

Je zbytečné plánovat kam jít, když nevíte kde jste!

Turistická oblast - Ostravsko

Závěrečná zpráva z výzkumu

Období: březen 2013

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

ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ

Sociodemografické charakteristiky

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.

Forma výzkumu:	Kvalitativní výzkum
Počet respondentů:	305 respondentů - Léto 2012+Zima 2013 301 respondentů - Léto 2011+Zima 2012
Cílová skupina:	Návštěvníci TO Ostravsko v posledních 12 měsících
Termín dotazování:	14.-19.9. 2012, 4.-7.3. 2013 - Léto 2012+Zima 2013 22.-25.8. 2011, 10.-16.1. 2012 - Léto 2011+Zima 2012
Lokality:	celá ČR kromě Moravskoslezského kraje
Forma dotazování:	FACE TO FACE
Tazatelé:	Speciálně školení operátoři společnosti Datamar
Průměrná délka rozhovoru:	24 minut
Kontrola tazatelů:	náslechová, statistická a logická
Zpracování:	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:

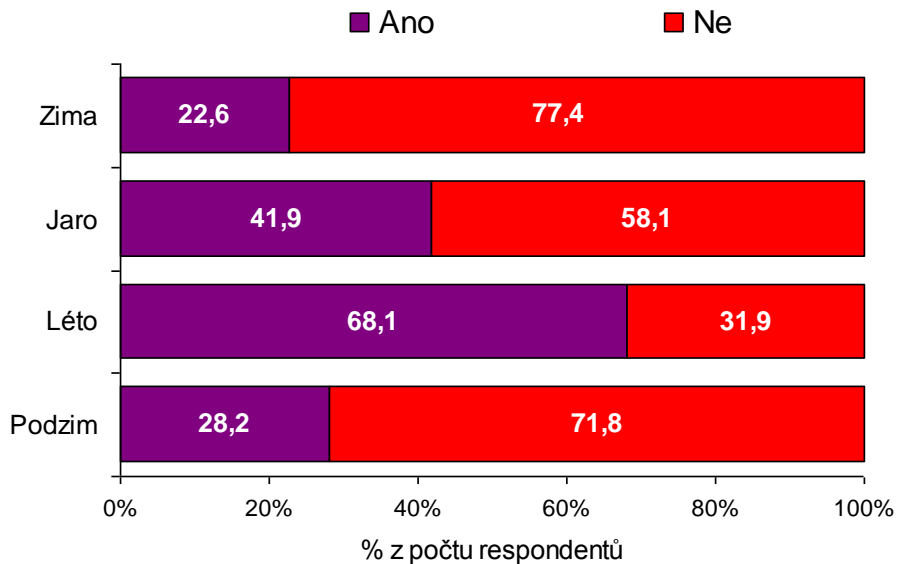
1. **CS – „Zimní návštěvníci“** – respondenti, kteří v uplynulých 12 měsících region navštívili alespoň 1x v zimě
2. **CS – „Mimozimní návštěvníci“** – respondenti, kteří v uplynulých 12 měsících navštívili region alespoň jednou na jaře, v létě, nebo na podzim.

3. Návštěva Turistické oblasti Ostravsko

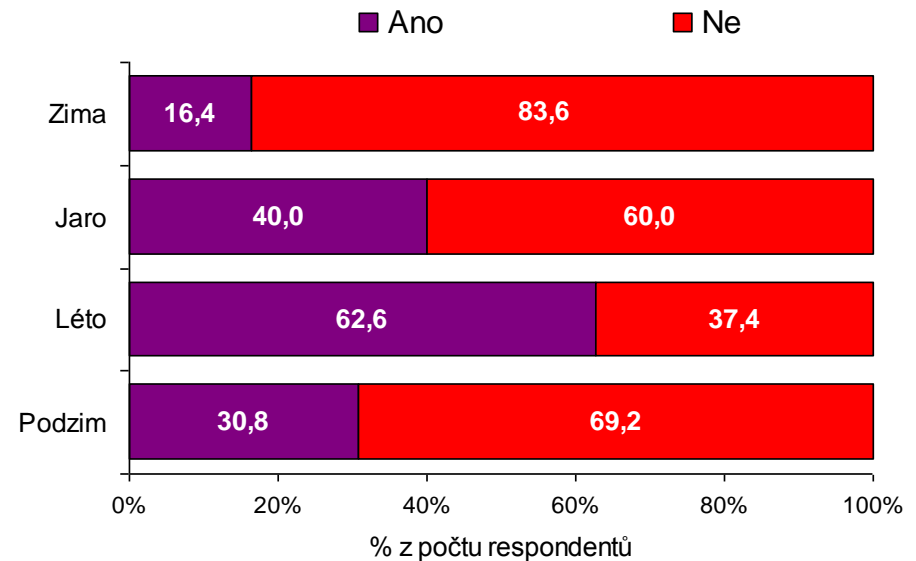
Návštěva v jednotlivých ročních obdobích

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

Léto 2011+Zima 2012



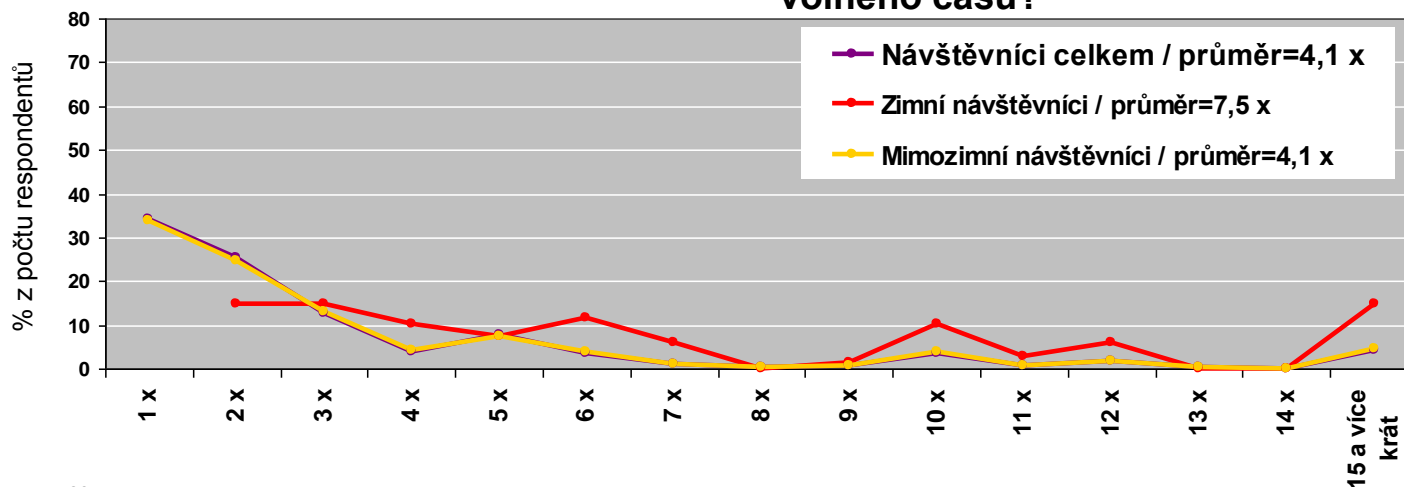
Léto 2012+Zima 2013



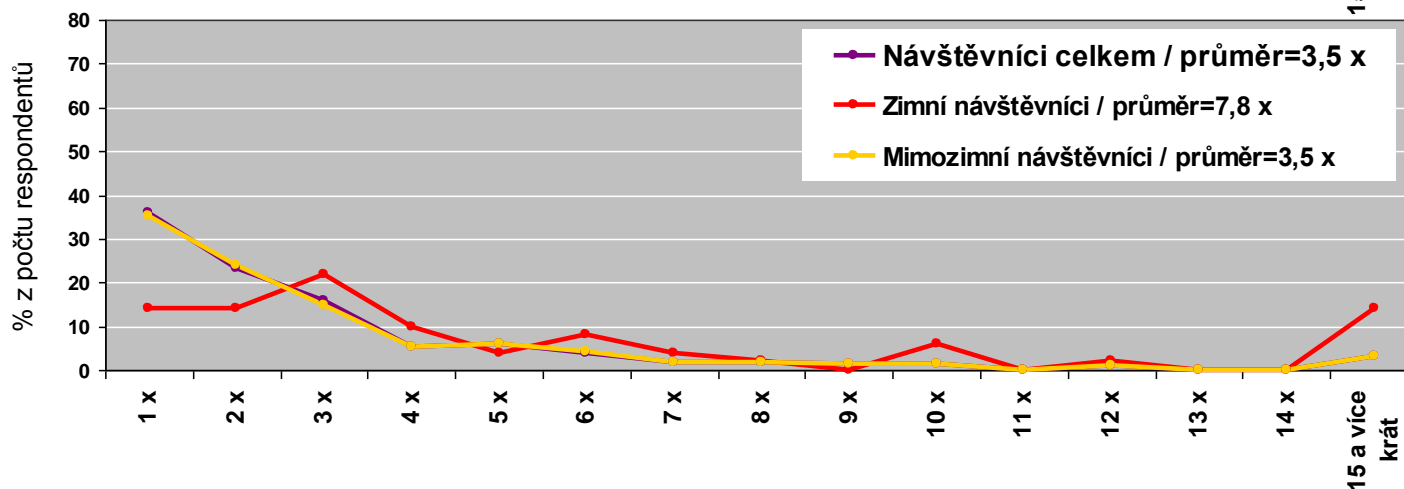
Ostravsko nejčastěji respondenti navštívili v létě (62,6% návštěvníků), méně často na jaře (40% návštěvníků), na podzim (30,8% návštěvníků) nebo v zimě (16,4% návštěvníků).

Návštěva oblasti v uplynulých 3 letech

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



Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013

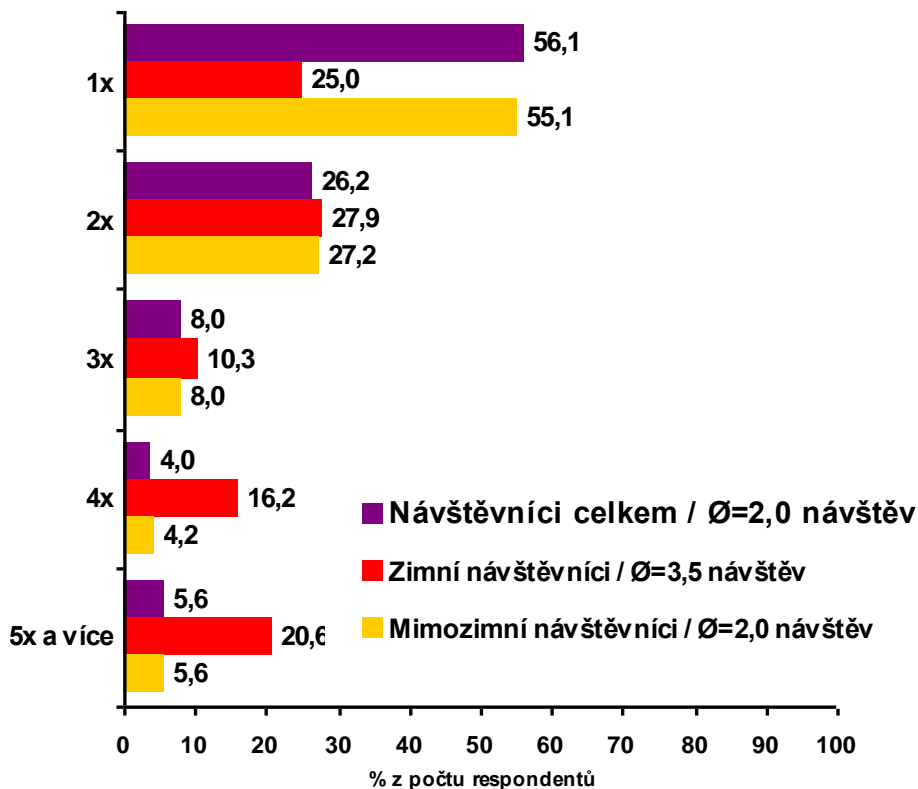
Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

V průměru navštívili tuto turistickou oblast, zimní návštěvníci o něco častěji (7,8x) než mimozimní návštěvníci (3,5x). Obecně dochází k poklesu frekvence návštěvnosti v čase.

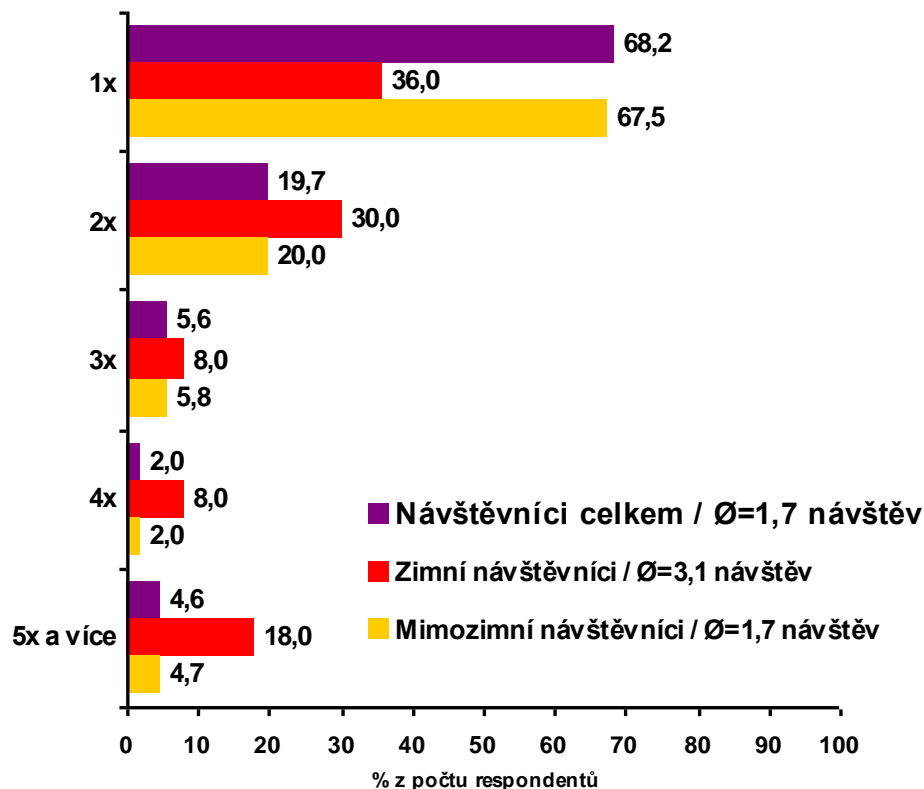
Počet návštěv v uplynulém roce

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

Léto 2011+Zima 2012



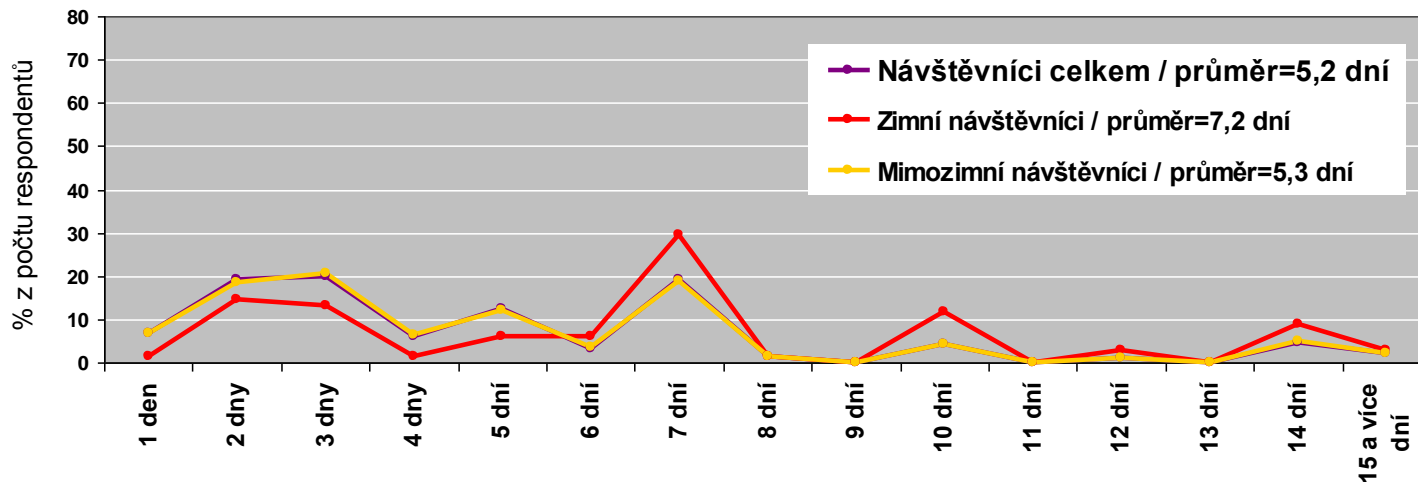
Léto 2012+Zima 2013



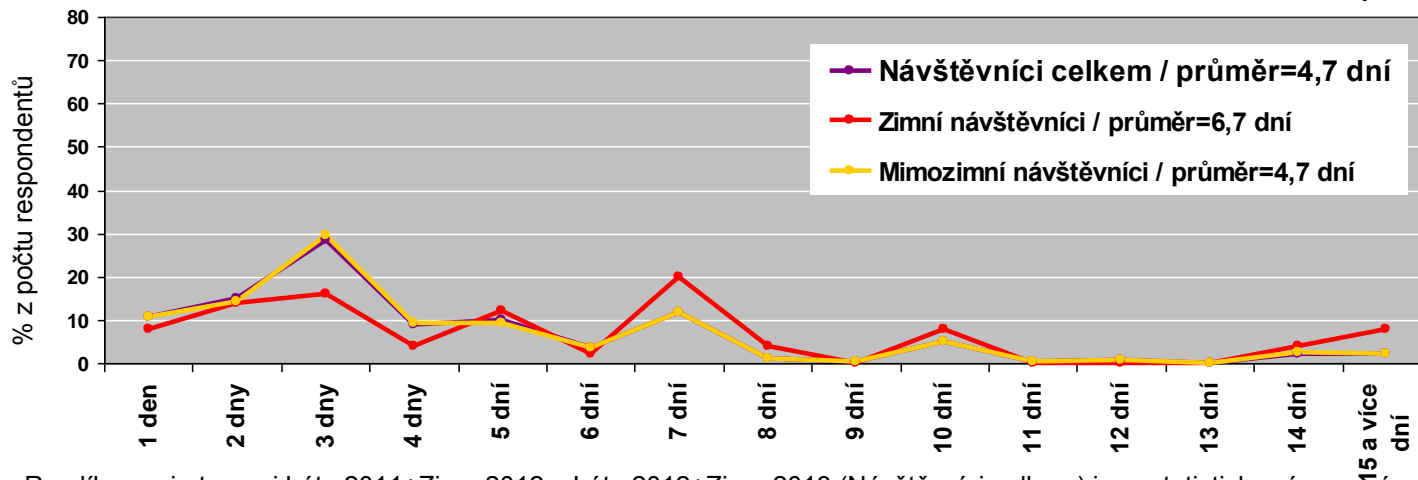
Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

Největší podíl návštěvníků zde zavítal ve sledovaném období 1x a v průměru za všechny návštěvníky to bylo 1,7 návštěv.

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



Léto 2011+Zima 2012



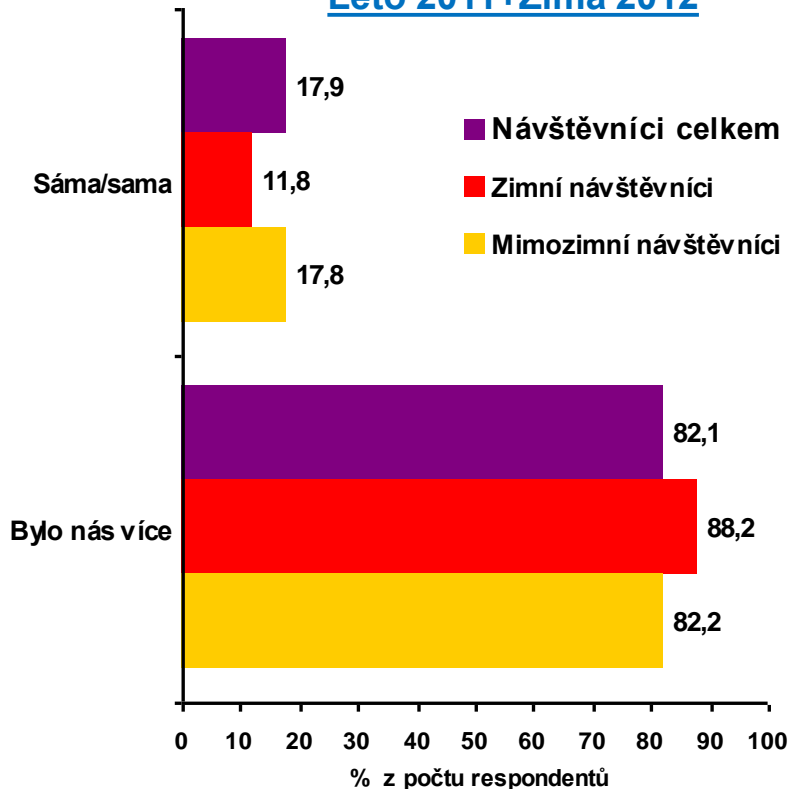
Léto 2012+Zima 2013

Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

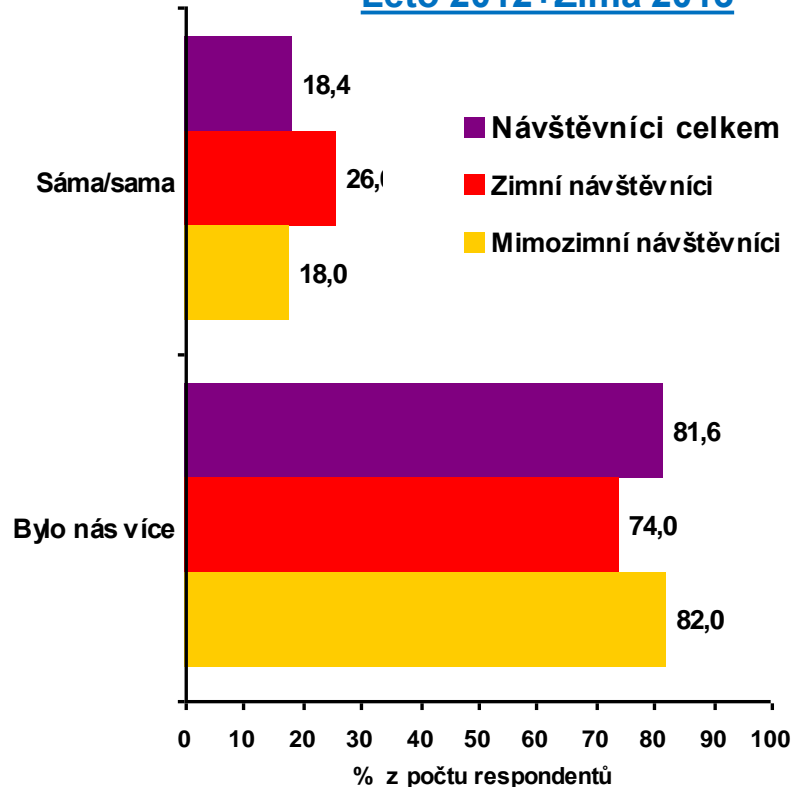
Mezi nejčastěji volené délky pobytů patří dvou až třídenní, týdenní, nebo pětidenní pobyty, v průměru zde návštěvníci strávili 4,7 dny. Rovněž průměrná doba návštěvy se meziročně zkrátila a tento pokles je statisticky významný.

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

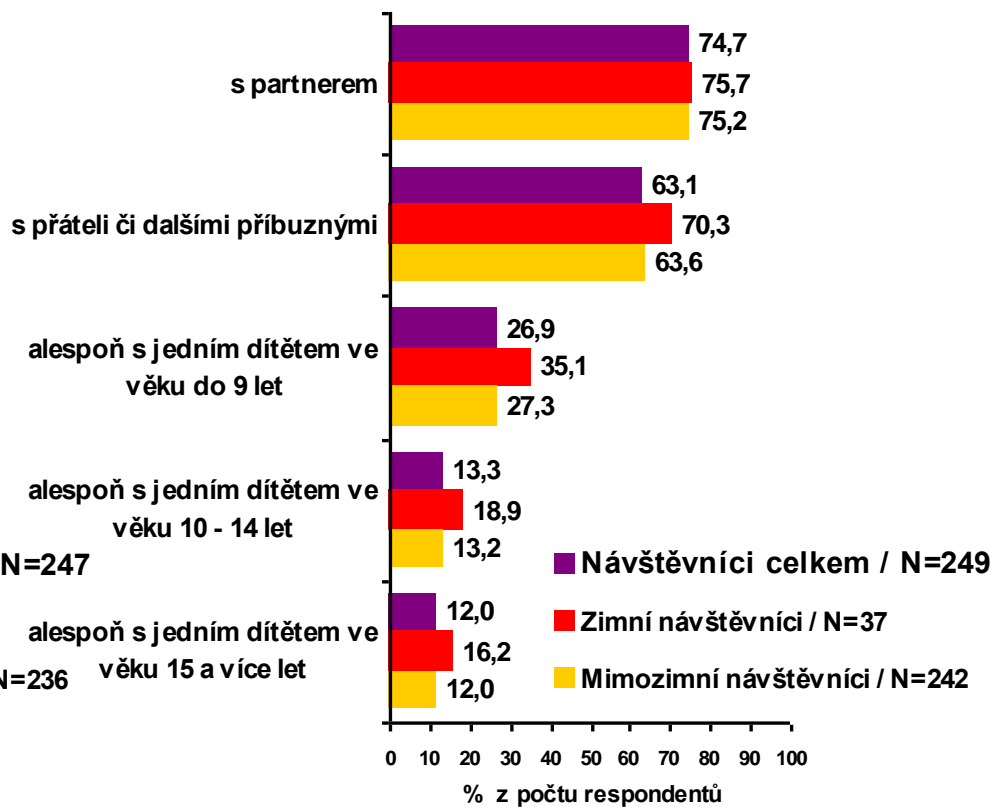
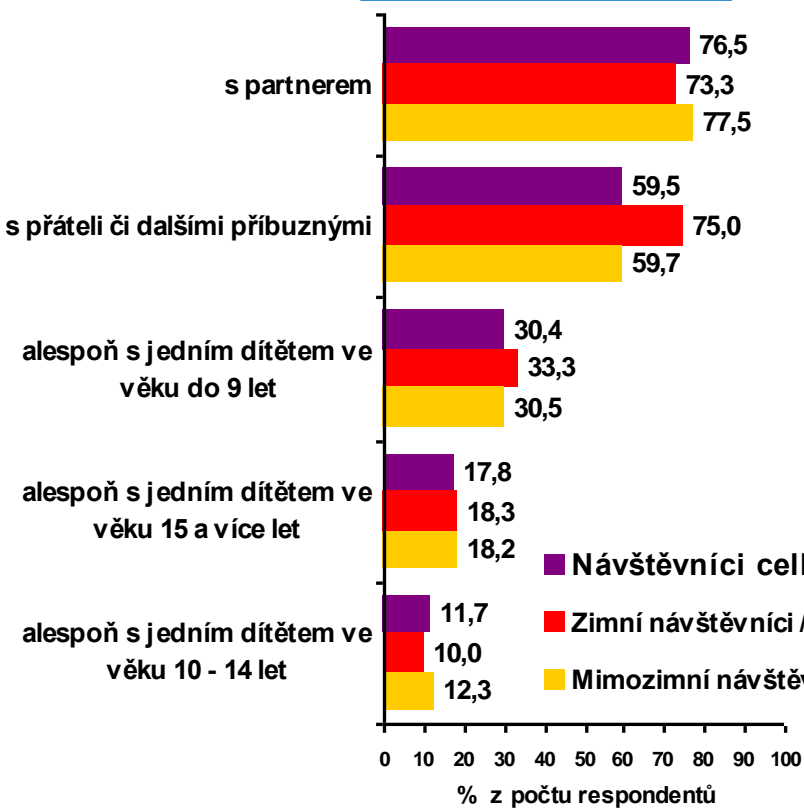
Respondenti obvykle navštívili turistickou oblast Ostravsko v doprovodu dalších osob (81,6%).

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

(odpovídají respondenti, kteří nepřijeli sami)

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013

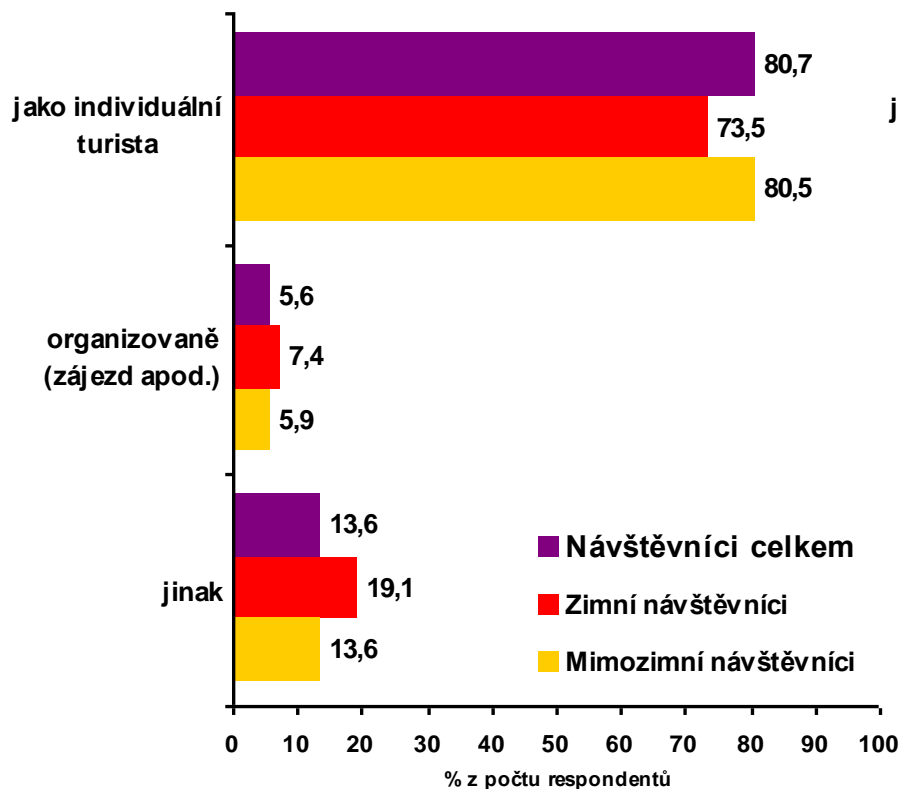


Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

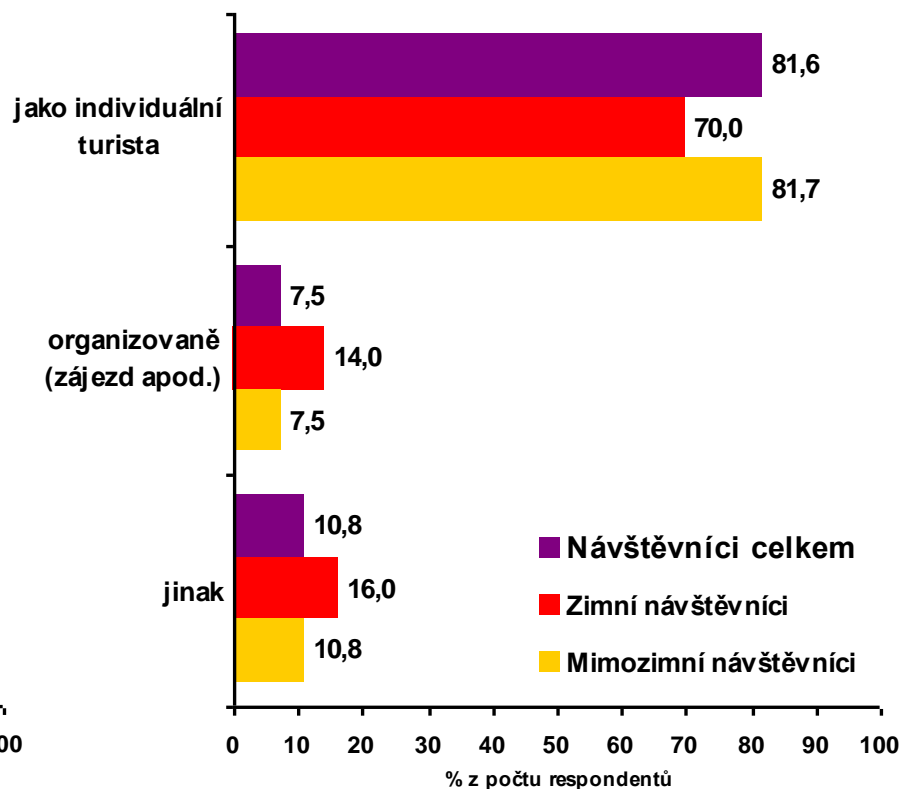
Nejčastěji se jednalo o partnera (74,7%), dále pak o přátele (63,1%). S alespoň jedním dítětem (do věku 9 let) přijelo 26,9% respondentů.

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013

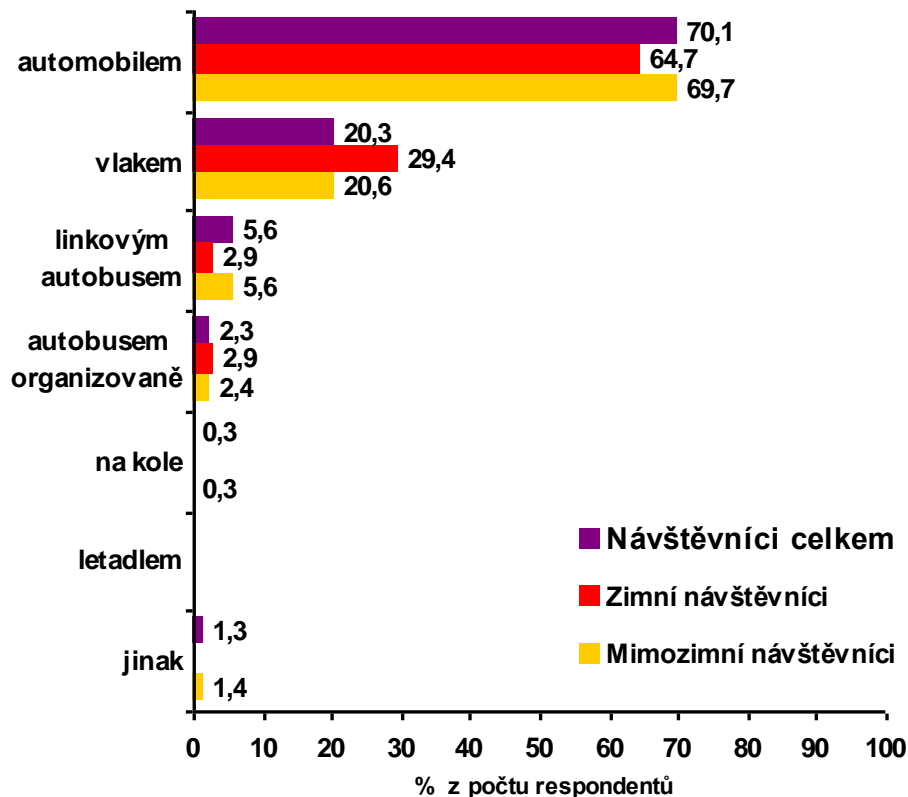


Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

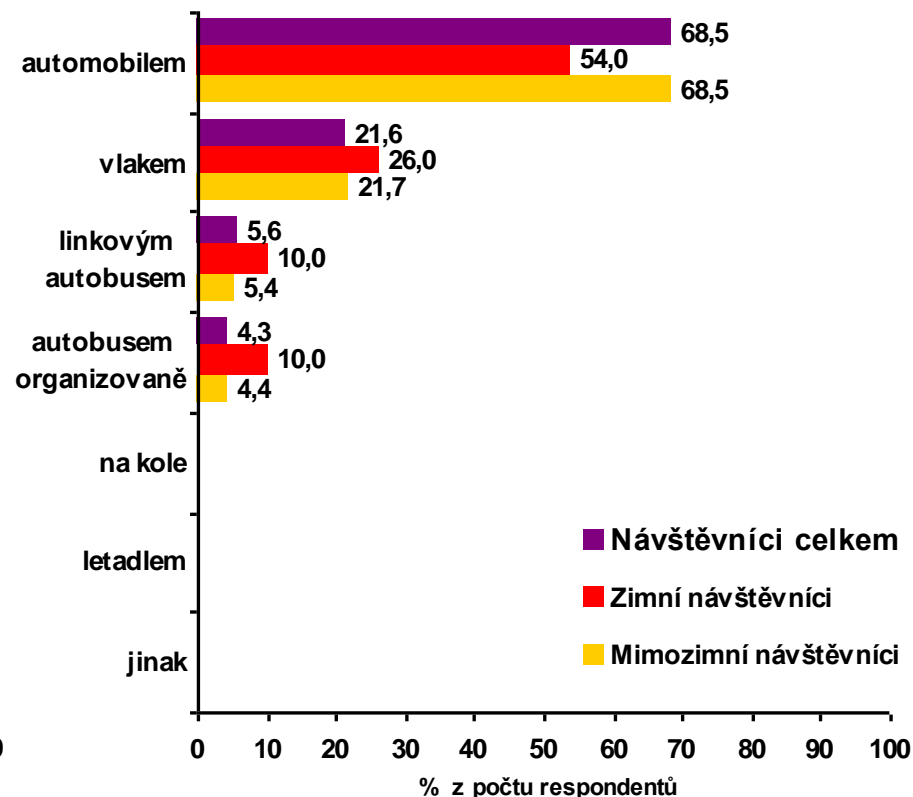
Do turistické oblasti Ostravsko přijelo 81,6% návštěvníků jako individuální turisté.

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

*Největší část návštěvníků přijela **autem** (68,5%). Druhá největší skupina přijela **vlakem** (21,6%).*

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

Léto 2011+Zima 2012

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
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
Slezskostravský 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, pivní)	1,5	2,4	8,6
Jiné	42,9	42,9	36,2
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=672	N=168	N=654

Léto 2012+Zima 2013

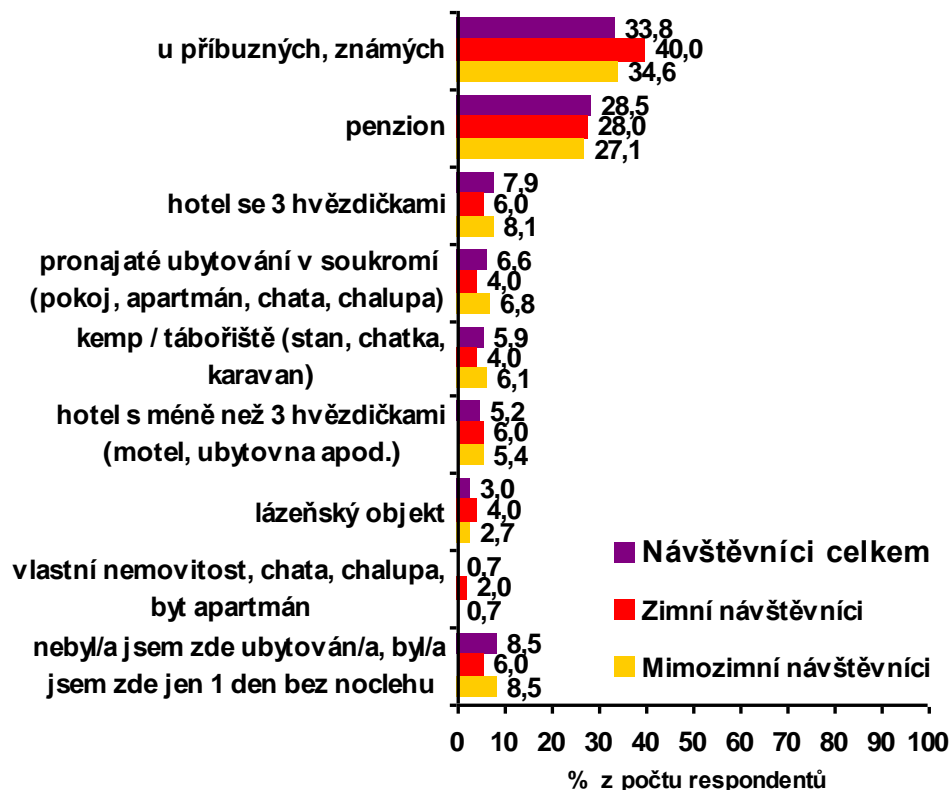
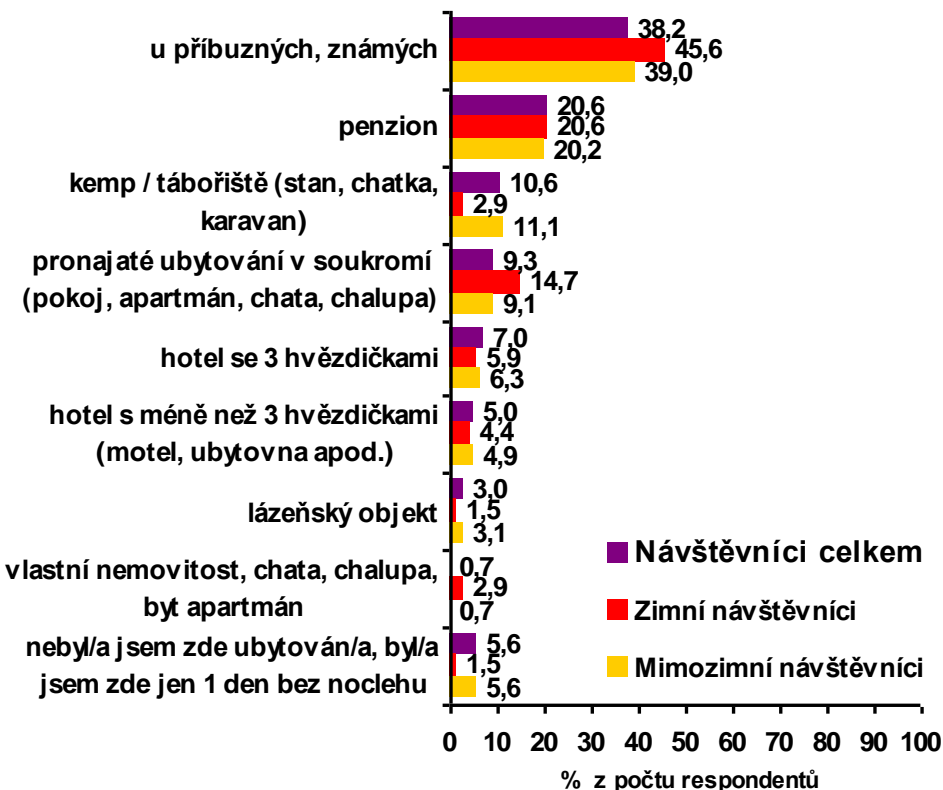
	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Ostrava a okolí	22,2	17,4	22,3
Klimkovice	6,0	6,1	6,0
ZOO Ostrava	4,3	1,7	4,4
Muzea (Hornické, Kopřivnice)	3,4	1,7	3,5
Beskydy	2,4	4,3	2,5
Stodolní ulice	2,2	1,7	2,3
Hrady, zámky	2,0	- - -	2,1
Lázně (Klimkovice, Darkov)	2,0	2,6	2,1
Centrum, náměstí	1,9	1,7	1,8
Vřesina	1,7	- - -	1,8
Doly (Důl Michal)	1,5	1,7	1,6
Karviná	1,5	4,3	1,6
Landek	1,5	0,9	1,6
Opava	1,5	- - -	1,6
Vítkovice, Dolní oblast Vítkovic	1,5	2,6	1,6
Jiné	44,2	53,1	43,2
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=586	N=115	N=570

Nejčastěji navštívenými místy v TO Ostravsko byla samotná Ostrava jako město a jeho okolí, Klimkovice, ZOO Ostrava a Muzea (hornické).

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

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013

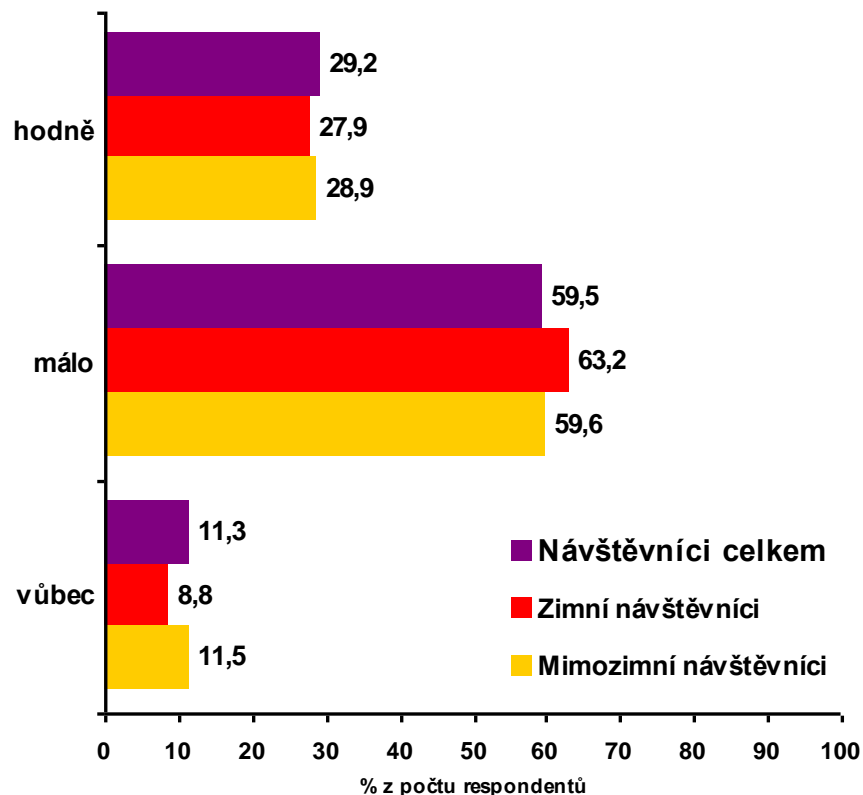


Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

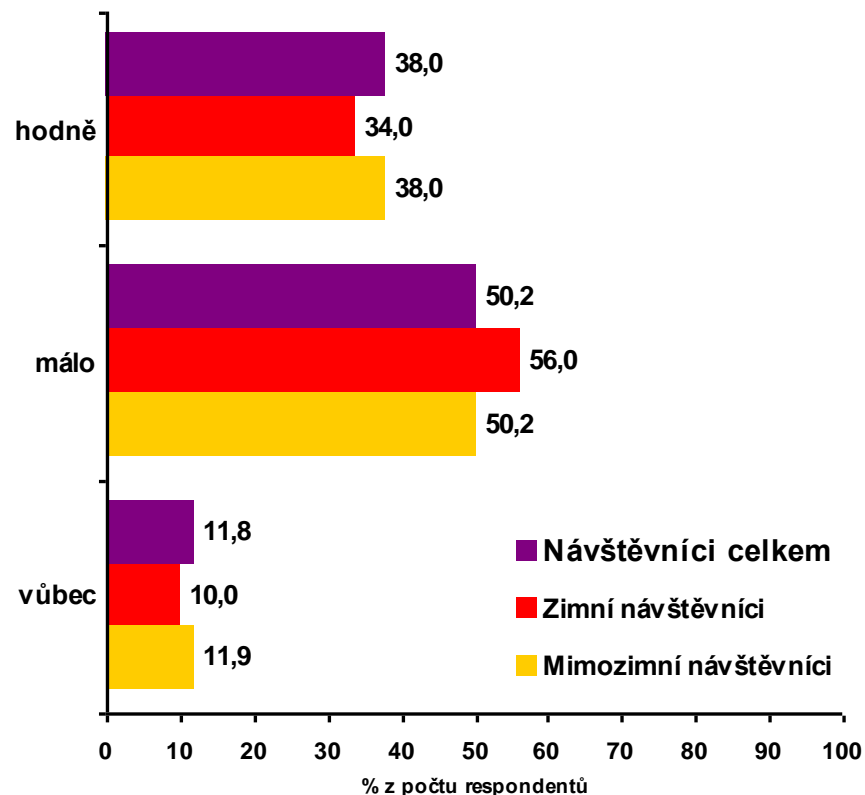
Nejčastěji byli návštěvníci ubytováni u svých známých či příbuzných (33,8%), ubytování v penzionu využilo 28,5% a v hotelu se 3hvězdičkami spalo 7,9% respondentů.

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



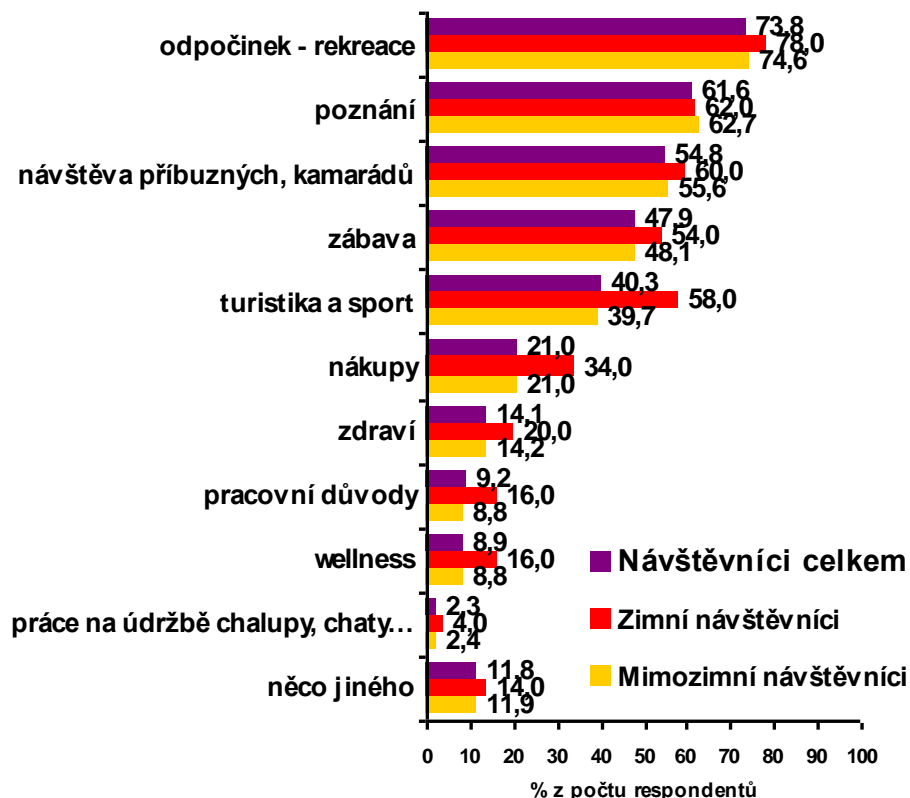
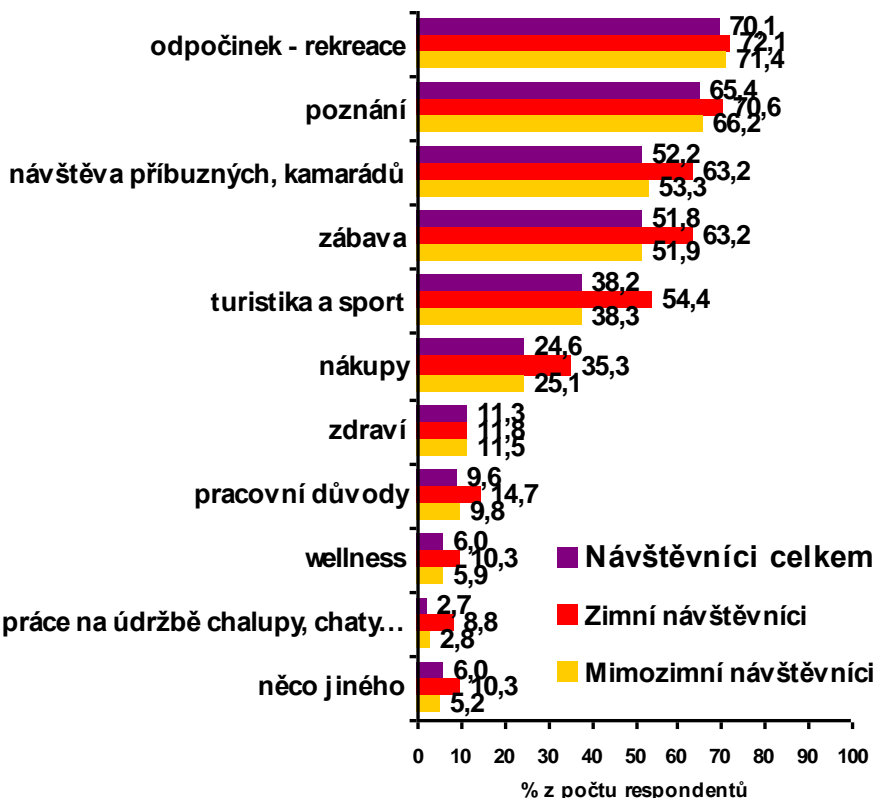
Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

V restauracích se při svém pobytu v turistické oblasti Ostravsko stravovalo 88,2% dotázaných, z toho 38% se zde stravovalo hodně a 50,2% málo.

Q14 „Jaké byly hlavní důvody návštěvy tohoto regionu?“

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

Mezi důvody pobytu v turistické oblasti převažoval odpočinek-relaxace, tj. pobyt v přírodě, procházky apod. – 73,8%, dále pak poznání, tj. návštěva turisticky zajímavých cílů, jako jsou památky, muzea, kulturní a folklorní akce, apod. (61,6%). Více než polovina dotázaných navštívila své příbuzné, známé (54,8%).

4. Image Turistické oblasti Ostravsko

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

Léto 2011+Zima 2012

	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)	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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=764	N=178	N=734

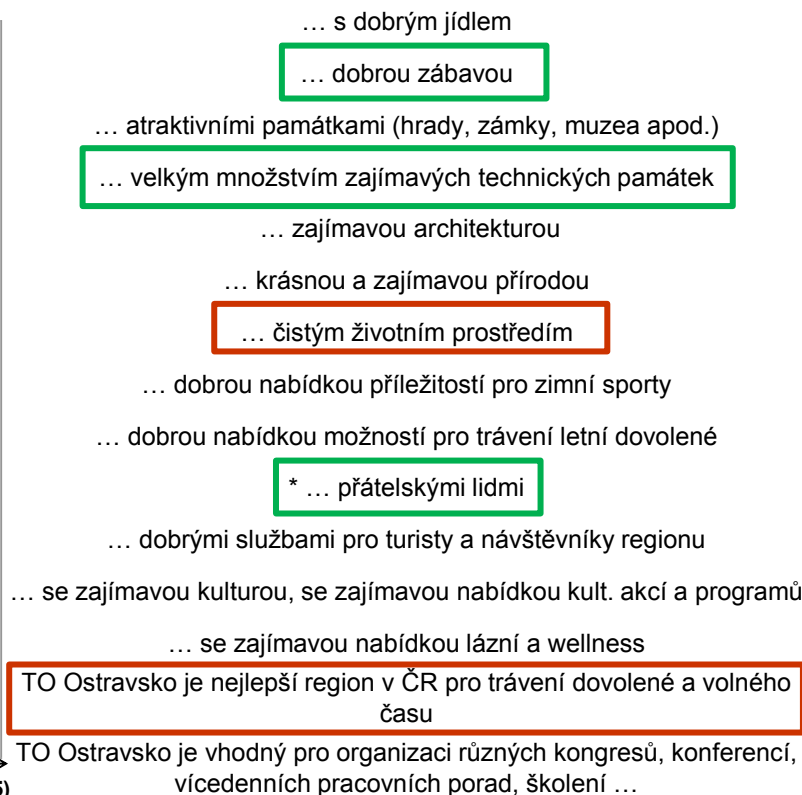
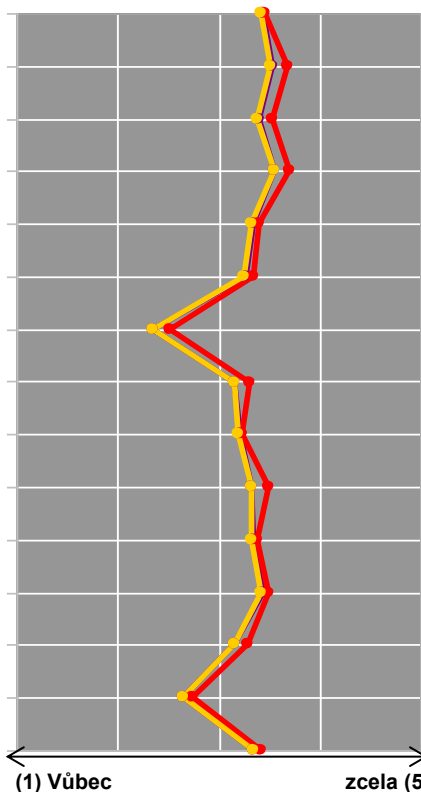
Léto 2012+Zima 2013

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Doly, těžba, uhlí, horníci	9,8	7,6	10,1
Ostrava	9,5	6,8	9,6
Špatné ovzduší, smog	5,4	3,4	5,4
Klimkovice	3,8	5,9	3,8
Stodolní ulice	3,7	5,1	3,6
Hutě, ocel, železo	3,2	1,7	3,3
Beskydy	2,8	6,8	2,7
ZOO Ostrava	2,8	0,8	2,8
Průmysl, továrny	2,6	0,8	2,7
Muzea (Hornické, Kopřivnice)	2,5	2,5	2,5
Příroda, krajina	2,5	4,2	2,4
Památky (technické)	2,3	1,7	2,2
Hrady, zámky (Slezskoostravský)	2,0	- - -	2,1
Lázně (Darkov, Klimkovice)	1,5	3,4	1,4
Jiné	45,8	49,2	45,3
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=653	N=118	N=633

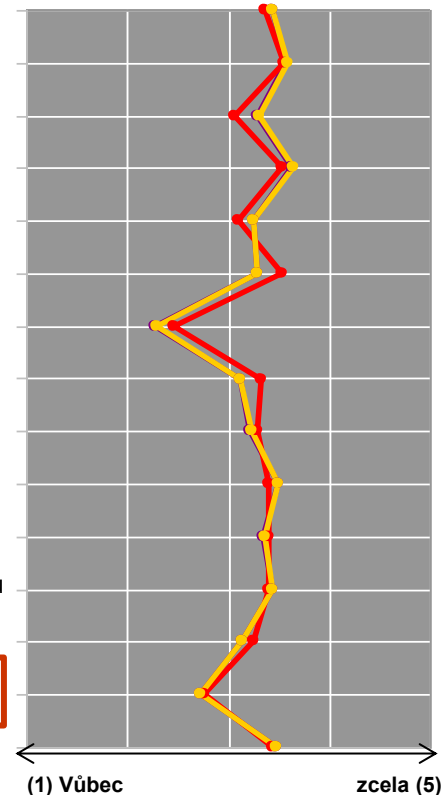
Turistickou oblast Ostravsko mají návštěvníci spontánně spojenou s doly, těžbou uhlí, horníky, se samotným městem, dále pak špatným ovzduším. Z konkrétních míst jsou to Klimkovice, a Stodolní ulice.

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Průměrné hodnoty na škále ■ Návštěvníci celkem ■ Zimní návštěvníci ■ Mimozimní návštěvníci Průměrné hodnoty na škále

* Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

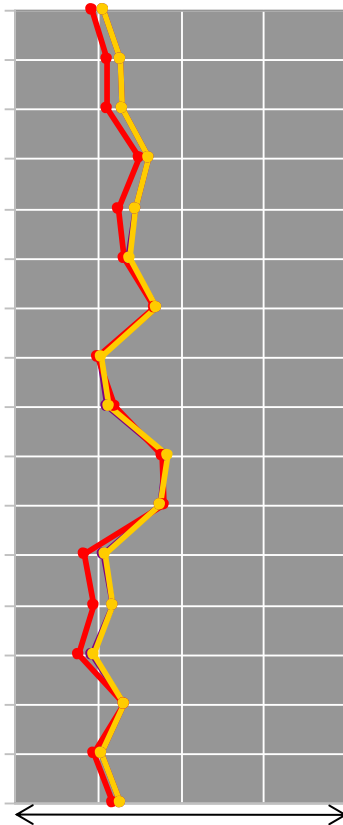
TO Ostravsko se pojí návštěvníkům nejvíce s výroky:
... velkým množstvím zajímavých technických památek
...s dobrou zábavou

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?“

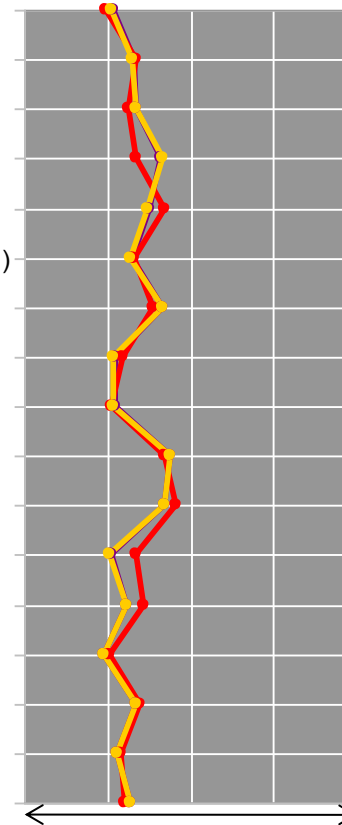
Léto 2011+Zima 2012



(1) velmi vhodný (5) velmi nevhodný (5)
Průměrné hodnoty na škále

- pěší turistika
- cykloturistika
- koupání, vodní sporty
- lyžování, zimní sporty
- jiný aktivní sport (golf, volejbal, tenis, létání...)
- péče o fyzické a duševní zdraví (návštěva wellness, fitness, lázně...)
- rybaření, myslivost, houbaření
- poznávací turistika (návštěva hradů, zámků, muzeí, památek...)
- poznávání přírodních krás a zajímavostí
- agroturistika (pobyty na farmě, projíždky na koni...)
- církevní turistika (církevní památky, poutě, procesí...)
- návštěvy kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty...)
- návštěvy sportovních akcí (závody, utkání, přebory...)
- společenský život a zábava
- gurmánská dovolená, kulinářské zážitky, dobré jídlo a pití
- relaxace a odpočívání
- organizování různých konferencí, kongresů, firemních akcí...

Léto 2012+Zima 2013



(1) velmi vhodný (5) velmi nevhodný (5)
Průměrné hodnoty na škále

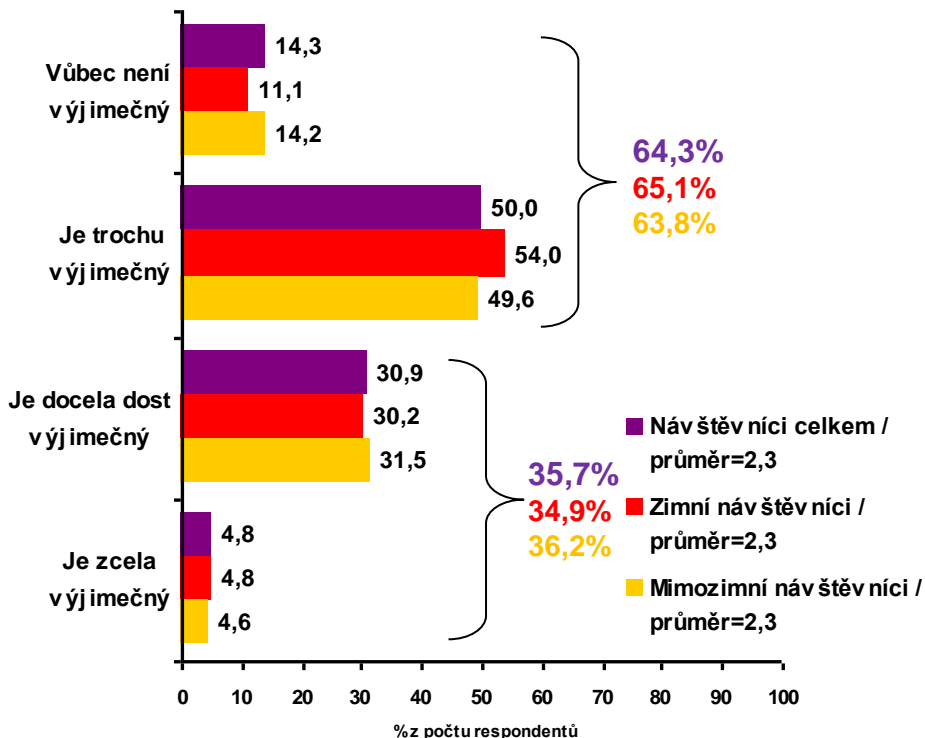
■ Návštěvníci celkem ■ Zimní návštěvníci ■ Mimoszimní návštěvníci

Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

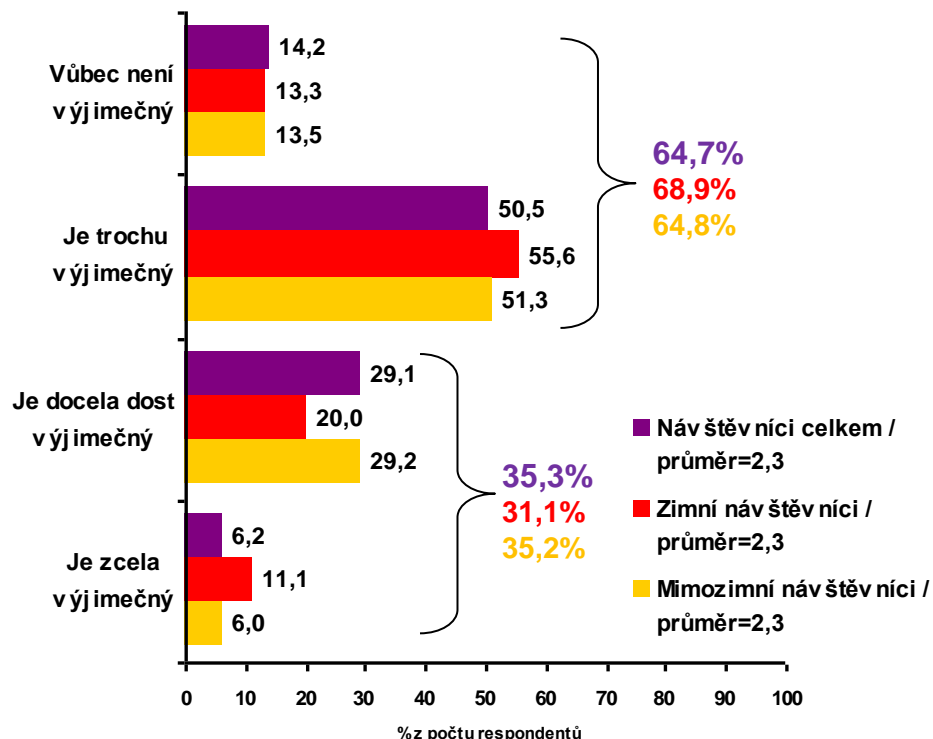
Dále měli návštěvníci hodnotit, k jakým aktivitám je podle nich Ostravsko vhodné. Nejčastěji uváděli společenský život a zábavu, návštěvy kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty...), pěší turistika, poznávací turistiku (návštěva hradů, zámků, muzeí, památek...) poznávání přírodních krás a zajímavostí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

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

Za výjimečnou považuje turistickou oblast Ostravsko 35,7% jejich návštěvníků, za alespoň trochu výjimečný pak 50,5% návštěvníků.

Důvody výjimečnosti oblasti

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

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013

	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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=321	N=82	N=310

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Příroda, krajina	24,1	19,6	24,2
Průmysl, technické památky	7,9	2,0	8,1
Památky	7,6	5,9	7,7
Lidé	6,6	7,8	6,7
Hornictví, doly	6,2	5,9	6,0
Prostředí, okolí, atmosféra	4,5	2,0	4,6
Kultura	4,1	2,0	4,2
Zábava, vyžití	4,1	3,9	4,2
Je jiná, svérázná, unikátní	3,8	3,9	3,9
Ovzduší	3,4	3,9	3,2
Turistické atrakce/zajímavosti	2,8	3,9	2,8
Hory	2,1	3,9	2,1
Skloubení průmyslu a přírody	2,1	3,9	2,1
Vším, líbí se mi celé Ostravsko	2,1	0,0	2,1
Jiné	18,6	31,4	18,2
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=290	N=51	N=285

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

-**příroda, krajina**

-**průmysl, technické památky**

-**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:

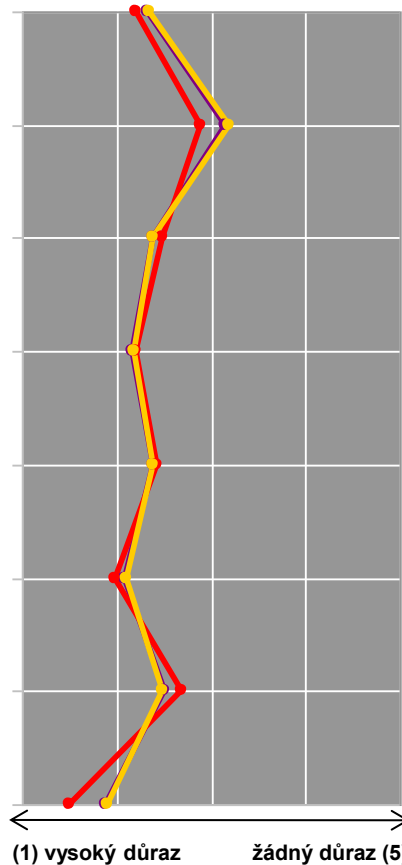
- bezpečnost v regionu*
- přátelskost místních lidí*
- dostupnost informací o regionu, kde hodlám trávit volný čas*
- atraktivní příroda a krajina, zdravé životní prostředí*
- cenová úroveň služeb cestovního ruchu v daném regionu*
- ochotný a erudovaný personál pracující ve službách cestovního ruchu*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

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.“

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013



kvalitní ubytovací služby

* dostatečně široká nabídka ubytování střední a vyšší kategorie (hotely)

dostatečně široká nabídka ubytování nižší kategorie (penziony, ubytování v soukromí, kempy apod.)

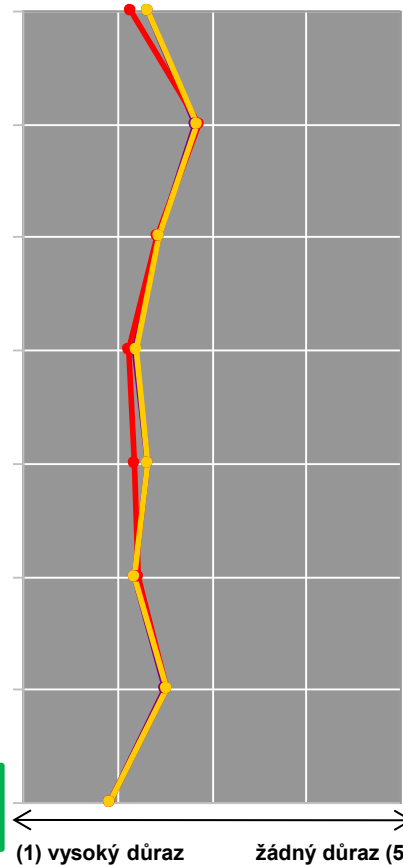
kvalitní veřejné stravování a gastronomické služby

dostatečně široká nabídka restaurací a gastronomických zařízení

dostatek atraktivních památek, různých kulturních a folklorních akcí aj. turistických cílů

dostatečná kapacita parkovacích ploch u památek a u jiných turistických cílů

atraktivní příroda a krajina, zdravé životní prostředí



Průměrné hodnoty na škále

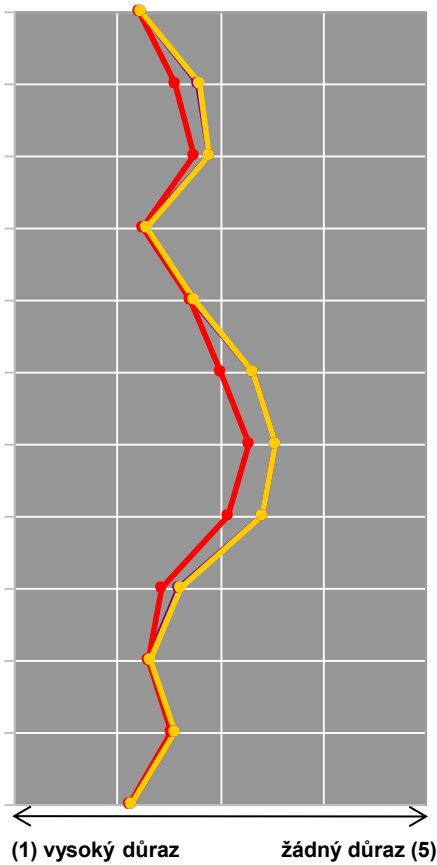
■ Návštěvníci celkem ■ Zimní návštěvníci ■ Mimozimní návštěvníci

* Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

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.“

Léto 2011+Zima 2012



Průměrné hodnoty na škále

■ **Návštěvníci celkem** ■ **Zimní návštěvníci** ■ **Mimozimní návštěvníci**

Dostatek atraktivních turistických stezek

Dostatek atraktivních cyklostezek

Nabídka dalších služeb pro cykloturisty (servis kol, možnost převážet kola hromadnou dopravou,...)

Dobře značené turistické stezky a cyklostezky

Nabídka služeb pro motoristy (dostatečně hustá síť čerpacích stanic, servisů)

Množství kvalitních sjezdovek pro lyžaře, snowboardisty

Množství kvalitních běžeckých tras pro lyžaře

Kvalitní další služby pro lyžaře (půjčovny, opravy lyží..)

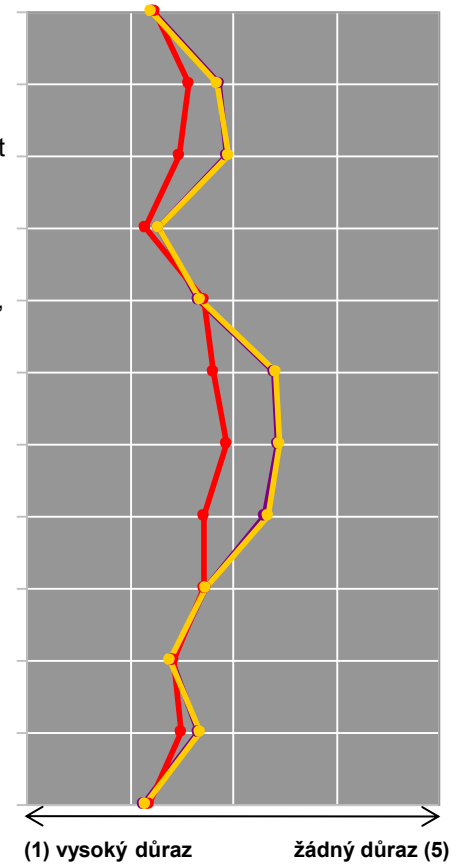
Dostatek kvalitních příležitostí pro trávení volného času s malými dětmi, vybavenost místa atrakcemi pro děti...

Široká nabídka možností koupání, opalování a vodních sportů

Nabídka dalších sportovních aktivit v místě trávení volného času

Ochotný a erudovaný personál pracující ve službách cestovního ruchu

Léto 2012+Zima 2013



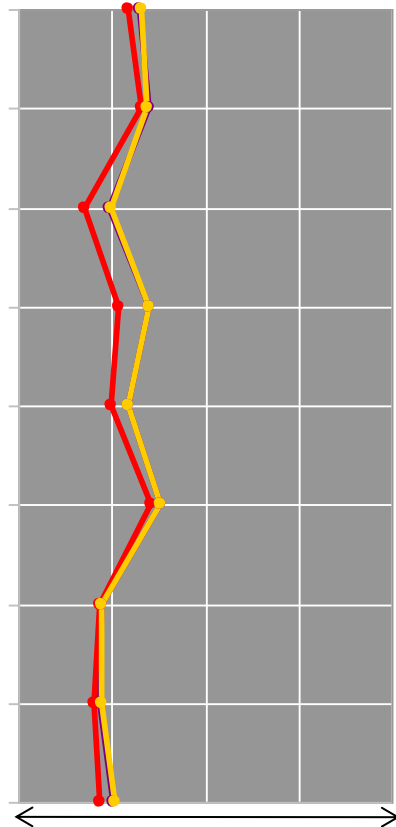
Průměrné hodnoty na škále

Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

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.“

Léto 2011+Zima 2012

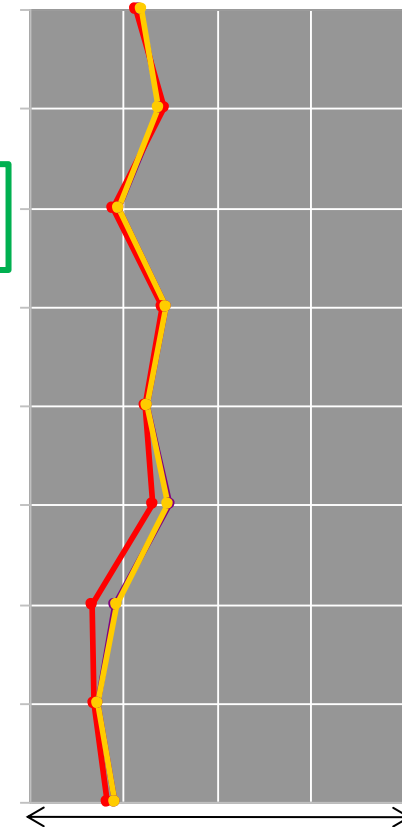


(1) vysoký důraz žádný důraz (5)

Průměrné hodnoty na škále

- kvalita silnic
- dostatečně hustá síť veřejné dopravy – možnost přemísťovat se pohodlně a rychle v rámci regionu MHD
- cenová úroveň služeb cestovních ruchů v daném regionu
- nákupní možnosti (dostatečně široká síť prodejen)
- dostatek příležitostí pro zábavu a společenské vyžití
- dostatečná nabídka drobného prodeje u turistických cílů, sportovišť apod. (občerstvení, suvenýry...)
- dostupnost informací o regionu, kde hodlám trávit volný čas
- * bezpečnost v regionu
- přátelskost místních lidí

Léto 2012+Zima 2013



(1) vysoký důraz žádný důraz (5)

Průměrné hodnoty na škále

■ **Návštěvníci celkem** ■ **Zimní návštěvníci** ■ **Mimozimní návštěvníci**

* Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

Turistická oblast Ostravsko, Léto 2011+Zima 2012 dotázáno 301 návštěvníků celkem, Léto 2012+Zima 2013 dotázáno 305 návštěvníků celkem

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?“

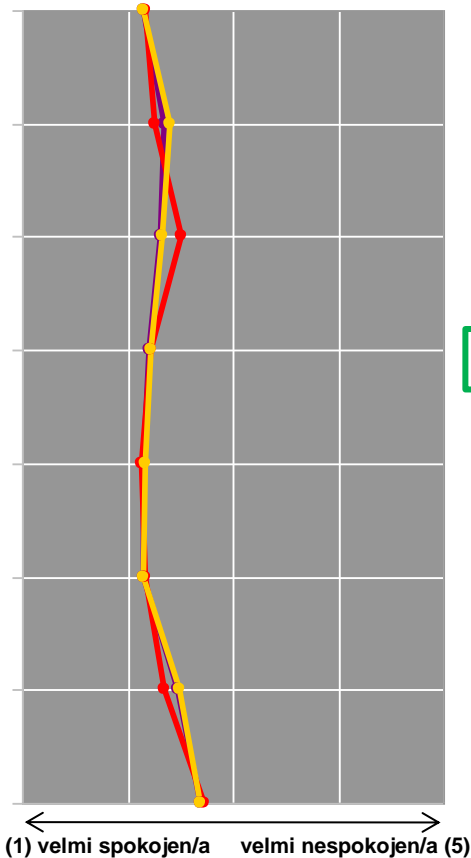
Mezi faktory, se kterými byli návštěvníci nejvíce spokojeni, patří:

- nákupními možnostmi*
- dostatkem příležitostí pro zábavu a společenské vyžití*
- přátelskostí místních lidí*
- dostatek atraktivních turistických stezek*
- dostupností informací o daném regionu*
- značení turistických stezek a cyklostezek kvalita ubytování*
- kvalita veřejného stravování a gastronomických služeb*
- šíře nabídky restaurací a gastronomických zařízení*
- ochota a erudovanost personálu pracujícího ve službách cestovního ruchu v tomto regionu*

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?“

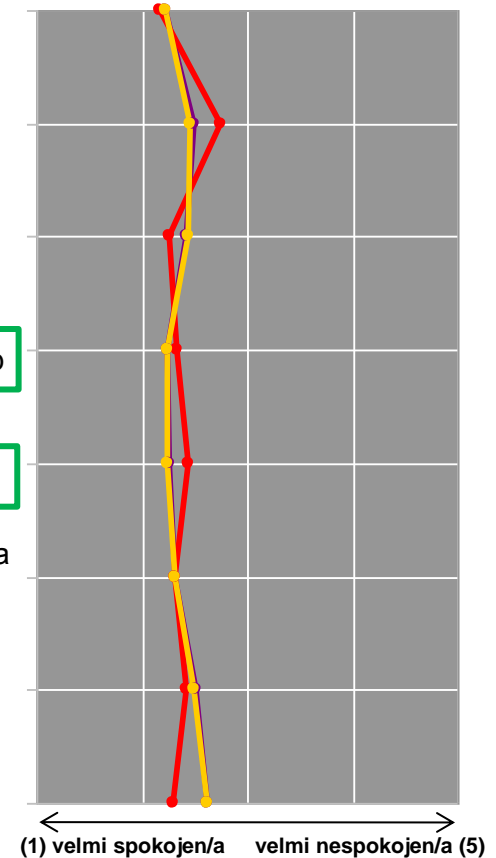
Léto 2011+Zima 2012



Průměrné hodnoty na škále

■ Návštěvníci celkem ■ Zimní návštěvníci ■ Mimozimní návštěvníci

Léto 2012+Zima 2013



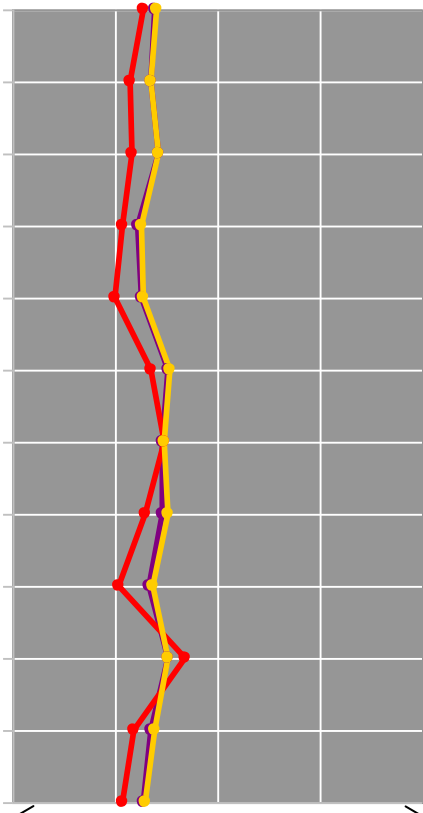
Průměrné hodnoty na škále

* Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

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?“

Léto 2011+Zima 2012



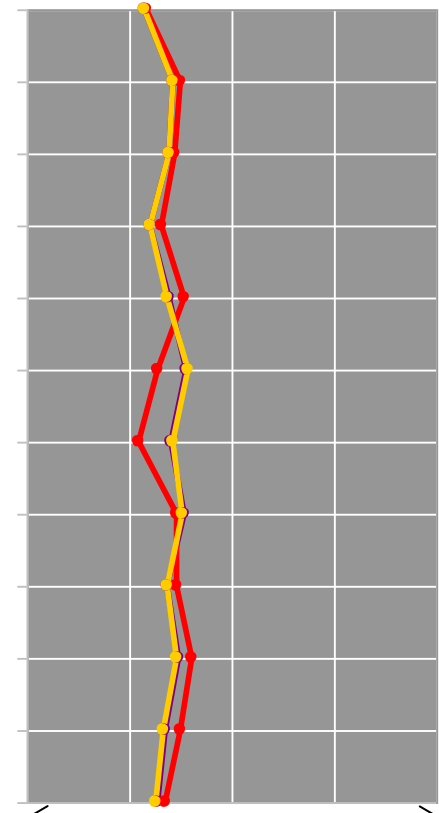
(1) velmi spokojen/a velmi nespokojen/a (5)

Průměrné hodnoty na škále

- Dostatek atraktivních turistických stezek
- Dostatek atraktivních cyklostezek
- Nabídka dalších služeb pro cykloturisty (servis kol, možnost převážet kola hromadnou dopravou,...)
- Značení turistických stezek a cyklostezek
- Nabídka služeb pro motoristy (dostatečně hustá síť čerpacích stanic, servisů)
- Množství kvalitních sjezdovek pro lyžaře, snowboardisty
- Množství kvalitních běžeckých tras pro lyžaře
- Kvalita dalších služeb pro lyžaře (půjčovny, opravny lyží..)
- Dostatek kvalitních příležitostí pro trávení volného času s malými dětmi, vybavenost místa atrakcemi pro děti...
- Široká nabídka možností koupání, opalování a vodních sportů
- Nabídka dalších sportovních aktivit v místě trávení volného času
- Ochota a erudovanost personálu pracujícího ve službách cestovního ruchu v tomto regionu

■ Návštěvníci celkem ■ Zimní návštěvníci ■ Mimoszimní návštěvníci

Léto 2012+Zima 2013



(1) velmi spokojen/a velmi nespokojen/a (5)

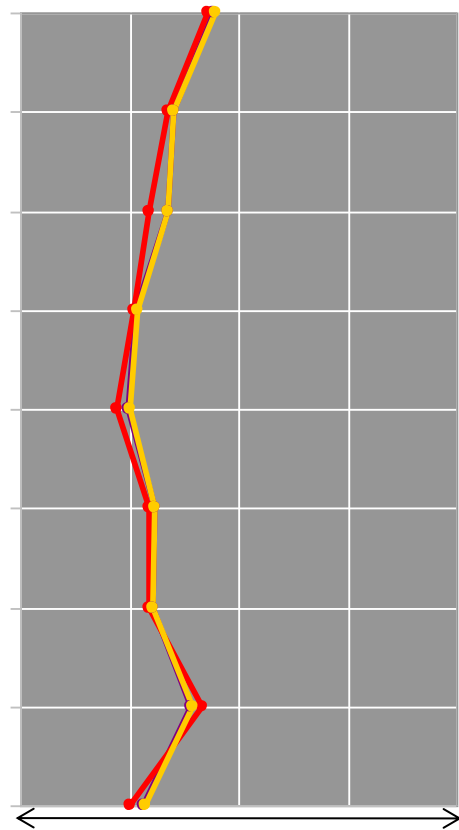
Průměrné hodnoty na škále

Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

Spokojenost s vybranými faktory spojenými s trávením volného času

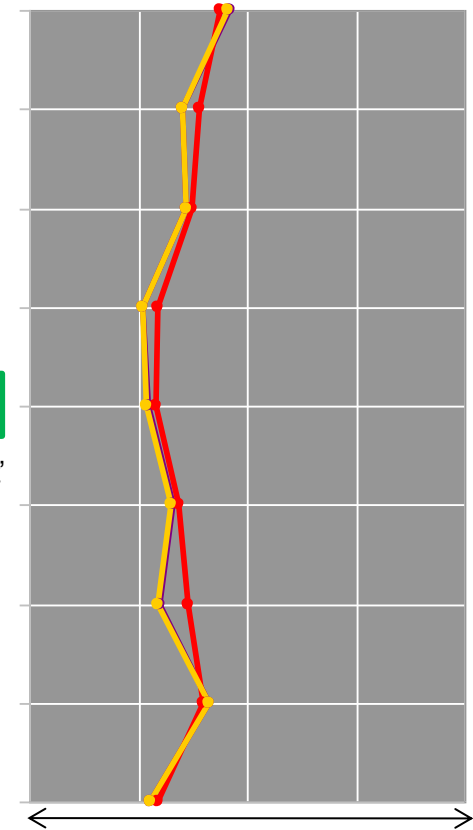
Q41 „Ještě k Vaší spokojenosti s jednotlivými faktory návštěvy tohoto regionu. Jak jste byl/a či nebyl/a spokojen/a s...?“

Léto 2011+Zima 2012



(1) Velmi spokojen/a velmi nespokojen/a (5)
Průměrné hodnoty na škále

Léto 2012+Zima 2013



(1) Velmi spokojen/a velmi nespokojen/a (5)
Průměrné hodnoty na škále

kvalitou silnic

hustotou sítě veřejné dopravy – možnost přemístit se pohodlně a rychle v rámci regionu MHD

cenovou úrovní služeb cestovního ruchu v daném regionu

nákupními možnostmi

dostatkem příležitostí pro zábavu a společenské vyžití

nabídkou drobného prodeje u turistických cílů, sportovišť apod. (občerstvení, suvenýry...)

dostupností informací o daném regionu

bezpečností v regionu

přátelskostí místních lidí

■ Návštěvníci celkem ■ Zimní návštěvníci ■ Mimozimní návštěvníci

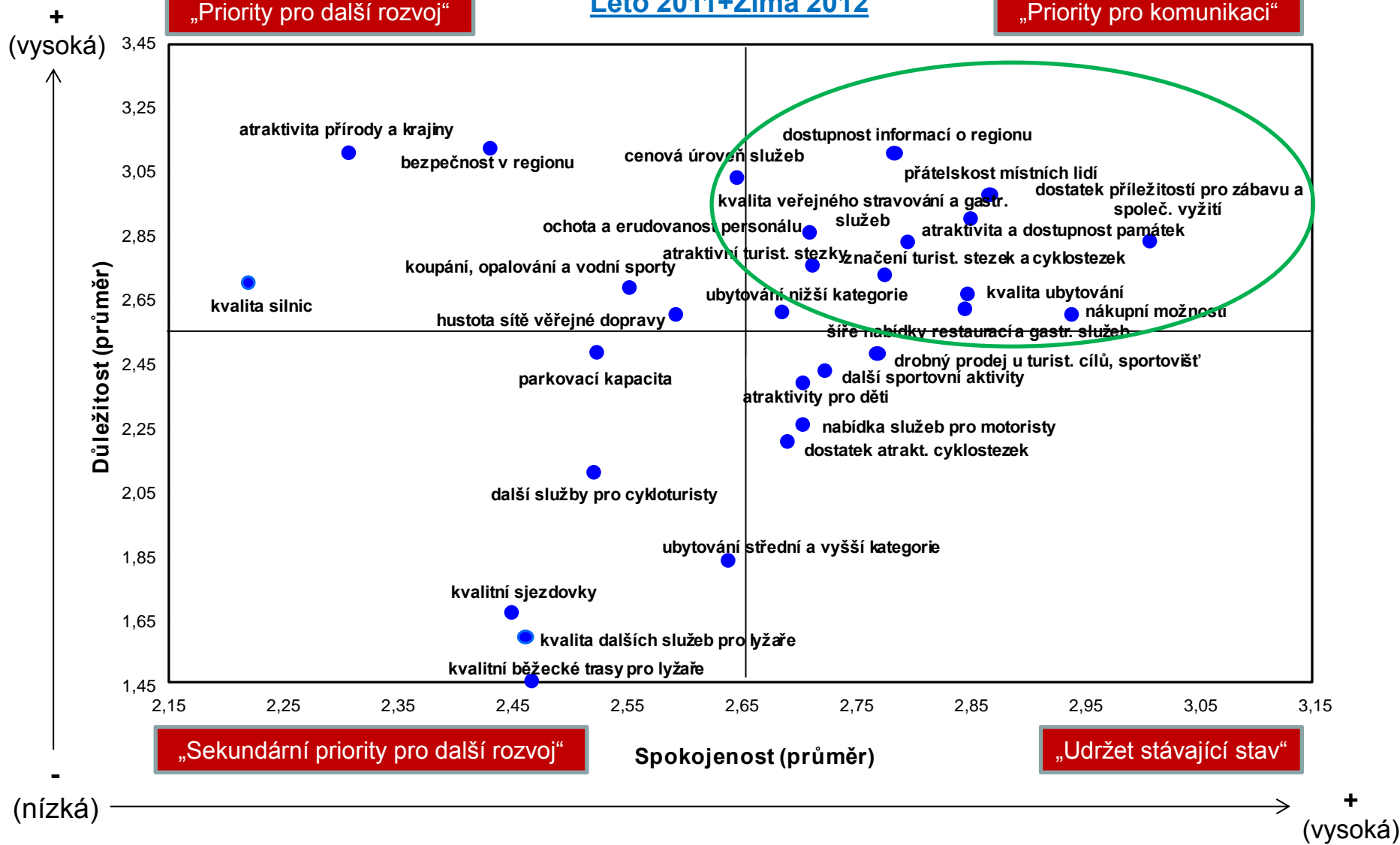
Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

Hodnocení faktorů z hlediska jejich důležitosti a spokojenosti

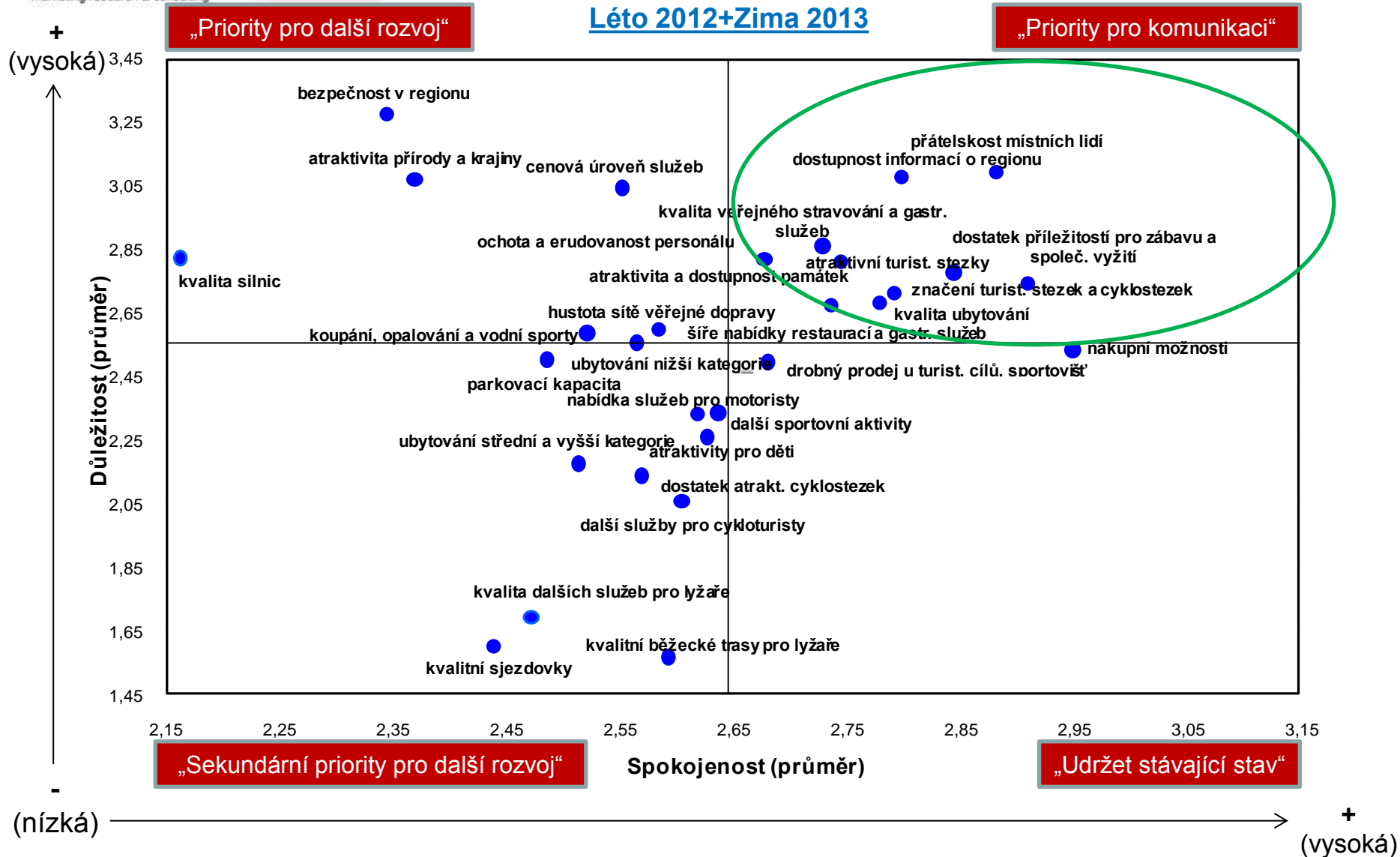
Léto 2011+Zima 2012

„Priority pro další rozvoj“

„Priority pro komunikaci“



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. Zejména poklesla spokojenost s kvalitou silnic a narůstá důležitost atributu bezpečnosti v regionu.

□ **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, dostatek atraktivních cyklostezek, další služby pro cykloturisty, parkovací kapacita, atraktivita pro děti, nabídka služeb pro motoristy.

□ **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, kvalita veřejného stravování, kvalita ubytování, atraktivita turistických stezek a jejich značení

□ **Udržet stávající stav:**

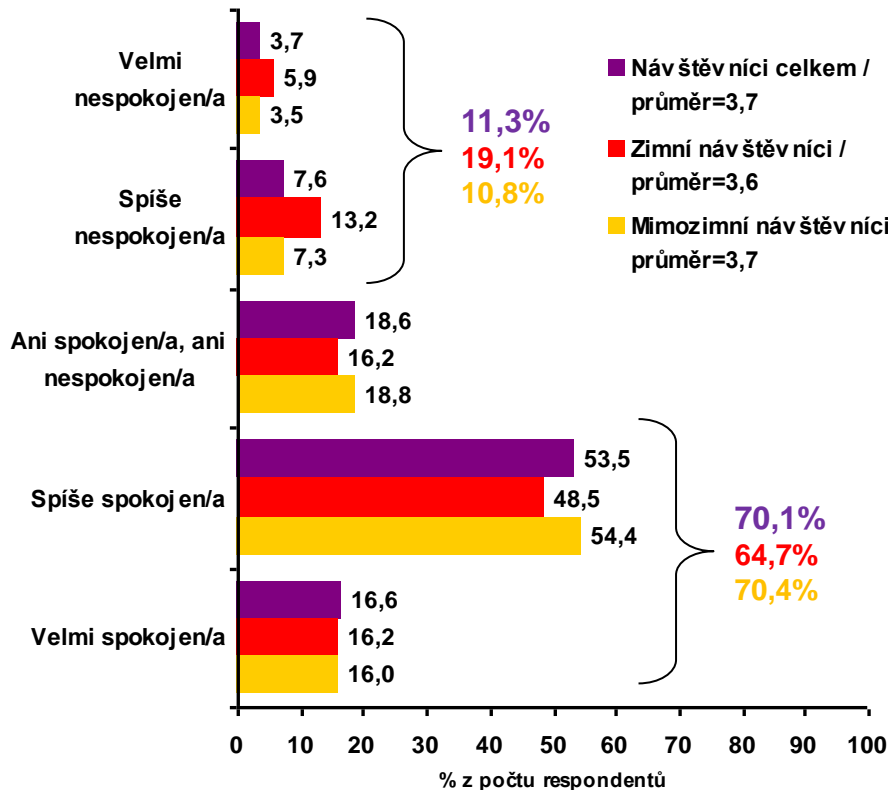
Vyšší spokojenost a menší důležitost návštěvníci přikládají drobnému prodeji u turistických cílů, sportovišť, nákupním možnostem.

6. Indexy spokojenosti

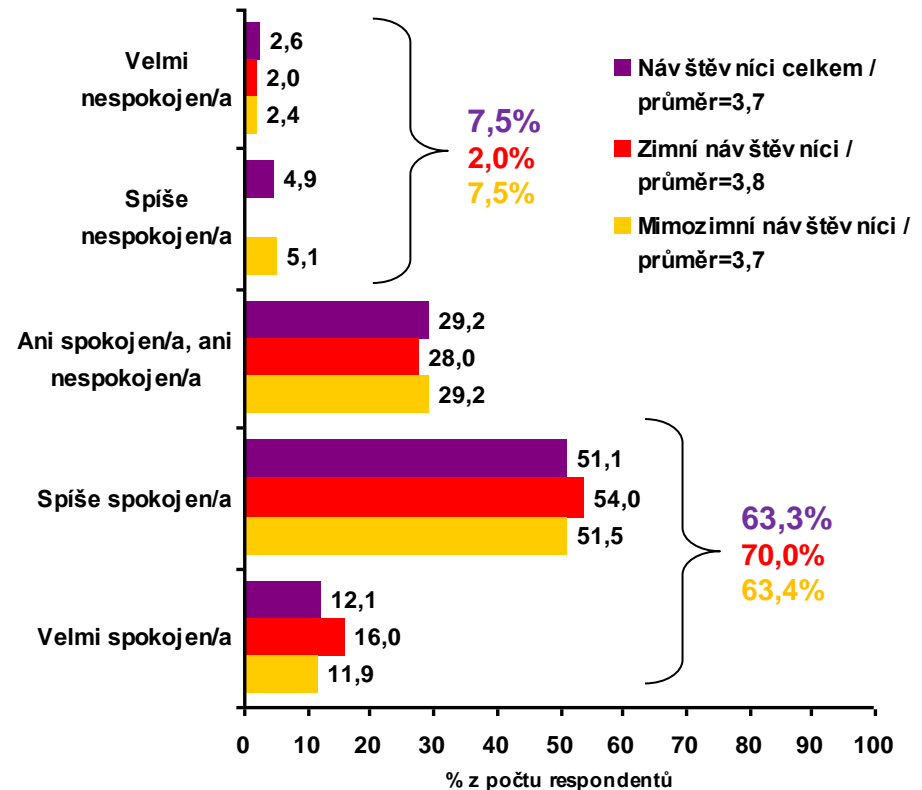
Spokojenost s celkovou návštěvou

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?“

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

Celková spokojenost s návštěvou TO Ostravsko je poměrně vysoká – 51,1% návštěvníků bylo spíše spokojeno, 12,1% dokonce velmi spokojeno, 29,2% nebylo ani spokojeno ale ani nespokojeno. 7,5% 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?“**

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013

	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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=311	N=70	N=297

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Žádné problémy, vše bylo v pořádku	66,4	63,8	66,8
Bezpečnost, kriminalita, nepřizpůsobiví občané	5,8	2,1	5,9
Ovzduší, smog	5,4	4,3	5,2
Špatné silnice, neudržované vozovky v zimě	3,4	2,1	3,5
Komunikace, neochota lidí	3,1	- - -	3,1
Dopravní značení, orientační tabule	2,0	4,3	2,1
Stravování	2,0	6,4	1,4
Dopravní dostupnost	1,7	4,3	1,4
Parkování	1,4	- - -	1,4
Ubytování	1,4	6,4	1,4
Jiné	7,5	6,4	7,7
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=295	N=47	N=286

66,4% návštěvníků neuvádí žádné problémy, nejvíce výhrad směřovalo k bezpečnosti, kriminalitě a ovzduší, potažmo smogu.

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

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=254	N=64	N=242

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Žádné	58,5	47,6	58,1
Informační centra, orientační tabule, značení	4,8	4,8	5,0
Atrakce pro děti	3,2	2,4	3,3
Ubytování, autokempy	3,2	7,1	2,9
Památky, více turistických cílů	3,2	4,8	3,3
Cyklostezky	2,4	2,4	2,5
Větší bezpečnost	2,4	- - -	2,5
Dopravní obslužnost	2,4	7,1	2,5
Jiné	19,8	23,8	19,9
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=248	N=42	N=241

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

-Informační centra, orientační tabule, značení

58,5% 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)

Léto 2011+Zima 2012

	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 vytíženost	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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=96	N=12	N=91

Léto 2012+Zima 2013

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Návštěva jiných míst, dalších lokalit	35,0	23,1	35,9
Není moc zajímavý, znám hezčí místa	13,0	15,4	12,0
Smog, špatné ovzduší	11,0	7,7	10,9
Vzdálenost, je to daleko	10,0	15,4	10,9
Nelíbilo se mi tam	7,0	---	7,6
Nemám čas, pracovní vytíženost	4,0	7,7	4,3
Stěhování příbuzných/známých do jiné lokality	2,0	---	2,2
Už to tam znám, vše jsem viděl/a	2,0	---	2,2
Jiné	16,0	30,8	14,1
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=100	N=13	N=92

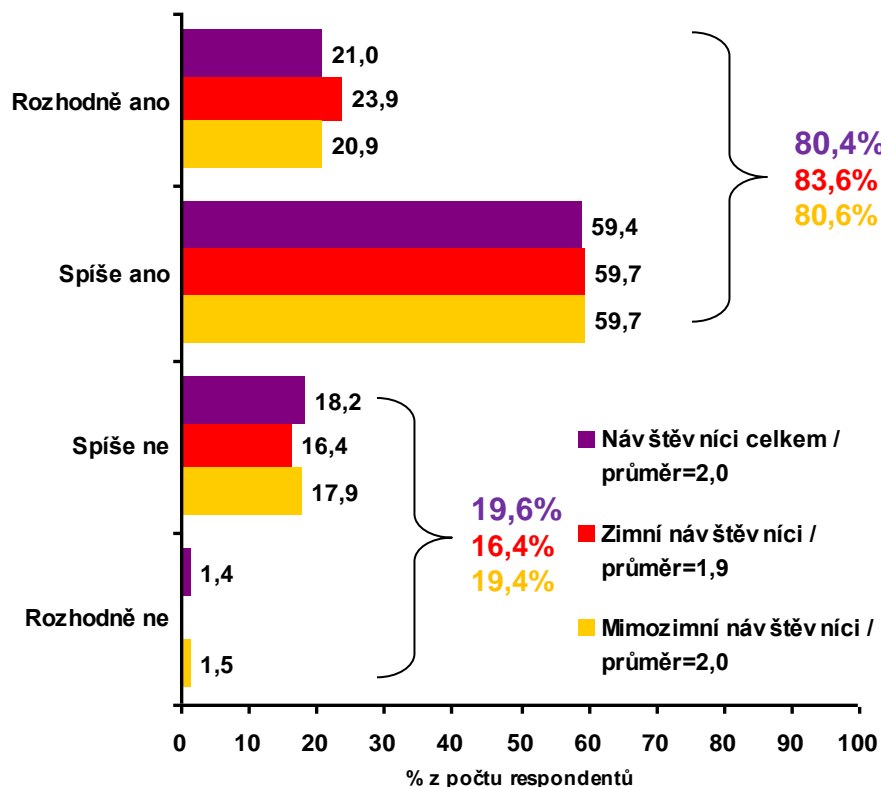
Blokace ke znovu-navštívení regionu spočívají v zájmu o další, jiné lokality, nezajímavost.

8. Indexy loajality

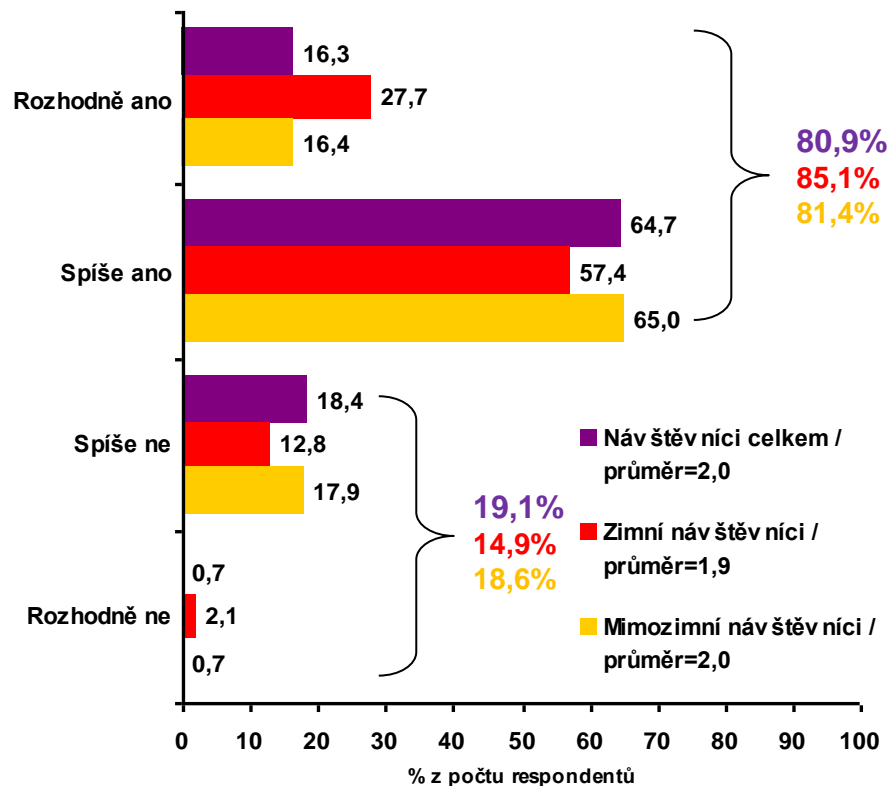
Doporučení oblasti jako dovolenkové destinace

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

80,9% 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)

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013

	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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=342	N=93	N=324

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Je tam hezky, líbí se mi tam, zajímavá místa	16,9	16,4	16,6
Krásná/zajímavá příroda, krajina	16,3	12,7	16,6
Památky	8,1	3,6	8,3
Příjemní/hodní lidé	7,5	9,1	7,6
Turistika	5,0	5,5	5,1
Hezké prostředí, okolí	4,4	5,5	4,5
Jiný kraj, odlišný	4,4	1,8	4,5
Zábava	4,1	- - -	4,1
Technické památky	3,8	1,8	3,8
Kultura, festivaly	3,4	1,8	3,5
Klid, pohoda, odpočinek, relaxace	2,8	1,8	2,9
Poznávání	2,8	5,5	2,5
Jiné	20,6	34,5	20,1
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=320	N=55	N=314

Největšími lákadly, které vedou návštěvníky k dalšímu doporučení dovolené v tomto regionu patří zajímavá místa, krásná a zajímavá příroda, krajina, památky, příjemní / hodní lidé.

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

Léto 2011+Zima 2012

	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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=354	N=97	N=339

Léto 2012+Zima 2013

	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Ostrava a okolí	19,6	17,5	19,6
Klimkovice	6,8	6,3	6,9
Beskydy	5,3	7,9	5,4
Stodolní ulice	3,9	3,2	3,6
Muzea (Hornické, technické)	3,0	1,6	3,0
Vítkovice	3,0	3,2	3,0
ZOO v Ostravě	3,0	1,6	3,0
Doly (Důl Michal)	2,7	4,8	2,7
Všechny	2,7	- - -	2,7
Hrady, zámky	2,1	1,6	2,1
Památky	2,1	- - -	2,1
Lázně (Darkov, Klimkovice)	1,8	1,6	1,8
Jiné	44,2	50,8	43,8
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=337	N=63	N=331

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

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

Léto 2011+Zima 2012

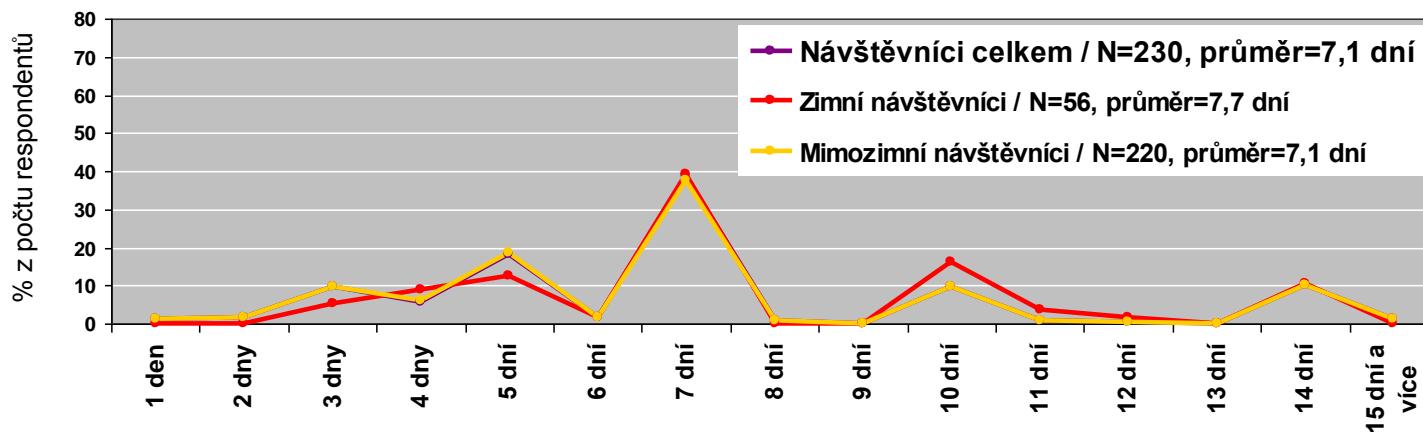
Léto 2012+Zima 2013

	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
	100,0	100,0	100,0
	N=391	N=112	N=375

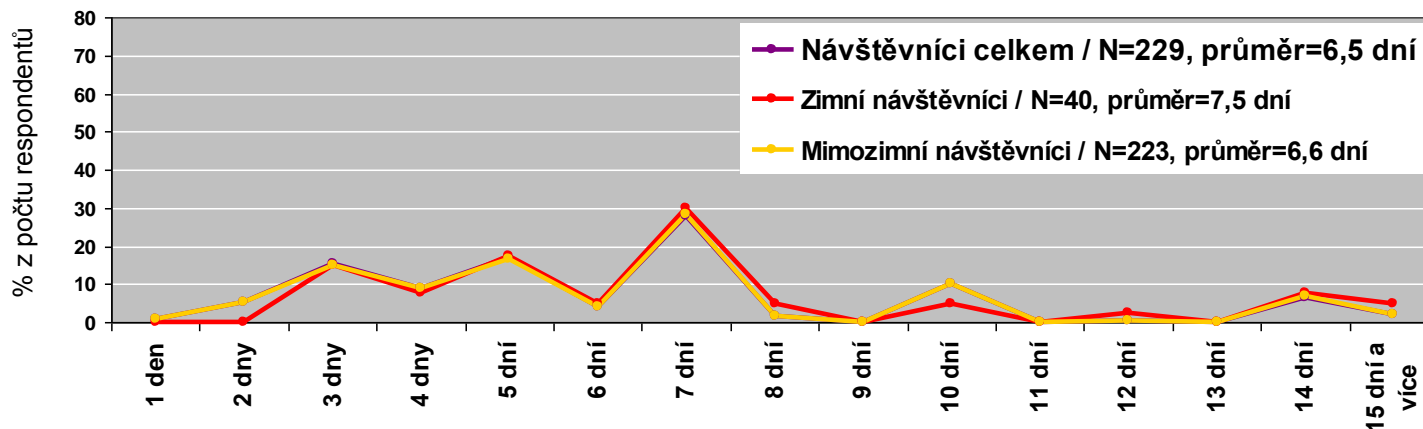
	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Turistika, výlety	26,7	28,2	26,7
Cykloturistika	11,9	17,9	11,9
Památky (kulturní, technické)	6,9	3,8	7,0
Sport	5,8	2,6	5,7
Lázně, wellness	5,3	3,8	5,4
Příroda, procházky přírodou	5,3	5,1	5,4
Zábava, noční život (Stodolní)	5,3	5,1	5,4
Kultura, festivaly, koncerty, divadla	4,5	5,1	4,6
Zimní sporty, lyžování	4,5	10,3	4,0
Vodní sporty, koupání	4,0	2,6	4,0
Odpočinek, relax	2,6	- - -	2,7
Muzea	2,4	2,6	2,2
Jiné	14,8	12,8	15,1
	100,0	100,0	100,0
	N=378	N=78	N=371

Oblast je podle návštěvníků vhodná k turistice, výletům a cykloturistice, památkám 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)



Léto 2011+Zima 2012



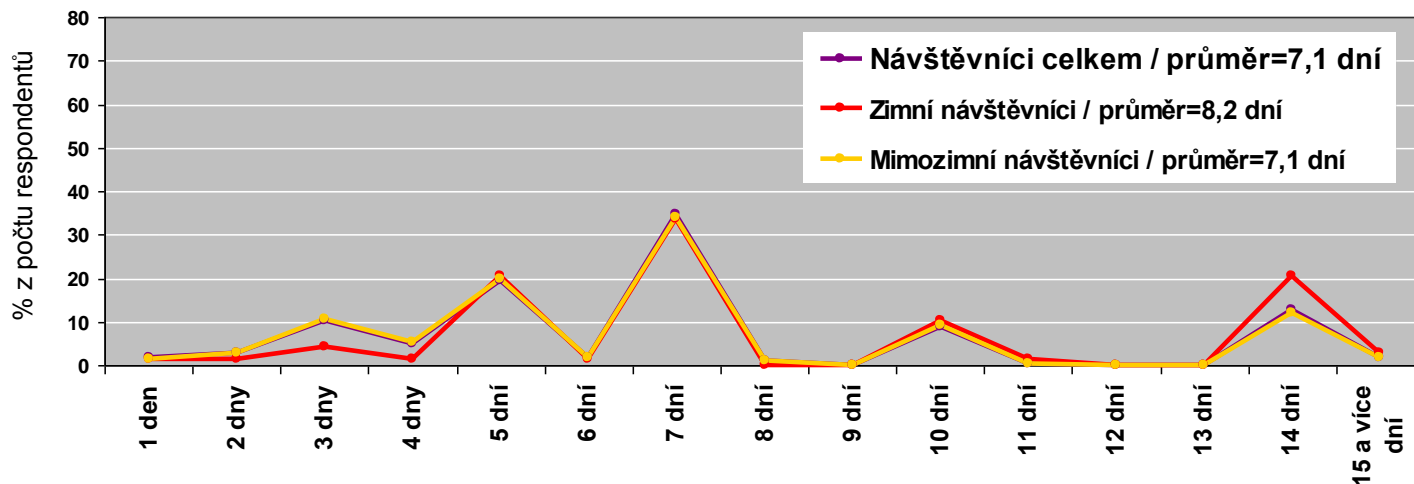
Léto 2012+Zima 2013

Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

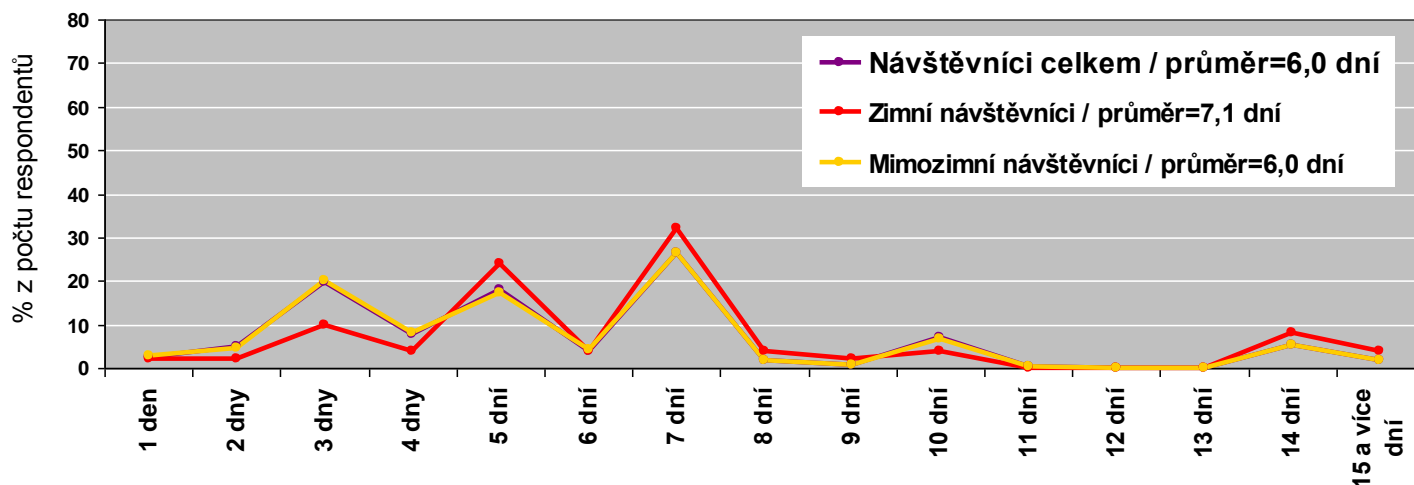
Návštěvníci by doporučili region nejčastěji k sedmidenním a pětidenním pobytům. Délka pobytu doporučená k návštěvě se také zkracuje, stejně jako reálná návštěva.

Turistická oblast Ostravsko, Léto 2011+Zima 2012 dotázáno 301 návštěvníků celkem, Léto 2012+Zima 2013 dotázáno 305 návštěvníků celkem

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



Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013

Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

Dle návštěvníků je turistická oblast Ostravsko vhodná zejména k sedmidenním pobytům, v úvahu připadají ještě pětidenní, třídní nebo čtrnáctidenní. I zde zaznamenáváme zkrácení pobytu

Turistická oblast Ostravsko, Léto 2011+Zima 2012 dotázáno 301 návštěvníků celkem, Léto 2012+Zima 2013 dotázáno 305 návštěvníků celkem

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)

Léto 2011+Zima 2012

	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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=70	N=13	N=65

Léto 2012+Zima 2013

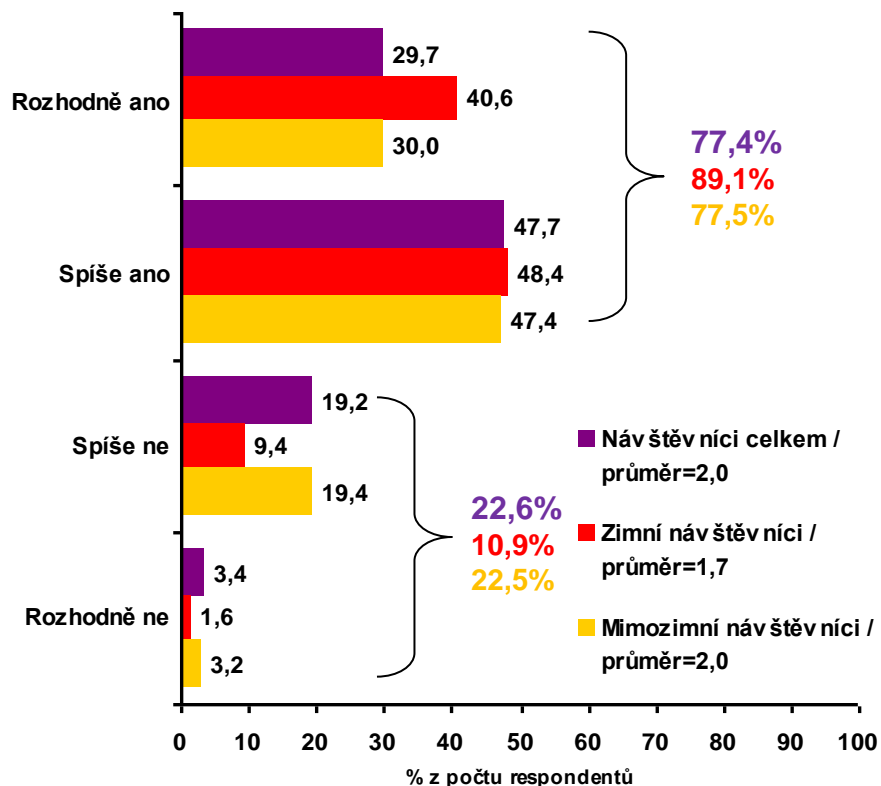
	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Špatné ovzduší, smog	38,4	50,0	37,7
Není moc zajímavý, znám hezčí místa	16,4	---	8,7
Vzdálenost, je to daleko	11,0	30,0	18,8
Málo památek, turistických zajímavostí	6,8	---	7,2
Nelíbí se mi, není hezký	5,5	---	5,8
Nepříjemní lidé	2,7	10,0	2,9
Nezajímavá příroda	2,7	---	2,9
Jiné	16,4	10,0	15,9
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=73	N=10	N=69

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

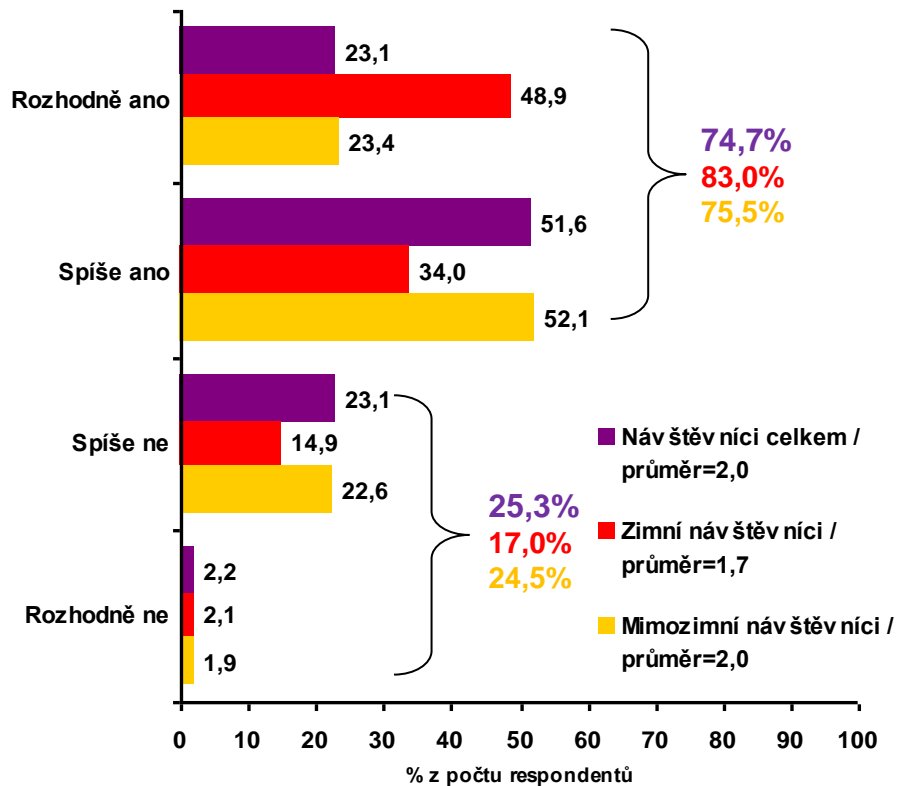
Úvaha o návštěvě v příštích 2 letech

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

O znovu-navštívení uvažuje 74,7% návštěvníků, z toho 23,1% rozhodně ano.

Opakovaná návštěva oblasti

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

Léto 2011+Zima 2012

	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, Colours 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
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=517	N=126	N=499

Léto 2012+Zima 2013

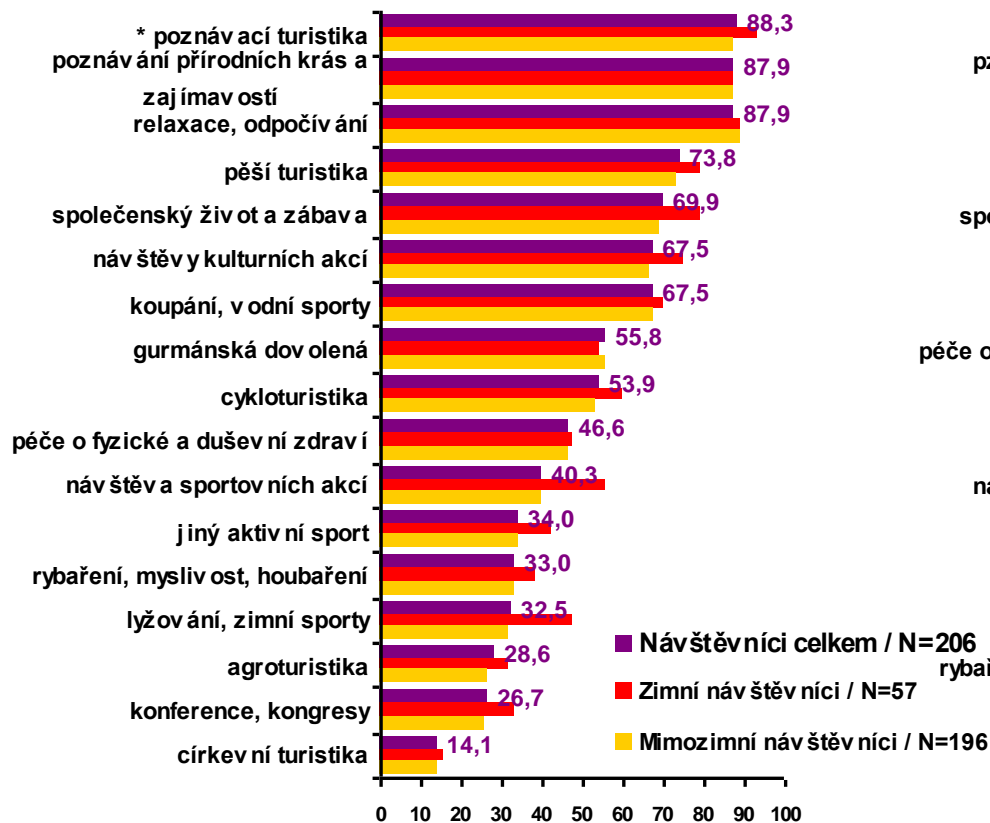
	Návštěvníci Celkem	Zimní návštěvníci	Mimozimní návštěvníci
Ostrava a okolí	10,7	13,1	10,6
Příroda, lesy, hory	6,3	6,0	6,5
Památky	6,1	3,6	5,9
Doly (Důl Michal, Jindřich)	5,2	1,2	5,4
Muzea (Hornické, Hasičské, Valašské, Kopřivnice)	5,2	3,6	5,0
Hrady, zámky	4,4	2,4	4,3
Lázně (Darkov, Klimkovice), wellness pobyty	4,4	6,0	4,5
Beskydy	3,9	7,1	3,8
Stodolní ulice, bary, kluby	3,5	1,2	3,6
Vítkovice, Areál Dolních Vítkovic	3,5	2,4	3,6
ZOO v Ostravě	3,5	- - -	3,6
Klimkovice	3,3	4,8	3,4
Hudební festivaly, Colours of Ostrava	2,8	3,6	2,9
Kulturní akce, divadla	2,2	2,4	2,0
Turistické trasy	2,2	2,4	2,0
Sport (fotbal, hokej), Zlatá tretra	2,0	2,4	2,0
Obchody, obchodní centra	1,7	3,6	1,8
Jiné	29,0	34,5	28,9
Počet odpovědí N	100,0	100,0	100,0
	N=458	N=84	N=443

Mezi největší lákadla turistické oblasti Ostravsko patří město Ostrava samotné, příroda, lesy, hory a památky. Výrazně poklesla atraktivita ZOO v Ostravě.

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

Léto 2011+Zima 2012

Léto 2012+Zima 2013



* Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) jsou statisticky významné.

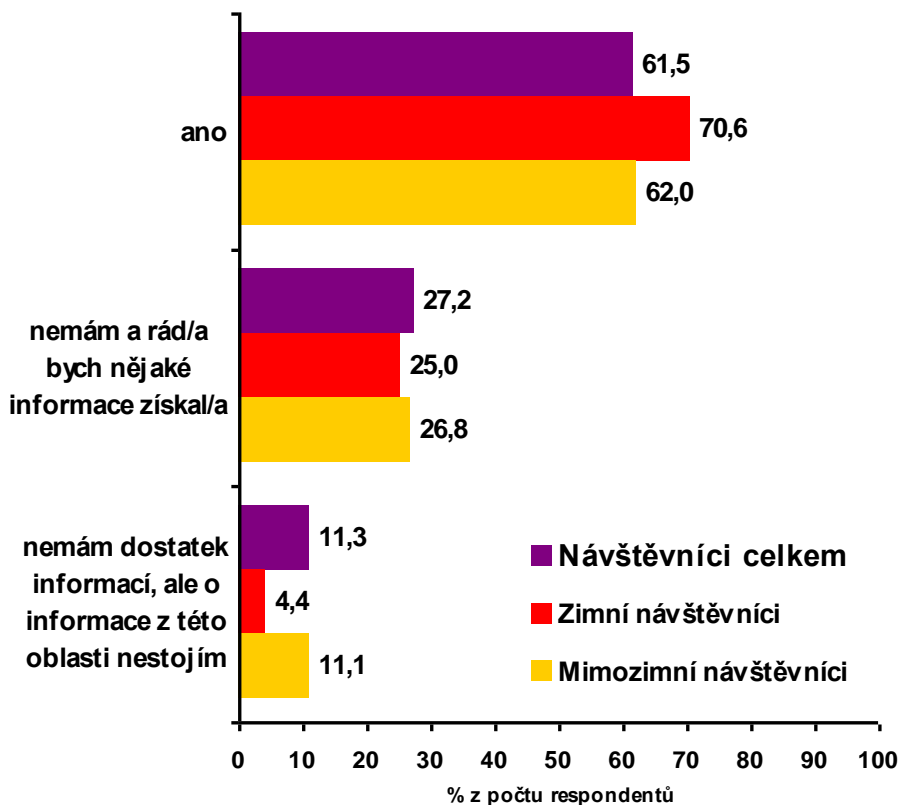
Mezi nejčastější motivátory pro návštěvu regionu patří relaxace a odpočívání, poznávání přírodních krás a zajímavostí, poznávací turistika, pěší turistika. Meziročně poklesly plánované aktivity v rámci poznávací turistiky. 55

9. Zdroje informací o Turistické oblasti Ostravsko

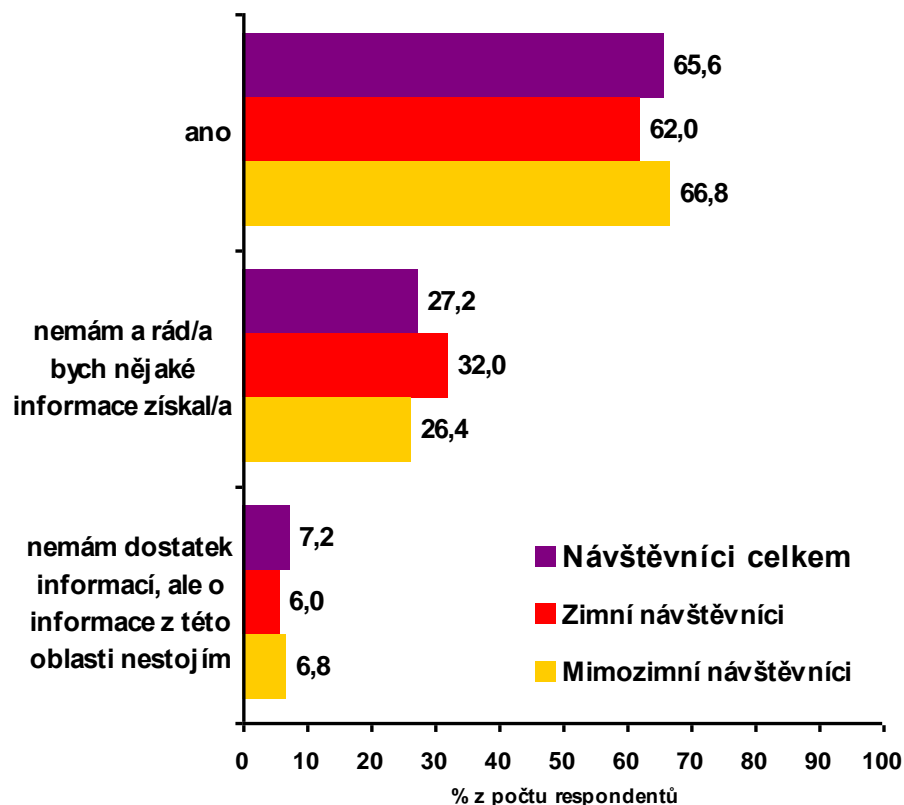
Dostatek informací o tomto regionu

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013

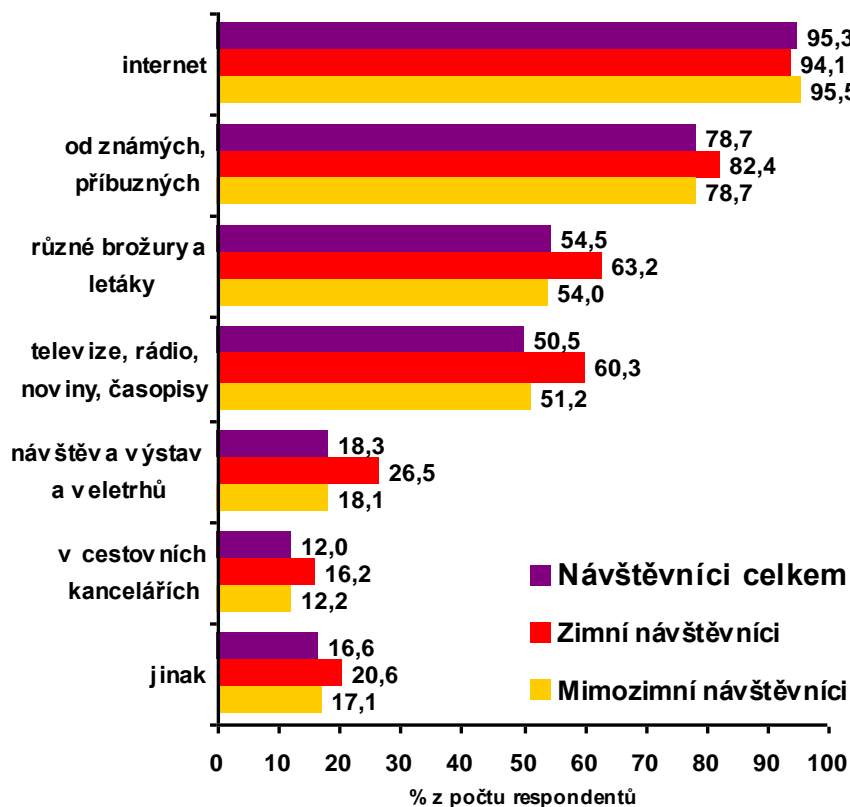


Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

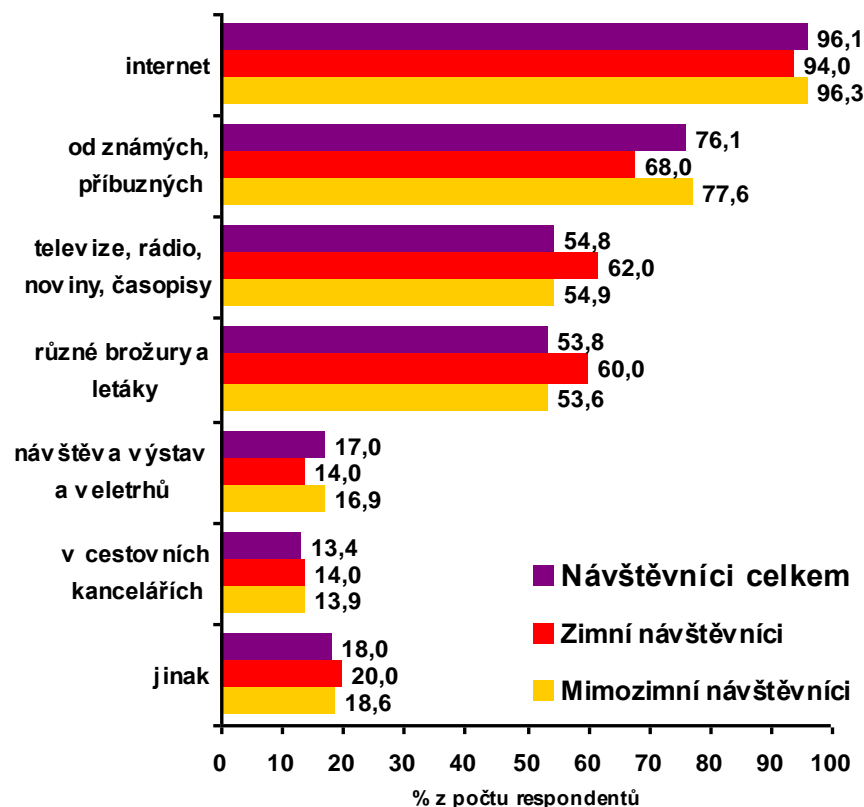
65,6% návštěvníků se domnívá, že má dostatek informací o možnostech trávení volného času v regionu.

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

Léto 2011+Zima 2012



Léto 2012+Zima 2013



Rozdíly mezi etapami Léto 2011+Zima 2012 a Léto 2012+Zima 2013 (Návštěvníci celkem) nejsou statisticky významné.

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

10. Hlavní zjištění

1. Návštěva Turistické oblasti Ostravsko

- ❑ Ostravsko nejčastěji respondenti navštívili v **létě** (62,6% návštěvníků).
- ❑ Největší podíl návštěvníků zde zavítal **ve sledovaném období 1x**.
- ❑ Mezi nejčastěji volené délky pobytů patří **dvou až třídenní, týdenní, nebo pětidenní pobyty**, v průměru zde návštěvníci **strávili 4,7 dní**. **Průměrná doba návštěvy se meziročně zkrátila a tento pokles je statisticky významný**.
- ❑ Respondenti obvykle navštívili turistickou oblast Ostravsko v **doprovodu dalších osob** (81,6%), nejčastěji se jednalo o **partnera** (74,7%), dále pak o **přátele** (63,1%). S **alespoň jedním dítětem (do 9 let) přijelo** 26,9% respondentů.
- ❑ Největší část návštěvníků přijela **autem** (68,5%). Druhá největší skupina přijela **vlakem** (21,6%).
- ❑ **Nejčastěji navštívenými místy** v TO Ostravsko byla **samotná Ostrava jako město a jeho okolí, Klimkovice, ZOO Ostrava a Muzea (hornické)**.
- ❑ Nejčastěji byli návštěvníci **ubytováni u svých známých či příbuzných** (33,8%), **ubytování v penzionu** využilo 28,5% a **v hotelu se 3hvězdičkami spalo** 7,9% respondentů.
- ❑ **V restauracích** se při svém pobytu v turistické oblasti Ostravsko stravovalo 88,2% dotázaných, z toho 38% se zde stravovalo hodně a 50,2% málo.
- ❑ Mezi **důvody pobytu** v turistické oblasti převažoval **odpočinek-relaxace**, tj. pobyt v přírodě, procházky apod. – 73,8%, dále pak **poznání, tj. návštěva turisticky zajímavých cílů**, jako jsou památky, muzea, kulturní a folklorní akce, apod. (61,6%). Více než polovina dotázaných **navštívila své příbuzné, známé** (54,8%).

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 **Klimkovice, a Stodolní ulice**.
- ❑ Dále měli návštěvníci hodnotit, k **jakým aktivitám** je podle nich **Ostravsko vhodné**. Nejčastěji uváděli **společenský život a zábavu, návštěvy kulturních akcí** (festivaly, slavnosti, koncerty...), **pěší turistika, poznávací turistiku** (návštěva hradů, zámků, muzeí, památek...) **poznávání přírodních krás a zajímavostí a relaxaci a odpočívání**.
- ❑ **Za výjimečnou** považuje turistickou oblast Ostravsko **35,7% jejich návštěvníků**, za alespoň trochu výjimečný pak 50,5% návštěvníků.

3. Hodnocení faktorů spokojenosti s návštěvou

- Mezi nejdůležitější faktory trávení volného času mimo domov respondenti řadí tyto:
 - bezpečnost v regionu
 - přátelskost místních lidí
 - dostupnost informací o regionu, kde hodlám trávit volný čas
 - atraktivní příroda a krajina, zdravé životní prostředí
 - cenová úroveň služeb cestovního ruchu v daném regionu
 - ochotný a erudovaný personál pracující ve službách cestovního ruchu
 - dostatek atraktivních památek, různých kulturních a folklorních akcí aj. turistických cílů
 - kvalita silnic
 - kvalitní veřejné stravování a gastronomické služby
 - dostatek atraktivních turistických stezek

- Mezi faktory, se kterými byli návštěvníci nejvíce spokojeni, patří:
 - nákupními možnostmi
 - dostatkem příležitostí pro zábavu a společenské vyžití
 - přátelskostí místních lidí
 - dostatek atraktivních turistických stezek
 - dostupností informací o daném regionu
 - značení turistických stezek a cyklostezek kvalita ubytování
 - kvalita veřejného stravování a gastronomických služeb
 - širší nabídky restaurací a gastronomických zařízení
 - ochota a erudovanost personálu pracujícího ve službách cestovního ruchu v tomto regionu

4. Indexy spokojenosti

- ❑ **Celková spokojenost s návštěvou TO Ostravsko je poměrně vysoká – 51,1% návštěvníků bylo spíše spokojeno, 12,1% dokonce velmi spokojeno , 29,2% nebylo ani spokojeno ale ani nespokojeno. 7,5% návštěvníků uvádělo svoji nespokojenost s pobytem.**
- ❑ **66,4% návštěvníků neuvádí žádné problémy, nejvíce výhrad směřovalo k bezpečnosti, kriminalitě a ovzduší, potažmo smogu.**

5. Bariéry návštěvy

- ❑ **Blokace ke znovu-navštívení regionu spočívají v zájmu o další, jiné lokality, nezajímavost.**

6. Indexy loajality

- ❑ **80,9% 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 zajímavá místa, krásná a zajímavá příroda, krajina, památky, příjemní / hodní lidé.**
- ❑ **Z konkrétních lokalit by návštěvníci nejčastěji doporučili přímo město Ostravu a okolí, město Klimkovice a v těsné blízkosti také Beskydy.**
- ❑ **Oblast je podle návštěvníků vhodná k turistice, výletům a cykloturistice, památkám pro tyto aktivity by region doporučili k návštěvě.**
- ❑ **O znovu-navštívení uvažuje 74,7% návštěvníků, z toho 23,1% rozhodně ano.**

7. Zdroje informací o Turistické oblasti Ostravsko

- 65,6% 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, **média** (televize, rádio, noviny, **časopisy a také různé brožury a letáky**).

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 u známých nebo v penzionu a pro svůj pobyt si zvolili v průměru 5 dní. Do kraje nejčastěji přijeli za odpočinkem – relaxací a poznáním tj. návštěva turisticky zajímavých cílů, dále navštívili příbuzné a známé, kamarády.
- Zimní návštěvníci tento region navštívili 2x v 30% případů (tedy častěji než mimozimní návštěvníci). Hlavními důvody jejich návštěvy byla odpočinek, poznání, návštěva příbuzných, kamarádů , turistika a sport a zábava. Ubytování byli převážně u příbuzných a známých.
- Mimozimní návštěvníci tento region navštívili 1x. Hlavními důvody jejich návštěvy byla odpočinek, poznání, návštěva příbuzných, kamarádů , zábava, turistika a sport. Ubytování byli převážně u příbuzných a známých.
- Téměř polovinu ze všech návštěvníků tvoří věková skupina 25-44 let.
- Doporučujeme při výběru témat a komunikačních kanálů se zaměřit na rozlišení těchto dvou skupin návštěvníků – tedy zimních a mimozimních.

2. Návrh marketingových aktivit – doporučená témata

- Nejčastěji přijíždějí návštěvníci do TO Ostravsko za účelem odpočinku a relaxace, dále pak za poznáním (např. kulturních a technických 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, návštěvy kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty...), pěší turistika, poznávací turistiku (návštěva hradů, zámků, muzeí, památek...) poznávání přírodních krás a zajímavostí a relaxaci a odpočívání. Zimní návštěvníci vidí vhodnost TO ve společenském životě a zábavě, dále návštěvách kulturních akcí a pěší turistice. Zimní návštěvníci navíc také vidí oblast jako vhodnou k zimním sportům.
- 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
 - kvalita veřejného stravování
 - kvalita ubytování
 - atraktivita turistických stezek a jejich značení

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, média (televize, rádio, noviny, časopisy) a různé brožury a letáky.
- S ohledem na výše uvedené skutečnosti doporučujeme zaměřit komunikaci na internetové portály, které souvisí s TO Ostravsko.
- Z výzkumu vyplývá, že pokud by návštěvníci měli oblast znovu navštívit nejvyhledávanějšími místy by byly město Ostrava, příroda a památky.
- V propagaci doporučujeme se zaměřit na následující aktivity a místa:
 - Aktivity:**
 - turistika, výlety, cykloturistika, památky
 - Místa:**
 - Ostravu a její okolí, město Klimkovice a blízké Beskydy. Celkově s v této etapě došlo k poklesu návštěvnosti ostravské ZOO i plánům pro jeho navštívení ze stran turistů z jiných lokalit.
- V této souvislosti doporučujeme zaměření se na internetovou propagaci.
- 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. Rovněž lze zvážit využití facebookového profilu.
- Při propagaci zimní sezóny doporučujeme využít také konkrétních médií pro informování možnosti využití zimních sportů (stav sjezdovek, ceny skipasů atd.).

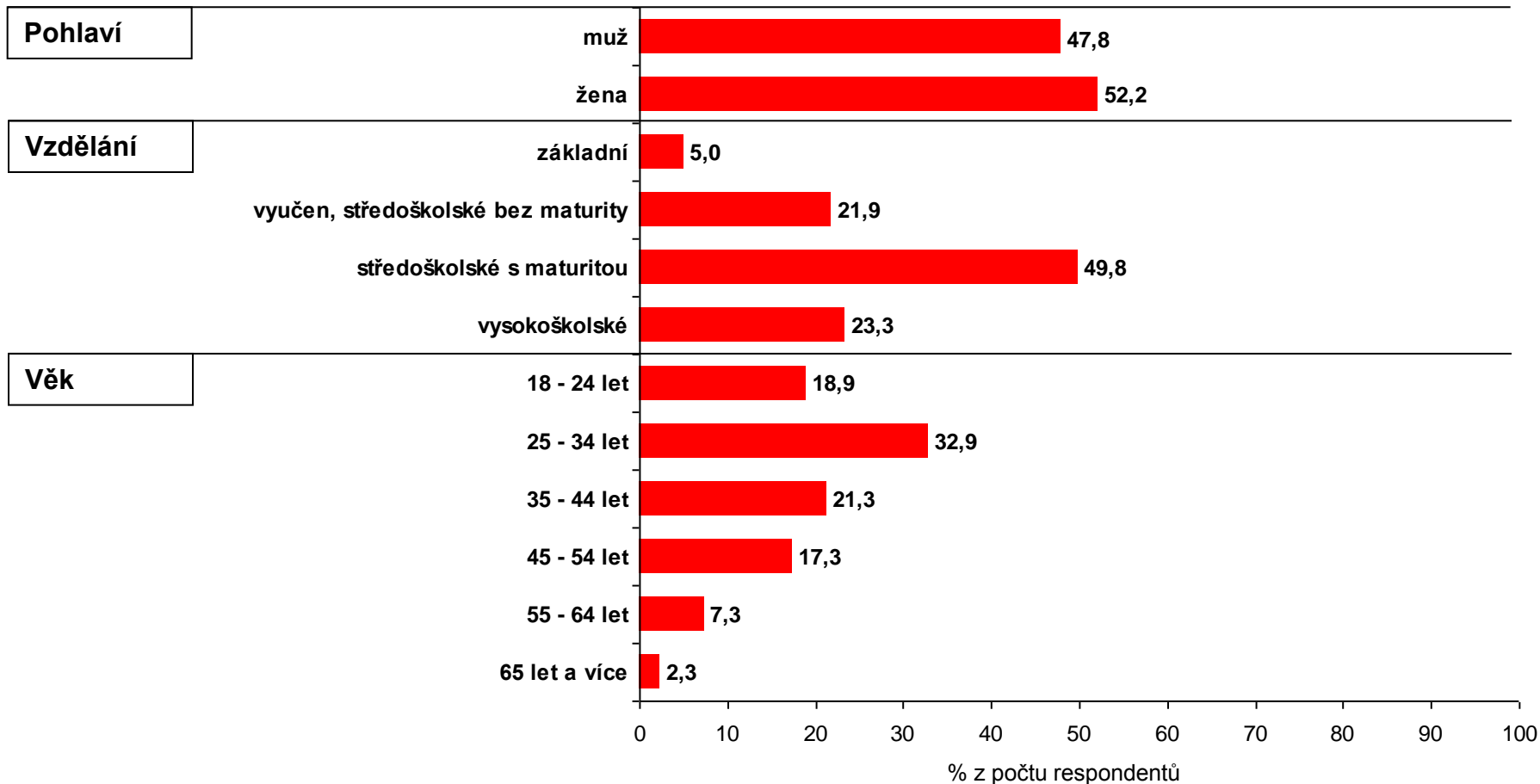
Závěry a doporučení

4. Návrh marketingových aktivit – marketingový mix	Mimozimní návštěvníci	Zimní návštěvníci
Nejdůležitější parametry spokojenosti	S nákupními možnostmi, dostatkem příležitostí pro zábavu a společenské vyžití, přátelstvem místních lidí, dostatek atraktivních turistických stezek, dostupností informací o daném regionu, značení turistických stezek a cyklostezek, kvalita ubytování kvalita veřejného stravování a gastronomických služeb, širší nabídky restaurací a gastronomických zařízení, ochota a erudovanost personálu, pracujícího ve službách cestovního ruchu v tomto regionu	Množství kvalitních běžeckých tras pro lyžaře, dostatek příležitostí pro zábavu a společenské vyžití, kvalita ubytování, dostatek atraktivních turistických stezek, nákupními možnostmi, přátelstvem místních lidí, nabídka ubytování nižší kategorie, množství kvalitních sjezdovek pro lyžaře, snowboardisty, atraktivita přírody a krajiny, zdravé životní prostředí
Hlavní zdroje informací	Internet, WOM, média a brožury, letáky	Internet, WOM, média a brožury a letáky
Nejčastější účel návštěvy	Odpočinek a relaxace, poznání, návštěva příbuzných kamarádů, zábava	Odpočinek a relaxace, poznání, návštěva příbuzných kamarádů a turistika / sport
Nejhodněji aktivity	Turistika, výlety, cykloturistika, návštěva památek, sport.	Turistika, výlety, cykloturistika, zimní sporty, lyžování, příroda, zábava, kultura.
Co komunikovat	Zaměřit se na dostatek příležitosti pro zábavu a společenského vyžití, příjemnost a přátelství lidí, kteří vycházejí návštěvníkům maximálně vstříc v souvislosti s atraktivitou kulturních památek. Oblast je určená zejména pro milovníky kultury, folklorních 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. Zejména ZOO potřebuje po úspěšném loňském roce podpořit komunikačně.	Zaměřit se opět na dostatek příležitosti pro zábavu a společenského vyžití, vstřícnost a přátelství místních obyvatel, kvalitní ubytování za přijatelné, spíše nižší ceny. Dovolená je také vhodná pro rodiče 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 běžecké trasy a lyžařské areály .
Jak komunikovat	Internet (sociální sítě - FB, diskuzní fóra, reference, fotogalerie, soutěže), brožury, letáky (rámečky ve vlcích, papírové letáky na nádražích, plakáty),	Internet (web camera sjezdovek, sociální sítě, diskuzní fóra, reference, fotogalerie, soutěže), brožury, letáky (rámečky ve vlcích, papírové letáky na nádražích, plakáty), Média , Bilboardy.

Sociodemografické charakteristiky

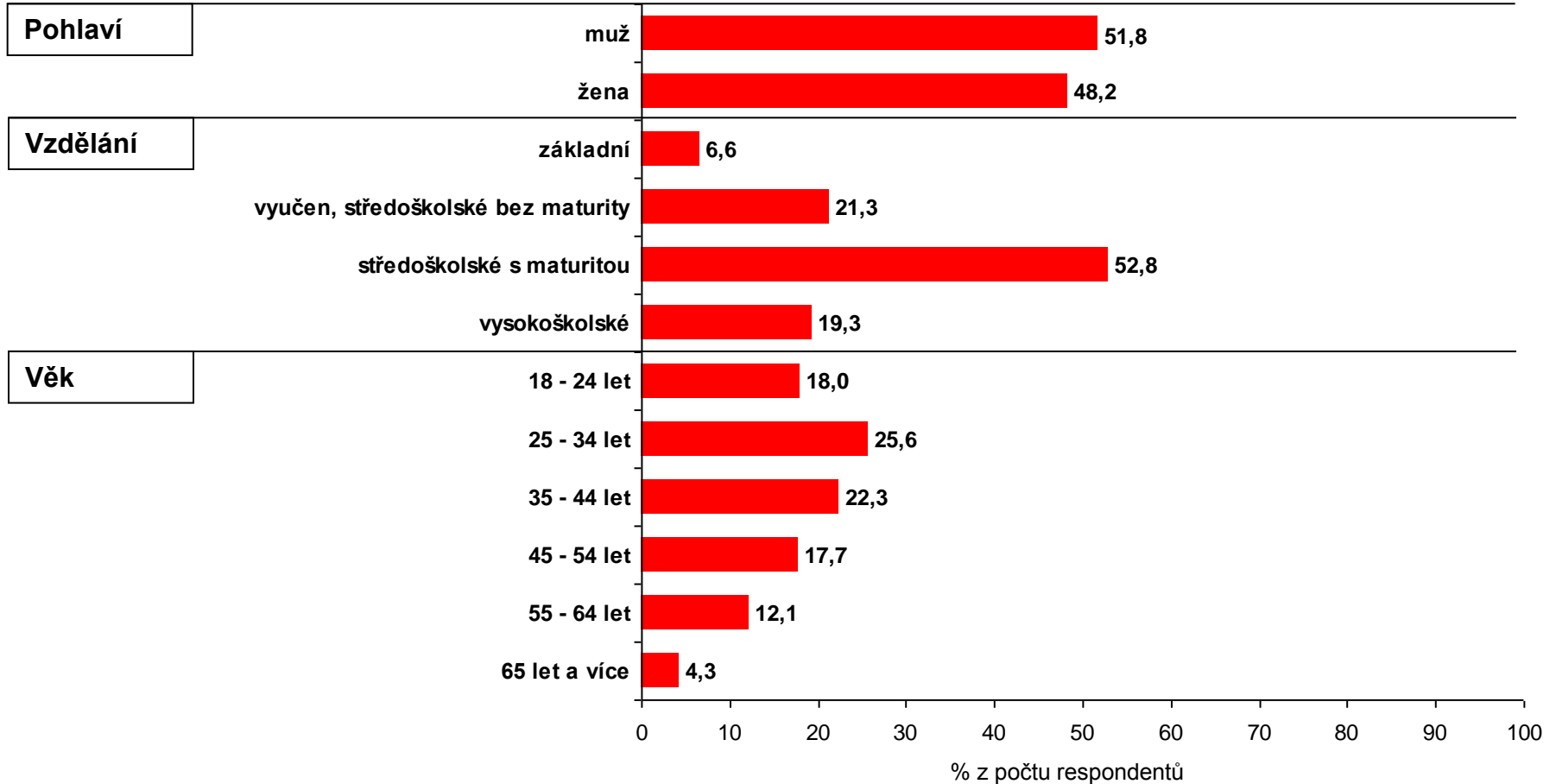
Sociodemografické charakteristiky

Léto 2011+Zima 2012

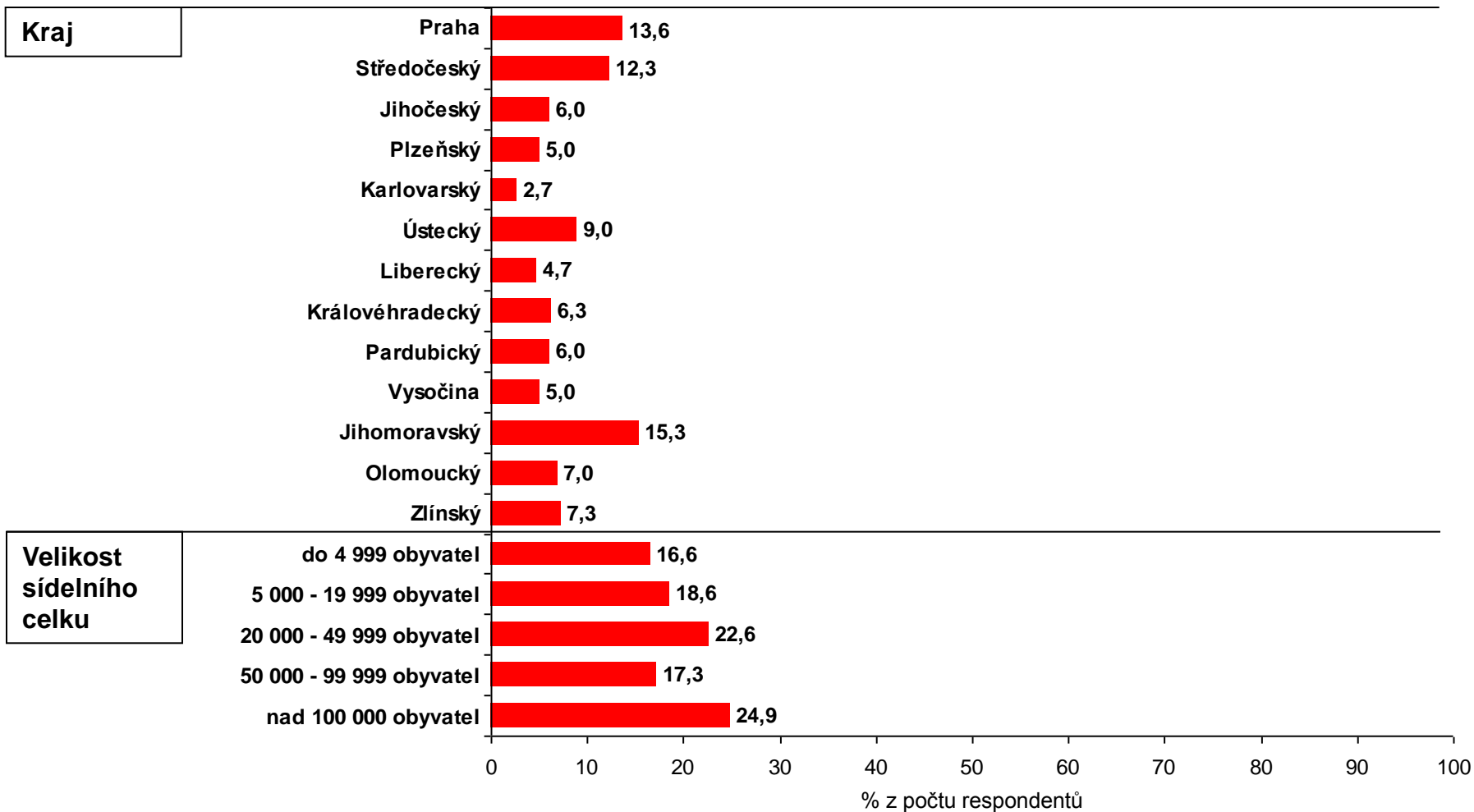


Sociodemografické charakteristiky

Léto 2012+Zima 2013



Léto 2011+Zima 2012



Sociodemografické charakteristiky

Léto 2012+Zima 2013

