

Vyhodnocení dotazníkového šetření (duben - prosinec 2014)

Český návštěvník

Celkový počet respondentů v daném období: 287

1. Ze kterého kraje v České republice pocházíte?

Z hlediska struktury návštěvnosti dle zdrojových oblastí vyplývá, že nejvýznamnějšími cílovými skupinami v rámci domácího cestovního ruchu jsou obyvatelé Prahy (26%) a Středočeského kraje (23%), 8% respondentů pocházelo z Pardubického kraje, shodně po 7 % z Moravskoslezského kraje a z kraje Vysočina. Nejméně respondentů přijelo ze Zlínského kraje (1%).

2. Už jste někdy dříve navštívil (a) Kutnou Horu?

Pozitivní je zjištění, že 65% respondentů již v minulosti Kutnou Horu navštívilo, tedy se jedná o opakovanou návštěvu.

3. Za jakým účelem jste navštívil (a) Kutnou Horu?

73% respondentů uvádí jako hlavní účel pobytu návštěvu turistické atraktivity, pouze 10% uvádí jako důvod účast na kulturní akci. Jako jiný účel pobytu uváděli respondenti návštěvu příbuzných, pracovní cestu či účast na sportovní akci.

4. Jaké památky jste v Kutné Hoře navštívil (a) nebo hodláte navštívit?

94% respondentů odpovědělo, že zcela jistě navštíví chrám sv. Barbory, 69% respondentů uvedlo Hřbitovní kostel Všech Svatých v Sedlci. 58 % respondentů dále uvedlo katedrálu Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci, 56% Vlašský dvůr, 45% Hrádek, 37% GASK.

Obecně však průzkum potvrzuje fakt, že jeden návštěvník vstoupí během svého pobytu do více objektů. Z průzkumu vyplývá, že turisté navštíví minimálně 3 památkové objekty (bez ohledu na délku pobytu). Tuto skutečnost je nutno vzít v potaz při hodnocení celoroční návštěvnosti dle počtu prodaných vstupenek. Skutečnou návštěvnost Kutné Hory lze nadále odvozovat dle výsledků šetření z počtu prodaných vstupenek v chrámu sv. Barbory a Hřbitovního kostela Všech svatých (Kostnice).

Z průzkumu vyplývá, že cca 50 unikátních kombinací památek, které turisté navštíví.

Nejčastěji respondenti uváděli kombinace: Kostnice + Katedrála + Barbora + Hrádek +Vlašský dvůr + GASK (30x); Kostnice + Katedrála + Barbora + Hrádek +Vlašský dvůr (20x), Kostnice + Katedrála + Barbora+ Vlašský dvůr (17x), dále Kostnice + Barbora + Vlašský dvůr (13x).

5. Jaké kulturní akce jste navštívil (a), nebo hodláte navštívit?

Pouze 32% z celkového počtu respondentů odpovědělo, že nenavštívili, nebo se nechystají navštívit některou z kulturních akcí v KH. 20% Uvedlo mezi akcemi, které buď navštívili, nebo se k tomu chystají Královské stříbření Kutné Hory, 16% Kutnohorské léto, 10% Veteran Rallye & Srpnové hodování. Výsledky jsou s ohledem na poměrně nízký počet respondentů potěšující a lze usuzovat, že se postupně zvyšuje povědomí o kulturních akcích v Kutné Hoře.

6. Jak dlouhý byl nebo bude Váš pobyt zde?

Nadále převládá trend jednodenních výletů do KH (téměř 60%). 28% respondentů strávilo v Kutné Hoře 1 – 2 noci, 8% respondentů strávilo v Kutné Hoře 3 až 7 nocí.

7. Kde jste byl ubytován (a), nebo se chcete ubytovat?

Jelikož téměř 60% respondentů v KH nepřenocuje, tak je pozitivní responze na tuto otázku značně nízká. Pokud bychom hodnotili dále odpovědi těch, kteří přenocují, pak vedou penziony (14%), na druhém místě jsou hotely (10%).

8. Jak jste se o Kutné Hoře dozvěděl (a)?

V 49% případech respondenti odpověděli, že se o Kutné Hoře dozvěděli ve škole. 32% od svých známých či příbuzných. Je to pozitivní zjištění, jelikož „ústní reklama“ je vždy ta nejlepší. Znamená to, že příbuzní a přátelé respondentů byli v Kutné Hoře natolik spokojeni, že se rozhodli doporučit tuto destinaci dalším. 48% respondentů uvedlo jako zdroj informací internet. Z dalších klasických marketingových nástrojů dále uváděli respondenti jako zdroj informací propagační materiály a průvodce (21%) a média (tisk, rozhlas, televize) (16%). Oproti loňskému roku se zvýšil význam informačních center (17%).

9. Jaká forma informací Vám při pobytu vyhovovala?

V tomto případě respondenti preferují osobní informace v místě pobytu, především podávané infocentry (63%). Dále se zvýšila potřeba propagačních materiálů (41%) a teprve pak uváděli respondenti internet (37%). Nutno říci, že většinou respondenti uváděli kombinaci alespoň 2 informačních zdrojů.

10. Uvažujete o opakované návštěvě Kutné Hory?

Velmi pozitivní výstup je, že 36% respondentů uvažuje o opětovné návštěvě KH v horizontu ½ roku. 43% odpovědělo, že také KH znovu navštíví později. Tedy téměř 80% respondentů je natolik spokojeno, že hodlají podniknout opětovnou návštěvu města.

11. Čím jste byl (a) v Kutné Hoře a jejím okolí překvapen (a)?

Příjemně přímo v Kutné Hoře

Respondenti byli zejména příjemně překvapeni čistotou města a úrovní obnovy památek, chválili příjemnou atmosféru města, kladně hodnotili přístup zaměstnanců v infocentrech a místní gastronomii.

Nepříjemně přímo v Kutné Hoře

Kritičtí byli k velkému počtu turistů v památkových objektech a zejména k parkování. Špatným dojmem na ně také zapůsobilo Hlavní vlakové nádraží.

Závěr:

Nejvýznamnějšími cílovými skupinami z hlediska domácího cestovního ruchu jsou obyvatelé Prahy a Středočeského kraje. Je potěšující, že do Kutné Hory zavítali ve větší míře i obyvatelé okolních krajů (Pardubický, Královéhradecký, Vysočina). Pozitivním faktem je, že čeští turisté opakovaně navštěvují Kutnou Horu. 65% respondentů uvedlo, že už Kutnou Horu někdy navštívili, 36% uvažuje o opakované návštěvě v horizontu ½ roku a dalších 43% uvažuje o návštěvě později.

Nadále je nejsilnější motivací pro výlet do Kutné Hory návštěva památkových objektů. Z průzkumu vyplývá, že během svého pobytu turisté navštíví zpravidla 3 – 4 památkové objekty a celková návštěvnost Kutné Hory by se měla odvíjet od chrámu sv. Barbory a od Kostnice.

Z průzkumu vyplývá, že se postupně zvyšuje povědomí o kulturních akcích v destinaci. V délce pobytu převládá z necelých 60% jednodenní výlet bez přenocování. V případě, že turisté přenocují, dávají přednost penzionům.

Jako zdroj informací o Kutné Hoře, respektive „inspiraci k její návštěvě“, uvádí respondenti v 49 % případech školu a ve 32% případech tipy od rodiny, známých a přátel. To je velmi pozitivní trend, jelikož to znamená, že jejich blízcí byli s návštěvou Kutné Hory natolik spokojeni, že se jí rozhodli doporučit dál. Z klasických marketingových nástrojů uvádí respondenti jako hlavní zdroj informací internet a média (tisk, rozhlas, televize atd.). Zcela mizivou roli zaznamenáváme u veletrhů cestovního ruchu.

Přímo v destinaci pak návštěvníci opět preferují osobní předávání informací v informačních centrech, na druhém místě jsou to propagační materiály a na třetím místě internet.

Zahraniční návštěvník

Celkový počet respondentů v daném období: 186

1. a) Ze kterého kontinentu pocházíte? 1. b) Jaký je Váš rodný jazyk?

83% respondentů uvedlo příslušnost k evropskému kontinentu, 7% se přihlásilo k Asii a 6% k Americe. Jako rodný jazyk uvedlo 30% respondentů angličtinu, 12% francouzštinu, 11% ruštinu, němčinu a španělštinu, 8% polštinu a 6% čínštinu.

2. Už jste někdy dříve navštívil (a) Kutnou Horu?

43% respondentů uvedlo, že se jedná o jejich první návštěvu Kutné Hory. To je velký rozdíl oproti loňskému roku, kdy první návštěvu přiznalo více než 70% respondentů.

3. Za jakým účelem jste navštívil (a) Kutnou Horu?

89% respondentů uvedlo jako hlavní účel pobytu návštěvu turistické atraktivity, pouze 9% uvádí jako důvod účast na kulturní akci. Jako jiný účel pobytu uváděli respondenti pracovní cestu, návštěvu příbuzných či účast na sportovní akci.

4. Jaké památky jste v Kutné Hoře navštívil (a) nebo hodláte navštívit?

90% respondentů odpovědělo, že zcela jistě navštíví chrám sv. Barbory, 82% respondentů uvedlo Hřbitovní kostel Všech Svatých v Sedlci. 58% uvedlo katedrálu Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci. 35% respondentů dále uvedlo Vlašský dvůr, 28% Hrádek. Výsledky potvrzují fakt, že zahraniční návštěvníci mnohem více vnímají instituci UNESCO.

Obecně však průzkum potvrzuje fakt, že i návštěvník z ciziny vstoupí během svého pobytu do více objektů. Průzkum potvrzuje, že turisté navštíví v průměru 3 památkové objekty (bez ohledu na délku pobytu). Tuto skutečnost je nutno vzít v potaz při hodnocení celoroční návštěvnosti dle počtu prodaných vstupenek. Skutečnou návštěvnost Kutné Hory lze dle dosavadních výsledků stejně jako v případě domácího cestovního ruchu odhadovat dle počtu prodaných vstupenek v chrámu sv. Barbory a Kostnice.

Z průzkumu vyplývá, že existuje cca 40 různých kombinací památek, které turisté navštíví, nejčastěji respondenti uváděli kombinace: Kostnice + Katedrála + Barbora (20%), Kostnice + Katedrála + Barbora + Vlašský dvůr (9%), dále Kostnice + Barbora (7%).

5. Jaké kulturní akce jste navštívil (a), nebo hodláte navštívit?

41% respondentů odpovědělo, že navštívili, nebo se chystají navštívit některou z kulturních akcí v KH. To je opravdu výrazný nárůst oproti loňskému roku. I v tomto případě platí, že se pomalu zvyšuje povědomí o kulturních akcích v Kutné Hoře.

6. Jak dlouhý byl nebo bude Váš pobyt zde?

Poměrně výrazně se i zvýšil počet respondentů, kteří přenocovali v Kutné Hoře. Jednodenní výlet totiž uvedlo „pouze“ (58%), 29% zůstalo v Kutné Hoře 1 – 2 noci.

7. Kde jste byl ubytován (a), nebo se chcete ubytovat?

Mezi ubytovacími zařízeními vedou kempy (14,5%), pak v závěsu penziony (14%). Na třetím místě jsou to hotely s 8%.

8. Jak jste se o Kutné Hoře dozvěděl (a)?

Pro zahraniční návštěvníky je nejdůležitějším informačním kanálem internet (68%). Na druhém místě jsou to turistická informační centra (30,5%) a v těsném závěsu tištěné propagační materiály (30%). Velmi překvapivě pak respondenti ve 26% případů uváděli veletrhy cestovního ruchu (zejména Britové a Němci). 10% respondentů uvedlo jako zdroj také média.

9. Jaká forma informací Vám při pobytu vyhovovala?

V tomto případě respondenti preferují tištěné propagační materiály a průvodce (49%), osobní informace, podávané infocentry (37%) a teprve na 3. místě je to internet (32%). Opět platí, že respondenti často uváděli kombinace zdrojů.

10. Uvažujete o opakované návštěvě Kutné Hory?

Velmi pozitivní výstup je, že 18% respondentů uvažuje o opětovné návštěvě KH v horizontu ½ roku. 52% odpovědělo, že KH také znovu navštíví, nicméně později. Tedy 70% respondentů je natolik spokojeno, že hodlají podniknout opětovnou návštěvu města.

11. Čím jste byl (a) v Kutné Hoře a jejím okolí překvapen (a)?

Příjemně v Kutné Hoře

Respondenti byli ohromeni krásou a malebností historického jádra, příjemným překvapením byli také milí a přátelští lidé a příjemná atmosféra. Také ocenili nižší koncentraci turistů oproti Praze. Byli spokojeni s úrovní služeb v restauracích, s čistotou města a s úrovní cen.

Závěr:

Průzkum potvrdil úbytek rusky mluvících návštěvníků o více než 10%. Z průzkumu vyplývá nárůst klientely z Velké Británie, Francie a Španělska. Pozitivním faktem je, že více než 50% zahraničních turistů odpovědělo, že se jedná o jejich opakovanou návštěvu Kutné Hory.

Nadále je nejsilnější motivací pro výlet do Kutné Hory návštěva památkových objektů (89% respondentů). Z průzkumu vyplývá, že během svého pobytu zahraniční turisté navštíví průměrně 3 památkové objekty a celková návštěvnost Kutné Hory by se měla odvíjet, stejně jako u domácího cestovního ruchu, od chrámu sv. Barbory, který uvedlo 90% respondentů. Nejoblíbenějšími kombinacemi památek jsou: Kostnice + Katedrála + Barbora (20%), Kostnice + Katedrála + Barbora + Vlašský dvůr (9%), dále Kostnice + Barbora (7%).

Z průzkumu vyplývá pomalu rostoucí povědomí o kulturních akcích v destinaci. V délce pobytu převládá jednodenní výlet bez přenocování (58%), ale oproti loňskému roku se zvýšil i počet přenocování. V případě, že turisté přenocují, dávají přednost kempům a penzionům.

Jako zdroj informací o Kutné Hoře, respektive „inspiraci k její návštěvě“, uvádí respondenti internet (68%). Na druhém místě jsou to turistická informační centra (30,5%) a v těsném závěsu tištěné propagační materiály (30%). Velmi překvapivě pak respondenti ve 26% případů uváděli veletrhy cestovního ruchu (zejména Britové a Němci). 10% respondentů uvedlo jako zdroj také média.

Přímo v destinaci pak turisté preferují tištěné propagační materiály a průvodce (49%), osobní informace, podávané infocentry (37%) a teprve na 3. místě je to internet (32%). Opět platí, že respondenti často uváděli kombinace zdrojů. Velmi pozitivní fakt je, že 70% respondentů uvažuje o opakované návštěvě Kutné Hory.