

Profil návštěvníka Koruny Vysočiny 2023



Jedním z úkolů destinačního managementu je detailní zkoumání území, efektivní sběr informací a vytváření komplexního profilu návštěvníků cílících do Koruny Vysočiny. Shromažďování dat je klíčové pro pochopení a naplňování potřeb turistů, což umožňuje lepší plánování marketingových strategií a poskytuje možnost srovnání návštěvníků v ucelené časové řadě. Tento dotazníkový průzkum je realizován již třetím rokem a data jsou získávána díky spolupráci s pracovníky turistických informačních center, ubytovacími zařízeními a přímým šetřením v terénu.

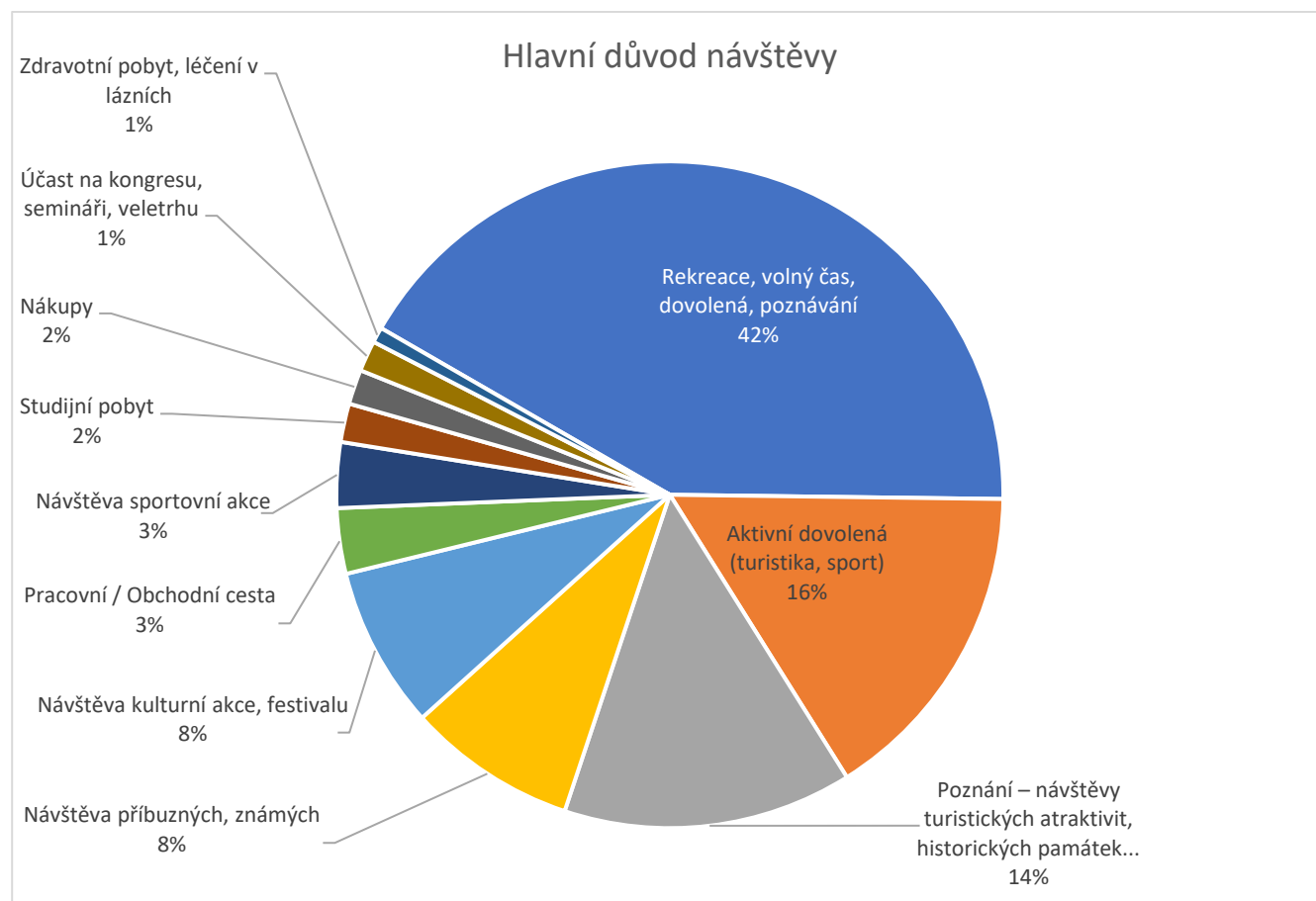
Naše dotazníkové šetření nám umožnilo vytvořit profil typického návštěvníka Koruny Vysočiny.

Zjistili jsme, že výrazná část návštěvníků přichází z Jihomoravského kraje a hlavním důvodem jejich návštěvy je touha po odpočinku, rekreaci, dovolené a poznávání nových míst. Informace o regionu získávají návštěvníci převážně od rodiny, přátel a známých, což poukazuje na význam osobních doporučení v rozhodování o cestě. Dalším významným zdrojem informací je internet. Turisté nejčastěji vyhledávají hotely a penzionsy s vyšší úrovní služeb. Nejčastější aktivity, kterým se u nás turisté věnují, jsou pěší turistika a poznávání kulturních a přírodních památek.

Pokud jde o demografické složení, mezi návštěvníky dominují ženy s vysokoškolským vzděláním, přičemž nejčetnější věkovou skupinou jsou osoby ve věku 40 – 49 let, které k nám přijíždějí s rodinou.

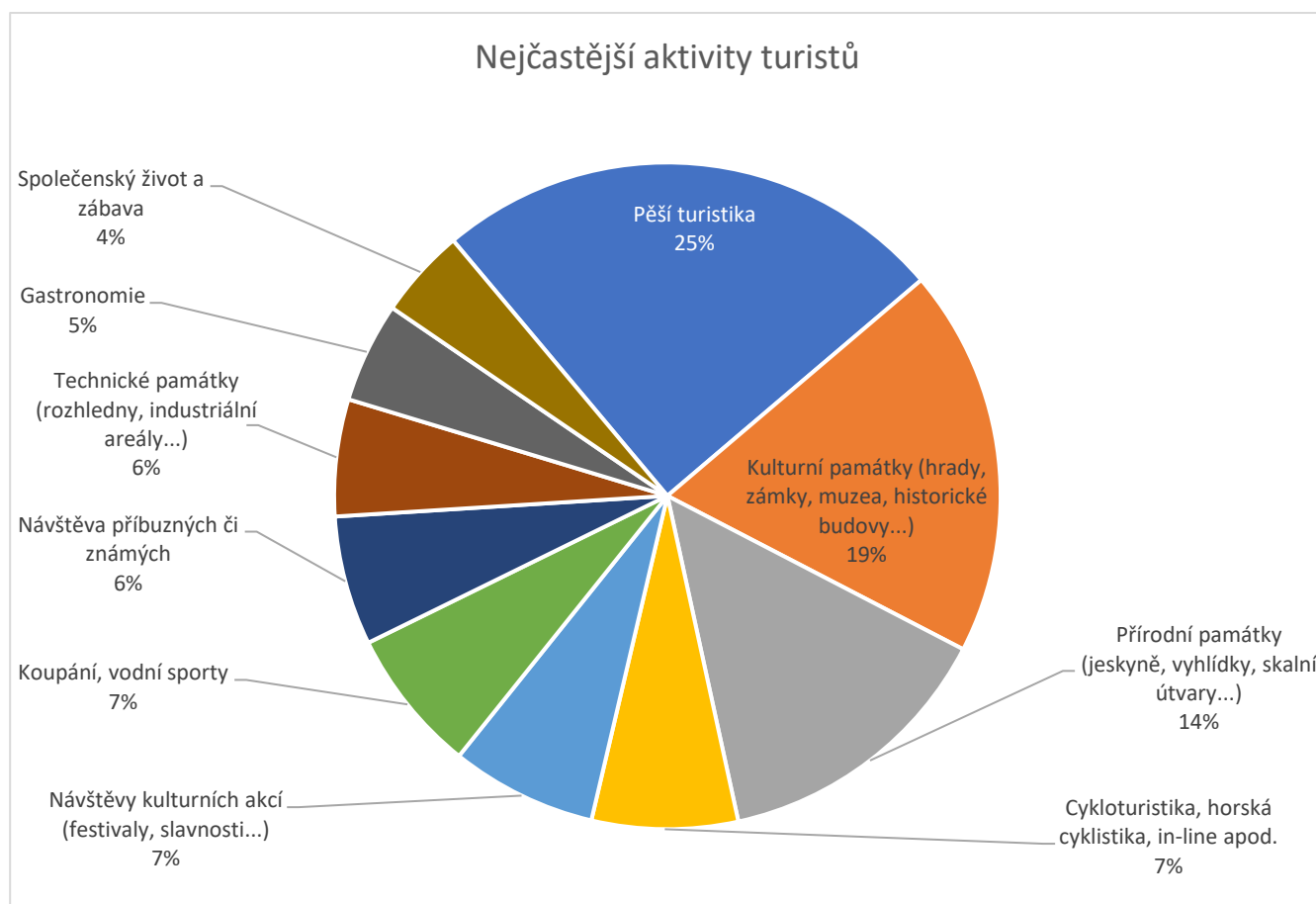
Hlavním důvodem návštěvy destinace byla pro 42 % turistů především relaxace (rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.). 16 % návštěvníků k nám směřuje primárně za turistikou a sportem (pěší túry, cykloturistika, vodáctví, tenis, lyžování apod.). Třetím nejčastějším důvodem, kvůli kterému přijelo 14 % turistů, je poznání (návštěvy turistických atraktivit, historie, architektura, kultura, folklor apod.).

Návštěvníci hledají v Koruně Vysočiny příležitost k relaxaci a úniku od každodenního stresu. Zdá se, že region je vnímán jako místo klidu a odpočinku. Z toho vyplývá, že Koruna Vysočiny má potenciál přitahovat návštěvníky, kteří hledají jak odpočinek, tak kulturní a přírodní zážitky.

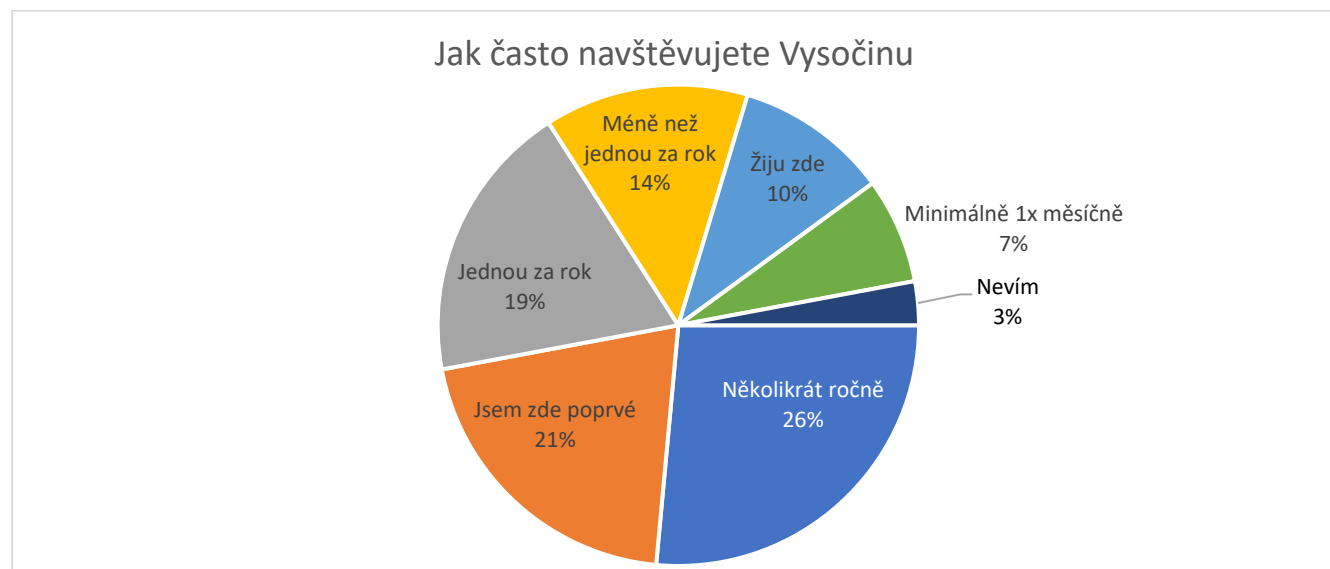


Nejčastější aktivity, které turisté u nás podnikají, je pro 25 % oslovených pěší turistika. Druhá nejčastější aktivita je pro 19 % turistů poznávací turistika – návštěva kulturních památek. A jako třetí nejčastější aktivitu, již u nás návštěvníci podnikají, je pro 14 % dotázaných návštěva přírodních památek.

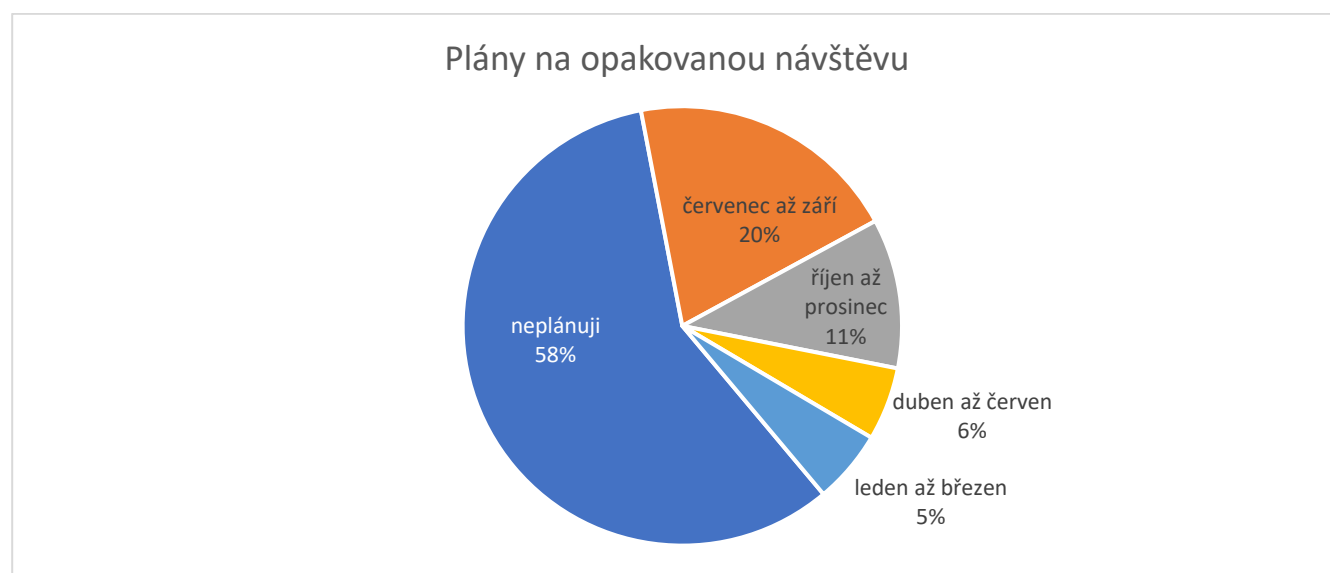
Nejpopulárnější je pěší turistika, což odráží kvalitu turistických tras a přírodní krásu regionu, která se koncentruje převážně do Žďárských vrchů a údolí řeky Svatky. Vysoký zájem je také o návštěvu kulturních památek, tedy hradu Pernštejn, Zelené hory, Zámku Žďár a zřícenin v údolí Svatky. Přírodní památky jsou také významným lákadlem, typicky na Devět skal zamíří během roku až 100 000 návštěvníků. Kromě toho region přitahuje i milovníky aktivního odpočinku díky možnostem pro cykloturistiku a v zimě běžeckých tras.



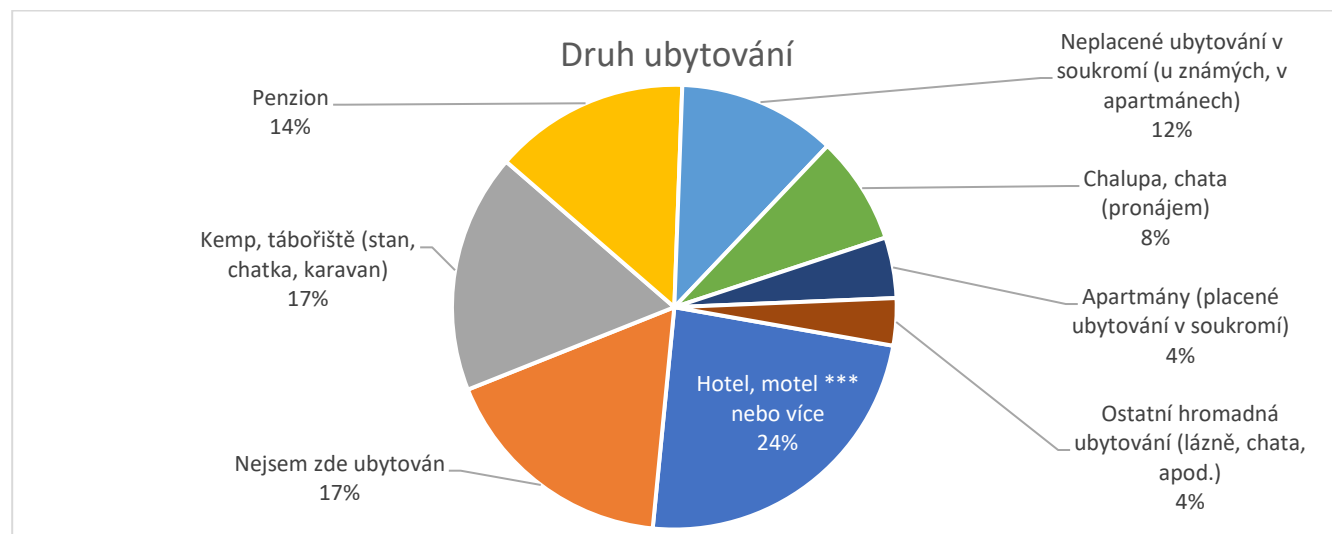
Jak často návštěvníci navštěvují Vysočinu? Z dotazníkového řešení jasně vychází, že většina turistů Vysočinu zná a vrací se k nám. Pouze 21 % návštěvníků uvádí, že je u nás poprvé. Proto je důležité podnítit u turistů prvotní impuls k návštěvě, ať je přesvědčíme, že návštěva stojí za to. Po první návštěvě zjistí, že Vysočina toho hodně nabízí a následně se k nám vrací.



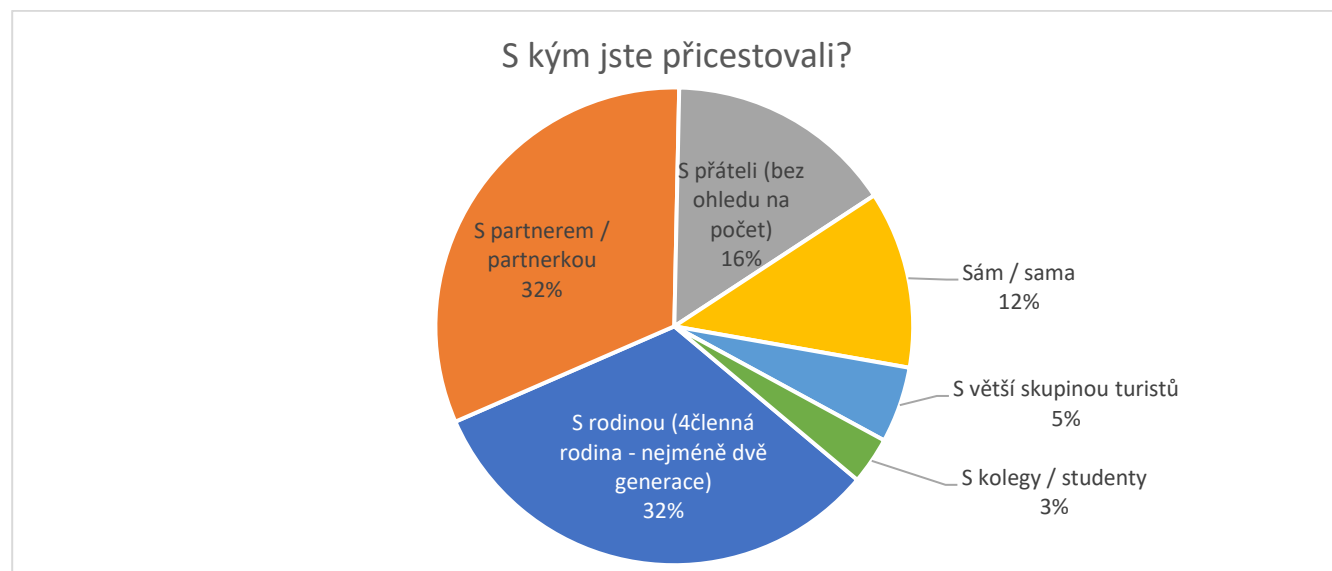
V jakém ročním období plánujete opět přijet na Vysočinu? Pokud už během dotazníkového šetření zvažovali návštěvníci další dovolenou, tak nejčastěji se jednalo o letní měsíce, 11 % plánovalo období podzimu.



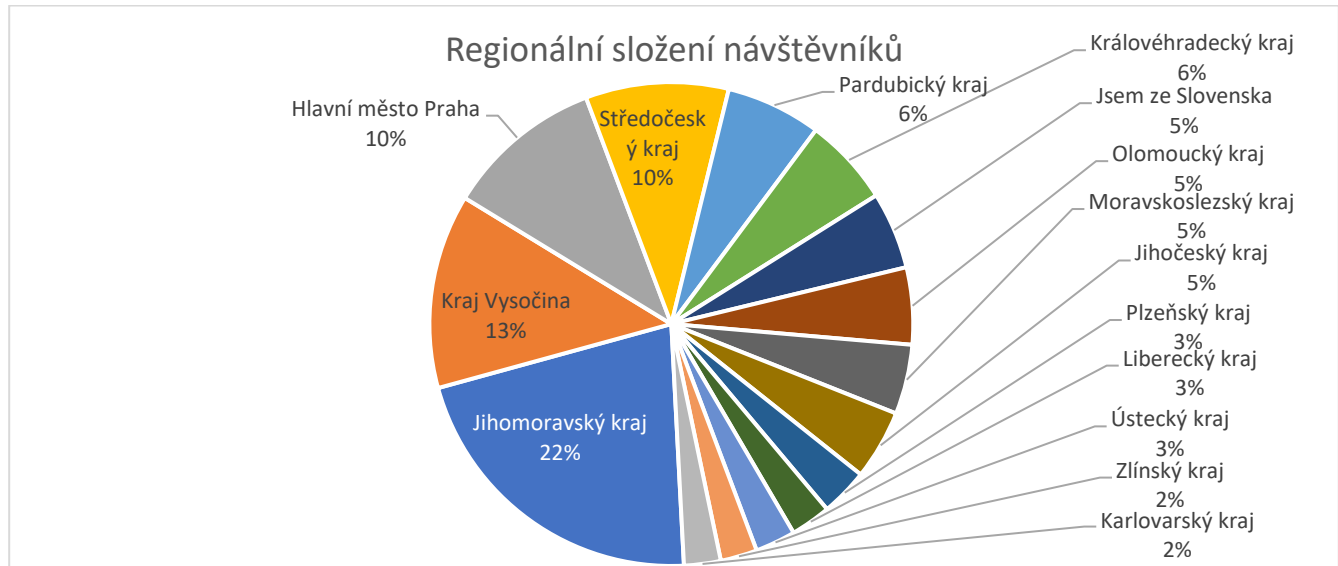
Druh ubytování, který návštěvníci u nás preferují, jsou pro 24 % lépe vybavené hotely. 17 % turistů si zvolilo pro přenocování kempy a tábořiště, následují penziony s 14 %. Preference vyššího standardu ubytování jasně ukazuje směr, který u nás návštěvníci vyhledávají. Dalším zajímavým signálem je zvyšující se trend kempování.



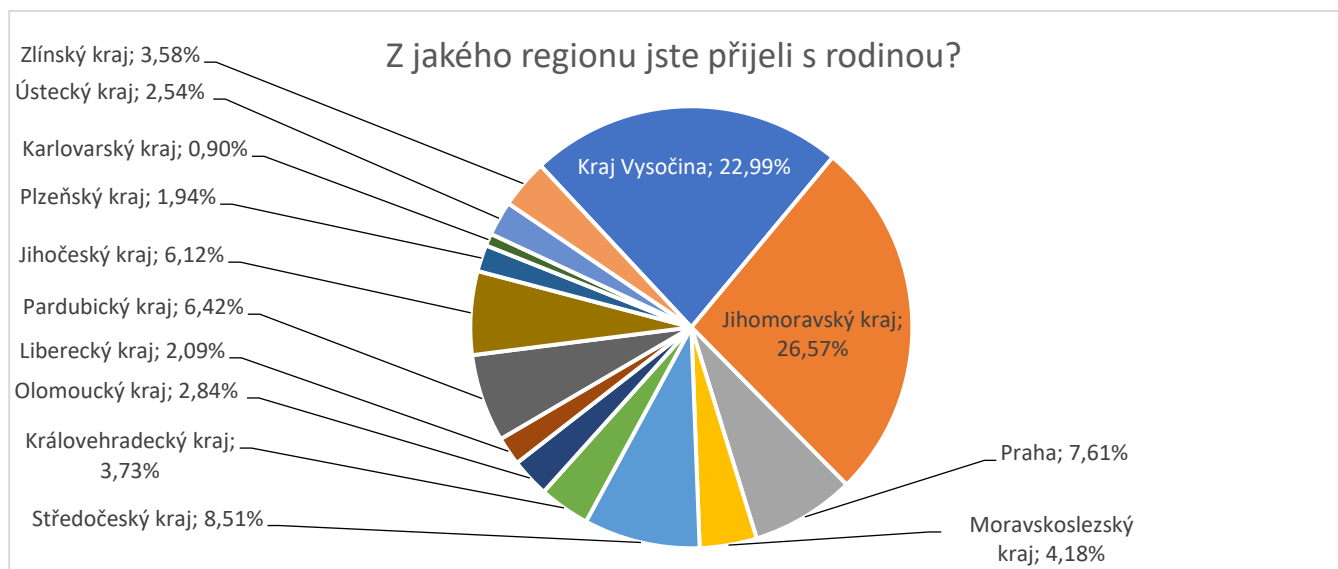
S kým turisté přijíždějí - odpovídá 32 % návštěvníků, že k nám přijíždí s partnerem, se stejným procentuálním podílem přijíždějí i rodiny (nejméně dvě generace) a až na třetím místě jsou přátelé či jiná skupina.



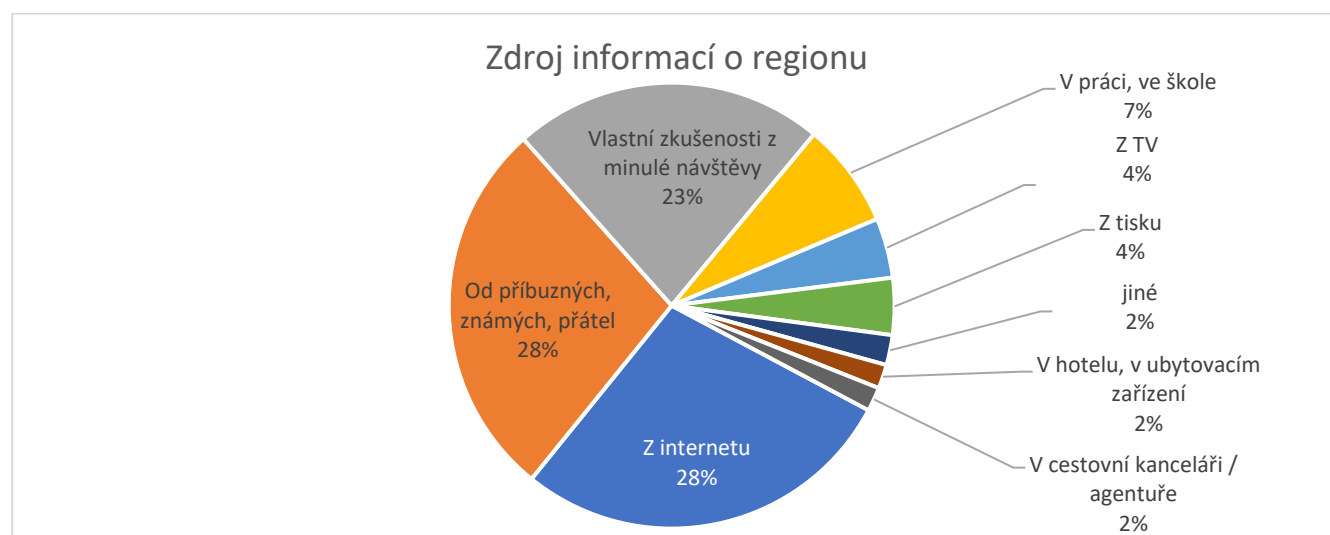
Regiony, ze kterých návštěvníci přijíždí, nejsou na prvních třech příčkách žádným překvapením. 22 % návštěvníků je z Jihomoravského kraje, 13 % návštěvníků je z domácí Vysočiny a o třetí příčku se dělí s 10 % Praha a Středočeský kraj. Zajímavá data jsou pak na dalších místech, kde spatřujeme příležitosti k růstu (Pardubický, Královéhradecký a Moravskoslezský kraj).



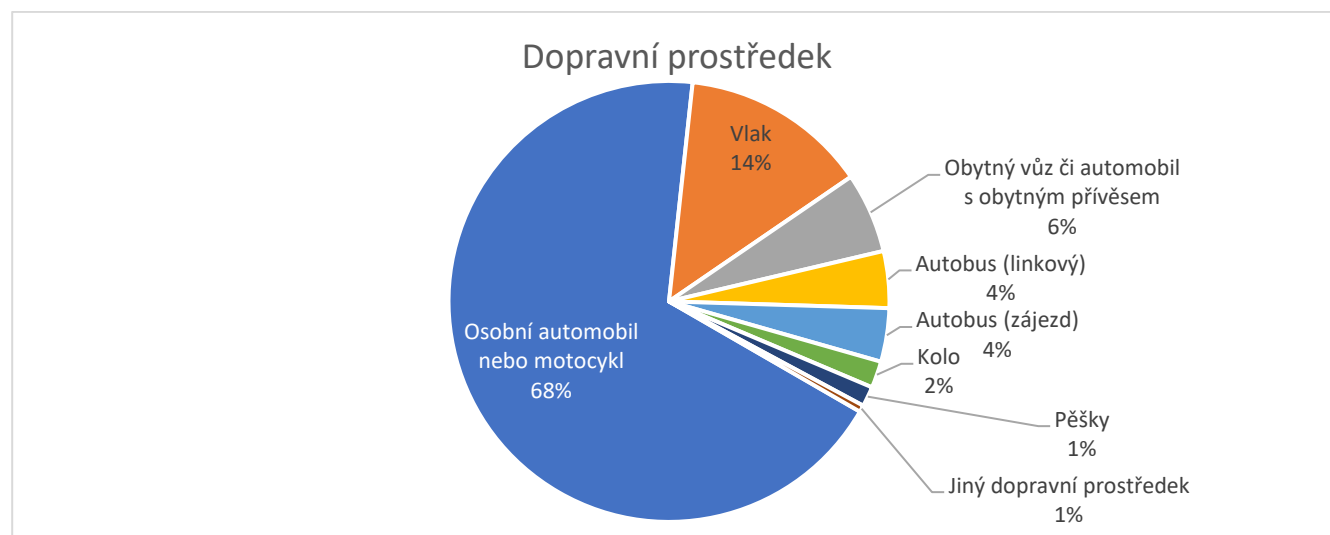
Regionální rozdělení rodin s dětmi jsme schopni rozlišit na základě dat z produktů cestovního ruchu, které se zaměřují na tento segment. Nejčastěji k nám míří rodiny s dětmi z 27 % z Jihomoravského kraje, druhý největší segment pochází z 23 % z Vysočiny a třetí nejpočetnější skupinou (9 %) jsou rodiny ze Středočeského kraje. Tento graf potvrzuje všeobecné rozložení našich turistů a potvrzuje jeho správnost.



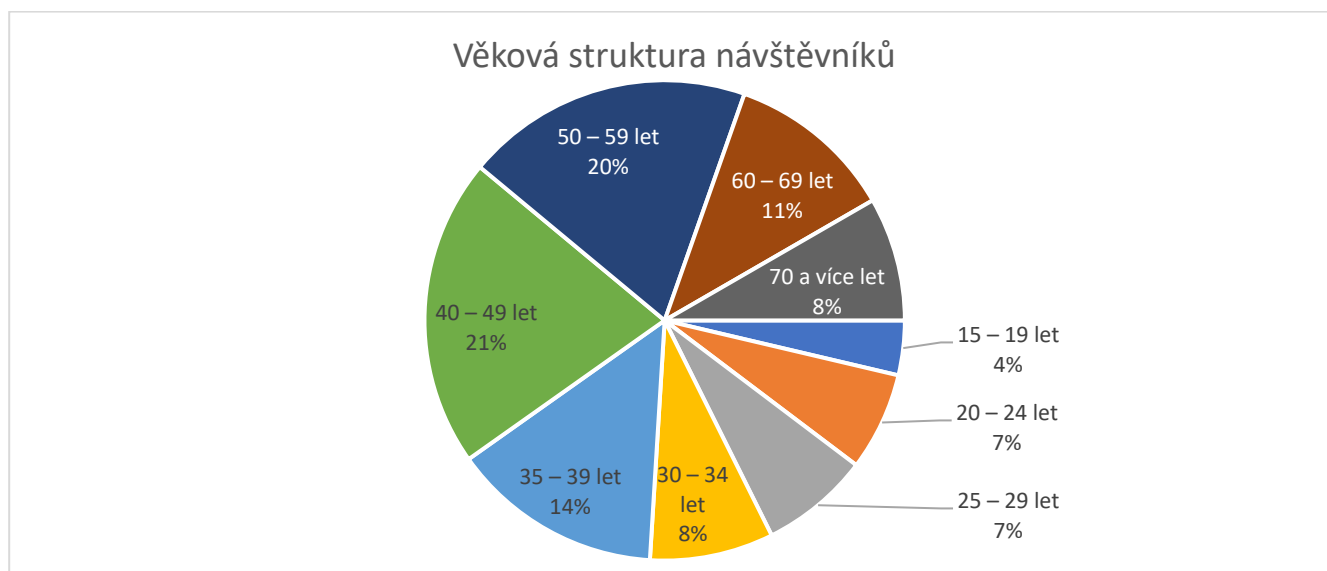
Zdroje informací naznačují, že naše největší síla spočívá ve schopnosti zanechat u návštěvníků pozitivní dojem. Tomu odpovídá nejčastější odpověď návštěvníků, kdy 28 % případů jsou to doporučení od příbuzných a přátel, také 23 % návštěvníků se vrátilo na základě předchozích pozitivních zkušeností. Informace z internetu zaujímají s podílem 28 % důležité druhé místo, což zdůrazňuje rostoucí roli digitálních kanálů v rozhodovacím procesu cestovatelů.



Dopravní prostředek, který návštěvníci využili k dopravě k nám, jednoznačně ukazuje, že automobil je pro 68 % hlavní dopravní prostředek. Vlák je primárním dopravním prostředkem pouze pro 14 % návštěvníků. Zaznamenali jsme zvyšující se trend příjezdu obytných vozů.



Věková struktura našich návštěvníků je nejpočetnější v rozmezí 40 až 49 let. Celých 21 % respondentů se identifikovalo s touto skupinou. Tato věková kategorie nejčastěji přijíždí s rodinou. Druhou příčku obsadili turisté 50 - 59 let, tato skupina se dá definovat jako „prázdná hnízda“ a přijíždí nejčastěji s partnerem. Mladší věkové kategorie do 35 - 39 let tvoří 14 % návštěvníků. Jedná se především o aktivní jedince, kteří vyhledávají sportovní a jiné aktivní trávení dovolené.



Vzdělání našich návštěvníků je z 38 % vysokoškolské, následuje skupina středoškolsky vzdělaných s maturitou se 36 %, středoškolské bez maturity nebo základní vzdělání udává pouze 20 % turistů.

