

ANKETA ZAMĚŘENÁ NA PROBLEMATIKU VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Záměrem tohoto průzkumu bylo zjistit, jaký je přístup místních obyvatel k problematice venkovského cestovního ruchu v mikroregionu Hlinecko. Dotazník se skládá z úvodní části, která shrnuje podstatu prováděného šetření, a deseti otázek, uzavřených i otevřených.

Při výběru posuzovaného vzorku byl kladen důraz na věkovou rozmanitost i rozličnost, co se týče obce původu respondentů. Dotazováni byli náhodní obyvatelé mikroregionu i vrchní představitelé jednotlivých obcí.

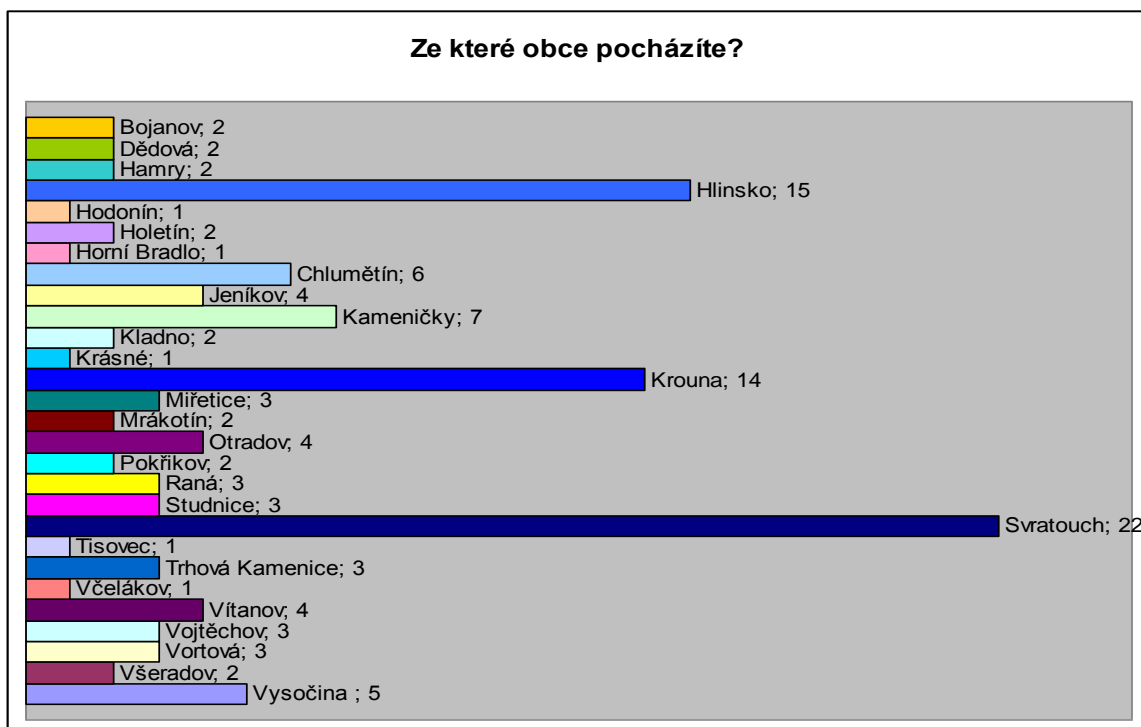
Jako distribuční prostředky byly použity sociální sítě, e-mail a osobní setkání. Odhadovaná návratnost dotazníku je 60%. Následující data byla získána z vyplněných dotazníků v celkovém počtu 120 navrácených dotazníků.

Dotazník

1. Ze které obce pocházíte?
2. Co si představujete pod pojmem venkovský cestovní ruch?
3. Myslíte si, že turisté při návštěvě Hlinecka navštěvují hlavně
 - Město Hlinsko
 - Venkov
4. Jaká je podle Vás největší atraktivita mikroregionu Hlinecko (kam návštěvníci nejvíce míří)?
 - Skanzen Veselý Kopec
 - Památková rezervace Betlém
 - NKP Ležáky
 - Rozhledny
 - Lyžařské areály
 - Golf
 - Jiná odpověď
5. Vyberte převažující důvod návštěvy venkovských oblastí Hlinecka
 - Poznání – návštěvy turistických atraktivit, historie, architektura, kultura, folklor
 - Relaxace – chaty a chalupy, relaxace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.
 - Turistika a sport – pěší túry, cykloturistika, lyžování apod.
 - Zábava – společenské akce, koncerty, divadlo apod.
6. Odkud nejčastěji přijíždějí návštěvníci do mikroregionu Hlinecko?
 - Pardubice a okolí
 - Chrudim a okolí
 - Brno
 - Hradec Králové, Královéhradecký kraj
 - Havlíčkův Brod
 - Středočeský kraj
 - Jižní Morava, jihomoravský kraj
 - Kraj Vysočina
 - Severní Morava
 - Celá ČR
 - Ze zahraničí
 - Z velkých měst
 - Z bližšího okolí
 - Nevím

7. A) Jaké typy výletů podle Vás návštěvníci mikroregionu nejčastěji podnikají?
- Jednodenní
 - S přenocováním
 - Oboje
7. B) Odhadněte, kolik procent návštěvníku přenocuje?
8. A) Podílel(a) jste se někdy na nabídce cestovního ruchu Hlinecka?
- Ano
 - Ne
8. B) Pokud ano, vyberte oblast a uveďte prosím konkrétní příklady
- Ubytování
 - Stravování
 - Prodej domácích produktů návštěvníkům
 - Spolupráce s ubytovacími a stravovacími zařízeními v regionu
 - Poskytováním jiných služeb
9. A) Co podle Vás mikroregionu Hlinecku jako turistické destinaci nejvíce schází?
- Dopravní infrastruktura (např. kvalita silnic, stav veřejných dopravních prostředků)
 - Technická infrastruktura (např. kanalizace, vodovod, plynovod)
 - Kulturně- historický potenciál (např. hrady, zámky, muzea, galerie)
 - Ubytovací zařízení (upřesněte)
 - Stravovací zařízení (upřesněte)
 - Kvalifikovaný personál
 - Kvalitní vedení a řízení aktivit cestovního ruchu a úrovni mikroregionu
 - Dostupnost obchodů a služeb
 - Nabídka služeb souvisejících s cestovním ruchem (např. cykloservis, ski půjčovna)
9. B) Upřesnění
10. Vaše věková kategorie
- Do 25 let
 - 26 až 34 let
 - 35 až 49 let
 - 50 až 59 let
 - 60 a více let

Vyhodnocení dotazníkového šetření



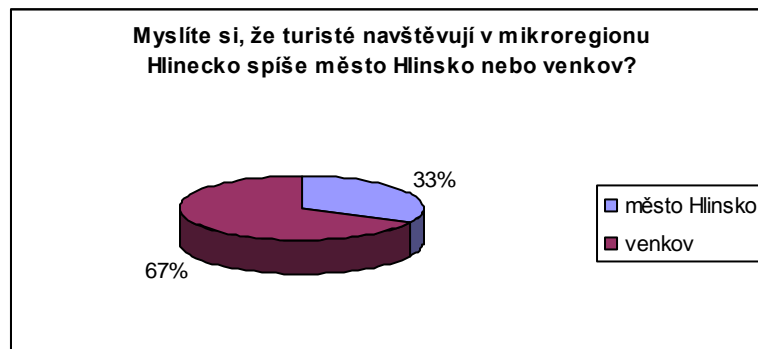
Obrázek 1: Otázka č. 1

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Průzkumu se účastnili občané všech 28 obcí mikroregionu Hlinecko. Vyšší čísla u obcí Svratouch, Hlinsko a Krouna souvisejí s větším množstvím kontaktů v těchto obcích ze strany autorky dotazníku.

Vyhodnocení otevřené otázky č. 2 přináší široký výčet různých názorů obyvatel Hlinecka. Nejčastěji uváděná byla krásná příroda a rázovitá krajina (studánky, památné stromy, říčky, rybníky, lomy, CHKO, NP apod.). Pod tímto pojmem si mnozí představují také agroturistiku, ekoturistiku, chov domácích zvířat, pěší či cykloturistiku. Jiní zmiňují lidovou architekturu, folklór a staročeské tradice, ukázky tradičních řemesel (výroba dřevěných hraček), historii života našich předků, navštěvování historických obydlí a rodišť slavných osobností. Venkov nabízí prostor pro houbaření, rybaření, kempování, jízdu na koni, lyžování, golf a jiné sporty. Lidé na venkov utíkají před ruchem velkoměsta za klidem, relaxací a pobytem na čerstvém vzduchu. Navštěvují památná místa (např. židovské hřbitovy), rozhledny, muzea nebo jen tak odpočívají na chatách a chalupách. Někteří se ubytují u známých nebo na zemědělských farmách (ekofarmy, biofarmy). Venkovský cestovní ruch je typický také tradiční českou kuchyní prezentovanou v místních restauracích. Za zmínku stojí také venkovské masopustní

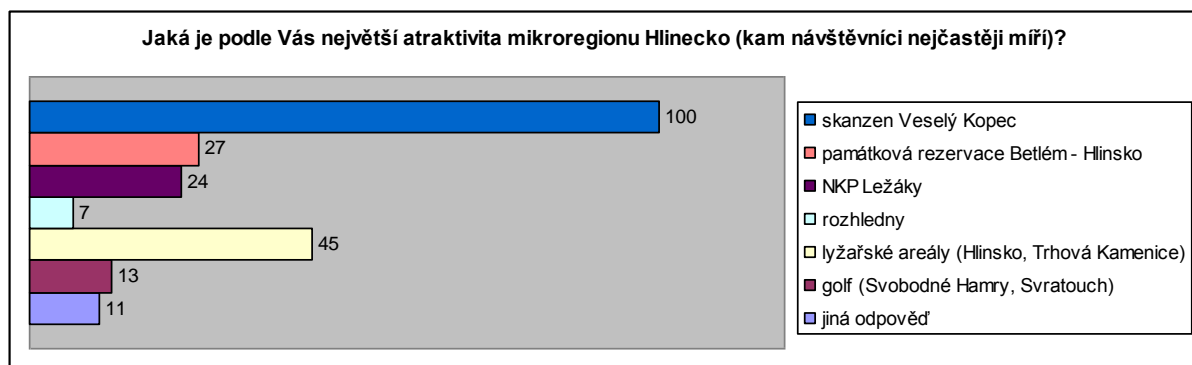
obchůzky. Zajímavé je, že několik málo respondentů chápe pojem venkovský cestovní ruch jako frekvenci dopravních prostředků projíždějících vesnicemi.



Obrázek 2: Otázka č. 3

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

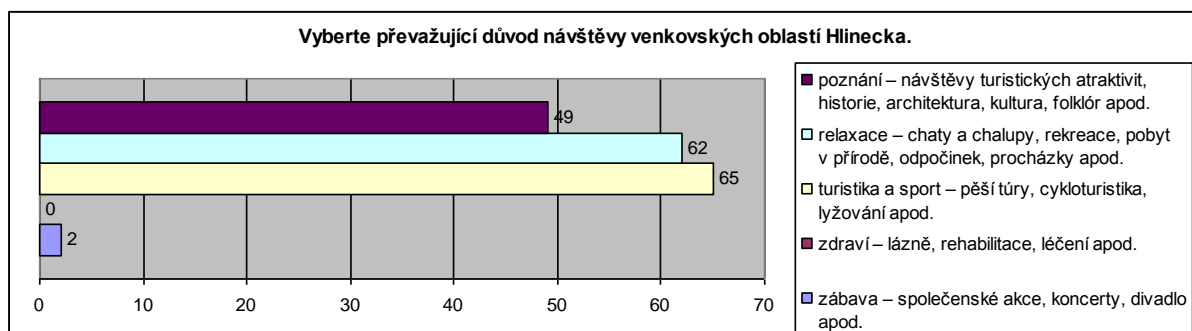
81 respondentů z celkového počtu 120 se domnívá, že návštěvníky mikroregionu láká více venkov než město Hlinsko.



Obrázek 3: Otázka č. 4

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

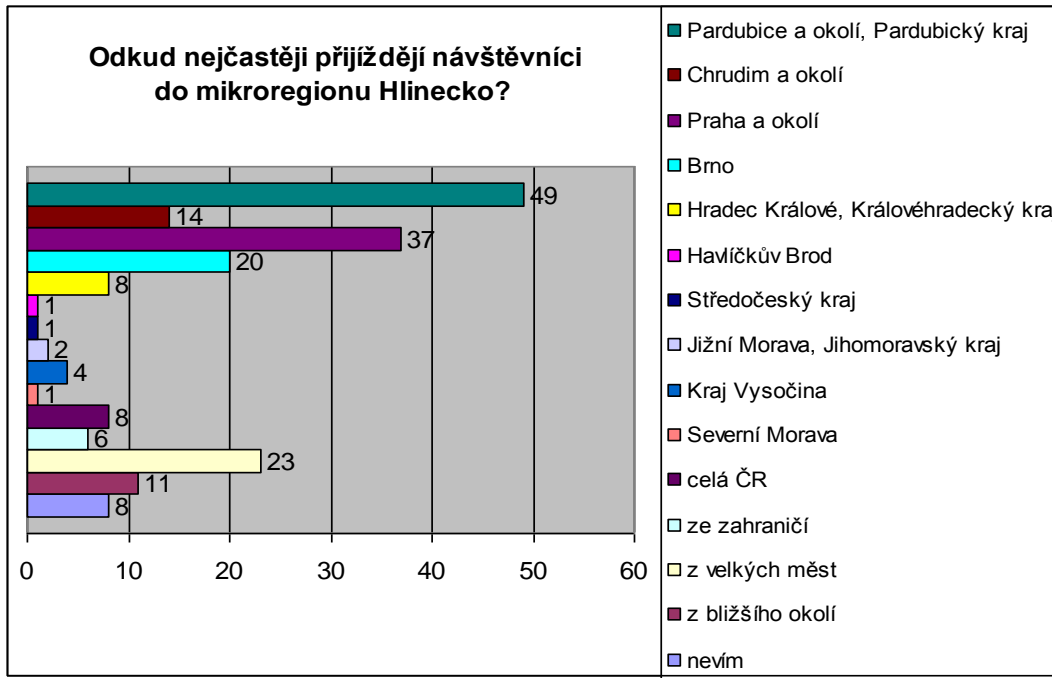
U této otázky respondenti často označovali více variant. Jednoznačně nejatraktivnější je podle nich skanzen Veselý Kopec. V mnoha případech byl označován spolu s lyžařskými areály v Hlinsku a Trhové Kamenici. Uváděny byly i jiné atraktivity, např. lovecký zámek Karlštejn, staročeský masopust či samotná příroda.



Obrázek 4: Otázka č. 5

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Venkovské oblasti na Hlinecku jsou podle místních obyvatel navštěvovány především za účelem turistiky, sportu a relaxace. I v této otázce bylo v několika případech označeno více možností najednou.



Obrázek 5: Otázka č. 6

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tato otázka byla otevřená. Nejčastější odpovědi shrnuje obrázek č. 41.



Obrázek 6: Otázka č. 6, část B

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Většina respondentů si myslí, že návštěvy Hlinecka jsou převážně jednodenní.

Tabulka 1: Otázka č. 7, část B

Odhadněte, kolik % návštěvníků přenocuje.			
%	četnost odpovědí	%	četnost odpovědí
5%	1	45%	1
6,5%	1	50%	5
10%	12	60%	8
15%	3	65%	1
20%	5	70%	4
25%	3	75%	1
30%	2	80%	1
40%	3	85%	2

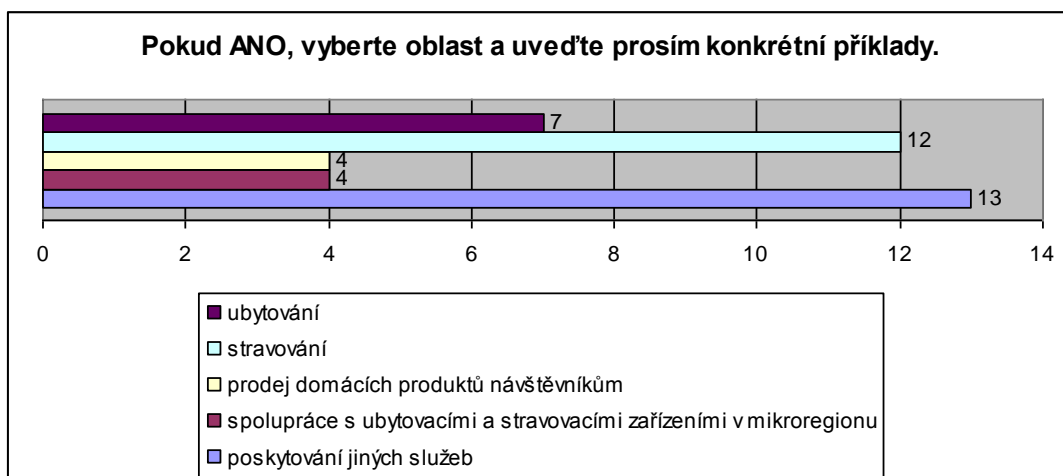
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Většina respondentů si myslí, že návštěvy Hlinecka jsou převážně jednodenní. Na doplňující otázku „Odhadněte, kolik % návštěvníků přenocuje“ odpovědělo pouze 53 z celkového počtu 120 respondentů. Také údaje v tabulce č. 7 vypovídají o tom, že v tomto případě neexistuje převažující názor ze strany místních obyvatel.



Obrázek 7: Otázka č. 8, část A

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření



Obrázek 8: Otázka č. 8, část B

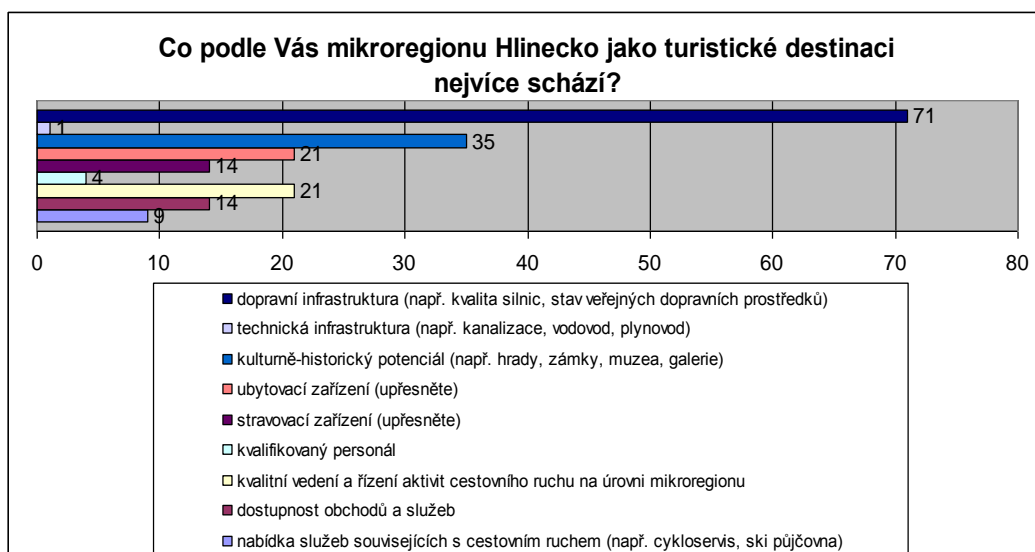
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Téměř čtvrtina respondentů se již podílela na nabídce cestovního ruchu Hlinecka. Pod variantou „poskytování jiných služeb“ byly uvedeny následující činnosti: pořádání sportovních akcí pro tanečnický TS Ridendo, příprava turistického pochodu a cykloturistické jízdy Krajem malířů Vysočiny pod vedením KČT Hlinsko, pořádání slavnostního Setkání rodáků obce Svatouch a výstava fotografií v budově ZŠ při této příležitosti, pořádání různých koncertů, tanečních zábav a plesů, výstavy obrazů, pořádání tradičních kulturně-spoločenských akcí v rámci dané obce (pohádkový les, vánoční a velikonoční jarmark v obci Holetín), dětské dny, lyžařská škola v Trhové Kamenici, provoz kulturně-sportovního areálu v Chlumětíně, členství ve folklórním souboru Vysočan, tvorba expozice tradičních dřevěných hraček z Hlinecka - Příběh dřevěné panenky, spolupráce na přípravách projektu k expozici masopustu na Betlémě.

Mezi uvedenými ubytovacími a stravovacími zařízeními se objevily mj. Hospoda U sv. Huberta, Hotel a restaurant Čertovina, Penzion Na Majlantě v Miřeticích, Penzion Zlatá Studna v Hlinsku, Hotel Slávie a Restaurace Na Radnici v Trhové Kamenici, Ski restaurant Hlinsko, U Hlineckého Koníčka, Steak bar Bison Hlinsko a další.

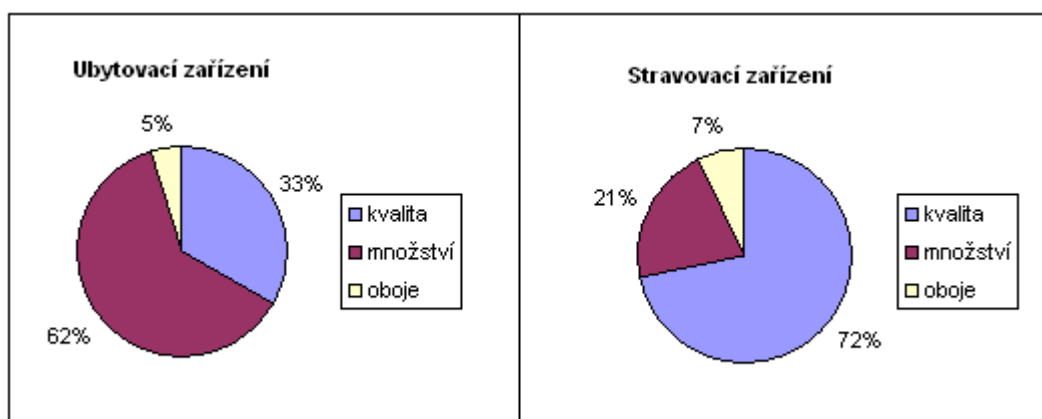
Co se týče podomácku vyrobených produktů, uvedli příslušní respondenti prodej malovaných velikonočních kraslic, rybích specialit, jehněčích klobás a kozích sýrů na Veselém Kopci a prodej medu, medoviny a včelích produktů v TIC Hlinsko.

Jako příklad spolupráce s ubytovacími a stravovacími zařízeními lze uvést prezentaci obce Vysočina na webových stránkách a v rámci činnosti v TIC Hlinsko koordinaci aktivit jednotlivých subjektů v cestovním ruchu a celkové propojení nabídky pomocí propagačních materiálů.



Obrázek 9: Otázka č. 9, část A

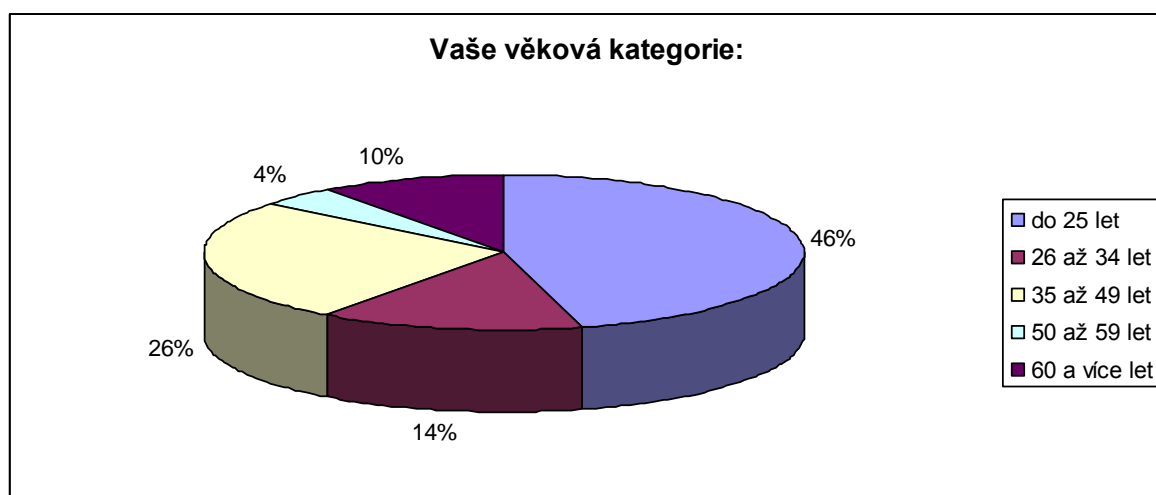
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření



Obrázek 10: Otázka č. 8, část B

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

K této uzavřené otázce byly připisovány i další nedostatky jako např. nedostatek cyklostezek, dostupnost k zdravotním službám, práce a zaměstnanost.



Obrázek 11: Otázka č. 10

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Závěr

Z odpovědí respondentů vyplývá, že za jednoznačně nejnavštěvovanější místo je považován skanzen Veselý Kopec. Druhé v pořadí se umístily lyžařské areály v Hlinsku a Trhové Kamenici. Z tohoto lze usuzovat, že je nutné propagovat ostatní atraktivity Na území Hlinecka, např. pomocí pořádání akcí pro různé skupiny lidí, zvýhodněného vstupného při návštěvě více atraktivit a různých forem reklamy.

Dotazníkové šetření pomohlo odhalit silnou stránku turistického ruchu v regionu a tou je turistika a relaxace v přírodě. Na této oblasti je možné dále stavět.

Poměrně smutným jevem, který lze podle odpovědí respondentů identifikovat, je, že se v našem regionu zdrží 75% návštěvníků pouze jeden den. Tato nelichotivá statistika by mohla být vylepšena nabídkou ubytovacích služeb nebo vyšší informovaností o atraktivitách v okolí.

Podíváme-li se na region z hlediska potřeb pro turisty, nejvíce respondentů odpovědělo, že turistům schází vyhovující dopravní infrastruktura, kvalitní stravovací zařízení a větší výběr ubytování.

Celá anketa byla pojata jako výzkum obyvatel ve vztahu cestovního ruchu, nebyla tedy oslovována přímo skupina návštěvníků a turistů. Tento způsob byl záměrný, protože právě obyvatelé regionu přijímají a vnímají jakékoli novinky v této oblasti v regionu jako první. Šetření se uskutečnilo ve spolupráci s Infocentrem Hlinsko, které provedlo hloubkový průzkum již v roce 2011 a na základě aktuálních průzkumů u jednotlivých podnikatelů i občanů v roce 2013 jsme vzhledem k nezměněným postojům jeho výsledků využili.