

# Vyhodnocení dotazníkového šetření 2015

## Český návštěvník

Celkový počet respondentů v daném období: 116

### 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 32% a Středočeského kraje 16%, 7% respondentů z Jihomoravského kraje a z Vysočiny, 6% z Pardubického a Plzeňského kraje, 5% z Moravskoslezského kraje, 4% z Olomouckého a Libereckého kraje, 3% z Jihočeského a Královhradeckého kraje, 2% Karlovarský kraj. Nejméně respondentů přijelo z Ústeckého 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?

76% respondentů uvádí jako hlavní účel pobytu návštěvu turistické atraktivity, pouze 9% 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?

25% respondentů odpovědělo, že zcela jistě navštíví chrám sv. Barbory, 18% respondentů uvedlo Hřbitovní kostel Všech Svatých v Sedlci, 17% Vlašský dvůr, 13% respondentů dále uvedlo katedrálu Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci, 10% Hrádek, 9% GASK.

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

54% návštěvníků nepřišlo do Kutné Hory cíleně za účelem návštěvy kulturní akce. Nejnavštěvovanější akce byly: Královské stříbření Kutné Hory 11%; Kutnohorské léto 9%; Kutnohorský varhanní festival a Veterán Rallye & srpnové hodování 4%; Mezinárodní hudební festival, TyjátrFest, Operní týden 2%, Ortenova Kutná Hora 1%, další kulturní akce pořádané v Kutné Hoře 11%.

### 6. Jak dlouhý byl nebo bude Váš pobyt zde?

Nadále převládá trend jednodenních výletů do KH 51%. 31% respondentů strávilo v KH 1 – 2 noci, 14% respondentů strávilo v KH 3 až 7 nocí, 4% respondentů zůstávali v KH na delší čas než týden.

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

Jelikož většina respondentů v KH nepřenocuje, tak je pozitivní responze na tuto otázku značně nízká. Pokud bychom hodnotili dále odpovědi těch, kteří přenocují, pak vedou penziony 22%, na druhém místě jsou hotely 16%.

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

V 25% případech respondenti odpověděli, že se o Kutné Hoře dozvěděli od známých a příbuzných. To je 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. Pro 23% respondentů byl zdrojem informací internet. 19% respondentů uvádí za zdroj informací o Kutné Hoře školu. Z dalších klasických marketingových nástrojů dále uváděli respondenti jako zdroj informací turistická informační centra 16%, média (tisk, rozhlas, televize) 8%, propagační materiály a průvodce 7%, veletrhy cestovního ruchu 2%.

## 9. Jaká forma informací Vám při pobytu vyhovovala?

V tomto případě respondenti preferovali osobní informace získané v místě pobytu na informačních centrech 32%. Dále pak uváděli respondenti internet 23%, propagační materiály 21%, informace od příbuzných a známých 20% a další formy informací 4%. Nutno říci, že většinou respondenti uváděli kombinaci alespoň 2 informačních zdrojů.

## 10. Uvažujete o opakované návštěvě Kutné Hory?

Velmi pozitivní výstup je, že 33% respondentů uvažuje o opětovné návštěvě KH v horizontu ½ roku. 49% odpovědělo, že také KH znovu navštíví později. Tedy 82% 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 a klidnou atmosféru města, kladně hodnotili ochotu a profesionální přístup zaměstnanců infocenter, obdivovali přírodu a krásné okolí Kutné Hory.

### Nepříjemně přímo v Kutné Hoře

Nedostatky spatřovali v absenci laviček po naučné stezce „údolím Vrchlice“ k Velkému rybníku; uvedli, že chybí tištěný přehled významných osobností Kutné Hory; dále na ně negativně zapůsobili kuřácké restaurace a malé množství obchodů v centru.

### 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 dalších krajů (Jihomoravského, Vysočiny, Pardubického, Plzeňského atd.). Pozitivním faktem je, že čeští turisté opakovaně navštěvují Kutnou Horu. 65% respondentů uvedlo, že Kutnou Horu už někdy navštívili, 33% uvažuje o opakované návštěvě v horizontu ½ roku a dalších 49% uvažuje o návštěvě později.

Nadále je nejsilnější motivací pro výlet do Kutné Hory návštěva památkových objektů. Z výzkumu vyplývá, že mezi nejčastěji navštěvované patří chrám sv. Barbory a Kostnice.

51% návštěvníků přijíždí do Kutné Hory na jednodenní výlet. V případě, že turisté přenocují, dávají přednost penzionům.

Jako zdroj informací o Kutné Hoře, respektive „inspiraci k její návštěvě“, uvádí respondenti v 25% případech tipy od rodiny, známých a přátel, v 23% případ byl zdrojem informací internet. 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 turistická informační centra, média (tisk, rozhlas, televize atd.) a propagační materiály. 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: 127

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

61% respondentů uvedlo příslušnost k evropskému kontinentu, 17% se přihlásilo k Asii a Americe, 3% Australie. Jako rodný jazyk uvedlo 27% respondentů angličtinu, 12% čínštinu, 15% ruštinu, 7% francouzštinu, 7% němčinu, 6% španělštinu, 3% polštinu a 23% další jazyky.

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

73% respondentů uvedlo, že se jedná o jejich první návštěvu Kutné Hory.

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

86% respondentů uvedlo jako hlavní účel pobytu návštěvu turistické atraktivity, pouze 7% 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?**

26% respondentů odpovědělo, že zcela jistě navštíví Hřbitovní kostel Všech Svatých v Sedlci, 23% respondentů uvedlo chrám sv. Barbory. 21% uvedlo katedrálu Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci. 9% Vlašský dvůr, 8% Hrádek a Jezuitská kolej – GASK a 5% další památky. Výsledky potvrzují fakt, že zahraniční návštěvníci mnohem více vnímají instituci UNESCO.

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

4% respondentů uvedlo, že přijeli navštívit Královské stříbření Kutné Hory, 4% Kutnohorské léto, 2% Mezinárodní hudební festival a Operní týden. 1% Kutnohorský varhanní festival, 1% Veteran Rallye & srpnové hodování, 6% další kulturní akce. 81% návštěvníků nepřijelo do Kutné Hory cíleně za účelem návštěvy kulturní akce.

### **6. Jak dlouhý byl nebo bude Váš pobyt zde?**

75% uvedlo jednodenní výlet, 15% zůstalo v Kutné Hoře 1 – 2 noci, 8% strávilo v Kutné Hoře 3 - 7 dní, 2% respondentů uvedlo, že jejich pobyt byl delší než jeden týden.

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

Mezi ubytovacími zařízeními vedou hotely 26%, na druhé pozici jsou penziony 5%, 6% zaujímají kempy, chaty, hostely, ubytování u známých.

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

Pro zahraniční návštěvníky je nejdůležitějším informačním kanálem internet 34%. Na druhém místě jsou informace od známých či příbuzných 22%, v těsném závěsu jsou tištěné propagační materiály 17%, 13% turistická informační centra, 8% media a poslední příčku zaujaly veletrhy cestovního ruchu.

### **9. Jaká forma informací Vám při pobytu vyhovovala?**

V tomto případě respondenti preferují internet 40%, dále informace podávané infocentry 36%, a tištěné propagační materiály a průvodce 26%. Opět platí, že respondenti často uváděli kombinace zdrojů.

## 10. Uvažujete o opakované návštěvě Kutné Hory?

Velmi pozitivní výstup je, že 14% respondentů uvažuje o opětovné návštěvě KH v horizontu ½ roku. 47% odpovědělo, že KH také znovu navštíví, nicméně později. Tedy 61% 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 laskaví lidé a příjemná atmosféra. Pozitivně hodnotili, že město není přeplněno turisty, chválili servis informačních center a ochotný personál. Velký dojem na ně udělal chrám sv. Barbory a Kostnice v Sedlci.

### Nepříjemně v Kutné Hoře

Dlouhé intervaly mezi vlaky na trase z Prahy do Kutné Hory.

### Závěr:

Z průzkumu vyplývá, že nejvíce návštěvníků přijelo z Evropy, dále z Ameriky a Asie. Podle jazyků převládala angličtina, další jazyky (např. holandština), třetí příčku zaujala ruština a příjemným překvapením je, že došlo k nárůstu návštěvníků hovořících čínsky, kteří zaujali čtvrtou pozici.

Nadále je nejsilnější motivací pro výlet do Kutné Hory návštěva památkových objektů 86% respondentů, z nich nejčastěji navštěvované jsou chrám sv. Barbory a Kostnice.

Z průzkumu vyplývá pomalu rostoucí povědomí o kulturních akcích v destinaci. V délce pobytu převládá jednodenní výlet bez přenocování 75%. V případě, že turisté přenocují, dávají přednost hotelům a penzionům.

Jako zdroj informací o Kutné Hoře, respektive „inspiraci k její návštěvě“, uvádí respondenti internet 34%. Na druhém místě jsou to informace od známých a příbuzných 22%, a v těsném závěsu tištěné propagační materiály 19% a turistická informační centra 13%.

Přímo v destinaci pak turisté preferují internet 40% a tištěné propagační materiály a průvodce 37%, osobní informace, podávané infocentry 25%.

Velmi pozitivní fakt je, že 61% respondentů uvažuje o opakované návštěvě Kutné Hory.