

SÚHRNNÁ SPRÁVA Z PRIESKUMU A JEHO ŠTATISTICKÉ VYHODNOTENIE

**VÝSKUM POVEDOMIA O ZNAČKE V DIMENZII
POTENCIÁLU CESTOVNÉHO RUCHU REGIÓNOV
V PREŠOVSKOM KRAJI**



PL-SK

Interreg
Poľsko-Slovensko

Európsky fond regionálneho rozvoja



EURÓPSKA ÚNIA



PREŠOVSKÝ
SAMOSPRÁVNY
KRAJ



SEVEROVÝCHOD
SLOVENSKA



PODKARPACKA

Regionalna
Organizacja
Turystyczna

Správa bola vypracovaná v rámci mikroprojektu č. INT/EK/PO/1/II/B/0157 pod názvom
Karpatské dobrodružstvá – nové cezhraničné produkty cestovného ruchu.

Nasledujúce state ponúkajú súhrnný pohľad na vybrané zistenia z realizovaného prieskumu.

Do prieskumu bolo zapojených 1500 respondentov, ktorí z hľadiska rodovej charakteristiky boli diverzifikovaní približne proporcionálne. Priemerný vek respondentov bol 28,64 roka, pričom najmladší respondent mal 16 a najstarší 83 rokov. Najpočetnejšiu skupinu tvorili respondenti s úplným stredoškolským vzdelaním.

Dovolenka za posledných 12 mesiacov

Prieskum začínal položkou zisťujúcou, či respondenti dovolenkovali na Slovensku, kde je zrejmé, že väčšina respondentov, to je 64% dovolenkovala na Slovensku (z toho 39 % dovolenkovalo zároveň aj mimo SR). Táto informácia vyzdvihuje dôležitosť aktivít spojených s percepciou kvality cestovného ruchu na Slovensku. Dôležité je spomenúť, že 18 % z opýtaných na dovolenke neboli. Táto skupina bola charakteristická predovšetkým nižším príjmom a z pohľadu sociálneho statusu dôchodcami a sekundárne nezamestnanými. V tomto je možné vnímať potenciál pre vytvorenie (resp. propagáciu) atraktivít vyhovujúcich uvádzanej charakteristike, samozrejme by nešlo o vysokoziskové produkty, vzhľadom na profil potenciálneho zákazníka.

Destinácia dovolenky na Slovensku a dôvod návštevy Prešovského kraja

Medzi top 5 destinácií, ktoré boli na Slovensku navštevované patria destinácie ako Vysoké Tatry, Bardejovské kúpele, Košice, Bratislava a Domaša. Ako je zrejmé, väčšina týchto destinácií sa nachádza na východe Slovenska, čo dokazuje aj percentuálne vyjadrenie, kde 67 % všetkých oslovených udáva, že ich dovolenková destinácia sa nachádzala v Prešovskom kraji. Zo všetkých oslovených viac ako 28 % respondentov Prešovský kraj navštívili len z dôvodu dovolenky a skoro 22 % z dôvodu dovolenky a pracovnej cesty. Pri triedení je možné povedať, že Prešovský kraj oproti iným krajom je preferovaný skupinami s vyšším príjmom.

Hodnotenie atraktivity Prešovského kraja

Pri hodnotení príťažlivosti Prešovského kraja možno definovať priemernú hodnotu na 5,9 z 10, čo naznačuje, že existuje určitá medzera pre zvyšovanie percepcie atraktivity. Pozitívnejšie hodnotenie sa prejavilo pri respondentoch s vyšším vzdelaním, vyšším vekom a podľa príjmu sa pozitívnejšie hodnotenie objavuje pri strednej príjmovej skupine. V porovnaní s ostatnými krajmami je však Prešovský kraj priemerne hodnotený v intenciách skôr pozitívnejšie. Najhoršie hodnotenie dosiahol v porovnaní s Nitrianskym krajom a najlepšie v porovnaní s Bratislavským krajom.

Atrakcie Prešovského kraja

Medzi top atrakcie (atraktivity) podľa respondentov je možné zahrnúť napríklad národné parky Vysoké Tatry, Slovenský raj (z časti zasahuje do Prešovského kraja), Bardejovské kúpele, či Prešov a okolie. Z marketingového pohľadu na tieto atrakcie, sa javí ako rozumné aktivizovať sa hlavne v udržaní súčasnej pozície percepcie atraktivity. Výzvou a zároveň potenciálom sú menej

známe oblasti ako napr. jaskyne na východe Slovenska, pamiatky spojené s históriou (Duklianský priesmyk), prírodné pamiatky (Poloniny, Drienica) a pod.

Hodnotenie atraktivít Prešovského kraja

Najvyššia atraktivita je prisudzovaná národným parkom, následne hradom a zámkom, či kúpeľom a liečebným centrámi. Najnižšia atraktivita je prisudzovaná umeniu a technickým pamiatkam. Pri pohľade na atraktivitu je vhodné zobrať do úvahy charakteristiku samotných potenciálnych zákazníkov, ako aj charakter atraktivity. Napr. umenie si definuje pomerne špecifický segment zákazníka, pričom ak ide o stále výstavy dá sa predpokladať znížená pravdepodobnosť, že zákazník výstavu navštívi viackrát. Pri umení hovoriť o ziskovom segmente cestovného ruchu by bolo prinajmenšom odvážne, avšak jeho existencia a propagácia je vhodná. Ak sa zameriame na prisudzovanú atraktivitu jednotlivých druhov cestovného ruchu v Prešovskom kraji medzi kategóriami rodu, preukázateľná rozdielnosť sa prejavila pri sakrálnych pamiatkach a pútnických miestach – kde muži predmetný druh cestovného ruchu hodnotia pozitívnejšie ako ženy. Vodné plochy a lyžiarske strediská naopak pozitívnejšie z hľadiska záujmu hodnotia ženy. Očakávané, preukázateľný rozdiel sa vyskytol aj pri technických pamiatkach, kde dominujú muži. Pri pohľade na kategórie veku sa preukázateľný rozdiel nevyskytol iba pri hradoch, zámkoch a histórii. Zamerajme sa na dve najnižšie hodnotené atrakcie, ide o umenie, ktoré bolo najmenej hodnotené vo veku 31 – 50 rokov, naopak najvyššie hodnotenie bolo zistené pri veku väčšom ako 50 rokov. Druhou najnižšie hodnotenou atrakciou boli technické pamiatky, ktoré boli najmenej hodnotené skupinou 41 – 50 rokov a najviac skupinou 51 a viac rokov, a s malým rozdielom najmladšou skupinou – dvadsaťročných a mladších. Pri príjmoch sa preukázateľná rozdielnosť pri umení neprejavila. Pri technických pamiatkach bolo najnižšie hodnotenie identifikované pri skupine s najnižším príjmom, najvyššie predmetnú atrakciu hodnotili respondenti s priemerným príjmom osoby v domácnosti 500 až 750 €.

Záujem o jednotlivé druhy cestovného ruchu

Pri zisťovaní stupňa záujmu o jednotlivé druhy cestovného ruchu najvyššie hodnotenie nadobúda napr. spoznávanie prírody, aktívny cestovný ruch, športový cestovný ruch, zdravotný cestovný ruch a pod. Ako najmenej zaujímavý sa javí napr. cestovný ruch zameraný na náboženské a pútnické miesta, technológie, či etnický cestovný ruch – „návrat ku koreňom“. Uvedené výstupy majú sumárny charakter, ktorý pri aplikáciách politík a tvorbách stratégií v cestovnom ruchu nie je dostačujúci. Ako sa dá očakávať, každý druh cestovného ruchu je špecifický pre určitú skupinu zákazníkov, určitý segment. Športový cestovný ruch, aj keď vykazuje vysoký stupeň záujmu všeobecne, nevykazuje vysoké hodnotenie pri všetkých segmentoch, tak aj napr. náboženská a pútnická turistika nevykazuje nízke hodnotenie pri všetkých segmentoch. Pri propagačných aktivitách majú vyššie hodnotené druhy cestovného ruchu výhodu, že stratégie môžu byť všeobecnejšie, kde pri druhoch cestovného ruchu ak boli zaznamenané nízke výstupy, musí ísť o presne vymedzené aktivity a konkrétne definované segmenty. Medzi najnižšie hodnotené druhy cestovného ruchu patria technológie, etnický cestovný ruch, obchodný

a náboženský cestovný ruch. Pri analýze daných druhov sa preukázateľné rozdiely v rodovej charakteristike vyskytujú pri technológiách, obchodnom cestovnom ruchu a náboženskej turistike, kde vyššia hodnota je identifikovaná pri mužoch. O technológie z pohľadu veku prejavujú najnižší záujem 41 – 50 roční, naopak najvyšší záujem bol identifikovaný pri 21 – 30 ročných. Preukázateľná rozdielnosť sa prejavila aj v etnickom cestovnom ruchu, kde najnižšie priemerné hodnotenie je pri 31 – 40 ročných a najvyššie pri najmladšej skupine. Pri obchodnom cestovnom ruchu bolo najnižšie hodnotenie zaznamenané pri 41 – 50 ročných a najvyššie pri najmladšej skupine. Z hľadiska príjmu bol technologický cestovný ruch najnižšie hodnotený pri skupine 400 – 500 €, najvyššie hodnotenie je pri najviac zarábajúcej skupine. V príjme sa rozdielnosť prejavila aj pri obchodnom cestovnom ruchu, kde najnižšie preferencie boli namerané pri skupine zarábajúcej priemerne na člena domácnosti 300 – 400 €, najvyššie preferencie identifikujeme pri najvyššie zarábajúcej skupine.

Využívanie jednotlivých druhov dopravy

Ak sa zameriame na dopravu, medzi najpreferovanejšie patrí preprava osobným automobilom. Preprava vlakom a autobusom nadobúda porovnateľné hodnoty. Preprava lietadlom je využívaná len minimálne. Pri analýze rozdielnosti dopravy sa rozdielnosť v kategóriách rodu prejavila iba v preprave autobusom, kde viac túto prepravu preferujú ženy. V prípade veku sa rozdielnosť prejavila vo všetkých kategóriách, avšak doprava lietadlom nebude hlbšie popisovaná. Prepravu osobným autom najmenej preferuje najstaršia skupina, najviac je táto doprava preferovaná osobami 41 – 50 rokov. Dopravu autobusom preferujú najmenej najstarší, najviac je táto doprava preferovaná najmladšou vekovou skupinou. Preprava vlakom je najnižšie hodnotená pri 41 – 50 ročných a najvyššie hodnotenie bolo namerané pri najmladšej, ako aj pri najstaršej skupine. Preprava autom z pohľadu príjmu je najmenej preferovaná pri skupine s príjmom 300 – 400 €, naopak najviac túto dopravu preferujú najmenej zarábajúci a s malou odchýlkou najviac zarábajúci. Pri autobusovej doprave je najnižšia hodnota nameraná pri najviac zarábajúcej skupine a najvyššie hodnotenie je pri skupine s príjmom 300 – 400 €. Vlaková doprava je najmenej preferovaná pri skupine s príjmom 500 – 750 €, táto doprava sa najväčšej popularite teší u skupiny s príjmom 300 – 400 €.

Preferencie typov ubytovacích zariadení

Všeobecne najpreferovanejšie sa javia hotely, ale vysoký záujem respondentov je aj o chaty a chatové oblasti, penzióny a ubytovanie na súkromí. Naopak o hostely, kempy je záujem pomerne nízky. Preukázateľná rozdielnosť sa v rode prejavila iba pri chatových oblastiach, ktoré viac preferujú ženy, a pri hosteloch, ktoré viac preferujú muži. Z pohľadu veku sa rozdiel prejavil vo viacerých druhoch ubytovania, kde kempy a kempingy preferujú najmenej 41 – 50 roční a najviac vekové skupiny do tridsať rokov. Penzióny sú najmenej obľúbené práve u najmladšej skupiny (do dvadsať rokov) a najviac u 31 až 50 ročných. Chatové oblasti a hostely sa netešia obľube pri starších skupinách, ale naopak svoju priazeň získavajú najviac pri najmladších skupinách. Z pohľadu príjmu sa preukazný rozdiel vyskytol pri hoteloch, penziónoch a chatách. Hotely, ako sa dalo očakávať preferuje najmenej príjmovovo najslabšia skupina. Naopak, najviac

tieto zariadenia preferujú respondenti s vyššími príjmami. Penzióny sú najmenej obľúbené pre skupinu s priemerným príjmom na osobu v domácnosti od 300 do 400 € a najviac pre príjmovu najslabšiu skupinu. Chaty a chatové oblasti preferuje najmenej skupina s najnižším príjmom a najviac dve príjmovo najsilnejšie skupiny.

Preferencie dĺžky aktivít

Z pohľadu potenciálnych zákazníkov sú najpreferovanejšie víkendové výjazdy, nasledujú dlhodobejšie výjazdy a najmenej preferované sú jednodňové výjazdy. Jednodňové výjazdy z pohľadu veku preferuje najmenej najstaršia skupina a z pohľadu priemerného mesačného príjmu na osobu v domácnosti skupina s príjmom 400 – 500 €. Naopak najviac sú jednodňové výjazdy preferované skupinou potenciálnych zákazníkov od 31 do 40 rokov a z pohľadu príjmu s najnižším príjmom, ale zároveň aj u príjmovej skupiny zarábajúcej priemerne 500 € a viac. Z pohľadu veku sú víkendové výjazdy najmenej obľúbené pri najstaršej vekovej skupine a z pohľadu príjmu u najmenej zarábajúcich. Naopak víkendové výjazdy sa tešia väčšej obľube pri mladších skupinách (do 30 rokov) s vyšším príjmom (500 € a viac). Pri viacdňových výjazdoch z pohľadu veku bola veľmi nízka preferencia nameraná pri najstaršej skupine a z pohľadu príjmu išlo o skupinu s príjmom 400 – 500 €. Na druhej strane dlhodobejšie výjazdy najviac preferujú ľudia od 30 do 50 rokov s vysokým príjmom.

Zdroje získavania informácií

Dominanciu pri zdrojoch, z ktorých sú získavané informácie o možnostiach cestovného ruchu je možno pripísať internetu a odporúčaniam priateľov. Tieto položky zdôrazňujú novodobé marketingové filozofie, ktoré propagačné aktivity na internete v dnešnej dobe považujú za samozrejmé a odporúčania determinujú ako zdroj relatívne veľkej konkurenčnej výhody. Po preferenciách internetu a odporúčaní známych nasledujú cestovné kancelárie, reklama v médiách ako televízia, rozhlas, či tlač a tlačené materiály (brožúry, prospekty). Najnižšie hodnotenie nadobúdajú profesionálne časopisy a turistické informačné strediská. Aktivity subjektov cestovného ruchu by sa mali sústrediť na zákazníka a napĺňanie potrieb zákazníka, teda vhodná je kombinácia rôznych nosičov pri propagácii. Pri rodovej charakteristike sa preukázateľné rozdiely v preferenciách zdroja informácií prejavili pri internete, turistických informačných strediskách a profesionálnych časopisoch, kde všetky tieto prvky viac preferujú ženy. Z pohľadu veku internet najmenej preferuje najstaršia skupina a najviac skupina od 30 – 40 rokov. Odporúčanie od priateľov bolo najnegatívnejšie hodnotené opäť pri najstaršej skupine a najpozitívnejšie pri najmladšej skupine. Cestovné kancelárie boli najnižšie hodnotené pri najmladšej skupine a najvyššie pri skupine starších respondentov (od 40 rokov). Turistické informačné strediská hodnotili najnižšie 31 – 40 roční, a najvyššie najmladšia skupina. Pri profesionálnych časopisoch bola najnižšia miera nameraná pri 31 – 40 ročných a najvyššia pri najstaršej skupine. Reklama v tlači, rozhlase a televízii nadobúda najnižšiu hodnotu pri dvoch najmladších skupinách a najvyššiu pri najstaršej skupine. Tlačové materiály vykazujú najnižšiu hodnotu pri skupine 31 – 40 rokov a najvyššiu pri najstaršej skupine respondentov. Rozdiely

v oblasti príjmu sa vyskytujú iba pri cestovných kanceláriách, kde najnižšia hodnota je pri skupine 500 – 750 € a najvyššia pri skupine s najvyšším príjmom.

Preferencie podľa počtu zúčastnených osôb

Je vhodné tiež poukázať aj na vnímanie cestovného ruchu z pohľadu zúčastnených osôb, kde individuálny cestovný ruch vystupuje jednoznačne negatívnejšie ako ostatné druhy (s rodinou, vo dvojici, s priateľmi, so skupinou). Najvyššie hodnotená je trojica cestovného ruchu s rodinou, s priateľmi a cestovného ruchu vo dvojici. Z pohľadu rodu sa preukázateľné rozdiely prejavili len pri rodinnom cestovnom ruchu, ktorý sa vyššej obľube teší pri ženách. Individuálny cestovný ruch z pohľadu veku najmenej preferujú 31 až 40 roční s príjmom 500 – 750 €. Naopak, najvyššie preferencie boli namerané pri najstaršej skupine a z pohľadu príjmu pri skupine s najvyšším príjmom. Cestovný ruch s rodinou je najmenej preferovaný pri najmladšej skupine a z pohľadu príjmu pri skupine s najvyšším príjmom. Naopak, najvyššej obľube sa rodinný cestovný ruch teší pri 41 až 50 ročných a z pohľadu príjmu pri skupine s najnižším príjmom. Cestovný ruch vo dvojici ako aj cestovný ruch s priateľmi najmenej preferujú respondenti nad 51 rokov, naopak vyššie miery preferencií boli namerané pri mladších skupinách. Skupinový cestovný ruch je najmenej preferovaný pri najstaršej skupine a z pohľadu príjmu išlo o skupinu s najvyšším príjmom (750 € a viac), naopak tento druh je najviac obľúbený u mladých a z pohľadu príjmu u skupiny s priemerným príjmom do 500 €.

Záver

Prieskum na reprezentatívnej vzorke preukázal, že 64 % opýtaných trávi dovolenku na Slovensku, kde väčšina z týchto respondentov považuje Prešovský kraj z pohľadu cestovného ruchu za atraktívny. Už táto myšlienka zdôrazňuje dôležitosť aktivít spojených s tvorbou a propagáciou prozákaznícky orientovaných produktov. Okrem destinácií, ktoré sú navštevované veľmi frekventovane, ako napr. Vysoké Tatry, Bardejov, Prešov či Košice, Prešovský kraj ponúka množstvo atraktivít, ktorých návštevnosť nie je až tak vysoká. Medzi tieto atraktivity je možné zaradiť napr. hrady v okolí Prešova, Duklu, Poloniny, Levoču a pod. Zvýšeniu návštevnosti daných atraktivít by pomohlo zvýšenie povedomia u verejnosti a teda propagácia.

Údaje o dokumente

Pripravené pre:	KOCR Severovýchod Slovenska Námestie mieru 2 080 01 Prešov
Zhotoviteľ:	eXclusive marketing s.r.o. Magurská 8182/12 080 01 Prešov
Spracoval:	doc. PhDr. Radovan Bačík, PhD., MBA, LL.M.
Dátum prípravy:	Máj 2019
Schválil/a:	KOCR Severovýchod Slovenska
Dátum schválenia:	17. 5. 2019

Výlučnú zodpovednosť za obsah tejto publikácie znášajú jej autori a obsah nemôže byť stotožňovaný s oficiálnym stanoviskom Európskej únie.