

Seminář Telč 2021

Spotřebitelská šetření v cestovním ruchu

v rámci projektu *Nová mobilita – vysokorychlostní dopravní systémy a dopravní chování populace*



Kontext tématu

- **Problematika spotřebitelského chování a rozhodovacích procesů**
 - *Rozhodování jednotlivců je ovlivněno demografickými charakteristikami a socioekonomickým prostředím*
 - *Každé rozhodnutí sebou nese různé environmentální a socioekonomické důsledky*
- **Časoprostorové chování jedinců jako předmět studia geografie (cestovního ruchu)**

MODUL v rámci výzkumného záměru

„Geografické aspekty vysokorychlostní železniční dopravy“:

- **VYSOKORYCHLOSTNÍ ŽELEZNICE a CESTOVNÍ RUCH**
- Může existence VRT ovlivnit spotřební vzorce turistů?
- Může existence VRT ovlivnit výběr destinace cestovního ruchu?
- Může existence VRT posílit atraktivitu destinace?



Výzkumné otázky

- Jak velký je objem poptávky po zkoumaných městech?
 - Standardně publikovaná data poskytují pouze parciální informace o objemu poptávky
 - Na základě znalosti struktury poptávky odhadnout celkový objem relevantní pro řešený prostor
- Jaké jsou motivy cest a jak ovlivňují mobilní chování?
 - Problematika spotřebitelského chování a rozhodovacích procesů
 - Současné chování účastníků cestovního ruchu
 - Rozhodovací proces a význam dopravy ve výběru destinace
 - Vliv VRT na rozhodovací proces

Zdroje dat

- Šetření mobilitního chování domácích a zahraničních návštěvníků (Augur Consulting s.r.o.)
 - Lokality: Praha, Brno, Ostrava
 - Respondenti: účastníci cestovního ruchu, 1800 respondentů, kvóty na lokality, původ (domácí a zahraniční) a délku pobytu (jednodenní vs. vícedenní turisté)
 - Zahraniční návštěvníci z: Slovenska, Německa, Rakouska, Polska, Slovinska, Maďarska a Švýcarska
- Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu (CzechTourism)
 - Šetření pokrývá celou ČR vč. zkoumaných měst
 - Obdobná metodika sběru dat, kombinace kvótního a náhodné výběru
 - 34 tis. respondentů v roce 2019
 - Částečný překryv otázek

Zkoumané charakteristiky

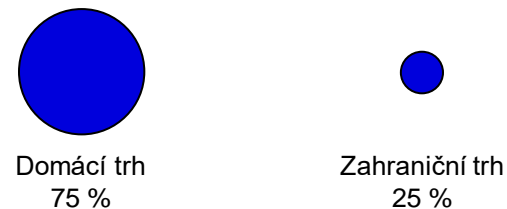
- Geografické/sociodemografické charakteristiky
- Zvolený typ dopravního prostředku při cestě do destinace
- Hlavní účel návštěvy respondentů
- Doprovod respondentů
- Faktory ovlivňující výběr dané destinace
- Faktory pro výběr dopravního prostředku: rychlost, cena, frekvence, bezpečí atd.
- Hypotetické otázky:
 - Při jaké úspoře času by využili rychlovlak?
 - Změnila by se délka pobytu/frekvence návštěv v destinaci v případě použití rychlovlaku
 - Kolik by byli ochotni zaplatit za lístek, kdyby se zkrátila doba jízdy



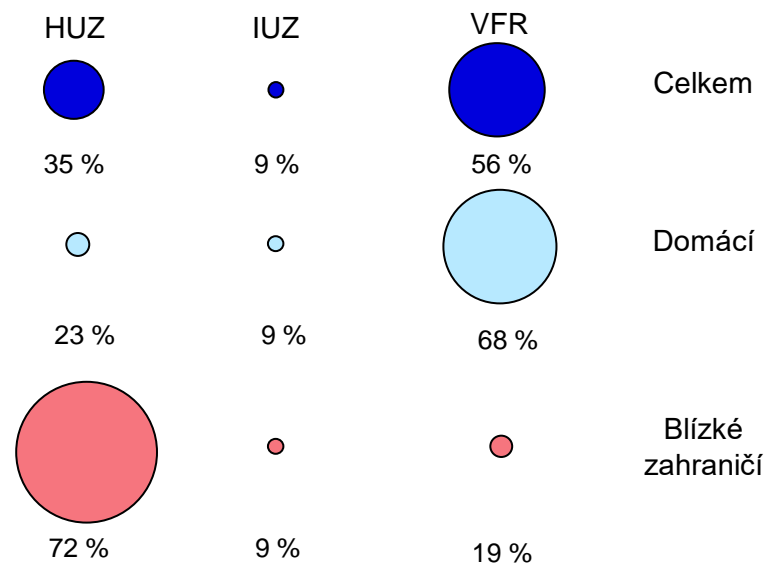
Kvantifikace a struktura poptávky

	<i>Domácí trh</i>		<i>Blízké zahraničí</i>		<i>Celkem</i>	
	Absolutní hodnoty	%	Absolutní hodnoty	%	Absolutní hodnoty	%
HUZ	1 779 040	23%	1 947 050	72%	3 726 090	35%
IUZ	709 448	9%	239 584	9%	949 031	9%
VRF	5 393 600	68%	510 536	19%	5 904 137	56%
Celkem	7 882 088	100%	2 697 169	100%	10 579 258	100%

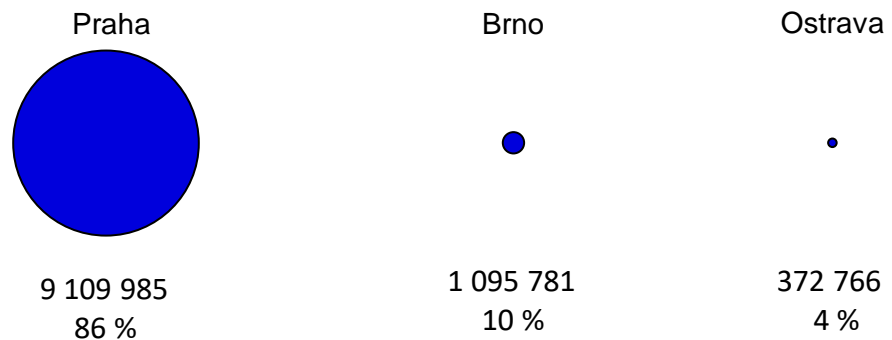
Geografický původ



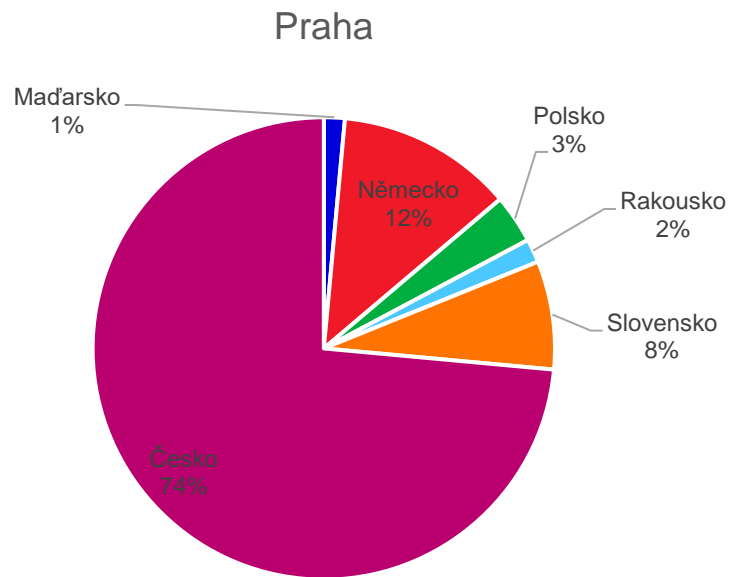
Typ ubytování



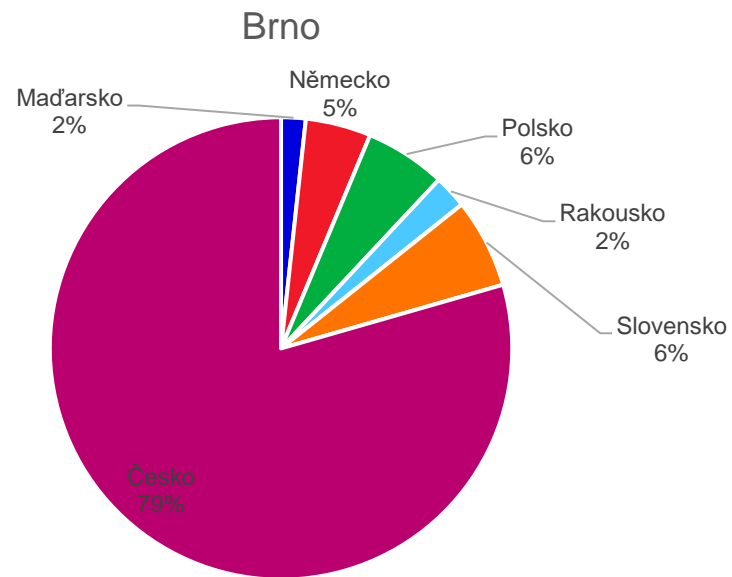
Destinace



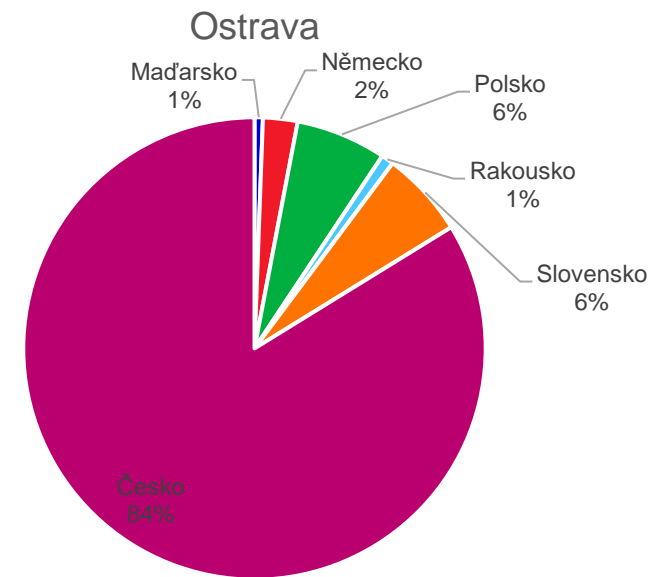
Hlavní zdrojové trhy



n = 9 109 985

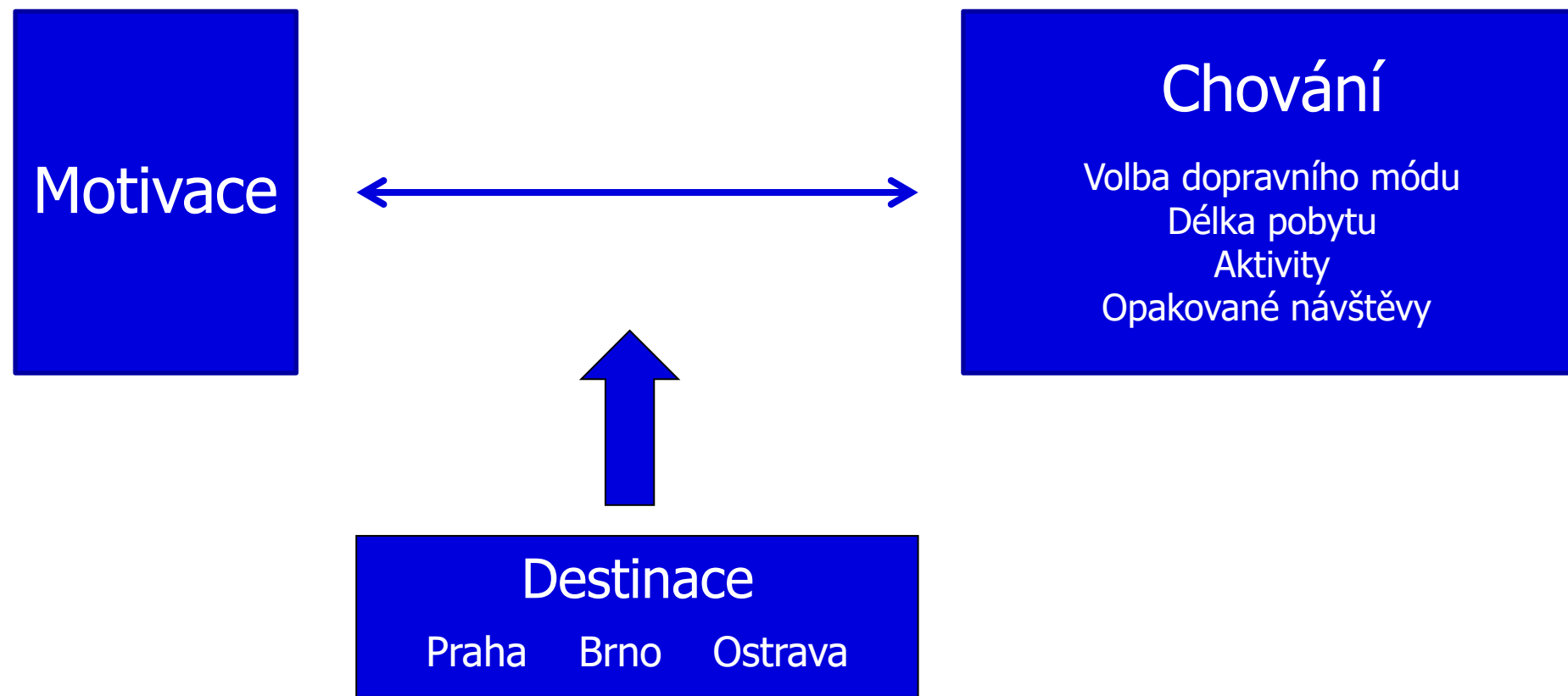


n = 1 095 478



n = 372 766

Jaké jsou motivy cest a jak ovlivňují mobilitní chování?



Motivace

Účel cesty	BRNO		OSTRAVA		PRAHA	
	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
Služební cesta	243	40,5 %	58	14,5 %	161	20,1 %
Cestovní ruch – přenocování	80	13,3 %	70	17,5 %	375	46,9 %
Zábava/volný čas	101	16,8 %	126	31,5 %	112	14,0 %
Rodina, známí, přátelé	165	27,5 %	103	25,8 %	127	15,9 %
Tranzit	8	1,3 %	42	10,5 %	25	3,1 %
Jiné	2	0,3 %	0	0,0 %	0	0,0 %
neuvedeno	1	0,2 %	1	0,3 %	0	0,0 %

Dopravní prostředek

Dopravní prostředek	BRNO		OSTRAVA		PRAHA	
	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
Osobní automobil	261	43,5 %	172	43,0 %	268	33,5 %
Autobus (zájezd)	32	5,3 %	11	2,8 %	41	5,1 %
Autobus (linkový)	45	7,5 %	32	8,0 %	47	5,9 %
Vlak	242	40,3 %	180	45,0 %	396	49,5 %
Letadlo	1	0,2 %	0	0,0 %	46	5,8 %
Motocykl	2	0,3 %	3	0,8 %	0	0,0 %
Kolo	17	2,8 %	2	0,5 %	0	0,0 %
neuvedeno	0	0,0 %	0	0,0 %	2	0,3 %
Celkem	600	100,0 %	400	100,0 %	800	100,0 %

Motivace vs. dopravní mód

Praha	Poznává cí CR	Rodina, známí, přátelé	Služební cesta	Tranzit	Zábava, volný čas	Celkem
Autobus (linkový)	2,1%	7,9%	5,0%	24,0%	13,4%	5,9%
Autobus (zájezd)	6,4%	10,2%	1,3%	0,0%	1,8%	5,1%
Letadlo	7,8%	3,9%	5,6%	8,0%	0,9%	5,8%
Osobní automobil	32,4%	33,9%	30,0%	32,0%	42,9%	33,6%
Vlak	51,3%	44,1%	58,1%	36,0%	41,1%	49,6%
Celkový součet	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ostrava	Poznává cí CR	Rodina, známí, přátelé	Služební cesta	Tranzit	Zábava, volný čas	Celkem
Autobus (linkový)	7,1%	12,7%	3,4%	0,0%	9,8%	8,1%
Autobus (zájezd)	7,1%	0,0%	5,2%	4,8%	0,8%	2,8%
Osobní automobil	38,6%	36,3%	43,1%	23,8%	59,8%	43,7%
Vlak	47,1%	51,0%	48,3%	71,4%	29,5%	45,4%
Celkový součet	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Brno	Poznává cí CR	Rodina, známí, přátelé	Služební cesta	Tranzit	Zábava, volný čas	Celkem
Autobus (linkový)	13,2%	18,0%	0,0%	12,5%	6,9%	7,8%
Autobus (zájezd)	13,2%	0,7%	0,0%	0,0%	19,8%	5,4%
Letadlo	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%
Osobní automobil	55,3%	50,0%	35,8%	37,5%	51,5%	44,8%
Vlak	18,4%	31,3%	63,8%	50,0%	21,8%	41,9%
Celkový součet	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dopravní prostředek vs. geografický původ

Praha	Česko	Německo	Polsko	Rakousko	Slovensko	Celkový součet
Autobus (linkový)	12,31%	0,00%	2,38%	1,53%	11,11%	4,02%
Autobus (zájezd)	2,31%	3,03%	25,00%	4,58%	5,56%	6,47%
Letadlo	0,77%	9,70%	4,76%	6,87%	5,56%	7,17%
Osobní automobil	40,00%	40,00%	36,90%	21,37%	11,11%	32,87%
Vlak	44,62%	47,27%	30,95%	65,65%	66,67%	49,48%
Celkový součet	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Brno	Česko	Německo	Polsko	Rakousko	Slovensko	Celkový součet
Autobus (linkový)	11,40%	0,00%	0,00%	0,00%	13,64%	9,74%
Autobus (zájezd)	0,44%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,08%
Kolo	5,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Letadlo	0,00%	4,55%	0,00%	0,00%	0,00%	0,26%
Motocykl	0,88%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,51%
Osobní automobil	34,65%	40,91%	57,14%	14,29%	63,64%	41,54%
Vlak	46,93%	4,55%	42,86%	85,71%	22,73%	41,54%
Celkový součet	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Ostrava	Česko	Německo	Polsko	Rakousko	Slovensko	Celkový součet
Autobus (linkový)	5,26%	25,00%	10,42%	0,00%	0,00%	6,03%
Autobus (zájezd)	4,39%	0,00%	8,33%	0,00%	3,85%	5,03%
Osobní automobil	34,21%	25,00%	56,25%	50,00%	26,92%	39,20%
Vlak	56,14%	50,00%	25,00%	50,00%	69,23%	49,75%
Celkový součet	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Hlavní segmenty - Praha

Domácí trh

- **Geo. původ:** hlavně velká města (Brno, Plzeň, Ostrava, ČB, Liberec, Pardubice, Jihlava)
- **Motivace:** cestovní ruch (44 %), rodina a známí (32 %), služební cesty (19 %)
- **Doprava:** vlak (45 %), osobní auto (40 %), bus (12 %)
- **Skupina:** rodina s dětmi (1/3), s partnerem (30 %), sám (17 %), s kolegy (10%)
- **Aktivita:** poznávací CR (50 %); návštěva známých (40 %), kulturní akce (20 %), wellness a relaxace (20 %)
- **Socioekonomický profil:** vyrovnaný podíl VŠ a SŠ; 85 % ekonomicky aktivní (zaměstnanec a podnikatel); mírně nadprůměrné příjmy

Německo

- **Geo. původ:** Berlín, Braniborsko, Bavorsko, Sasko a Dolní Sasko
- **Motivace:** cestovní ruch (70 %), služební cesty (16 %), rodina a známí (12 %),
- **Doprava:** vlak (48 %), osobní auto (40 %), letadlo (10 %)
- **Skupina:** s partnerem (46 %), rodina s dětmi (23 %), sám (15 %)
- **Aktivita:** poznávací CR (80 %); návštěva známých (18 %), kulturní akce (19 %), wellness a relaxace (22 %)
- **Socioekonomický profil:** převaha středoškoláků 65 %; 95 % ekonomicky aktivní (zaměstnanec a podnikatel); v kontextu ČR nadprůměrné příjmy

Hlavní segmenty - Praha

Slovensko

- **Geo. původ:** Bratislava, Žilina, Košice
- **Motivace:** cestovní ruch (50 %), služební cesty (28 %), rodina a známí (22 %),
- **Doprava:** vlak (66 %), osobní auto (11 %), bus (11 %)
- **Skupina:** s partnerem (39 %), rodina s dětmi (28 %), sám (17 %)
- **Aktivity:** poznávací CR (60 %); návštěva známých (55 %), kulturní akce (27 %),
- **Socioekonomický profil:** polovina středoškoláků, 1/3 VŠ; 85 % ekonomicky aktivní (zaměstnanec a podnikatel); mírně podprůměrné příjmy

Polsko

- **Geo. původ:** Dolní Slezsko, Slezsko, Velkopolsko, Podkarpatsko, Opolsko, Malopolsko
- **Motivace:** cestovní ruch (62 %), rodina a známí (32 %), služební cesty (5 %),
- **Doprava:** vlak (30 %), osobní auto (37 %), bus – zájezd (25 %)
- **Skupina:** s partnerem (45 %), rodina s dětmi (34 %), s přáteli (11 %)
- **Aktivity:** poznávací CR (90 %); návštěva známých (38 %), kulturní akce (10 %), wellness a relaxace (16 %)
- **Socioekonomický profil:** převaha středoškoláků 80 %; 90 % ekonomicky aktivní (zaměstnanec a podnikatel); průměrné až mírně nadprůměrné příjmy

Hlavní segmenty - Brno

Domáci

- **Geo. původ:** Praha, Ostrava, Jihlava, Plzeň, Zlín
- **Motivace:** služební cesty (45 %), rodina a známí (34 %), cestovní ruch (20 %)
- **Doprava:** vlak (50 %), osobní auto (37 %), bus (12 %)
- **Skupina:** sám (35 %), s partnerem (25 %), rodina s dětmi (15 %), s kolegy (15 %)
- **Aktivita:** poznávací CR (46 %); návštěva známých (40 %), kulturní akce (15 %), nákupy (23 %), gastronomie (32 %)
- **Socioekonomický profil:** polovina středoškoláků, cca 1/3 VŠ; 90 % ekonomicky aktivní (zaměstnanec a podnikatel); průměrné až mírně podprůměrné příjmy

Zahraniční

- **Geo. původ:** Slovensko (Bratislava, Nitra, Trenčín), Rakousko (Vídeň)
- **Motivace:** rodina a známí (44 %), služební cesty (32 %), cestovní ruch (22 %),
- **Doprava:** vlak (34 %), osobní auto (51 %)
- **Skupina:** s přáteli (27 %), sám (24 %), s partnerem (20 %), rodina s dětmi (20 %)
- **Aktivita:** poznávací CR (70 %); gastronomie (53 %), návštěva známých (48 %), kulturní akce (32 %),
- **Socioekonomický profil:** mírná převaha středoškoláků 49 % nad V3 (40 %); 75 % ekonomicky aktivní (zaměstnanec a podnikatel), vysoké zastoupení seniorů; průměrné až mírně nadprůměrné příjmy

Hlavní segmenty - Ostrava

Domáci

- **Geo. původ:** Praha, Frýdek-Místek, Brno, Olomouc, Opava
- **Motivace:** rodina a známí (40 %), cestovní ruch (29 %), služební cesty (22 %),
- **Doprava:** vlak (56 %), osobní auto (34 %),
- **Skupina:** sám (37 %), s partnerem (20 %), rodina s dětmi (17,5 %),
- **Aktivity:** poznávací CR – technické památky (70 %); návštěva známých (55 %), nákupy (45 %), kulturní akce (20 %),
- **Socioekonomický profil:** horší vzdělanostní struktura, ale 1/3 VŠ; 74 % ekonomicky aktivní (zaměstnanec a podnikatel); spíše podprůměrné příjmy

Závěry

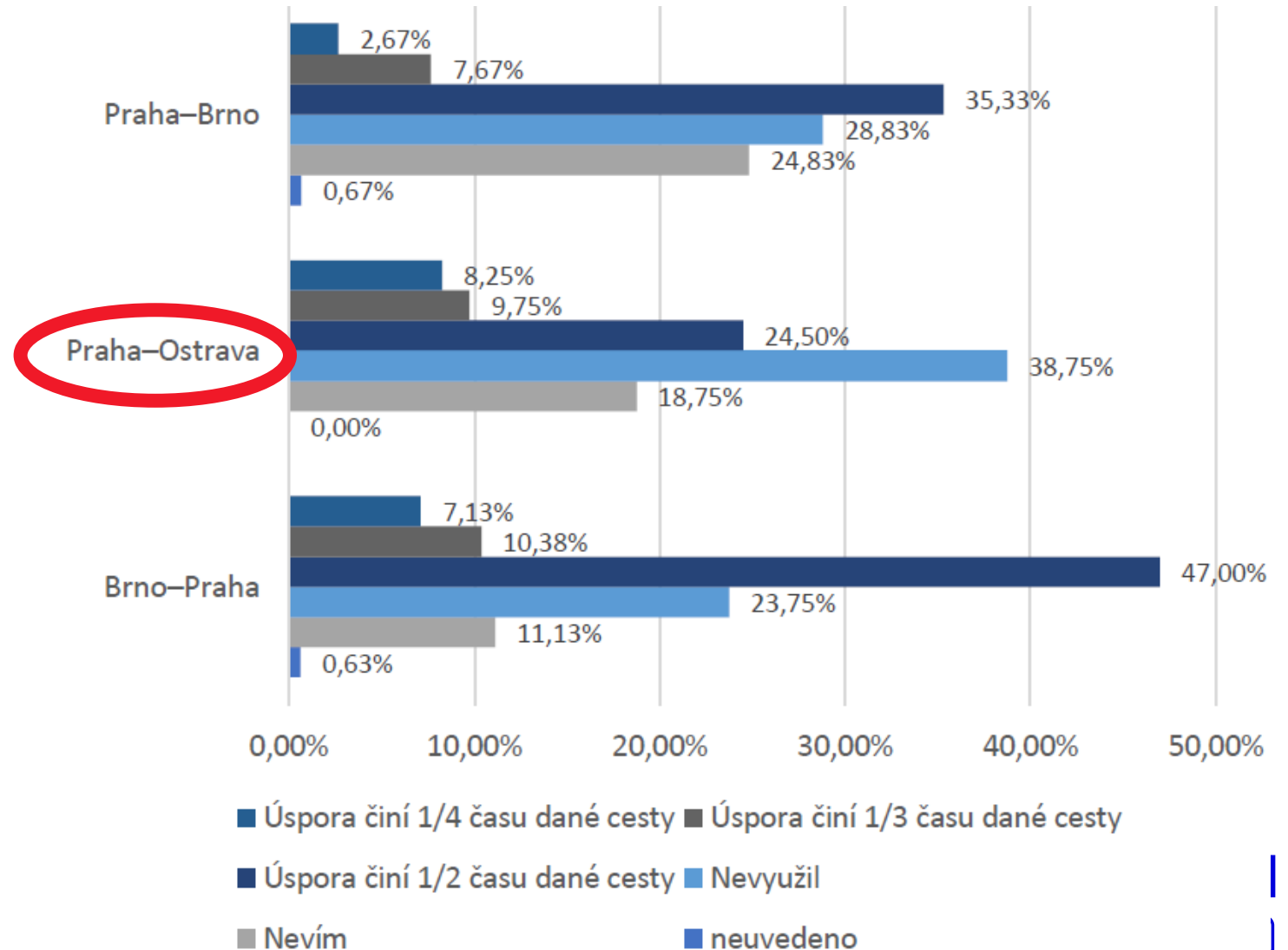
- Chování je determinováno charakterem destinace, kam návštěvník míří.
- Jiné motivace a demografické charakteristiky vedou k jiným spotřebním volbám → odlišné profily návštěvníků

Vliv VRT na rozhodovací proces

Dílčí analýzy – úspora času motivující k VRT

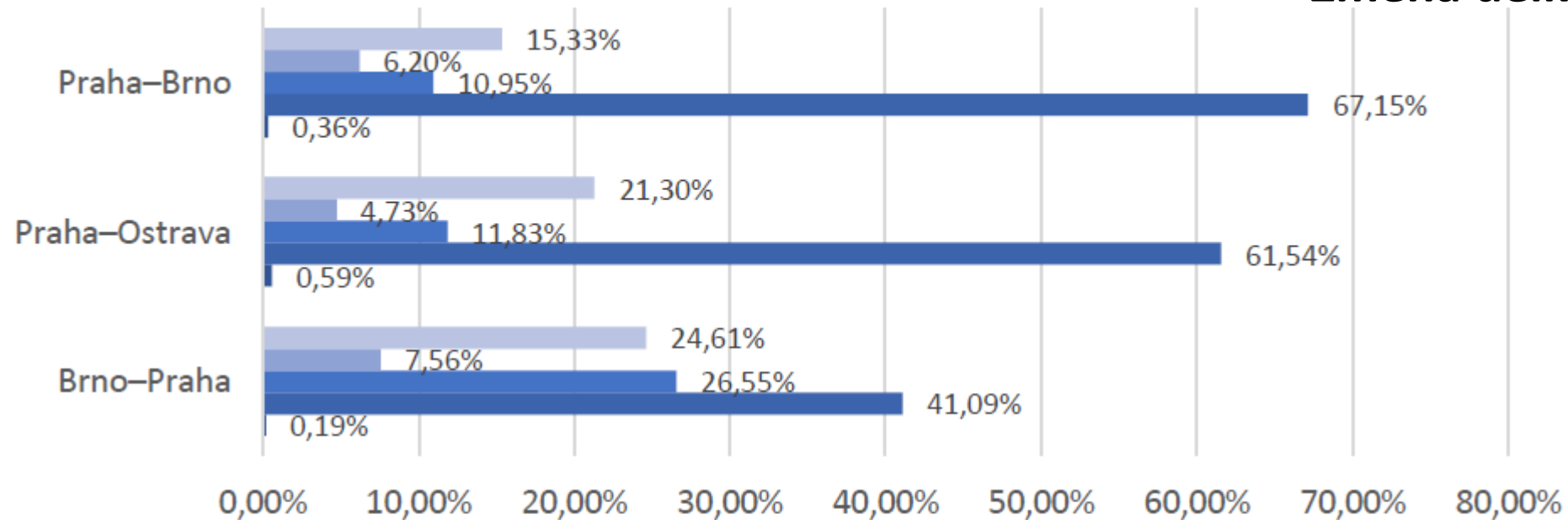
Při jaké hypotetické úspoře času by již využili rychlovlak?

Zkrácení cesty na polovinu



Dílčí analýzy – vliv na destinaci CR

Změna délky pobytu



■ Ano, uvažoval bych o jednodenních návštěvách

■ Ano, snížil bych počet přenocování

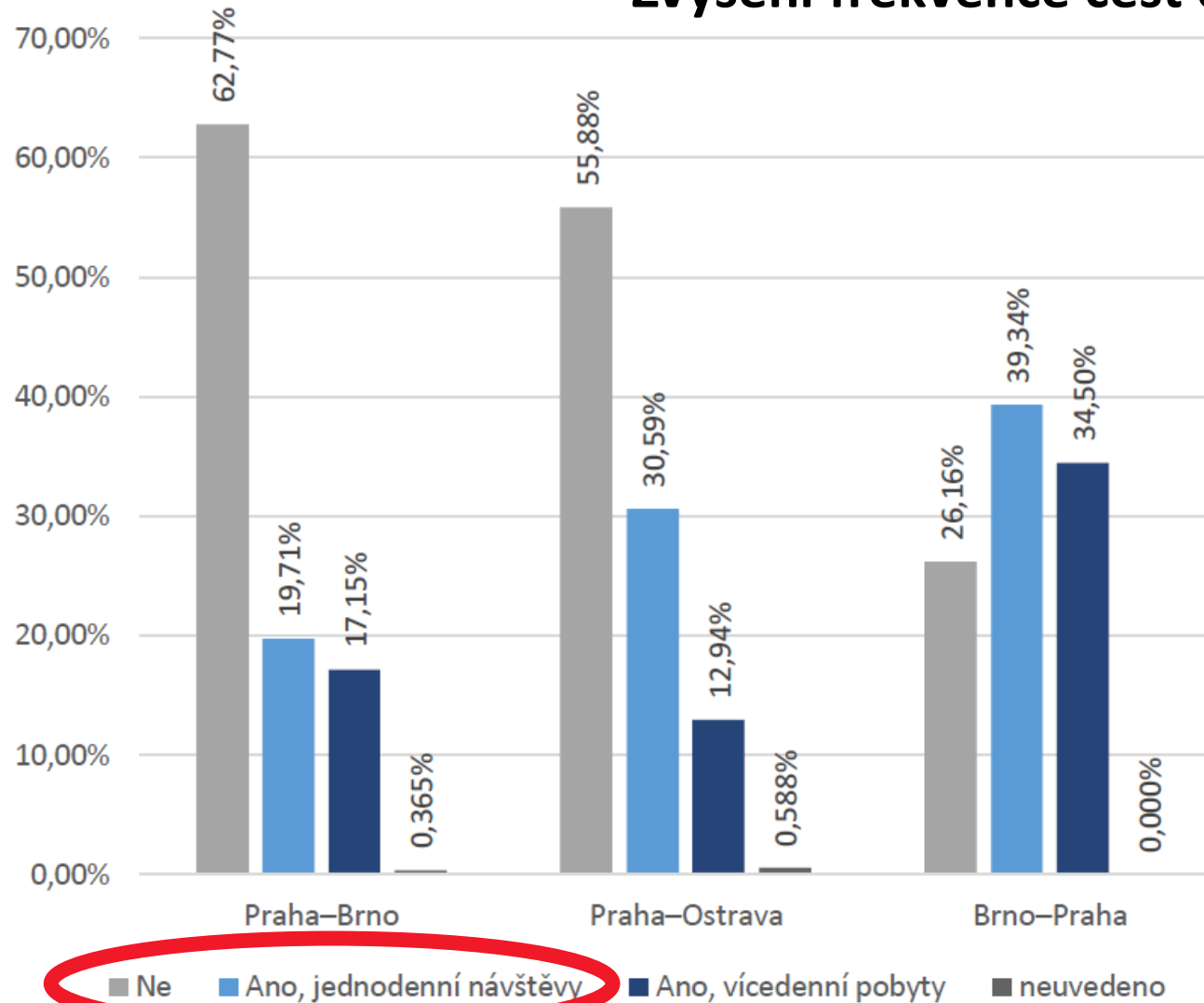
■ Ano, zvýšil bych počet přenocování

■ Ne, délka pobytu by se nezměnila

■ neuvedeno

Dílčí analýzy – vliv na destinaci CR

Zvýšení frekvence cest do daných destinací



Závěry

S rostoucí cenou ochota
využití VRT klesá



S vyšší úsporou času roste
potenciální ochota využití VRT



Nižší ochota k výběru VRT u osob
cestujících osobním automobilem



VRT by využilo větší procento žen



Lepší časová dostupnost nemá vliv
na délku pobytu v destinaci



Nejnižší ochota využití VRT je
u skupiny respondentů z
věkové kategorie 60+



Další hledání souvislostí, využití sofistikovanějších statistických metod

Nová mobilita – vysokorychlostní dopravní systémy a dopravní chování populace

Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání, výzva č. 26: Dlouhodobá mezisektorová spolupráce
CZ.02.1.01/0.0/0.0/16_026/0008430



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

