

Turistika

Sekundárna analýza
dát MML-TGI



MML-TGI

MEDIAN

Britská licencia (od 1996)

Kantar Media Group – TGI (Target Group Index)

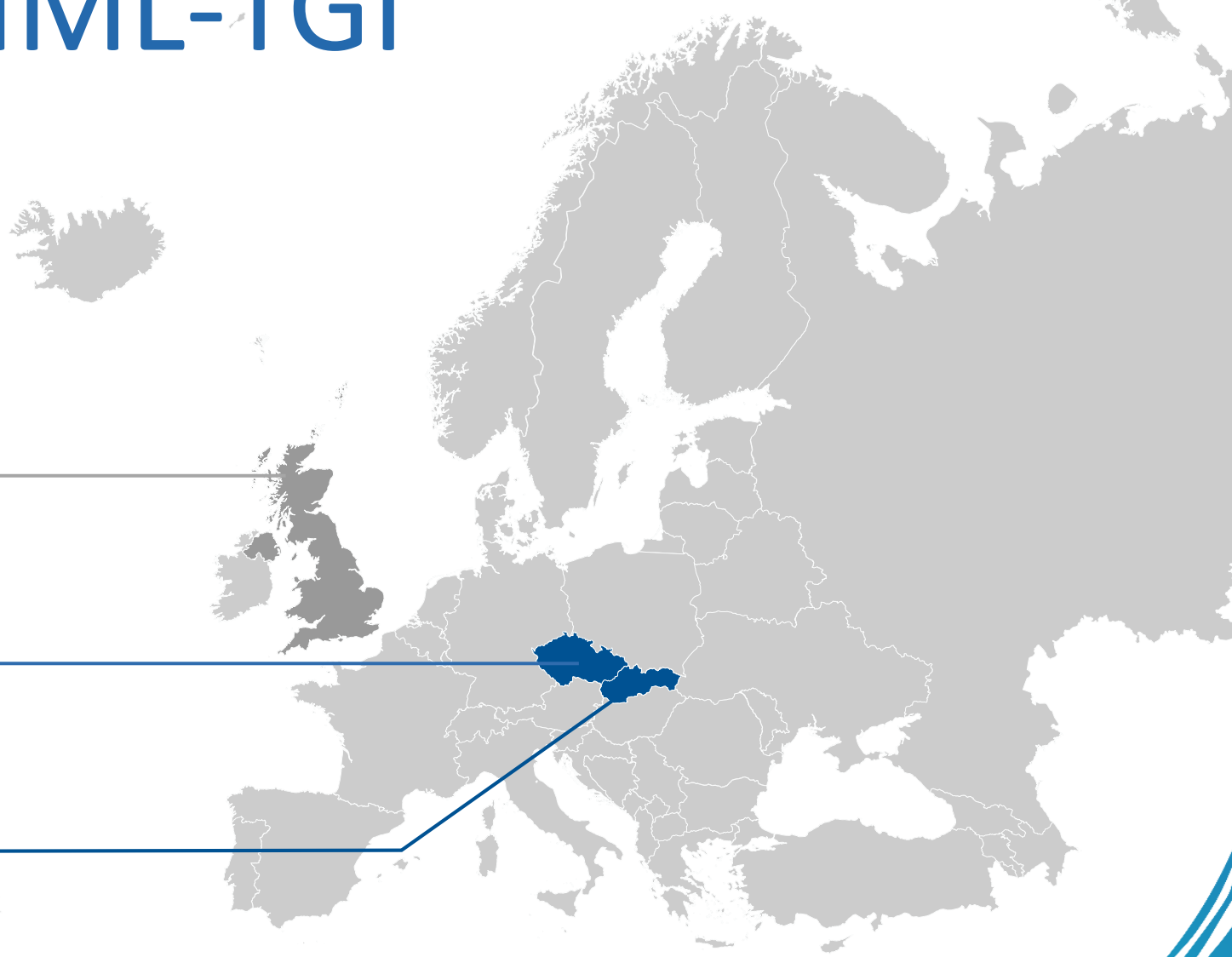
Market & Media & Lifestyle

MML-TGI Česká republika

Market & Media & Lifestyle

MML-TGI Slovenská republika

Realizované v ďalších **70 krajinách na svete**



Metodika

Cieľová skupina

Česká republika

vek 12 - 79 rokov

15 000 respondentov ročne

Slovensko

vek 14 - 79 rokov

8 000 respondentov ročne

Zber dát

celoročne

kontinuálne

Metóda dopytovania

- Pre výskum je oslovený vždy len jeden člen domácnosti
- Kvótny predpis výberu respondenta
- Osobný rozhovor v kombinácii so samostatným vyplnením dotazníka (on-line alebo papierový dotazník)



Informácie k analýze

Cieľová skupina

Cieľovou skupinou sú ľudia, ktorí sa v predchádzajúcich 12 mesiacoch aktívne venovali turistike. V analýze sú označení ako turisti. Cieľová skupina je porovnávaná s celkovou populáciou.

Označenie

- ● Celková populácia 14-79 rokov
- ● Turisti

Použité dáta

MML – TGI 2023

Údaje

- Údaje v analýze sú uvádzane v stĺpcových percentách s %

Realizátor a zadávateľ

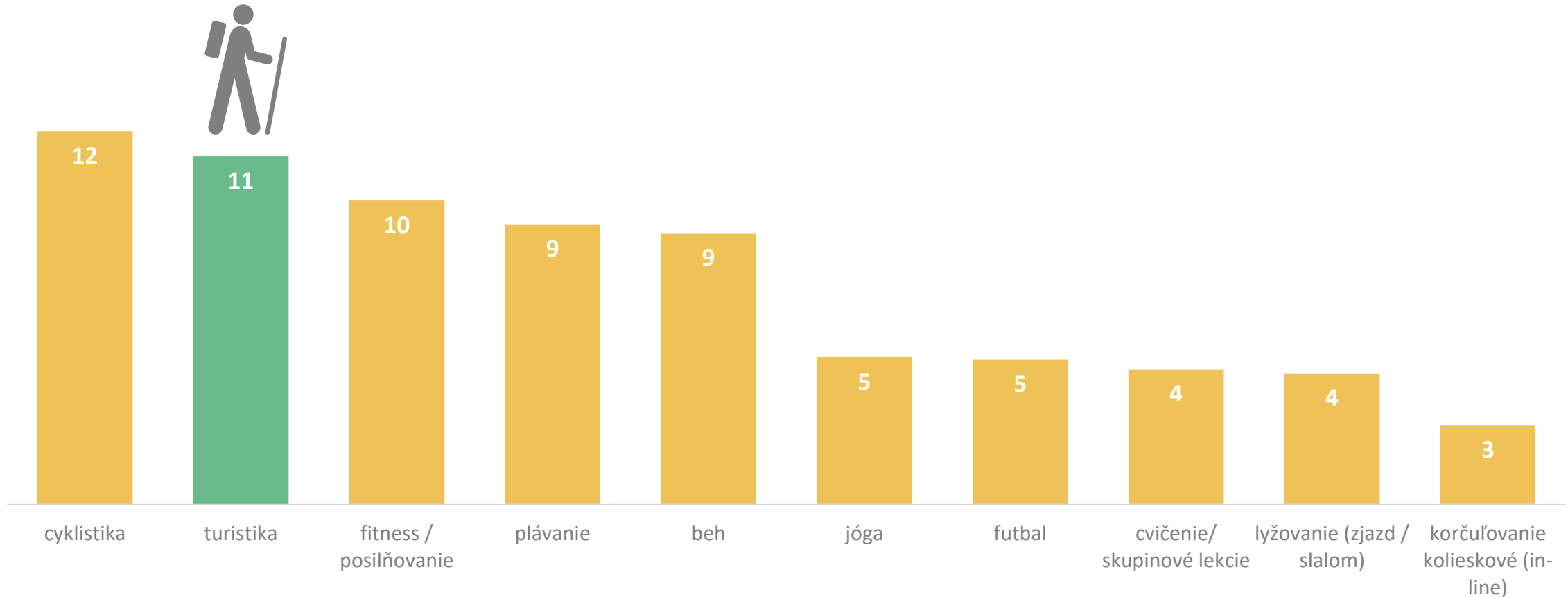
Sekundárnu analýzu realizovala spoločnosť MEDIAN SK s.r.o. z dát MML-TGI bez zadávateľa

Sociodemografia

turistika



Aktívne športovanie

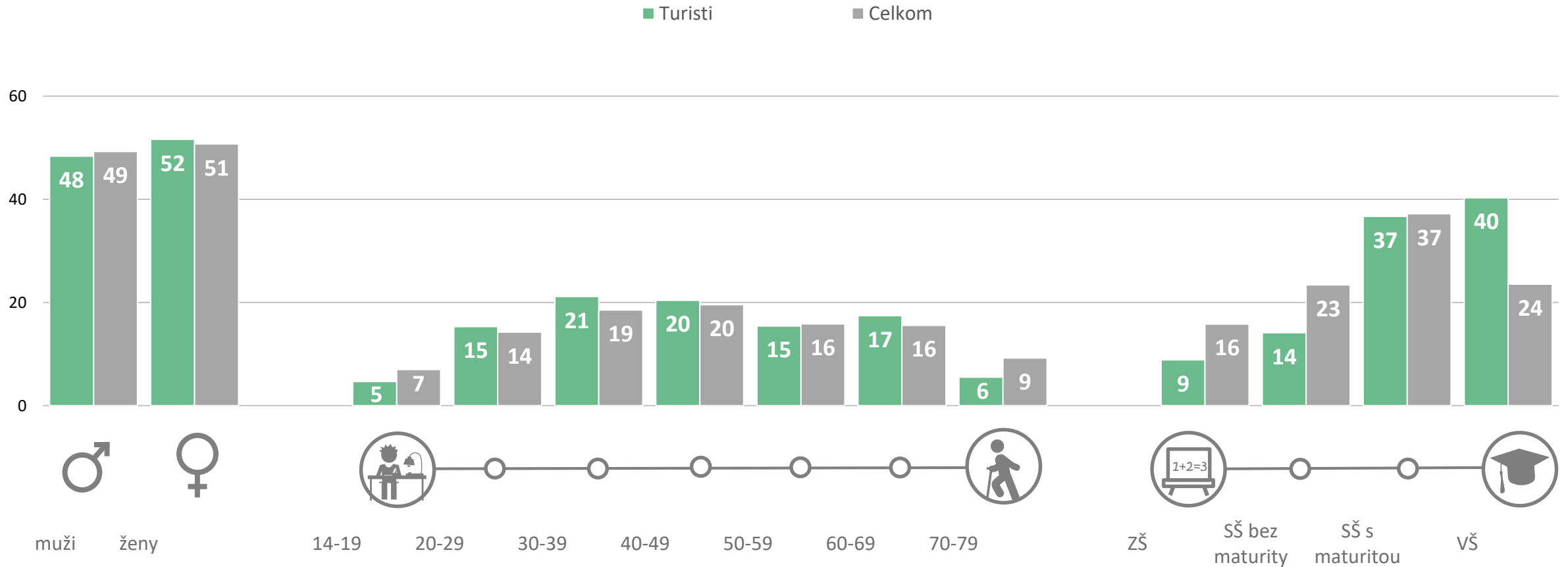


Spomedzi aktívne vykonávaných športov je medzi celkovou populáciou vo veku 14 až 79 rokov turistika na druhom mieste, hneď po cyklistike. Tú aktívne vykonáva 12 % respondentov, turistike sa venuje 11 %. Medzi ďalšie populárne športy patrí fitness, plávanie a beh, ktorým sa venuje približne každý desiaty respondent.

Ktoré športy ste Vy osobne aktívne robili v posl. 12 mesiacoch? TOP 10 športov.

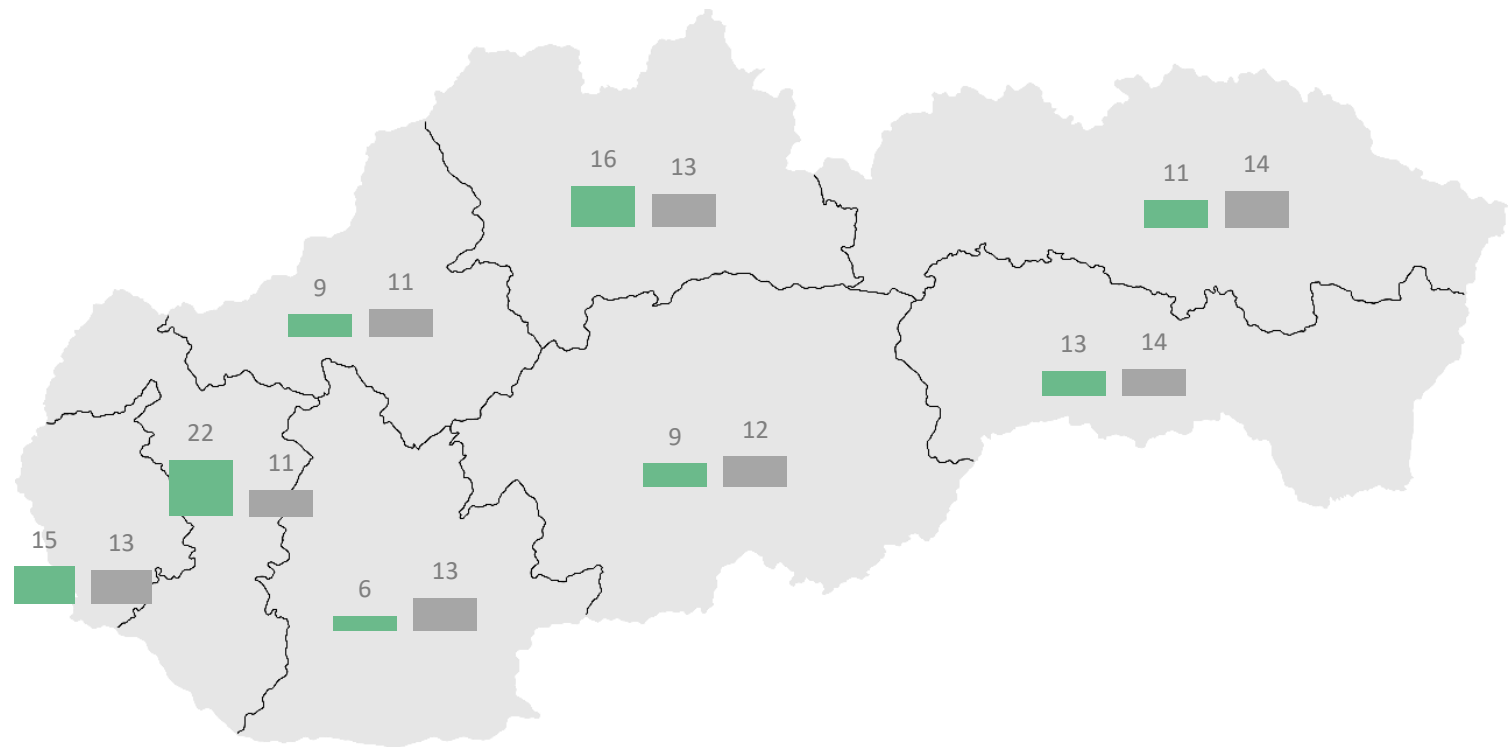
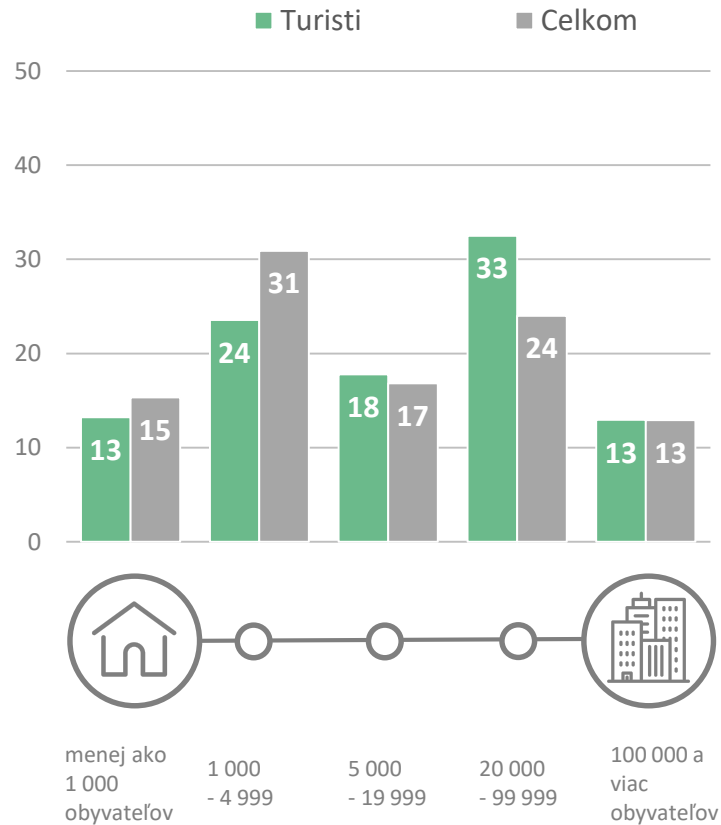
MML-TGI 2023; CS 14-79 rokov; s %

Pohlavie, vek a vzdelanie



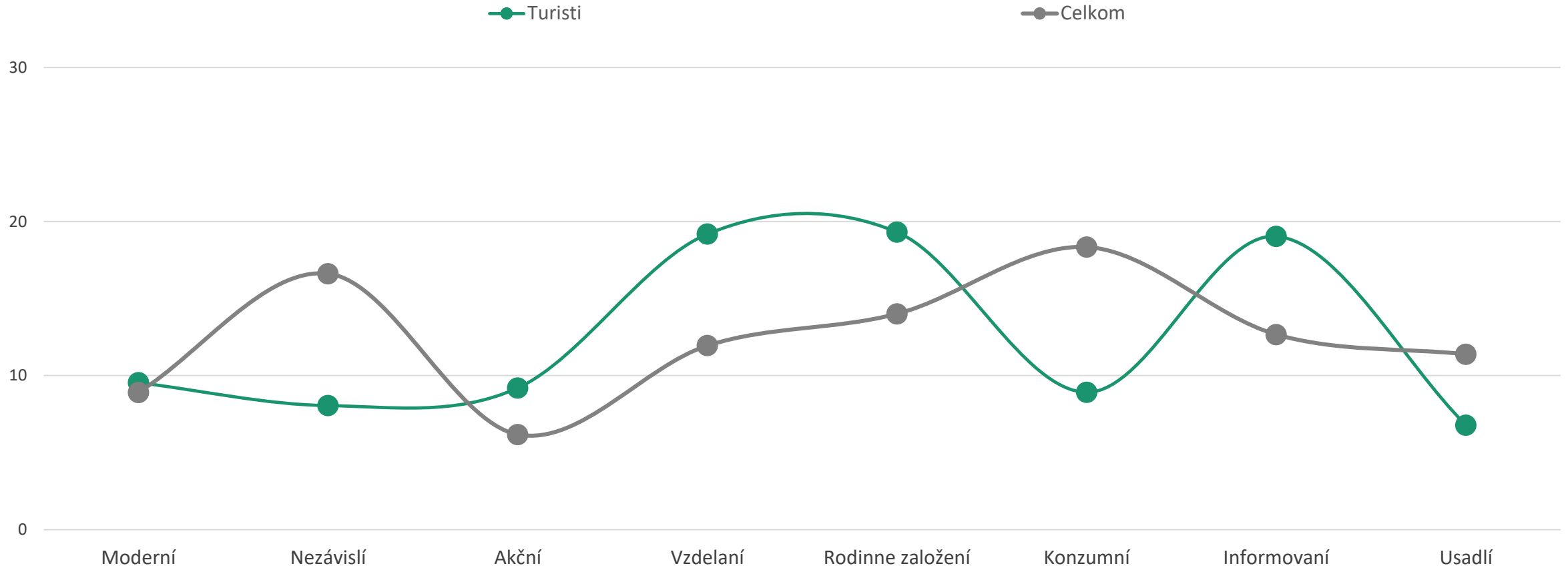
Turistov nájdeme v každej vekovej kategórii, v najstaršej, 70 až 79 rokov, je ich mierne menej oproti celkovej populácii. Z hľadiska vzdelania možno pozorovať vyšší záujem o turistiku medzi respondentmi s vysokoškolským vzdelaním (40 %) a nižší medzi tými, ktorí majú ukončenú základnú školu či strednú bez maturity.

Veľkosť miesta bydliska a kraj



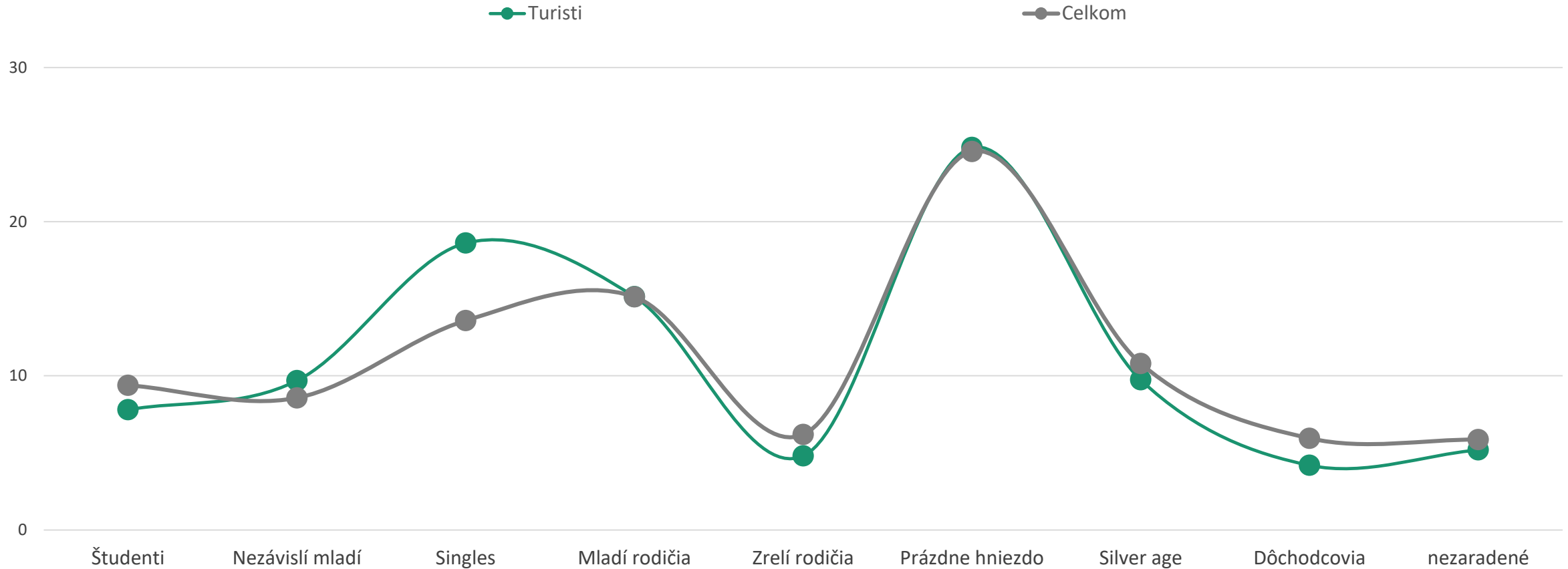
Najviac turistov, tretina, pochádza z miest s počtom obyvateľov medzi 20 000 až 100 000 obyvateľmi, štvrtina je z obcí s 1 000 až 5 000 obyvateľmi. Oproti celkovej populácii je výrazne viac turistov v Trnavskom kraji a menej v Nitrianskom kraji.

Lifestylová segmentácia



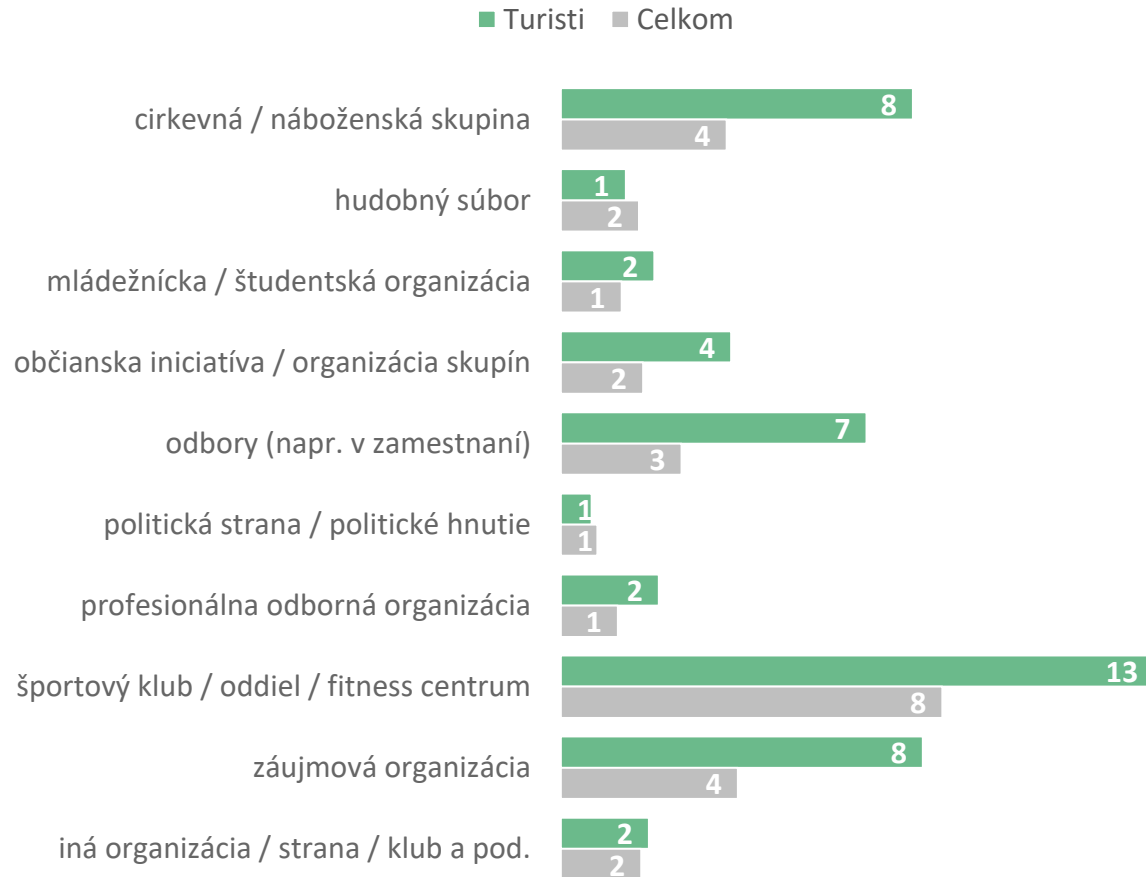
Z hľadiska lifestylovej segmentácie nájdeme turistov viac (oproti celkovej populácii) medzi vzdelanými, rodinne založenými a informovanými. Naopak, menej medzi nezávislými, konzumnými a usadlými.

Segmentácia podľa životnej role



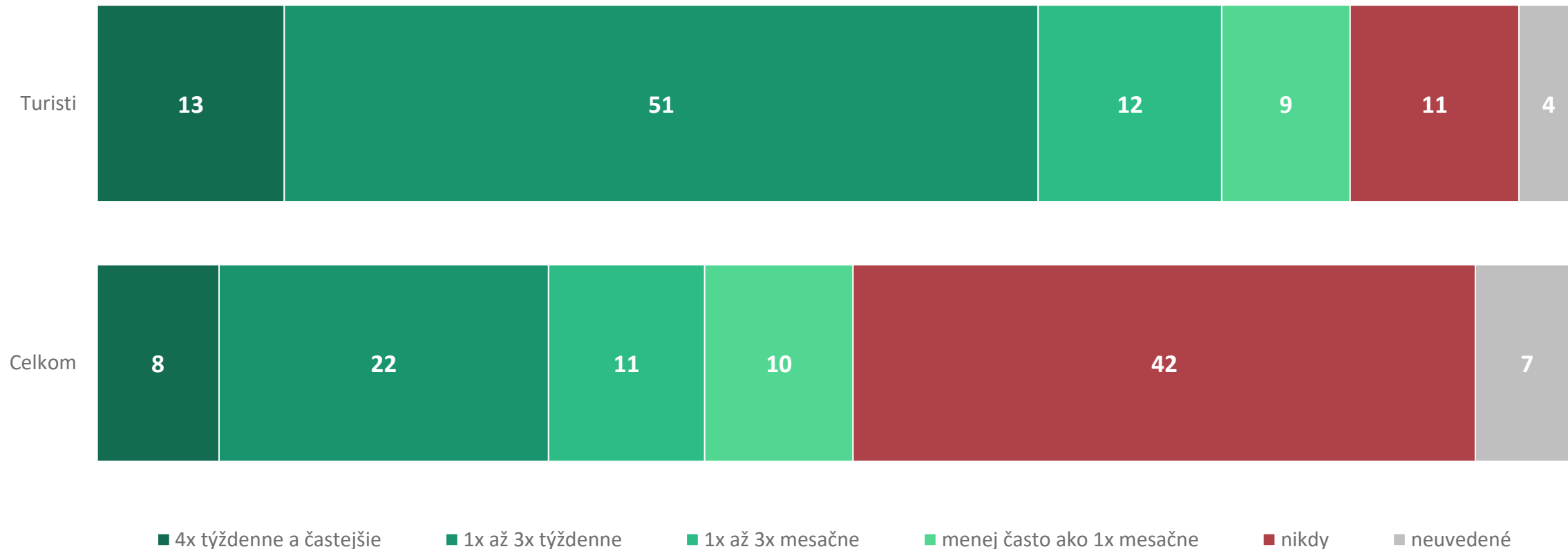
Segmentácia na základe životnej role nám ukazuje, že turisti približne kopírujú zloženie v celkovej populácii, s výnimkou singles, kde je ich mierne viac.

Členstvo v kluboch a organizáciách



Turisti sú aktívnejší v členstvách rôznych organizácií či klubov, najviac, 13 %, je členom športového klubu či oddielu. Nájde ich aj v cirkevných skupinách, záujmových organizáciách, či odboroch, kde tvoria dvakrát väčší podiel oproti celkovej populácii.

aktívna športová činnosť

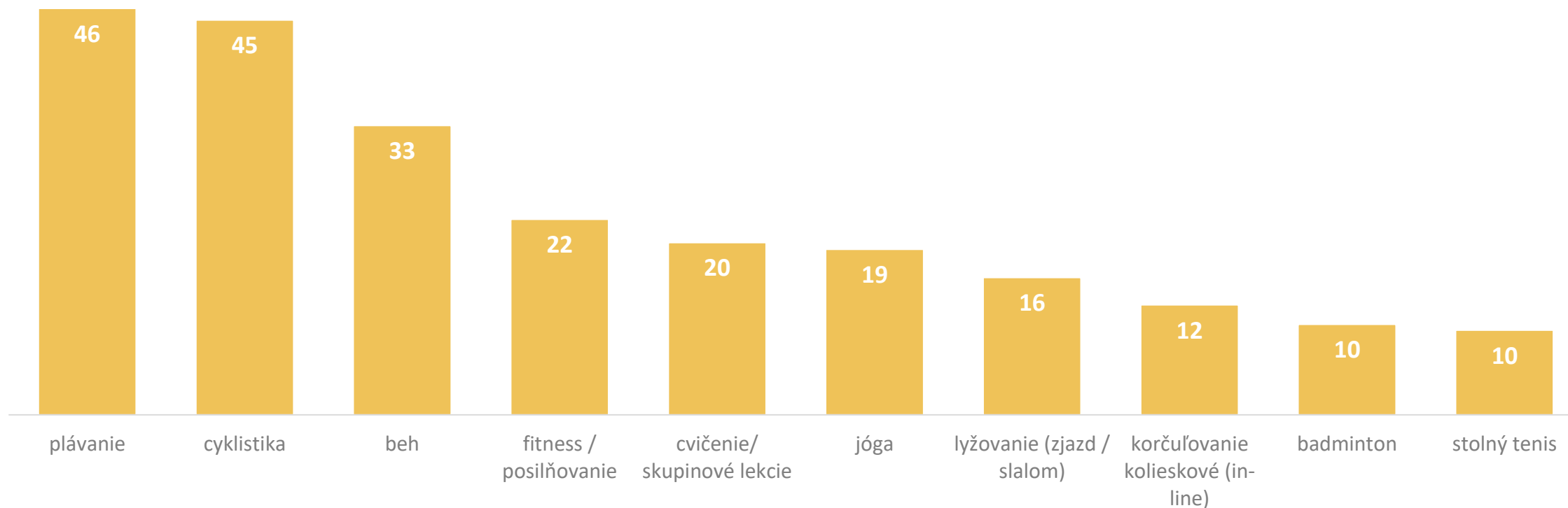


Turisti sú oproti celkovej populácii aktívnejší aj v inej športovej činnosti. Viac ako desatina turistov sa venuje aktívne tejto činnosti aspoň 4x do týždňa, polovica aspoň raz do týždňa, pričom v celkovej populácii takúto častú športovú činnosť deklaruje menej ako tretina (8 % aspoň 4x týždenne, 22 % aspoň raz). Každý desiaty turista aktívne nešportuje nikdy, v celkovej populácii je ich mnohonásobne viac, až 42 %.

Ako často ste sa venovali nasledujúcim činnostiam či aktivitám v POSLEDNÝCH 6 MESIACOCH? aktívna športová činnosť

MML-TGI 2023; CS 14-79 rokov; s %

Aktívne športovanie - turisti

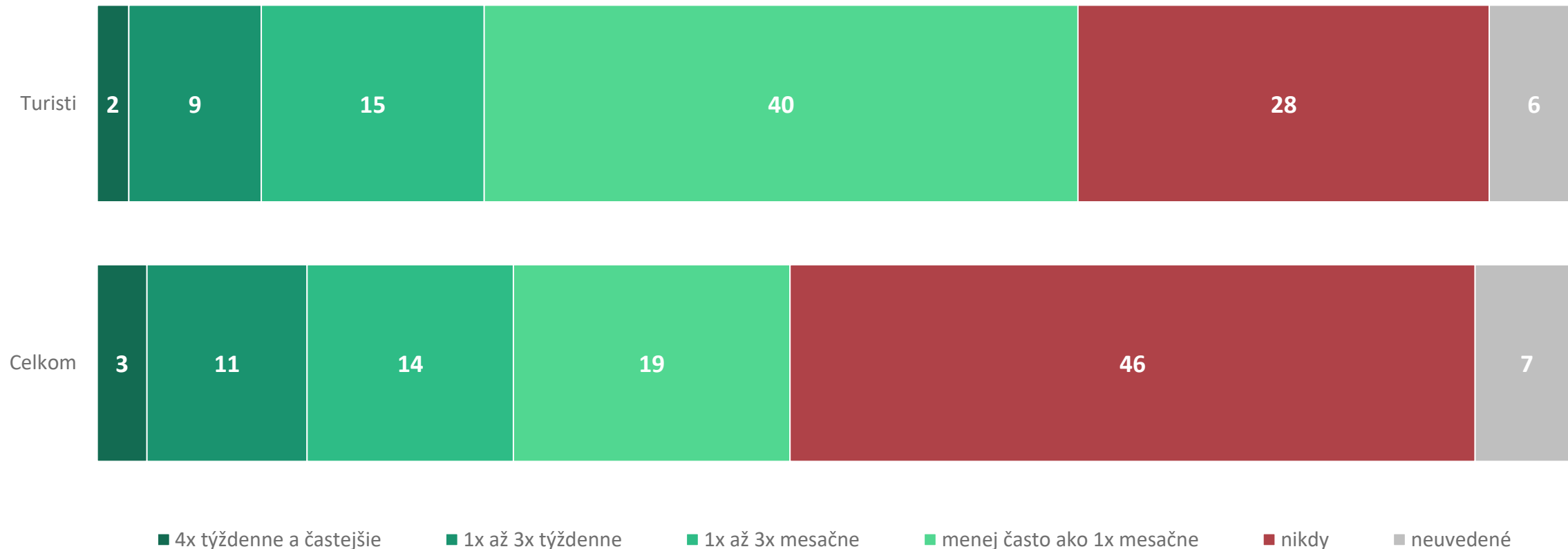


Turisti sa okrem turistiky venujú často aj ďalším športom, v najväčšej miere plávaniu a cyklistike, ktoré uviedla takmer polovica turistov. Tretina sa venuje behu, približne pätina fitness, inému cvičeniu či joge.

Ktoré športy ste Vy osobne aktívne robili v posl. 12 mesiacoch? TOP 10 športov okrem turistiky medzi turistami.

MML-TGI 2023; CS 14-79 rokov; s %

pasívny šport (návštevy športových podujatí / súťaží)

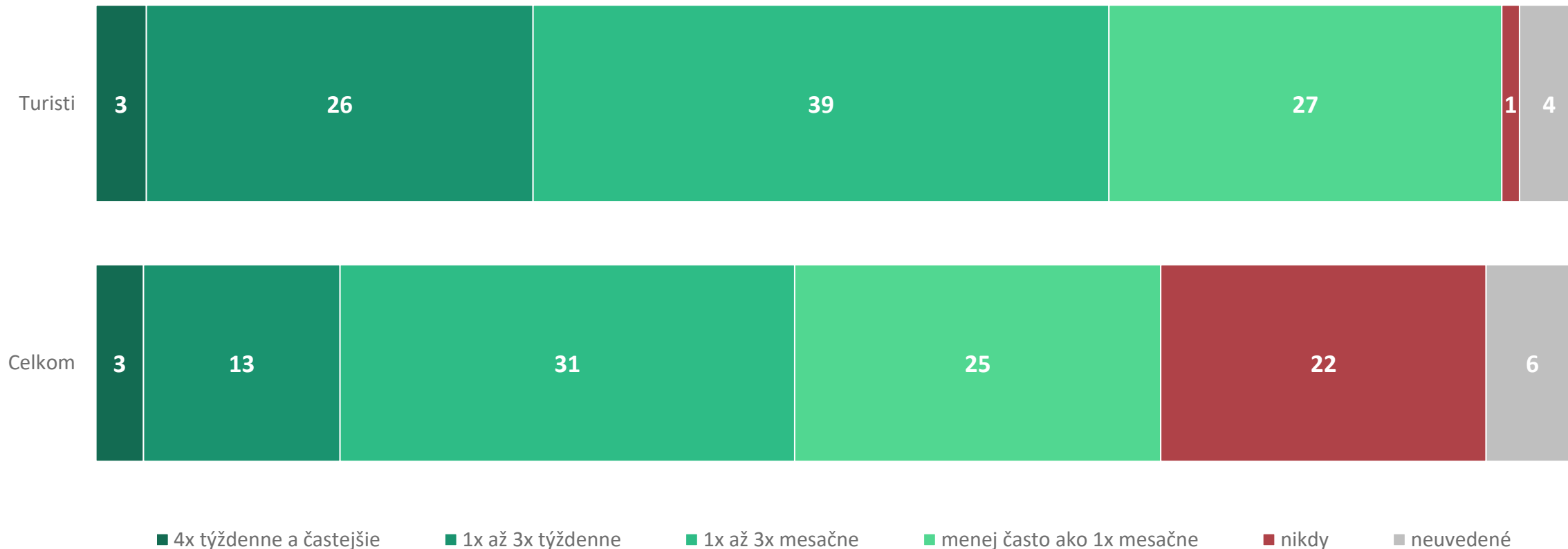


Turisti sú aktívnejší aj v pasívnom športe, teda v návšteve športových podujatí či súťaží, avšak väčšina sa venuje tejto aktivite menej často ako raz mesačne. Viac ako štvrtina nenavštevuje tieto podujatia vôbec, v celkovej populácii je to skoro polovica.

Ako často ste sa venovali nasledujúcim činnostiam či aktivitám v POSLEDNÝCH 6 MESIACOCH? pasívny šport (návštevy športových podujatí / súťaží)

MML-TGI 2023; CS 14-79 rokov; s %

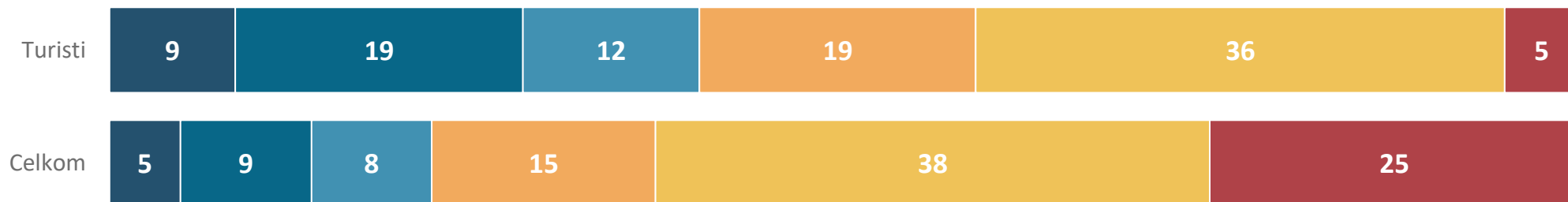
turistika / výlety / pobyt v prírode



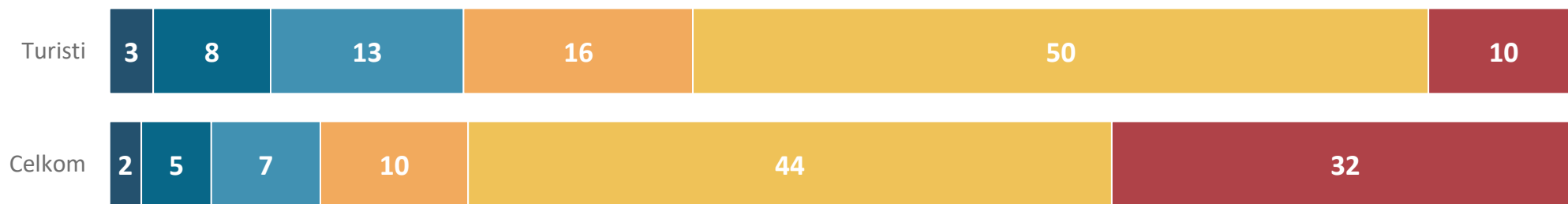
Turistike či výletom v prírode sa necelá tretina turistov venuje aspoň raz týždenne. Najväčšia časť, 39 % vykonáva túto činnosť aspoň raz mesačne. Z celkovej populácie pätina vôbec nechodí na turistiku či výlety do prírody.

Víkendy mimo bydliska

Letná sezóna



Zimná sezóna



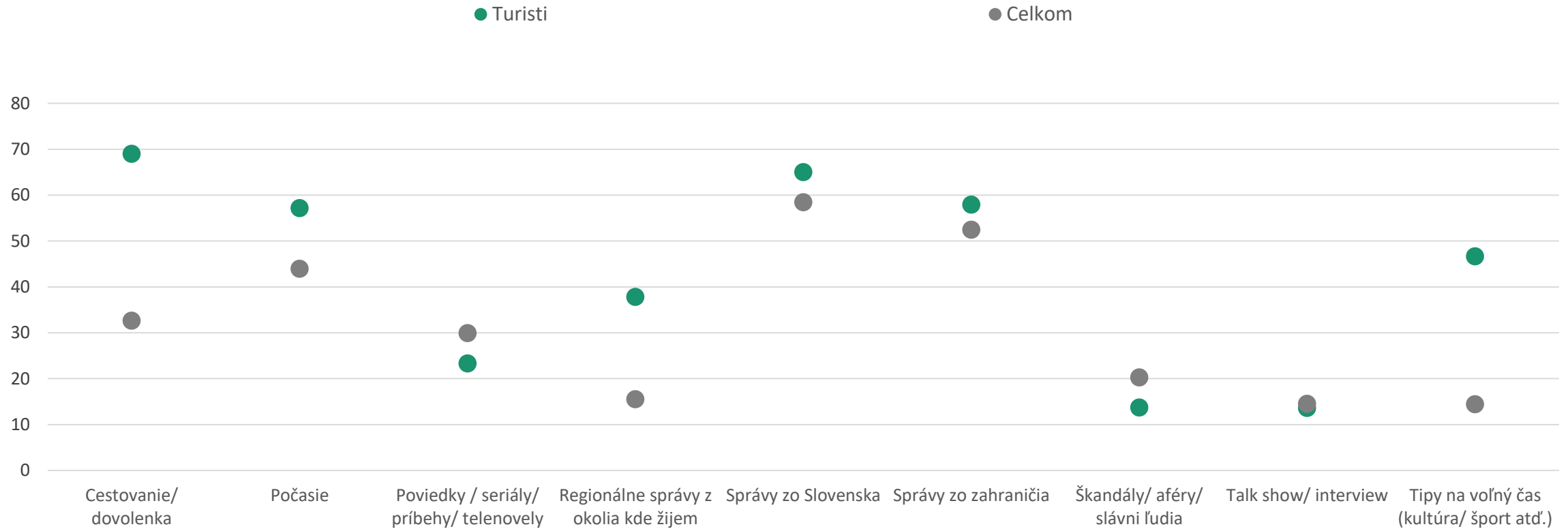
každý víkend
 2 - 3x mesačne
 1x mesačne
 1 - 2x za 3 mesiace
 výnimočne
 nikdy

Takmer každý desiaty turista jazdí na každý víkend mimo svojho bydliska v letnej sezóne, pätina dva až trikrát mesačne. Najväčšia časť, 36 %, je preč mimo bydliska v letnej sezóne len výnimočne. Turisti sú aktívni aj počas zimnej sezóny, avšak menej oproti tej letnej, frekvencia strávenia víkendov mimo bydliska je nižšia. Ešte nižšiu frekvenciu môžeme sledovať u celkovej populácie, štvrtina z nej nikdy nejazdí na víkend mimo bydliska počas letnej sezóny a tretina počas zimnej.

Ako často jazdíte na víkend mimo svojho bydliska v letnej sezóne?; Ako často jazdíte na víkend mimo svojho bydliska v zimnej sezóne?

MML-TGI 2023; CS 14-79 rokov; s %

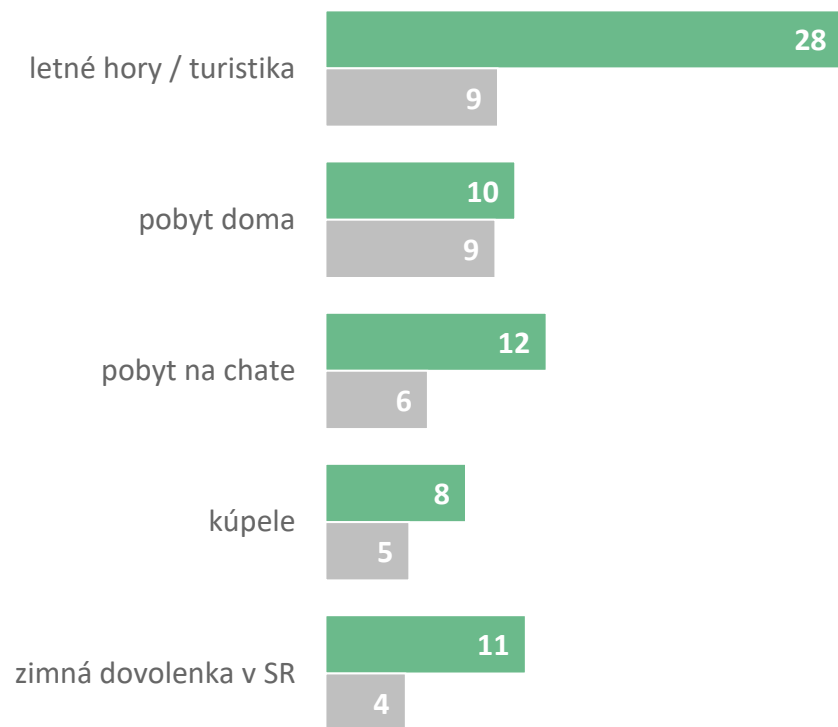
Záujem o témy v médiách



Turisti sa výrazne viac zaujímajú o témy v médiách ako napríklad cestovanie, tipy na voľný čas, alebo regionálne správy z okolia, kde žijú. Vyšší záujem možno sledovať aj pri počasí, správach zo Slovenska aj zahraničia. Naopak, v porovnaní s celkovou populáciou, ich zaujímajú menej škandály, aféry, celebrity, alebo poviedky, seriály či podobné príbehy.

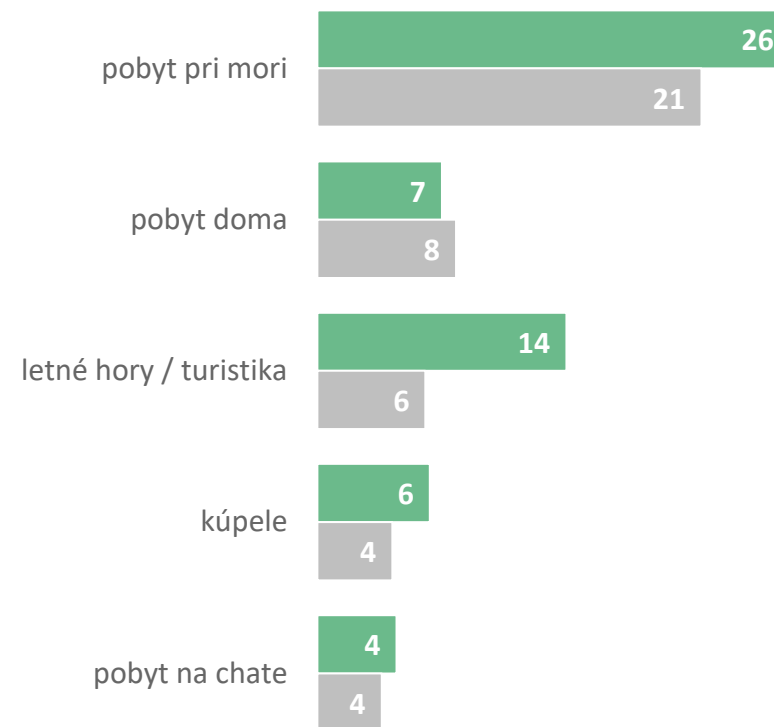
Dovolenka minulé - typ

Krátke výlety (do 5 dní)



■ Turisti

Dovolenka (5 a viac dní)



■ Celkom

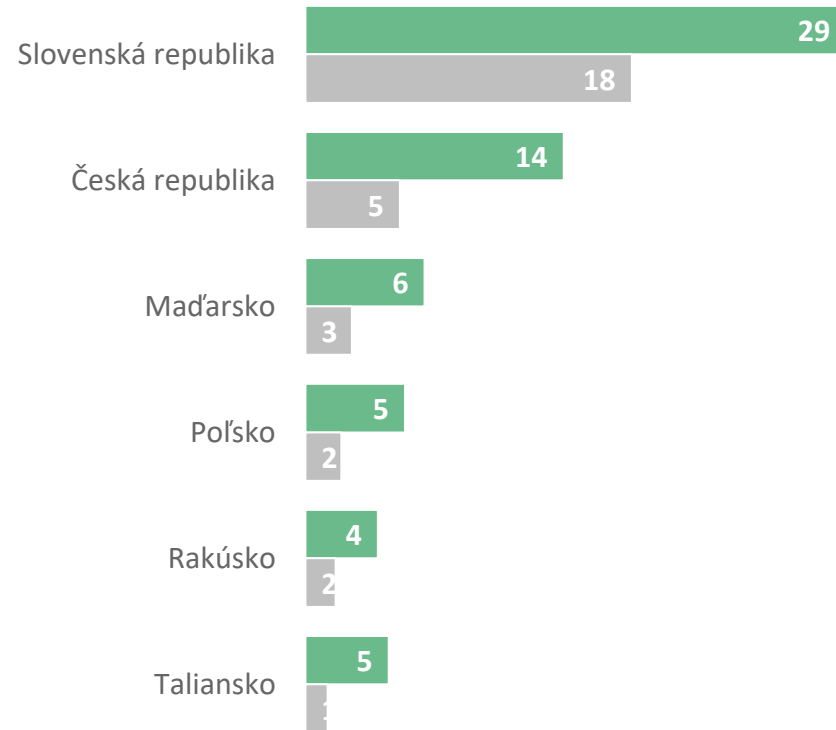
Krátke výlety, do 5 dní, strávili turisti, podobne ako aj celková populácia, najčastejšie v letných horách či turistikou. Uviedlo tak 28 % turistov. Každý takmer desiaty z celkovej populácie strávil krátky pobyt rovnako, alebo pobytom doma. V prípade dlhších pobytov, dovoleniek nad 5 dní, prevládal pobyt pri mori, jednak u celkovej populácie, aj u turistov. Za týmto typom dovolenky vyrazila štvrtina turistov či pätina celkovej populácie.

DOVOLENKA Aký typ krátkych výletov (do 4 dní) ste mali v posl. 12 mesiacoch?; Aký typ dovolenky (5 a viac dní) ste mali v posl. 12 mesiacoch? TOP 5 podľa celkovej populácie.

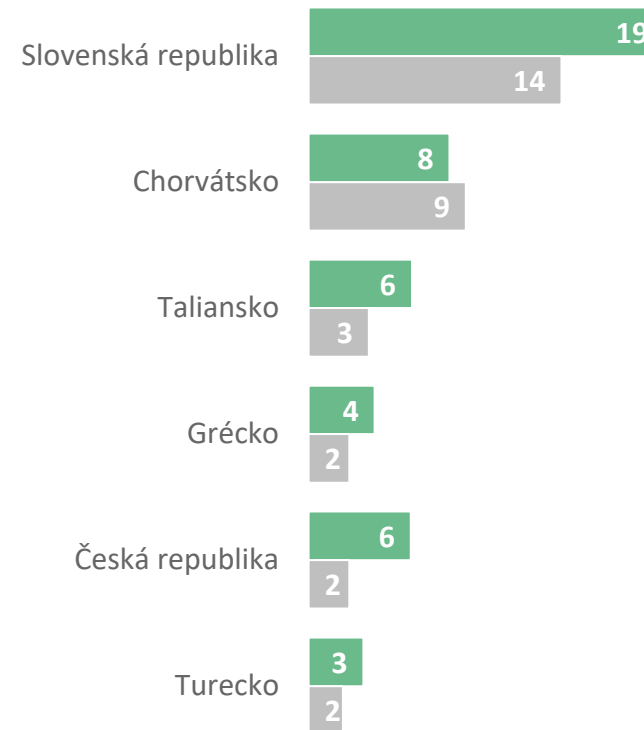
MML-TGI 2023; CS 14-79 rokov; s %

Dovolenka minulá - miesta

Krátke výlety (do 5 dní)



Dovolenka (5 a viac dní)



■ Turisti

■ Celkom

Ani v prípade miest výletov či dovoleniek sa turisti výrazne nelíšia vo výbere krajín. V oboch prípadoch dominuje Slovensko, krátky výlet prežilo doma na Slovensku 29 % turistov, dovolenku 19 % z nich. Na krátke výlety turisti často vyrážali aj do susednej Českej republiky, na dlhší pobyt volili Chorvátsko, Taliansko, alebo Českú republiku.

DOVOLENKA Na ktorých miestach ste prežili svoje krátke výlety (do 4 dní) v posl. 12 mesiacoch?; Na ktorých miestach ste prežili svoju dovolenku (5 a viac dní) v posl. 12 mesiacoch?

TOP 6 podľa celkovej populácie.

MML-TGI 2023; CS 14-79 rokov; s %

Zhrnutie



Zhrnutie

- Medzi aktívne vykonávanými športmi medzi celkovou populáciou je turistika druhá najpopulárnejšia aktivita, tesne za cyklistikou. Naša cieľová skupina, turisti, sa venuje aj ďalším športom, ako sú plávanie, cyklistika, beh, fitnes, či iné cvičenia. Turisti sú oproti celkovej populácii aktívnejší aj v inej športovej činnosti. Viac ako desatina turistov sa venuje aktívne tejto činnosti aspoň 4x do týždňa, polovica aspoň raz do týždňa. Väčšina turistov sa zúčastňuje športových podujatí a súťaží pasívne ako diváci, hoci len zriedka viac ako raz mesačne.
- Turistov nájdeme v každej vekovej kategórii, v najstaršej, 70 až 79 rokov, je ich mierne menej oproti celkovej populácii. Z hľadiska vzdelania možno pozorovať vyšší záujem o turistiku medzi respondentmi s vysokoškolským vzdelaním (40 %) a nižší medzi tými, ktorí majú ukončenú základnú školu či strednú bez maturity. Turisti sú tiež aktívnejší v členstvách rôznych organizácií a klubov, ako je napríklad športový klub či cirkevné skupiny.
- Necelá tretina turistov sa venuje turistike alebo výletom do prírody aspoň raz týždenne, zatiaľ čo 39 % tak robí aspoň raz mesačne. Z celkovej populácie pätina vôbec nechodí na turistiku alebo výlety do prírody.
- Takmer každý desiaty turista cestuje na víkend mimo svojho bydliska počas letnej sezóny, pričom pätina takto cestuje dva až trikrát mesačne. Väčšina, konkrétne 36 %, to robí len výnimočne počas leta. Aj počas zimnej sezóny sú turisti aktívni, no menej ako v letnej sezóne. Frekvencia výletov mimo bydliska je nižšia u celkovej populácie - štvrtina z nej nikdy necestuje na víkend preč počas letnej sezóny a tretina počas zimnej.
- Turisti prejavujú väčší záujem o tematické obsahy v médiách ako cestovanie, voľnočasové aktivity a regionálne správy. Zaujíma ich aj počasie, správy zo Slovenska a zahraničia. Naopak, menej ich zaujímajú škandály, aféry, celebrity a rozprávky či seriály.
- Turisti aj celková populácia často trávajú krátke výlety v letných horách alebo turistikou, čo deklarovalo 28 % turistov. Každý desiaty občan strávil krátky pobyt ako turista alebo doma. Dlhšie dovolenky nad 5 dní sú väčšinou strávené pri mori, čo platí pre štvrtinu turistov a pätinu celkovej populácie. Obidve skupiny preferujú Slovensko ako destináciu pre krátke výlety. Česká republika je tiež obľúbená medzi turistami na krátke výlety. Naopak, dlhšie pobyty, dovolenky, trávajú turisti často v Chorvátsku, Taliansku alebo Českej republike.

M E D I A N S K



MEDIAN SK, s.r.o. je slovenská nezávislá súkromná spoločnosť pre prieskum trhu, médií, verejnej mienky a pre vývoj analytických a marketingových softvérov, založená v roku 2002. S ňou úzko spolupracujúca česká spoločnosť MEDIAN pôsobí na českom trhu od roku 1993. MEDIAN SK, s.r.o. realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov.

MEDIAN SK, s.r.o. je členom odborných združení:

[ESOMAR](#)

[TGI Network](#)

American Marketing Association

kontakt

MEDIAN SK, s.r.o.
Kremnická 6
851 01 Bratislava V
www.median.sk

Michal Mislovič
+421 911 790 720
michal.mislovic@median.sk