

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



ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI REGIONU ČESKÉ ŠVÝCARSKO, část II.

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: duben 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



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	19
Příloha č. 1 – Dotazník ve verzi pro české návštěvníky	30
Příloha č. 2 – Dotazník ve verzi pro zahraniční návštěvníky (v AJ a NJ verzi)	31
Příloha č. 3 – Legenda k přepisu dotazníku do excelu.....	32
Příloha č. 4 – Podkladová data vyhodnocení dotazníku – excel.....	33

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



Dotazník pro návštěvníky

Kvantitativní a kvalitativní metoda průzkumu a jeho vyhodnocení

Součástí 2. 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 219 dotazníků, které jsou vyhodnoceny níže. Sledované období bylo říjen 2013 až duben 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



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

TURISTIKA BEZ HRANIC



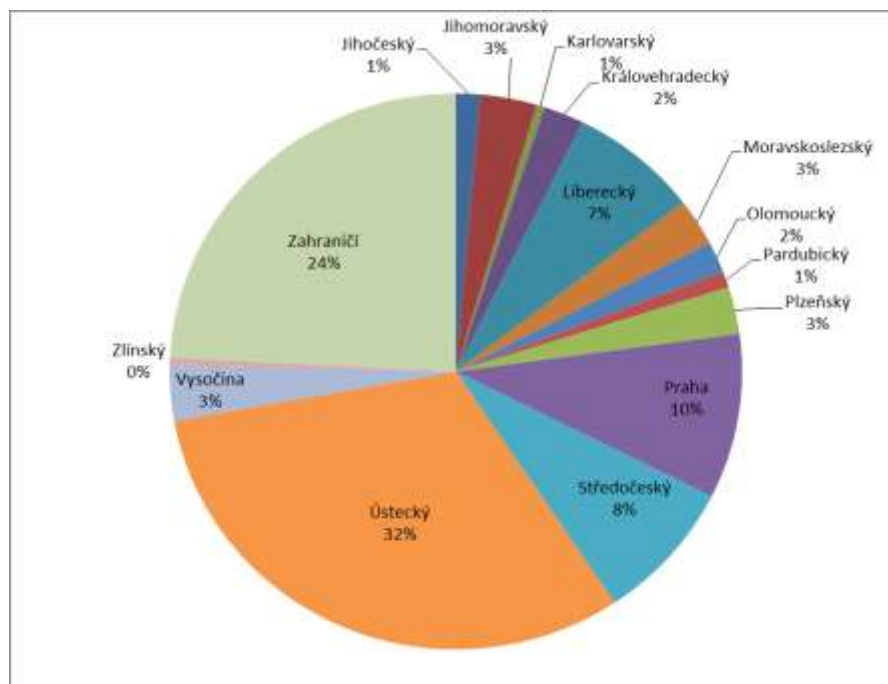
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Část I. - Identifikace návštěvníka regionu České Švýcarsko

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

Jihočeský	3	1 %
Jihomoravský	7	3 %
Karlovarský	1	0 %
Královehradecký	5	2 %
Liberecký	16	7 %
Moravskoslezský	6	3 %
Olomoucký	4	2 %
Pardubický	2	1 %
Plzeňský	6	3 %
Praha	21	10 %
Středočeský	18	8 %
Ústecký	69	32 %
Vysočina	7	3 %
Zlínský	1	0 %
Zahraničí	52	24 %
CELKEM respondentů	218	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



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.

Vysoký podíl návštěvníků z Ústeckého kraje je jistě dán i sledovaným obdobím, kdy bylo dotazníkové šetření realizováno. České Švýcarsko není typickou celoroční destinací. Výpadky v návštěvnosti jsou citelné zejména v zimním období. Naopak přes léto region a zejména oblast národního parku zažívá masivní nájezdy turistů. 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. Přesto na několika místech v regionu, pokud jsou příznivé sněhové podmínky, je možné užít typické zimní sporty jako je lyžování či „běžkování“. I tento fakt podporuje domněnku, že v regionu, hlavně během zimy, potkáme zejména návštěvníky z našeho kraje, kteří jezdí spíše na kratší, často jednodenní víkendové výlety či lyžování a plánují je tak, aby nebyli závislí na veřejných dopravních prostředcích. Další zimní pobyty tráví návštěvníci spíše v typických horských destinacích.

Přesto je mírným překvapením poměrně nízké procento – 7 % - návštěvníků z dalšího sousedícího kraje - Libereckého. Region České Švýcarsko je z Liberecka dobře dostupný. Můžeme se domnívat, že právě návštěvníci z Liberecka ale dávají přednost lyžařskému zimnímu vyžití v několika významných lyžařských střediscích, které mají v Libereckém kraji výborně dostupné. Z výsledků je patrné, že současná marketingová kampaň vedená zejména v Ústeckém kraji cílí na nejpočetnější skupinu návštěvníků.

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.

Velmi významnou skupinou návštěvníků pro region jsou zahraniční turisté, jejichž podíl v tomto šetření činil 24 %. Ze zahraničních návštěvníků byli nejvíce zastoupeni naši sousedé z Německa. Je to dáno i tím, že Němci jsou celoroční turisté, neodradí je nepříznivé ani chladné počasí, na výlety a dovolené často jezdí právě na podzim a na jaře, kdy nejsou turistické destinace přeplněné návštěvníky.

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



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

Níže uvádíme pro srovnání vedle sebe data z prvního a druhého šetření. Většina položek zůstává bez výraznější změny. Největší rozdíly můžeme sledovat v procentuálním zastoupení návštěvníků z Prahy, kde nastal pokles o 7 %. Mírný pokles jsme zaznamenali také u kraje Středočeského. Naopak právě zahraničních turistů přibýlo o 16 %. V tabulce níže můžeme zjistit složení zahraničních návštěvníků.

II. šetření			I. šetření		
Jihočeský	3	1 %	Jihočeský	4	2 %
Jihomoravský	7	3 %	Jihomoravský	10	5 %
Karlovarský	1	0 %	Karlovarský	4	2 %
Královehradecký	5	2 %	Královehradecký	3	1 %
Liberecký	16	7 %	Liberecký	10	5 %
Moravskoslezský	6	3 %	Moravskoslezský	7	3 %
Olomoucký	4	2 %	Olomoucký	3	1 %
Pardubický	2	1 %	Pardubický	6	3 %
Plzeňský	6	3 %	Plzeňský	8	4 %
Praha	21	10 %	Praha	35	17 %
Středočeský	18	8 %	Středočeský	23	11 %
Ústecký	69	32 %	Ústecký	69	34 %
Vysočina	7	3 %	Vysočina	3	1 %
Zlínský	1	0 %	Zlínský	0	0 %
Zahraničí	53	24 %	Zahraničí	17	8 %
CELKEM respondentů	219	100 %	CELKEM respondentů	202	100 %

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

Zahraničí:	% z celku	
Německo	36	16 %
Polsko	4	2 %
Velká Británie	3	1 %
Rakousko	2	1 %
Vietnam	2	1 %
Argentina	1	0 %
Nizozemí	1	0 %
Kanada	1	0 %
Lucembursko	1	0 %
Slovensko	1	0 %
Švýcarsko	1	0 %
CELKEM respondentů	53	24 %

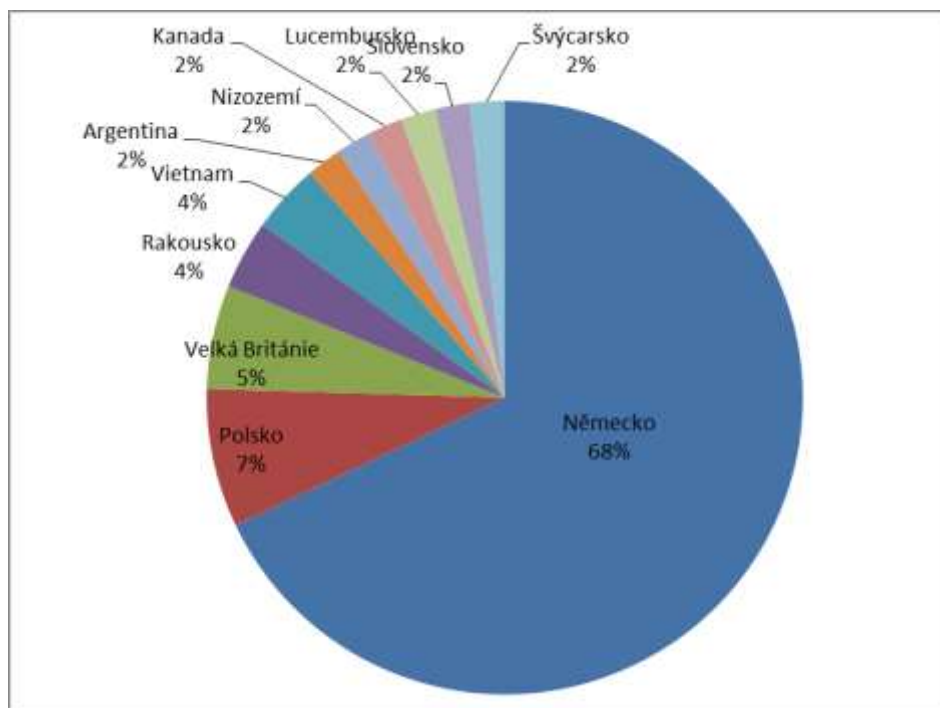
TURISTIKA BEZ HRANIC



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
 Aktivnější Evropa, Hlavní prioritní osa
 2022-2023, www.ziel3-cil3.eu



GRAF 2 – Rozložení zahraničních respondentů

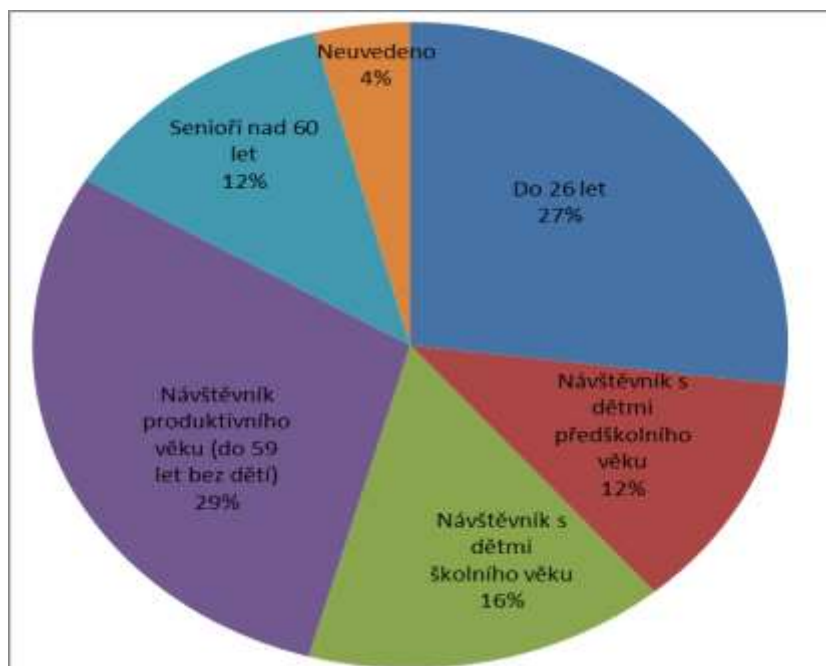
Četnost návštěvníků podle věku (otázka č. 2)

Do 26 let	59	27 %
Návštěvník s dětmi předškolního věku	26	12 %
Návštěvník s dětmi školního věku	34	16 %
Návštěvník produktivního věku (do 59 let bez dětí)	64	29 %
Senioři nad 60 let	27	12 %
Neuvedeno	9	4 %
CELKEM respondentů	219	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



GRAF 3 - Věková struktura respondentů

Věková struktura souboru všech respondentů se rozdělila poměrně rovnoměrně. 29 % respondentů se řadí do kategorie návštěvník produktivního věku (do 59 let bez dětí), na druhém místě s 27 % 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.

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

	II. šetření		I. šetření	
Do 26 let	59	27 %	31	15 %
Návštěvník s dětmi předškolního věku	26	12 %	20	10 %
Návštěvník s dětmi školního věku	34	16 %	51	25 %
Návštěvník produktivního věku (do 59 let bez dětí)	64	29 %	69	33 %
Senioři nad 60 let	27	12 %	35	17 %
Neuvedeno	9	4 %		
CELKEM respondentů	219		206	

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

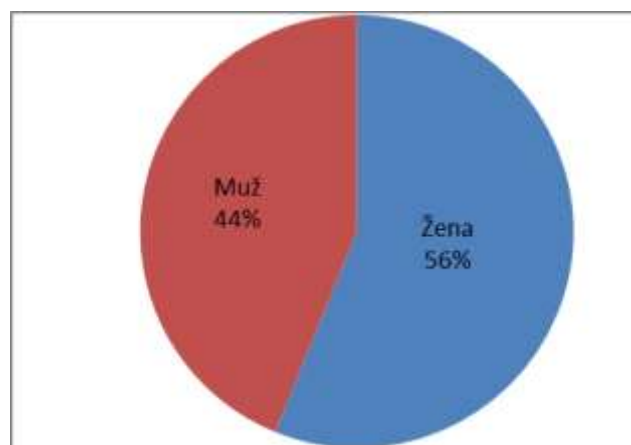


I v této otázce nás zajímaly změny v rozložení respondentů při prvním a druhém šetření. Oproti prvnímu šetření je viditelný nárůst u kategorie do 26 let a naopak významný pokles u kategorie návštěvníků s dětmi. Kategorie seniorů také zaznamenala mírný pokles.

Četnost návštěvníků podle pohlaví (otázka č. 1)

Žena	123	56 %
Muž	96	44 %
CELKEM respondentů	219	100 %

Z dotazovaného vzorku 219 respondentů tvořily většinu ženy, v poměru 56:44 %. Jelikož bylo šetření prováděno v 10 lokalitách nezávisle na sobě, nelze říci, že by byly záměrně dotazovány ženy.



GRAF 4 - Struktura respondentů podle pohlaví

Inspirace k návštěvě regionu (otázka č. 4)

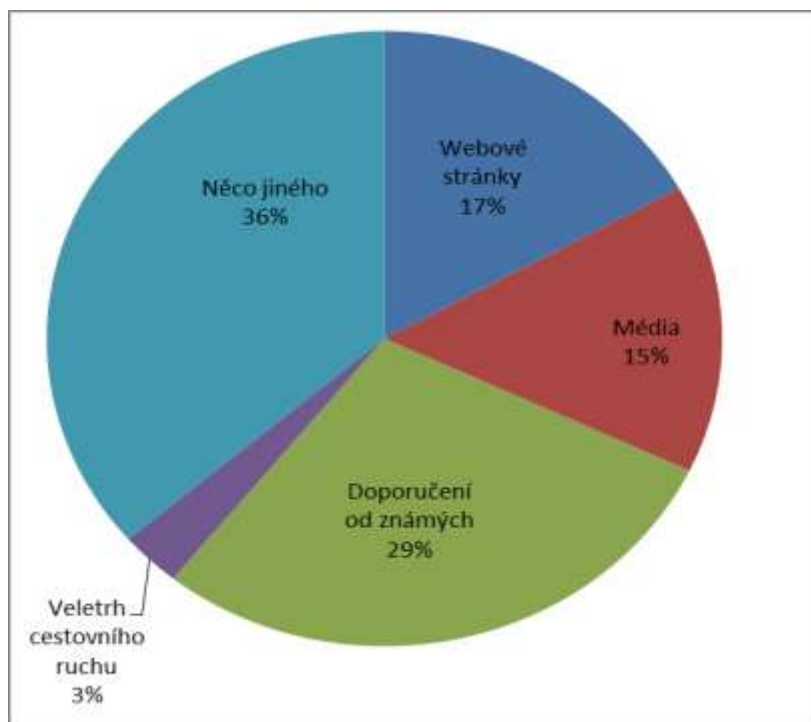
Webové stránky	40	17 %
Média	36	15 %
Doporučení od známých	68	29 %
Veletrh cestovního ruchu	7	3 %
Něco jiného	86	36 %
CELKEM odpovědí	237	100 %

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



GRAF 5 – důvod návštěvy regionu

Graf 5 ukazuje zajímavé zjištění, že většinu dotázaných respondentů - 36 %, 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 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. 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 17 %, druhou 15 % respondentů. Veletrh cestovního ruchu uvedly pouze 3 % 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.

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

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



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

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

Při porovnání dat z prvního a druhého šetření 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.

Zároveň ve druhém šetření můžeme sledovat pokles respondentů, kteří uvedli v otázce inspirace k návštěvě odpověď „něco jiného“. Jak již bylo zmíněno, nejčastěji tuto odpověď uváděli chalupáři, tedy pravidelní návštěvníci regionu. V zimním období ale i počet těchto návštěvníků klesá, nejezdí na chalupu tak často. Mnohdy nejsou chalupy v regionu, například v národním parku, zimnímu pobytu vůbec přizpůsobené, proto je majitelé využívají v období jaro až podzim a na zimu je zazimují.

TURISTIKA BEZ HRANIC



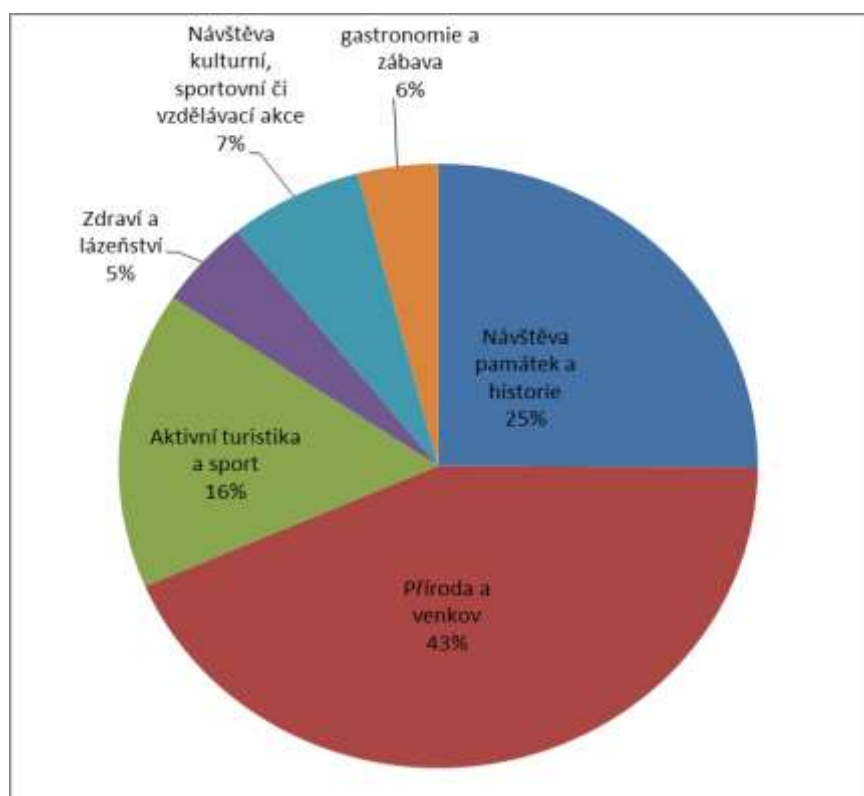
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Účel návštěvy regionu České Švýcarsko (otázka č. 7)

Návštěva památek a historie	74	22 %
Příroda a venkov	128	37 %
Aktivní turistika a sport	47	14 %
Zdraví a lázeňství	14	4 %
Návštěva kulturní, sportovní či vzdělávací akce	20	6 %
Gastronomie a zábava	12	3 %
Práce, konference či služební cesta	4	1 %
Návštěva příbuzných či známých	30	9 %
Nákupy a služby v kraji	8	2 %
Jiný důvod	6	2 %
CELKEM respondentů	343	100 %

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



GRAF 6 – účel návštěvy regionu

Graf 6 potvrzuje hypotézu, že návštěvníci do regionu míří nejčastěji kvůli přírodě. Nejvyšší zájem návštěvníků je o přírodní atraktivity, památky a turistiku. Příroda a venkov je cílem návštěvy pro 43 %

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



dotázaných respondentů, na druhém místě návštěvníci realizují návštěvy památek a zajímavá je historie- 25 %. Aktivní turistika a sport tvoří 16 % 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 účastí na úžeji zaměřených veletrzích cestovního ruchu nebo PR v celoplošných médiích.

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

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

Porovnáme-li data získaná k této otázce v prvním a druhém šetření, můžeme sledovat pokles podílu respondentů, kteří uvedli, že přijeli do regionu za aktivní turistikou a sportem. Naopak 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.

U této otázky mohli respondenti uvádět i více odpovědí, což využívali často. Nejčastější kombinace odpovědí byla Návštěva památek a historie + Příroda a venkov + Aktivní turistika a sport.

TURISTIKA BEZ HRANIC

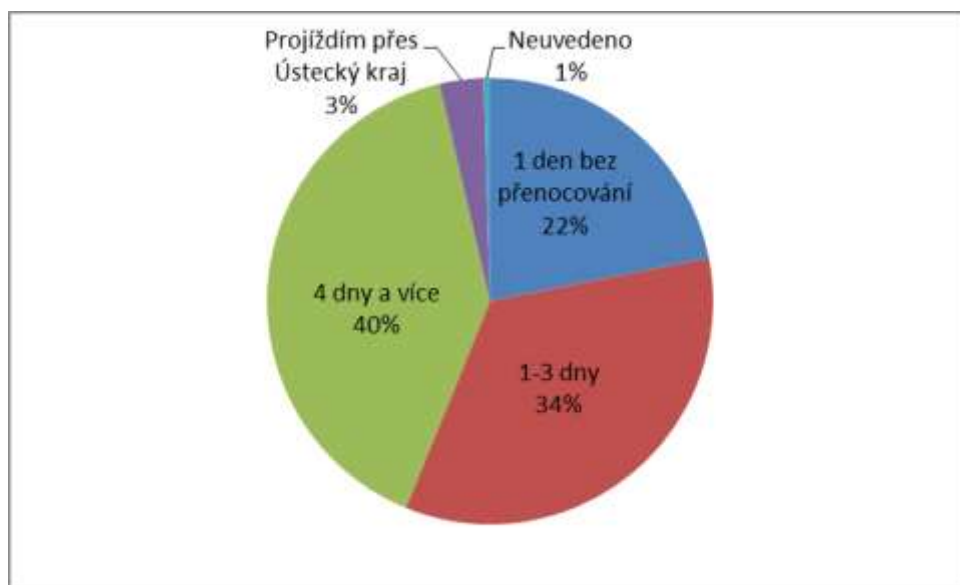


Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



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

1 den bez přenocování	48	22 %
1-3 dny	75	34 %
4 dny a více	88	40 %
Projíždím přes Ústecký kraj	7	3 %
Neuvedeno	1	0 %
CELKEM odpovědí	219	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 40 % respondentů plánuje strávit v regionu více než 4 dny, tedy dobu obvyklou pro trávení dovolené, eventuálně dobu kratší, s podílem víkendu 34 %.

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. 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



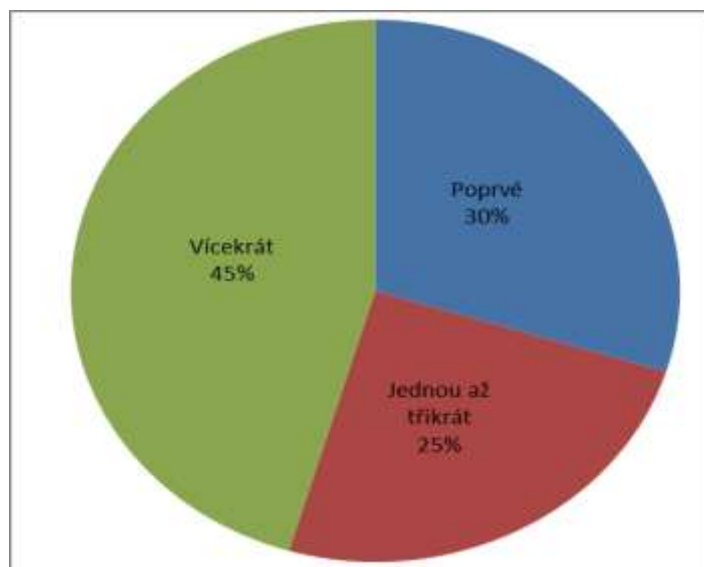
Porovnání doby návštěvy regionu České Švýcarsko v I. a II. šetření (otázka č. 8)

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

Při porovnání dat z prvního a druhého šetření vidíme výrazný nárůst pobytů na 1-3 dny a naopak výrazný pokles pobytů na 4 a více dní. Jak jsme již na začátku zmínili, může to být způsobeno zimním obdobím, kdy návštěvníci jezdí spíše na kratší pobyty.

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

Poprvé	65	30 %
Jednou až třikrát	54	25 %
Vícekrát	99	45 %
Neuvedeno	1	0 %
CELKEM odpovědí	219	100 %



GRAF 8 – četnost návštěv 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



Zajímavé je srovnání návštěvníků z hlediska toho, kolikrát již navštívili region. Nejpočetněji jsou v celkovém souboru zastoupeni lidé, kteří do regionu jezdí opakovaně (45 %) a dále návštěvníci, kteří naopak přijeli poprvé (30 %).

Z uvedených údajů vidíme, že plných 70 % 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 prvonávštěvníků, a to nejen z hlediska motivace k prvnímu příjezdu, ale i z hlediska kvality jejich prvního dojmu a ochoty se opětovně vracet.

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

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

U této otázky se poměry odpovědí respondentů příliš nezměnily. Zaznamenali jsme mírný pokles počtu návštěvníků, kteří přijeli opakovaně. Jak bylo již zmíněno, jedná se často o chalupáře, kteří v zimním období na chalupy nejedí nebo mnohem méně často.

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



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, převážně z Ústeckého kraje, na jehož území se region nachází, dále pak z Prahy a Středočeského kraje. Vzrostl podíl návštěvníků ze zahraničí. 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

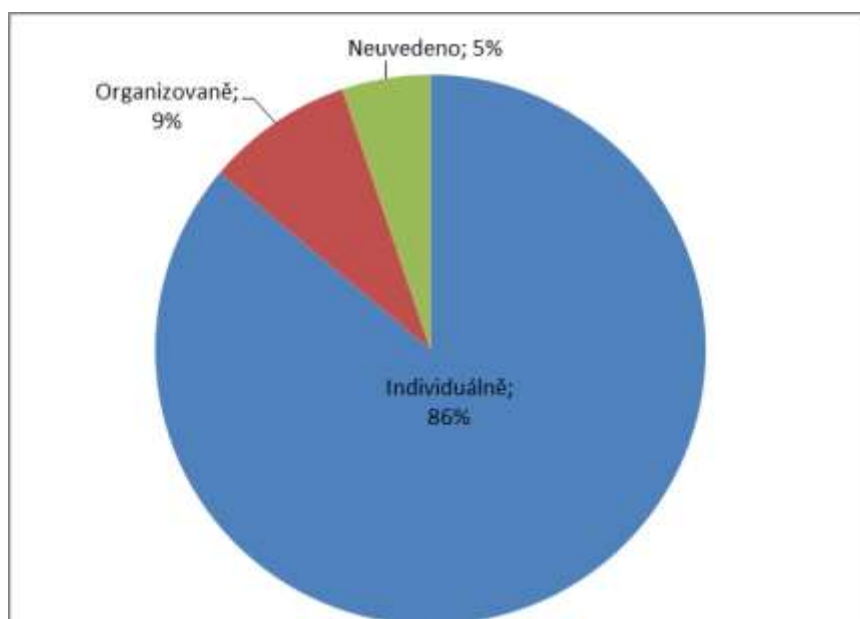


Část II. – doprava návštěvníka regionu a hodnocení úrovně služeb

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

Individuálně	149	86 %
Organizovaně	15	9 %
Neuvedeno	9	5 %
CELKEM odpovědí	173	100 %

U této otázky byl při vyhodnocování zohledněn fakt, že 45 zahraničních respondentů zodpovědělo zjednodušenou variantu dotazníku pro cizince, kde tato otázka chybí. Zjednodušený dotazník viz příloha č.2 této zprávy.



GRAF 9 – způsob zajištění dopravy do regionu

Uvedená data dokazují, že výrazná většina návštěvníků jezdí na dovolenou individuálně, plných 86 %. Respondenti, kteří přijeli organizovaně - 9 %, 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

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

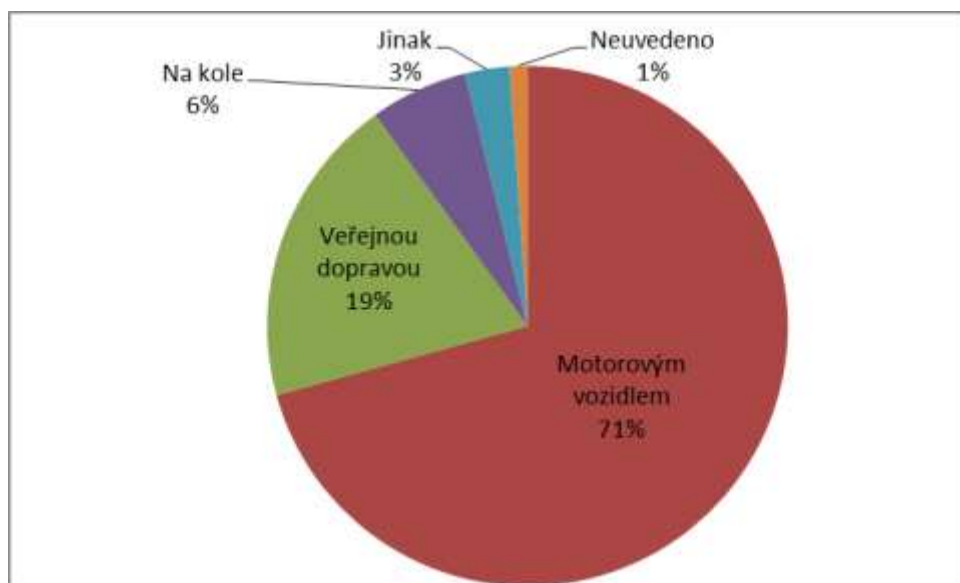


například o učitele, kteří přijeli do regionu pracovně se školní třídou. Do skupiny respondentů, kteří přijeli organizovaně nezapadají rodiny s dětmi. Ty jezdí individuálně.

Způsob dopravy návštěvníka do regionu (otázka č. 6)

Motorovým vozidlem	128	71 %
Veřejnou dopravou	35	19 %
Na kole	11	6 %
Jinak	5	3 %
Neuvedeno	2	1 %
CELKEM respondentů	181	100 %

U této otázky byl při vyhodnocování zohledněn fakt, že 45 zahraničních respondentů zodpovědělo zjednodušenou variantu dotazníku pro cizince, kde tato otázka chybí. Někteří respondenti uvedli více způsobů dopravy do regionu, proto se počet odpovědí neshoduje s počtem respondentů. Zjednodušený dotazník viz příloha č.2 této zprávy.



GRAF 10 – doprava do regionu

Jako nejrozšířenější dopravní prostředek s podílem 71 %, 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 19 %. Způsob dopravy na kole je

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



zastoupen jen v malé míře - 6 % . Je to způsobeno obdobím, ve kterém probíhalo druhé dotazníkové šetření (říjen až duben).

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.

Porovnání respondentů podle způsobu dopravy do regionu v I. a II. šetření (otázka č. 6)

II. šetření			I. šetření	
Motorovým vozidlem	128	71 %	151	72 %
Veřejnou dopravou	35	19 %	30	14 %
Na kole	11	6 %	7	3 %
Jinak	5	3 %	7	3 %
Neuvedeno	2	1 %	14	7 %
CELKEM respondentů	181	100 %	209	100 %

Při porovnání výsledků prvního a druhého šetření vidíme, že podíl respondentů, kteří do regionu přijeli motorovým vozidlem zůstává konstantní. Mírně vzrostl podíl návštěvníků, kteří přijeli veřejnou dopravou ze 14 na 19 %.

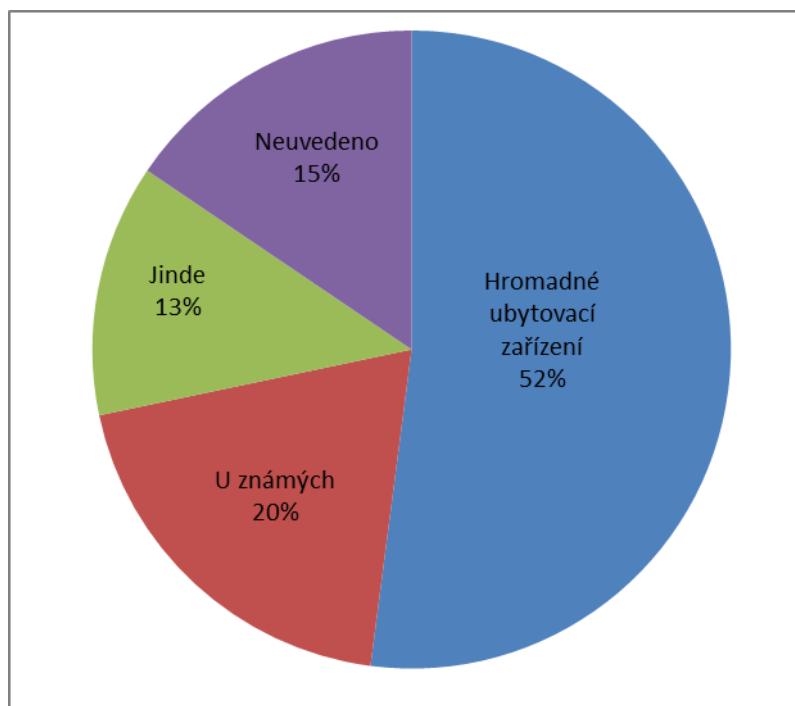
Preference ubytovacích zařízení v regionu České Švýcarsko (otázka č. 9)

Hromadné ubytovací zařízení	114	52 %
U známých	43	20 %
Jinde	28	13 %
Neuvedeno	34	16 %
CELKEM respondentů	219	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



GRAF 11 – preference ubytování

Více než polovina návštěvníků přijíždějících do regionu preferuje ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních, tedy v hotelech, penzionech, kempech, ubytovnách či chatách - 52 %.

Druhá nejčastější uvedená odpověď byla u známých - 20 %. Tuto odpověď nejčastěji volili návštěvníci, kteří do regionu přijíždí za příbuznými nebo známými a nemusí tedy využít placené ubytování. Možnost „jinde“ byla uvedena jako třetí nejčastější. Na základě doplňujících otázek bylo zjištěno, že respondenti měli na mysli zejména vlastní chalupy, kam jezdí pravidelně. Zde se respondenti rozdělili do dvou skupin. 13 % respondentů uvedlo možnost „jinde“ a nebrali v úvahu dovětek „placené“, i když ubytování na vlastní chalupě není placené. 15 % respondentů neodpovědělo, protože pobyt na vlastní chalupě není placený a tedy nezapadá do žádné kategorie.

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



Porovnání respondentů podle preference ubytovacích zařízení v regionu České Švýcarsko v I. a II. šetření (otázka č. 6)

II. šetření			I. šetření	
Hromadné ubytovací zařízení	114	52 %	93	46 %
U známých	43	20 %	24	12 %
Jinde	28	13 %	50	25 %
Neuvedeno	34	16 %	35	17 %
CELKEM respondentů	219	100 %	202	100 %

Z dat v prvním a druhém šetření je možno vyčíst rozdíly v počtu návštěvníků, kteří přijeli ve sledovaném období do regionu a bydleli u známých – v tomto případě počet respondentů stoupl o 8 %. Naopak klesl počet respondentů, kteří odpověděli, že bydlí jinde. To se týká zejména chalupářů, kteří v zimním období jezdí do regionu méně často a zůstávají kratší dobu.

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 45 zahraničních respondentů zodpovědělo zjednodušenou variantu dotazníku pro cizince, kde tato otázka chybí. Zjednodušený dotazník viz příloha č.2 této zprávy.

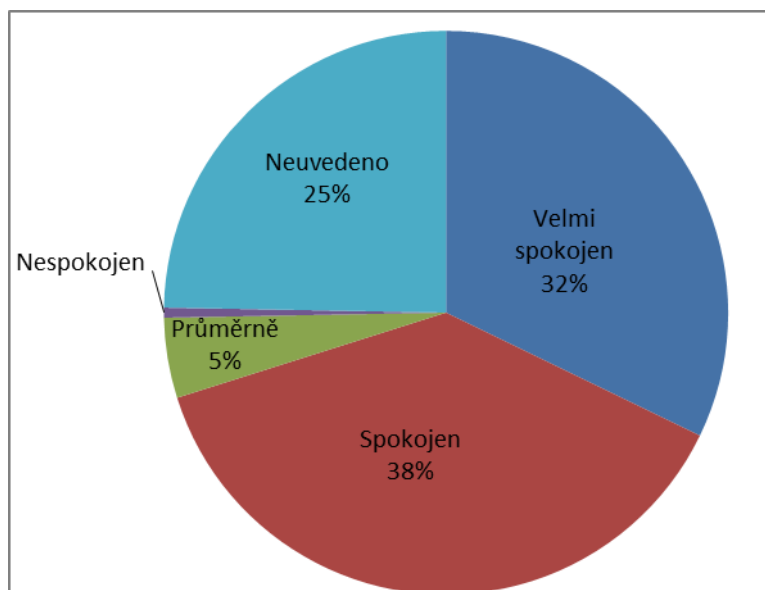
Navíc některé podotázky obvykle nezodpovídají respondenti, kteří bydlí u známých nebo „jinde“ (např. na chalupě).

UBYTOVÁNÍ		
Velmi spokojen	56	32 %
Spokojen	66	38 %
Průměrně	8	5 %
Nespokojen	1	1 %
Neuvedeno	43	25 %
CELKEM respondentů	174	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



GRAF 12–spokojenost s kvalitou ubytování

Z oněch 52 % respondentů, kteří využili ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních v regionu byla velká většina spokojena nebo velmi spokojena – plných 93 %. Zde 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. a II. šetření (otázka č. 11-1)

II. šetření			I. šetření	
UBYTOVÁNÍ				
Velmi spokojen	56	32 %	51	25 %
Spokojen	66	38 %	63	31 %
Průměrně	8	5 %	11	5 %
Nespokojen	1	1 %	1	1 %
Neuvedeno	43	25 %	76	38 %
CELKEM respondentů	174	100 %	202	100 %

TURISTIKA BEZ HRANIC



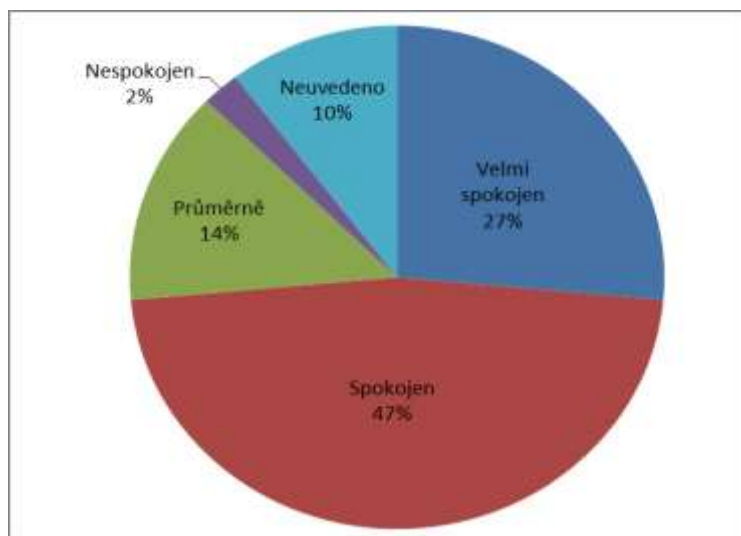
Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



V otázce vývoje spokojenosti návštěvníků s ubytováním můžeme sledovat nárůst počtu těch, kteří byli s ubytováním velmi spokojeni, i těch, kteří uvedli možnost „spokojen“. Naopak klesl počet respondentů, kteří ubytování nehodnotili, protože bydleli „jinde“.

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

STRAVOVÁNÍ		
Velmi spokojen	46	26 %
Spokojen	82	47 %
Průměrně	24	14 %
Nespokojen	4	2 %
Neuvedeno	18	10 %
CELKEM respondentů	174	100 %



GRAF 13 –spokojenost s kvalitou stravování

Plných 74 % 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 14 % návštěvníků. Nejvíce nespokojených respondentů a těch, kteří byli spokojeni průměrně bylo v lokalitách Šluknov a Jetřichovice.

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



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

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

V této otázce můžeme sledovat mírné změny téměř u všech položek. Nárůst jsme zaznamenali u počtu velmi spokojených a průměrně spokojených návštěvníků. Pokles se týká spokojených návštěvníků a těch, kteří stravování v regionu nehodnotili.

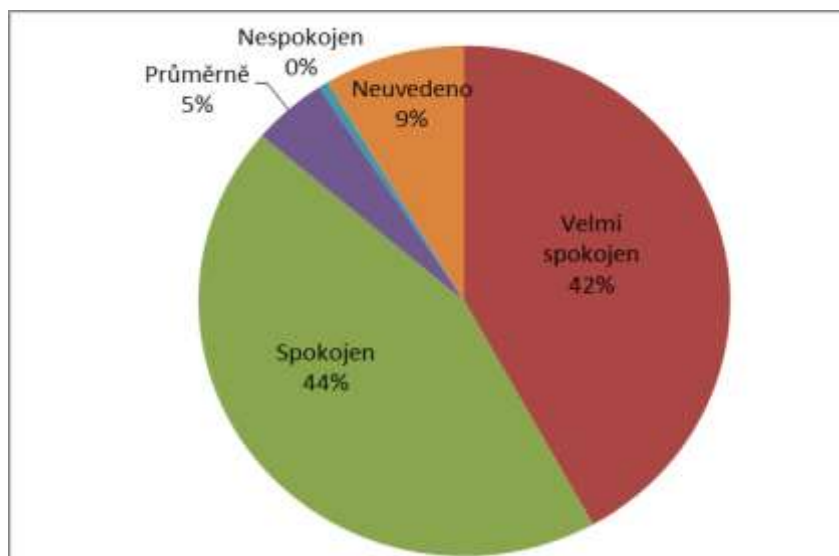
Spokojenost respondentů s dalšími službami v regionu České Švýcarsko (otázka č. 11-3)

DALŠÍ SLUŽBY (infocentra, průvodcovské služby, doprava)		
Velmi spokojen	73	42 %
Spokojen	77	44 %
Průměrně	8	5 %
Nespokojen	1	1 %
Neuvedeno	15	9 %
CELKEM respondentů	174	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



GRAF 14–spokojenost s dalšími službami v regionu

Z dostupných dat vyplývá, že 86 % 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. Ve sledovaném období říjen – duben, tedy mimo turistickou sezónu, je obslužnost zajištěna jen omezeně.

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



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

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

Průběh šetření ukazuje, že přibýlo velmi spokojených návštěvníků a ubylo spokojených. Vzhledem k tomu, že u ostatních položek změny nenastaly, můžeme vyvozovat, že se zlepšila úroveň poskytovaných služeb, 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



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, nezdědka 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 nezdědka 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 %, ve druhém 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



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.

- 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



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/Bekanntem 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



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
Aktivnější, inkluzivnější
2021-2023. www.ziel3-cil3.eu

Příloha č. 4 – Podkladová data vyhodnocení dotazníku – excel

219 dotazníků vyhodnoceno, viz legenda a analýza