

Profil návštěvníka Koruny Vysočiny 2024



Mezi hlavní úkoly destinačního managementu je detailní zkoumání území. Dotazníkové šetření, které bylo realizované už po čtvrté, mezi návštěvníky regionu Koruny Vysočiny představuje klíčový nástroj pro získání přehledu o jejich zkušenostech, preferencích a potřebách. Díky těmto datům můžeme nejen lépe porozumět tomu, co návštěvníky do regionu přitahuje, ale také identifikovat oblasti, které je třeba zlepšit, aby zážitek z pobytu na Vysočině byl co nejpříjemnější.

Detailní zpětná vazba od návštěvníků nám umožňuje přizpůsobit nabídku regionu tak, aby odpovídala jejich potřebám. Díky informacím o tom, jak se návštěvníci o regionu dozvěděli, můžeme efektivněji zaměřit marketingové kampaně. Šetření nám pomáhá odhalit, jaké aktivity jsou pro návštěvníky nejpřitažlivější, a na základě toho můžeme rozvíjet nové produkty a zážitky. Lepší porozumění návštěvníkům může přispět k rozvoji udržitelných forem turismu, které podpoří místní podnikatele a obyvatele regionu. Spokojený návštěvník nejenže utratí více peněz, ale s větší pravděpodobností se také vrátí a doporučí region svým známým.

Dotazníková šetření tedy nejsou jen nástrojem pro měření spokojenosti, ale slouží jako základní kámen pro strategický rozvoj celého turistického potenciálu Vysočiny.

Typický návštěvník Koruny Vysočiny

Typickým návštěvníkem je **žena** ve věkové kategorii **40 až 49 let**, která k nám přijela z **Jihomoravského kraje**. Nejčastěji má **středoškolské vzdělání s maturitou**, případně **vysokoškolské vzdělání**. Co se týče délky pobytu, typický návštěvník přenocuje na Vysočině **2 až 3 noci**. Tito návštěvníci se nejčastěji ubytují v **hotelu nebo motelu s 3 a více hvězdičkami**.

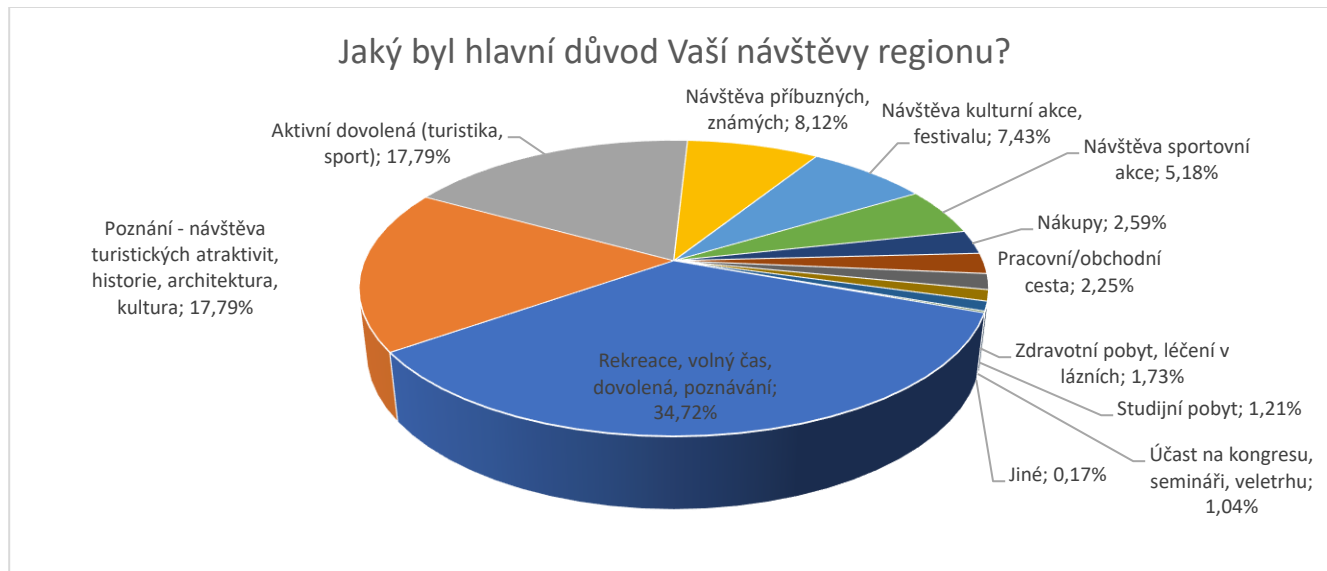
O regionu se nejvíce lidí dozvědělo **z internetu** a hned vzápětí **od příbuzných a známých**. Většina návštěvníků by pobyt na Vysočině **rozhodně doporučila**. Hodnocení 10 z 10 udělilo 39,7 % respondentů, což naznačuje vysokou míru spokojenosti s regionem. Přesto však více než polovina návštěvníků (54,3 %) **neplánuje další dvou nebo vícedenní dovolenou během příštího čtvrtletí**.

Návštěvníci Vysočiny nejčastěji cestují **s rodinou** nebo **s partnerem/partnerkou**. Co se týče frekvence návštěv, mnoho návštěvníků přijíždí na Vysočinu **několikrát ročně** (34,5 %), což svědčí o oblíbenosti a atraktivnosti regionu. Pokud jde o aktivity během pobytu, nejvíce respondentů se věnuje **pěší turistice**. Tento výsledek potvrzuje atraktivitu Vysočiny pro milovníky přírody a outdoorových aktivit. I přes vysokou míru spokojenosti se někteří návštěvníci setkávají s problémy. Nejčastěji si stěžují na **stravovací služby**, následované problémy s **dopravou a infrastrukturou**, zejména stavem silnic.

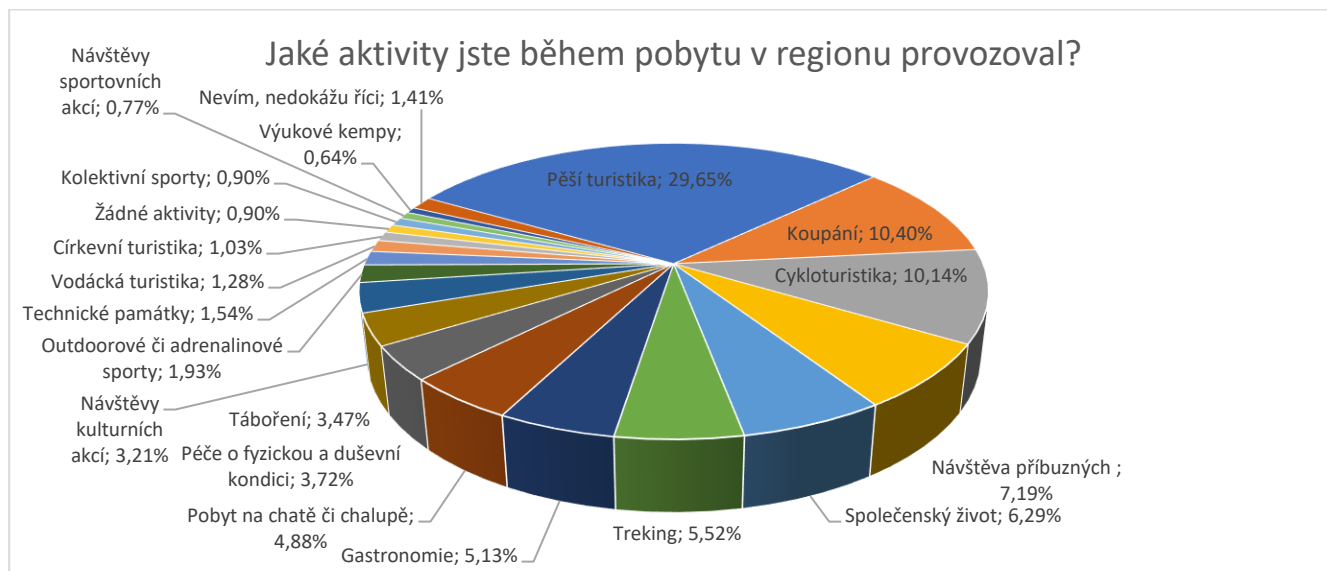
Celkově lze říci, že Vysočina láká především rodiny, páry a turisty, kteří si chtějí užít krásy přírody a aktivní dovolenou. Přestože jsou návštěvníci obecně spokojeni, oblast stravovacích služeb a infrastruktury nabízí prostor pro zlepšení, což by mohlo přispět k ještě vyšší atraktivitě regionu v budoucnu.



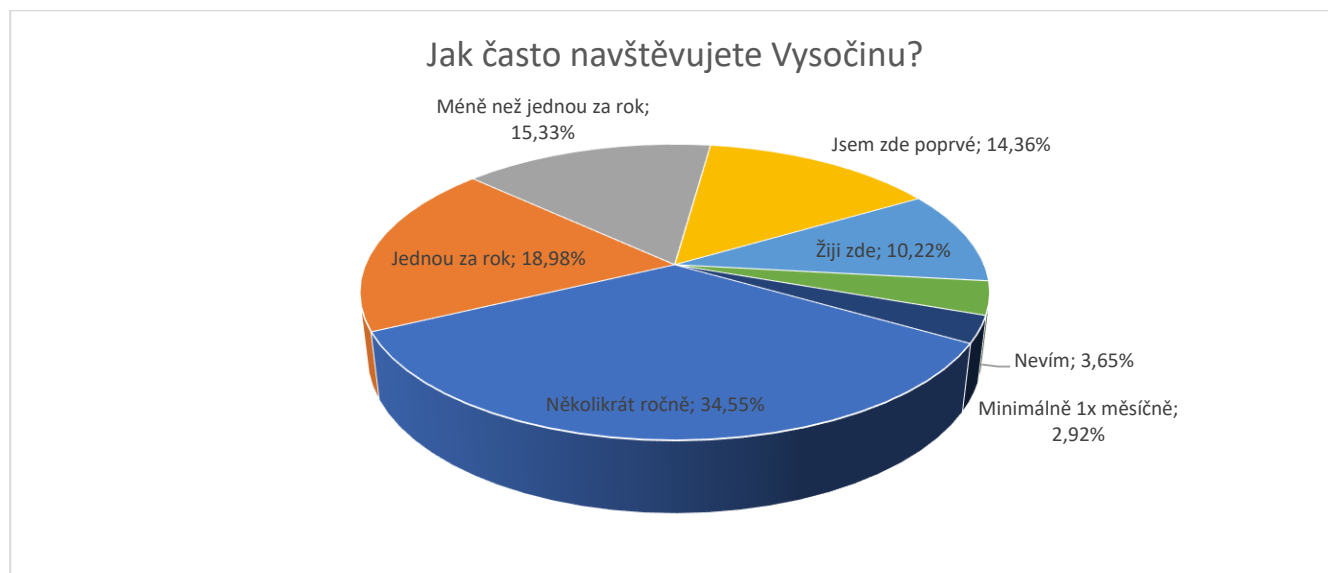
Nejčastějším důvodem, proč lidé navštěvují Vysočinu, je **rekreace, volný čas a poznávání nových míst**. Tento motiv uvádí více než polovina respondentů. Vysočina je oblíbeným místem pro ty, kteří hledají klidné prostředí, přírodní krásy a možnost odpočinku od každodenního shonu. Další častý důvod návštěvy je aktivní dovolená, především turistika a sport.



Nejčastější aktivitou, kterou návštěvníci na Vysočině provozují, je **pěší turistika**. Téměř všichni respondenti se během svého pobytu věnovali procházkám po přírodních stezkách, objevování krás okolní krajiny a návštěvám vyhlídek a přírodních památek. Druhou nejoblíbenější aktivitou je návštěva **kulturních památek**, jako jsou hrady, zámky, muzea a historická architektura. Cykloturistika je také velmi populární, zejména v letních měsících, kdy je region ideální destinací pro milovníky jízdy na kole.



Návštěvníci regionu nejčastěji přijíždějí **několikrát ročně** (34,5 %). Tito pravidelní návštěvníci mají často k regionu osobní nebo rodinné vazby, případně zde vlastní chalupy či chaty. Další významnou skupinu tvoří lidé, kteří region navštěvují **jednou za rok** (18,9 %), typicky na letní dovolenou nebo během zimních prázdnin. Vysočina jim poskytuje klidné prostředí pro rekreaci a možnost návratu na oblíbená místa. Méně než jednou za rok region navštěvuje 15,3 % respondentů, často za konkrétními událostmi, jako jsou rodinné oslavy či sportovní akce. Pro region je důležitá také skupina návštěvníků, kteří jsou zde poprvé (14,4 %), což ukazuje na potenciál pro získávání nových hostů prostřednictvím doporučení či digitálního marketingu. Menší část respondentů (10,2 %) tvoří místní obyvatelé, kteří region objevují při turistice nebo kulturních akcích.



Porovnání opakovaných návštěv s regionem, odkud návštěvníci přijíždějí

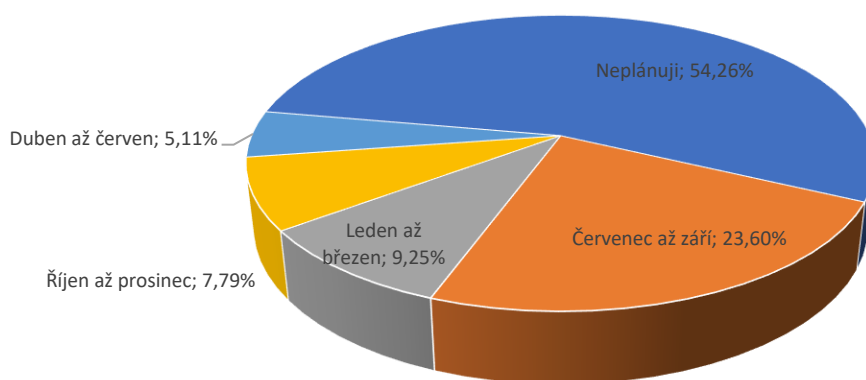
Návštěvníci z **blízkých regionů**, jako je **Jihomoravský kraj** nebo **Středočeský kraj**, navštěvují Vysočinu nejčastěji **několikrát ročně**. Tito turisté mají k regionu blízko, ať už z osobních nebo rodinných důvodů, či kvůli blízkosti Vysočiny k jejich domovům.

U návštěvníků z větších měst, například z **hlavního města Praha**, je častější, že na Vysočinu přijíždějí **jednou ročně** nebo **méně často**. To naznačuje, že pro obyvatele Prahy je Vysočina atraktivní destinací pro občasný únik do přírody, ale nikoli pravidelnou návštěvní destinací.

Frekvence návštěv Vysočiny se liší podle vzdálenosti regionu, odkud turisté přijíždějí. Blízké regiony vykazují vyšší četnost pravidelných návštěv, zatímco vzdálenější regiony navštěvují Vysočinu spíše příležitostně.

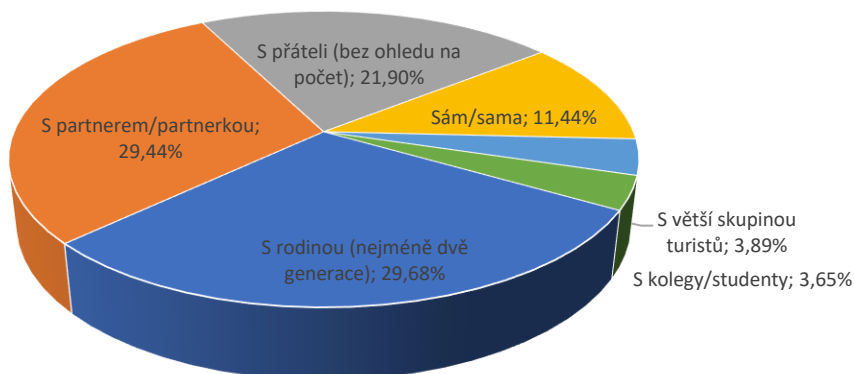
Přibližně polovina návštěvníků **neplánuje další návštěvu** v následujícím čtvrtletí. Většina návštěvníků, kteří plánují opět přijet na Vysočinu si volí červenec až září, což uvedlo 23,6 % respondentů. Letní měsíce jsou oblíbené zejména pro pěší turistiku, cykloturistiku a vodní sporty. Další významná skupina, 9,3 % respondentů, plánuje návštěvu v zimním období od ledna do března, kdy jsou populární zejména zimní sporty a wellness pobyty.

Plánujete dvou nebo vícedenní dovolenou na Vysočině?

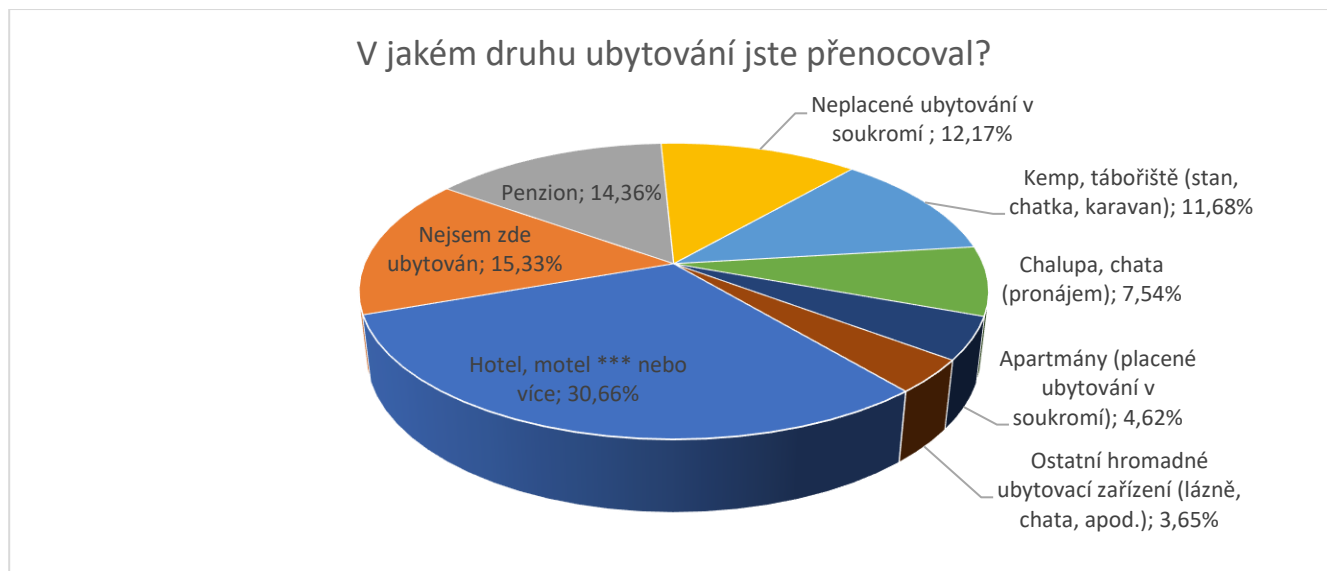


Podle výsledků dotazníkového šetření turisté na Vysočinu **nejčastěji přijíždějí s rodinou**, což uvedlo 29,7 % respondentů. Tato skupina zahrnuje rodiny s více generacemi, které si užívají společný čas v přírodě a při různých aktivitách. Těsně za tím jsou návštěvníci, kteří cestují s partnerem či partnerkou (29,4 %), což naznačuje, že Vysočina je oblíbenou destinací pro páry hledající klid a romantiku v přírodě. Přibližně 22 % turistů volí cestu s přáteli, ať už na aktivní dovolenou nebo společenské akce.

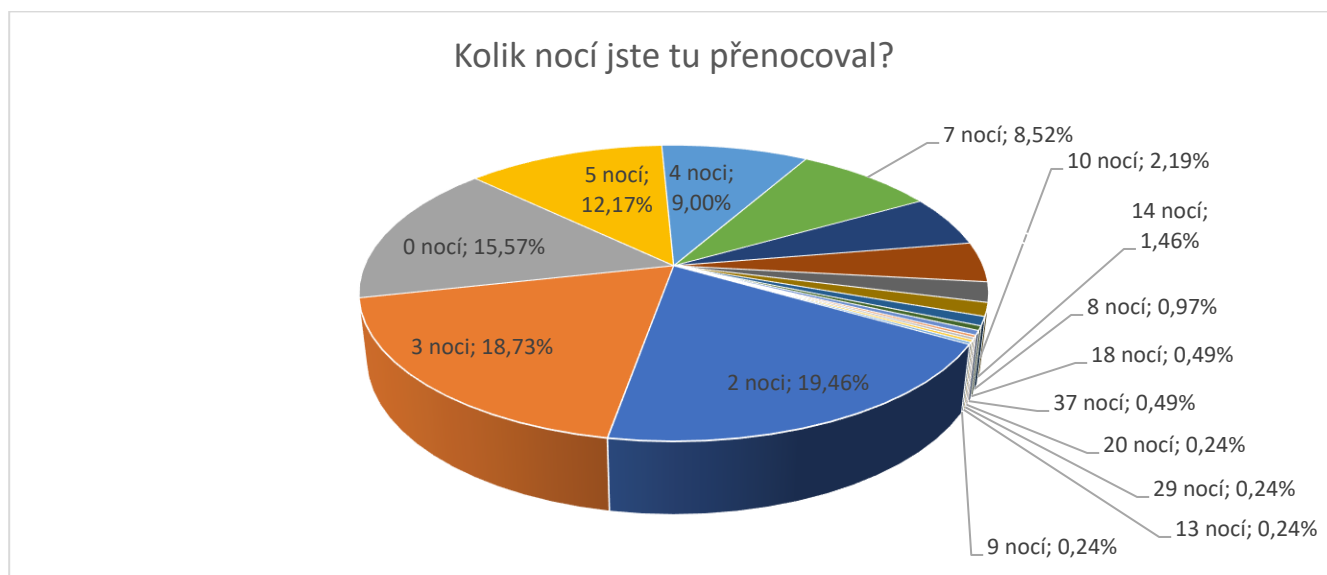
S kým jste sem přijel?



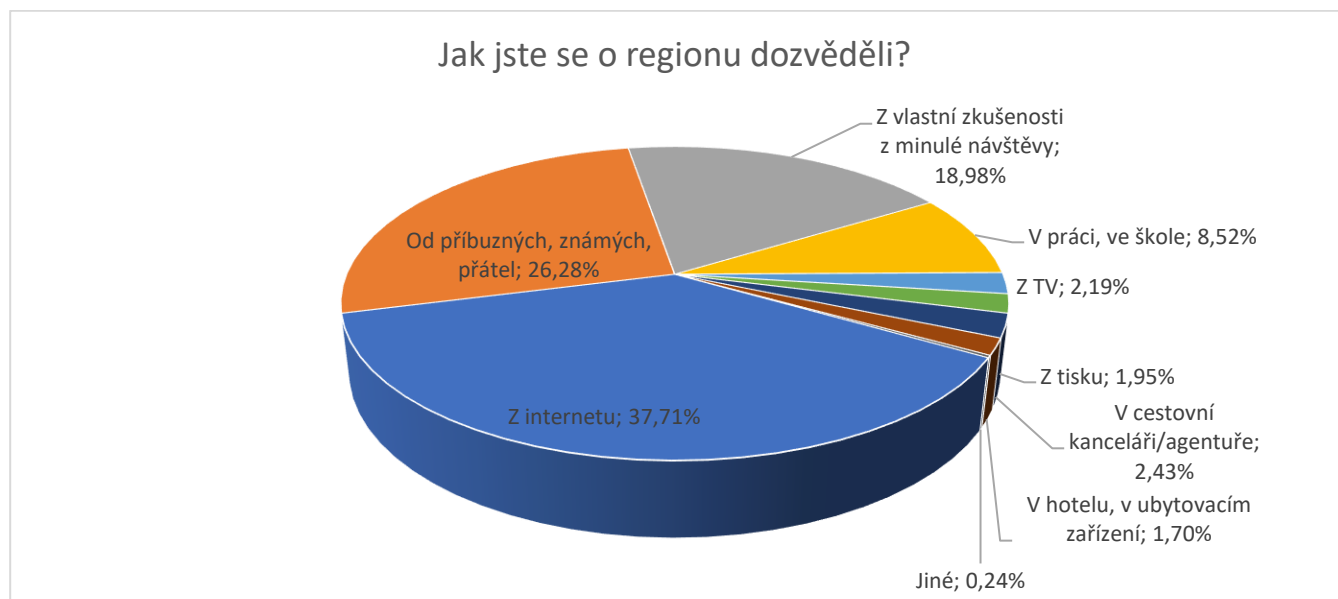
Turisté na Vysočině nejčastěji preferují **hotely a motely s 3 a více hvězdičkami**, které využívá 30,7 % návštěvníků. Tato možnost nabízí komfortní zázemí a kvalitní služby, což těší páry i jednotlivce hledající pohodlí. Penziony jsou druhou nejoblíbenější volbou, kterou si vybírá 14,4 % turistů, a poskytují útulnější atmosféru a osobnější přístup. Neplacené ubytování je rovněž častou volbou, využívá ho 12,2 % respondentů. Kempování je populární mezi milovníky outdooru, kdy ho preferuje 11,7 % návštěvníků.



Většina turistů na Vysočině volí krátkodobé pobyty, kdy **nejčastěji přenocují 2 až 3 noci**. Konkrétně 2 noci zvolilo 19,5 % respondentů a 3 noci dalších 18,7 %. Tyto krátké pobyty jsou oblíbené zejména pro víkendové výlety nebo prodloužené víkendy, kdy si návštěvníci mohou užít místní přírodu a atrakce. Delší pobyty, například 5 nocí, jsou volbou 12,2 % návštěvníků, kteří preferují důkladnější poznávání regionu nebo kombinaci odpočinku s aktivním programem.



Návštěvníci Vysočiny získávají informace o regionu z různých zdrojů, přičemž nejčastějším způsobem je **internet**, který využívá 37,7 % turistů. On-line zdroje, jako jsou webové stránky, sociální sítě nebo cestovní portály, hrají klíčovou roli při plánování návštěvy, zejména u mladších generací. Dalším významným zdrojem jsou **doporučení od příbuzných, známých a přátel** (26,3 %), což potvrzuje důležitost osobních zkušeností a sdílených zážitků. **Vlastní zkušenost z minulé návštěvy** je důležitá pro 19 % respondentů, kteří se na základě pozitivního zážitku rozhodli do regionu vrátit. Menší podíl turistů získává informace z **práce nebo školy** (8,5 %) či z **tradičních médií**, jako je **tisk** a **televize**, které jsou preferovány především staršími věkovými skupinami.



Analýza věkových kategorií a zdrojů informací o regionu

Mladší věkové kategorie (15–29 let) získávají informace nejčastěji **od příbuzných, známých nebo přátel**. Internet je pro ně také důležitým zdrojem informací.

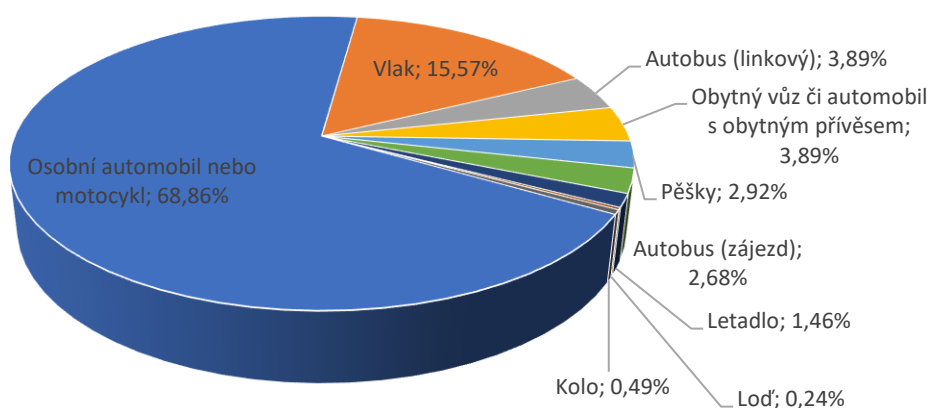
Střední věková kategorie (30–49 let) spoléhá na informace z **internetu**, ale také využívá **vlastní zkušenosti z minulé návštěvy**.

Starší věkové kategorie (50 let a více) informace čerpají především z **vlastní zkušenosti z minulé návštěvy**. Spoléhají se také na **tisk** a **televizi**. Internet hraje menší roli, ale stále je využíván, zejména ve věkové skupině 60–69 let.

Analýza ukazuje, že s rostoucím věkem mají návštěvníci tendenci více spoléhat na osobní zkušenosti a tradiční média (tisk, TV), zatímco mladší generace preferuje digitální kanály a osobní doporučení.

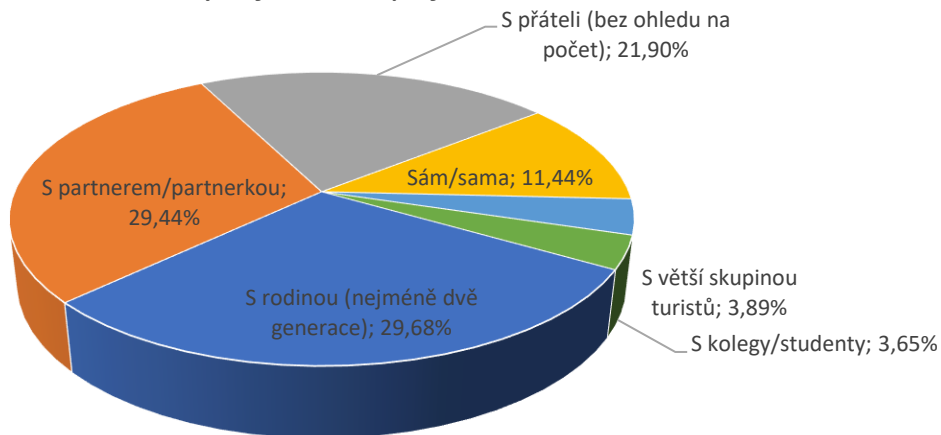
Většina návštěvníků cestuje **osobním automobilem nebo na motocyklu**, což uvedlo 68,9 % respondentů. Automobil je pro mnoho turistů nejpohodlnější volbou, která jim umožňuje snadný přístup a flexibilitu při plánování výletů. Další oblíbenou variantou je **vlak**, který zvolilo 15,6 % návštěvníků. Vlaková doprava je atraktivní zejména pro mladší a starší turisty. **Autobusová doprava**, ať už linková či zájezdová, je méně častá, ale stále ji využívá 6,5 % návštěvníků, zejména ti, kteří přijíždějí ve větších skupinách.

Jakým dopravním prostředkem jste se do našeho regionu dopravil?

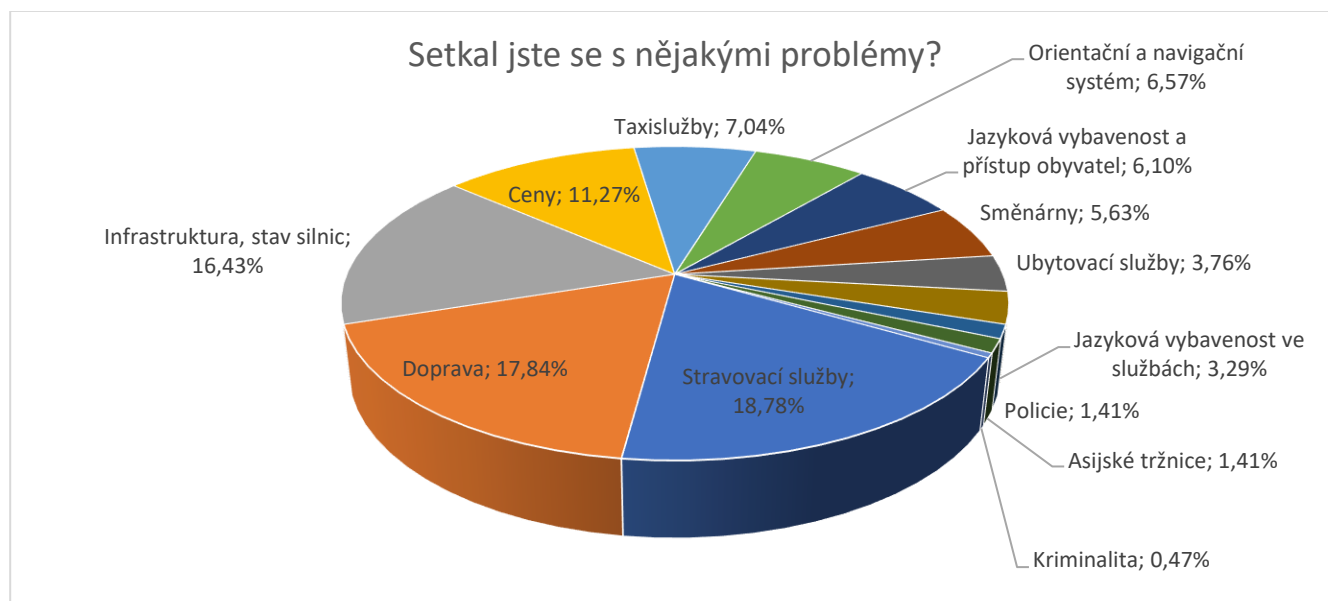


Turisté nejčastěji přijíždějí **s rodinou**, což uvedlo téměř 30 % respondentů. Tito návštěvníci cestují ve více generacích, často s dětmi nebo prarodiči. Podobný podíl návštěvníků (29,4 %) přichází **s partnerem či partnerkou**, což svědčí o tom, že Vysočina je také oblíbenou destinací pro páry, které hledají klid a romantiku v přírodě. Přibližně 22 % turistů volí cestu **s přáteli**, což zahrnuje jak aktivní dovolenou, tak společenské akce, například turistiku nebo cyklovýlety. **Sám/sama** cestuje 11,4 % návštěvníků.

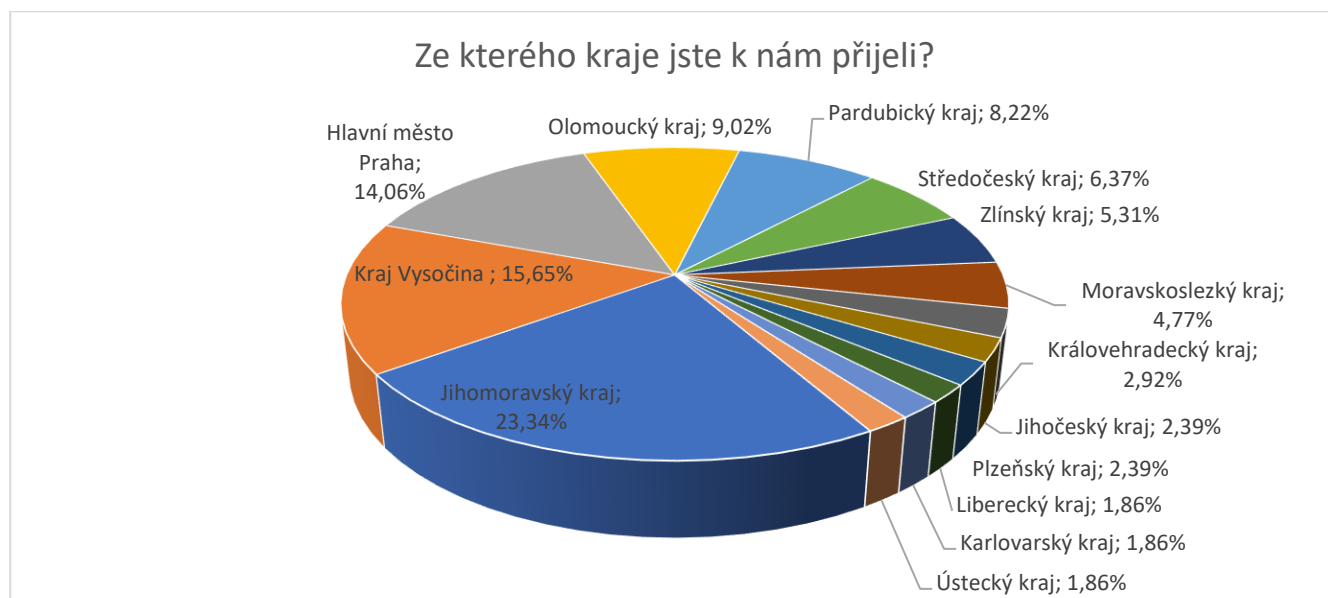
S kým jste sem přijel?



Návštěvníci se nejčastěji setkávají s problémy ve **stravovacích službách**. Tento problém zmínilo nejvíce respondentů, kteří nebyli spokojeni s kvalitou, dostupností nebo cenami jídla. Další častou oblastí nespokojenosti je **dopravní infrastruktura**, zejména stav silnic a značení.



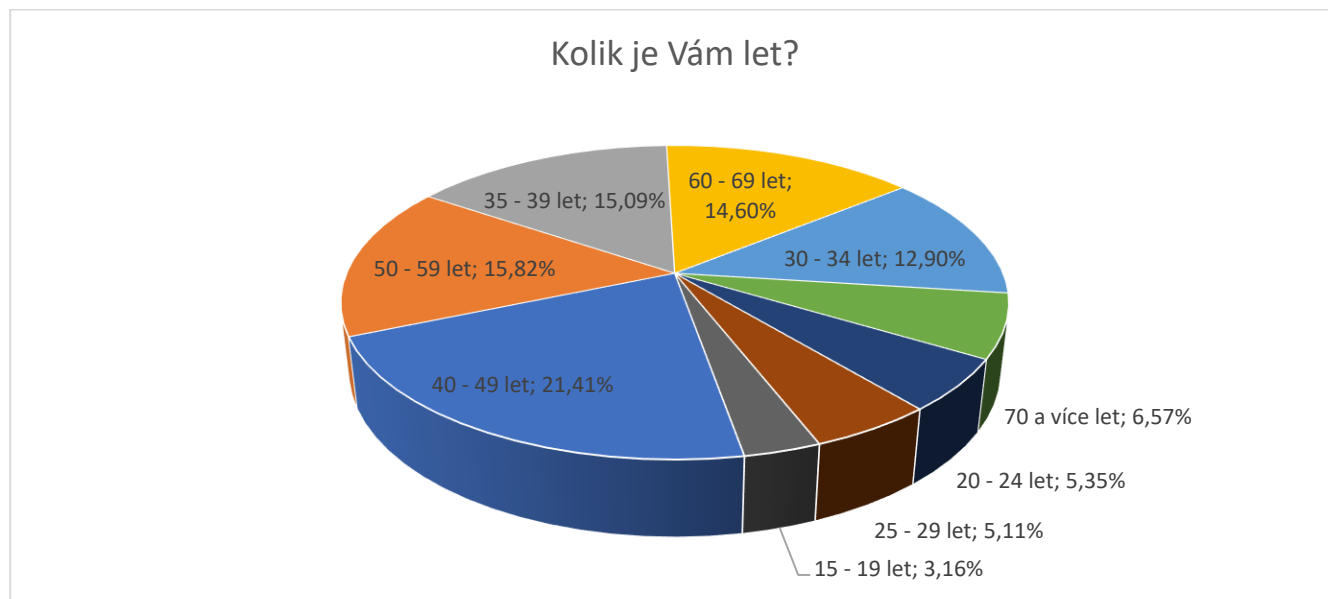
Návštěvníci Vysočiny přijíždějí z různých regionů České republiky, přičemž největší podíl tvoří tradičně turisté z **Jihomoravského kraje**. Tento region je geograficky blízký a jeho obyvatelé často navštěvují Vysočinu za účelem rekreace, turistiky nebo víkendových pobytů. Další významnou skupinou jsou návštěvníci z **Hlavního města Prahy** a **Středočeského kraje**, kteří na Vysočinu přijíždějí zejména kvůli přírodním krásám a kulturním památkám.



Věkové složení návštěvníků Vysočiny je rozmanité, přičemž největší zastoupení mají lidé ve věku **40 až 49 let**, kteří tvoří významnou část návštěvníků regionu. Tato střední věková kategorie často cestuje s rodinou a volí Vysočinu pro její přírodní krásy a možnosti aktivní dovolené. Druhou nejpočetnější skupinou jsou lidé ve věku **50 až 59 let**, kteří rovněž preferují pohodlné ubytování a klidné rekreační aktivity, jako je pěší turistika nebo návštěva kulturních památek.

Návštěvníci ve věku **30 až 39 let** také tvoří významnou část turistů, často v rámci rodinných dovolených.

Mladší generace (do 29 let) je zastoupena méně, ale i mezi nimi jsou ti, kteří přijíždějí za aktivním odpočinkem, například cykloturistikou nebo outdoorovými sporty. **Starší generace** (60 let a více) tvoří stále významnou část návštěvníků, kteří preferují relaxační aktivity, jako jsou lázeňské pobyty nebo kulturní zážitky. Tento pestrý věkový profil ukazuje, že Vysočina je atraktivní destinací pro různé věkové skupiny s odlišnými zájmy a potřebami.



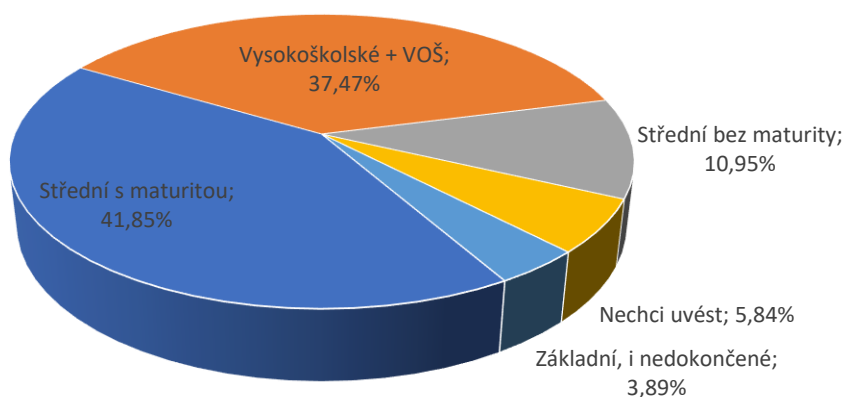
Analýza věkových kategorií a regionu, odkud návštěvníci přijíždějí

Návštěvníci z **Jihomoravského kraje** a **Středočeského kraje** mají největší zastoupení ve věkové kategorii **40–49 let**, následováni skupinou **50–59 let**. Střední generace, často rodiny, navštěvují Vysočinu pro její přírodní krásy a možnosti aktivní dovolené. Podobně je tomu i u turistů z **hlavního města Prahy**, kde dominují věkové skupiny **30–49 let**, které region využívají zejména k rekreaci a kulturním zážitkům během kratších pobytů. **Starší návštěvníci** (60 a více let) ze Středočeského kraje často volí Vysočinu pro odpočinek, lázeňské pobyty a relaxaci.

Návštěvníci z **Jihočeského kraje** jsou nejvíce zastoupeni ve věku **50–59 let**, kdy preferují klidné prostředí a přírodu. Zajímavou skupinou jsou také **regionální návštěvníci z Vysočiny**, kde převažuje střední věková skupina **40–49 let**, která pravidelně využívá region pro rekreační účely. Celkově lze říci, že Vysočina přitahuje návštěvníky zejména ve středním a starším věku, přičemž největší zastoupení mají turisté z blízkých regionů a hlavního města.

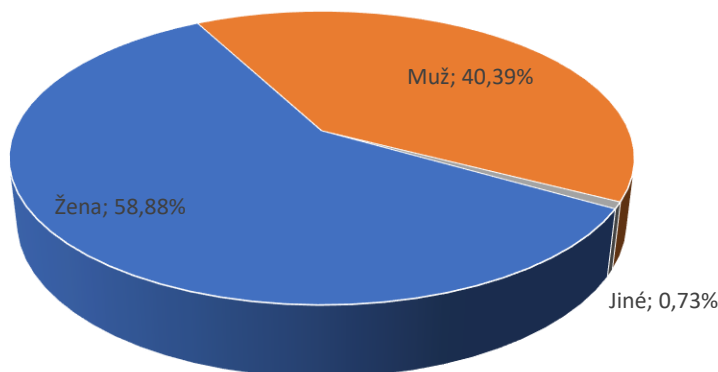
Největší podíl návštěvníků mají lidé se **středoškolským vzděláním s maturitou**. Tuto úroveň vzdělání uvedlo více než 40 % respondentů, což naznačuje, že region přitahuje především středně vzdělané turisty, kteří sem přijíždějí za odpočinkem i aktivními zážitky. Další významnou skupinou jsou návštěvníci s **vysokoškolským vzděláním** nebo vyšším odborným vzděláním, kteří tvoří přibližně 37 % turistů. Tato skupina často preferuje kulturní a poznávací aktivity a využívá kvalitní ubytovací služby.

Jaké je vaše nejvyšší ukončené vzdělání?



V rámci složení návštěvníků Vysočiny převládají **ženy**, které tvoří přibližně 59 % všech respondentů. Ženy často cestují s rodinou nebo partnery a vyhledávají rekreační pobyty spojené s přírodou, kulturními památkami. Tento trend je způsoben větším zájmem žen o plánování rodinných dovolených. **Muži** představují 40 % návštěvníků. Přicházejí na Vysočinu za aktivním odpočinkem, jako je cykloturistika, pěší turistika nebo vodní sporty. Muži také více cestují za účelem sportovních nebo pracovních aktivit.

Vaše pohlaví?



Doporučení jak přilákat návštěvníky do regionu Koruna Vysočiny

1. Posílení on-line přítomnosti

Internet je pro mnoho návštěvníků klíčovým zdrojem informací, zejména pro mladší a střední věkové skupiny. Doporučujeme investovat do **digitálního marketingu**, především na sociálních sítích, turistických portálech a blozích zaměřených na cestování.

2. Využití osobních doporučení

Mnoho návštěvníků se o regionu dozvědělo **od příbuzných, známých a přátel**. Doporučujeme vytvořit programy pro podporu **sdílení zážitků**, například soutěže o nejlepší fotografii z regionu nebo kampaně na sociálních sítích. Propagace prostřednictvím **influencerů** v oblasti turistiky, kteří mohou autenticky sdílet své zážitky z Vysočiny.

3. Zacílení na střední věkovou kategorii

Střední věkové skupiny (30–49 let) tvoří významnou část návštěvníků. Tito lidé často cestují s rodinou nebo partnerem a hledají kvalitní služby a ubytování. Doporučujeme se zaměřit na **rodinné dovolené** a vytvářet nabídky s důrazem na pohodlí a aktivity pro děti i dospělé.

4. Zaměření na aktivity v přírodě

Pěší turistika a **cykloturistika** jsou nejčastější aktivity. Podpora a propagace těchto outdoorových aktivit by měla být prioritou. Měla by se rozšiřovat nabídka turistických tras a cyklostezek, a to včetně jejich kvalitního značení a bezpečnosti. Vhodné bude vytvoření balíčků, které zahrnou organizované **cyklovýlety** nebo **pěší túry s průvodcem**, aby návštěvníci mohli objevit méně známá místa.

5. Rozšíření nabídky ubytování

I když většina návštěvníků volí **hotely a penziony**, nemalá část dává přednost **neplacenému ubytování** (u přátel, v přírodě apod.). Doporučujeme zvýšit nabídku **alternativních forem ubytování** – například kempování, glamping či karavanová stání.

6. Zaměření na tradiční média pro starší věkové skupiny

Starší návštěvníci (50 a více let) se často spoléhají na **tisk a televizi** jako zdroje informací. Reklamy a reportáže v cestovatelských magazínech a televizních pořadech by mohly zvýšit povědomí o Vysočině mezi touto skupinou. Využijte tradiční média k propagaci wellness pobytů, kulturních akcí a návštěv historických památek, což jsou oblíbené aktivity mezi staršími návštěvníky.

7. Vytvoření balíčků pro víkendové a krátkodobé pobyty

Vzhledem k tomu, že většina návštěvníků zůstává na Vysočině **2 až 3 noci**, je ideální vytvořit **víkendové pobytové balíčky** se zaměřením na aktivity v přírodě, kulturní památky a místní gastronomii. Tyto balíčky by mohly zahrnovat slevy na ubytování, vstupy do muzeí či turistických atrakcí a organizované výlety.

8. Podpora kulturního a gastronomického turismu

Propagace místních **festivalů, kulturních akcí a gastronomických zážitků** může zvýšit atraktivitu regionu. Spojení lokálních podniků a atrakcí do tematických tras (např. **vinné stezky**), které přilákají i nové návštěvníky.