



ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI REGIONU ČESKÉ ŠVÝCARSKO, část III.

Analýza dat získaných dotazníkovým šetřením v terénu, monitoring vybraných ukazatelů.

Výstup projektu:

Turistika bez hranic

Kapitola č. 8 - Realizace společných marketingových šetření

Objednatel: Ústecký kraj

Zpracovatel: České Švýcarsko, o.p.s.

Realizace: září 2014

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung: Investition in Ihre
Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro
regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

OBSAH

Dotazník pro návštěvníky	3
Kvantitativní a kvalitativní metoda průzkumu a jeho vyhodnocení.....	3
Část I. - Identifikace návštěvníka regionu České Švýcarsko	5
Část II. – doprava návštěvníka regionu a hodnocení úrovně služeb	22
Příloha č. 1 – Dotazník ve verzi pro české návštěvníky	31
Příloha č. 2 – Dotazník ve verzi pro zahraniční návštěvníky (v AJ a NJ verzi)	32
Příloha č. 3 – Legenda k přepisu dotazníku do excelu.....	33
Příloha č. 4 – Podkladová data vyhodnocení dotazníku – excel.....	34

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Dotazník pro návštěvníky

Kvantitativní a kvalitativní metoda průzkumu a jeho vyhodnocení

Součástí 3. analýzy návštěvnosti v regionu Českého Švýcarska je marketingový výzkum (průzkum) na základě dotazníku pro širokou veřejnost, který vzešel a byl schválen zadavatelem. Dotazník má dvě varianty – pro české návštěvníky a zjednodušenou verzi pro anglicky a německy hovořící návštěvníky. Varianta pro cizince je zjednodušená a neobsahuje otázky 5, 6, 11. Při vyhodnocení dat je na tento fakt brán ohled.

Sběr dat se opět uskutečnil v terénu v následujících 10 předem konzultovaných a schválených lokacích Českého Švýcarska (řazeno abecedně):

Brtníky, Česká Kamenice, Děčín, Dolní Chřibská, Hřensko, Jetřichovice, Krásná Lípa, Kyjov, Šluknov, Tiské stěny.

S respondenty bylo vyplněno 237 dotazníků, které jsou vyhodnoceny níže. Sledované období bylo květen až září 2014.

Obecné cíle marketingového výzkumu aplikované na cestovní ruch:

- získání podkladů ke strategickému rozhodování při řízení cestovního ruchu, poskytovaných služeb a produktů
- posilování vztahu návštěvníků i rezidentů k regionu Českého Švýcarska
- příprava a realizace komunikačních kampaní
- informace o konkurenčním prostředí (regionu)

V první části vyhodnocení dotazníkového šetření se analýza zaměří zejména na identifikaci návštěvníka – respondenta z hlediska jeho bydliště, věku, pohlaví a důvodu návštěvy regionu Českého Švýcarska. Tento elementární vhled na návštěvníky a tedy do značné míry i cílovou skupinu

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

marketingových kampaní umožní potvrdit či vyvrátit mýty o tom, kdo vlastně do regionu přijíždí a za jakým účelem.

Ve druhé části se kvantitativní analýza protkne s kvalitativní analýzou, tedy s reflexí předchozích zkušeností návštěvníků regionu. Zaměří se především na způsob dopravy do místa návštěvy, délku pobytu a preferovaný typ ubytování. Zhodnotí zkušenosti návštěvníků s kvalitou poskytovaných služeb a celkově s úrovní cestovního ruchu v Českém Švýcarsku.

U každé otázky uvádíme nejprve přehled odpovědí ve formě tabulky a zároveň znázornění formou grafu. Výsledky doplňujeme slovním komentářem.

Jedná se o vyhodnocení závěrečného třetího šetření, tedy třetí analýzu. Protože již můžeme porovnat výsledky s daty z prvního a druhého šetření, uvádíme dále formou tabulky také porovnání dat všech šetření. Doprovázíme opět komentářem. Vybrali jsme otázky, u kterých jsme považovali sledování rozdílů ve výsledcích za relevantní a přínosné.

Toto poslední šetření probíhalo v období, které je nejvytíženějším všechny subjekty v regionu. Po jarním otevření turistické sezóny jsou v tomto období všechna zařízení – infocentra, ubytovatelé, památky a místa s placeným vstupem – již v provozu s cílem vydělat během léta dostatek peněz na překonání zimního výpadku, na další potřebné investice, jako jsou opravy či rozšíření kapacity apod. Počet návštěvníků je v této době tedy nejvyšší.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti

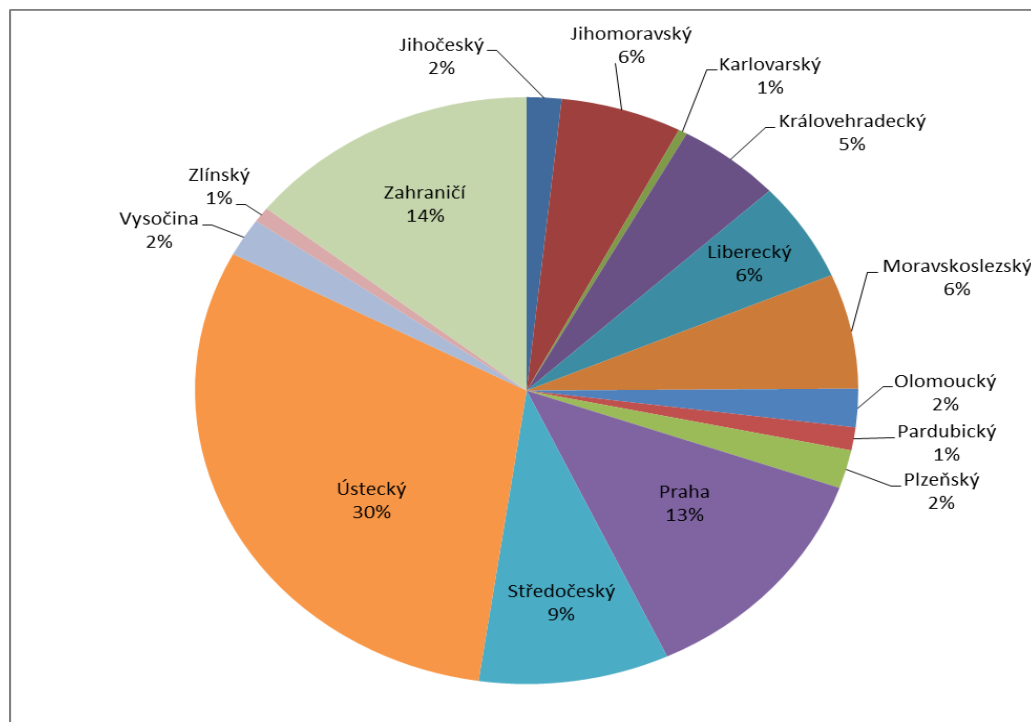


Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Část I. - Identifikace návštěvníka regionu České Švýcarsko

Četnost návštěvníků podle místa bydliště – úroveň krajů (otázka č. 3)

Jihočeský	4	2%
Jihomoravský	14	6%
Karlovarský	1	0%
Královehradecký	12	5%
Liberecký	13	5%
Moravskoslezský	15	6%
Olomoucký	5	2%
Pardubický	3	1%
Plzeňský	5	2%
Praha	30	13%
Středočeský	22	9%
Ústecký	72	30%
Vysočina	5	2%
Zlínský	2	1%
Zahraničí	34	14%
CELKEM respondentů	237	100%



GRAF 1 - Respondenti podle bydliště – úroveň krajů

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

České Švýcarsko je ve sledovaném – letním – období pro rezidenty Ústeckého kraje výborně dostupné pomocí veřejné dopravy. Pohodlné vlakové spojení se ale nabízí také z Prahy či Liberecka. Dopravní infrastruktura tedy pokrývá region dobře.

Jak již bylo zmíněno výše, letní období je pro turistické cíle a památky obdobím, kdy je návštěvnost nejvyšší. Všechny památky a turistické cíle jsou v provozu v maximálním možném režimu.

Budeme-li v otázce průzkumu zaměřeného na bydliště respondentů - návštěvníků regionu Českého Švýcarska rozlišovat jednotlivé kraje, z výsledků zjistíme, že ukazují převahu návštěvníků z Ústeckého kraje (30 %), Prahy (13 %) a Středočeského kraje (9 %), tedy téměř rezidentů (ÚK), návštěvníků ze sousedního kraje (StČ) a hlavního města.

Podíváme-li se však na bydliště respondentů z hlediska rozdělení České republiky na Čechy, Moravu a Slezsko, sledujeme podíl návštěvníků z Moravy a Slezska – 17% z celkového vzorku 86% českých respondentů. Pro porovnání uvedme číslo z druhého šetření – 11% a prvního šetření – 10%. Můžeme tedy během tří šetření sledovat pozvolný nárůst návštěvníků z Moravy.

Vysoký podíl návštěvníků z Ústeckého kraje, Prahy a okolí je dán jistě i faktem, že České Švýcarsko je oblíbenou lokalitou pro chalupáře. Region je bohatý na podstávkové a roubené domy a chalupy. Tento specifický architektonický styl nalezneme téměř ve všech lokalitách, ve kterých probíhalo dotazníkové šetření. Nejvíce však na Jetřichovicku, Krásnolipsku, v Kyjově, Dolní Chřibské a Brtníkách.

Z dalšího sousedícího kraje – Libereckého – zamířilo ve sledovaném období do destinace České Švýcarsko 6 % návštěvníků. Region České Švýcarsko je z Liberecka dobře dostupný. Polovina respondentů z Libereckého kraje uvedla délku návštěvy regionu pouze jeden den. Je tedy patrné, že pro návštěvníky z tohoto kraje je České Švýcarsko tak blízko, aby se jim vyplatilo vyrazit pouze na jednodenní výlet. Proto je poměrně nízké procentuální zastoupení návštěvníků z Liberecka překvapením.

Z výsledků je patrné, že současná marketingová kampaň vedená zejména v Ústeckém kraji cílí na nejpočetnější skupinu návštěvníků.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Doporučení do budoucna spočívá v udržení tří největších návštěvnických skupin pomocí doposud používaných marketingových nástrojů (tisková inzerce, rozhlas, web, sociální sítě, tiskové zprávy, billboardy) a nastartování kampaně v Libereckém kraji.

Porovnání četnosti návštěvníků podle místa bydliště v I. a III. šetření – úroveň krajů (otázka č. 3)

Níže uvádíme pro srovnání vedle sebe data z prvního a třetího šetření. Tato šetření probíhala ve stejném ročním období. Většina položek zůstává bez výraznější změny. Největší rozdíly můžeme sledovat v procentuálním zastoupení návštěvníků z Královéhradeckého kraje, kde nastal nárůst o 4 %. Nárůst také pozorujeme u návštěvníků z Moravskoslezského kraje. Mírný pokles jsme ve složení respondentů zaznamenali u kraje Středočeského, Ústeckého a Prahy. Naopak právě zahraničních turistů přibýlo o 16 %. V tabulce níže můžeme zjistit složení zahraničních návštěvníků.

I. šetření

Jihočeský	4	2%
Jihomoravský	10	5%
Karlovarský	4	2%
Královéhradecký	3	1%
Liberecký	10	5%
Moravskoslezský	7	3%
Olomoucký	3	1%
Pardubický	6	3%
Plzeňský	8	4%
Praha	35	17%
Středočeský	23	11%
Ústecký	69	34%
Vysočina	3	1%
Zlínský	0	0%
Zahraničí	17	8%
CELKEM respondentů	202	100%

III. šetření

Jihočeský	4	2%
Jihomoravský	14	6%
Karlovarský	1	0%
Královéhradecký	12	5%
Liberecký	13	5%
Moravskoslezský	15	6%
Olomoucký	5	2%
Pardubický	3	1%
Plzeňský	5	2%
Praha	30	13%
Středočeský	22	9%
Ústecký	72	30%
Vysočina	5	2%
Zlínský	2	1%
Zahraničí	34	14%
CELKEM respondentů	237	100%

TURISTIKA BEZ HRANIC



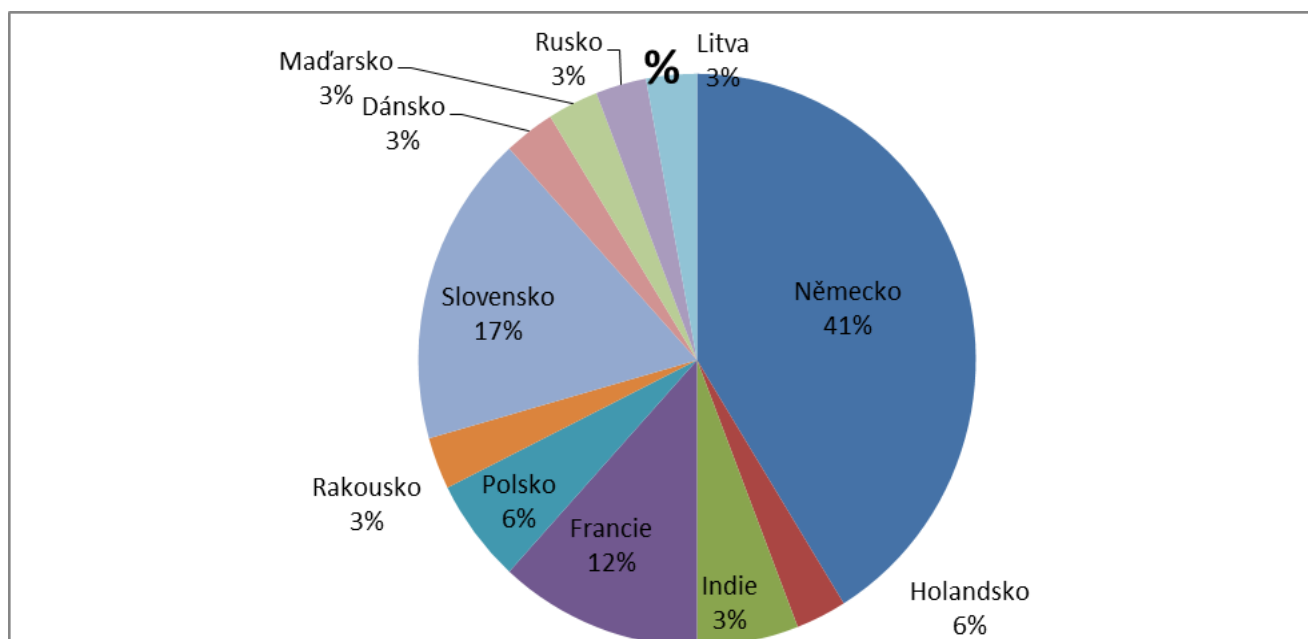
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Zastoupení zemí v rámci zahraničních respondentů (otázka č. 3)

III. šetření

Zahraničí:		%	% z celku
Německo	14	41%	6%
Indie	1	3%	0%
Holandsko	2	6%	1%
Francie	4	12%	2%
Polsko	2	6%	1%
Rakousko	1	3%	0%
Slovensko	6	18%	3%
Dánsko	1	3%	0%
Maďarsko	1	3%	0%
Rusko	1	3%	0%
Litva	1	3%	0%
CELKEM respondentů	34	100%	14%



GRAF 2 – Rozložení zahraničních respondentů

Velmi významnou skupinou návštěvníků pro region jsou zahraniční turisté, jejichž podíl v tomto šetření činil 14 %. Ze zahraničních návštěvníků byli nejvíce zastoupeni naši sousedé z Německa - 41 %. Je to dáno jednak blízkostí hranice s Německem a tedy jednoduchým přístupem do národního parku

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung: Investition in Ihre
Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro
regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

a okolí. Také tomu jistě přispělo obnovené železniční spojení na trati Dolní Poustevna – Sebnitz (více na <http://www.cd.cz/mezinarodni-cestovani/jizdenka/cestovani-v-prihranici-s-nemeckem/-21213>).

Jedná se o významný krok v propojení regionální dopravy a přeshraničním toku turistů. Přímé vlakové spojení začíná v ČR v Děčíně, na území Německa pokračuje přes Bad Schandau – Sebnitz a přes Dolní Poustevnu se vrací zpět do českého Rumburku. Trať byla otevřena 5.7.2014 a například dle provozovatele oblíbené památky - Lorety Rumburk - se okamžitě projevil nárůst návštěvníků z Německa.

Návštěvníci z Německa jsou celoroční turisté, neodradí je nepříznivé ani chladné počasí, na výlety a dovolené často jezdí na jaře a na podzim, kdy nejsou turistické destinace přeplněné návštěvníky.

Z dat uvedených u respondentů z Německa můžeme sledovat následující souvislosti: návštěvníci přijíždějí nejčastěji na základě doporučení známých nebo z jiného důvodu, což bývá (na základě doplňujících otázek) nejčastěji předchozí znalost a návštěva regionu. Opakovanou návštěvu uvedla polovina německých respondentů. Většina respondentů přijíždí za přírodou a venkovem, dále za památkami. Přijíždí buď na jednodenní výlet nebo na pobyt 1-3 dny. Zde se jedná o turisty z blízkého německého okolí. Když přijedou na více dní, využívají pro pobyt hromadné ubytovací zařízení. Bohužel ve zkrácené/zjednodušené zahraniční verzi dotazníku nejsou obsaženy otázky zaměřené na spokojenost turistů se službami v regionu. Nemůžeme tedy toto hodnotit.

Druhou nejpočetnější skupinou zahraničních návštěvníků tvořili turisté ze Slovenska. Ti nebyli v prvním šetření zastoupeni vůbec a v druhém šetření jen 2 % z počtu zahraničních turistů. Nyní jsme sledovali nárůst, návštěvníci ze Slovenska tvořili 17 % zahraničních respondentů dotazníkového šetření. Slováci přijíždí nejčastěji za přírodou a venkovem a dále aktivní turistikou a sportem. Polovina ze slovenských respondentů uvedla, že přijela na základě doporučení od známých. Téměř všichni zde byli poprvé, přijeli na 1-3 dny a všichni využili pro ubytování hromadné ubytovací zařízení, ve kterém byli velmi spokojeni nebo spokojeni. Stejně tak s dalšími službami v regionu (infocentra apod.). V otázce stravování velká většina hodnotila jako spokojen. U slovenských respondentů máme data týkající se spokojenosti služeb, protože mohou vyplňovat českou – plnou - verzi dotazníku. Délka pobytu „pouze“ na 1-3 dny dokazuje fakt, že slovenští turisté často jezdí do České republiky poznávat více míst najednou a během dovolené se přesouvají z místa na místo. Což také několikrát padlo jako doplňující informace při vyplňování dotazníku.

Významněji se projevila také Francie, respondenti z této země tvořili 12% z celkového počtu cizinců.

9



TURISTIKA BEZ HRANIC



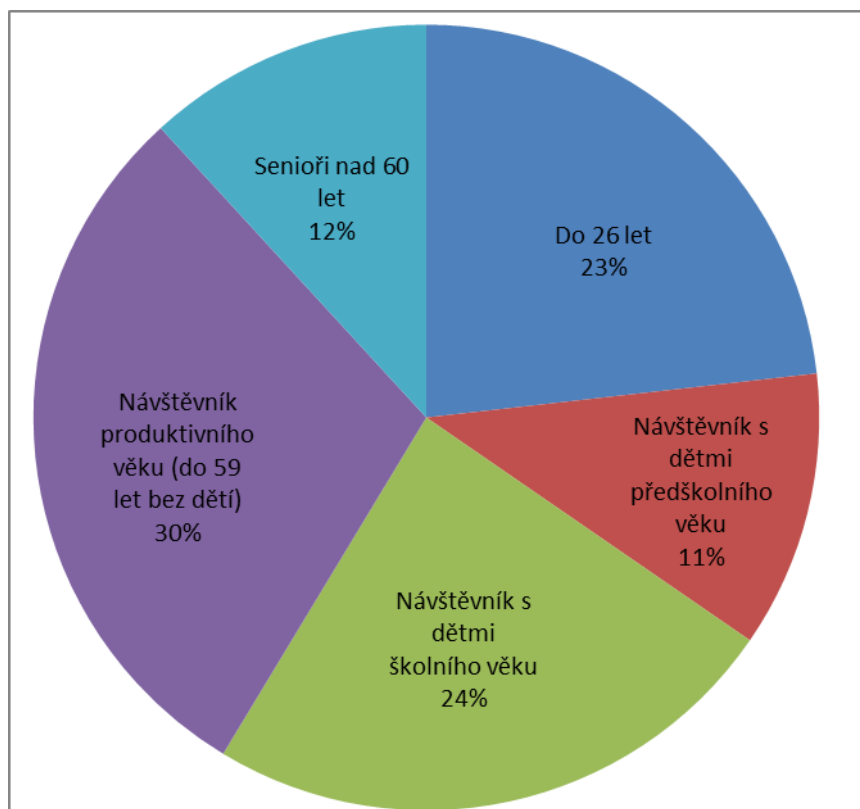
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Četnost návštěvníků podle věku (otázka č. 2)

Do 26 let	55	23%
Návštěvník s dětmi předškolního věku	27	11%
Návštěvník s dětmi školního věku	57	24%
Návštěvník produktivního věku (do 59 let bez dětí)	70	30%
Senioři nad 60 let	28	12%
CELKEM respondentů	237	



GRAF 3 - Věková struktura respondentů

Věková struktura souboru všech respondentů se rozdělila poměrně rovnoměrně. 30 % respondentů se řadí do kategorie návštěvník produktivního věku (do 59 let bez dětí), na druhém místě můžeme sledovat kategorii návštěvník s dětmi školního věku (24 %) a třetí v pořadí s 23 % jsou mladí návštěvníci do 26 let. U kategorií s dítětem školního nebo předškolního věku nebylo rozlišováno, zda jde o rodiče či prarodiče, kteří s dítětem přijeli. Další kategorie byly zastoupeny rovněž rovnoměrně. Respondenti často uváděli několik možností najednou. Příkladem může být mladá rodina s dítětem školního věku a druhým předškolního věku. Senioři tvoří 12 % respondentů.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Porovnání četnosti návštěvníků podle věku v I., II. a III. šetření (otázka č. 2)

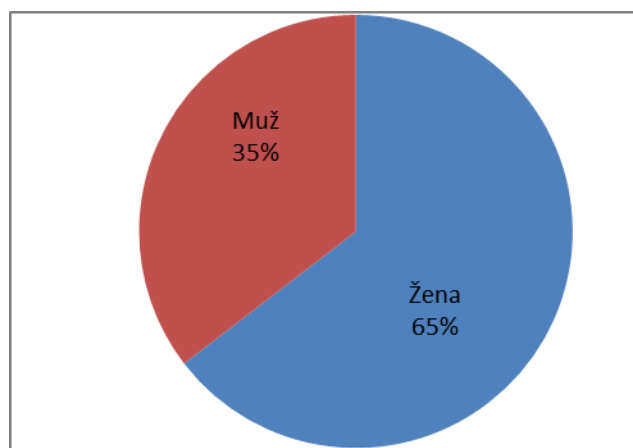
III. šetření			II. šetření		I. šetření	
Do 26 let	55	23%	59	27%	31	15%
Návštěvník s dětmi předškolního věku	27	11%	26	12%	20	10%
Návštěvník s dětmi školního věku	57	24%	34	16%	51	25%
Návštěvník produktivního věku (do 59 let bez dětí)	70	30%	64	29%	69	33%
Senioři nad 60 let	28	12%	27	12%	35	17%
Neuveдено	0		9	4%	0	
CELKEM respondentů	237		219		206	

I v této otázce nás zajímaly změny v rozložení respondentů při prvním, druhém a třetím šetření. Ve všech šetřeních byli nejpočetnější skupinou návštěvníci produktivního věku (do 59 let bez dětí), kteří byli zastoupeni pokaždé kolem 30 %. Oproti prvnímu šetření je viditelný nárůst u kategorie do 26 let a naopak významný pokles v druhém šetření u kategorie návštěvníků s dětmi školního věku. Kategorie seniorů také zaznamenala od prvního šetření mírný pokles.

Četnost návštěvníků podle pohlaví (otázka č. 1)

Žena	153	65%
Muž	84	35%
CELKEM respondentů	237	100%

Z dotazovaného vzorku 237 respondentů tvořily většinu ženy, v poměru 65:35 %. Jelikož bylo šetření prováděno v 10 lokalitách nezávisle na sobě, nelze říci, že by byly záměrně dotazovány ženy.



GRAF 4 - Struktura respondentů podle pohlaví

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti

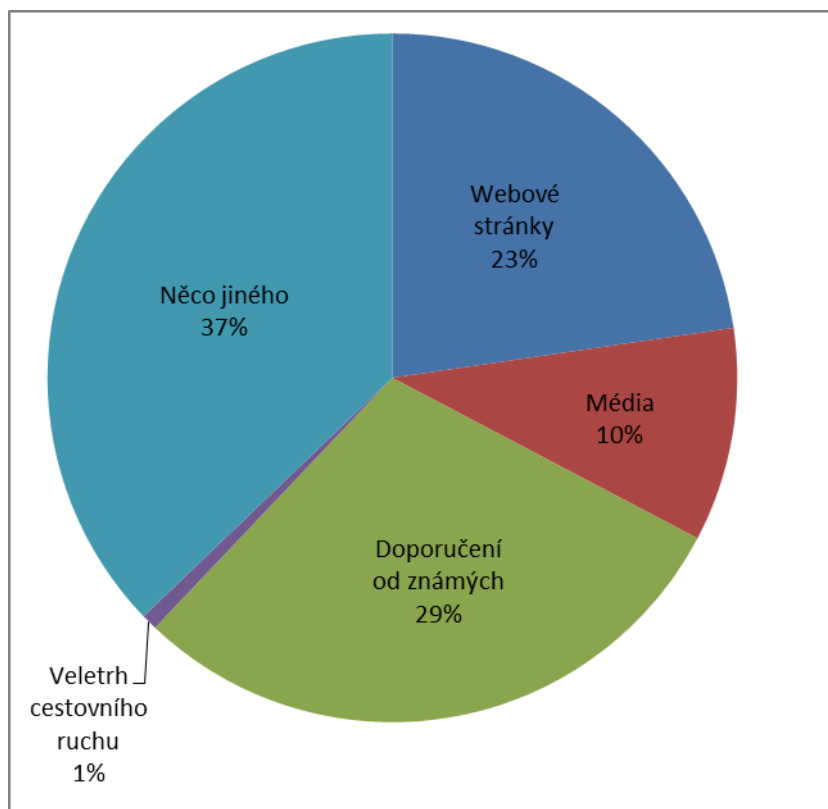


Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Inspirace k návštěvě regionu (otázka č. 4)

Webové stránky	61	23%
Média	27	10%
Doporučení od známých	79	29%
Veletrh cestovního ruchu	2	1%
Něco jiného	100	37%
CELKEM odpovědí	269	100%

Někteří respondenti uvedli více možností inspirace k návštěvě regionu, proto se počet odpovědí neshoduje s počtem respondentů, kterých bylo 237.



GRAF 5 – důvod návštěvy regionu

Graf 5 ukazuje zajímavé zjištění, že většinu dotázaných respondentů - 37 %, inspirovalo k návštěvě regionu něco jiného než webové stránky, média či veletrh cestovního ruchu. Z doplňujících otázek bylo zjištěno, že se jedná o návštěvníky, kteří se do regionu pravidelně vrací, často i několikrát do

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



roka, protože mají v regionu chatu či příbuzné. Dále v rámci odpovědi „něco jiného“ zaznívaly předchozí zkušenosti v regionu, vzpomínky z mládí či pobyty ve školním věku na táboře, ozdravném pobytu apod. Roli hrál rovněž předchozí pracovní pobyt návštěvníka.

Ústní sdělení - doporučení od známých je zastoupeno jako druhé nejčastější - 29 % a je nutno zdůraznit, že se nejspíše jednalo o pozitivní sdělení, které pomohlo respondentům rozhodnout se pro návštěvu regionu. Účinnost webových stránek a médií byla téměř shodná. První možnost uvedlo 23 %, druhou 10 % respondentů. Veletrh cestovního ruchu uvedlo pouze 1 % návštěvníků, z čehož je patrný jasný ústup vlivu tohoto způsobu prezentace. Naopak vliv moderních médií a technologií při výběru destinace pro dovolenou a zjišťování informací o destinaci stále stoupá.

Možnost uvést více odpovědí využilo pouze 11 % respondentů. Z kombinovaných odpovědí byla nejčastěji uvedena odpověď „webové stránky“ + „doporučení od známých“.

Porovnání odpovědí inspirace k návštěvě regionu (otázka č. 4)

I. šetření			II. šetření		III. šetření	
Webové stránky	37	16%	40	17%	61	23%
Média	34	15%	36	15%	27	10%
Doporučení od známých	50	22%	68	29%	79	29%
Veletrh cestovního ruchu	1	0%	7	3%	2	1%
Něco jiného	107	47%	86	36%	100	37%
CELKEM odpovědí	229	100%	237	100%	269	100%

Při porovnání dat u této otázky, můžeme vidět nárůst návštěvníků, kteří přijeli na základě doporučení od známých. Je to důkaz, že pozitivní osobní zkušenost hraje významnou roli při propagaci regionu. Předávání osobních dojmů a zkušeností je jednoznačně nejlepší formou reklamy. Je proto důležité klást důraz na kvalitu služeb a osobní přístup ke klientovi ať už v oblasti ubytování i v oblasti služeb obecně.

Příkladem může být služba turistických informačních center. Sem často návštěvník přijde, když dorazí do místa, kde má ubytování. Síť turistických informačních center je v regionu hustá, pokrývá České Švýcarsko velmi plošně. Návštěvník tedy získává informace a první zkušenosti v regionu ještě předtím než se ubytuje. A to, jaký dojem si odnese, může ovlivnit průběh celého jeho pobytu. Spokojený návštěvník je nejlepším nástrojem reklamy.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Zároveň, zejména ve třetím šetření, můžeme sledovat nárůst respondentů, kteří uvedli v otázce inspirace k návštěvě odpověď webové stránky. Je to jednoznačný doklad vzrůstajícího významu elektronických médií a internetu při výběru dovolené. Destinace, která se umí dobře marketingově prodat na webových stránkách, má zaručený přísun turistů zejména mladších věkových kategorií, v produktivním věku. A to i přesto, že v dnešní době již internet není jen doménou mladých lidí, ale všech generací. Otázka číslo 2, týkající se věkového složení, výše uvedené potvrzuje. Z dat můžeme vidět, že mezi respondenty, kteří uvedli odpověď webové stránky jako inspirace k návštěvě, je nejvíce zastoupena věková kategorie návštěvníci produktivního věku (do 59 let bez dětí). Na druhém místě uvedlo webové stránky významné množství rodičů s dětmi školního věku. Ty jistě zajímá destinace z hlediska vhodnosti a možností využití pro děti. Jako třetí nejpočetnější skupina byli mladí lidé do 26 let.

Účel návštěvy regionu České Švýcarsko (otázka č. 7)

Návštěva památek a historie	78	17%
Příroda a venkov	170	38%
Aktivní turistika a sport	127	28%
Zdraví a lázeňství	13	3%
Návštěva kulturní, sportovní či vzdělávací akce	16	4%
Gastronomie a zábava	9	2%
Práce, konference či služební cesta	4	1%
Návštěva příbuzných či známých	16	4%
Nákupy a služby v kraji	6	1%
Jiný důvod	12	3%
CELKEM respondentů	451	100%

Někteří respondenti uvedli více možností inspirace k návštěvě regionu, proto se počet odpovědí neshoduje s počtem respondentů, kterých bylo 237.

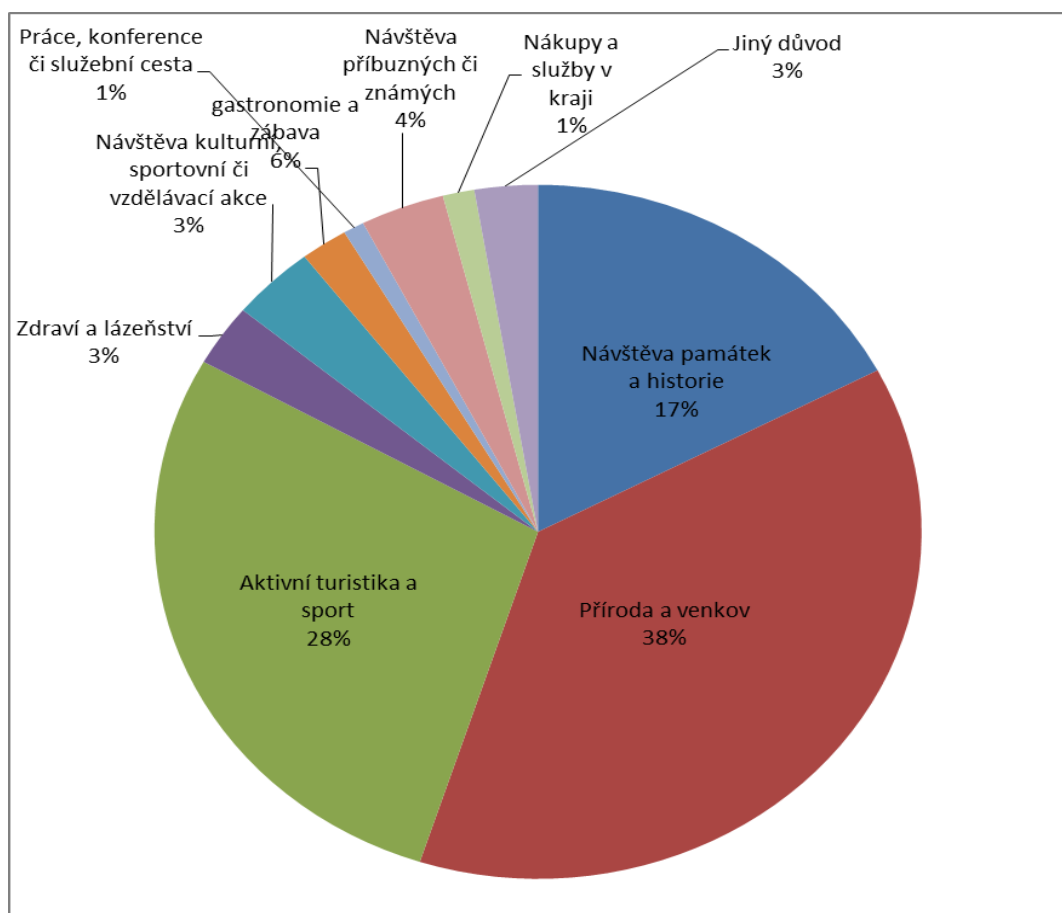
TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu



GRAF 6 – účel návštěvy regionu

Graf 6 potvrzuje hypotézu, že návštěvníci do regionu míří nejčastěji kvůli přírodě. Nejvyšší zájem návštěvníků je o přírodní atraktivitu, památky a turistiku. Příroda a venkov je cílem návštěvy pro 38 % dotázaných respondentů, na druhém místě návštěvníci vyhledávají aktivní turistiku a sport - 28 % podíl. Také realizují návštěvy památek a zajímá je historie- 17 %.

Unikátnost krajiny národního parku, Labských pískovců i Lužických hor, neobyčejná zachovalost historického jádra některých měst v regionu (např. České Kamenice), tradiční podstávková architektura či drobné i významnější sakrální památky dávají potenciál do budoucna k růstu tohoto podílu, zejména pak v kontextu širší celostátní kampaně formou účastí na úzeji zaměřených veletržích cestovního ruchu nebo PR v celoplošných médiích.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Porovnání vývoje odpovědí účelu návštěvy regionu (otázka č. 7)

	III.šetření		II.šetření		I.šetření	
Návštěva památek a historie	78	17%	74	22%	95	23%
Příroda a venkov	170	38%	128	37%	151	37%
Aktivní turistika a sport	127	28%	47	14%	88	21%
Zdraví a lázeňství	13	3%	14	4%	6	2%
Návštěva kulturní, sportovní či vzdělávací akce	16	4%	20	6%	13	3%
Gastronomie a zábava	9	2%	12	3%	21	5%
Práce, konference či služební cesta	4	1%	4	1%	2	1%
Návštěva příbuzných či známých	16	4%	30	9%	21	5%
Nákupy a služby v kraji	6	1%	8	2%	8	2%
Jiný důvod	12	3%	6	2%	8	2%
CELKEM respondentů	451	100%	343	100%	413	100%

Porovnáme-li data získaná k této otázce v prvním, druhém a třetím šetření, můžeme sledovat velice stabilní podíl návštěvníků, kteří přijeli za přírodou a venkovem.

Zajímavou kategorií z hlediska pohybu počtu respondentů v průběhu několika šetření je „Aktivní turistika a sport“. V druhém šetření, které probíhalo v zimním období, můžeme sledovat oproti prvnímu výrazný pokles. Během zimního období, obvykle až do Velikonoc, mnoho poskytovatelů služeb, například ubytovatelů, má zavřeno. I významné turistické cíle jsou zavřené nebo mají výrazně omezenou otevírací dobu. Ani dopravní infrastruktura v tuto dobu není plně v provozu. Navíc mnoho druhů outdoorových sportů nelze v tuto dobu provozovat. Například stále oblíbenější cyklistika. Přesto na několika místech v regionu, pokud jsou příznivé sněhové podmínky, je možné užít typické zimní sporty jako je lyžování či „běžkování“. Dále, v navazujícím letním období můžeme naopak sledovat opět významný nárůst zájmu o aktivní turistiku a sport.

V zimním období také stoupl počet respondentů, kteří přijeli na návštěvu známých či příbuzných. Tito respondenti, spolu s těmi, kteří v předchozí otázce uvedli jako motivaci k návštěvě „Něco jiného“, pak logicky v otázce týkající se typu ubytování neuvádí hromadné ubytovací zařízení.

TURISTIKA BEZ HRANIC



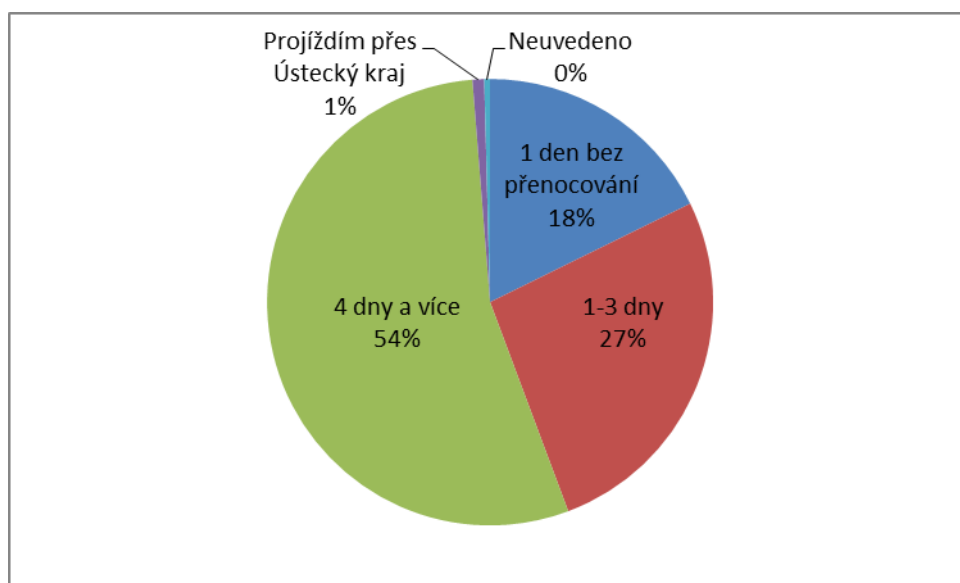
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Plánovaná doba návštěvy regionu České Švýcarsko (otázka č. 8)

1 den bez přenocování	42	18%
1-3 dny	63	27%
4 dny a více	129	54%
Projíždím přes Ústecký kraj	2	1%
Neuvedeno	1	0%
CELKEM odpovědí	237	100%



GRAF 7- plánovaná doba návštěvy regionu

Délka pobytu návštěvníka v regionu a jeho preference víkendové návštěvy je důležitá z hlediska nabídky turistických balíčků, dopravní obslužnosti a plánování termínů kulturních a společenských akcí. Z provedeného průzkumu vyplývá, že více než polovina respondentů - 54 % - strávila v regionu více než 4 dny, tedy dobu obvyklou pro trávení dovolené, eventuálně dobu kratší, s podílem pobytu na 1-3 dny 27 %. Z doplňujících otázek respondentům, kteří uvedli kategorii 4 a více dnů, víme, že většina přijela do regionu na týdenní pobyt.

Respondenti, kteří uvedli odpověď 4 a více dnů, jsou nejčastěji z Moravy a ze zahraničí. Na více dnů jezdí ale také respondenti z Prahy a Středočeského kraje a rezidenti Ústeckého kraje. To jsou často chalupáři.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Z doplňujících otázek k této kategorii lze konstatovat, že významnou část českých návštěvníků, kteří přijeli na 1-3 dny tvoří ti, kteří zakoupili na slevových portálech pobyty v destinaci ve slevové akci.

Porovnání doby návštěvy regionu České Švýcarsko v I. II. a III. šetření (otázka č. 8)

	I. šetření		II. šetření		III. šetření	
1 den bez přenocování	44	22%	48	22%	42	18%
1-3 dny	39	19%	75	34%	63	27%
4 dny a více	118	58%	88	40%	129	54%
Projíždím přes Ústecký kraj	0	0%	7	3%	2	1%
Neuvedeno	1	0%	1	0%	1	0%
CELKEM odpovědí	202	100%	219	100%	237	100%

Při porovnání dat ze tří šetření vidíme výrazný nárůst pobytů na 1-3 dny. Nejmarkantněji v druhém šetření. Může to být ovlivněno výše zmíněným trendem nákupu pobytů na slevových portálech. Ubytovatelé, kteří tyto pobyty nabízejí, je časově často směřují právě na období podzimu, zimy a jara, kdy nemají tolik vytíženou kapacitu a chtějí zaplnit pokoje, i za cenu nižšího zisku. Naopak pro české, nenáročné, turisty je toto vítaná možnost, jak strávit dovolenou za výhodnou cenu, v období, kdy nejsou destinace přeplněné turisty.

Výrazný pohyb sledujeme v průběhu šetření u pobytů na 4 a více dní. Výrazný pokles nastal v zimním období. Jak jsme již na začátku zmínili, může to být způsobeno zimním obdobím, kdy návštěvníci z řad turistů i chalupářů jezdí spíše na kratší pobyty.

TURISTIKA BEZ HRANIC



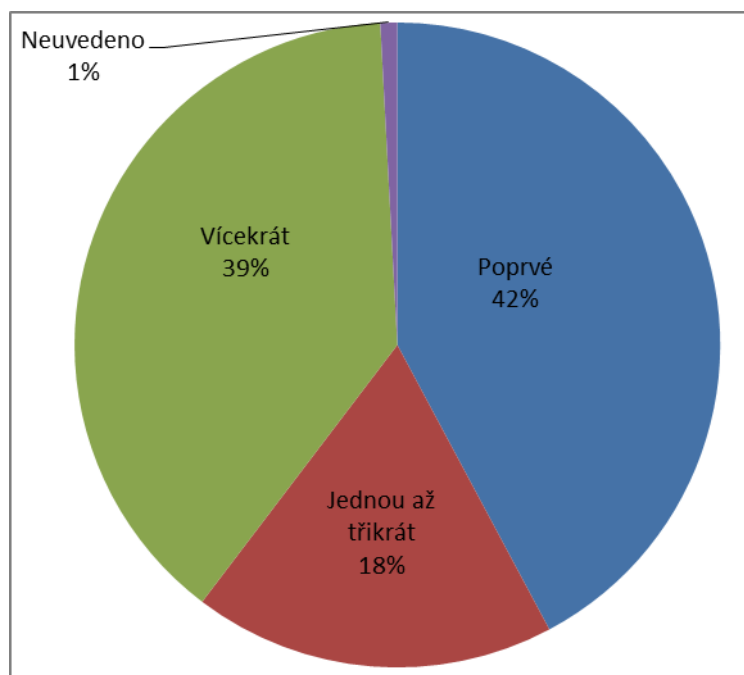
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Rozdělení respondentů podle četnosti návštěv v regionu (otázka č. 10)

Poprvé	100	42%
Jednou až třikrát	43	18%
Vícekrát	92	39%
Neuvedeno	2	1%
CELKEM odpovědí	237	100%



GRAF 8 – četnost návštěv regionu

Zajímavé je srovnání návštěvníků z hlediska toho, kolikrát již navštívili region. Nejpočetněji jsou v celkovém souboru zastoupeni lidé, kteří v regionu již dříve byli nebo přijíždí opakovaně či pravidelně - 57 %. Těch, co přijíždějí opakovaně, tedy po čtvrté a více bylo 39 % a těch, kteří přijeli již po druhé nebo potřetí bylo 18 %. Návštěvníci, kteří naopak přijeli poprvé, tvořili 42 % respondentů.

Z uvedených údajů vidíme, že plných 57 % návštěvníků již region v minulosti navštívilo. Lze říci, že návrat těch, kteří si již k regionu vytvořili vztah, je méně závislý na nových marketingových nástrojích, přestože i o ně je samozřejmě třeba dále pečovat. Pro další strategii rozvoje cestovního ruchu v regionu bude hrát specifickou roli skupina prvnávštěvníků, a to nejen z hlediska motivace k prvnímu příjezdu, ale i z hlediska kvality jejich prvního dojmu a ochoty se opětovně vracet.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Porovnání respondentů podle četnosti návštěv v regionu v I. a II. šetření (otázka č. 10)

	I. šetření		II. šetření		III. šetření	
Poprvé	52	26%	65	30%	100	42%
Jednou až třikrát	41	20%	54	25%	43	18%
Vícekrát	104	51%	99	45%	92	39%
Neuvedeno	5	2%	1	0%	2	1%
CELKEM odpovědí	202	100%	219	100%	237	100%

U této otázky jsme zaznamenali právě výraznou tendenci růstu prvonávštěvníků destinace. Z 26% v prvním šetření až na 42% ve třetím šetření, tedy o 16%.

Naopak je možno pozorovat mírný pokles počtu návštěvníků, kteří přijeli opakovaně. Z 51 % v prvním šetření až na 39% ve třetím šetření, tedy o 12%.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Shrnutí I. části analýzy sběru dat – Identifikace návštěvníka regionu

Primární marketingový průzkum návštěvnosti v regionu České Švýcarsko nepřináší ve své kvantitativní části ani v zimním období žádná překvapivá zjištění. Z demografického hlediska jsou hlavní skupinou návštěvníků opět ekonomicky činní respondenti - návštěvníci produktivního věku (do 59 let bez dětí), převážně z Ústeckého kraje, na jehož území se region nachází, dále pak z Prahy a Středočeského kraje. Vzrostl podíl návštěvníků ze zahraničí (Německo, Slovensko) a z Moravy (Moravskoslezský kraj). Návštěvník přijíždí nejčastěji na 4 dny a více (týden), ale stále stoupá trend pobytů na kratší dobu, převážně 1-3 dny, tedy prodloužený víkend. Návštěvník přijíždí za přírodou a venkovem, je orientovaný na přírodní atraktivity, památky a historii. Dle ročního období se pohybuje počet aktivních turistů a sportovců. Také vzrůstá podíl prvonávštěvníků, opakované návštěvy mají mírně klesavou tendenci, ale stále převažují. U prvonávštěvníků lze sledovat vzrůstající trend návštěvy destinace na základě doporučení od známých a informací z webových stránek destinace. Typickým opakovaným návštěvníkem regionu je chalupář z našeho nebo některého ze sousedních krajů (Středočeský, Praha), který do destinace přes léto jezdí na týdenní dovolenou a opakovaně na víkendy. Přes zimu chalupu zazimuje a návštěvy regionu omezí. Potenciál růstu návštěvnosti lze nalézt v propagaci kulturněhistorických a církevních památek, eventuálně v cykloturistice za předpokladu, že vznikne kvalitní infrastruktura.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti

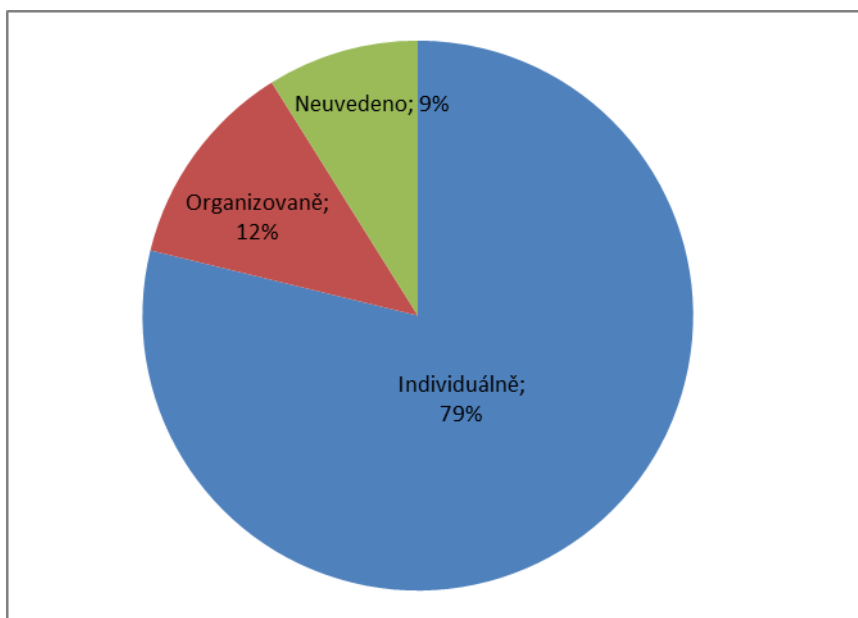


Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Část II. – doprava návštěvníka regionu a hodnocení úrovně služeb

Způsob zajištění dopravy návštěvníka do regionu (otázka č. 5)

Individuálně	186	79%
Organizovaně	29	12%
Neuvedeno	21	9%
CELKEM odpovědí	236	100%



GRAF 9 – způsob zajištění dopravy do regionu

Uvedená data dokazují, že výrazná většina návštěvníků jezdí na dovolenou individuálně, plných 79 %. Respondenti, kteří přijeli organizovaně - 12 %, jsou nejčastěji z řad seniorů, či osob produktivního věku do 59 let bez dětí. Zástupci byli také z řad mladých lidí do 26 let. V těchto případech se jednalo například o učitele, kteří přijeli do regionu pracovní se školní třídou. Do skupiny respondentů, kteří přijeli organizovaně nezapadají rodiny s dětmi. Ty jezdí individuálně.

TURISTIKA BEZ HRANIC



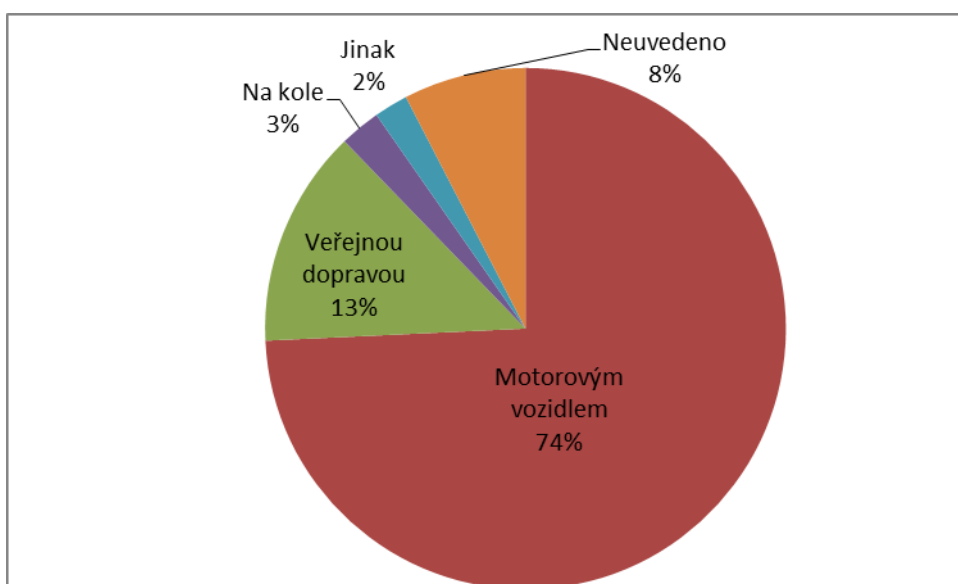
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Způsob dopravy návštěvníka do regionu (otázka č. 6)

Motorovým vozidlem	176	74%
Veřejnou dopravou	32	14%
Na kole	6	3%
Jinak	5	2%
Neuvedeno	18	8%
CELKEM respondentů	237	100%



GRAF 10 – doprava do regionu

Jako nejrozšířenější dopravní prostředek s podílem 74 %, který respondenti uvádějí při dopravě do regionu, výzkum prokázal motorové vozidlo. Jedná se nejčastěji o osobní automobil, motocykl či autobus. To v případě návštěvníků, kteří přijeli organizovaně. Veřejná doprava, tedy prostředky hromadné přepravy osob (vlak, autobus) jsou zastoupeny v poměru 13 %. Způsob dopravy na kole je zastoupen jen v malé míře - 3 %. Respondenti, kteří uvedli odpověď jinak byli nejčastěji cizinci, kteří do České republiky přiletěli letadlem.

Respondenti z Ústeckého kraje druhy šetrné dopravy preferují ve vyšší míře a výrazně od celého souboru respondentů akcentují další způsoby dopravy (pěšky, na kole, jinak). Důvodem je zejména blízkost bydliště či bydliště přímo v regionu.

TURISTIKA BEZ HRANIC



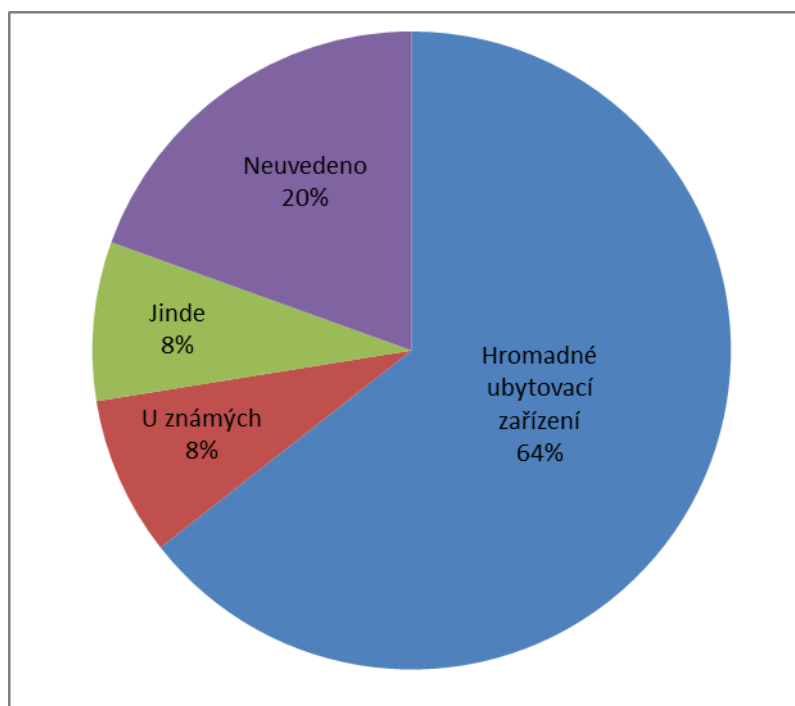
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Preference ubytovacích zařízení v regionu České Švýcarsko (otázka č. 9)

Hromadné ubytovací zařízení	152	64%
U známých	19	8%
Jinde	19	8%
Neuvedeno	46	19%
CELKEM respondentů	236	100%



GRAF 11 – preference ubytování

Většina návštěvníků přijíždějících do regionu preferuje ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních, tedy v hotelech, penzionech, kempech, ubytovnách či chatách - 64 %.

Druhá nejčastější uvedená odpověď byla u známých - 8 %. Tuto odpověď nejčastěji volili návštěvníci, kteří do regionu přijíždí za příbuznými nebo známými a nemusí tedy využít placené ubytování. Možnost „jinde“ byla uvedena ve stejném procentuálním zastoupení jako u známých – tedy 8 %. Na základě doplňujících otázek bylo zjištěno, že respondenti měli na mysli zejména vlastní chalupy, kam jezdí pravidelně. Zde se respondenti rozdělili do dvou skupin. Někteří z respondentů uvedli možnost „jinde“ a nebrali v úvahu dovětek „placené“, i když ubytování na vlastní chalupě není placené. 20 %

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

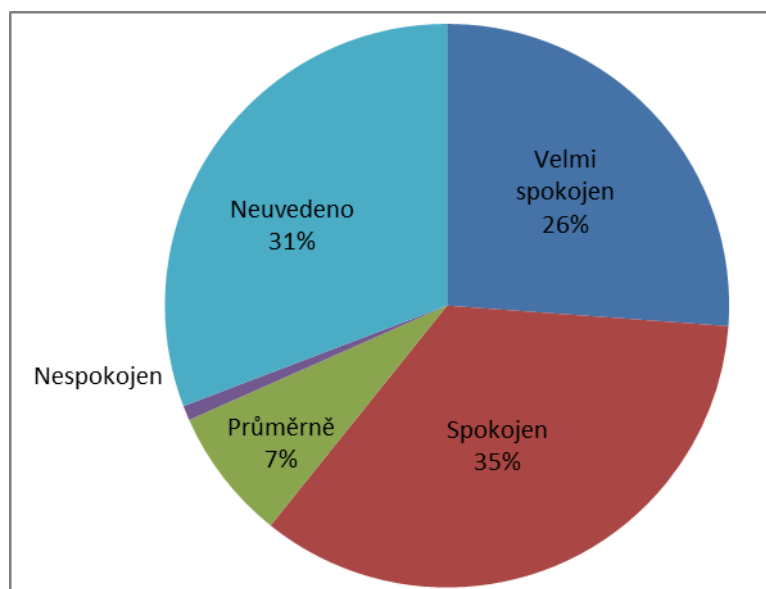
respondentů neodpovědělo, protože pobyt na vlastní chalupě není placený a tedy nezapadá do žádné kategorie.

Spokojenost respondentů s nabídkou a službami v regionu České Švýcarsko (otázka č. 11-1,2,3)

U této otázky a jejích podotázek byl při vyhodnocování zohledněn fakt, že kromě slovenských zahraničních návštěvníků cizinci zodpovídali zjednodušenou variantu dotazníku, kde tato otázka chybí. Zjednodušený dotazník pro cizince viz příloha č. 2 této zprávy.

Navíc některé podotázky obvykle nezodpovídají respondenti, kteří bydlí u známých nebo „jinde“ (např. na chalupě).

UBYTOVÁNÍ		
Velmi spokojen	62	26%
Spokojen	82	35%
Průměrně	18	8%
Nespokojen	2	1%
Neuvedeno	73	31%
CELKEM respondentů	237	100%



GRAF 12–spokojenost s kvalitou ubytování

Z oněch 64 % respondentů, kteří využili ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních v regionu a kteří zodpověděli tuto otázku byla většina spokojena nebo velmi spokojena – konkrétně 61 %. Zde

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

platí, že návštěvníci hodnotili individuálně zvolené ubytovací zařízení a jejich míra spokojenosti dává obraz o úrovni ubytování v regionu jako celku.

Výsledek je pozitivní a znamená, že ubytovatelé v regionu stále více dbají na kvalitu služeb a chápou význam spokojených zákazníků, kteří jejich ubytování doporučí svým známým.

Vývoj spokojenosti respondentů se ubytováním v regionu v I., II. a III. šetření (otázka č. 11-1)

	I. šetření		II. šetření		III. šetření	
UBYTOVÁNÍ						
Velmi spokojen	51	25%	56	32%	62	26%
Spokojen	63	31%	66	38%	82	35%
Průměrně	11	5%	8	5%	18	8%
Nespokojen	1	1%	1	1%	2	1%
Neuvedeno	76	38%	43	25%	73	31%
CELKEM respondentů	202	100%	174	100%	237	100%

V otázce vývoje spokojenosti návštěvníků s ubytováním můžeme sledovat pozitivní zjištění, že skupina respondentů, kteří byli velmi spokojeni je stabilní a neklesá a dále skupina respondentů, která uváděla odpověď spokojen má rostoucí tendenci. Mírný výkyv hodnot nastal u obou kategorií ve druhém šetření, kdy jsme zaznamenali významnější nárůst počtu spokojených respondentů.

Ve třetím šetření jsme zaznamenali mírný nárůst počtu těch, kteří uvedli možnost průměrně spokojen. Nárůst byl z 5 na 8%, tedy o 3%. Naopak proti prvnímu šetření klesl počet respondentů, kteří ubytování nehodnotili, protože bydleli „jinde“.

Spokojenost respondentů se stravováním v regionu České Švýcarsko (otázka č. 11-2)

STRAVOVÁNÍ		
Velmi spokojen	58	24%
Spokojen	105	44%
Průměrně	27	11%
Nespokojen	4	2%
Neuvedeno	43	18%
CELKEM respondentů	237	100%

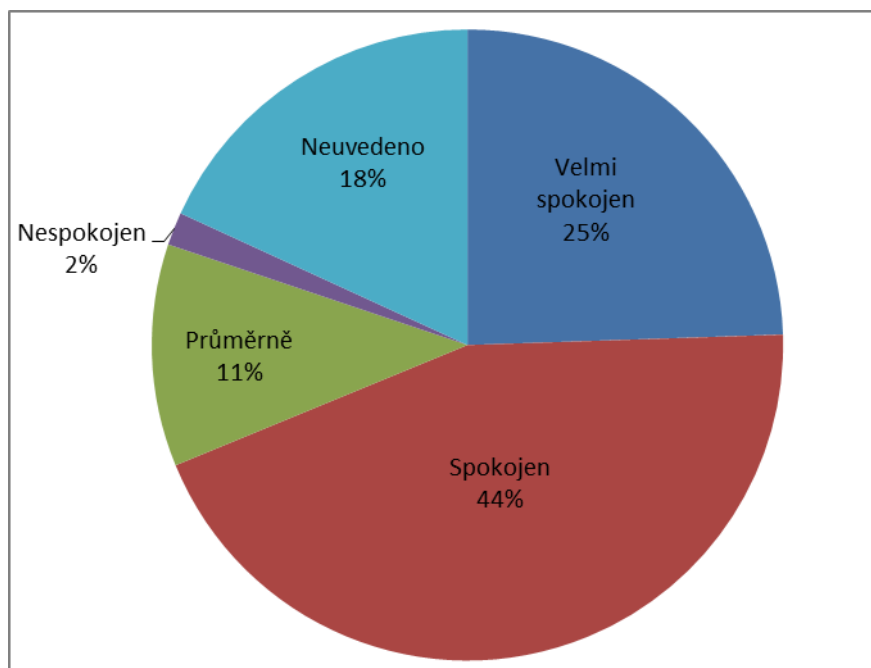
TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu



GRAF 13 –spokojenost s kvalitou stravování

Plných 69 % respondentů bylo s kvalitou stravování v regionu velmi spokojeno nebo spokojeno. Vzhledem k rozmanitosti druhů stravovacích zařízení, cenové úrovni a gastronomické hodnotě, které nebyly šetřeny, lze tento výsledek posuzovat jako všeobecnou spokojenost návštěvníků Českého Švýcarska s místní kuchyní dle individuálních preferencí respondentů. Jako průměrné hodnotilo stravovací zařízení v regionu 11 % návštěvníků.

Vývoj spokojenosti respondentů se stravováním v regionu v I. a II. šetření (otázka č. 11-2)

	I. šetření		II. šetření		III. šetření	
STRAVOVÁNÍ						
Velmi spokojen	45	22%	46	26%	58	24%
Spokojen	103	51%	82	47%	105	44%
Průměrně	18	9%	24	14%	27	11%
Nespokojen	2	1%	4	2%	4	2%
Neuvedeno	34	17%	18	10%	43	18%
CELKEM respondentů	202	100%	174	100%	237	100%

V této otázce můžeme sledovat mírné změny téměř u všech položek. Stabilní počet respondentů tvoří skupina, která je se stravováním v destinaci velmi spokojena. Pohybuje se od 22 do 26%

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti

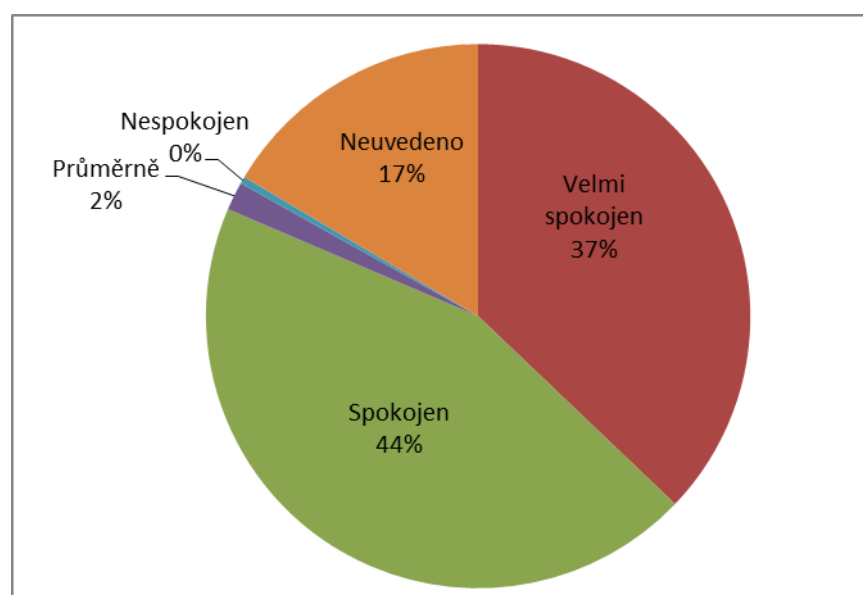


návštěvníků. Těch, kteří byli spokojeni v průběhu šetření ubývalo z 51% v prvním šetření na 44% ve třetím šetření. Naopak přibýlo návštěvníků, kteří byli spokojeni jen průměrně – nárůst z 9 % na 11 %. U této poslední jmenované skupiny nastal výraznější nárůst ve druhém – zimním – šetření. Může to být dáno tím, že v tomto období nejsou v provozu všechna stravovací a ubytovací zařízení a návštěvník tedy nemá takovou možnost výběru. Musí se v dané lokalitě spokojit s momentální nabídkou.

Dále můžeme sledovat, že skupina respondentů, kteří byli nespokojeni je také stabilní a pohybuje se mezi 1 % a 2 %.

Spokojenost respondentů s dalšími službami v regionu České Švýcarsko (otázka č. 11-3)

DALŠÍ SLUŽBY (infocentra, průvodcovské služby, doprava)		
Velmi spokojen	88	37%
Spokojen	105	44%
Průměrně	4	2%
Nespokojen	1	0%
Neuvedeno	39	16%
CELKEM respondentů	237	100%



GRAF 14–spokojenost s dalšími službami v regionu

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Z dostupných dat vyplývá, že 81 % respondentů bylo s dalšími službami v regionu spokojeno nebo velmi spokojeno. Vysokou úroveň poskytovaných služeb v infocentrech regionu dokazuje také průzkum, který prováděla agentura Czechtourism v roce 2012. Tzv. Mystery shopping se provádí formou utajených návštěv, při kterých agent-specialista (tzv. mystery shopper) předstírá, že je řádným zákazníkem.

Více informací zde:

http://www.czechtourism.cz/files/informacni_centra/mystery_shopping/21_11_12_vysledek_dle_turistickyh_oblasti.jpg

Mezi další služby, které bychom do nabídky mohli zahrnout patří průvodcovské služby či regionální dopravní obslužnost. Vlaky, autobusy, které využívají zejména turisté z Ústeckého kraje a okolních regionů. Ve sledovaném období duben - září, tedy na začátku turistické sezóny a v plné sezóně, je obslužnost zajištěna zprvu omezeně, následně v nejvyšší možné míře.

Vývoj spokojenosti respondentů se službami v regionu v I., II. a III. šetření (otázka č. 11-3)

	I. šetření		II. šetření		III. šetření	
DALŠÍ SLUŽBY (infocentra, průvodcovské služby, doprava)						
Velmi spokojen	75	37%	73	42%	88	37%
Spokojen	98	49%	77	44%	105	44%
Průměrně	9	5%	8	5%	4	2%
Nespokojen	1	1%	1	1%	1	0%
Neuvedeno	19	9%	15	9%	39	16%
CELKEM respondentů	202	100%	174	100%	237	100%

V posledním šetření bylo možné sledovat nárůst počtu respondentů, kteří tuto otázku nezodpověděli. Z těch co odpověděli však průběh šetření ukazuje stabilní počet spokojených a velmi spokojených návštěvníků. Mírný pokles jsme zaznamenali u kategorie průměrně spokojen a nespokojen. Vzhledem k mírnému poklesu průměrně spokojených a nespokojených návštěvníků můžeme vyvozovat, že se úroveň doplňkových poskytovaných služeb zlepšuje, zejména v infocentrech.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Shrnutí Část II. – doprava návštěvníka regionu a hodnocení úrovně služeb

Navzdory všeobecně rozšířenému názoru laické veřejnosti o nízké kvalitě služeb, vyplývá z tohoto dotazníkového šetření, že návštěvník, který do regionu přijíždí se svými individuálními očekáváními, je v konečném důsledku spokojen.

Typickým návštěvníkem regionu je pak rezident ústeckého kraje, nezřídka chalupář, nebo obyvatel Středočeského kraje, či Pražan. Do regionu přijíždí zejména za turistikou spojenou s návštěvou přírodních atraktivit, chráněných lokalit, naučných stezek či historicko – kulturních pamětihodností. Preferuje ubytování v menších ubytovacích zařízeních typu privát či penzion, často ve vlastní či pronajaté chalupě. Do regionu přijíždí převážně svým osobním automobilem nebo hromadnou dopravou, avšak v průběhu pobytu preferuje alternativní způsoby dopravy jako je například cyklistika nebo pěší výlety.

Návštěvník, pokud se v místě ubytuje a stravuje se zde, je převážně spokojen a celkový pobyt hodnotí jako naplnění svých představ.

Výše uvedený graf u otázky č. 4 ukazuje fakt, že i když je v současné době největším zdrojem informací a tudíž i marketingových a PR sdělení internet a média, internetové kampaně musí být vedeny s vysokou mírou znalost prostředí, neboť vynaložené finanční prostředky bývají nezřídka vynaloženy neefektivně a sdělení se nedostane k zamýšlené cílové skupině. Jako velmi vhodný a levný prostředek internetové komunikace je v současné době virální marketing. Úspěch takového sdělení je však stále do značné míry výsledek náhody nebo souhry okolností.

Podíl motivace návštěvníka k návštěvě Českého Švýcarska na základě ústního doporučení stoupá. Zatímco v prvním šetření byl zastoupen 22 %, v posledním navazujícím šetření to bylo již 29 %. Dojem, který region na své návštěvníky dělá, je, jak je patrné z průzkumu, vedle mediálních kampaní rovněž klíčový. Proto by měl být kladen důraz na kvalitu poskytovaných služeb a osobní přístup k návštěvníkovi.

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Příloha č. 1 – Dotazník ve verzi pro české návštěvníky

Dotazník pro turisty - TURISTIKA BEZ HRANIC

Lokalita

Vážená paní, vážený pane, rádi bychom Vás požádali o vyplnění dotazníku, který poslouží ke zmapování návštěvnosti v našem regionu a zlepšení služeb cestovního ruchu. Dotazník je anonymní a zabere pouhých pár minut. Děkujeme za Vaši pozornost a čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku.

1. Jakého jste pohlaví?

☐ žena ☐ muž

2. Jaké jste věkové kategorie?

☐ mladí lidé do 26 let věku ☐ návštěvníci s dětmi předškolního věku ☐ návštěvníci s dětmi školního věku
☐ návštěvníci produktivního věku do 59 let bez dětí ☐ senioři nad 60 let

3. Odkud jste k nám dorazili?

☐ z Ústeckého kraje ☐ z ČR (kraj) ☐ ze zahraničí

4. Co Vás inspirovalo k návštěvě našeho kraje?

☐ webové stránky ☐ média (tisk, TV, prop. materiály...) ☐ doporučení od známých
☐ veletrh cestovního ruchu ☐ něco jiného

5. Na dovolenou jste přijeli?

☐ individuálně ☐ organizovaně (cestovní kancelář, cestovní agentura, škola...)

6. Jak jste přijeli?

☐ Motorovým vozidlem ☐ veřejnou dopravou ☐ na kole ☐ jinak

7. Jaký je účel Vaší návštěvy?

☐ návštěva památek a historie ☐ příroda a venkov ☐ aktivní turistika a sport ☐ zdraví a lázeňství
☐ návštěva kulturní, sportovní či vzdělávací akce ☐ gastronomie a zábava ☐ práce, konference či služební cesta
☐ návštěva příbuzných nebo známých ☐ nákupy a služby v kraji ☐ jiný důvod

8. Na jak dlouho tu jste?

☐ 1 den bez přenocování ☐ 1 – 3 dny ☐ 4 a více dnů ☐ projíždím přes Ústecký kraj

9. Kde bydlíte

☐ v hromadném ubytovacím zař. (hotel, pension, kemp, ubytovny, chaty...) ☐ u známých ☐ jinde (placené)

10. Kolikrát jste již navštívili náš kraj?

☐ poprvé ☐ jednou až třikrát ☐ vícekrát

11. Jak jste byli spokojeni s nabídkou a službami:

☐ ubytování?
☐ velmi spokojeni ☐ spokojeni ☐ průměrně ☐ nespokojeni
☐ stravování?
☐ velmi spokojeni ☐ spokojeni ☐ průměrně ☐ nespokojeni
☐ dalšími službami? (tur. infocentra, průvodcovské služby...)
☐ velmi spokojeni ☐ spokojeni ☐ průměrně ☐ nespokojeni

12. Co se Vám líbilo/nelíbilo?

TURISTIKA BEZ HRANIC - TOURISMUS OHNE GRENZEN

PROJEKT TURISTIKA BEZ HRANIC BYL PODPŮŘEN Z FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ EVROPSKÉHO FONDU PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti

Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu



TOURISMUSVERBAND e.V.
Sächsische Schweiz



TOURISMUSVERBAND e.V.
Sächsische Schweiz

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Příloha č. 2 – Dotazník ve verzi pro zahraniční návštěvníky (v AJ a NJ verzi)

Questionnaire for tourists

We kindly request you to fill in the questionnaire below. Help us to map and improve our services. It takes five minutes and it is anonymous. Please do not fill in the form if you have already done it before.

Thank you for your time.

Lokalita – Place

1 – SEX

☐ female

☐ male

2- AGE

☐ 0-26

☐ visitors with pre-school kids

☐ visitor with school kids

☐ 26-59 no children

☐ 60+

3-Where did you arrive from?

☐ Ústí Region

☐ Czech Republic (region)

☐ foreign country

4-What inspired you to visit our region?

☐ internet

☐ mass media

☐ recommendation

☐ tourism fair

☐ other

7)Purpose of visit

☐ sightseeing

☐ nature or countryside

☐ hiking or sport

☐ spa or health care

☐ culture, sport or educational event

☐ cuisine entertainment

☐ business

☐ family

☐ shopping and service in region

☐ other

8) Number of days

☐ 1 (no overnight)

☐ 1 – 3

☐ 4 and more

☐ passing through Ústí region

9) Type of accommodation

☐ hotel

☐ friends

☐ other (paid)

10) Have you been to our region before?

☐ no

☐ one to three times

☐ more

Fragebogen für Besucher

Ihre schönsten Ausflugsziele

Lokalität

1. Sind Sie Mann oder Frau?

☐ Frau

☐ Mann

2. Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

☐ Jugend bis 26 Jahre

☐ Besucher mit Kindern im Vorschulalter

☐ Besucher mit Kindern im Schulalter

Besucher im produktiven Alter bis 59 Jahre ohne Kinder

☐ Senioren über 60 Jahre

3. Woher sind Sie zu uns gekommen?

☐ aus dem Bezirk Ústí

☐ aus der ČR (Bezirk)

☐ aus einem anderem Land

4. Was brachte Sie zum Besuch unseres Bezirks?

☐ Webseiten

☐ Medien (Presse, TV, Werbungsmaterialien...)

☐ Empfehlung von Bekannten

☐ Tourismusmesse

☐ etwas anderes

7. Was ist der Zweck Ihres Besuches?

☐ Denkmäler und Geschichte

☐ Land und Naturaktive Touristik und Sport

☐ Gesundheit und Kur

☐ Kultur-, Sport- oder Bildungsveranstaltung

☐ Gastronomie und Unterhaltung

☐ Arbeit, Konferenz o. Dienstreise

☐ Besuch bei Verwandten/Bekannten

☐ Einkäufe und Dienstleistungen in der Region

☐ andere Zwecke

8. Wie lange soll ihr Aufenthalt hier dauern?

☐ 1 Tag ohne Übernachtung

☐ 1–3 Tage

☐ 4 Tage und mehr

☐ bloß Durchfahrt durch den Bezirk Ústí

9. Wo sind Sie untergebracht?

☐ in einer Masseneinrichtung (Hotel, Pension, Camp, Herberge, Baude usw.)

☐ bei Bekannten

☐ anderes (bezahlt)

10. Wie viele Male habe Sie unsere Region bereits besucht?

☐ erstmalig

☐ einmal bis dreimal

☐ öfter

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung: Investition in Ihre
Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro
regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Příloha č. 3 – Legenda k přepisu dotazníku do excelu

Legenda k přepisu do excelu

Pokud respondent uvedl více odpovědí, jsou zapsány za sebou bez oddělovacích znamének – příklad:
Otázka 4 – odpovědi 124

Pokud byla u otázky možnost psát text, je text zapsán k číslu odpovědi – příklad: Otázka 3 – odpověď
3 - Deutschland

TURISTIKA BEZ HRANIC



Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede, Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Příloha č. 4 – Podkladová data vyhodnocení dotazníku – excel

237 dotazníků vyhodnoceno, viz legenda a analýza