kraji to bylo 17 %, v Plzeňském kraji 15% a nejméně potom ve Zlínském kraji (8 %).
- **Ubytování v hotelu preferují nejčastěji návštěvníci Zlínského kraje** (20 %), v Moravskoslezském kraji (16 %), méně často již v Královohradeckém kraji (10%) a v Plzeňském kraji (7%).
- **V restauracích se při svém pobytu nejméně stravují dotázaní v Moravskoslezském kraji** (92 %), v ostatních krajích je podíl těchto návštěvníků o málo nižší (PK 91%, HK 87% a ZK 91%).
- **Mezi důvody pobytu** v Moravskoslezském kraji převažoval **odpočinek – rekreace**, tj. **pobyt v přírodě, procházky** apod. a **turistika a sport**. U krajů Plzeňského a Zlínského je to zejména **odpočinek a poznání**, Královohradecký kraj je vyhledáván podobně jako MSK vyhledáván pro **možnost relaxace a kvůli turistice**.

- Celkově vzato, se svojí návštěvou vybraného kraje v uplynulých 12 měsících byli **respondenti většinou spokojeni – v Moravskoslezském kraji to vyjádřilo 92 % dotázaných**, z toho 46 % bylo dokonce velmi spokojeno a dalších 46 % návštěvníků bylo spíše spokojeno. Celkový podíl spokojených návštěvníků v ostatních třech krajích se pohybuje v rozmezí 86 % – 92 %.
- Návštěvníci všech krajů jsou s úrovní služeb relativně spokojeni – ve všech krajích kromě MSK nemají více než 4/5 dotázaných žádné výhrady, v Moravskoslezském kraji nemělo žádné připomínky 78 %.
- Obecně návštěvníkům ve všech krajích chybí dostatek parkovacích ploch, kvalitní restaurační zařízení, širší možnosti kulturního a sportovního vyžití (zejména aquapark, koupaliště) a zlepšení informovanosti o daném kraji.
- Dotázaní návštěvníci vykazují poměrně vysokou spokojenost s faktory své návštěvy jednotlivých krajů. Průměrný celkový **index spokojenosti s návštěvou MSK** na škále 1 (velmi nespokojen/a) – 5 (velmi spokojen/a) je **3,88 (v porovnání s posledním rokem tedy pozorujeme pokles indexu spokojenosti o 0,24 bodu)**. Průměrný celkový index spokojenosti v ostatních krajích je o něco vyšší:
 - **Moravskoslezský kraj: 3,88**
 - **Plzeňský kraj: 4,01**
 - **Královehradecký kraj: 4,04**
 - **Zlínský kraj: 4,02**

PREDIKTORY SPOKOJENOSTI

- **Nejlepším prediktorem celkové spokojenosti** s návštěvou kraje je faktor „**atraktivita přírody, přátelskost lidí a bezpečnost**“ – koresponduje s celkovou spokojeností nejlépe, a to jak v celém souboru, tak ve většině zkoumaných krajů. Jedinou změnou oproti poslednímu roku je pořadí faktorů „cyklistika, turistika, sport“ a „doprava, ceny“, které si letos vyměnily pozice.

- **Celkové pořadí faktorů** s největším vlivem na spokojenost s návštěvou:
 - Atraktivita přírody, přátelskost lidí, bezpečnost
 - Nákupy, zábava, informace
 - Podmínky pro rodinný odpočinek
 - Cyklistika, turistika, sport
 - Doprava, ceny
 - Pohostinnost
 - Zimní sporty

- V případě **MSK** je pořadí faktorů podobné (s výjimkou faktoru „doprava,ceny“):
 - Atraktivita přírody, přátelskost lidí, bezpečnost
 - **Doprava, ceny**
 - Nákupy, zábava, informace
 - Podmínky pro rodinný odpočinek
 - Cyklistika, turistika, sport
 - Pohostinnost
 - Zimní sporty

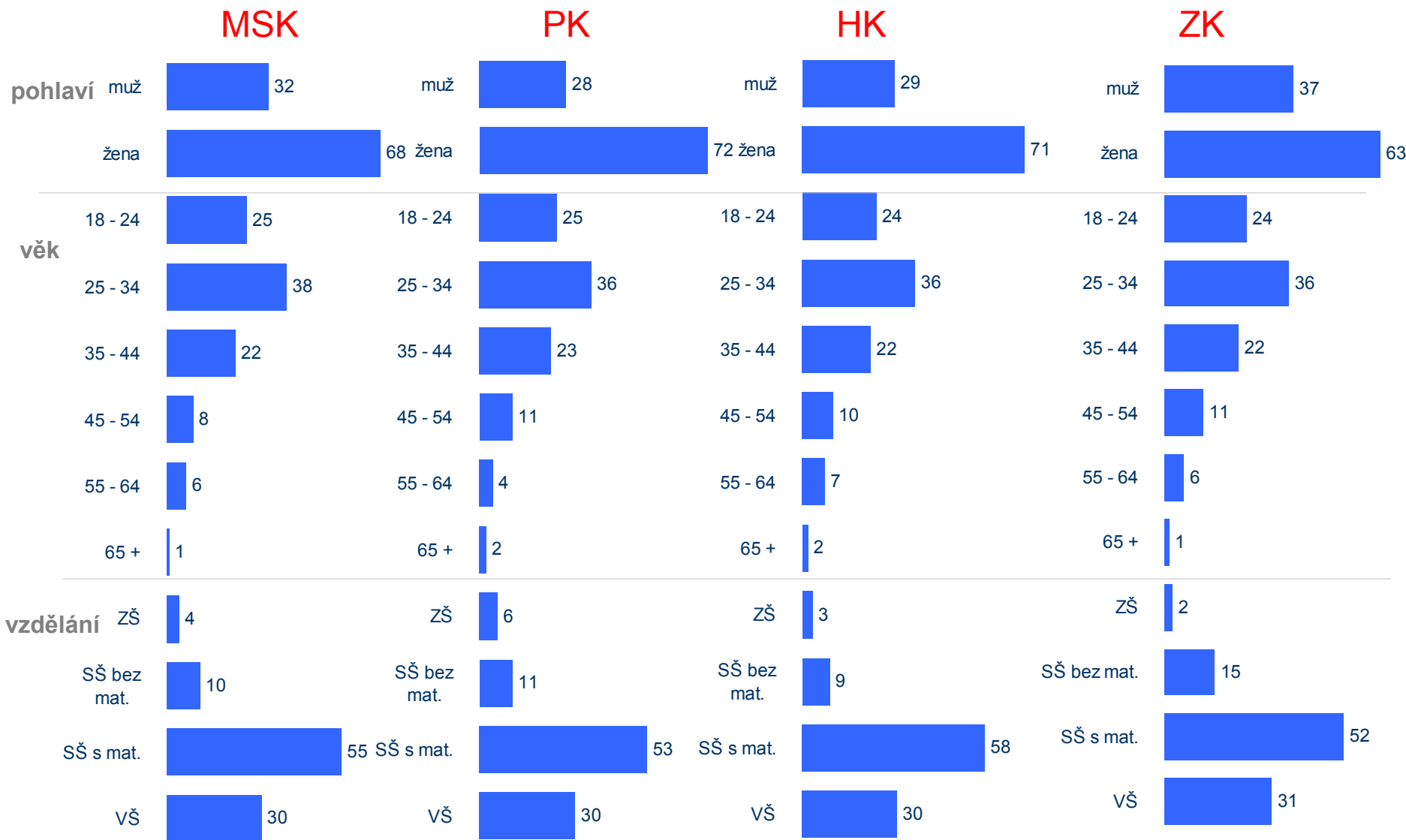
- Většina návštěvníků všech čtyř regionů také uvažuje o tom, že kraj v následujících dvou letech znovu navštíví za účelem trávení volného času. Předpokládá to zhruba devět desetin dotázaných návštěvníků.
- Respondenti, kteří další rekreační návštěvu kraje neplánují, jako důvod uvádějí zejména chuť poznat jiná místa. Nejde tedy o nespokojenost se stávající dovolenou, konkrétní výhrady se objevují pouze v okrajové míře.
- Většina dotázaných návštěvníků všech čtyř regionů by svým známým či příbuzným doporučilo strávit v tomto kraji dovolenou. Učinili by tak téměř všichni dotázaní návštěvníci Královehradeckého kraje (96 %), 95 % návštěvníků Zlínského kraje, 93 % návštěvníků Plzeňského kraje a 93 % návštěvníků Moravskoslezského kraje.
- Hlavním důvodem, proč by respondenti dovolenou v jednotlivých krajích naopak nedoporučili, je přesvědčení, že existují hezčí místa nebo nedostatečná znalost regionu. Objevují se i názory, že v kraji není nic zajímavého či výjimečného, někteří respondenti také vyjádřili negativní zkušenost s pobytem v kraji.
- **Indexy loajality** návštěvníků (1 = nejnižší loajalita, 5 = nejvyšší loajalita) jednotlivých krajů jsou podobné, **u MSK pozorujeme oproti loňsku nárůst o 0,36 bodu:**
 - Moravskoslezský kraj: **4,18**
 - Plzeňský kraj: **4,13**
 - Královehradecký kraj: **4,19**
 - Zlínský kraj: **4,13**

- **Většina návštěvníků ve všech krajích má pocit, že mají dostatek informací o možnostech trávení volného času v regionu.** V Plzeňském a Zlínském kraji to uvádí 70% dotázaných, v Královehradeckém kraji dokonce 74% respondentů.
- **V Moravskoslezském kraji je podíl těch, kteří mají dostatek informací o regionu o něco nižší (64%)**
- Ve všech krajích je rozložení jednotlivých informačních zdrojů velmi podobné, **nejčastějším zdrojem informací o možnostech trávení volného času internet**, kde tyto informace vyhledává více než 95% dotázaných. Rovněž se potvrzuje, že velmi silným informačním zdrojem je tzv. „**Word of Mouth**“ (**šeptanda**). V Moravskoslezském kraji tento zdroj uvedlo 70% dotázaných, v ostatních krajích to bylo dokonce ještě o něco víc (PK 73%, HK 74%, ZK 75%). Dalšími hojně využívanými zdroji informací jsou masová média (**TV, rozhlas, tisk**) a informační **brožury a letáky** – v průměru je využívá asi 1/3 dotázaných.

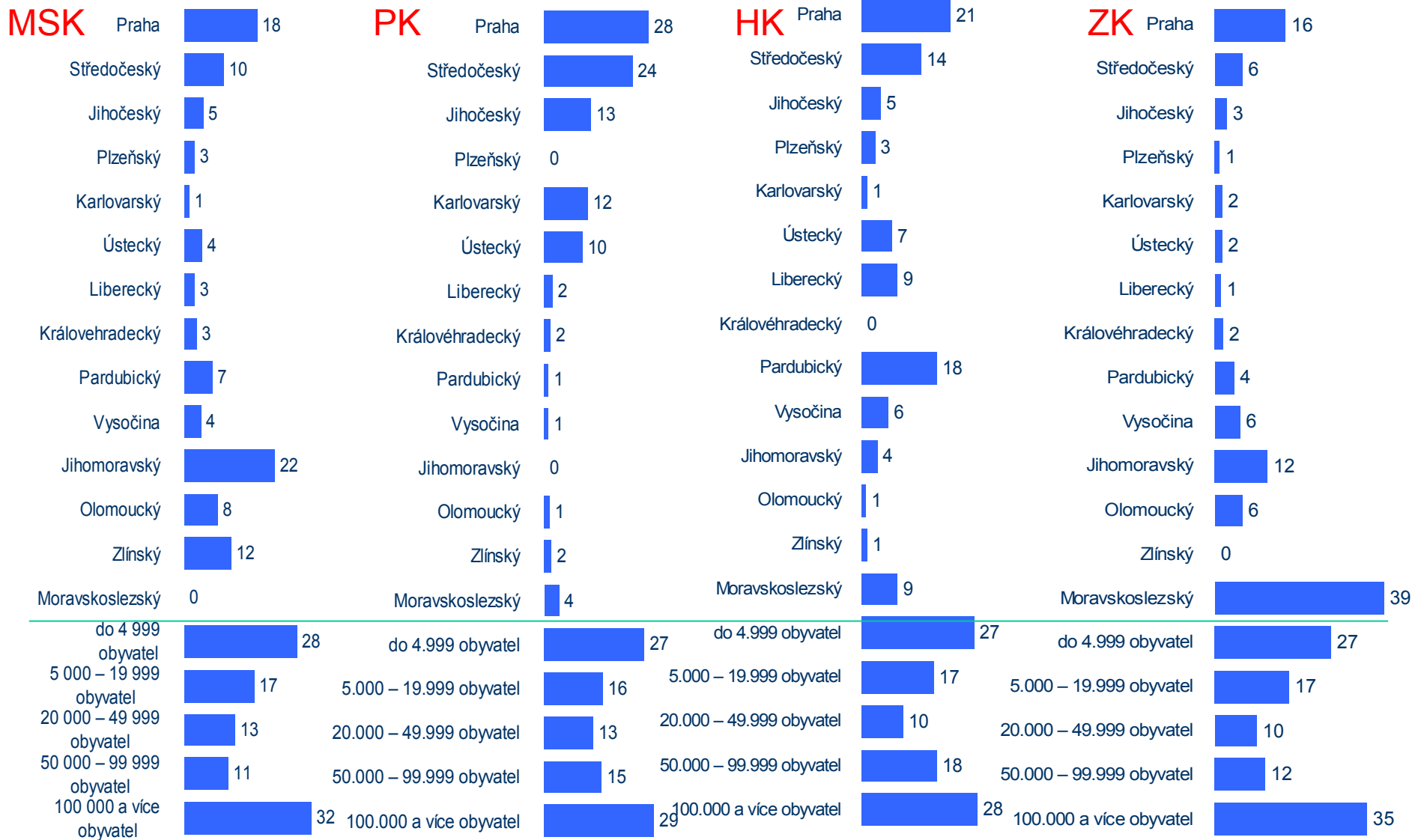


- Návštěvníci jednotlivých krajů se vyznačují specifickými sociodemografickými charakteristikami. Pro lepší vyjádření odlišností jejich profilů mezi kraji jsme upozornili zejména na ty vlastnosti, ve kterých se návštěvníci nejvíce odlišují, nemusí jít tedy nutně o nejčastější vlastnosti v rámci dané skupiny.
- Návštěvníci, kteří přijeli do **Moravskoslezského kraje**:
 - Častěji přijeli z Jihomoravského, Olomouckého či Zlínského kraje.
- Návštěvníci, kteří přijeli do **Plzeňského kraje**:
 - výrazněji zastoupeny ženy
 - vyšší podíl lidí se základním vzděláním
 - častěji přijeli z Prahy, Středočeského, Jihočeského, Ústeckého nebo Karlovarského kraje
- Mezi návštěvníky **Královehradeckého kraje**:
 - ženy,
 - častěji přijeli z Pardubického kraje, Prahy a Středočeského kraje
- A u **Zlínského kraje**:
 - častěji přijeli z Olomouckého a Jihomoravského kraje

PROFIL NÁVŠTĚVNÍKŮ JEDNOTLIVÝCH KRAJŮ



PROFIL NÁVŠTĚVNÍKŮ JEDNOTLIVÝCH KRAJŮ



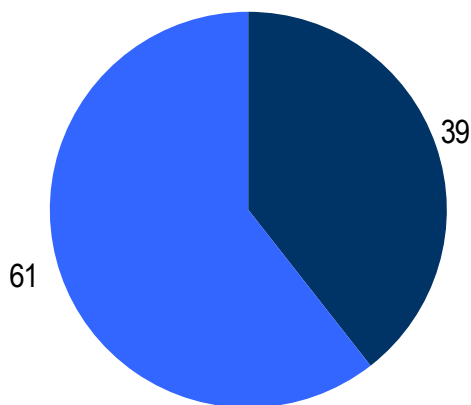
- K dalšímu zlepšení nabídky pro návštěvníky Moravskoslezského kraje jsme podobně jako v loňském výzkumu využili podrobnější identifikaci návštěvníků ze dvou skupin podle návštěvnosti v jednotlivých ročních obdobích, tj. členění na zimní a mimozimní návštěvníky.
- Vzhledem k tomu, že návštěvnost na jaře až na podzim je poměrně vysoká a skupinu mimozimních návštěvníků by tak tvořilo i více než 90 % jednotek dotázaného souboru v daném regionu, čímž by jejich profil silně korespondoval s celkovým profilem návštěvníků, přinášíme jen charakteristiku zimních návštěvníků všech sledovaných regionů. Do cílové skupiny zimních návštěvníků zahrnujeme všechny návštěvníky, kteří kraj alespoň jednou navštívili v zimě (bez jakýchkoliv dalších omezujících podmínek).
- K zimním návštěvníkům **Moravskoslezského kraje** patří častěji:
 - lidé ve věku 25-34 let
 - středoškoláci bez maturity
 - obyvatelé Jihomoravského, Olomouckého či Zlínského kraje
 - častěji bydleli v pronajatém ubytování
 - častěji přijeli ve více lidech
- Návštěvníci, kteří přijeli do **Plzeňského kraje v zimě**, jsou více:
 - mladí ve věku 18-24 let
 - lidé z obcí do 4999 obyvatel
 - z Prahy, Středočeského, Jihočeského nebo Karlovarského kraje
 - častěji přijeli s přáteli nebo příbuznými

- Mezi návštěvníky **Královehradeckého kraje** převažují:
 - ženy,
 - zejména obyvatelé Pardubického kraje, Prahy nebo Středočeského kraje.
 - častěji přijeli ve více lidech (s partnerem nebo dítětem do 9 let)
 - častěji spali v penzionu nebo pronajatém, ubytování

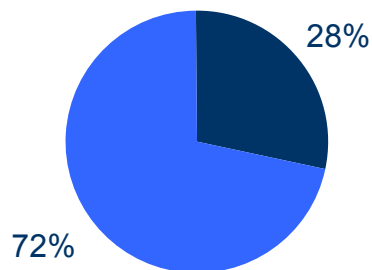
- Návštěvu **Zlínského kraje** v zimě preferují spíše:
 - lidé ve věku 55-64 let,
 - vysokoškoláci
 - lidé z Jihomoravského nebo Olomouckého kraje
 - častěji v hotelu s 3* nebo u příbuzných

PODÍL ZIMNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ V CELÉM SOUBORU

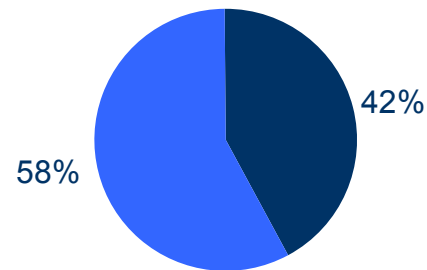
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



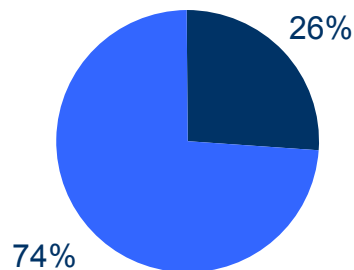
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVÉHRADECKÝ



ZLÍNSKÝ

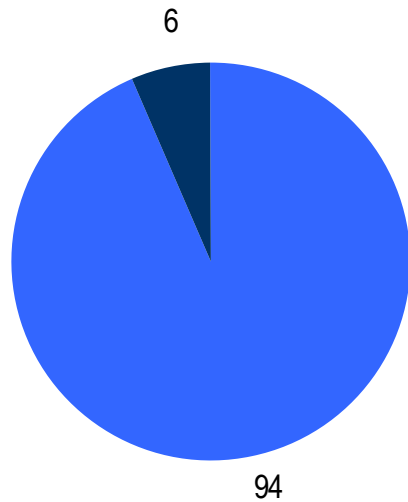


- přijeli alespoň jednou v zimě (CS1)
- nepřijeli vůbec v zimě

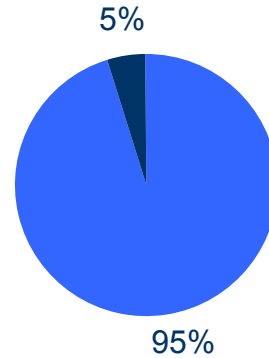
v %, N (PK) = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

PODÍL MIMOZIMNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ V CELÉM SOUBORU

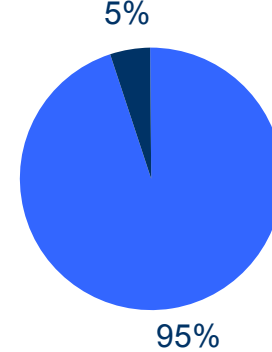
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



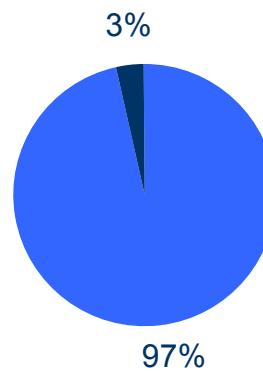
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVEHRADECKÝ



ZLÍNSKÝ



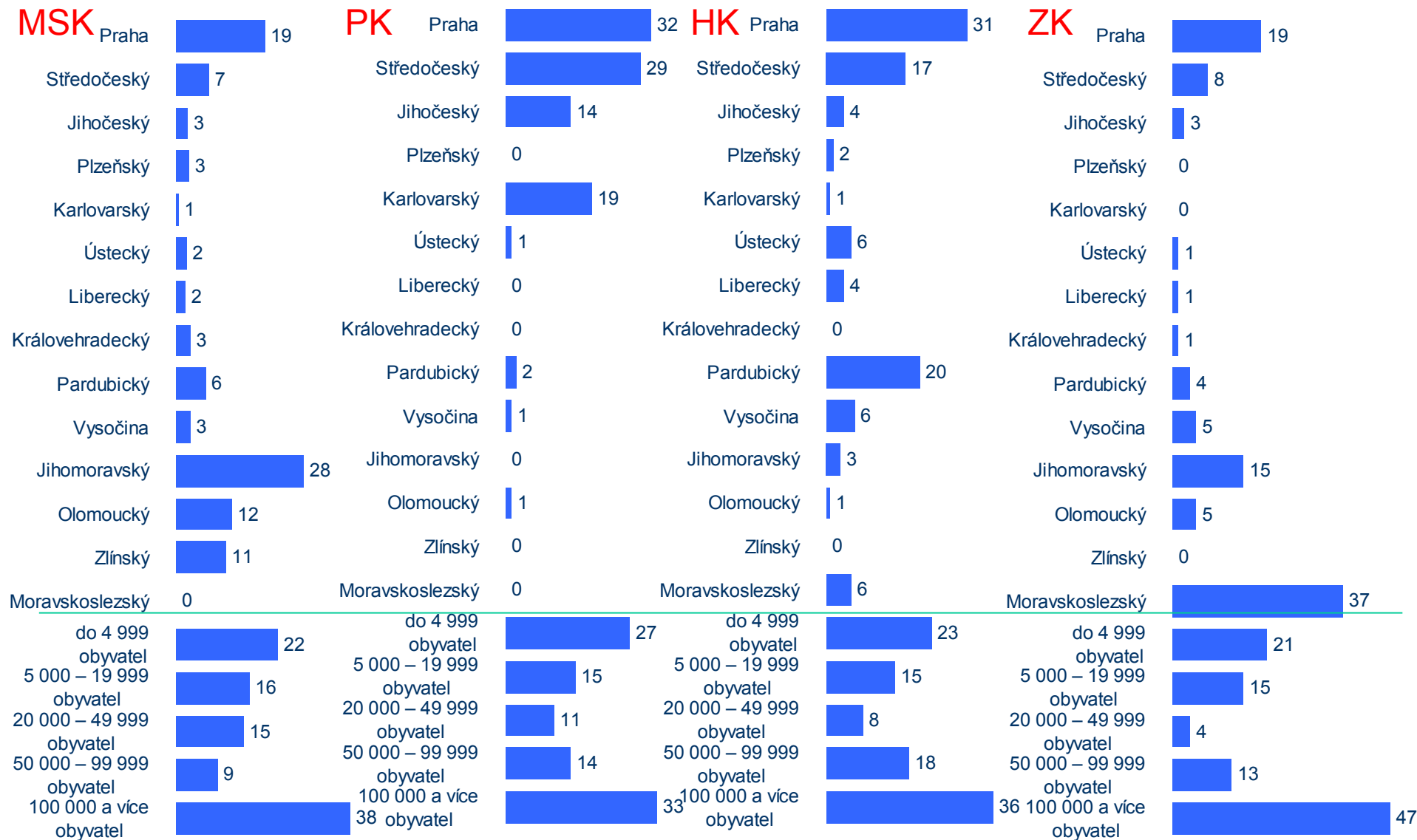
- přijeli alespoň jednou na jaře, v létě nebo na podzim (CS2)
- přijeli pouze v zimě

v %, N (PK) = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

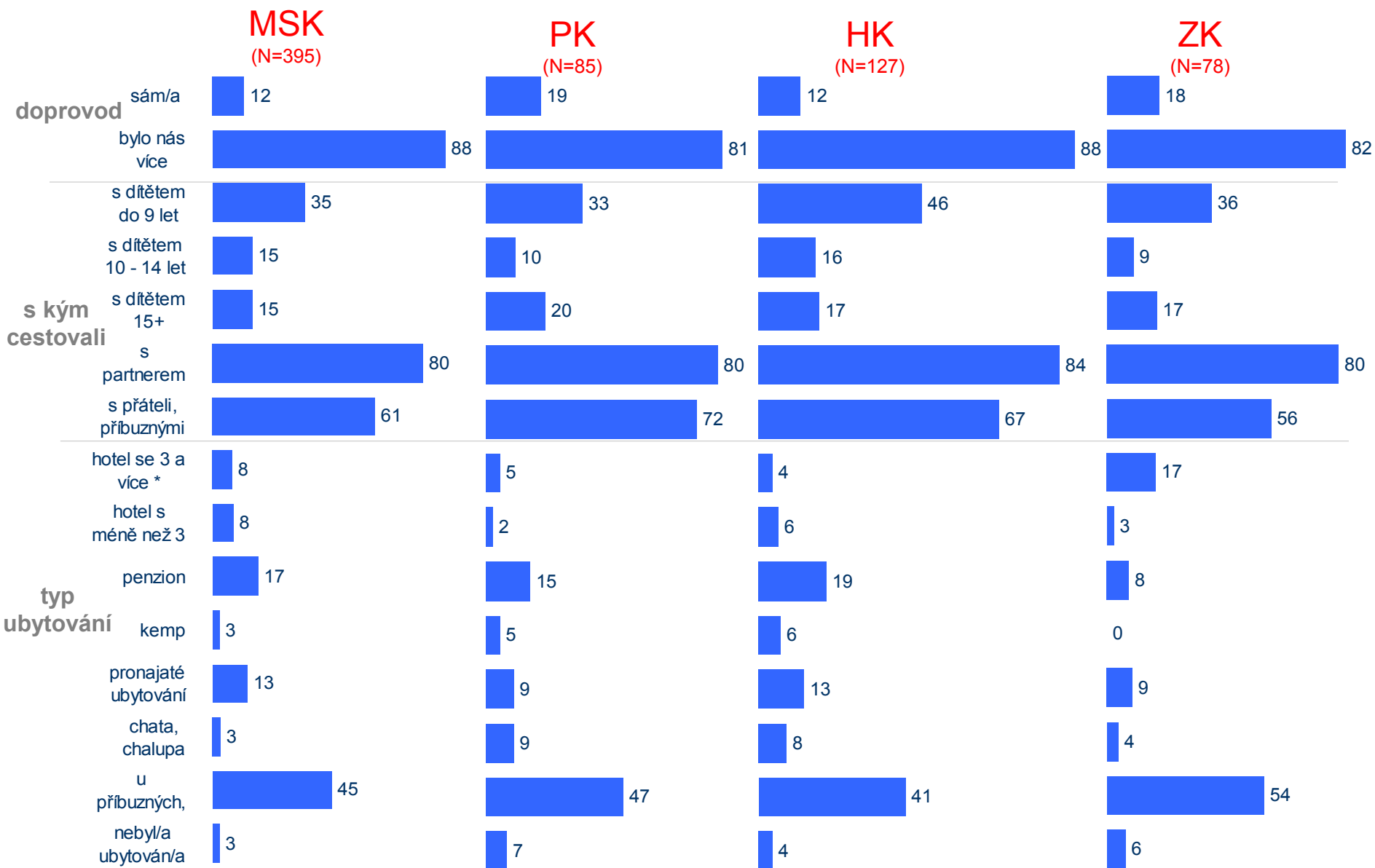
PROFIL CÍLOVÝCH SKUPIN – ZIMNÍ NÁVŠTĚVNÍCI



PROFIL CÍLOVÝCH SKUPIN – ZIMNÍ NÁVŠTĚVNÍCI



PROFIL CÍLOVÝCH SKUPIN – ZIMNÍ NÁVŠTĚVNÍCI



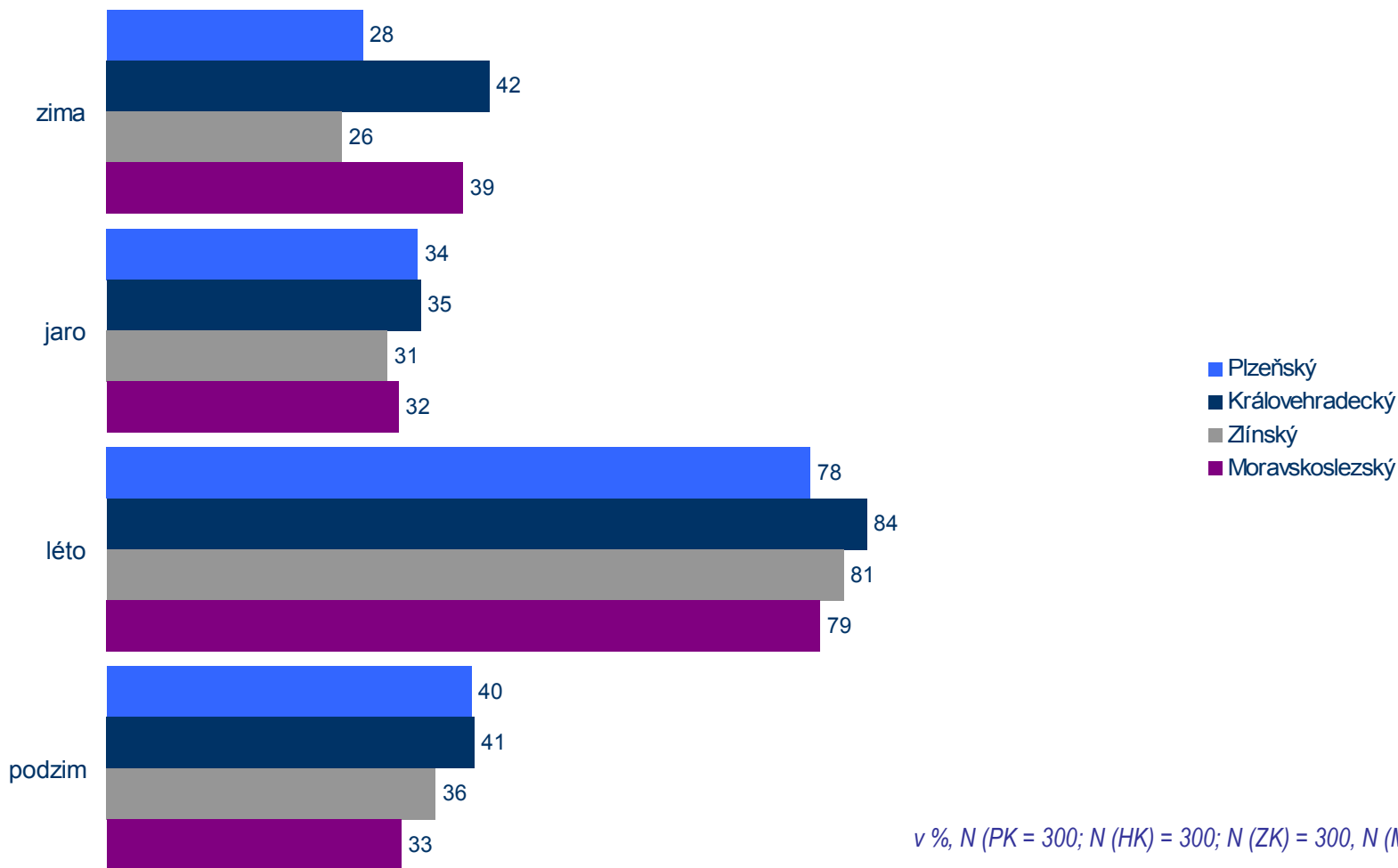
- Z výzkumu vyplynulo, že **Moravskoslezský kraj nejčastěji respondenti navštívili v létě** (79 % návštěvníků), méně často pak v zimě (39 %), na podzim (32 %) nebo na jaře (33 %).
- **Letní návštěva v je ještě častější u Královehradeckého kraje (84 %) Zlínského kraje (81 %)**
- **Návštěva v zimních měsících je v Moravskoslezském kraji podobná jako v Královehradeckém kraji (42 %), zbývající kraje mají návštěvnost v tomto období výrazně nižší.**
- **Největší podíl návštěvníků (46 %) do Moravskoslezského kraje zavítal v uplynulém roce 2x a vícekrát (22%).** V případě Plzeňského a Královehradeckého kraje je to 8x a vícekrát (24%, resp. 32%) a v případě Zlínského kraje to bylo nejčastěji 1krát (22%).
- Průměrný nejdelší pobyt trval ve **všech případech nejčastěji 7 dní.**
- **Všechny kraje respondenti obvykle navštívili v doprovodu dalších osob** (MSK 91 %, PK 89 %, HK 91 %, Zlínský kraj 91 %). Nejčastěji se jednalo o partnera (MSK 75 %, PK 80 %, HK 81%, ZK 77%) nebo s přáteli či příbuznými (MSK 56%, PK 58%, HK 60%, ZK 58%)

- **Naprostá většina návštěvníků přijela do daného kraje individuálně, tj. bez využití služeb cestovní kanceláře apod.**
- **Nejčastěji respondenti přijeli do Moravskoslezského kraje autem (78 %) nebo vlakem (17%).** V ostatních krajích byly podíly těch, kteří využily tyto dva způsoby cestování, obdobné.
- **Mezi místy, které dotázaní navštívili v MSK, dominovaly Ostrava, Beskydy a Jeseníky, dále Opava a Rožnov pod Radhoštěm.** Ovšem stejně jako loni byl jedním z nejčastěji jmenovaných míst Olomouc, který do Moravskoslezského kraje ve skutečnosti nepatří.
- **Cílem návštěv Plzeňského kraje jsou především Plzeň (a Plzeňská ZOO) nebo Klatovy. V Královeshradeckém kraji je to Hradec Králové a Dvůr Králové (ZOO). Ve Zlínském kraji jsou nejčastěji navštěvovány Zlín, Luhačovice a ZOO v Lešné.**

- Co se týká ubytování, pak návštěvníci všech krajů byli **nejčastěji ubytováni u svých známých či příbuzných**, nejvýrazněji ve Zlínském kraji (54 %), Plzeňském (47 %) a v Králověhradeckém (47 %). V Moravskoslezském kraji se v hotelích ubytovalo něco méně návštěvníků (45 %). **Ubytování v penzionu** využilo 19 % respondentů v Králověhradeckém kraji, v Moravskoslezském kraji to bylo 17 %, v Plzeňském kraji 15% a nejméně potom ve Zlínském kraji (8 %).
- **Ubytování v hotelu** preferují nejčastěji návštěvníci Zlínského kraje (20 %), v Moravskoslezském kraji (16 %), méně často již v Králověhradeckém kraji (10%) a v Plzeňském kraji (7%).
- **V restauracích se při svém pobytu nejméně stravují dotázaní v Moravskoslezském kraji** (92 %), v ostatních krajích je podíl těchto návštěvníků o málo nižší (PK 91%, HK 87% a ZK 91%).
- Mezi **důvody pobytu v Moravskoslezském kraji** převažoval **odpočinek – rekreace**, tj. **pobyt v přírodě, procházky** apod. a **turistika a sport**.
- U krajů **Plzeňského a Zlínského** je to zejména **odpočinek a poznání**, **Králověhradecký kraj** je vyhledáván podobně jako **MSK** vyhledáván pro **možnost relaxace a kvůli turistice**.

NÁVŠTĚVA V JEDNOTLIVÝCH ROČNÍCH OBDOBÍCH

Q5. „Kdy, ve které roční době jste Plzeňský/Královeshradecký/Zlínský kraj za účelem trávení volného času navštívil/a? Pokud jste Plzeňský/Královeshradecký/Zlínský/Moravskoslezský kraj navštívil/a za tímto účelem vícekrát, uveďte prosím všechna roční období, ve kterých jste daný kraj navštívil/a.“



v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

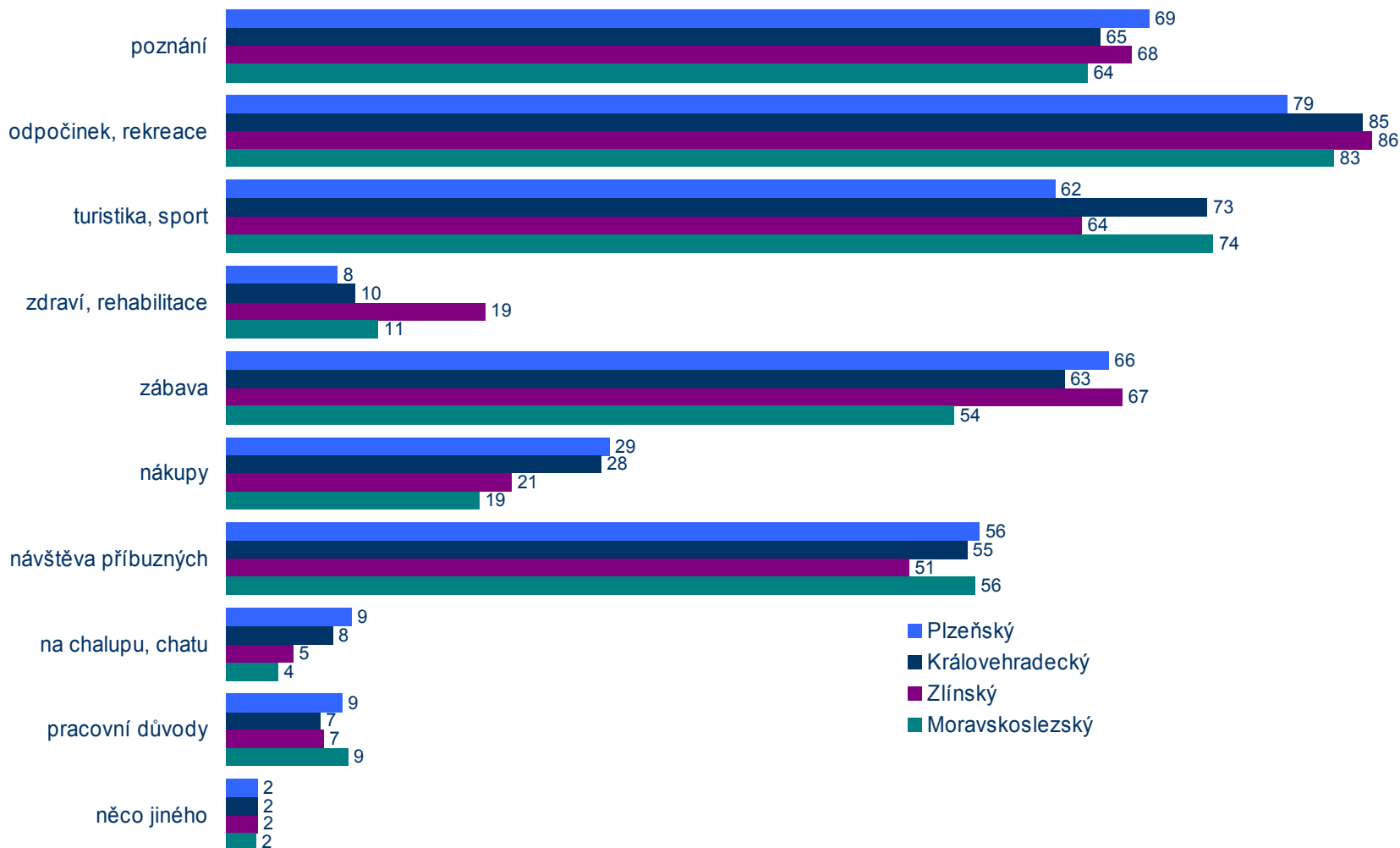
HLAVNÍ DŮVODY NÁVŠTĚVY

„Jaké byly hlavní důvody návštěvy tohoto regionu?“

- Mezi hlavních pět důvodů, proč lidé navštívili jednotlivé kraje patří:
- **Moravskoslezský kraj** lidé nejčastěji navštěvují pro:
 - ⌘ odpočinek, relaxaci
 - ⌘ turistika, sport
 - ⌘ poznání
 - ⌘ Návštěvu příbuzných, kamarádů
 - ⌘ zábava
- **Královehradecký** je vyhledáván z důvodů:
 - ⌘ Odpočinek, relaxaci
 - ⌘ Turistiku, sport
 - ⌘ Poznání
 - ⌘ Zábavu
 - ⌘ Návštěvu příbuzných, kamarádů
 - ⌘ Zábavu
- **Plzeňský** pro:
 - ⌘ odpočinek, relaxaci
 - ⌘ poznání
 - ⌘ Zábava
 - ⌘ Turistika, sport
 - ⌘ návštěvu příbuzných, kamarádů
- **Zlínský kraj** pro:
 - ⌘ Odpočinek, relaxaci
 - ⌘ Poznání
 - ⌘ Turistiku, sport
 - ⌘ Zábavu
 - ⌘ Návštěvu příbuzných, kamarádů

HLAVNÍ DŮVODY NÁVŠTĚVY

„Jaké byly hlavní důvody návštěvy tohoto regionu?“



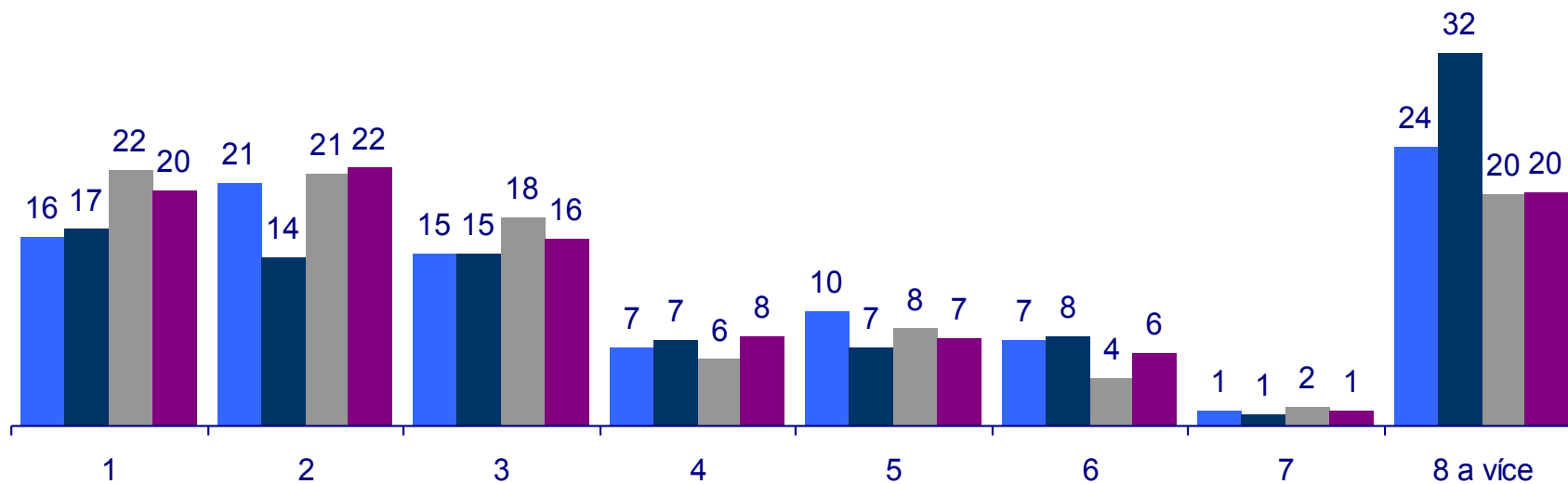
* Výsledky z MSK jsou podle aktuální metodiky.

v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

POČET NÁVŠTĚV V UPLYNULÉM ROCE – detailně

Q6. „A kolikrát jste Plzeňský/Královéhradecký/Zlínský /Moravskoslezský kraj navštívil/a za účelem trávení volného času v uplynulých 12 měsících?“

■ Plzeňský ■ Královéhradecký ■ Zlínský ■ Moravskoslezský

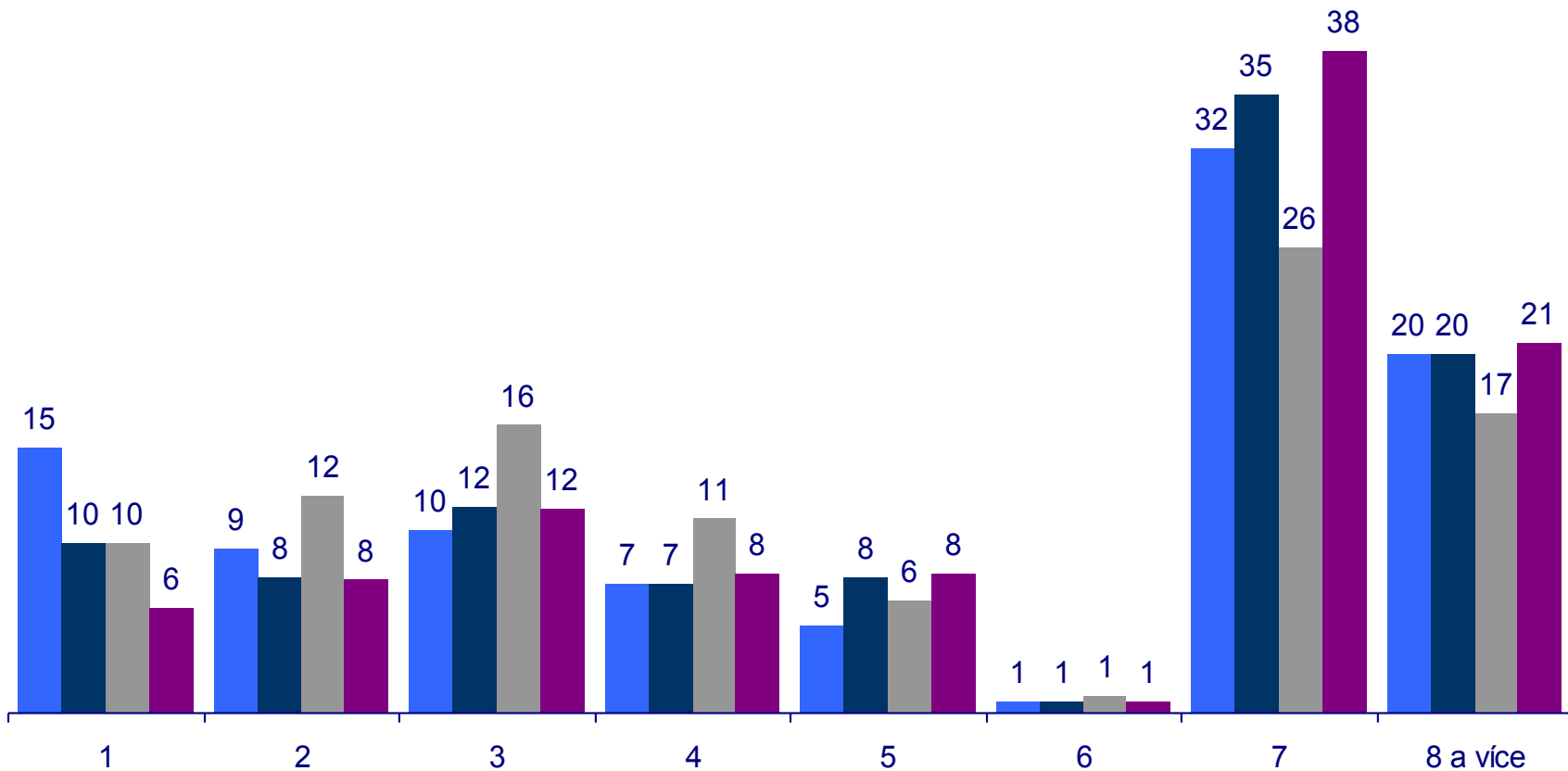


v %, N (PK) = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

DÉLKA POBYTU

Q7. „Jak dlouhý byl váš pobyt v Plzeňském/Královéhradeckém/Zlínském/Moravskoslezském kraji? Pokud jste MSK navštívil/a v uplynulých 12 měsících několikrát, uveďte prosím 3 nejdelší pobyty.“ DÉLKA NEJDELŠÍHO POBYTU (dny)

■ Plzeňský ■ Královéhradecký ■ Zlínský ■ Moravskoslezský



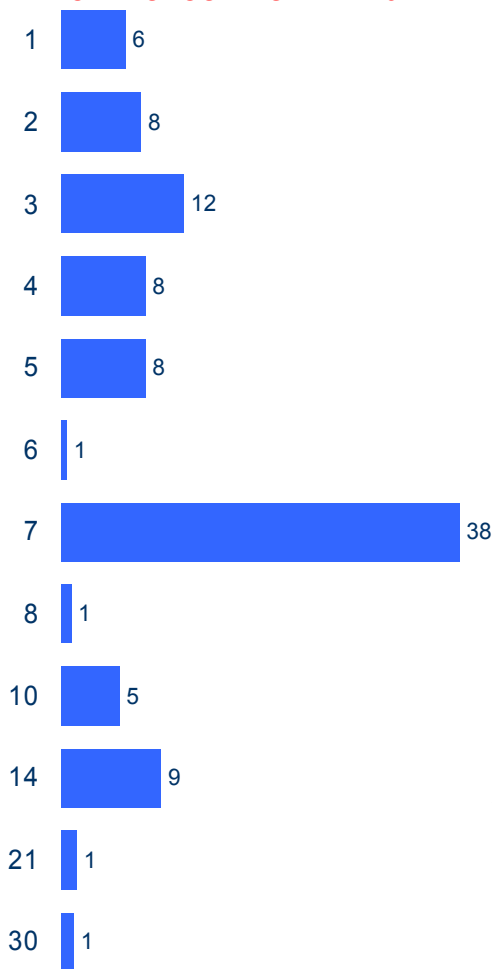
v %, N (PK) = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

DÉLKA POBYTU – detailně

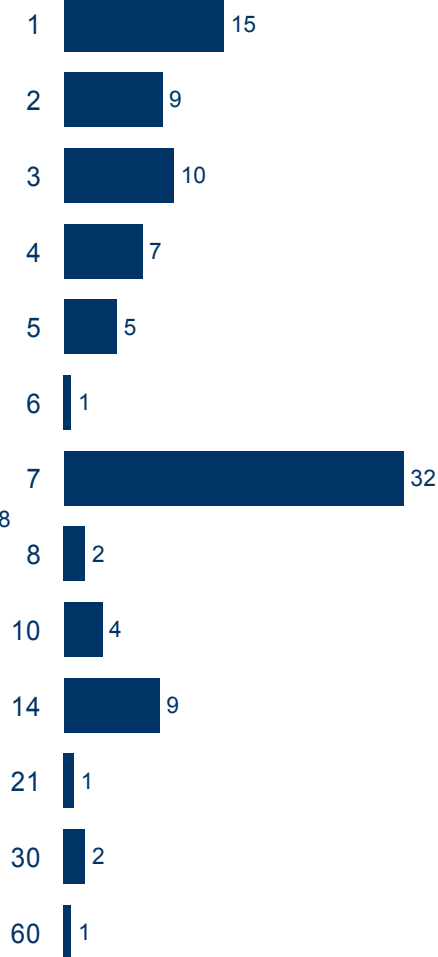
Q7. „Jak dlouhý byl váš pobyt v Plzeňském/Královehradeckém/Zlínském/Moravskoslezském kraji? Pokud jste MSK navštívil/a v uplynulých 12 měsících několikrát, uveďte prosím 3 nejdelší pobyty.“ **DÉLKA NEJDELŠÍHO POBYTU (dny)**

v %, N (PK) = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

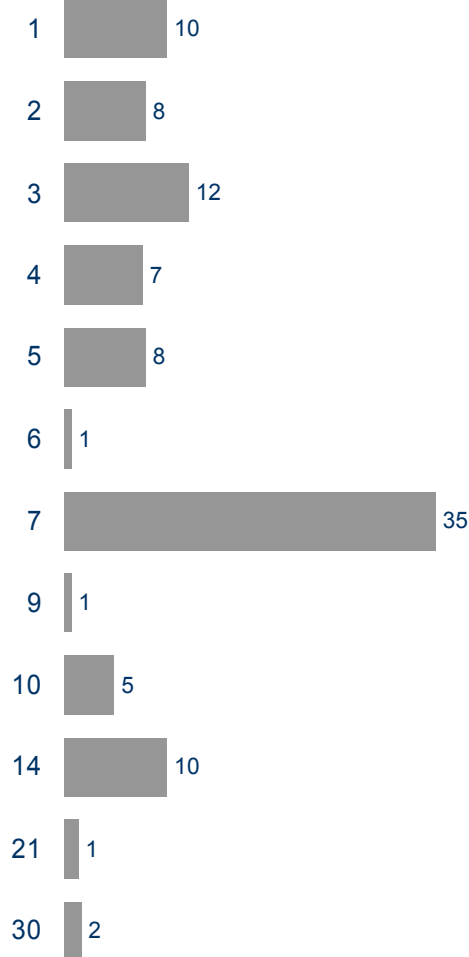
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



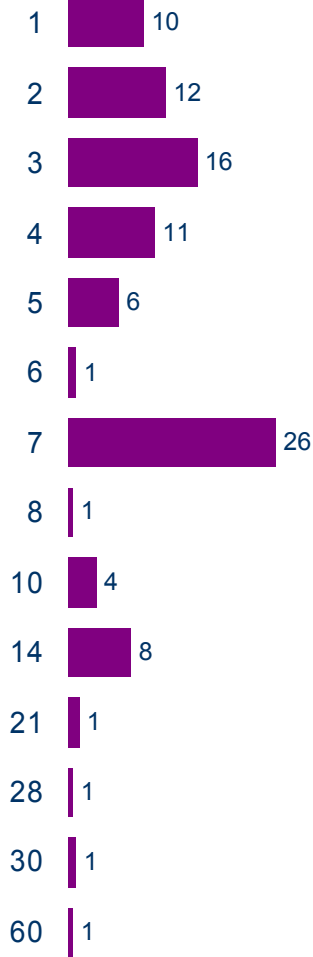
PLZEŇSKÝ KRAJ



KRÁLOVEHRADECKÝ KRAJ



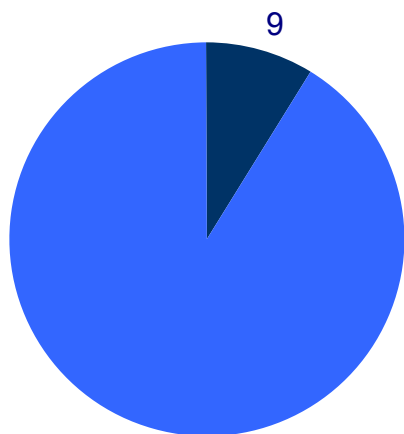
ZLÍNSKÝ KRAJ



DOPROVOD BĚHEM NÁVŠTĚVY přijeli sami nebo s někým dalším

Q8/Q43/Q78. „Do Plzeňského/Královehradeckého/Zlínského/Moravskoslezského kraje jste v minulých 12 měsících za účelem trávení volného času nejčastěji přijel/a.“

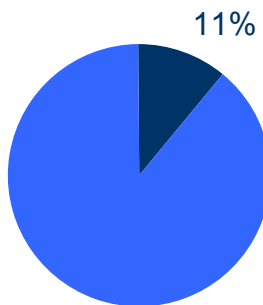
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



91

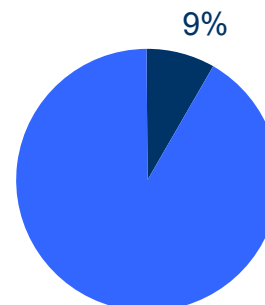
- sám/sama
- bylo nás více

PLZEŇSKÝ



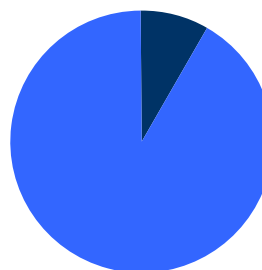
89%

KRÁLOVEHRADECKÝ



91%

ZLÍNSKÝ

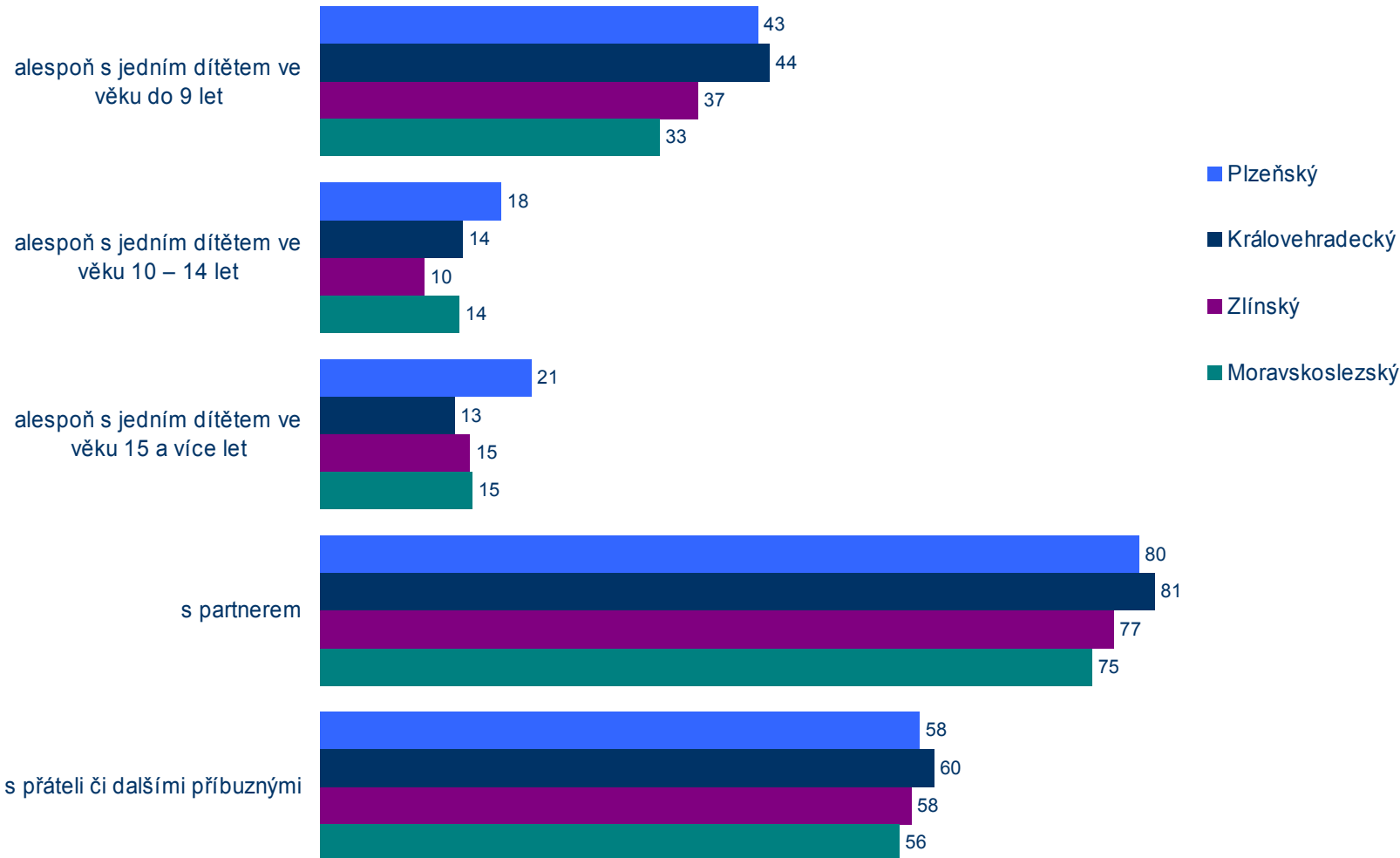


91%

v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

DOPROVOD BĚHEM NÁVŠTĚVY s kým přijeli

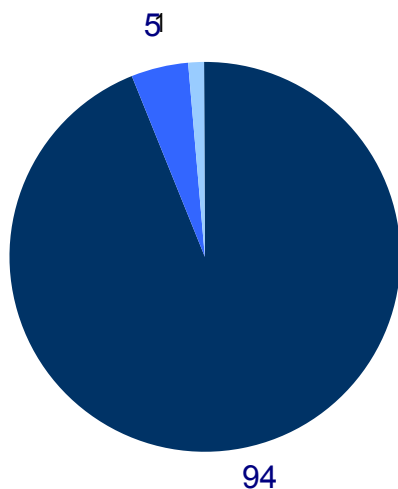
Q9/Q44/Q79. „Můžete mi prosím říci, zda jste do Plzeňského/Královehradeckého/Zlínského/Moravskoslezského kraje za účelem trávení volného času přijel/a ...?“



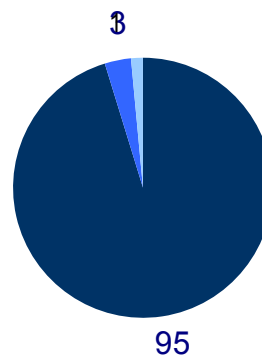
v %, N (PK) = 267; N (HK) = 274; N (ZK) = 274, N (MSK) = 913;
odpovídají pouze ti, kteří přijeli s dalšími osobami

Q10/Q45/Q80 . „Do Plzeňského/Královehradeckého/Zlínského/Moravskoslezského kraje jste za účelem trávení volného času obvykle přijel/a:“

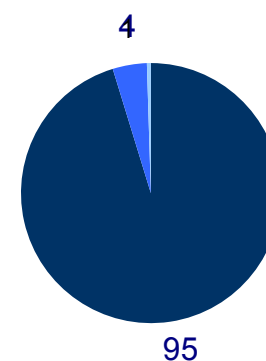
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



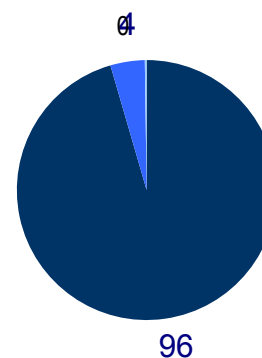
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVEHRADECKÝ



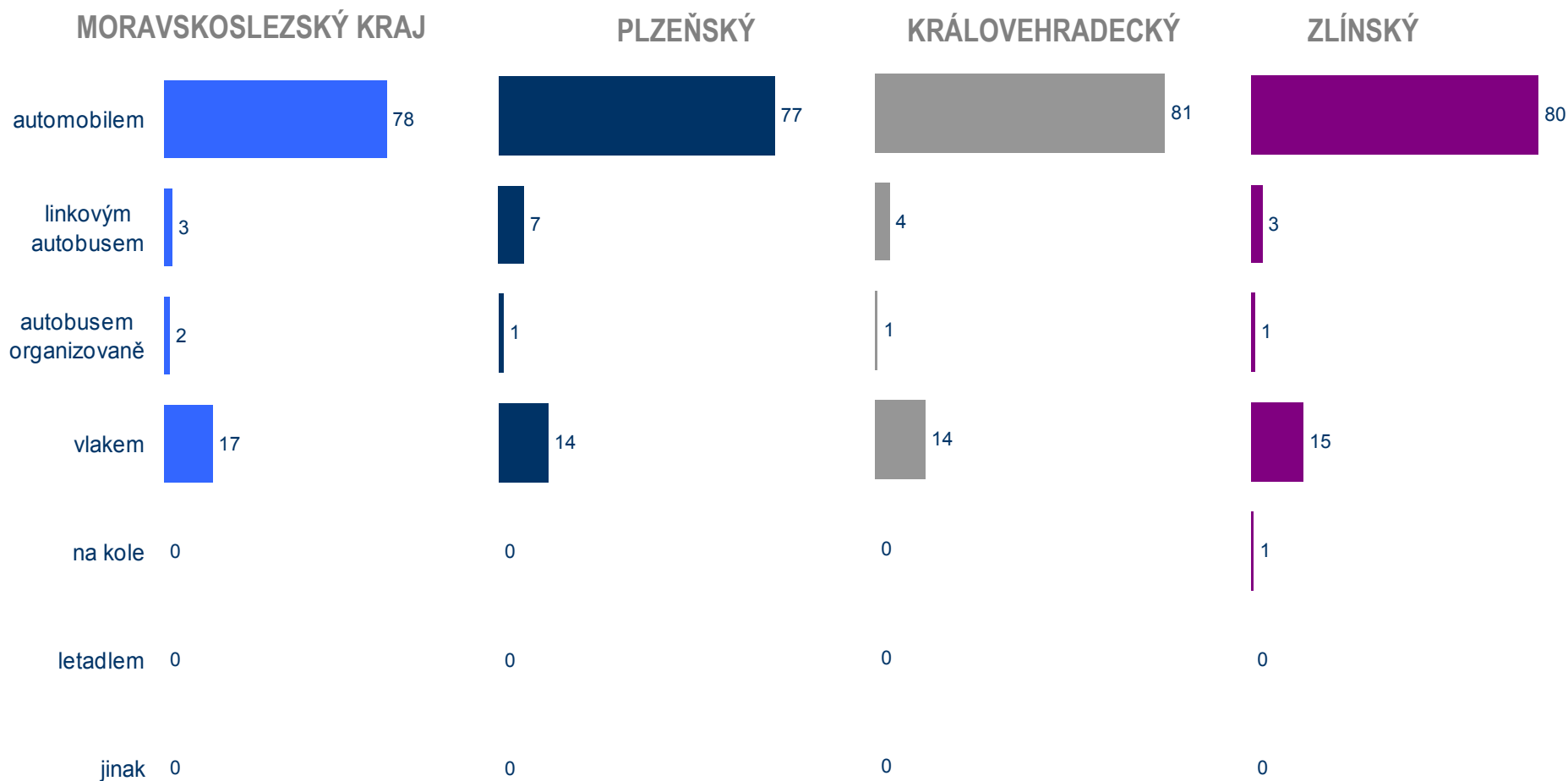
ZLÍNSKÝ



- jako individuální turista
- organizovaně (zájezd apod.)
- jinak

v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

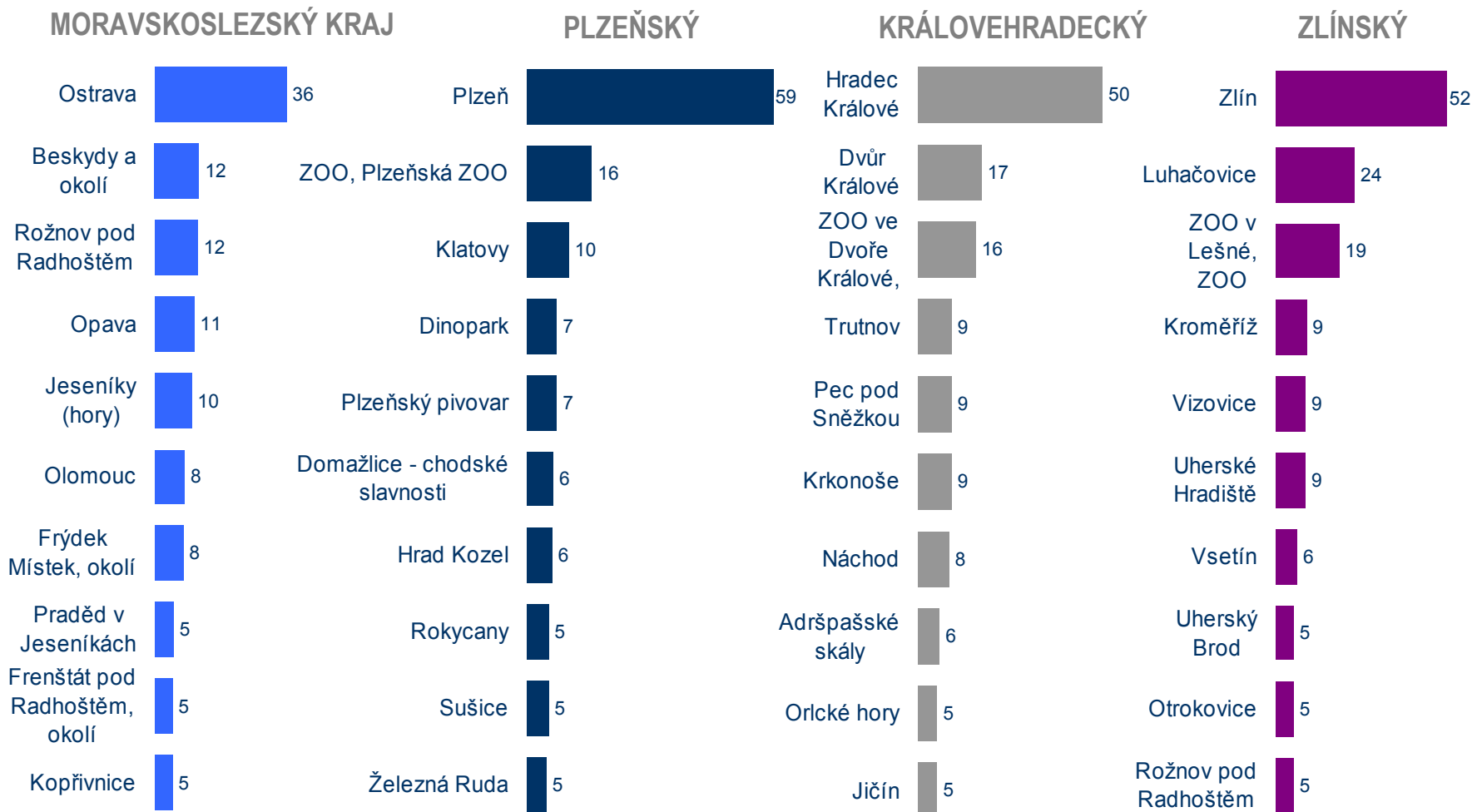
Q11/Q46/Q81. „Jakým dopravním prostředkem jste do Jihomoravského/Královehradeckého/Zlínského/Moravskoslezského kraje za účelem trávení volného času obvykle přicestoval/a:“



v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

NAVŠTÍVENÁ MÍSTA – TOP 10

Q12. „Které místo nebo která místa v Moravskoslezském/Plzeňském/Královehradeckém/Zlínském kraji jste navštívili/a v posledních 12 měsících za účelem trávení volného času?“

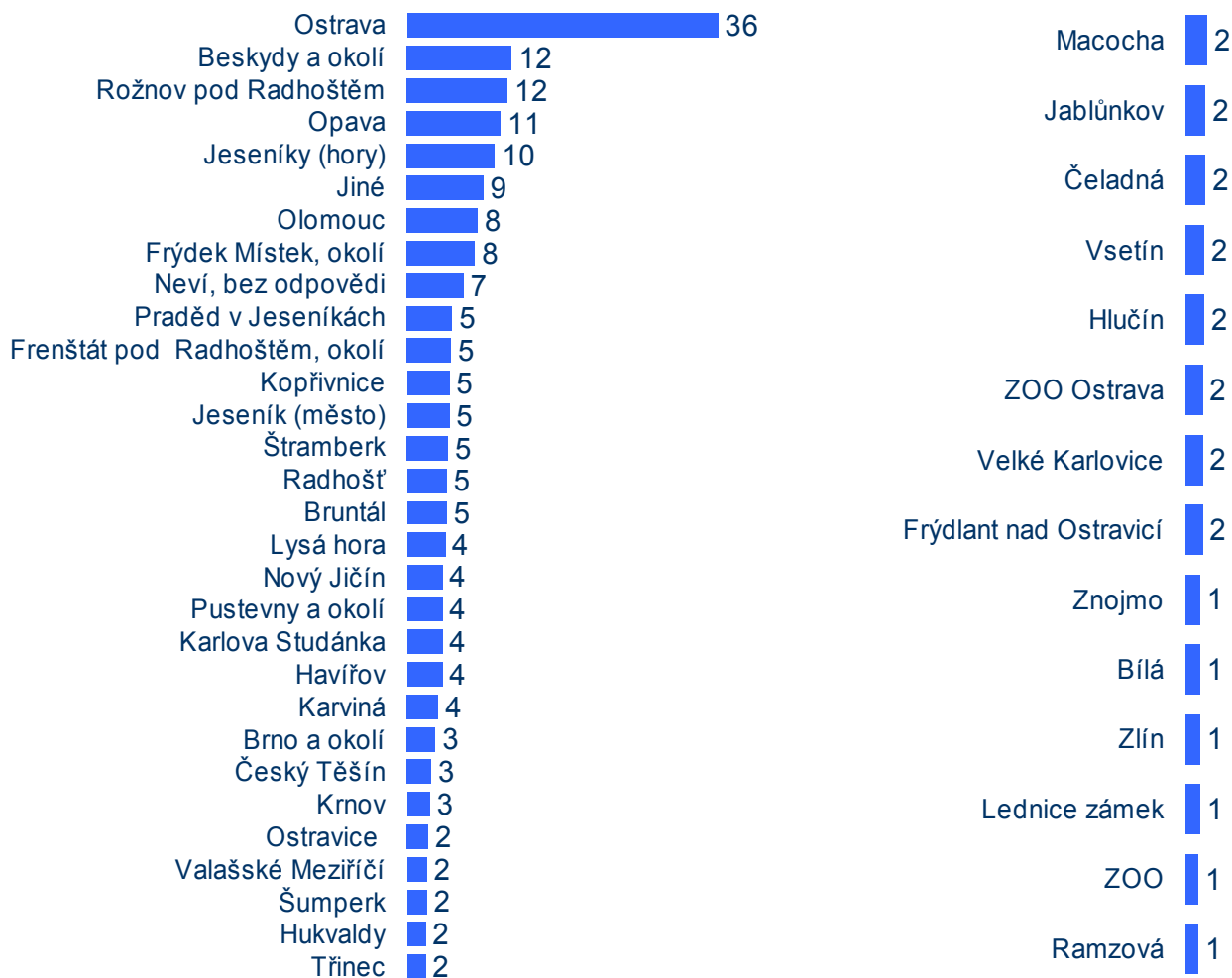


v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 299, N (MSK) = 1002; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

NAVŠTÍVENÁ MÍSTA – detailněji

Moravskoslezský kraj

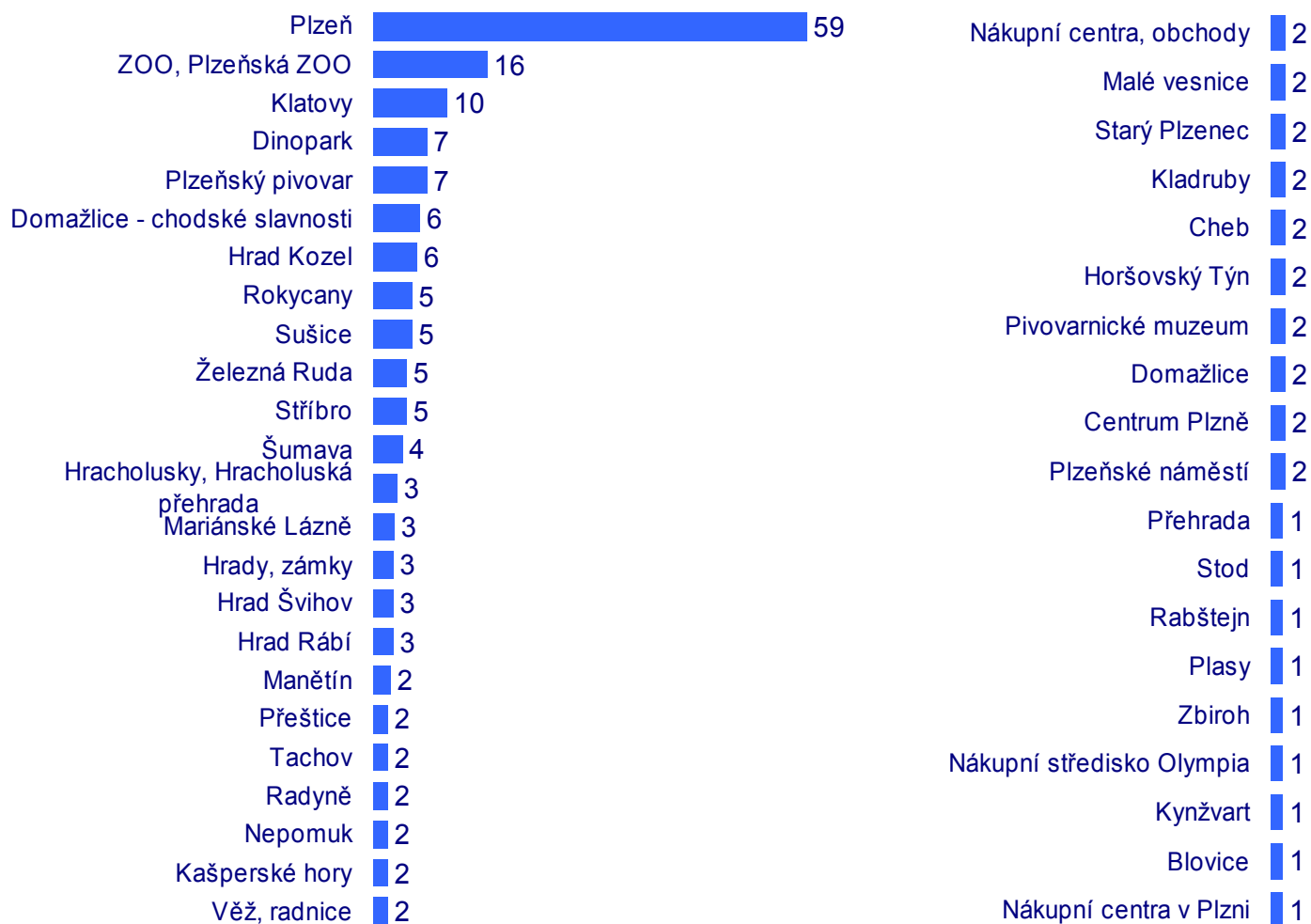
Q11. „Které místo nebo která místa v Moravskoslezském kraji jste navštívil/a v posledních 12 měsících za účelem trávení volného času?“



v %, N = 1002; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

NAVŠTÍVENÁ MÍSTA – Plzeňský kraj

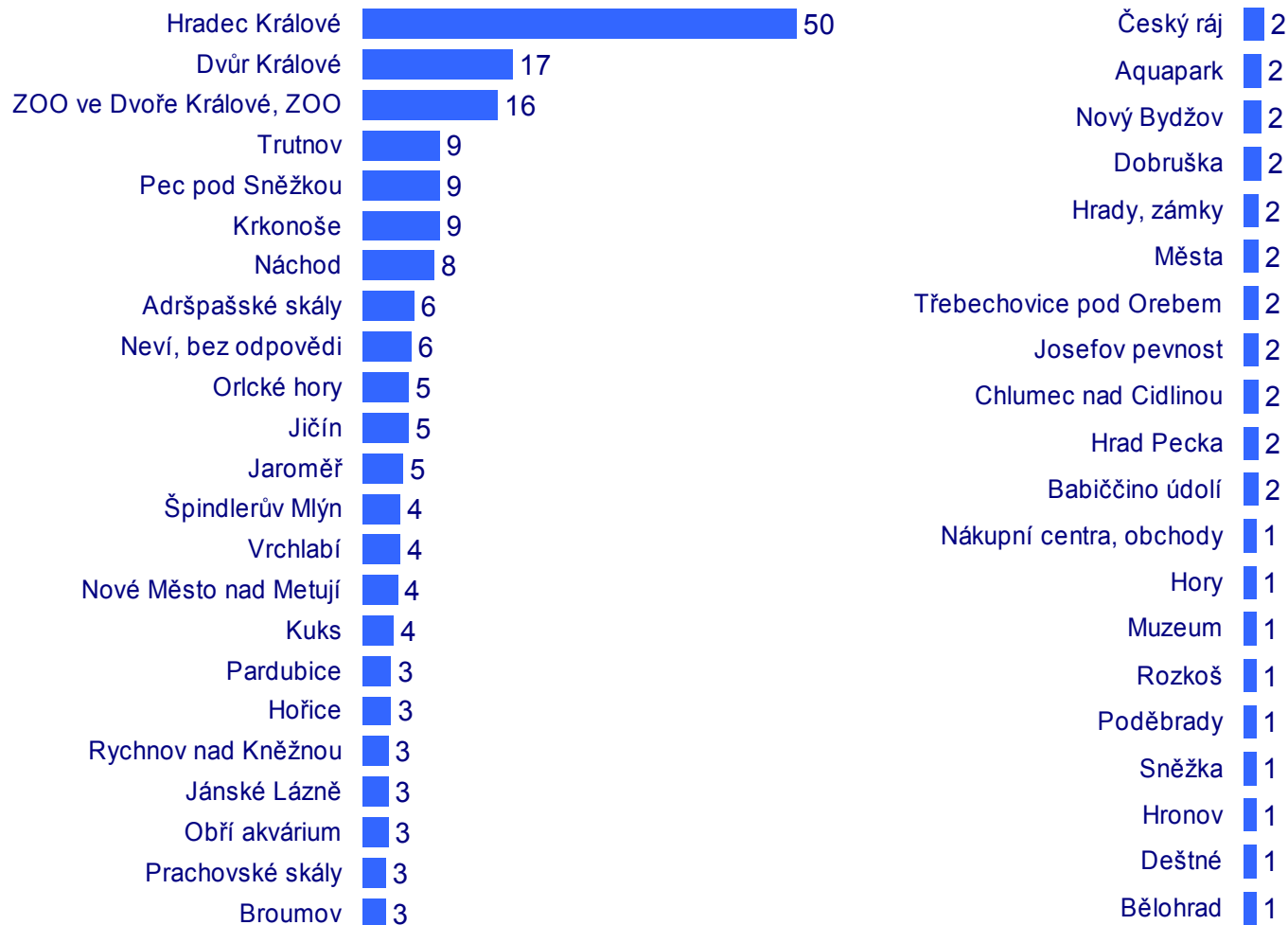
Q12. „Které místo nebo která místa v Plzeňském kraji jste navštívil/a v posledních 12 měsících za účelem trávení volného času?“



v %, N = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

NAVŠTÍVENÁ MÍSTA – Královehradecký kraj

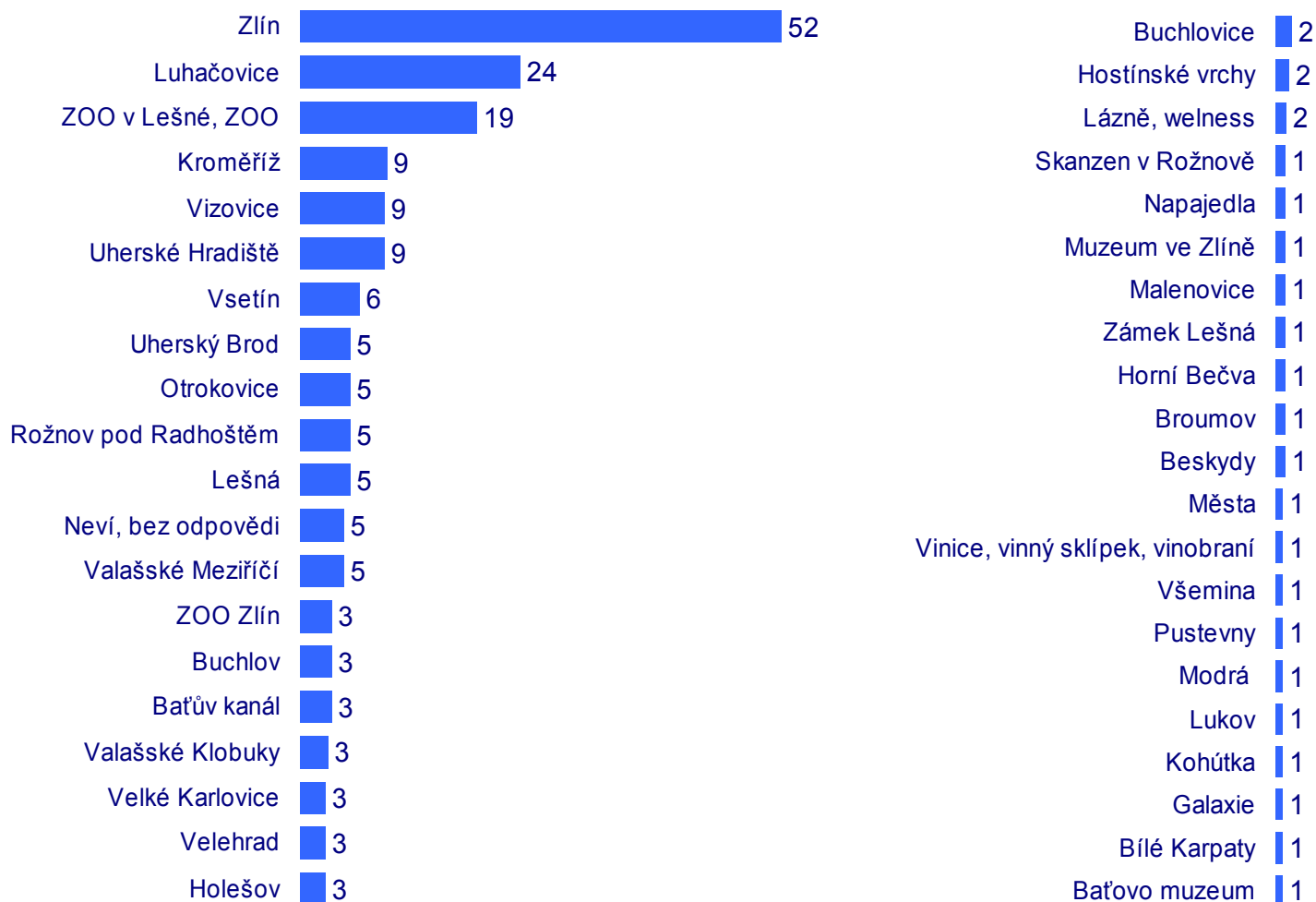
Q43. „Které místo nebo která místa ve Královehradeckém kraji jste navštívil/a v posledních 12 měsících za účelem trávení volného času?“



v %, N = 300 možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

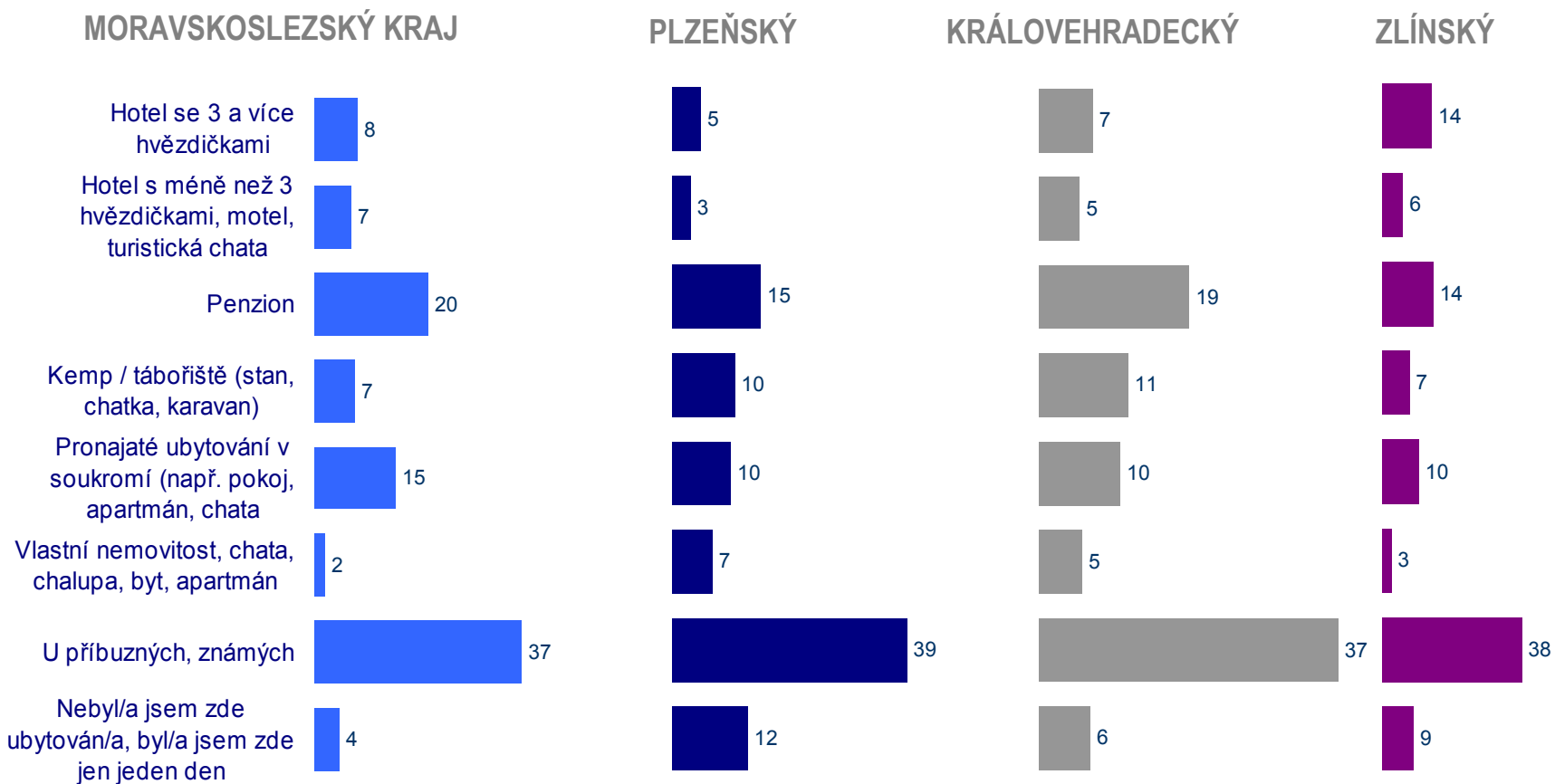
NAVŠTÍVENÁ MÍSTA – Zlínský kraj

Q79. „Které místo nebo která místa v Zlínském kraji jste navštívil/a v posledních 12 měsících za účelem trávení volného času?“



v %, N = 299; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

Q13/Q48/Q83. „Kde jste byl/a převážně ubytován/a, když jste zde trávil/a volný čas.“

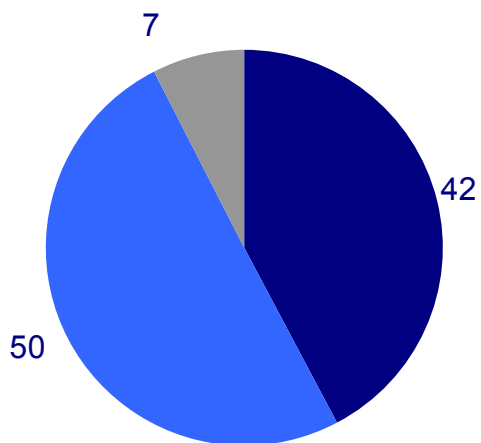


v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

STRAVOVÁNÍ V RESTAURAČNÍCH ZAŘÍZENÍCH

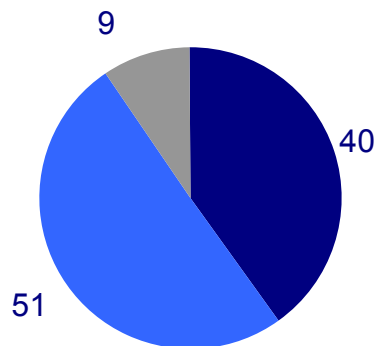
Q14/Q49/Q84 „Stravoval/a jste se zde v restauračních zařízeních?“

MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ

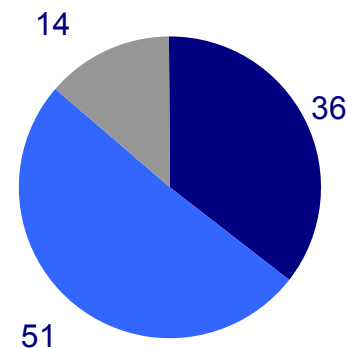


- hodně
- málo
- vůbec

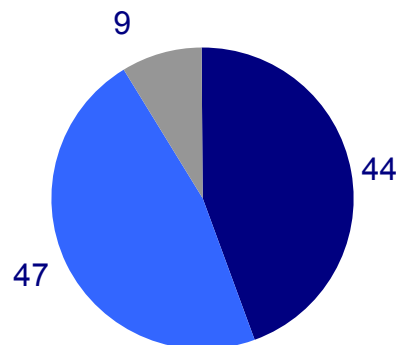
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVEHRADECKÝ



ZLÍNSKÝ

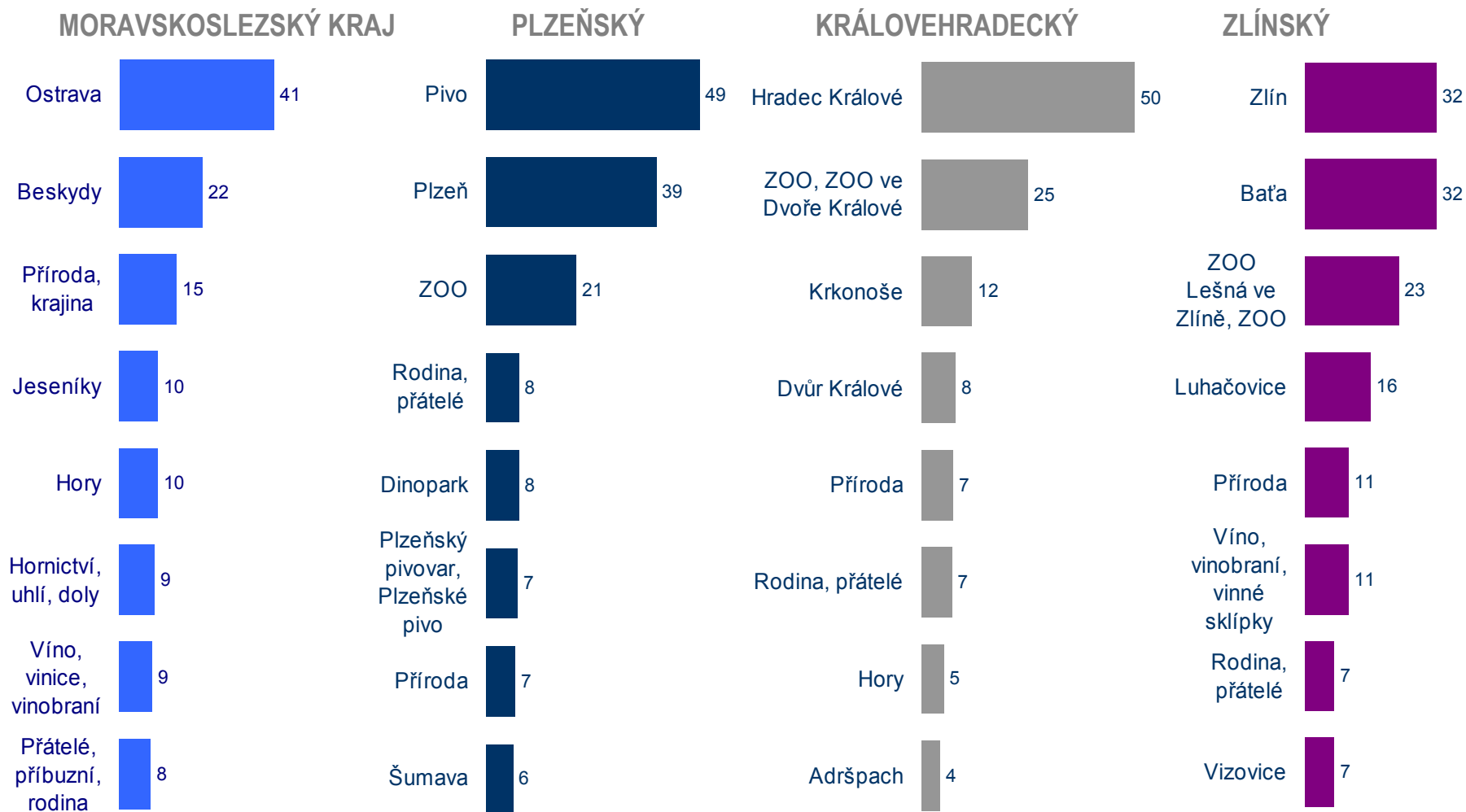


v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

- **Moravskoslezský kraj** mají návštěvníci spontánně spojený nejčastěji s konkrétními místy – jako první se jim vybaví **Ostrava, Beskydy, příroda/krajina**. Následují **Jeseníky** nebo **hory a příroda**.
- Z nabídnutých možností se návštěvníkům kraj nejčastěji pojí s **krásnou a zajímavou přírodou, s přátelskými lidmi a dobrou nabídkou možností trávení letní dovolené**
- Dále měli dotázaní návštěvníci hodnotit, k jakým aktivitám je podle nich Moravskoslezský kraj vhodný. Nejčastěji jej považovali za vhodný pro **poznávání přírodních krás a zajímavostí, pro pěší turistiku, relaxaci, odpočívání a poznávací turistiku**.
- **Plzeňský kraj** mají návštěvníci spontánně spojený s **pivem**. Druhá nejčastější představa je spojena s **Plzní**. Ostatní asociace, s výrazně nižším podílem, se váží k Plzeňské ZOO.
- Více než polovina návštěvníků považuje Plzeňský kraj za výjimečný, a to díky **krásám přírody a krajiny, dobrému jídlu a pití a památkám** v kraji.
- **Královehradecký kraj** je celou polovinou dotázaných návštěvníků asociován s **Hradcem Králové**. Dalších častými asociacemi jsou **Dvůr Králové (ZOO)** a **Krkonoše**,
- Královehradecký kraj považuje více než polovina návštěvníků za výjimečný, a to nejčastěji díky **krásám přírody a krajiny a památkám** v kraji.
- Pro **kraj Zlínský** je prvotní a nejvýraznější asociací **Zlín** a postava **Tomáše Bati**, dále jsou ZOO v Lešné a Luhačovice
- Zlínský kraj dosahuje co do hodnocení výjimečnosti podobných výsledků jako ostatní kraje, a to jednoznačně kvůli **přírodě a krajině, hodným, přátelským a vynímečným lidem a památkám** v kraji.

ASOCIACE S KRAJEM – TOP 8

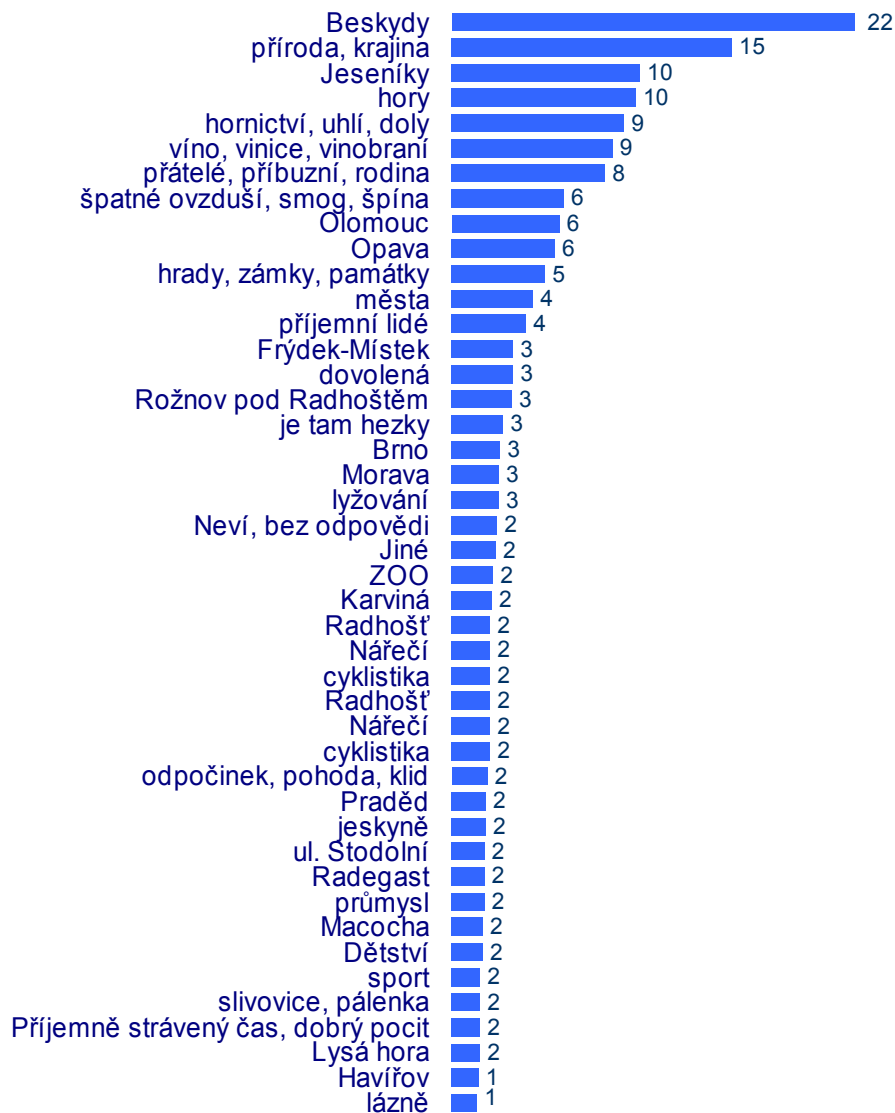
Q4/Q39/ Q74 „Co Vás napadne jako první, druhé, třetí, když se řekne Moravskoslezský/Plzeňský/Královehradecký/Zlínský kraj?“



v %, N (MSK) = 1002, N (PK) = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

ASOCIACE S MORAVSKOSLEZSKÝM KRAJEM – detailněji

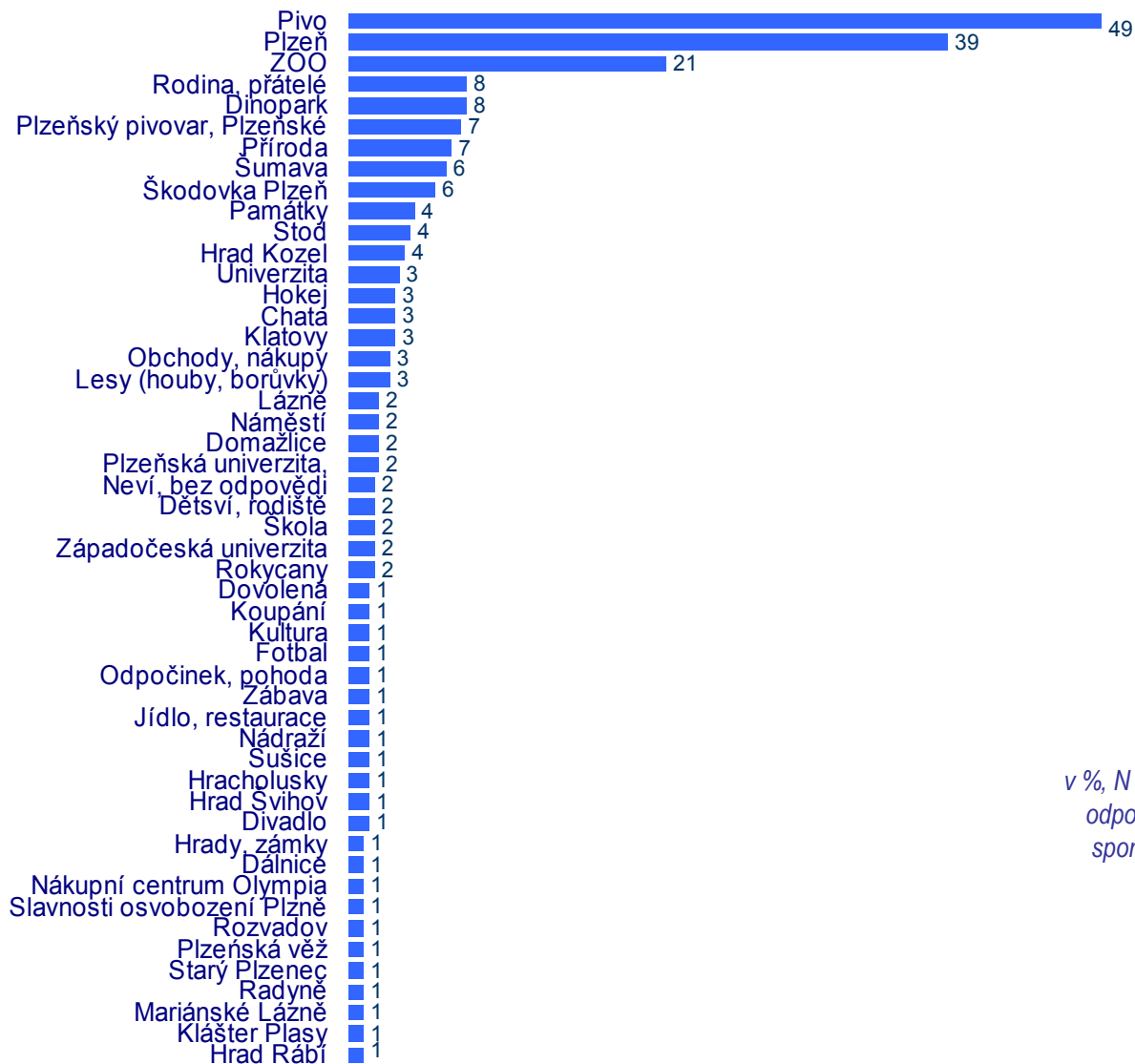
Q3. „Co Vás napadne jako první, druhé, třetí, když se řekne Moravskoslezský kraj?“



*v %, N = 1002; možnost více
odpovědí, kategorizace
spontánních odpovědí*

ASOCIACE S PLZEŇSKÝM KRAJEM

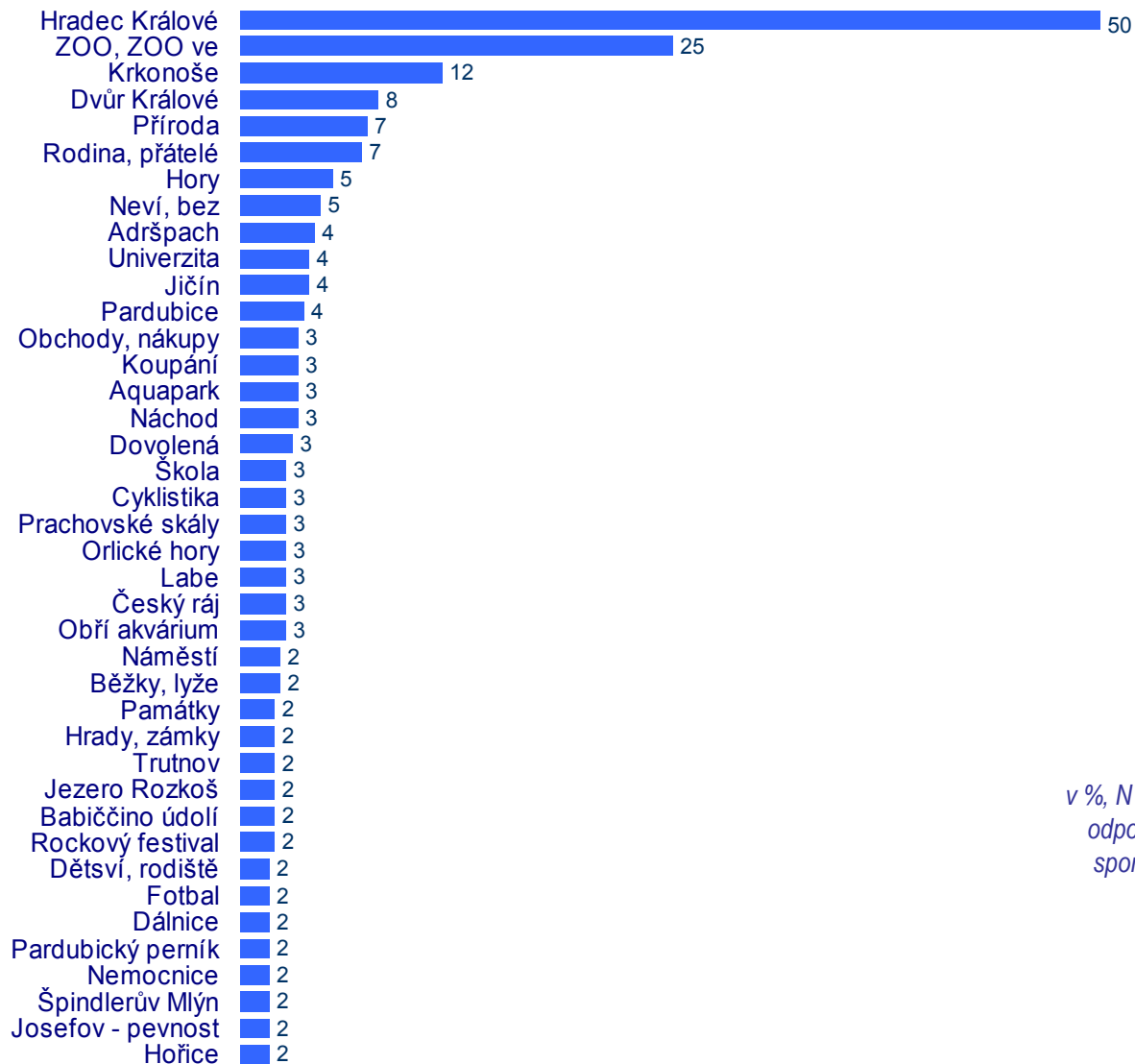
Q4 „Co Vás napadne jako první, druhé, třetí, když se řekne Plzeňský kraj?“



v %, N = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

ASOCIACE SE KRÁLOVEHRADECKÝM KRAJEM

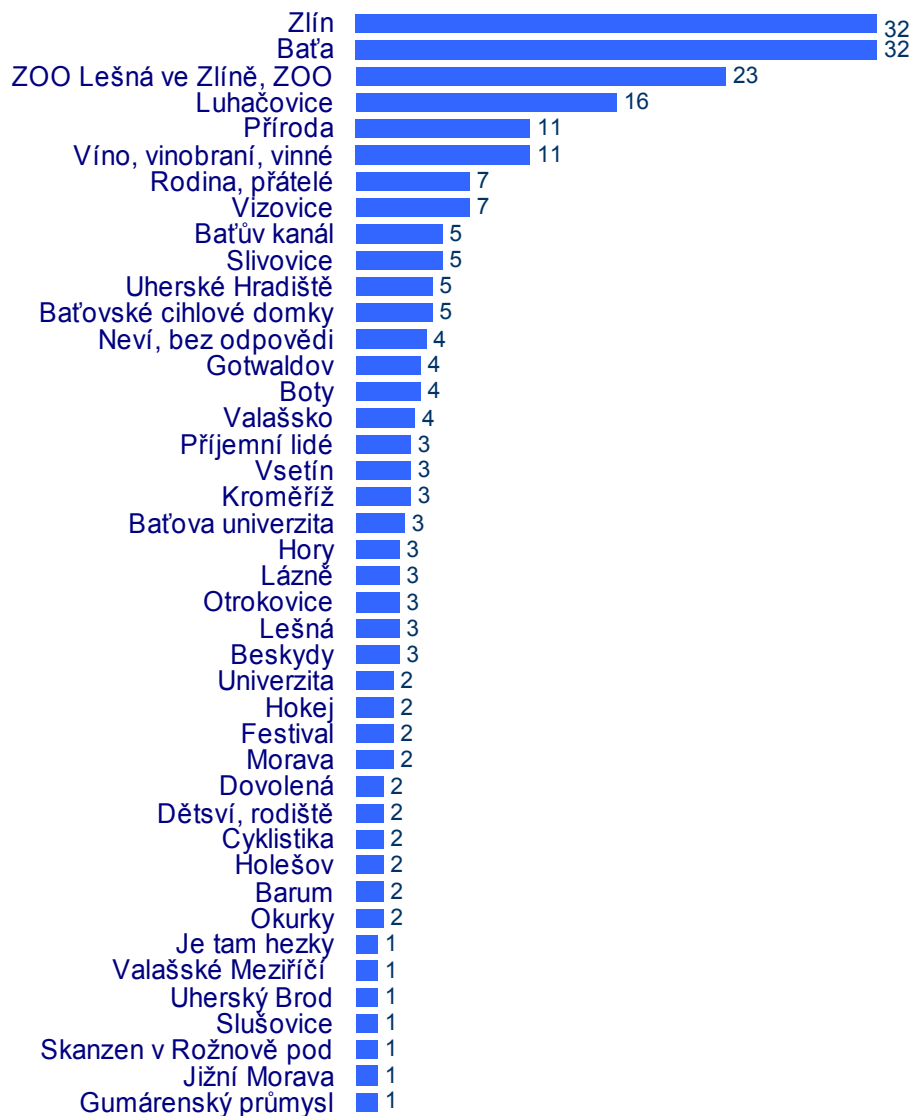
Q39. „Co Vás napadne jako první, druhé, třetí, když se řekne Královehradecký kraj?“



v %, N = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

ASOCIACE SE ZLÍNSKÝM KRAJEM

Q74. „Co Vás napadne jako první, druhé, třetí, když se řekne Zlínský kraj?“

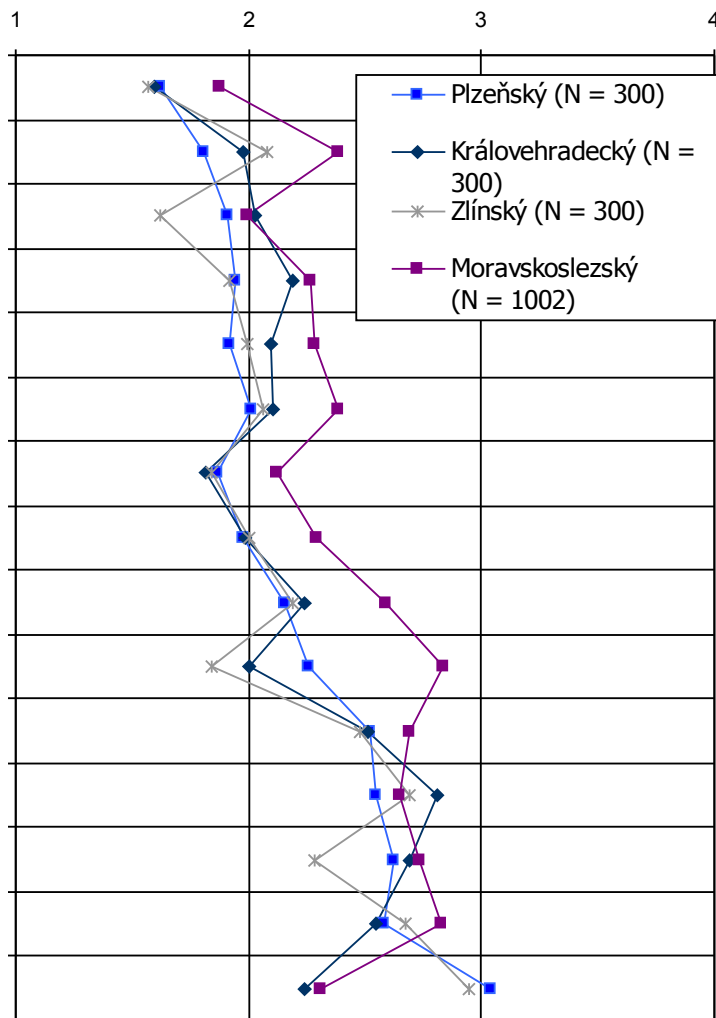


v %, N = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

srovnání krajů

1 = zcela se poji

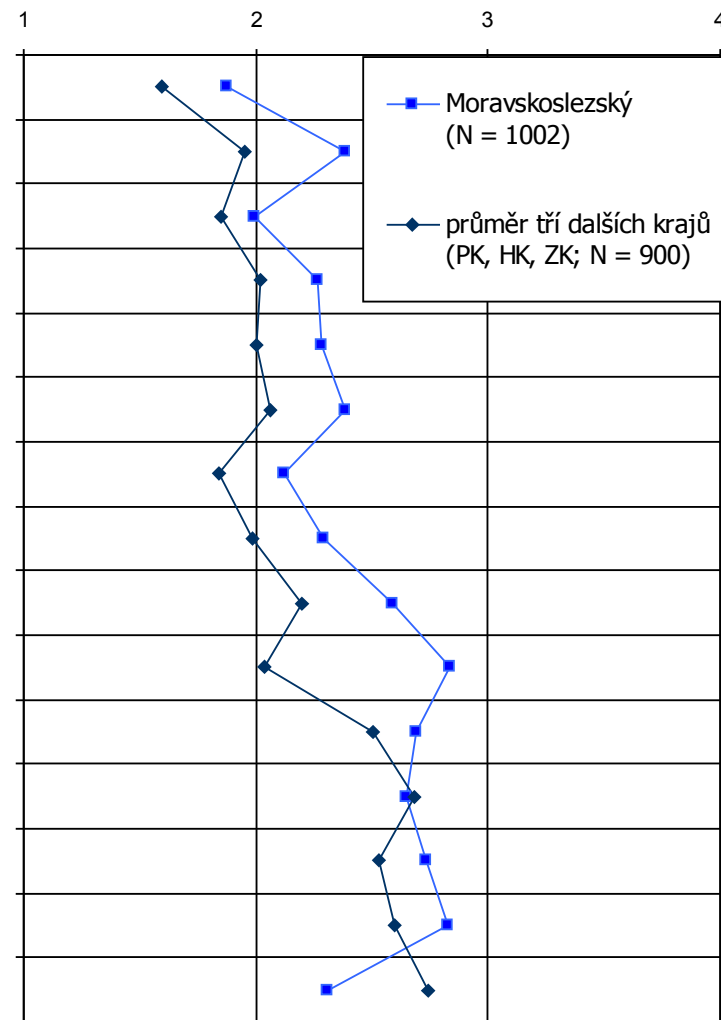
5 = vůbec se nepojí



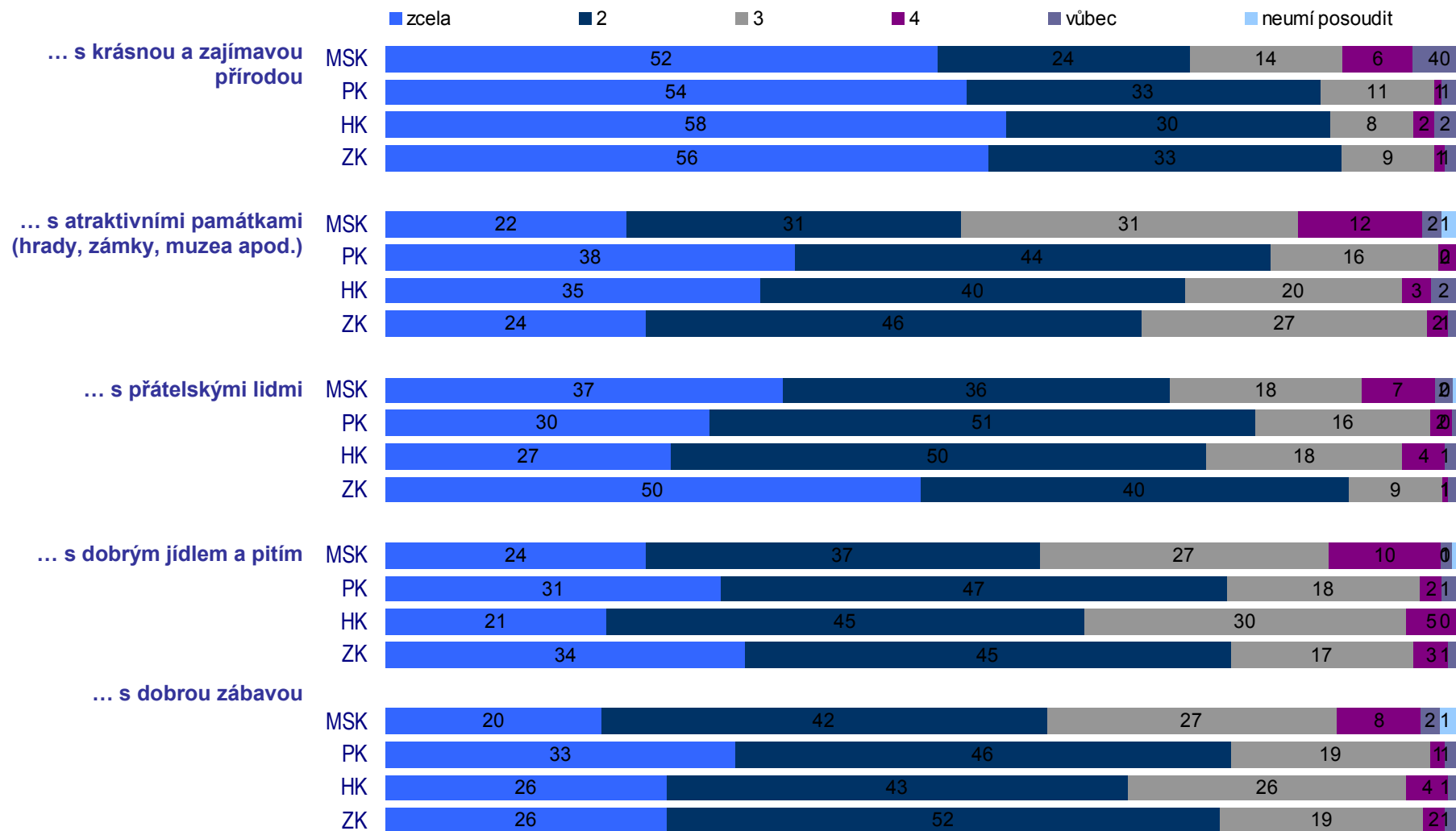
- ... krásnou a zajímavou přírodou
- ... atraktivními památkami
- ... přátelskými lidmi
- ... dobrým jídlem a pitím
- ... dobrou zábavou
- ... se zajímavou kulturou
- ... dobrou nabídkou pro letní dovolenou
- ... dobrými službami pro turisty a návštěvníky
- ... zajímavou architekturou
- ... čistým životním prostředím
- vhodný pro organizaci kongresů, konferencí
- ... množstvím zajímavých technických památek
- ... se zajímavou nabídkou lázní a wellness
- nejlepší region pro trávení dovolené
- ... dobrou nabídkou pro zimní sporty

1 = zcela se poji

5 = vůbec se nepojí

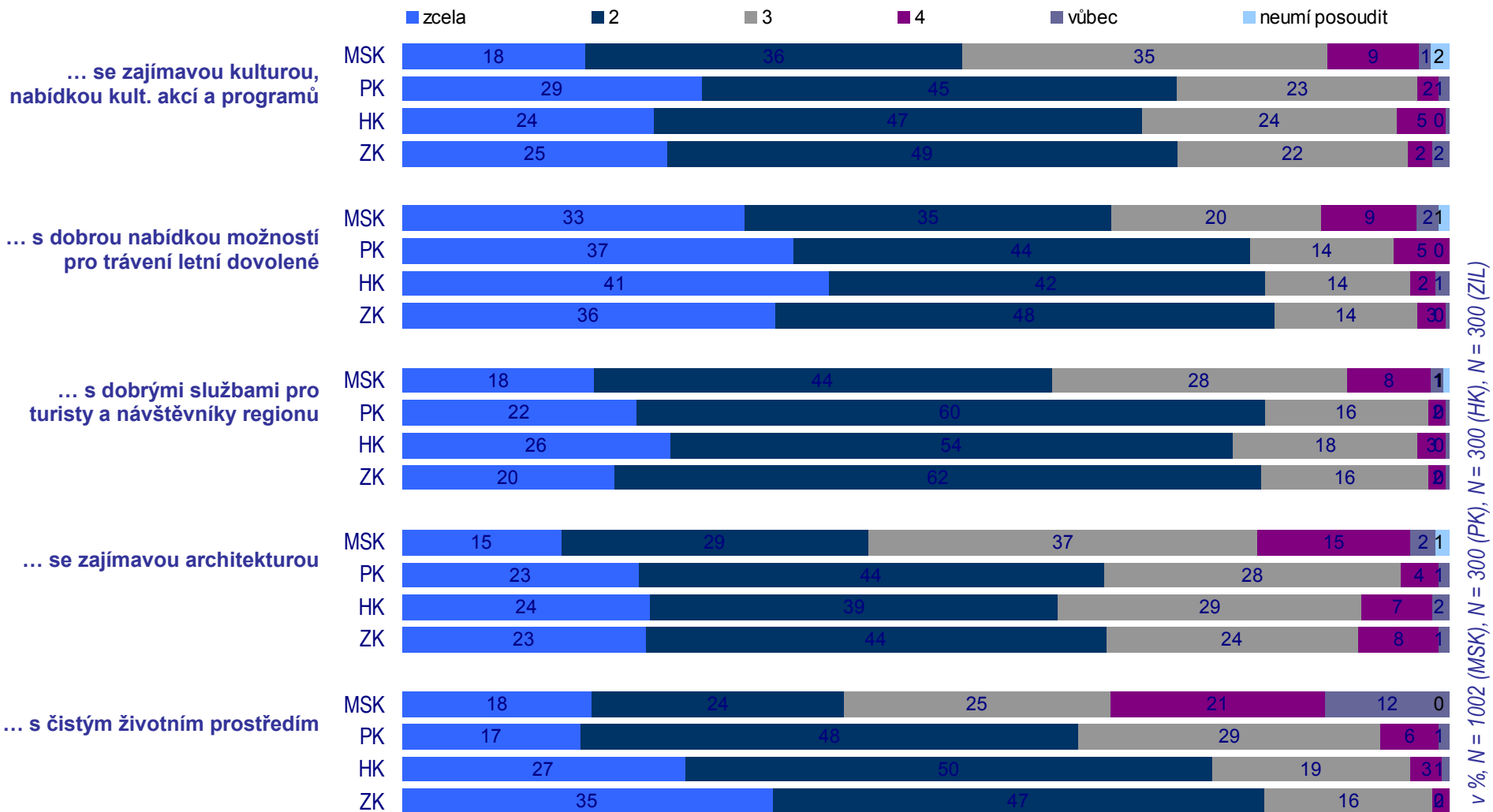


Q24/Q59/Q94 „Do jaké míry se Vám tento kraj pojí s následujícími výroky? Míru svého názoru prosím posuďte na 5bodové škále, kdy 5 = zcela a 1 = vůbec.“

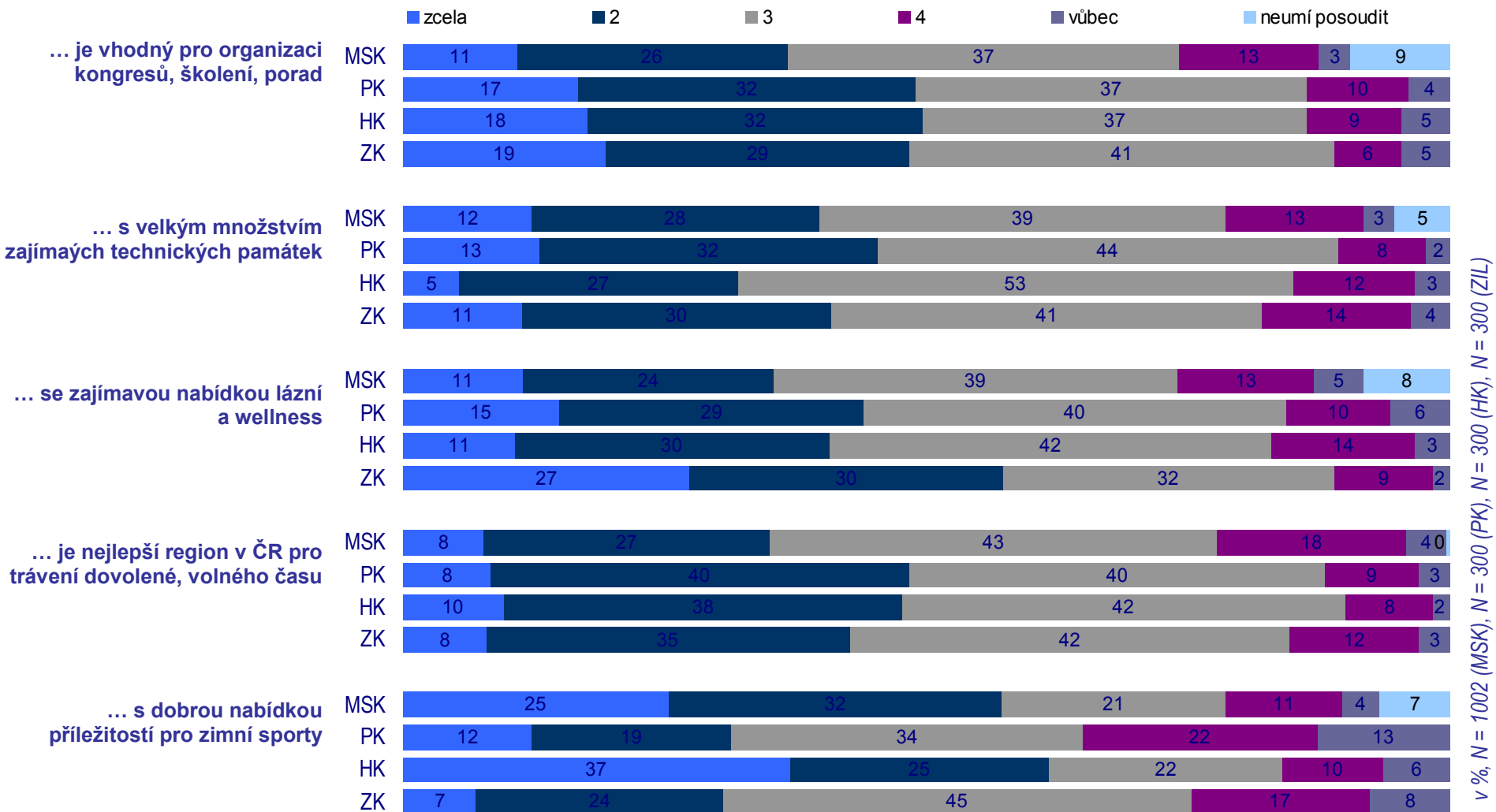


v %, N = 1002 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZK)

Q24/Q59/Q94 „Do jaké míry se Vám tento kraj pojí s následujícími výroky? Míru svého názoru prosím posuďte na 5bodové škále, kdy 5 = zcela a 1 = vůbec.“



Q24/Q59/Q94 „Do jaké míry se Vám tento kraj poji s následujícími výroky? Míru svého názoru prosím posuďte na 5bodové škále, kdy 5 = zcela a 1 = vůbec.“



v %, N = 1002 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZK)

IMAGE KRAJŮ – odchylky od celkového průměru

Q24/Q59/Q94 „Do jaké míry se Vám tento kraj poji s následujícími výroky? Míru svého názoru prosím posudíte na 5bodové škále, kdy 5 = zcela a 1 = vůbec.“

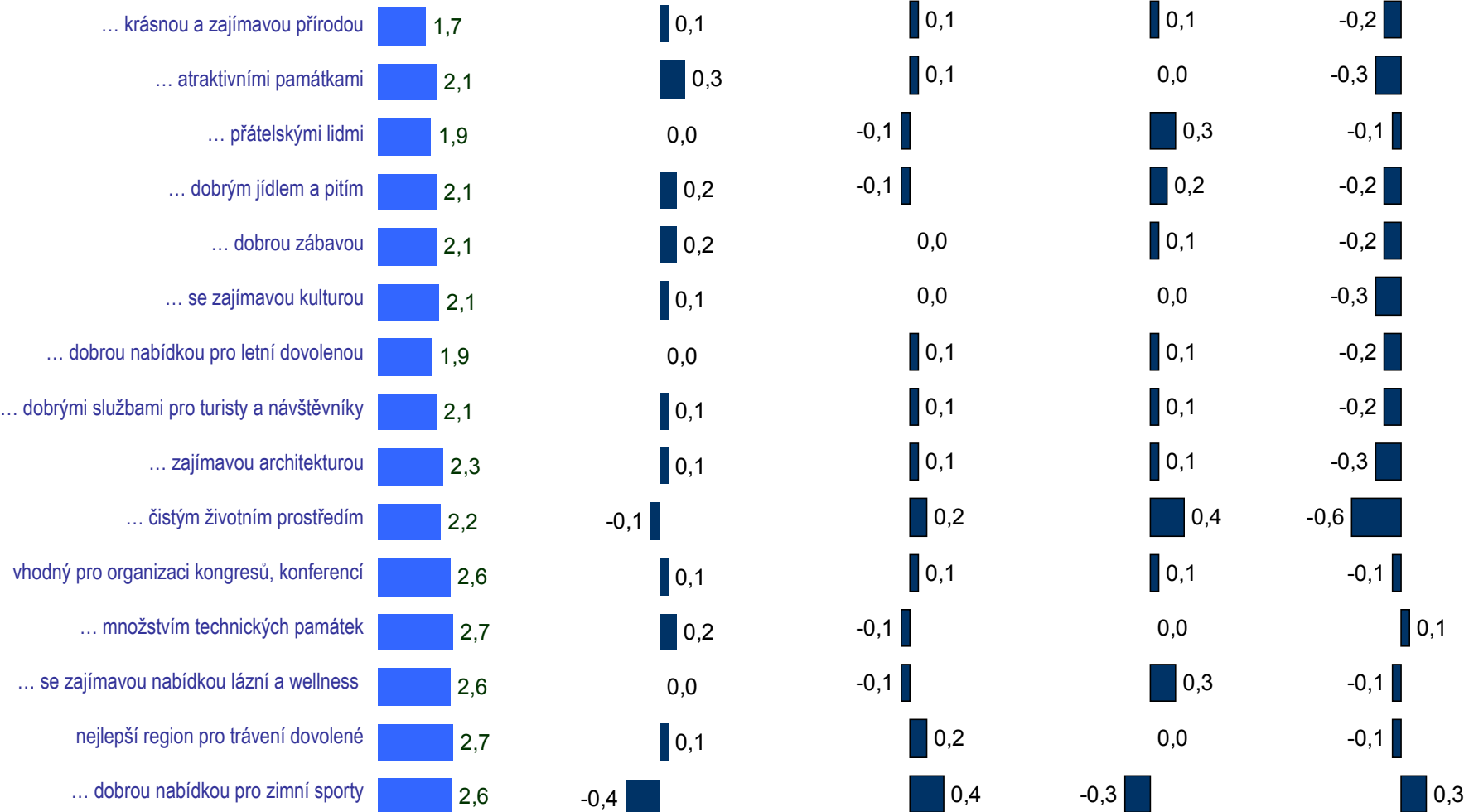
KRAJE PRŮMĚR (N=1902)

PK (N=300)

HK (N=300)

ZK (N=300)

MSK (N=1002)



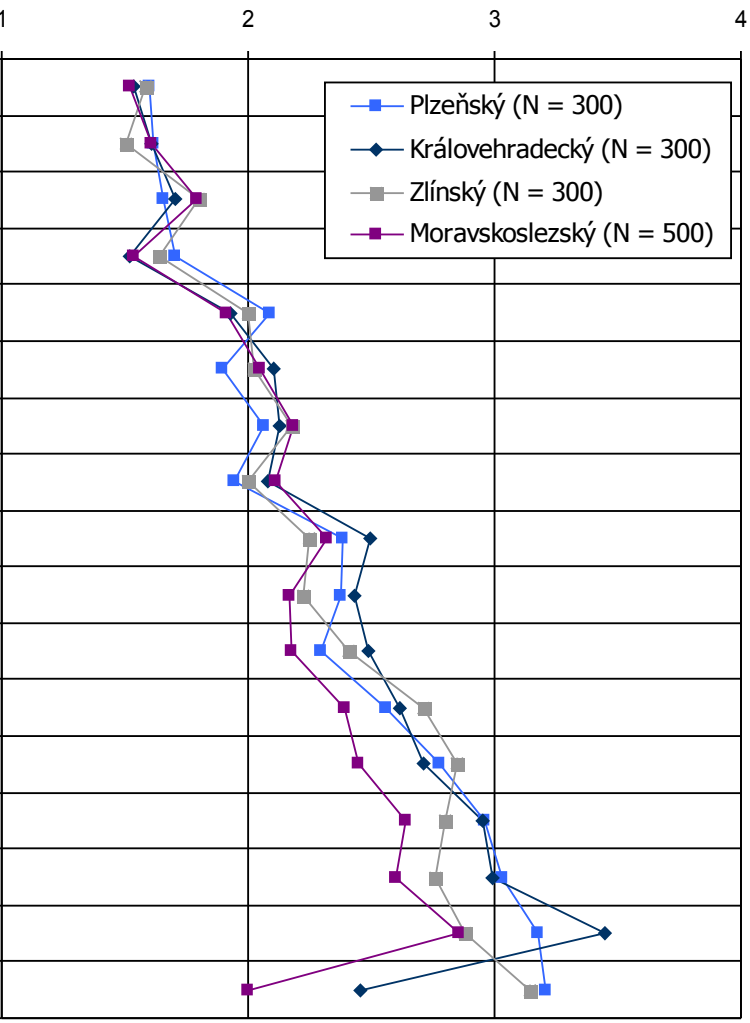
1 = zcela až 5 = vůbec

- podprůměrná

+ nadprůměrná

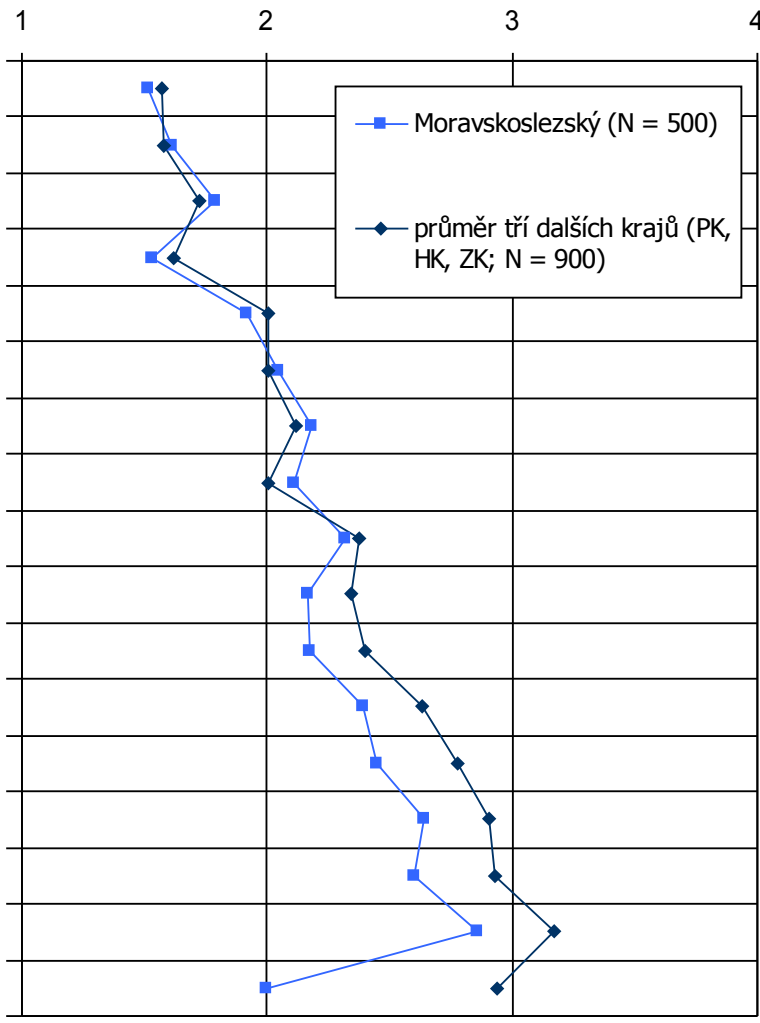
srovnání krajů

1 = vhodný 5 = nevhodný



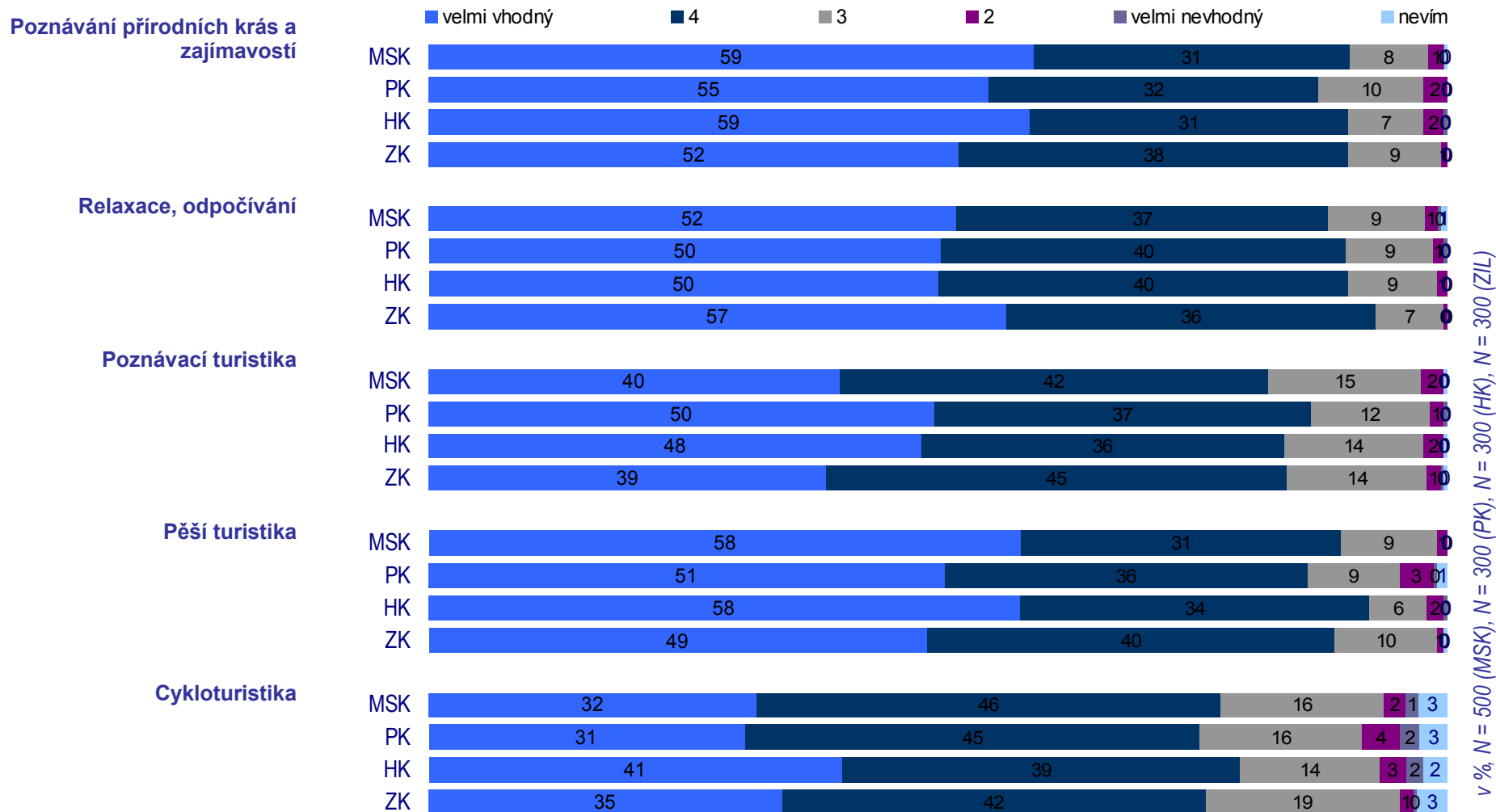
- poznávání přír. krás a zajímavostí
- relaxace, odpočívání
- poznávací turistika
- pěší turistika
- cykloturistika
- společenský život a zábava
- koupání, vodní sporty
- návštěvy kulturních akcí
- gurmánská dovolená
- péče o fyzické a duševní zdraví
- rybaření, myslivost, houbaření
- návštěva sportovních akcí
- jiný aktivní sport
- konference, kongresy
- agroturistika
- církevní turistika
- lyžování, zimní sporty

1 = vhodný 5 = nevhodný



VHODNOST KRAJŮ K VYBRANÝM AKTIVITÁM – detail 1

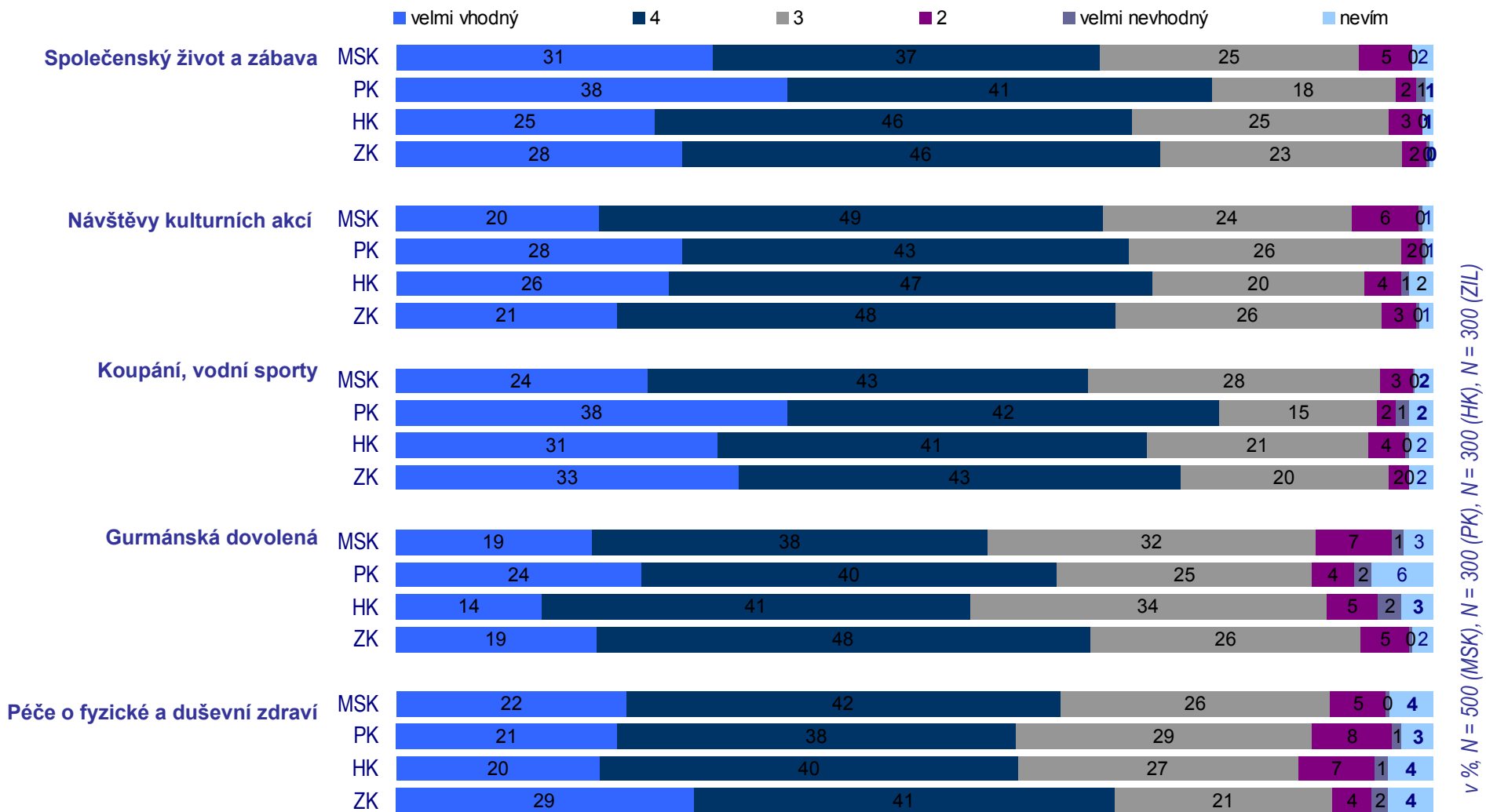
Q19/Q54/Q89 „K jakým aktivitám je dle vašeho názoru Moravskoslezský/Plzeňský/Královehradecký/Zlínský kraj vhodný? Posuďte prosím na 5 bodové škále, kdy 5 = velmi vhodný a 1 = velmi nevhodný.“



v %, N = 500 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZL)

VHODNOST KRAJŮ K VYBRANÝM AKTIVITÁM – detail 2

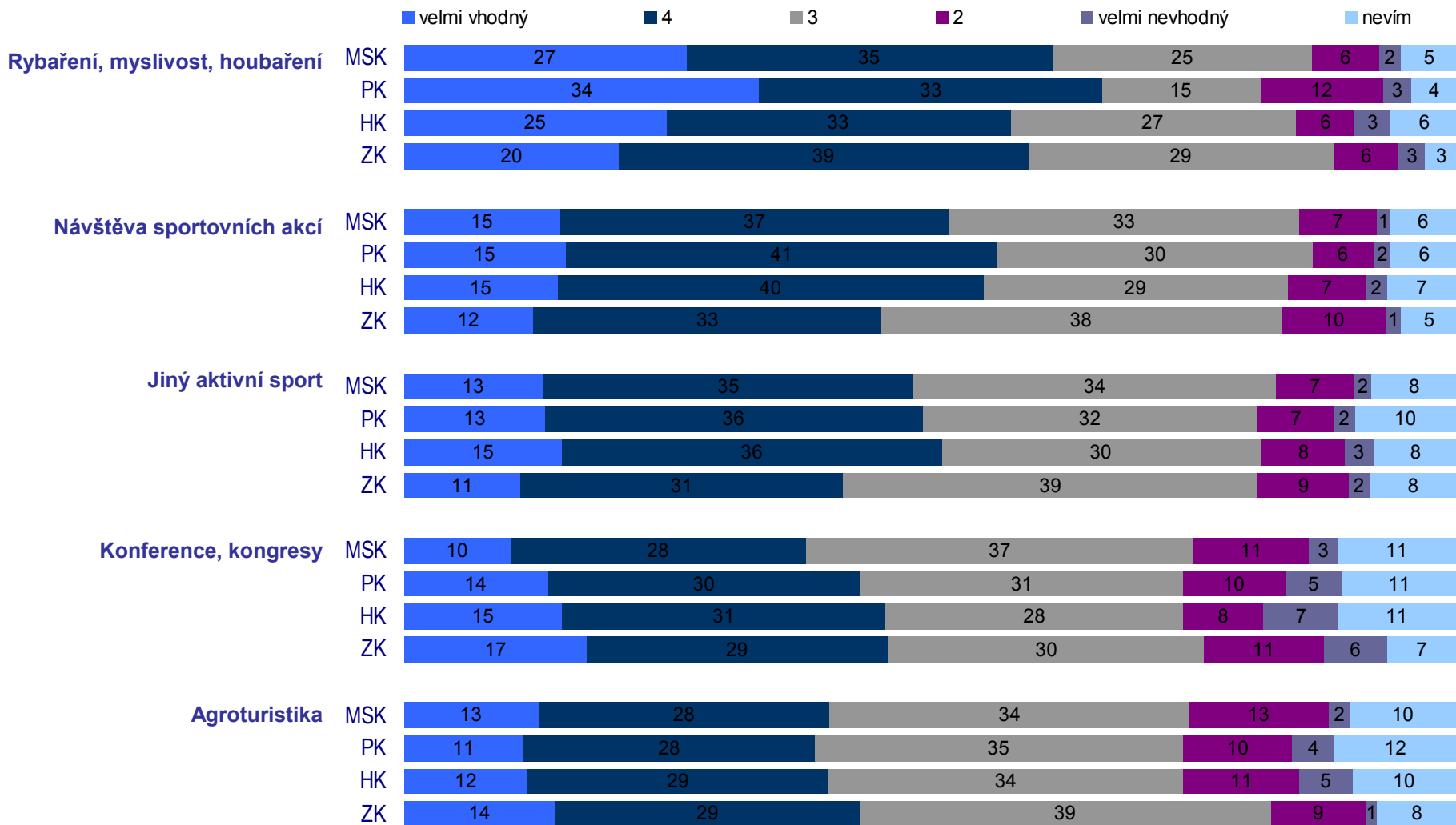
Q19/Q54/Q89 „K jakým aktivitám je dle vašeho názoru Moravskoslezský/Plzeňský/Královehradecký/Zlínský kraj vhodný? Posuďte prosím na 5 bodové škále, kdy 5 = velmi vhodný a 1 = velmi nevhodný.“



v %; N = 500 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL)

VHODNOST KRAJŮ K VYBRANÝM AKTIVITÁM – detail 3

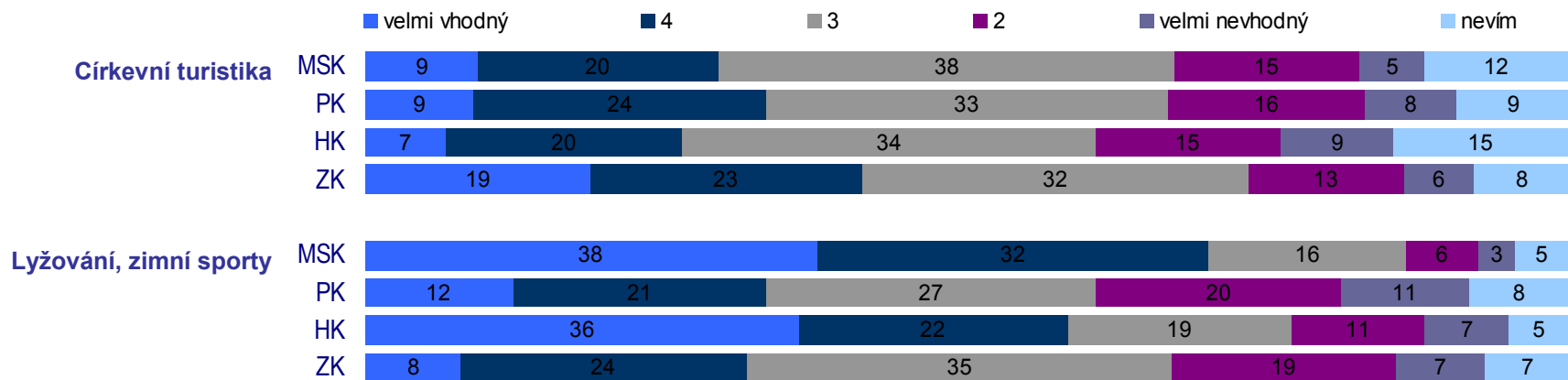
Q19/Q54/Q89 „K jakým aktivitám je dle vašeho názoru Moravskoslezský/Plzeňský/Královehradecký/Zlínský kraj vhodný? Posuďte prosím na 5 bodové škále, kdy 5 = velmi vhodný a 1 = velmi nevhodný.“



v %; N = 500 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL)

VHODNOST KRAJŮ K VYBRANÝM AKTIVITÁM – detail 4

Q19/Q54/Q89 „K jakým aktivitám je dle vašeho názoru Moravskoslezský/Plzeňský/Královehradecký/Zlínský kraj vhodný? Posuďte prosím na 5 bodové škále, kdy 5 = velmi vhodný a 1 = velmi nevhodný.“

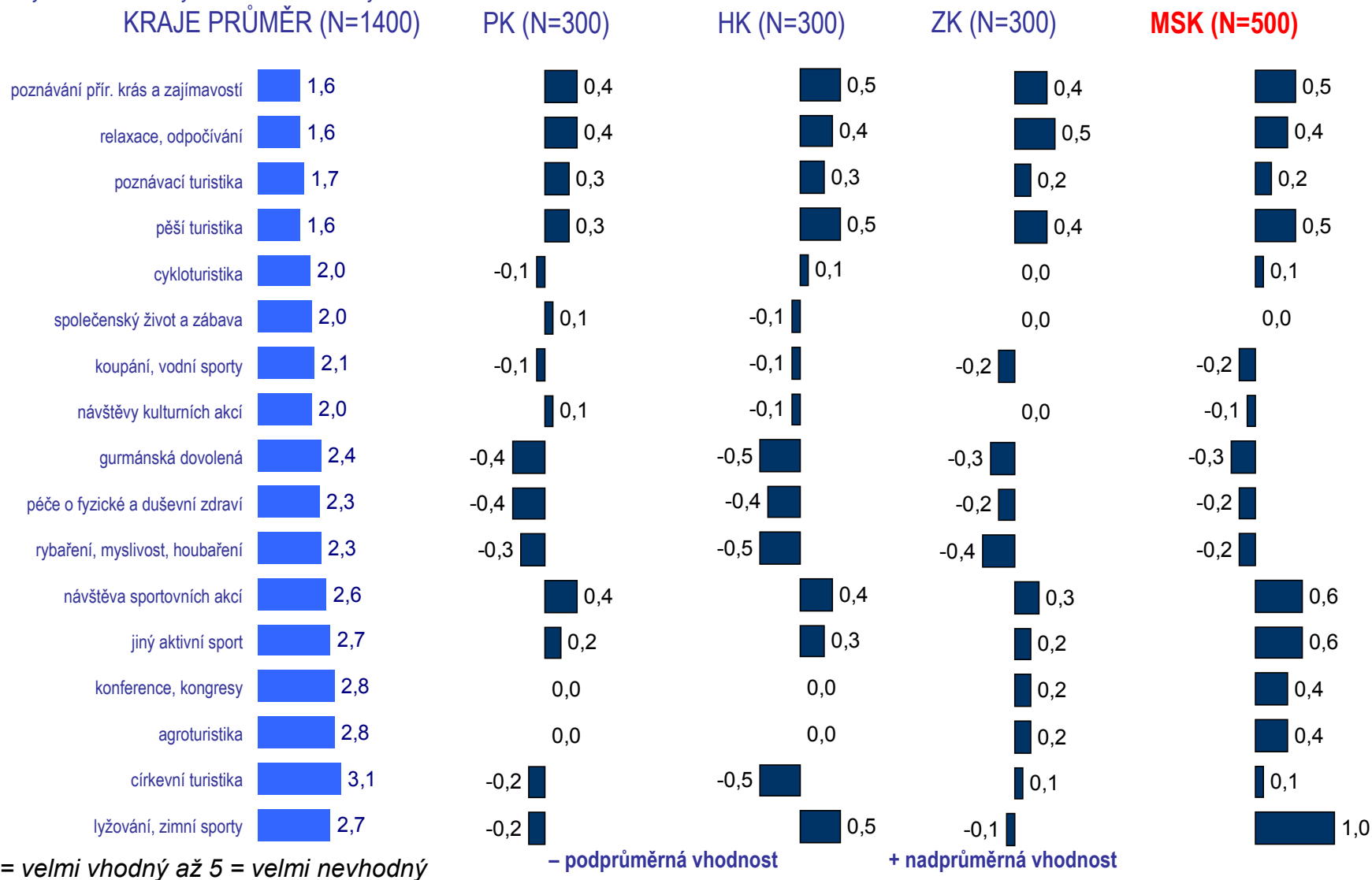


v %, N = 500 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZL)

VHODNOST KRAJŮ K VYBRANÝM AKTIVITÁM

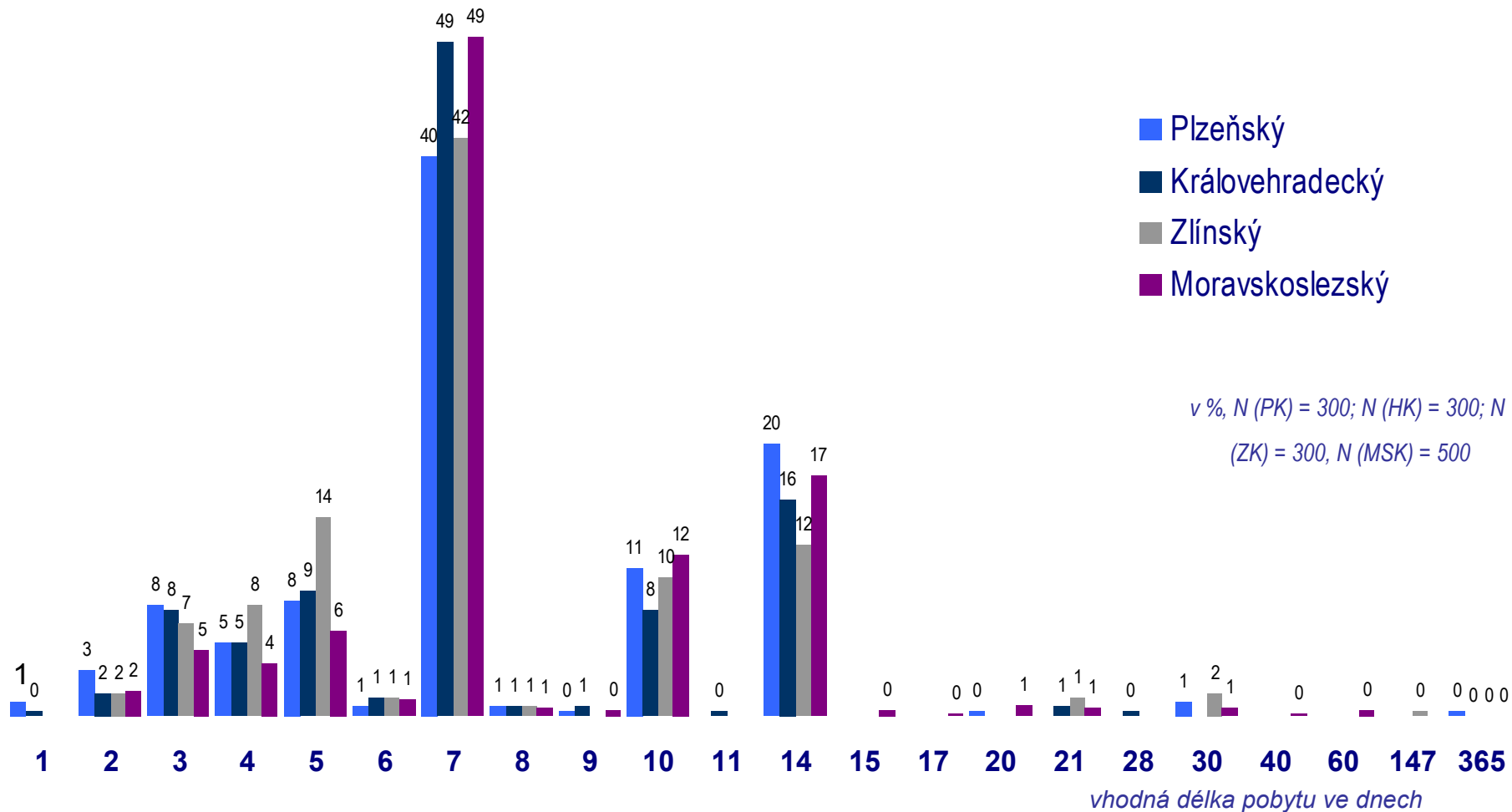
odchyly od celkového průměru

Q19/Q54/Q89 „K jakým aktivitám je dle vašeho názoru Moravskoslezský/Plzeňský/Královehradecký/Zlínský kraj vhodný? Posuďte prosím na 5 bodové škále, kdy 5 = velmi vhodný a 1 = velmi nevhodný.“



VHODNÁ DÉLKA POBYTU V KRAJÍCH

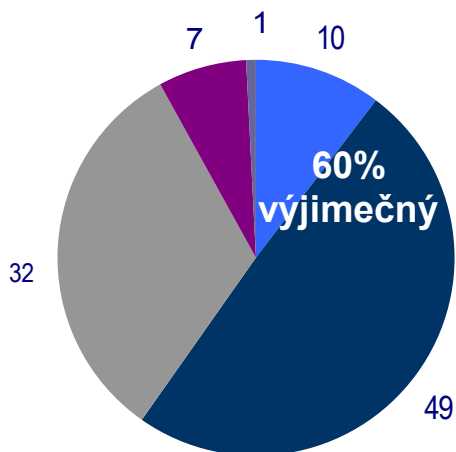
Q20/Q55/Q90 „ Na jak dlouhý pobyt je kraj podle Vašeho názoru vhodný? Údaj prosím uveďte ve dnech.“



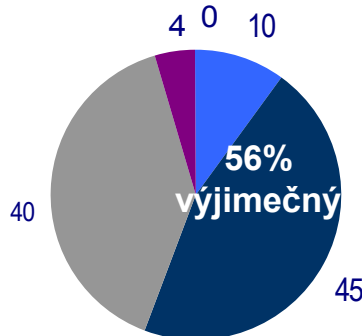
VÝJIMEČNOST KRAJE Z HLEDISKA MOŽNOSTÍ TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU

Q22/Q57/Q92 „Když zvážíte všechny okolnosti, do jaké míry je z pohledu trávení volného času Moravskoslezský/Plzeňský/Královeshradecký/Zlínský kraj výjimečný ve srovnání s jinými kraji v České/Slovenské republice? Pod pojmem výjimečný máme na mysli např. jedinečné památky, výjimečnou krajinu, výjimečné možnosti sportovního, kulturního aj. využití, výjimečnou gastronomii, pohostinnost místních lidí apod.“

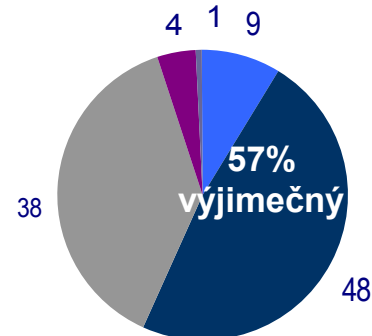
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



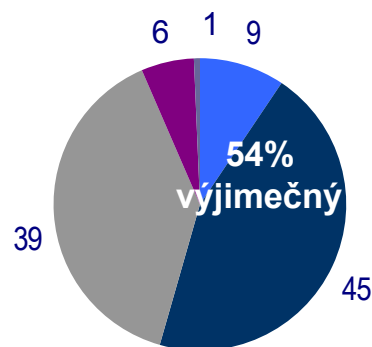
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVEHRADECKÝ



ZLÍNSKÝ



- je zcela výjimečný
- je docela dost výjimečný
- je trochu výjimečný
- vůbec není výjimečný
- neví

v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

DŮVODY VÝJIMEČNOSTI KRAJŮ

5 nejatraktivnějších lokalit, akcí, aktivit v krajích

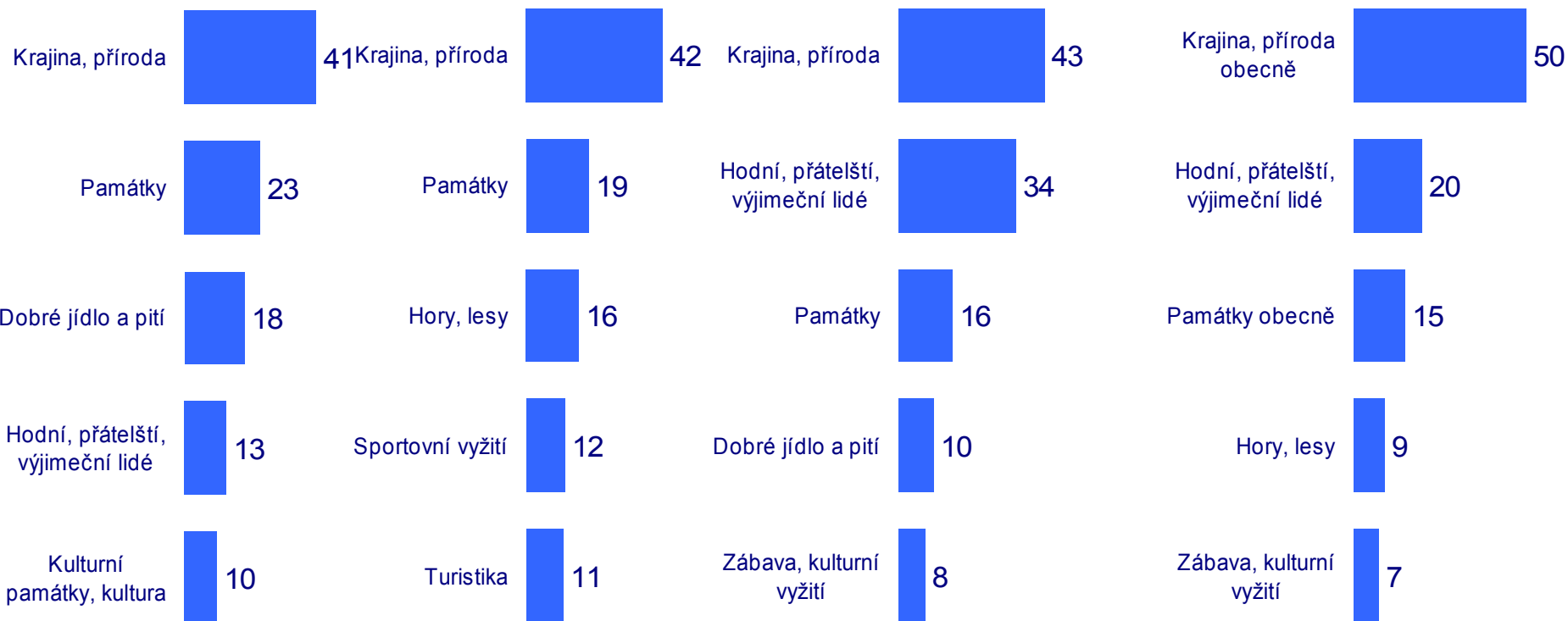
Q23/Q58/Q93/Q30 „V čem je podle Vašeho názoru PK / KH/ ZK/ MSK výjimečný?“

PLZEŇSKÝ (N = 287)

KRÁLOVEHRADECKÝ (N = 285)

ZLÍNSKÝ (N = 280)

MORAVSKOSLEZSKÝ (N = 921)



v %, respondenti, kteří pokládají kraj za výjimečný
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních
odpovědí

DŮVODY VÝJIMEČNOSTI PLZEŇSKÉHO KRAJE

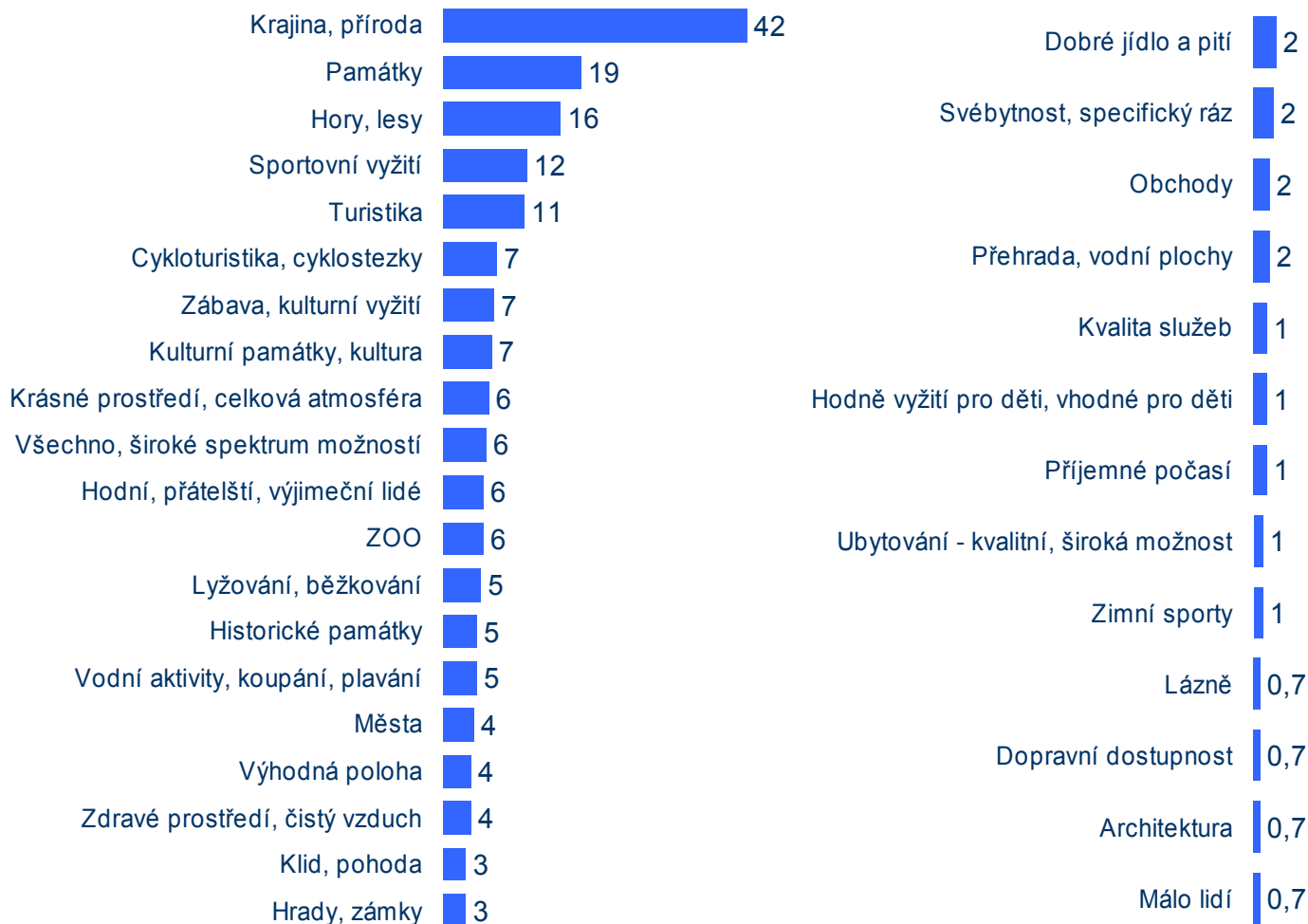
Q23 „V čem je podle Vašeho názoru PK výjimečný?“



v %, N = 287; odpovídají pouze respondenti, kteří považují kraj za výjimečný; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY VÝJIMEČNOSTI KRÁLOVEHRADECKÉHO KRAJE

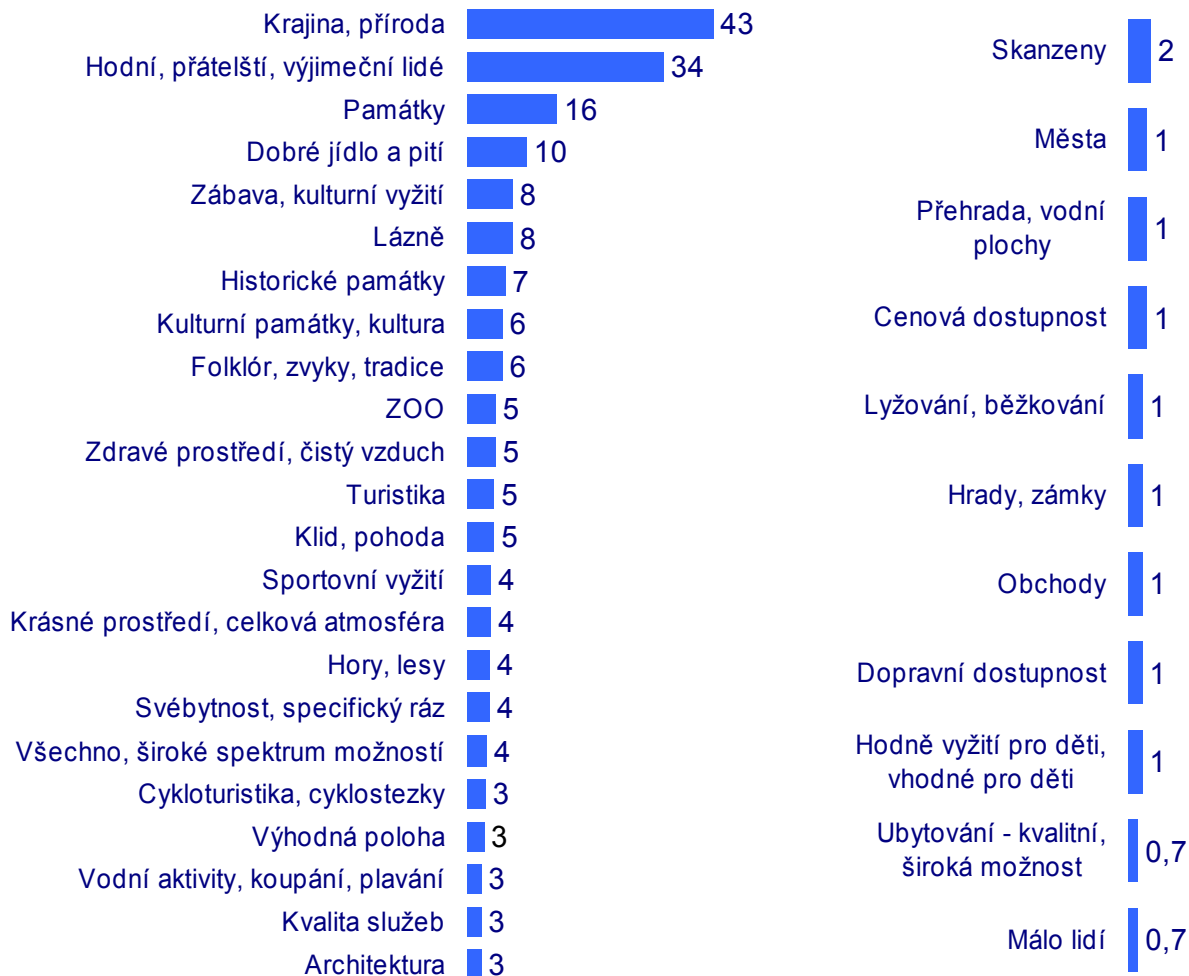
Q58. „V čem je podle Vašeho názoru HK výjimečný?“



v %, N = 285; odpovídají pouze respondenti, kteří považují kraj za výjimečný; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY VÝJIMEČNOSTI ZLÍNSKÉHO KRAJE

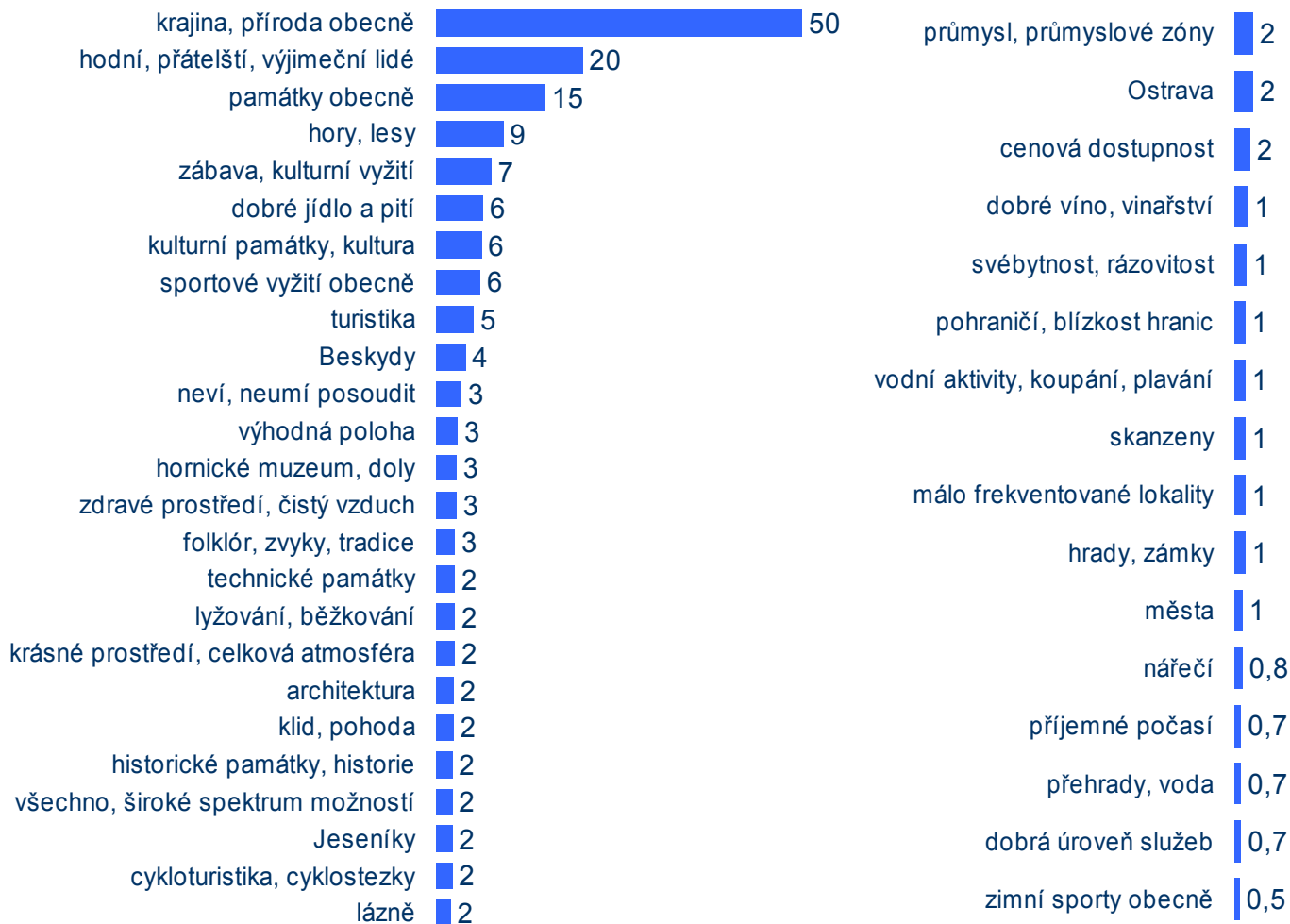
Q93 „V čem je podle Vašeho názoru Zlínský kraj výjimečný?“



v %, N = 280; odpovídají pouze respondenti, kteří považují kraj za výjimečný; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY VÝJIMEČNOSTI MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE

Q30. „V čem je podle Vašeho názoru MSK výjimečný? “



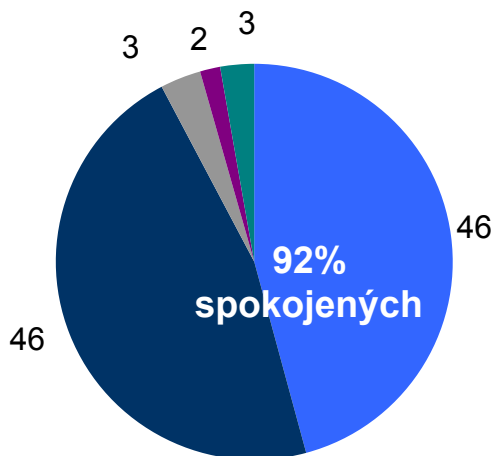
v %, N = 921; odpovídají pouze respondenti, kteří považují MSK za výjimečný; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

- Celkově vzato, se svojí návštěvou vybraného kraje v uplynulých 12 měsících **byli respondenti většinou spokojeni – v Moravskoslezském kraji to vyjádřilo 92 % dotázaných**, z toho 46 % bylo dokonce velmi spokojeno a dalších 46 % návštěvníků bylo spíše spokojeno. Celkový podíl spokojených návštěvníků v ostatních třech krajích se pohybuje v rozmezí 86 % – 92 %.
- Návštěvníci všech krajů jsou s úrovní služeb relativně spokojeni – ve všech krajích kromě MSK nemají více než 4/5 dotázaných žádné výhrady, v Moravskoslezském kraji nemělo žádné připomínky 78 %.
- Obecně návštěvníkům ve všech krajích chybí dostatek parkovacích ploch, kvalitní restaurační zařízení, širší možnosti kulturního a sportovního vyžití (zejména aquapark, koupaliště) a zlepšení informovanosti o daném kraji.

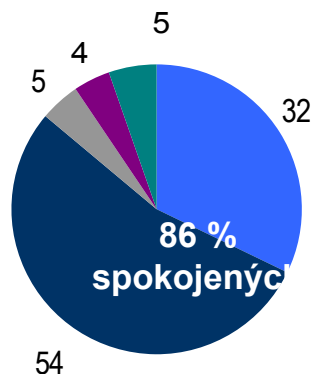
CELKOVÁ SPOKOJENOST S NÁVŠTĚVOU KRAJE

„A když se zamyslíte nad svojí celkovou zkušeností s návštěvou Moravskoslezského/Jihomoravského/Královehradeckého/Zlínského kraje za účelem trávení volného času v uplynulých 12 měsících, do jaké míry jste byl/a spokojen/a či nespokojen/a?“

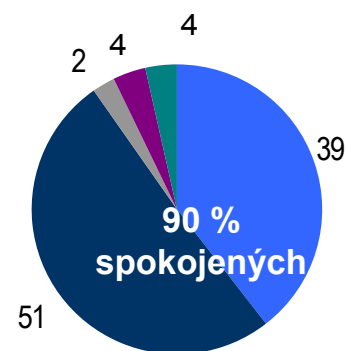
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



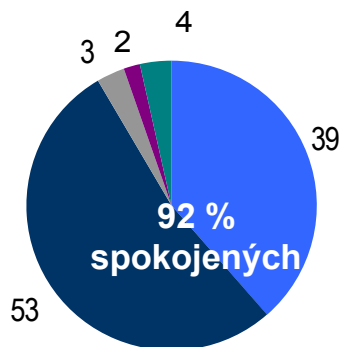
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVEHRADECKÝ



ZLÍNSKÝ

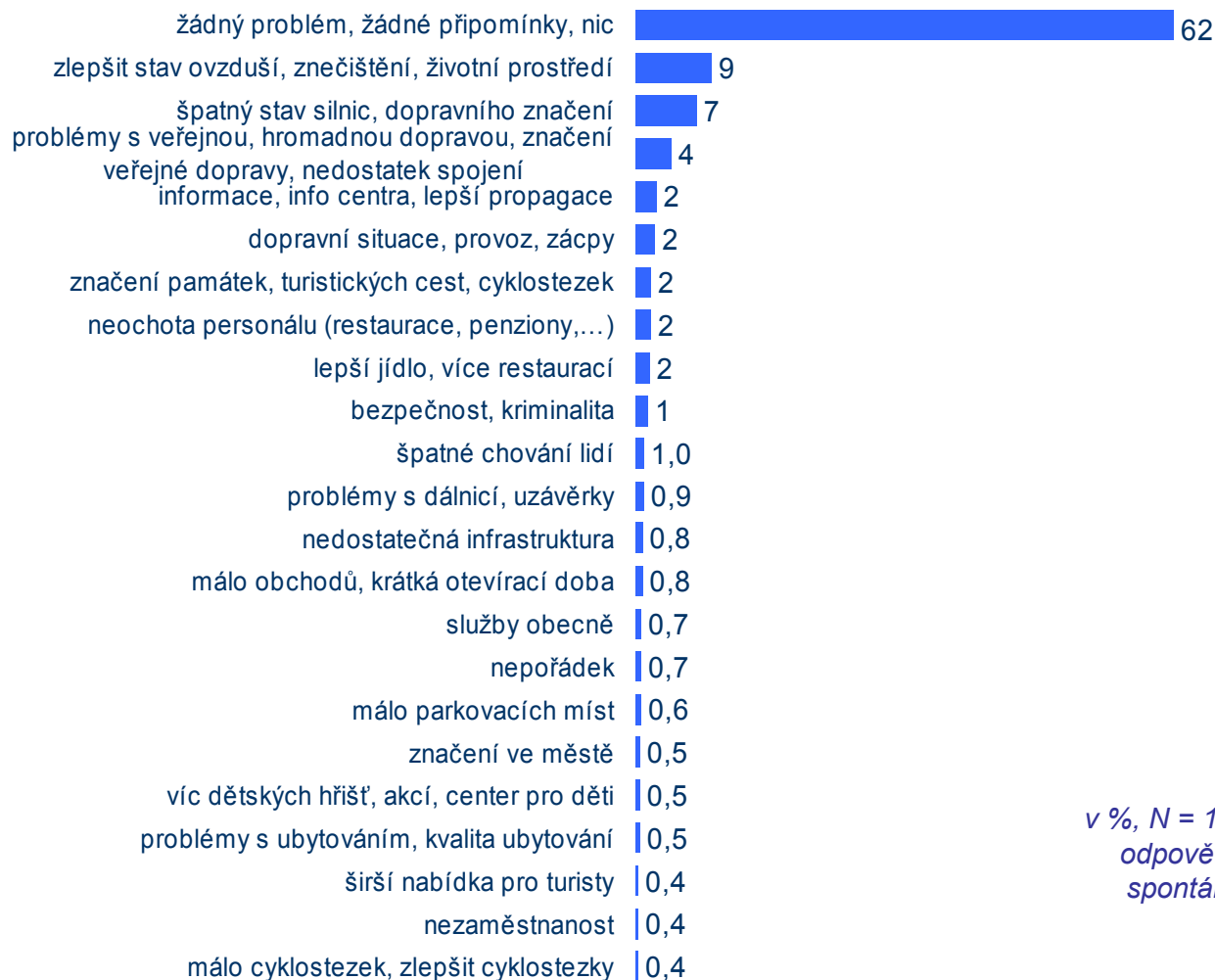


- velmi spokojen/a
- spíše spokojen/a
- ani spokojen/a, ani nespokojen/a
- spíše nespokojen/a
- velmi nespokojen/a

v %, N (PK = 300; N (HK) = 300; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002

PROBLÉMY, NÁMĚTY NA ZLEPŠENÍ – Moravskoslezský kraj

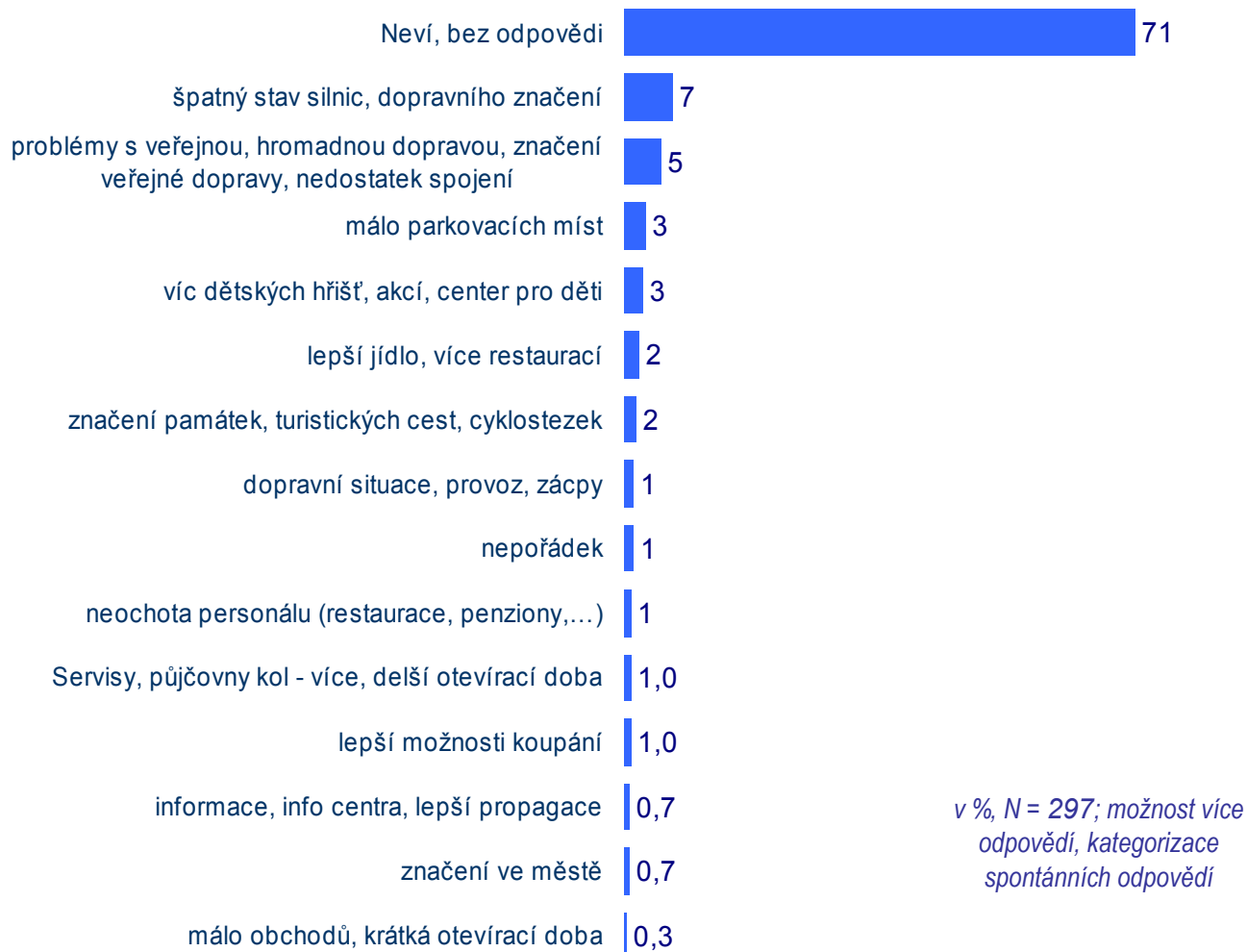
Q15. „Měl/a jste v souvislosti s návštěvou tohoto regionu nějaké problémy? Existuje něco, co by se zde mělo zlepšit? Pokud ano, uveďte, prosím, co. Je pro nás důležitý každý detail.“



*v %, N = 1002; možnost více
odpovědí, kategorizace
spontánních odpovědí*

PROBLÉMY, NÁMĚTY NA ZLEPŠENÍ – Plzeňský kraj

Q34. „Měl/a jste v souvislosti s návštěvou tohoto regionu nějaké problémy? Existuje něco, co by se zde mělo zlepšit? Pokud ano, uveďte, prosím, co. Je pro nás důležitý každý detail.“



PROBLÉMY, NÁMĚTY NA ZLEPŠENÍ – Královehradecký kraj

Q69. „Měl/a jste v souvislosti s návštěvou tohoto regionu nějaké problémy? Existuje něco, co by se zde mělo zlepšit? Pokud ano, uveďte, prosím, co. Je pro nás důležitý každý detail.“



PROBLÉMY, NÁMĚTY NA ZLEPŠENÍ – Zlínský kraj

Q104. „Měl/a jste v souvislosti s návštěvou tohoto regionu nějaké problémy? Existuje něco, co by se zde mělo zlepšit? Pokud ano, uveďte, prosím, co. Je pro nás důležitý každý detail.“



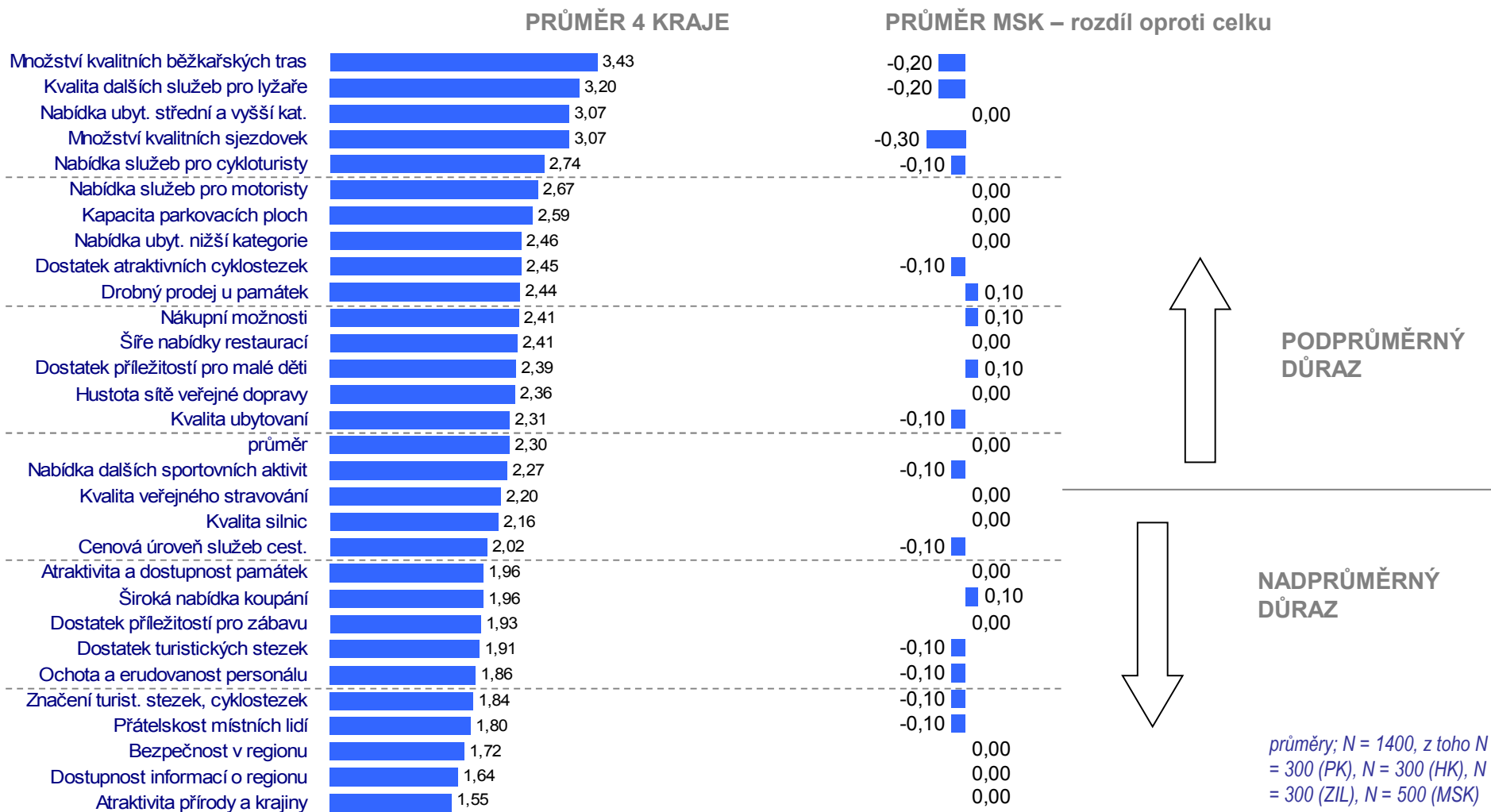
v %, N = 297; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮLEŽITOST VYBRANÝCH FAKTORŮ TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU

- V další části výzkumu jsme zjišťovali **spokojenost návštěvníků s jednotlivými dílčími aspekty trávení volného času v jednotlivých krajích**. Ne všechny tyto aspekty jsou však pro návštěvníky podstatné a proto je potřeba nejdříve identifikovat, jak moc jsou pro ně jednotlivé aspekty trávení volného času mimo domov (jako je dovolená, víkendový pobyt apod.) důležité.
- **Mezi nejdůležitější faktory** trávení volného času mimo domov řadí návštěvníci vybraných **čtyř krajů** tyto:
 - atraktivita přírody a krajiny, zdravé životní prostředí
 - dostupnost informací o regionu
 - bezpečnost v regionu
 - přátelskost místních lidí
 - Značení turistických/cyklistických stezek
- **Návštěvníci MSK** ve srovnání s návštěvníky zbylých tří krajů **více akcentují**:
 - množství kvalitních sjezdovek
 - množství kvalitních běžkařských tras
 - kvalitu dalších služeb pro lyžaře
 - a nepatrně více také:
 - nabídku služeb pro cyklisty
 - přátelskost místních lidí
 - ochotu a erudovanost personálu
 - cenovou úroveň služeb
 - kvalitu ubytování
 - dostatek atraktivních turistických stezek a jejich lepší značení

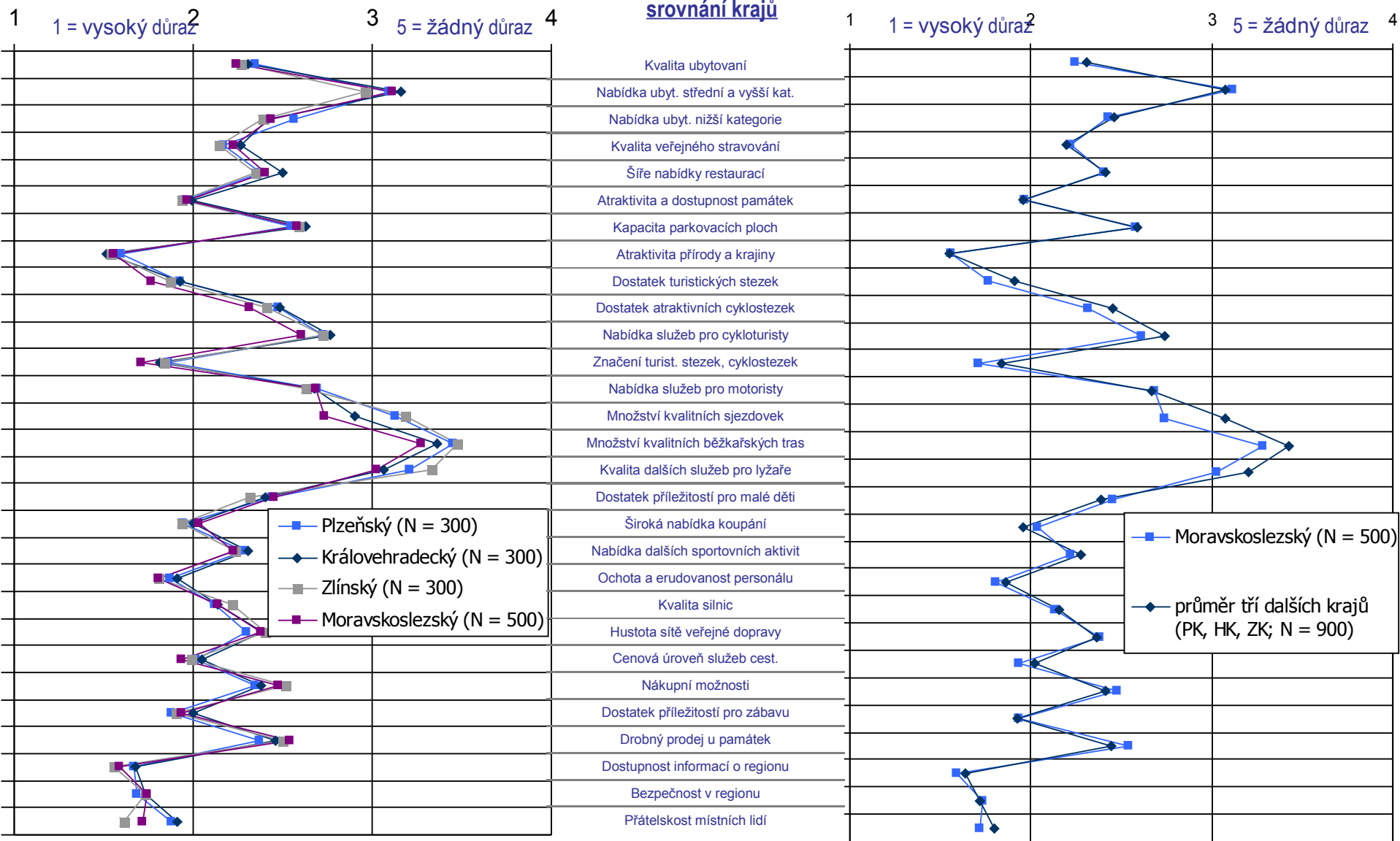
DŮLEŽITOST VYBRANÝCH FAKTORŮ TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU

„Věnujme se prosím jednotlivým faktorům spojeným s trávením volného času mimo domov, jako je dovolená, víkendový pobyt apod. Ohodnoťte prosím následující faktory pomocí 5bodové škály, kdy 1 = kladu velmi vysoký důraz a 5 = nekladu žádný důraz.“



průměry; N = 1400, z toho N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL), N = 500 (MSK)

DŮLEŽITOST VYBRANÝCH FAKTORŮ TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU – průměry



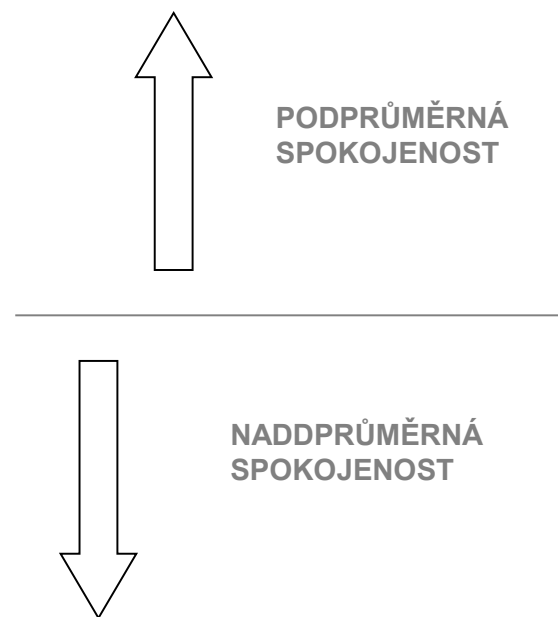
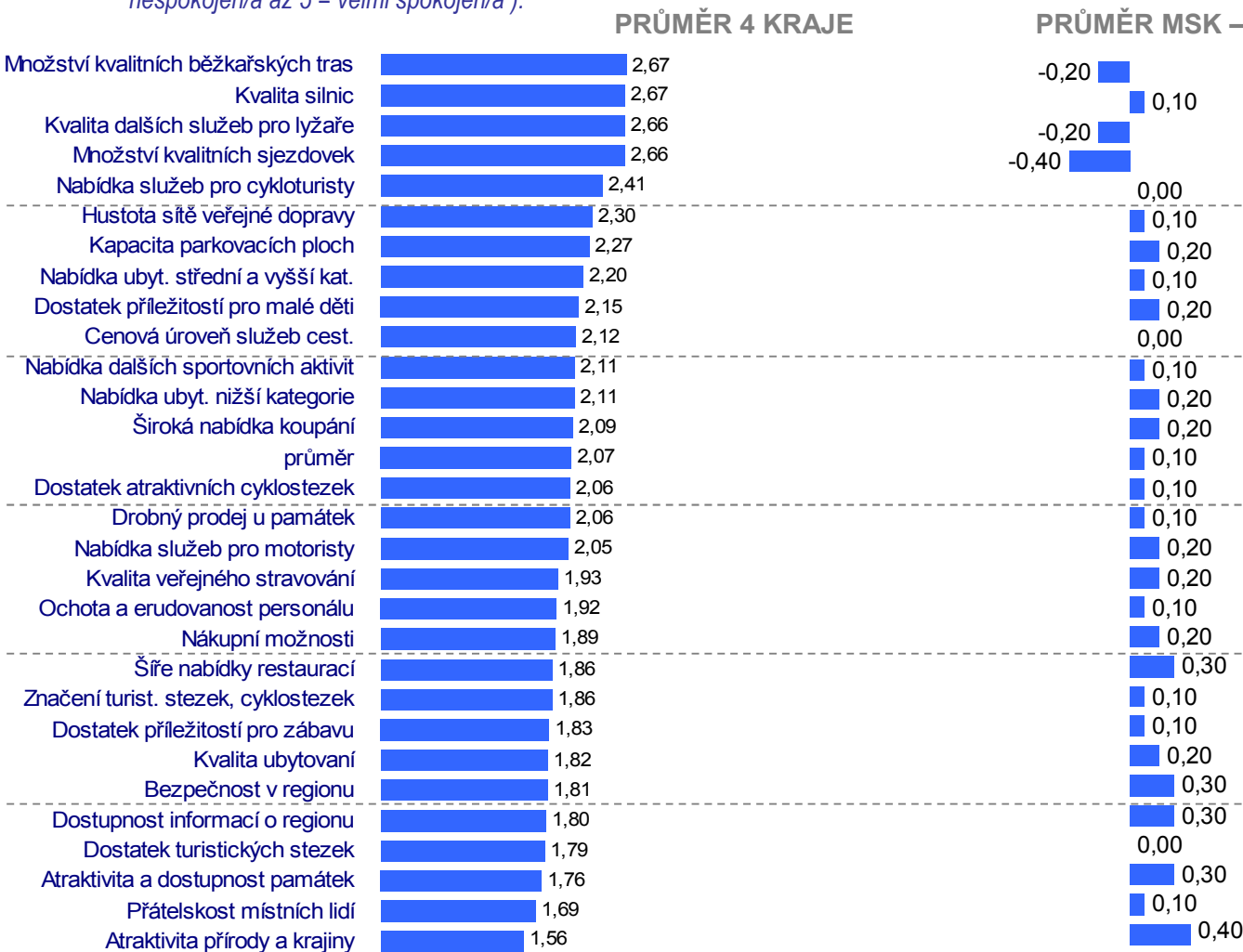
- Stejně jako návštěvníci Moravskoslezského kraje, i průměrný návštěvník všech čtyř zkoumaných krajů dohromady vyjadřuje **největší spokojenost** právě s těmi dvěma faktory pro trávení volného času mimo domov (**atraktivita přírody a krajiny, zdravé životní prostředí a přátelskost místních lidí**), které jsou pro ně **nejdůležitější**. Dále se mezi nejlépe hodnocenými faktory objevují **atraktivita a dostupnost památek, dostatek atraktivních turistických stezek a informací o regionu**.
- Výraznějším rozdílem ve spokojenosti s jednotlivými aspekty trávení volného času mezi Moravskoslezským krajem a ostatními kraji nacházíme u **množství kvalitních sjezdovek** (faktor hodnocen lépe než v ostatních krajích) - **faktory spojené se zimními sporty jsou v porovnání s ostatním sledovanými kraji hodnoceny lépe**.
- Naopak mírný **deficit spokojenosti** s faktory trávení volného času lze u Moravskoslezského kraje vůči ostatním krajům spatřovat v **atraktivitě přírody a krajiny**, a vůči většině ostatních krajů mírně také v nákupních možnostech, atraktivitě a dostupnosti památek, bezpečnosti v regionu a dostupnosti informací o regionu.

SPOKOJENOST S VYBRANÝMI FAKTORY TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU V KRAJÍCH

- Zajímavý pohled na spokojenost s podstatnými a méně podstatnými faktory trávení volného času mimo domov v Moravskoslezském kraji dále poskytuje srovnání rozdílů mezi spokojeností s jednotlivými faktory a důrazem, který na tyto faktory respondenti kladou.
- **Nejvyšší deficit spokojenosti vzhledem k důležitosti daného faktoru je patrný u množství kvalitních běžkařských tras, kvality služeb pro lyžaře a nabídky ubytování střední a vyšší kategorie (hotely), nelze to ovšem považovat za slabou stránku Moravskoslezského kraje, protože stejný deficit spokojenosti pozorujeme i v ostatních krajích.**
- Naopak vyšší spokojenost vzhledem k důrazu nacházíme např. u **dostupnosti informací o regionu** nebo **atraktivity přírody a krajiny**.

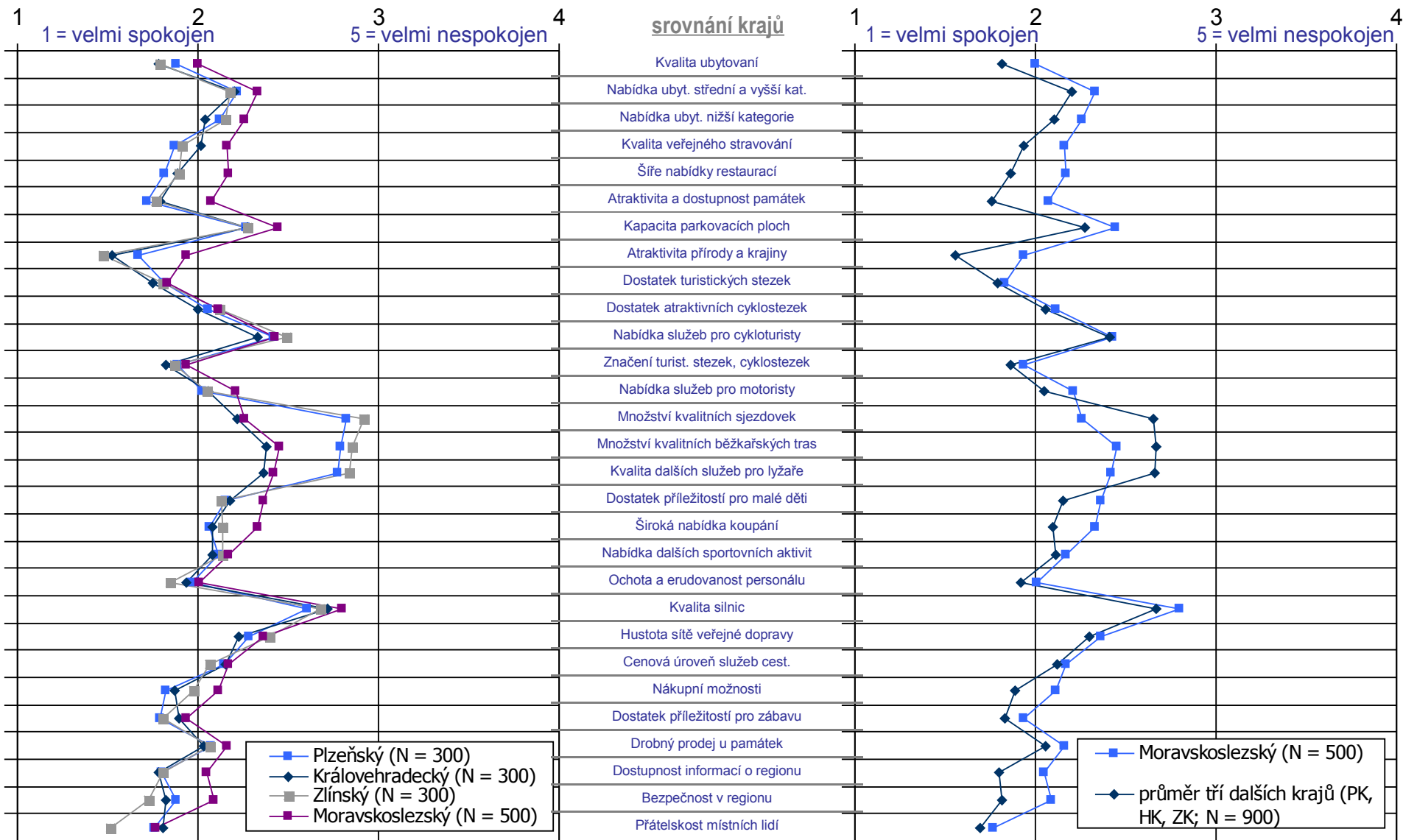
SPOKOJENOST S VYBRANÝMI FAKTORY SPOJENÝMI S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V NAVŠTÍVENÉM KRAJI

Q33/Q68/Q103 „Do jaké míry jste byl/a či nebyl/a spokojen/a s následujícími faktory své návštěvy Jihomoravského/Královehradeckého/Zlínského/Moravskoslezského kraje v uplynulých 12 měsících? (Ohodnoťte pomocí 5ti bodové škály, kdy 1 = velmi nespokojen/a až 5 = velmi spokojen/a).“



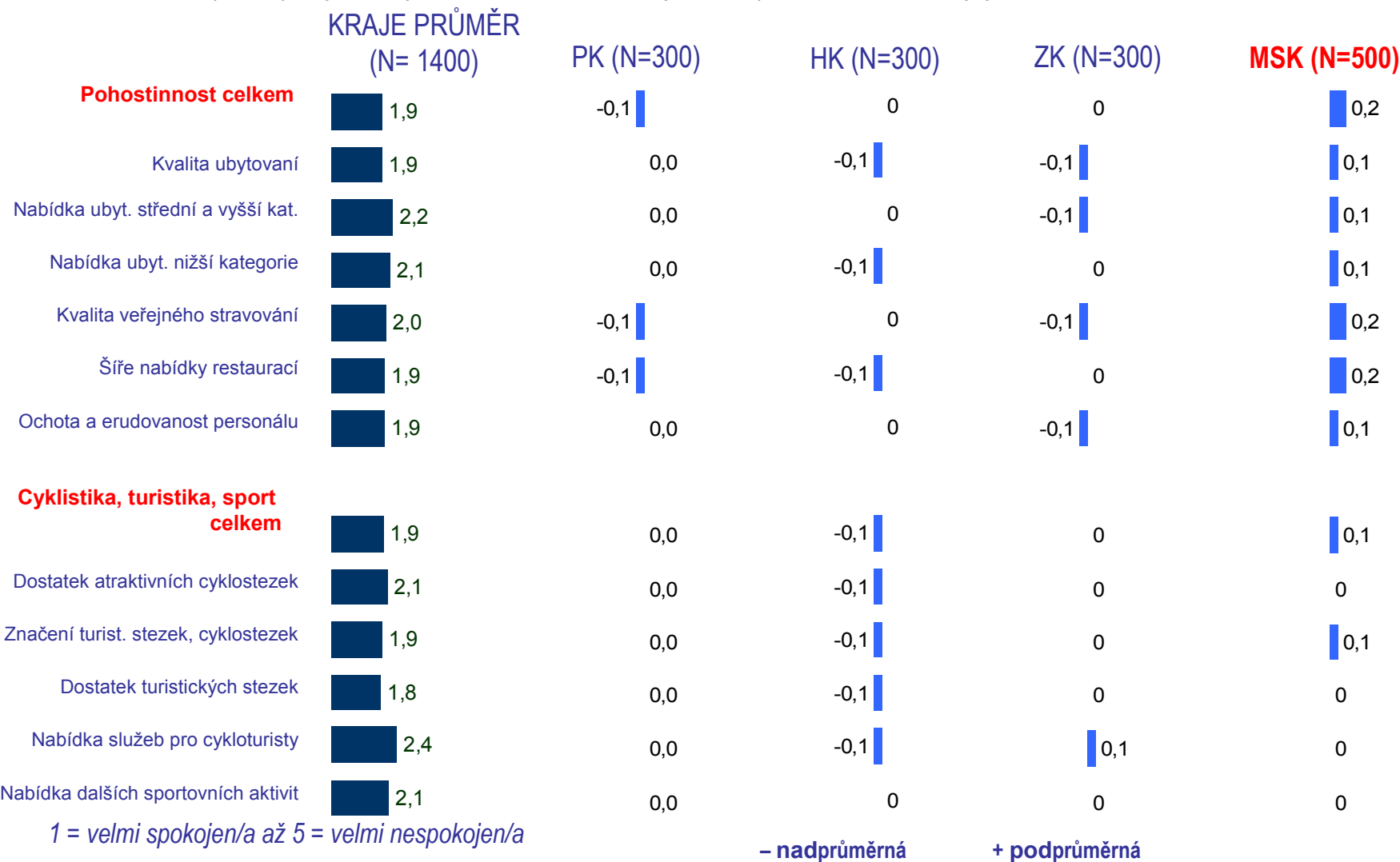
průměry; N = 1400, z toho N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL), N = 500 (MSK)

SPOKOJENOST S VYBRANÝMI FAKTORY TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU V KRAJI – průměry

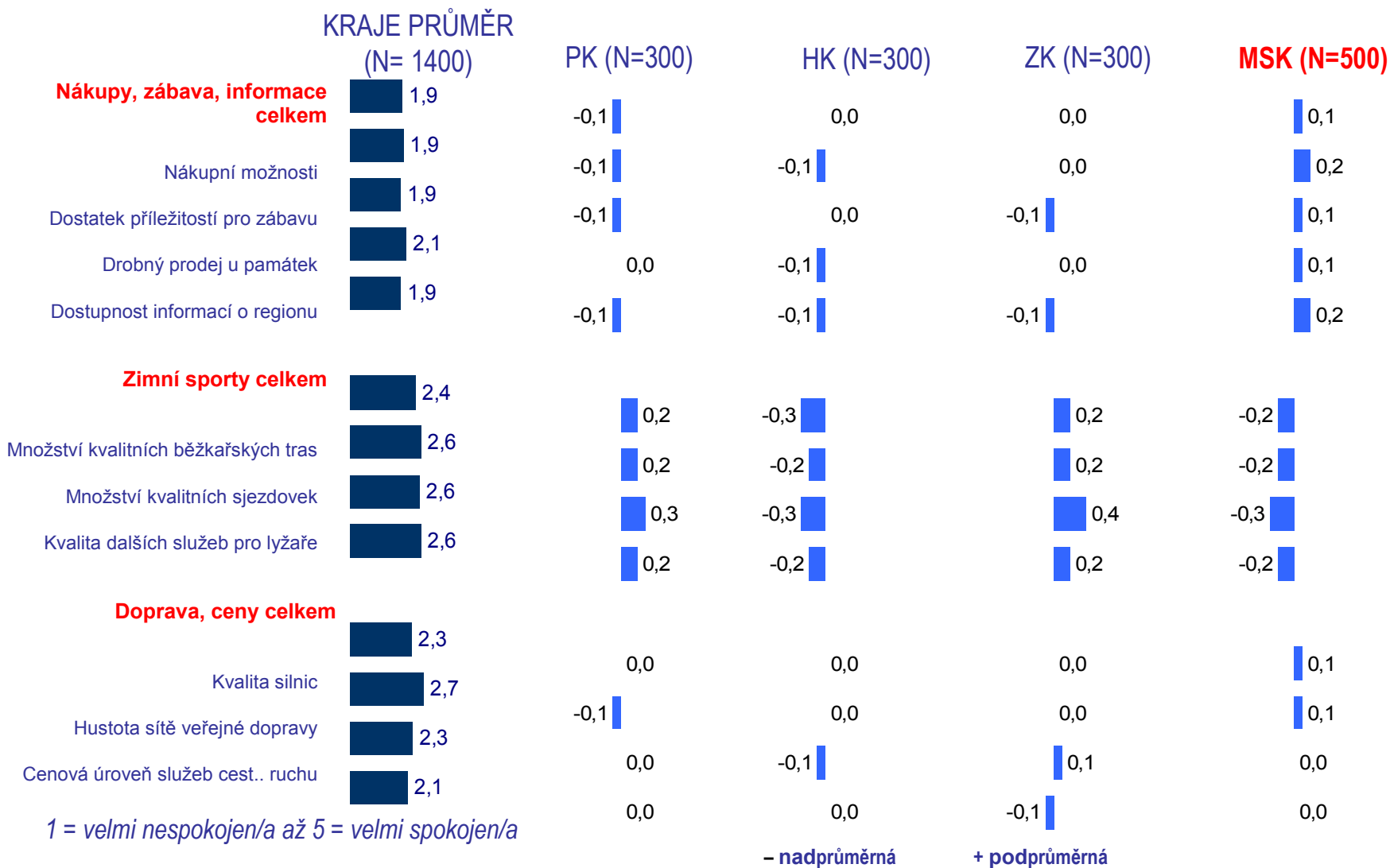


SPOKOJENOST TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI odchyly od celkového průměru

Pozn.: 29 aspektů spokojenosti bylo rozříděno do 7 tematických celků pomocí faktorové analýzy.



SPOKOJENOST S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI - odchylky od celkového průměru



SPOKOJENOST S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI - odchylky od celkového průměru

KRAJE PRŮMĚR
(N=1400)

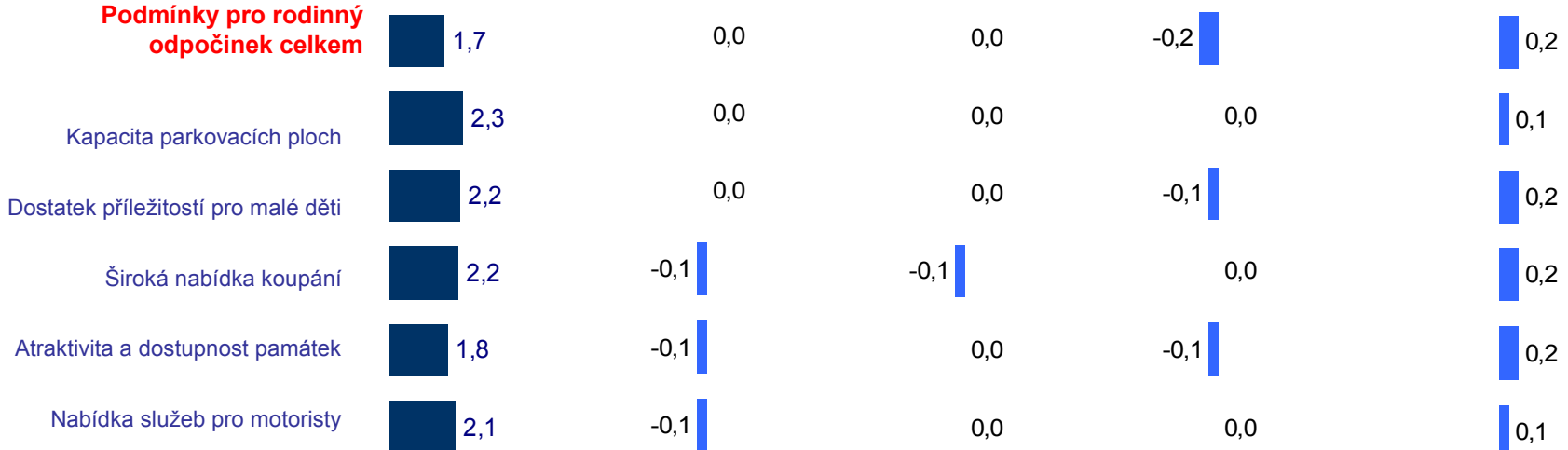
PK (N=300)

HK (N=300)

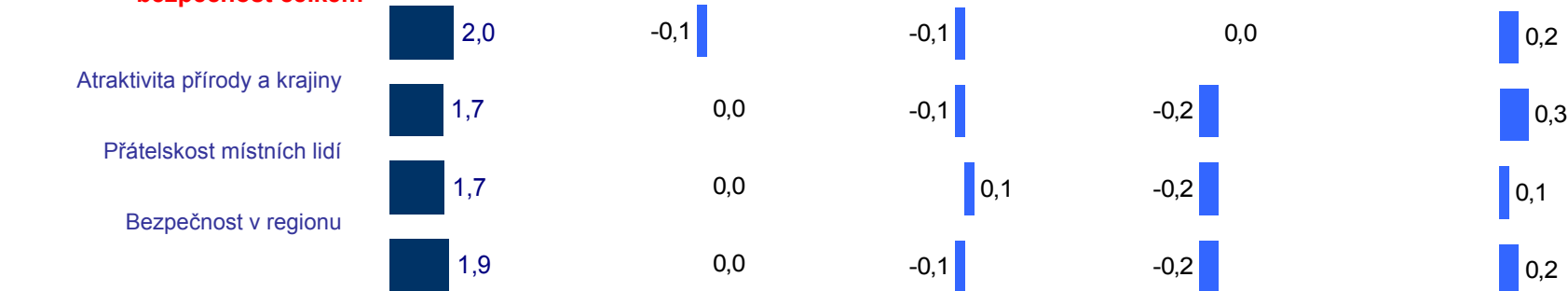
ZK (N=300)

MSK (N=500)

**Podmínky pro rodinný
odpočinek celkem**



**Atraktivita přírody, přátelskost lidí,
bezpečnost celkem**



1 = velmi nespokojen/a až 5 = velmi spokojen/a

- nadprůměrná

+ podprůměrná

HODNOCENÍ FAKTORŮ Z HLEDISKA JEJICH DŮLEŽITOSTI A SPOKOJENOSTI S NIMI

1 = vysoký důraz;
spokojenost

Pižeňský

3

5 = žádný důraz,
nespokojenost

4

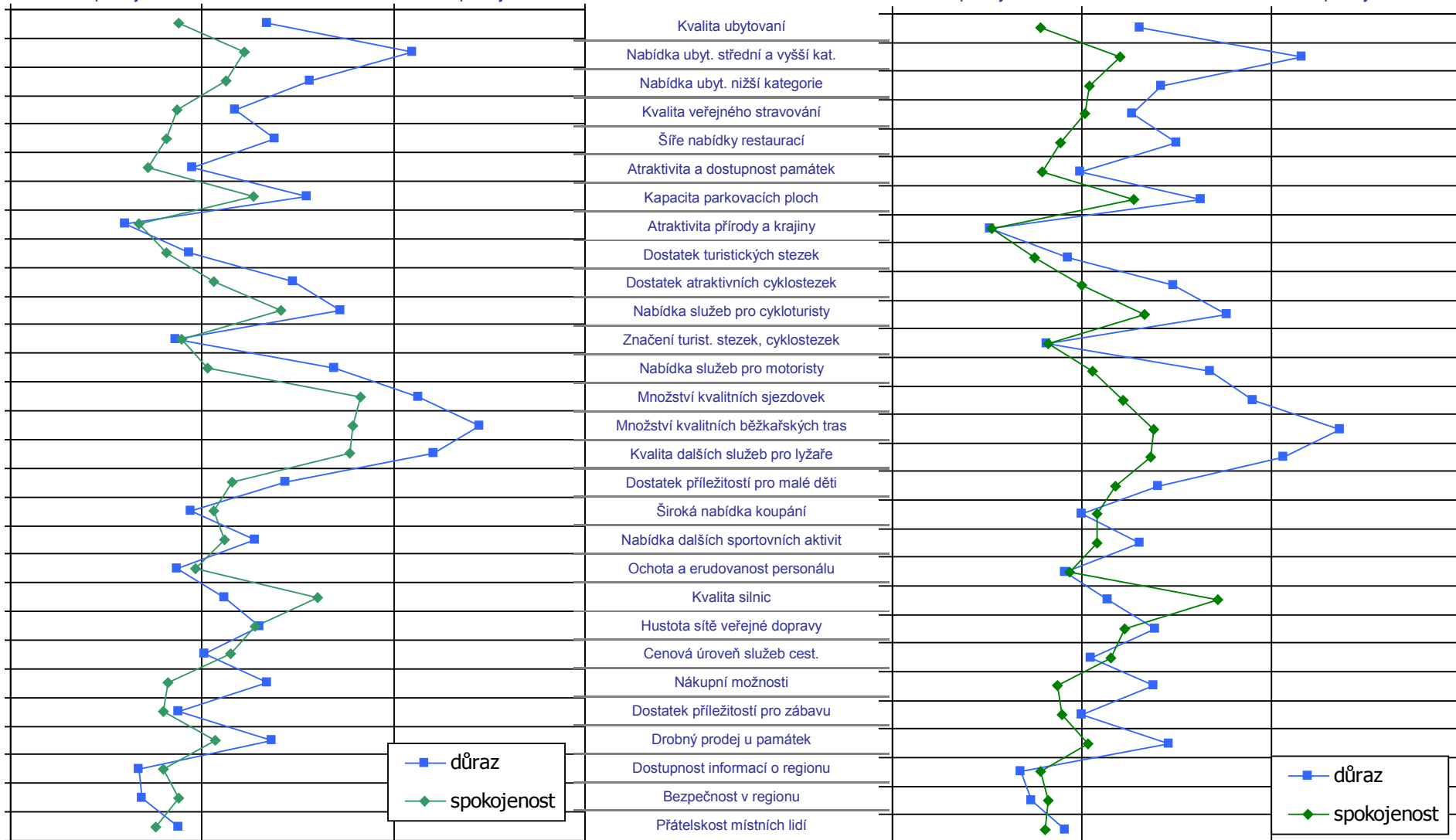
1 = vysoký důraz;
spokojenost

Královehradecký

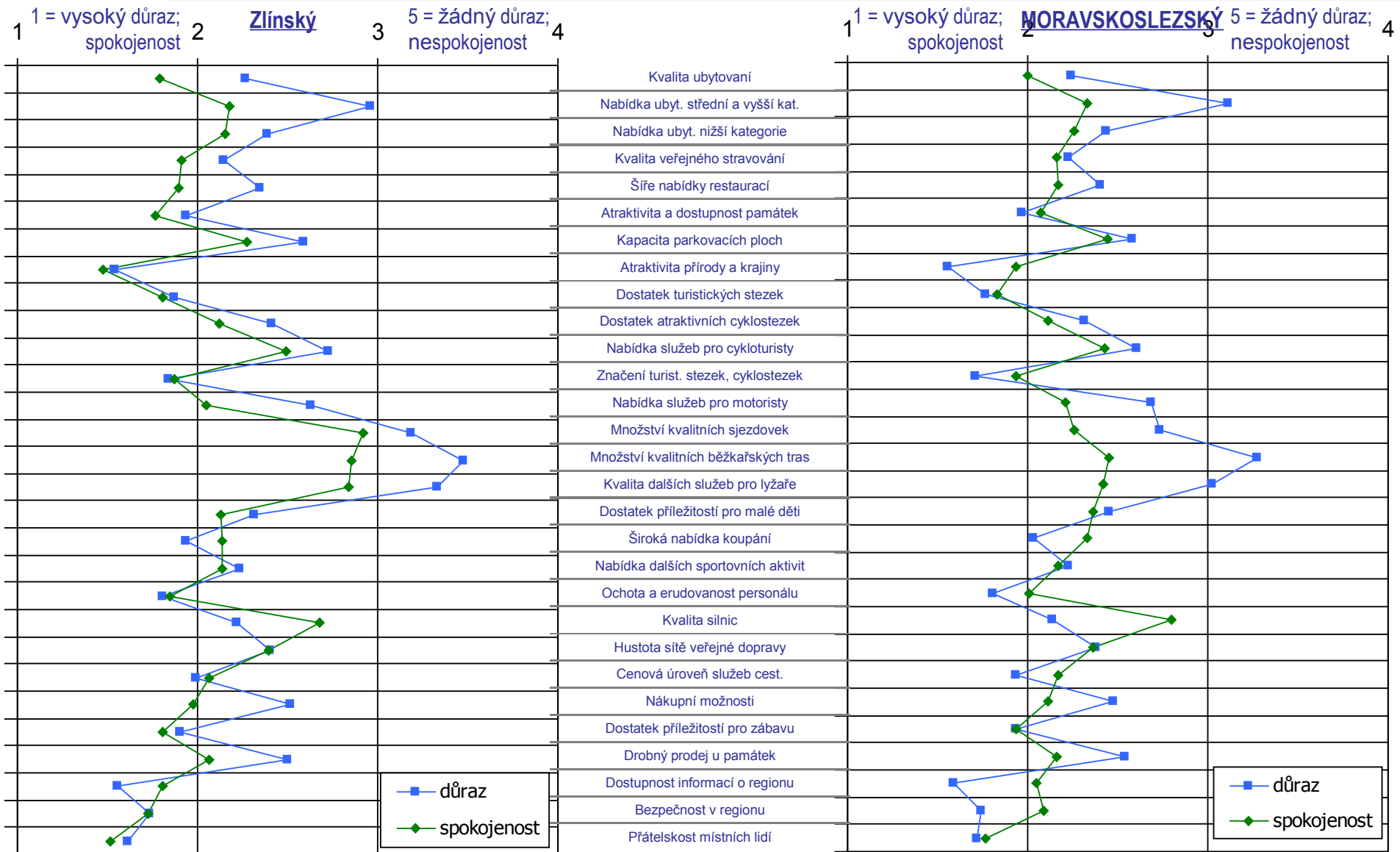
3

5 = žádný důraz;
nespokojenost

4



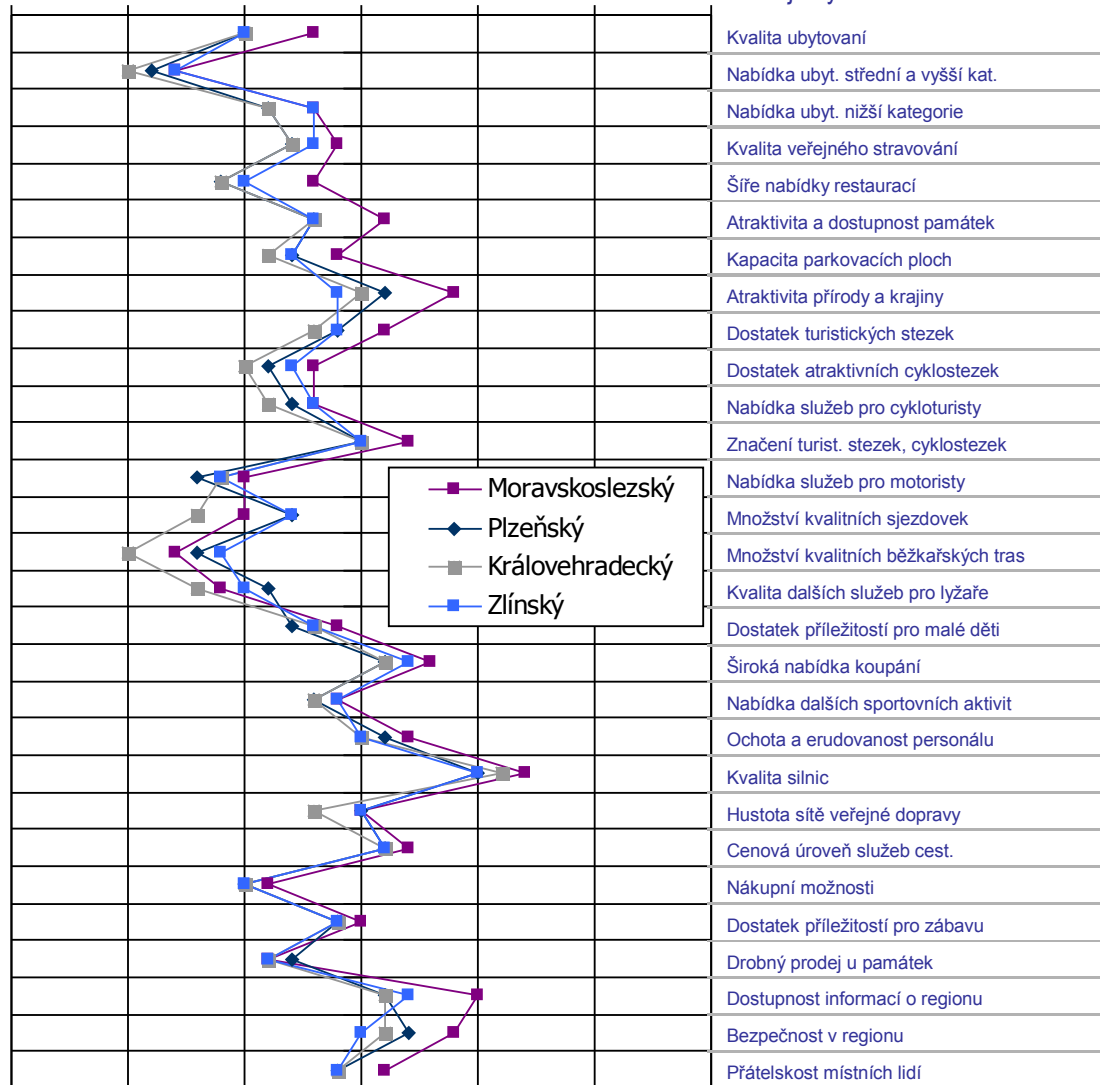
HODNOCENÍ FAKTORŮ Z HLEDISKA JEJICH DŮLEŽITOSTI A SPOKOJENOSTI S NIMI



SROVNÁNÍ ROZDÍLŮ MEZI SPOKOJENOSTÍ A DŮLEŽITOSTÍ

slabé stránky: spokojenost je nižší než důležitost

-1,5 -1 -0,5 0 0,5 1 1,5 silné stránky: spokojenost je vyšší než důležitost



Graf vyjadřuje, o kolik je průměrná spokojenost návštěvníků s daným aspektem trávení volného času v kraji vyšší, než průměrný důraz. Pozice vpravo od nuly znamená, že návštěvníci jsou s danou položkou více spokojeni, než jaký důraz na ni kladou. Může jít jak o něco, s čím jsou v kraji extrémně spokojeni, ale také o něco, s čím jsou spokojeni jen průměrně, ale není to pro ně důležité.

stav rovnováhy: spokojenost je stejně vysoká jako důležitost

HODNOCENÍ FAKTORŮ Z HLEDISKA JEJICH DŮLEŽITOSTI A SPOKOJENOSTI S NIMI

- Poziční mapy na následujících stranách analyzuje vztah mezi důrazem a spokojeností s vybranými faktory spojenými s trávením volného času. Na vodorovnou osu vynášíme hodnotu spokojenosti návštěvníků daného kraje s vybranými faktory trávení volného času v tomto kraji, na svislou osu pak hodnotu důrazu, který tito respondenti na jednotlivé faktory kladou. Výsledná pozice faktoru v dvojdimenzionálním prostoru poziční mapy pak ukazuje, jaký je vztah jednotlivých aspektů důrazu a spokojenosti.
- V rámci všech čtyř map vidíme mezi **faktory s nejsilnější pozicí atraktivní přírodu a přátelskost místních lidí**, které jsou charakterizovány jak nadprůměrnou důležitostí u návštěvníků všech čtyř krajů, tak i jejich nadprůměrnou spokojeností.
- Na druhé straně mapy se pak ve všech krajích jednoznačně vydělil faktor **kvalita silnic a množství běžkařských tras**, který je na jedné straně u respondentů charakterizován nadprůměrným důrazem, ale velmi podprůměrnou spokojeností.
- Další nejsilnější stránky krajů (tedy faktory, které jsou pro návštěvníky důležité a současně je pozitivně hodnotí) i slabé stránky krajů (faktory, které jsou sice pro návštěvníky důležité, ale nejsou s nimi spokojeni) uvádíme v přehledu na následující straně.

HODNOCENÍ FAKTORŮ Z HLEDISKA JEJICH DŮLEŽITOSTI A SPOKOJENOSTI S NIMI

Pozn.: nejde o porovnání těchto faktorů mezi kraji navzájem, ale o relativní sílu faktorů v rámci daného kraje

	Moravskoslezský	Plzeňský	Královehradecký	Zlínský
nejsilnější stránky (důležité faktory, se kterými jsou respondenti spokojeni)	<ul style="list-style-type: none"> • Přátelskost místních lidí • Dostatečné možnosti pro společenské, sportovní a turistické vyžití • Ochotný a erudovaný personál 	<ul style="list-style-type: none"> • Dostupnost informací o regionu • Atraktivita přírody a krajiny • Přátelskost místních lidí • Atraktivita a dostupnost památek • Bezpečnost v regionu • Dostatek příležitostí pro koupání a vodní sporty 	<ul style="list-style-type: none"> • Atraktivita přírody a krajiny • Dostupnost informací o regionu • Bezpečnost v regionu • Přátelskost místních lidí • Dostatek příležitostí pro zábavu 	<ul style="list-style-type: none"> • Atraktivita přírody a krajiny • Přátelskost místních lidí • Bezpečnost v regionu Dostatek turistických stezek • Atraktivita a dostupnost památek
nejslabší stránky (důležité faktory, se kterými návštěvníci nejsou tolik spokojeni)	<ul style="list-style-type: none"> • Kvalita silnic (stejně jako loni) • Nabídka možností pro koupání a vodní sporty • Služby pro lyžaře 	<ul style="list-style-type: none"> • Kvalita silnic • Kapacita parkovacích ploch • Množství běžkařských tras 	<ul style="list-style-type: none"> • Kvalita silnic • Množství běžkařských tras • Hustota sítě veřejné dopravy • 	<ul style="list-style-type: none"> • Množství běžkařských tras • Kvalita silnic

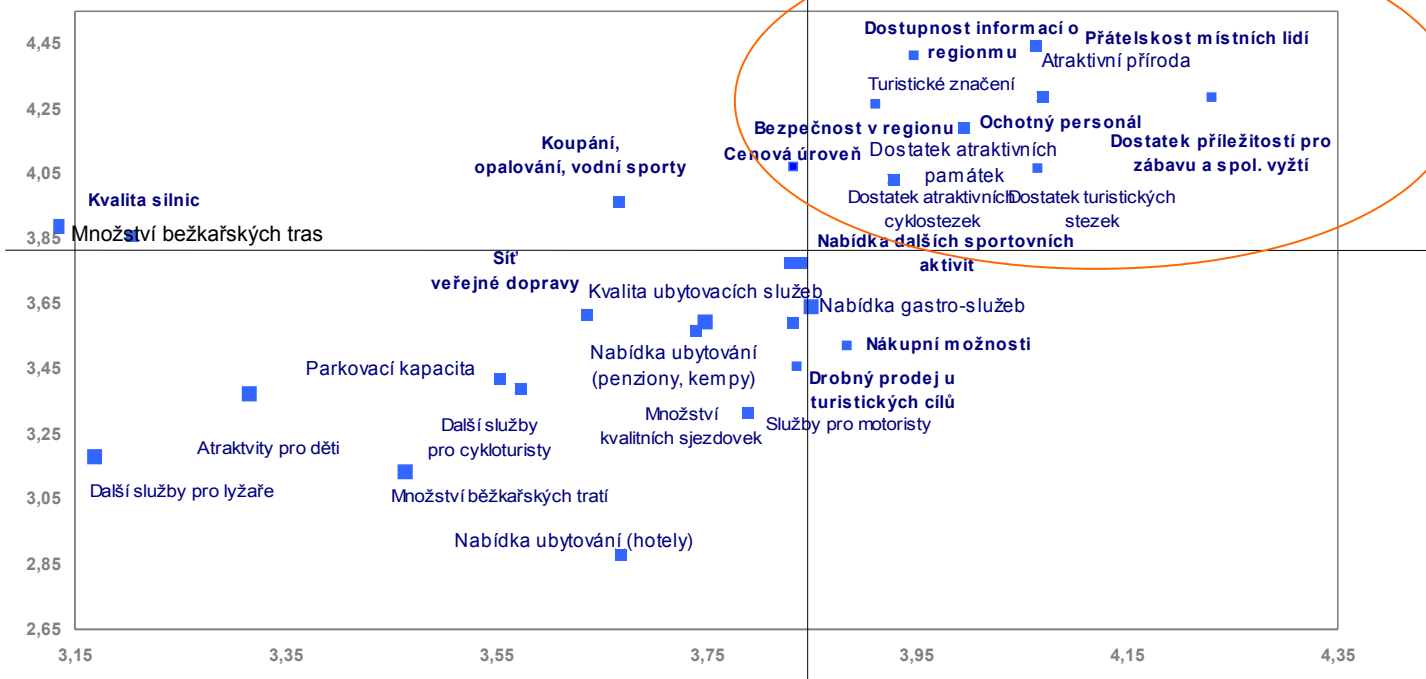
(VYSOKÁ)
+



DŮLEŽITOST (průměr)

„Priority pro další rozvoj“

„Priority pro komunikaci“



„Sekundární priority pro další rozvoj“

„Udržet stávající stav“

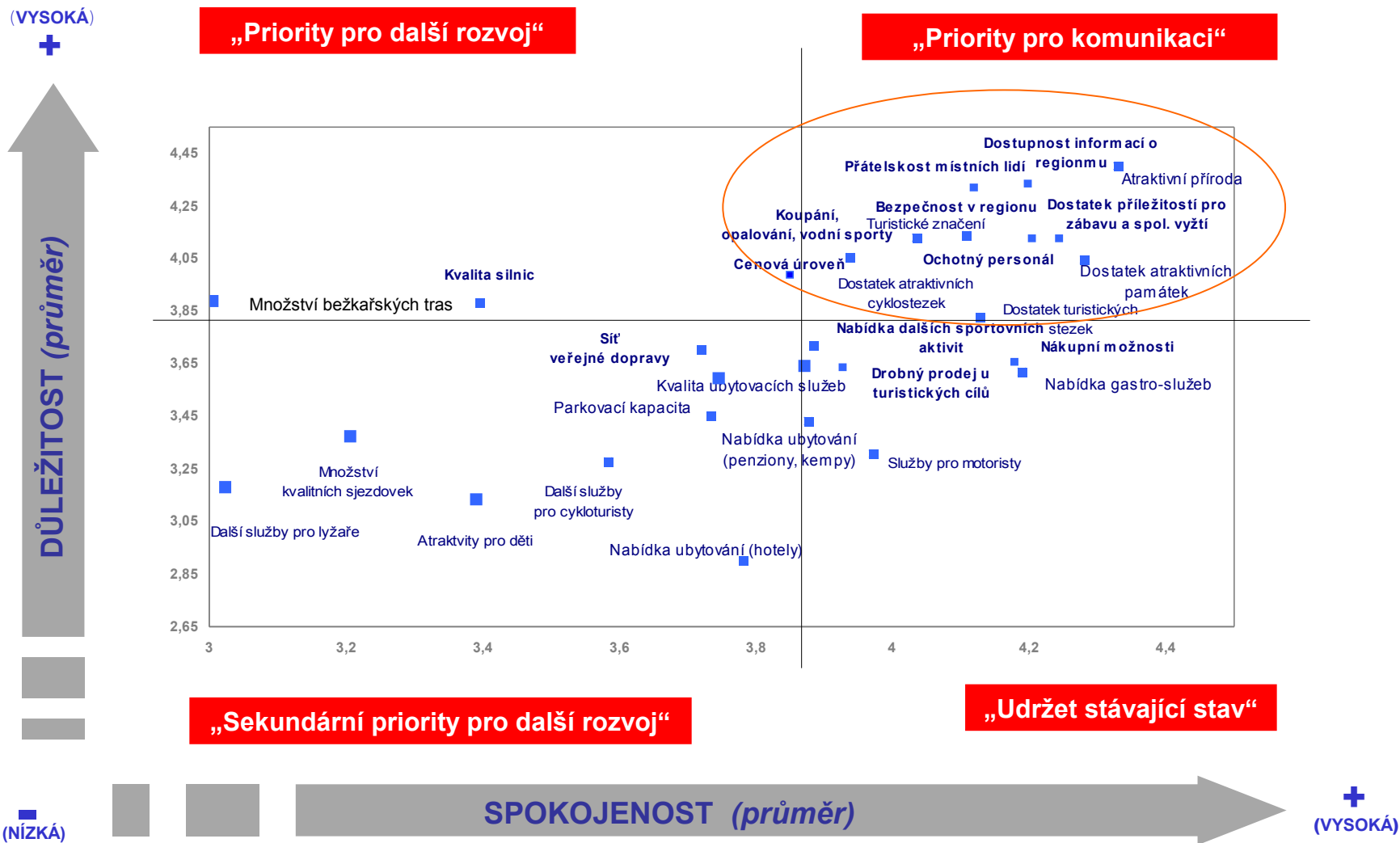
(NÍZKÁ)



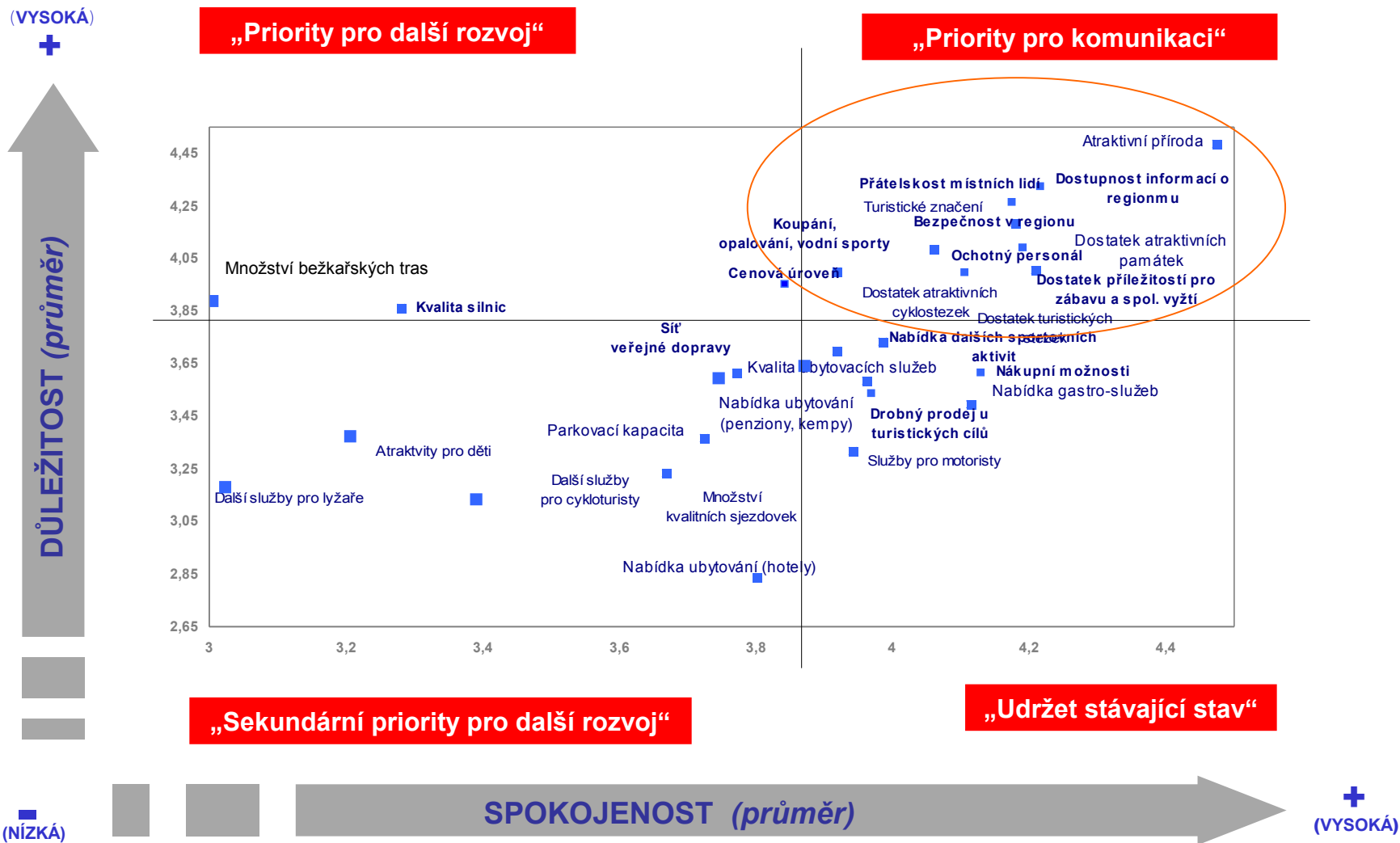
SPOKOJENOST (průměr)

+

(VYSOKÁ)



HODNOCENÍ FAKTORŮ – POZIČNÍ MAPA (HK)



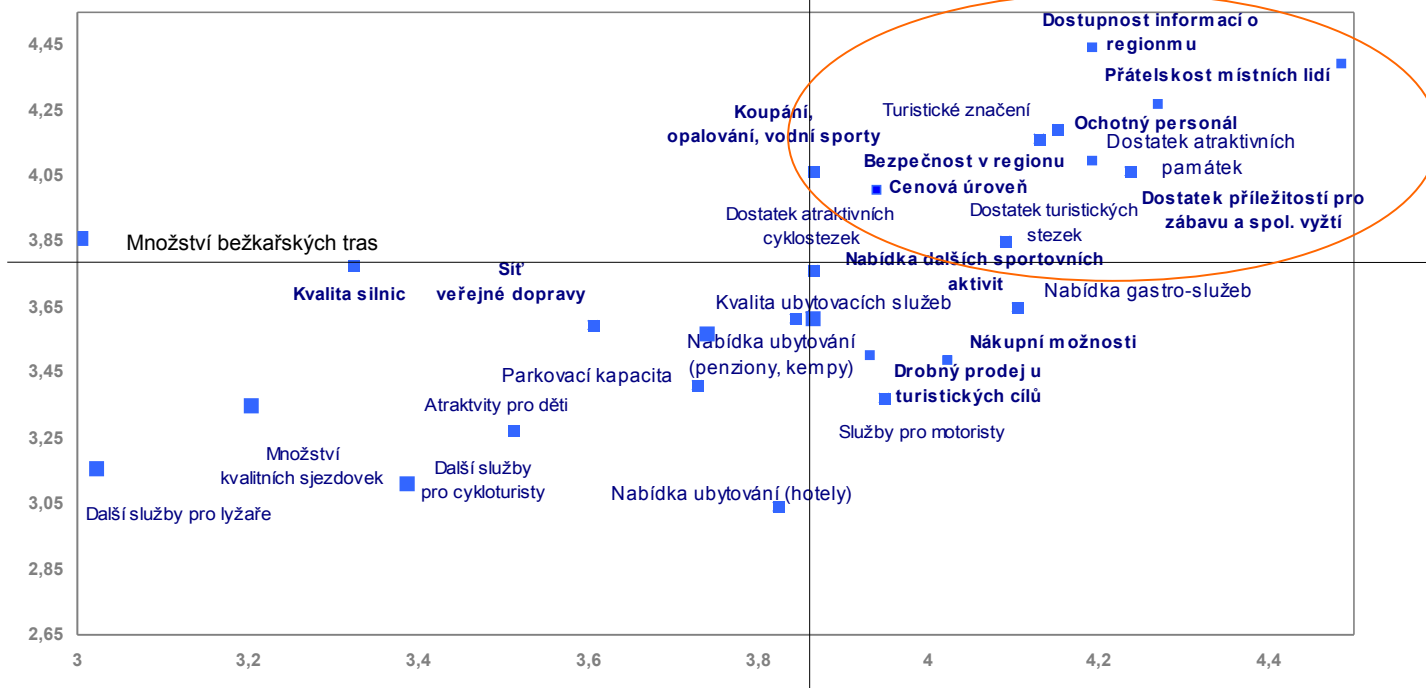
(VYSOKÁ)
+



DŮLEŽITOST (průměr)

„Priority pro další rozvoj“

„Priority pro komunikaci“



„Sekundární priority pro další rozvoj“

„Udržet stávající stav“

(NÍZKÁ)



SPOKOJENOST (průměr)

+

(VYSOKÁ)

- Pro výpočet indexu spokojenosti nyní použijeme údaje o spokojenosti s jednotlivými faktory trávení volného času v navštívených krajích mimo domov. Je ovšem potřeba zohlednit, jak jsou tyto jednotlivé faktory pro respondenty důležité – jsou-li totiž velice spokojeni s faktorem, který se jich nijak netýká a není pro ně důležitý, příliš to jejich reálnou spokojenost s trávením volného času v kraji neovlivní. Do celkového indexu spokojenosti tedy jednotlivé aspekty trávení volného času v navštíveném kraji zasahují právě takovou vahou, nakolik jsou pro respondenty ve srovnání s ostatními faktory důležité.
- Dotázaní návštěvníci vykazují poměrně vysokou spokojenost s faktory své návštěvy jednotlivých krajů, což je v turistice pochopitelné – respondenti zde trávili svůj volný čas, odpočívali, a už to samo o sobě je pro ně tak příjemné, že i okolnosti návštěvy hodnotí pozitivně. Průměrný celkový **index spokojenosti s návštěvou MSK** na škále 1 (velmi nespokojen/a) – 5 (velmi spokojen/a) je **3,88 (v porovnání s posledním rokem tedy pozorujeme pokles indexu spokojenosti o 0,24 bodu)**. Průměrný celkový index spokojenosti v ostatních krajích je podobný:
 - **Moravskoslezský kraj: 3,88**
 - **Plzeňský kraj: 4,01**
 - **Královehradecký kraj: 4,04**
 - **Zlínský kraj: 4,02**

- V **Moravskoslezském kraji** jsou nejspokojenější ženy, lidé ve věku 55-64 let, z malých obcí do 4999 obyvatel, ti, kteří přijeli v létě, na šest a více dní, s dětmi, vlakem, bydleli ve vlastní nemovitosti a přijeli kvůli svému zdraví.
- Z návštěvníků **Píseňského kraje** jsou spokojenější ženy, nejspokojenější jsou starší návštěvníci nad 65 let, lidé se středním vzděláním, z menších měst, ti, kteří přijeli s partnerem či přáteli, na šest s více dní, organizovaně autobusem, bydleli v kempu nebo táboře a přijeli za turistikou a sportem.
- Ve **Královehradeckém kraji** jsou nejspokojenější ženy, ve věku 55-64 let, středoškoláci bez maturity, ti, kteří bez partnera a s dětmi, na šest a více dní, bydleli v pronajatém ubytování v soukromí a přijeli za zdravím.
- Z těch, kteří navštívili **Zlínský kraj**, jsou nejspokojenější ženy, starší návštěvníci nad 65 let, středoškoláci, ti, kteří přijeli s dětmi, na šest a více dní, přijeli na kole, bydleli v pronajatém ubytování v soukromí, přijeli za zdravím a odpočinkem.

INDEX SPOKOJENOSTI RŮZNÝCH PODSKUPIN NÁVŠTĚVNÍKŮ

		Moravskoslezský	Plzeňský	Královehradecký	Zlínský
CELEK	celek	3,88	4,01	4,04	4,01
POHLAVÍ	Muž	3,80	3,91	4,01	3,96
	žena	3,93	4,05	4,05	4,05
VĚK	18–24	3,85	3,98	3,98	3,94
	25–34	3,90	3,96	4,03	4,01
	35–44	3,86	4,13	4,08	4,11
	45–54	3,91	3,93	4,03	4,06
	55–64	3,93	4,00	4,14	3,85
	65 +	3,78	4,21	3,98	4,24
VZDĚLÁNÍ	ZŠ	3,88	3,88	3,97	3,77
	SŠ bez mat.	3,98	4,01	4,18	4,07
	SŠ s mat.	3,89	4,04	4,00	4,02
	VŠ	3,83	3,97	4,07	4,00
CÍLOVÁ SKUPINA	CS 1 – zimní	3,83	4,00	4,05	3,99
	CS 2 – mimozimní	3,89	4,02	4,04	4,01
VELIKOST SÍDLA	do 4.999 obyvatel	3,98	4,02	4,05	4,02
	5.000 – 19.999 obyvatel	3,89	4,10	4,10	3,98
	20.000 – 49.999 obyvatel	3,80	3,93	4,04	3,93
	50.000 – 99.999 obyvatel	3,87	4,12	3,96	4,01
	100.000 a více obyvatel	3,83	3,95	4,02	4,05

průměry; N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL), N = 500 (MSK)

INDEX SPOKOJENOSTI RŮZNÝCH PODSKUPIN NÁVŠTĚVNÍKŮ

		Moravsko-slezský	Plzeňský	Králové-hradecký	Zlínský			Moravsko-slezský	Plzeňský	Králové-hradecký	Zlínský
celek		3,88	4,01	4,04	4,01			3,88	4,01	4,04	4,01
PŘIJELI SAMI/S NĚKÝM	sám/sama	3,76	3,96	4,00	3,98	ORGANIZOVANOST	jako individ. turista	3,89	4,01	4,04	4,01
	bylo nás více	3,89	4,01	4,04	4,02		organizovaně (zájezd..)	3,86	3,90	4,02	4,04
DĚTI	s dítětem/děťmi	3,95	4,02	4,07	4,08		jinak	3,76	4,43	3,13	3,67
	bez dětí	3,83	3,99	4,01	3,95	UBYTOVÁNÍ	Hotel se 3 a více *	3,78	3,94	4,01	4,02
PARTNER/K A	s partnerem	3,90	4,02	4,03	4,03		Méně *, motel,tur.chata	3,84	4,05	3,97	4,04
	bez partnera	3,86	3,97	4,07	3,98		Penzion	3,91	4,05	3,99	4,02
PŘÁTELE, PŘÍBUZNÍ	s přáteli příbuznými	3,88	4,02	4,03	3,99		Kemp / tábořiště	3,99	4,10	4,02	4,05
	bez přátel, příbuzných	3,89	3,99	4,04	4,04		Pronajaté ubyt. v soukr.	3,94	4,05	4,20	4,08
DĚLKA NEJDELŠÍHO POBYTU	1–2 dny	3,77	3,90	3,98	4,02		Vlastní nemovitost	4,21	3,91	4,06	3,95
	3–5 dnů	3,88	4,02	4,00	3,96		U příbuzných, známých	3,85	4,03	4,06	3,97
	6 a více dní	3,95	4,08	4,11	4,08	Nebyl/a zde ubytován/a	3,76	3,84	3,87	4,07	
DOPRAVA	Automobilem	3,88	4,01	4,03	4,02	HLAVNÍ DŮVODY NÁVŠTĚVY	Poznání	3,90	4,05	4,06	4,01
	Linkovým autobusem	3,80	3,95	4,09	3,82		Odpočinek	3,90	4,04	4,06	4,02
	Busem organizovaně	3,89	3,77	4,28	3,98		Turistika a sport	3,91	4,07	4,05	4,01
	Vlakem	3,93	4,08	4,05	4,00		Zdraví	3,99	4,01	4,12	4,02
	Na kole	.	3,28	4,06	4,25		Zábava	3,87	4,05	4,02	4,00
	Jinak	3,29	.	.	4,22		Nákupy	3,92	4,03	4,02	4,00
ROČNÍ DOBA NÁVŠTĚ-VY	zima	3,83	4,00	4,05	3,99		Návšt. příbuz., kamar.	3,87	4,04	4,03	4,01
	jaro	3,84	4,04	4,05	4,00		Údržba chalupy	3,93	3,93	4,09	3,86
	léto	3,90	4,01	4,04	4,02		Pracovní důvody	3,81	4,00	3,96	4,01
	podzim	3,84	4,05	4,07	4,01		Něco jiného	3,74	4,18	4,30	4,00

průměry; N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL), N = 500 (MSK)

- V této kapitole se pokusíme **identifikovat vliv jednotlivých prediktorů na celkovou spokojenost s trávením volného času v kraji**. Všech 29 položek, s nimiž respondenti vyjadřovali svoji spokojenost, jsme podrobili korelační analýze s proměnnou vyjadřující celkovou spokojenost respondenta s návštěvou kraje.
- V korelační analýze pracujeme s Pearsonovými korelačními koeficienty. Korelační koeficienty mohou nabývat hodnoty od -1 do +1 a vyjadřují těsnost lineárního vztahu mezi dvěma proměnnými – záporná korelace znamená, že zatímco hodnoty jedné proměnné rostou, hodnoty druhé proměnné klesají, a kladná korelace znamená, že zatímco hodnoty jedné proměnné rostou, hodnoty druhé proměnné také rostou.
- V tomto konkrétním případě vysoký korelační koeficient znamená, že respondenti, kteří vyjadřují vyšší spokojenost s danou položkou (např. s bezpečností v regionu), vyjadřují současně i vyšší celkovou spokojenost s návštěvou kraje. Identifikujeme tím tedy **aspekty trávení volného času**, u nichž v současnosti víme, že **pokud s nimi budou návštěvníci spokojeni, budou pravděpodobně spokojeni i s celým pobytem**.
- Tato analýza byla provedena jak ve sloučeném souboru respondentů všech čtyř krajů (N = 1400), tak odděleně v jednotlivých krajích, abychom zachytili rozdíly v predikci spokojenosti v jednotlivých regionech.

PREDIKTORY CELKOVÉ SPOKOJENOSTI S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI

4 kraje celkem

- Atraktivita přírody a krajiny
- Přátelskostí místních lidí
- Dostupnost informací o regionu
- Bezpečností v regionu
- Atraktivita a dostupnost památek

Moravskoslezský kraj

- Atraktivita přírody a krajiny
- Bezpečností v regionu
- Přátelskostí místních lidí
- Dostupnost informací o regionu
- Atraktivita a dostupnost památek



Plzeňský kraj

- Bezpečnost v regionu
- Dostupnost informací o regionu
- Nákupní možnosti
- Atraktivita a dostupnost památek
- Přátelskost místních lidí

Královéhradecký kraj

- Atraktivita přírody a krajiny
- Přátelskost místních lidí
- Dostupnost informací o regionu
- Bezpečnost v regionu
- Dostatek turistických stezek

Zlínský kraj

- Atraktivita přírody a krajiny
- Nabídka pero koupání a vodní sporty
- Atraktivita a dostupnost památek
- Přátelskost místních lidí
- Nabídka služeb pro cyklisty

PREDIKTORY CELKOVÉ ŠOKOJENOSTI S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI

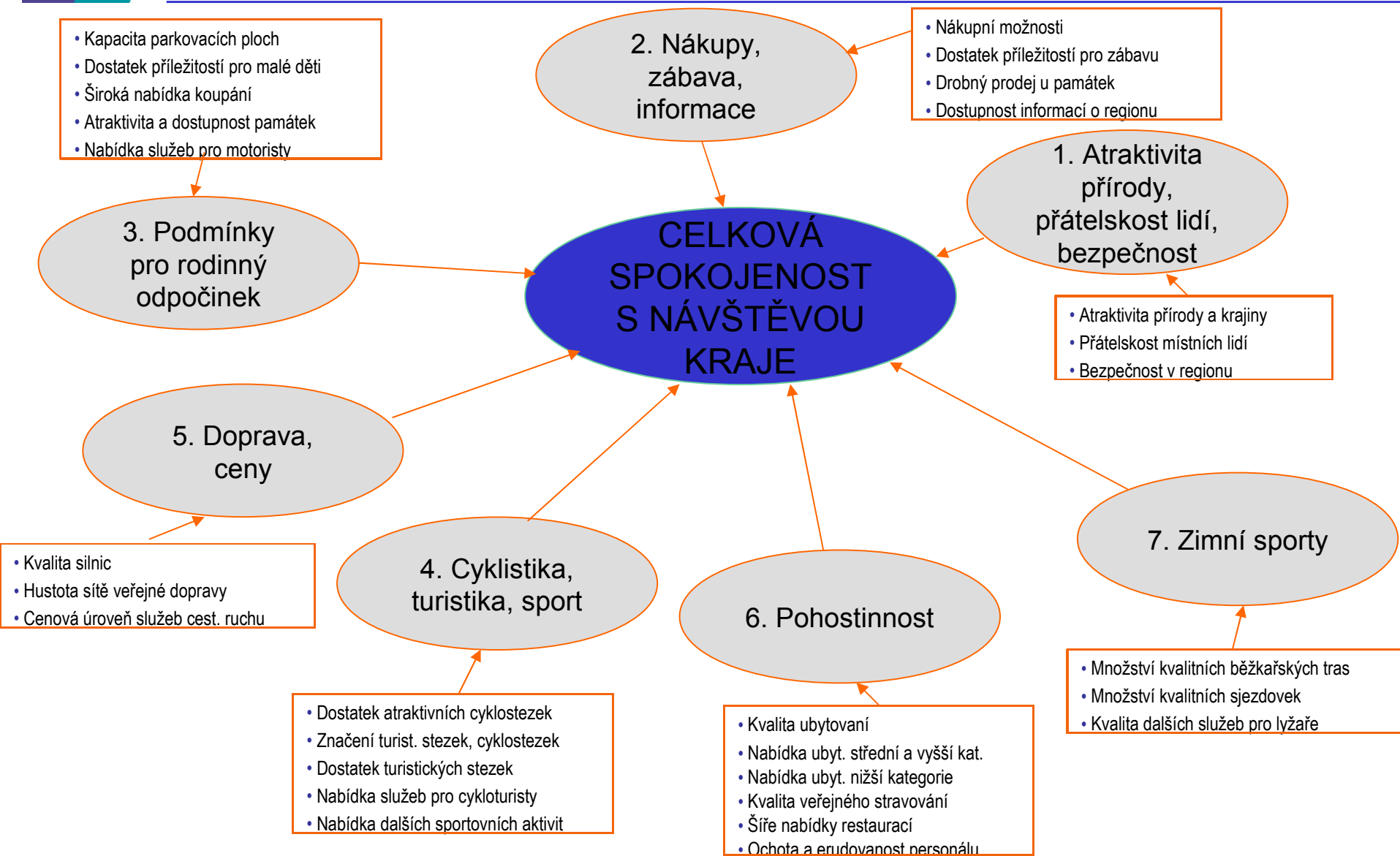
	4 kraje	MSK	PK	HK	ZK
Atraktivita přírody a krajiny	,185**	,195**	,106	,253**	,218**
Přátelskostí místních lidí	,164**	,149**	,112	,221**	,095
Dostupností informací o daném regionu	,162**	,149**	,193**	,213**	,041
Bezpečností v regionu	,150**	,155**	,196**	,209**	,024
Atraktivita a dostupnost památek	,147**	,130**	,122*	,167**	,100
Dostatek atraktivních turistických stezek	,122**	,103**	,055	,193**	,059
Značení turistických stezek a cyklostezek	,115**	,093**	,102	,144*	,012
Šíře nabídky restaurací a gastronomických zařízení	,109**	,132**	,096	,159**	,161**
Dostatkem příležitostí pro zábavu a společenské vyžití	,093**	,078*	,115*	,034	,093
Cenovou úroveň služeb cestovního ruchu v daném regionu	,091**	,064	,076	,048	,067
Široká nabídka možností koupání, opalování a vodních sportů	,081**	,064	-,066	,100	,178**
Množství kvalitních sjezdovek pro lyžaře	,077**	,075*	,026	,156**	,015
Ochota a erudovanost personálu	,075**	,063	,020	,144*	,017
Kvalita ubytování	,072**	,051	-,067	,185**	,037
Kvalita gastro-slujeb	,072**	,071*	,064	,078	,087
Množství kvalitních běžeckých tras pro lyžaře	,068*	,050	,017	,152**	-,044
Nákupními možnostmi	,068*	,096**	,147*	,118*	,048
Nabídka dalších sportovních aktivit v místě trávení volného času	,067*	,045	-,002	,114*	,028
Nabídka dalších služeb pro cykloturisty	,063*	,040	-,006	,045	,089
Kvalitou silnic	,063*	,057	,089	,103	-,023
Kapacita parkovacích ploch u památek a u jiných turistických cílů	,060*	,064	,064	,158**	-,046
Dostatek atraktivních cyklostezek	,060*	,060	,013	,093	,075
Hustotou sítě veřejné dopravy	,057*	,020	-,015	,050	,042
Dostatek kvalitních příležitostí pro trávení volného času s dětmi	,045	,028	,011	,106	-,032
Kvalita dalších služeb pro lyžaře	,045	,046	-,019	,114*	,026
Nabídka služeb pro motoristy	,044	,045	,025	,117*	-,009
Nabídkou drobného prodeje u turistických cílů	,044	,019	-,015	,015	,060
Nabídka ubytování nižší kategorie	,033	,006	-,119*	,077	,071
Nabídka ubytování střední a vyšší kategorie	,022	,013	-,089	,107	,019

Pozn.:
 **korelační koeficienty jsou významné na 1% hladině významnosti,
 *korelační koeficienty jsou významné na 5% hladině významnosti,

PREDIKTORY CELKOVÉ SPOKOJENOSTI S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI

- Dalším krokem byla práce s obecnějšími faktory – skupinami dílčích aspektů spokojenosti. Pomocí faktorové analýzy jsme identifikovali sedm základních skupin aspektů trávení volného času. Položky uvnitř těchto skupin vnímají návštěvníci jednotně, tedy často jsou s většinou položek spokojeni, nebo naopak s většinou položek nespokojeni. Faktory jsou naopak na sobě co nejvíce nezávislé.
- Schéma na následující straně ukazuje, které faktory mají k celkové spokojenosti s návštěvou všech čtyř krajů nejtěsnější vztah. Čím blíže je v grafickém znázornění faktor k celkové spokojenosti, tím těsnější vztah mezi nimi je.

PREDIKTORY CELKOVÉ SPOKOJENOSTI S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI



PREDIKTORY CELKOVÉ ŠPOKOJENOSTI S TRÁVENÍM VOLNÉHO ČASU V KRAJI

- Nejlepším prediktorem celkové spokojenosti s návštěvou kraje je faktor „atraktivita přírody, přátelskost lidí a bezpečnost“ – koresponduje s celkovou spokojeností nejlépe, a to jak v celém souboru, tak ve většině zkoumaných krajů. Jedinou změnou oproti poslednímu roku je pořadí faktorů „cyklistika, turistika, sport“ a „doprava, ceny“, které si letos vyměnily pozice.

	4kraje	MSK	PK	HK	ZK
Atraktivita přírody, přátelskost lidí, bezpečnost	,229**	,304**	,312**	,312**	,192**
Nákupy, zábava, informace	,137**	,206**	,147*	,147*	,155**
Podmínky pro rodinný odpočinek	,118**	,197**	,197**	,197**	,051
Cyklistika, turistika, sport	,115**	,165**	,158**	,158**	,047
Doprava, ceny	,108**	,210**	,106	,106	,084
Pohostinnost	,099**	,156**	,187**	,187**	-,035
Zimní sporty	,069*	,051	,153**	,153**	,008

Pozn.: **korelační koeficienty jsou významné na 1% hladině významnosti,
*korelační koeficienty jsou významné na 5% hladině významnosti,

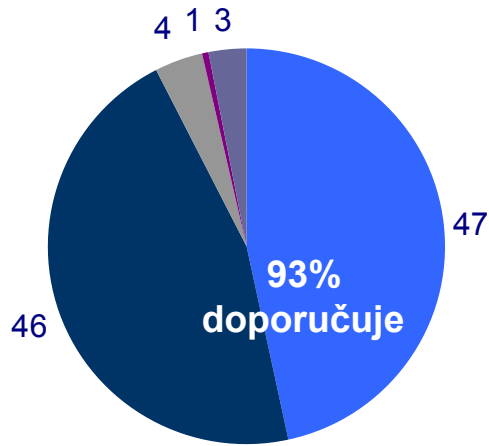
- Většina dotázaných návštěvníků všech čtyř regionů by svým známým či příbuzným doporučilo strávit v tomto kraji dovolenou. Učinili by tak téměř všichni dotázaní návštěvníci Královehradeckého kraje (96 %), 95 % návštěvníků Zlínského kraje, 93 % návštěvníků Plzeňského kraje a 93 % návštěvníků Moravskoslezského kraje.
- Dominantním motivem pro doporučení dovolené v jednotlivých krajích je krása přírody. Jako nejčastější motiv tuto položku uvádějí návštěvníci Zlínského kraje (64 %), Moravskoslezského kraje (53 %) a Plzeňského kraje (44 %). Do Královehradeckého kraje se podle dotázaných návštěvníků vyplatí jet na dovolenou hlavně kvůli kultuře a kulturním památkám (65 %).
- Hlavním důvodem, proč by respondenti dovolenou v jednotlivých krajích naopak nedoporučili, je přesvědčení, že existují hezčí místa nebo nedostatečná znalost regionu. Objevují se i názory, že v kraji není nic zajímavého či výjimečného, někteří respondenti také vyjádřili negativní zkušenost s pobytem v kraji. .

- Většina návštěvníků všech čtyř regionů také uvažuje o tom, že kraj v následujících dvou letech znovu navštíví za účelem trávení volného času. Předpokládá to zhruba devět desetin dotázaných návštěvníků.
- Předpokládaná náplň opakované návštěvy regionu se v jednotlivých krajích mírně odlišuje. Návštěvníci Moravskoslezského kraje loni nejčastěji uvedli, že by se při opětovné návštěvě rádi věnovali **pěší turistice a celkově odpočívali**.
- Obě aktivity jsou hojně uváděny i dotázanými z ostatních krajů, u některých jsou však ještě častější jiné plány. Zejména pro Plzeňský a Královéhradecký kraj je typické, že se zde hodlají jeho návštěvníci častěji než jinde věnovat **poznávací turistice a poznávání přírodních krás a zajímavostí**. Speciálně pro Plzeňský kraj je také více než jinde důležité při trávení dovolené vést aktivní společenský život, věnovat se vodním sportům, cykloturistice a gurmánství.
- Návštěvníci Moravskoslezského kraje se od zbývajících dvou regionů výrazně odlišují zájmem o **cykloturistiku** na úkor **koupání a vodních sportů**.
- Respondenti, kteří další rekreační návštěvu kraje neplánují, jako důvod uvádějí zejména chuť poznat jiná místa. Nejde tedy o nespokojenost se stávající dovolenou, konkrétní výhrady se objevují pouze v okrajové míře.

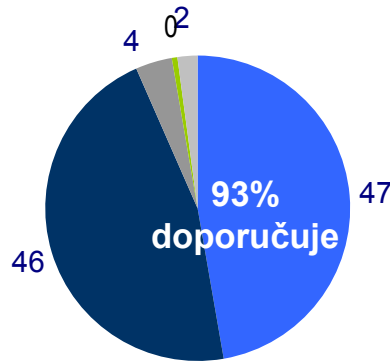
DOPORUČENÍ KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

Q25/ Q60/ Q95 „Doporučil/a byste svým dobrým známým či nejbližším příbuzným strávit zde dovolenou?“

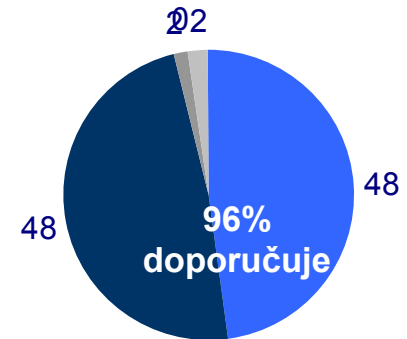
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



Plzeňský

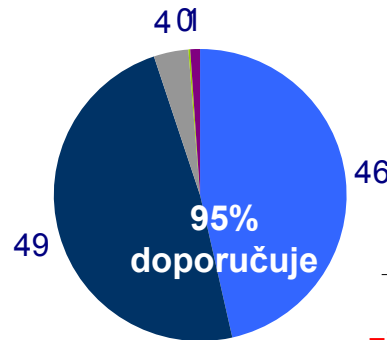


Královehradecký



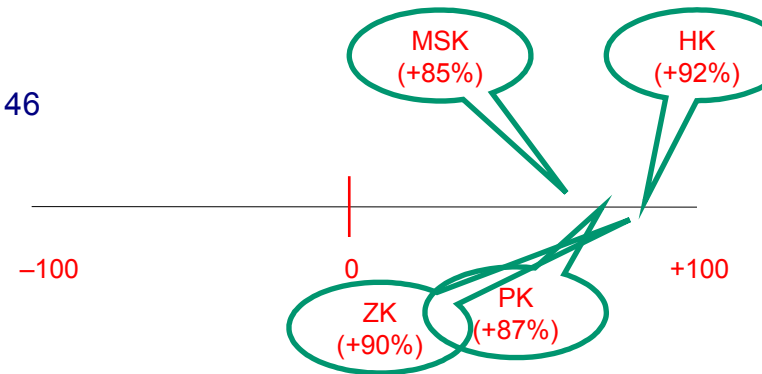
- rozhodně ano
- spíše ano
- spíše ne
- rozhodně ne
- nejsem si jist/a

Zlínský



Bilance šíření pozitivních a negativních referencí o jednotlivých krajích (rozdíl mezi těmi, co by kraj doporučili, a těmi, co by jej nedoporučili).

v %, N = 502 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZK)



DŮVODY DOPORUČENÍ KRAJŮ JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

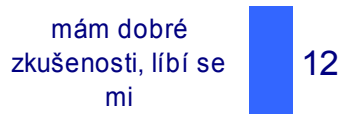
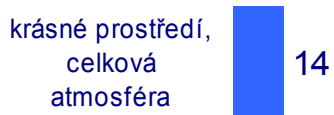
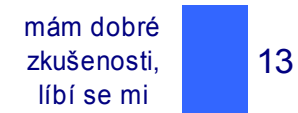
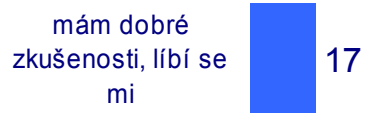
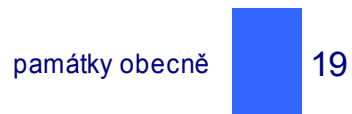
Q27/ Q62/ Q97 „Z jakého důvodu byste doporučil/a dovolenou v tomto regionu?“

Plzeňský (N = 280)

Královehradecký (N = 288)

Zlínský (N = 285)

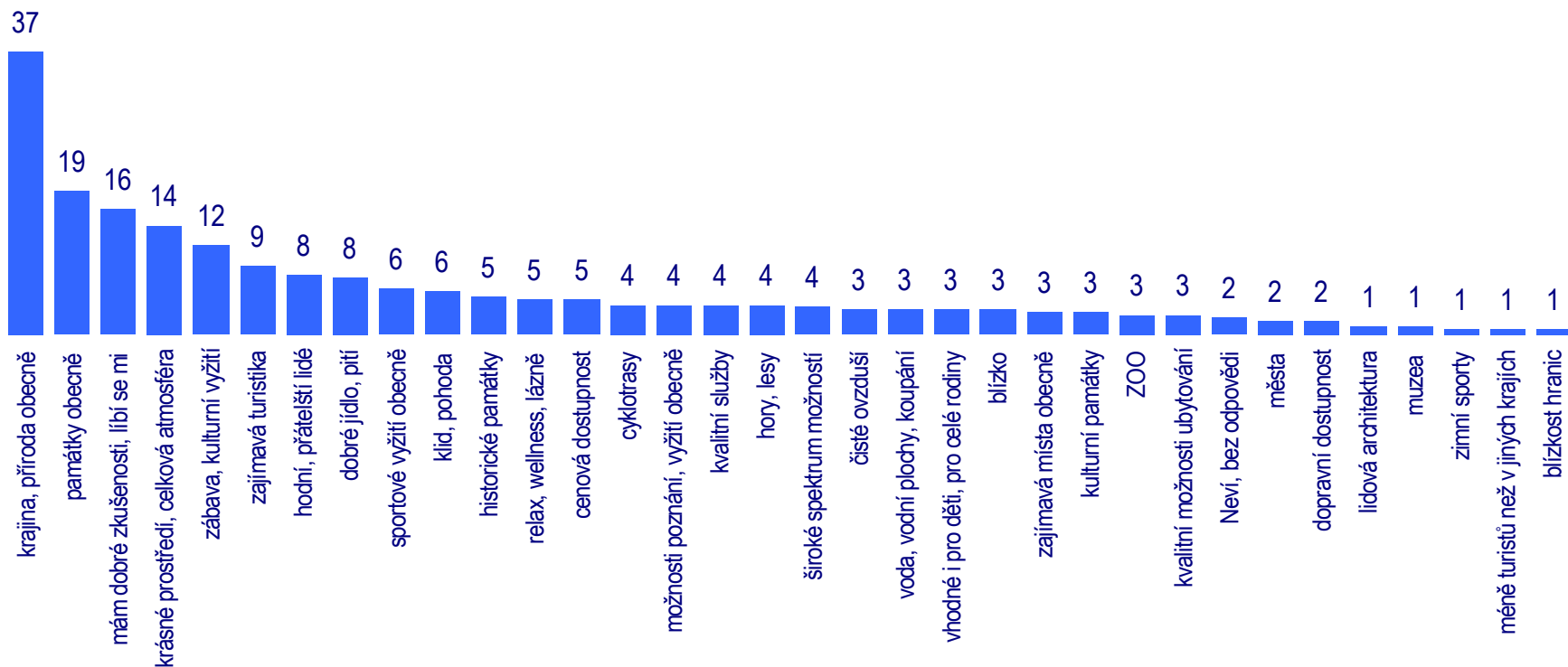
Moravskoslezský (N = 441)



v %, doporučili by dovolenou v daném kraji
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY DOPORUČENÍ PLZEŇSKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

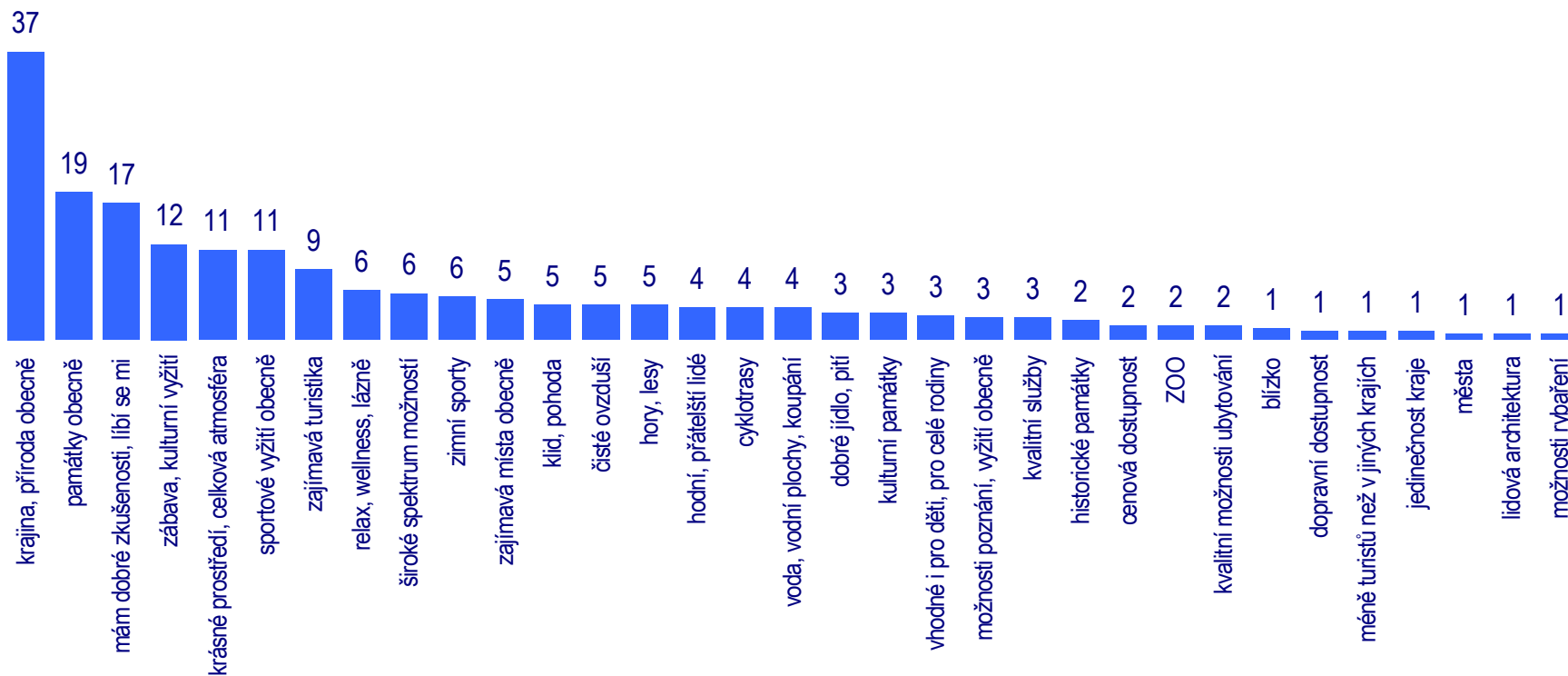
Q27 „Z jakého důvodu byste doporučil/a dovolenou v tomto regionu?“



v %, N = 280 – doporučili by dovolenou v PK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY DOPORUČENÍ KRÁLOVEHRADECKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

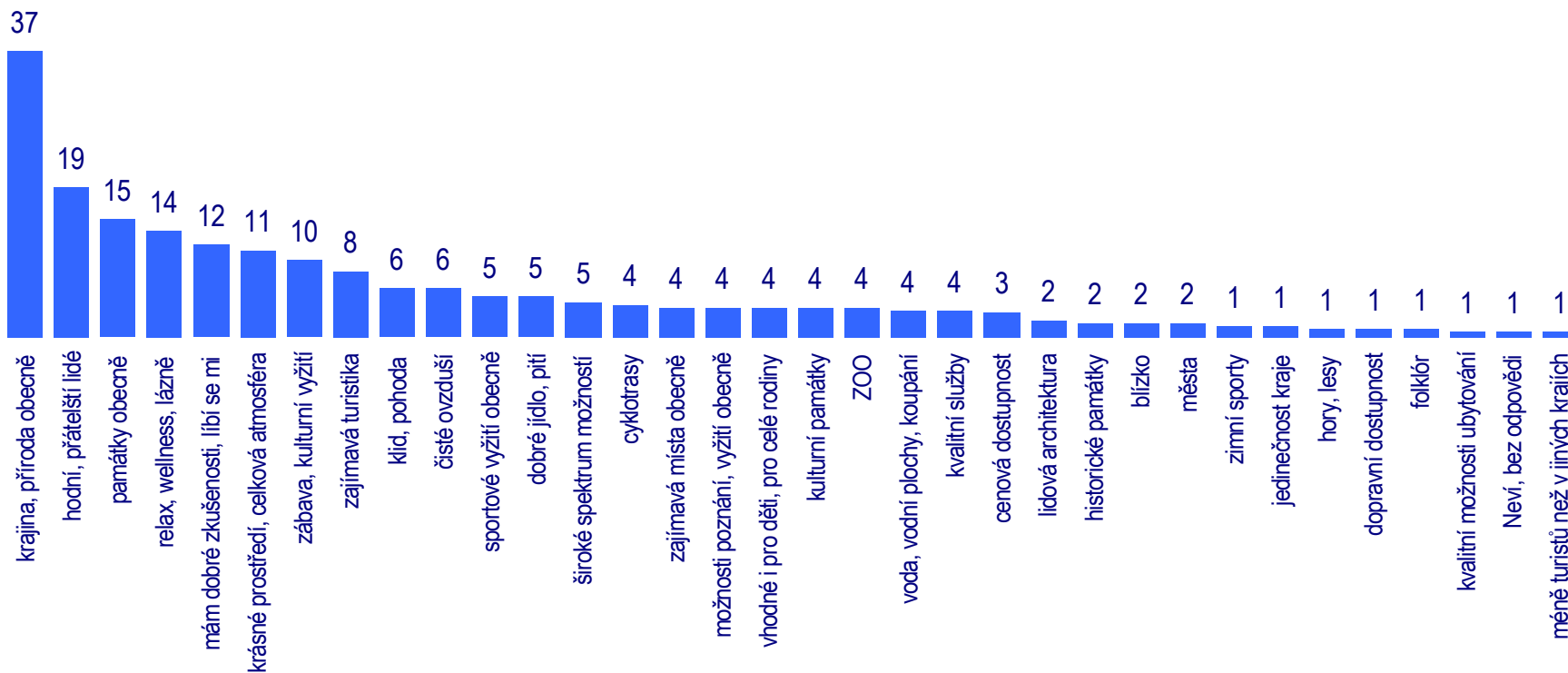
Q62. „Z jakého důvodu byste doporučil/a dovolenou v tomto regionu?“



v %, N = 288 – doporučili by dovolenou v HK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY DOPORUČENÍ ZLÍNSKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

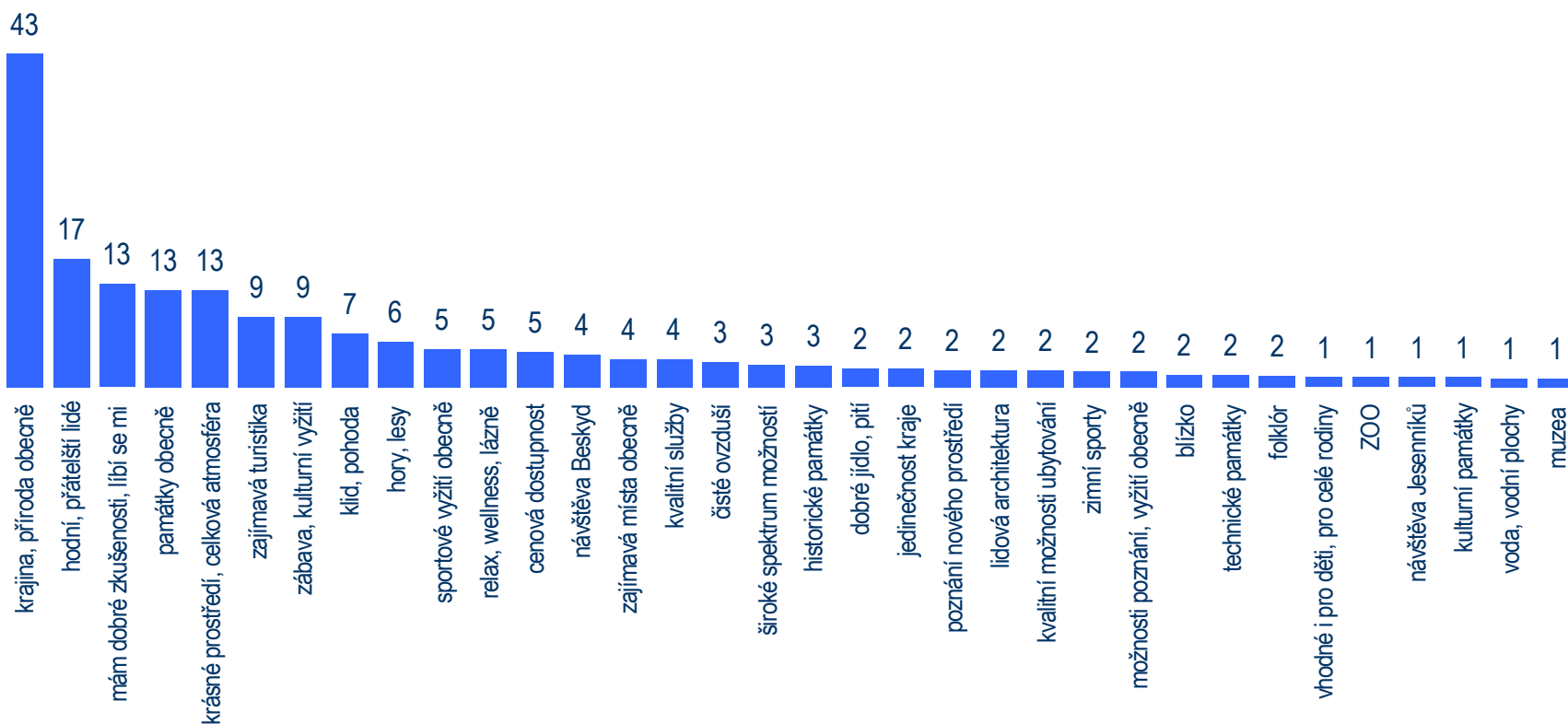
Q97 „Z jakého důvodu byste doporučil/a dovolenou v tomto regionu?“



v %, N = 285 – doporučili by dovolenou v ZK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY DOPORUČENÍ MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

Q21. „Z jakého důvodu byste doporučil/a dovolenou v tomto regionu?“



v %, N = 441 – doporučili by dovolenou v MSK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

DŮVODY NEDOPORUČENÍ PLZEŇSKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

Q26 „Z jakého důvodu byste nedoporučil/a dovolenou v tomto regionu či si nejste jist/a?“

<i>Důvod</i>	<i>v %</i>
Jsou hezčí místa	30
Není zde nic zajímavého, výjimečného, málo atraktivní kraj	15
Nelíbilo se mi tam	15
Málo aktivit, využití volného času	10
Moc ho neznám	5
Málo přírody	5
Znečištěné ovzduší	5
Chybí koupání	5

*v %, N = 20; nedoporučili by dovolenou v PK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí*

DŮVODY NEDOPORUČENÍ KRÁLOVEHRADECKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

Q.61 „Z jakého důvodu byste nedoporučil/a dovolenou v tomto regionu či si nejste jist/a?“

<i>Důvod</i>	<i>v %</i>
Moc ho neznám	33
Jsou hezčí místa	17
Není zde nic zajímavého, výjimečného, málo atraktivní kraj	17
Není vhodné na delší dobu, spíš na jednorázové akce	8
Není vhodné na léto	8

*v %, N = 12; nedoporučili by dovolenou v HK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí*

DŮVODY NEDOPORUČENÍ ZLÍNSKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

Q96 „Z jakého důvodu byste nedoporučil/a dovolenou v tomto regionu či si nejste jist/a?“

<i>Důvod</i>	<i>v %</i>
Jsou hezčí místa	33
Moc ho neznám	20
Není zde nic zajímavého, výjimečného, málo atraktivní kraj	13
Málo aktivit, využití volného času	7
Není vhodné na delší dobu, spíš na jednorázové akce	7
Není vhodné na léto	7
Není tam moře	7
Málo aktivit, využití volného času	7

*v %, N = 16; nedoporučili by dovolenou v ZK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí*

DŮVODY NEDOPORUČENÍ MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE JAKO DOVOLENKOVÉ DESTINACE

Q20. „Z jakého důvodu byste nedoporučil/a dovolenou v tomto regionu či si nejste jist/a?“

<i>Důvod</i>	<i>v %</i>
Jsou hezčí místa	27
Znečištěné ovzduší	16
Málo aktivit, využití volného času	11
Není zde nic zajímavého, výjimečného, málo atraktivní kraj	11
Nelíbilo se mi tam	11
Daleko	8
Není vhodné pro děti	3
Chybí koupání	3
Nelíbí se mi města	3
Není vhodné na léto	3
Hodně lidí	3
Znečištěné životní prostředí	3

*v %, N = 37; nedoporučili by dovolenou v MSK
možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí*

ZÁJEM O DALŠÍ MÍSTA, AKTIVITY V KRAJÍCH

Q17/ Q52/ Q87 „Kdybyste měl/a PK, HK, Zk, MSK navštívit ještě jednou, co konkrétně by Vás lákalo? Jaká místa, turistické cíle, akce či aktivity?“

PLZEŇSKÝ (N = 300)



KRÁLOVEHRADECKÝ (N = 300)



ZLÍNSKÝ (N = 300)



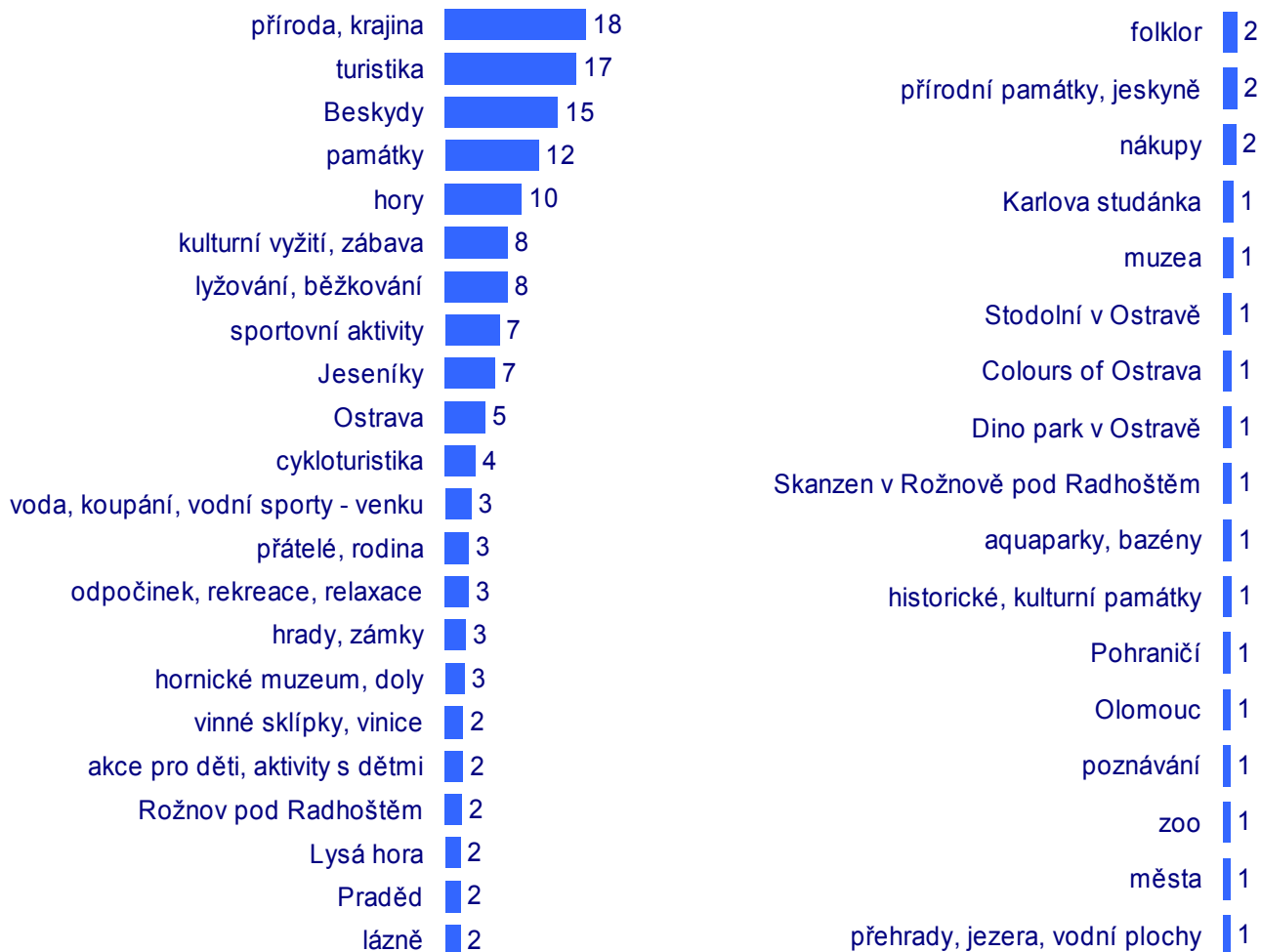
MORAVSKOSLEZSKÝ (N = 500)



v %, možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

ZÁJEM O DALŠÍ MÍSTA, AKTIVITY V MSK

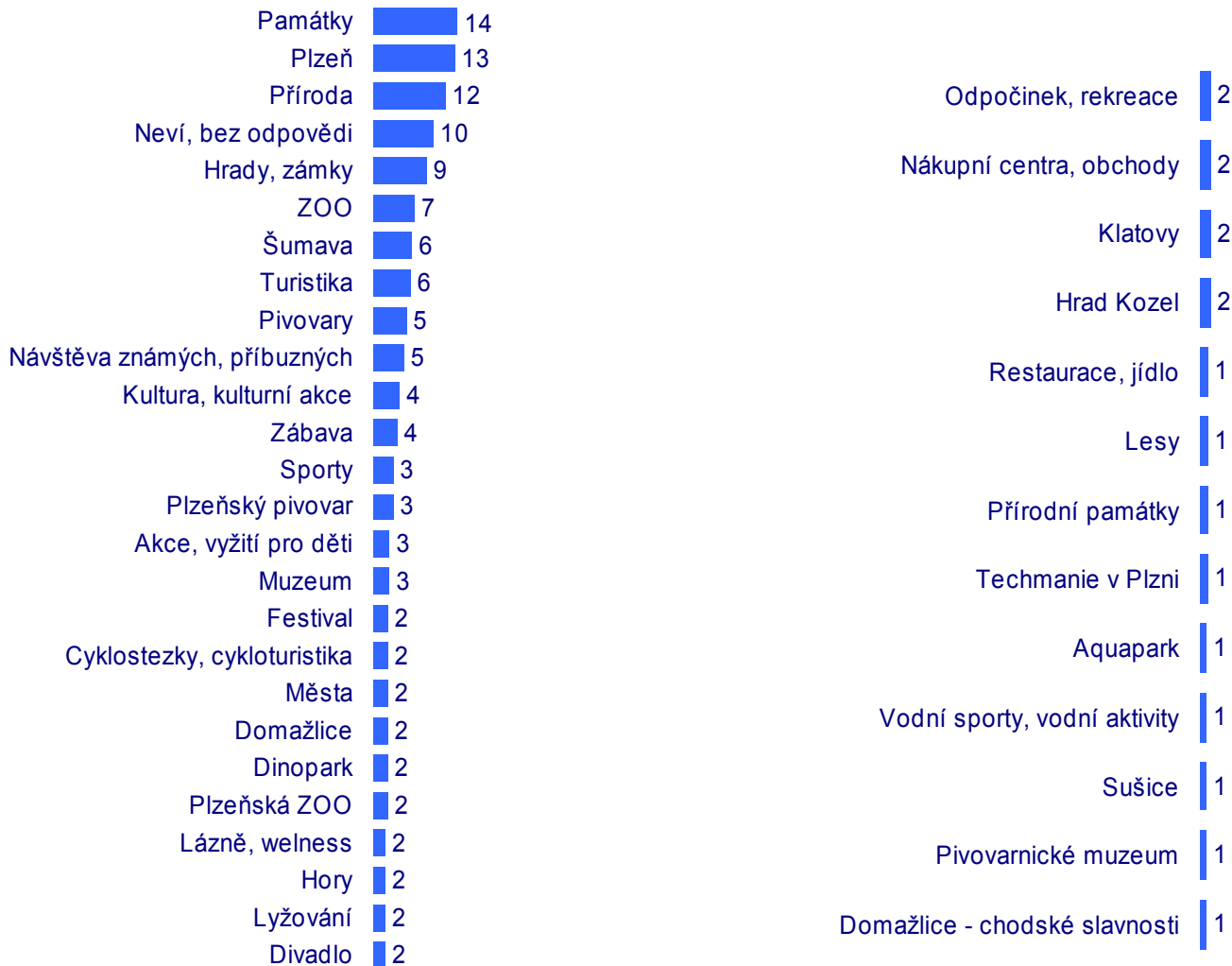
bQ16. „Kdybyste měl/a MSK navštívit ještě jednou, co konkrétně by Vás lákalo? Jaká místa, turistické cíle, akce či aktivity?“



v %, N = 502; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

ZÁJEM O DALŠÍ MÍSTA, AKTIVITY V PK

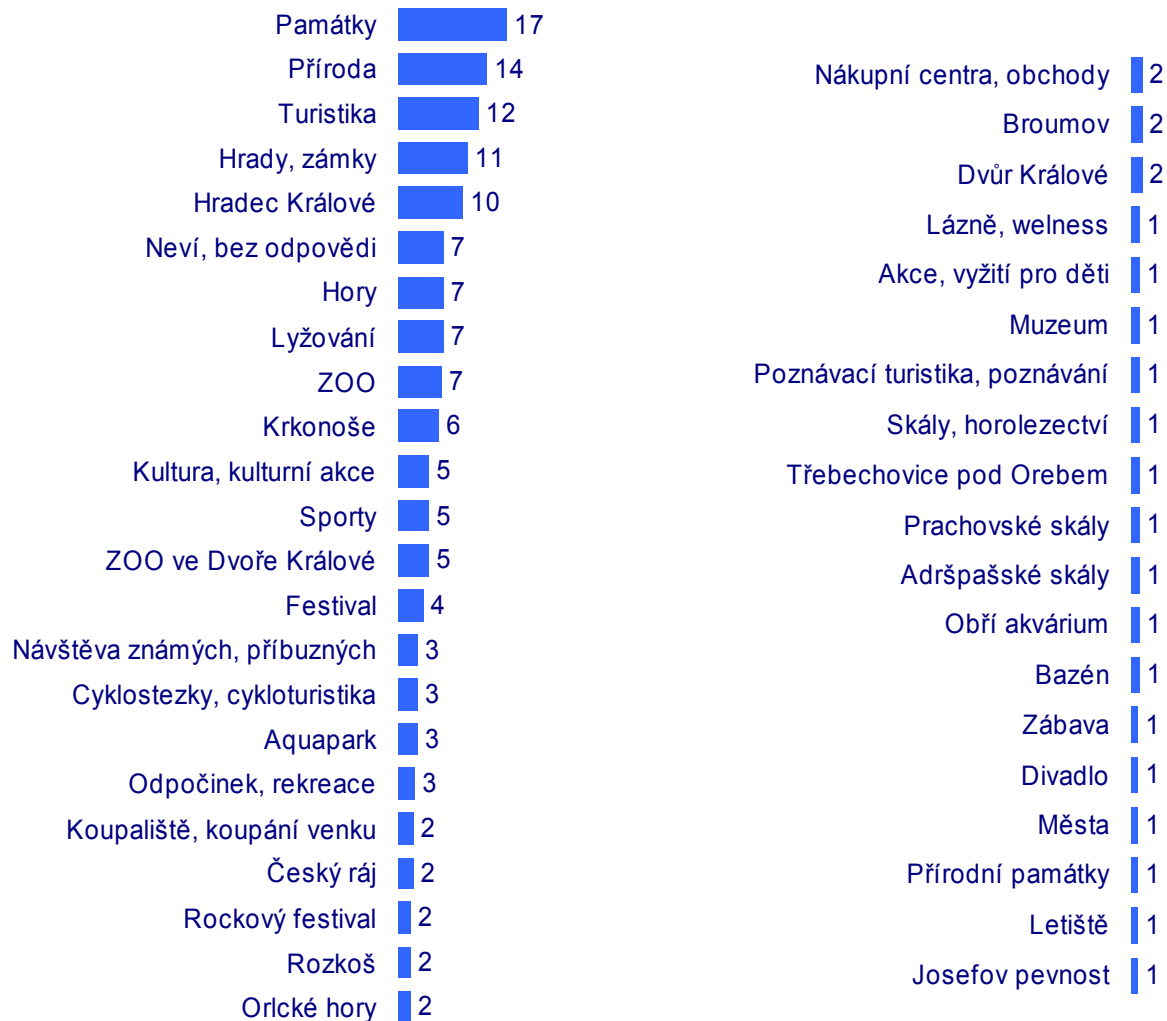
Q17 „Kdybyste měl/a PK navštívit ještě jednou, co konkrétně by Vás lákalo? Jaká místa, turistické cíle, akce či aktivity?“



v %, N = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

ZÁJEM O DALŠÍ MÍSTA, AKTIVITY V HK

Q52. „Kdybyste měl/a HK navštívit ještě jednou, co konkrétně by Vás lákalo? Jaká místa, turistické cíle, akce či aktivity?“



v %, N = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

ZÁJEM O DALŠÍ MÍSTA, AKTIVITY V ZK

Q87. „Kdybyste měl/a Zlínský kraj navštívit ještě jednou, co konkrétně by Vás lákalo? Jaká místa, turistické cíle, akce či aktivity?“

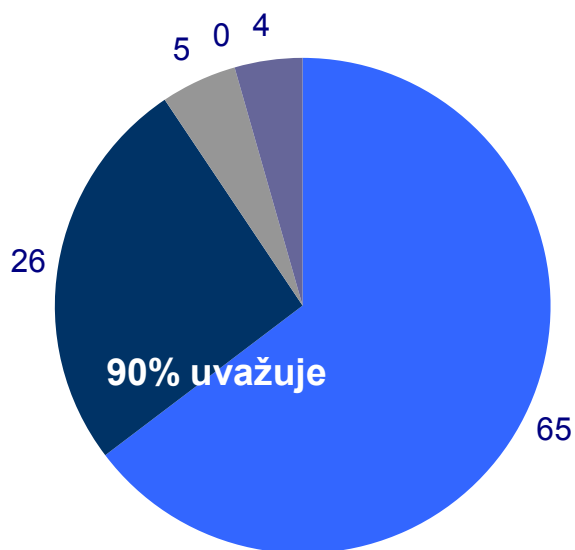


v %, N = 300; možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

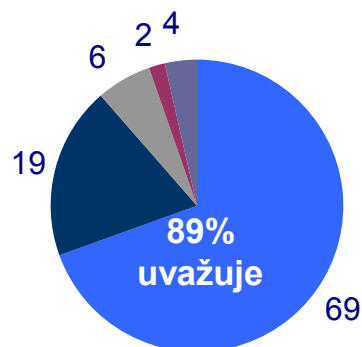
PLÁNOVÁNÍ VOLNOČASOVÝCH NÁVŠTĚV KRAJE V BUDOUCNOSTI

„Uvažujete o tom, že daný kraj opět navštívíte v následujících dvou letech za účelem trávení volného času?“

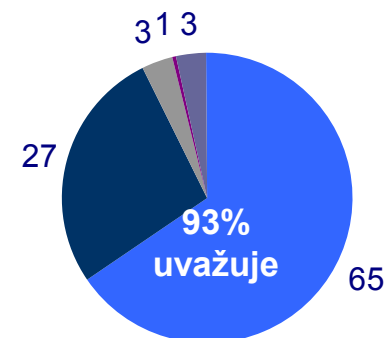
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



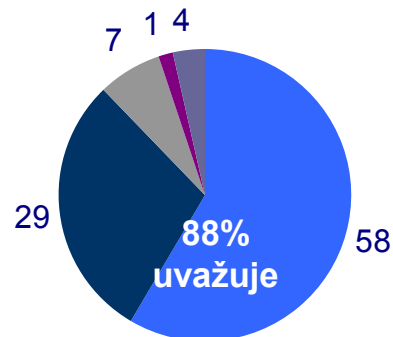
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVEHRADECKÝ



ZLÍNSKÝ



■ rozhodně ano ■ spíše ano
■ spíše ne ■ rozhodně ne
■ nejsem si jist/a

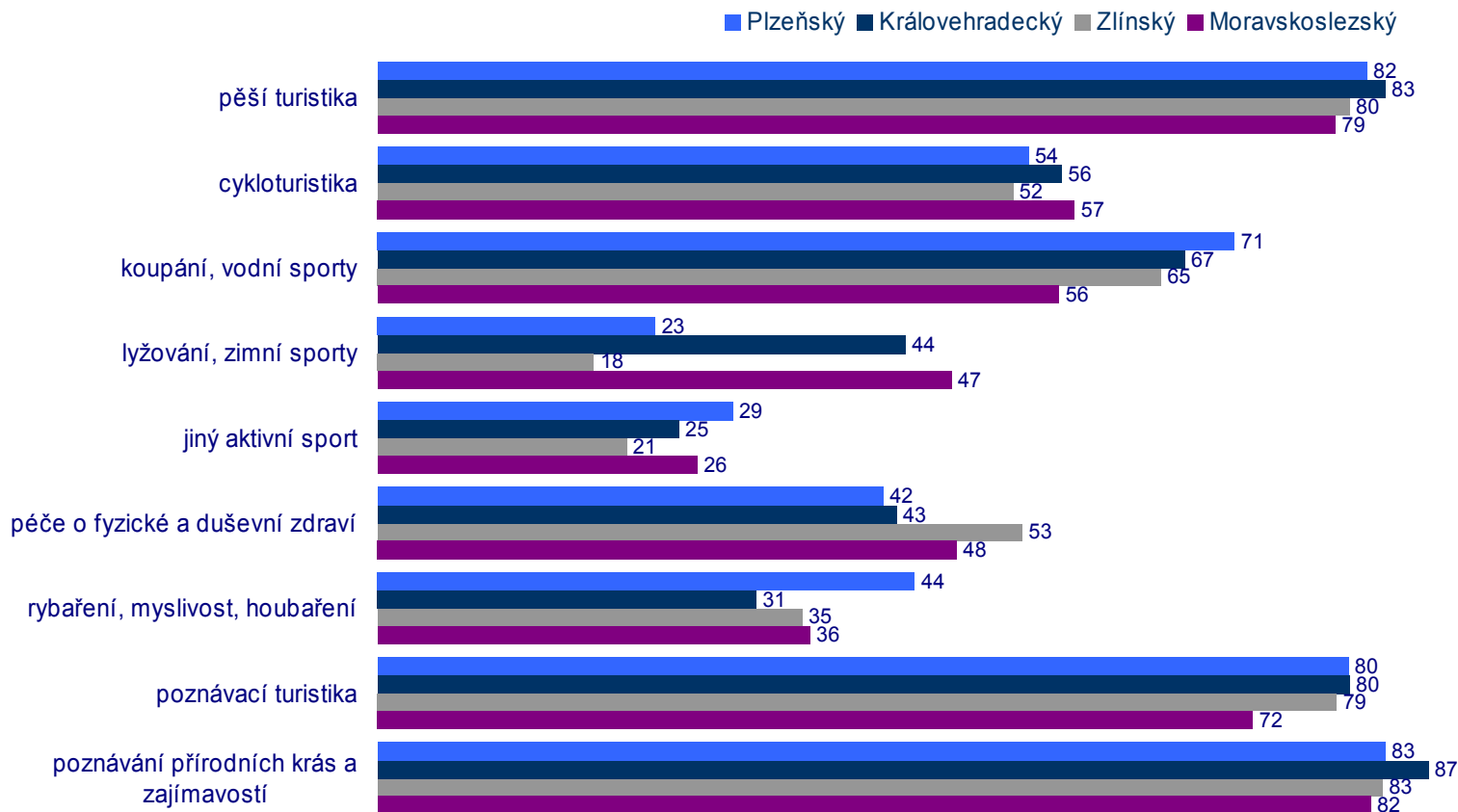
v %, N = 502 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZK)

Q2964/99 „Za jakými aktivitami byste sem chtěl/a přijet?“

- Návštěvníci přijeli do jednotlivých krajů zejména za těmito aktivitami:
- **Moravskoslezský kraj:**
 - ⌘ poznávání přírodních krás a zajímavostí
 - ⌘ relaxace, odpočinek
 - ⌘ pěší turistika
 - ⌘ poznávací turistika
 - ⌘ cykloturistika
- **Královehradecký kraj:**
 - ⌘ poznávání přírodních krás a zajímavostí
 - ⌘ Relaxace, odpočinek
 - ⌘ pěší turistika
 - ⌘ poznávací turistika
 - ⌘ koupání, vodní sporty
- **Plzeňský kraj:**
 - ⌘ odpočinek, relaxace
 - ⌘ poznávání přírodních krás a zajímavostí
 - ⌘ pěší turistika
 - ⌘ poznávací turistika
 - ⌘ koupání, vodní sporty
- **Zlínský kraj:**
 - ⌘ relaxace, odpočinek
 - ⌘ poznávání přírodních krás a zajímavostí
 - ⌘ pěší turistika
 - ⌘ poznávací turistika
 - ⌘ koupání, vodní sporty

PŘEDPOKLADANÁ NÁPLŇ PLÁNOVANÉ BUDOUCÍ NÁVŠTĚVY KRAJE – 1.část

Q29/64/99 „Za jakými aktivitami byste sem chtěl/a přijet?“



* Výsledky z MSK jsou podle aktuální metodiky.

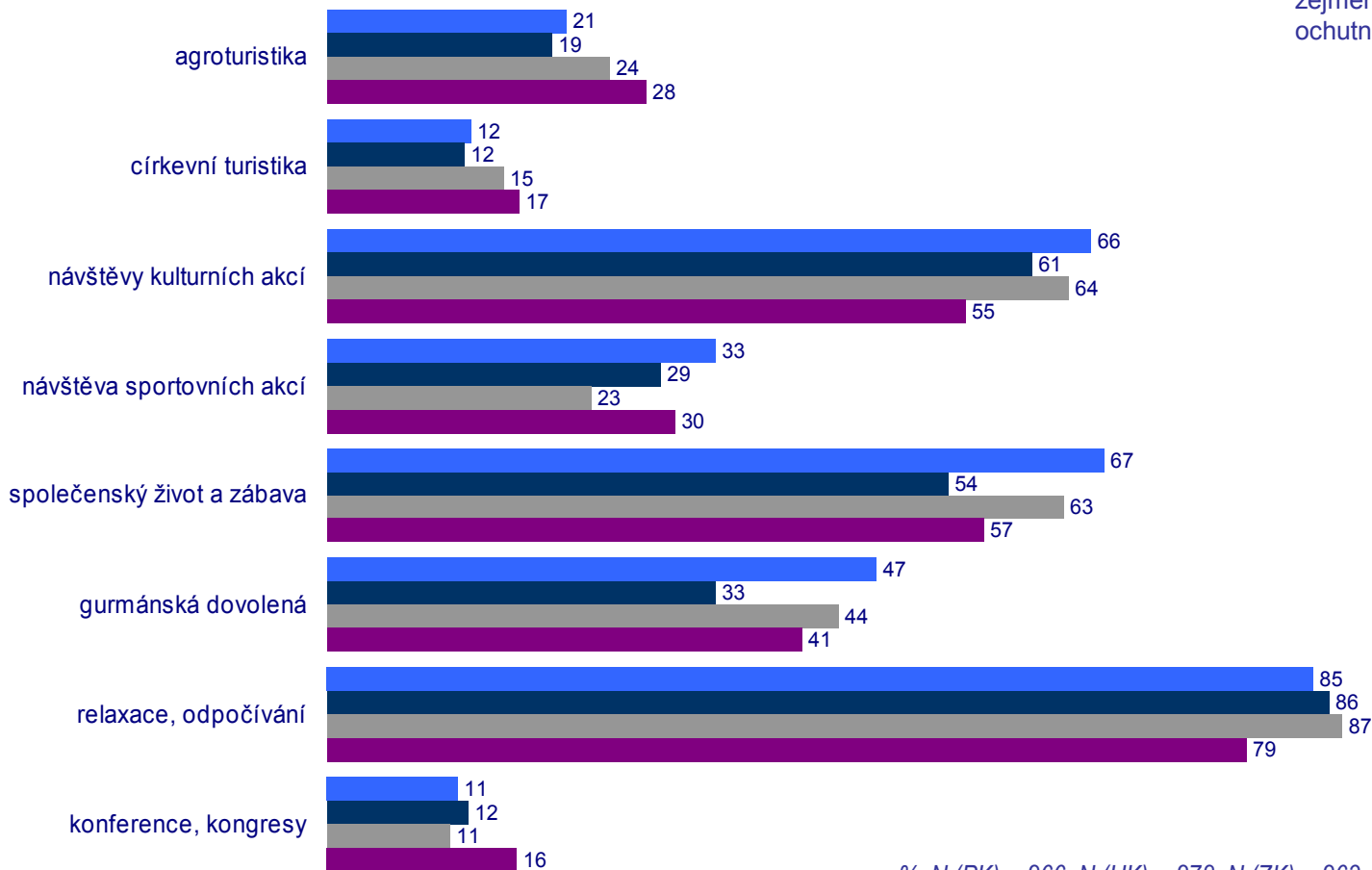
v %, N (PK) = 266; N (HK) = 278; N (ZK) = 263, N (MSK) = 454, plánují v budoucnu návštěvu

PŘEDPOKLADANÁ NÁPLŇ PLÁNOVANÉ BUDOUCÍ NÁVŠTĚVY KRAJE – 2.část

Q29/64/99 „Za jakými aktivitami byste sem chtěl/a přijet?“

■ Plzeňský ■ Královehradecký ■ Zlínský ■ Moravskoslezský

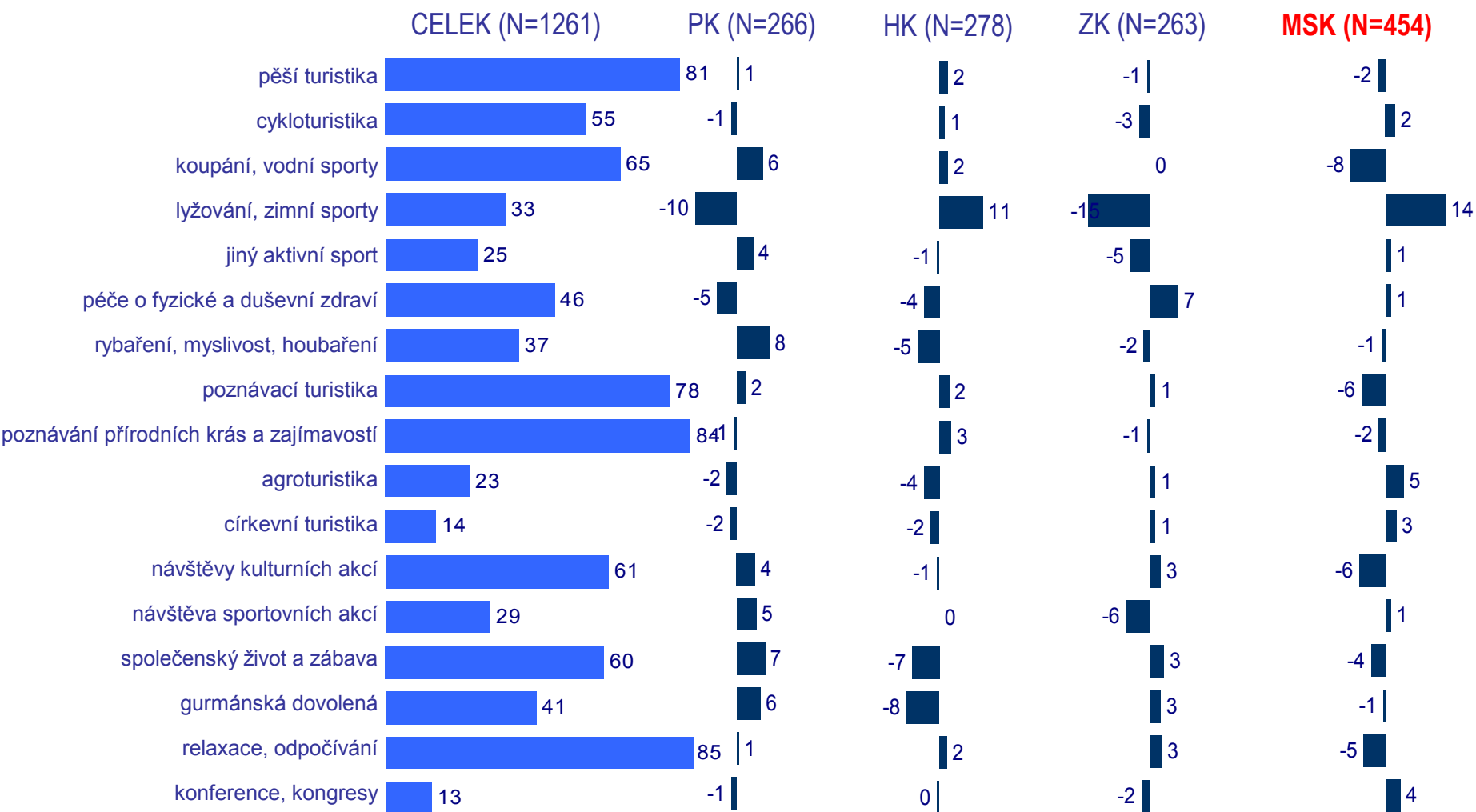
zejména spojené s ochutnávkou vína



v %, N (PK) = 266; N (HK) = 278; N (ZK) = 263, N (MSK) = 454, plánují v budoucnu návštěvu

PŘEDPOKLADANÁ NÁPLŇ PLÁNOVANÉ BUDOUCÍ NÁVŠTĚVY KRAJE – odchylky od celkového průměru

Q29/64/99 „Za jakými aktivitami byste sem chtěl/a přijet?“



- podprůměrně předpokládáno
předpokládáno

+ nadprůměrně

plánují v budoucnu návštěvu

BARIÉRY OPAKOVANÉ NÁVŠTĚVY

Q28. „Proč neuvažujete opět navštívit Moravskoslezský/Plzeňský/Královehradecký/Zlínský kraj za účelem dovolené či jiného trávení volného času?“

MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ

Důvod	% (n=48)
Už jsem tam byl	23
Neví, bez odpovědi	19
nelíbilo se mi tam	15
Chci poznat i jiná místa	10
jsou hezčí místa	8
Daleko	6
Nedostatek času	6
Málo aktivit	6
Finanční situace	4

PLZEŇSKÝ KRAJ

Důvod	% (n=34)
Chci poznat i jiná místa	41
Jsou lepší, atraktivnější místa	15
Už jsem tam byl, co jsem chtěl vidět jsem už viděl	12
Finanční situace	12
Nelíbilo se mi tam, nic mě nezaujalo	9
Nedostatek času	3

ZLÍNSKÝ KRAJ

Důvod	% (n=37)
Chci poznat i jiná místa	46
Už jsem tam byl, co jsem chtěl vidět jsem už viděl	22
Nelíbilo se mi tam, nic mě nezaujalo	8
Finanční situace	5
Jsou lepší, atraktivnější místa	5
Nedostatek času	5
Byl jsem tam nedávno	3
Nelíbilo se mi tam, nic mě nezaujalo	8
Finanční situace	5

KRÁLOVEHRADECKÝ KRAJ

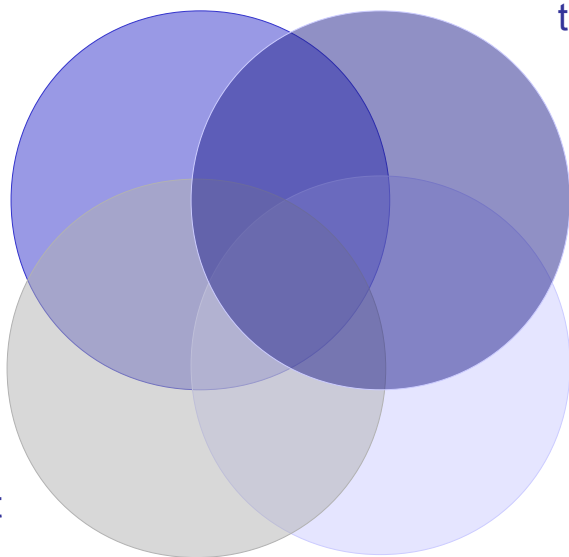
Důvod	% (n=22)
Chci poznat i jiná místa	59
Už jsem tam byl, co jsem chtěl vidět jsem už viděl	9
Finanční situace	5
Špatná dostupnost, není dálnice	5
Malé dítě	5

možnost více odpovědí, kategorizace spontánních odpovědí

- CLI (Customer Loyalty Index) návštěvníků vybraných krajů zohledňuje čtyři základní aspekty:

spokojenost s trávením volného času v kraji

výjimečnost kraje z pohledu trávení volného času



ochota doporučit známým trávení dovolené v kraji

ochota k opětovnému trávení dovolené v kraji

•Zahrnutím všech těchto faktorů dostaneme index na škále 1 – 5 (1 = nejnižší loajalita, 5 = nejvyšší loajalita), který je v rámci podskupin respondentů poměrně stabilní a jehož vývoj lze při zopakování stejného výzkumu sledovat v čase. Současná hodnota CLI návštěvníků je:

Moravskoslezský kraj: **4,18**

Plzeňský kraj: **4,13**

Královehradecký kraj: **4,19**

Zlínský kraj: **4,13**

•Index loajality návštěvníků MSK vzrostl oproti minulému roku o 0,36 bodu, vidíme, že jsou srovnatelně loajální jako návštěvníci ostatních krajů.

INDEX LOAJALITY RŮZNÝCH PODSKUPIN NÁVŠTĚVNÍKŮ

		Moravskoslezský	Plzeňský	Královehradecký	Zlínský
CELEK	celek	4,18	4,13	4,19	4,13
POHLAVÍ	muž	4,15	4,10	4,19	4,09
	žena	4,20	4,14	4,19	4,15
VĚK	18–24	4,11	4,07	4,11	4,08
	25–34	4,15	4,06	4,22	4,15
	35–44	4,23	4,27	4,25	4,06
	45–54	4,17	4,15	4,16	4,22
	55–64	4,39	4,14	4,10	4,32
	65 +	4,63	4,17	4,00	3,75
VZDĚLÁNÍ	ZŠ	4,46	3,85	4,08	4,17
	SŠ bez mat.	4,30	4,02	4,10	4,10
	SŠ s mat.	4,18	4,18	4,13	4,10
	VŠ	4,14	4,11	4,33	4,18
CÍLOVÁ SKUPINA	CS 1 – zimní	4,24	4,27	4,28	4,36
	CS 2 – mimozimní	4,19	4,12	4,20	4,13
VELIKOST SÍDLA	do 4.999 obyvatel	4,13	4,16	4,27	4,09
	5.000 – 19.999 obyvatel	4,27	4,15	4,10	4,10
	20.000 – 49.999 obyvatel	4,20	4,11	4,07	3,93
	50.000 – 99.999 obyvatel	4,29	4,20	4,11	4,07
	100.000 a více obyvatel	4,13	4,07	4,22	4,23

průměry; N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL), N = 500 (MSK)

INDEX LOAJALITY RŮZNÝCH PODSKUPIN NÁVŠTĚVNÍKŮ

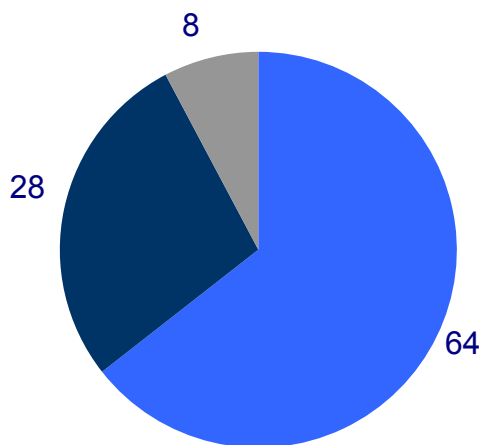
		Moravsko- slezský	Plzeňský	Králove- hradecký	Zlínský			Moravsko- slezský	Plzeňský	Králove- hradecký	Zlínský
CELEK		4,18	4,13	4,19	4,13	CELEK		4,18	4,13	4,19	4,13
PŘIJELI SAMÍ/S NĚKÝM	sám/sama	4,17	4,05	4,10	4,37	ORGANI- ZOVANOST	jako individ. turista	4,18	4,13	4,18	4,14
	bylo nás více	4,19	4,13	4,19	4,11		organizovaně (zájezd..)	4,30	4,13	4,25	3,88
DĚTI	s dítětem/děťmi	4,26	4,14	4,22	4,11		jinak	3,83	3,88	4,00	4,50
	bez dětí	4,12	4,11	4,15	4,14	UBYTOVÁNÍ	Hotel se 3 a více *	4,19	4,29	4,13	3,94
PARTNER/KA	s partnerem	4,21	4,14	4,21	4,10		Méně *, motel,tur.chata	4,17	4,08	4,23	4,21
	bez partnera	4,12	4,10	4,12	4,20		Penzion	4,13	4,07	4,16	4,02
PŘÁTELE, PŘÍBUZNÍ	s přáteli příbuznými	4,16	4,16	4,22	4,12		Kemp / tábořiště	4,05	3,91	4,11	4,07
	bez přátel, příbuzných	4,20	4,08	4,14	4,13		Pronajaté ubyt. v soukr.	4,30	4,11	4,43	4,33
DĚLKA NEJDELŠÍHO POBYTU	1–2 dny	3,98	3,97	4,07	3,95		Vlastní nemovitost	4,21	4,33	4,14	4,31
	3–5 dnů	4,16	4,17	4,18	4,13	U příbuzných, známých	4,20	4,21	4,21	4,24	
	6 a více dní	4,28	4,22	4,26	4,29	Nebyl/a zde ubytován/a	4,04	3,96	3,96	3,84	
DOPRAVA	Automobilem	4,18	4,15	4,19	4,10	HLAVNÍ DŮVODY NÁVŠTĚVY	Poznání	4,21	4,17	4,21	4,16
	Linkovým autobusem	4,22	4,23	4,27	4,44		Odpočinek	4,22	4,14	4,20	4,15
	Busem organizovaně	4,19	4,06	4,63	4,25		Turistika a sport	4,23	4,17	4,23	4,17
	Vlakem	4,17	3,98	4,11	4,22		Zdraví	4,34	4,23	4,31	4,25
	Na kole	.	3,50	3,50	4,00		Zábava	4,20	4,14	4,17	4,13
	Jinak	.	.	.	3,50		Nákupy	4,21	4,15	4,16	4,16
ROČNÍ DOBA NÁVŠTĚVY	zima	4,24	4,27	4,28	4,36		Návšt. příbuz., kamar.	4,21	4,20	4,23	4,26
	jaro	4,20	4,24	4,27	4,23		Údržba chalupy	4,50	4,29	4,32	4,38
	léto	4,22	4,13	4,20	4,18		Pracovní důvody	4,20	4,04	4,20	3,97
	podzim	4,19	4,22	4,24	4,23		Něco jiného	4,09	4,39	4,50	4,29

průměry; N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL), N = 500 (MSK)

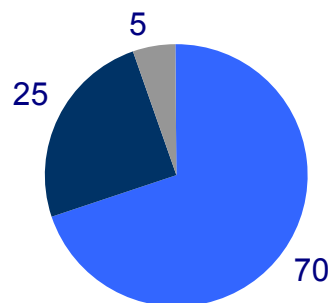
- Většina návštěvníků ve všech krajích má pocit, že mají dostatek informací o možnostech trávení volného času v regionu. V Plzeňském a Zlínském kraji to uvádí 70% dotázaných, v Královéhradeckém kraji dokonce 74% respondentů. V Moravskoslezském kraji je podíl těch, kteří mají dostatek informací o regionu o něco nižší (64%).
- Ve všech krajích je rozložení jednotlivých informačních zdrojů velmi podobné, nejčastějším zdrojem informací o možnostech trávení volného času internet, kde tyto informace vyhledává více než 95% dotázaných. Rovněž se potvrzuje, že velmi silným informačním zdrojem je tzv. „word of mouth“ (šeptanda). V Moravskoslezském kraji tento zdroj uvedlo 70% dotázaných, v ostatních krajích to bylo dokonce ještě o něco víc (PK 73%, HK 74%, ZK 75%). Dalšími hojně využívanými zdroji informací jsou masová média (TV, rozhlas, tisk) a informační brožury a letáky – v průměru je využívá asi 1/3 dotázaných.

Q36/ Q71/ Q106 „Máte dostatek informací o možnostech trávení volného času v regionu?“

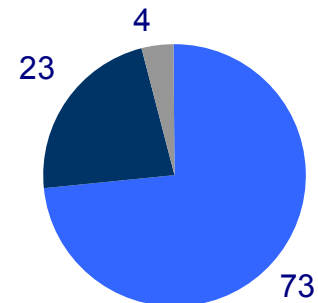
MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ



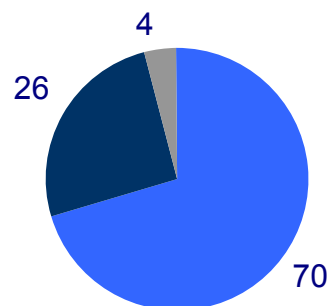
PLZEŇSKÝ



KRÁLOVÉHRADECKÝ



ZLÍNSKÝ



- ano
- nemám a rád/a bych nějaké informace získal/a
- nemám dostatek informací, ale o informace z této oblasti nestojím

v %, N = 1002 (MSK), N = 300 (PK), N = 300 (HK), N = 300 (ZIL)

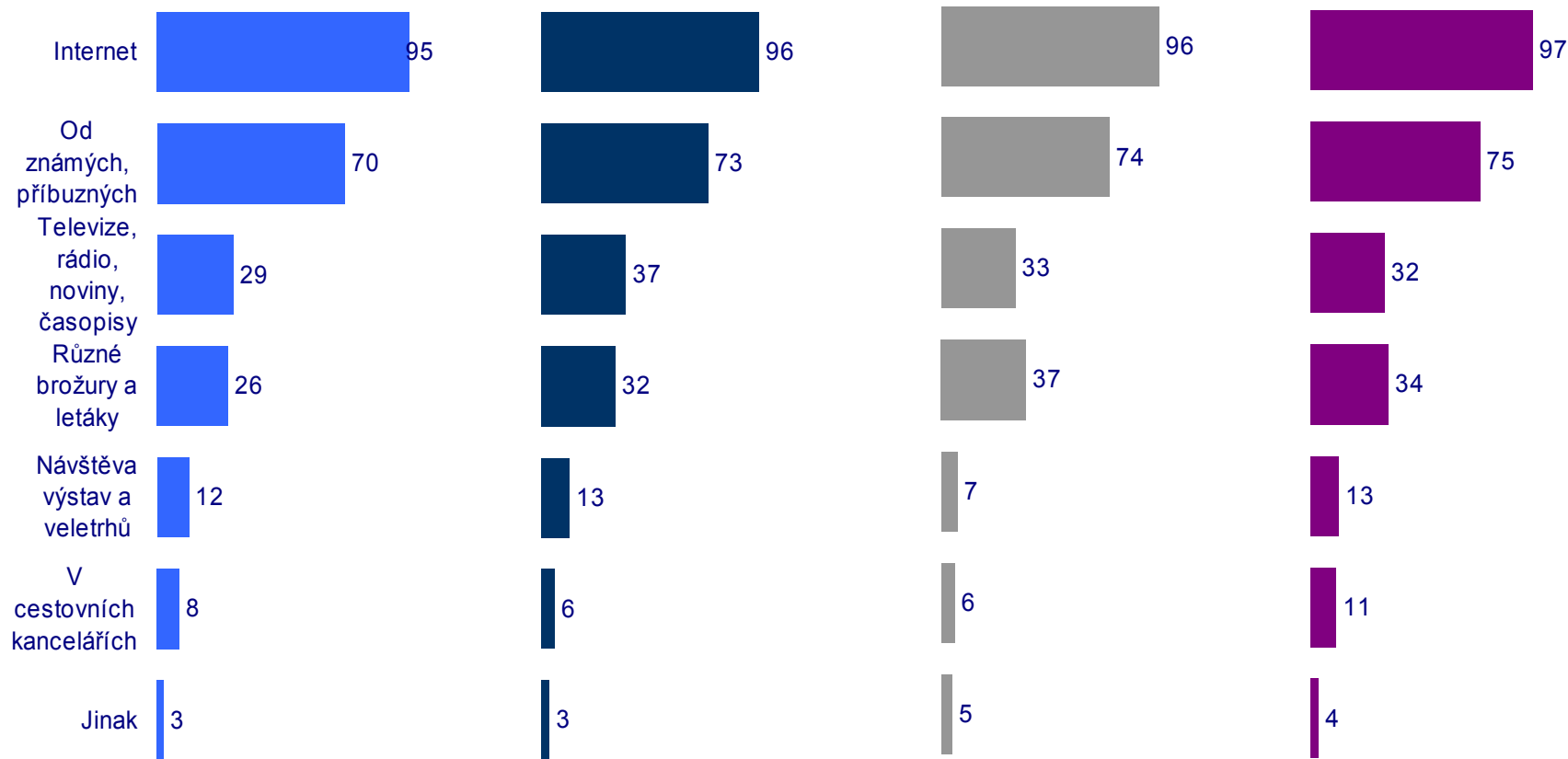
Q37 / Q72 / Q107 „Z jakých zdrojů získáváte informace o možnostech trávení volného času v Moravskoslezském/Plzeňském/Královehradeckém/Zlínském kraji?“

MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ

PLZEŇSKÝ

KRÁLOVEHRADECKÝ

ZLÍNSKÝ



v %, N (PK) = 308; N (HK) = 308; N (ZK) = 300, N (MSK) = 1002



Michal Straka
Account Director

michal.straka@ipsos.com
GSM: +420 731 534 206



Ondřej Pivoňka
Account Manager

ondrej.pivonka@ipsos.com
GSM: +420 602 789 565

Ipsos Tambor, Národní 6, 110 00 Praha 1, tel.: +420 226 513 111,
Ipsos Tambor SR, Kolárska 1, 811 06 Bratislava, tel.:+421 252 932 142

www.ipsos.cz