

Turismus v Plzni

Závěrečná zpráva z šetření

Plzeň – TURISMUS, příspěvková organizace

10. 10. 2014



Metodika

Východiska a metodika

Východiska šetření

Společnost ppm factum research s.r.o. realizovala pro příspěvkovou organizaci Plzeň-TURISMUS šetření zaměřené na vnímání Plzně jako turistické destinace, spokojenost turistů s nabídkou aktivit v Plzni a také názory na Plzeň jako Evropské hlavní město kultury 2015.

Šetření probíhalo v měsících září – říjen, aby bylo pokryto co nejširší spektrum návštěvníků. Po celou dobu šetření probíhaly v Plzni kulturní akce, na kterých byla realizována část rozhovorů (viz rozpis dále).

Sběr dat

Cílová skupina	Návštěvníci Plzně (tedy osoby, které nebydlí v Plzni, ani v Plzni nepracují) <i>Návštěvníci z tuzemska: n=360, návštěvníci z ciziny: n=358</i>
Výběrová metoda	Prostý náhodný výběr
Výběrová místa	Turisticky exponovaná místa v centru (náměstí, před hotely, pivovar) + místa kde probíhaly kulturní akce dle specifikací zadavatele (Křižíkovy/Šafaříkovy sady, Sady pětatřicátníků, Smetanovy/Kopeckého sady)
Způsob sběru dat	Osobní dotazování s pomocí papírových dotazníků (PAPI)
Dotazník	Přibližně 15 minut
Termín sběru dat	8. 8. – 1. 10. 2014

Výběrové body a struktura vzorku

Oblast dotazování	Počet rozhovorů	% rozhovorů
Americká	14	1,9
Hotel Angelo	18	2,5
Hotel Best Western	12	1,7
Bezručova	3	,4
Křížíkovy-Šafaříkovy sady	29	4,0
Náměstí republiky	276	38,4
Courtyard	22	3,1
Central	29	4,0
Františkánská	15	2,1
Nádražní	34	4,7
Perlová	11	1,5
Pražská	22	3,1
Sady pětatřicátníků	13	1,8
Sady 5. května	6	,8
Smetanovy / Kopeckého sady	60	8,4
Solní	26	3,6
u Prazdroje	12	1,7
Veslavínova	58	8,1
Wilsonův most	6	,8
Jiné lokality	52	7,2
Celkem	718	100,0

Struktura vzorku	n=718	%	
Věk	do 29 let	167	23,3
	30-44 let	276	38,4
	45-59 let	192	26,7
	60 let a více	83	11,6
Vzdělání	Základní	8	1,1
	Střední bez maturity, vyučení	200	27,9
	Střední, s maturitou	348	48,5
	Vysokoškolské	141	19,6
	Neví, neodpověděl/a	21	2,9
Pohlaví	Muž	284	39,6
	Žena	434	60,4
V jaké zemi máte trvalé bydliště?	Česká republika	360	50,1
	Jiná země	358	49,9
A kde přesně bydlíte (Okres/Země)?	Plzeňský kraj	123	17,1
	Menší vzdálenost okresu *	104	14,5
	Střední vzdálenost okresu *	50	7,0
	Velká vzdálenost okresu *	83	11,6
	Slovensko	95	13,2
	Německo	201	28
	Ostatní EU	42	5,8
	Ostatní mimo EU	20	2,8
V jaké spolkové zemi v Německu bydlíte?	Bavorsko	117	58,2
	Ostatní spolkové země	84	41,8

Definice „vzdálenosti“ okresu vycházela z posouzení dojezdové vzdálenosti mezi městem Plzeň a okresem, který tuzemští návštěvníci uvedli v otázce SCR2a.

- **Menší vzdálenost:** Karlovarský+Jihočeský kraj+ JV Středočeského kraje
- **Střední vzdálenost okresu:** V zásadě okresy z Čech, vzdálenost více než 100 Km od Plzně
- **Velká vzdálenost okresu:** V zásadě okresy z Moravy

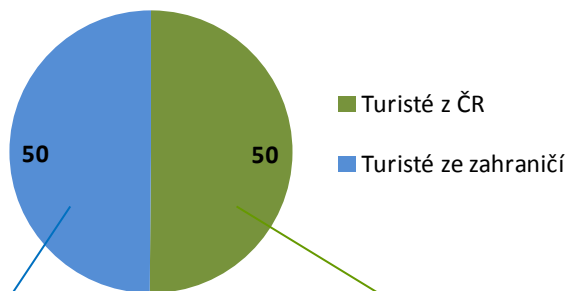
**Detailní
analýza**



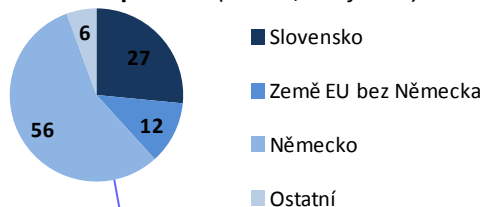
Profil návštěvníků Plzně

Struktura návštěvníků

Návštěvníci Plzně podle země původu (n=718, údaje v %)



Návštěvníci z ciziny podle země původu (n=358, údaje v %)



Návštěvníci z Německa podle spolkové země (n=201, údaje v %)



Podíl zahraničních a tuzemských návštěvníků byl předem odsouhlasen a pro šetření byly nastaveny kvóty (50:50).

Zastoupení tuzemských návštěvníků odpovídá docela dobře předpokládanému rozložení. Přibližně třetina je z Plzeňského kraje, ostatní zastoupení odpovídá i velikosti měst, ze kterých lidé pocházejí (více návštěvníků z větších měst – Praha, Ostrava apod.).

Návštěvníci z ČR podle vzdálenosti od Plzně (n=360, údaje v %)



Rozdíly oproti očekávání jsou ale u struktury zahraničních návštěvníků. Podle dostupných informací (ČSÚ, MMR) byl měl být podíl Slováků jako turistů v Plzni změněný o expertní odhad (metodika ČSÚ počítá jen s ubytovanými, MMR zase jen s Plzeňským krajem) pouze kolem 15 %. Naopak turistů z Německa by stejnou metodikou mělo být ve vzorku okolo 70 %. Ve vzorku jsou tedy Slováci zastoupeni více a naopak Němci méně. **Domníváme se, že rozpor oproti ostatním dostupným statistikám je právě ve zvolené metodice ČSÚ a MMR.** Němci sice navštěvují Plzeňský kraj velmi často, ale do Plzně samotné se dostat nemusí – často realizují pouze cesty do nejbližšího pohraničí. Slováci zase unikají ze statistik ČSÚ tím, že v Plzni nemusí být ubytováni. Plzeň může být jen jedním z cílů jejich cesty a nepotřebují v takové míře přímo v Plzni služby UZ jako jiné turisté.

Dle informací od tazatelů přímo na místě jsme zjistili, že v Plzni jsou podniky zaměstnávající ve velké míře pracovníky ze Slovenska. Samotní pracovníci nejsou pro šetření relevantní, ale jejich příbuzní a známí, kteří je navštěvují, již ano. Těchto osob se v centru vyskytuje dosti velké množství a tazatelé je tak v rámci metodiky oslovovali. Toto zjištění podporují i výsledky výzkumu, kdy 60 % Slováků ve vzorku odpovědělo, že jsou ubytováni buď v penzionu, nebo u známých a příbuzných.

Podíl jednotlivých skupin na celkovém počtu respondentů n=718		
	Počet ve vzorku	% ve vzorku
Plzeňský kraj	123	17,1
Menší vzdálenost okresu	104	14,5
Střední vzdálenost okresu	50	7,0
Velká vzdálenost okresu	83	11,6
Slovensko	95	13,2
EU	42	5,8
Německo	201	28,0
Ostatní	20	2,8

Charakteristiky návštěvníků

ŘÁDKOVÁ PROCENTA		PLZEŇSKÝ KRAJ	MENŠÍ VZDÁLENOST	STŘEDNÍ VZDÁLENOST	VELKÁ VZDÁLENOST	SLOVENSKO	EU	NĚMECKO	OSTATNÍ
CELKEM		17	14	7	12	13	6	28	3
VĚK	do 29 let	19	12	4	22	12	9	19	4
	30-44 let	20	15	8	8	17	4	25	3
	45-59 let	13	14	7	10	10	6	39	1
	60 let a více	17	18	7	4	11	6	33	5
VZDĚLÁNÍ	Základní	50					13	13	25
	SŠ bez maturity	17	13	4	7	16	7	34	4
	SŠ s maturitou	17	14	9	13	13	6	25	3
	Vysokoškolské	16	19	5	16	11	4	28	1
POHLAVÍ	Muž	16	12	8	13	12	6	28	3
	Žena	18	16	6	10	14	6	28	3
UŽ JSTE NĚKDY NAVŠTÍVIL/A PLZEŇ?	Je tu poprvé	2	8	10	11	18	11	37	3
	Byl zde 1-3x	14	25	6	14	12	1	25	5
	Byl zde vícekrát	54	20	0	11	2	0	12	1
JAK DLOUHÝ BUDE VÁŠ POBYT V PLZNI?	Bez noclehu	36	21	4	18	5	2	13	1
	1 až 2 noclehy	1	8	11	7	20	9	41	3
	3 až 7 noclehy	0	11	8	7	19	11	39	6
	Delší					17	8	50	25
S KÝM JSTE SEM PŘIJEL/A?	Sám/a	19	17	3	7	14	7	27	5
	S partnerem	13	13	7	15	13	7	30	2
	S přáteli	13	8	8	10	12	8	39	3
	S dětmi	23	17	11	12	14	2	20	2
KOLIK VÁS STOJÍ V PRŮMĚRU NA OSOBU A DEN VÁŠ POBYT V PLZNI?	Do 500 Kč	22	23	5	11	12	3	19	5
	501 až 1000 Kč	18	13	6	13	15	8	24	2
	1 až 2 tis. Kč	14	12	9	11	15	5	34	1
	Více než 2 tis. Kč	9	6	9	8	6	6	50	6

Významně více než průměr *Významně méně než průměr*

Z tabulky jsou vidět rozdíly v cestovním chování jednotlivých skupin turistů. Jako hlavní vybíráme:

- Češi navštěvují Plzeň častěji než ostatní vícekrát, zatímco návštěvníci z ciziny jsou častěji než ostatní v Plzni poprvé.
- Čím „blíže“ bydlí k Plzni, tím spíše zde turista nebude trávit ani jednu noc. Naopak čím „dále“ to do Plzně má, tím spíše zde bude trávit více nocí.
- Starší lidé jezdí do Plzně spíše z Německa, mladší jsou spíše z tuzemska a ze vzdálenějších regionů.
- Němci v Plzni utrácejí více než ostatní.

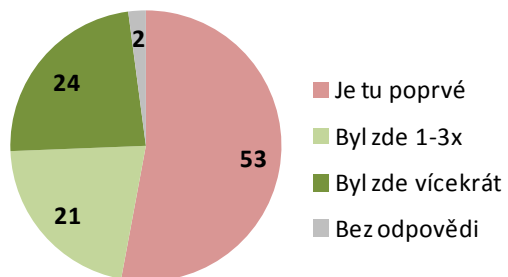


Návštěva města Plzně

Forma návštěvy Plzně I.

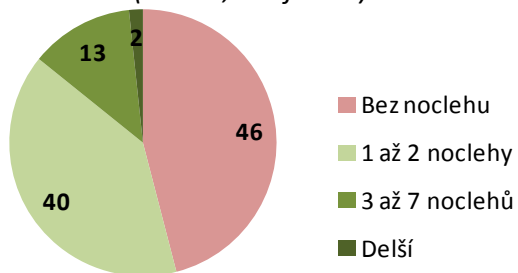
Frekvence návštěv Plzně

(n=718, údaje v %)

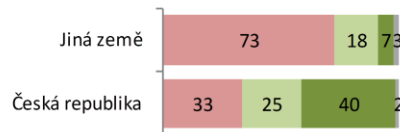


Počet nocí, strávených v Plzni

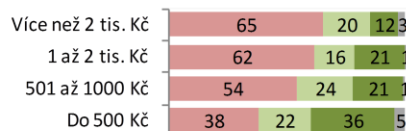
(n=718, údaje v %)



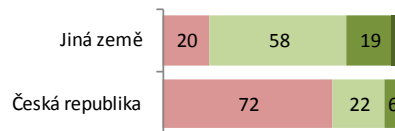
Podle skupiny návštěvníků



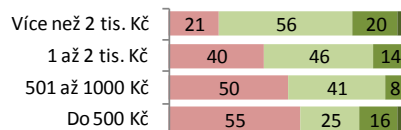
Podle denních výdajů



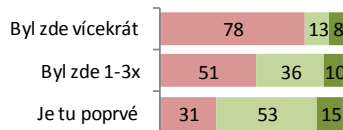
Podle skupiny návštěvníků



Podle denních výdajů



Podle denních výdajů



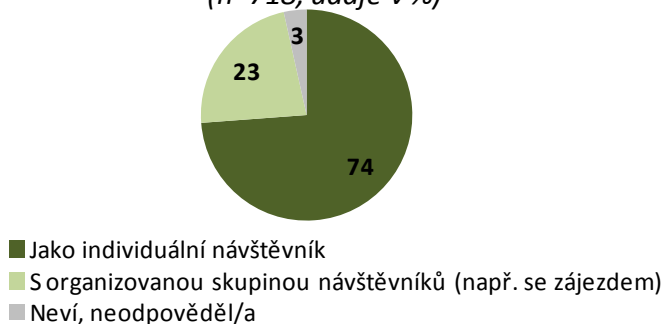
Polovina (53 %) návštěvníků Plzně je zde poprvé. Jsou to častěji návštěvníci ze zahraničí (73 %). Naopak vícekrát zde byla čtvrtina (24 %) návštěvníků – především pak z ČR (40 %). Vícekrát zde byly také osoby, které zde netráví ani jednu noc a přijely samy. Z hlediska geografie byli v Plzni nejčastěji návštěvníci z Plzeňského kraje a blízkých okresů – důvodem je právě blízkost Plzně, kam jezdí pravidelně na výlety / nákupy. **Existuje zajímavá korelace mezi frekvencí návštěv a plánovanými denními výdaji.** Osoby, které zde plánují utratit nejvíce peněz, jsou zde častěji než ostatní poprvé. Naopak ti, co plánují utratit nejméně, zde byli častěji než ostatní vícekrát.

Polovina (46 %) návštěvníků Plzně zde nebude trávit ani jednu noc. Jsou to převážně tuzemští návštěvníci a také ti, kteří do Plzně jezdí často. Tito lidé jsou nejčastěji z Plzeňského kraje nebo nejbližšího okolí. **4 z 10 návštěvníků zde budou trávit víkend (1-2 noci) a 15 % návštěvníků zde bude ještě déle.** Dostí velká část návštěvníků tedy v Plzni využívá služeb ubytovacích zařízení.

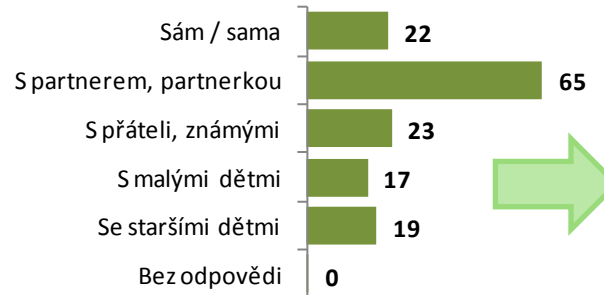
Nocleh v Plzni tráví samozřejmě daleko častěji návštěvníci z ciziny – jen pětina (20 %) z nich zde nebude trávit ani jednu noc. Ti, kdo zde plánují utratit nejvíce peněz, zde také tráví nejvíce času. Jsou to návštěvníci z Německa a ostatních zemí EU. Nejméně nocí v Plzni budou trávit ti, kteří sem jezdí vícekrát (78 %).

Forma návštěvy Plzně II.

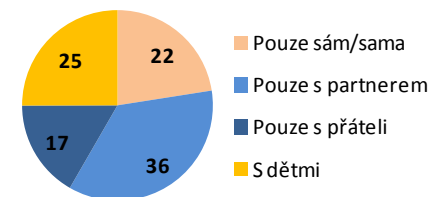
Forma návštěvy
(n=718, údaje v %)



S kým přijel/a
(n=718, údaje v %)



Rozdělení do skupin
(n=718, údaje v %)



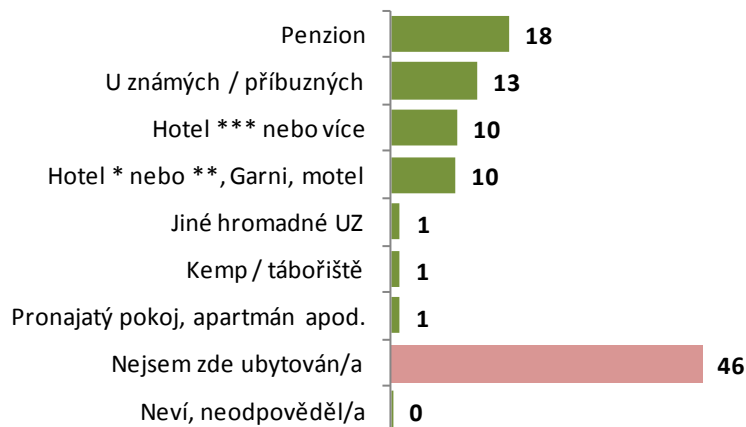
Většina (74 %) návštěvníků do města jezdí individuálně. Nicméně podíl těch, kteří do Plzně zavítají s organizovaným zájezdem, je relativně vysoký – jedná se o 23 % ze všech návštěvníků. S organizovaným zájezdem jezdí častěji osoby ve věku 45-59 let, nejsou z ČR a jsou v Plzni poprvé. Téměř ve všech případech jsou tito lidé v Plzni také ubytováni, tedy tráví zde více než 1 noc. Do Plzně jezdí častěji s přáteli.

Na otázku s kým do Plzně přicestovali, mohli respondenti odpovídat více možnostmi. V prvním grafu je proto součet všech možností více než 100 %. Existují tedy varianty, že respondent uvedl, že přijel s partnerkou a s dětmi, nebo s přáteli a partnerkou apod. Proto jsme z variant odpovědí vytvořili jednoduchou typologii, která každého z návštěvníků zařazuje do pouze jedné skupiny (viz druhý „koláčový“ graf).

Pětina (22 %) návštěvníků města přijela sama. Jedná se především o návštěvníky, kteří Plzeň navštívili již vícekrát, neplánují zde trávit noc a také zde utratit nejméně peněz. Pouze s partnerem přijelo 36 % návštěvníků a s přáteli 17 %. Jedná se častěji o ty, kteří sem přijeli s organizovanou skupinou, plánují zde strávit více než 1 noc a také v Plzni plánují utratit více peněz. S dětmi do Plzně jezdí hlavně tuzemští návštěvníci. Celkově se jedná o čtvrtinu (25 %), ale mezi tuzemskými návštěvníky je to téměř polovina.

Ubytování a útrata

Typ ubytování
(n=718, údaje v %)

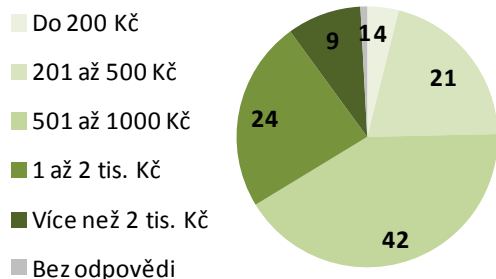


Největší podíl návštěvníků bydlí v penzionech (18 %) a také u známých a příbuzných (13 %). U známých a příbuzných tedy bydlí dosti velká část turistů, kteří se nepodílejí na tržbách plzeňských ubytovacích zařízení. Jsou to častěji mladí lidé do 29 let, kteří tráví v Plzni více než 1 noc. Jsou častěji z ciziny než z ČR.

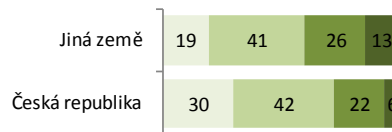
Shodně desetina (10 %) návštěvníků Plzně bydlí ve tříhvězdičkovém nebo horším hotelu. V hotelech bydlí častěji návštěvníci z ciziny (zvl. ze Spolkové republiky Německo) a také lidé, kteří zde utratí nejvíce peněz – jedná se o téměř totožné skupiny.

Ostatní varianty jsou uváděny jen ojediněle. Téměř polovina osob v Plzni nebydlí vůbec, jak již vyplývá z interpretace otázky Q4.

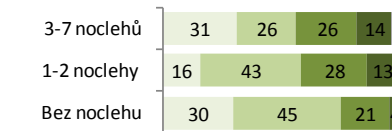
Průměrné denní výdaje na osobu
(n=718, údaje v %)



Podle skupiny návštěvníků



Podle délky pobytu



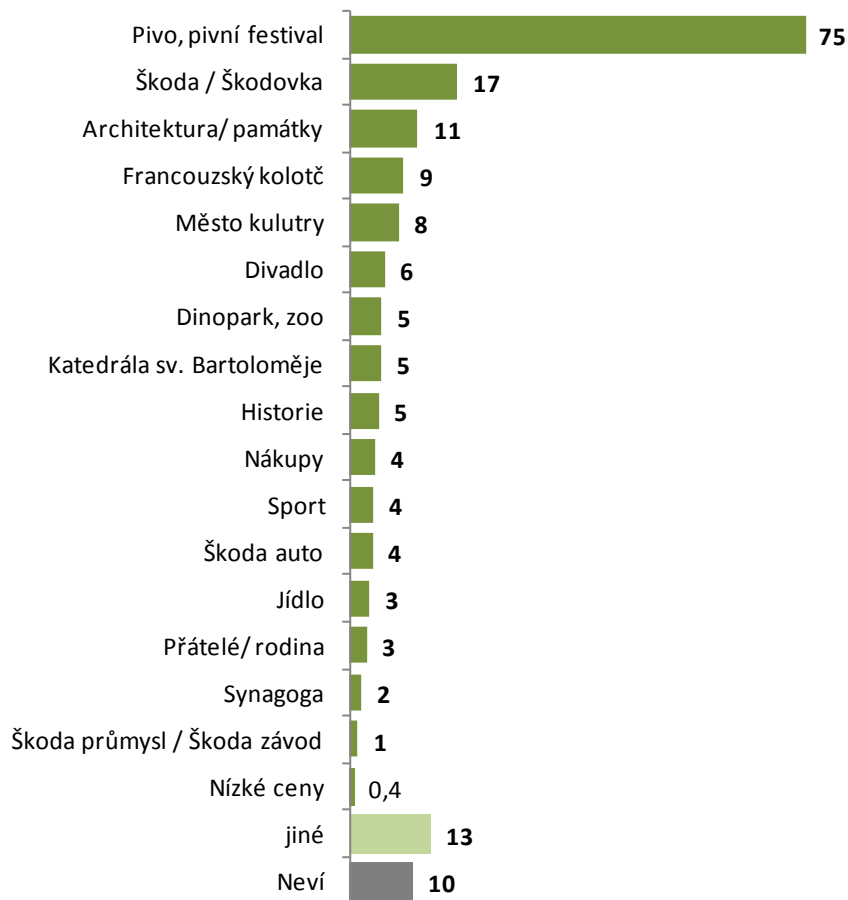
■ Do 500 Kč
 ■ 501 až 1000 Kč
 ■ 1 až 2 tis. Kč
■ Více než 2 tis. Kč
 ■ NA

Nejčastěji utratí návštěvníci Plzně denně mezi 500-1000 korunami. Uvádí to 42 % z nich. Čtvrtina návštěvníků utratí maximálně 500,- Kč na osobu a den. Jsou to častěji návštěvníci z tuzemska, kteří do Plzně jezdí častěji a netráví tu ani jednu noc. U osob, které v Plzni stráví 3-7 noclehů, je také vyšší % těch, kteří utratí maximálně 500 Kč na osobu, ale to je do značné míry dáno tím, že jsou to častěji rodiny s dětmi, tedy průměr na osobu se „snižuje“ započítáním nedospělých členů skupiny. **Téměř desetina návštěvníků utratí denně více než 2.000 Kč na osobu. Obecně vyšší částky utrácení návštěvníci z ciziny, ti, kteří jsou v Plzni ubytování, jsou zde na víkend a jsou v Plzni poprvé.**

Co se vybaví, když se řekne Plzeň

Asociace s Plzní

(n=718, údaje v %)



Zajímavé zjištění sledujeme při interpretaci otázky, co se návštěvníkům vybaví, když se řekne Plzeň. **Naprostá většina návštěvníků (75 %) si s Plzní spojuje tradiční výrobu piva, nebo pivní festivaly.** Tuto asociaci sledujeme napříč všemi skupinami návštěvníků. **Na druhém místě jsou Škodovy závody. Uvádí je téměř pětina (17 %) návštěvníků.** Celkem 4 % dotázaných si s Plzní asociují termín „Škoda-auto“. Tato odpověď nesmyslná, neboť s automobilovým průmyslem nemá Plzeň nic společného, ale spojení „Škoda-Auto“ je tak silné, že se projevuje i v asociacích s městem Plzeň. Asociace se Škodovými závody je dosti silná i u návštěvníků z ciziny. I když tuto možnost uvádějí výrazně méně často než turisté z Čech, přesto je 13 % relativně vysoký podíl. I mezi zahraničními návštěvníky je tak spojení Plzně se Škodovými závody velmi silné.

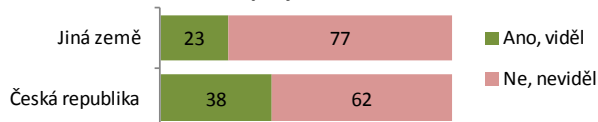
Na dalších místech jsou obecně **architektura a památky (11 %), kolotoč Le Manége (9 %)**, který zanechal v návštěvnících silný dojem (viz Q18 dále), a také **Plzeň jako Evropské hlavní město kultury (8 %)**, o kterém ví dosti velká část jeho návštěvníků (viz Q19 dále). **Divadlo** si s Plzní asociuje 6 % jejich návštěvníků. Ostatní varianty jsou jmenovány méně než 5 % návštěvníků.

Informace před cestou

Zaznamenal před příjezdem upoutávku na Plzeň? (n=718, údaje v %)



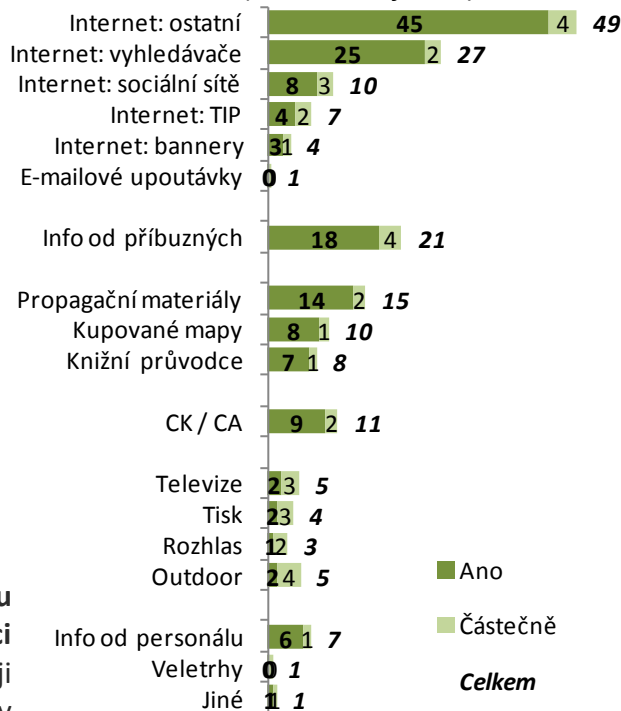
Podle skupiny návštěvníků



Většina (69 %) návštěvníků Plzně před cestou nezaregistrovala žádnou upoutávku nebo propagaci města Plzně. Pokud nějakou viděli, pak se nejčastěji (22 %) jednalo o venkovní reklamu. Ostatní varianty byly uváděny méně než desetinou návštěvníků.

Upoutávku na město Plzeň viděli častěji návštěvníci z tuzemska. Mezi nimi byla více než třetina (38 %) těch, kteří před cestou nějakou reklamu na cestování do Plzně viděli či slyšeli, mezi zahraničními návštěvníky to bylo jen necelá čtvrtina (23 %).

Informační zdroje před návštěvou (n=718, údaje v %)



Pokud návštěvníci hledají před cestou do Plzně nějaké informace, pak je to nejčastěji na internetu. Na konkrétních webových stránkách vyhledává téměř polovina (49 %), následují vyhledávače (27 %) a také sociální sítě (10 %).

Příbuzných a známých se před cestou ptá pětina (21 %) návštěvníků Plzně. Jsou to především Němci, jejichž známí už v Plzni či okolí dříve nejspíše byli.

Informací od cestovních kanceláří a agentur využívá desetina (11 %) návštěvníků. Jsou to častěji ti, kteří do Plzně přijeli s organizovaným zájezdem.

Ostatní informační zdroje, jako je televize, tisk nebo rozhlas, jsou využívány jen velmi výjimečně a jsou tedy velmi okrajovými zdroji informací o Plzni.



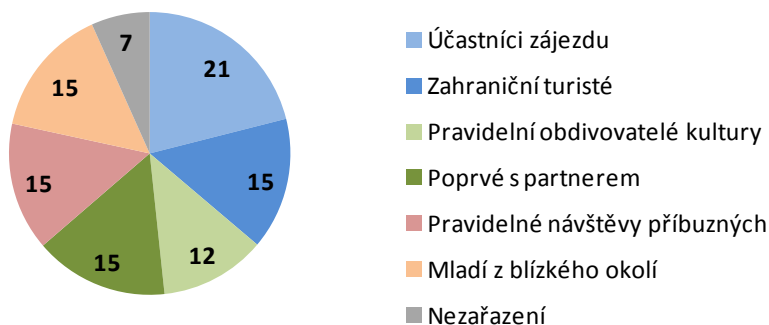
Typologie návštěvníků

Typologie

K lepšímu pochopení typů návštěvníků Plzně jsme provedli clusterovou (shlukovou) analýzu, do které vstupovalo deklarované cestovní chování návštěvníků Plzně (otázky Q1-Q6 + Q11). Výsledkem je 7 clusterů z toho 6 clusterů je definovaných nějakými charakteristikami, 1 skupina jsou nezařazení. Tyto osoby nejsou ničím typické a nespady tak svým chováním ani do jednoho z clusterů.

Typologie návštěvníků Plzně

(n=718, údaje v %)



Pravidelní obdivovatelé kultury (12 %)

Turisté z tuzemska, ze spíše vzdálenějších okresů. Do Plzně jezdí především za kulturou a kulturními akcemi. Jezdí buď s přáteli nebo s rodinou. Již několikrát v Plzni byli, ale nejezdí sem pravidelně. Utrácejí středně peněz.

Pravidelní návštěvníci příbuzných (15 %)

Domácí návštěvníci z blízkého okolí Plzně. Do města jezdí velmi často, netráví zde žádnou noc a velmi málo utrácejí (nejméně ze všech). Hlavním důvodem návštěvy jsou příbuzní nebo tranzit. Jezdí nejčastěji sami.

Účastníci zájezdu (21 %)

Turisté ze zahraničí, do Plzně jezdí s organizovanými skupinami, zajímají se o památky, ale hlavně zábavu. Jsou ze zemí EU. Nejsou diferencováni věkem (mladí – „pivní“ zájezdy, starší – „kulturní“ zájezdy). V Plzni jsou poprvé, tráví zde více nocí. V Plzni utrácí nejvíce peněz.

Zahraniční turisté (15 %)

Převážně z Německa a ze Slovenska, jezdí individuálně, buď s partnerem nebo s rodinou. Jsou v Plzni poprvé, tráví zde více nocí. Utrácejí hodně, ale ne tolik jako účastníci zájezdu. Zajímají se především o památky.

Poprvé s partnerem (15 %)

Turisté z tuzemska, z různých okresů, ale ne z blízka. Častěji jsou to jen dvojice. Spíše Plzni projíždí na nějaké větší cestě, noc zde netráví. V Plzni jsou poprvé. Zajímají se hlavně o pivo a památky je příliš nezajímají. V Plzni utrácejí jen málo peněz.

Mladí lidé z okolí (15 %)

Mladí lidé z nejbližšího okolí, do Plzně jezdí často, ale bez noclehu. Zajímají se o kulturu (jezdí s rodinou) a o zábavu (jezdí s přáteli). Utrácejí středně peněz, ale spíše více než ostatní skupiny tuzemských návštěvníků.

Typologie – tabulka výsledků

ŘÁDKOVÁ PROCENTA		Účastníci zájezdu	Zahraniční turisté	Pravidelní obdivovatelé kultury	Poprvé s partnerem	Pravidelné návštěvy příbuzných	Mladí z blízkého okolí	Nezařazení
CELKEM		21	15	12	15	15	15	7
Už jste někdy navštívil/a Plzeň?	Jsem tu poprvé	33	29	0	25	7	0	6
	Byl zde 1-3krát	14	0	56	9	14	0	6
	Byl zde vícekrát	2	0	0	0	33	63	2
Přijel/a jste do Plzně.	Jako individuální návštěvník	0	21	16	20	20	20	3
	S organizovanou skupinou	93	0	0	2	0	1	4
S kým jste sem přijel/a?	Sám/a	19	0	1	9	53	7	10
	S partnerem	23	19	11	21	3	18	5
	S přáteli	34	17	18	9	3	14	4
	S dětmi	11	22	19	17	6	18	7
Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?	Jednodenní – bez noclehu	4	8	13	21	19	29	6
	1 až 2 noci (např. víkendový)	38	22	12	12	7	4	5
	3 až 7 nocí (např. týdně)	29	21	9	8	21	0	12
Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v Plzni?	Do 200 Kč	7	7	11	4	50	11	11
	201 až 500 Kč	11	7	15	13	28	19	7
	501 až 1000 Kč	20	15	12	20	14	13	5
	1 až 2 tis. Kč	28	23	11	12	5	17	4
	Více než 2 tis. Kč	38	18	9	14	0	12	9
Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně? – VYBRANÉ DŮVODY	Návštěva památek (městská turistika)	32	39	13	0	3	6	7
	Pivovar, pivovarnictví	29	0	10	38	0	13	10
	Kulturní akce, festivaly, muzea, galerie	11	5	19	20	2	37	6
	Zábava – společenské aktivity s přáteli,	51	12	5	0	0	30	2
	Nákupy	7	0	17	7	0	69	0
	Návštěva příbuzných nebo známých	11	0	18	8	54	0	8
	Tranzit (pouze tudy projíždím)	0	0	0	53	34	6	8
Věk	Nic z uvedeného	0	20	20	0	40	20	0
	do 29 let	19	13	13	13	16	20	6
	30-44 let	17	16	14	16	14	14	7
	45-59 let	26	15	10	15	15	14	6
	60 let a více	25	16	7	19	16	10	7
Vzdělání	Základní	0	13	0	25	25	25	13
	Střední bez maturity, vyučení	24	15	9	14	19	14	6
	Střední, s maturitou	20	17	15	12	12	16	8
	Vysokoškolské	19	13	10	23	15	15	6
Pohlaví	Muž	23	14	11	17	14	13	8
	Žena	20	16	13	15	15	16	6
A kde přesně bydlíte (Okres/Země)?	Plzeňský kraj	0	1	12	7	23	54	3
	Menší vzdálenost okresu	5	8	19	13	29	16	11
	Střední vzdálenost okresu	32	24	8	22	6	0	8
	Velká vzdálenost okresu	5	23	20	20	13	13	5
	Slovensko	32	24	9	15	11	2	7
	EU	60	12	0	12	12	0	5
	Německo	33	20	8	19	8	5	6
	Ostatní	25	0	25	15	15	5	15

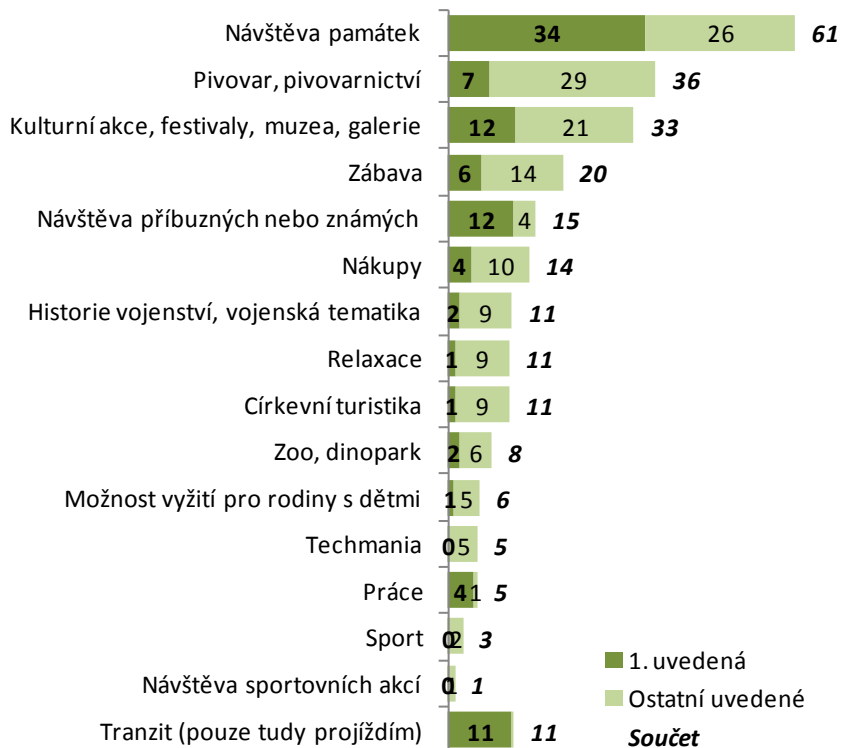


Spokojenost s návštěvou

Proč cestovali do Plzně

Důvody návštěvy Plzně

(n=718, údaje v %)



Do Plzně jezdí návštěvníci nejčastěji kvůli návštěvě památek. Jako hlavní důvod to uvádí 34 % a jako další důvody pak 26 % návštěvníků.

Na druhém místě je pivovar nebo pivovarnictví. Jako hlavní důvod je uvádí sice jen 7 % osob, ale jako další důvody 29 %, takže se s celkovým součtem 36 % dostává před **kulturní akce a festivaly** (uvedlo 33 % osob). **Pětina (20 %) návštěvníků v Plzni hledá zábavu** (společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.) a 15 % osob přijíždí do Plzně za účelem návštěvy příbuzných nebo známých.

„Neturistické“ důvody návštěvy, tedy pracovní cesta (5 %) a tranzit (11 %) jsou jmenovány dosti významnou částí osob, převážně z řad tuzemských návštěvníků. Jsou to osoby, které cestují často samy a v Plzni se zdrží jen 1 den bez noclehu. V Plzni utratí málo peněz.

Kdo častěji jmenuje (viz také následující slide):

- **Návštěvu památek:** jiná země (zvl. Německo), střední vzdálenost, jsou tu poprvé, více než 1 noc, s partnerem
- **Pivovarnictví:** muži, 60+ let
- **Kulturní akce:** mladí do 29 let, z nejbližšího okolí, byli zde vícekrát, bez noclehu
- **Zábavu:** mladí do 29 let, z Německa, pouze s přáteli

Hlavní důvod návštěvy Plzně – detaily

V grafu a tabulce je uveden hlavní (první) důvod návštěvy Plzně. Diferencuje názorové rozdíly lépe než „ostatní“ důvody.

Hlavní důvod návštěvy Plzně
(pouze odpovědi > 2 %, údaje v %)



Zatímco zahraniční turisté jezdí do Plzně častěji za návštěvami památek (městskou turistikou), tuzemští návštěvníci navštěvují více kulturní akce (zvl. mladí) a častěji také jezdí do Plzně za konkrétními atrakcemi (Techmania, Dinopark, zoo...).

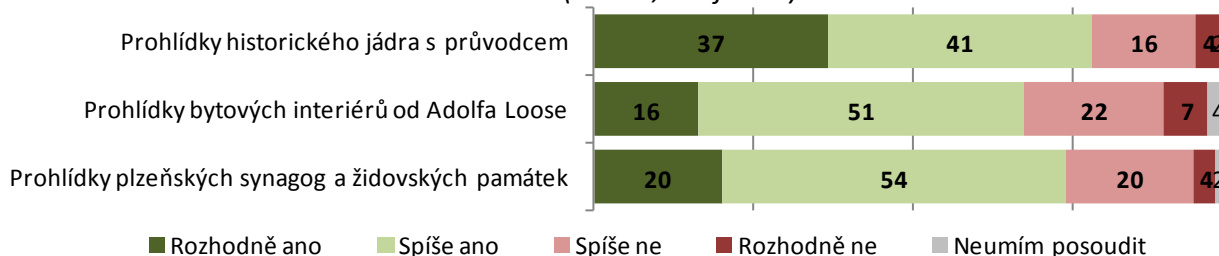
Q11, ŘÁDKOVÁ PROCENTA		Návštěva památek	Kulturní akce, festivaly	Návštěva příbuzných	Tranzit	Pivovar, pivovarnictví	Zábava	Práce	Nákupy	Zoo, Dinopark	Historie vojenství
Celkem		34	12	12	11	7	6	5	4	2	2
Věk	do 29 let	26	17	14	9	6	10	3	7	1	2
	30-44 let	34	11	14	10	5	5	5	5	2	1
	45-59 let	40	11	5	15	8	6	6	0	3	3
	60 let a více	41	5	15	12	13	1	1	4	1	2
Pohlaví	Muž	34	9	9	11	10	7	6	3	1	4
	Žena	35	14	13	11	6	6	4	5	3	1
A kde přesně bydlíte	Plzeňský kraj	7	29	11	13	6	4	4	12	7	1
	Menší vzdálenost okresu	28	12	16	13	8	2	10	5	1	
	Střední vzdálenost okresu	48	8	6	12	6	6	6	2	2	
	Velká vzdálenost okresu	41	13	7	17	4	5	5	1	1	1
	Slovensko	47	7	12	10	8	4	2	1	1	2
	EU	45	2	5	7	2	12	5			2
	Německo	40	7	11	9	10	10	3	3	2	5
Ostatní	35		45	5	10				5		
Už jste někdy navštívil/a Plzeň?	Ne, jsem tu poprvé	48	7	6	11	7	6	5	1	2	3
	1 až 3krát	27	14	16	10	10	5	6	3	1	
	Vícekrát	10	20	18	13	5	8	4	12	4	1
Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?	Bez noclehu	20	17	6	24	7	5	6	7	3	1
	1 až 2 noclehy	48	7	13	0	9	8	3	2	2	2
	3 až 7 noclehů	48	8	22	0	2	6	2		1	4
	Delší	25		58				17			
S kým jste sem přijel/a?	Sám/a	15	6	18	26	6	6	15	6		3
	S partnerem	43	13	9	8	10	6	2	3	0	2
	S přáteli	37	14	8	6	9	10	1	3	2	3
	S dětmi	39	15	12	6	3	4	1	5	7	1

Významně více než průměr **Významně méně než průměr**

Další aktivity

Zájem o další aktivity

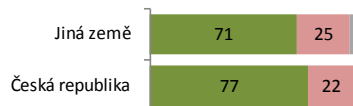
(n=718, údaje v %)



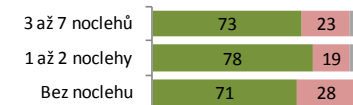
■ Rozhodně ano ■ Spíše ano ■ Spíše ne ■ Rozhodně ne ■ Neumím posoudit

Komentované prohlídky

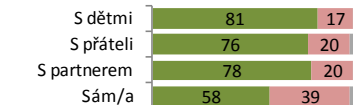
Podle skupiny návštěvníků



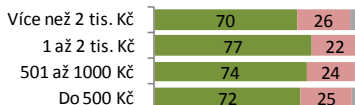
Podle délky pobytu



Podle typologie rodiny

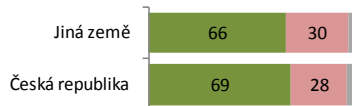


Podle denní útraty

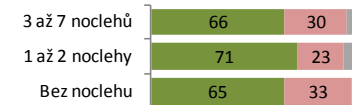


Bytové interiéry A. Loose

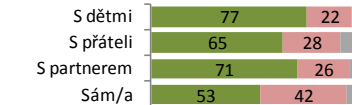
Podle skupiny návštěvníků



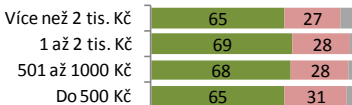
Podle délky pobytu



Podle typologie rodiny

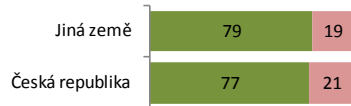


Podle denní útraty

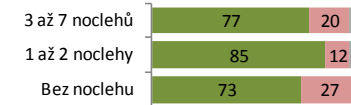


Plzeňské synagogy

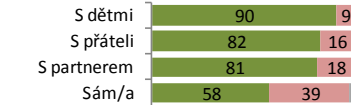
Podle skupiny návštěvníků



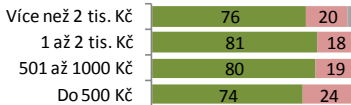
Podle délky pobytu



Podle typologie rodiny



Podle denní útraty



Zájem o další aktivity v Plzni je dosti vysoký. O prohlídky historického jádra s průvodcem má zájem celkem 78 % návštěvníků Plzně, o prohlídky bytových interiérů architekta A. Loose 67 % (relativně nejmenší zájem) a o prohlídky židovských památek na území Plzně pak projevílo zájem celkem 74 % návštěvníků.

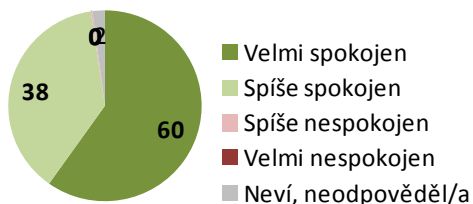
Z hlediska rozdělení názorů dle dalších specifíků nesledujeme žádné výrazné odchylky (viz „menší“ grafy na tomto slidu). O turistické atrakce mají zájem všichni návštěvníci bez ohledu na zemi původu, délku pobytu nebo výši denní útraty. Stejně tak názory nediferencuje pohlaví, věk ani vzdělání.

Ani u jednoho z aspektů není zmíněna cena, kterou by byly služby nebo prohlídky zpoplatněny. Pokud by byla specifikována, předpokládáme, že by byl zájem o zmíněné činnosti nižší – odradil by nejspíše osoby, které do Plzně jezdí opakovaně, jejich cílem je především zábava nebo nákupy a také neplánují utratit příliš peněz.

Spokojenost s návštěvou Plzně

Spokojenost s návštěvou Plzně

(n=718, údaje v %)

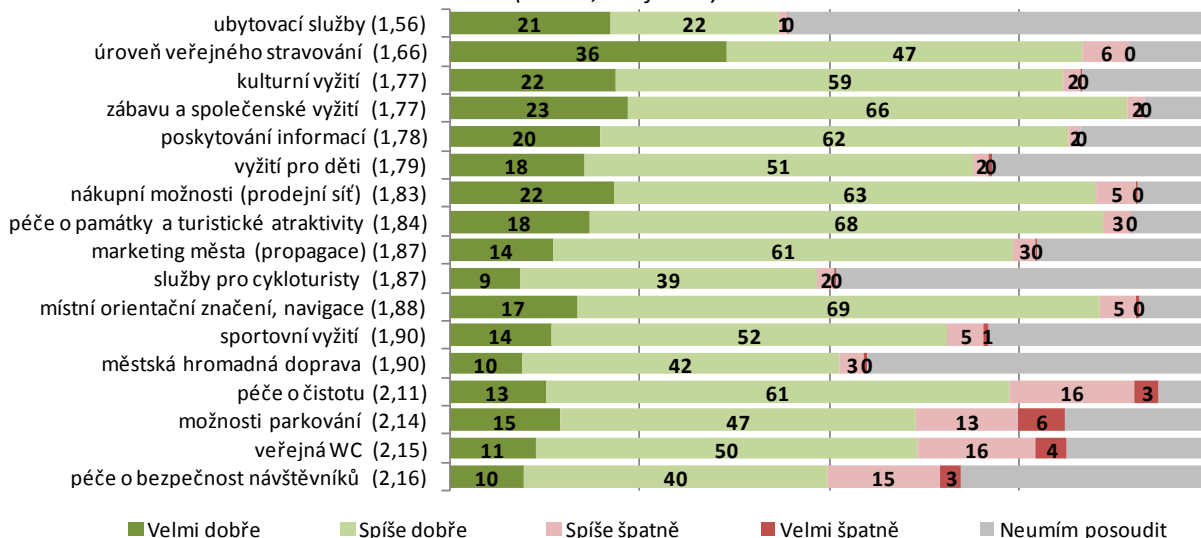


Spokojenost s návštěvou Plzně je na velmi vysoké úrovni. Celých 60 % uvedlo, že je s návštěvou velmi spokojeno a dalších 38 % vyjádřilo mírnější formu souhlasu. Není prakticky nikdo, kdo by byl s návštěvou v Plzni nespokojen.

Vzhledem k velmi vysoké míře spokojenosti a tedy velmi „jednotvárným“ odpovědím, nesledujeme žádnou diferenciaci názorů v závislosti na sociodemografických charakteristikách ani na cestovních zvyklostech.

Hodnocení jednotlivých aspektů návštěvy Plzně

(n=718, údaje v %)



Velmi podobná je i situace u hodnocení jednotlivých aspektů plzeňské turistiky. Téměř všechny jsou hodnoceny velmi pozitivně, jen u 4 posledních sledujeme cca 20 % nespokojených návštěvníků.

Nejlépe je hodnoceno: možnosti ubytování, možnosti stravování, možnosti kulturního vyžití a zábavy.

Nejhůře je hodnoceno: bezpečnost návštěvníků, veřejná WC, možnosti parkování, péče o čistotu.

Zajímavé je, že nespokojení se jmenovanými 4 aspekty jsou častěji Češi než cizinci a kraje a jezdí do Plzně častěji+bez noclehu. Ti se zřejmě s problémy setkávají častěji než ostatní a mohou tak hledat drobné nedostatky.

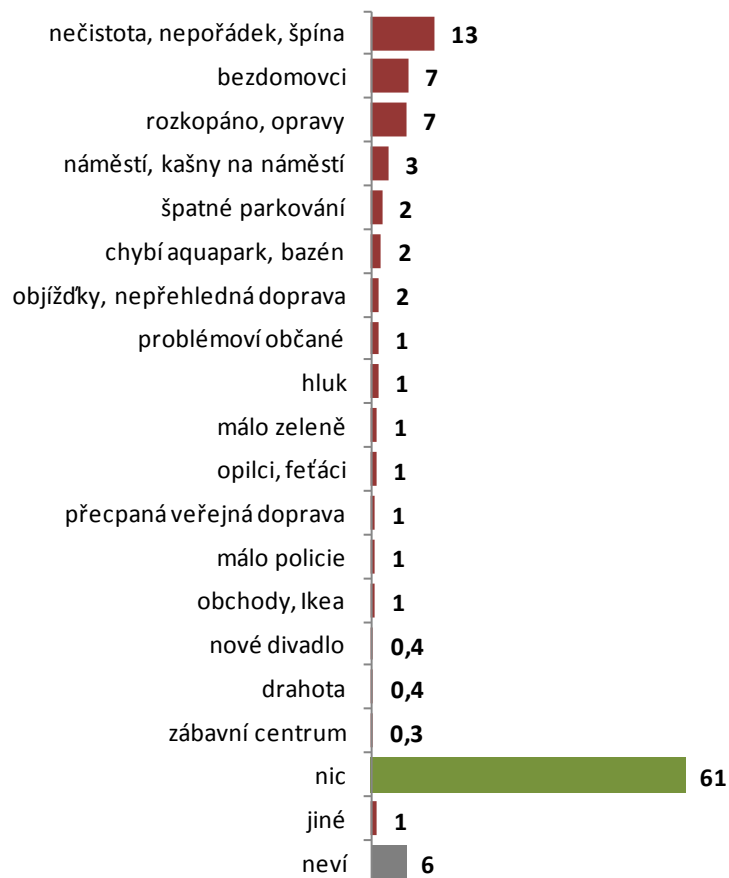
Velká část osob nemůže daný aspekt hodnotit, především proto, že jej nevyužili (bytování, stravování, cyklostezky, MHD...). Proto jsou u některých aspektů velké podíly těch, kteří na otázku neodpověděli.

V závorkách za názvem jednotlivých turistických aspektů je uveden průměr na škále 1-4, kde 1=velmi spokojen a 4=velmi nespokojen (tedy čím nižší číslo, tím lepší hodnocení). Do průměru není započítána možnost „Neumím posoudit“

Co v Plzni nejvíce vadí?

Problémy Plzně

(n=718, údaje v %)



Spontánně jmenované problémy Plzně (otázka byla pokládána jako otevřená, bez možnosti předdefinovaných odpovědí, respondenti mohli uvést až 3 možnosti) **v zásadě kopírují zjištění z předchozí otázky (Q15).**

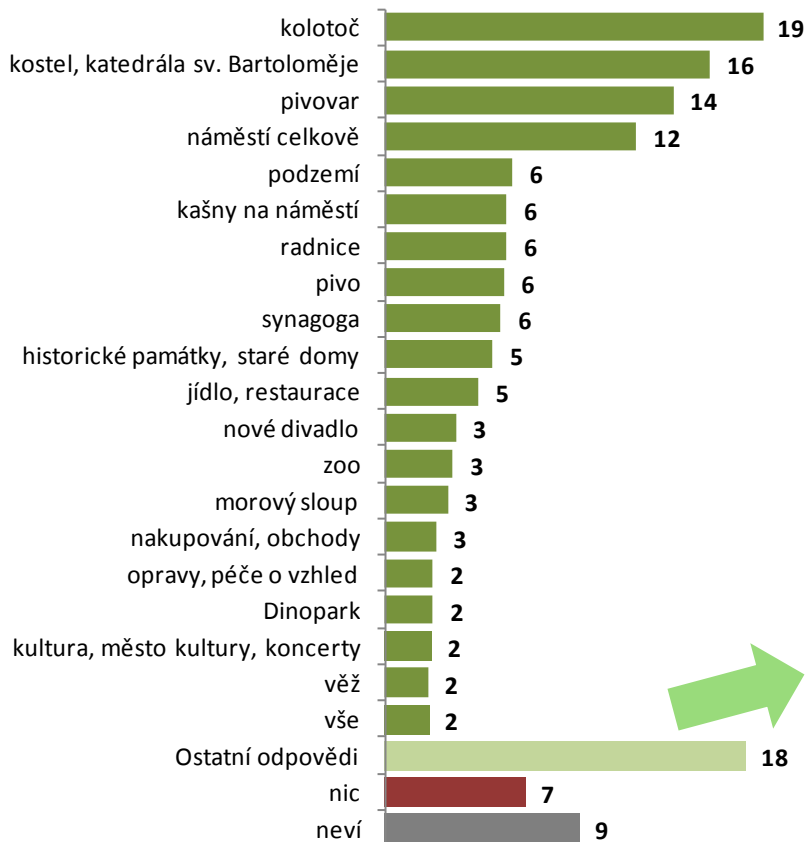
Většina (61 %) návštěvníků Plzně nedokázala jmenovat ani jeden problém, se kterým se v Plzni během svého pobytu (pobytů) setkali. Pokud si na nějaký problém vzpomenou, pak nejčastěji uvádějí nečistotu, nepořádek nebo špínu (13 %), bezdomovce (7 %) a právě probíhající opravy (7 %). 2 % návštěvníků pak spontánně jmenují problémy s parkováním. Ostatní problémy jsou jmenovány jen velmi malou částí návštěvníků a nejsou tak nijak zásadními – jedná se pouze o dílčí problémy, které jsou problematické jen pro určité osoby.

Opět se potvrzuje také zjištění, že nejvíce problémů v Plzni vidí návštěvníci z ČR, především ti, kteří sem jezdí častěji. Cizinci tolik problémů v Plzni nevidí – v této skupině je dokonce 70 % těch, kteří neuvodili ani jeden problém.

Co se v Plzni nejvíce líbí

Pozitiva Plzně

(n=718, údaje v %, odpovědi s více než 2 %)



Celkem 7 % návštěvníků neuvádí ani jedno pozitivum a 9 % neví, co na otázku odpovědět. Domníváme se, že to není proto, že by je v Plzni nic opravdu nezaujalo, ale tito lidé spíše neměli náladu přemýšlet o možných pozitivích své návštěvy. Dle našich zkušeností s podobnými typy otázek se jedná o standardní podíl vzorku.

Velkou spokojenost návštěvníků Plzně demonstruje také velmi pestrá a široká škála pozitiv, které návštěvníci spontánně (otázka byla pokládána jako otevřená, bez možnosti předdefinovaných odpovědí, respondenti mohli uvést až 3 možnosti) uvádějí.

První místo je velmi neobvyklé. Pětině návštěvníků (19 %) Plzně se líbí magický kolotoč Le Manège Carré Sénart. Tento kolotoč, který byl v Plzni k vidění od 5. 9. (tedy od začátku do konce šetření) viděla nejspíše velká část návštěvníků a velmi pozitivně na ně zapůsobil. Velmi dobře je vnímáno náměstí celkově (12 %) a především katedrála Sv. Bartoloměje v jeho centru (16 %). Dominantu Plzně – pivovar uvádí 14 % návštěvníků. Další pozitiva jsou uváděna méně než 10 % návštěvníků a jejich škála je opravdu velmi široká.

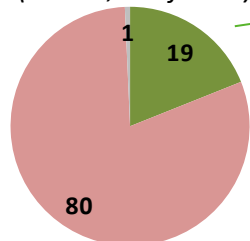
Tuzemským turistům se častěji líbí náměstí celkově, zahraničním turistům se častěji než domácím líbí pivovar a pivo.

Kategorie	%
Západočeské muzeum	1,4
Techmania	1,3
muzeum loutek	1,3
nádraží	1,1
andělíček	1,1
Patton Memorial, voj. muzeum	1,1
okolí, krajina	1,1
atmosféra, příjemno	1,0
noční život	1,0
lékárna	0,8
možnosti pro děti	0,8
parky	0,8
centrum	0,7
úbytování	0,6
stadiony	0,6
velké divadlo	0,3
policie, bezpečnost	0,3
čistota	0,3
parkování	0,3
divadlo loutek	0,1

Turistická informační centa

Návštěva turistického centra

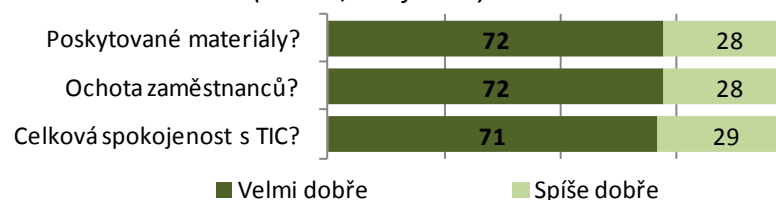
(n=718, údaje v %)



■ Ano ■ Ne ■ Neví, neodpověděl/a

Hodnocení služeb informačního centra

(n=136, údaje v %)



■ Velmi dobře ■ Spíše dobře

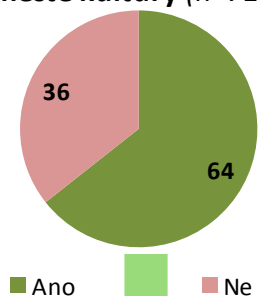
Turistické informační centrum navštívila téměř pětina (19 %) návštěvníků Plzně. Jedná se především o návštěvníky z ciziny (29 %), návštěvníky, kteří jsou zde poprvé, a ty, kteří v Plzni tráví více než 1 noc. **Pokud návštěvník TIC v Plzni navštívil, pak s ním byl velmi spokojen. Ani jeden respondent nevedl při hodnocení spokojenosti s TIC variantu spíše nebo rozhodně nespokojen.**



Evropské hlavní město kultury 2015

Evropské hlavní město kultury I.

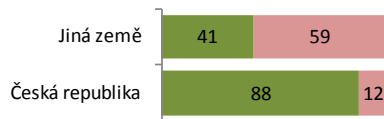
Povědomí o Plzni jako Evropském hlavním městě kultury (n=718, údaje v %)



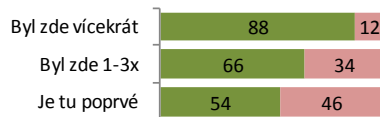
Odkud se o tom dozvěděl/a (n=462, údaje v %)



Podle skupiny návštěvníků



Podle frekvence návštěv



O tom, že Plzeň se v roce 2015 stane Evropským hlavním městem kultury, ví velká část (64 %) jeho návštěvníků. Jsou to častěji tuzemští návštěvníci (88 %) – je to přirozené, neboť propagace a informace o tomto faktu probíhá nejčastěji v České republice. Ale i když je mezi návštěvníky z ciziny podíl znalých relativně menší, stále se jedná o 41 %, což je velmi dobrý výsledek propagačních aktivit města Plzně. Existuje závislost mezi vzdáleností od Plzně a povědomím o tom, že Plzeň bude Evropským hlavním městem kultury 2015 (EHMK) – čím blíže k Plzni respondenti bydlí, tím spíše mají povědomí o EHMK. Nejvyšší povědomí mají tak lidé z nejbližších okresů (92 %) a nejnižší návštěvníci z mimoevropských zemí (0 %).

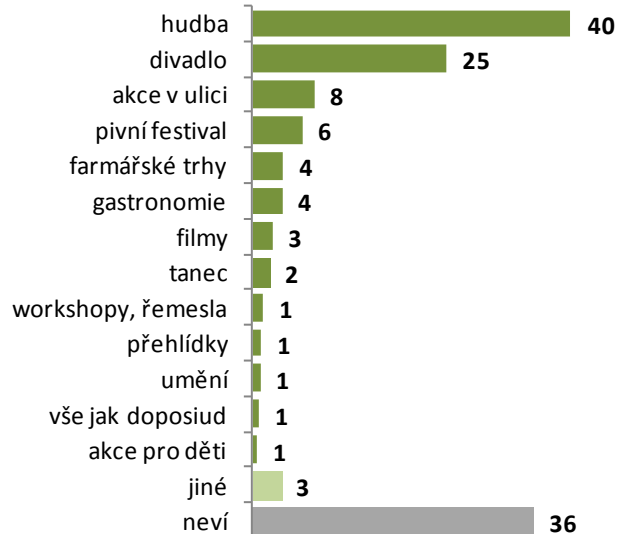
Pokud se návštěvníci Plzně o EHMK dozvěděli, pak to nejčastěji bylo z venkovní reklamy (72 %). S velkým odstupem je na druhém místě rozhlas (47 %) a na třetím tisk (35 %). Jen čtvrtina (27 %) osob se o EHMK dozvěděla z internetu.

Z venkovní reklamy se o EHMK dozvěděli častěji návštěvníci z ciziny, naopak tuzemští turisté častěji jmenují všechny ostatní možnosti.

Evropské hlavní město kultury II.

Navrhované kulturní akce EHMK 2015

(n=718, údaje v %)



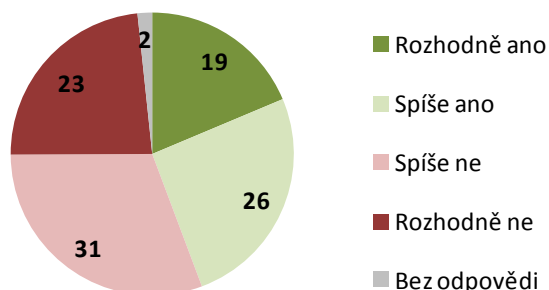
Dostí velká část návštěvníků Plzně neví, jaké akce by se v Plzni jako EHMK 2015 měly konat. Jedná se o 36 % a jsou to častěji než ostatní návštěvníci z ciziny (47 %), ti, co jsou zde jen na víkend.

Ti, kteří mají představy o tom, co by mělo v Plzni během EHMK 2015 probíhat, nejčastěji jmenují hudbu či hudební produkce (festivaly, koncerty, zpěv, zahraniční kapely atd.). Tyto možnosti souhrnně uvádí 40 % osob. Na druhém místě je divadlo (24 %).

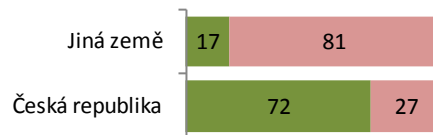
Ostatní možnosti jsou jmenovány spíše nižšími podíly návštěvníků – jedná se o pouliční akce, happeningy apod. (8%), pivní festival (6 %), farmářské trhy (4 %) a další. Ačkoliv si návštěvníci spojují Plzeň především s pivem a pivovarnictvím (viz předchozí zjištění), myšlenka, že by měl v rámci EHMK 2015 v Plzni probíhat pivní festival, je spíše okrajová.

Návštěva Plzně kvůli EHMK 2015

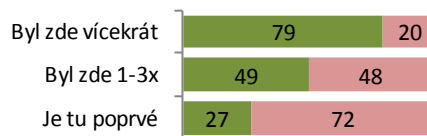
(n=718, údaje v %)



Podle skupiny návštěvníků



Podle frekvence návštěv



■ ANO ■ NE

Do Plzně se kvůli EHMK 2015 chystá přijet téměř polovina (45 %) jejich současných návštěvníků. Jsou to v větší části tuzemští turisté, kteří se do Plzně vrací opakovaně. Existuje souvislost mezi vzdáleností od Plzně a plánovaným příjezdem kvůli EHMK – čím blíže Plzni turista bydlí, tím spíše se na akce v rámci EHMK 2015 půjde podívat.

Zahraniční turisté, kteří jsou v Plzni na jednorázovém výletě se kvůli EHMK 2015 do Plzně spíše vracet nebudou.