

## Dotazníkové šetření v rámci projektu Strategický plán rozvoje Mikroregionu Valašsko – Horní Vsacko



07 / 2019

# METODIKA VÝZKUMU



## Úvod

V rámci projektu „**Strategický dokument mikroregionu Valašsko – Horní Vsacko**“, zpracovávaného sdružením společností **RADDIT consulting s.r.o. - Ekotoxa s.r.o. – Beepartner, a.s.** (dále jen RADDIT-Ekotoxa-Beepartner), je provedeno letní dotazníkové šetření návštěvníků regionu.

## Popis situace

Cílem šetření návštěvníků oblasti je ověřit hlavní skupiny turistů dle jejich motivace k návštěvě oblasti podle typu aktivit (sportovní aktivity – pěší turistika, horská kola; wellness a pobytová turistika, gastronomie, trávení volného času s dětmi v přírodě, apod.). Dalšími aspekty je ověření lokalit příjezdů cílových skupin (kraj, Morava, ČR, zahraničí), frekvence návštěv, délka pobytu, socio-demografické údaje, spokojenost, ad. Zimní šetření proběhlo v únoru 2019 na 6ti přírodních lokalitách a ve 3 infocentrech v oblasti. Cílem letního šetření (při využití analogického dotazníku<sup>1</sup>) je v části totožných lokalit (jedna změna, jedna lokalita navíc), provést srovnávací šetření letní sezóny.

## Plánovaný rozsah sčítání

- Hlavní dotazované skupiny (první 3 skupiny prostřednictvím tazatelů)
- Pěší turisté na vybraných turistických trasách
- Cyklisté na vybraných turistických trasách
- Turisté v blízkosti ubytovacích zařízení (hotely)
- Návštěvníci informačních center (formou dotazníků volně přístupných v informačních centrech)

## Sčítání bude provedeno na 7mi lokalitách v terénu:

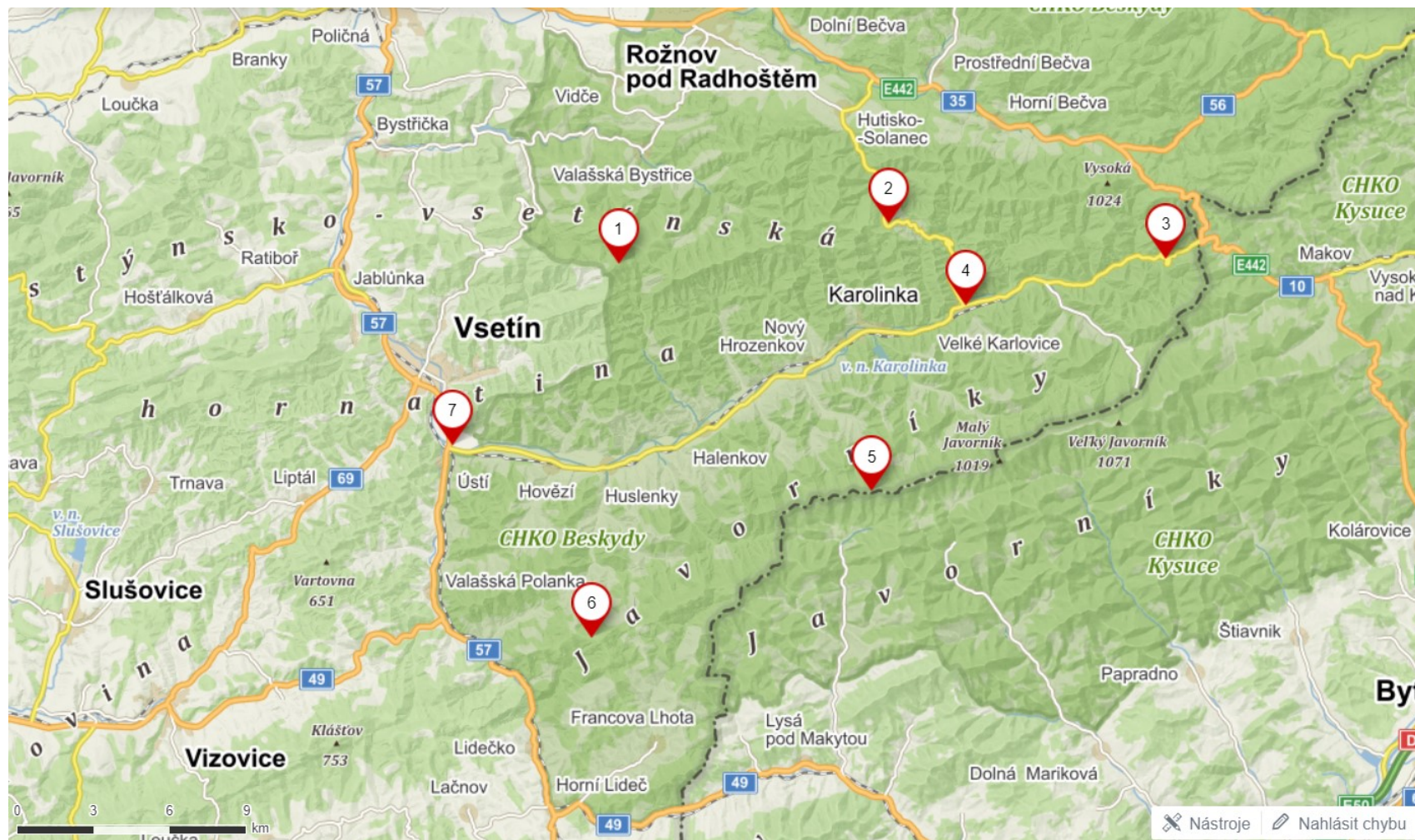
- Vsacký Cáb, chata
- Soláň, Čarták
- Uzgruň, hotel Horal
- Velké Karlovice centrum – odbočka do Pluskovce
- Kohútka, centrální parkoviště
- Radošov, turistická stezka
- Obec Ústí u Vsetína – začátek cyklostezky Bečva

## A ve 2 informačních centrech:

- Soláň
- Velké Karlovice



## Rozmístění bodů letního dotazování



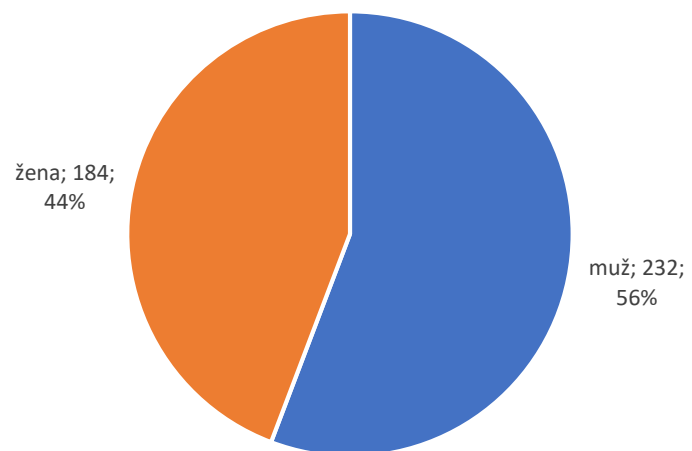
# Metodika

- Výzkum byl realizován exkluzivním kvantitativním výzkumem s použitím techniky face to face standardizovaných field interview
- Sběr dat proběhl: 10. 7. 2019 – 21. 7. 2019, 9.00 - 18.00 sobota, 8:00 – 17.00 neděle. V neděli od 14:00 byly v oblasti bouřky.
- Respondenty výzkumu tvořil nereprezentativní vzorek populace obyvatel, kteří navštívili výše uvedená místa
- Respondenti byli vybíráni metodou vhodného úsudku. V případě skupiny respondentů byl osloven vždy pouze jeden její člen
- Data byla zpracována standardními statistickými metodami za použití profesionálního software

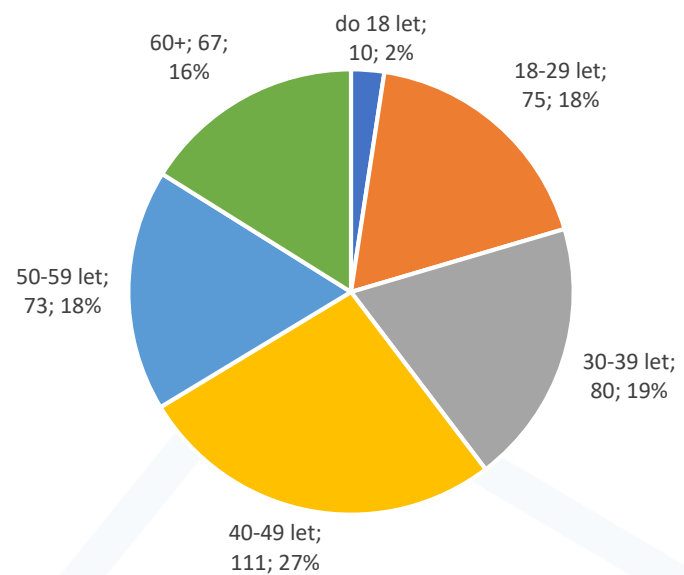


## Struktura výběrového souboru

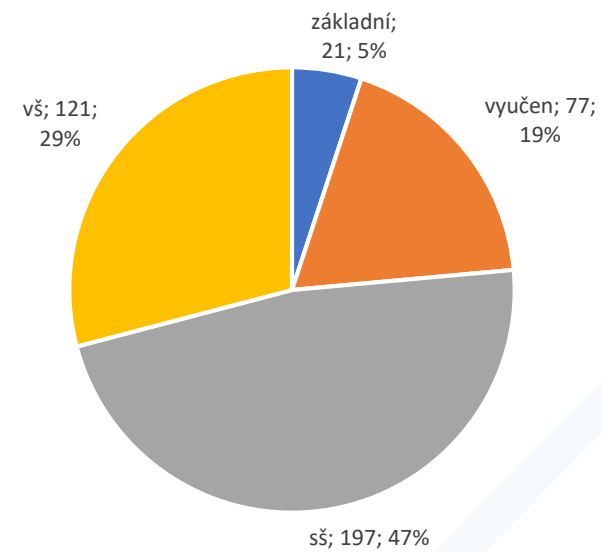
### Pohlaví



### Věk

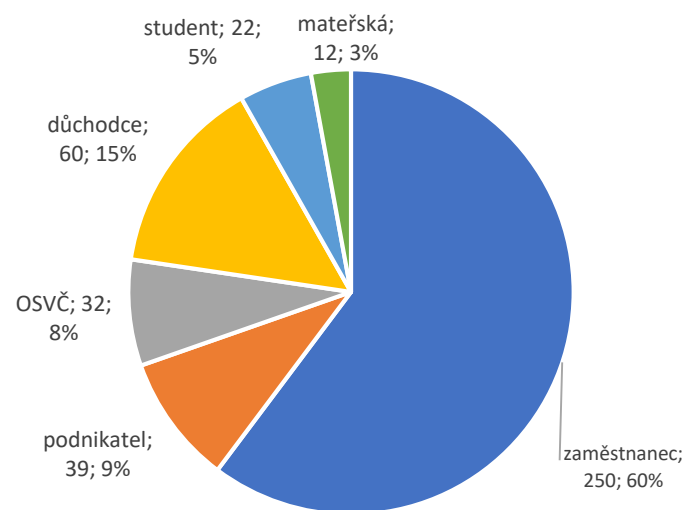


### Vzdělání

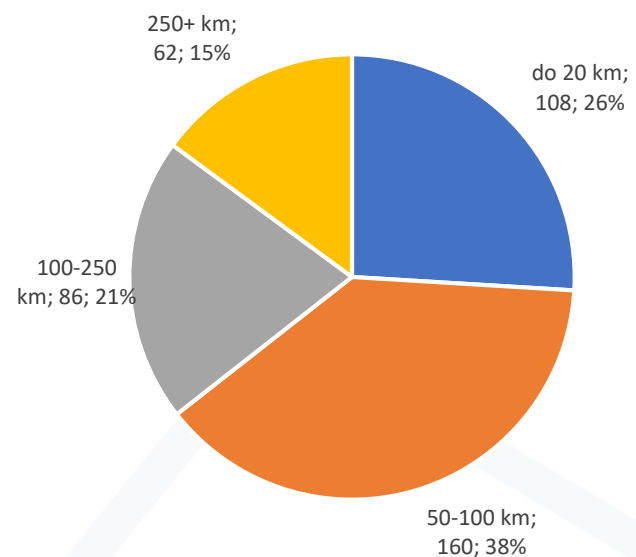


## Struktura výběrového souboru

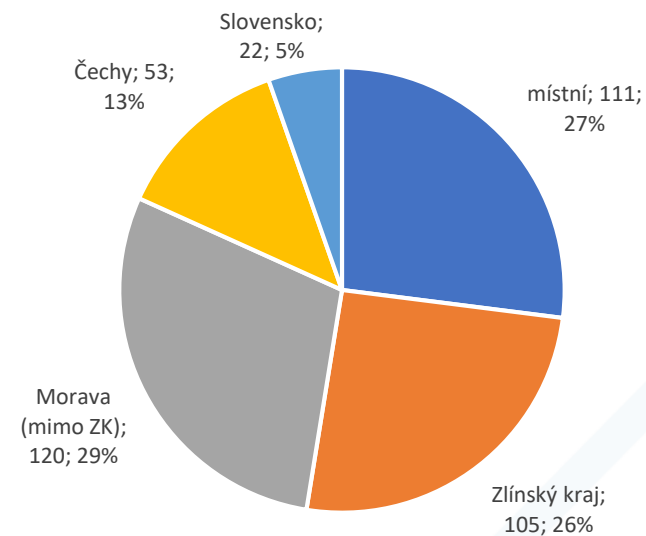
### Zaměstnání



### Jak daleko bydlíte?



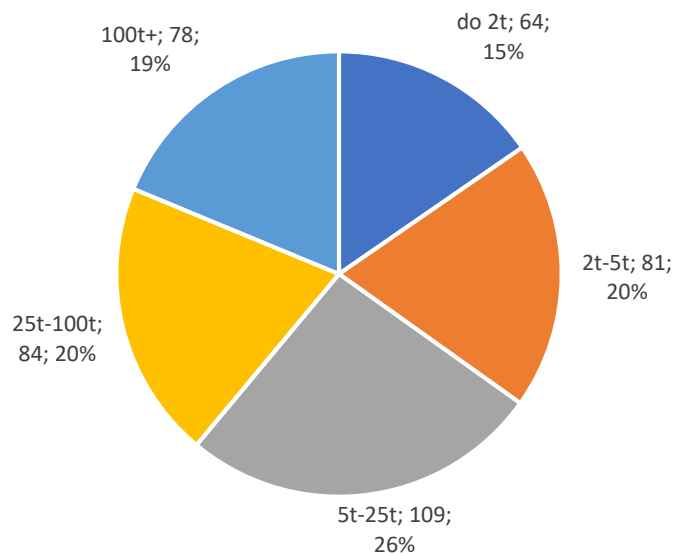
### Odkud jste přijeli?



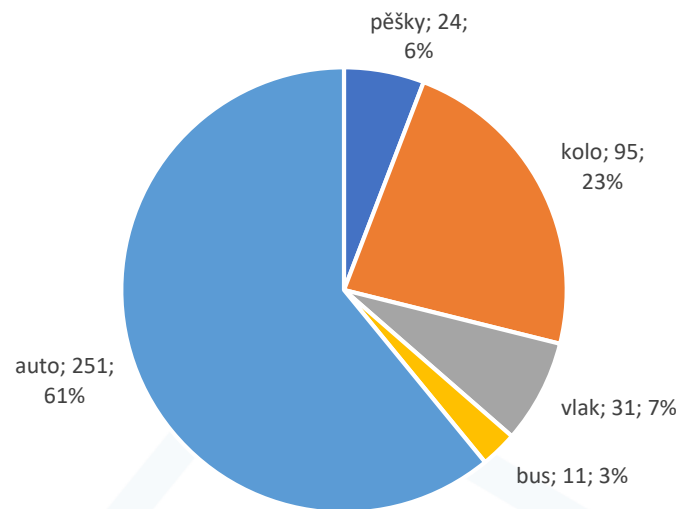


# Struktura výběrového souboru

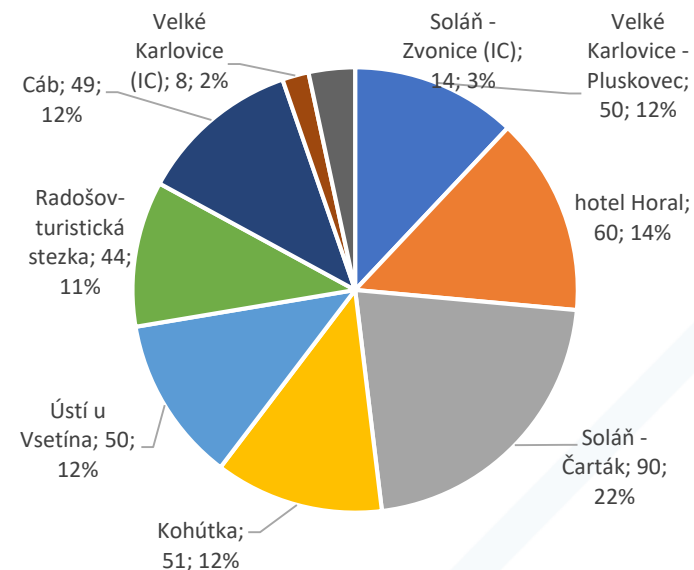
## Velikost sídla



## Způsob dopravy



## Místo dotazování



## Struktura výběrového souboru

		ABS	%
pohlaví	muž	232	55,8%
	žena	184	44,2%
věk	do 18 let	10	2,4%
	18-29 let	75	18,0%
	30-39 let	80	19,2%
	40-49 let	111	26,7%
	50-59 let	73	17,5%
	60+	67	16,1%
vzdělání	základní	21	5,0%
	vyučen	77	18,5%
	sš	197	47,4%
	vš	121	29,1%
zaměstnání	zaměstnanec	250	60,1%
	podnikatel	39	9,4%
	OSVČ	32	7,7%
	důchodce	60	14,4%
	student	22	5,3%
	mateřská	12	2,9%
TOTAL		416	100,0%

		ABS	%
Jak daleko bydlíte	do 20 km	108	26,0%
	50-100 km	160	38,5%
	100-250 km	86	20,7%
	250+ km	62	14,9%
Odkud jste přijeli?	místní	111	26,7%
	Zlínský kraj	105	25,2%
	Morava (mimo ZK)	120	28,8%
	Čechy	53	12,7%
	Slovensko	22	5,3%
velikost sídlá	do 2t	64	15,4%
	2t-5t	81	19,5%
	5t-25t	109	26,2%
	25t-100t	84	20,2%
	100t+	78	18,8%
způsob dnešní dopravy	pěšky	24	5,8%
	kolo	95	22,8%
	vlak	31	7,5%
	bus	11	2,6%
	auto	251	60,3%
TOTAL		416	100,0%

		ABS	%
místo dotazování	Velké Karlovice - Pluskovec	50	12,0%
	hotel Horal	60	14,4%
	Soláň - Čarták	90	21,6%
	Kohútka	51	12,3%
	Ústí u Vsetína	50	12,0%
	Radošov-turistická stezka	44	10,6%
	Cáb	49	11,8%
	Velké Karlovice (IC)	8	1,9%
Soláň - Zvonice (IC)	14	3,4%	
TOTAL		416	100,0%



## Grafické výstupy a komentáře

# 1. Hlavní důvod návštěvy lokality?

## Komentář agentury Respond

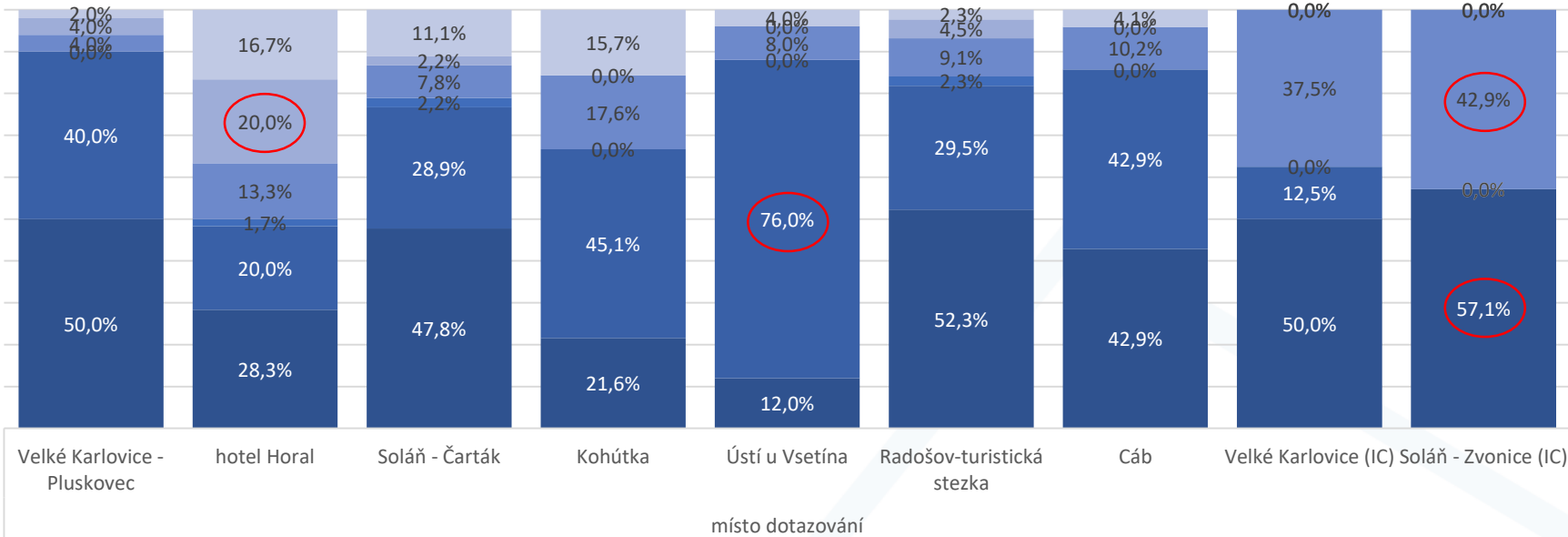
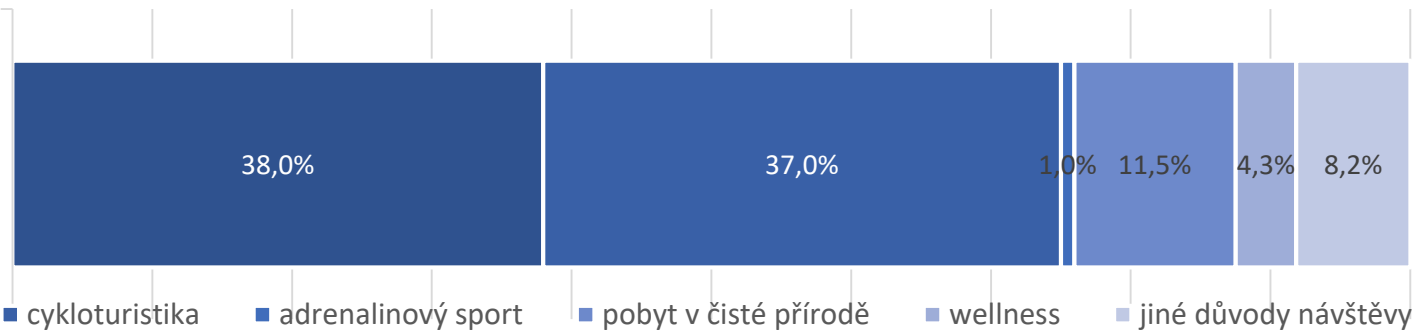
Hlavními důvody pro návštěvu lokality Valašsko a Horní Vsacko, je dle sdělení samotných návštěvníků oblasti, především pěší a cyklo turistika. Tyto dva důvod alespoň zmiňuje jako nejčastější důvod návštěvy 3/4 dotázaných návštěvníků oblasti. Samozřejmě je potřebné si uvědomit, že samotný průzkum probíhal v prázdninovém letním termínu (červenec 2019).

Pěší turistiku volí především lidé, kteří byli dotazováni v Radošově, v IC Soláň, nebo ve Velkých Karlovicích (IC i Pluskovec).

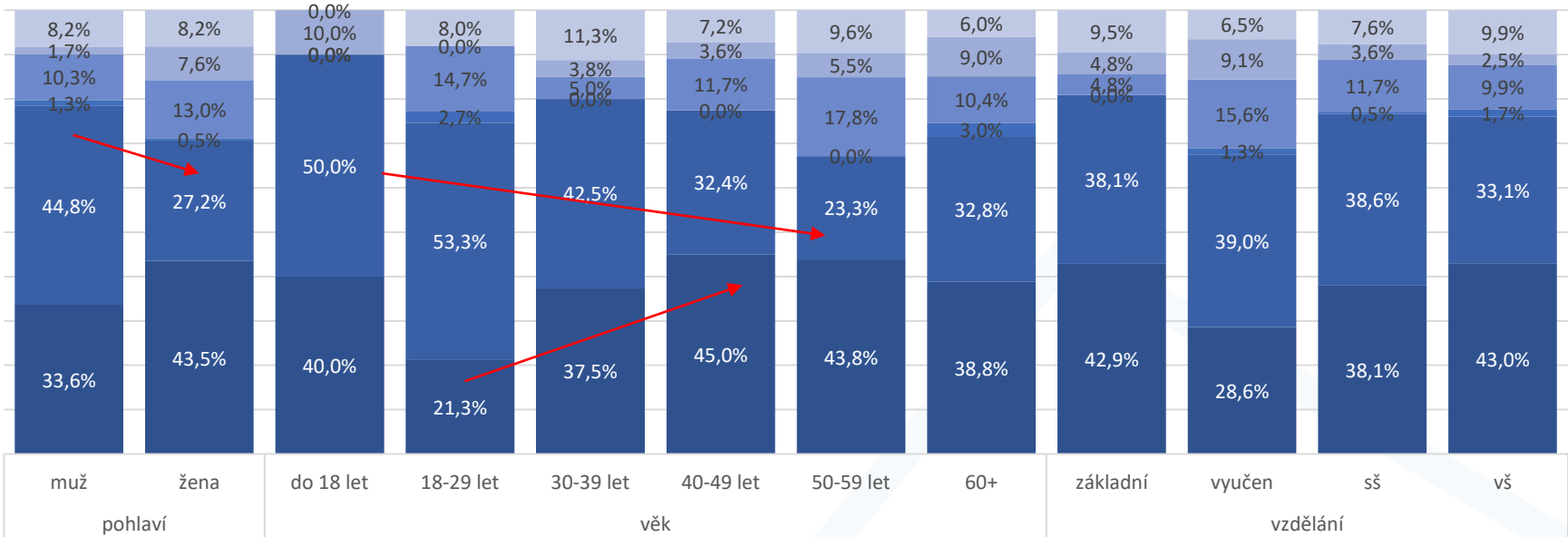
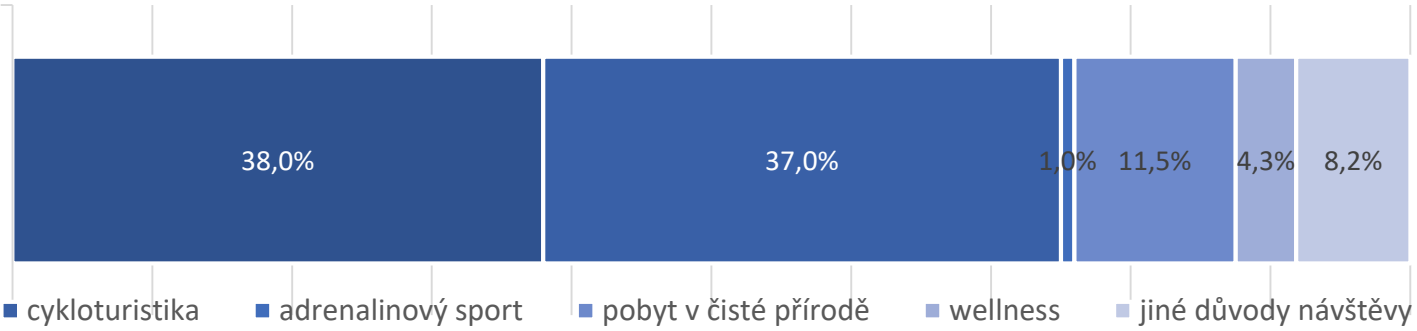
Naopak cykloturistika je jednoznačně cílem lidí, kteří byly dotazováni v Ústí u Vsetína.

Na Soláni se sešlo nejvíce lidí, které láká pobyt v čisté přírodě, Hotel Horal pro změnu kromě jiných činností často zve i na nabídku wellness.

### 1. Hlavní důvod návštěvy lokality?



# 1. Hlavní důvod návštěvy lokality?



## Komentář agentury Respond

Hlavními důvody pro návštěvu lokality Valašsko a Horní Vsacko, je dle sdělení samotných návštěvníků oblasti, především pěší a cyklo turistika. Tyto dva důvody alespoň zmiňuje jako nejčastější důvod návštěvy 3/4 dotázaných návštěvníků oblasti. Samozřejmě je potřebné si uvědomit, že samotný průzkum probíhal v prázdninovém letním termínu (červenec 2019).

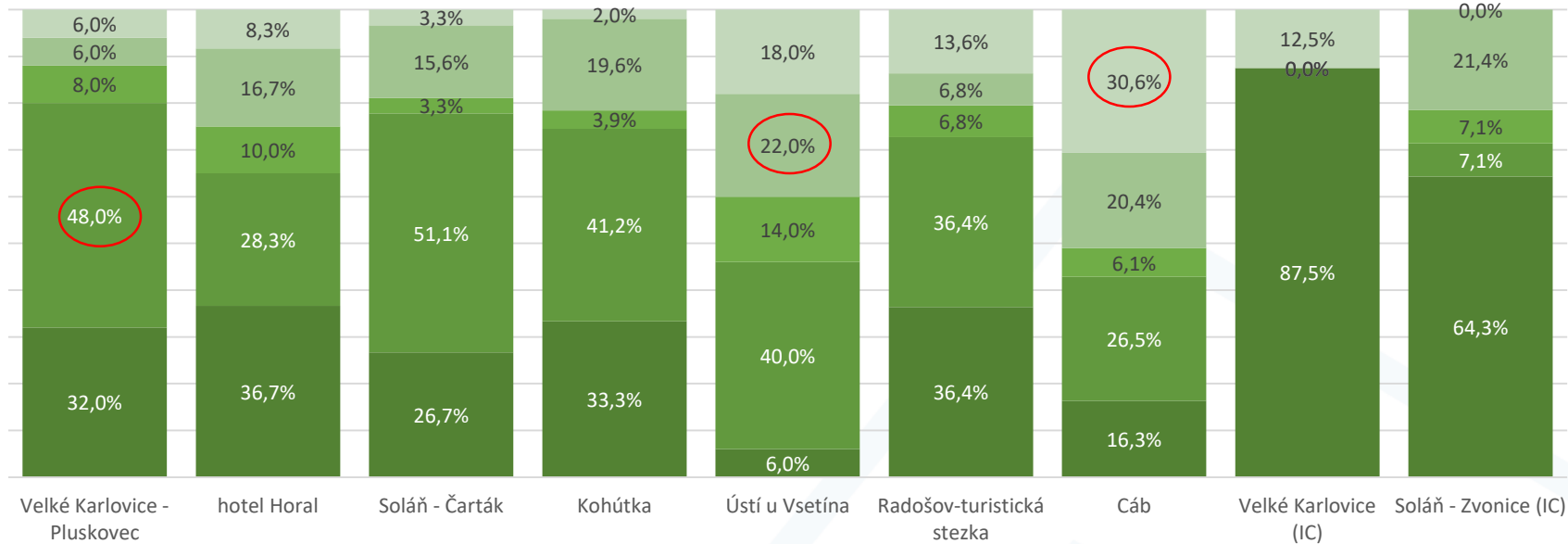
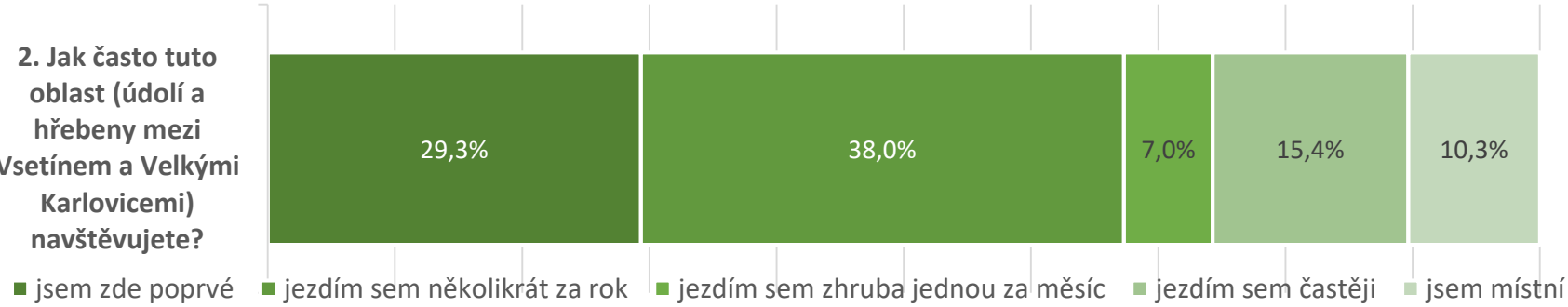
Dle očekávání se muži častěji přiklání k cykloturistice. Ta je navíc doménou mladších návštěvníků regionu, s rostoucím věkem její preference klesá, samozřejmě na úkor pěší turistiky.

Zajímavé je, že nejmladší lidé definují skoro výhradně jako důvod regionu pěší či především cyklo turistiku a ostatní důvody jsou velmi okrajové.

## 2. Jak často tuto oblast (údolí a hřebeny mezi Vsetínem a Velkými Karlovicemi) navštěvujete?

## Komentář agentury Respond

2. Jak často tuto oblast (údolí a hřebeny mezi Vsetínem a Velkými Karlovicemi) navštěvujete?



Mezi respondenty se objevuje skoro třetina těch, kteří navštívili tato místa poprvé. Dvě třetiny lidí pak tato místa navštěvuje buď poprvé, nebo pouze párkrát v roce. Naopak Desetina respondentů patří mezi místní a více než pětina respondentů tuto oblast navštěvuje často, minimálně jednou za měsíc.

Dle logiky věcí návštěvníci infocentra jsou typicky nejčastěji tím typem respondenta, který se objevuje v oblasti poprvé a vyhledává tak potřebné informace o turistické nabídce. Lidé s první návštěvou regionu se ale pohybují i na dalších místech – ve Velkých Karlovicích, Hotelu Horal či v Radošově, na Kohútce či na Soláni. Největší počet lidí s první návštěvou či s málo opakovanou návštěvou oblasti je ve Velkých Karlovicích – Pluskovci.

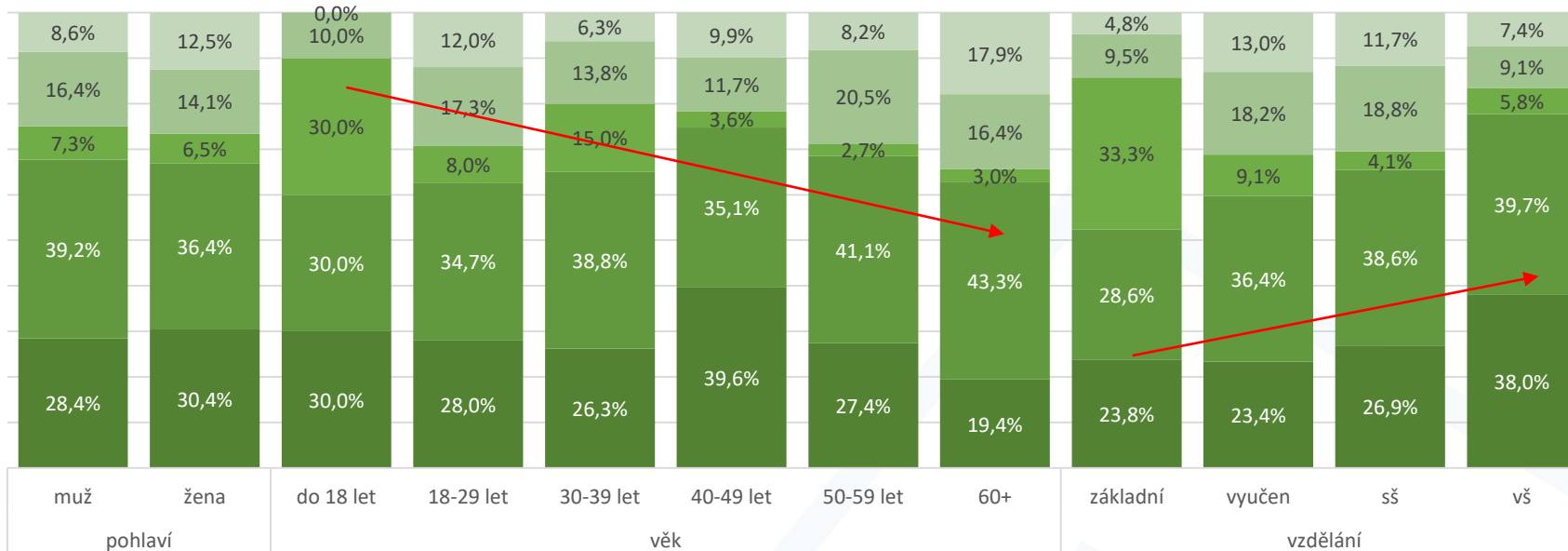
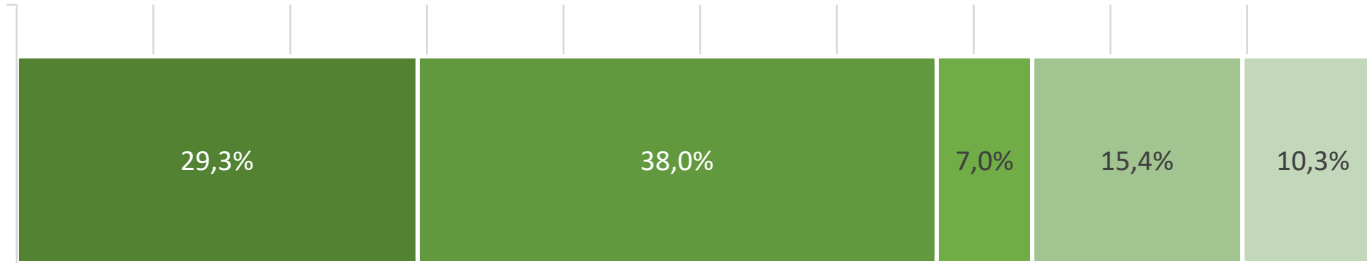
Naopak místní či opakovaně navštěvující respondenti jsou nejčastěji v Ústí u Vsetína, a především v Cábě.



## Komentář agentury Respond

### 2. Jak často tuto oblast (údolí a hřebeny mezi Vsetínem a Velkými Karlovicemi) navštěvujete?

■ jsem zde poprvé ■ jezdím sem několikrát za rok ■ jezdím sem zhruba jednou za měsíc ■ jezdím sem častěji ■ jsem místní



Mezi respondenty se objevuje skoro třetina těch, kteří navštívili tato místa poprvé. Dvě třetiny lidí pak tato místa navštěvuje buď poprvé, nebo pouze párkrát v roce. Naopak Desetina respondentů patří mezi místní a více než pětina respondentů tuto oblast navštěvuje často, minimálně jednou za měsíc.

Odovědi jednotlivých demografických skupin nejsou na první pohled tak rozdílné. Například odovědi mužů a žen jsou v této oblasti naprosto vyrovnané.

Mírné rozdíly se zaznamenat u srovnání jednotlivých věkových kategorií a vzdělanostních kategorií respondentů. S rostoucím věkem přibývá lidí, kteří jsou v této oblasti častěji. Podobně je to u srovnání vzdělanostních skupin, kdy počet lidí s první návštěvou (či ne často opakovanou návštěvou oblasti) roste s rostoucím vzděláním.

### 3. S kým jste dnes v této lokalitě?

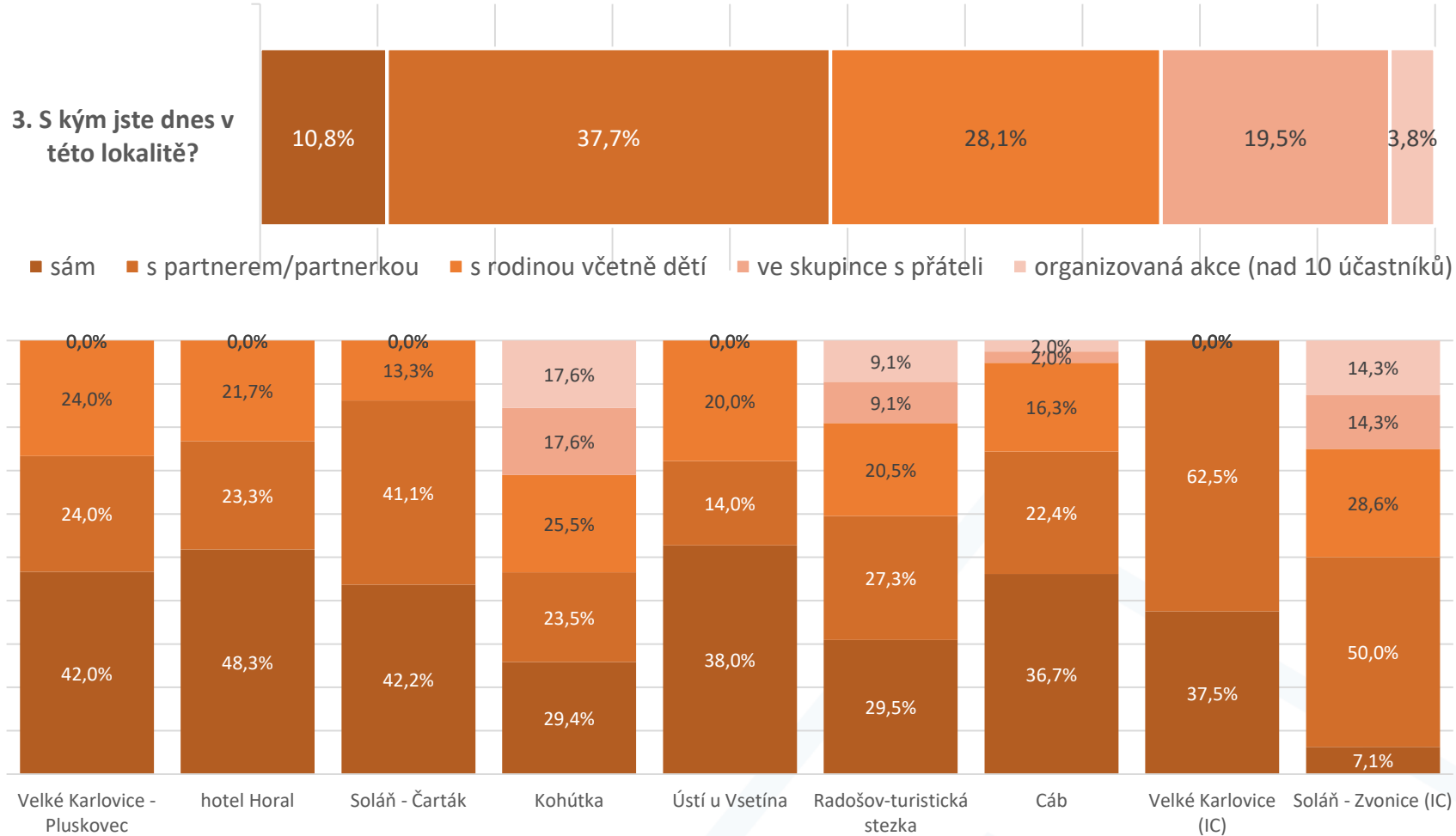
## Komentář agentury Respond

Pouze desetina návštěvníků oblasti přichází samostatně, bez doprovodu. Nejčastěji přichází návštěvníci pouze v doprovodu partnera. Další velkou skupinou jsou pak návštěvníci včetně rodiny s dětmi, ale ani skupina přátel není výjimkou. Složení návštěvnických skupin je tudíž velmi různorodá a nedá se proto tvrdit, že by oblast navštěvovala pouze typologicky jedna skupina návštěvníků.

Tato typologie návštěvníka je dána spíše demografickými faktory, přesto lze zaznamenat menší rozdíly i v jednotlivých lokalitách sběru dat.

Organizované skupiny byly například zachyceny pouze na Kohútce, v Radošově či na IC na Soláni. Velké Karlovice Pluskovec, Hotel Horal, Ústí u Vsetína a Soláň Čarták jsou spíše cílem samostatných návštěvníků, partnerů a rodin. Na Kohútce či v IC Zvonice najdeme zástupce všech kategorií.

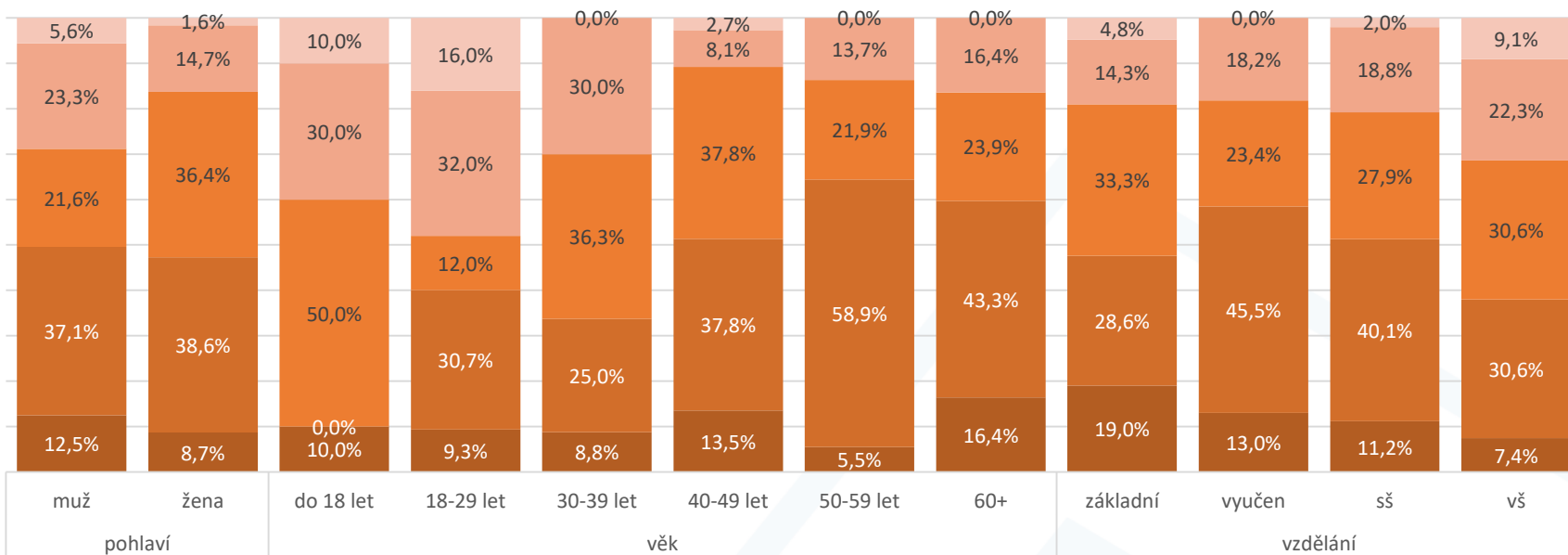
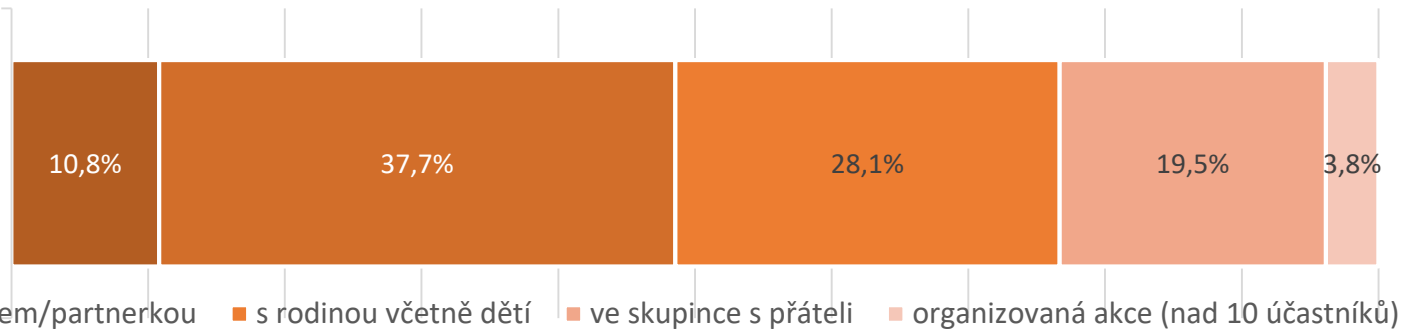
### 3. S kým jste dnes v této lokalitě?



## Komentář agentury Respond

Pouze desetina návštěvníků oblasti přichází samostatně, bez doprovodu. Nejčastěji přichází návštěvníci pouze v doprovodu partnera. Další velkou skupinou jsou pak návštěvníci včetně rodiny s dětmi, ale ani skupina přátel není výjimkou. Složení návštěvnických skupin je tudíž velmi různorodá a nedá se proto tvrdit, že by oblast navštěvovala pouze typologicky jedna skupina návštěvníků.

### 3. S kým jste dnes v této lokalitě?

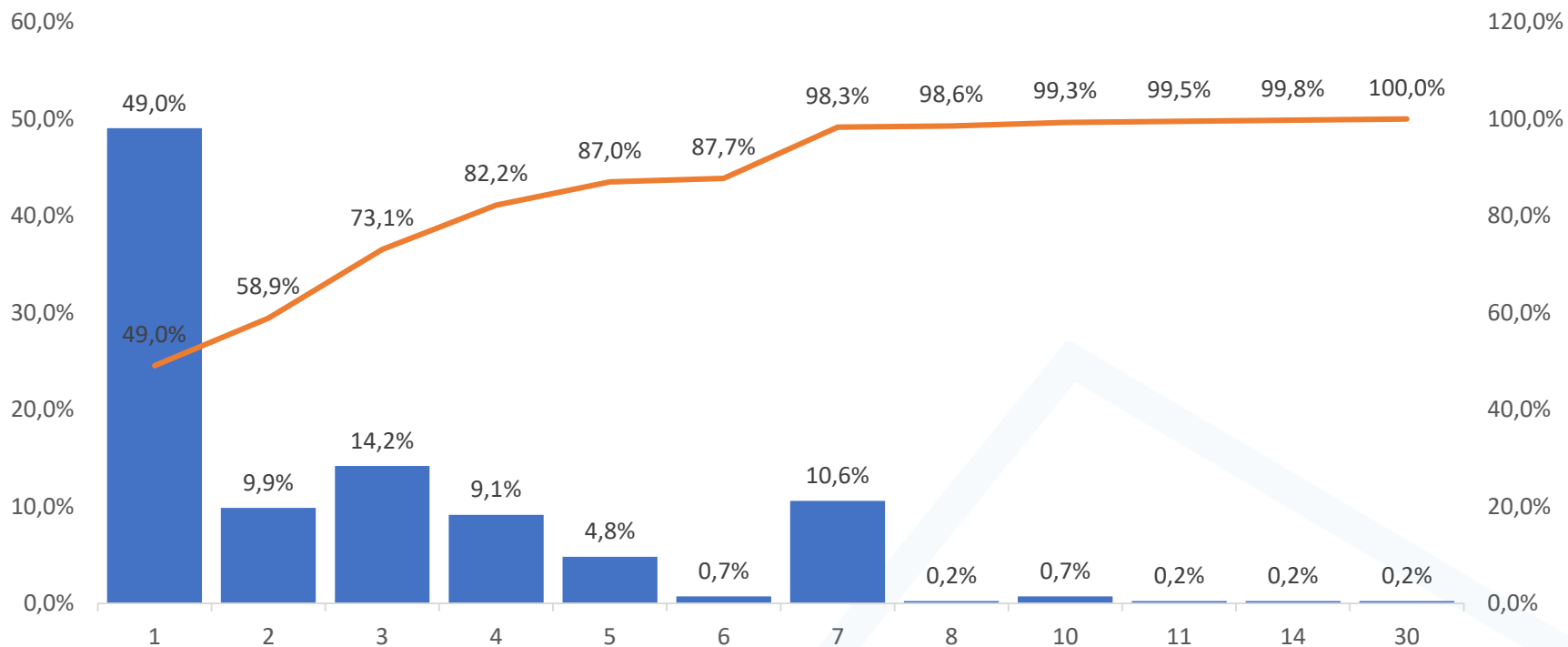


Tato typologie návštěvníka je dána spíše demografickými faktory, přesto lze zaznamenat menší rozdíly i v jednotlivých lokalitách sběru dat.

Organizované skupiny byly například zachyceny pouze na Kohútce, v Radošově či na IC na Soláni. Velké Karlovice Pluskovec, Hotel Horal, Ústí u Vsetína a Soláň Čarták jsou spíše cílem samostatných návštěvníků, partnerů a rodin. Na Kohútce či v IC Zvonice najdeme zástupce všech kategorií.

## 4. Jaká je typická délka Vašeho pobytu v této oblasti? - počet dnů

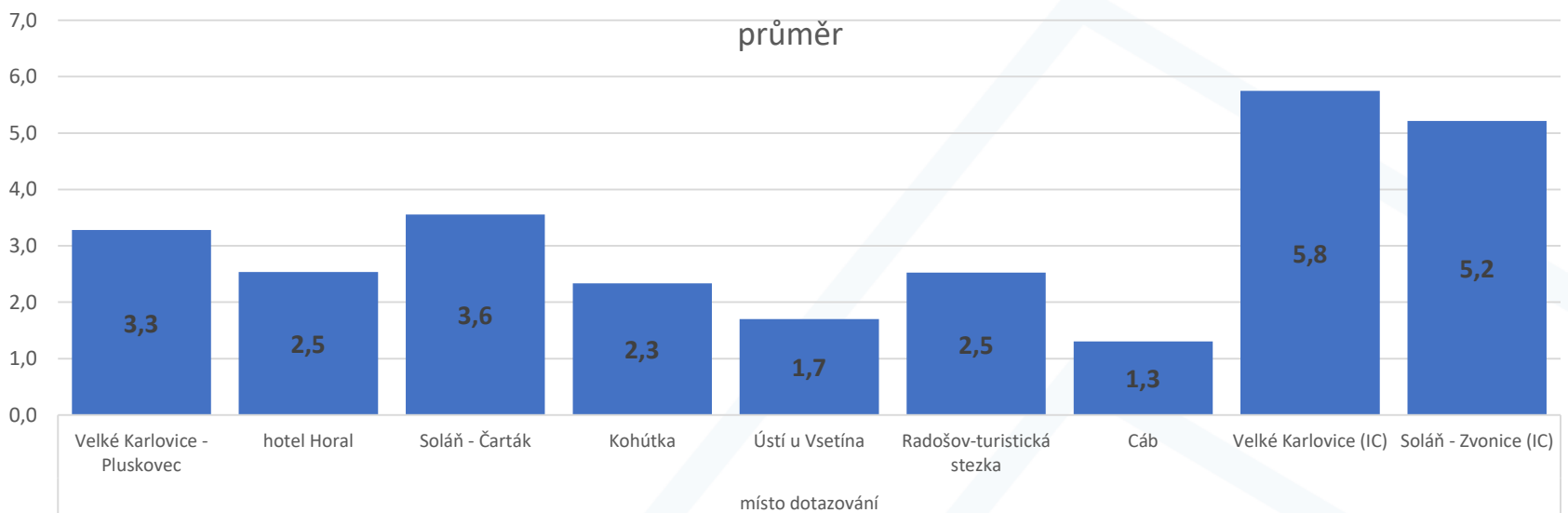
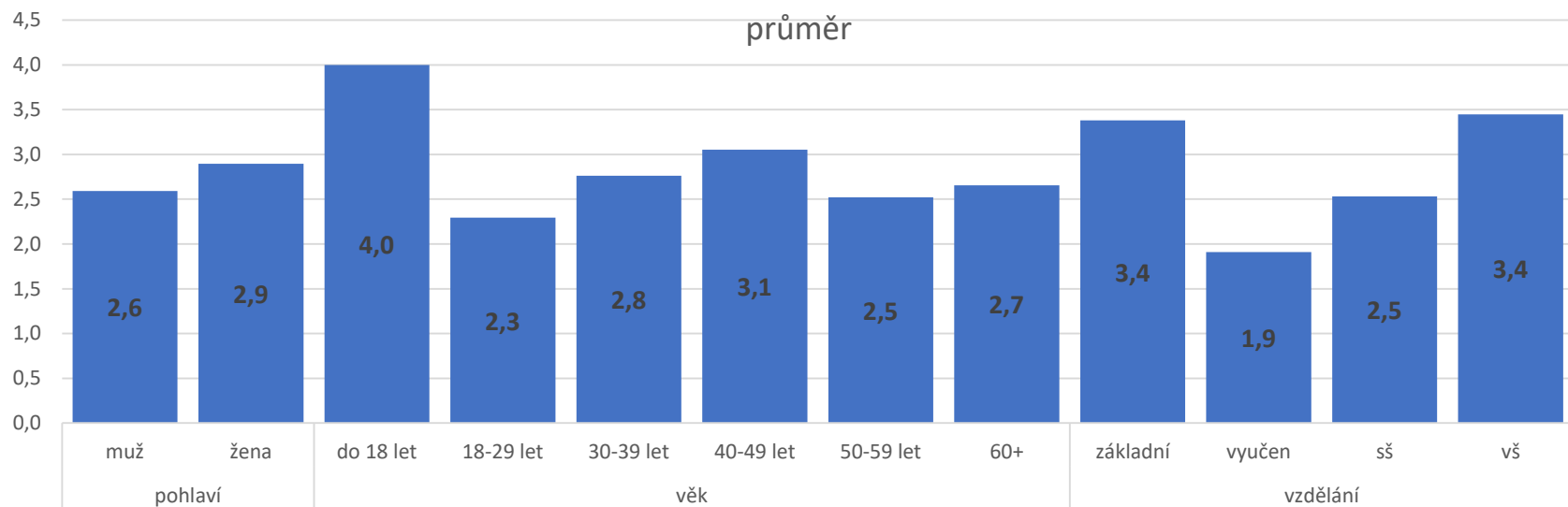
4. Jaká je typická délka Vašeho pobytu v této oblasti? - počet dnů — kumulativní součet



## Komentář agentury Respond

Polovina návštěvníků regionu přichází pouze na jeden den. Jedná se typicky o místní či blízké návštěvníky se specifickými cíli návštěvy. Přesto přes 10% návštěvníků patří mezi typické – týdenní rekreanty. Víkendoví návštěvníci s počtem 2-4 strávených dnů v regionu tvoří více než třetinu respondentů.

#### 4. Jaká je typická délka Vašeho pobytu v této oblasti? - počet dnů



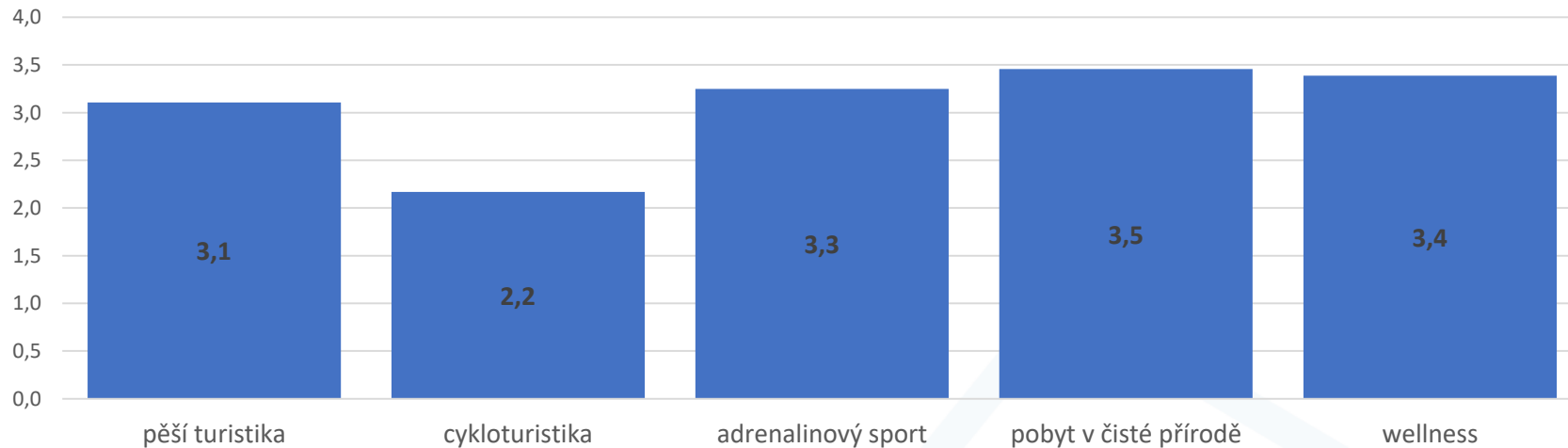
#### Komentář agentury Respond

Polovina návštěvníků regionu přichází pouze na jeden den. Jedná se typicky o místní či blízké návštěvníky se specifickými cíli návštěvy. Přesto přes 10% návštěvníků patří mezi typické – týdenní rekreanty. Víkendoví návštěvníci s počtem 2-4 strávených dnů v regionu tvoří více než třetinu respondentů.

Rozdíl v počtu strávených dnů v regionu se u jednotlivých demografických skupin příliš neliší. V průměru se většina skupin pohybuje v rozmezí 2-4 dny.

Nejvíce dnů v regionu stráví ti respondenti, kteří byli osloveni na informačních centrech, což je opět celkem logický závěr. Naopak nejmenší průměr strávených dnů deklarují návštěvníci v Cábě.

### Průměr z 4. Jaká je typická délka Vašeho pobytu v této oblasti?



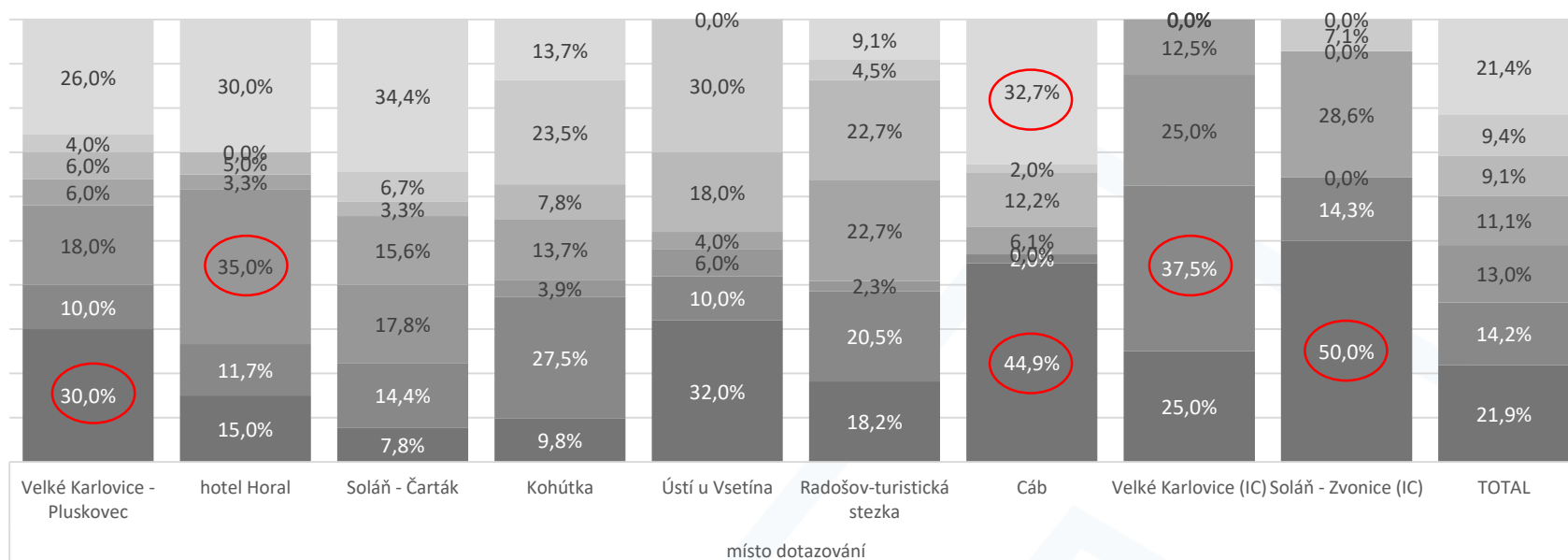
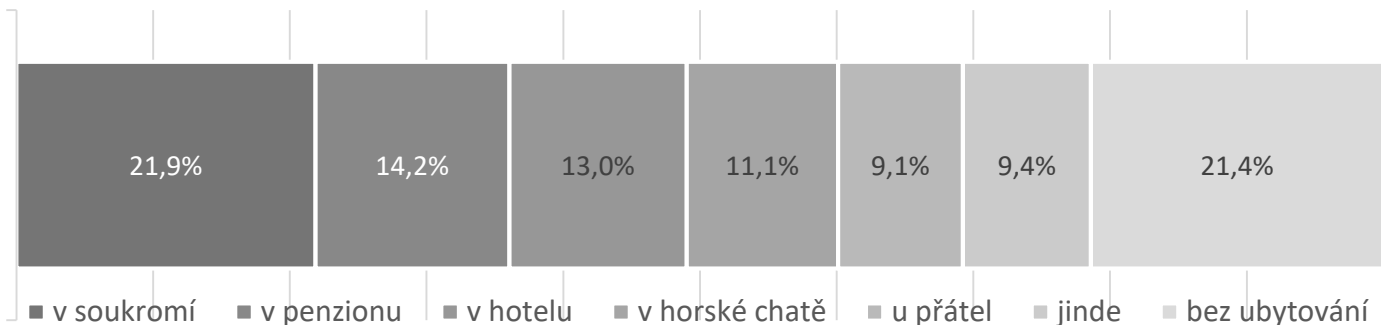
### Komentář agentury Respond

Ani primární důvod návštěvy nemá příliš velký vliv na délku pobytu v regionu. Z průměrných hodnot mírně vyčnívá kratší doba strávená v regionu u respondentů, kteří přijeli za cykloturistikou. Opět je to celkem logické – kolo umožní lidem rychlé přemístění do bližších bydlišť.



## 5. V případě, že jste v oblasti delší dobu, jste ubytováni?

5. V případě, že jste v oblasti delší dobu, jste ubytováni?

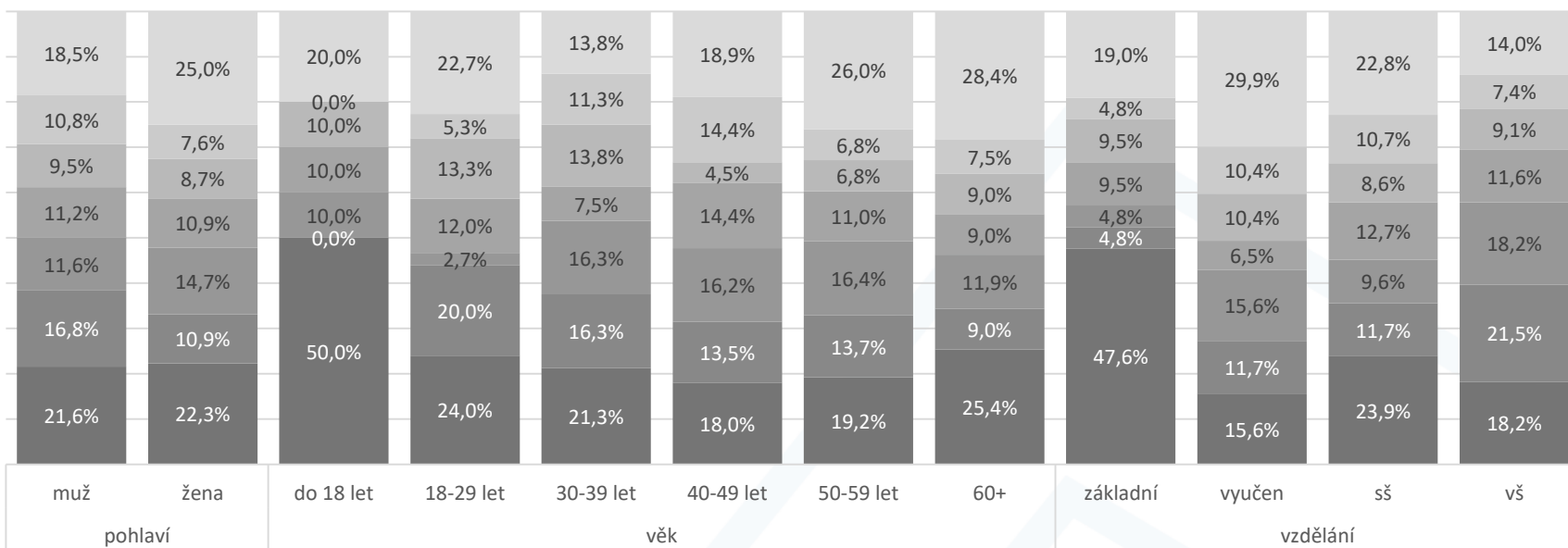
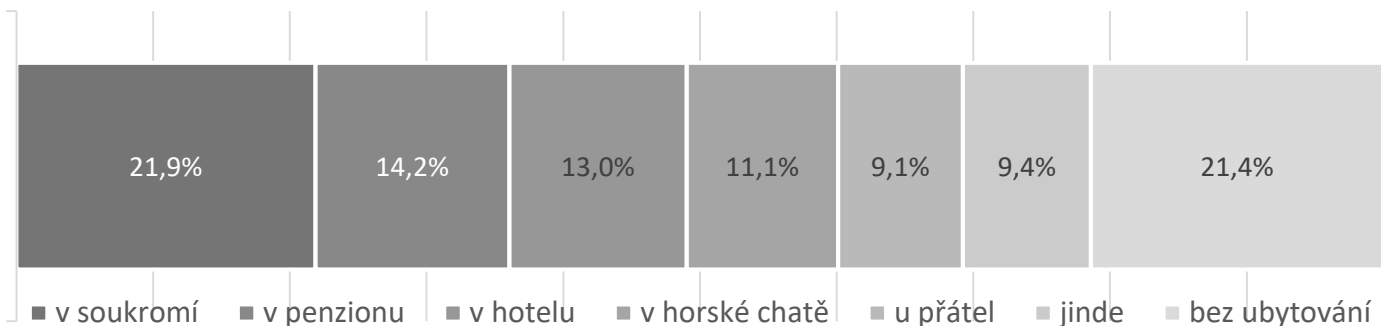


## Komentář agentury Respond

Více než pětina respondentů nevyužila služeb ubytování. Spolu se skupinami, kteří využívají ubytování u přátel či v soukromí tudíž představují výraznou většinu hostů regionu, cca 60%. Necelých 40% návštěvníků pak využívá penzionů, hotelů či horských chat.

Lidé v oblasti Hotelu Horal pochopitelně častěji využívají ubytování právě na hotelu. Zajímavější je proto sledovat, jaký typ ubytování volí návštěvníci infocenter. Třetina návštěvníků Soláně a Cábů nevyužívá služeb ubytování.

5. V případě, že jste v oblasti delší dobu, jste ubytováni?



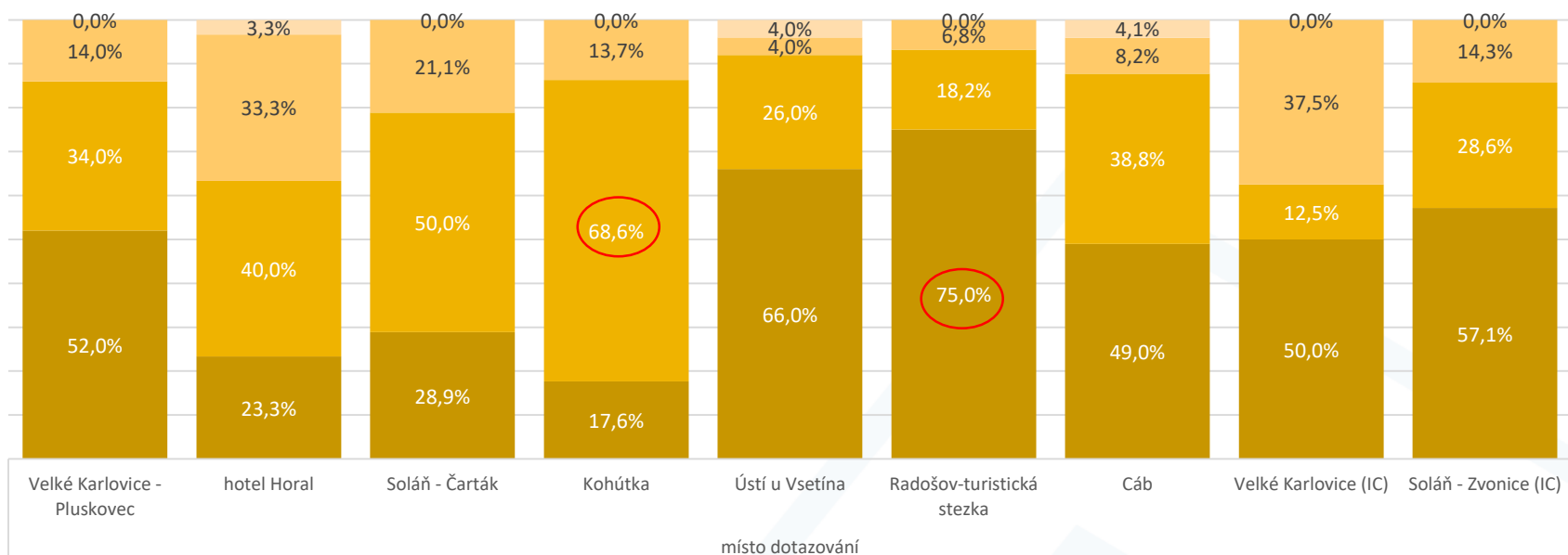
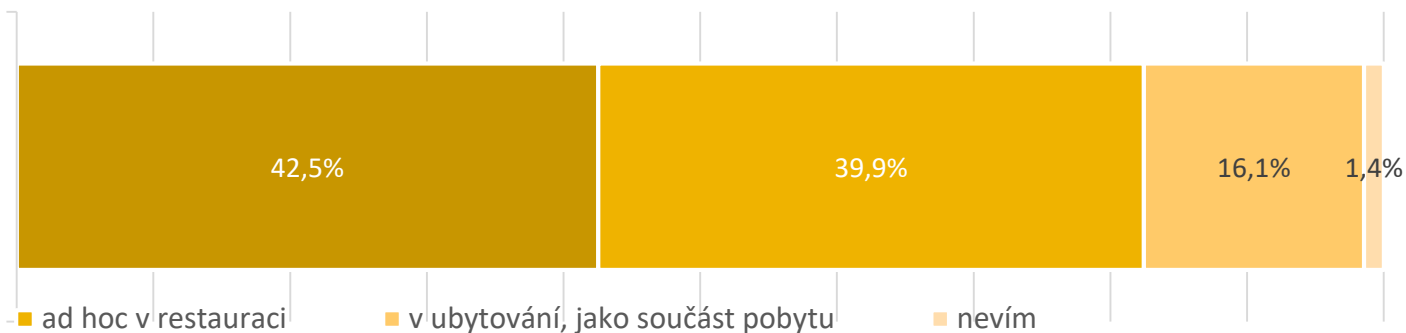
## Komentář agentury Respond

Více než pětina respondentů nevyužila služeb ubytování. Spolu se skupinami, kteří využívají ubytování u přátel či v soukromí tudíž představují výraznou většinu hostů regionu, cca 60%. Necelých 40% návštěvníků pak využívá penzionů, hotelů či horských chat.

Lidé se základním vzděláním často volí ubytování v soukromí, případně služeb ubytování nevyužívají. S rostoucím vzděláním roste míra ubytování, schopnost i ochota připlatit si za dražší formy ubytování typu penzion či hotel a horská chata. Mezi muži a ženami přílišné rozdíly neexistují.

## 6. Jakou formu stravování preferujete?

## 6. Jakou formu stravování preferujete?

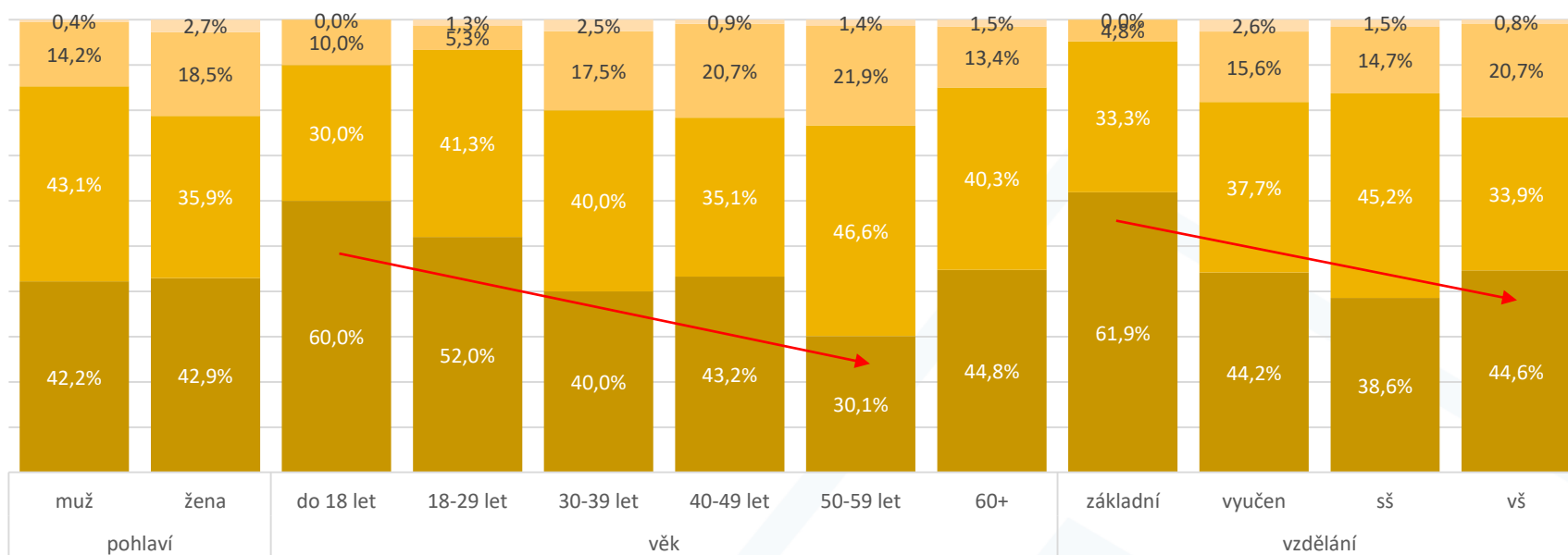
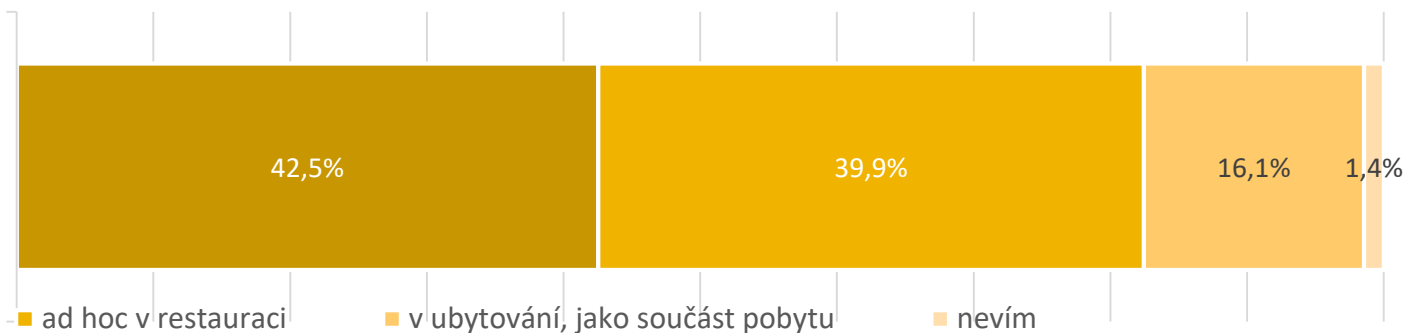


## Komentář agentury Respond

Návštěvníci regionu stále nejčastěji preferují vlastní stravování. Přesto je tato skupina respondentů již skoro početně vyrovnaná se skupinou, kteří preferují ad hoc formy stravování v restauracích. Stravování jako součást pobytu je spíše méně častou formou využívání služeb.

Vlastní formy stravy preferují častěji návštěvníci Radošova či Ústí u Vsetína. Naopak služeb restaurace využívají častěji ti respondenti, kteří byli dotazováni na Kohútce či na Soláni.

## 6. Jakou formu stravování preferujete?



## Komentář agentury Respond

Návštěvníci regionu stále nejčastěji preferují vlastní stravování. Přesto je tato skupina respondentů již skoro početně vyrovnaná se skupinou, kteří preferují ad hoc formy stravování v restauracích. Stravování jako součást pobytu je spíše méně častou formou využívání služeb.

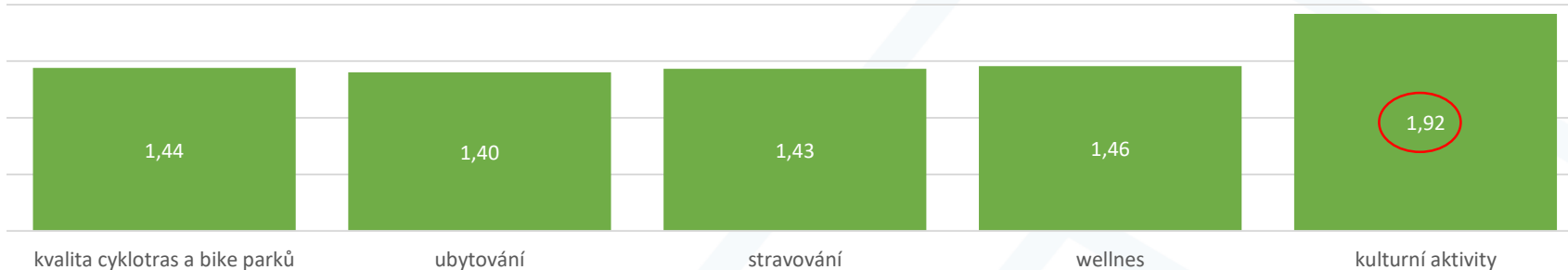
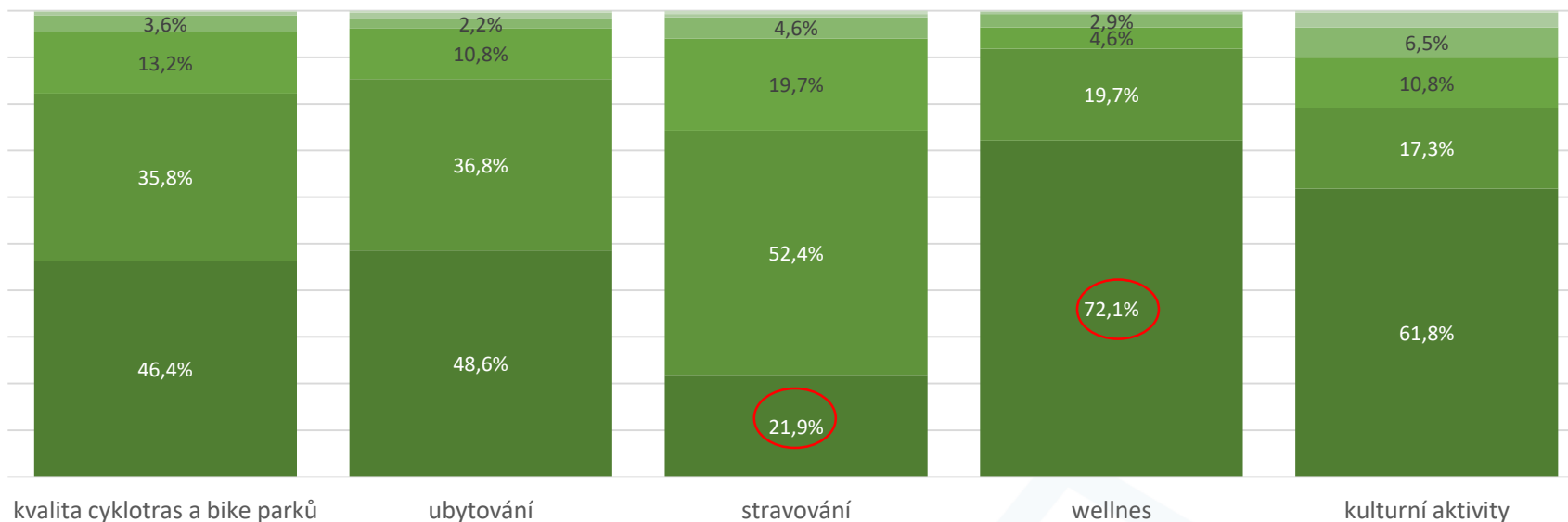
Preference vlastní formy stravování klesá s rostoucím věkem, až u nejstarších spoluobčanů opět zájem o vlastní stravování roste, patrně z finančních důvodů. Rovněž s rostoucím vzděláním (a pravděpodobně s rostoucími finančními možnostmi) zájem o vlastní stravování klesá.

## 7. Jak jste průměrně spokojen/a se službami, které jste využil/a?

\* Odpovědi všichni, i ti, kteří služby nevyužili

## 7. Jak jste průměrně spokojen se službami, které jste využil/a? \*

■ nehodnotí ■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5



Průměry pouze z těch, kteří službu využili a hodnotili známkou

## Komentář agentury Respond

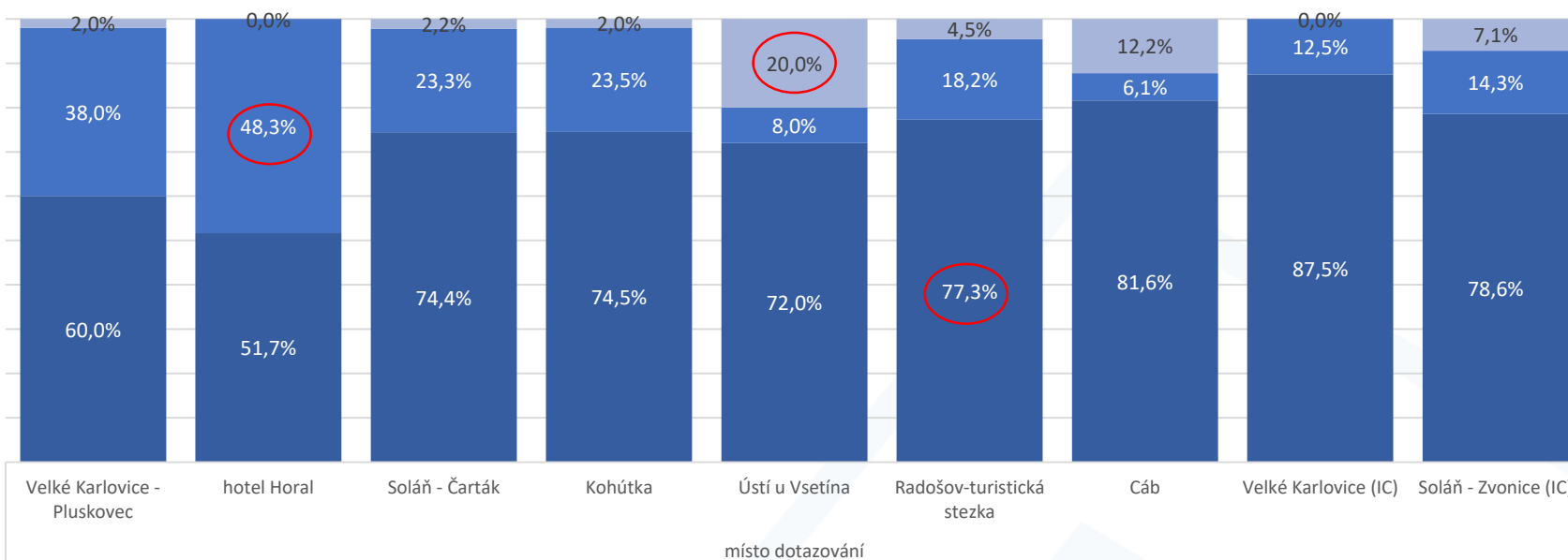
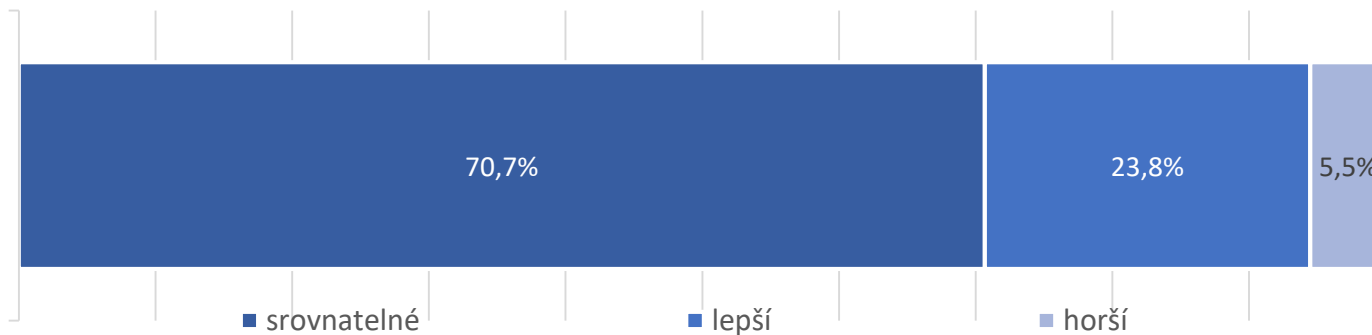
Návštěvníci oblasti se pokusili rovněž vyjádřit, jak jsou spokojeni se službami, které využili. Nejméně využívanou službou je wellnes, které hodnotí pouze necelých 30% návštěvníků. Naopak nejvíce respondentů hodnotilo služby stravování.

V přímém srovnání se zdají být návštěvníci velmi spokojeni. Jejich hodnocení dosahuje velmi dobrých známek na úrovni hodnot 1,4 – 1,5 (hodnocení jako ve škole). Jde o hodnocení kvality cyklotras, ubytování, stravování či wellness služeb. Pouze kulturní aktivity dosahují mírně nižšího hodnocení – hodnotu 1,92, která ale stále představuje velmi dobrou známku.



## 8. Služby v této oblasti Vám připadají ve srovnání s jinými oblastmi, kam jezdíte?

8. Služby v této oblasti Vám připadají ve srovnání s jinými oblastmi, kam jezdíte?

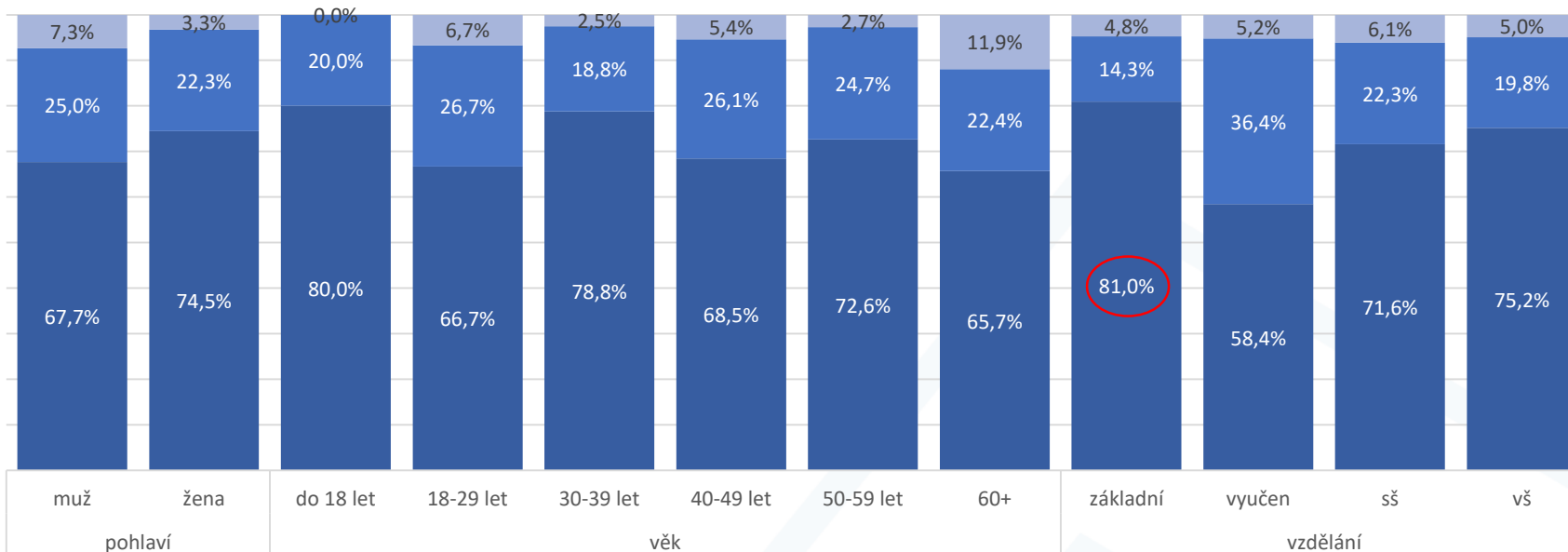
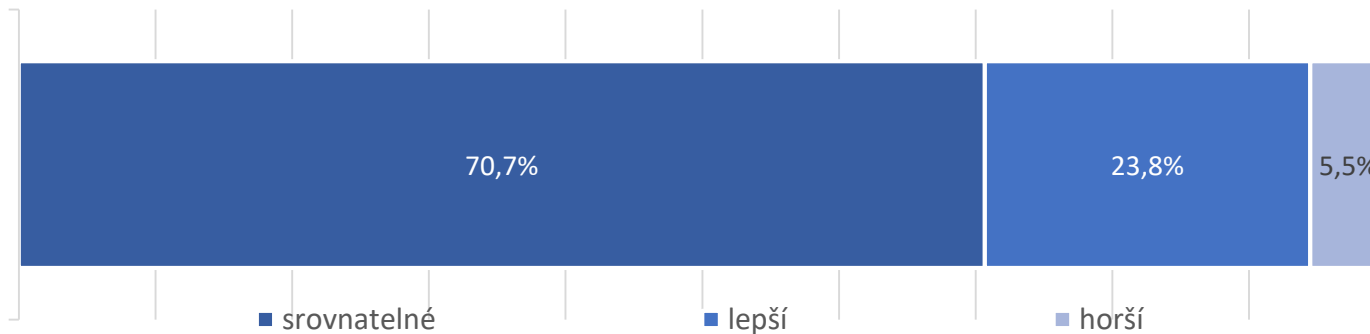


## Komentář agentury Respond

Kromě přímého hodnocení služeb návštěvníci srovnávali i obecnou úroveň služeb v oblasti ve srovnání s jinými oblastmi, které respondenti navštěvují. Z takového přímého benchmarku se zdá být obecná úroveň služeb minimálně srovnatelná s jinými oblastmi.

Lepší úroveň služeb než u konkurence zmiňují nejčastěji návštěvníci u Hotelu Horal, či ve Velkých Karlovicích Plustkovci. Naopak nejvíce kritičtí byli návštěvníci v oblasti Ústí u Vsetína.

8. Služby v této oblasti Vám připadají ve srovnání s jinými oblastmi, kam jezdíte?



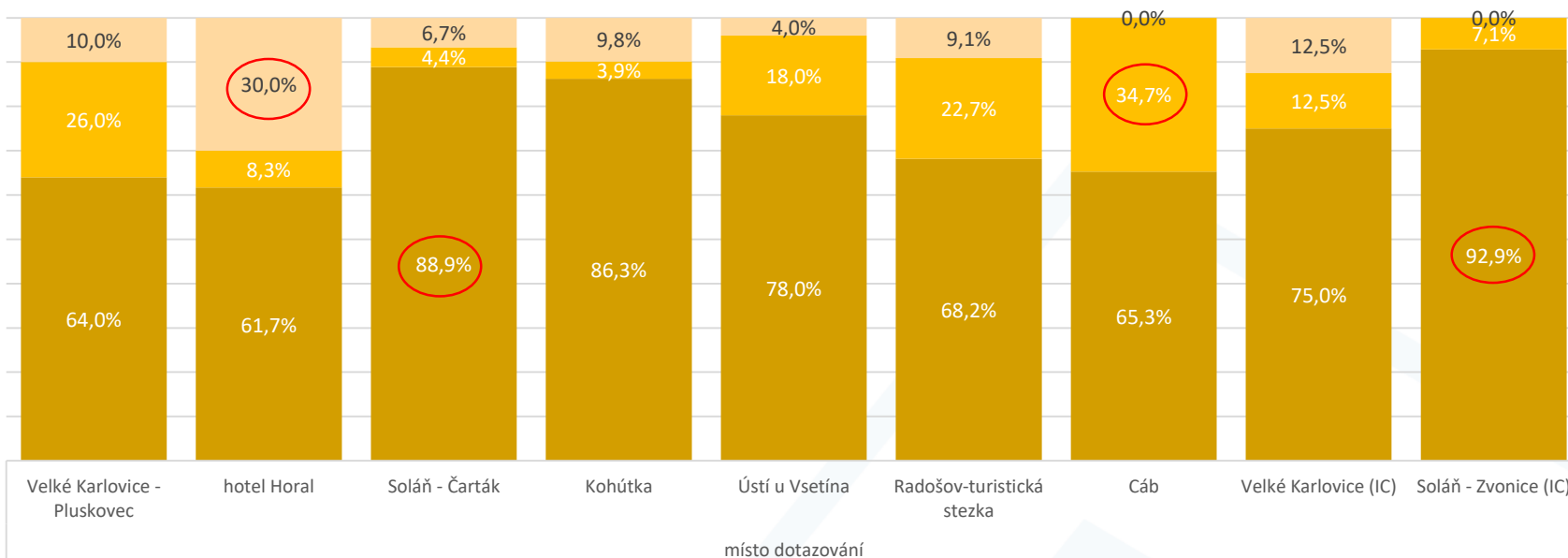
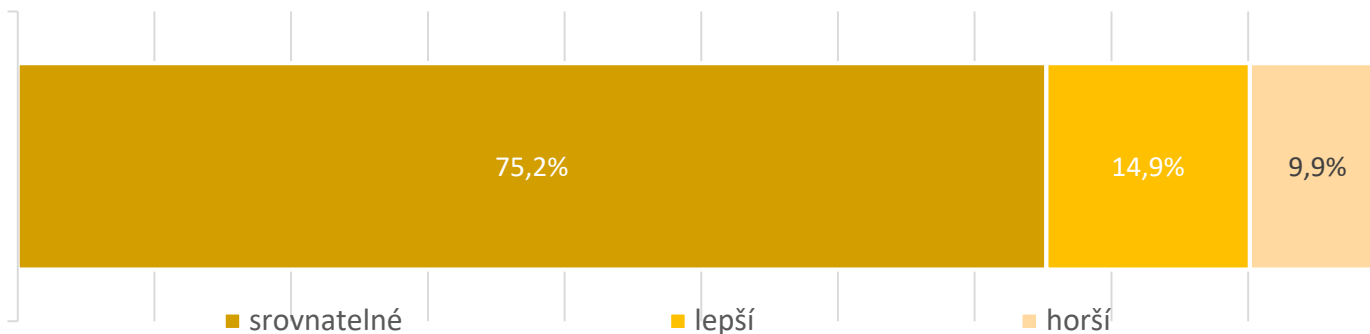
## Komentář agentury Respond

Kromě přímého hodnocení služeb návštěvníci srovnávali i obecnou úroveň služeb v oblasti ve srovnání s jinými oblastmi, které respondenti navštěvují. Z takového přímého benchmarku se zdá být obecná úroveň služeb minimálně srovnatelná s jinými oblastmi.

Hodnocení jednotlivých demografických skupin jsou si velmi podobná. Z odlišností stojí za povšimnutí hodnocení lidí se základním vzděláním.

## 9. Náklady na služby v této oblasti Vám připadají ve srovnání s jinými oblastmi, kam jezdíte?

9. Náklady na služby v této oblasti Vám připadají ve srovnání s jinými oblastmi, kam jezdíte?

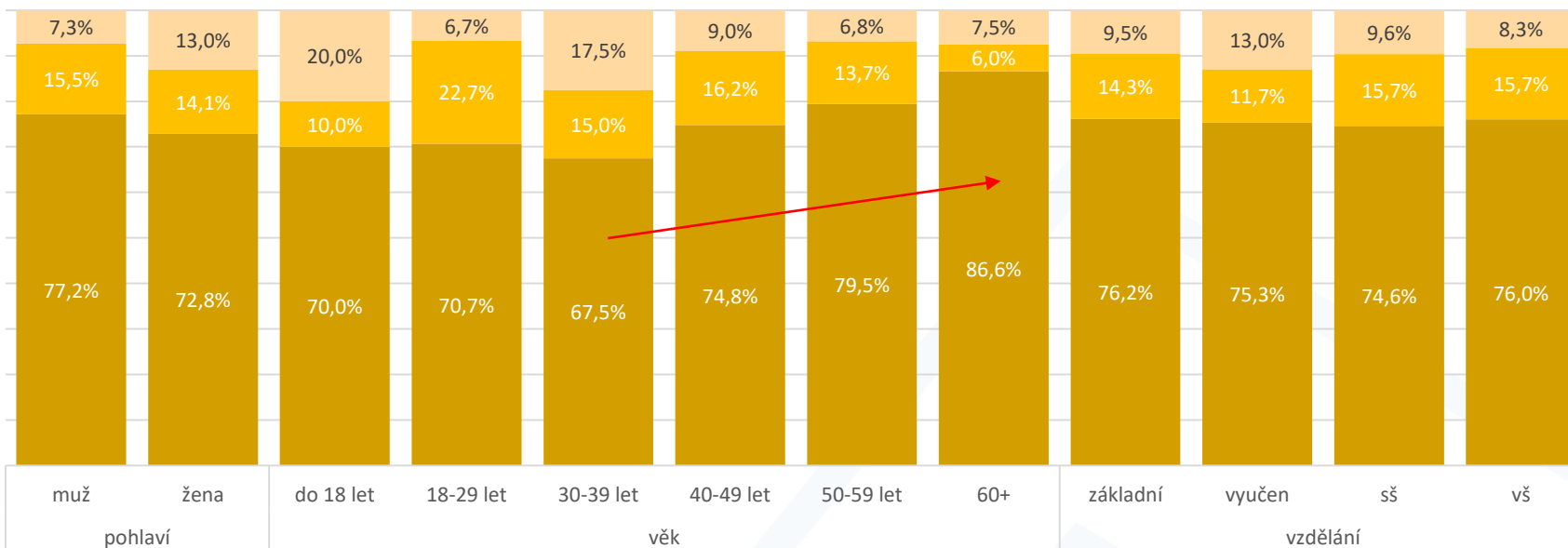
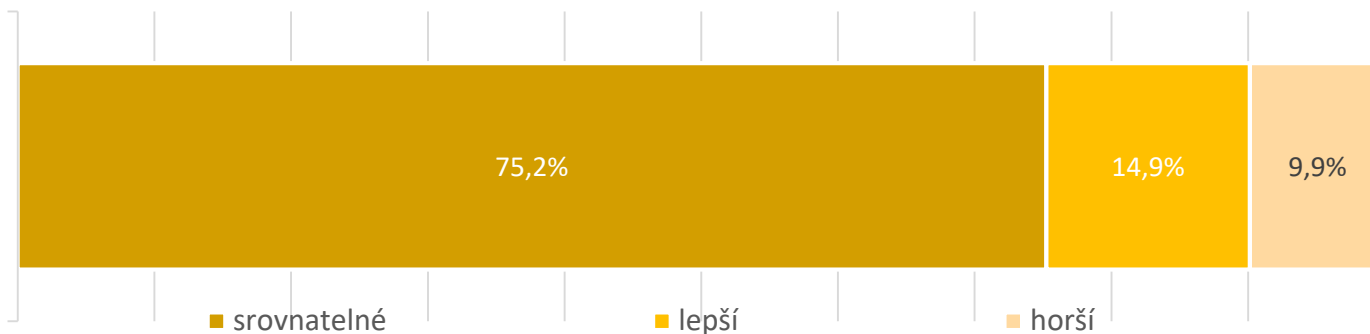


## Komentář agentury Respond

Kromě obecné úrovně návštěvníci dále srovnali i obecnou cenovou úroveň služeb ve srovnání s jinými oblastmi. Výsledky tohoto srovnání jsou velmi podobné hodnocení samotné úrovně služeb. Zdá tedy, že tato oblast není návštěvníky vnímaná ani jako levnější, ani jako dražší – jednoduše ji vnímají návštěvníci jako cenově srovnatelná.

Nejvíce návštěvníků označuje náklady jako srovnatelné v oblasti Soláň-Čartáku, nebo v IC Soláň Zvonice. Naopak jako horší, čili dražší, označují oblast návštěvníci u Hotelu Horal. Levnější se oblast zdá lidem, kteří navštívili Cáb.

**9. Náklady na služby v této oblasti Vám připadají ve srovnání s jinými oblastmi, kam jezdíte?**



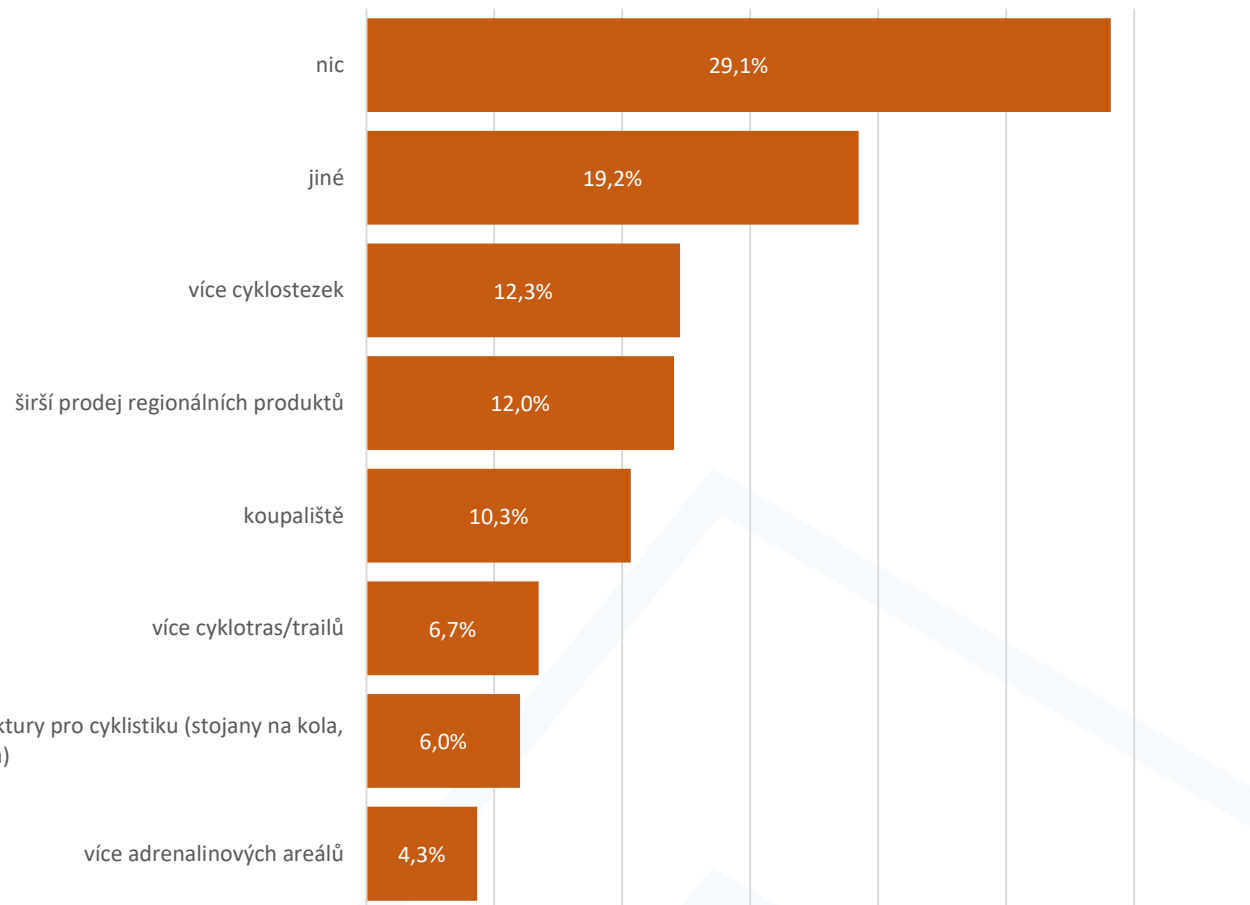
## Komentář agentury Respond

Kromě obecné úrovně návštěvníci dále srovnali i obecnou cenovou úroveň služeb ve srovnání s jinými oblastmi. Výsledky tohoto srovnání jsou velmi podobné hodnocení samotné úrovně služeb. Zdá tedy, že tato oblast není návštěvníky vnímána ani jako levnější, ani jako dražší – jednoduše ji vnímají návštěvníci jako cenově srovnatelná.

Odovědi jednotlivých demografických skupin respondentů jsou velmi podobné. To znamená, že vnímání finanční náročnosti je dáno daleko více pohybem v konkrétním místě (Hotel Horal), než jako vnímání celé oblasti jako celku. Pouze s rostoucím věkem lze vytušit mírnější nárůst názoru, že je tato oblast cenově srovnatelná na úkor extrémnějších názorů (levnější či dražší).

## 10. Co v oblasti postrádáte? Co by se mělo zlepšit?

## 10. Co v oblasti postrádáte? Co by se mělo zlepšit?



### Komentář agentury Respond

Okolo 30% návštěvníků oblasti nedokáže jmenovat, co jim v této oblasti chybí, případně co by se mělo zlepšit. Může to naznačovat spokojenost se současným stavem, ale zároveň to může naznačovat jistou míru menší náročnosti či nezájmu.

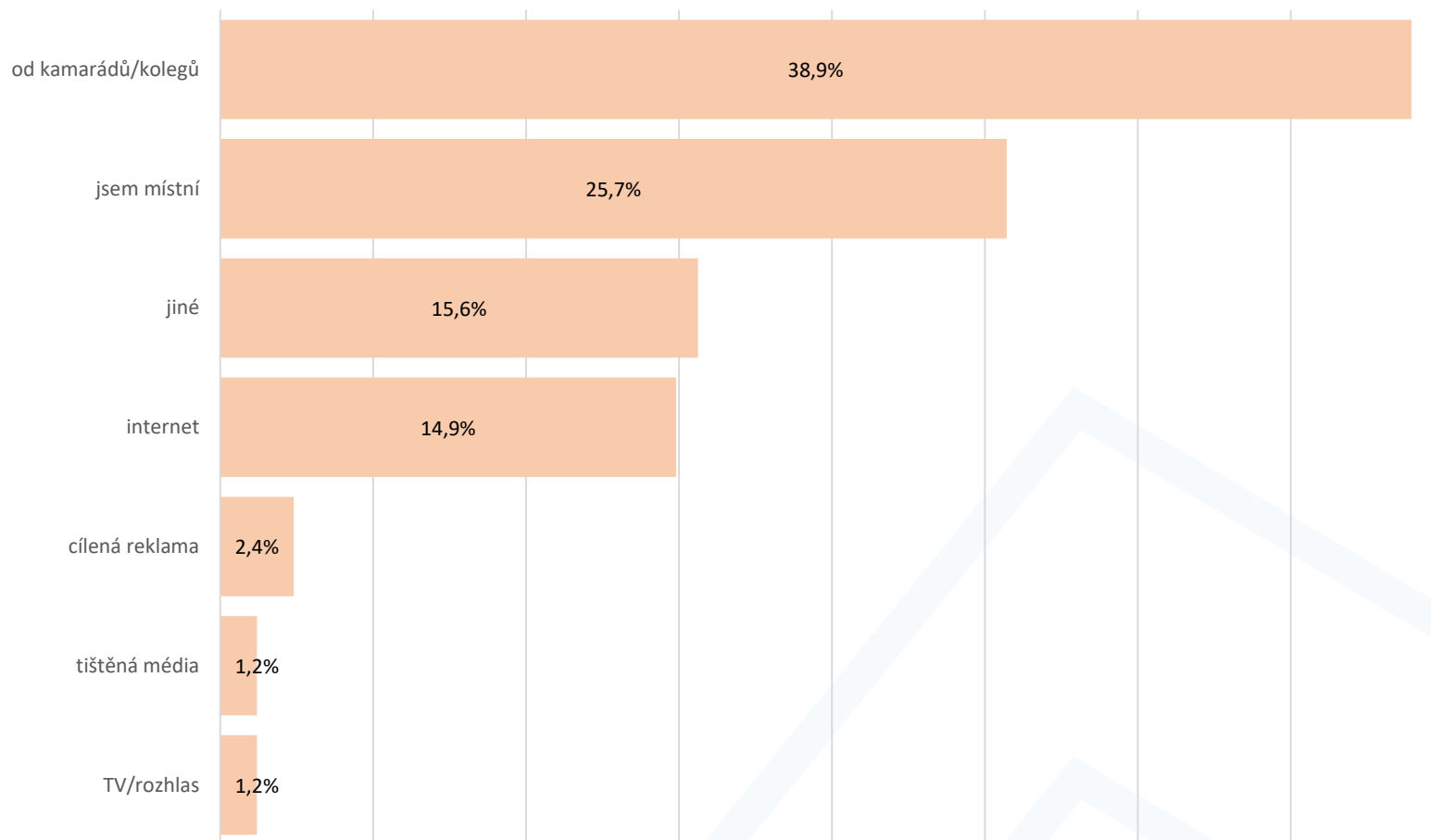
Okolo 20% návštěvníků dokáže jmenovat množství jednotlivých podniků a nápadů.

Z konkrétních produktů je nejčastěji jmenováno více cyklostezek (pochopitelně jde primárně o lidi, kteří tyto cyklostezky využívají). Druhou nejčastější konkrétní službou je širší prodej regionálních produktů (volba spíše pěších turistů, starších návštěvníků, spíše lidí s vyššími formami vzdělání). Třetí volbou jsou pak koupaliště – opět ovšem s přihlédnutím k času dotazování, tzn. k velmi teplému červenci 2019.



## I) Jak jste se o této oblasti dozvěděl/a?

## I) Jak jste se o této oblasti dozvěděl/a?



### Komentář agentury Respond

Primárními informačními zdroji o oblasti zůstávají i v dnešní elektronické době spíše personální zdroje. Jde především o kamarády, kolegy a přátele. Přibližně čtvrtina návštěvníků se označila za místní a tudíž tuto oblast zná.

Z dalších zdrojů informací stojí za zmínku internet. Cílená reklama, tištěná média či TV/rozhlas tvoří jen zlomky informačních zdrojů.



## Tabulkové výstupy