

# 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

## ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI REGIONU ČESKÉ ŠVÝCARSKO, část I.

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: říjen 2013



# 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 .....	4
Část II. – doprava návštěvníka regionu a hodnocení úrovně služeb .....	12
Příloha č. 1 – Dotazník .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Příloha č. 2 – Legenda k přepisu dotazníku do excelu.....	19
Příloha č. 3 – Podkladová data vyhodnocení dotazníku – excel.....	21

# 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 1. analýzy návštěvnosti v regionu Českého Švýcarska je marketingový výzkum (průzkum) na základě dotazníku pro širokou veřejnost, který vzešel a byl schválen zadavatelem. Sběr dat se 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 202 dotazníků, které jsou vyhodnoceny níže. Sledované období bylo červen až září 2013.

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 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.

# 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

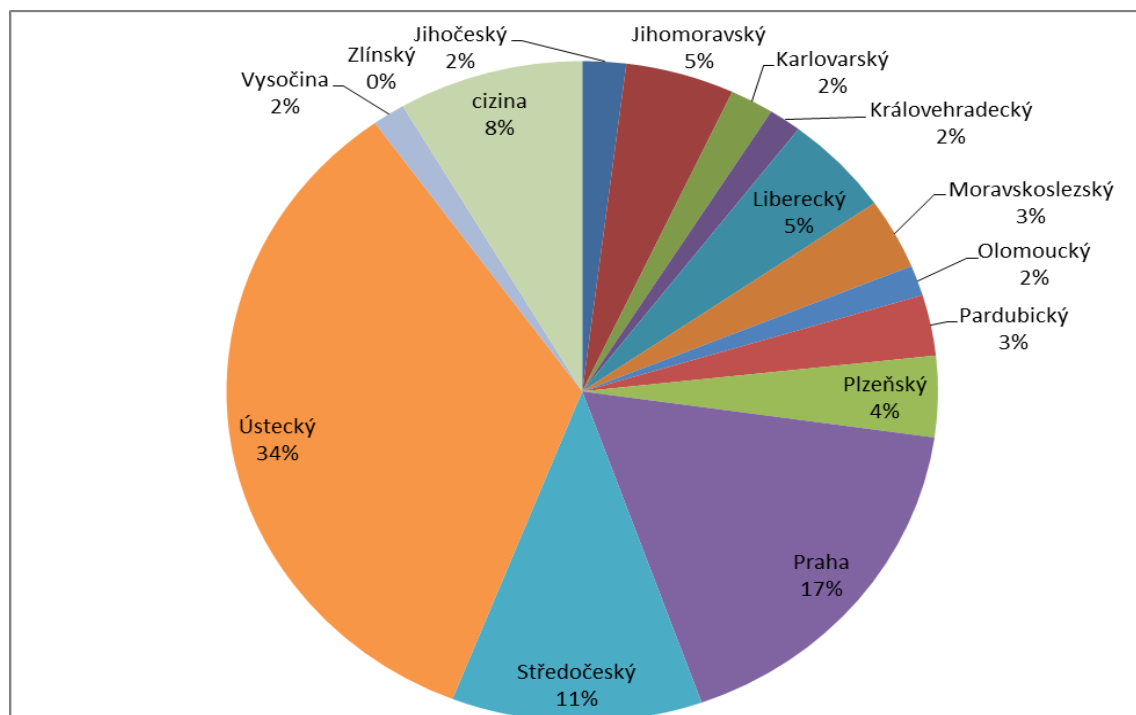


Ziel 3 | Cíl 3  
Ahoj sousede. Hallo Nachbar.  
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

## Část I. - Identifikace návštěvníka regionu České Švýcarsko

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

Jihočeský	4	2%
Jihomoravský	10	5%
Karlovarský	4	2%
Královehradecký	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%
cizina	17	8%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>



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



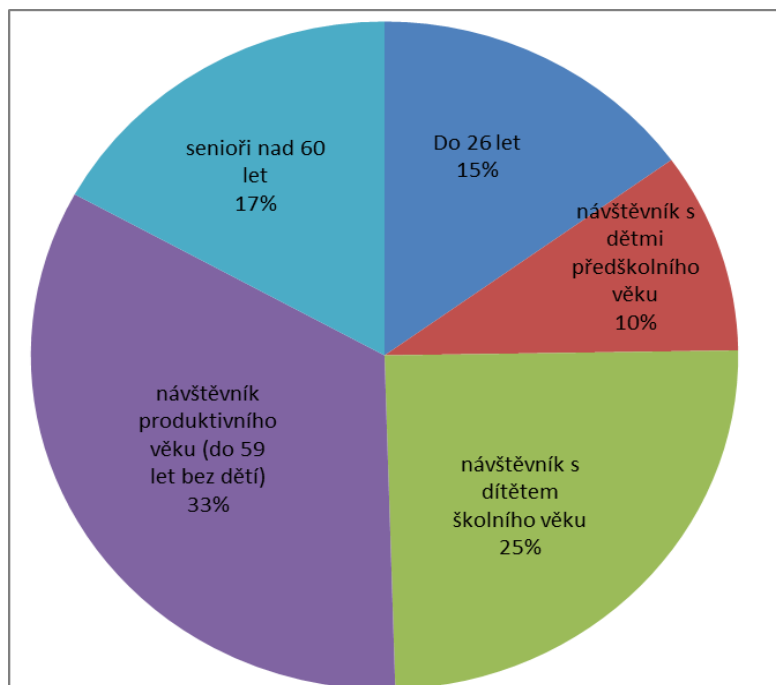
Ziel 3 | Cíl 3  
Ahoj sousede. Hallo Nachbar.  
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Výsledky průzkumu zaměřeného na bydliště respondentů – návštěvníků regionu Českého Švýcarska ukazují převahu návštěvníků z Ústeckého kraje, Prahy a Středočeského kraje, tedy téměř rezidentů (ÚK), návštěvníků ze sousedního kraje (StČ) a hlavního města. Překvapením je pak nízké procento návštěvníků z dalšího sousedícího kraje - Libereckého. Z výsledků je patrné, že současná marketingová kampaň vedená zejména v Ústeckém kraji cílí na nejpočetnější skupinu návštěvníků.

Doporučení do budoucna pak 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.

## Četnost návštěvníků podle věku (otázka č. 2)

Do 26 let	31	15%
Návštěvník s dětmi předškolního věku	20	10%
Návštěvník s dítětem školního věku	51	25%
Návštěvník produktivního věku (do 59 let bez dětí)	69	33%
Senioři nad 60 let	35	17%
	<b>206</b>	<b>100%</b>



GRAF 2 - Věková struktura 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



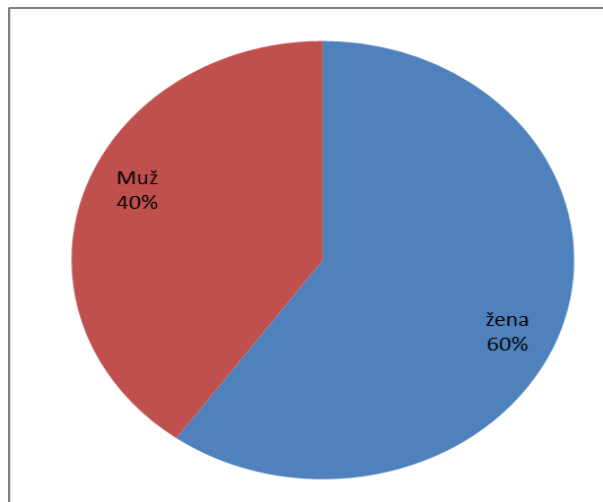
Ziel 3 | Cíl 3  
Ahoj sousede. Hallo Nachbar.  
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

Věková struktura souboru všech respondentů je očekávaná, 33 % respondentů se řadí do kategorie návštěvníků produktivního věku (do 59 let bez dětí), na druhém místě s 25% jsou návštěvníci s dítětem školního věku. Zde nebylo rozlišováno, zda jde o rodiče či prarodiče s dítětem školního věku. Další kategorie byly zastoupeny rovnoměrně. Respondenti často uváděli několik možností najednou. Příkladem může být mladá rodina s dítětem školního věku a druhým předškolního věku.

## Četnost návštěvníků podle pohlaví (otázka č. 1)

Žena	121	60%
Muž	81	40%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

Z dotazovaného vzorku 202 respondentů tvořily většinu ženy, v poměru 60:40 %. Jelikož bylo šetření prováděno na 10 lokacích nezávisle na sobě, nelze říci, že by byly záměrně dotazovány ženy.



GRAF 3 - Struktura respondentů podle pohlaví

## Inspirace k návštěvě regionu (otázka č. 4)

webové stránky	37	16%
média	34	15%
doporučení od známých	50	22%
veletrh cestovního ruchu	1	0%
něco jiného	107	47%
<b>CELKEM odpovědí</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

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

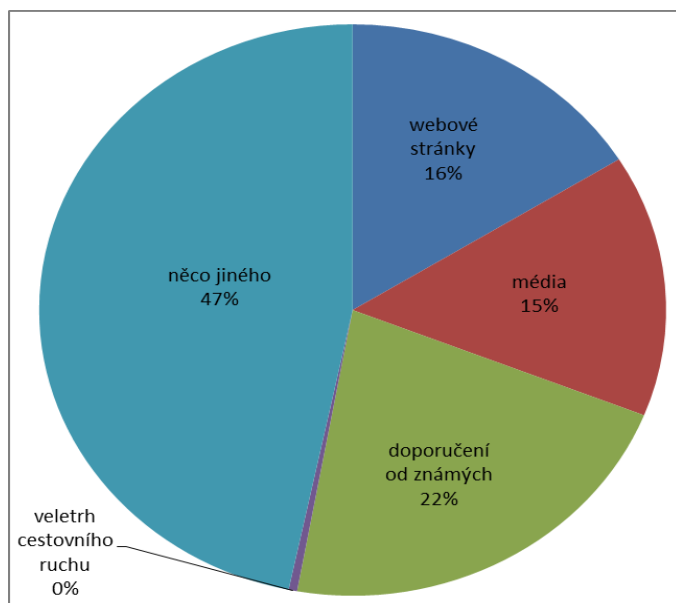
# TURISTIKA BEZ HRANIC



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



GRAF 4 – důvod návštěvy regionu

Graf 4 ukazuje zajímavé zjištění, že většinu dotázaných respondentů, 47%, inspirovalo k návštěvě regionu něco jiného než webové stránky, média či veletrh cestovního ruchu. Z doplňujících otázek bylo zjištěno, že se jedná návštěvníky, kteří se do regionu pravidelně vrací, často i několikrát do sezóny, 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. Roli hrál rovněž předchozí pracovní pobyt návštěvníka. Za zmínku stojí inspirace v podobě knihy o regionu. Ústní sdělení - doporučení od známých je zastoupeno 22% 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 16%, druhou 15% respondentů.

Menší počet respondentů uvedl kombinaci několika možností. Z kombinovaných odpovědí bylo nejčastěji uvedena odpověď „něco jiného“ + „médiá“.

# 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

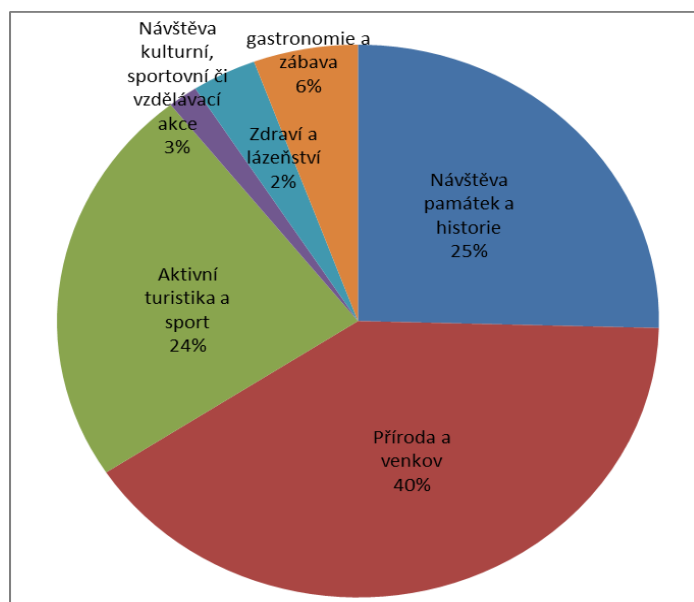


Ziel 3 | Cíl 3  
Ahoj sousede. Hallo Nachbar.  
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

## Účel návštěvy regionu České Švýcarsko (otázka č. 7)

Návštěva památek a historie	95	23,0%
Příroda a venkov	151	36,6%
Aktivní turistika a sport	88	21,3%
Zdraví a lázeňství	6	1,5%
Návštěva kulturní, sportovní či vzdělávací akce	13	3,1%
Gastronomie a zábava	21	5,1%
Práce, konference či služební cesta	2	0,5%
Návštěva příbuzných či známých	21	5,1%
Nákupy a služby v kraji	8	1,9%
Jiný důvod	8	1,9%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>413</b>	<b>100,0%</b>

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



GRAF 5 – účel návštěvy regionu

Graf 5 potvrzuje nejvyšší zájem návštěvníků o přírodní atraktivity, památky a turistiku. Kultura a historické památky společně tvoří 26,1% podíl. 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 dává potenciál do budoucna k růstu tohoto podílu, zejména pak v kontextu širší celostátní kampaně formou účasti na veletrzích cestovního ruchu nebo PR v celoplošných médiích.



# TURISTIKA BEZ HRANIC



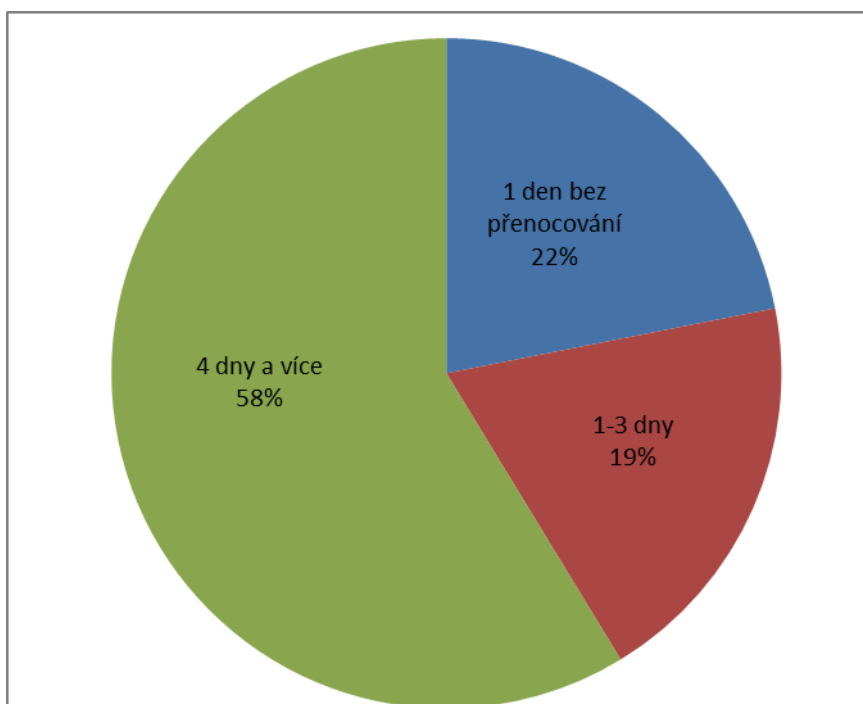
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



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

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

1 den bez přenocování	44	22%
1-3 dny	39	19%
4 dny a více	118	58%
Projíždím přes Ústecký kraj	0	0%
Neuvedeno	1	0%
<b>CELKEM odpovědí</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>



GRAF 6 - 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 plánuje strávit v regionu více než 4 dny, tedy dobu obvyklou pro trávení dovolené, eventuálně dobu kratší, s podílem víkendu 19%.

# TURISTIKA BEZ HRANIC



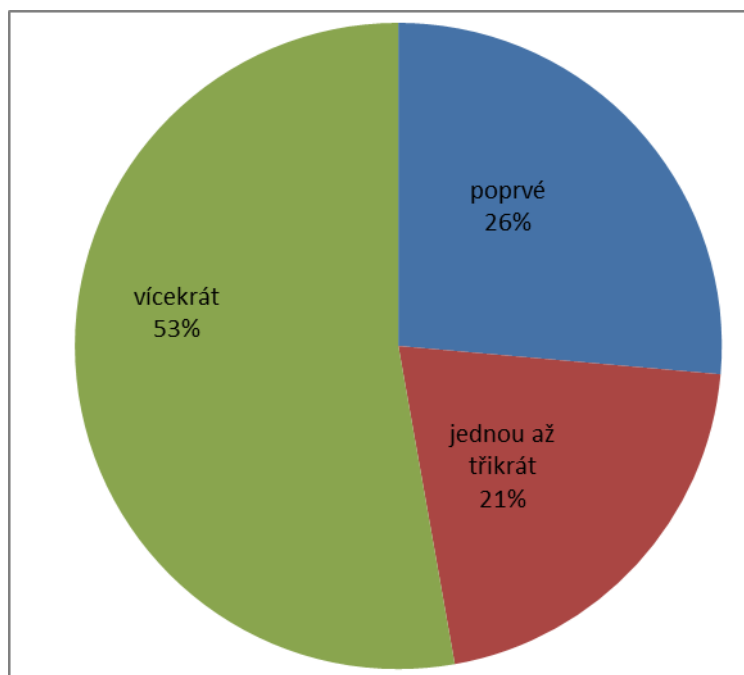
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



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	52	26%
jednou až třikrát	41	20%
vícekrát	104	51%
neuvedeno	5	2%
<b>CELKEM odpovědí</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>



GRAF 7 – četnost návštěv regionu

Zajímavé je srovnání návštěvníků z hlediska toho, kolikrát již navštívili region. Nejpočetněji jsou v celkovém souboru zastoupeni lidé, kteří do regionu jezdí několikrát do sezóny (53%) a dále návštěvníci, kteří přijeli poprvé (26%).

Z uvedených údajů vidíme, že plných 74% návštěvníků již region v minulosti navštívila. 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

## Shrnutí I. části analýzy sběru dat – Identifikace návštěvníka regionu

Primární marketingový průzkum návštěvnosti v regionu České Švýcarsko nepřináší ve své kvantitativní části žádná překvapivá zjištění. Z demografického hlediska jsou hlavní skupinou návštěvníků ekonomicky činní respondenti, převážně z Ústeckého kraje, na jehož území se region nachází, dále pak z Prahy a Středočeského kraje. Návštěvník přijíždí na kratší dobu, převážně do jednoho týdne, velmi často na víkend coby aktivní turista orientovaný na přírodní atraktivity, památky a historii. 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

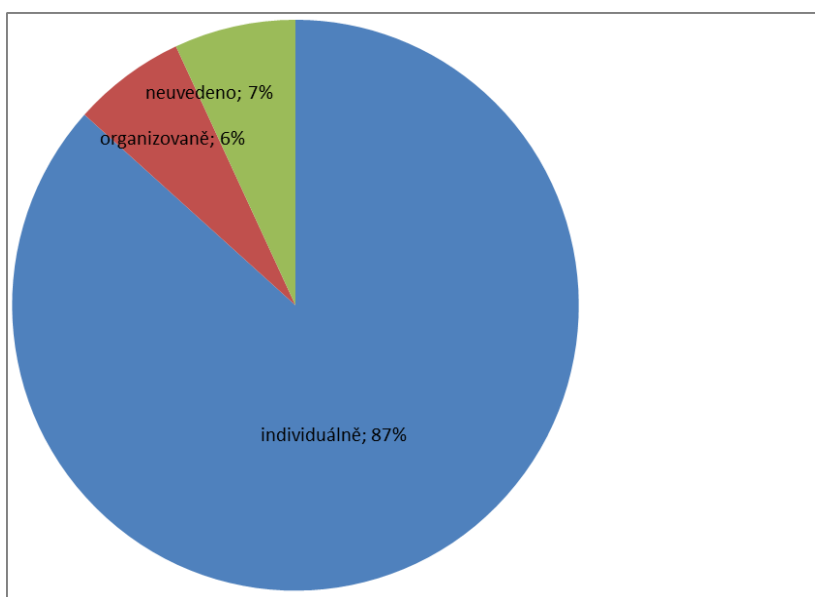


Ziel 3 | Cíl 3  
Ahoj sousede. Hallo Nachbar.  
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

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

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

individuálně	175	87%
organizovaně	13	6%
neuveдено	14	7%
<b>CELKEM odpovědí</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>



GRAF 8 – druh návštěvy

### Způsob dopravy návštěvníka do regionu (otázka č. 6)

motorovým vozidlem	151	72,2%
veřejnou dopravou	30	14,4%
na kole	7	3,3%
jinak	7	3,3%
neuveдено	14	6,7%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>209</b>	<b>100,0%</b>

Někteří respondenti uvedli více způsobů dopravy do regionu, proto se počet odpovědí neshoduje s počtem respondentů

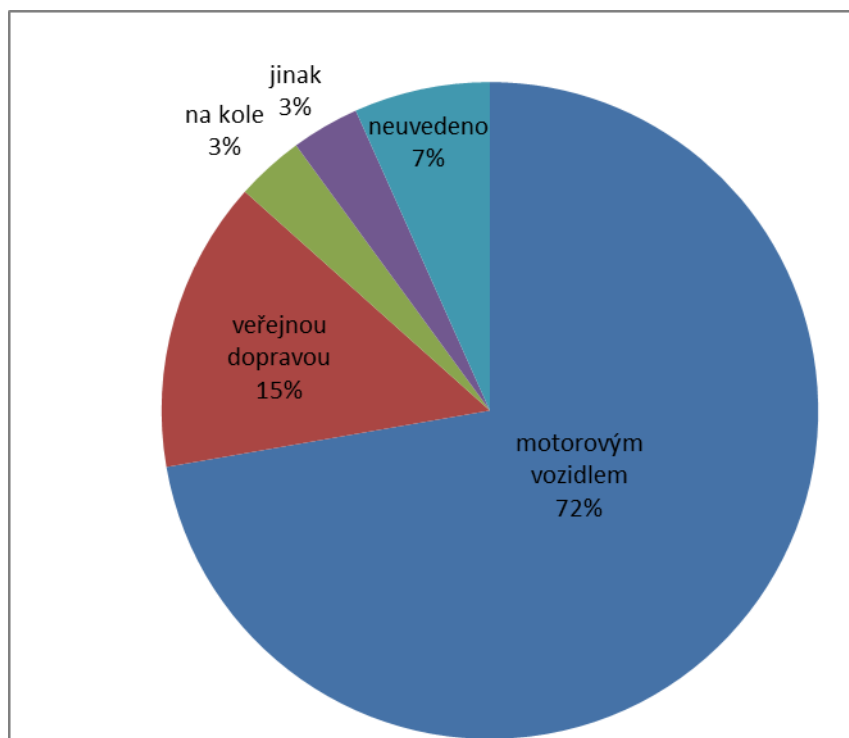
# TURISTIKA BEZ HRANIC



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



GRAF 9 – doprava do regionu

Jako nejrozšířenější dopravní prostředek s podílem 72%, který respondenti uvádějí při dopravě do regionu výzkum prokázal motorové vozidlo. Jedná se nejčastěji o osobní automobil, motocykl či autobus v případě návštěvníků, kteří přijeli organizovaně. Šetrná doprava, tedy prostředky hromadné přepravy osob (vlak, autobus) jsou zastoupeny v míře 15%.

Respondenti z Ústeckého kraje druhy šetrné dopravy preferují ve vyšší míře (57%) a výrazně od celého souboru respondentů akcentují další způsoby dopravy (pěšky, na kole, jinak), 6,6%. Důvodem je zejména blízkost bydliště či bydliště přímo v regionu.

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

hromadné ubytovací zařízení	93	46%
u známých	24	12%
jinde	50	25%
neuvedeno	35	17%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

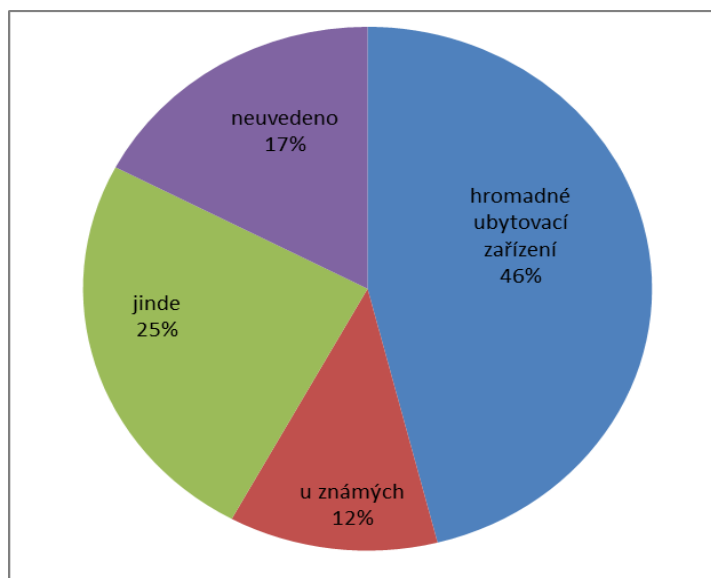
# TURISTIKA BEZ HRANIC



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 10 – preference ubytování

Téměř polovina návštěvníků přijíždějících do regionu preferuje ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních, tedy v hotelech, penzionech, kempech, ubytovnách či chatách - 46%.

Druhá nejčastější uvedená odpověď byla „jinde“. Na základě doplňujících otázek bylo zjištěno, že respondenti měli na mysli zejména vlastní chalupy, kam jezdí pravidelně, několikrát do sezóny. Zde se respondenti rozdělili do dvou skupin. 26% respondentů uvedlo možnost „jinde“ a nebrali v úvahu dovětek „placené“. 17% respondentů neodpovědělo, protože pobyt na vlastní chalupě není placený.

Možnost ubytování u známých při návštěvě regionu využilo 12% respondentů.

## Spokojenost respondentů s nabídkou a službami v regionu České Švýcarsko (otázka č. 11)

UBYTOVÁNÍ		
velmi spokojen	51	25,2%
spokojen	63	31,2%
průměrně	11	5,4%
nespokojen	1	0,5%
neuvedeno	76	37,6%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>202</b>	<b>100,0%</b>

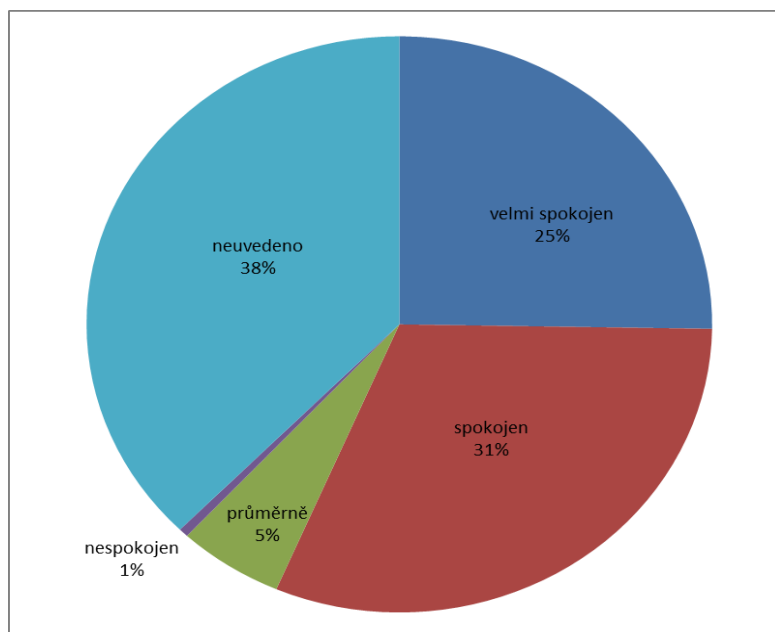
# TURISTIKA BEZ HRANIC



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 11–spokojenost s kvalitou ubytování

Z oněch 46% respondentů, kteří využili ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních v regionu byla více než polovina spokojena nebo velmi spokojena - 56,4%. Zde platí, že návštěvníci nehodnotili jednotlivé druhy ubytovacích zařízení a jejich míra spokojenosti odpovídá individuálně zvolenému typu ubytovacího zařízení a dává obraz o úrovni ubytování v regionu jako celku.

STRAVOVÁNÍ		
velmi spokojen	45	22,3%
spokojen	103	51,0%
průměrně	18	8,9%
nespokojen	2	1,0%
neuveдено	34	16,8%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>202</b>	<b>100,0%</b>

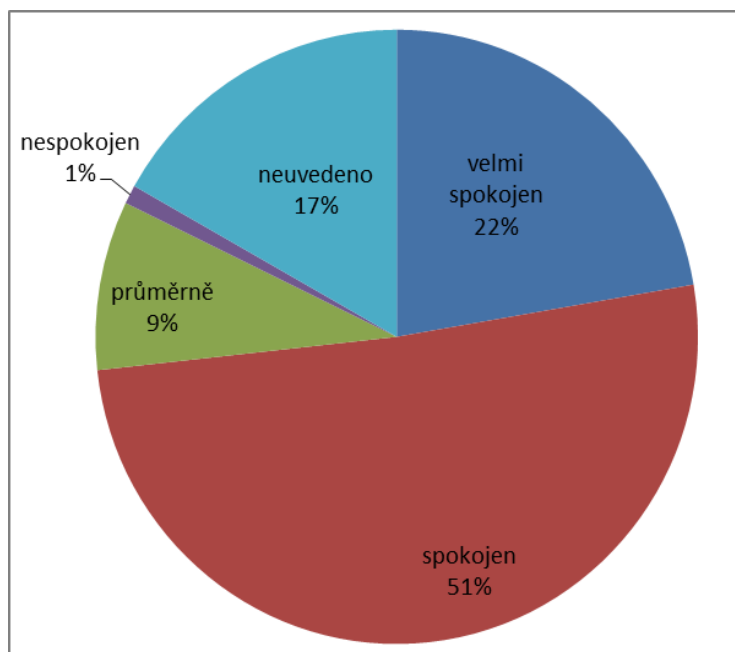
# TURISTIKA BEZ HRANIC



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 12 –spokojenost s kvalitou stravování

Plných 73,3% 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.

DALŠÍ SLUŽBY (infocentra, průvodcovské služby, doprava)		
velmi spokojen	75	37,1%
spokojen	98	48,5%
průměrně	9	4,5%
nespokojen	1	0,5%
nevedeno	19	9,4%
<b>CELKEM respondentů</b>	<b>202</b>	<b>100,0%</b>



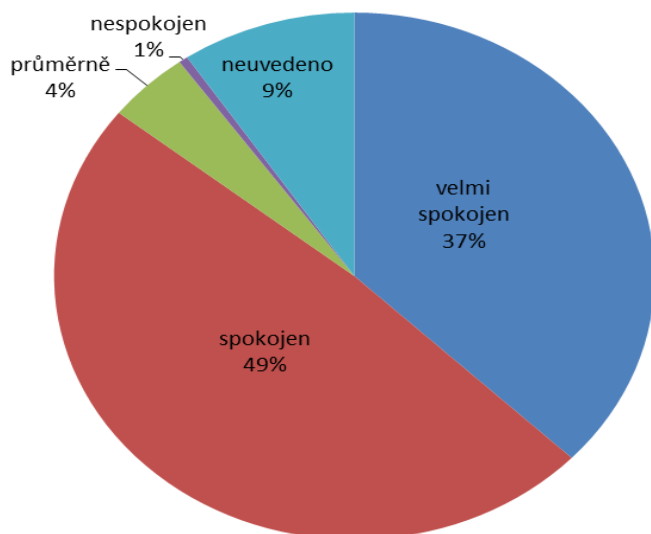
# TURISTIKA BEZ HRANIC



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 dalšími službami v regionu

Z dostupných dat vyplývá, že 85,6% 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](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 regionální dopravní obslužnost. Vlaky, autobusy, které využívají zejména turisté z Ústeckého kraje. Spokojenost vyplývá také z faktu, že ve sledovaném období červen – září, tedy v plné turistické sezóně, je obslužnost zajištěna nejlépe.

## 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.

# 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

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 nečistě 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.

Ústní doporučení k návštěvě Českého Švýcarska je zastoupeno 22%. 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

### 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.*

- Jakého jste pohlaví?**  
 žena  muž
- 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
- Odkud jste k nám dorazili?**  
 z Ústeckého kraje  z ČR (kraj).....  ze zahraničí .....
- Co Vás inspirovalo k návštěvě našeho kraje?**  
 webové stránky  média (tisk, TV, prop. materiály...)  doporučení od známých  
 veletrh cestovního ruchu  něco jiného
- Na dovolenou jste přijeli?**  
 individuálně  organizovaně (cestovní kancelář, cestovní agentura, škola...)
- Jak jste přijeli?**  
 Motorovým vozidlem  veřejnou dopravou  na kole  jinak
- 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
- Na jak dlouho tu jste?**  
 1 den bez přenocování  1 – 3 dny  4 a více dnů  projíždím přes Ústecký kraj
- Kde bydlíte**  
 v hromadném ubytovacím zař. (hotel, pension, kemp, ubytovny, chaty...)  u známých  jinde (placené)
- Kolikrát jste již navštívili náš kraj?**  
 poprvé  jednou až třikrát  vícekrát
- 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
- Co se Vám líbilo/nelíbilo?** .....

TURISTIKA BEZ HRANIC - TOURISMUS OHNE GRENZEN

PROJEKT TURISTIKA BEZ HRANIC BYL PODPŮREN 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



# 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 – 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](http://www.ziel3-cil3.eu)

## Příloha č. 3 – Podkladová data vyhodnocení dotazníku – excel

202 dotazníků vyhodnoceno, viz legenda a analýza