



# Průzkum návštěvníků Plzně

Závěrečná zpráva z kvantitativního výzkumu  
Říjen 2017



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

Visit  Plzeň

Průzkum návštěvníků města Plzně byl pořízen v rámci projektu „Marketingová podpora destinace Plzeň“ realizovaného za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj ČR.



# Přehled kapitol

Parametry výzkumu

str. 3

Popis a chování návštěvníků

str. 4

Spokojenost s návštěvou a plány do budoucna

str. 17

Výdaje návštěvníků

str. 25

# Parametry výzkumu

## Cíl výzkumu

- Monitoring návštěvníků města Plzně
- Zjištění průběhu návštěvy, účelu cesty, navštívených míst a utracených peněz
- Vytipování silných, slabých stránek města a příležitostí pro zlepšení

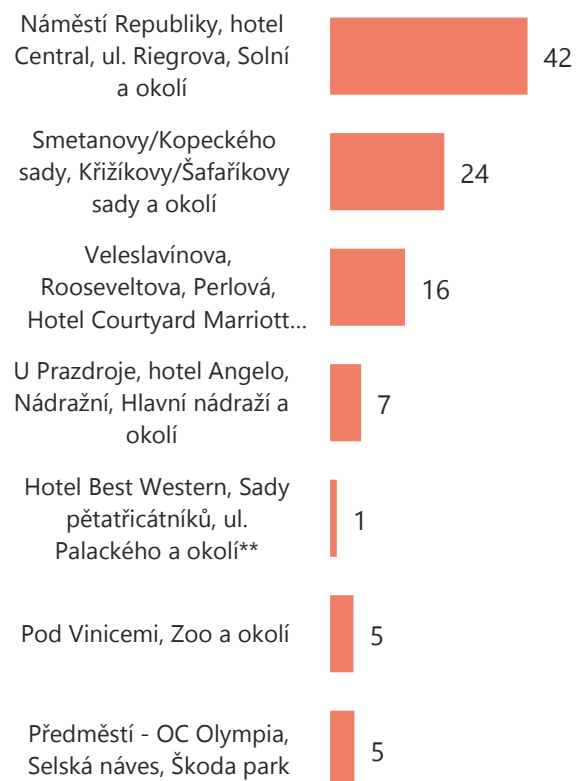
## Cílová skupina

- Věk 15+ let
- 50 % tuzemští a 50 % zahraniční návštěvníci

## Detaily terénního šetření

- Metodika: PAPI dotazování
- Počet realizovaných rozhovorů: 504
- Termín sběru dat: 11. – 26. 9. 2017
- Výběr: náhodný
- Data: nevážená

## Dotazovací místa

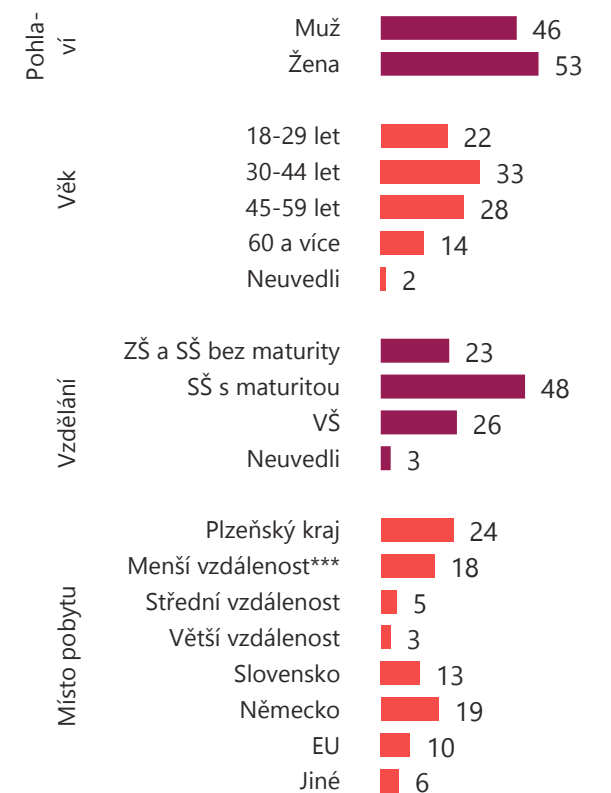


Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]

\* + Mlýnská strouha, OC Plaza, Sady 5. května, \*\* + Husova

\*\*\* Vzdálenost menší: do 100 km, vzdálenost střední do 200 km, velká nad 200 km

## Struktura vzorku



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]

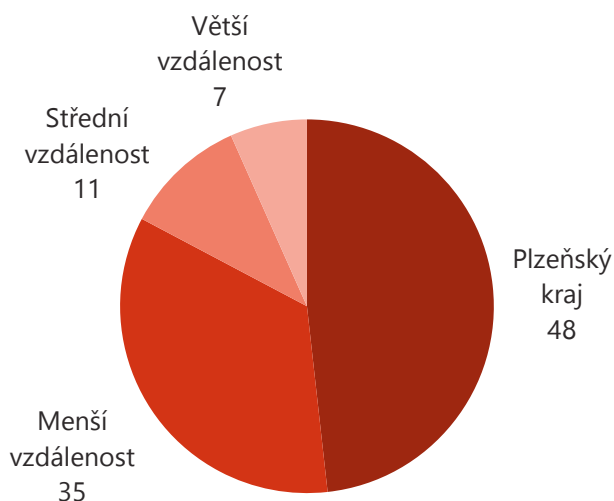




## Popis a chování návštěvníků

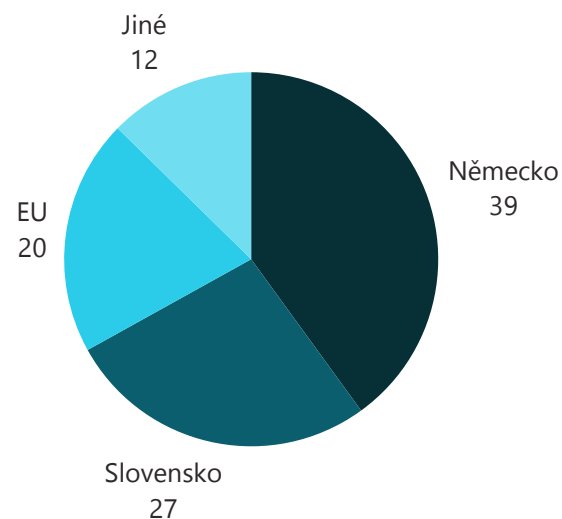
# Návštěvníci podle bydliště

## Tuzemští návštěvníci



Všichni respondenti, n=255 [údaje v %]  
Otázka: V jaké zemi máte trvalé bydliště? Kde přesně bydlíte?

## Zahraniční návštěvníci



Všichni respondenti, n=249 [údaje v %]

Mezi domácími návštěvníky města převažují obyvatelé kraje anebo okresů vzdálených do 100 km.

Obyvatelé kraje přijíždějí opakovaně, na jeden den a za nákupy. Naopak lidé ze vzdálených okresů Česka přijíždějí poprvé, na delší pobyt, s rodinou či jen s partnerem a s cílem zhlédnout památky.

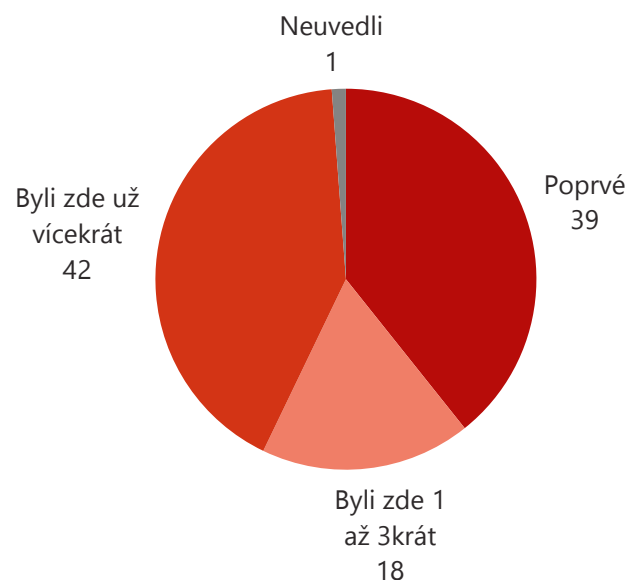
Ze zahraničí přijíždějí především Němci a Slováci. Němci jsou častěji ve věku 60+ a přijíždějí na jeden den za pivovarnictvím nebo zábavou. Slováci jsou spíše mladší lidé a jezdí za přáteli. Slováci i Němci častěji navštěvují výhradně Plzeň. Naopak návštěvníci z dalších zemí častěji kombinují Plzeň s dalším cílem v ČR.

Zahraniční návštěvníci podle státní příslušnosti (%)			
Německo	39	Ukrajina	3
Slovensko	27	Švýcarsko	2
Polsko	5	Rusko	2
Itálie	3	Japonsko	1
Spojené království	3	Čína	1
Nizozemí	3	Francie	1
Rakousko	3	Jiné	8

Němečtí návštěvníci podle země pobytu (%)	
Bavorsko	39
Bádensko-Württembersko	10
Berlín	9
Hesensko	9
Hamburk	6
Sasko	5
Durynsko	5
Jiná spolková země	16



# Frekvence návštěv



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 1. Už jste někdy navštívil/a Plzeň?

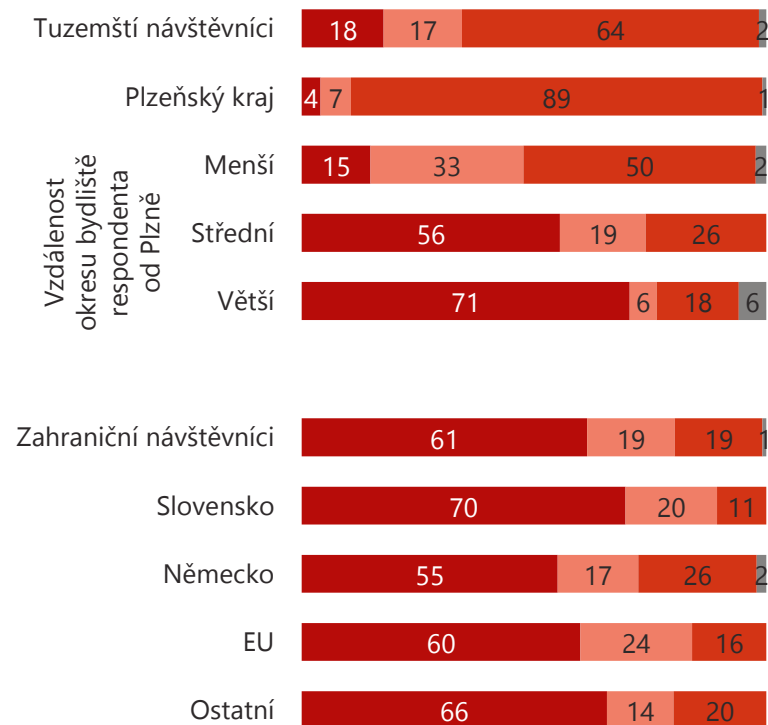
**Dvě pětiny návštěvníků přijely do Plzně poprvé.**

Častěji jezdí:

- dle očekávání lidé z okolí Plzně a blízkých okresů
- rodiny s dětmi a jednotlivci
- lidé, kteří ve městě nepřespávají, a lidé kteří přijíždějí za zábavou, kulturou nebo na nákupy

Oproti předchozím vlnám šetření poklesl podíl těch, kteří jsou v Plzni na první návštěvě, a výrazně se zvýšil podíl lidí zastižených na opakované návštěvě.

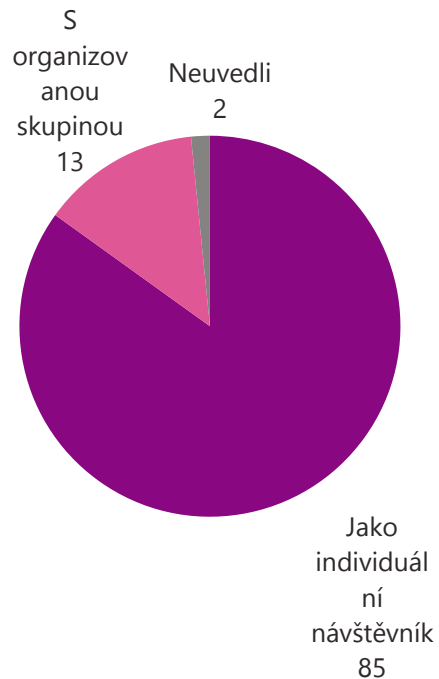
■ Poprvé ■ Byli zde 1 až 3krát ■ Byli zde už vícekrát ■ Neuvedli



Všichni respondenti [údaje v %]



# Forma návštěvy



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 2. Přijel/a jste do Plzně...?

## Návštěvníci přijeli do města převážně po vlastní ose.

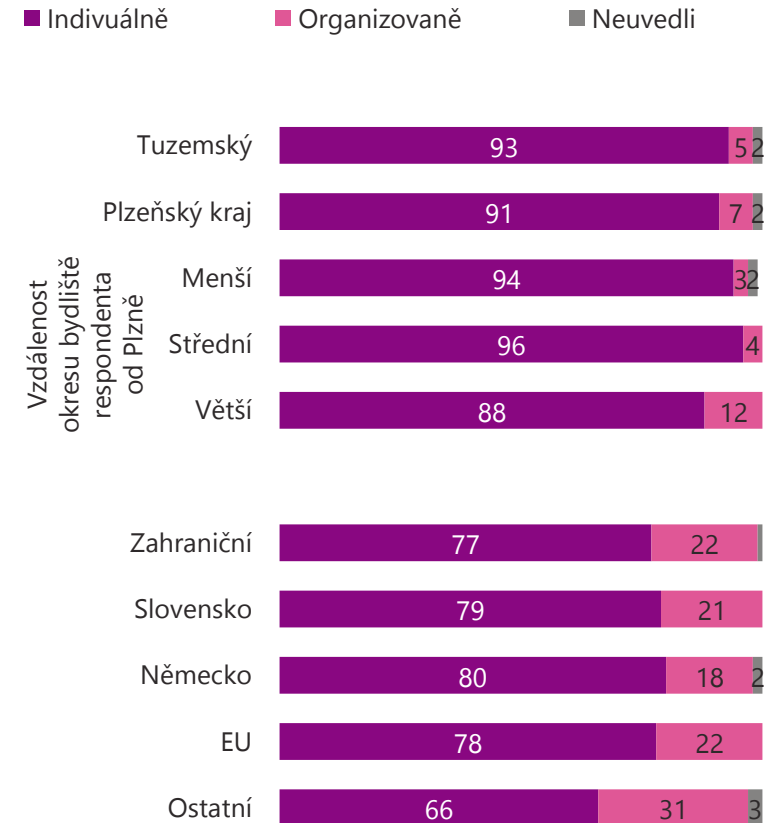
Častěji se zájezdem přijíždějí:

- ☐ zahraniční návštěvníci, hlavně ze vzdálených zemí
- ☐ noví návštěvníci

Se zájezdem naopak nejezdí:

- ☐ Češi
- ☐ rodiny s dětmi i jednotlivci
- ☐ lidé, kteří už v Plzni v minulosti byli

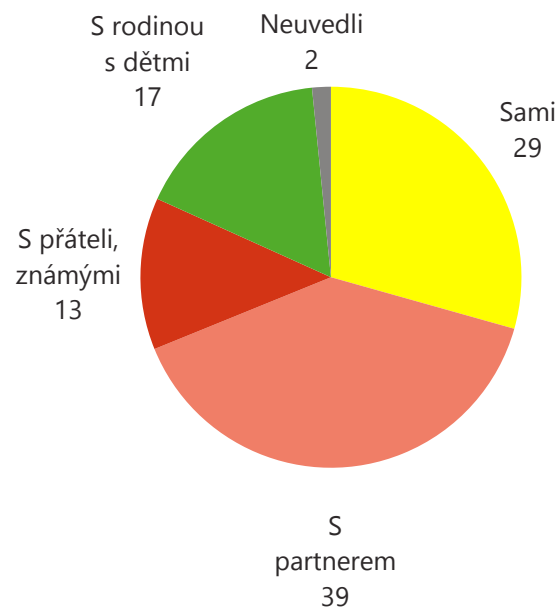
Podíl individuálních návštěvníků Plzně se oproti předchozímu šetření nezměnil.



Všichni respondenti [údaje v %]



# Doprovod



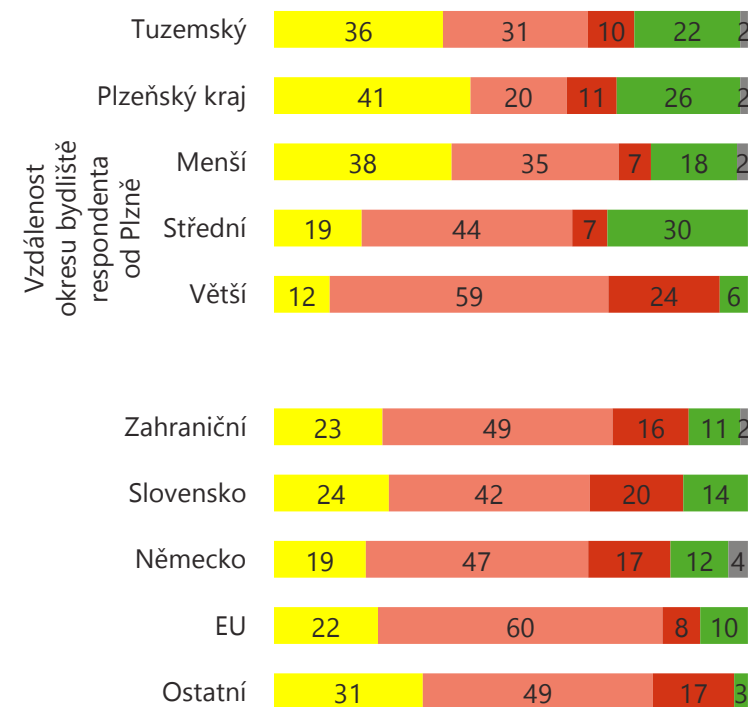
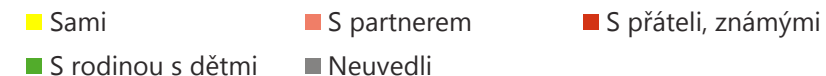
Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 3. S kým jste sem do Plzně přijel/a?

## Nejčastěji do města přijíždějí dvojice partnerů nebo jednotlivci. Necelá pětina přijíždí s rodinou vč. dětí.

Jednotlivci jsou zejména z okolí města. Dvojice přijíždějí ze vzdálených míst ČR a ze zahraničí. Rodinné cestování do Plzně je častější ze vzdálených míst ČR.

Rodiny s dětmi přijíždějí převážně na jednodenní výlet.

Oproti předchozímu šetření se zvýšil podíl lidí, kteří do Plzně přijeli sami bez doprovodu, a to zejména na úkor lidí cestujících v páru.

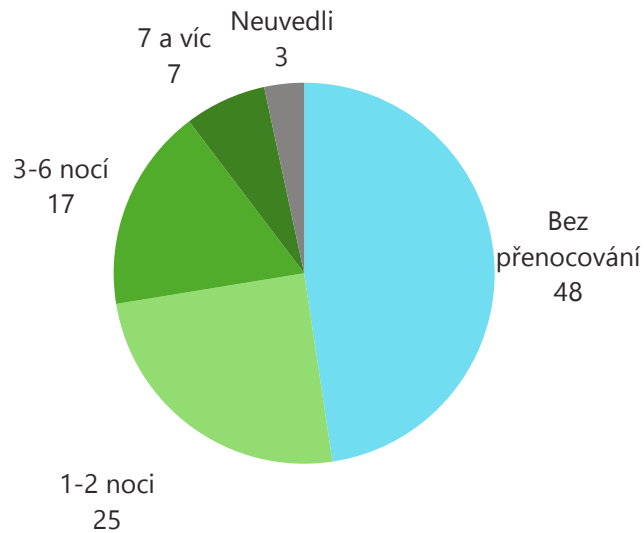


Všichni respondenti [údaje v %]





# Počet přespání



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 4b. Kolik nocí strávíte v rámci tohoto výletu v Plzni?

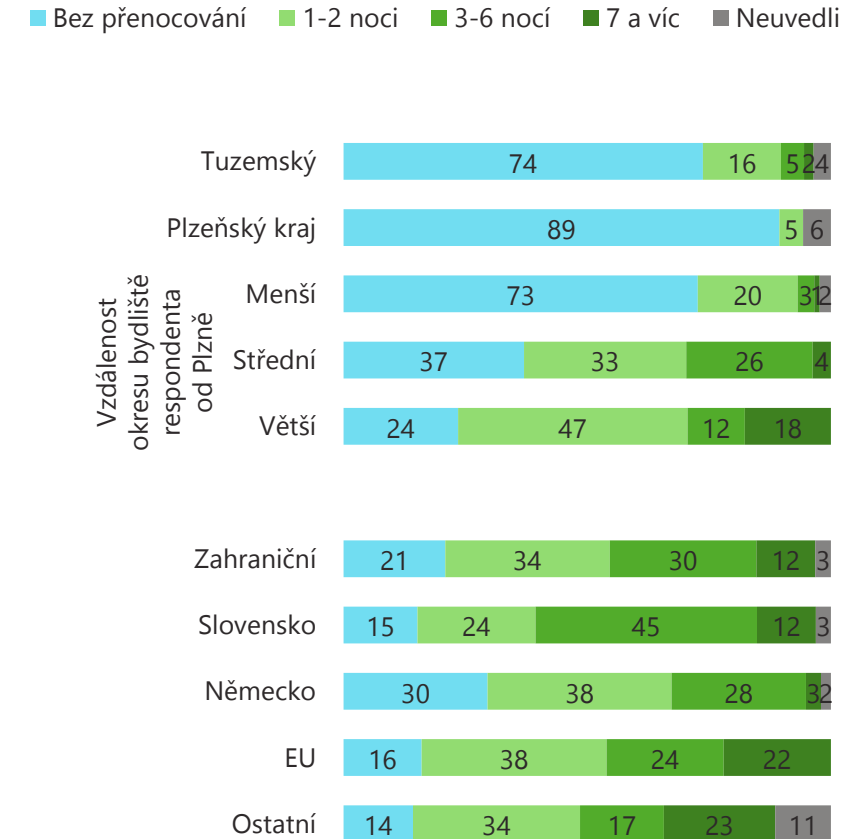
## Polovina návštěvníků v Plzni nocuje, jedná se hlavně o zahraniční návštěvníky.

Ve městě přespávají téměř čtyři pětiny zahraničních návštěvníků (v průměru 5 nocí) a necelá čtvrtina Čechů (v průměru zde stráví 3 noci).

Bez přenocování do Plzně jezdí hlavně Češi z blízkého okolí města a z cizinců nejvíce Němci.

Lidé, kteří přijíždějí opakovaně, jednotlivci a lidé s rodinou ve městě také obvykle nespí.

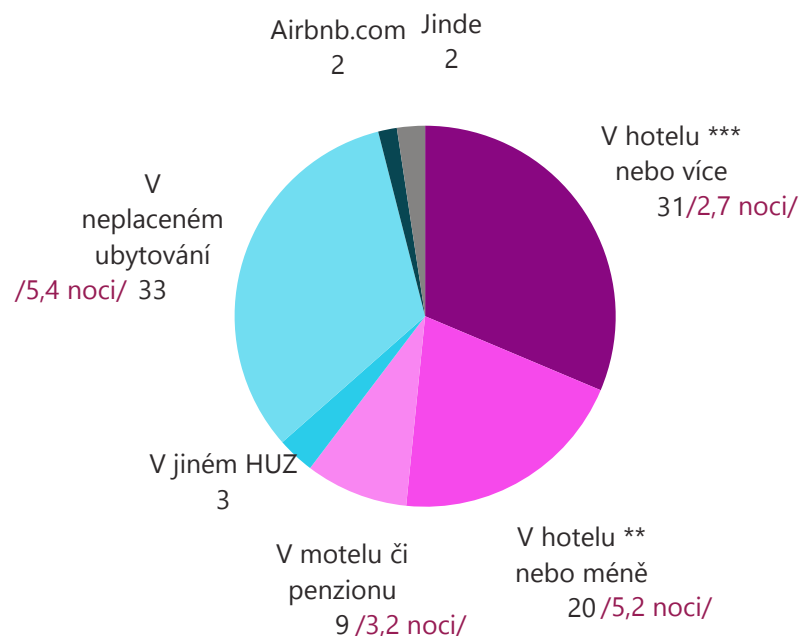
V porovnání s předchozím šetřením se mírně navýšil podíl jednodenních návštěvníků města.



Všichni respondenti [údaje v %]



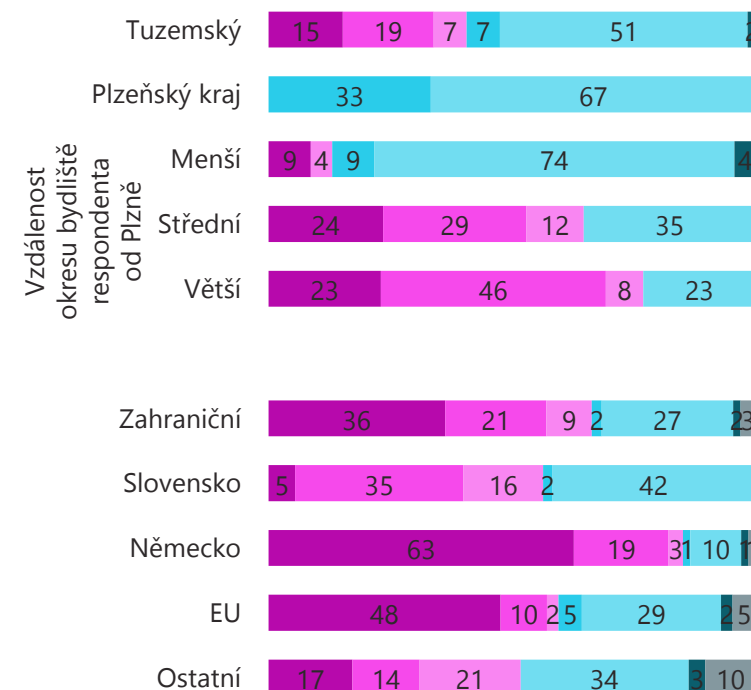
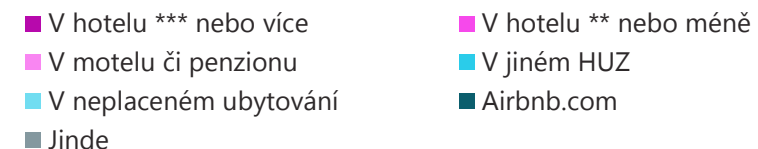
# Ubytování



## Návštěvníci využívají hojně hotely vyšších kategorií, ale i levnější hotely nebo neplacené ubytování.

Luxusnější ubytování je typické pro dvojice partnerů, návštěvníky z Německa nebo jiných zemí EU a nové návštěvníky města. Rodiny s dětmi a jednotlivci spí častěji v neplaceném ubytování.

Oproti předchozímu šetření došlo k poměrně výraznému nárůstu podílu těch, kteří přiznávají, že přespávají v (oficiálně) neplaceném typu ubytování.



Jen vícedenní návštěvníci, n=252 [údaje v %]

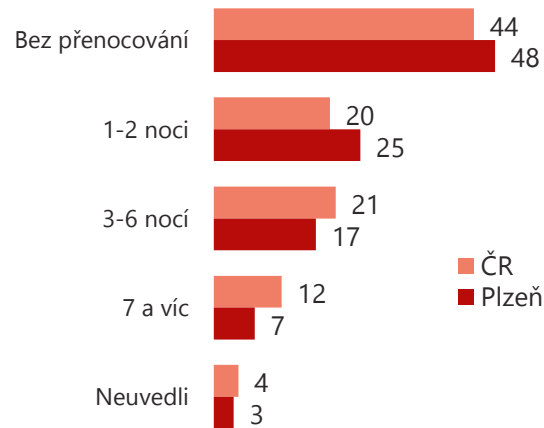
Otázka: 7. Jaké ubytování v Plzni jste při této návštěvě využil/a?

Průměrný počet nocí - průměr za osoby, které v daném typu ubytování přenocovaly, uveden při dostatečně velkém vzorku.

Jen vícedenní návštěvníci [údaje v %]

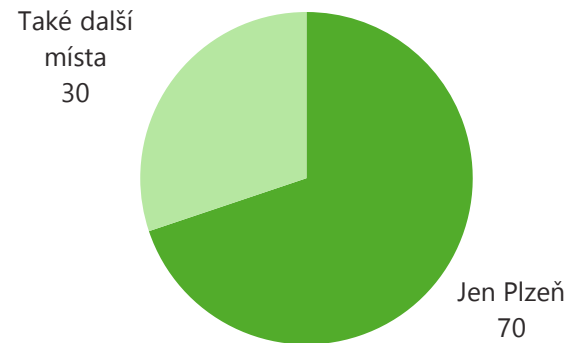


# Plzeň v rámci výletu/dovolené

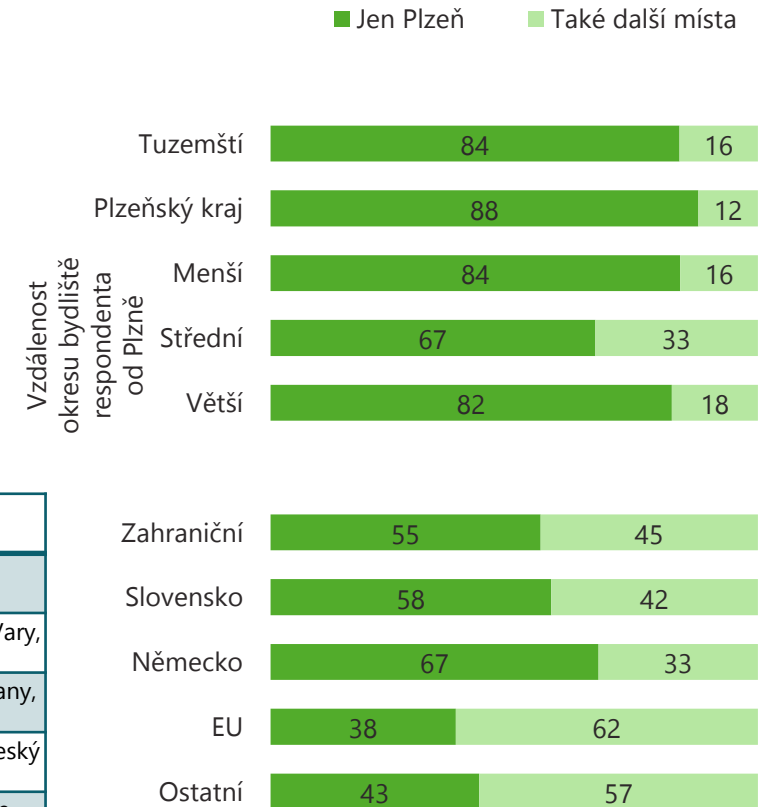


**30 % návštěvníků spojilo návštěvu Plzně s dalšími místy,** zejména zahraniční návštěvníci, což je mírně vyšší podíl než v předchozí vlně šetření.

10 % návštěvníků strávilo alespoň jednu noc před nebo po návštěvě na jiném místě v rámci tohoto výletu.



Místo návštěvy	Před Plzní (%)	Po Plzni (%)	Konkrétní místa
Praha	7	11	
Karlovarský kraj	2	3	Mariánské Lázně, Karlovy Vary, Cheb
Plzeňský kraj	3	3	Domažlice, Klatovy, Rokycany, Tachov
Jihočeský kraj	1	1	České Budějovice, Písek, Český Krumlov
Ústecký kraj	1	1	Děčín, Chomutov, Teplice, Ústí n. Labem
Morava	2	4	Brno, Znojmo, Hodonín, Olomouc
Středočeský kraj	1	1	Beroun, Kolín, Mladá Boleslav
Jiné	1	0	Hradec Králové



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 5./6. Navštívil/a jste před Plzní/ Hodláte po Plzni navštívit ještě jiné místo v rámci Vašeho výletu/dovolené?

Jen vícedenní návštěvníci [údaje v %]



# Nevyužili ubytování v Plzni

## Důvod nepřespání v Plzni



Jednodenní návštěvníci Plzně, n=252 [údaje v %]  
Otázka: 8. Proč v Plzni nezůstáváte přes noc?

**Přespání v Plzni nebrání žádné zásadní překážky, ale jedná se o volbu návštěvníků vzhledem ke zvolenému programu a dostupnosti Plzně z ostatních částí Česka.**

Lidé porovnávají ceny ubytování s cestovními náklady – asi 13 % jednodenních návštěvníků by mohlo motivovat zlevnění ubytování. Obdobný výsledek byl zaznamenán i v předchozí vlně šetření.

Nicméně podstatná část o přespání zájem vůbec nemá – 14 % přespávat ze zásady nechce a 55 % žádnou motivaci k přespání nevidí.

## Motivace k nocování v Plzni

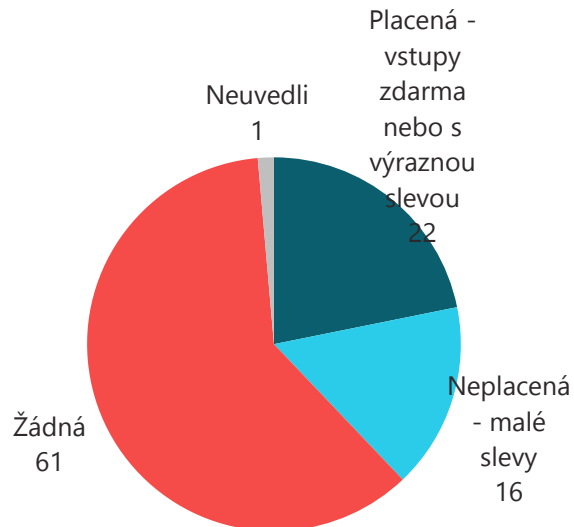


Jednodenní návštěvníci Plzně, n=252 [údaje v %]  
Otázka: 9. Co by Plzeň měla nabízet, abyste zde strávil/a delší dobu a přenocoval/a?



# Turistická karta

## Zájem o kartu



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 10. Pokud by Plzeň nabízela možnost pořídít si turistickou kartu, jakou formu byste preferoval/a?

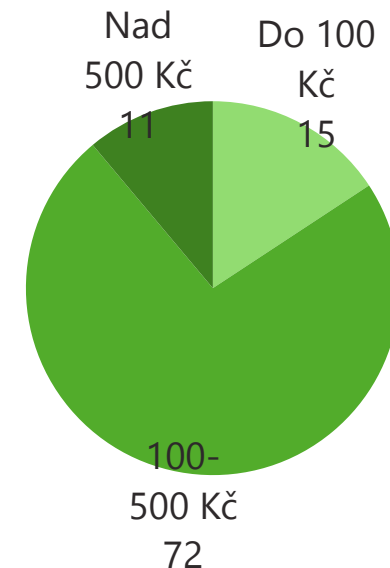
**O kartu by měla zájem třetina návštěvníků, a to spíše o placenou variantu poskytující velké slevy na vstup nebo vstupy zdarma.**

Zájem o kartu vyjádřilo více návštěvníků než v předchozí vlně šetření.

Karta je vhodná pro tuzemské návštěvníky, zejména z Plzeňského kraje, také pro lidi, kteří přijíždějí do města často a pro návštěvy rodin s dětmi.

Její cena by se měla pohybovat do 500 Kč (průměr 332 Kč, medián 205 Kč).

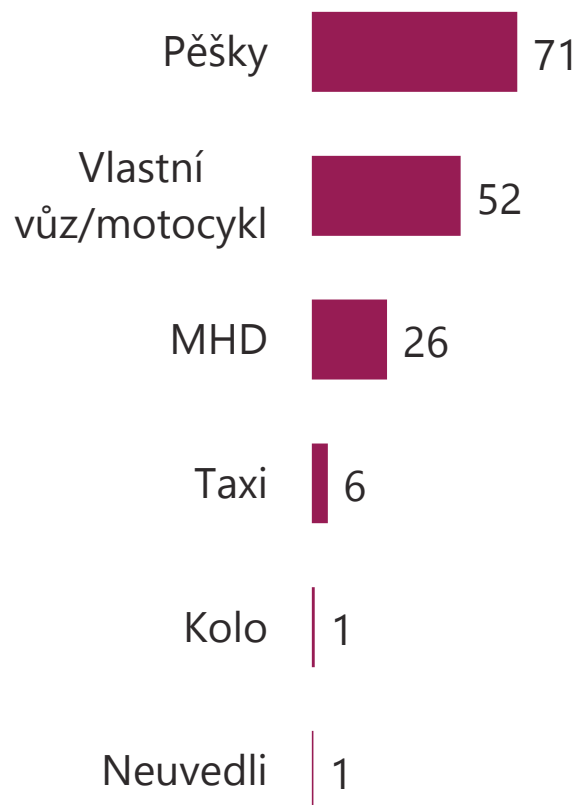
## Cena karty



Zájemci o placenou kartu, n=110 [údaje v %]  
Otázka: 11. Kolik by taková karta měla podle Vás stát?



# Pohyb po Plzni

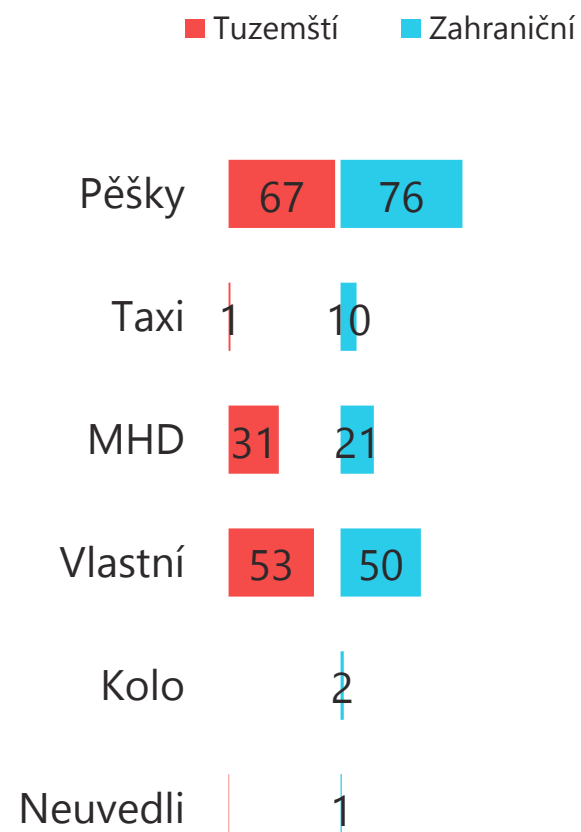


Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 16. Jak se pohybujete po Plzni?

**Návštěvníci po Plzni hojně chodí pěšky nebo využívají vlastní dopravní prostředek, ať se jedná o domácí nebo zahraniční návštěvníky.**

Oproti minulé vlně šetření nedošlo k žádné významné změně.

Pro Němce je častější vlastní prostředek nebo taxi, pro lidi z okolních okresů je přijatelnější MHD, pro rodiny také vlastní vůz.



Všichni respondenti [údaje v %]  
Otázka: 16. Jak se pohybujete po Plzni?



# Asociace s Plzní



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 17. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň?

## Lidé si s městem spojují zejména pivo, pivovar a pивní slavnosti.

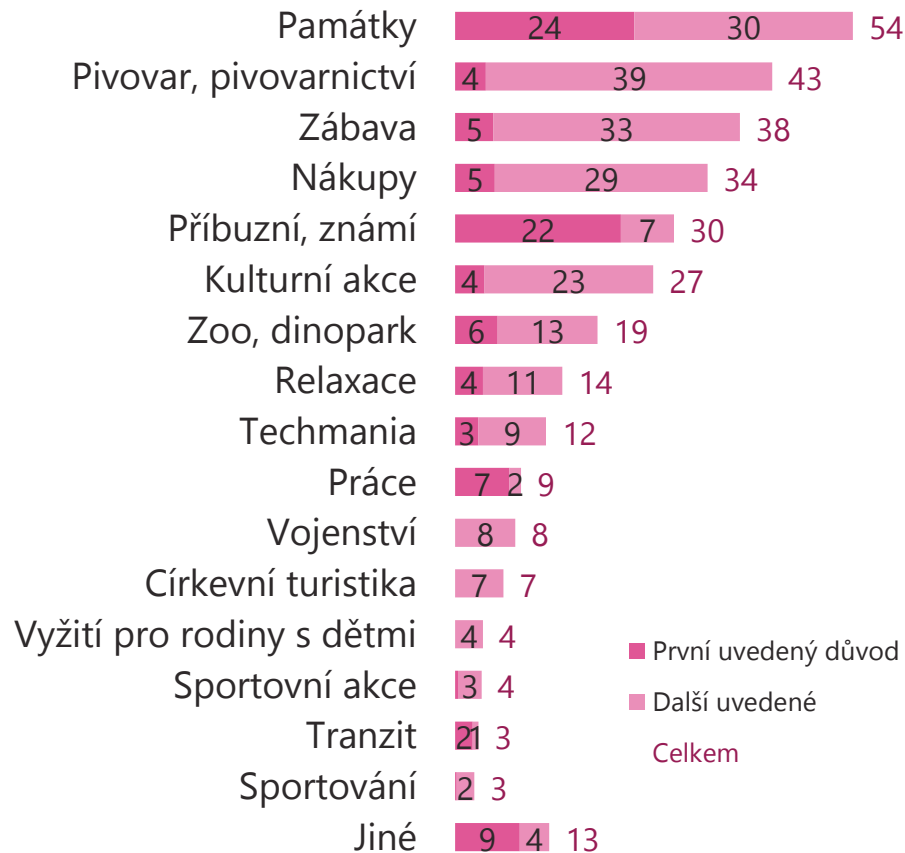
Návštěvníci dále uváděli architektonické a historické dominanty města vč. kostela sv. Bartoloměje, sportovní kluby a sportoviště ve městě, zoologickou zahradu a Dinopark nebo kulturní akce.

Tuzemští návštěvníci častěji uváděli kulturní akce, konkrétně divadelní. Naopak zahraniční návštěvníci si častěji vybavují místní památky. Např. Němci si s městem spojují synagogu a dobré jídlo. Lidé v doprovodu rodiny častěji uváděli zoo a Dinopark. Asociace do velké míry souvisí s tím, co lidé při své návštěvě ve městě viděli.



# Důvod návštěvy

Návštěvníci přijíždějí hlavně kvůli památkám a pivovarnictví. Ale lákají i možnosti zábavy a nákupů.



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]

18. Co bylo hlavním a dalším důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel/a do Plzně?

Hlavní důvod		Památky	Pivovar, pivovarnictví	Kulturní akce	Zoo, dinopark	Zábava	Nákupy	Příbuzní, známí
Celkem		24	4	4	6	5	5	22
Typ návštěvníka	Tuzemští	13	1	7	9	5	9	20
	Zahraniční	36	8	1	2	5	2	25
Země pobytu	Slovensko	29	3	3	3	0	0	42
	Německo	39	13	1	3	11	4	12
	EU	40	2	0	2	2	0	28
	Ostatní	34	9	0	0	0	3	23
Vzdálenost	Plzeňský kraj	5	0	9	9	7	16	14
	Menší	20	0	6	7	5	2	27
	Střední	11	7	4	22	0	0	19
	Větší	35	0	0	0	6	0	29
Pohlaví	Muž	22	5	2	6	5	6	18
	Žena	27	3	6	6	5	5	27
Pořadí návštěvy	První návštěva	44	8	3	3	3	1	13
	Opakovaná návštěva	11	2	5	8	7	8	29
Doprovod	Sám / sama	14	1	2	0	3	7	38
	S partnerem, partnerkou	40	6	3	2	4	5	18
	S přáteli, známými apod.	29	3	8	3	15	5	11
	S rodinou s dětmi	5	6	7	26	2	6	17
Typ návštěvníka	Jednodenní	15	1	6	11	7	10	14
	Více denní	35	7	2	1	4	0	32
Výdaje během cesty v Plzni (v CZK na osobu a den)	Do 500 Kč	15	5	5	4	4	2	32
	501-1 000 Kč	24	4	4	9	4	4	24
	1 001-2 000 Kč	44	4	6	7	8	5	13
	Nad 2 000 Kč	30	4	0	2	9	23	12
Typ výletu	Jen Plzeň	20	3	5	6	6	7	25
	Další místa	34	7	1	6	4	3	16

- ❑ Zahraniční návštěvníci jezdí převážně za památkami, Němci také kvůli pivo a zábavě, Slováci za známými
- ❑ Rodiny s dětmi jezdí hlavně do zoo a Dinoparku
- ❑ Jednodenní návštěvníci míří především do zoo a Dinoparku nebo za nákupy, vícedenní návštěvníci mají čas i na památky, pivovarnictví a návštěvy přátel





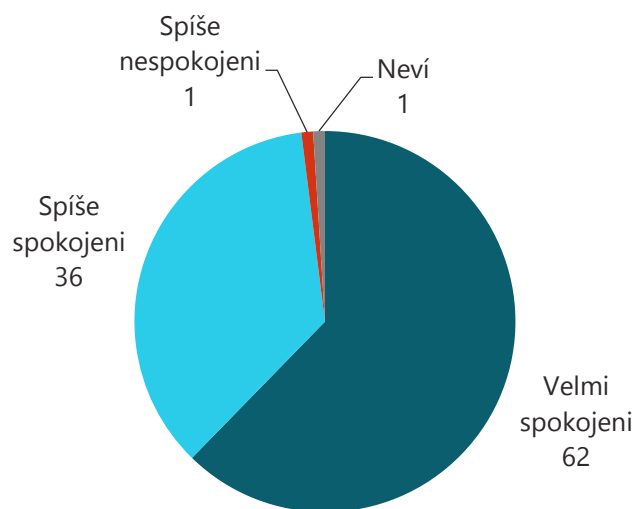


Spokojenost s návštěvou  
a plány do budoucna

# Spokojenost s návštěvou a NPS\*

## Naprostá většina návštěvníků je v Plzni spokojena.

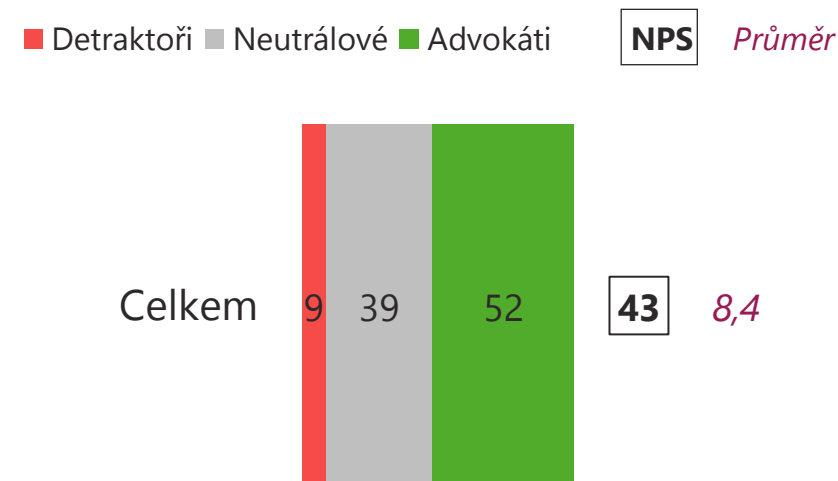
Spokojeni jsou jak tuzemští, tak zahraniční návštěvníci, bez ohledu na věk, vzdělání, délku pobytu či důvod cesty. Úroveň spokojenosti se nemění a zůstává v čase na vysokých hodnotách.



## Hodnota NPS=43 je uspokojivá.

Více než polovina návštěvníků by návštěvu města doporučila a v průměru hodnotili osmičkou.

Vyšší NPS mají návštěvníci Zoo a Dinoparku a ti, kteří přijeli za zábavou. Také opakované návštěvy města jsou spojené s vyšším NPS (spokojení se ve vyšší míře vracejí).



Všichni respondenti, kteří uvedli doporučení, n=490 [údaje v %]  
Otázka: 20c. Do jaké míry byste doporučil/a tuto lokalitu jako turistickou destinaci svým přátelům a kolegům?  
škála 0=nedoporučil – 10=doporučil

Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 20a. Jak jste celkově spokojen/a s návštěvou Plzně?

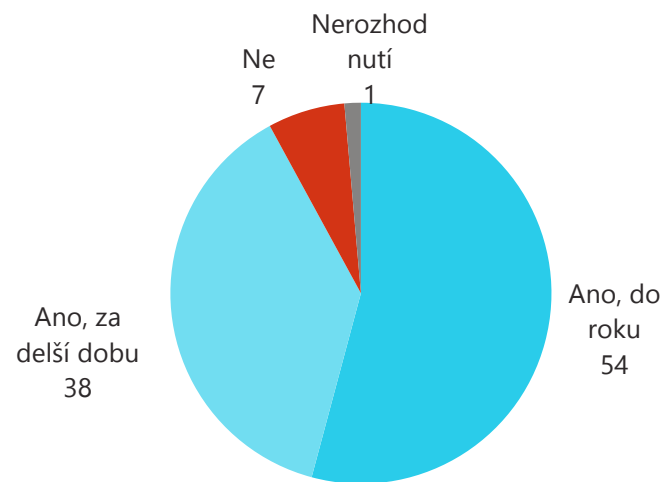
\*Metodika NPS je vysvětlena na konci zprávy



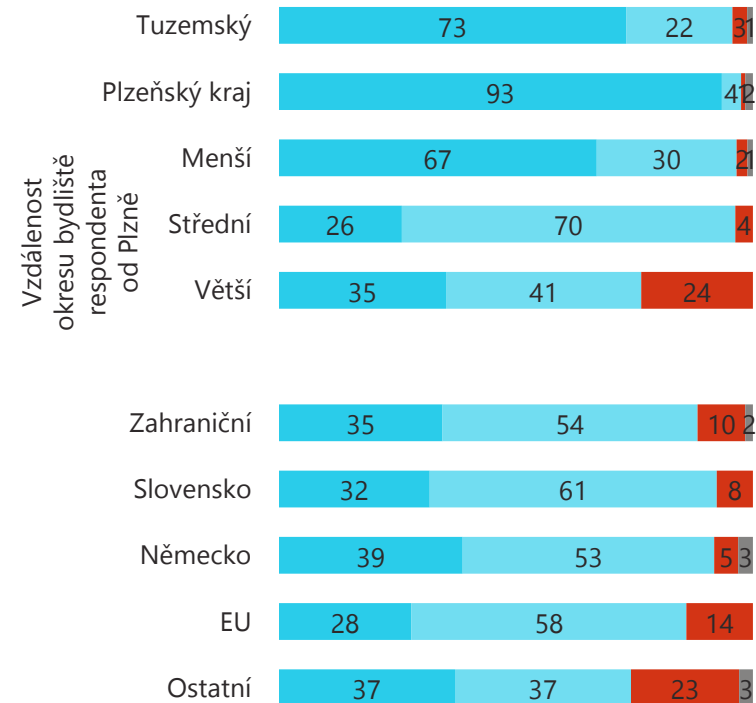
# Zájem o budoucí návštěvu Plzně

## Většina návštěvníků má v úmyslu se v budoucnu do Plzně vrátit.

Horizont další cesty nejvíce souvisí se vzdáleností bydliště návštěvníka – zahraniční návštěvníci a Češi z odlehlých míst se do Plzně vrátí nejdříve za rok.



■ Ano, do roku ■ Ano, za delší dobu ■ Ne ■ Nerozhodnutí

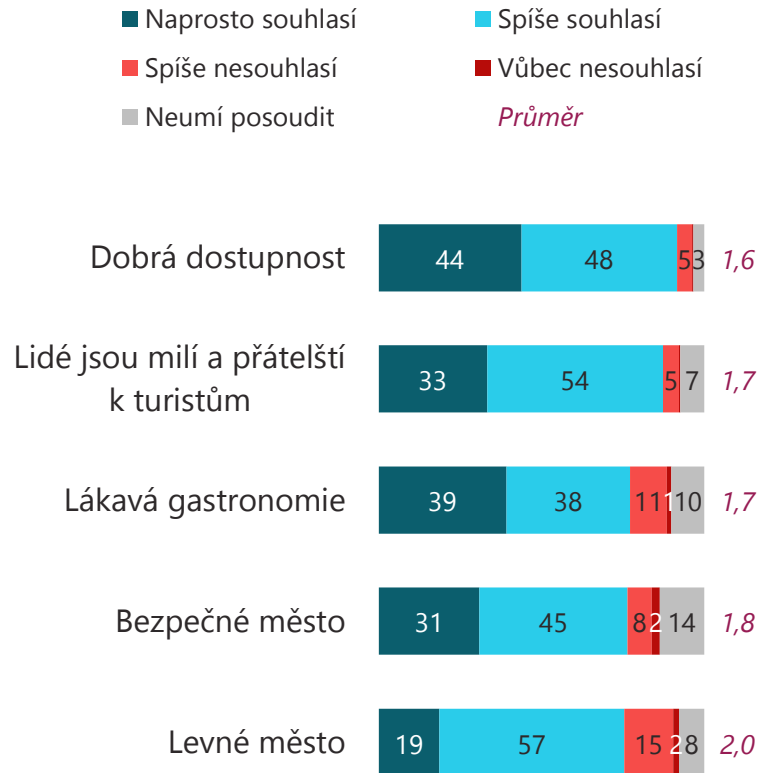


Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 20b. Uvažujete o opakované návštěvě Plzně?

Všichni respondenti [údaje v %]

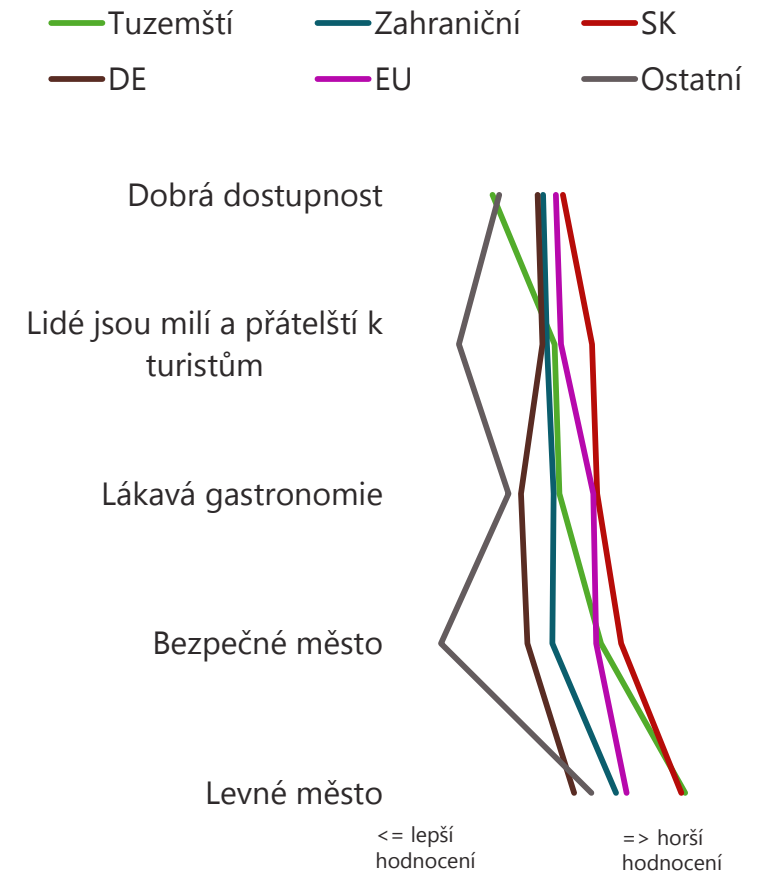


# Plzeň je pro turisty



## Návštěvníci hodnotí město velmi pozitivně ve všech aspektech.

Zahraníční návštěvníci hodnotí tyto aspekty lépe než Češi, pouze s výjimkou dostupnosti města (zřejmě odráží horší silniční napojení z některých částí Německa a situace na D1 pro Slováky).



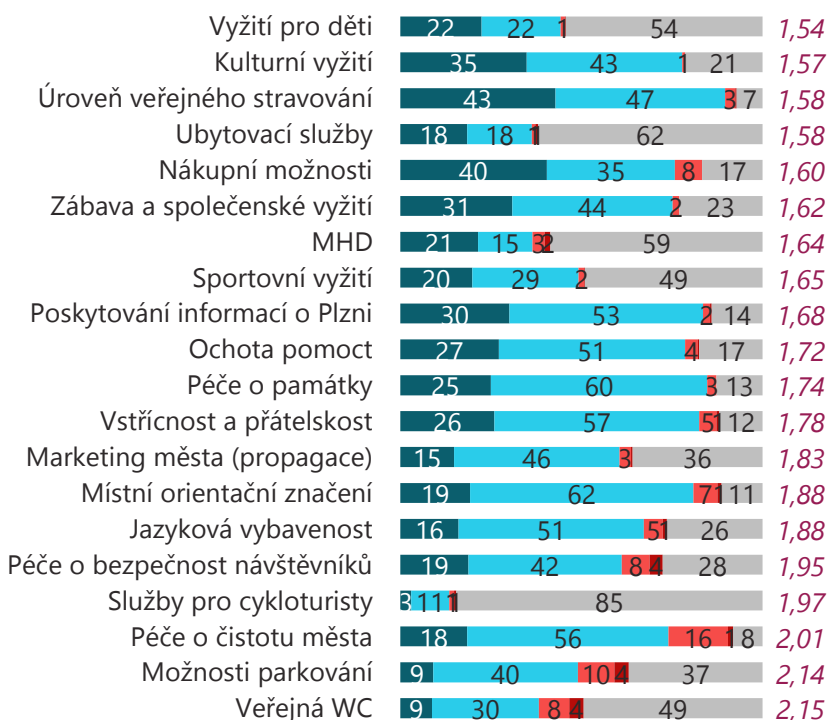
Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 21a. Na kolik souhlasíte s následujícími výroky o Plzni?

Všichni respondenti, průměrné hodnocení [údaje v %]



# Další hodnocení města

■ Velmi dobře    ■ Spíše dobře    ■ Spíše špatně  
■ Velmi špatně    ■ Neumí posoudit    *Průměr*



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]

Otázka: 21b. Jak hodnotíte následující aspekty turistiky v městě Plzni?



**Návštěvníci jsou se všemi aspekty převážně spokojeni.**

**Určitou nespokojenost vyjadřují ohledně čistoty města, parkování a stavu veřejných toalet.**

Cizinci lépe hodnotí řadu aspektů jako ubytování, stravování, ochotu a přátelskost, péči o bezpečnost a také péči o čistotu města.

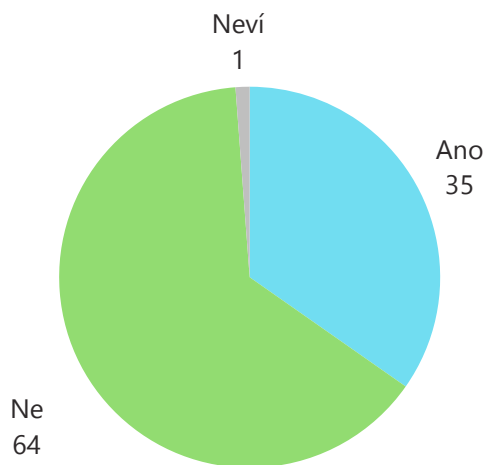
— Tuzemští    — Zahraniční    — Jen Němci



Všichni respondenti, průměrné hodnocení [údaje v %]

Ze zahraničních návštěvníků byli vybráni Němci, kteří představují významnou a homogenní skupinu návštěvníků, která je zajímavá pro srovnání s celkovými daty.

# Návštěva TIC



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 22. Navštívil/a jste v Plzni Turistické informační centrum (TIC)?

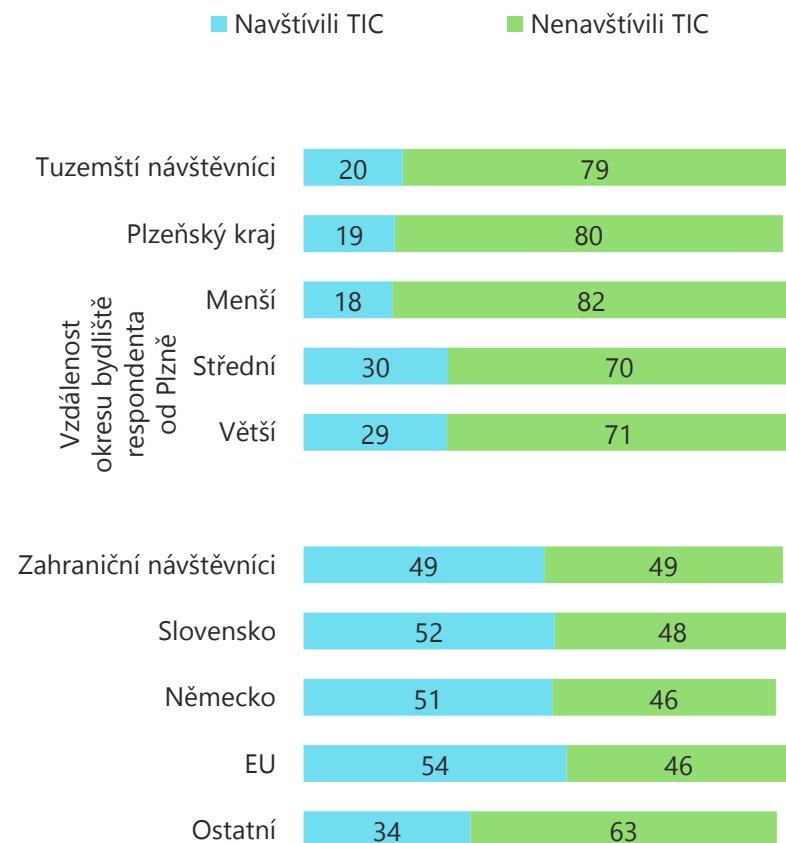
## Třetina návštěvníků navštěvuje Turistické informační centrum.

Oproti předchozí vlně šetření se podíl návštěvníků TIC nezměnil.

Z oslovených návštěvníků do TIC častěji chodí zahraniční návštěvníci, zejména Němci a občané dalších zemí EU.

Spokojenost se službami je vysoká:

- ❑ celkově spokojeno 96 %
- ❑ s ochotou zaměstnanců spokojeno 95 %
- ❑ s poskytnutými materiály spokojeno 92 %



Všichni respondenti [údaje v %]



# Slabé stránky, příležitosti ke zlepšení



Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 24a. Co Vám v Plzni nejvíce schází, co Vám vadí?

**Velká část návštěvníků nepostrádá ve městě vůbec nic, ani jí nic konkrétního nevadí.**

Mezi negativy se objevila přítomnost bezdomovců, chybějící možnost koupání a horší dopravní situace.

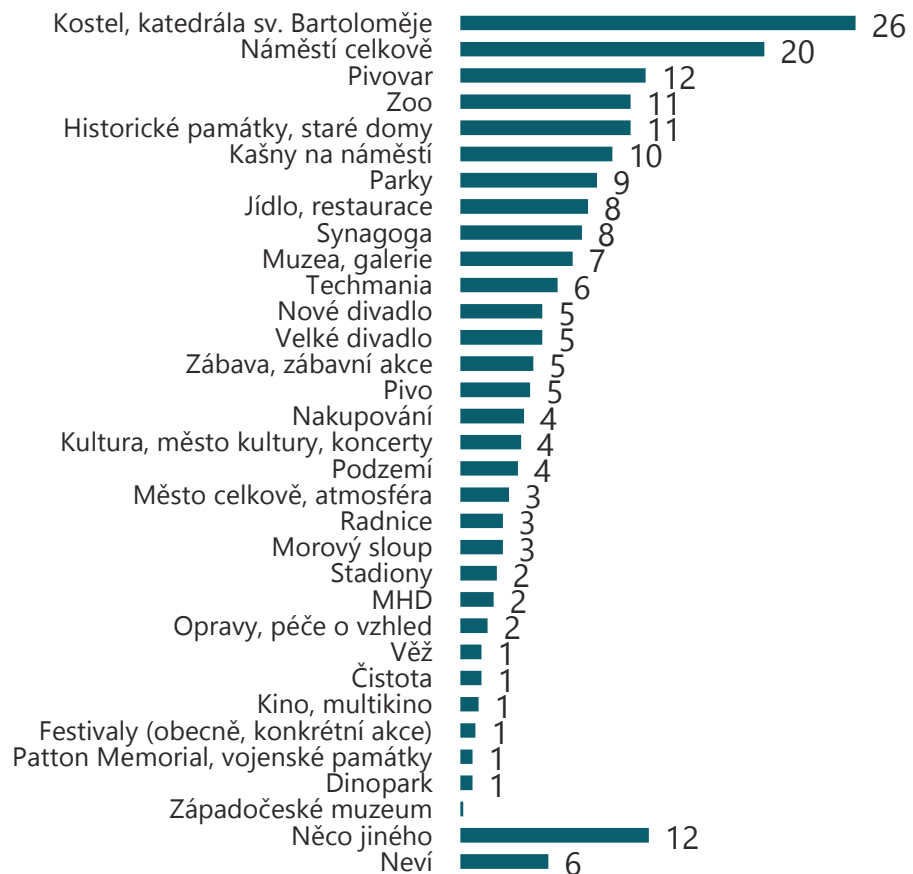
Tuzemským návštěvníkům, zejména obyvatelům Plzeňského kraje, častěji vadí bezdomovci, parkování a dopravní řešení.

Zahraničním návštěvníkům častěji nic nevadí.

Pro kódování odpovědí na otázku byl záměrně použit podobný kódovací klíč jako v předchozích vlnách výzkumu, aby měl zadavatel komfortní srovnání informací v časové řadě dat. Lze tak sledovat, zda se kategorie negativních stránek Plzně v čase mění.



# Silné stránky



**Návštěvníci z velké části našli pozitivum, které v Plzni ocenili. Nejčastěji se jednalo o vzhled centra, pivovar a zoologickou zahradu.**

Zahraniční návštěvníci chválí dominanty města – kostel, synagogu a architekturu celkově a také pivovar a místní pivo.

Češi častěji chválí zoologickou zahradu, městské parky a Techmanii.

Rodiny s dětmi také častěji zmiňují zoo a Techmanii.

Všichni respondenti, n=504 [údaje v %]  
Otázka: 24b. Co se Vám v Plzni nejvíce líbí, co Vás nejvíce zaujalo?



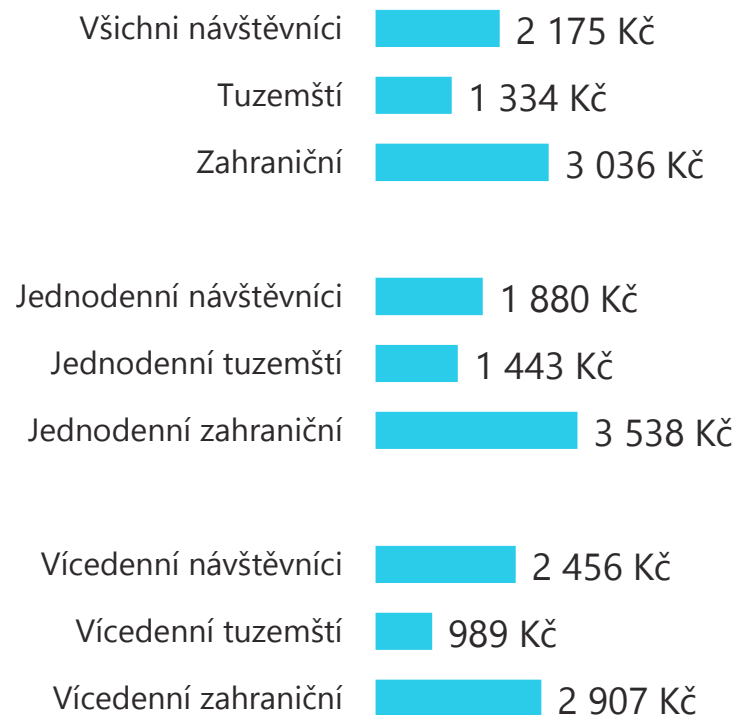




Výdaje návštěvníků

# Průměrná útrata související s výletem do Plzně

## Průměrná útrata za výlet na osobu a den (v CZK)



Všichni respondenti, kteří uvedli svou útratu, [údaje v %]

## Návštěvníci v průměru utratí 2 175 Kč na osobu a den pobytu.

Útrata zahraničních návštěvníků je vyšší – více utrácejí za všechny položky s výjimkou zboží. Nejvyšší rozdíl je v nákladech za ubytování a dopravu a nákladů za zájezd na klíč.

Výdaje u jednodenních návštěvníků jsou vyšší než u vícedenních – zdá se, že tito návštěvníci chtějí stihnout více aktivit v jeden den oproti vícedenním návštěvníkům, kteří výdaje v čase více rozkládají.

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den, u cizích měn přepočteno kurzem ČNB devizy střed k 19.9.2017. Průměry jsou vypočteny za všechny osoby, které uvedly nějakou útratu (vč. nulové útraty) - tedy např. průměrná útrata za zboží ve výši 573 Kč vyjadřuje průměrnou útratu na osobu a den každého návštěvníka města.



# Návštěvníci celkem – útrata před a během cesty

	Částka (Kč)	Podíl na celkové útratě (%)
Celý zájezd na klíč	400	18
Stravování	280	13
Ubytování vč. snídaně, penze	210	10
Doprava	456	21
Vstupné	209	10
Zboží	573	26
Ostatní služby	40	2
Jiné výdaje	7	0
<b>Celkem</b>	<b>2 175</b>	<b>100</b>

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den (u ubytování se jedná o noc)

K výpočtu útraty lze přistoupit několika metodickými postupy. STEM/MARK zvolil metodu, která zjišťuje kolik peněz celkem a kolik peněz za jednotlivé výdajové položky utratili návštěvníci, kteří navštívili Plzeň. Např.: útrata 280 Kč za stravování znamená, že celková útrata za jídlo byla rozpočtena mezi celý vzorek návštěvníků Plzně bez ohledu na to, zda se návštěvník při cestě do Plzně nebo v Plzni skutečně stravoval. Výpočet tedy nezjišťuje průměrnou cenu jednoho dne občerstvení jedné osoby, ale částku, která průměrně vychází na každého návštěvníka Plzně.



# Zahraniční návštěvníci – útrata před a během cesty

	Celkem		Jednodenní		Více denní	
	Kč	%	Kč	%	Kč	%
Celý zájezd na klíč	788	25	546	15	851	25
Stravování	337	11	491	14	297	11
Ubytování vč. snídaně, penze	385	16	0	0	485	16
Doprava	674	21	957	27	601	21
Vstupné	297	9	688	19	196	9
Zboží	491	16	722	20	431	16
Ostatní služby	60	2	135	4	41	2
Jiné výdaje	4	0	0	0	5	0
<b>Celkem</b>	<b>3 037</b>	<b>100</b>	<b>3 538</b>	<b>100</b>	<b>2 907</b>	<b>100</b>

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den (u ubytování se jedná o noc)



# Tuzemští návštěvníci – útrata před a během cesty

	Celkem		Jednodenní		Více denní	
	Kč	%	Kč	%	Kč	%
Celý zájezd na klíč	22	2	0	0	94	9
Stravování	224	17	242	17	164	17
Ubytování vč. snídaně, penze	39	3	0	0	162	16
Doprava	243	18	261	18	187	19
Vstupné	123	9	130	9	99	10
Zboží	654	49	782	54	242	24
Ostatní služby	20	1	25	2	3	0
Jiné výdaje	10	1	1	0	38	4
<b>Celkem</b>	<b>1 335</b>	<b>100</b>	<b>1 442</b>	<b>100</b>	<b>989</b>	<b>100</b>

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den (u ubytování se jedná o noc)



# Průměrná útrata – dle období placení výdaje

	Před cestou		Během cesty		Celkem	
	Kč	%	Kč	%	Kč	%
Všichni návštěvníci	1 013	47	1 162	53	2 175	100
Zahraniční návštěvníci	1 785	59	1 252	41	3 037	100
Zahraniční jednodenní	1 932	55	1 606	45	3 538	100
Zahraniční vícedenní	1 746	60	1 160	40	2 907	100
Tuzemští návštěvníci	261	20	1 074	80	1 335	100
Tuzemští jednodenní	228	16	1 214	84	1 443	100
Tuzemští vícedenní	366	37	623	63	989	100

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den (u ubytování se jedná o noc)



# Průměrná útrata přímo v Plzni

## Průměrná útrata v Plzni na osobu a den (v CZK)

Všichni návštěvníci	1 162 Kč
Tuzemští	1 074 Kč
Zahraniční	1 252 Kč
Jednodenní návštěvníci	1 296 Kč
Jednodenní tuzemští	1 214 Kč
Jednodenní zahraniční	1 606 Kč
Vícedenní návštěvníci	1 034 Kč
Vícedenní tuzemští	623 Kč
Vícedenní zahraniční	1 160 Kč

**Návštěvníci v průměru utratí během svého pobytu v Plzni 1 162 Kč.**

Částka je vyšší u zahraničních návštěvníků. Částka na osobu a den je také vyšší u jednodenních návštěvníků.

Všichni respondenti, kteří uvedli svou útratu, [údaje v %]

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den



# Návštěvníci celkem – útrata přímo v Plzni

	Částka	Podíl na celkové útratě (%)
Stravování	280	24
Ubytování vč. snídaně, penze	100	9
Doprava	126	11
Vstupné	135	12
Zboží	489	42
Ostatní služby	27	2
Jiné výdaje	5	0
<b>Celkem</b>	<b>1162</b>	<b>100</b>

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den (u ubytování se jedná o noc)





# Zahraniční návštěvníci – útrata přímo v Plzni

	Celkem		Jednodenní		Více denní	
	Kč	%	Kč	%	Kč	%
Stravování	337	27	491	31	297	26
Ubytování vč. snídaně, penze	182	15	0	0	229	20
Doprava	165	13	270	17	138	12
Vstupné	159	13	137	9	165	14
Zboží	372	30	616	38	309	27
Ostatní služby	34	3	93	6	19	2
Jiné výdaje	2	0	0	0	2	0
<b>Celkem</b>	<b>1 252</b>	<b>100</b>	<b>1 606</b>	<b>100</b>	<b>1 160</b>	<b>100</b>

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den (u ubytování se jedná o noc)



# Tuzemští návštěvníci – útrata přímo v Plzni

	Celkem		Jednodenní		Více denní	
	Kč	%	Kč	%	Kč	%
Stravování	224	21	242	20	164	26
Ubytování vč. snídaně, penze	20	2	0	0	83	13
Doprava	88	8	92	8	76	12
Vstupné	111	10	116	10	95	15
Zboží	603	56	739	61	167	27
Ostatní služby	20	2	25	2	2	0
Jiné výdaje	9	1	1	0	36	6
<b>Celkem</b>	<b>1 074</b>	<b>100</b>	<b>1 214</b>	<b>100</b>	<b>623</b>	<b>100</b>

Pozn.: Průměrná útrata na osobu a den (u ubytování se jedná o noc)



# Net Promoter Score (NPS)

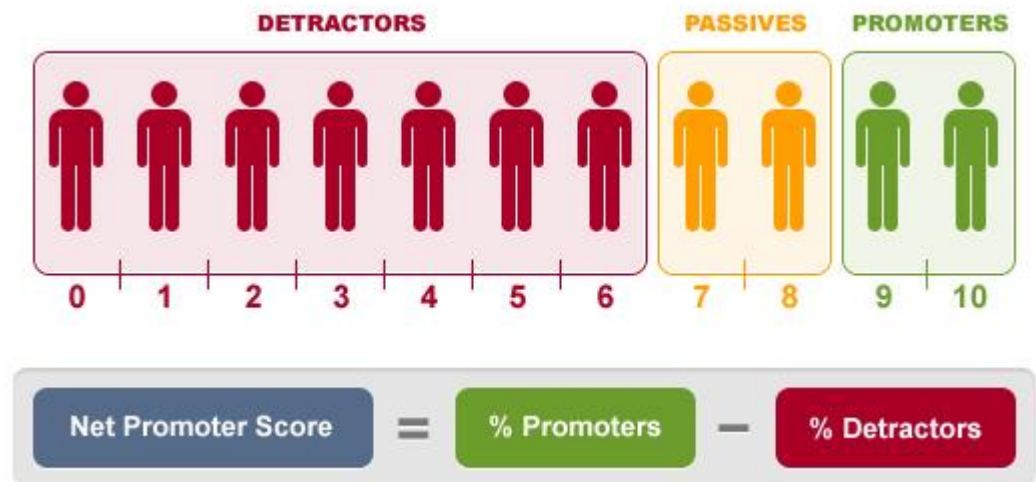
Metodika:

Na základě otázky „Doporučil(a) byste svým přátelům a známým ... (nějakou službu, značku či produkt) ?“ rozděluje respondenty do tří skupin podle odpovědí na jedenáctibodové škále:

- 9 - 10 ... Advokáti (Promoters)
- 7 - 8 ... Neutrállové (Neutrals / Passives)
- 0 - 6 ... Pomlouvači (Detractors)

Hodnota NPS tak umožňuje srovnání s konkurencí a vývoj vnímání značky/produktu v čase na základě ochoty doporučit.

Hodnota NPS je dána rozdílem procentního podílu Advokátů a Pomlouvačů:



Source: [www.netpromoter.com](http://www.netpromoter.com)



# Realizátor a zadavatel výzkumu

Realizátor: STEM/MARK a.s.



Chlumčanského 497/5, Praha 8

IČ: 61859591

[www.stemmark.cz](http://www.stemmark.cz)

Zadavatel: Plzeň - TURISMUS, příspěvková organizace



náměstí Republiky 290/41, Vnitřní Město, 301 00 Plzeň

IČ: 00075361

[www.visitplzen.eu](http://www.visitplzen.eu)

Datum vyhotovení: 3.10.2017