



Katedra
rekreologie

Fakulta tělesné
kultury

Katedra rekreologie
Fakulta tělesné kultury
Univerzita Palackého v Olomouci
www.rekre.upol.cz

„Profil návštěvníka města Olomouce“

-VÝZKUMNÁ ZPRÁVA-

Autoři:

Mgr. Zdeněk Hamřík, Ph.D.

Mgr. Miroslav Rončák

Ing. Vladimír Hobza

Katedra rekreologie, Fakulta tělesné kultury, Univerzita Palackého v Olomouci

**UPOZORNĚNÍ: ÚDAJE OBSAŽENÉ V TÉTO ZPRÁVĚ JSOU MAJETKEM STATUTÁRNÍHO MĚSTA OLOMOUC A LZE
JE VYUŽÍVAT POUZE S JEHO SOUHLASEM.**



1. Zaměření výzkumu

Pilotní výzkum zaměřený na profil návštěvníka města Olomouce probíhal formou elektronického dotazníkového šetření s využitím tabletů umístěných v Informačním centru Města Olomouce v měsíci srpnu 2017. Jeho předmětem bylo několik okruhů otázek:

- Využívání informačních kanálů při plánování návštěvy města
- Hlavní důvody návštěvy a preference v oblasti atraktivit a turistických cílů města
- Způsob dopravy, délku pobytu, pobytové náklady a zvolený typ ubytování
- Spokojenost s kvalitou poskytovaných služeb v oblasti cestovního ruchu v Olomouci
- Celkovou spokojenost návštěvníka

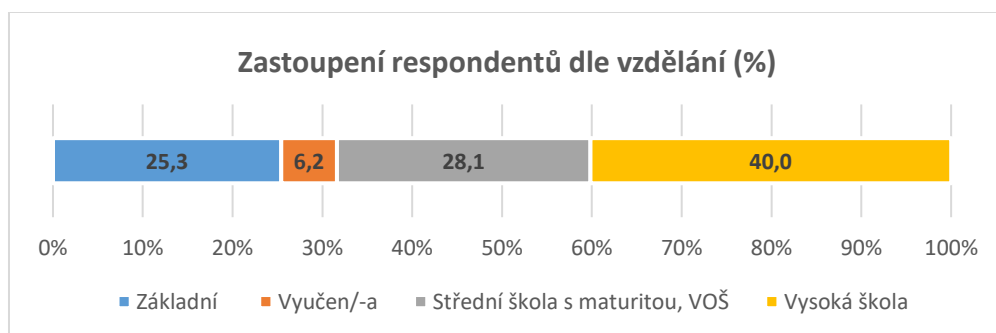
2 Metodika výzkumu

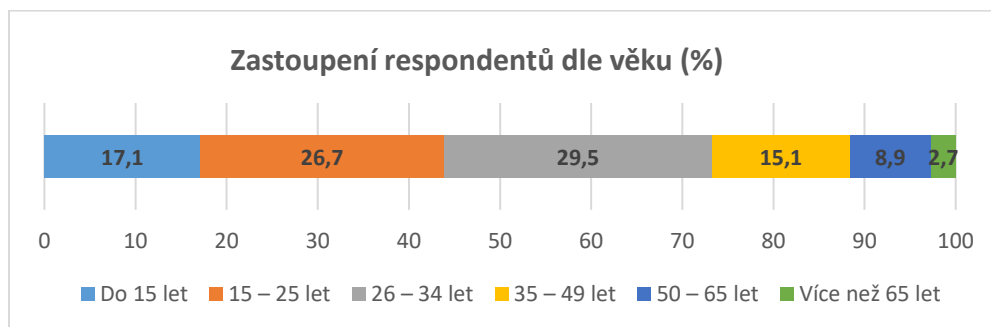
Výzkumný záměr a projekt výzkumu byl zpracován v červnu – červenci 2017, kdy došlo k ověření výzkumných nástrojů, odsouhlasení, finální podoby dotazníků a převodu dotazníku do elektronické verze. Vlastní šetření probíhalo po celou dobu měsíce srpna 2017. V září 2017 proběhla optická a logická kontrola získaných dat, jejich matematicko-statistická analýza a zpracování závěrečné zprávy z výzkumu včetně zpracování tabulek a grafů a interpretace výsledků.

Do výzkumu se zapojilo celkem 627 respondentů, kompletně vyplněných dotazníků, které byly podrobeny další analýze, je 283. Z toho 53% mužů a 47% žen.

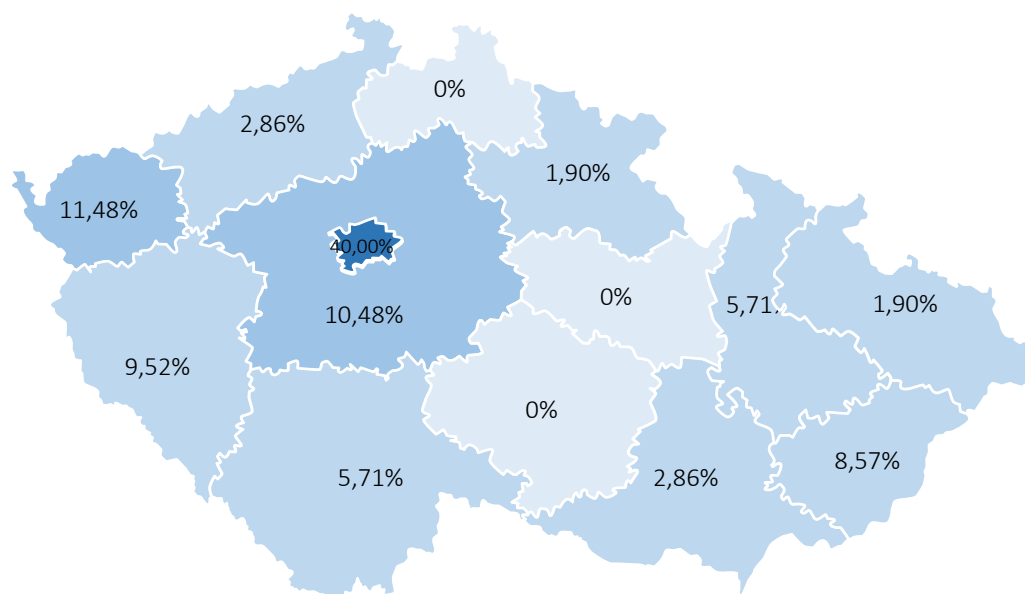
Většina dotazovaných měla středoškolské nebo vysokoškolské vzdělání – celkem 68%. Přibližně 25% respondentů uvedlo základní vzdělání a přibližně 6% dotazovaných bylo vyučeno. Z hlediska věku tvořilo celkem 44% dotazovaných věkovou skupinu do 25 let, přibližně 45% dotazovaných bylo ve věku 26 – 49 let a přibližně 11% dotazovaných bylo ve věkové skupině 50+.

Graf. 1 – Rozložení respondentů dle vzdělání



Graf. 2 – Zastoupení respondentů dle věku

Většinu návštěvníků, kteří anketu vyplnili, tvořili turisté z České republiky (celkem 202, tedy 68%), zbylých 32% tvořili zahraniční turisté. Z pohledu zastoupení krajů u návštěvníků z České republiky byl nejvýznamněji zastoupený kraj Hlavní město Praha (40%), dále pak Karlovarský, Středočeský, Plzeňský a Zlínský. Ze zahraničních turistů dotazník nejčastěji vyplňovali turisté z Německa (33), Slovenska (25), Rakouska (7) a Číny (4).

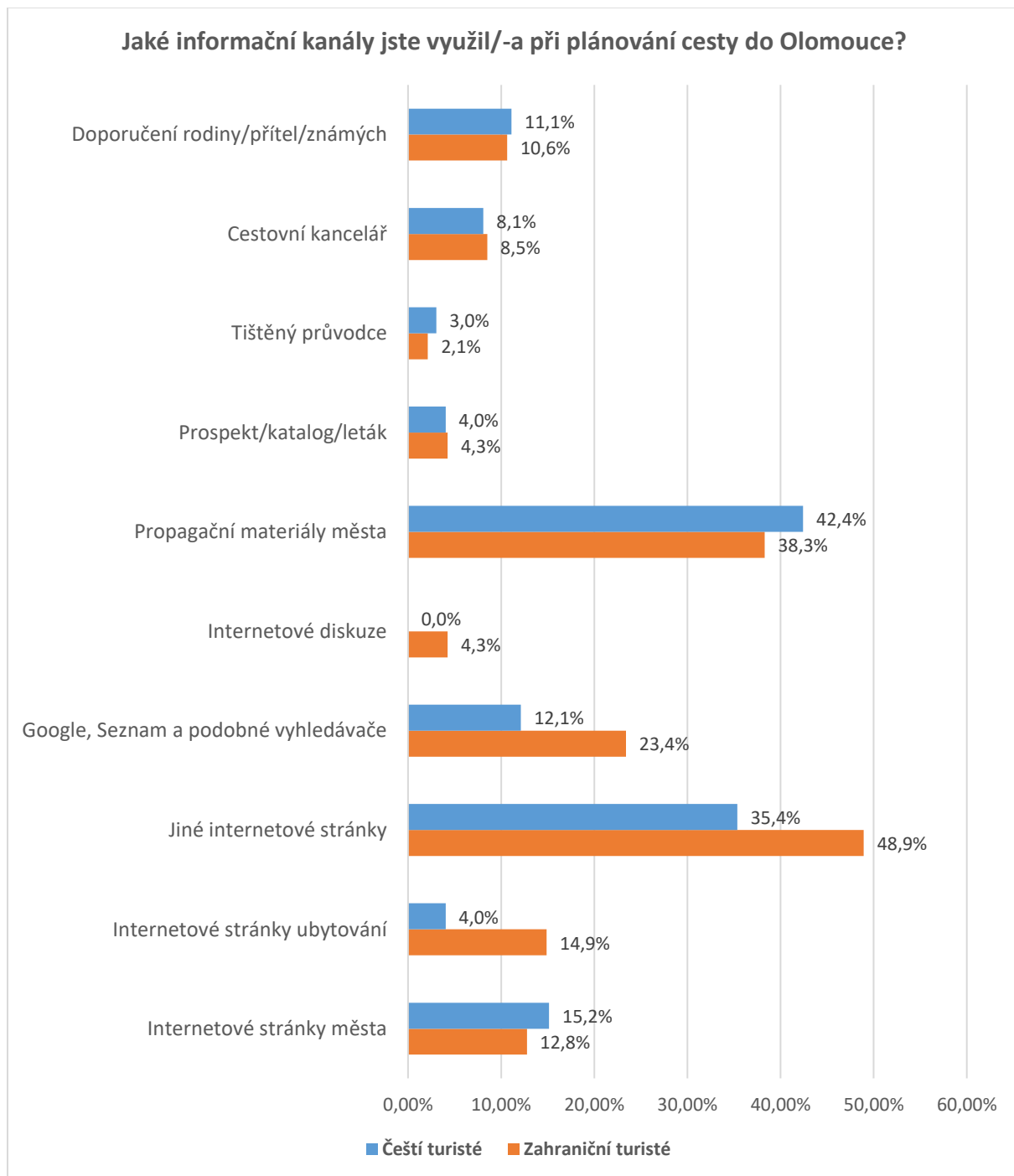
Graf. 3 – Zastoupení respondentů z ČR dle krajů

3. Využívání informačních kanálů při plánování návštěvy města

Z hlediska využívání informačních kanálů s turistickými informacemi o městě návštěvníci města upřednostňují elektronické informační zdroje a to bez ohledu na to, zda přijíždějí z České republiky, nebo ze zahraničí. S nižším věkem návštěvníků zároveň roste obliba elektronických informačních

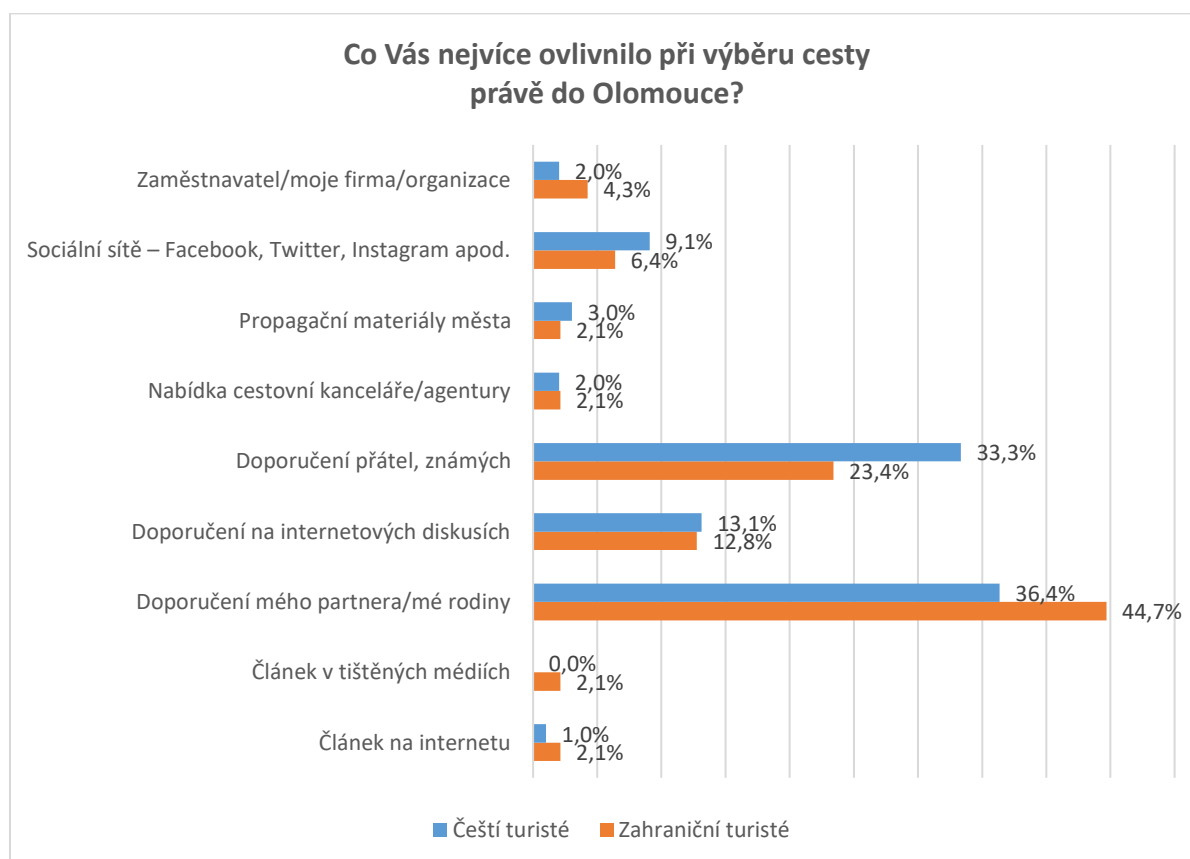
zdrojů. Ve věkové kategorii do 35 let se prakticky neobjevují turisté, kteří by uvedli, že při práci s informacemi o Olomouci využili tištěného průvodce, prospekt/katalog/leták či informace z cestovní kanceláře. Na druhou stranu podstatná část návštěvníků města využila při vyhledávání informací propagační materiály vytvořené městem Olomouc.

Graf. 3 – Informační kanály využité při plánování cesty do Olomouce



V rámci výzkumu byla také kladena otázka zaměřená motivaci ke zvolení Olomouce jako cílové destinace. Respondentům byla položena otázka, co je nejvíce ovlivnilo při výběru cesty do Olomouce. Z výsledků vyplývá, že bez ohledu na zemi původu, pohlaví či věk dotazovaných je hlavním důvodem rozhodnutí k návštěvě Olomouce doporučení partnera/rodiny, přátel, nebo známých. Nezanedbatelným zdrojem ovlivnění při výběru cesty do Olomouce jsou také internetové diskuse a sociální sítě.

Graf. 4 – Faktory nejvíce ovlivňující výběr cesty

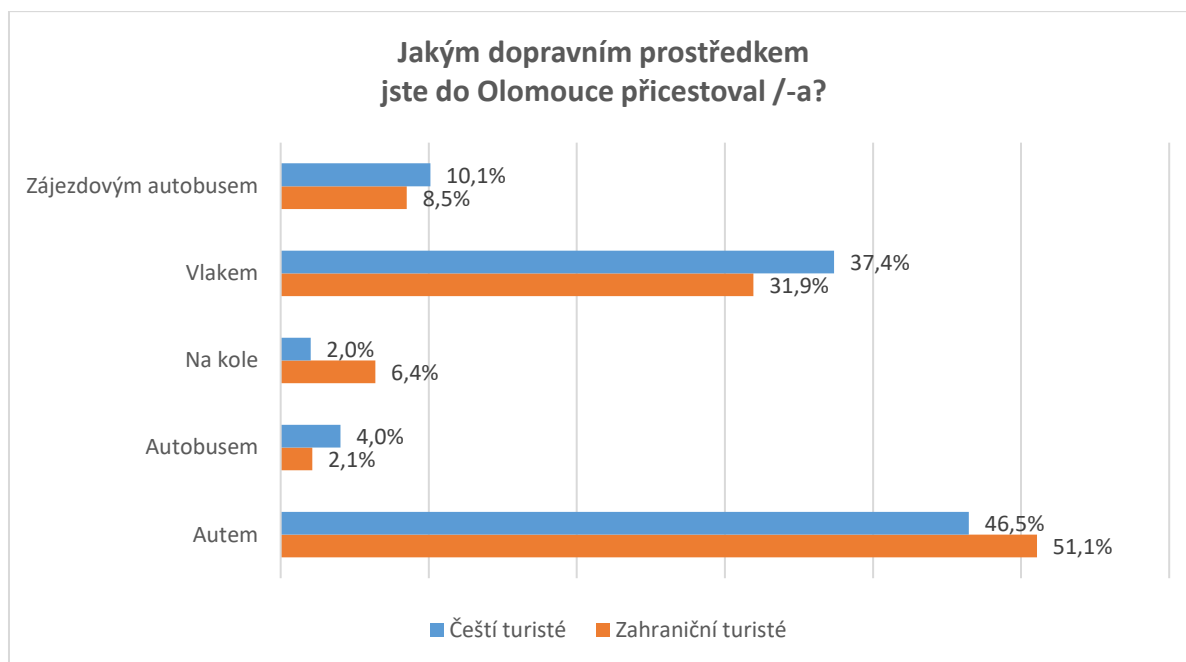


4. Způsob dopravy, délku pobytu, pobytové náklady a zvolený typ ubytování

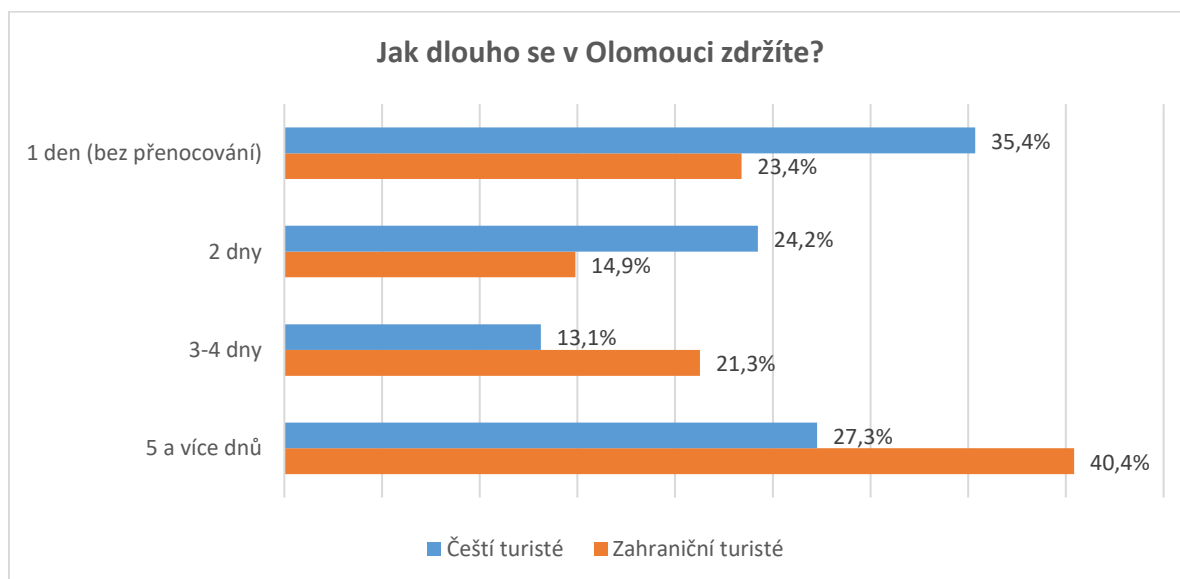
Skupina otázek elektronického dotazníku byla zaměřena rovněž na způsob dopravy do Olomouce, délku pobytu, pobytové náklady a zvolený typ ubytování. Ze způsobů dopravy do Olomouce převládala u dotazovaných automobilová a vlaková doprava, minimální je naopak podíl respondentů, kteří

cestovali na kole či autobusem. Z hlediska délky pobytu u turistů z České republiky převažovali jednodenní návštěvníci města. U turistů ze zahraničí nejčastěji vyplňovali dotazník návštěvníci, kteří udávali délku pobytu 5 a více dní.

Graf. 5 – Návštěvníci města/respondenti dle druhu dopravy (v %)

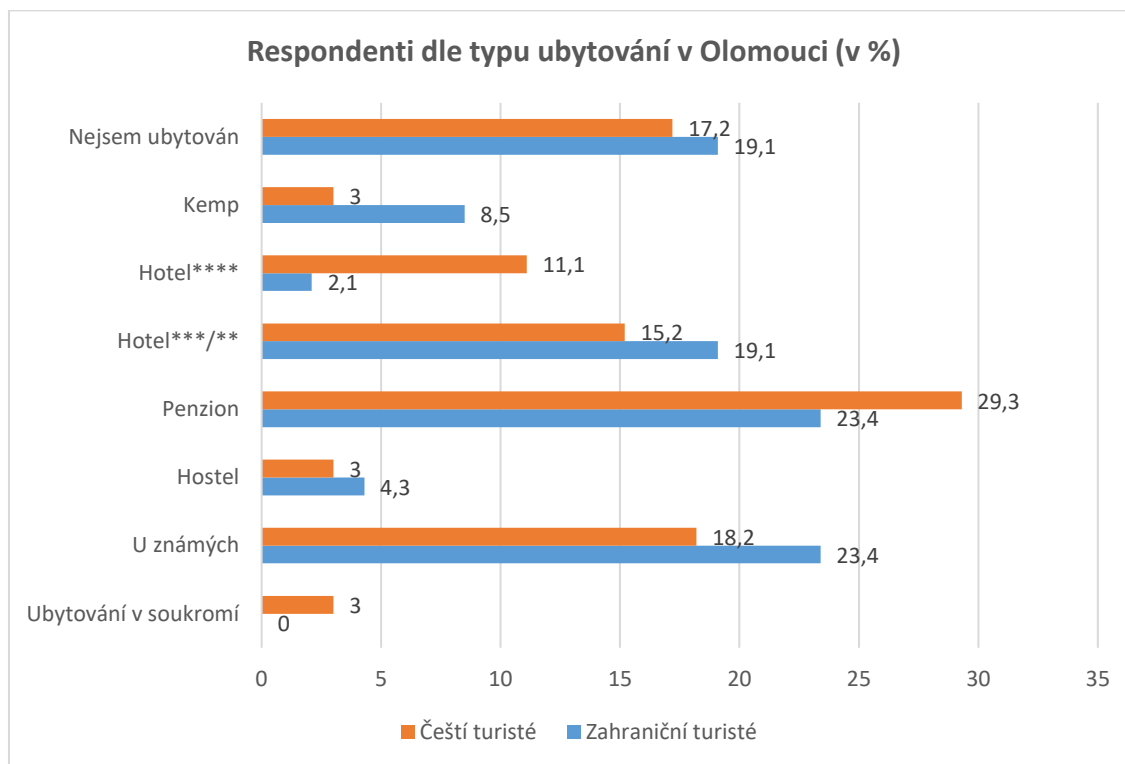


Graf. 6 – Návštěvníci města/respondenti dle délky pobytu v Olomouci (v %)

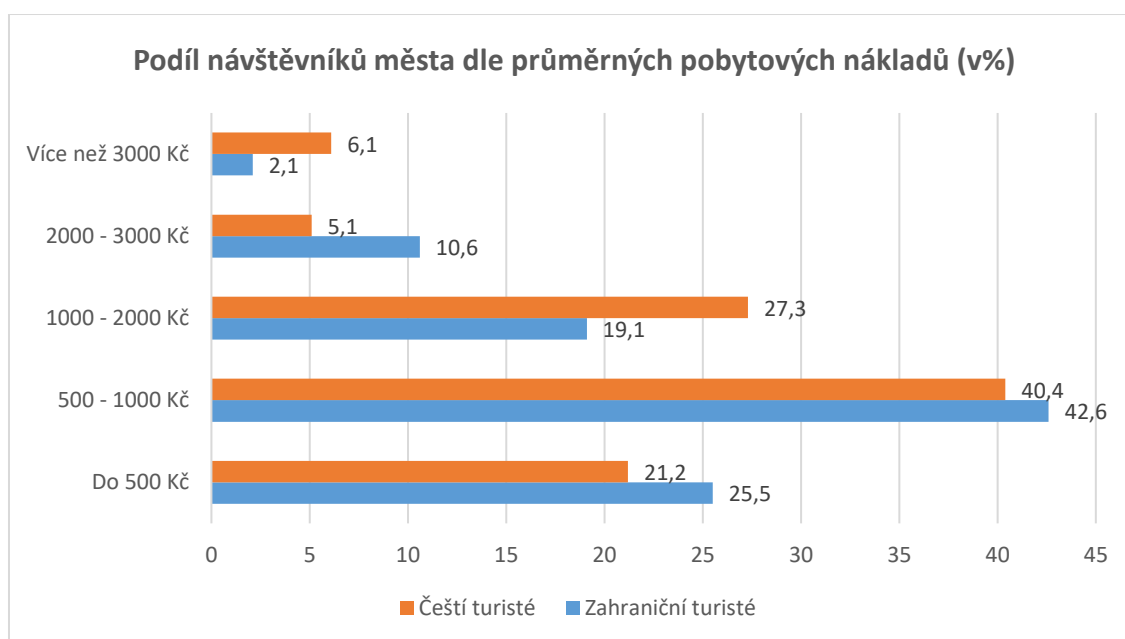


Níže uvádíme grafy členění účastníků výzkumu dle typu ubytování a průměrných pobytových nákladů na 1 den v Olomouci.

Graf. 7 – Návštěvníci města/respondenti dle typu ubytování v Olomouci (v %)



Graf. 8 – Návštěvníci města/respondenti dle průměrných pobytových nákladů (v %)



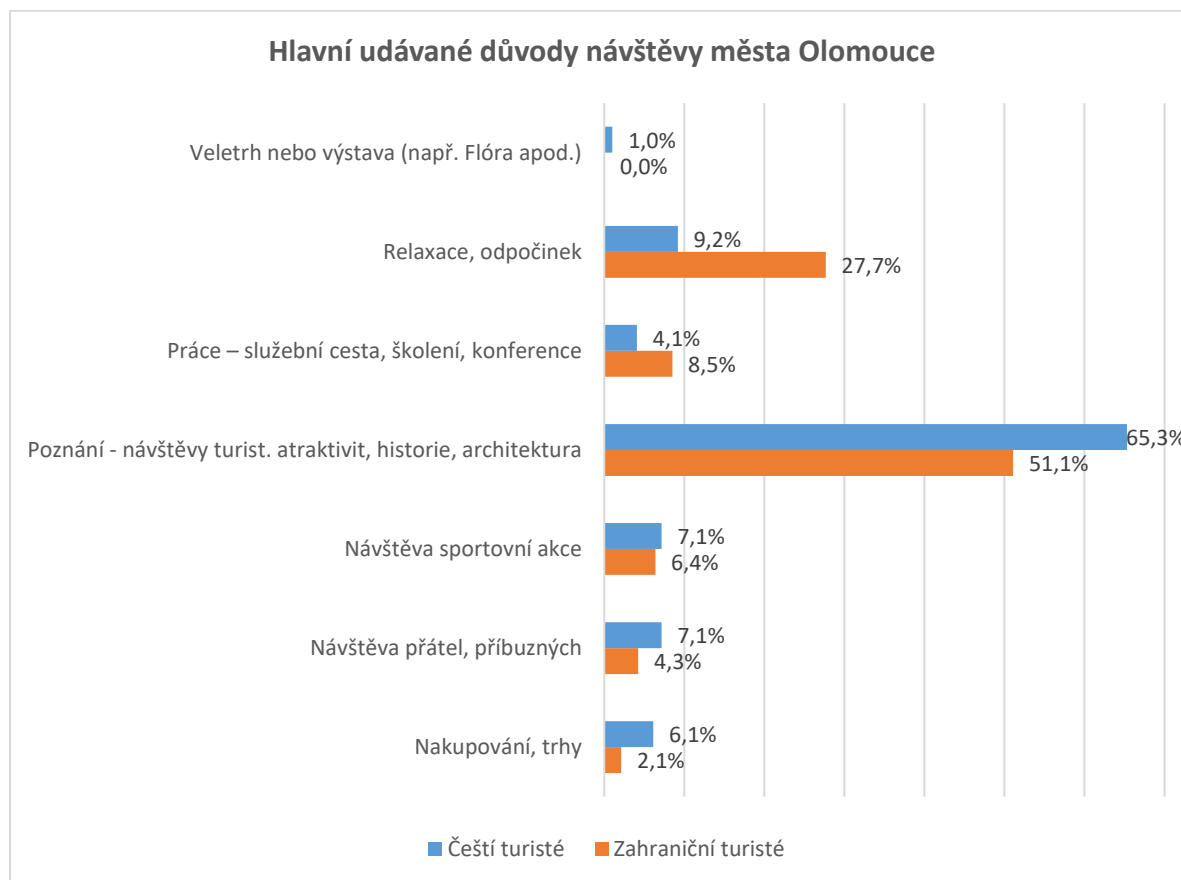


Data v kapitole 4 nelze považovat za reprezentativní strukturu návštěvníků města Olomouce vzhledem k faktu, že se nejedná o reprezentativní výběrový soubor, ale pouze o návštěvníky města, kteří byli ochotni vyplnit elektronický dotazník v IC Olomouc. Na druhou stranu však tyto údaje umožňují stratifikovat výsledky dle typologie jednotlivých návštěvníků a konstatovat tak některé dílčí závěry, které by jinak nebylo možné vyvodit (viz. kapitola 8 komentáře a závěry).

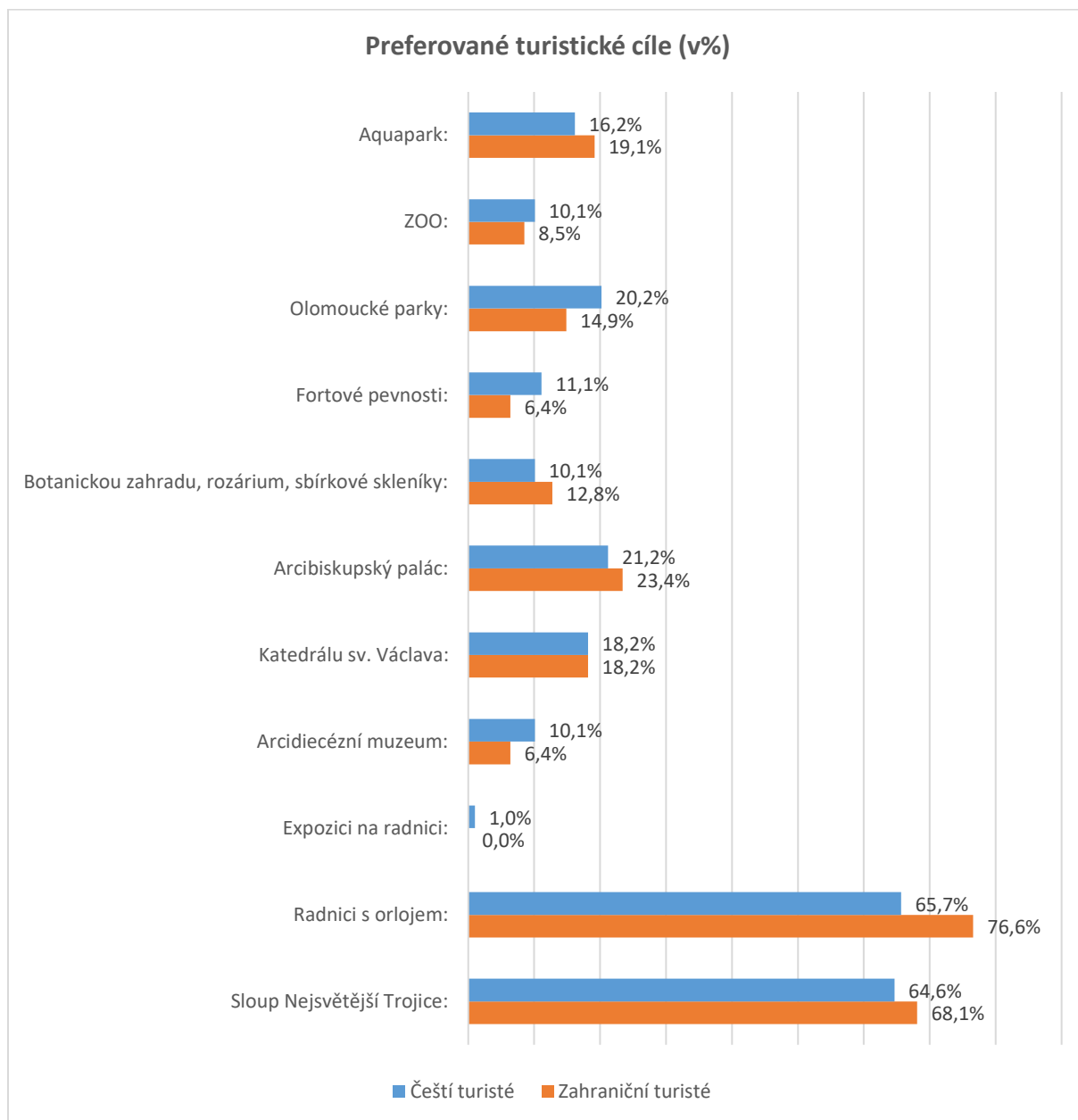
5. Hlavní důvody návštěvy a preference v oblasti atraktivit a turistických cílů města

Jednoznačně hlavním důvodem návštěvy města Olomouce zůstává poznání spojené s návštěvou turistických atraktivit a historických a architektonických památek apod. Druhým nejčastěji udávaným důvodem je relaxace a odpočinek. Z turistických cílů návštěvníci města nejvíce preferují nejužší historické centrum kolem Horního náměstí s Radnicí a Orlojem a sloupem Nejsvětější Trojice.

Graf. 9 – Hlavní udávané důvody návštěvy města Olomouce



Graf. 10 – Preferované turistické cíle v Olomouci



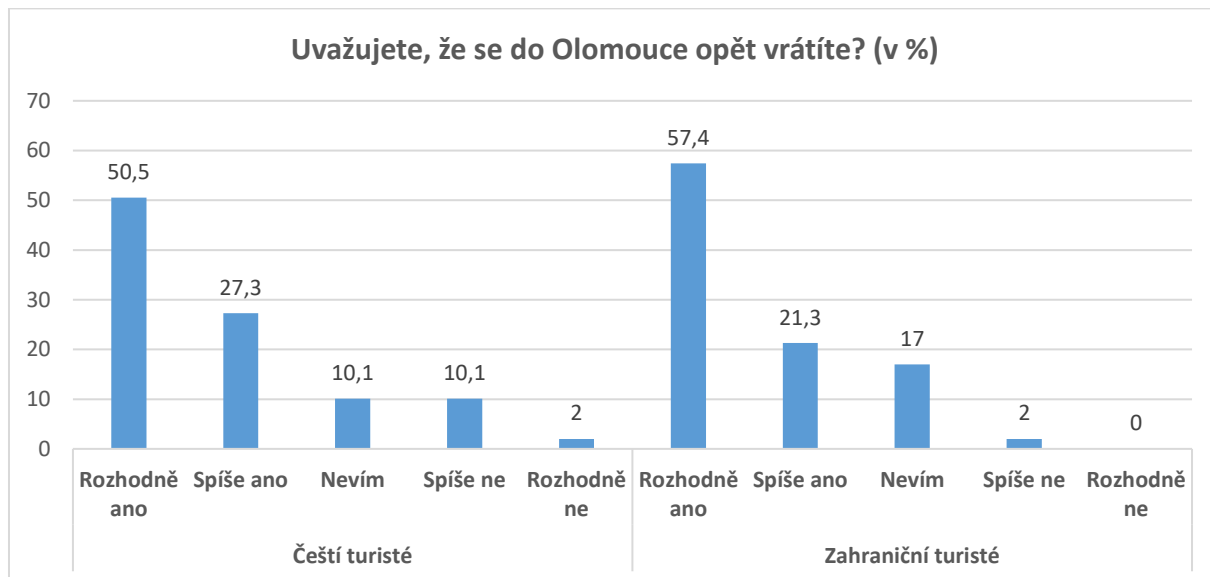
6. Spokojenost s kvalitou poskytovaných služeb

Spokojenost s kvalitou služeb byla hodnocena na škále 1 až 5, přičemž 1 bylo nejlepší možné hodnocení; hodnocení 5 znamenalo nejhorší možné hodnocení. Prezentovány jsou průměrné hodnoty v jednotlivých oblastech. Jako nejlepší byly hodnoceny služby Informačního centra a informační a orientační systém města. Na opačné straně hodnotícího spektra s nejhorším hodnocením řadili respondenti atrakce pro rodiny s dětmi a ubytování.

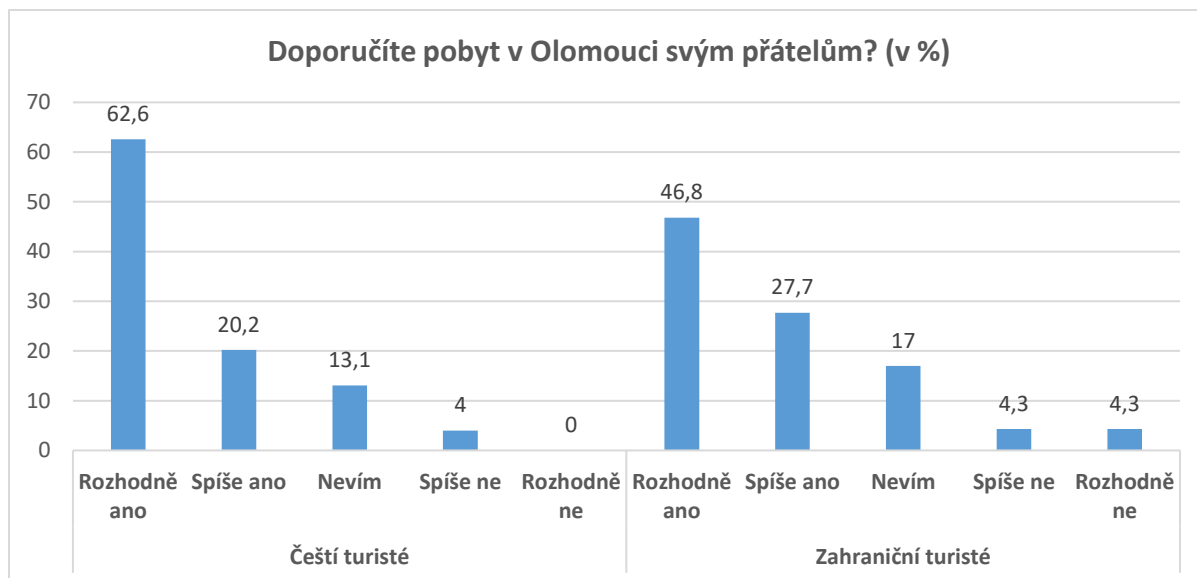


Většina dotazovaných také odpovídá pozitivně na otázku související s návratem do Olomouce v budoucnu a také ohledně doporučení pobytu v Olomouci svým známým.

Graf. 11 – Budoucí návrat do Olomouce



Graf. 12 – Doporučení pobytu v Olomouci svým známým





8. Komentáře a závěry

Ze zjištěných dat dále vyplývají následující doplňující závěry:

- Přestože je významný rozdíl v hodnocení spokojenosti s ubytováním v Olomouci v závislosti na kategorii ubytování (skóre 1,53 v hotelích **/***/**** oproti 3,57 skóre celkovému), neovlivňuje tento fakt celkovou spokojenost s pobytem v Olomouci.
- Zatímco turisté ubytování v hotelích kategorie **/***/**** hodnotí svoji celkovou spokojenost s pobytem v Olomouci průměrnou hodnotou 4,28; návštěvníci města ubytování v nižších kategoriích ubytování udávají průměrnou celkovou spokojenost 4,23.
- Spokojenost s ubytováním tedy v zásadě neovlivňuje celkovou spokojenost s pobytem v Olomouci.
- Z pohledu celkové spokojenosti se významně liší skupiny turistů dle průměrných nákladů vydaných za pobyt v Olomouci. Zatímco návštěvníci města s průměrnými výdaji na den pobytu nad 2000Kč vykazují celkovou spokojenost na úrovni 3,53, turisté, kteří v Olomouci denně utrácejí částku pod 2000 Kč, celkově hodnotí spokojenost s pobytem výrazně lépe – průměrnou známkou 4,34.
- Z pohledu celkové spokojenosti nejlépe hodnotí pohyb v Olomouci návštěvníci města, kteří přijíždějí na 5 a více dní (průměrná známka 4,43). Rozdíl oproti návštěvníkům přijíždějícím na kratší dobu (průměrná známka 4,17) je statisticky významný.
- Výhodou výzkumu je jeho komplexní zajištění elektronickou formou sběru dat prostřednictvím tabletů, což celkově snižuje náklady na realizaci výzkumu při delším období sledování a snižuje nároky na pracovníky IC.
- Z pohledu reprezentativity výsledků výzkumu je naopak slabší stránkou kromě výběru respondentů pouze měsíční období realizace výzkumu v hlavní turistickou sezónu. Výzkum tak nepostihuje celoroční návštěvníky Olomouce včetně některých specifických období – např. Vánočních trhů. Autoři pro zajištění komplexnějšího pohledu na profil návštěvníka města Olomouce doporučují realizovat výzkum celoročně.