



Turismus v Plzni

Závěrečná zpráva z TŘETÍ VLNY šetření návštěvníků města

Plzeň - TURISMUS, příspěvková organizace

21. 10. 2015

Hlavní zjištění

Hlavní zjištění

Struktura návštěvníků Plzně

- V třetí vlně výzkumu (srpen – září 2015) tvoří polovinu vzorku návštěvníků Plzně Češi (51 %), 26 % Němci, 13 % Slováci a 10 % návštěvníci z jiných zemí.

Způsob návštěvy města Plzně

- Více než polovina turistů (56 %) navštívila Plzeň **poprvé**. Více než čtvrtina návštěvníků (26 %) pak přijela do Plzně **opakovaně (4krát a více)**.
- Téměř dvě třetiny dotázaných (63 %) přijely do Plzně **autem nebo motocyklem**. **Autobusem** přijela necelá třetina lidí (30 %).
- Většina návštěvníků (74 %) přijela do města **individuálně**. S **organizovaným** zájezdem do Plzně přijíždí více než čtvrtina návštěvníků (26 %).
- Necelá polovina respondentů (48 %) přijela do Plzně s **partnerem anebo s partnerkou**. S **rodinou a dětmi** přijel každý čtvrtý (24 %). Pětina návštěvníků (20 %) přijela s **přáteli anebo známými** a přibližně každý desátý respondent přijel **sám (8 %)**.
- Po městě se turisté nejčastěji pohybují **vlastním dopravním prostředkem** (67 %) anebo **pěšky** (48 %). **Hromadnou dopravu** využívá jen asi každý sedmý návštěvník (13 %).

Délka pobytu a útraty

- Více jak polovina návštěvníků Plzně (52 %) ve městě **strávila více než jeden den**. Alespoň jeden celý den v Plzni strávil každý třetí návštěvník (35 %), jen půlden 12 % dotázaných.
- Návštěvníci Plzně, kteří zde přespí, stráví ve městě v průměru **3,7 dní**.
- Největší podíl návštěvníků bydlí v **hotelech (70 %)**. Lidé také často navštěvují **známé anebo příbuzné** a přespávají tak u nich (23%).
- Plzeň lidé navštěvují nejčastěji **ve dvojicích** (50 %) anebo **sami** (24 %).
- Lidé, kteří v Plzni utratí nějaké peníze, v průměru za **pobyt** utratí 2497 Kč. Nejvíc lidí v průměru utratí za ubytování (1751 Kč), nákupy (846 Kč) a stravu (601 Kč). Za vstupné (do muzeí, na kulturní akce atd.) utratí v průměru 437 Kč.
- Během svého pobytu utratí **nejvíce peněz** obyvatelé Německa – v průměru 4062 Kč a Slovenska (3266 Kč).

Hlavní zjištění

Povědomí o Plzni a zdroje informací

- **Pivo a pivní festival** je symbolem Plzně pro sedm z deseti návštěvníků (71 %). Dalšími často zmiňovanými prvky jsou **Evropské hlavní město kultury** (16 %), **Škoda** (10 %), **sport** (6 %), **katedrála sv. Bartoloměje** (oboje 6 %). Přibližně sedmina lidí ale neví, co si ve spojitosti s městem vybavit (13 %).
- O tom, že Plzeň je **Evropským hlavním městem kultury** pro rok 2015, ví 66 % dotázaných.
- Před cestou do Plzně zaznamenala **upoutávku** na město necelá polovina dotázaných (45 %). Nejčastěji se k nim upoutávka dostala přes **internet** (33 %) nebo si jí všimli venku (9 %) anebo slyšeli v **rádiu** (5 %).
- **Turistické informační** centrum v Plzni navštívila zhruba čtvrtina návštěvníků města (26 %). Všechny ze sledovaných služeb TIC jsou hodnoceny kladně.

Důvody a hodnocení návštěvy Plzně

- Nejčastěji jmenovaným důvodem cesty do Plzně je **návštěva pamětihodností**, na druhém místě je **rekreace a sport**.
- Téměř všichni návštěvníci jsou s **návštěvou Plzně spokojeni** (velmi nebo spíše) (99 %).
- Návštěvníci Plzně hodnotí všechny dílčí atributy své návštěvy převážně pozitivně. Nejspokojenější jsou s **ubytovacími službami**, příležitostmi pro **zábavu a společenské vyžití**, s **kulturním vyžitím**, s **úrovní veřejného stravování** a s vyžitím pro děti.
- Naopak nejnižší spokojenost je deklarována s **MHD** (66 %) a **možnostmi parkování** (77 %). Ve všech těchto oblastech nicméně stále převažuje spokojenost nad nespokojností.
- Nejvíce návštěvníky Plzně zaujala **katedrála sv. Bartoloměje** (60 %). Velice se líbí také **pivovar** (23 %). Zhruba pětina také zmiňuje **kašny na náměstí** (18 %). Návštěvníci také zmiňují **synagogu** (16 %).
- Více jak polovina návštěvníků nemá k Plzni **žádné výhrady** (56 %). Z výtek jsou pak nejpálčivějším tématem **bezdomovci** (11 %). Jako výraznější nedostatek je dále zmiňována **absence aquaparku, bazénu, hřiště** (9 %), **objížďky a nepřehledná doprava** (8 %) a **nečistota, nepořádek, špína** (7 %).
- V návštěvnosti plzeňských akcí jednoznačně vede **pivovarské muzeum** (31 %). Hojně navštěvované byli i **Akce Obří loutky** (15 %), **plzeňská věž** (14 %), **centrum** (14 %) a **Synagoga** (14 %).
- Naprostá většina návštěvníků se do Plzně **chystá** někdy **vrátit** (96 %).



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.

Celkem jsou naplánované čtyři fáze výzkumu. Tato zpráva popisuje výsledky třetí fáze šetření, která probíhala v měsících srpnu a září 2015. 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=264, návštěvníci z ciziny: n=258</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, DEPO, Zimní stadion atd.)
Způsob sběru dat	Osobní dotazování s pomocí papírových dotazníků (PAPI)
Dotazník	Přibližně 15 minut
Termín sběru dat	13. 8. – 20. 9. 2015

Výběrové body a struktura vzorku

Oblast dotazování	Počet rozhovorů	% rozhovorů
náměstí republiky, okolí sv. Bartoloměje	136	26,1
Riegrova, hotel Central	92	17,6
Náražní ulice, hotel Angelo, hotel Astory	32	6,1
Křížíkovy / Šafaříkovy sady	58	11,1
Šafaříkovy sady, hotel Rous, hotel Enjoy Inn, hotel Continental	25	4,8
Smetanovy sady, hotel Slovan	32	6,1
Veslavínova, hotel Marriott	16	3,1
Mlýnská strouha, Pražská, hotel Gondola, hotel U Zvonu	32	6,1
Budilova, hotel Best Western, hotel Plzeň	16	3,1
Techmania, Borská ulice	8	1,5
Nové divadlo, Sady 35/Solná	50	9,6
Zimní stadion	25	4,8
CELKEM	522	100,0

Struktura vzorku		n=264	%
Kraj	Praha	44	16,7
	Středočeský	27	10,2
	Jihočeský	18	6,8
	Plzeňský	100	37,9
	Karlovarský	34	12,9
	Ústecký	12	4,5
	Liberecký	3	1,1
	Královéhradecký	8	3,0
	Vysočina	2	,8
	Jiný	16	6,1

Struktura vzorku		n=522	%
Věk	do 29 let	89	17,0
	30-44 let	209	40,0
	45-59 let	140	26,8
	60 let a více	84	16,1
Vzdělání	Základní	4	,8
	Střední bez maturity, vyučení	92	17,6
	Střední, s maturitou	357	68,4
	Vysokoškolské	69	13,2
Pohlaví	Muž	242	46,4
	Žena	280	53,6
V jaké zemi máte trvalé bydliště?	Česká republika	264	50,6
	Německo	136	26,1
	Slovensko	69	13,2
	Jiná země...	53	10,2

Struktura vzorku		n=136	%
Spolkové země v Německu	Bayern	31	22,8
	Berlin	22	16,2
	Brandenburg	16	11,8
	Hamburg	14	10,3
	Ostatní spolkové země	53	38,9

Mezi **další země**, ze kterých cizinci častěji pocházeli, patří: Polsko (n=16), Velká Británie (n=8), Rusko (n=7), Ukrajina (n=6), Vietnam (n=4).

Struktura vzorku

Místo bydliště návštěvníků z ČR	Počet rozhovorů	% rozhovorů
Plzeň-sever	26	9,8
Plzeň-jih	35	13,3
Rokycany	6	2,3
Klatovy	15	5,7
Domažlice	7	2,7
Tachov	11	4,2
Cheb	11	4,2
Karlovy Vary	19	7,2
Sokolov	4	1,5
Beroun	6	2,3
Příbram	2	,8
Písek	7	2,7
Chomutov	4	1,5
Louny	1	0,4
Rakovník	4	1,5
Pelhřimov	1	0,4
Prachatice	2	0,8
Tábor	2	0,8
České Budějovice	2	0,8
Strakonice	4	1,5
Benešov	1	0,4
Brno-město	5	1,9
Hradec Králové	3	1,1
Jičín	2	0,8
Jihlava	2	0,8
Kladno	9	3,4
Kolín	3	1,1
Liberec	3	1,1
Most	6	2,3
Olomouc	2	0,8
Ostrava-město	1	0,4
Pardubice	2	0,8
Praha	44	16,7
Svitavy	1	0,4
Trutnov	3	1,1
Ústí nad Labem	1	0,4

Místo bydliště návštěvníků z ČR	Počet rozhovorů	% rozhovorů
Zlín	2	0,8
Kutná Hora	1	0,4
Mělník	1	0,4
Hodonín	2	0,8
Šumperk	1	0,4
CELKEM	264	100

**Detailní
analýza**



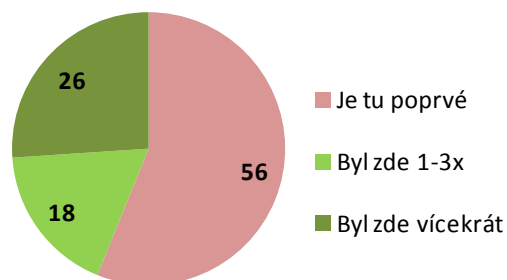
Způsob návštěvy města Plzně

Způsob návštěvy Plzně

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

Frekvence návštěv Plzně

(n=522, údaje v %)



Více než polovina turistů (56 %) navštívila Plzeň poprvé. Více než čtvrtina návštěvníků (26 %) pak přijela do Plzně opakovaně (4krát a více).

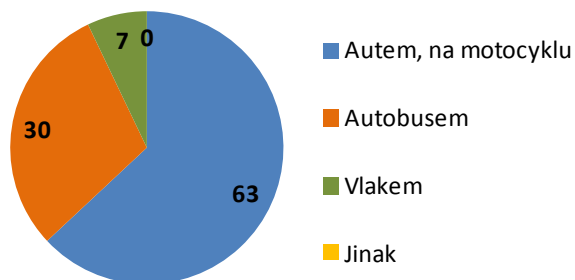
Svou první návštěvu Plzně absolvovali častěji návštěvníci ze zahraničí (76 %), v rámci organizované skupiny (83 %) a lidé v doprovodu přátel a známých (66 %). Častěji to také byli lidé starší 45 let (68 %).

Jednu až tři návštěvy Plzně více uváděli lidé přijíždějící z Prahy (39 %).

Vícekrát do Plzně jezdí Češi (43 %), lidé, kteří cestují bez doprovodu (42 %) a ne v rámci organizovaného zájezdu (34 %).

Doprava do Plzně

(n=522, údaje v %)



Téměř dvě třetiny dotázaných (63 %) přijely do Plzně autem nebo motocyklem. Autobusem přijela necelá třetina lidí (30 %).

Automobil či motocykl ke své cestě využily nejčastěji rodiny s dětmi (90 %), obyvatelé ČR (81 %) a lidé, kteří cestují bez cestovní kanceláře (83 %). Pro svou cestu do Plzně ho také častěji zvolili lidé z Jihočeského (94 %), Ústeckého (92 %) a Plzeňského kraje (89 %).

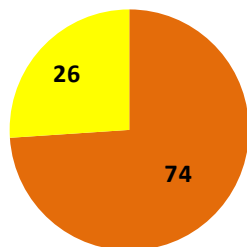
Autobusem cestují nejčastěji lidé účastníci se organizovaného zájezdu (90 %) a návštěvníci cestující v doprovodu přátel či známých (50 %). Využívají ho také více cizinci (51 %) a starší lidé, kterým je 60 a více let (48 %).

Vlak pro svou cestu volí obecně Češi (10 %) a ti, kteří do Plzně přijíždějí „po vlastní ose“, individuálně (9 %).

Spolucestující

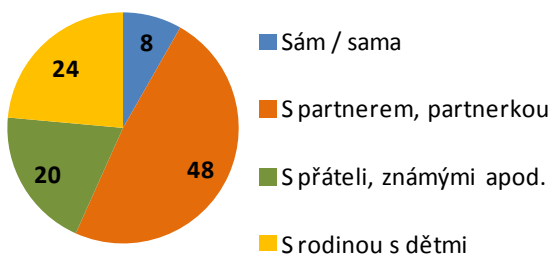
Q2. Přijel/a jste do Plzně: Q3. S kým jste sem přijel/a?

Forma návštěvy
(n=522, údaje v %)



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

Rozdělení do skupin
(n=522, údaje v %)



Většina návštěvníků (74 %) přijela do města individuálně. S organizovaným zájezdem do Plzně přijíždí více než čtvrtina návštěvníků (26 %), což je poměrně vysoký podíl.

Individuálně se do Plzně častěji vypravují tuzemští turisté (96 %) a mladší lidé, ve věku do 44 let (82 %). Co se týká doprovodu, vlastní organizaci cesty upřednostňují cestovatelé-solitéři (bez doprovodu) (95 %) a rodiny s dětmi (95 %).

Naopak zájezdů častěji využívají starší generace, a to věková kategorie starších 60 let (44 %). S organizovanou skupinou také častěji přijíždějí cizinci (48 %), zejména Němci (56 %), a lidé v doprovodu přátel a známých (55 %).

Necelá polovina respondentů (48 %) přijela do Plzně s partnerem anebo s partnerkou. S rodinou a dětmi přijel každý čtvrtý (24 %). Pětina návštěvníků (20 %) přijela s přáteli anebo známými a přibližně každý desátý respondent přijel sám (8 %).

S partnerem nebo s partnerkou cestují častěji lidé starší 60 let (63 %).

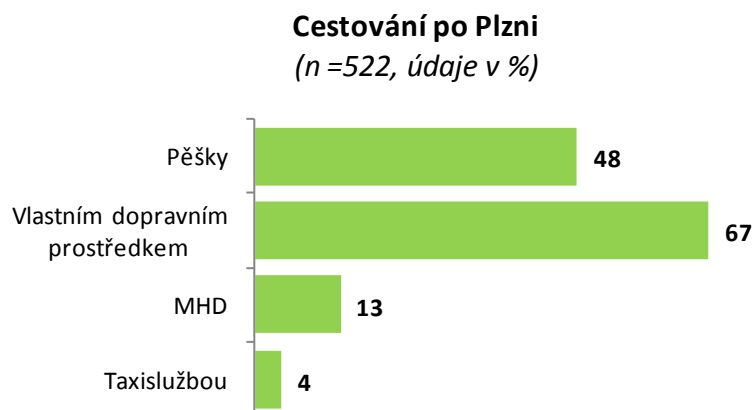
S přáteli a známými si město užívají spíše muži (27 %), cizinci (26 %), zejména Němci (28 %). Skupiny přátel také častěji do Plzně přijíždějí organizovaně (42 %).

Sami cestují častěji obyvatelé Plzeňského kraje (19 %).

S rodinou a dětmi cestují častěji lidé ve věku 30-44 let (40 %), ženy (34 %) a obecně Češi (31 %).

Cestování po Plzni

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



Po městě se turisté nejčastěji pohybují vlastním dopravním prostředkem (67 %) anebo pěšky (48 %). Hromadnou dopravu využívá jen asi každý sedmý návštěvník (13 %).

Vlastní dopravní prostředek pak častěji používají lidé s rodinou a dětmi (92 %) a respondenti ve věku 60 let a více (79 %). Častěji ho uváděli také návštěvníci z Německa (77 %) a tuzemští z Ústeckého kraje (100 %), Jihočeského kraje (94 %) a Středočeského kraje (85 %).

Pěšky chodí častěji mladí lidé do 29 let (61 %), dále cizinci (68 %) a turisté přijíždějící z Prahy (77 %).

MHD se častěji svezou obyvatelé Plzeňského kraje (25 %) – možným důvodem by mohla být např. cena předplacené jízdenky. Dále hromadnou dopravu využívají častěji Slováci (25 %), návštěvníci, kteří do města přijeli bez doprovodu (40 %), a mladí do 29 let (33 %).

Taxislužbu využívají více cizinci (7 % z nich).

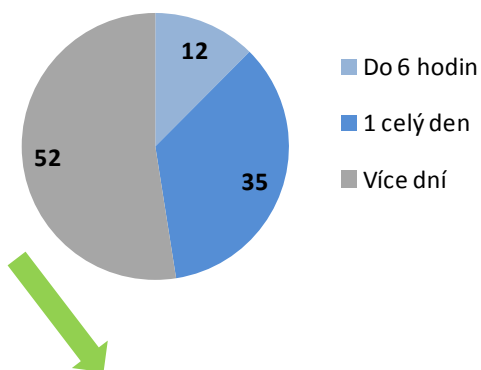


Délka pobytu a útraty

Délka pobytu v Plzni

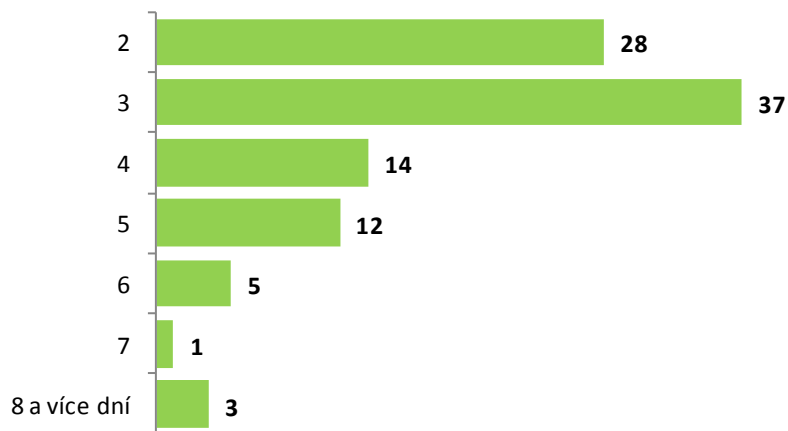
Q4. Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?

Doba pobytu
(n=522, údaje v %)



Počet dnů strávených v Plzni

(n=274, lidé, kteří v Plzni stráví více dní, údaje v %)



Více jak polovina návštěvníků Plzně (52 %) ve městě strávila více než jeden den. Alespoň jeden celý den v Plzni strávil každý třetí návštěvník (35 %), jen půlden 12 % dotázaných.

Na půldenní návštěvu Plzně přijíždí častěji obyvatelé Plzeňského kraje (53 %), ti, kteří cestují sami (37 %), a čeští návštěvníci (23 %).

Jeden celý den stráví v Plzni častěji návštěvníci z Prahy (86 %), Středočeského kraje (67 %) a Karlovarského kraje (65 %).

Více nocí stráví v Plzni častěji návštěvníci ze Slovenska (84 %) a obyvatelé ze vzdálenějších zemí (81 %). Jsou to také častěji lidé cestující organizovaně (79 %).

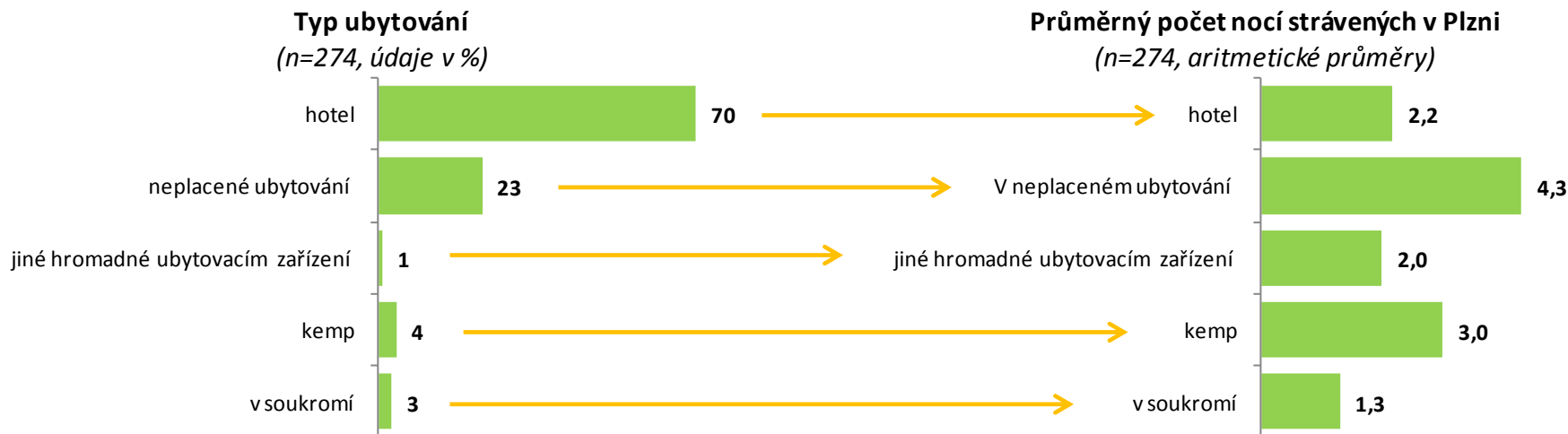
Návštěvníci Plzně, kteří zde přespí, stráví ve městě v průměru 3,7 dní.

Nejtypičtější výlet do Plzně nicméně vypadá tak, že návštěvníci ve městě stráví 2 až 3 dny (66 %).

Nejvíce dní stráví v Plzni návštěvníci ze vzdálenějších zemí (v průměru 5,4 dní). Návštěvníci z Německa (v průměru 3 dny), Slovenska (v průměru 3,7 dny) a ČR (v průměru 3,4 dny) se od sebe v průměru příliš neliší.

Ubytování

Q5. Kde jste v Plzni ubytován/a?



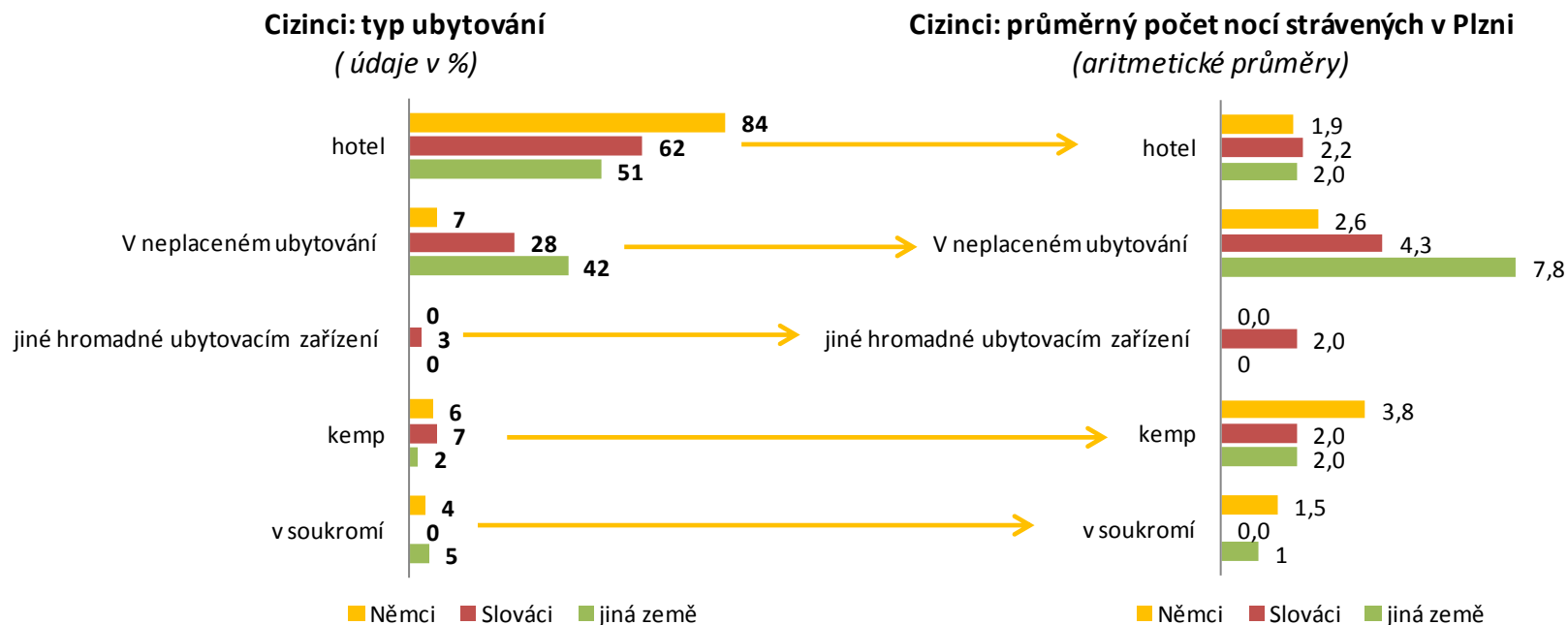
Největší podíl návštěvníků bydlí v hotelech (70 %). Lidé také často navštěvují známé anebo příbuzné a přespávají tak u nich (23 %).

Nejvíce nocí v Plzni stráví lidé, kteří bydlí buď v neplaceném ubytování (v průměru 4,3 noci) anebo v hotelech a penzionech (v průměru 2,2 noci). Šetření zachytilo i respondenty, kteří v průměru strávili více nocí v kempu, vzhledem k jejich malému podílu (4 %) se nicméně jedná spíše o specifickou skupinu turistů.

Méně nocí stráví v Plzni lidé, kteří bydlí u někoho v soukromí (v průměru 1,3 noci).

Cizinci: ubytování

Q5. Kde jste v Plzni ubytován/a?



Návštěvníci z **Německa** byli nejčastěji ubytováni v hotelu (84 %) anebo v neplaceném ubytování (7 %). V hotelu strávili v průměru 1,9 noci, v neplaceném ubytování strávili v průměru 2,6 noci.

Stejně tak i návštěvníci ze **Slovenska** bydleli nejčastěji v hotelu (62 %) nebo neplaceném ubytování (28 %). V neplaceném ubytování strávili v průměru 4,3 noci, v hotelu 2,2 noci.

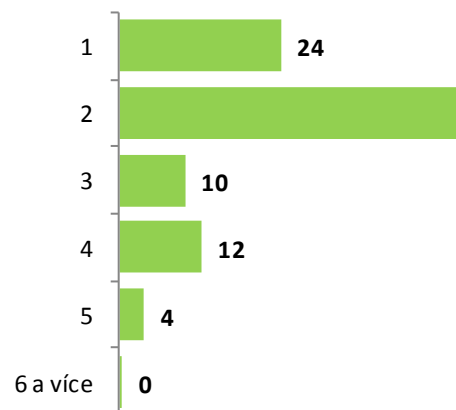
Návštěvníci z **jiných zemí** (nejčastěji z Polska, Velké Británie, Ruska a Ukrajiny) využili nabídky hotelu (51 %) anebo neplaceného ubytování (42 %). Nejdelší dobu v Plzni strávili z návštěvníků ze vzdálenějších zemí lidé, kteří bydleli u blízkých a známých (v průměru 7,8 noci).

Velikost skupiny a její útraty

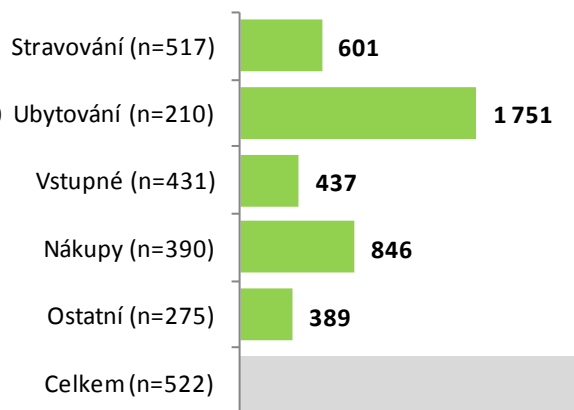
Q6. Specifikujte prosím, kolik osob tvoří Vaši skupinu – máme tím na mysli, všechny osoby, které mají společné výdaje (např. rodina, přátelé apod.).

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?

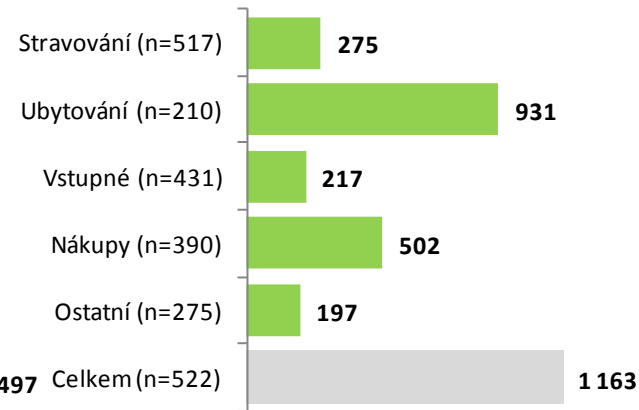
Velikost skupiny cestovatelů - počet členů
(n=522, údaje v %)



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, kteří za danou položku utráceli. Celková průměrná útrata tak není součtem průměrných útrat za jednotlivé položky.

Plzeň lidé navštěvují nejčastěji ve dvojicích (50 %) anebo sami (24 %).

Lidé, kteří v Plzni utratí nějaké peníze, v průměru za pobyt utratí 2497 Kč. Nejvíce lidé v průměru utratí za ubytování (1751 Kč), nákupy (846 Kč) a stravu (601 Kč). Za vstupné (do muzeí, na kulturní akce atd.) utratí v průměru 437 Kč.

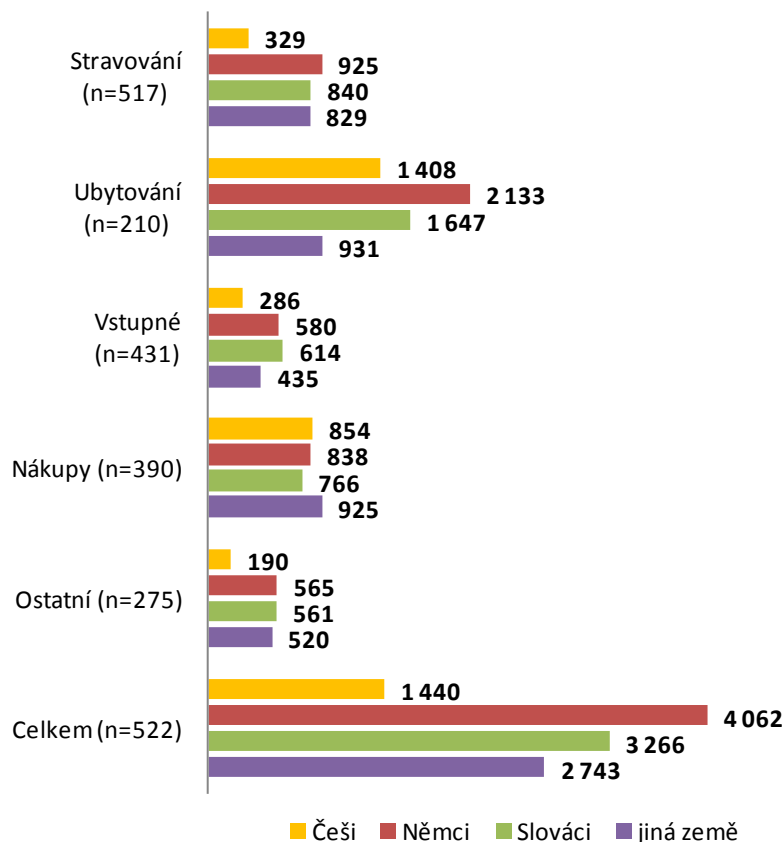
Jedna osoba utratí denně při návštěvě v Plzni v průměru 1163 Kč. Návštěvník denně nejvíce utratí za ubytování (931 Kč) a nákupy (502 Kč). O něco méně pak za stravování (275 Kč) a vstupné (217 Kč).

Jednodenní návštěvníci ze zahraničí utratí v Plzni celkem 1625 Kč (za osobu), **jednodenní návštěvníci z ČR** utratí celkem 1021 Kč (za osobu).

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 Německa – v průměru 4 062 Kč – a Slovenska (3 266 Kč). Návštěvníci ze vzdálenějších zemí (do kategorie jiná země spadají především Polsko, Velká Británie, Rusko a Ukrajina) utratí v průměru 2 743 Kč.

Lidé nezávisle na zemi původu utratí nejvíc za ubytování.

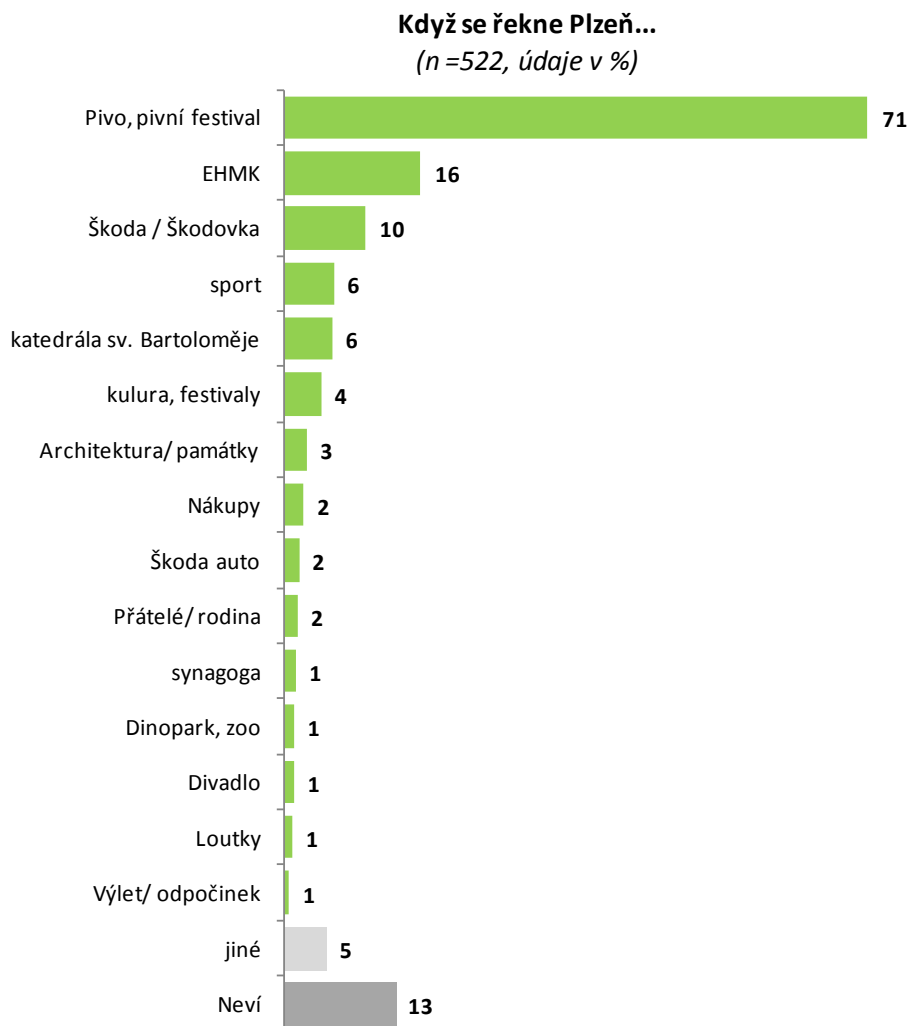
Cizinci celkově (nehledě na zemi původu) utratí během svého pobytu v průměru 3 579 Kč (za jednu osobu).



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.



Pivo a pivní festival je symbolem Plzně pro sedm z deseti návštěvníků (71 %). Dalšími často zmiňovanými prvky jsou Evropské hlavní město kultury (16 %), Škoda (10 %), sport (6 %), katedrála sv. Bartoloměje (oboje 6 %). Přibližně sedmina lidí ale neví, co si ve spojitosti s městem vybavit (13 %).

Pivo si s Plzní častěji spojují návštěvníci přijíždějící do města z České republiky (81 %), lidé žijící v Praze (98 %) a Středočeském kraji (shodně cca 96 %) a návštěvníci, kteří do Plzně přijeli individuálně, ne v rámci organizované skupiny (74 %).

Status Evropského hlavního města kultury si s Plzní spontánně častěji spojují Češi (30 %), ženy (24 %) a ti, co přijíždí s rodinou a dětmi (31 %).

Škoda je častěji zmiňována ženami (14 %), lidmi žijícími v České republice (17 %).

Sport si častěji vybaví muži (11 %), obyvatelé Plzeňského kraje (11 %) a lidé ve věku 30-44 let (10 %).

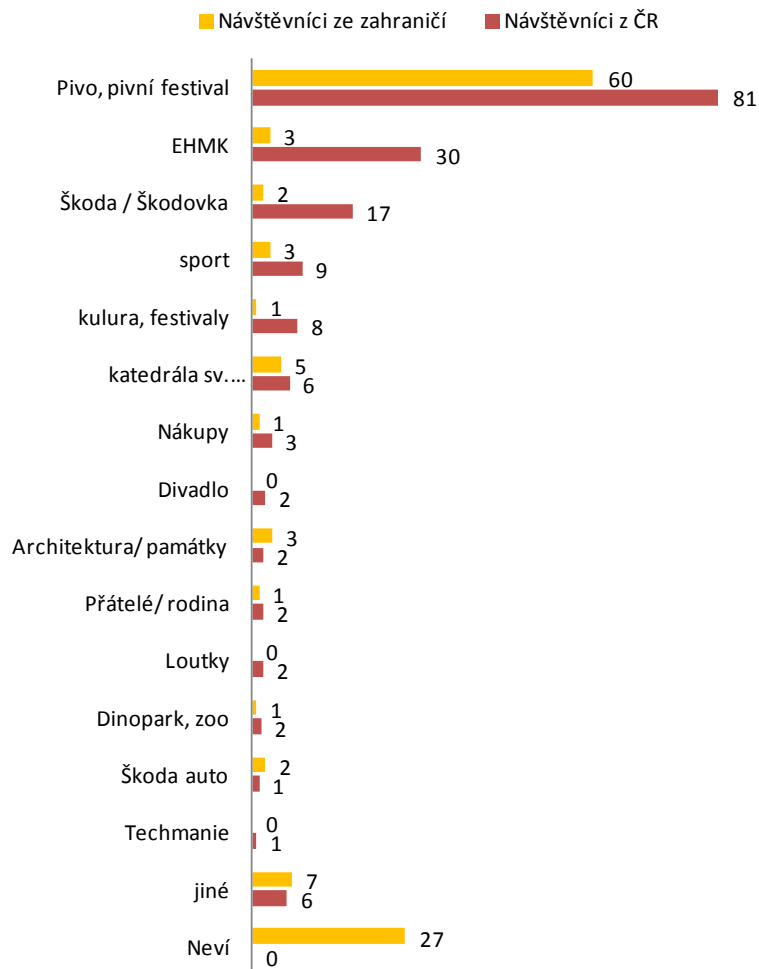
Katedrála sv. Bartoloměje je významnějším plzeňským symbolem pro všechny v obdobné míře nezávisle na dílčích charakteristikách.

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 = 522, údaje v %)



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

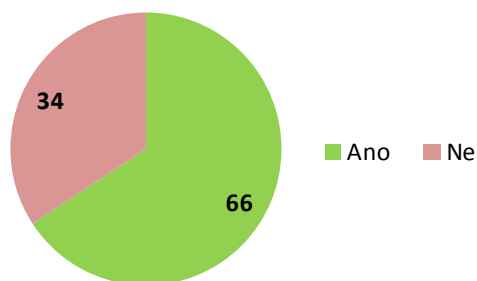
Češi si s Plzní častěji spojují pivo a pivní festivaly (81 %), status Evropského hlavního města kultury (30 %), Škodu (17 %) i sport (9 %) a kulturu (8 %).

Návštěvníci z ciziny neuvádějí žádnou asociaci častěji než Češi, zhruba čtvrtina z nich si ani žádnou nevybaví (27 %).

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=522, údaje v %)



O tom, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015, ví 66 % dotázaných.

Mezi Čechy je povědomí o Plzni jako EHK výrazně vyšší (95 %) než mezi cizinci (36 %). Mezi cizinci z jednotlivých se pak míra povědomí výrazněji neliší.

Nejčastěji o propůjčeném statusu města vědí z českých návštěvníků nejvíce obyvatelé Středočeského (100 %), Plzeňského (96 %), Karlovarského (94 %) a Jihočeského kraje (94 %).

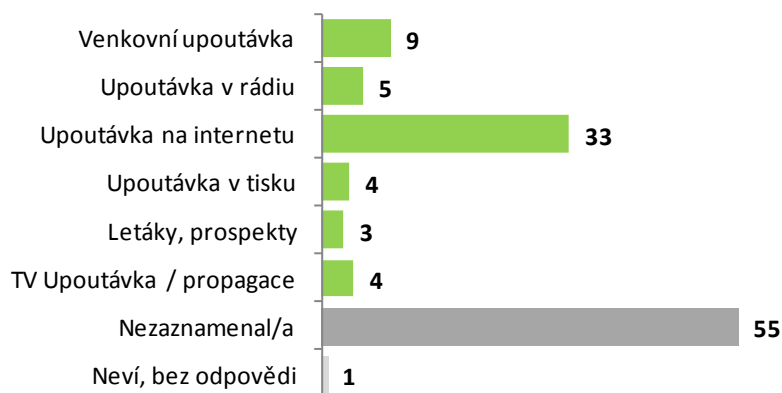
Častěji o něm věděli také respondenti, kteří do Plzně přijeli individuálně (76 %), ne v rámci organizovaného výletu a lidé do 29 let (83 %).

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=522, údaje v %)



Před cestou do Plzně zaznamenala upoutávku na město necelá polovina dotázaných (45 %).

Nejčastěji se k nim upoutávka dostala přes internet (33 %) nebo si jí všimli venku (9 %) anebo slyšeli v rádiu (5 %).

Internetové propagace města si více všímali Češi (40 %). Uváděli ji také častěji turisté, kteří do Plzně přijeli s rodinou a dětmi (46 %).

Venkovní propagace byla uváděna lidmi do 29 let (15 %) a obyvateli Plzeňského kraje (21 %).

Upoutávku v rádiu opět častěji zmiňovali Češi (9 %), obyvatelé Plzeňského kraje (15 %) a lidé ve věku 30-44 let (8 %).

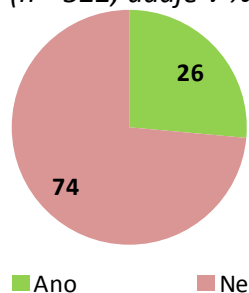
Turistické informační centrum

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 = 522, údaje v %)



Turistické informační centrum v Plzni navštívila zhruba čtvrtina návštěvníků města (26 %).

Služeb TIC využili spíše návštěvníci z ciziny (39 %) a ti, kteří do Plzně přijeli v rámci organizované skupiny (38 %). Do TIC chodí také častěji vysokoškolsky vzdělaní lidé (41 %).

Všechny ze sledovaných služeb TIC jsou hodnoceny kladně.

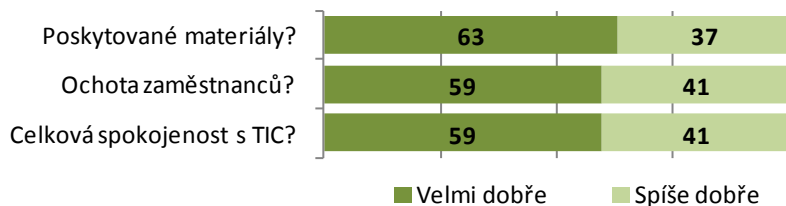
Vezmeme-li v potaz naprostou spokojenost („velmi dobře“), nejlépe si v hodnocení vede spokojenost s poskytovanými materiály (63 % „velmi dobře“). Více si tuto službu chválí individuální návštěvníci (70 %).

S druhým hodnoceným aspektem (spokojenost s ochotou zaměstnanců) jsou spokojenější Češi (74 %) a individuální návštěvníci (66 %), zaměříme-li se opět na naprostou spokojenost („velmi dobře“).

Celkově jsou častěji velmi spokojeni Češi (74 %) a individuální návštěvníci (66 %).

Hodnocení služeb informačního centra

(n=138, návštěvníci TIC, údaje v %)





Důvody a hodnocení návštěvy Plzně

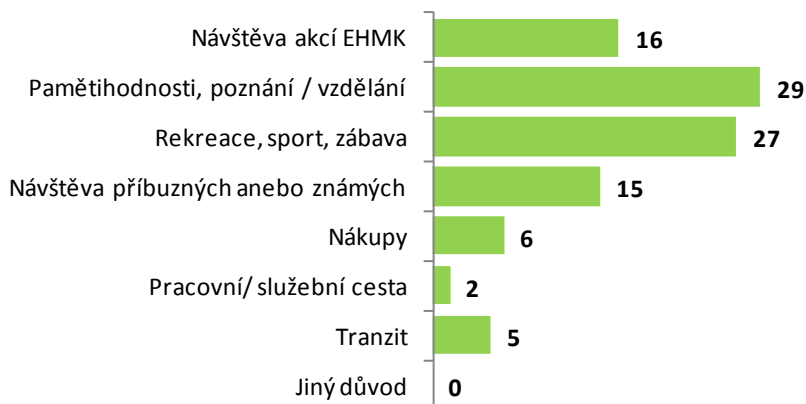
Důvody návštěvy Plzně

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

Q12. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

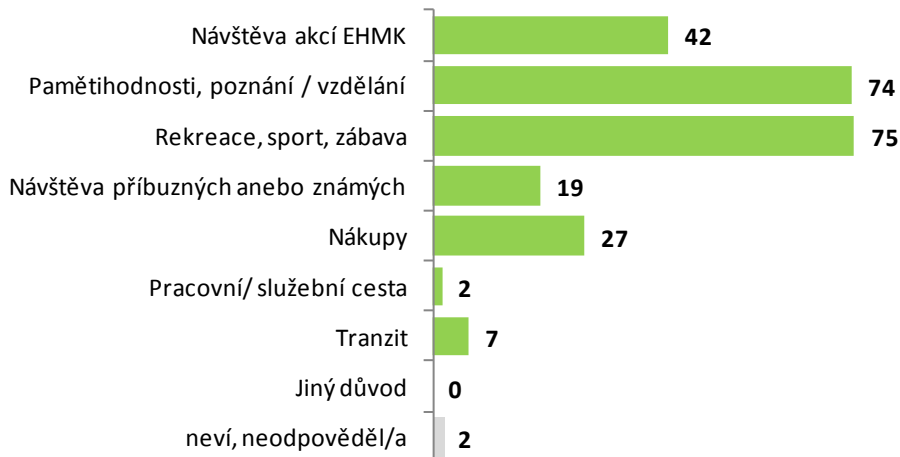
Hlavní důvod návštěvy Plzně

(n=522, údaje v %)



Další aktivity

(n=522, údaje v %)



Nejčastěji jmenovaným důvodem cesty do Plzně je návštěva paměťihodností, tento důvod uvádí 29 % jako „hlavní“ a 74 % jako „další“. Na druhém místě je rekreace a sport (27%, 75 %).

Dále respondenti často uváděli návštěvu akcí EHKM (16 % jako hlavní a 42 % jako další důvod).

Paměťihodnosti jsou pak hlavním cílem cesty zejména pro návštěvníky z Prahy (50 %), lidi z věkové kategorie 60 let a více (41 %), cestující v rámci organizované skupiny (42 %) a cestující s partnerem (36 %).

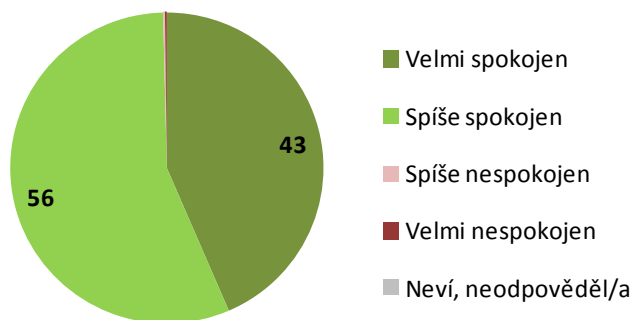
Rekreace a sport jsou hlavním důvodem pro návštěvu Plzně především pro lidi ve věku do 45-59 let (36 %), rodiny cestující s dětmi (34 %) a lidé cestující s přáteli (39 %). Často je to i důvodem organizovaného zájezdu (35 %).

Spokojenost

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

Spokojenost s návštěvou Plzně

(n = 522, údaje v %)



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

Nejintenzivnější spokojenost („velmi spokojen“) projevují obyvatelé Karlovarského kraje (obojí 62 %) a rodiny cestující s dětmi (54 %).

Hodnocení návštěvy

Q15. Jak hodnotíte následující aspekty turistiky v městě Plzni?



Návštěvníci Plzně hodnotí všechny dílčí atributy své návštěvy převážně pozitivně.

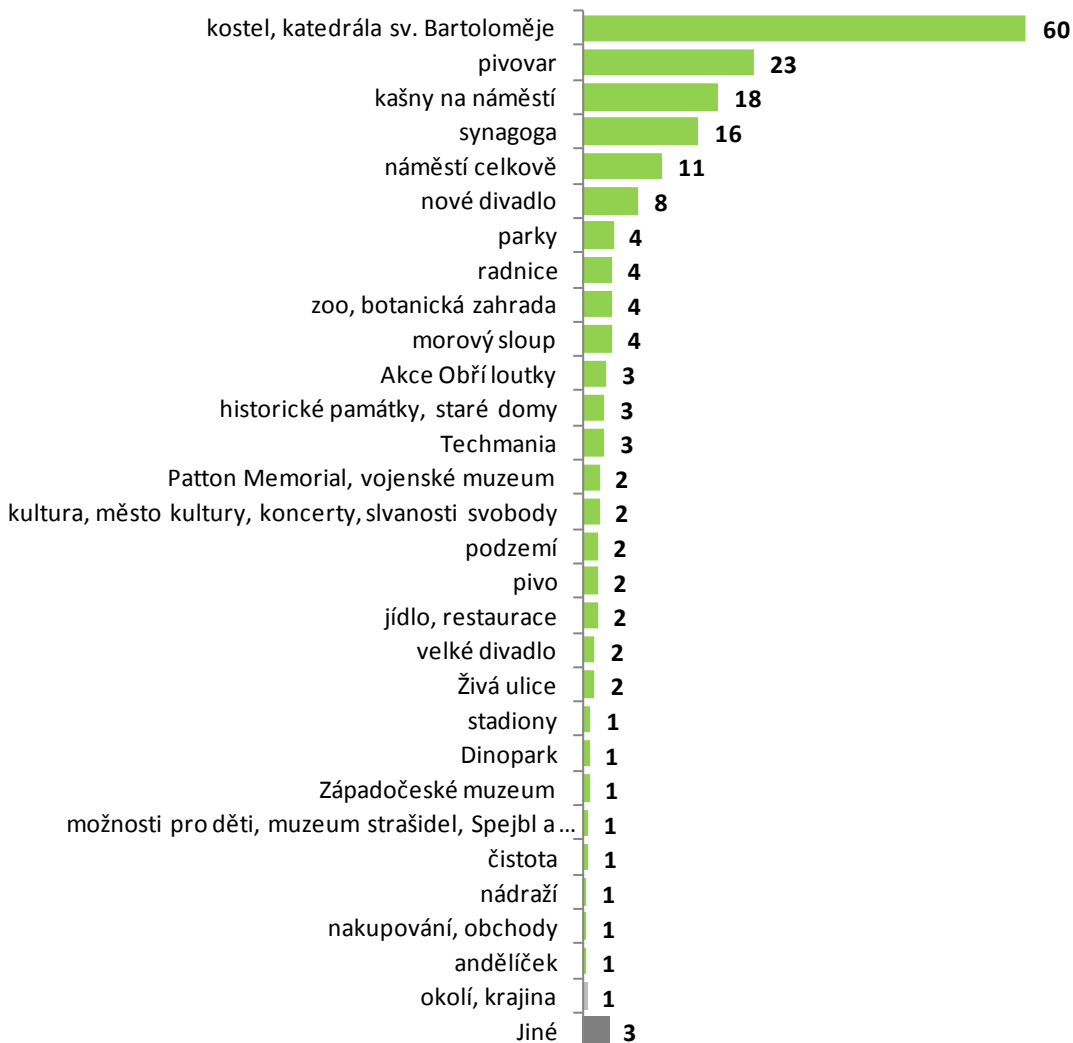
Nej spokojenější jsou s **ubytovacími službami** (100 %), kde nejvyšší spokojenost (velmi dobře) deklarují návštěvníci cestující s rodinou a dětmi (19 %). Obecně vysokou spokojenost uvádí respondenti také s příležitostmi pro **zábavu a společenské vyžití** (100 %) – tu velmi dobře hodnotí zejména návštěvníci s rodinami s dětmi. S **kulturním vyžitím** jsou dotázaní také spokojeni (99 %), a to napříč různými kategoriemi. **Úroveň veřejného stravování** (s celkovou spokojeností 97 %) častěji velmi dobře hodnotí častěji individuální návštěvníci. S vyžitím pro děti (100 %) jsou spokojeny především rodiny s dětmi.

Naopak nejnižší spokojenost je deklarována s MHD (67 % pozitivních hodnocení) a možnostmi parkování (77 %), kde dokonce možnost „velmi špatně“ volili častěji Češi, obyvatelé Plzeňského kraje a individuální návštěvníci. Ve všech těchto oblastech nicméně stále převažuje spokojenost nad nespokojeností.

Plzeňské klady

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

Nejvíce se líbí... (n = 522, údaje v %)



Nejvíce návštěvníky Plzně zaujala katedrála sv. Bartoloměje (60 %). Velice se líbí také pivovar (23 %). Zhruba pětina zmiňuje kašny na náměstí (18 %). Návštěvníci také zmiňují synagogu (16 %).

Katedrála sv. Bartoloměje zaujala nejčastěji návštěvníky z Prahy (77 %) a Karlovarského kraje (77 %) a lidi ve věku 45-49 let (74 %).

Pivovar zanechal větší dojem v návštěvnících, kteří do Plzně přijeli z ciziny (42 %).

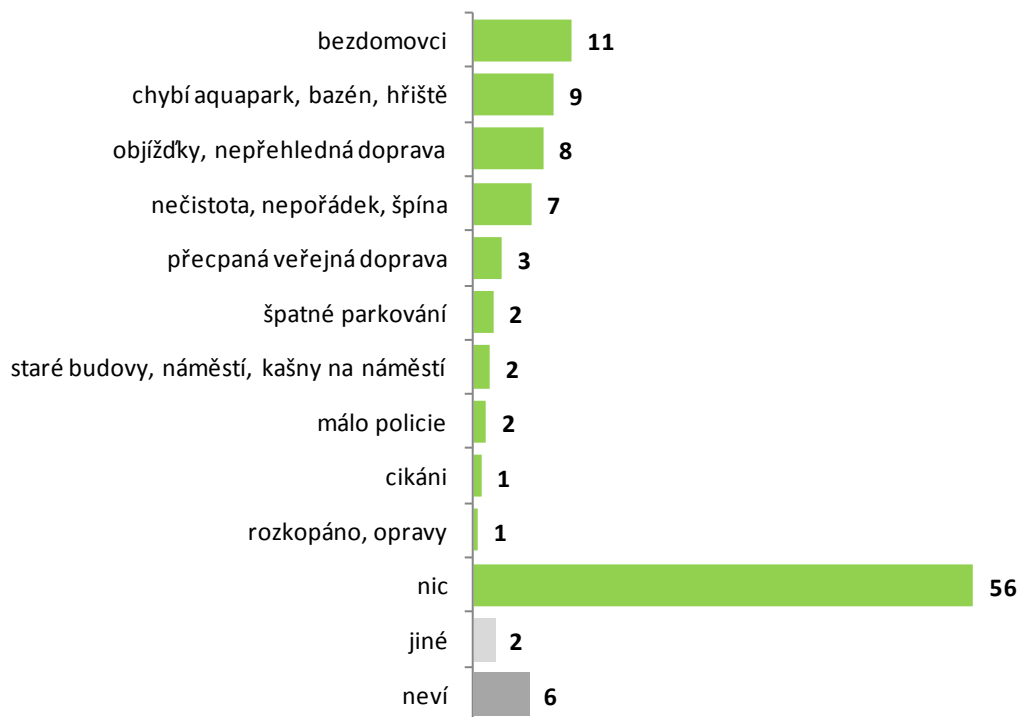
Kašny na náměstí a náměstí jsou zmiňovány napříč kategoriemi.

Plzeňské nedostatky

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

Nedostatky v Plzni

(n = 522, údaje v %)



Více jak polovina návštěvníků nemá k Plzni žádné výhrady (56 %). Z výtek jsou pak nejpálčivějším tématem bezdomovci, kteří vadí více než desetina návštěvníků (11 %). Jako výraznější nedostatek je dále zmiňována absence aquaparku, bazénu, hřiště (9 %), objížďky a nepřehledná doprava (8 %) a nečistota, nepořádek, špína (7 %).

Bezdomovce častěji zmiňují Češi (14 %) a individuální návštěvníci (13 %).

Aquapark, bazén či hřiště v Plzni postrádají více návštěvníci s rodinou a dětmi (26 %), čeští návštěvníci (12 %) a ženy (12 %).

Objížďky a nepřehledná doprava vadí obyvatelům Plzeňského kraje (20 %) a mladým do 29 let (15 %).

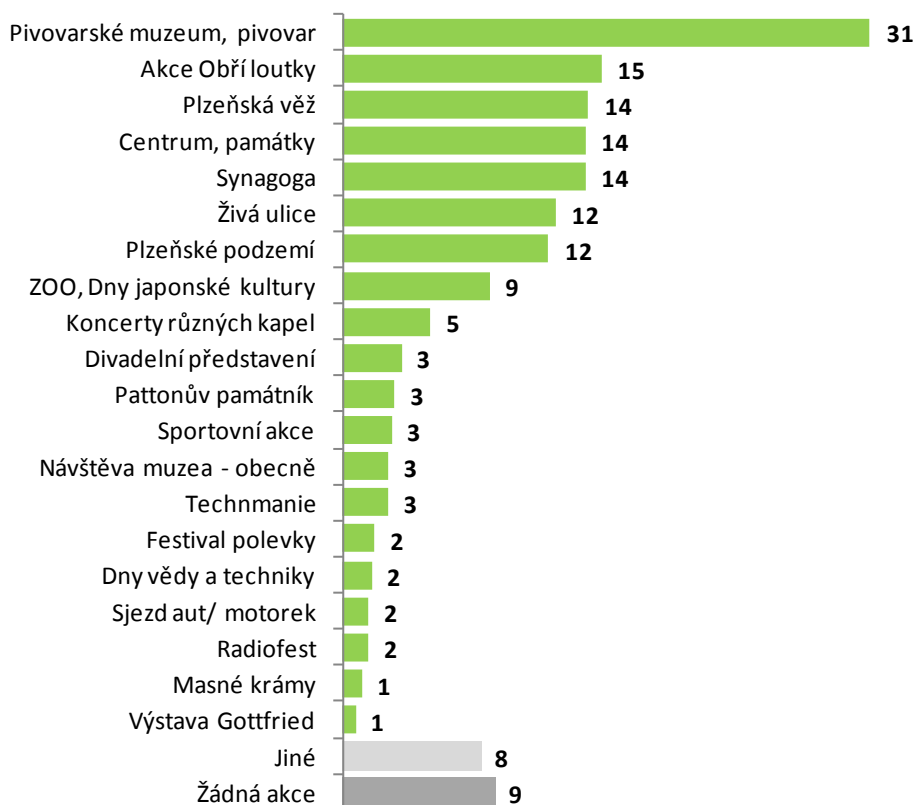
Také nepořádek a špína vadí více návštěvníkům s rodinami s dětmi (12 %).

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 = 522, údaje v %)



V návštěvnosti plzeňských akcí jednoznačně vede pivovarské muzeum (31 %). Hojně navštěvovaná byla i akce Obří loutky (15 %), plzeňská věž (14 %), centrum (14 %) a synagoga (14 %).

Pivovarské muzeum a pivovar častěji navštěvují cizinci (39 %), konkrétně návštěvníci z Německa (45 %). Více zmiňováno je dále lidmi, kteří do Plzně přijeli v rámci organizované skupiny (42 %) a s přáteli (42 %).

Akci s obřími loutkami navštívili častěji obyvatelé Karlovarského kraje (29 %), lidé ve věku 30-44 let (22 %) a rodiny s dětmi (22 %).

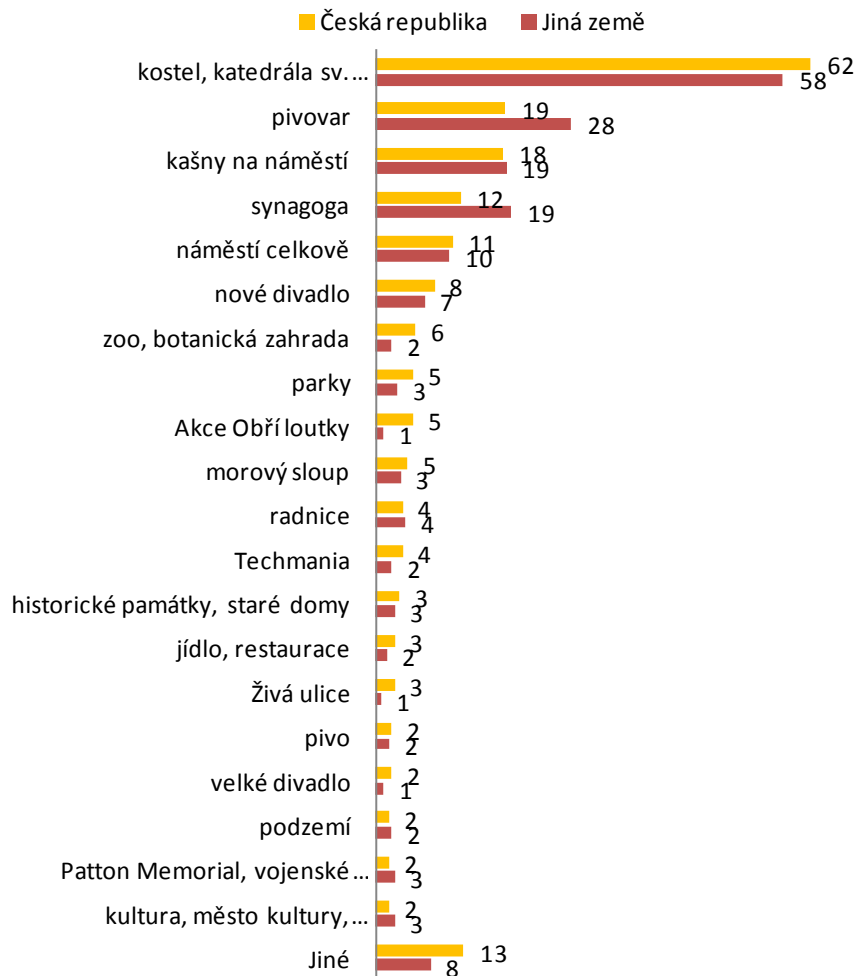
Plzeňskou věž častěji navštěvují lidé z Prahy (25 %). Za památkami obecně jedou častěji lidé starší 60 let (21 %).

Akce v Plzni

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

Navštěvované plzeňské akce

- tříděno dle místa původu (n = 522, údaje v %)



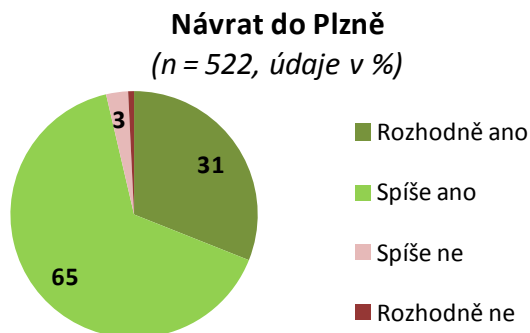
Čeští i zahraniční návštěvníci častěji navštěvují katedrálu sv. Bartoloměje (62 % resp. 58 %).

Návštěvníci **ze zahraničí** častěji než čeští navštěvují pivovar (28 %) a synagogu (19 %).

Ve zbylých akcích a objektech se návštěvníci příliš neliší.

Opakovaná návštěva Plzně

Q22. *Hodláte se do Plzně opět vrátit?*



Naprostá většina návštěvníků se do Plzně chystá někdy vrátit (96 %). Rozhodně je o svém návratu do Plzně přesvědčená přibližně třetina dotázaných (31 %).

O své opětovné návštěvě města jsou častěji rozhodně přesvědčeni Češi (41 %) – zejména obyvatelé Středočeského (56 %) a Karlovarského kraje (50 %).

Častěji se chtějí vrátit také lidé, kteří do Plzně přijeli sami (47 %) anebo s rodinou a dětmi (43 %).

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	00	
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.....	00	
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.	00
b.	00
c.	00

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?

PŘEDLOŽTĚ 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?

PŘEDLOŽTĚ 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 akci 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