

Je zbytečné plánovat kam jít, když nevíte kde jste!

# Turistická oblast - Ostravsko

## Závěrečná zpráva z výzkumu

Období: únor 2012

Zadavatel: Město Ostrava

**OSTRAVA!!!**



Investice do vaší budoucnosti

**Evropská unie**

PODPOROVÁNO Z EVROPSKÉHO FONDU  
PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ



- 1. Informace o projektu**
- 2. Cílové skupiny**
- 3. Návštěva Turistické oblasti Ostravsko**
- 4. Image Turistické oblasti Ostravsko**
- 5. Hodnocení faktorů spokojenosti s návštěvou**
- 6. Indexy spokojenosti**
- 7. Bariéry návštěvy**
- 8. Index loajality**
- 9. Zdroje informací o Turistické oblasti Ostravsko**
- 10. Hlavní zjištění**

# 1. Informace o projektu

## Východiska a cíle:

**Cílem projektu je zmapování spokojenosti návštěvníků a turistů, frekvence návštěvnosti v jednotlivých obdobích, zjištění hlavních motivátorů a bariér návštěvnosti a identifikace slabých stránek pro zlepšení dané destinace. Smyslem je tedy zvýšení návštěvnosti a posílení satelitního účtu cestovního ruchu. Jednou z hlavních cest, jak toho dosáhnout, je identifikace hlavních produktů cestovního ruchu, jejich profilace a cílená podpora.**

<b>Forma výzkumu:</b>	Kvalitativní výzkum
<b>Počet respondentů:</b>	301 respondentů
<b>Cílová skupina:</b>	Návštěvníci TO Ostravsko v posledních 12 měsících
<b>Termín dotazování:</b>	22.-25.8.2011, 10. -16.1.2012
<b>Lokality:</b>	celá ČR kromě Moravskoslezského kraje
<b>Forma dotazování:</b>	CATI
<b>Tazatelé:</b>	Speciálně školení operátoři společnosti Datamar
<b>Průměrná délka rozhovoru:</b>	24 minut
<b>Kontrola tazatelů:</b>	náslechová, statistická a logická
<b>Zpracování:</b>	SPSS (statistický software), MS Excel, MS PowerPoint

## 2. Cílové skupiny

## Cílové skupiny respondentů

Cílovou skupinou výzkumu byli respondenti mimo území Turistické oblasti Ostravsko, kteří v uplynulých 12 měsících alespoň jednou tuto turistickou oblast navštívili.

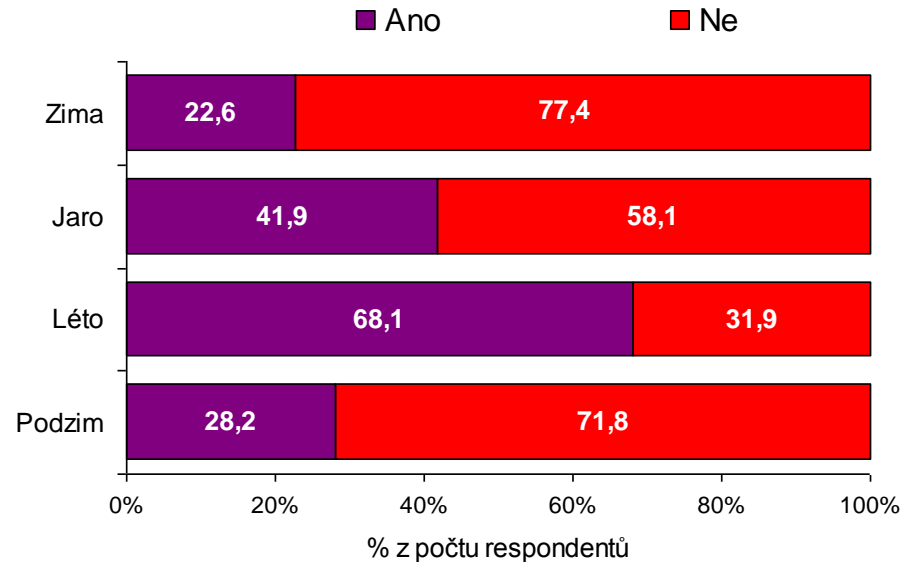
Z celé skupiny respondentů jsme nejdříve vyčlenili dvě užší podskupiny, u nichž jsme zkoumali, zda se jejich chování či preference neliší od ostatních:

1. **CS – „Zimní návštěvníci“** – respondenti, kteří v uplynulých 12 měsících region navštívili alespoň 1x v zimě
2. **CS – „Mimozimní návštěvníci“** – respondenti, kteří v uplynulých 12 měsících navštívili region alespoň jednou na jaře, v létě, nebo na podzim.

# 3. Návštěva Turistické oblasti Ostravsko



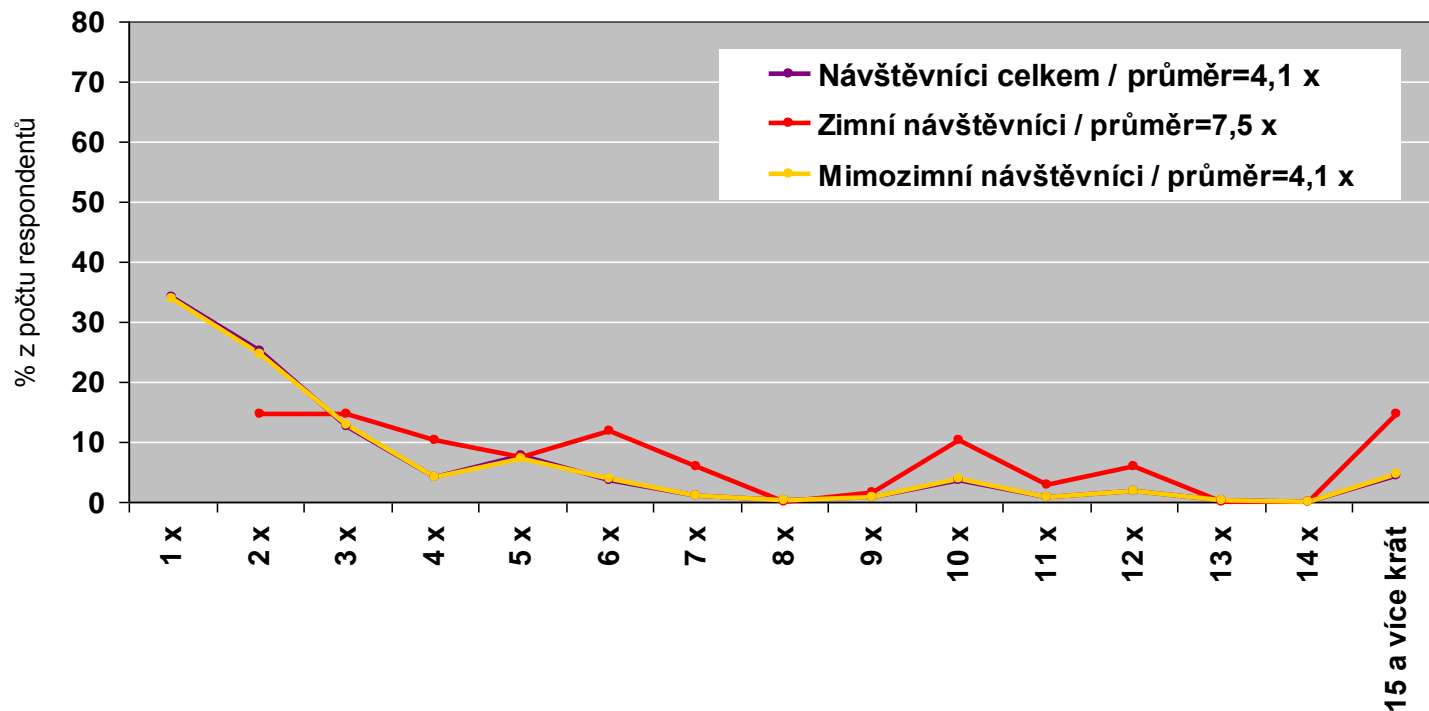
Q4 „Kdy, ve které roční době jste TO Ostravsko za účelem trávení volného času navštívil/a?“



*Ostravsko nejčastěji respondenti navštívili v létě (68,1% návštěvníků), méně často na jaře (41,9% návštěvníků), na podzim (28,2% návštěvníků) nebo v zimě (22,6% návštěvníků).*

# Návštěva oblasti v uplynulých 3 letech

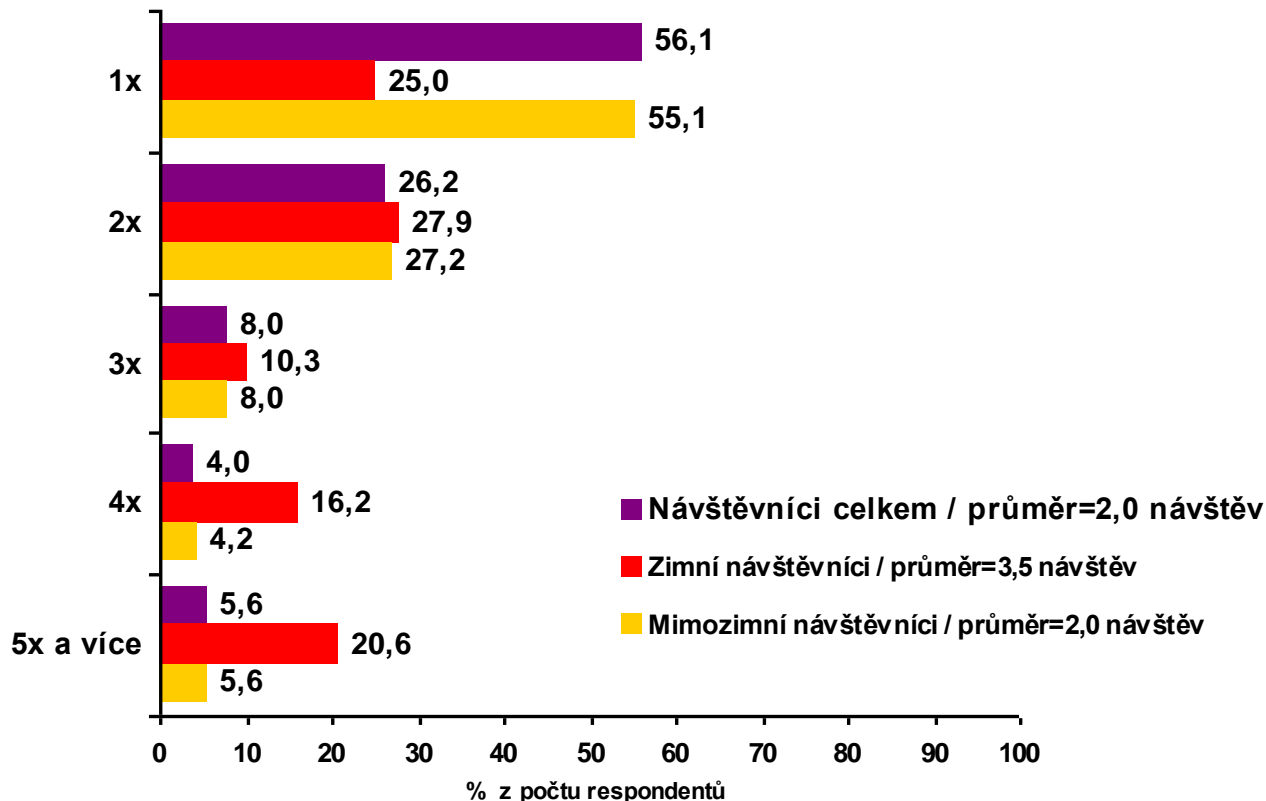
Q27 „Kolikrát jste TO Ostravsko navštívil/a v uplynulých 3 letech za účelem trávení volného času?“



*V průměru navštívili tuto turistickou oblast, zimní návštěvníci o něco častěji (7,5x) než mimozimní návštěvníci (4,1x).*

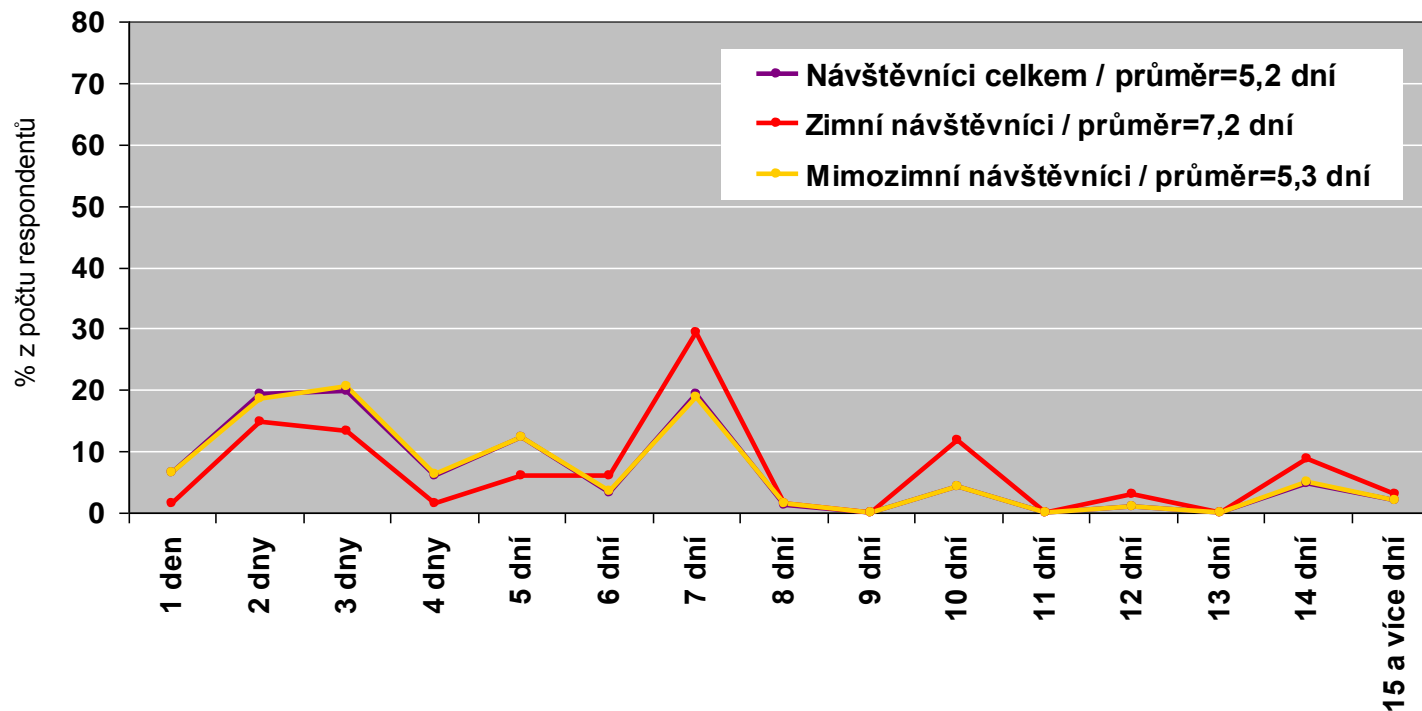
# Počet návštěv v uplynulém roce

Q5 „Kolikrát jste v uplynulých 12 měsících navštívil/a TO Ostravsko za účelem trávení volného času?“



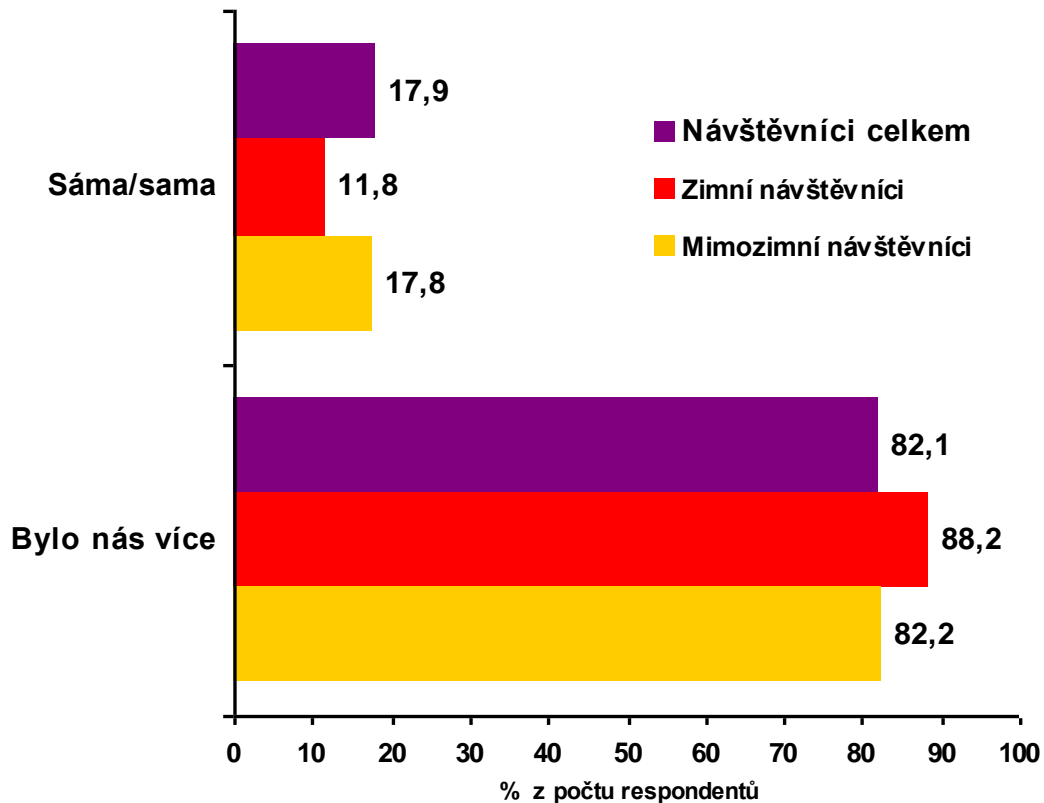
**Největší podíl návštěvníků zde zavítal ve sledovaném období 1x a v průměru za všechny návštěvníky to bylo 2,0 návštěv.**

## Q6 „Jak dlouhý byl Váš „nejdelší“ pobyt v TO Ostravsko?“



*Mezi nejčastěji volené délky pobytů patří dvou až třídenní, týdenní, nebo pětidenní pobyty, v průměru zde návštěvníci strávili 5 dní.*

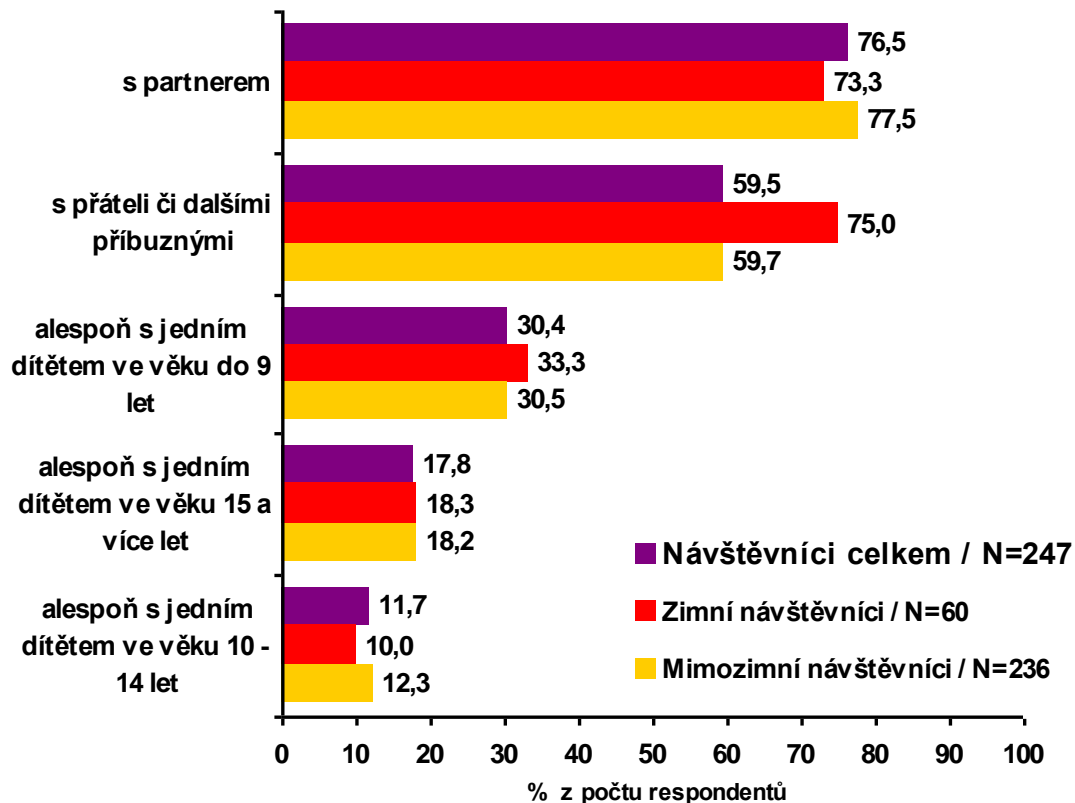
Q7 „Do TO Ostravsko jste za účelem trávení volného času nejčastěji přijel/a:“



*Respondenti obvykle navštívili turistickou oblast Ostravsko v doprovodu dalších osob (82,1%).*

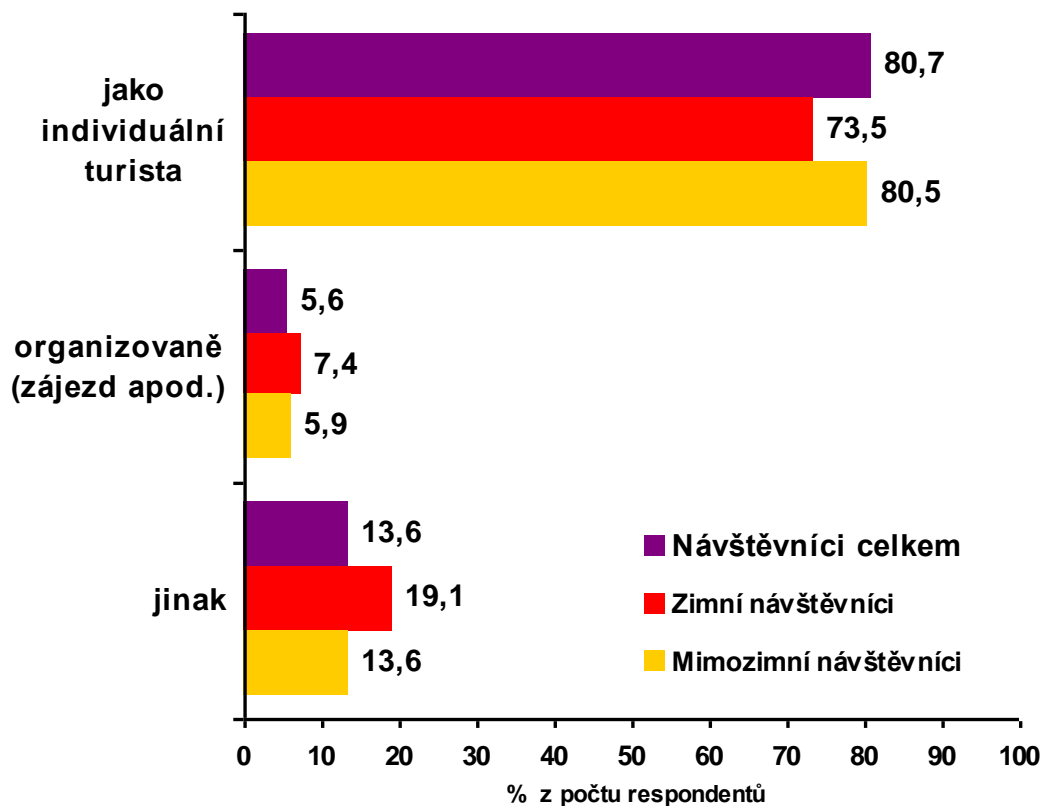
Q8 „Můžete nám říci, zda jste do TO Ostravsko za účelem trávení volného času nejčastěji přijel/a...?“

(odpovídají respondenti, kteří nepřijeli sami)



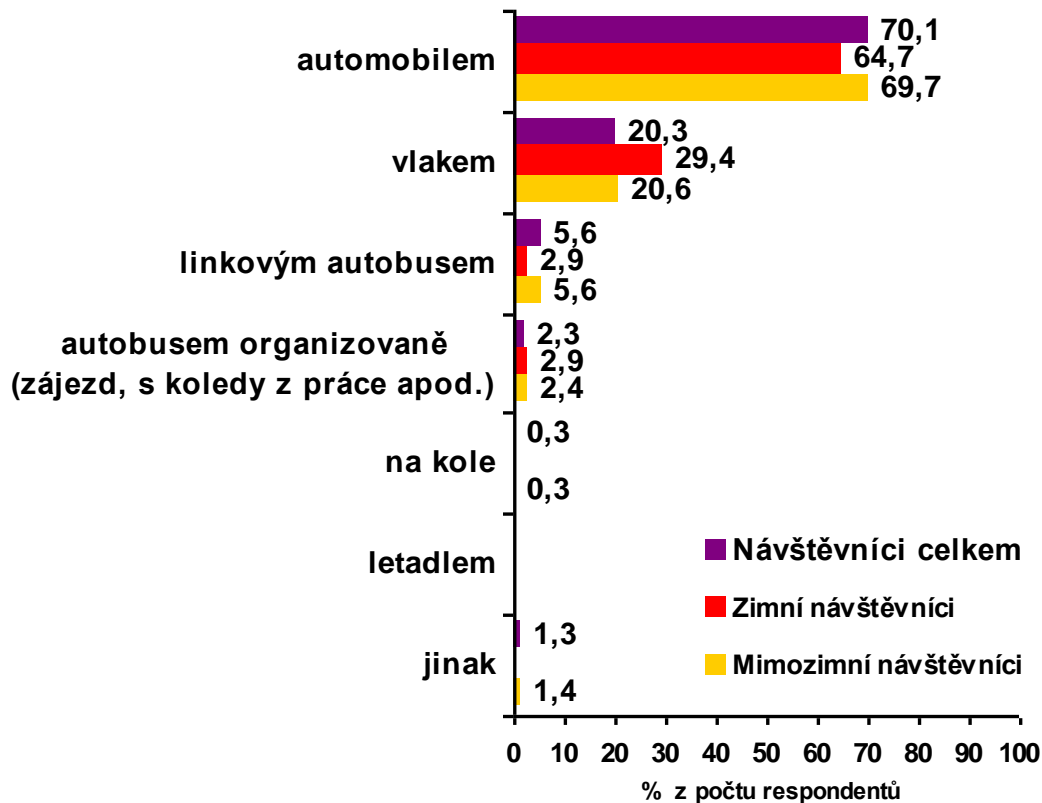
Nejčastěji se jednalo o **partnera (76,5%)**, dále pak o **přátele (59,5%)**. S alespoň jedním dítětem (do věku 9 let) přijelo **30,4%** respondentů.

Q9 „Do TO Ostravsko jste za účelem trávení volného času obvykle přijeli:“



*Do turistické oblasti Ostravsko přijelo 80,7% návštěvníků jako individuální turisté.*

Q10 „Do TO Ostravsko jste za účelem trávení volného času obvykle přicestovali:“



*Největší část návštěvníků přijela **autem** (70,1%). Druhá největší skupina přijela **vlakem** (20,3%).*

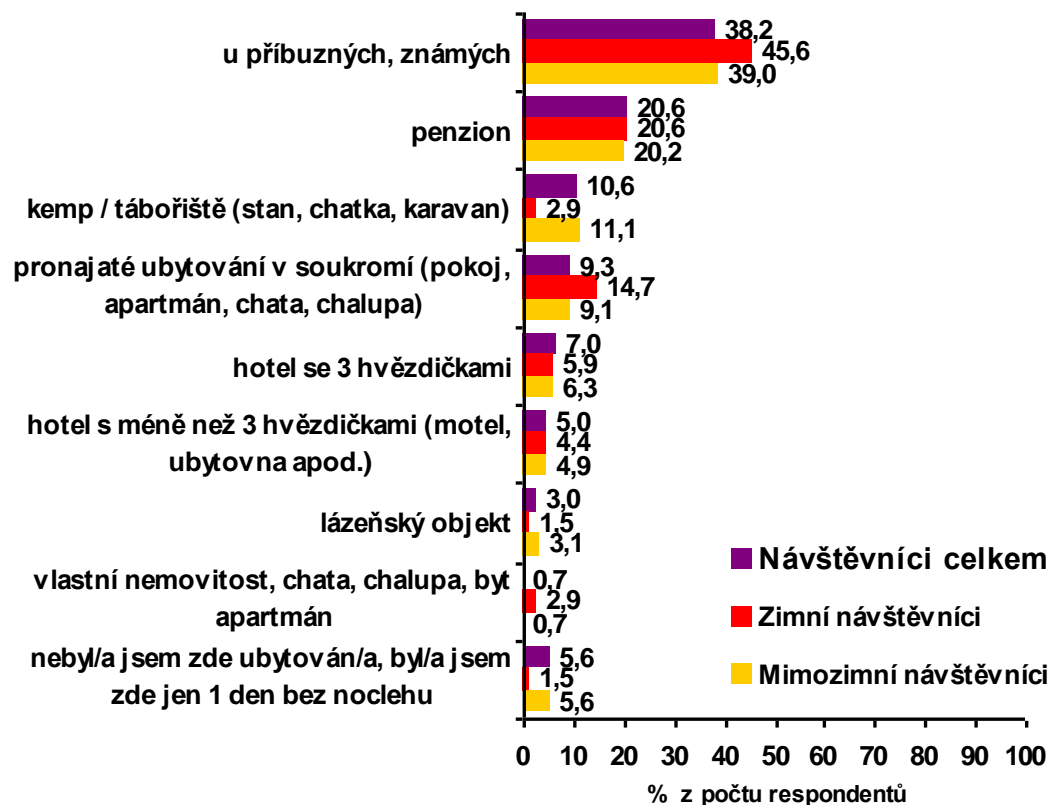


**Q11 „Které místo nebo která místa v TO Ostravsko jste navštívili/a v posledních 12 měsících za účelem trávení volného času?“**

	Návštěvníci Celkem	Zimní navštěvníci	Mimozimní navštěvníci
Ostrava a okolí	19,5	20,8	18,8
ZOO Ostrava	8,9	7,7	9,2
Klimkovice	4,9	3,0	5,0
Stodolní ulice	3,7	5,4	3,7
Muzea (Hornické, Kopřivnice)	3,3	3,6	3,4
Doly (Důl Michal)	2,8	1,8	2,9
Slezskoostravský hrad	2,2	1,8	2,3
Centrum, náměstí	2,1	1,8	2,0
Karviná	1,8	3,0	1,8
Poruba	1,8	1,8	1,8
Stadiony (Bazaly, zimní)	1,6	2,4	1,5
Dolní/Horní Lhota	1,5	0,6	1,4
Koupaliště (Poruba), aquapark	1,5	1,2	1,4
Lázně (Klimkovice, pивní)	1,5	2,4	8,6
Jiné	42,9	42,9	36,2
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=672</b>	<b>N=168</b>	<b>N=654</b>

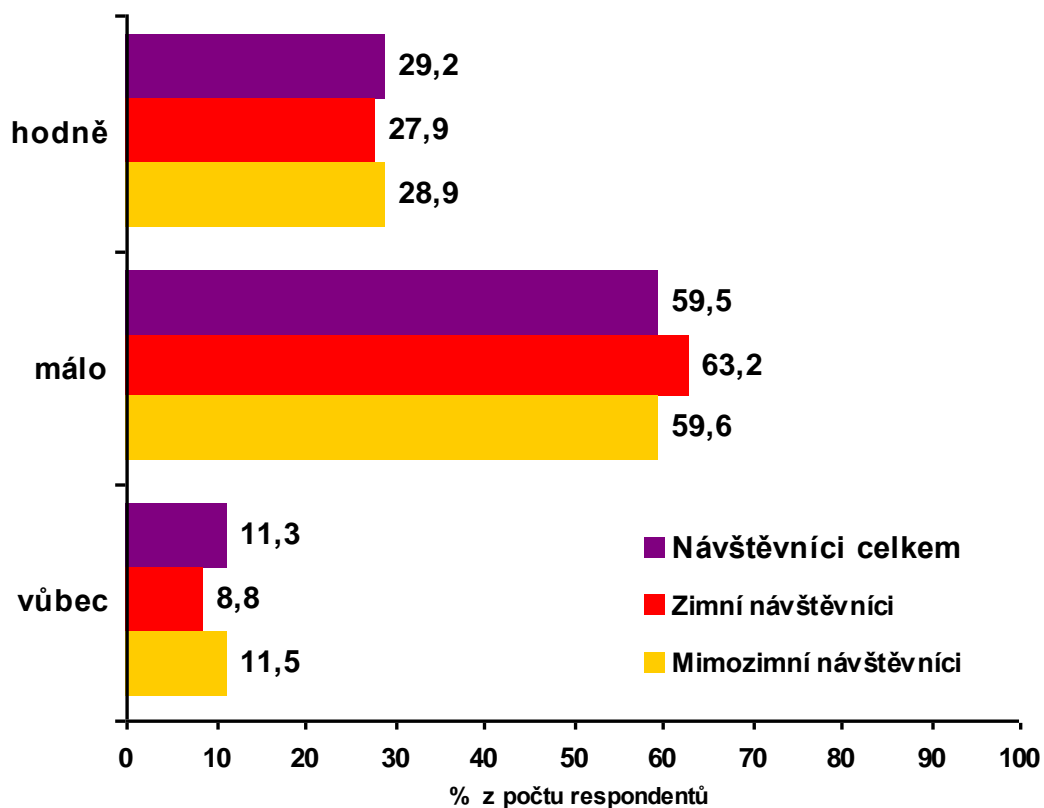
**Nejčastěji navštívenými místy v TO Ostravsko byla samotná Ostrava jako město a jeho okolí, ZOO Ostrava, Klimkovice a Stodolní ulice.**

Q12 „Kde jste byl/a převážně ubytován/a, když jste zde trávil/a volný čas?“



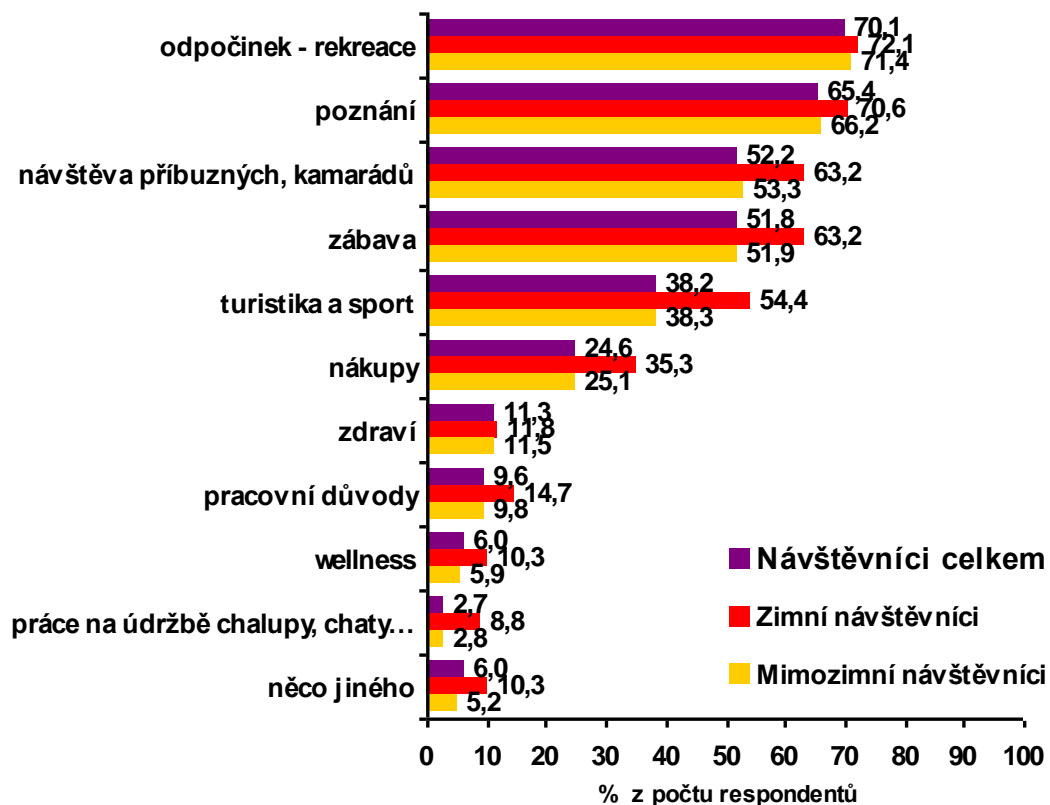
*Nejčastěji byli návštěvníci ubytováni u svých známých či příbuzných (38,2%), ubytování v penzionu využilo 20,6% a v kempu, tábořišti spalo 10,6%.*

## Q13 „Stravoval/a jste se zde v restauračních zařízeních?“



*V restauracích se při svém pobytu v turistické oblasti Ostravsko stravovalo 88,7% dotázaných, z toho 29,2% se zde stravovalo hodně a 59,5% málo.*

## Q14 „Jaké byly hlavní důvody návštěvy tohoto regionu?“



Mezi důvody pobytu v turistické oblasti převažoval **odpočinek-relaxace**, tj. pobyt v přírodě, procházky apod. – 70,1%, dále pak **poznání**, tj. návštěva turisticky zajímavých cílů, jako jsou památky, muzea, kulturní a folklorní akce, apod. (65,4%). Více než polovina dotázaných navštívila **své příbuzné, známé** (52,2%).

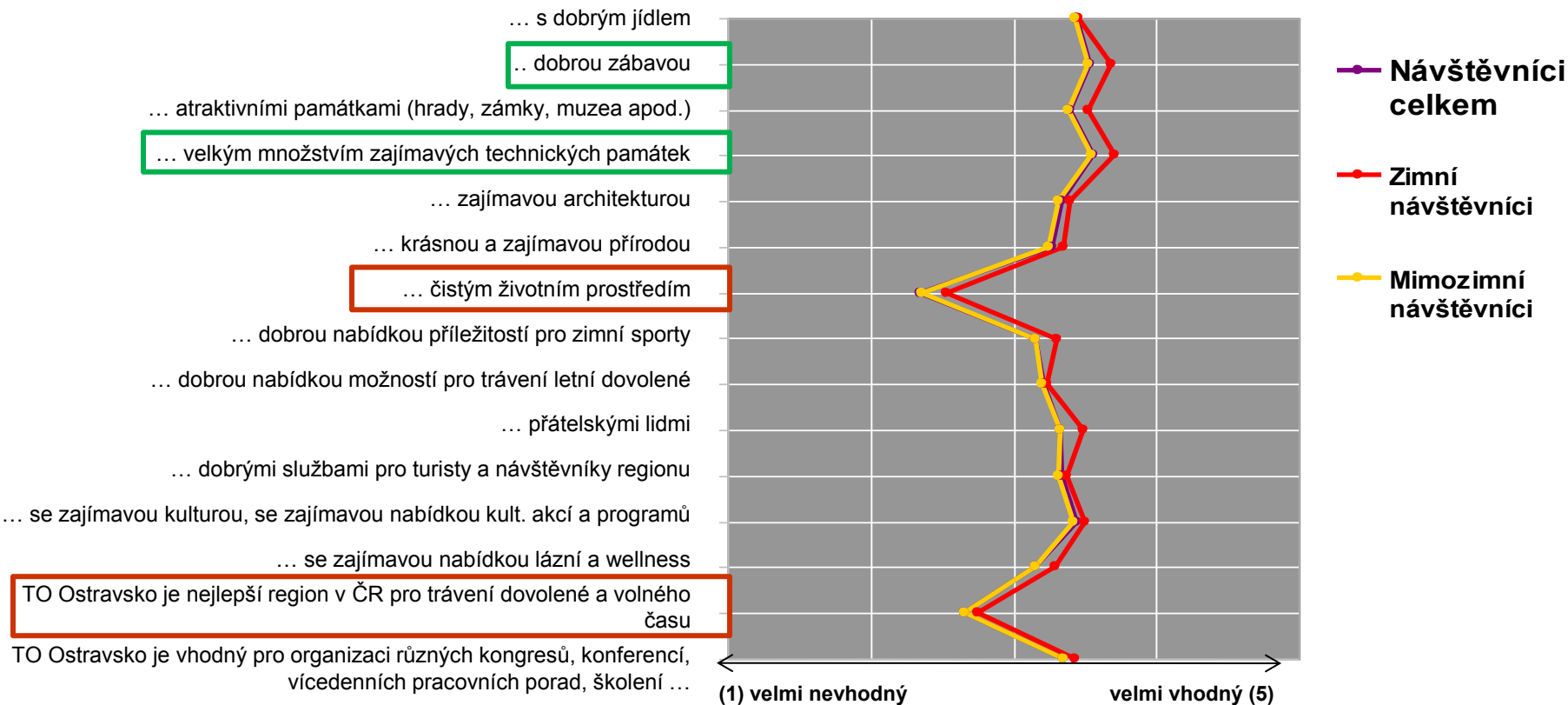
# 4. Image Turistické oblasti Ostravsko

## Q3 „Co Vás napadne, když se řekne TO Ostravsko?“

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Doly, těžba, uhlí, horníci	11,0	11,8	10,6
Ostrava	5,5	5,1	5,7
Špatné ovzduší, smog	4,6	6,2	4,4
ZOO Ostrava	4,2	3,9	4,4
Stodolní ulice	3,8	4,5	3,7
Beskydy	3,7	6,2	3,3
Hory (Lysá, Praděd)	2,7	5,6	2,7
Muzea (Hornické, Kopřivnice)	2,5	1,1	2,6
Příroda, krajina	2,5	2,2	2,6
Průmysl, továrny	2,2	1,1	2,3
Krásná příroda, krajina	2,1	1,7	2,0
Lázně (Darkov, Klimkovice)	2,1	2,2	2,2
Hutě, ocel, železo	1,7	1,7	1,8
Památky	1,7	1,7	1,8
Hrady, zámky (Slezskoostravský, Klimkovice)	1,6	0,6	1,6
Klid, odpočinek, relaxace	1,6	1,7	1,5
Řeky (Odra, Ostravice)	1,6	1,7	1,6
Jiné	45,0	41,0	45,2
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=764</b>	<b>N=178</b>	<b>N=734</b>

*Turistickou oblast Ostravsko mají návštěvníci spontánně spojenou s doly, těžbou uhlí, horníky, se samotným městem, dále pak špatným ovzduším. Z konkrétních míst jsou to ZOO Ostrava, Stodolní ulice a Beskydy (které ovšem nejsou součástí této turistické oblasti).*

## Q23 „Do jaké míry se Vám TO Ostravsko pojí s následujícími výroky?“

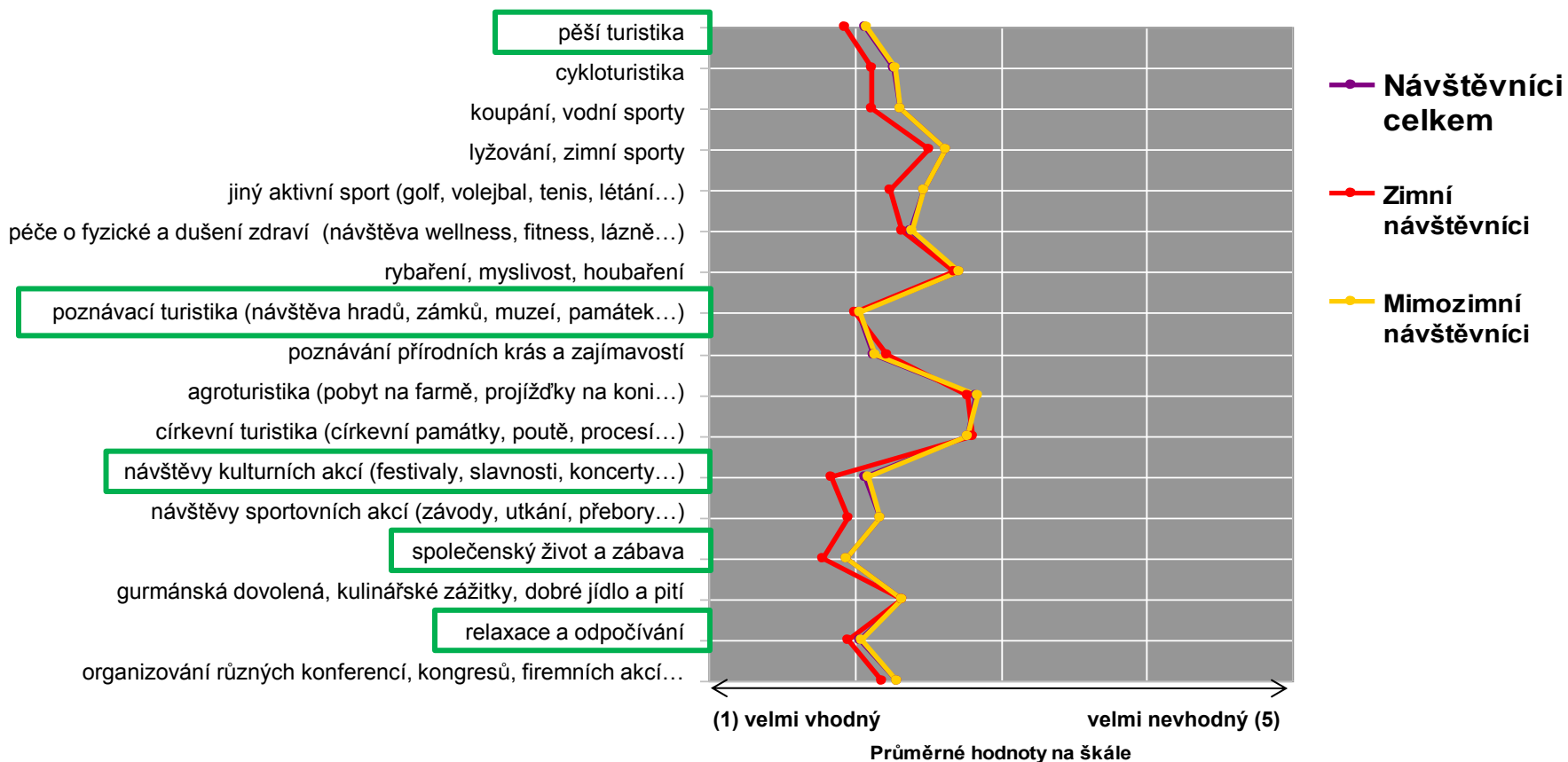


**TO Ostravsko se pojí návštěvníkům nejvíce s výroky:**  
**... velkým množstvím zajímavých technických památek**  
**...s dobrou zábavou**

**Průměrné hodnoty na škále**  
**TO Ostravsko se nepojí naopak s výroky:**  
**... čistým životním prostředím**  
**...TO Ostravsko je nejlepší region v ČR pro trávení dovolené a volného času**

# Vhodnost oblasti k vybraným aktivitám

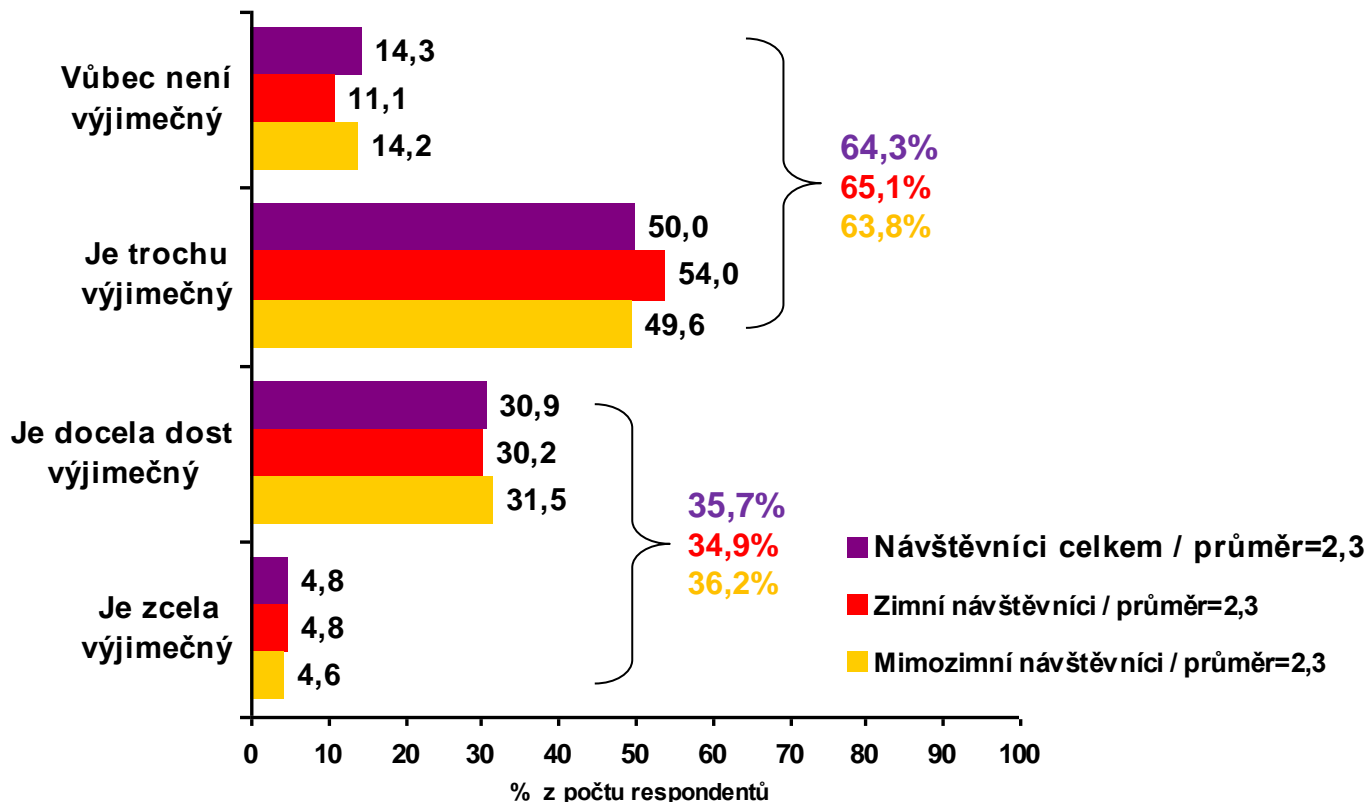
Q18 „K jakým aktivitám je, dle Vašeho názoru, TO Ostravsko vhodná?“



**Dále měli návštěvníci hodnotit, k jakým aktivitám je podle nich Ostravsko vhodné. Nejčastěji uváděli společenský život a zábavu, poznávací turistiku (návštěva hradů, zámků, muzeí, památek...) relaxaci a odpočívání, návštěvy kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty...), pěší turistika.**



Q21 „Když zvážíte všechny okolnosti, do jaké míry je z pohledu trávení volného času TO Ostravsko výjimečná ve srovnání s jinými oblastmi v ČR?“



**Za výjimečnou považuje turistickou oblast Ostravsko 35,7% jejich návštěvníků, za alespoň trochu výjimečný pak 50,0% návštěvníků.**

Q22 „V čem je, podle Vašeho názoru, TO Ostravsko výjimečná?“  
(odpovídají respondenti, pro které je tato oblast výjimečná)

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Příroda, krajina	17,1	22,0	16,8
Lidé	8,1	12,2	7,7
Památky	7,2	6,1	7,1
Hornictví, doly	6,9	3,7	6,8
Je jiná, svérázná, unikátní	6,5	7,3	6,5
Průmysl, technické památky	6,2	4,9	6,1
Prostředí, okolí, atmosféra	5,6	4,9	5,8
Turistické atrakce/zajímavosti	4,7	2,4	4,5
Ovzduší	3,1	4,9	3,2
Sport	3,1	3,7	3,2
Zábava, vyžití	3,1	1,2	2,9
Historie, tradice, místní zvyky	2,8	3,7	2,9
Lokalita, poloha	2,5	2,4	2,6
Kultura	2,5	1,2	2,6
Jiné	20,6	19,5	21,3
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=321</b>	<b>N=82</b>	<b>N=310</b>

*Mezi důvody, pro které je vnímána tato turistická oblast jako výjimečná, patří:*

**-příroda, krajina**

**- lidé**

**-památky**

# 5. Hodnocení faktorů spokojenosti s návštěvou

# Důležitost faktorů spojených s trávením volného času



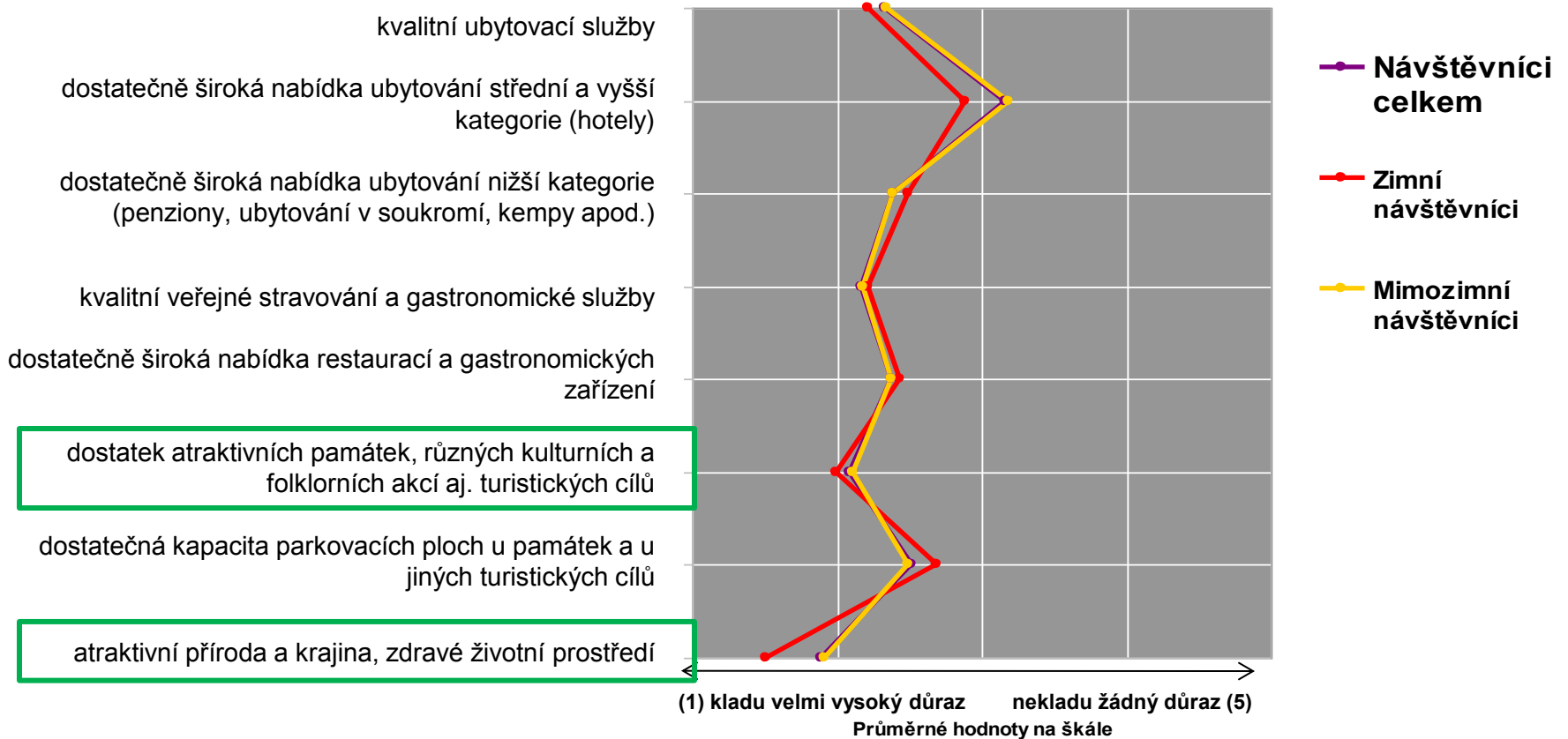
Q15, Q17, Q20 „Nyní se prosím věnujme jednotlivým faktorům spojeným s trávením volného času mimo domov, jako je dovolená, víkendový pobyt apod.“

*Mezi nejdůležitější faktory trávení volného času mimo domov respondenti řadí tyto:*

- bezpečnost v regionu*
- atraktivní příroda a krajina, zdravé životní prostředí*
- dostupnost informací o regionu, kde hodlám trávit volný čas*
- cenová úroveň služeb cestovního ruchu v daném regionu*
- dostatek atraktivních památek, různých kulturních a folklorních akcí aj. turistických cílů*
- ochotný a erudovaný personál pracující ve službách cestovního ruchu*

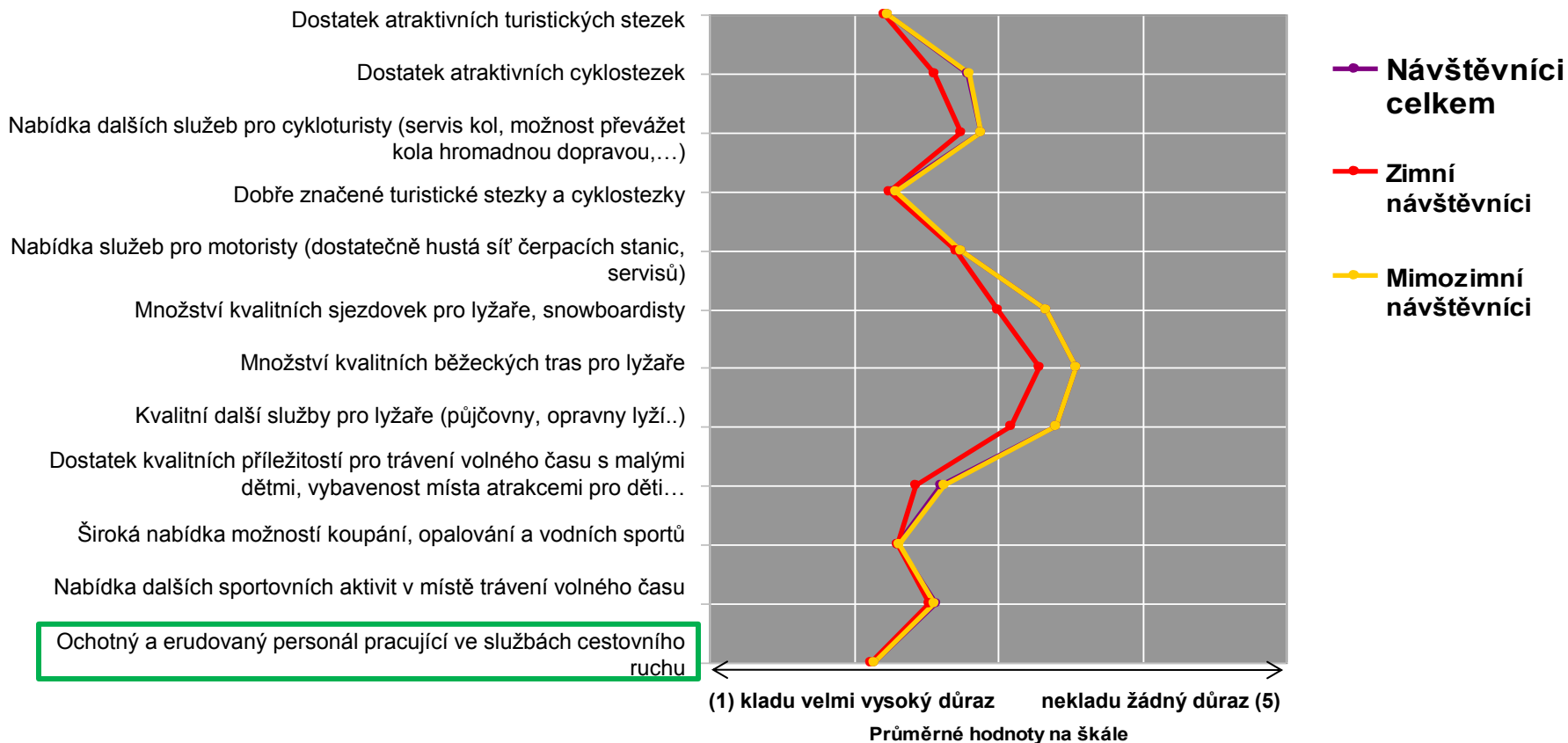
# Důležitost faktorů spojených s trávením volného času

Q15 „Nyní se prosím věnujme jednotlivým faktorům spojeným s trávením volného času mimo domov, jako je dovolená, víkendový pobyt apod.“



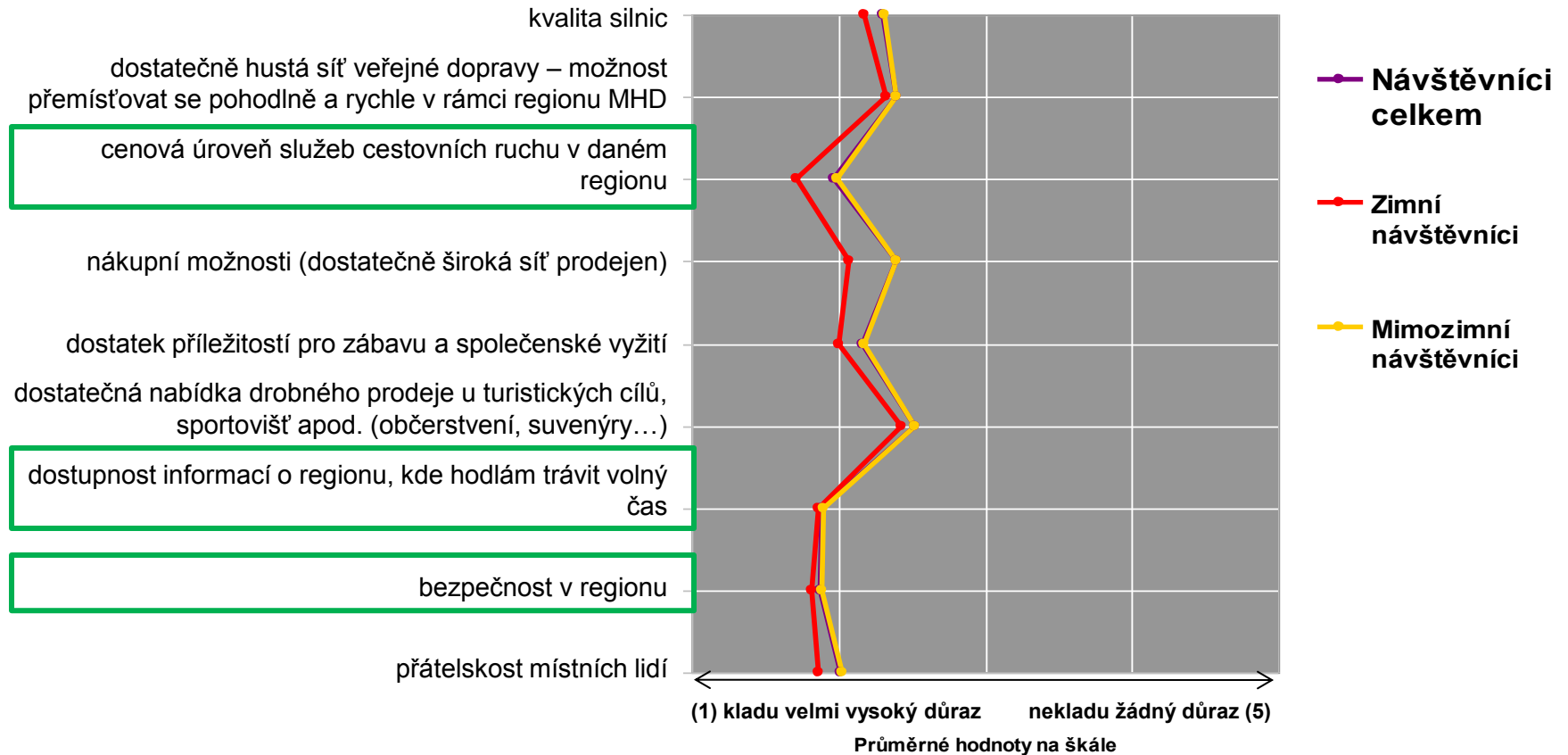
# Důležitost faktorů spojených s trávením volného času

**Q17 „Ještě se prosím věnujme jednotlivým faktorům spojeným s trávením volného času mimo domov, jako je dovolená, víkendový pobyt apod.“**



# Důležitost faktorů spojených s trávením volného času

Q20 „Ještě se, prosím, věnujme jednotlivým faktorům spojeným s trávením volného času mimo domov jako je dovolená, víkendový pobyt apod.“



# Spokojenost s vybranými faktory spojenými s trávením volného času

Q24, 37, 41 „Do jaké míry jste byl/a či nebyl/a spokojen/a s následujícími faktory své návštěvy TO Ostravsko v uplynulých 12 měsících?“

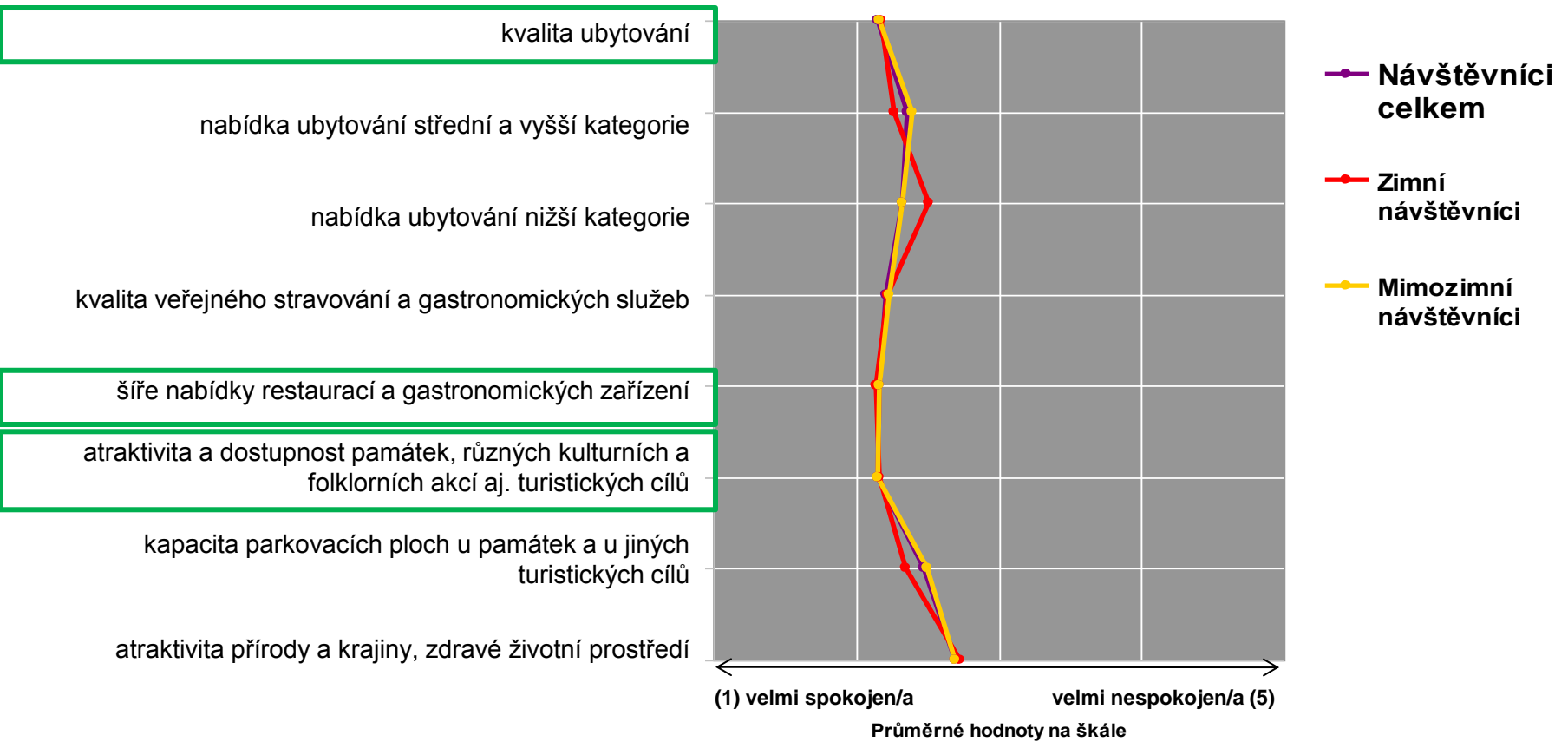
*Mezi faktory, se kterými byli návštěvníci nejvíce spokojeni, patří:*

- dostatek příležitostí pro zábavu a společenské vyžití*
- nákupní možnosti*
- přátelskostí místních lidí*
- kvalita ubytování*
- atraktivita a dostupnost památek, různých kulturních a folklórních akcí*
- šíře nabídky restaurací a gastronomických zařízení*
- značení turistických stezek a cyklostezek*
- nabídka dalších sportovních aktivit v místě trávení volného času*
- dostatek atraktivních turistických stezek*
- ochota a erudovanost personálu pracujícího ve službách cestovního ruchu v tomto regionu*
- dostatek kvalitních příležitostí pro trávení volného času s malými dětmi, vybavenost místa atrakcemi pro děti ...*
- nabídka služeb pro motoristy (dostatečně hustá síť čerpacích stanic, servisů)*
- dostatek atraktivních cyklostezek*
  
- rozporuplně bylo hodnoceno ubytování střední a vyšší kategorie a ubytování nižší kategorie u zimních návštěvníků*



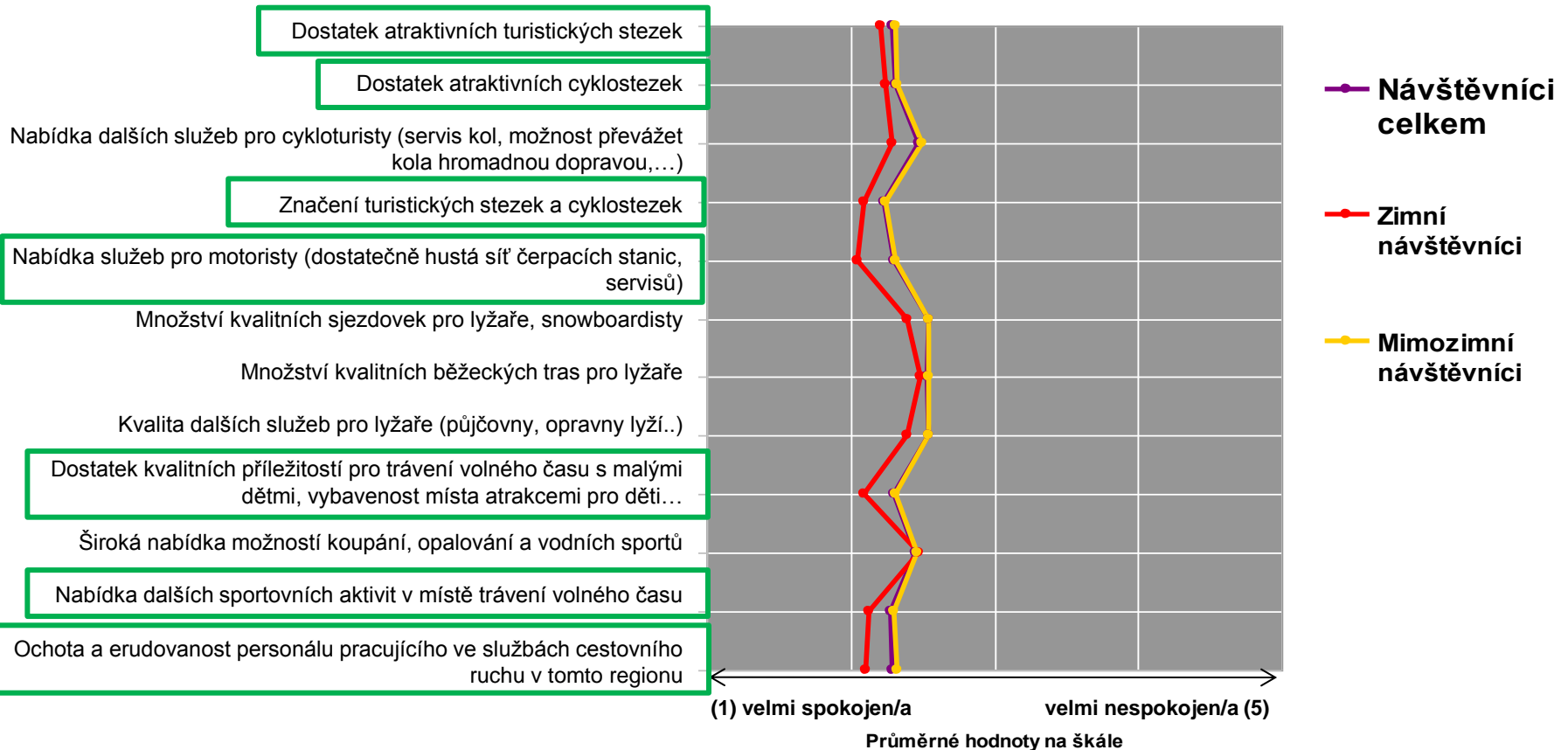
# Spokojenost s vybranými faktory spojenými s trávením volného času

Q24 „Do jaké míry jste byl/a či nebyl/a spokojen/a s následujícími faktory své návštěvy TO Ostravsko v uplynulých 12 měsících?“



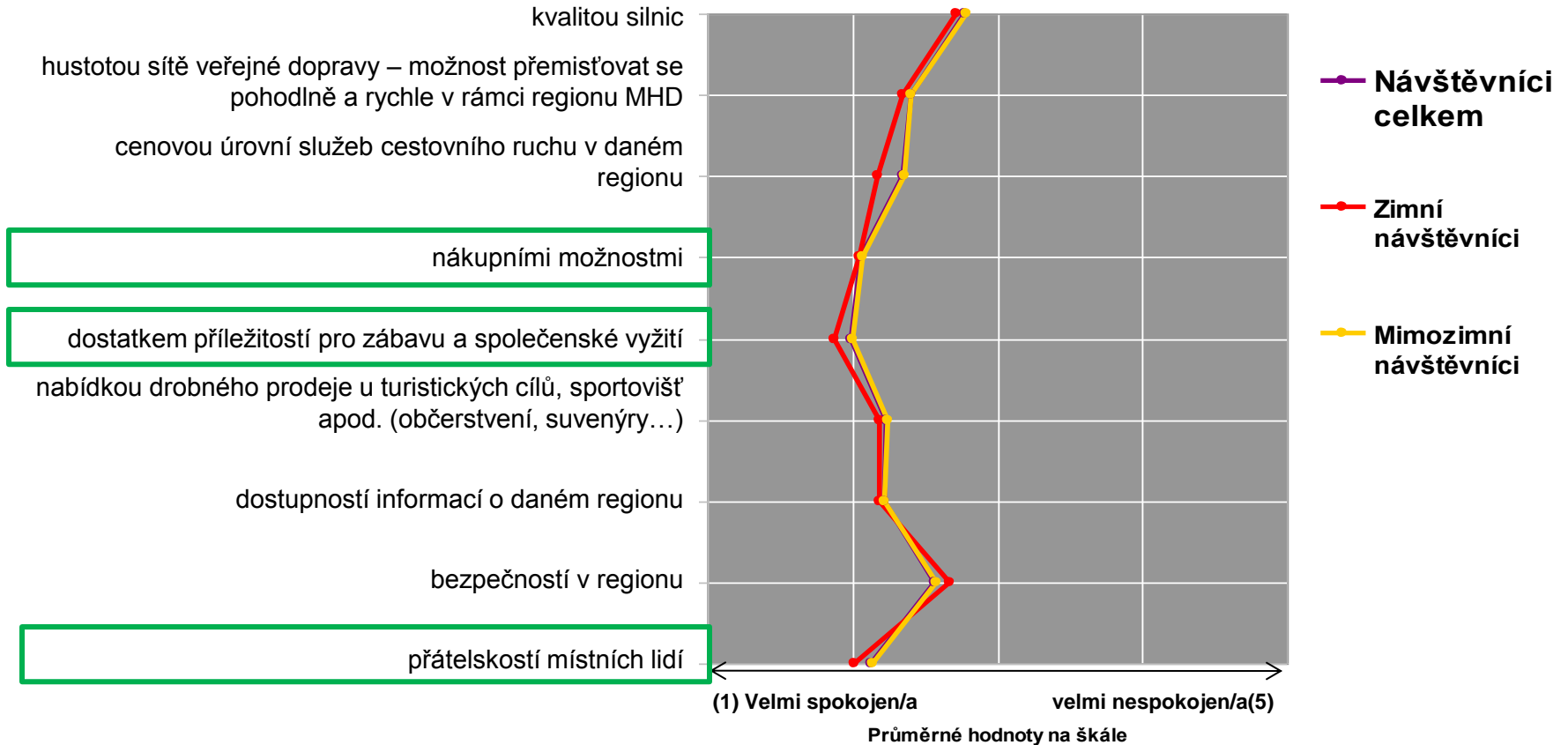
# Spokojenost s vybranými faktory spojenými s trávením volného času

Q37 „Do jaké míry jste byl/a či nebyl/a spokojen/a s následujícími faktory své návštěvy TO Ostravsko v uplynulých 12 měsících?“

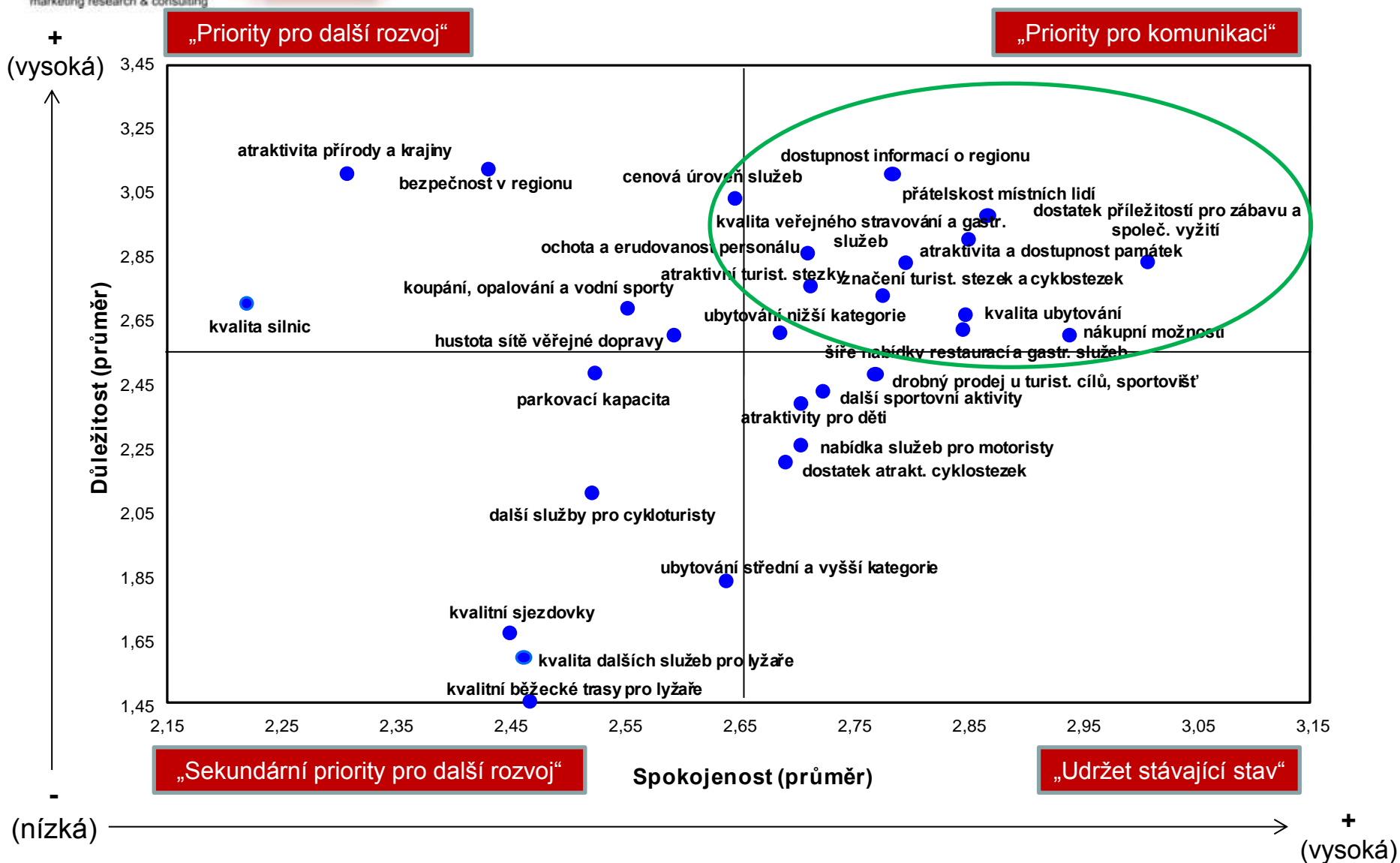


# Spokojenost s vybranými faktory spojenými s trávením volného času

Q41 „Ještě k Vaší spokojenosti s jednotlivými faktory návštěvy tohoto regionu. Jak jste byl/a či nebyl/a spokojen/a s...?“



# Hodnocení faktorů z hlediska jejich důležitosti a spokojenosti



# Hodnocení faktorů z hlediska jejich důležitosti a spokojenosti

## □ **Priority pro další rozvoj:**

*Mezi důležité faktory avšak s menší spokojeností v TO zejména patří – atraktivita přírody a krajiny, bezpečnost v regionu, cenová úroveň služeb a kvalita silnic.*

## □ **Sekundární priority pro další rozvoj:**

*Mezi nejnižší důležitost i spokojenost patří: kvalitní běžecké trasy pro lyžaře, kvalita dalších služeb pro lyžaře, kvalitní sjezdovky, ubytování střední a vyšší kategorie a další služby pro cykloturisty.*

## □ **Priority pro komunikaci:**

*Návštěvníci kladou největší důležitost a jsou nejvíce spokojeni s následujícími faktory - dostupnost informací o regionu, přátelskost místních lidí, dostatek příležitostí pro zábavu a společ. vyžití, atraktivita a dostupnost památek, cenová úroveň služeb.*

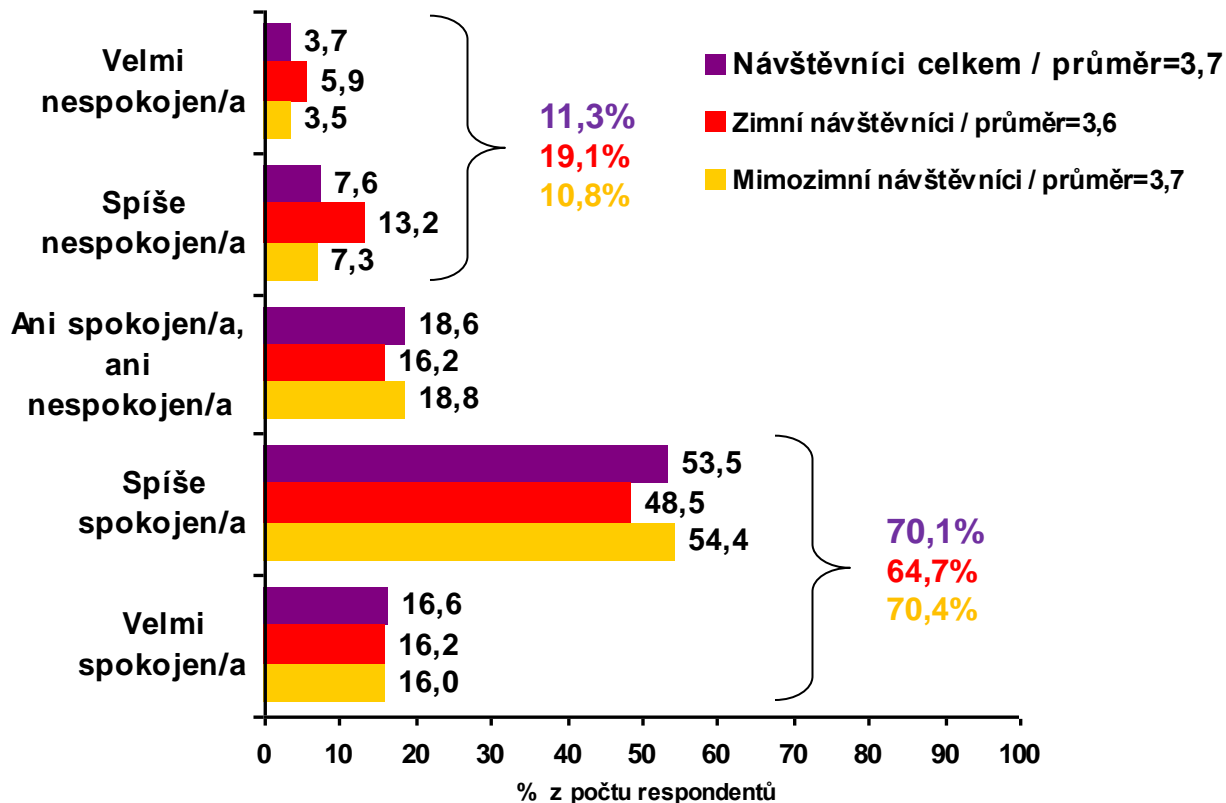
## □ **Udržet stávající stav:**

*Vyšší spokojenost a menší důležitost návštěvníci přikládají drobnému prodeji u turistických cílů, sportovišť, dalším sportovním aktivitám, atraktivitě pro děti, nabídce služeb pro motoristy a dostatku atraktivních cyklostezek.*

## 6. Indexy spokojenosti

# Spokojenost s celkovou návštěvou

Q25 „Když se zamyslíte nad svojí celkovou zkušeností s návštěvou TO Ostravsko za účelem trávení volného času v uplynulých 12 měsících, do jaké míry jste byl/a spokojen/a či nespokojen/a?“



**Celková spokojenost s návštěvou TO Ostravsko je poměrně vysoká – 53,5% návštěvníků bylo spíše spokojeno, 16,6% dokonce velmi spokojeno, 18,6% nebylo ani spokojeno ale ani nespokojeno. 11,3% návštěvníků uvádělo svoji nespokojenost s pobytem.**

**Q38 „Měl/a jste v souvislosti s návštěvou tohoto regionu nějaké problémy?  
Existuje něco, co by se zde mělo zlepšit?“**

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Žádné problémy, vše bylo v pořádku	60,8	55,7	59,6
Ovzduší, smog	5,5	7,1	5,7
Bezpečnost, kriminalita, nepřizpůsobiví občané	5,1	4,3	5,4
Dopravní značení, orientační tabule	4,2	7,1	4,0
Dopravní dostupnost	3,5	5,7	3,7
Komunikace, neochota lidí	3,5	4,3	3,7
Málo informačních center, nízká informovanost o regionu	2,3	- - -	2,4
Stravování	1,9	1,4	2,0
Špatné silnice, neudržované vozovky v zimě	1,6	4,3	1,7
Jiné	11,6	10,0	11,8
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=311</b>	<b>N=70</b>	<b>N=297</b>

**60,8% návštěvníků neuvádí žádné problémy, nejvíce výhrad směřovalo k ovzduší, potažmo smogu a bezpečnosti, kriminalitě.**



Q26 „Zamyslete se, prosím, nad svým pobytem v tomto regionu. Které služby Vám zde chybí?“

	Návštěvníci Celkem	Zimní navštěvníci	Mimozimní navštěvníci
Žádné	45,7	39,1	44,6
Informační centra, orientační tabule, značení	9,8	10,9	10,3
Restaurace, stravování	5,1	6,3	5,4
Atrakce pro děti	4,3	- - -	4,5
Koupání, aquapark	3,5	6,3	3,7
Wellness	3,5	7,8	3,3
Cyklostezky	2,8	4,7	2,9
Zábava, kultura	2,8	- - -	2,9
Sport	2,4	3,1	2,5
Jiné	20,1	21,9	19,8
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=254</b>	<b>N=64</b>	<b>N=242</b>

*Mezi služby, které návštěvníci v této turistické oblasti nejvíce postrádají patří:*

***-Informační centra, orientační tabule, značení***

***-Restaurace, stravování***

*45,7% návštěvníků ale žádné služby nechybí.*

# 7. Bariéry návštěvy

## Q36 „Proč neuvažujete opět navštívit TO Ostravsko za účelem dovolené či jiného trávení volného času?“

(odpovídají respondenti, kteří neuvažují, že region opět navštíví v následujících 2 letech)

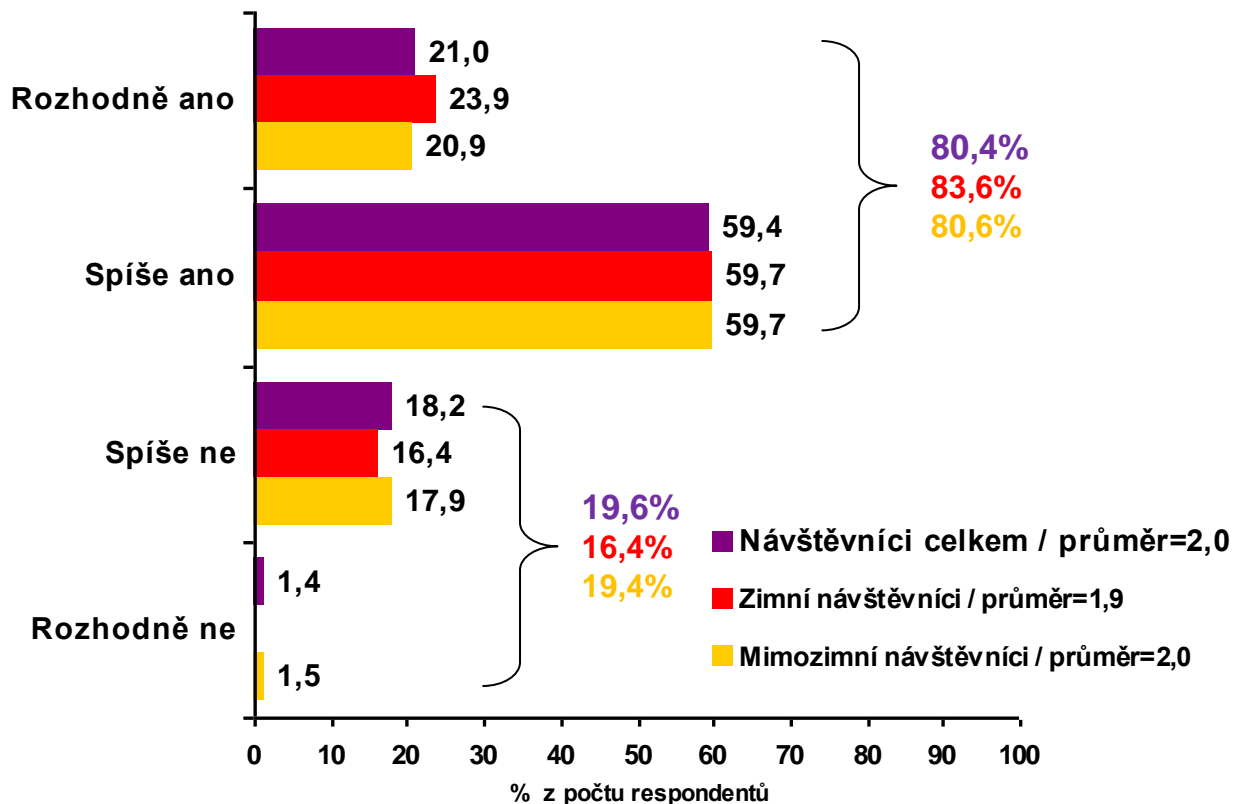
	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Návštěva jiných míst, dalších lokalit	29,2	41,7	29,7
Vzdálenost, je to daleko	13,5	16,7	12,1
Není moc zajímavý, znám hezčí místa	12,5	8,3	12,1
Smog, špatné ovzduší	8,3	8,3	8,8
Už to tam znám, vše jsem viděl/a	7,3	---	7,7
Finanční důvody	5,2	---	5,5
Nemám čas, pracovní vyčíženost	5,2	---	5,5
Nelíbilo se mi tam	4,2	---	4,4
Nemám důvod tam jet	3,1	---	3,3
Jiné	11,5	25,0	11,0
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=96</b>	<b>N=12</b>	<b>N=91</b>

***Blokace ke znovu-navštívení regionu spočívají v zájmu o další, jiné lokality, vzdálenosti od místa bydliště.***

## 8. Indexy loajality

# Doporučení oblasti jako dovolenkové destinace

Q28 „Doporučil/a byste svým dobrým známým či nejbližším příbuzným strávit zde dovolenou?“



**80,4% návštěvníků by doporučilo strávení dovolené v této turistické oblasti svým dobrým známým nebo nejbližším příbuzným.**

# Důvody doporučení oblasti jako dovolenkové destinace

Q30 „Z jakého důvodu byste doporučil/a dovolenou v tomto regionu?“  
 (odpovídají respondenti, kteří by dovolenou v tomto regionu doporučili)

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Krásná/zajímavá příroda, krajina	13,2	12,9	13,3
Je tam hezky, líbí se mi tam, zajímavá místa	11,1	4,3	11,4
Památky	9,4	5,4	9,6
Klid, pohoda, odpočinek, relaxace	7,0	9,7	6,8
Široké možnosti využití, spousta aktivit	5,8	5,4	5,9
Zábava	5,6	5,4	5,2
Jiný kraj, odlišný	4,7	6,5	4,9
Turistika	3,8	4,3	4,0
Příjemní/hodní lidé	3,8	3,2	4,0
Kultura, festivaly	2,9	2,2	2,5
Hezké prostředí, okolí	2,6	3,2	2,8
Poznávání	2,6	1,1	2,8
Jiné	27,5	36,6	26,9
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=342</b>	<b>N=93</b>	<b>N=324</b>

*Největšími lákadly, které vedou návštěvníky k dalšímu doporučení dovolené v tomto regionu patří krásná a zajímavá příroda, krajina, zajímavá místa, památky, klid, pohoda, odpočinek, relaxace.*

**Q32 „Jaká místa byste doporučil/a?“**  
(odpovídají respondenti, kteří by dovolenou v tomto regionu doporučili)

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Ostrava a okolí	18,4	17,5	18,6
ZOO v Ostravě	8,8	8,2	8,6
Klimkovice	5,9	2,1	6,2
Beskydy	5,1	7,2	5,0
Muzea (Hornické, Technické)	4,2	6,2	3,8
Stodolní ulice	4,0	4,1	4,1
Doly (Důl Michal)	2,8	1,0	2,9
Hrady, zámky	2,5	3,1	2,7
Lázně (Darkov, Klimkovice)	2,5	1,0	2,7
Památky	2,3	1,0	2,4
Koupaliště, bazény, aquapark	2,0	2,1	1,8
Jiné	41,5	46,4	41,3
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=354</b>	<b>N=97</b>	<b>N=339</b>

**Z konkrétních lokalit by návštěvníci nejčastěji doporučili přímo město Ostravu a okolí, ZOO, město Klimkovice a v blízké blízkosti také Beskydy.**

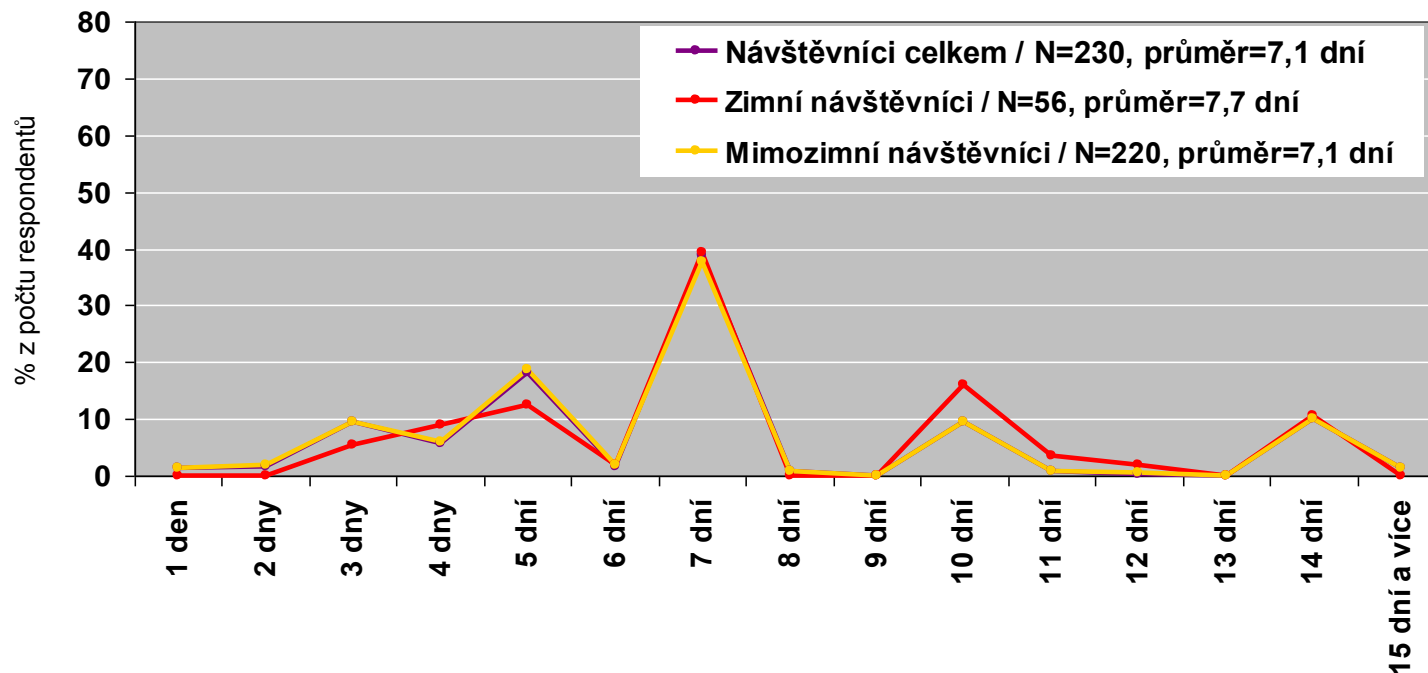
**Q31 „Jaké aktivity byste zde doporučil/a?“**  
(odpovídají respondenti, kteří by dovolenou v tomto regionu doporučili)

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Turistika, výlety	21,5	16,1	22,1
Cykloturistika	11,0	11,6	11,5
Památky	7,7	6,3	7,7
Sport	7,2	8,0	7,2
Zimní sporty, lyžování	6,4	10,7	5,6
Kultura, festivaly, divadla	6,4	8,9	5,9
Lázně, wellness	6,1	4,5	6,4
Vodní sporty, koupání	5,1	5,4	5,1
Zábava, noční život	3,1	2,7	2,9
ZOO	2,8	1,8	2,7
Příroda, procházky přírodou	2,6	1,8	2,7
Restaurace	2,6	4,5	2,4
Jiné	17,6	17,9	17,9
	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=391</b>	<b>N=112</b>	<b>N=375</b>

*Oblast je podle návštěvníků vhodná k turistice, výletům a cykloturistice, památkám a sportům pro tyto aktivity by region doporučili k návštěvě.*

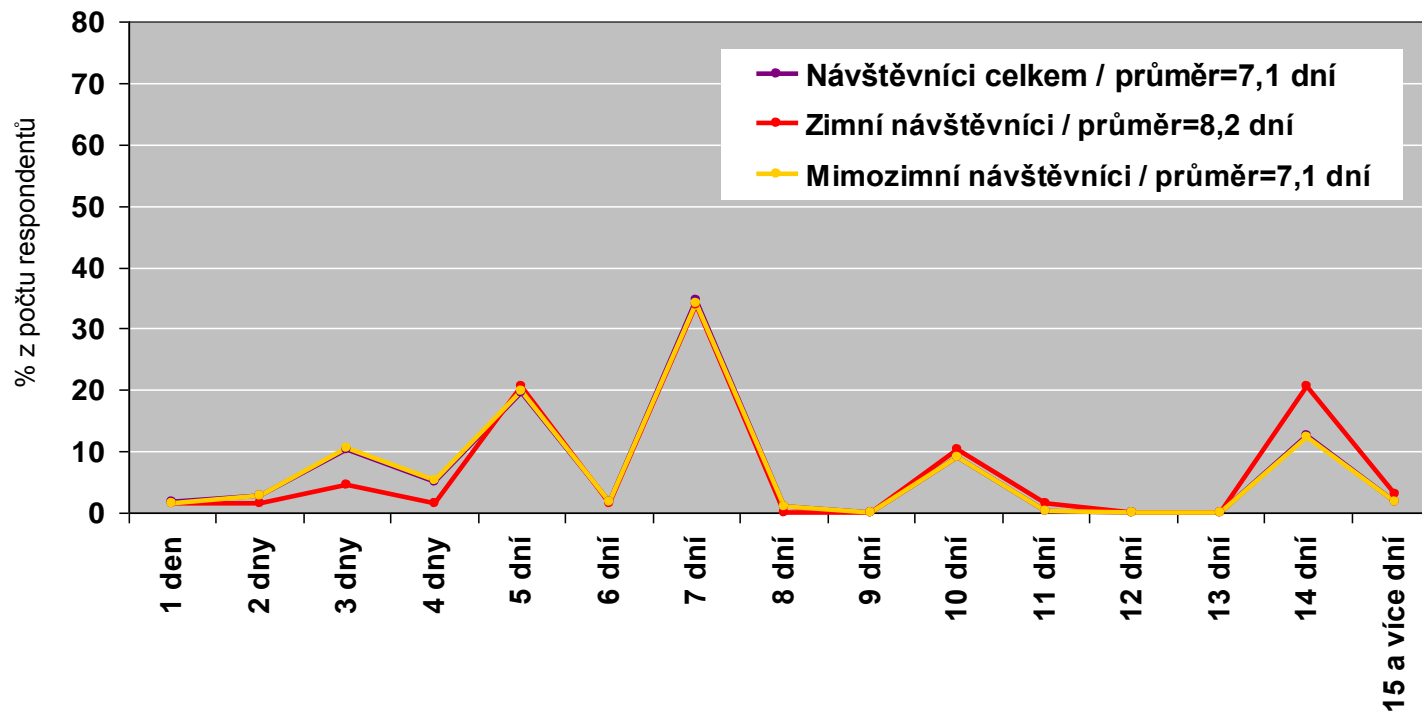


**Q33 „Jak dlouhý pobyt byste zde doporučil/a?“**  
(odpovídají respondenti, kteří by dovolenou v tomto regionu doporučili)



*Návštěvníci by doporučili region nejčastěji k sedmidenním a pětidenním pobytům.*

Q19 „Na jak dlouhý pobyt je TO Ostravsko, podle Vašeho názoru, vhodná?“



*Dle návštěvníků je turistická oblast Ostravsko vhodná zejména k sedmidenním pobytům, v úvahu připadají ještě pobyty pětidenní, čtrnáctidenní, třídenní, nebo desetidenní.*

# Důvody nedoporučení oblasti jako dovolenkové destinace

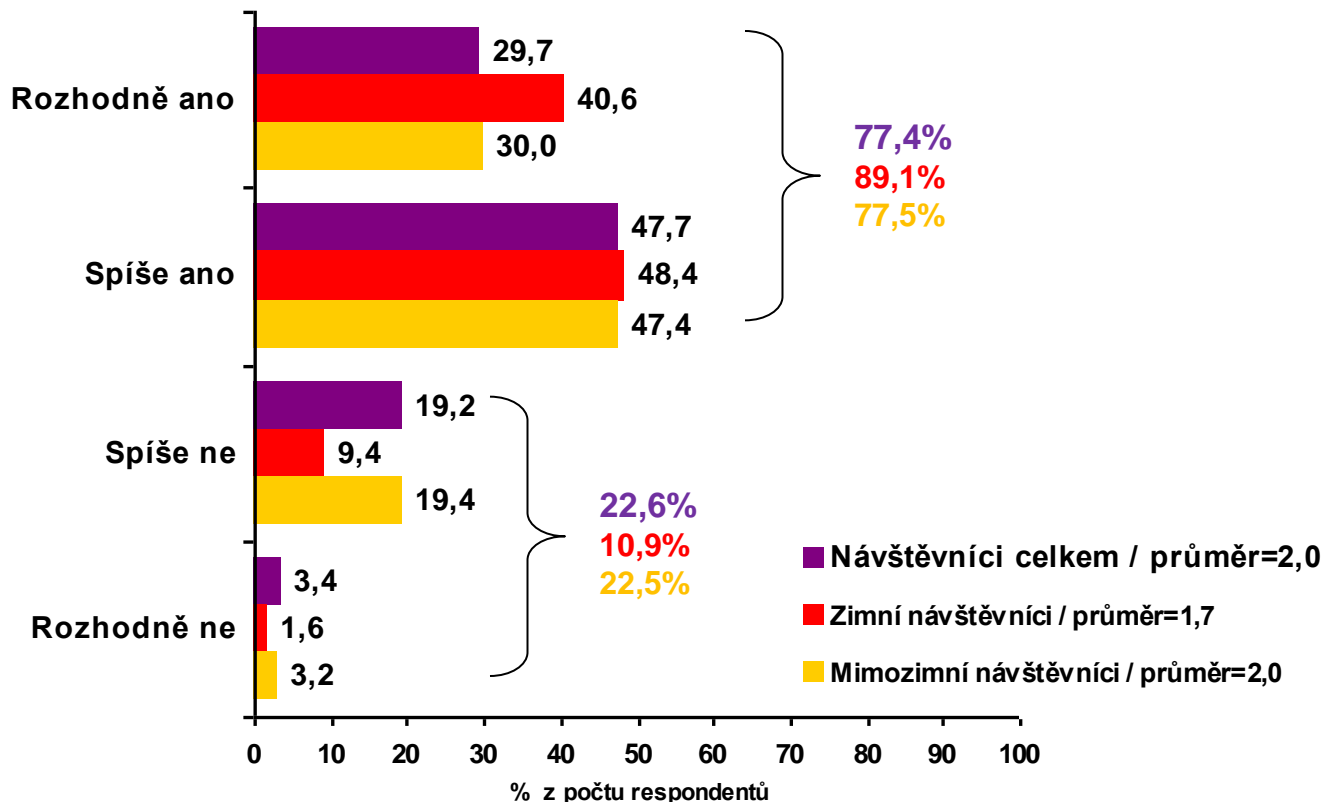
**Q29 „Z jakého důvodu byste nedoporučil/a dovolenou v tomto regionu?“**  
(odpovídají respondenti, kteří by dovolenou v tomto regionu nedoporučili nebo si nejsou jisti)

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Špatné ovzduší, smog	35,7	30,8	36,9
Není moc zajímavý, znám hezčí místa	22,9	15,4	23,1
Nelíbí se mi, není hezký	7,1	- - -	7,7
Není to oblast vhodná na dovolenou	7,1	7,7	7,7
Nedostatek vyžití, zábavy	5,7	7,7	6,2
Kriminalita, problémoví občané	4,3	15,4	4,6
Moc neznám	4,3	7,7	3,1
Nezajímavá příroda	2,9	7,7	1,5
Je to daleko	2,9	- - -	3,1
Jiné	7,1	7,7	6,2
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=70</b>	<b>N=13</b>	<b>N=65</b>

**Mezi největší *blokace k doporučení TO Ostravsko jako turistické destinace patří špatné ovzduší, potažmo smog.***

# Úvaha o návštěvě v příštích 2 letech

Q34 „Uvažujete o tom, že daný region opět navštívíte v následujících 2 letech za účelem trávení volného času?“



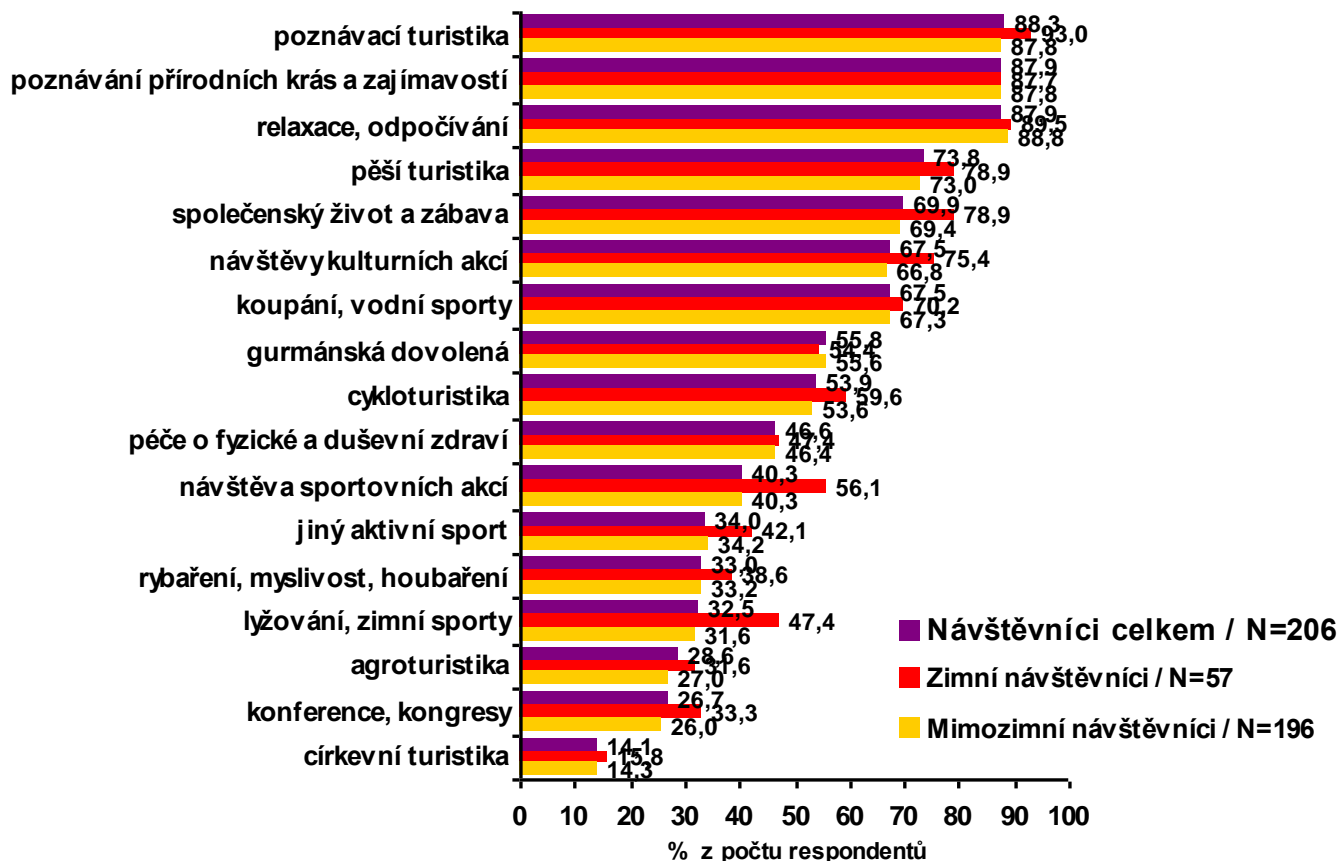
**O znovu-navštívení uvažuje 77,4% návštěvníků, z toho 29,7% rozhodně ano.**

**Q16 „Kdybyste měl/a TO Ostravsko navštívit ještě jednou, co konkrétně by Vás lákalo? Jaká místa, turistické cíle, akce či aktivity?“**

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Ostrava a okolí	6,8	7,1	6,8
ZOO v Ostravě	6,8	4,8	7,0
Lázně (Darkov, Klimkovice), wellness pobyty	5,2	5,6	5,2
Doly (Důl Michal, Jindřich)	4,6	5,6	4,6
Příroda, lesy, hory	4,6	6,3	4,6
Muzea (Hornické, Hasičské, Valašské, Kopřivnice)	4,1	6,3	4,0
Hrady, zámky	3,1	3,2	3,2
Památky	2,9	4,0	2,6
Stodolní ulice	2,9	4,0	2,8
Beskydy	2,7	2,4	2,8
Hudební festivaly, Colors of Ostrava	2,7	4,8	2,4
Sport (fotbal, hokej), Zlatá tretra	2,7	3,2	2,2
Turistické trasy	2,7	0,0	2,8
Cyklotrasy	2,3	1,6	2,4
Klimkovice	2,3	0,8	2,4
Kulturní akce, divadla	2,3	4,0	2,4
Koupaliště, aquapark	2,1	2,4	2,0
Obchody, obchodní centra	1,7	1,6	1,8
Jiné	37,3	32,5	37,9
<b>Počet odpovědí N</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>N=517</b>	<b>N=126</b>	<b>N=499</b>

*Mezi největší lákadla turistické oblasti Ostravsko patří město Ostrava samotné, ZOO a lázně – Darkov, Klimkovice), wellness pobyty.*

**Q35 „Za jakými aktivitami byste sem chtěl/a přijet?“**  
 (odpovídají respondenti, kteří uvažují, že region opět navštíví v následujících 2 letech)

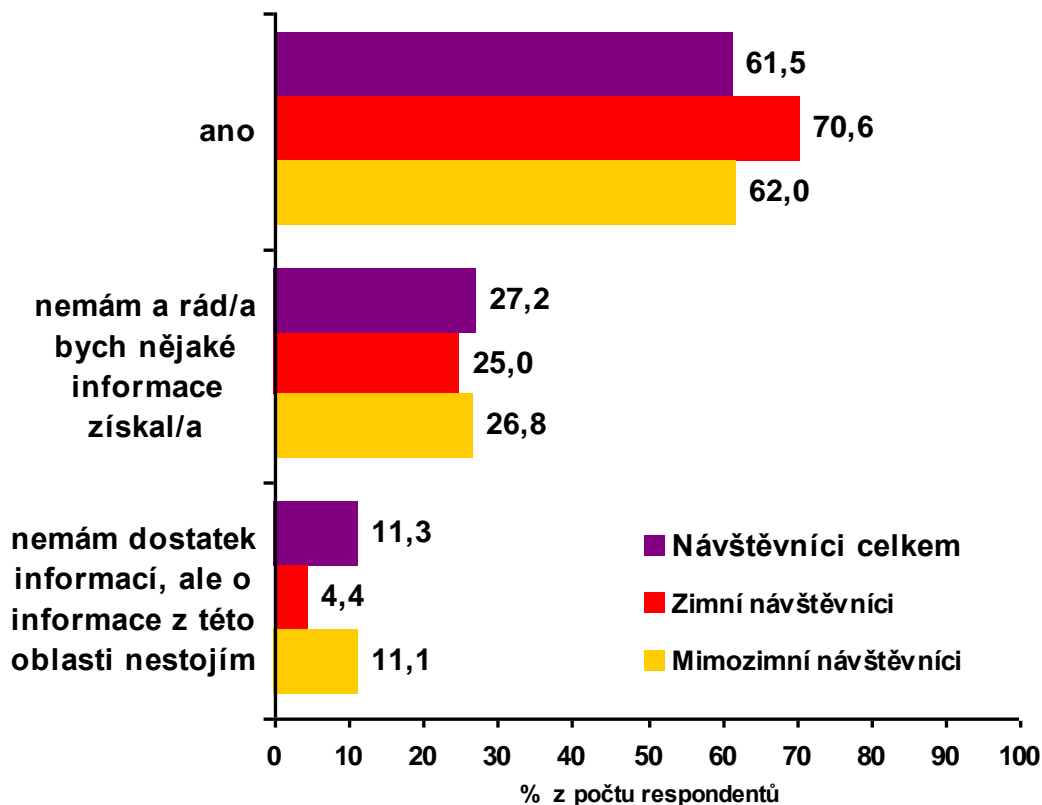


**Mezi nejčastější motivátory pro návštěvu regionu patří poznávací turistika, poznávání přírodních krás a zajímavostí, relaxace a odpočívání, pěší turistika.**

# 9. Zdroje informací o Turistické oblasti Ostravsko

# Dostatek informací o tomto regionu

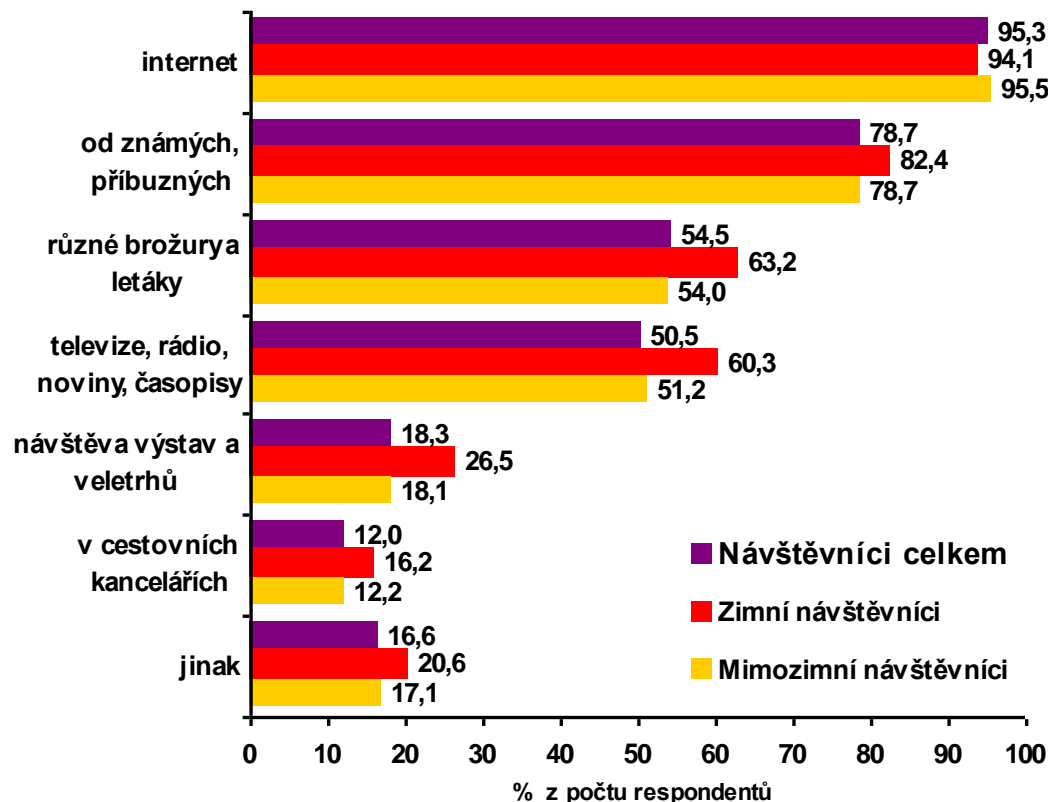
Q39 „Máte dostatek informací o možnostech trávení volného času v tomto regionu?“



**61,5% návštěvníků se domnívá, že má dostatek informací o možnostech trávení volného času v regionu.**



## Q40 „Z jakých zdrojů získáváte informace o možnostech trávení volného času v TO Ostravsko?“



Nejčastější zdroje pro získávání informací jsou: **internet, WOM (Word of Mouth) od známých, příbuzných, různé brožury a letáky a také média (televize, rádio, noviny, časopisy).**

# 10. Hlavní zjištění

## 1. Návštěva Turistické oblasti Ostravsko

- ❑ Ostravsko nejčastěji respondenti navštívili v **létě** (68,1% návštěvníků).
- ❑ Největší podíl návštěvníků zde zavítal **ve sledovaném období 1x**.
- ❑ Mezi nejčastěji volené délky pobytů patří **dvou až třídní, týdenní, nebo pětidenní pobyty, v průměru** zde návštěvníci strávili **5 dní**.
- ❑ Respondenti obvykle navštívili turistickou oblast Ostravsko v **doprovodu dalších osob** (82,1%), nejčastěji se jednalo o **partnery** (76,5%), dále pak o **přátele** (59,5%). S **alespoň jedním dítětem (do 9 let) přijelo** 30,4% respondentů.
- ❑ Největší část návštěvníků přijela **autem** (70,1%). Druhá největší skupina přijela **vlakem** (20,3%).
- ❑ Nejčastěji navštívenými místy v TO Ostravsko byla **samotná Ostrava jako město a jeho okolí, ZOO Ostrava, město Klimkovice a Stodolní ulice**.
- ❑ Nejčastěji byli návštěvníci **ubytováni u svých známých či příbuzných** 38,2%, **ubytování v penzionu využilo** 20,6% a **v kempu, tábořišti spalo** 10,6%.
- ❑ **V restauracích** se při svém pobytu v turistické oblasti Ostravsko stravovalo 88,7% dotázaných, z toho 29,2% se zde stravovalo hodně a 59,5% málo.
- ❑ Mezi **důvody pobytu** v turistické oblasti převažoval **odpočinek-relaxace**, tj. pobyt v přírodě, procházky apod. – 70,1%, dále pak **poznání**, tj. návštěva turisticky zajímavých cílů, jako jsou památky, muzea, kulturní a folklorní akce, apod. (65,4%). Více než polovina dotázaných navštívila **své příbuzné, známé** (52,2%).

## 2. Image Turistické oblasti Ostravsko

- ❑ Turistickou oblast Ostravsko mají návštěvníci spontánně spojenou s **doly, těžbou uhlí, horníky, se samotným městem**, dále pak **špatným ovzduším**. Z konkrétních míst jsou to **ZOO Ostrava, Stodolní ulice a Beskydy** (které ovšem nejsou součástí této turistické oblasti).
- ❑ Dále měli návštěvníci hodnotit, k jakým aktivitám je podle nich Ostravsko vhodné. Nejčastěji uváděli **společenský život a zábavu, poznávací turistiku** (návštěva hradů, zámků, muzeí, památek...) **relaxaci a odpočívání, návštěvy kulturních akcí** (festivaly, slavnosti, koncerty...), **pěší turistiku**.
- ❑ **Za výjimečnou** považuje turistickou oblast Ostravsko **35,7% jejich návštěvníků**, za alespoň trochu výjimečný pak 50,0% návštěvníků.

## 3. Hodnocení faktorů spokojenosti s návštěvou

- Mezi nejdůležitější faktory trávení volného času mimo domov respondenti řadí tyto:
  - bezpečnost v regionu
  - atraktivní příroda a krajina, zdravé životní prostředí
  - dostupnost informací o regionu, kde hodlám trávit volný čas
  - cenová úroveň služeb cestovního ruchu v daném regionu
  - dostatek atraktivních památek, různých kulturních a folklorních akcí aj. turistických cílů
  - ochotný a erudovaný personál pracující ve službách cestovního ruchu
  
- Mezi faktory, se kterými byli návštěvníci nejvíce spokojeni, patří:
  - dostatek příležitostí pro zábavu a společenské vyžití
  - nákupní možnosti
  - přátelskostí místních lidí
  - kvalita ubytování
  - atraktivita a dostupnost památek, různých kulturních a folklorních akcí
  - širší nabídky restaurací a gastronomických zařízení
  - značení turistických stezek a cyklostezek
  - nabídka dalších sportovních aktivit v místě trávení volného času
  - dostatek atraktivních turistických stezek
  - ochota a erudovanost personálu pracujícího ve službách cestovního ruchu v tomto regionu
  - dostatek kvalitních příležitostí pro trávení volného času s malými dětmi, vybavenost místa atrakcemi
    - pro děti ...
  - nabídka služeb pro motoristy (dostatečně hustá síť čerpacích stanic, servisů)
  - dostatek atraktivních cyklostezek

## 4. Indexy spokojenosti

- ❑ **Celková spokojenost** s návštěvou TO Ostravsko je **poměrně vysoká – 53,5% návštěvníků bylo spíše spokojeno, 16,6% dokonce velmi spokojeno**, 18,6% nebylo ani spokojeno, ale ani nespokojeno. 11,3% návštěvníků uvádělo svoji nespokojenost s pobytem.
- ❑ **60,8% návštěvníků neuvádí žádné problémy**, nejvíce výhrad směřovalo k ovzduší, potažmo smogu, bezpečnosti, kriminalitě.

## 5. Bariéry návštěvy

- ❑ **Blokace** ke znovu-navštívení regionu spočívají **v zájmu o další, jiné lokality, vzdáleností od místa bydliště**

## 6. Indexy loajality

- ❑ **80,4% návštěvníků by doporučilo strávení dovolené v této turistické oblasti** svým dobrým známým nebo nejbližším příbuzným.
- ❑ Největšími lákadly, které vedou návštěvníky k dalšímu doporučení dovolené v tomto regionu patří **krásná a zajímavá příroda, krajina, zajímavá místa, památky, klid, pohoda, odpočinek, relaxace**.
- ❑ Z **konkrétních lokalit** by návštěvníci nejčastěji doporučili přímo **město Ostravu a okolí, ZOO, město Klimkovice a v blízké blízkosti také Beskydy**.
- ❑ Oblast je podle návštěvníků **vhodná k turistice, výletům, cykloturistice, památkám a sportům**, pro tyto aktivity by region doporučili k návštěvě.
- ❑ O znovu-navštívení uvažuje **77,4% návštěvníků**, z toho 29,7% rozhodně ano.

## 7. Zdroje informací o Turistické oblasti Ostravsko

- 61,5% návštěvníků se domnívá, že má dostatek informací** o možnostech trávení volného času v regionu.
- Nejčastější **zdroje pro získávání informací jsou: internet, WOM** (Word of Mouth) od známých, příbuzných, **různé brožury a letáky** a **také média** (televize, rádio, noviny, časopisy).

# ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ



## 1. Návrh marketingových aktivit – cílové skupiny

- Většinu návštěvníků tvoří individuální turisté, kteří do TO Ostravsko přicestovali v letním období autem v doprovodu partnera, přátel nebo dítěte (do 9 let).
- Ubytování byli většinou v penzionu nebo u známých a pro svůj pobyt si zvolili v průměru 5 dní. Do kraje nejčastěji přijeli za odpočinkem v přírodě a poznáním tj. návštěva turisticky zajímavých cílů.
- Zimní návštěvníci tento region navštívili 2x v 27,9% případů, oproti mimozimním návštěvníkům zde nejčastěji přijeli v doprovodu přátel. Hlavními důvody jejich návštěvy byla odpočinek, poznání, návštěva příbuzných, kamarádů a zábava. Ubytování byli převážně u příbuzných a známých.
- Nadpoloviční většinu ze všech návštěvníků tvoří věková skupina 25-44 let.
- Doporučujeme při výběru témat a komunikačních kanálů se zaměřit na rozlišení těchto dvou skupin návštěvníků.

## 2. Návrh marketingových aktivit – doporučená témata

- Nejčastěji přijíždějí návštěvníci do TO Ostravsko za účelem odpočinku a relaxace, dále pak za poznáním (např. kulturních památek).
- Mezi nejnavštěvovanější místa v uplynulých 12 měsících patří města Ostrava a okolí, ZOO Ostrava, město Klimkovice u mimozimních návštěvníků a Stodolní ulice u zimních návštěvníků.
- TO Ostravsko vidí jako místo s velkým množstvím zajímavých technických památek a dobrou zábavou.
- Za nejvhodnější aktivity návštěvníci považují společenský život a zábavu, poznávací turistiku, relaxaci a odpočinek. Zimní návštěvníci vidí vhodnost TO ve společenském životě a zábavě, dále návštěvách kulturních akcí a pěší turistice.
- V komunikaci doporučujeme se zaměřit na následující témata, která návštěvníci vidí jako důležitá a jsou s nimi spokojeni:
  - *dostupnost informací o regionu*
  - *přátelskost místních lidí*
  - *dostatek příležitostí pro zábavu a společ. vyžití*
  - *atraktivita a dostupnost památek*
  - *cenová úroveň služeb*

## 3. Návrh marketingových aktivit – doporučené komunikační kanály

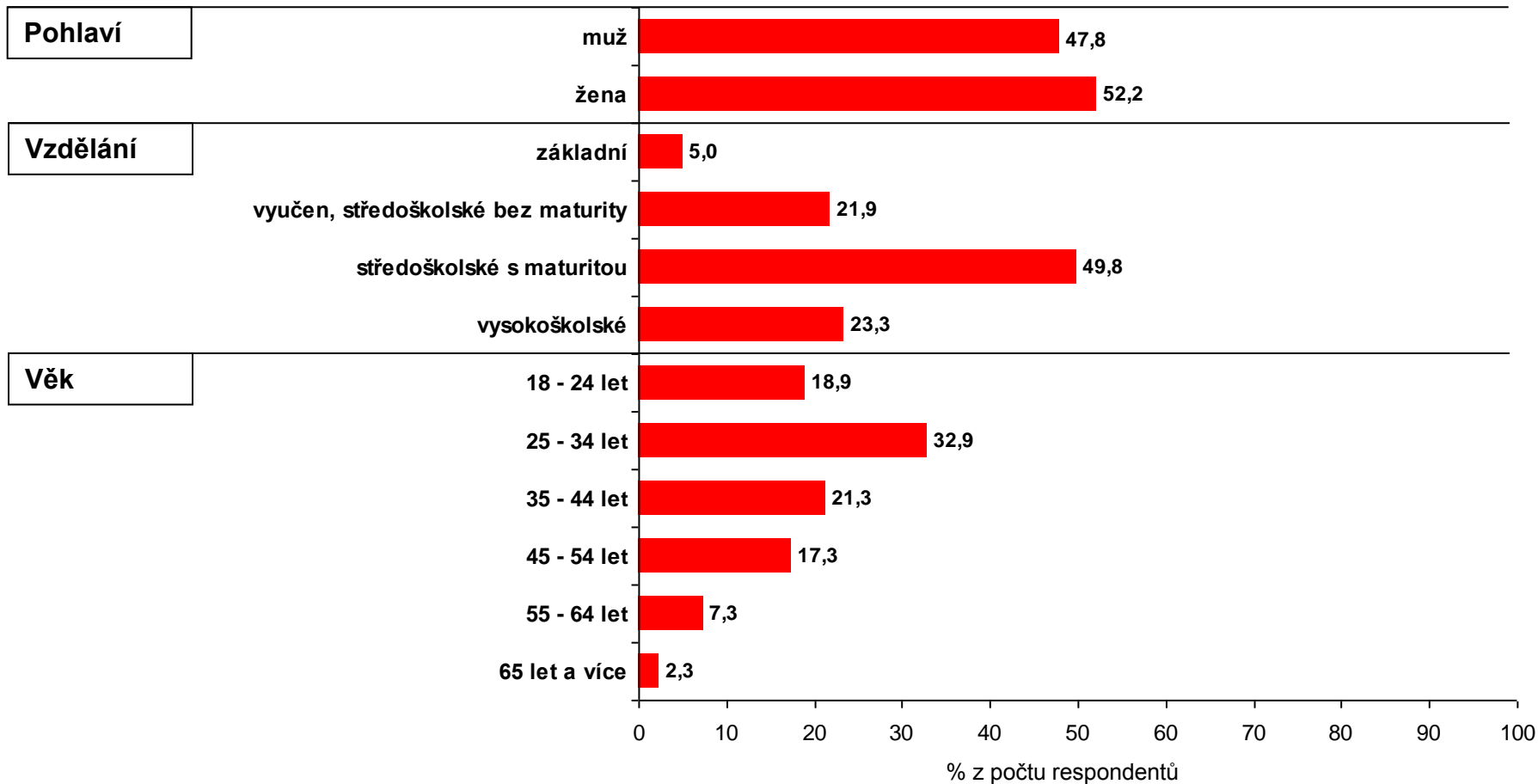
- Nejčastěji využívaným nástrojem pro získávání informací v TO Ostravsko je internet, dále WOM (Word of Mouth) od známých, příbuzných, různé brožury a letáky a média (televize, rádio, noviny, časopisy).
- S ohledem na výše uvedené skutečnosti doporučujeme zaměřit komunikaci na internetové portály, které souvisí s Ostravsko.
- Z výzkumu vyplývá, že pokud by návštěvníci měli oblast znovu navštívit nejvyhledávanějšími místy by byly město Ostrava, ZOO a lázně. U zimních návštěvníků se jedná také o město Ostravu, dále o přírodu, lesy, hory a muzea.
- V propagaci doporučujeme se zaměřit na následující aktivity a místa:
  - Aktivity:**
    - turistika, výlety, cykloturistika, památky a sport. Zimní návštěvníci před památkami upřednostňují zimní sporty, lyžování, kulturu festivaly a divadlo.
  - Místa:**
    - Ostravu a její okolí, ZOO, město Klimkovice a blízké Beskydy. U zimních návštěvníků převažuje nad městem Klimkovice návštěva muzeí.
- V této souvislosti doporučujeme zaměřit se na internetovou propagaci zejména v těchto oblastech.
- Vzhledem k faktu, že na druhém místě je forma získání informací od známých doporučujeme na internetovém portálu zřídit možnost napsání referencí jednotlivých návštěvníků na konkrétní místa či aktivity včetně možnosti vložení fotografie, dále ankety, kde mohou hodnotit spokojenost, popř. diskusní fóra.
- Při propagaci zimní sezóny doporučujeme využít také konkrétních médií pro informování možnosti využití zimních sportů (stav sjezdovek, ceny skipasů atd.).

## 4. Návrh marketingových aktivit – marketingový mix

	Mimozimní návštěvníci	Zimní návštěvníci
Nejdůležitější parametry spokojenosti	Dostatek příležitostí pro zábavu a společenské vyžití, <b>nákupní možnosti, přátelskost místních lidí, atraktivita a dostupnost památek, různých kulturních a folklórních akcí, kvalita ubytování.</b>	Dostatek příležitostí pro zábavu a společenské vyžití, <b>přátelskost místních lidí, nákupní možnosti, nabídka služeb pro motoristy, dostatek kvalitních příležitostí pro trávení volného času s malými dětmi, vybavenost místa atrakcemi pro děti</b>
Hlavní zdroje informací	Internet, WOM, brožury, letáky a média	Internet, WOM, brožury a letáky a média
Nejčastější účel návštěvy	Odpočinek a relaxace, poznání, návštěva příbuzných kamarádů, zábava	Odpočinek a relaxace, poznání, <b>návštěva příbuzných kamarádů a zábava</b>
Nejhodnější aktivity	Turistika, výlety, cykloturistika, <b>návštěva památek, sport.</b>	Turistika, výlety, cykloturistika, <b>zimní sporty, lyžování, kultura, festivaly, divadla.</b>
<b>Co komunikovat</b>	Zaměřit se na dostatek příležitosti pro zábavu a společenského vyžití, možnosti nákupu (velký sortiment za přijatelné ceny), příjemnost a přátelskost lidí, kteří vycházejí návštěvníkům maximálně vstříc v souvislosti s atraktivitou kulturních památek. Oblast je určená zejména pro milovníky kultury, folklórních akcí, zábavy všeho druhu. Vhodné je Ostravsko také pro turistiku, cykloturistiku a příznivce sportovních aktivit (adrenalinové sporty, letní koupání atd.). Možnost kvalitního ubytování ke spokojenosti i náročné klientely.	Zaměřit se opět na dostatek příležitosti pro zábavu a společenského vyžití, vstřícnost a přátelskost místních obyvatel s dostatkem nákupních možností včetně nabídky služeb pro motoristy (třžistiště motobazaru, motobary, motosrazy). Dovolená je také vhodná pro rodče s malými dětmi, dostatek příležitostí pro děti (JoJo park, Vaňkův kopec, ZOO Ostrava, kryté bazény, aqua parky, kina, divadla pro děti atd.) Vhodná je oblast také pro trávení rekreačních pobytů s možností odpočinku a relaxace (wellness, lázně). Pro milovníky zimních sportů jsou zde rozmanité běžkařské trasy a lyžařské areály .
<b>Jak komunikovat</b>	Internet (sociální sítě, diskuzní fóra, reference, fotogalerie, soutěže), brožury, letáky (rámečky ve vlcích, papírové letáky na nádražích, plakáty), Média (možnost využití známých osobností – Nohavica, Špinarová, Billboardy).	Internet (web camera sjezdovek, sociální sítě, diskuzní fóra, reference, fotogalerie, soutěže), brožury, letáky (rámečky ve vlcích, papírové letáky na nádražích, plakáty), Média , Billboardy (možnost využití známých osobností – Nohavica – Ladovská zima, Špinarová),

# Sociodemografické charakteristiky

# Sociodemografické charakteristiky



# Sociodemografické charakteristiky

