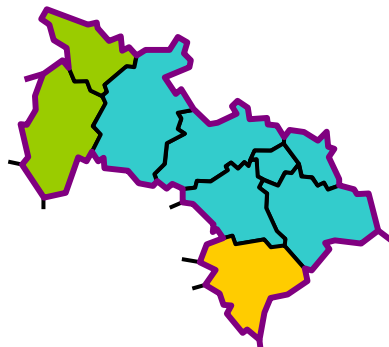


Analýza návštěvnosti a spokojenosti turistů v Moravskoslezském kraji



Monitoring a anketa pro návštěvníky Moravskoslezského kraje

Souhrnné vyhodnocení

- Obsah:**
1. Metodologie
 2. Celkový profil a struktura návštěvníků
 3. Hodnocení regionu návštěvníky
 4. Vybrané profily návštěvníků
 5. Souhrnné výsledky anketního šetření

Objednatel: Moravskoslezský kraj
28. října 117, 702 18 Ostrava



Zhotovitel: Institut Rozvoje Podnikání, s. r. o.
Michálkovická 181, 710 00 Ostrava
Zpracoval PhDr. Miloš Smutek, konzultant



Ostrava
Duben 2004

Obsah

1 Metodologie	3
1.1 Metodologie monitoringu návštěvníků a turistů	3
1.2 Metodologie ankety pro návštěvníky	5
2 Celkový profil a struktura návštěvníků	9
2.1 Odkud, s kým a jak návštěvníci přijeli	9
2.2 Délka a frekvence pobytu	11
2.3 Hlavní důvody návštěvy regionu	13
2.4 Zdroje informací o regionu	16
2.5 Využití služeb	17
3 Hodnocení regionu návštěvníky	20
3.1 Atraktivnost regionu pro návštěvníky	20
3.2 Hodnocení služeb a turistické infrastruktury	24
4 Vybrané profily návštěvníků	32
4.1 Mladí návštěvníci do 29 let	32
4.2 Rodiny s dětmi	33
4.3 Tuzemští návštěvníci z jiných krajů	33
4.4 Zahraniční návštěvníci	34
4.5 Turisté v ubytovacích zařízeních	35
4.6 Návštěvníci zaměřeni na odpočinek a zábavu	35
4.7 Návštěvníci zaměřeni na poznávací turistiku	36
4.8 Návštěvníci zaměřeni na sportovní aktivity	36
4.9 Méně spokojení návštěvníci	37
5 Souhrnné výsledky anketního šetření	38
5.1 Anketa pro návštěvníky ubytovacích zařízení	38
5.2 Anketa pro návštěvníky turistických atraktivit	40

Přílohy:

- Příloha č. 1 – Monitoring návštěvníků od r. 2001 – tabulky
- Příloha č. 2 – Dotazník pro návštěvníky regionu
- Příloha č. 3 – Anketa pro návštěvníky – ubytovací zařízení
- Příloha č. 4 – Anketa pro návštěvníky – turistická atraktivita

1 Metodologie

Ve vazbě na opatření stanovená Marketingovou strategií rozvoje cestovního ruchu v turistickém regionu Severní Moravy a Slezska v oblasti komunikace a informačního zajištění jsou zajišťována terénní šetření pro kontinuální **monitoring** návštěvníků a turistů. Sběr dat je podle stejné metodiky prováděn od roku 2001. Umožňuje v časové řadě upřesňovat profil návštěvníků kraje a jejich postoje ke kvalitě nabídky v oblasti cestovního ruchu.

Zároveň zabezpečuje Moravskoslezský kraj od 1. čtvrtletí 2003 prostřednictvím informačních center vyhodnocování **anket** vyplněných návštěvníky a turisty v ubytovacích zařízeních a turistických atrakcích, jehož cílem je získání kontinuální zpětné vazby od turistů a návštěvníků.

V návaznosti na předchozí dílčí zprávy tato část souhrnně vyhodnocuje výsledky obou uvedených šetření za rok 2003 s přesahem do roku 2004, resp. u monitoringu návštěvníků i se zohledněním výsledků za roky 2001 a 2002. Monitoring i anketa mají některé otázky společné, což umožňuje propojení obou šetření. Základem vyhodnocení je monitoring návštěvníků a turistů Moravskoslezského kraje, které výsledky nereprezentativního anketního šetření doplňují. Vždy je uvedeno, o které informace (zda z monitoringu nebo ankety) se závěry opírají.

Projekt „Analýza návštěvnosti a spokojenosti turistů v Moravskoslezském kraji“ zahrnuje tři etapy „Monitoring návštěvníků a turistů Moravskoslezského kraje“ uskutečněné v letní sezóně 2003, v mimosezónním období na podzim 2003 a v zimní sezóně 2004. Vyhodnocení za toto **období monitoringu 2003/2004 se opírá o zpracování 1639 dotazníků**. Srovnávací analýza je možná s rokem 2001/2002 a letní sezónou roku 2002, kdy bylo shromážděno **1959 dotazníků**. Souhrnný profil návštěvníků za uplynulé tři roky tak bylo možné stanovit na bázi zpracování **celkem 3598 dotazníků**. Podpůrné informace doplňující profil návštěvníků se opírají o „Anketu pro návštěvníky ubytovacích zařízení a turistických atrakcí“ za rok 2003 a 1. čtvrtletí 2004. Do zpracování bylo zařazeno **celkem 7203 anket**. Vyhodnocení oblastí společných pro obě šetření tak může zohlednit **vyjádření 10801 respondentů**.

Celkové počty respondentů od r. 2001:

Období	Monitoring	Anketa	Celkem
3. čtvrtl. 2001 (léto 2001)	522	-	522
4. čtvrtl. 2001 (podzim 2001)	437	-	437
1. čtvrtl. 2002 (zima 2002)	473	-	473
3. čtvrtl. 2002 (léto 2002)	527	-	527
1. čtvrtl. 2003	-	950	950
2. čtvrtl. 2003	-	890	890
3. čtvrtl. 2003 (léto 2003)	629	3 339	3 968
4. čtvrtl. 2003 (podzim 2003)	491	1 470	1 961
1. čtvrtl. 2004 (zima 2004)	519	554	1 073
Celkem	3 598	7 203	10 801

1.1 Metodologie monitoringu návštěvníků a turistů

Monitoring byl proveden metodou osobního dotazování s použitím ověřeného standardizovaného dotazníku na území celého Moravskoslezského kraje. Dotazník byl zpracován ve čtyřech jazykových mutacích, a to v češtině, angličtině, němčině a polštině. Použita byla tazatelská síť z řad proškolených studentů středních a vysokých škol. Zpracování bylo provedeno s využitím statistického software SPSS for Windows v. 10.1 (licence č. 3122455).

Obsahová struktura monitoringu návštěvníků respektuje stanovené cíle a metodiku doporučenou agenturou Czechtourism. V dotazníku zformulované otázky postihují tyto oblasti:

1. Identifikace respondenta (včetně místa bydliště a doprovodu)
2. Identifikace místa a délky pobytu, ubytování a stravování
3. Způsob dopravy do regionu
4. Způsob zajištění pobytu (organizovaný, neorganizovaný)
5. Zdroje informací o regionu

6. Specifikace motivů k pobytu, zaměření realizovaných aktivit a jejich očekávání
7. Hodnocení atraktivnosti regionu z pohledu cestovního ruchu
8. Hodnocení služeb cestovního ruchu a infrastruktury
9. Hodnocení cenové image regionu
10. Zájem o opakování návštěvy (míra věrnosti regionu)

Metodika umožňuje porovnání s předchozími šetřeními v **časových řadách**. Standardně je porovnáváno období 2001/02 s obdobími 2003/04, kdy proběhl sběr dat ve všech třech etapách (letní, podzimní a zimní). Vývoj za letní období 2001 až 2003 je samostatně uveden v dílčí zprávě vyhodnocující letní sezónu 2003.

Za základní **třídící kritéria** byly zvoleny identifikační znaky sezónnost, subregion, délka pobytu, příjezdová vzdálenost a věk respondentů. Tato kritéria jsou doplňována nebo upravována podle potřeb zpracování a zjištěných závislostí. Při vyhodnocování je odkazováno zpravidla jen na statisticky signifikantní závislosti (tj. *významné* zjištěné rozdíly). Při monitoringu návštěvníků bylo respektováno v současné době uplatňované členění Moravskoslezského kraje na 6 turistických oblastí.

Velikost výběrového souboru za všechna období podle turistických oblastí:

Oblast	2001/02	2002 (léto)	2003/04	Celkem
Hrubý Jeseník	342	46	345	733
Nízký Jeseník	85	39	291	415
Opavsko-Krnovsko	123	80	206	409
Ostravsko-Karvinsko	250	120	208	578
Poodří	200	121	228	549
Beskydy-Valašsko	432	121	361	914
Celkem	1 432	527	1 639	3 598

Celý výběrový soubor 3 598 respondentů je zatížen chybou pouze $\pm 1,64$ % (obvyklý interval spolehlivosti u obdobných měření bývá stanoven na ± 5 %). Při koeficientu spolehlivosti 95 % je zatížení únosnou chybou ± 5 % ještě u podsouborů, které čítají 384 respondentů. U menších podsouborů je statistická chyba větší, např. podsoubor pro Opavsko-Krnovsko za rok 2003/04 (činící 206 respondentů) je zatížen již chybou cca ± 7 %. Analýza souhrnných výsledků je tedy z pohledu statistiky korektní pro každou oblast.

Uvedená východiska ke statistické reprezentativnosti souboru v praxi znamenají, že u velkých souborů nad 1000 respondentů (jako např. segmenty rodiny s dětmi, jednodenní návštěvníci, mladí do 29 let) je statistická chyba pouze ± 3 %, tj. vypočtená hodnota relativní četnosti kupř. 33 % se ve skutečnosti pohybuje s 95-procentní pravděpodobností v intervalu 30 – 36 %. U celého souboru se stejná hodnota pohybuje s 99-procentní pravděpodobností v intervalu 31 – 35 %. U segmentu cizinců (324 respondentů) se již zjištěných 33 % ve skutečnosti pohybuje s 95-procentní pravděpodobností v intervalu 28 – 38 %. Segmenty menší než 250 respondentů jsou už pro interpretaci málo spolehlivé.

Sběr dat byl prováděn vždy alespoň po dobu jednoho měsíce v každém ze sledovaných období. Výběr respondentů byl prováděn metodou náhodného oslovení při dodržení předem stanovených instrukcí v rámcově vymezených lokalitách, kde se tazatelé volně pohybovali. Místa sběru dat jsou uvedena v příslušných dílčích zprávách. Tazatelská síť byla řádně proškolená a předané dotazníky byly posouzeny jako spolehlivé.

Struktura výběrového souboru (celý soubor 3598 dotazníků) podle pohlaví vykazovala mírnou převahu mužů (54 %). Z hlediska věkové struktury bylo v souboru 36 % respondentů ve věkové kategorii „mladých“ do 29 let, což představuje v absolutní hodnotě 1288 respondentů (tento segment lze vyhodnocovat s intervalem spolehlivosti $\pm 2,8$ %). Mladších respondentů bylo méně v oblasti Hrubého Jeseníku. Polovina respondentů byla ve věkové kategorii 30 až 49 let. V segmentu „starších“ nad 50 let bylo 13 % respondentů (s intervalem spolehlivosti $\pm 4,5$ %). Segment seniorů nad 60 let není zvlášť vyhodnocován, protože jeho podíl ve výběrovém souboru činil pouze 6,5 %.

Podle délky pobytu se celý výběrový soubor rozdělil na dvě zhruba stejné části. Mírně převažovali jednodenní návštěvníci (52 %) nad turisty s alespoň jedním noclehem (48 %). Interval spolehlivosti činí u turistů i návštěvníků $\pm 2,5$ %.

V souboru mírně převažovali respondenti, kteří přijeli ze vzdálenosti nad 50 km (statisticky nevýznamně). Podařilo se udržet strukturu respondentů tak, aby mezi nimi bylo co nejméně obyvatel z blízkého okolí (jen každý desátý). Více než polovinu z tuzemských respondentů tvořili místní obyvatelé z Moravskoslezského kraje (58 %), zbytek návštěvníci z jiných krajů ČR a zahraniční hosté. Ze střední a jižní Moravy byla čtvrtina respondentů (v tom 120 z Brna), z Čech přijelo 15 % respondentů, nejvíce ze středních Čech a Prahy (přímo z Prahy 157 respondentů). Ze zahraničí přijelo 9 % respondentů.

Zahraněních hostů bylo v souboru 324, takže výsledky týkající se vyhodnocení tohoto segmentu jsou zatíženy relativně větší chybou $\pm 5,4$ %. Mezi nimi byli nejvíce Poláci (163, tj. 50,3 %), Slováci (70, tj. 21,6 %) a Němci (39, tj. 12,0 %). Struktura zahraničních návštěvníků neodráží statisticky vykazované počty ubytovaných, neboť průzkum na ně nebyl cíleně zaměřen.

Vyhodnocení průzkumu sleduje jeho obsahovou strukturu danou dotazníkem. Zpracování vypovídá o celkovém profilu návštěvníků a o hodnocení regionu návštěvníky v následujícím členění.

a) *Profil návštěvníka regionu:*

1. Odkud, s kým a jak návštěvníci přijeli
2. Délka a frekvence pobytu
3. Hlavní důvody návštěvy regionu
4. Zdroje informací o regionu
5. Využití služeb

b) *Hodnocení regionu návštěvníky:*

1. Atraktivnost regionu pro návštěvníky
2. Hodnocení služeb a turistické infrastruktury

Za návštěvníka je obecně považován každý respondent, tedy i „turista“ pobývající v kraji alespoň přes jednu noc (identifikováno délkou pobytu). Rozdělení na jednodenní návštěvníky a turisty je ale jedním z třídících kritérií.

1.2 Metodologie ankety pro návštěvníky

Jako jeden z výstupů Marketingové strategie rozvoje cestovního ruchu v turistickém regionu Severní Moravy a Slezska byl rozpracován projekt, jehož cílem je získání kontinuální zpětné vazby od turistů a návštěvníků v návaznosti na opatření stanovená touto strategií v oblasti komunikace a informačního zajištění. Tato zpětná vazba je zajišťována vyplňováním anketních lístků předávaných návštěvníkům a turistům v ubytovacích zařízeních a turistických atrakcích Moravskoslezského kraje prostřednictvím informačních center. Založeno je tím vytváření časových řad ke zjišťování účinnosti opatření přijímaných a realizovaných v odvětví cestovního ruchu.

Vzhledem k tomu, že se jedná o anketní šetření závislé na ochotě návštěvníků a turistů anketu vyplnit, kdy není možné stanovit výběrová kritéria, získaný **anketní soubor není reprezentativní**. Anketu v kraji distribuují, rozdělují k vyplnění a předávají k následnému souhrnnému zpracování informační centra. Doposud se do projektu zapojilo **33 informačních center** z celého kraje. Počty anket ani místa jejich vyplňování nejsou stanoveny. Používány jsou **dva typy anketních lístků**:

a) Anketa pro návštěvníky ubytovacích zařízení, která je obsahově zaměřena na:

- identifikační údaje (odkud respondent pochází, věk, pohlaví),
- s kým přijeli,
- použitý dopravní prostředek,
- délka pobytu v regionu,
- pokolikáté přijeli,
- typ pobytu,
- zaměření pobytu – důvod návštěvy,
- hodnocení poskytovaných služeb,
- zdroje informací o regionu,
- náklady na pobyt,
- celková spokojenost se službami a celkový dojem z pobytu.

b) Anketa pro návštěvníky turistických atraktivit, která je obsahově zaměřena na:

- identifikační údaje (odkud respondent pochází, věk, pohlaví),
- s kým přijeli,
- použitý dopravní prostředek,
- délka pobytu v regionu,
- pokolikáté přijeli,
- zaměření pobytu – důvod návštěvy,
- s čím jsou nejvíce spokojeni,
- co by se mělo zlepšit – co návštěvníkům chybí,
- celková spokojenost se službami a celkový dojem z pobytu.

Časové a místní určení

Ankety obou typů jsou vyplňovány od začátku roku 2003, vyhodnocovány jsou čtvrtletně. Dosud bylo provedeno vyhodnocení za **pět čtvrtletních období** (1. až 4. čtvrtletí roku 2003 a 1. čtvrtletí roku 2004). Sběr anket bude prováděn kontinuálně i v dalších čtvrtletích. Konkrétní místa vyplňování anket jsou uvedena v příslušných dílčích zprávách za jednotlivá čtvrtletí. Místa vyplňování anket nerovnoměrně pokrývají celý Moravskoslezský kraj, resp. všech šest dosavadních turistických oblastí.

Počet zpracovaných anket

Od začátku projektu v prvním čtvrtletí 2003 bylo shromážděno a vyhodnoceno celkem **7 203 anket**, z toho 2 665 (tj. 37 %) ve verzi pro ubytovací zařízení a 4 538 (tj. 63 %) ve verzi pro turistické atraktivitu. Nejvíce anket bylo získáno v oblastech Beskydy-Valašsko a Ostravsko-Karvinsko, nejméně v Hrubém Jeseníku, kde se do projektu zapojilo jen IC Vrbno / Karlova Studánka. Počty podle turistických oblastí a typu ankety shrnuje následující tabulka:

Subregion	Ubytovací zařízení	Turistické atraktivitu	Počet anket celkem
Hrubý Jeseník	37	92	129
Nízký Jeseník	603	513	1 116
Opavsko – Krnovsko	267	470	737
Ostravsko – Karvinsko	429	1 741	2 170
Poodří	298	274	572
Beskydy – Valašsko	1 031	1448	2 479
Celkem	2 665	4 538	7 203

Počty anket podle turistických oblastí a vyhodnocovacího období:

Subregion	I./2003	II./2003	III./2003	IV./2003	I./2004	Celkem
Hrubý Jeseník	-	-	129	-	-	129
Nízký Jeseník	-	28	711	264	113	1 116
Opavsko – Krnovsko	-	121	419	145	52	737
Ostravsko – Karvinsko	268	478	814	442	168	2 170
Poodří	51	26	336	102	57	572
Beskydy – Valašsko	631	237	930	517	164	2 479
Celkem	950	890	3 339	1 470	554	7 203

Počty zúčastněných informačních center podle turistických oblastí a vyhodnocovacího období:

Subregion	I./2003	II./2003	III./2003	IV./2003	I./2004	2003/04
Hrubý Jeseník			1			1
Nízký Jeseník		1	4	5	2	5
Opavsko – Krnovsko		2	4	3	2	5
Ostravsko – Karvinsko	4	6	4	4	2	7
Poodří	3	2	5	4	5	7
Beskydy – Valašsko	4	4	6	8	4	8
Celkem	11	15	24	24	15	33

Počet anket zahrnutých do zpracování činil **za dobu trvání od 1. čtvrtletí 2003 do 1. čtvrtletí 2004 celkem 7 203 anket**. Tabulka podává přehled dosud získaných anket podle informačních center v rozdělení dle časového období (čtvrtletí):

Inf. centrum		I./03	II./03	III./03	IV./03	2003	I./04	Celk. dosavadní			
		sum	sum	sum	sum	sum	sum	UZ	TA	sum	%
1.	Český Těšín	16	140	173	69	398		61	337	398	5,5
2.	Val. království	23		83	6	112	14	86	40	126	1,7
3.	Jablunkov	104	49	381	37	571	90	492	169	661	9,2
4.	Jeseník n. O.	3		11		14		14	0	14	0,2
5.	Karviná	3	1	35	23	62	83	74	71	145	2,0
6.	Klimkovice	42		21	11	74	19	37	56	93	1,3
7.	Kopřivnice	362	121	50	328	861	13	55	819	874	12,1
8.	Nový Jičín	6	23	80	12	121	7	69	59	128	1,8
9.	Ostrava	243	291	587	234	1 355	85	225	1215	1 440	20,0
10.	Třinec	142	64	129	25	360		170	190	360	5,0
11.	Orlová	6	7			13			13	13	0,2
12.	Petřvald		19			19			19	19	0,3
13.	Opava		105	118	91	314	47	100	261	361	5,0
14.	Havířov		20	19		39		15	24	39	0,5
15.	Hradec nad Mor.		28	266	53	347	46	55	338	393	5,5
16.	Štramberk		3	23	16	42		29	13	42	0,6
17.	Bílovec		3	11		14			14	14	0,2
18.	Hlučín		16	71	5	92		46	46	92	1,3
19.	Bartošovice			213	40	253	11	148	127	275	3,8
20.	Bohušov			213		213		115	98	213	3,0
21.	Frydek-Místek/Frydl.			264	42	306		179	127	306	4,2
22.	Bruntál			113	114	227	67	275	19	294	4,1
23.	Vrbno / K. Studánka			129		129		37	92	129	1,8
24.	Vítkov			327	45	372		243	129	372	5,2
25.	Krnov			17	49	66		1	65	66	0,9
26.	Moravský Beroun			5	12	17		10	7	17	0,2
27.	Soběšovice				116	116		54	62	116	1,6
28.	Frenštát p. Radh.				59	59	47	18	88	106	1,5
29.	Rýmařov				40	40		20	20	40	0,6
30.	Odry				39	39	5	26	18	44	0,6
31.	Hukvaldy				4	4		2	2	4	0,1
32.	Studénka						4	4		4	0,1
33.	Kravaře						5	5		5	0,1
	Celkem	950	890	3 339	1 470	6 649	554	2 665	4 538	7 203	100,0
	<i>Cizinci</i>	<i>251</i>	<i>246</i>	<i>653</i>	<i>215</i>	<i>1 365</i>	<i>123</i>	<i>558</i>	<i>930</i>	<i>1 488</i>	<i>20,7</i>

Typ anket: UZ = ubytovací zařízení; TA = turistická atraktivita

Struktura respondentů

Ankety vyplňovali rovnoměrně muži (52 %) i ženy (48 %).

Nejsilněji, téměř polovinou, byla zastoupena věková kategorie 21 – 40 let (48 %). Ve věkové kategorii 41 – 60 let bylo 25 % respondentů. Seniorů nad 60 let bylo v souboru 7 %, mladých do 20 let vyplnilo ankety 20 %.

Z tuzemských návštěvníků polovina pocházela z Moravskoslezského kraje, další polovina z ostatních krajů České republiky. Nejméně návštěvníků z jiných krajů bylo zaznamenáno v souboru anket vyplněných v oblasti Ostravsko-Karvinska, nejvíce jich bylo v 1. čtvrtletí 2004. Návštěvníci z větší vzdálenosti (z jiných krajů) byli častější ve vyšších věkových kategoriích nad 40 let a dle očekávání tehdy, pokud anketu vyplnili v ubytovacím zařízení. Odkud pochází nevedlo 281 respondentů.

V souboru byli v relativně velké míře zastoupeni zahraniční hosté. Bylo jich 1488, tj. každý pátý. Ve struktuře zahraničních hostů převažovali Poláci s počtem 610 (41 %) následovaní návštěvníky z Německa (219, tj. 15 %) a Slovenska (196, tj. 13 %). Počty zahraničních návštěvníků z ostatních zemí nepřesáhly 5 %. Celkem byli v souboru podchyceni zahraniční hosté z 51 zemí.

Počty anket podle země původu respondentů ze zahraničí:

Stát	Poč.	Stát	Poč.	Stát	Poč.
Polsko	610	Finsko	7	Estonsko	2
Německo	219	Švédsko	7	Irsko	2
Slovensko	196	Japonsko	5	Řecko	2
Velká Británie	61	Bělorusko	4	Singapur	2
Itálie	48	Bulharsko	4	Skotsko	2
USA	47	Litva	4	Etiopie	1
Belgie	41	Mexiko	4	Chorvatsko	1
Nizozemsko	41	Norsko	4	Indie	1
Francie	31	Nový Zéland	4	Island	1
Španělsko	21	Portugalsko	4	Izrael	1
Rakousko	19	Ukrajina	4	Jugoslávie	1
Austrálie	11	Brazílie	3	Korea	1
Švýcarsko	11	Moldávie	3	Nikaragua	1
Rusko	10	Jihoafrická republika	3	Rumunsko	1
Kanada	8	Argentina	2	San Marino	1
Maďarsko	8	Čína	2	Tchaj-wan	1
Dánsko	7	Egypt	2	Turecko	1

U 11 respondentů nebyla země původu identifikovatelná.

Vyhodnocení anket je provedeno společně s vyhodnocením monitoringu návštěvníků jako jeho doplnění, resp. upřesnění, pokud to dovoluje její obsahová struktura (tématicky shodné otázky). Společné jsou otázky na doprovod (s kým přijeli), způsob dopravy, délku pobytu, po kolikáté přijeli, důvod pobytu, zdroje informací a hodnocení regionu. Navíc byly oproti monitoringu sledovány náklady na pobyt u anket vyplňovaných v ubytovacích zařízeních. Zpracování tak doplňuje profil návštěvníků a hodnocení regionu, jak byly získány reprezentativním dotazníkovým šetřením v rámci monitoringu návštěvníků Moravskoslezského kraje. Samostatně jsou výsledky uvedeny v 5. kapitole.

2 Celkový profil a struktura návštěvníků

Celkový profil návštěvníků se opírá o data zjištěná za celé období monitoringu od letní sezóny 2001 do zimní sezóny 2004. V případě obdobného zaměření otázek je upřesněn (resp. porovnán) s daty získanými z anketního šetření. Vnitřní analýza těchto dat je provedena podle třídících kritérií uvedených v metodologické části. Zdrojová data jsou v tabulkové příloze.

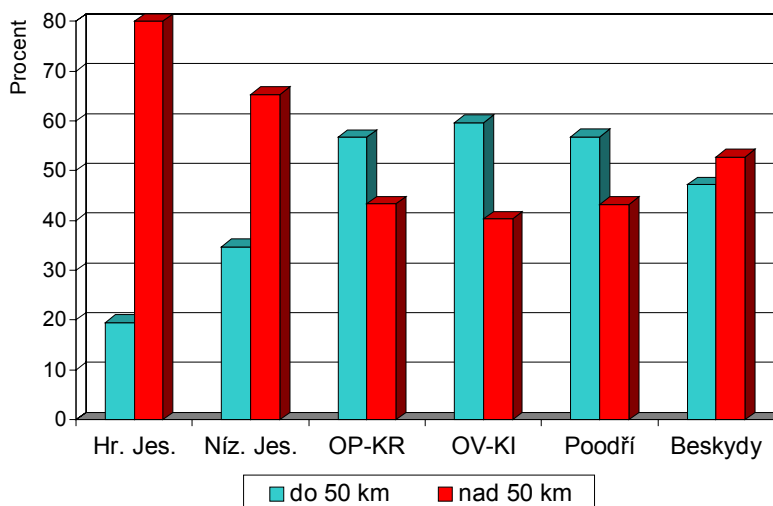
2.1 Odkud, s kým a jak návštěvníci přijeli

Podle **příjezdové vzdálenosti** jsou v cestovním ruchu Moravskoslezského kraje tuzemští návštěvníci rovnoměrně rozdělení na dvě části: zhruba polovina s příjezdovou vzdáleností do 50 km a polovina s příjezdovou vzdáleností nad 50 km. Vzhledem k velké rozloze kraje je i pro pětinu až čtvrtinu obyvatel Moravskoslezského kraje příjezdová vzdálenost větší než 50 km. To ve svém důsledku znamená, že cestovní ruch v Moravskoslezském kraji je z cca 60 % naplněn segmentem místních obyvatel kraje. Tento trend potvrzují i výsledky ankety, kterou vyplnila necelá polovina těch, kteří pocházejí z Moravskoslezského kraje. Anketu ale vyplňovalo hodně hostů ubytovacích zařízení, kteří jsou ovšem častěji z větší vzdálenosti, resp. z jiných krajů – platí obecná závislost, že podíl ubytovaných návštěvníků (turistů) z jiných krajů, resp. s příjezdovou vzdáleností nad 50 km, je téměř trojnásobný oproti jednodenním návštěvníkům.

Další významnější skupinou jsou návštěvníci z NUTS 2 Střední Morava, jejichž zastoupení na trhu cestovního ruchu činí okolo 16 %. Návštěvníků z NUTS 2 Jihovýchod a ze Středních Čech včetně Prahy je méně než 10 %. Z nejbližších krajů (NUTS 2 Severovýchod a Jihozápad) přijíždí do Moravskoslezského kraje méně než 5 % návštěvníků. Více je ze vzdálenějších krajů navštěvována pouze oblast Hrubého Jeseníku.

Od roku 2001 došlo k mírnému (statisticky nevýznamnému) poklesu návštěvníků s příjezdovou vzdáleností nad 50 km. Jejich podíl je jen nevýznamně nižší v mimosezónním období roku. Významně méně návštěvníků z větší vzdálenosti je ve středních částech kraje v turistických oblastech Opavsko-Krnovsko, Ostravsko-Karvinsko a Poodří (okolo 40 %). V turistické oblasti Hrubý Jeseník je návštěvníků ze vzdálenosti nad 50 km až 80 %.

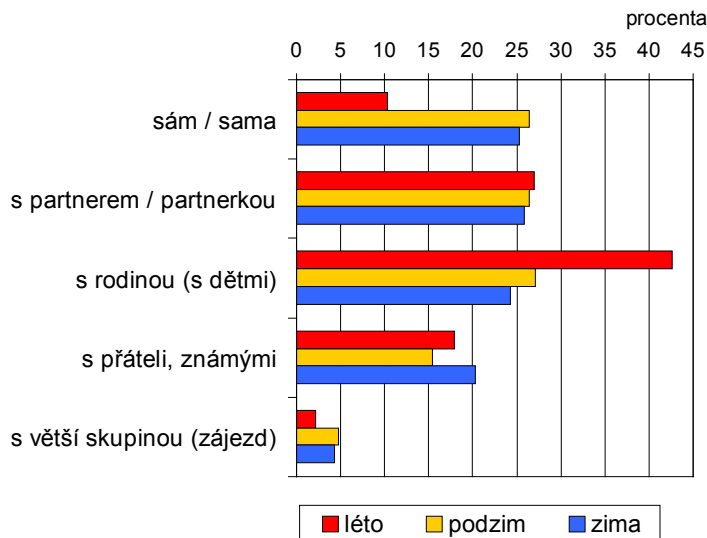
Příjezdová vzdálenost



Podle kritéria „**doprovodu**“ (s kým respondenti region navštívili) jsou nejvýznamnější skupinou návštěvníků kraje rodiny s dětmi, jejichž podíl se pohybuje okolo jedné třetiny. Tento segment návštěvníků vykazuje stabilně vysoký podíl ve všech obdobích a ve všech turistických oblastech (vždy představuje alespoň čtvrtinu ze všech návštěvníků). Nejvyšší podíl činí v letní sezóně (přes 40 %). Uvedenou skutečnost potvrzují i výsledky ankety.

Téměř každý pátý návštěvník přijíždí do regionu sám, a to hlavně v mimosezónním období. Dvakrát více než v ostatních věkových kategoriích je jich ve věku nad 50 let (částečně též vliv lázeňských pobytů). Nejvíce je jich v oblasti Ostravsko-Karvinska. Málokdy k nám cestují sami zahraniční hosté. Relativně okrajovým segmentem jsou mezi všemi návštěvníky účastníci skupinových pobytů (zájezdů), jejichž podíl nepřesahuje 5 %.

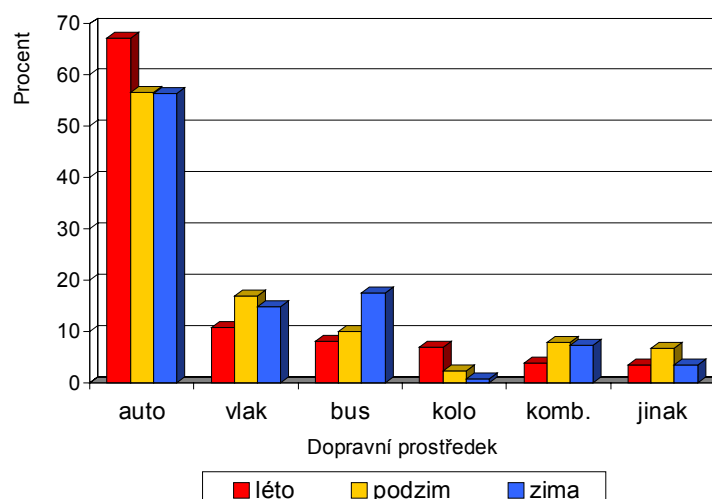
S kým respondenti region navštívili



Nejobvyklejším **dopravním prostředkem** je pro návštěvníky kraje automobil, který k příjezdu používá přes 60 % (tento podíl je prakticky totožný jak u výsledků monitoringu, tak anketního šetření). Nejvíce se autem jezdí do oblasti Nízkého Jeseníku, více v letní sezóně než jindy.

Čtvrtina návštěvníků přijíždí vlakem nebo autobusem, přičemž vlak je mírně preferován. Podíl dopravy vlakem se od r. 2001 snížil ve prospěch dopravy autem, podíl autobusové dopravy se nemění. Do oblasti Beskyd přijíždějí návštěvníci častěji vlakem, do Hrubého Jeseníku pak autobusem. V zimě význam autobusové dopravy narůstá. Vlakovou dopravu nejvíce využívají mladí do 29 let.

Způsob dopravy



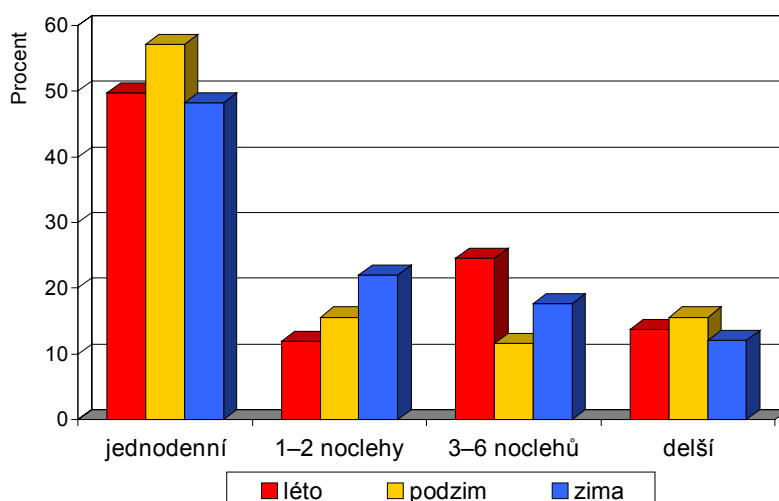
- Cestovní ruch v regionu je ze 60 % saturován místními obyvateli kraje.
- Třetinový podíl v cestovním ruchu představuje návštěvnícký segment „rodiny s dětmi“.
- Přes 60 % návštěvníků využívá k dopravě automobil.

2.2 Délka a frekvence pobytu

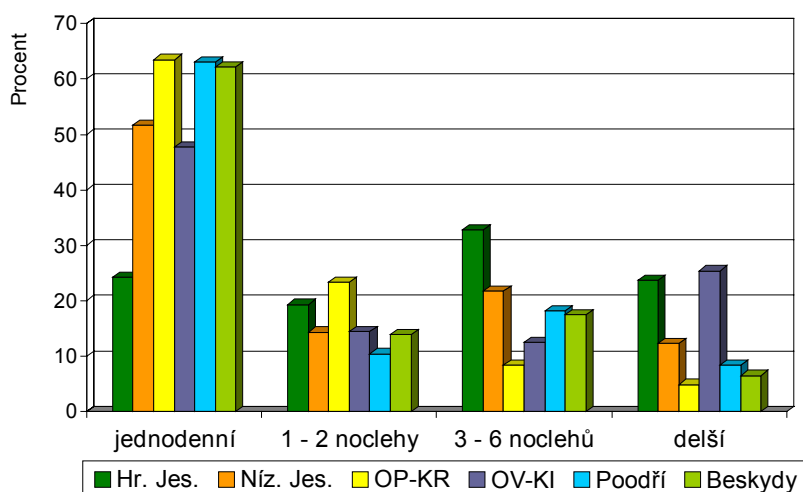
Z hlediska **délky pobytu** v klasickém rozdělení na jednodenní návštěvníky a turisty (alespoň s jedním noclehem) tvoří obě tyto skupiny zhruba stejný podíl. V anketě převažovali vzhledem k místům sběru dat turisté. Délka pobytu se oproti r. 2001 mírně zkrátila (díky statisticky významnému poklesu týdenních pobytů). V kategorii turistů převažují nad víkendovými pobyty (1 – 2 noclehy) pobyty delší, kterých je dvojnásobek. Víkendových návštěvníků je z turistů asi třetina, týdenních cca 40 %, s ještě delším pobytem pak stále více než čtvrtina. V konfrontaci s výsledky ankety je tato struktura z hlediska pořadí obdobná, pouze dlouhodobých pobytů nad jeden týden bylo podchyceno méně (nebyli primárně oslovoováni lázeňští hosté).

Z hlediska sezónnosti je v létě více týdenních pobytů (méně víkendových), na podzim je více jednodenních pobytů (především na úkor týdenních) a v zimě je více víkendových pobytů. Pobyty delší než týden sezónní výkyvy nevykazují. Na delších pobytech se významně více podílejí návštěvníci ve věkové kategorii nad 50 let. Cizinci pobývají v regionu déle než tuzemští návštěvníci.

Délka pobytu v regionu



Délka pobytu v regionu



Z hlediska turistických oblastí jsou statisticky významné rozdíly v délce pobytu následující:

- *Hrubý Jeseník* – více týdenních a delších pobytů než jinde na úkor jednodenních pobytů,
- *Opavsko-Krnovsko* – více jednodenních a víkendových pobytů,
- *Ostravsko-Karvinsko* – více pobytů delších než týden (lázně) a méně týdenních pobytů,
- *Poodří* – více jednodenních pobytů než jinde na úkor víkendových a dlouhodobých,
- *Beskydy-Valašsko* – více jednodenních pobytů a méně více než týdenních pobytů.

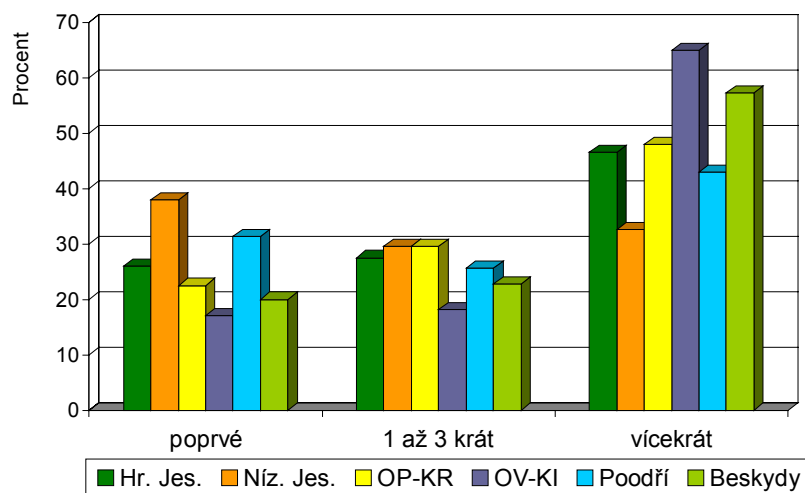
Oblast Nízkého Jeseníku se od průměru statisticky významně neodlišuje.

Opakovanost návštěv (po kolikáté navštívili region) vypovídá o tom, jak návštěvníci region znají a u návštěvníků z větší vzdálenosti částečně i o tom, v jaké ho mají oblibě. Podíl návštěvníků přijíždějících poprvé ukazuje na schopnost regionu přilákat novou klientelu. Pro návštěvníky Moravskoslezského kraje zpravidla není tento region neznámý, protože tři čtvrtiny jej již v minulosti navštívily alespoň jednou. Z nich dvě třetiny navštívily region již dříve minimálně čtyřikrát. V průběhu sledovaných let nedošlo u tohoto ukazatele k žádnému posunu.

Významně více „prvonávštěvníků“ je samozřejmě mezi těmi, kteří přijeli do regionu z větší vzdálenosti, mezi cizinci, turisty a hosty ubytovacích zařízení. Významně více je těch, kteří přijeli poprvé v letní sezóně, v zimě je zase významně více návštěvníků dobře region znajících, protože jej navštívili již počtvrté a častěji. Z pohledu opakovanosti návštěv jsou více „nově objevovány“ turistické oblasti Nízkého Jeseníku a Poodří, kde se podíl prvonávštěvníků pohybuje okolo třetiny.

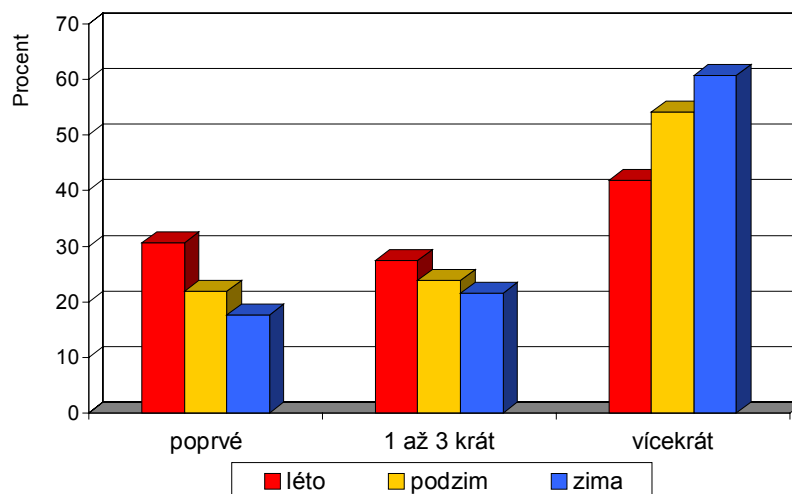
Zdaleka nejvíce návštěvníků dobře znajících region ze svých nejméně čtyř dřívějších návštěv je na Ostravsko-Karvinsku (okolo dvou třetin). Z tohoto pohledu jsou ve velké míře opakovaně navštěvovány i obě horské oblasti kraje, zejména Beskydy, ve kterých je poprvé jen každý pátý návštěvník. V těchto oblastech a v zimním období se daří přilákat nové návštěvníky méně než jinde, resp. v létě (cestovní ruch se více opírá o „stálé“ návštěvníky).

Po kolikáté navštívili respondenti region



Četnost dosavadních návštěv ovšem silně koreluje s úmyslem opakovat návštěvu regionu. Návštěvníci, kteří navštívili region poprvé, jsou méně často s jistotou rozhodnutí, že se do regionu vrátí. Tzv. „míra věrnosti regionu“ je u nich podstatně nižší. Souvisí to i s tím, že jsou častěji z větší vzdálenosti, což je také skupina návštěvníků vyjadřujících menší ochotu svou návštěvu ve vzdáleném regionu opakovat. Prvonávštěvníci z větší vzdálenosti se také častěji nedovedou ke svému eventuálnímu návratu do regionu vyjádřit (odpověď neví uvádí okolo 15 – 20 % návštěvníků, u častých návštěvníků z bližšího okolí jsou to jen 2 %). Nicméně i z těch návštěvníků, kteří jsou v regionu poprvé, třetina vyjádřila přesvědčení, že se určitě vrátí a těch, kteří s tím nepočítají, bylo jen 6 %.

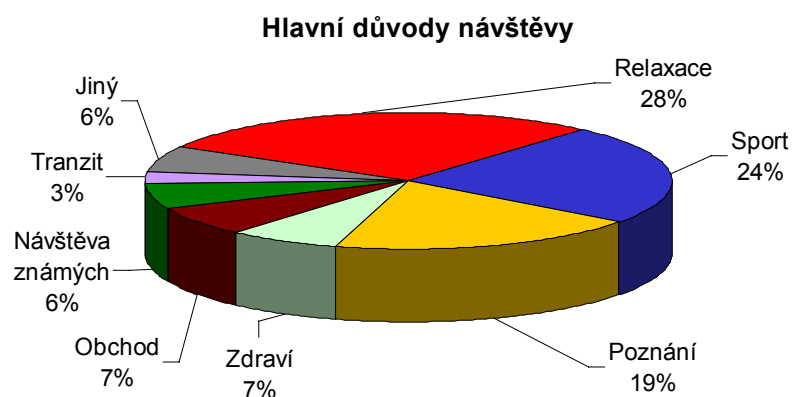
Po kolikáté navštívili respondenti region



- Zhruba polovinu návštěvníků tvoří jednodenní návštěvníci, další polovinu turisté (vícedenní návštěvníci).
- Nejdelší jsou pobyty návštěvníků v Hrubém Jeseníku, nejkratší v oblastech Opavsko-Krnovska a Poodří, zejm. mimo hlavní sezóny.
- Nová klientela přijíždějící do regionu poprvé tvoří čtvrtinu návštěvníků a tento podíl se za poslední tři roky nezměnil.
- Větší počet návštěvníků objevujících region při své první návštěvě je v oblastech Nízkého Jeseníku a Poodří, zejm. v létě. Cestovní ruch na Ostravsko-Karvinsku a v Beskydech se více opírá o stálé návštěvníky.

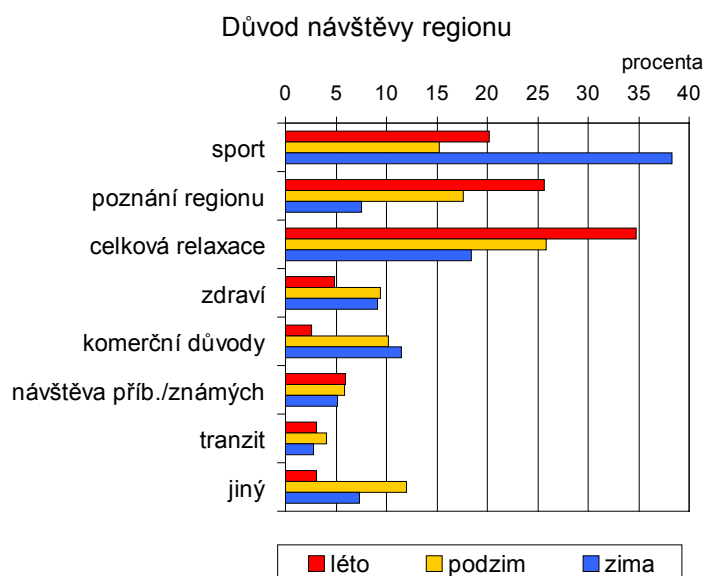
2.3 Hlavní důvody návštěvy regionu

Polovina návštěvníků přijíždí do Moravskoslezského kraje z důvodů celkové relaxace (odpočinek, procházky, koupání, zábava apod.) nebo sportovního vyžití (turistika, cyklistika, lyžování apod.). Jako převažující důvod návštěvy regionu označilo relaxaci 28 % respondentů a sport 24 % respondentů. Na třetím místě uváděných důvodů figuruje poznání regionu (kultura, folklór, historie apod.) s 19 % respondentů. Podíl ostatních sledovaných důvodů návštěvy regionu nepřesahuje 10 %.



Uvedená trojice hlavních důvodů se ovšem značně liší regionálně, sezónně, podle věku i dalších hledisek. Struktura hlavních ani ostatních důvodů se ale od r. 2001 nezměnila (mírný nárůst významu sportu ani ostatní rozdíly nejsou statisticky významné).

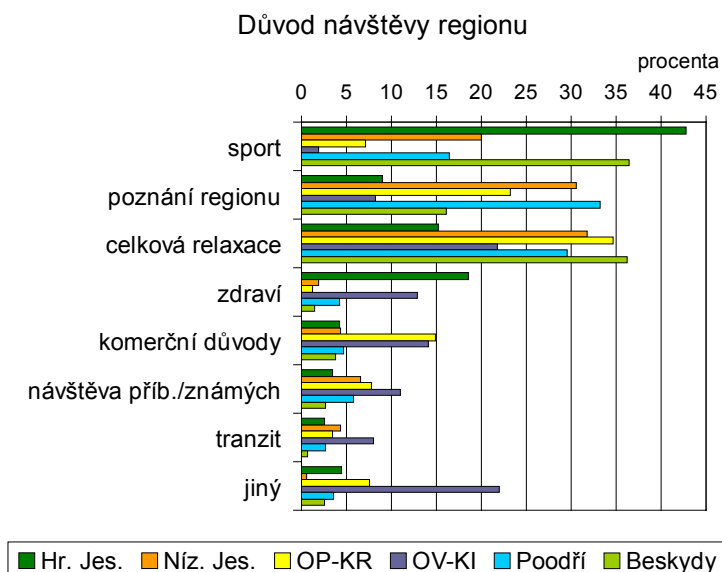
Pořadí hlavních důvodů návštěvy regionu se silně mění v různých obdobích roku. **V letní sezóně** jsou významně silnějšími důvody návštěvy relaxace (pro více než třetinu návštěvníků) a poznávací turistika (pro čtvrtinu návštěvníků). Sport se tak dostává až na třetí místo (nejdůležitější pro pětinu návštěvníků). **Na podzim** jsou významně silnějším důvodem návštěvy regionu komerční důvody (práce, obchod, nákupy), což uvedl každý desátý oslovený respondent. Převažujícím důvodem ale zůstává celková relaxace, kterou uvádí čtvrtina návštěvníků. Následují poznání a sport s méně než 20 %. **V zimě** je zdaleka nejčastějším důvodem návštěvy sportovní vyžití uváděné jako hlavní důvod zhruba dvakrát častěji než v létě a na podzim (až 40 %). Obdobně jako na podzim je významně silnějším důvodem příjezdu komerce. Oproti letní sezóně je třikrát méně frekventovaným důvodem poznávání regionu (pod 10 % respondentů) a dvakrát méně je uváděna relaxace (pod 20 %).



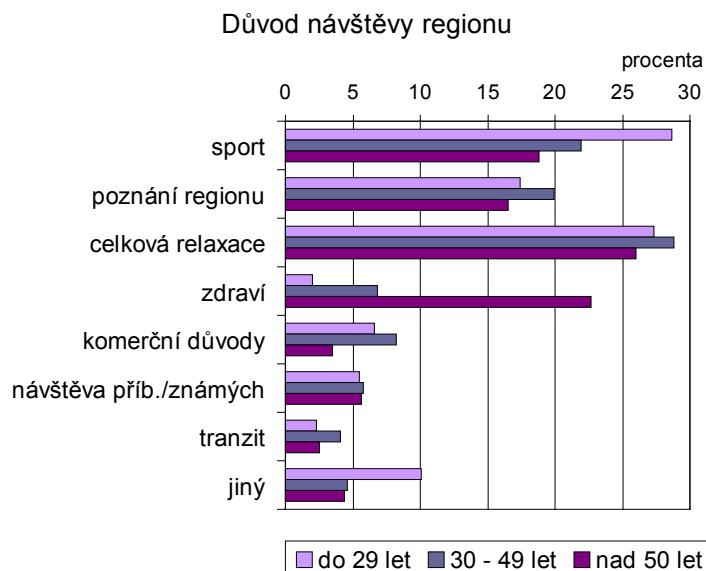
Velké jsou rovněž **regionální rozdíly v důvodech návštěvy**. Odlišnosti turistických oblastí kraje lze charakterizovat následovně:

- **Hrubý Jeseník** – na prvním místě je významně častěji sportovní vyžití (přes 40 %), na druhém místě je péče o zdraví (léčení, lázně, rehabilitace apod. s téměř 20 %). Všechny ostatní důvody, zejm. poznání regionu, jsou uváděny významně méně (relaxace 15 %, ostatní méně než 10 %). Kromě sportu se tím Hrubý Jeseník výrazně liší od Beskyd, kde je motivace k návštěvě téměř opačná.
- **Nízký Jeseník** – spolu s Poodřím je významně více než v ostatních regionech pobyt orientován na poznávací turistiku (důvod návštěvy pro 30 % respondentů). Poznání regionu má v Nízkém Jeseníku stejnou váhu jako relaxace. Sport je důvodem návštěvy pro každého pátého návštěvníka, což je výrazně méně než v horských oblastech kraje, ale daleko více než na Ostravsko-Karvinsku a Opavsko-Krnovsku (podobně jako v Poodří).
- **Opavsko-Krnovsko** – hlavním důvodem je pro třetinu návštěvníků celková relaxace, následuje u necelé čtvrtiny poznání regionu. Významně více jsou spolu s Ostravsko-Karvinskem uváděny komerční důvody. Sport jako hlavní důvod návštěvy je oproti ostatním oblastem (kromě Ostravsko-Karvinska) potlačen, nepřesahuje 10 %.
- **Ostravsko-Karvinsko** – od ostatních oblastí se výrazně liší tím, že všechny tři hlavní důvody návštěvy jsou zastoupeny významně méně často. Na prvním místě je celková relaxace, ale jen pro každého pátého návštěvníka. Všechny ostatní důvody jsou tím pádem zastoupeny významně více (komerční důvody, péče o zdraví, návštěva příbuzných či známých i tranzit).
- **Poodří** – nadprůměrný počet návštěvníků je orientován na poznání regionu (třetina, obdobně jako v Nízkém Jeseníku). Následuje celková relaxace a sportovní vyžití (sport jako důvod návštěvy je ale uváděn podprůměrně jen každým šestým návštěvníkem). Struktura ostatních důvodů se pohybuje v pásmu průměru.
- **Beskydy-Valašsko** – na prvních dvou místech jsou se stejným podílem uváděny sport a relaxace, vždy s podílem přesahujícím jednu třetinu a v obou případech významně častěji než činí průměr. Nízkou orientací na zdraví a vysokou orientací na odpočinek se Beskydy značně odlišují od Hrubého Jeseníku. Poznávání regionu jako třetí nejčastější důvod je poloviční oproti Poodří a Nízkému Jeseníku, stále však častější než v Hrubém Jeseníku a na Ostravsko-Karvinsku.

Lze konstatovat, že z hlediska motivace návštěvníků k příjezdu je všech šest turistických oblastí Moravskoslezského kraje výrazně specifických, včetně obou horských oblastí. Nejvíce vybočuje Ostravsko-Karvinsko. Relativně nejpodobnějšími turistickými oblastmi v důvodech návštěvy jsou si Nízký Jeseník a Poodří.



Návštěvníci s příjezdovou vzdáleností do 50 km významně více než návštěvníci s větší příjezdovou vzdáleností preferují relaxaci, méně naopak poznání regionu. Důvodem příjezdu pro cizince je především poznání regionu (asi ze 30 %, tj. významně více než u tuzemců). Mladší do 29 let významně více uvádějí sport, starší nad 50 let zase zdraví. U poznání a relaxace mezigenerační rozdíly nejsou.



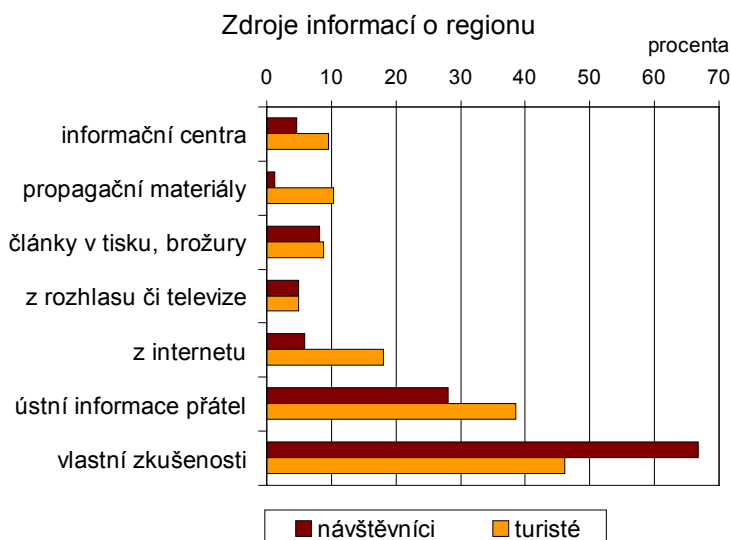
- Z pohledu návštěvníků se cestovní ruch v Moravskoslezském kraji opírá o 3 hlavní pilíře: relaxaci, sport a poznání.
- Důvody návštěvy se značně liší podle sezóny, turistické oblasti a věku. Nejvíce vybočuje Ostravsko-Karvinsko.
- V létě je velmi silným důvodem relaxace, v zimě sport. Mladší návštěvníci jsou více orientováni na sport, starší na zdraví.

2.4 Zdroje informací o regionu

Návštěvníci Moravskoslezského kraje preferují **personální zdroje informací** před nepersonálními. Celkově více než z poloviny spoléhají na vlastní poznání a zkušenosti (hlavně jednodenní návštěvníci z bližšího okolí, více v zimě a v oblasti Hrubého Jeseníku). Z ústních informací od známých či příbuzných, které jsou na druhém místě, vychází třetina návštěvníků, z toho u vícedenních návštěvníků cca 40 % a z cizinců cca 50 %. U anket vyplňované hosty ubytovacích zařízení byl podíl návštěvníků opírajících se o ústní informace totožný jako u turistů sledovaných monitoringem (tedy cca 40 %).

Z nepersonálních zdrojů informací se dostal na první místo **internet**, který uvedlo v r. 2001 přibližně 10 % respondentů, v r. 2003 již 14 %. Celkově se pohybuje tento podíl okolo 12 % bez ohledu na sezónu. Nejvíce čerpají z internetu návštěvníci Hrubého Jeseníku (17 %), nejméně návštěvníci Ostravsko-Karvinska (8 %). Častěji ovšem hledají informace na internetu návštěvníci z větší vzdálenosti a s vícedenním pobytem, v tom zejména cizinci. V těchto segmentech se podíl návštěvníků hledajících informace na internetu blíží nebo i přesahuje 20 %. V anketě, která se ale týkala pouze ubytovaných návštěvníků, přesáhl podíl uživatelů internetu pro informace o regionu čtvrtinu, podobně jako u návštěvníků ubytovaných v hotelech a penzionech podchycených monitoringem. Významně méně využívají informace z internetu starší návštěvníci nad 50 let.

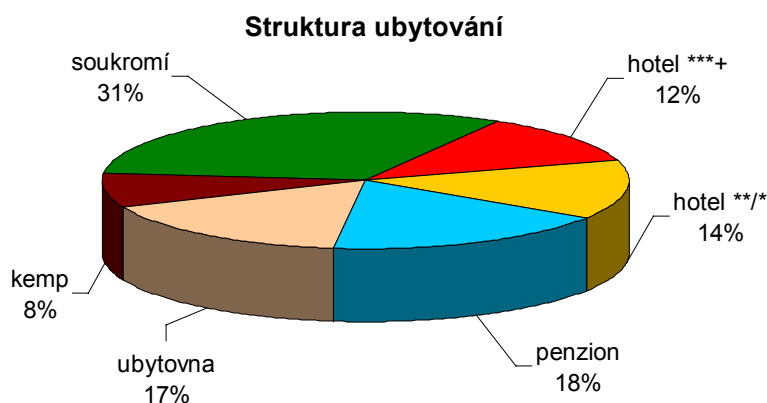
Ostatní nepersonální zdroje, tj. články a inzerce v médiích, propagační materiály, průvodci atd. jsou využívány méně než 10 % návštěvníků. Od r. 2001 došlo k poklesu podílu návštěvníků získávajících informace z turistických **informačních center**. Nicméně ani jejich význam není zanedbatelný, protože z nich čerpá informace přibližně každý desátý cizinec a každý desátý turista, resp. ubytovaný návštěvník, což ztvrdzují i výsledky z anketního šetření. Různé informace z informačních center a dalších nepersonálních zdrojů více využívají návštěvníci Ostravsko-Karvinska a Jeseníků (hrubého i Nízkeho), méně návštěvníci Opavsko-Krnovska, Beskyd a Poodří. Mladší návštěvníci do 29 let z průměru nevybočují.



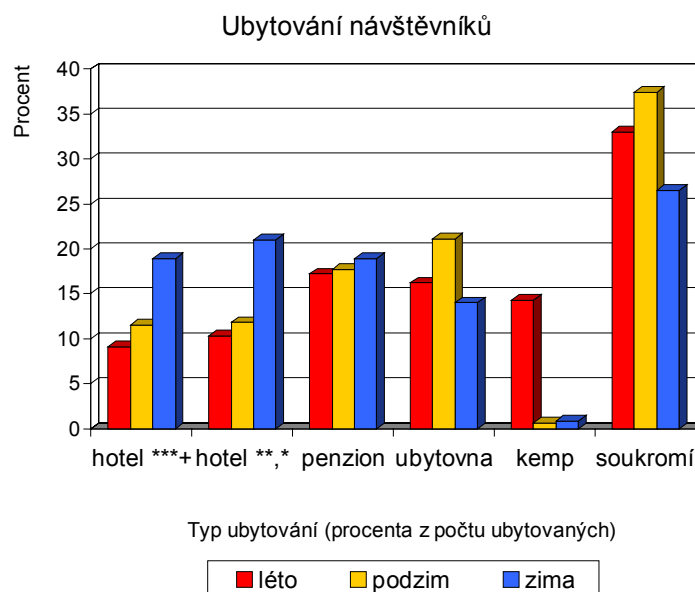
- Návštěvníci Moravskoslezského kraje preferují personální zdroje informací před nepersonálními. O vlastní zkušenost se opírá více než polovina návštěvníků, z ústních informací od příbuzných či známých vychází třetina návštěvníků.
- Z nepersonálních zdrojů informací pro návštěvníky kraje roste význam internetu.
- Informační centra jsou zdrojem informovanosti minimálně pro každého desátého zahraničního hosta a ubytovaného turistu.
- Jednodenní návštěvníci z bližšího okolí si převážně vystačí s vlastní zkušeností.

2.5 Využití služeb

Z návštěvníků, kteří jsou při svém pobytu v kraji **ubytovaní** (dlouhodobě přibližně polovina – viz délka pobytu), každý třetí bydlí u příbuzných nebo známých. Ostatní rovnoměrně využívají různé další možnosti náročnějšího i méně náročného ubytování. Každý osmý je ubytován v alespoň tříhvězdičkovém hotelu, ostatní upřednostňují méně náročná ubytování v penzionech, chatách a v letním období v kempech. Od r. 2001 nedošlo k významnějšímu posunu (o něco vyšší podíl hotelového ubytování není statisticky signifikantní).

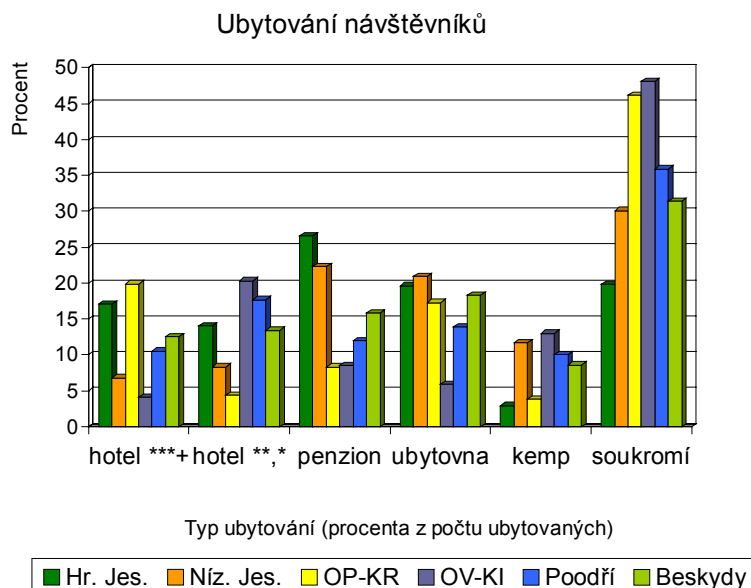


Sezónní rozdíly se projevují ve zhruba dvojnásobně vyšším podílu hotelového ubytování v zimě oproti létu. V zimě je rovněž nižší podíl ubytování u příbuzných či známých (čtvrtina oproti třetině)

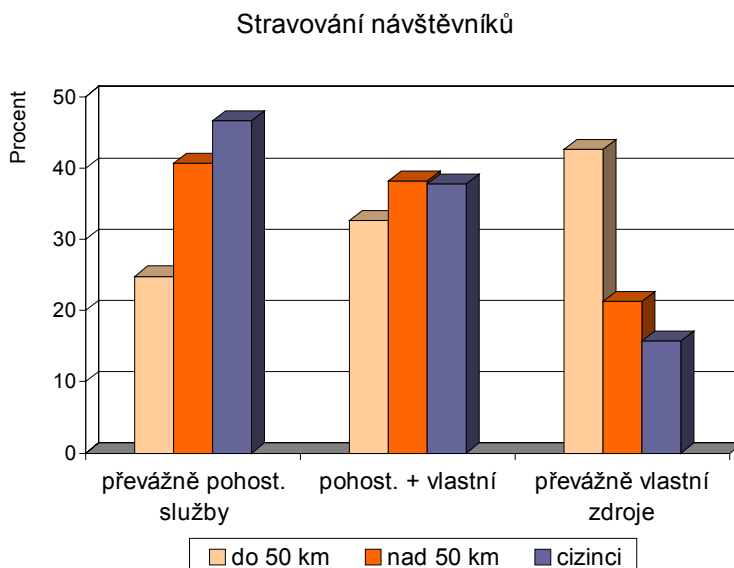


Cizinci jsou významně více ubytovaní ve tří a více hvězdičkových hotelech (každý pátý). Segment mladších návštěvníků do 29 let významně méně využívá možností kvalitnějšího hotelového ubytování a daleko více než ostatní využívá kempy. Starší návštěvníky nad 50 let charakterizuje významně častější ubytování v méně náročných hotelových zařízeních, které představuje větší podíl než ubytování v penzionech.

Ve struktuře ubytování se od celkového průměru nejvíce liší oblasti Hrubého Jeseníku, Opavsko-Krnovska a Ostravsko-Karvinska. Ve Hrubém Jeseníku je významně nad průměrem ubytování v alespoň tříhvězdičkových hotelech na úkor ubytování u příbuzných nebo známých. Nejčastější ale zůstává v Hrubém Jeseníku ubytování v penzionech. Opavsko-Krnovsko a Ostravsko-Karvinsko je charakteristické vysokým podílem ubytování u příbuzných či známých (blíží se polovině). Na Ostravsko-Karvinsku k tomu přistupuje významně nižší podíl ubytování v penzionech a ubytovnách.

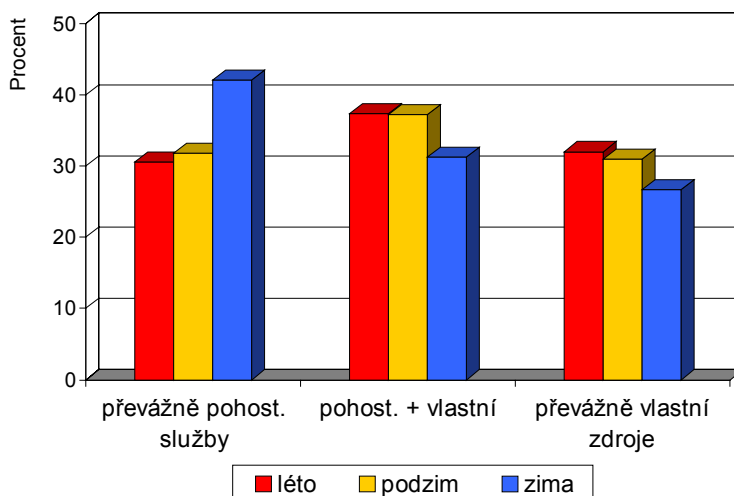


Stravovací zvyklosti člení návštěvníky kraje na tři zhruba stejně velké skupiny: stravující se převážně v pohostinských zařízeních, kombinovaně v restauracích a z vlastních zdrojů a převážně z vlastních zdrojů. Využívání stravovacích služeb je výrazně funkcí příjezdové vzdálenosti a délky pobytu v regionu. Čím kratší je příjezdová vzdálenost a délka pobytu, tím více je zabezpečováno stravování z vlastních zdrojů. Např. jednodenní návštěvníci s příjezdovou vzdáleností do 50 km se stravují v restauračních zařízeních přibližně ze čtvrtiny, turisté a návštěvníci z větší vzdálenosti již ze 40 %. Z vlastních zdrojů se stravuje jen každý pátý turista s příjezdovou vzdáleností nad 50 km, u jednodenních návštěvníků z menší vzdálenosti je to dvojnásobek.



Zahraniční hosté se stravují v pohostinských zařízeních téměř z poloviny. V zimní sezóně je stravování návštěvníků v restauracích častější než v letní sezóně (v zimě přes 40 %, v létě 30 %). Způsob stravování koreluje i s věkem – mladší do 29 let se významně častěji stravují z vlastních zdrojů (třetina) na úkor restauračního stravování (čtvrtina), starší návštěvníci nad 50 let významně více využívají služeb pohostinských zařízení (v restauracích se stravuje téměř polovina z nich). Z hlediska turistických oblastí kraje nejsou rozdíly příliš velké, statisticky významné je pouze častější stravování v restauracích u návštěvníků Hrubého Jeseníku (přes 40 %) a častější stravování z vlastních zdrojů u návštěvníků Ostravska-Karvinska (více než třetina). Oproti r. 2001 se stravovací zvyklosti nezměnily.

Stravování návštěvníků



Využití placených **služeb cestovní kanceláře nebo agentury** k zajištění pobytu je málo časté. Celý pobyt nebo zájezd si kupuje jen okolo 5 % návštěvníků. O něco více si kupují pobyt zahraniční hosté a lidé nad 50 let (ani u nich to ale nepřesahuje 10 %). Jen nevýznamně častěji nakupují návštěvníci dílčí služby (okolo 7 %), nejvíce v oblasti Hrubého Jeseníku (přes 10 %). Celkově 90 % návštěvníků placené služby cestovních kanceláří a agentur nevyužívá.

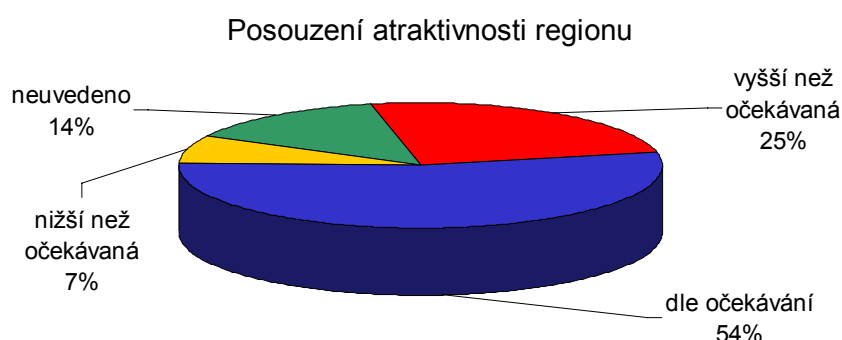
- Třetina návštěvníků kraje, kteří tráví v regionu více než jeden den, využívá možnost ubytovat se u příbuzných nebo známých, tedy bez využití služeb ubytovacích zařízení.
- V zimě je hotelové ubytování častější, v létě je více využíváno méně náročné ubytování.
- Necelá třetina návštěvníků se obejde bez stravování v restauračních zařízeních.
- Plných 90 % návštěvníků si organizuje svůj pobyt v regionu pouze vlastními silami, bez využití služeb cestovních kanceláří a agentur.

3 Hodnocení regionu návštěvníky

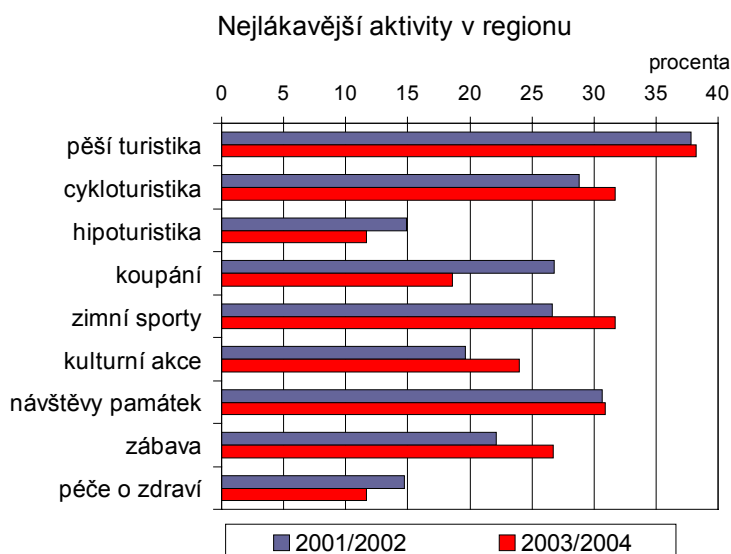
3.1 Atraktivnost regionu pro návštěvníky

Celkovou **atraktivnost** navštíveného regionu z pohledu cestovního ruchu posuzují návštěvníci zhruba stejně jako před dvěma roky. Více než u poloviny (54 %) splňuje jejich očekávání. Podíl návštěvníků uvádějících, že region jejich očekávání předčil, klesl z 27 % na 24 %, přičemž podíl těch, pro které region nesplnil jejich očekávání, se také snížil, a to z 9 % na 6 %.

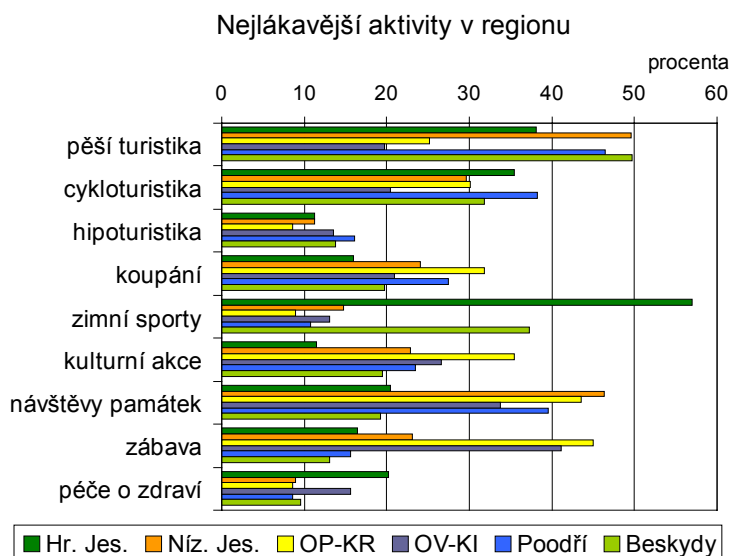
Region je návštěvníky pokládán za atraktivnější v létě než v mimosezónních obdobích. Celkově o něco lépe se k regionu vyjadřovali návštěvníci Opavsko-Krnovska a Beskyd, hůře návštěvníci Ostravsko-Karvinska. Ostatní rozdíly mezi turistickými oblastmi nejsou statisticky významné. Z dalších závislostí lze konstatovat, že region je atraktivnější pro návštěvníky s delším pobytem (turisty) než pro jednodenní návštěvníky, podobně i pro návštěvníky s delší příjezdovou vzdáleností než s kratší příjezdovou vzdáleností. Tento ukazatel nekoreluje s věkem.



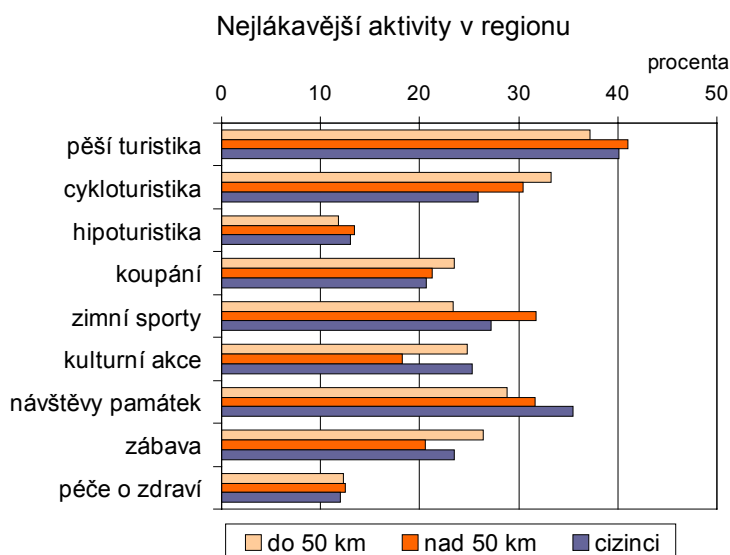
To, čím Moravskoslezský kraj návštěvníky přitahuje, odpovídá nejčastějším důvodům jejich příjezdu, kterými jsou odpočinek, sport a poznání. **Nejlákavějšími aktivitami** pro návštěvníky kraje jsou pěší turistika (pro cca 40 %), cykloturistika (pro cca 30 %) a návštěvy zajímavých míst (pro cca 30 %). Na dalších místech jsou zimní a letní sporty, společenský život a zábava a účast na kulturních akcích (vždy pro více než pětinu návštěvníků). Struktura a pořadí těchto aktivit se za poslední dva roky významně nezměnily. Pouze mírně (o 3 – 5 %) se zvýšil zájem o cykloturistiku, zimní sporty, účast na kulturních akcích a zábavu.



Rozdílné jsou pro návštěvníky nejlákavější aktivity podle oblastí. Hrubý Jeseník je pro více než polovinu návštěvníků spojen se zimními sporty, přičemž do pozadí ustupují poznávací turistika a účast na kulturních akcích. Je to také region v povědomí návštěvníků spjatý s péčí o zdraví. Druhá horská oblast Beskydy je pro polovinu návštěvníků spojena s pěší turistikou, následují zimní sporty a cykloturistika. I zde je díky tomu poněkud potlačen zájem o poznávací turistiku (jedna z nejlákavějších aktivit jen pro každého pátého návštěvníka). Ve střední části kraje na Opavsko-Krnovsku a Ostravsko-Karvinsku nejvíce návštěvníky láká společenský život a zábava (uvádí přes 40 % návštěvníků), na druhém místě pak návštěvy zajímavých míst. Opavsko-Krnovsko nejvíce ze všech oblastí přitahuje možnostmi koupání a kulturních akcí. V Nížkém Jeseníku a Poodří dominuje zájem o pěší a poznávací turistiku, v Poodří k tomu přistupuje ještě cykloturistika.

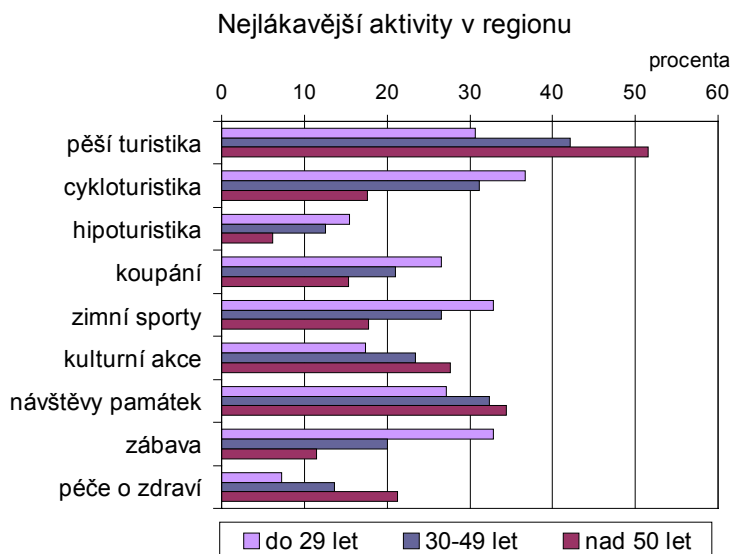


Jednodenní návštěvníci z bližšího okolí se od vícedenních návštěvníků (turistů) z větší vzdálenosti liší spíše intenzitou zájmu o jednotlivé aktivity než jejich strukturou. To v zásadě platí i pro zahraniční návštěvníky, kteří se od tuzemců z hlediska struktury zájmů v daném regionu příliš neliší.

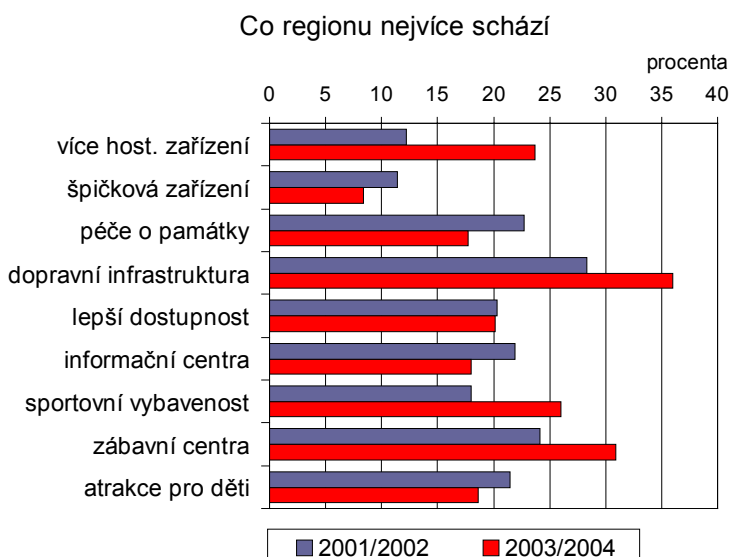


Větší rozdíly jsou samozřejmě v závislosti na věku. Mladší návštěvníci do 29 let kladou oproti starším na jedno z předních míst zábavu a více jsou orientovaní na aktivní sport. Mírně ustupuje do pozadí poznávací i pěší turistika a účast na kulturních akcích. U starších návštěvníků nad 50 let figuruje na předním místě pěší turistika, která je nejlákavější aktivitou pro více než polovinu z nich. Významně

více jsou také zaměřeni na péči o své zdraví. Korelace s věkem je u všech sledovaných faktorů lineární. S rostoucím věkem roste zájem o pěší turistiku, kulturu, poznání a péči o zdraví, naopak klesá zájem o sport a zábavu.



Související otázka je zaměřená na zjištění toho, co brání lepšímu využití turistického potenciálu. Návštěvníci kraje pokládají za největší problém dopravní infrastrukturu, která by měla být kvalitnější podle vyjádření každého třetího. Přibližně každý čtvrtý návštěvník dále uvádí, že **regionu nejvíce scházejí** společenská a zábavní centra spolu s vybaveností pro sportovní vyžití. Podle každého pátého návštěvníka by měla být věnována větší péče památkám, dostupnosti hromadnou dopravou, poskytování informací a atrakcím pro děti. Od r. 2001 se míra výhrad k těmto faktorům většinou nesnížila. Naopak vzrostl podíl těch, kteří poukazují na potřebu rozšířit síť hostinských zařízení, zkvalitnit dopravní infrastrukturu, zlepšit vybavenost pro sport a zábavu. Z tohoto pohledu se spokojenost návštěvníků nezvyšuje.

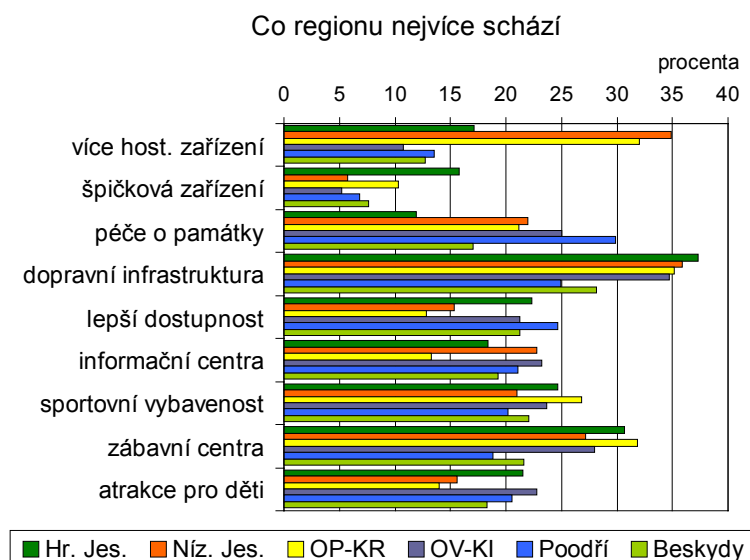


Nedostatky jsou pocíťovány zhruba stejně po celý rok, kromě faktorů vážících se k sezóně. V létě je méně pocíťován nedostatek společenských a zábavních center, protože návštěvníci mohou realizovat širší škálu jiných aktivit, v zimě více scházejí špičková zařízení a služby pro náročné, protože zimní klientela více využívá hotelová zařízení apod.

Rozdíly podle turistických oblastí kraje jsou větší. Všude je na prvním místě uváděna nedostatečná dopravní infrastruktura (vždy více než třetina návštěvníků uvádí požadavek na zkvalitnění, pouze návštěvníkům přijíždějícím vlakem vadí dopravní infrastruktura méně), ale ostatní sledované faktory jsou vnímány v jednotlivých oblastech různě:

- *Hrubý Jeseník* – hodně návštěvníkům chybí společenská a zábavní centra (30 %), více než jinde také zařízení a služby pro náročné (15 %), méně naopak větší péče o památky;
- *Nízký Jeseník* – stejně jako kvalitnější dopravní infrastruktura návštěvníkům chybí rozsáhlejší síť hostinských zařízení, méně pak dostupnost hromadnou dopravou;
- *Opavsko-Krnovsko* – více než jinde návštěvníci postrádají rozsáhlejší síť hostinských zařízení, společenská a zábavní centra a vybavenost pro sport, méně jim chybí lepší dostupnost hromadnou dopravou a síť míst poskytujících informace;
- *Ostravsko-Karvinsko* – na druhém místě po dopravní infrastruktuře nejvíce schází společenská a zábavní centra, méně než jinde je pocíťován nedostatek ubytovacích a stravovacích zařízení;
- *Poodří* – nejvíce návštěvníkům schází větší péče o památky a turistické atraktivity (kvalitnější dopravní infrastruktura schází v Poodří jen čtvrtině návštěvníků, což je nejméně ze všech oblastí), hodně návštěvníci také poukazují na nedostatečnou dostupnost hromadnou dopravou, méně než jinde jim schází společenská a zábavní centra (oblast kraje zaměřená na pěší a poznávací turistiku s více jednodenními návštěvníky);
- *Beskydy-Valašsko* – oblast, kde jsou uváděny nedostatky v menší míře než jinde.

Opět se ukázal rozdílný ráz Hrubého Jeseníku a Beskyd. Nejpodobnější jsou si z hlediska vnímání nedostatků Poodří a Beskydy.



Rozdíly podle příjezdové vzdálenosti se projevují nejvíce u nedostatků pocíťovaných v dostupnosti hromadnou dopravou a vybavenosti pro sport (vadí více návštěvníkům z bližšího okolí do 50 km). Mezi jednodenními návštěvníky a turisty významné rozdíly nejsou, vyjma dvojnásobného podílu turistů, kterým chybí špičková zařízení služeb (oproti jednodenním návštěvníkům). Rozdíly podle věku nejsou významné, vyjma zřejmých závislostí, jako je nižší podíl návštěvníků nad 50 let věku uvádějících nedostatečnou vybavenost regionu sportovními zařízeními a zábavními centry.

- **Obecně nepřitažlivější je pro návštěvníky kraje pěší turistika (pro 40 %). Následuje poznávací turistika a cykloturistika (pro 30 %)**
- **Oblast Hrubého Jeseníku výjimečně láká svými možnostmi pro zimní sporty. Na Ostravsko-Karvinsku a Opavsko-Krnovsku očekává hodně návštěvníků příležitosti pro zábavu a společenské vyžití.**
- **Jako největší problém regionu je návštěvníky vnímána nízká kvalita dopravní infrastruktury. Značné části návštěvníků chybí vybavenost pro sport a zábavu. Ve vnímání těchto tří hlavních nedostatků nedochází ke zlepšení.**

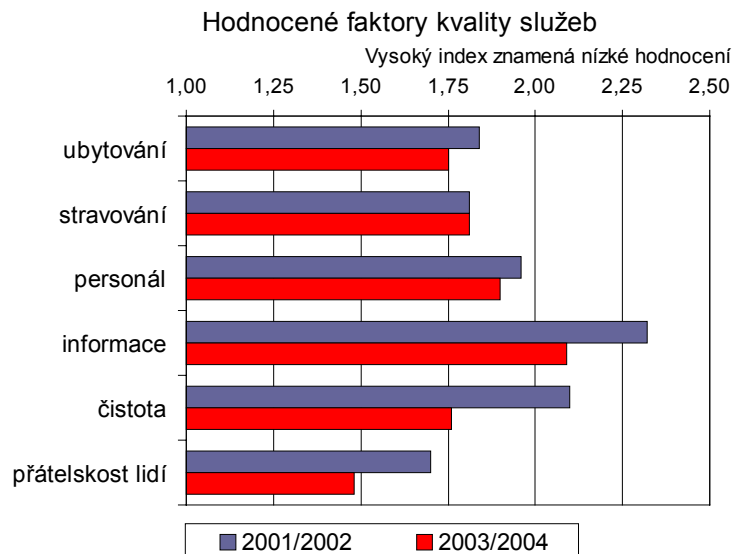
3.2 Hodnocení služeb a turistické infrastruktury

Služby poskytované návštěvníkům a turistická infrastruktura byly respondenty hodnoceny v několika předem daných oblastech, kde měli možnost vyjádření na čtyřstupňové škále. Hodnocení je vyjádřeno indexem, jehož hodnota je dána váženým průměrem z platných odpovědí (bez respondentů, kteří se nedokázali vyjádřit, resp. nemohli se vyjádřit, např. ke kvalitě ubytovacích služeb, pokud ubytování nebyli) a je tím vyšší, čím je hodnocení horší. Hodnota indexu nad 2,50 znamená převahu záporného hodnocení. Kritickou hodnotu 2,50 v souboru za podzim 2003 nepřekročil žádný index hodnocení. Za horší lze ale považovat již hodnocení přesahující hodnotu indexu 2,00. Okolo hodnoty 1,50 se pohybují příznivá hodnocení.

Celkové **hodnocení kvality služeb** poskytovaných návštěvníkům regionu ukázalo, že nejkritičtější faktorem je poskytování informací o regionu s indexem 2,22. Hodnocení tohoto faktoru je horší v sezónním období (léto i zima), kdy návštěvníci potřebují informace ve větší míře. Nejhorší je dostupnost informací hodnocena návštěvníky Nízkého Jeseníku a Ostravsko-Karvinska, nejlépe návštěvníky Hrubého Jeseníku (kde je ale největší tendence spoléhat se na vlastní poznání a zkušenosti). Hůře hodnotí informovanost zahraniční návštěvníci a mladí do 29 let.

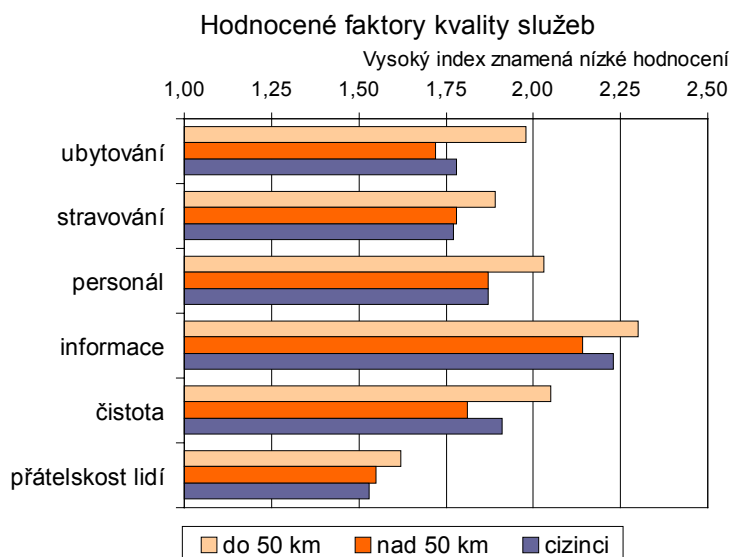
Ostatní sledované faktory jsou hodnoceny relativně dobře, index hodnocení u žádného nepřesahuje hodnotu 2,00. Hůře hodnoceným faktorem je péče o čistotu a pořádek v oblasti Ostravsko-Karvinska.

Tradičně nejlepší hodnocení získal faktor přátelství místních obyvatel k návštěvníkům, kde nejvyšší známku hodnocení „velmi dobře“ uplatnila více než polovina respondentů. Druhým nejlépe hodnoceným faktorem jsou ubytovací služby. Ve všech sledovaných faktorech bylo hodnocení lepší než před dvěma lety (u stravování stejné). Nejvíce se zlepšilo hodnocení čistoty a pořádku (z indexu 2,10 na index 1,76). Posun v hodnocení vybraných faktorů ukazuje graf:

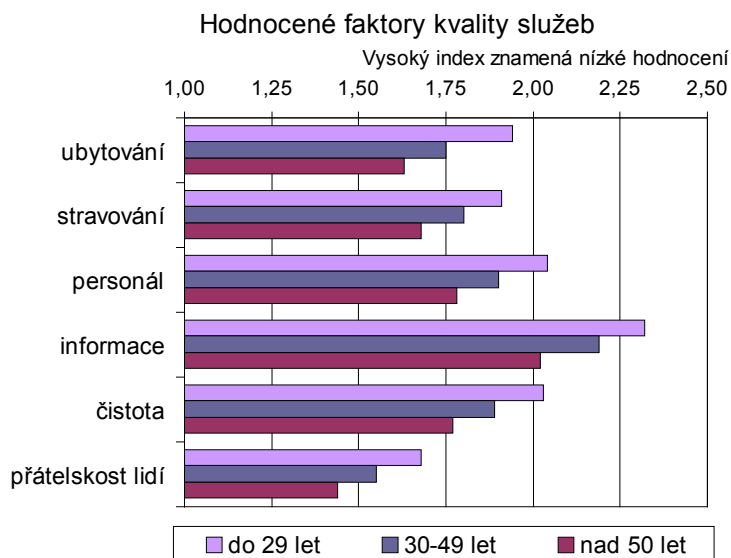


V průměru nejlépe jsou poskytované služby hodnoceny v Hrubém Jeseníku. Ubytovací služby jsou návštěvníky dobře hodnoceny ještě v Beskydech a stravovací služby v Poodří. Zdaleka nejlépe je v Hrubém Jeseníku hodnocena úroveň pracovníků ve službách cestovního ruchu (tento faktor je nejhorší hodnocen v oblasti Ostravsko-Karvinska). Ještě lépe než v Hrubém Jeseníku je hodnocena péče o čistotu a pořádek v oblasti Opavsko-Krnovska (s indexem 1,64 vysoce nadprůměrně). Přátelství místního obyvatelstva k návštěvníkům byla nejhorší hodnocena na Ostravsko-Karvinsku.

Při hodnocení kvality poskytovaných služeb byla vysledována tendence, že návštěvníci z bližšího okolí hodnotí všechny sledované faktory hůře než návštěvníci z větší dálky. Totéž platí o jednodenních návštěvnících v porovnání s ubytovanými turisty (skupiny jednodenních návštěvníků a návštěvníků s kratší příjezdovou vzdáleností se hodně prolínají). Méně kritičtí než oni byli i cizinci.



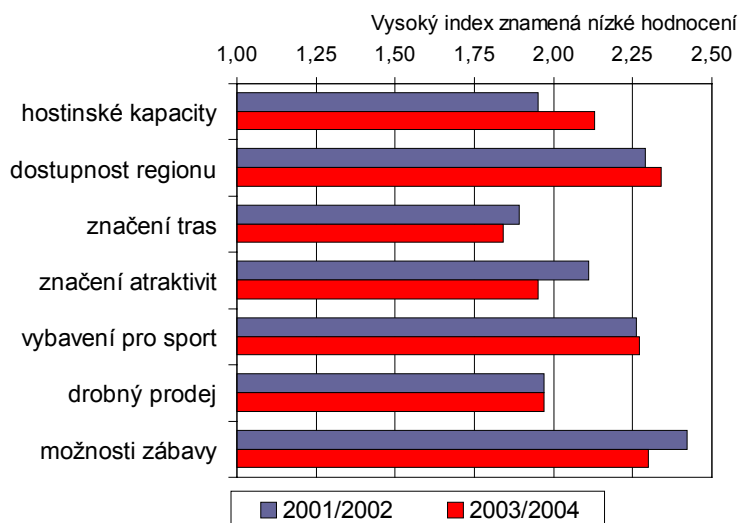
Obecně jsou rovněž kritičtější mladší návštěvníci oproti starším. Návštěvníci z věkové kategorie do 29 let hodnotili méně příznivě všechny sledované faktory, opačně návštěvníci nad 50 let hodnotili všechny sledované faktory podstatně lépe. Jednoznačná korelace s věkem je patrná z grafu:



Horší než u poskytovaných služeb je **hodnocení infrastruktury a vybavenosti regionu**, opět podle předem daných faktorů týkajících se rozsahu hostinských kapacit, dostupnosti, značení, drobného prodeje, infrastruktury pro sport a zábavu. Z jiného pohledu se potvrzují nedostatky pociťované návštěvníky regionu týkající se zejm. dopravní dostupnosti, vybavení pro sport a příležitosti pro zábavu.

Nejhorší hodnocení mají faktory příležitosti pro zábavu (index 2,35), dopravní dostupnost regionu (index 2,33) a vybavení regionu pro sportovní aktivity (index 2,31). U faktoru příležitosti pro zábavu byla dokonce v zimním období zaznamenána převaha negativních vyjádření nad pozitivními. Dopravní dostupnost byla také v zimě hodnocena hůře než v létě, vybavenost pro sport je však v zimě vnímána lépe než v ostatních obdobích roku. Z dalších faktorů byly hodnoceny indexem přesahujícím hodnotu 2,00 rozsah stravovacích a ubytovacích kapacit spolu s místním značením turistických atrakтивit. Z těchto faktorů došlo od r. 2001 ke zlepšení pouze u hodnocení příležitosti pro zábavu a značení turistických atrakтивit, u ostatních se hodnocení zhoršilo.

Hodnocené faktory vybavenosti regionu



Infrastruktura a vybavenost regionu jsou vnímány rozličně v různých oblastech kraje podle jejich postavení na trhu cestovního ruchu.

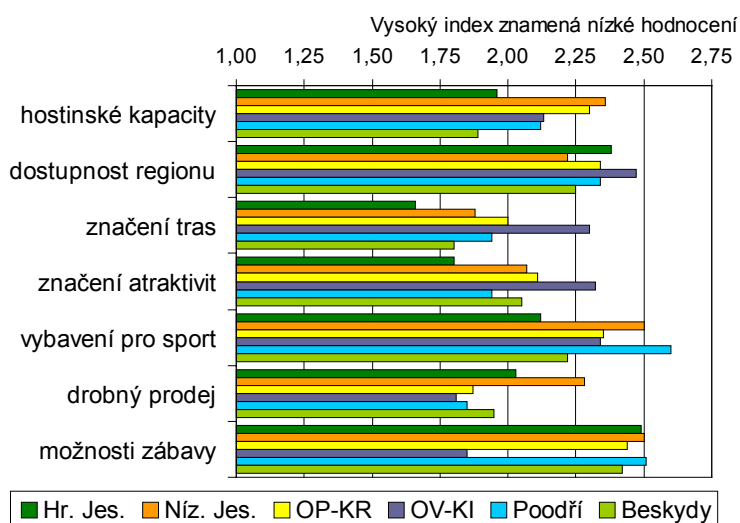
- Relativně nejhorší je hodnocení oblasti *Nízkého Jeseníku*, kde jsou kromě značení turistických tras všechny faktory hodnoceny indexem převyšujícím 2,00. Velmi špatně (nejhůře ze všech turistických oblastí) jsou hodnoceny faktory vybavení regionu pro sportovní aktivity a příležitosti pro zábavu, kde index hodnocení dosáhl hodnoty 2,50.
- Druhou nejhůře hodnocenou oblastí je *Opavsko-Krnovsko*, zejm. pokud jde o příležitosti pro zábavu. Podprůměrně jsou zde hodnoceny i faktory rozsah stravovacích a ubytovacích kapacit a turistické značení.
- V pásmu průměru je hodnocení sledovaných faktorů v oblastech *Ostravsko-Karvinska* a *Poodří*. Na Ostravsko-Karvinsku jsou nejlépe ze všech oblastí hodnoceny příležitosti pro zábavu, nejhůře pak dopravní dostupnost a turistické značení. V Poodří je nejhorší ze všech hodnocení vybavenosti regionu pro sport a zábavu (s převahou negativních vyjádření). Lépe je hodnoceno značení turistických atraktivit.
- Relativně nejpriznivější hodnocení infrastruktury a vybavenosti mají oblasti *Hrubého Jeseníku* a *Beskyd*. V obou těchto oblastech jsou nejhůře hodnoceny příležitosti pro zábavu a dopravní dostupnost regionu. V Hrubém Jeseníku je příznivě posuzováno značení turistických a lyžařských tras a místní značení turistických atraktivit. V Beskydech je nejlépe v celém kraji hodnocen rozsah stravovacích a ubytovacích kapacit.

Každá turistická oblast kraje má z hlediska vnímání a hodnocení vybavenosti pro cestovní ruch svá specifika, žádné dvě si nejsou podobné. Pořadí v hodnocení jsou stanoveny jen orientačně podle celkových průměrů za všechny sledované faktory.

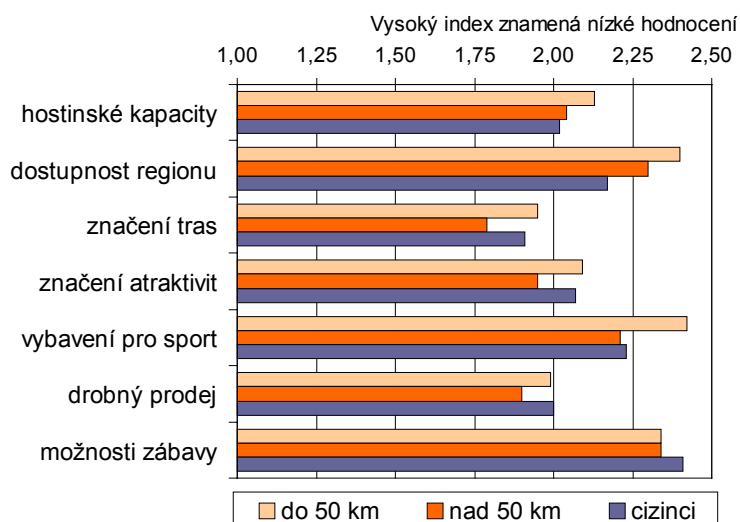
Obdobně jako při hodnocení služeb jsou kritičtější ve svých soudech jednodenní návštěvníci oproti turistům s alespoň jedním noclehem (kromě hodnocení dopravní dostupnosti). Vždy jsou také kritičtější návštěvníci z bližšího okolí s kratší příjezdovou vzdáleností do 50 km než návštěvníci z větší dálky (kromě stejně nepříznivého hodnocení možností zábavy). Zahraniční návštěvníci jsou zdaleka nejkritičtější v hodnocení příležitostí pro zábavu, lépe ale hodnotí dopravní dostupnost regionu.

I toto hodnocení koreluje s věkem – mladší návštěvníci jsou kritičtější než starší při hodnocení všech faktorů. Pořadí lépe a hůře hodnocených faktorů ale není stejné. Návštěvníci ve věku nad 50 let kupř. hodnotí nejhůře faktor dopravní dostupnosti, který je u ostatních věkových kategorií na druhém až třetím místě. Lepší hodnocení může vyplývat z toho, že se jich dané faktory vybavenosti méně týkají (zábava, vybavení pro sport).

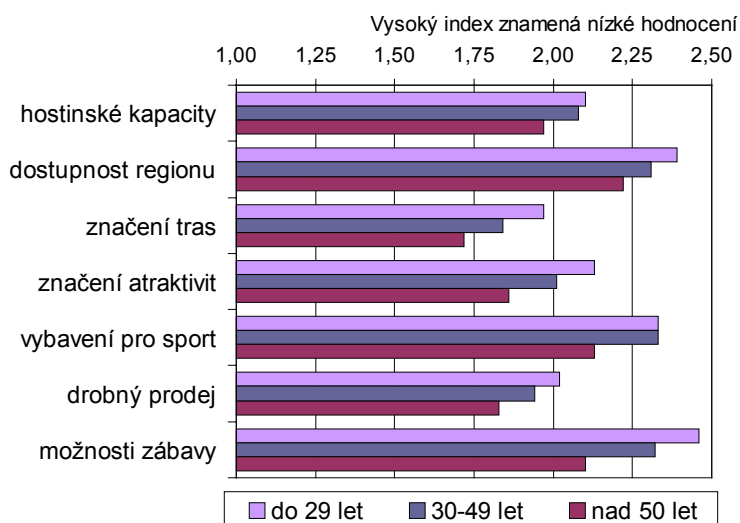
Hodnocené faktory vybavenosti regionu



Hodnocené faktory vybavenosti regionu



Hodnocené faktory vybavenosti regionu

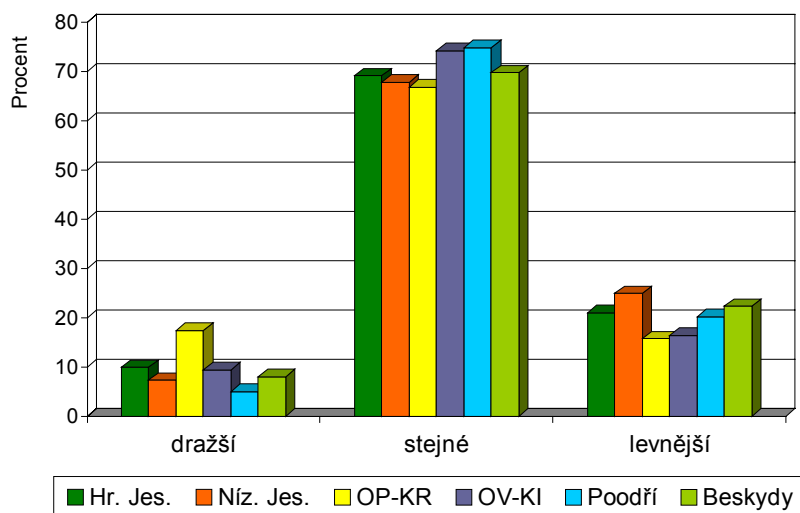


Cenová úroveň služeb v regionu (cenová image) se vyznačuje mírnou tendencí pokládat jej za o něco levnější než jinde v České republice. Za celou dobu monitoringu byl zaznamenán 20 % podíl těch návštěvníků, kteří pokládají region za levnější než jinde a 10 % podíl těch, kteří jej pokládají za dražší (tedy 70 % jej pokládá za stejně drahý jako jinde v ČR). Od r. 2001 došlo k poklesu těch, pro které je region levnější, ze čtvrtiny na šestinu, pro tři čtvrtiny návštěvníků se od ostatních neliší. Oproti celkovému průměru je pokládána za o něco dražší zimní sezóna.

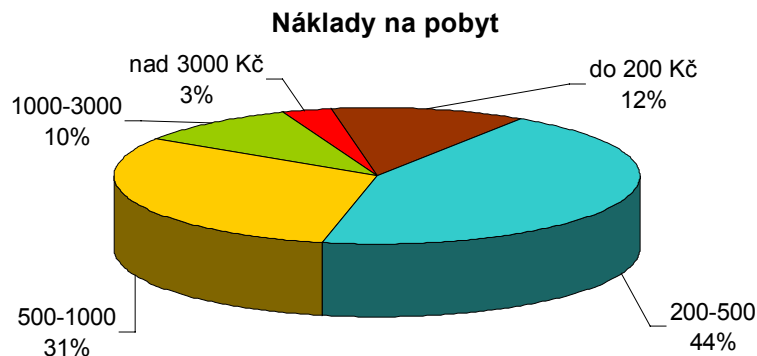
Nejpříznivější cenovou image má Nízký Jeseník, kde region pokládá za levnější než jinde čtvrtina návštěvníků (a za dražší jen 7 %). Nejdražší je v očích návštěvníků oblast Opavsko-Krnovska, která je pokládána za dražší než jinde nejvyšším podílem návštěvníků (17 %) a za levnější naopak nejnižším podílem návštěvníků (16 %). Opavsko-Krnovsko je pokládáno za dražší než Ostravsko-Karvinsko.

Zahraniční hosté pokládají navštívený region za levnější ve větší míře než tuzemci, levnější je pro třetinu z nich (a dražší jen pro 5 %). Příjezdová vzdálenost, délka pobytu a věk nesehrávají v posuzování cenové úrovně služeb významnější roli.

Cenová úroveň služeb



V anketě určené hostům ubytovacích zařízení byly v r. 2003/2004 sledovány na souboru 2 665 respondentů (558 z nich byli cizinci) také náklady na pobyt. Respondenti byli požádáni, aby uvedli veškeré **náklady pobytu** na osobu a den, tj. včetně dopravy, ubytování, zábavy, nákupů apod. Výsledky tohoto vyhodnocení uvádíme jen pro hrubou orientaci. Rozložení bylo následující:



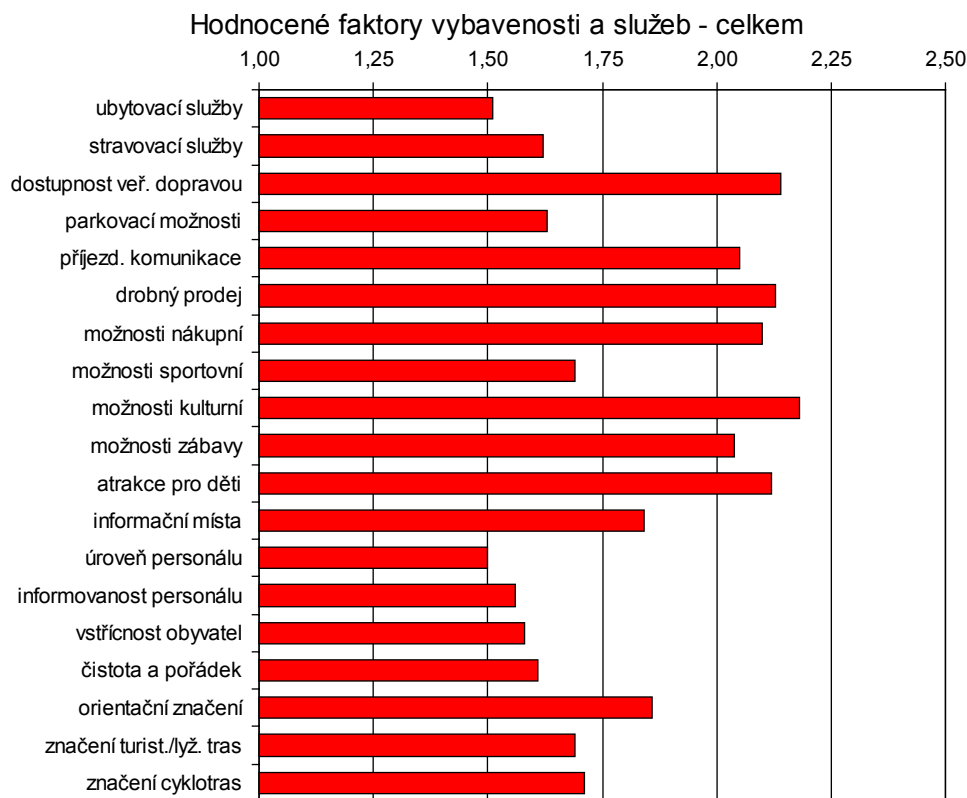
Nejvíce respondentů (44 %) se zařadilo do kategorie nákladů v rozmezí 200 – 500 Kč, druhá nejsilněji zastoupená skupina do kategorie 500 – 1000 Kč. S minimální útratou do 200 Kč byl jen každý desátý respondent, více než 1 tis. Kč uvedlo 13 % respondentů (více než 3 tis. jen 3 %). Lze usoudit, že více než polovina hostů ubytovacích zařízení utratí v regionu méně než 500 Kč na osobu a den. U všech návštěvníků včetně jednodenních bude tento podíl patrně ještě vyšší.

Významně více uváděli nízké náklady do 500 Kč hosté z ubytovacích zařízení v Nízkém Jeseníku (téměř 70 %). Přitom je oblast Nízkého Jeseníku pokládána za nejlevnější. Nižší náklady než 500 Kč uvádělo okolo 60 % respondentů také v oblastech Opavska a Poodří. V těchto třech oblastech nepřesahoval podíl respondentů s náklady nad 1 tis. Kč hranici 10 %.

Nejvyšší náklady na pobyt uváděli respondenti z Ostravsko-Karvinska (cca 60 % nad 500 Kč, resp. cca 30 % nad 1000 Kč). V Beskydech uvedla téměř polovina návštěvníků, že jejich náklady na pobyt přesáhly 500 Kč na den. V Beskydech bylo také významně méně těch, kteří uvedli náklady nižší než 200 Kč (6 %).

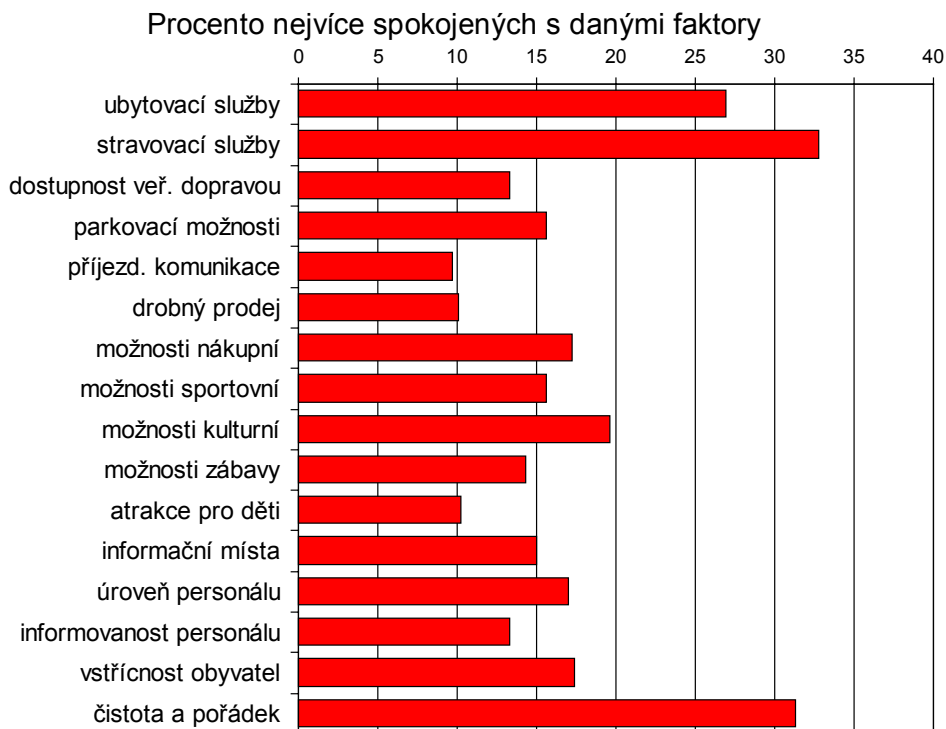
Významně vyšší náklady uváděli zahraniční hosté ubytovacích zařízení (cca 20 % nad 1 tis. Kč/den).

Pro dokreslení výsledků monitoringu uvádíme ještě **hodnocení regionu hosty ubytovacích zařízení** z provedeného anketního šetření. Použité faktory hodnocení vybavenosti regionu a služeb měly odlišnou strukturu, nicméně některé byly společné. Celkové vyhodnocení ukazuje následující graf:

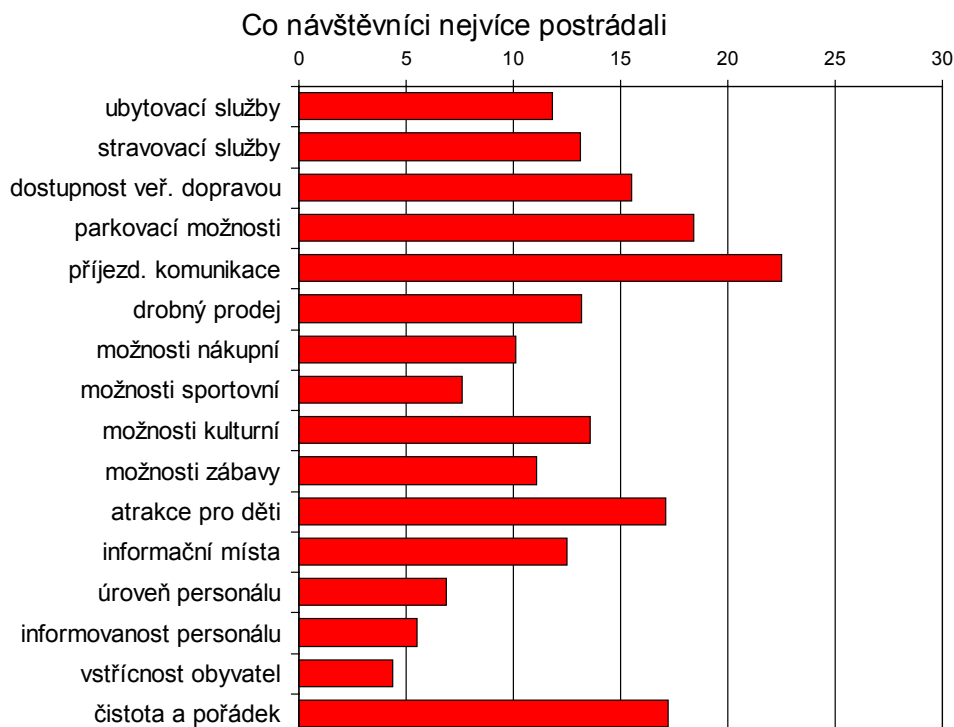


Stejně jako u monitoringu bylo nejhorší hodnocení dopravní dostupnosti. Řada faktorů však byla hodnocena lépe- příležitosti pro zábavu, možnosti sportovního využití, turistické značení, čistota a pořádek, informační místa, personál, ubytovací i stravovací služby. Hůře byl hodnoceny jen možnosti drobného prodeje a vybavení atrakcemi pro děti. Navíc byly relativně špatně hodnoceny možnosti kulturního využití, které monitoring nesledoval. Podrobnější srovnání je z důvodu nekompatibility obou souborů obtížné.

Z ankety pro návštěvníky turistických atraktivit (soubor 4 538 respondentů) lze vyhodnotit, s čím byli respondenti **nejvíce spokojeni** ve srovnání s obdobnými faktory hodnocenými při monitoringu návštěvníků. Procento nejvíce spokojených s danými faktory znázorňuje tento graf:



Stejně jako u monitoringu byla největší spokojenost vyjádřena se stravovacími a ubytovacími službami, ještě lépe byla hodnocena čistota a pořádek. Nejméně často byla vyjádřena spokojenost s příjezdovými komunikacemi, což odpovídá nejhoršímu hodnocení dopravní dostupnosti regionu zjištěnému z monitoringu návštěvníků.

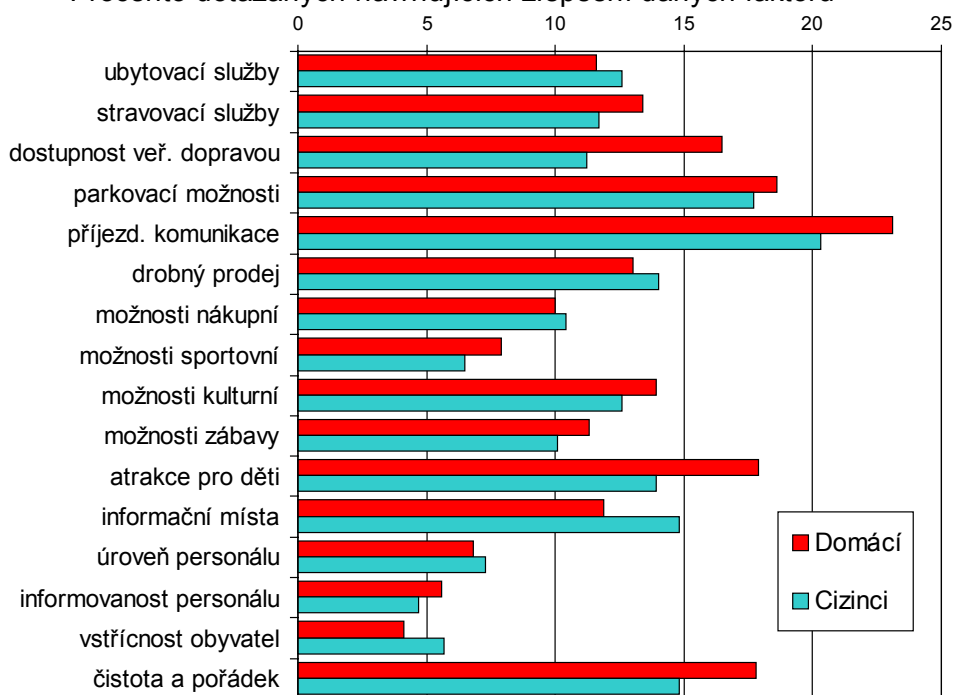


Shodně s výsledky monitoringu jsou v očích návštěvníků největším problémem příjezdové komunikace. S dopravou souvisí také chybějící parkovací možnosti uvedené na druhém místě (v monitoringu nesledované). Ukázalo se, že ačkoliv byla téměř třetina respondentů s čistotou a pořádkem spokojených, dalších více než 15 % bylo kritičtějších a tento faktor označili jako nedostatek regionu. Lepší

dostupnost hromadnou dopravou postrádalo přes 15 % respondentů, v monitoringu to bylo 20 %. U nedostatku atrakcí pro děti byly oba soubory ještě podobnější (17 % v anketě, 19 % v monitoringu). Velký rozdíl mezi oběma soubory byl ale u vybavenosti regionu pro sport (v anketě jen 8 %, v monitoringu plných 23 %, což je zřejmě dáno jiným účelem návštěvy). Výsledky ankety v zásadě potvrzují, které faktory cestovního ruchu jsou pro návštěvníky regionu citlivé a se kterými jsou návštěvníci relativně spokojeni.

Pro zajímavost ještě uvádíme, jak se liší procento dotázaných navrhuje zlepšení daných faktorů v segmentu tuzemských návštěvníků oproti zahraničním návštěvníkům, kterých bylo v souboru 930.

Procento dotázaných navrhuje zlepšení daných faktorů



Ukazuje se, že cizinci v daném souboru byli citlivější na nedostatečnost informací o regionu, úroveň personálu, ubytovací služby či nákupní možnosti, tolerantnější jsou naopak k čistotě a pořádku, dopravě či možnostem sportovního a kulturního vyžití. Vzhledem ke způsobu sběru dat je tyto závěry nutno chápat jen jako orientační.

- **Nejhůře hodnocenými faktory vybavenosti a služeb jsou: dopravní dostupnost, příležitosti pro zábavu, vybavenost pro sport a poskytování informací.**
- **Vybavenost a služby jsou nejlépe hodnoceny v Hrubém Jeseníku a Beskydech. Infrastruktura je nejhůře hodnocena v Nížkém Jeseníku.**
- **S rostoucím věkem návštěvníků kritičnost k vybavenosti a službám v cestovním ruchu klesá, starší je hodnotí lépe než mladší. Kritičtější jsou jednodenní návštěvníci s kratší příjezdovou vzdáleností.**
- **Výhoda relativně příznivé cenové image regionu se postupně ztrácí; zimní sezóna je pokládána za dražší než letní.**
- **Více než polovina ubytovaných hostů utratí v regionu méně než 500 Kč na osobu a den (orientační údaj).**
- **S ubytovacími a stravovacími službami jsou návštěvníci relativně spokojeni.**

4 Vybrané profily návštěvníků

Podle určitých třídících znaků jsou ze souboru vybrány specifické skupiny návštěvníků charakteristické svým zvláštním postavením oproti ostatním. Pro tyto skupiny návštěvníků jsou zpracovány profily ukazující jejich odlišnosti od „průměrného“ návštěvníka (uváděny jsou jen statisticky signifikantní odchylky, pokud některé ze sledovaných faktorů v profilu nefigurují, znamená to pro daný segment nevýznamné odchylky).

Vyčleněny jsou tyto segmenty návštěvníků:

- mladí do 29 let
- rodiny s dětmi
- tuzemští návštěvníci z jiných krajů
- zahraniční návštěvníci
- segmenty podle důvodu návštěvy
- letní návštěvníci
- návštěvníci zimních středisek
- segmenty dle turistických oblastí

Segment seniorů nad 60 let není popsán z důvodu nereprezentativnosti tohoto podsouboru.

Každý segment je popsán z hlediska velikosti, struktury a kvalitativních charakteristik. Pokud je uveden podíl v procentech, je nutno mít na paměti jeho zatížení statistickou chybou (viz str. 4 v metodologické části). Tuto chybu zahrnují vyjádření „každý třetí“, „asi třetina“ atd. Profily vycházejí z dat získaných monitoringem návštěvníků za celé sledované období.

4.1 Mladí návštěvníci do 29 let

Podsoubor 1 066 respondentů, tj. 30 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 3,0$ %. Vyřazení jsou mladí návštěvníci do 29 let, kteří přijeli s dětmi, aby homogenita tohoto segmentu nebyla narušena (profil rodin s dětmi je zpracován zvlášť).

- Méně často než ostatní přijíždějí z větší vzdálenosti. Z bližšího okolí do 50 km je jich polovina, tj. o 10 % více než starších návštěvníků. Z jiného než Moravskoslezského kraje je jich oproti ostatním o 10 % méně (zhruba třetina).
- Jedná se o segment charakteristický kratšími pobyty. V rozdělení na „návštěvníky“ a „turisty“ ale oproti ostatním jen velmi mírně převažují jednodenní návštěvníci (53 %, u starších z 52 % převažují turisté – rozdíl na nízké hladině významnosti). Významně nižší je u mladších návštěvníků zastoupení delších než týdenních pobytů (každý desátý, u starších každý pátý).
- Méně jezdí sami (každý pátý, ze starších každý třetí), významně častěji jsou se svými přáteli. Podstatně méně využívají k dopravě do regionu automobil (45 %), dvakrát častěji než starší ale jezdí vlakem (více než každý pátý). Je mezi nimi dle očekávání více cyklistů.
- Ve struktuře ubytování je příznačné výrazně nižší zastoupení hotelů, zejm. vyšší kategorie (třetinové oproti ostatním). Jedná se o převažující uživatele kempů. Méně se stravují v restauracích (27 %, ostatní 43 %).
- Ještě méně než ostatní využívají služeb cestovních kanceláří a agentur (jen každý dvacátý).
- Mírně častěji využívají jako informační zdroj o regionu internet (16 % oproti 11 %).
- Hlavním důvodem návštěvy pro mladé do 29 let je sport (30 %, u ostatních 20 %). Jako důvod téměř neuvádějí péči o zdraví. Více než ostatní je láká cykloturistika, koupání a zábava, méně pěší turistika a kulturní vyžití.
- Při posuzování regionu jim proto více než ostatním chybí zázemí pro sport a zábavu. Méně jim vadí horší dopravní infrastruktura. Zdaleka nejkritičtější při hodnocení regionu (a také výrazně kritičtější než ostatní) jsou k možnostem bavit se. Hůře hodnotí také ubytovací a stravovací služby, poskytování informací o regionu, personál ve službách, vstřícnost místních lidí i péče o čistotu a pořádek. Ani jednu oblast vybavenosti a služeb neposuzují lépe než ostatní.

- Mladí návštěvníci jsou k cestovnímu ruchu v Moravskoslezském kraji velmi kritičtí. Celkově hodnotí atraktivnost tohoto turistického regionu o něco hůře než ostatní.

4.2 Rodiny s dětmi

Podsoubor 1 055 respondentů, tj. 29 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 3,0$ %. Z důvodu homogenity této skupiny jsou do ní zařazeni jen respondenti ve věku 20 – 49 let (u starších lze důvodně předpokládat, že se s velkou pravděpodobností jedná o prarodiče). Ze dvou třetin patří do věkové kategorie 30 – 39 let.

- Rodiny s dětmi méně navštěvují oblast Hrubého Jeseníku. Jejich podíl je vyšší než u ostatních v Beskydech, Poodří a Nízkém Jeseníku. Příjezdová vzdálenost nehraje roli.
- Významně větší je jejich podíl mezi návštěvníky v letní sezóně. Více než ostatní pobývají v regionu týden (čtvrtina). Obdobně jako u ostatních je jejich pobyt v regionu z poloviny jednodenní.
- Daleko více přijíždějí automobilem (80 % oproti 55 %), a to na úkor vlakové a zejména autobusové dopravy.
- Silnějším důvodem návštěvy jsou pro ně odpočinek a poznání (60 % oproti 40 %). Častěji přijíždějí na návštěvu příbuzných či známých. U příbuzných nebo známých jsou také častěji ubytováni (podprůměrný je u rodin s dětmi ubytování v dražších hotelech).
- S péčí o děti souvisí to, že jsou daleko méně než ostatní zaměřeni na společenský život a zábavu. Méně proto postrádají zábavní centra. Hodně jim ale chybí více atrakcí pro děti (nedostatek regionu uváděný na prvním místě plnou třetinou těchto návštěvníků).
- Služby a vybavenost regionu hodnotí rodiny s dětmi v zásadě stejně jako ostatní. Významnější rozdíl je pouze u spokojenosti s dopravní dostupností, kterou hodnotí lépe (jezdí převážně autem).

4.3 Tuzemští návštěvníci z jiných krajů

Podsoubor 1 238 respondentů, tj. 34 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 2,8$ %. Doplnkovým filtrem je příjezdová vzdálenost, aby byli eliminováni návštěvníci z blízkých oblastí Olomouckého a Zlínského kraje. Do tohoto segmentu návštěvníků jsou zařazeni všichni z větší vzdálenosti než 50 km, kteří nejsou obyvateli Moravskoslezského kraje (tedy i když v rámci kraje přijeli z větší vzdálenosti) a zároveň nejsou cizinci.

- Nejvíce navštěvují oblast Hrubého Jeseníku, kde trojnásobně převažují nad návštěvníky z Moravskoslezského kraje. Převahu mají i v Nízkém Jeseníku. Každý pátý návštěvník z jiného kraje zavítá na Beskydy-Valašsko, kde ale zůstává silná převaha návštěvníků pocházejících z Moravskoslezského kraje. Nejméně navštěvují Opavsko-Krnovsko.
- Návštěvníci z jiných krajů jsou starší. Mladých do 29 let je mezi nimi přes 30 %, mezi obyvateli Moravskoslezského kraje téměř 40 %.
- Na jednodenní návštěvu přijíždí méně než každý pátý (u „domácích“ více než třetina). Přibližně 40 % jich je v regionu poprvé, dalších 30 % nanejvýš potřetí.
- Daleko častěji se stravují v restauracích (zcela nebo alespoň částečně 80 %). Region pro ně není ani dražší ani levnější než pro „domácí“ návštěvníky.
- Každý pátý využívá pro vyhledání informací o kraji internet. Především návštěvníkům z jiných krajů slouží propagační materiály a informační centra.
- Významně méně než pro „domácí“ návštěvníky je důvodem jejich příjezdu celková relaxace a odpočinek (20 % oproti 30 %), na prvním místě uvádějí sport (čtvrtina). Méně je láká kultura – na kulturní akce jsou více zaměřeni návštěvníci z Moravskoslezského kraje (čtvrtina, u ná-

vštevňnků z jiných krajů necelá pětina). Silně p̑evažují mezi návštěvníky p̑ijíždějícími za zdravím.

- Služby v cestovním ruchu a vybavenost regionu posuzují lépe než návštěvníci pocházející z Moravskoslezského kraje. Lépe hodnotí zejména ubytování, čistotu a pořádek, orientační značení a vybavenost pro sport. Nejhůře hodnotí tak jako ostatní rozsah p̑ležitostí pro zábavu. Méně jim chybí lepší dopravní dostupnost, celkově jsou ale k dopravní infrastruktuře o něco kritičtější.
- Celkově pokládají návštěvníci z jiných krajů turistický region Severní Moravy a Slezska za atraktivnější než obyvatelé kraje (region p̑edčil očekávání u třetiny z nich, obyvatelé Moravskoslezského kraje takto region hodnotí jen z pětiny).

4.4 Zahraniční návštěvníci

Podsoubor 324 respondentů, tj. 9 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 5,4$ %. Jejich struktura podle zemí p̑jezdu je uvedena v metodologické části (p̑es 70 % ze sousedních zemí Polska a Slovenska).

- Zahraniční návštěvníci p̑ijíždějí méně v mimosezónním období. Nejsilnější je jejich zastoupení v Beskydech (nejopomíjenější je Nízky Jeseník). Je mezi nimi méně mladých do 29 let než mezi tuzemci (čtvrtina vers. třetina).
- Častěji p̑ijíždějí autem (ze tří čtvrtina) a zpravidla nep̑ijíždějí sami (jen každý dvacátý).
- Jednodenní pobyty p̑edstavují u cizinců třetinu (u tuzemců více než polovinu). Téměř polovina jich je v regionu poprvé (dvojnásobek oproti tuzemcům).
- Vzhledem k tomu, že region méně znají (méně než čtvrtina p̑ijela více než potřetí), opírají se méně o vlastní zkušenosti, ale hodně čerpají z ústních informací známých (polovina, u tuzemců uvedla jen třetina). Propagační materiály a služby informačních center nevyužívají významně více než tuzemci. Každý pátý čerpá informace z internetu, obdobně jako návštěvníci z jiných krajů.
- Dvakrát častěji jsou ubytováni v tříhvězdičkových a lepších hotelech (pětina), ve struktuře ostatních druhů ubytování se od tuzemců významně neliší. Významně častěji se ale stravují v restauracích /p̑evážně v restauracích téměř polovina).
- Cizinci pokládají region za levnější než jinde v ČR častěji než tuzemci (třetina vers. pětina).
- P̑evažujícím důvodem návštěvy je poznání (30 %), což je u tuzemců až třetí důvod v pořadí. Struktura ostatních důvodů se ale p̑liš neliší, v regionu je lákají stejné aktivity jako tuzemské návštěvníky (téměř totožná struktura odpovědí, pouze menší zájem o cykloturistiku).
- Nejhůře, ještě kritičtěji než domácí návštěvníci, hodnotí p̑ležitosti pro zábavu. Na dalších místech nejhoršího hodnocení je vybavenost pro sport (ale lepší než u tuzemců) a poskytování informací (stejně jako u tuzemců). Hůře než tuzemci se dívají ještě na zajištění drobného prodeje. Lépe hodnotí stravování a úroveň personálu. Nejlépe hodnotí (po p̑átelskosti místního obyvatelstva) stravování a úroveň personálu, vždy lépe než tuzemci.
- Atraktivnost regionu posuzují zahraniční hosté o něco lépe než tuzemci. Svým profilem se hodně blíží profilu tuzemského návštěvníka ze vzdálenějších krajů (kromě toho, že více navštívují Beskydy, častěji jsou v regionu jen jeden den a celkově jsou kritičtější k turistické infrastruktuře).

4.5 Turisté v ubytovacích zařízeních

Podsoubor 1 065 respondentů, tj. 30 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 3,0$ %. Všichni vícedenní návštěvníci bez ubytovaných u příbuzných či známých. Vyřazení jsou ubytovaní v kempech, kteří charakterem svého pobytu vybočují.

- Mezi hosty ubytovacích zařízení převažují návštěvníci z větší vzdálenosti a jiných krajů. Z Moravskoslezského kraje je jich čtvrtina, s příjezdovou vzdáleností do 50 km desetina.
- Zdaleka nejvyšší podíl návštěvníků ubytovaných v ubytovacích zařízeních je v oblasti Hrubého Jeseníku (40 %), kde přesahuje počet neubytovaných. Nejnižší je jejich podíl na Opavsko-Krnovsku.
- Hosty ubytovacích zařízení jsou významně méně rodiny s dětmi (častěji upřednostňují ubytování u příbuzných nebo známých), více skupinové zájezdy. Více je mezi nimi zastoupena věková kategorie 40 – 49 let, méně mladí do 29 let.
- Ze 60 % se stravují převážně s využitím služeb pohostinských zařízení. Převážně z vlastních zdrojů se stavuje jen zanedbatelná část z nich (každý dvacátý).
- Informace z internetu čerpá asi čtvrtina z ubytovaných hostů, na informační centra se obrací každý sedmý.
- Častějším důvodem návštěvy je pro ně sport (ovlivněno zimními návštěvníky Jeseníků, kteří jsou častěji ubytovaní) a zdraví (lázeňští hosté). Méně než ostatní jsou zaměřeni na kulturní vyžití a zábavu (u zábavy se projevuje vliv menšího zastoupení nižších věkových kategorií).
- Ubytovaní a stravování je ze všech sledovaných faktorů hodnoceno nejlépe (po přátelskosti místního obyvatelstva, které vede prakticky ve všech segmentech). Ubytovaní hodnotí jako velmi dobré 40 % hostů, spíše špatně jen 7 %. Ještě více jich hodnotí velmi dobře stravování. Zhruba 15 % ubytovaných postrádá špičková zařízení a služby pro náročnou klientelu.
- Služby a vybavenost regionu hodnotí ve všech faktorech lépe než neubytovaní návštěvníci. Kromě samotných ubytovacích a stravovacích služeb hodnotí lépe i rozsah ubytovacích a stravovacích kapacit, čistotu a pořádek, personál ve službách, vybavení pro sport a turistické značení.
- Celkově hodnotí hosté ubytovacích zařízení atraktivnost regionu nad své očekávání častěji než ostatní (33 % oproti 22 %). Cenovou image má v jejich očích region stejnou jako u ostatních.

4.6 Návštěvníci zaměřeni na odpočinek a zábavu

Podsoubor 1 626 respondentů, tj. 45 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 2,4$ %. Tento segment tvoří návštěvníci uvádějící jako hlavní důvod své návštěvy celkovou relaxaci a/nebo je láká společenský život a zábava (tedy i když jsou odpočinek nebo zábava jen jedním z důvodů).

- Na relaxační a zábavní aktivity jsou výrazně více zaměřeni návštěvníci z bližšího okolí od místa bydliště (s kratší příjezdovou vzdáleností), tzn. i relativně více návštěvníci pocházející z Moravskoslezského kraje oproti návštěvníkům z jiných krajů. Návštěvníci z Moravskoslezského kraje jsou na relax orientovaní z poloviny, návštěvníci z jiných krajů z jedné třetiny (resp. s příjezdovou vzdáleností nad 50 km ze 40 %). U cizinců statistická odchylka od průměru zjištěna nebyla.
- Významně více návštěvníků zaměřených na odpočinek a zábavu jezdí na Ostravsko-Karvinsko-Karvinsko a Opavsko-Krnovsko (nad ostatními převažují i v absolutní hodnotě), nejméně do Hrubého Jeseníku (oproti ostatním je jejich podíl poloviční). Mladí preferují relaxační aktivity ve větší míře než starší.
- Na délce pobytu v regionu zájem o relax nezávisí. Ti kteří region dosud neznají („prvnávštěvníci“), více upřednostňují jiné aktivity (sport, poznání), odpočinek a zábava jsou pro ně

relativně méně významné. Jen mírně vyšší je zájem o relaxační aktivity u partnerských dvojic, mírně nižší je u návštěvníků, kteří přijíždějí sami.

- Tomuto segmentu návštěvníků samozřejmě více chybí zázemí v příležitostech pro zábavu (postrádá je třetina, z jinak orientovaných návštěvníků jen pětina). Možnosti zábavy hodnotí stejně jako ostatní, tj. spolu s dopravní dostupností nejhůře. V hodnocení faktorů vybavenosti a služeb se od ostatních neliší.
- Jedná se o průřezovou skupinu prolínající se s různými jinými segmenty návštěvníků bez další vyhraněné specifikace.

4.7 Návštěvníci zaměřeni na poznávací turistiku

Podsoubor 1 453 respondentů, tj. 40 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 2,6$ %. Tento segment tvoří návštěvníci uvádějící jako hlavní důvod své návštěvy poznání regionu (kultura, folklór, historie, zajímavosti) a láká je navštěvovat turisticky přitažlivá místa. Částečně se prolíná s ostatními segmenty podle zaměření pobytu (dáno možností uvést více variant odpovědi).

- Do tohoto segmentu patří relativně více návštěvníků z bližšího okolí a cizinců. Častěji se jedná o letní návštěvníky (zhruba polovina z nich), méně často jsou to zimní návštěvníci (zhruba třetina).
- Poznání je celkově důvodem příjezdu pro necelou polovinu návštěvníků, přičemž na délce pobytu nezávisí (na nízké hladině významnosti jen mírně převažuje tento důvod u jednodenních návštěvníků oproti turistům).
- Návštěvníci orientovaní na poznání regionu převažují v oblastech Nízkého Jeseníku, Opavsko-Krnovska a Poodří. V horských oblastech Hrubého Jeseníku a Beskyd je jich významně méně (návštěvníci jsou tam orientovaní na jiné aktivity, poznání je důvodem příjezdu jen pro zhruba třetinu z nich).
- Nejvíce jsou na poznávací turistiku zaměřeny rodiny s dětmi (téměř polovina), nejméně návštěvníci přijíždějící sami (necelá třetina).
- Zájem o poznání klesá s počtem opakovaných příjezdů – z prvnávštěvníků je orientováno na poznávací aktivity cca 55 %, z návštěvníků s více než třemi dřívějšími pobytů v regionu (region již dobře znají) cca 30 %.
- Poznání regionu je nejčastěji spojováno s relaxačními aktivitami.
- Návštěvníci orientovaní na poznání tvoří průřezovou skupinu, která při hodnocení služeb a vybavenosti regionu nevybočuje z průměru (reprezentuje celkové průměrné postoje).

4.8 Návštěvníci zaměřeni na sportovní aktivity

Podsoubor 1 956 respondentů, tj. 54 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 2,2$ %. Tento segment tvoří návštěvníci uvádějící jako hlavní důvod své návštěvy sportovní vyžití a/nebo sport (lyžování, cykloturistika atd.) je pro ně lákavou aktivitou. Částečně se prolíná s ostatními segmenty podle zaměření pobytu (dáno možností uvést více variant odpovědi).

- Návštěvníci zaměřeni na sport se nediferencují podle příjezdové vzdálenosti ani místa bydliště. Jsou významnější skupinou mezi zimními návštěvníky (v létě je škála možností daleko širší, proto je podíl návštěvníků holdujících sportu nižší).
- Závislost na věku není lineární. Nejvyšší zastoupení sportovně orientovaných návštěvníků je mezi mladými do 29 let, ale mezi věkovými kategoriemi 30 až 59 let statisticky významné rozdíly nejsou (silný je až pokles u seniorů nad 60 let).
- Více návštěvníků zaměřených na sport než na ostatní aktivity je mezi návštěvníky s týdenním pobytem. Méně naopak mezi „prvnávštěvníky“ (ti jsou více orientovaní na poznání).

- Nejvyšší podíl návštěvníků orientovaných na sport je mezi těmi, kteří přijíždějí do regionu se skupinou přátel (více než u partnerských dvojic a rodin). Nejnižší je tento podíl u návštěvníků bez doprovodu, kteří přijíždějí sami (komerční důvody, léčení, tranzit).
- Sportovně založení návštěvníci nejvíce kombinují svůj pobyt se zábavou.
- Dle očekávání ve větší míře postrádají lepší vybavenost regionu pro sport. Jsou také segmentem daleko nejvíce nespokojeným při hodnocení příležitostí pro zábavu (počet nespokojených se blíží počtu spokojených, každý osmý hodnotí možnosti zábavy jako „velmi špatně“).
- Celkově jsou sportovně založení návštěvníci ke službám a vybavenosti regionu jedním z nejkritičtějších návštěvnických segmentů.

4.9 Méně spokojení návštěvníci

Podsoubor 850 respondentů, tj. 24 % základního souboru. Interval spolehlivosti činí $\pm 3,4$ %. Tento segment tvoří návštěvníci hodnotící alespoň v jednom faktoru vybavenost a služby známkou „velmi špatně“, pokud zároveň pokládají atraktivnost regionu za stejnou nebo nižší než (návštěvníci s dílčími výhradami v porovnání s ostatními).

- Daleko nejčastěji pocházejí z nejbližšího okolí navštíveného místa (podíl méně spokojených přesahuje třetinu), návštěvníci z větší vzdálenosti mají výhrady k vybavenosti a službám v menší míře /pětina z nich). Nejméně nespokojených je mezi návštěvníky z jižní Moravy.
- Nejvíce méně spokojených je mezi návštěvníky Ostravsko-Karvinska (více než třetina), relativně méně je jich mezi návštěvníky Hrubého Jeseníku a Poodří (méně než pětina). Podprůměrně je jich ještě v Beskydech.
- Mezi mladými do 29 let je více nespokojených než mezi staršími. Nejvíce nespokojených je mezi těmi, kteří do regionu přijeli sami (30 %). Návštěvníci, kteří přijeli poprvé, jsou se službami a infrastrukturou spokojenější než ti, kteří již region znají.
- Mezi cizinci je méně nespokojených než mezi tuzemci.
- Mezi zimními návštěvníky je více nespokojených než mezi letními.
- Nespokojení návštěvníci častěji pokládají region za dražší.
- Méně nespokojených je mezi návštěvníky, kteří přijeli z důvodu poznání a kteří provozují pěší turistiku. Více jich je mezi návštěvníky, kteří se chtějí bavit.
- Nespokojenost návštěvníků se téměř nepromítá do míry věrnosti regionu (úmysl opakovat návštěvu). S návratem do regionu spíše nepočítá jen každý dvacátý z nich.

5 Souhrnné výsledky anketního šetření

Dosavadní výsledky za období od I. čtvrtletí 2003 do I. čtvrtletí 2004 vyhodnocené podle anketních otázek za každý typ ankety zvlášť. Struktura ankety a respondentů je uvedena v metodologické části.

5.1 Anketa pro návštěvníky ubytovacích zařízení

Otázka: **S kým jste přijeli?**

- s partnerem/partnerkou ... 28 %
- s rodinou 25 %
- se skupinou..... 18 %
- s přáteli 15 %
- sami 14 %

Otázka: **Který dopravní prostředek jste použili pro příjezd do regionu?**
(umožněno více odpovědí)

- automobil 70 %
- vlak 18 %
- autobus 13 %
- pěšky 4 %
- kolo 3 %
- letadlo 2 %

Otázka: **Délka Vašeho pobytu v regionu**

- 1 den 10 %
- 2 až 3 dny 31 %
- 4 až 8 dnů 46 %
- delší 13 %

Otázka: **Do regionu jste přijeli**

- poprvé 41 %
- 2 až 3 krát 23 %
- vícekrát 36 %

Otázka: **Typ Vašeho pobytu**
(umožněno více odpovědí)

- rekreační pobyt (odpočinek, poznání, zábava) 54 %
- pracovní pobyt (konference, školení, obchod, služební cesta) 23 %
- víkendový pobyt (1 – 2 přenocování) 16 %
- ozdravný pobyt (lázně, rehabilitace, léčení) 6 %
- tranzitní pobyt 3 %
- ostatní 10 %

Otázka: **Zaměření pobytu – důvod návštěvy**
(umožněno více odpovědí)

- pěší turistika 39 %
- poznávání regionu (památky, folklór, historie) 36 %
- koupání a letní sporty 24 %
- zábava a společenský život 20 %
- pracovní aktivity 20 %
- péče o zdraví 12 %
- cykloturistika 10 %
- lyžování a zimní sporty 10 %

- návštěva příbuzných / známých 8 %
- návštěva kulturní akce 6 %
- nákupy 6 %
- návštěva sportovní akce 4 %
- církevní aktivity a památky 4 %
- venkovská agroturistika 2 %
- jiné 13 %

Otázka: Jak hodnotíte následující služby poskytované v tomto regionu?

(Vážený průměr na 4-stupňové škále bez odpovědí neumím posoudit. Čím vyšší hodnota, tím horší hodnocení.)

- Úroveň personálu ve službách 1,50
- Kvalitu ubytovacích služeb 1,51
- Informovanost personálu ve službách 1,56
- Přístup místních obyvatel k návštěvníkům 1,58
- Rozsah a kvalitu stravovacích služeb 1,62
- Čistota a pořádek 1,62
- Parkovací možnosti 1,63
- Možnosti sportovní 1,69
- Značení turistických/ lyžařských tras 1,69
- Značení cyklotras 1,71
- Množství informačních míst a materiálů 1,85
- Místní značení pamětihodností a atraktivit 1,86
- Možnosti pro zábavu 2,04
- Příjezdové komunikace 2,05
- Možnosti nákupní 2,09
- Drobný prodej (stánky, občerstvení, apod.) 2,12
- Atrakce pro děti 2,12
- Dopravní dostupnost hromadnou dopravou 2,14
- Možnosti kulturního využití 2,18

Otázka: Odkud jste čerpali informace o tomto regionu/místě Vaší návštěvy?

(umožněno více odpovědí)

- reference příbuzných a známých 39,1 %
- z vlastní zkušenosti (opakovaná návštěva) 30,9 %
- internet 27,0 %
- individuální přípravou 11,5 %
- prospekty a informace z cestovní kanceláře, cestovní agentury 10,7 %
- články a inzerce v tisku 10,5 %
- informační centrum (prospekty, letáky apod.) 10,4 %
- média (TV, rozhlas) 4,4 %
- CD 0,8 %
- nedovedu si vzpomenout 5,0 %

Otázka: Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v tomto regionu?

(veškeré náklady včetně dopravy, ubytování, zábavy, nákupů apod.)

- do 200 Kč 12 %
- 201 až 500 Kč 44 %
- 501 až 1000 Kč 31 %
- 1 až 3 tis. Kč 10 %
- více než 3 tis. Kč 3 %

Otázka: Vaše celková spokojenost se službami v tomto regionu

- vysoká 75 %
- průměrná 24 %
- nízká 1 %

Otázka: Váš celkový dojem z pobytu v tomto regionu

- vysoká 81 %
- průměrná 17 %
- nízká 2 %

5.2 Anketa pro návštěvníky turistických atraktivit**Otázka: S kým jste přijeli?**

- s rodinou 31 %
- s partnerem/partnerkou ... 24 %
- s přáteli 19 %
- se skupinou 14 %
- sami 12 %

**Otázka: Který dopravní prostředek jste použili pro příjezd do regionu?
(umožněno více odpovědí)**

- automobil 56 %
- vlak 23 %
- autobus 16 %
- pěšky 6 %
- kolo 3 %
- letadlo 3 %

Otázka: Délka Vašeho pobytu v regionu

- 1 den 37 %
- 2 až 3 dny 21 %
- 4 až 8 dnů 22 %
- delší 20 %

Otázka: Do regionu jste přijeli

- poprvé 32 %
- 2 až 3 krát 20 %
- vícekrát 48 %

**Otázka: Zaměření pobytu – důvod návštěvy
(umožněno více odpovědí)**

- poznávání regionu (památky, folklór, historie) 42 %
- pěší turistika 29 %
- zábava a společenský život 17 %
- návštěva příbuzných / známých 14 %
- koupání a letní sporty 12 %
- návštěva kulturní akce 12 %
- pracovní aktivity 10 %
- nákupy 9 %
- cykloturistika 8 %
- péče o zdraví 6 %
- lyžování a zimní sporty 4 %
- církevní aktivity a památky 3 %
- návštěva sportovní akce 2 %
- venkovská agroturistika 2 %
- jiné 11 %

Otázka: S čím jste nejvíce spokojen(a)?

(umožněno více odpovědí)

- stravovací možnosti.....	33 %
- čistota a pořádek	31 %
- ubytovací možnosti.....	27 %
- možnosti kulturního vyžití	20 %
- možnosti nákupní	17 %
- úroveň personálu ve službách.....	17 %
- přístup místních obyvatel k návštěvníkům	17 %
- parkovací možnosti.....	16 %
- možnosti sportovní	16 %
- množství informačních míst a materiálů.....	15 %
- možnosti pro zábavu	14 %
- dopravní dostupnost hrom. dopravou.....	13 %
- informovanost personálu	13 %
- příjezdové komunikace.....	10 %
- drobný prodej (stánky, občerstvení apod.).....	10 %
- atrakce pro děti.....	10 %

Otázka: Co by se mělo zlepšit – co Vám chybí?

(umožněno více odpovědí)

- příjezdové komunikace.....	23 %
- parkovací možnosti.....	19 %
- atrakce pro děti	17 %
- čistota a pořádek	17 %
- dopravní dostupnost hrom. dopravou.....	15 %
- možnosti kulturního vyžití	14 %
- stravovací možnosti.....	13 %
- množství informačních míst a materiálů.....	13 %
- drobný prodej (stánky, občerstvení apod.).....	13 %
- ubytovací možnosti.....	12 %
- možnosti pro zábavu	11 %
- možnosti nákupní	10 %
- možnosti sportovní	8 %
- úroveň personálu ve službách.....	7 %
- informovanost personálu	6 %
- přístup místních obyvatel k návštěvníkům	4 %

Otázka: Vaše celková spokojenost se službami v tomto regionu

- vysoká.....	73 %
- průměrná	25 %
- nízká	2 %

Otázka: Váš celkový dojem z pobytu v tomto regionu

- vysoká.....	79 %
- průměrná	19 %
- nízká	2 %