



Turismus v Plzni

Závěrečná zpráva z šetření návštěvníků města

Plzeň - TURISMUS, příspěvková organizace

3. 6. 2015

Hlavní zjištění

Hlavní zjištění

Struktura návštěvníků Plzně

- Polovina návštěvníků Plzně přijela z Česka (50 %), 25 % z Německa, 17 % ze Slovenska a 8 % z jiných zemí.

Způsob návštěvy města Plzně

- Necelá polovina (44 %) turistů navštívila Plzeň **poprvé**. Třetina návštěvníků (33 %) přijela do Plzně opakovaně (4krát a více).
- Tři z pěti dotázaných (61 %) přijeli do Plzně **autem** nebo motocyklem. Autobusem přijela více jak čtvrtina lidí (28 %).
- Většina návštěvníků (75 %) přijela do města **individuálně**. Podíl těch, kteří do Plzně zavítají s organizovaným zájezdem, je relativně vysoký, jedná se o 25 % ze všech návštěvníků.
- Dva z pěti respondentů (38 %) přijeli do Plzně **s partnerem nebo s partnerkou**. Zhruba čtvrtina návštěvníků (24 %) přijela s přáteli nebo známými. Každý pátý respondent přijel sám (19 %), stejný podíl s rodinou a dětmi (19 %).
- Návštěvníci Plzně se po městě nejčastěji pohybují **pěšky** (77 %) nebo vlastním dopravním prostředkem (50 %). MHD využil každý sedmý (14 %).

Délka pobytu a útraty

- Polovina návštěvníků Plzně (50 %) ve městě strávila **více než jeden den**. Alespoň jeden **celý den** v Plzni strávil každý třetí návštěvník (35 %), půlden 15 % dotázaných.
- Návštěvníci Plzně, kteří zde přespí, stráví ve městě **v průměru 3,9 dní**.
- Největší podíl návštěvníků bydlí **v hotelech (58 %)**. Lidé také často navštěvují **známé anebo příbuzné** a přespávají tak u nich (33 %). V hotelu stráví návštěvníci v průměru 2,5 noci.
- Plzeň lidé navštěvují nejčastěji **ve dvojicích** (41 %) anebo sami (31 %).
- Lidé, kteří v Plzni utratí nějaké peníze, v průměru utratí **2445 Kč**. Nejvíce lidé v průměru utratí za ubytování (2144 Kč), stravu (673 Kč) a nákupy (1050 Kč). Za vstupné (do muzeí, na kulturní akce atd.) utratí v průměru 399 Kč.
- Během svého pobytu utratí nejvíce peněz **obyvatelé vzdálenějších zemí** (Amerika, Velká Británie, Itálie, Holandsko) – v průměru 8 004 Kč.

Hlavní zjištění

Povědomí o Plzni a zdroje informací

- Když se řekne Plzeň, většině návštěvníků se vybaví **pivo a pivní festival (72 %)**. Často zmiňované jsou také památky a architektura (17 %), status Evropského hlavního města kultury (12 %) a sport (11 %).
- O tom, že Plzeň je **Evropským hlavním městem kultury** pro rok 2015, ví 67 % dotázaných.
- Před vycestováním do Plzně zaznamenal **upoutávku** na město každý druhý návštěvník (49 %). Nejčastěji lidé zaznamenali upoutávku na **internetu (16 %), v tisku (14 %) anebo venku (11 %)**.
- **Turistické informační centrum** v Plzni navštívil každý čtvrtý návštěvník města (26 %). Všechny ze sledovaných služeb TIC jsou hodnoceny v podstatě kladně (98 %).

Důvody a hodnocení návštěvy Plzně

- Nejčastěji jmenovaným důvodem cesty do Plzně je **návštěva pamětihodností, poznávání města a vzdělávání**. Návštěva akcí EHMK se objevuje v pořadí jako čtvrtý nejčastěji volený důvod cesty.
- Téměř všichni návštěvníci jsou **spokojeni** s návštěvou Plzně (99 %).
- Přibližně jeden návštěvník ze tří oceňuje plzeňské náměstí jako celek (27 %), často zmiňované jsou i kostel/katedrála sv. Bartoloměje a kašny na náměstí (oboje shodně 20 %). Návštěvníky zaujal také pivovar (16 %) a synagoga (11 %).
- Přibližně polovina respondentů (47 %) uvedla, že jim v Plzni **nic nechybí a nevadí**. Zhruba desetině návštěvníků pak vadí bezdomovci (12 %) a s tím související nečistota, nepořádek a špína (10 %). Lidé si také stěžují na špatné parkování (7 %) a absenci bazénu či hřiště (5 %).
- Téměř třetina dotázaných návštěvníků v Plzni nenavštívila (ani neplánovala navštívit) konkrétní akci (29 %). Každý sedmý návštěvník se zúčastnil Dnů svobody (13 %), každý osmý pak zavítal do pivovarského muzea či pivovaru (12 %). Často navštěvované jsou pak památky a centrum (9 %) a Galerie Jiřího Trnky (7 %).
- Valná většina návštěvníků města se hodlá do Plzně **vrátit** (96 %). Rozhodně je o svém návratu do Plzně přesvědčena polovina dotázaných (50 %).



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 měsíci květnu. 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=254, návštěvníci z ciziny: n=250</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, vstup do ZOO, Nové divadlo, Smetanovy/Kopeckého sady, Riegrova)
Způsob sběru dat	Osobní dotazování s pomocí papírových dotazníků (PAPI)
Dotazník	Přibližně 15 minut
Termín sběru dat	1. 5. – 17. 5. 2014

Výběrové body a struktura vzorku

Oblast dotazování	Počet rozhovorů	% rozhovorů
náměstí republiky, okolí Sv. Bartoloměje	91	18,1
Riegrova, hotel Central	67	13,3
Náražní ulice, hotel Angelo, hotel Astory	68	13,5
Křížíkovy / Šafaříkovy sady	58	11,5
Šafaříkovy sady, hotel Rous, hotel Enjoy Inn, hotel Continental	23	4,6
Smetanovy sady, hotel Slovan	33	6,5
Veslavínova, hotel Mariot,	34	6,7
Mlýnská strouha, Pražská, hotel Gondola, hotel U Zvonu	35	6,9
Budilova, hotel Best Western, hotel Plzeň	25	5,0
Techmania, Borská ulice	23	4,6
Vstup do ZOO, ul. pod Vinicemi	26	5,2
Nové Divadlo, Sady 35/Solná	21	4,2
Celkem	504	100,0

Struktura vzorku	n=504	%	
Věk	do 29 let	77	15,3
	30-44 let	214	42,5
	45-59 let	159	31,5
	60 let a více	54	10,7
Vzdělání	Základní	15	3,0
	Střední bez maturity, vyučení	129	25,6
	Střední, s maturitou	271	53,8
	Vysokoškolské	89	17,7
Pohlaví	Muž	282	56,0
	Žena	222	44,0
V jaké zemi máte trvalé bydliště?	Česká republika	254	50,4
	Německo	124	24,6
	Slovensko	86	17,1
	Jiná země...	40	7,9

Struktura vzorku	n=504	%	
Kraj	Praha	21	8,3
	Středočeský	17	6,7
	Jihočeský	20	7,9
	Plzeňský	146	57,5
	Karlovarský	22	8,7
	Ústecký	11	4,3
	Jiný	17	6,7

Struktura vzorku	n=504	%	
Spolkové země v Německu	Bavorsko	58	46,8
	Ostatní spolkové země	66	53,2

Mezi **další země**, ze kterých cizinci častěji pocházeli, patří: Amerika (n = 7), Velká Británie (n = 6), Itálie (n = 6) a Holandsko (n = 4).

Pozn.: Z ostatních spolkových zemích byli výrazněji zastoupeni návštěvníci z Braniborska (15 %) a Hamburgu (15 %) a Berlína (14 %).

Výběrové body a struktura vzorku

Okres bydliště návštěvníků z ČR	Počet rozhovorů	% rozhovorů
Plzeň-sever	30	11,8
Plzeň-jih	42	16,5
Rokycany	9	3,5
Klatovy	35	13,8
Domažlice	14	5,5
Tachov	16	6,3
Cheb	6	2,4
Karlovy Vary	15	5,9
Sokolov	1	,4
Beroun	4	1,6
Příbram	4	1,6
Písek	8	3,1
Chomutov	4	1,6
Louny	2	,8
Rakovník	2	,8
Pelhřimov	1	,4
Prachatice	1	,4
České Budějovice	10	3,9
Benešov	1	,4
Brno-město	6	2,4
Kladno	4	1,6
Most	2	,8
Olomouc	2	,8
Ostrava-město	1	,4
Pardubice	1	,4
Praha	21	8,3
Ústí nad Labem	3	1,2
Zlín	6	2,4
Prostějov	1	,4
Kutná Hora	1	,4
Mělník	1	,4
Celkem	254	100,0

**Detailní
analýza**



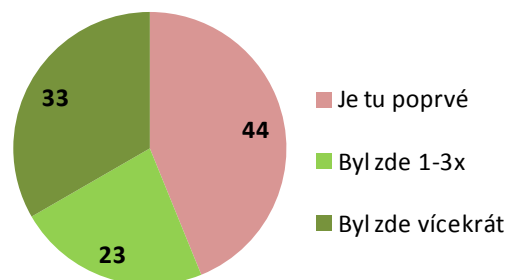
Způsob návštěvy města Plzně

Způsob návštěvy Plzně

Q1. Už jste někdy navštívil/a Plzeň? Q1x. Jak jste do Plzně přijel?

Frekvence návštěv Plzně

(n=504, údaje v %)



Necelá polovina (44 %) turistů navštívila Plzeň poprvé. Třetina návštěvníků (33 %) přijela do Plzně opakovaně (4krát a více).

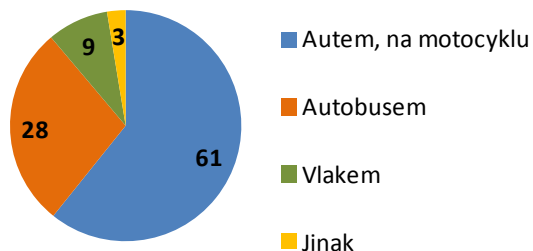
Svou první návštěvu Plzně absolvovali častěji návštěvníci ze zahraničí (72 %) a lidé ve věku 45-59 let (55 %).

Poprvé se do Plzně vydávají častěji lidé formou organizovaného výletu (77 %).

Vícekrát do Plzně jezdí Češi (59 %), lidé, kteří cestují sami (49 %), a mladí do 29 let (46 %).

Doprava do Plzně

(n=504, údaje v %)



Tři z pěti dotázaných (61 %) přijeli do Plzně autem nebo motocyklem. Autobusem přijela více jak čtvrtina lidí (28 %).

Automobilem přijely nejčastěji rodiny s dětmi (86 %), obyvatelé ČR (76 %) a lidé, kteří cestují bez cestovní kanceláře (75 %). Jsou to také obyvatelé Plzeňského kraje (81 %).

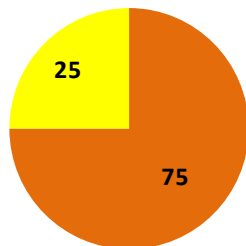
Autobusem cestují častěji lidé přijíždějící se zájezdem (74 %) a cestovatelé ze Slovenska (51 %).

Vlakem cestují častěji ti, kteří do Plzně jedou s přáteli anebo známými (11 %).

Spolucestující

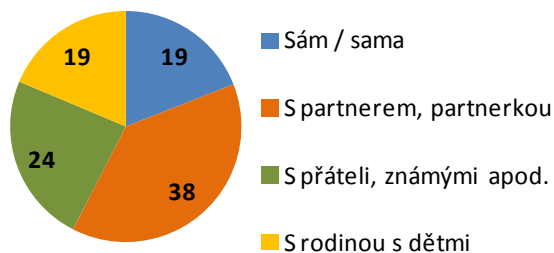
Q2. Přijel/a jste do Plzně: Q3. S kým jste sem přijel/a?

Forma návštěvy
(n=504, údaje v %)



- Jako individuální návštěvník
- S organizovanou skupinou návštěvníků (např. se zájezdem)

Rozdělení do skupin
(n=504, údaje v %)



Většina návštěvníků (75 %) přijela do města individuálně. Podíl těch, kteří do Plzně zavítají s organizovaným zájezdem, je relativně vysoký, jedná se o 25 % všech návštěvníků.

Bez cestovní kanceláře cestují častěji obyvatelé Plzeňského kraje (98 %), rodiny s dětmi (93 %) anebo samostatní cestující (94 %).

Organizovaně do Plzně přijíždí častěji cestovatelé z Německa (51 %) a ti, kteří cestují s přáteli anebo známými (49 %). Služeb cestovních kanceláří využívají také častěji lidé starší 60 let (39 %).

Dva z pěti respondentů (38 %) přijeli do Plzně s partnerem anebo s partnerkou. Zhruba čtvrtina návštěvníků (24 %) přijela s přáteli anebo známými. Každý pátý respondent přijel buď sám (19 %) anebo s rodinou a dětmi (19 %).

S partnerem nebo s partnerkou cestují častěji lidé ve věku 45-59 let (48 %).

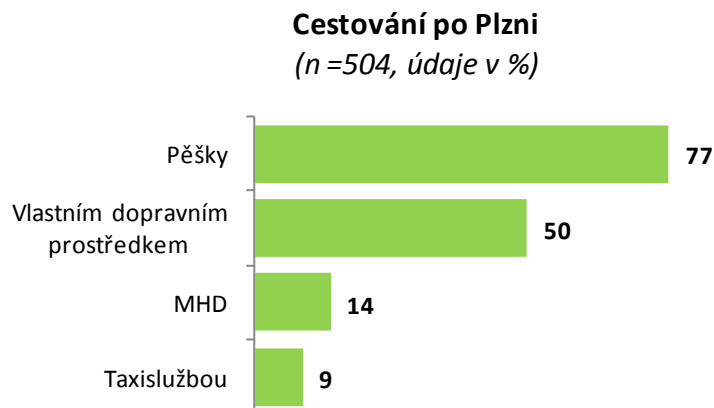
S přáteli a známými cestují častěji mladí lidé do 29 let (36 %).

Sami cestují častěji muži (24 %) a návštěvníci Plzeňského kraje (29 %).

S rodinou a dětmi cestují častěji ženy (26 %) a lidé ve věku 30-44 let (34 %).

Cestování po Plzni

Q7. Jak se pohybujete po Plzni? Uvedte prosím všechny způsoby dopravy, které jste alespoň 1x využil/a.



Návštěvníci Plzně se po městě nejčastěji pohybují pěšky (77 %) nebo vlastním dopravním prostředkem (50 %). MHD využil každý sedmý (14 %).

Návštěvníci ze zahraničí chodí mírně častěji pěšky (84 %) nebo využívají vlastní dopravní prostředek (16 %). Méně často jezdí MHD (10 %).

Pěšky se po Plzni častěji pohybují lidé, kteří přijeli s cestovní kanceláří (91 %).

Vlastním dopravním prostředkem se po Plzni častěji pohybují rodiny s dětmi (71 %).

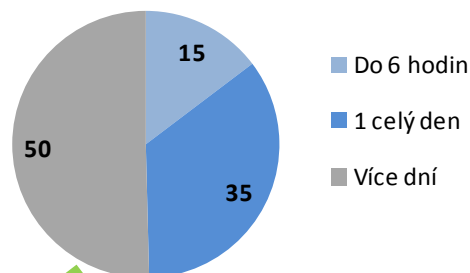


Délka pobytu a útraty

Délka pobytu v Plzni

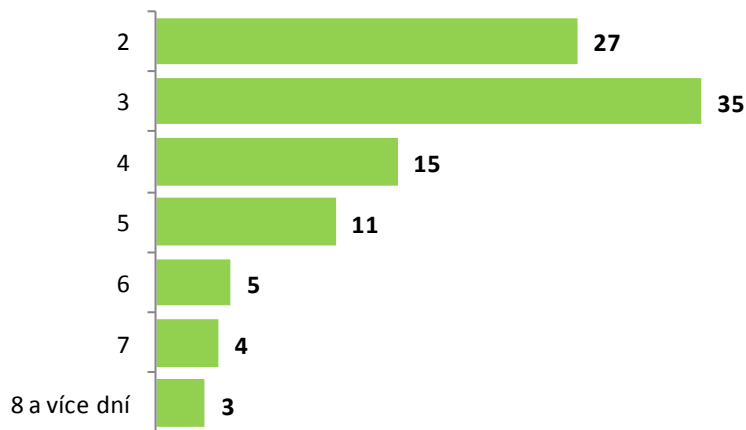
Q4. Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?

Doba pobytu
(n=504, údaje v %)



Počet dnů strávených v Plzni

(n=254, lidé, kteří v Plzni stráví více dní, údaje v %)



Polovina návštěvníků Plzně (50 %) ve městě strávila více než jeden den. Alespoň jeden celý den v Plzni strávil každý třetí návštěvník (35 %), jen půlden 15 % dotázaných.

Na půldenní návštěvu Plzně přijíždí častěji čeští návštěvníci (27 %) a lidé, kteří cestují sami (28 %).

Jeden celý den stráví v Plzni také častěji čeští návštěvníci (51 %).

Více nocí stráví v Plzni častěji návštěvníci z jiných zemí (80 %), lidé cestující organizovaně (76 %) a ti, kteří navštěvují Plzeň se známými anebo přáteli (60 %).

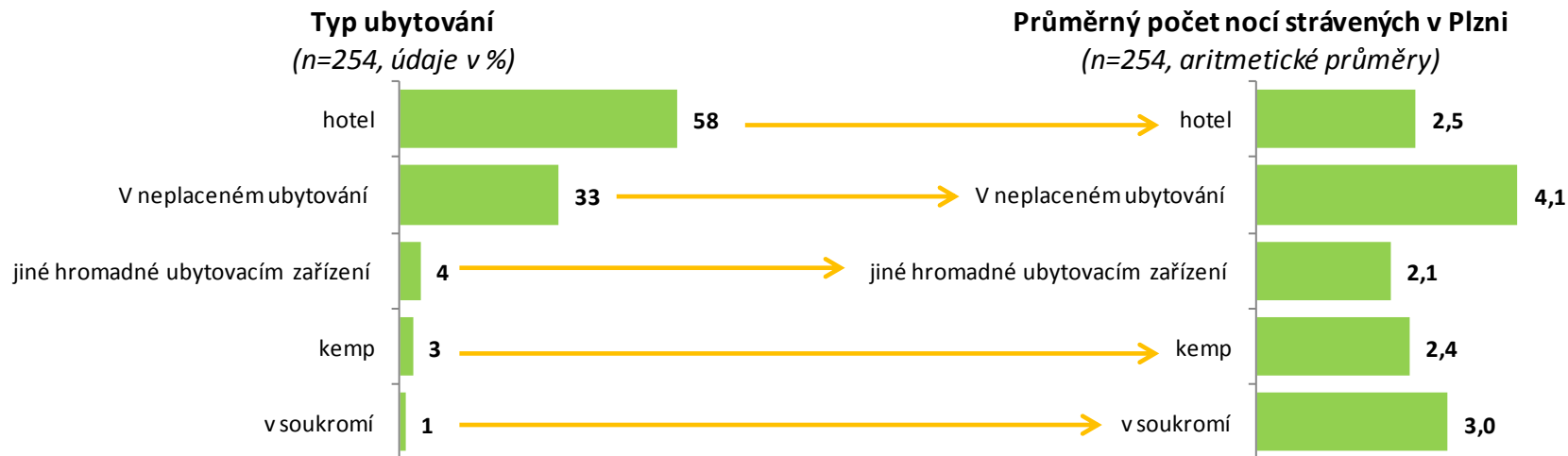
Z českých turistů se maximálně na 1 denní výlet vydají častěji obyvatelé Plzeňského kraje (94 %), Středočeského (76 %) a Prahy (76 %).

Návštěvníci Plzně, kteří zde přespí, stráví ve městě v průměru 3,9 dní.

Nejtypičtější výlet Plzně nicméně vypadá tak, že návštěvníci ve městě stráví 2 až 3 dny (62 %). Průměr zvyšují tzv. krajní pozorování, tedy v tomto případě lidé, kteří přijedou do Plzně i na několik týdnů.

Ubytování

Q5. Kde jste v Plzni ubytován/a?



Největší podíl návštěvníků bydlí v hotelech (58 %). Lidé také často navštěvují známé anebo příbuzné a přespávají tak u nich (33 %).

Nejméně nocí v Plzni stráví lidé, které bydlí buď v neplaceném ubytování (v průměru 4,1 noci) anebo v placeném ubytování v soukromí (v průměru 3 noci).

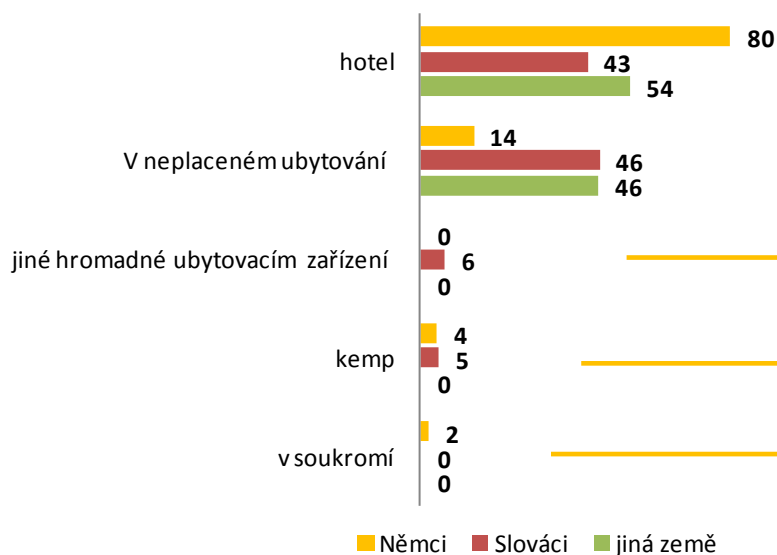
V hotelu stráví návštěvníci v průměru 2,5 noci.

Nejméně nocí stráví v Plzni lidé, kteří se ubytují v jiných hromadných ubytovacích zařízeních, jako jsou lázně, chaty, tur. ubytovny anebo koleje (v průměru 2,1 noci).

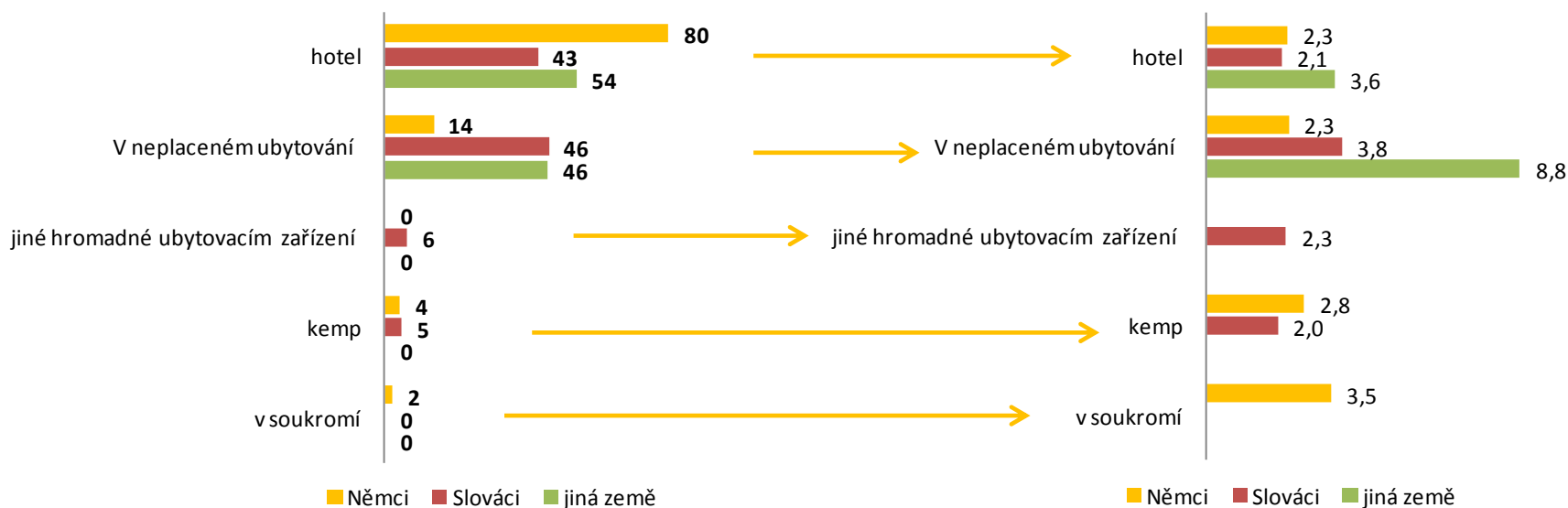
Cizinci: ubytování

Q5. Kde jste v Plzni ubytován/a?

Cizinci: typ ubytování
(údaje v %)



Cizinci: průměrný počet nocí strávených v Plzni
(aritmetické průměry)



Návštěvníci z **Německa** byli nejčastěji ubytováni v hotelu (80 %) nebo v neplaceném ubytování (14 %). V hotelu i v neplaceném ubytování strávili v průměru 2,3 noci.

Stejně tak i návštěvníci ze **Slovenska** bydleli nejčastěji v neplaceném ubytování (46 %) nebo hotelu (43 %). V neplaceném ubytování strávili v průměru 3,8 noci, v hotelu 2,1 noci.

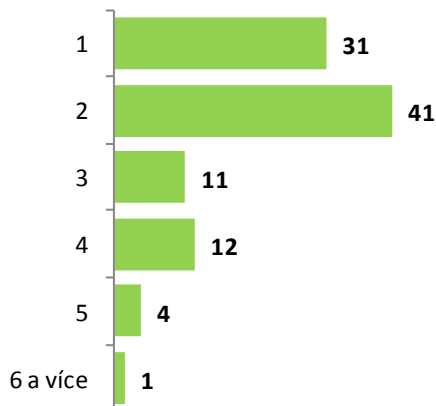
Návštěvníci z **jiných zemí** (nejčastěji Amerika, Velká Británie, Itálie a Holandsko) využili nabídky hotelu a (54 %) nebo neplaceného ubytování (46 %). Nejdelší dobu strávili lidé, kteří bydleli u blízkých a známých (v průměru 8,8 noci).

Velikost skupiny a její útraty

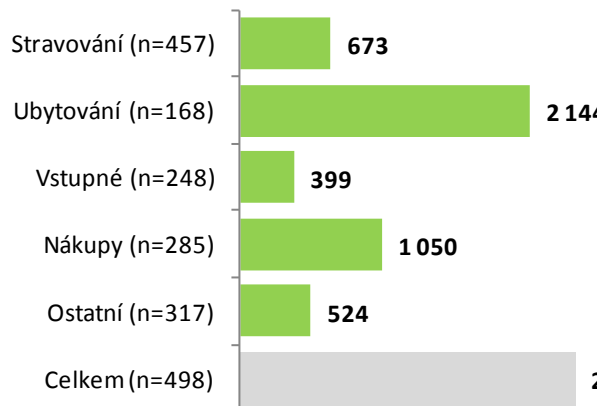
Q6. Specifikujte prosím, kolik osob tvoří Vaši skupinu – máme tím na mysli, všechny osoby, které mají společné výdaje (např. rodina, přátelé apod.).

Q6X. A nyní se prosím zamyslete nad tím, kolik tato „společně hospodařící jednotka“ za pobyt v Plzni již utratila a také utratíte po celou dobu pobytu na území Plzně?

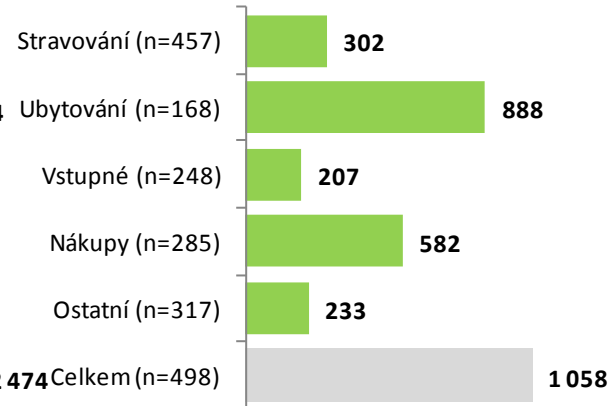
Velikost skupiny cestovatelů - počet členů
(n=504, údaje v %)



Průměrná individuální útrata*
(aritmetické průměry, v Kč)



Průměrná individuální útrata za 1 den/noc*
(n=504, aritmetické průměry, v Kč)



*Pozn.: Údaje jsou počítány za návštěvníky, které za danou položku utráceli. Celková průměrná útrata tak není součtem průměrných útrat za jednotlivé položky.

Plzeň lidé navštěvují nejčastěji ve dvojicích (41 %) anebo sami (31 %).

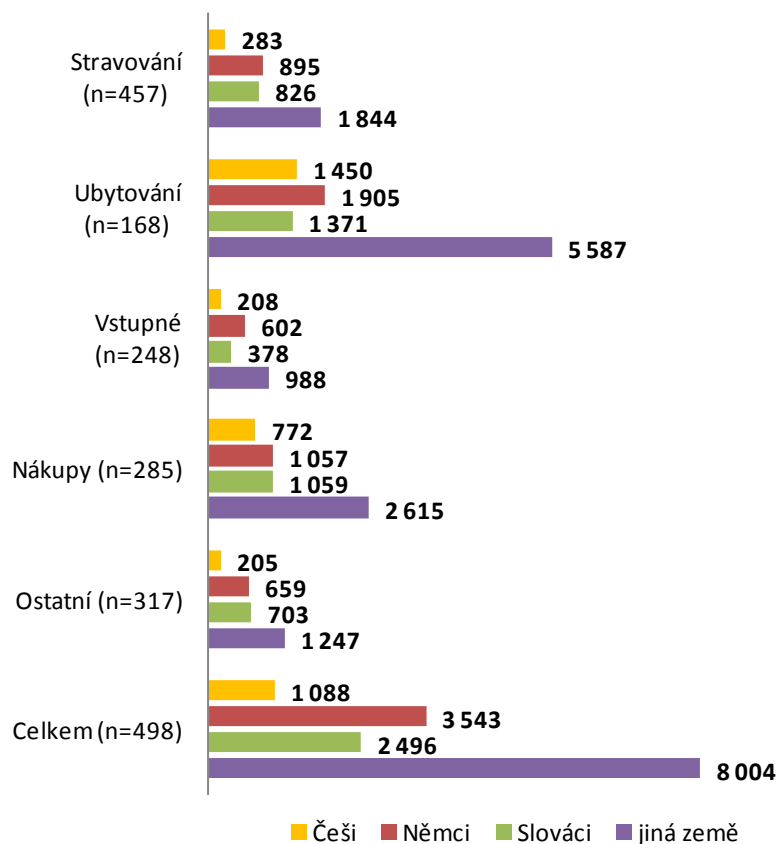
Lidé, kteří v Plzni utratí nějaké peníze, v průměru utratí 2474 Kč. Nejvíce lidí v průměru utratí za ubytování (2144 Kč), stravu (673 Kč) a nákupy (1050 Kč). Za vstupné (do muzeí, na kulturní akce atd.) utratí v průměru 399 Kč.

Jedna osoba utratí denně při návštěvě v Plzni v průměru 1 058 Kč. Návštěvník denně nejvíce utratí za ubytování (888 Kč) a nákupy (582 Kč). O něco méně pak za stravování (302 Kč) a vstupné (207 Kč).

Útraty

Q6X. A nyní se prosím zamyslete nad tím, kolik tato „společně hospodařící jednotka“ za pobyt v Plzni již utratila a také utratíte po celou dobu pobytu na území Plzně?

Průměrná individuální útrata* (aritmetické průměry, v Kč)



*Pozn.: Údaje jsou počítány za návštěvníky, které za danou položku utráceli. Celková průměrná útrata tak není součtem průměrných útrat za jednotlivé položky.

Během svého pobytu utratí nejvíce peněz obyvatelé vzdálenějších zemí (do kategorie jiná země spadají: Amerika, Velká Británie, Itálie, Holandsko) – v průměru 8 004 Kč. Tato skutečnost je hodně dána délkou pobytu, neboť tito návštěvníci stráví v Plzni nejvíc dní.

Cizinci ze vzdálenějších zemí utratí v průměru nejvíc za všechny dílčí položky, nejvíc za ubytování (5587 Kč).



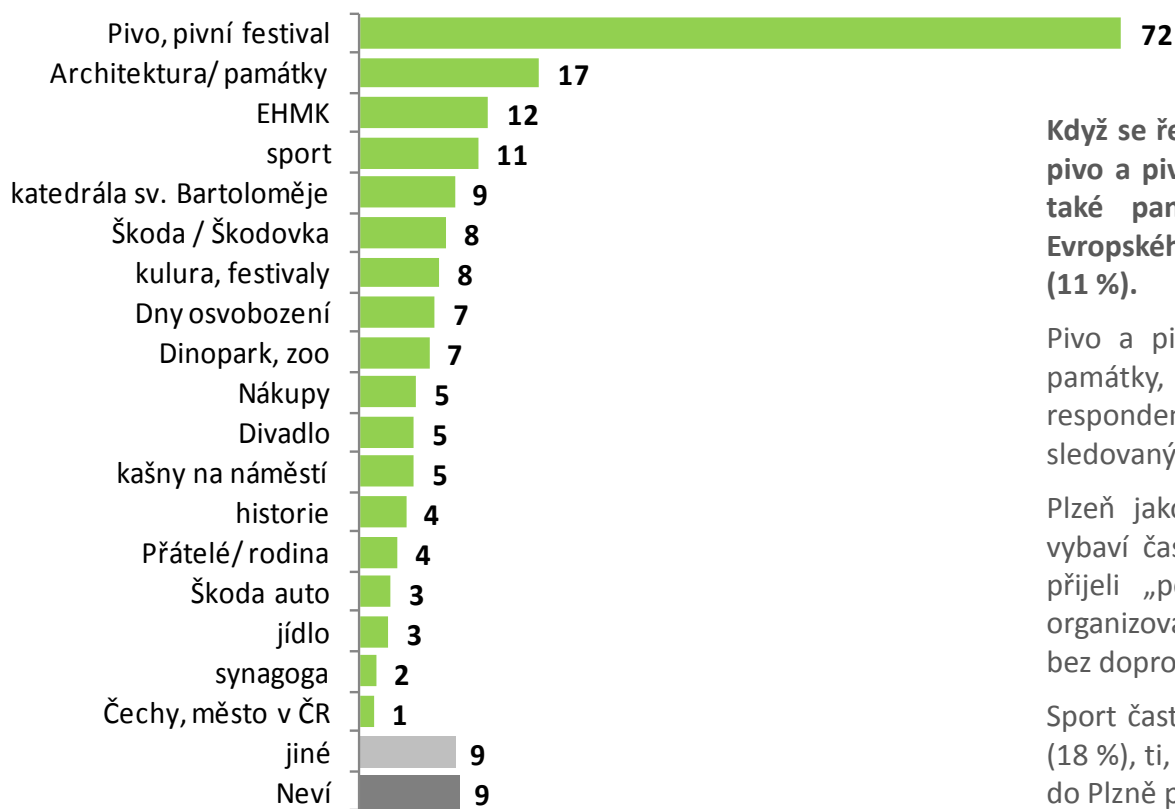
Povědomí o Plzni a zdroje informací

Asociace s Plzní

Q8. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň? Zkuste mi prosím říct 3 věci, které si asociujete s Plzní.

Když se řekne Plzeň...

(n = 504, údaje v %)



Když se řekne Plzeň, většině návštěvníků se vybaví pivo a pivní festival (72 %). Často zmiňované jsou také památky a architektura (17 %), status Evropského hlavního města kultury (12 %) a sport (11 %).

Pivo a pivní slavnosti, stejně jako architektura a památky, jsou symbolem, který se vybavuje respondentům univerzálně, napříč všemi sledovanými kategoriemi.

Plzeň jako Evropské hlavní město kultury si pak vybaví častěji Češi (17 %), dále ti, kteří do města přijeli „po vlastní ose“ (15 %) a ne v rámci organizované skupiny, a také ti, kteří město navštívili bez doprovodu (19 %).

Sport častěji zmiňují respondenti ve věku do 29 let (18 %), ti, kteří žijí v České republice (14 %) a ti, kteří do Plzně přicestovali individuálně (13 %).

Pozn.: Do kategorie „jiné“ zařazeny i odpovědi s výskytem pod 1 % - hotely, anděliček

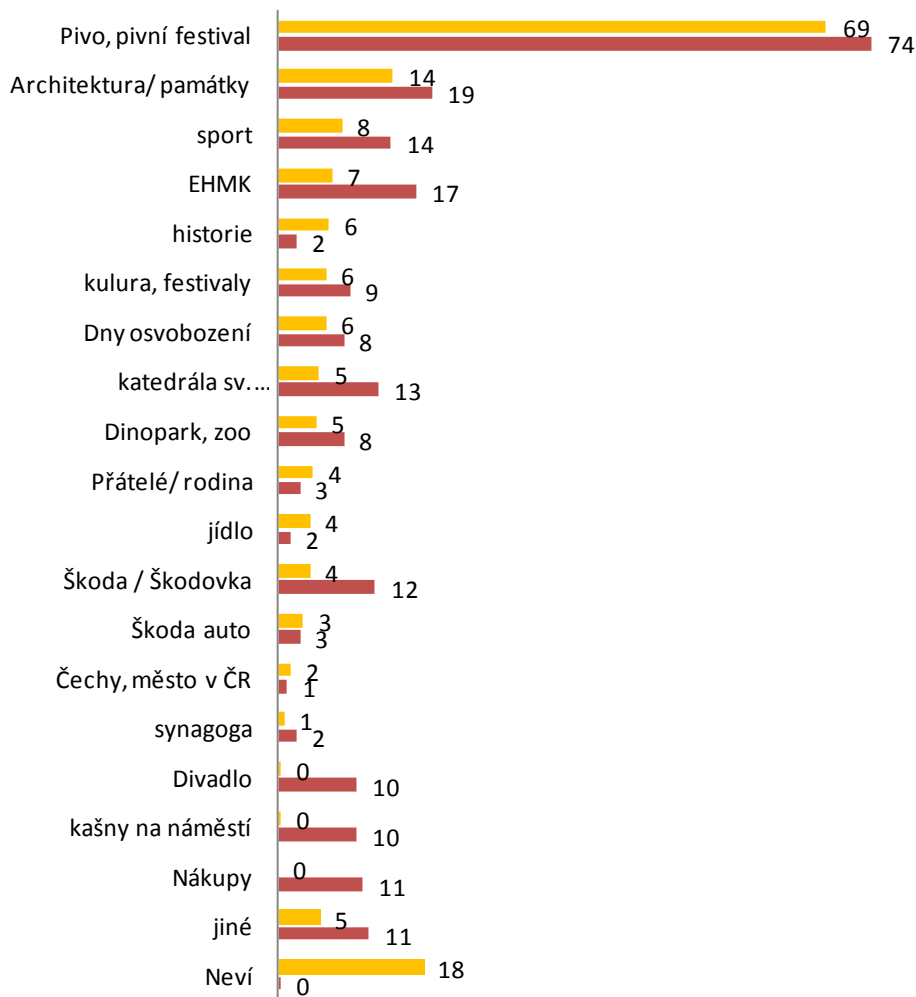
Asociace s Plzní

Q8. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň? Zkuste mi prosím říct 3 věci, které si asociujete s Plzní.

Když se řekne Plzeň...

- tříděno dle místa původu (n = 504, údaje v %)

■ Návštěvníci ze zahraničí ■ Návštěvníci z ČR



Struktura asociací spojených s Plzní je obdobná jak mezi návštěvníky z ČR, tak i mezi těmi ze zahraničí.

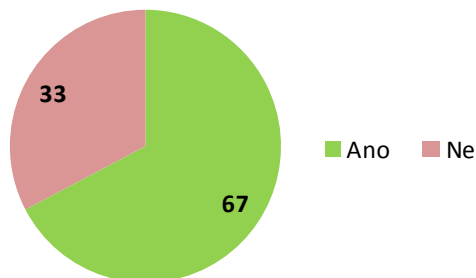
S Plzní si téma piva, památek, sportu a také téma Evropského hlavního města kultury o něco častěji spojují Češi.

Návštěvníci s ciziny nemají častěji než Češi žádnou asociaci spojenou s Plzní.

Povědomí o Plzni jako Evropském hlavním městě kultury

Q9. Víte, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015?

**Povědomí o Plzni jako hl. městě
kultury 2015**
(n=504, údaje v %)



O tom, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015, ví 67 % dotázaných.

O tom, že je Plzeň Evropským hlavním městem kultury, vědí nejčastěji čeští návštěvníci (96 %) a lidé cestující s rodinou a dětmi (81 %).

Jsou to častěji individuální návštěvníci (78 %) než návštěvníci s organizovanou skupinou (37 %), kdo ví, že Plzeň je pro tento rok Evropským městem kultury.

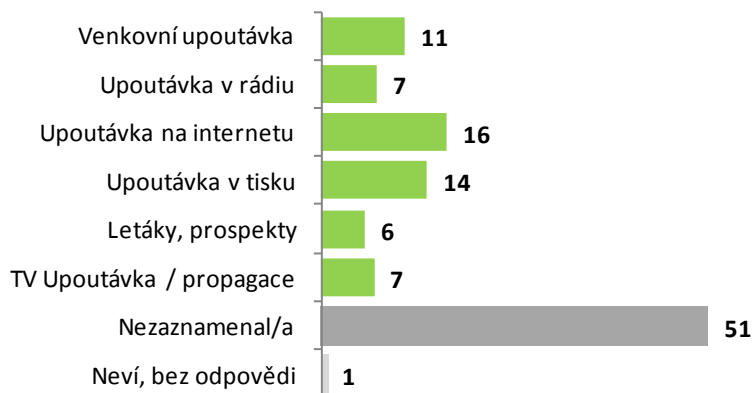
Návštěvníci z jiných zemí o této skutečnosti vědí z 38 %.

Reklama/upoutávka na Plzeň

Q10. Zaznamenal/a jste před svým příjezdem nějakou reklamu/upoutávku na Plzeň? Pokud ano, jakou?

Zaznamenal/a před příjezdem upoutávku na Plzeň?

(n=504, údaje v %)



Před vycestováním do Plzně zaznamenal upoutávku na město každý druhý návštěvník (49 %).

Nejčastěji lidé zaznamenali upoutávku na internetu (16 %), v tisku (14 %) anebo venku (11 %).

Upoutávku na internetu zaregistrovali lidé ve stejné míře napříč věkovými, vzdělanostními a jinými skupinami.

Jak v tisku, tak venku častěji zaregistrovali upoutávku čeští návštěvníci (23 % resp. 15 %). Zahraniční spíše oslovily upoutávky přes internet.

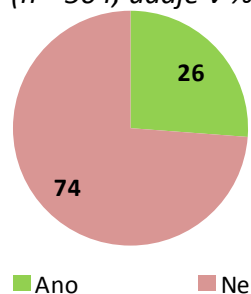
Turistické informační centrum

Q16. Navštívil/a jste v Plzni Turistické informační centrum (TIC)? Nemáme na mysli „meeting point“, tedy samostatně stojící stánek na náměstí Republiky.

Q17. Jak hodnotíte služby Turistického informačního centra?

Návštěva turistického centra

(n = 504, údaje v %)

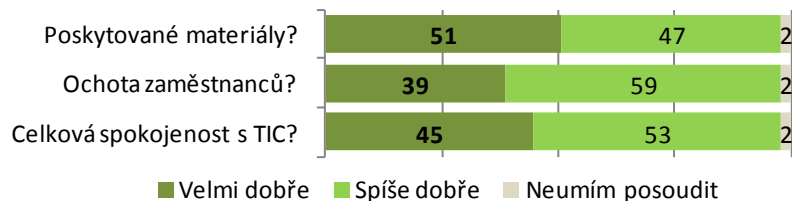


Turistické informační centrum v Plzni navštívil každý čtvrtý návštěvník města (26 %).

Turistické informační centrum navštívili častěji zahraniční návštěvníci (55 %) a návštěvníci, kteří přijeli s organizovanou skupinou (50 %).

Hodnocení služeb informačního centra

(n=129, návštěvníci TIC, údaje v %)



Všechny ze sledovaných služeb TIC jsou hodnoceny v podstatě kladně (98 %). Nejsilnější spokojenost se pak týká poskytnutých materiálů (velmi dobré hodnocení od 51 % respondentů).



Důvody a hodnocení návštěvy Plzně

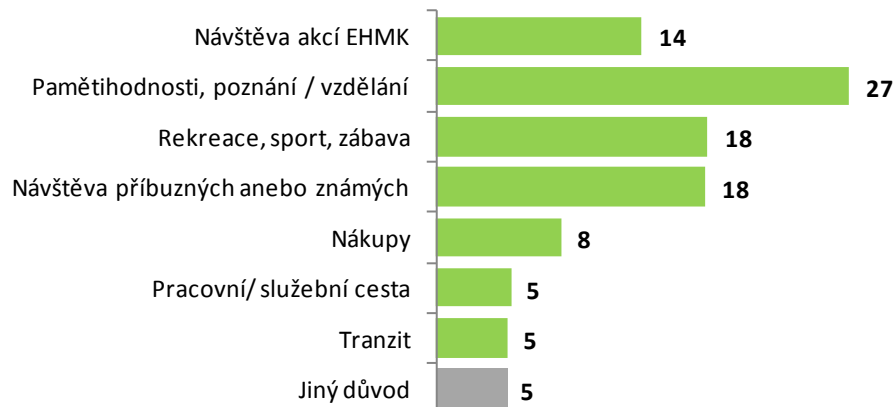
Důvody návštěvy Plzně

Q11. Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?

Q12. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

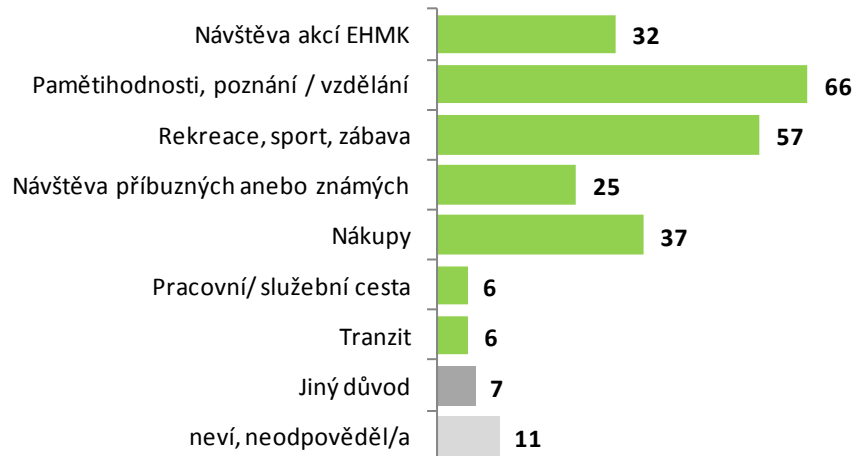
Hlavní důvod návštěvy Plzně

(n=504, údaje v %)



Další aktivity

(n=504, údaje v %)



Nejčastěji jmenovaným důvodem cesty do Plzně je návštěva pamětihodností, poznávání města a vzdělávání. Tento důvod uvádí 27 % jako „hlavní“ a 66 % jako „další“.

Dalšími významnými důvody k návštěvě Plzně jsou rekreace, sport, zábava (18 % - hlavní důvod, 57 % - vedlejší důvod), návštěva příbuzných (18 % - hlavní důvod, 25 % - vedlejší důvod) a návštěva akcí EHKM (14 % - hlavní důvod, 32 % - vedlejší důvod).

Akce EHKM jsou hlavním důvodem pro návštěvu Plzně především pro lidi ve věku od 60 let (30 %), pro lidi, kteří cestují s přáteli a známými (23 %), a pro české návštěvníky (21 %).

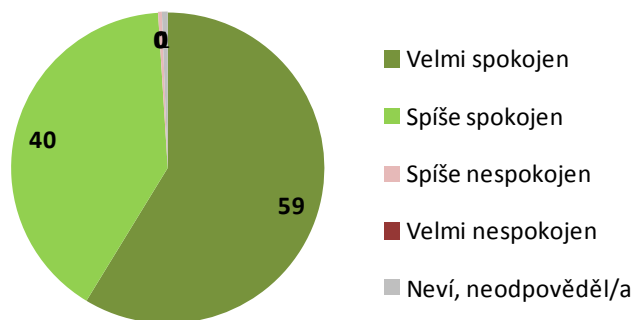
Lidé se středním vzděláním bez maturity častěji přijíždí za návštěvou příbuzných a známých (24 %).

Spokojenost

Q14. Jak jste celkově spokojen/a s návštěvou Plzně?

Spokojenost s návštěvou Plzně

(n = 504, údaje v %)

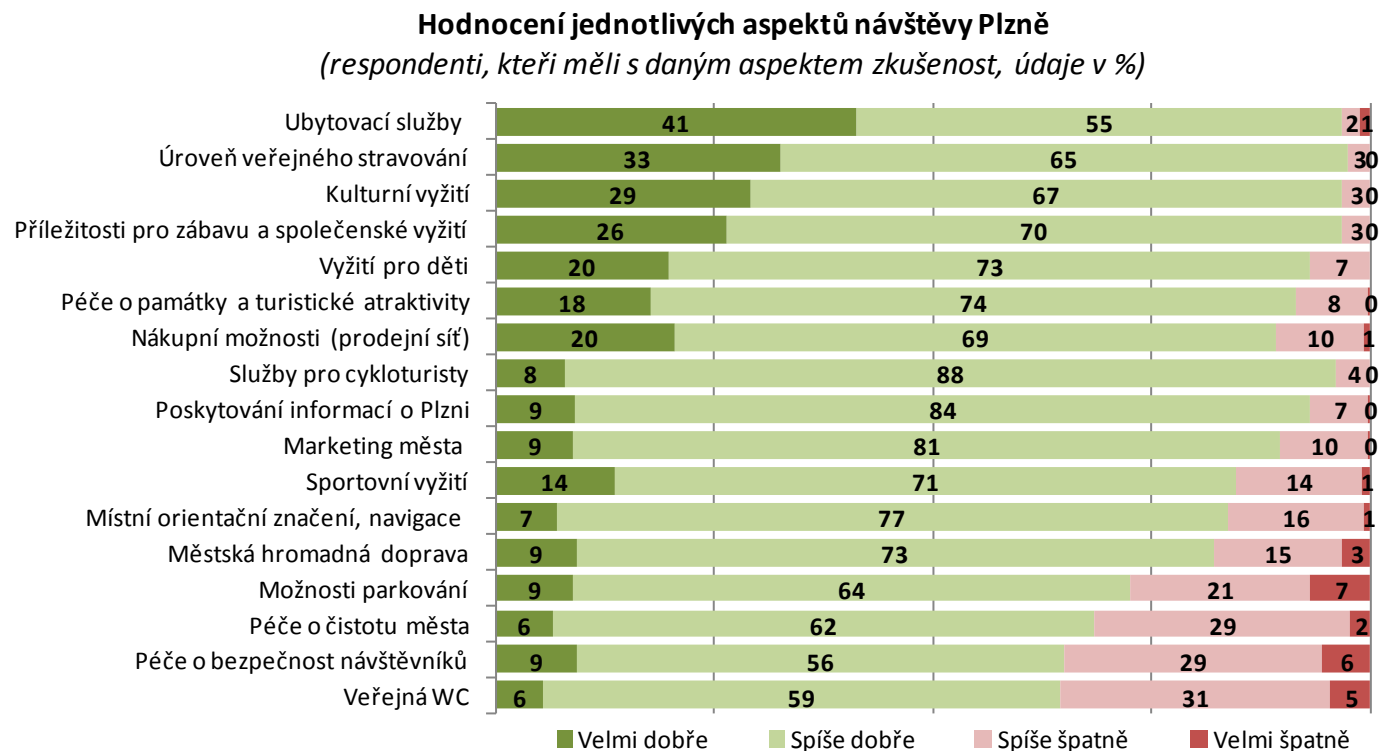


Téměř všichni návštěvníci jsou spokojeni (velmi nebo spíše) s návštěvou Plzně (99 %).

Nejintenzivnější spokojenost („velmi spokojen“) deklarují lidé starší 60 let (78 %) a lidé s vysokoškolským vzděláním (73 %).

Hodnocení návštěvy

Q15. Jak hodnotíte následující aspekty turistiky v městě Plzni?



Návštěvníci Plzně hodnotí všechny dílčí atributy své návštěvy převážně pozitivně.

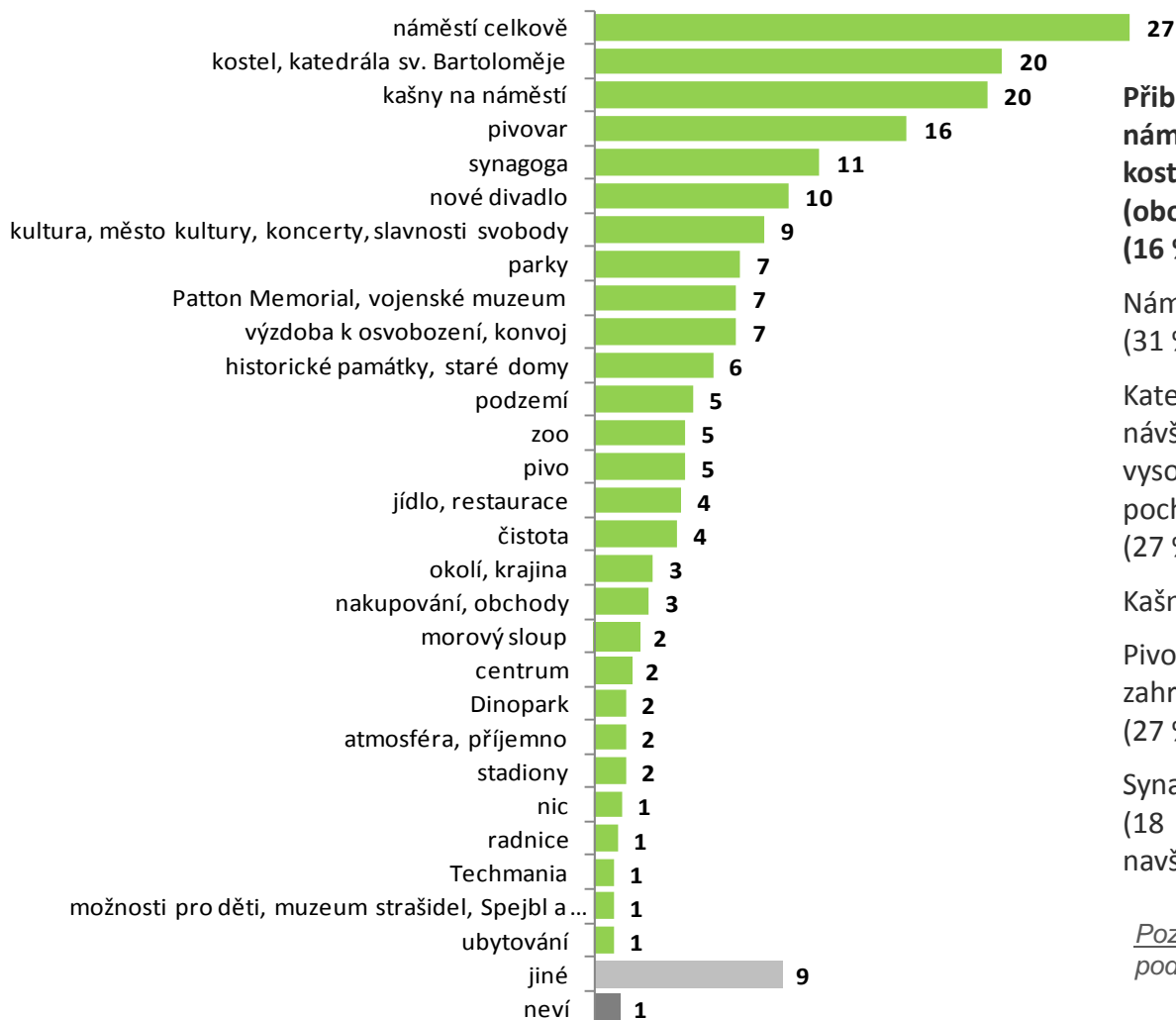
Lidé jsou nejvíce spokojeni s ubytovacími službami (96 %), úrovní veřejného stravování (98 %), možnostmi kulturního vyžití (96 %), s příležitostmi pro zábavu a společenské vyžití (96 %) a vyžitím pro děti (93 %).

Nejnižší spokojenost je s veřejnými WC (65 %), péčí o bezpečnost návštěvníků (65 %), s čistotou města (68 %) a možnostmi parkování (73 %). I v těchto oblastech nicméně převažuje spokojenost nad nespokojností.

Plzeňské klady

Q18b. Co se Vám v Plzni nejvíce líbí, co Vás nejvíce zaujalo?

Nejvíce se líbí... (n = 504, údaje v %)



Přibližně jeden návštěvník ze tří oceňuje plzeňské náměstí jako celek (27 %), často zmiňované jsou i kostel/katedrála sv. Bartoloměje a kašny na náměstí (obojí shodně 20 %). Návštěvníky zaujal také pivovar (16 %) a místní synagoga (11 %).

Náměstí oceňují spíše návštěvníci pocházející z ciziny (31 %), zejména pak ze Slovenska (40 %).

Katedrála sv. Bartoloměje nejvíce zaujala věkovou návštěvníky ve věku 45 let a více (celkem 61 %), dále vysokoškolsky vzdělané (29 %) a respondenty pocházející z ciziny (25 %), zejména pak z Německa (27 %).

Kašny častěji zmiňují návštěvníci ze Slovenska (29 %).

Pivovar více zaujal muže (20 %), návštěvníky ze zahraničí (27 %) a návštěvníky cestující organizovaně (27 %).

Synagogu oceňují spíše návštěvníci ve věku 45-59 let (18 %), ti, kteří přijeli z ciziny (15 %), a ti, kteří Plzeň navštívili v rámci organizované skupiny (17 %).

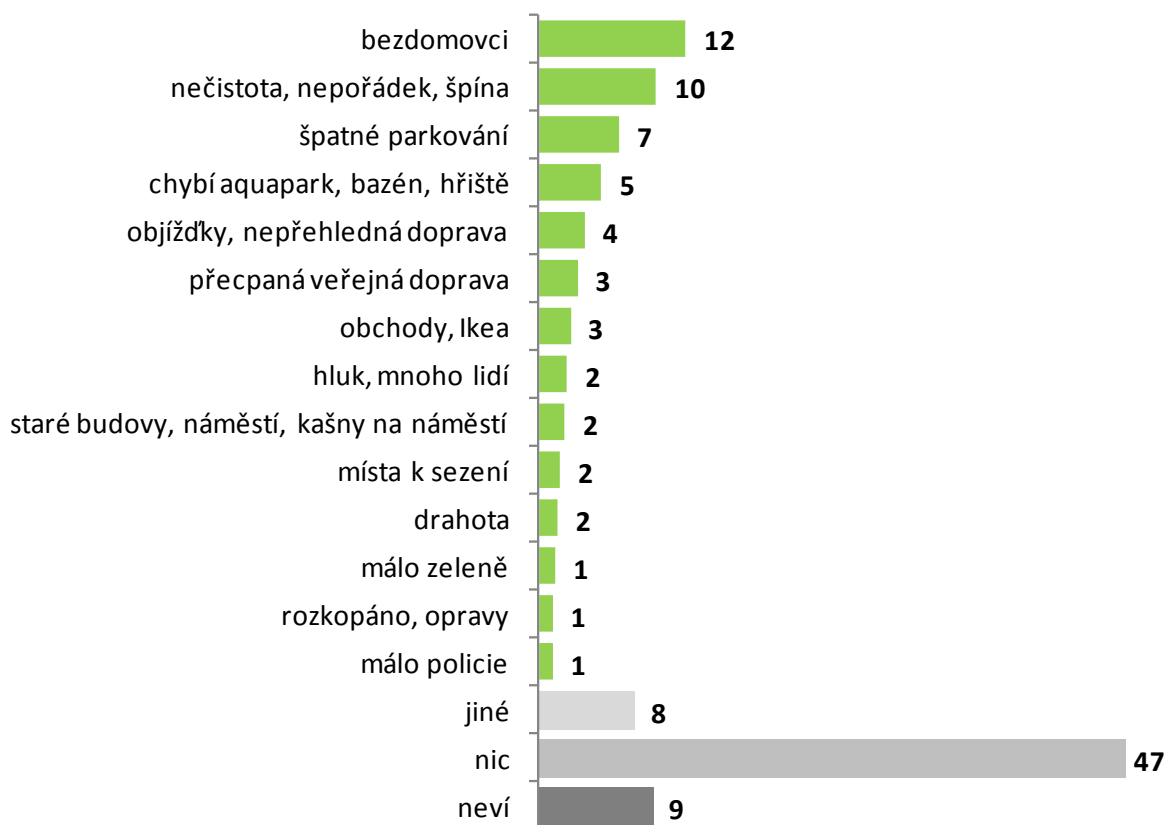
Pozn.: Do kategorie „jiné“ zařazeny i odpovědi s výskytem pod 1 %.

Plzeňské nedostatky

Q18a. Co Vám v Plzni nejvíce schází, co Vám vadí?

Nedostatky v Plzni

(n = 504, údaje v %)



Přibližně polovina respondentů (47 %) uvedla, že jim v Plzni nic nechybí a nevadí. Průměrně desetinu návštěvníků pak vadí bezdomovci (12 %) a s tím související nečistota, nepořádek a špína (10 %). Lidé si také častěji stěžují na špatné parkování (7 %) a absenci bazénu či hřiště (5 %).

Mezi návštěvníky, kteří neměli k Plzni žádné výtky, byli nejčastěji cizinci (55 %), ti, kteří přijeli do města s partnerem/partnerkou (54 %) a návštěvníci v rámci organizované skupiny (60 %).

Bezdomovci nejvíce vadí návštěvníkům, kteří do Plzně přijeli s rodinou s dětmi (23 %). Více také vadí ženám (15 %), lidem ve věku 30-44 let (16 %) a těm s trvalým bydlištěm na území ČR (17 %).

Nečistotu jako problém zmiňují respondenti napříč všemi kategoriemi věku, vzdělání atd.

Špatné parkování vadí zejména návštěvníkům z ČR (9 %).

Absence aquaparku a hřišť řadí mezi nedostatky nejčastěji návštěvníci z ČR a individuální cestovatelé (6 %).

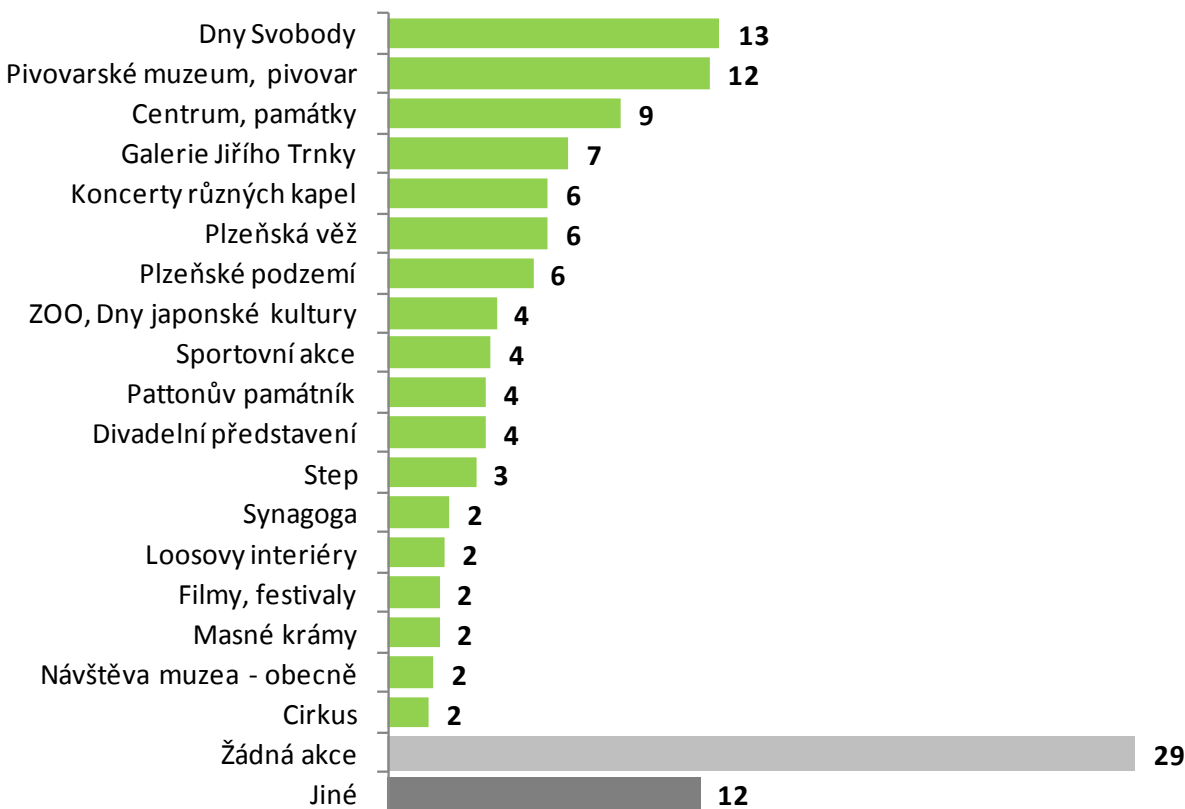
Pozn.: Do kategorie „jiné“ zařazeny i odpovědi s výskytem pod 1 %.

Akce v Plzni

Q20x. A navštívil/a jste nebo se chystáte navštívit nějakou akci v Plzni? Pokud ano, popište prosím, o jaké akce se jednalo.

Navštěvované plzeňské akce

(n = 504, údaje v %)



Téměř třetina návštěvníků v Plzni nenavštívila (ani neplánovala navštívit) konkrétní akci (29 %). Každý sedmý návštěvník se zúčastnil Dnů svobody (13 %), každý osmý pak zavítal do pivovarského muzea či pivovaru (12 %). Často navštěvované jsou pak památky a centrum (9 %) a Galerie Jiřího Trnky (7 %).

Bez konkrétní akce navštěvují Plzeň spíše individuální neorganizovaní návštěvníci (31 %) a zejména ti, kteří do města přijeli bez doprovodu (52 %).

Dnů svobody se účastní častěji lidé ve věku 60 a více let (22 %), vysokoškolsky vzdělaní (20 %) a jezdí na ně spíše lidé v doprovodu přátel a známých (18 %).

Návštěvníci pivovaru jsou nejčastěji ve věku 45-59 let (21 %), cizinci (17 %), zejména z Německa (19 %), a ti, co do Plzně většinou přijíždějí organizovaně (18 %).

Centrum a památky jako jednu z plzeňských akcí zmiňují spíše muži (12 %) a návštěvníci z ciziny (12 %).

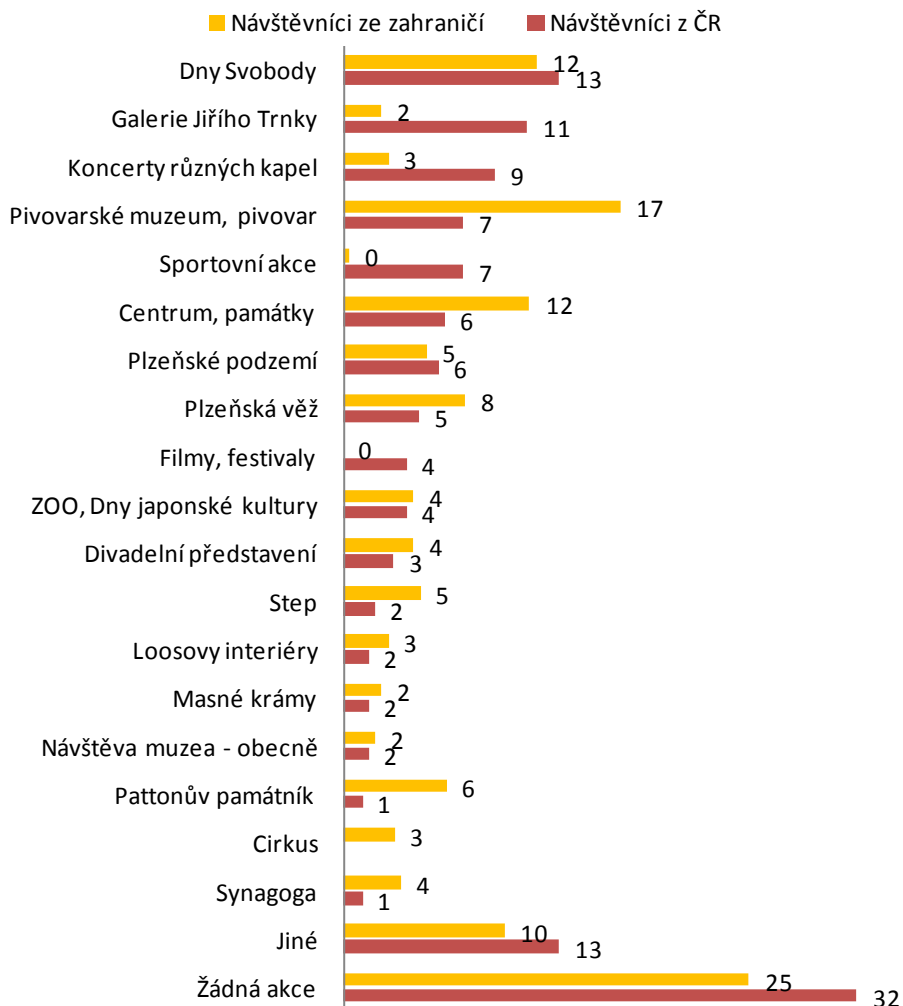
Do Galerie Jiřího Trnky pak zavítají hlavně Češi (11 %) a respondenti, kteří do Plzně přijeli s rodinou s dětmi (12 %).

Pozn.: Do kategorie „jiné“ zařazeny i odpovědi s výskytem pod 1 % - botanická zahrada.

Akce v Plzni

Q20x. A navštívil/a jste nebo se chystáte navštívit nějakou akci v Plzni? Pokud ano, popište prosím, o jaké akce se jednalo.

Navštěvované plzeňské akce - tříděno dle místa původu (n =504, údaje v %)

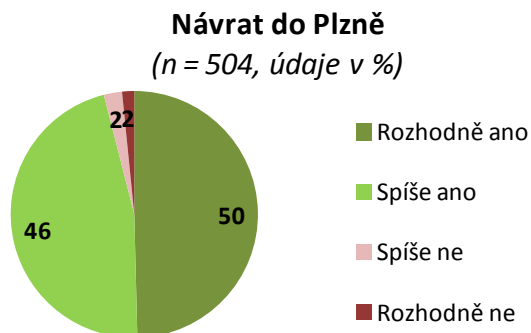


Návštěvníci **ze zahraničí** častěji navštěvují pivovarské muzeum, pivovar, centrum a památky.

Čeští návštěvníci zase častěji navštěvují galerii Jiřího Trnky, koncerty a sportovní akce.

Opakovaná návštěva Plzně

Q22. *Hodláte se do Plzně opět vrátit?*



Valná většina návštěvníků města se hodlá do Plzně vrátit (96 %). Rozhodně je o svém návratu do Plzně přesvědčena polovina dotázaných (50 %).

Do Plzně se chtějí „určitě“ vrátit častěji návštěvníci z ČR (67 %) než návštěvníci ze zahraničí (32 %).

Do Plzně se chtějí také určitě vrátit častěji lidé, kteří cestují s rodinou a dětmi (62 %).

Dotazník

Dotazník

150005-1 Květen 2015

ZAČÁTEK ROZHOVORU (HODINY, MINUTY)

ID TAZATELE

Dobrý den, jsem tazatelem společnosti ppm factum research a provádím výzkum veřejného mínění zaměřený na turismus v Plzni. Rád/a bych Vám v této souvislosti položil/a několik otázek. Všechny údaje, které mi poskytnete, budou naprosto důvěrné a v konečném zpracování anonymní.

SCR1. Nejprve bych si rád/a ověřil/a, zda jste osoba, se kterou mám provést rozhovor. Bydlíte nebo pracujete nebo studujete v Plzni nebo v okruhu cca. 15 km okolo Plzně?

Ano	→ UKONČETE ROZHOVOR A VYHLEDEJTE DALŠÍHO RESPONDENTA	1	
Ne	→ POKRAČUJTE V ROZHOVORU	2	

SCR2. V jaké zemi máte trvalé bydliště? SCR2a. A kde přesně bydlíte?

SCR2. ZEMĚ	SCR2a. SPECIFIKACE	
Česká republika	1	Okres (vypíšte)
Jiná země	2	Země (vypíšte)

POUZE POKUD RESPONDENT UVEDL, ŽE BYDLÍ V NĚMECKU

SCR3. V jaké spolkové zemi v Německu bydlíte?

Baden-Württemberg	1	
Bayern	2	
Berlin	3	
Brandenburg	4	
Bremen	5	
Hamburg	6	
Hessen	7	
Mecklenburg-Vorpommern	8	
Niedersachsen	9	
Nordrhein-Westfalen	10	
Rheinland-Pfalz	11	
Saarland	12	
Sachsen	13	
Sachsen-Anhalt	14	
Schleswig-Holstein	15	
Thüringen	16	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	99	

Q1. Už jste někdy navštívil/a Plzeň?

Ne, jsem tu poprvé	1	
Ano, byl/a jsem zde 1 až 3krát	2	
Ano, byl/a jsem zde už vícekrát	3	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q1x. Jak jste do Plzně přijel?

Autem, na motocyklu	1	
Autobusem (nepatří sem MHD)	2	
Vlakem	4	
Jinak, prosím uveďte jakým:.. VYPIŠTE	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q2. Přijel/a jste do Plzně:

Jako individuální návštěvník	1	
S organizovanou skupinou návštěvníků (např. se zájezdem)	2	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q3. S kým jste sem přijel/a? Máme na mysli osoby, které Vás přímo doprovází, nemyslíme další účastníky zájezdu.

Sám / sama	1	
S partnerem, partnerkou	2	
S přáteli, známými apod.	3	
S rodinou s dětmi	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q4. Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?

Do 6 hodin	1	
1 celý den	2	
Více dní. VYPIŠTE KOLIK.....	3	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

FILTR: NA Q5 JEN POKUD Q4=3

Q5. V případě vícedenního pobytu prosím uveďte, kolik nocí strávíte v Plzni strávil/a a v jakém typu ubytovacího zařízení?

ZAPIŠTE POČET NOCÍ, NIKOLIV DNI		
V hotelu, motelu či penzionu	1	
V kempu	2	
V jiném hromadném ubytovacím zařízení (lázně, chata, tur. ubytovna, kolej)	3	
V placeném ubytování v soukromí (zimmer frei)	4	
V neplaceném ubytování (u známých, příbuzných)	5	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q6. Specifikujte prosím, kolik osob tvoří Vaši skupinu – máme tím na mysli, všechny osoby, které mají společné vřadaje (např. rodina, přátelé apod.).

VYPIŠTE POČET.....

Q6X. A nyní se prosím zamyslete nad tím, kolik tato „společně hospodařící jednotka“ za pobyt v Plzni již utratila a také utratíte po celou dobu pobytu na území Plzně?

Zapište nejprve měnu, ve které budete částky uvádět:

EUR			
CZK			
USD			
GBP			
Za stravování			
Za ubytování			
Za vstupné			
Za nákupy			
Ostatní			
NÁKLADY CELKEM			

Q7. Jak se pohybujete po Plzni? Uveďte prosím všechny způsoby dopravy, které jste alespoň 1x využili/a.

Pěšky	1	
Taxi službou	2	
MHD	3	
Vlastním dopravním prostředkem	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q8. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň? Zkuste mi prosím říct 3 věci, které si asociujete s Plzní.

SPONTÁNNÍ ODPOVĚĎ. POBÍZEJTE RESPONDENTA: „CO JEŠTĚ SI S PLZNÍ V OBLASTI TURISMU SPOJUJETE?“

a.	<input type="text"/>
b.	<input type="text"/>
c.	<input type="text"/>

Q19. Víte, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015?

Ano	1	
Ne	2	

Dotazník

Q9. Zaznamenal/a jste před svým příjezdem nějakou reklamu/upoutávku na Plzeň? Pokud ano, jakou?

Upoutávka / propagace v tisku	1	
Upoutávka / propagace v rádiu	2	
Venkovní upoutávka / propagace	3	
Upoutávka / propagace na internetu	4	
TV Upoutávka / propagace	5	
Letáky, prospekty	6	
Jinou upoutávku (Vypište:)	<input type="text"/>	
Nezaznamenal/a jsem žádný typ reklamy	7	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q11. Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?
Q12. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

PRO Q11 JEDNA MOŽNÁ ODPOVĚDĚ, PRO Q12 VÍCE MOŽNÝCH ODPOVĚDÍ	Q11. Hlavní důvod	Q12. Ostatní důvody
Návštěva akcí EHMK	1	1
Paměťihodnosti, poznání / vzdělání	2	2
Rekreace, sport, zábava	3	3
Návštěva příbuzných anebo známých	4	4
Nákupy	5	5
Pracovní/ služební cesta	6	6
Tranzit	7	7
Jiný důvod, prosím specifikujte: VYPIŠTE:.....	8	8
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	99	99

Q14. Jak jste celkově spokojen/a s návštěvou Plzně?

Velmi spokojen/a	1	
Spíše spokojen/a	2	
Spíše nespokojen/a	3	
Velmi nespokojen/a	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q15. Jak hodnotíte následující aspekty turistiky v městě Plzni?

PŘEDLOŽTE KARTU Q15 POSTUPNĚ PŘEDČÍTEJTE JEDNOTLIVĚ OBLASTI

	VELMI DOBRĚ 1	SPÍŠE DOBRĚ 2	SPÍŠE ŠPATNĚ 3	VELMI ŠPATNĚ 4	NEUMIM POSODIT 9	
Služby v Plzni	a. Ubytovací služby (pokud jste zde ubytován/a)	1	2	3	4	9
	b. Úroveň veřejného stravování	1	2	3	4	9
	c. Možnosti parkování	1	2	3	4	9
Infrastruktura Plzně	d. Městská hromadná doprava	1	2	3	4	9
	e. Služby pro cykloturisty	1	2	3	4	9
	f. Veřejná WC	1	2	3	4	9
Vybavenost Plzně	g. Kulturní vyžití	1	2	3	4	9
	h. Sportovní vyžití	1	2	3	4	9
	i. Nákupní možnosti (prodejní síť)	1	2	3	4	9
	j. Příležitosti pro zábavu a společenské vyžití	1	2	3	4	9
	k. Vyžití pro děti	1	2	3	4	9
Péče o rozvoj cestovního ruchu v Plzni	l. Poskytování informací o Plzni	1	2	3	4	9
	m. Místní orientační značení, navigace (směrovky, tabule)	1	2	3	4	9
	n. Marketing města (propagace)	1	2	3	4	9
	o. Péče o památky a turistické atraktivitu	1	2	3	4	9
	p. Péče o čistotu města	1	2	3	4	9
	q. Péče o bezpečnost návštěvníků	1	2	3	4	9

Q16. Navštívil/a jste v Plzni Turistické informační centrum (TIC)? Nemáme na mysli „meeting point“, tedy samostatně stojící stánek na náměstí Republiky.

Ano	POKRAČUJETE NA Q17	1	
Ne	POKRAČUJTE NA Q18A	2	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	POKRAČUJETE NA Q18A	9	

FILTR: JEN TI, CO TIC NAVŠTÍVILI (Q16=1)

Q17. Jak hodnotíte služby Turistického informačního centra?

PŘEDLOŽTE KARTU Q15 POSTUPNĚ PŘEDČÍTEJTE JEDNOTLIVĚ OBLASTI

	VELMI DOBRĚ 1	SPÍŠE DOBRĚ 2	SPÍŠE ŠPATNĚ 3	VELMI ŠPATNĚ 4	NEUMIM POSODIT 9
a. Celková spokojenost s TIC	1	2	3	4	9
b. Ochota zaměstnanců	1	2	3	4	9
c. Poskytované materiály	1	2	3	4	9

ODPOVÍDAJÍ VŠICHNI!

Q18a. Co Vám v Plzni nejvíce schází, co Vám vadí?

SPONTÁNNÍ ODPOVĚD. NEPŘIPOUŠTĚJTE VYHÝBAVÉ ODPOVĚDI. POBÍZEJTE RESPONDENTA: „CO JEŠTĚ VÁM VADÍ?“

a.	<input type="text"/>
b.	<input type="text"/>
c.	<input type="text"/>

Q18b. Co se Vám v Plzni nejvíce líbí, co Vás nejvíce zaujalo?

SPONTÁNNÍ ODPOVĚD. NEPŘIPOUŠTĚJTE VYHÝBAVÉ ODPOVĚDI. POBÍZEJTE RESPONDENTA: „CO JEŠTĚ SE VÁM LÍBÍ?“

a.	<input type="text"/>
b.	<input type="text"/>
c.	<input type="text"/>

Q20x. A navštívil/a jste nebo se chystáte navštívit nějakou akci v Plzni? Pokud ano, popište prosím, o jaké akce se jednalo.

SPONTÁNNÍ ODPOVĚD. VYPISUJTE PŘESNÉ NÁZVY, NENÍ MOŽNÉ UVĚST POUZE „KONCERT“ NEBO „VÝSTAVA“ BEZ DALŠÍ SPECIFIKACE.

a.	<input type="text"/>
b.	<input type="text"/>
c.	<input type="text"/>

Q22. A poslední otázka. Hodláte se do Plzně opět vrátit?

Rozhodně ano	1	
Spíše ano	2	
Spíše ne	3	
Rozhodně ne	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

D1. Kolik je Vám let?

.....	<input type="text"/>	<input type="text"/>
-------	----------------------	----------------------

D2. Jaké je Vaše vzdělání?

Základní	1	
Střední bez maturity, vyučení	2	
Střední, s maturitou	3	
Vysokoškolské	4	

Dotazník

NEODPOVĚDĚL/A	9	
---------------	---	--

D3. DOTÁZANÝ JE:

MUŽ	1	
ŽENA	2	

D4. OBLAST DOTAZOVÁNÍ (VYPIŠTE, KDE ROZHOVOR PROBÍHAL. BUĎ ULICI, VE KTERÉ JSTE RESPONDENTA ZASTIHLI, NEBO NĚJAK DEFINOVANOU OBLAST – NAPŘ. OKOLÍ HOTELU CENTRAL APOD.)

.....		
-------	--	--

Nakonec Vás chci požádat, abyste mi sdělil(a) své jméno a adresu. Firma PPM FACTUM RESEARCH je potřebe znát pro možnost namátkové kontroly mé práce. Jména a adresy dotázaných zapisují do zvláštního formuláře a jsou jinde než vyplněné dotazníky. Adresy se využívají jen pro kontroly a nebudou nikdy použity pro jiné účely. Pokud souhlasíte s uvedením svých údajů, poprosím Vás o podpis. V dohledné době můžete dostat poštou kontrolní lístek. Prosím, odpovězte na něj, je to poměrně jednoduché.

VYPLŇTE ADRESU DO ZPRÁVY O PRŮBĚHU DOTAZOVÁNÍ.

To je vše, jménem firmy ppm factum research Vám děkuji za rozhovor.

POTVRZUJI, ŽE JSEM ROZHOVOR PROVEDL(A) PŘESNĚ PODLE POKYNŮ FIRMY PPM FACTUM RESEARCH .

JMÉNO TAZATELE: PODPIS:

KONEC ROZHOVORU
(HODINY, MINUTY)

--	--	--	--	--

ID TAZATELE

--	--	--	--	--	--

DATUM DOTAZOVÁNÍ
(DEN, MĚSÍC)

				2	0	1	5
--	--	--	--	---	---	---	---

ID KODÉRA

--	--	--	--	--	--

Připravila společnost ppm factum research

PhDr. František Bartoš, Ph.D.

ppm factum research s.r.o.

Office Park Nové Butovice / A

Bucharova 1281/2, 158 00 Praha 13

Tel.: +420 233 111 005

Fax: +420 233 111 002

e-mail: bartos@ppmfactum.cz

www.factum.cz



Firma je zapsána v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 13338,
datum zápisu: 6. října 1992. IČO 47121793, DIČ CZ47121793