



AŤ JSOU JIŽNÍ ČECHY CHYTRÉ!

KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU JIHOČESKÉHO KRAJE 2021–2030

PŘÍLOHA č. 2e: Průzkum spokojenosti návštěvníků

LÉTO & PODZIM V JIŽNÍCH ČECHÁCH – SLEVOVÉ VOUCHERY NA UBYTOVÁNÍ A ATRAKTIVITY

Obsah:

Úvod.....	3
Jak jste si užili dovolenou v jižních Čechách?	6
Jak jste se dozvěděli o možnosti získat slevový voucher na ubytování v jižních Čechách?	6
Přiměla Vás možnost získat slevový voucher na ubytování strávit dovolenou v jižních Čechách?	6
Jak hodnotíte systém získání slevového voucheru na ubytování prostřednictvím webu leto.jiznicechy.cz?	7
Ohodnoťte známkou jako ve škole kvalitu následujících služeb:.....	7
Využil/a byste v budoucnu dalších slev na ubytování a atraktivitu, kdyby byly k dispozici?	8
Využil/a jste slevové vouchery nabízené v jiných regionech?	8
Kde je podle Vás „brána do jižních Čech“?.....	9
Zaškrtněte, které oblasti podle Vás do jižních Čech NEPATŘÍ?.....	10
Víte, že další tipy na výlety či dovolenou v jižních Čechách naleznete na www.jiznicechy.cz a že můžete sledovat @jiznicechy také na facebooku a instagramu?.....	11
Víte, že systém slevových voucherů, web www.jiznicechy.cz , tištěné průvodce a mnoho dalších projektů v cestovním ruchu pro region zajišťuje Jihočeská centrála cestovního ruchu (www.jccr.cz), která je příspěvkovou organizací Jihočeského kraje?	11
Chtěl/a byste nám něco vzkázat? Máte nějakou negativní/pozitivní zkušenost, o kterou se chcete podělit?	12

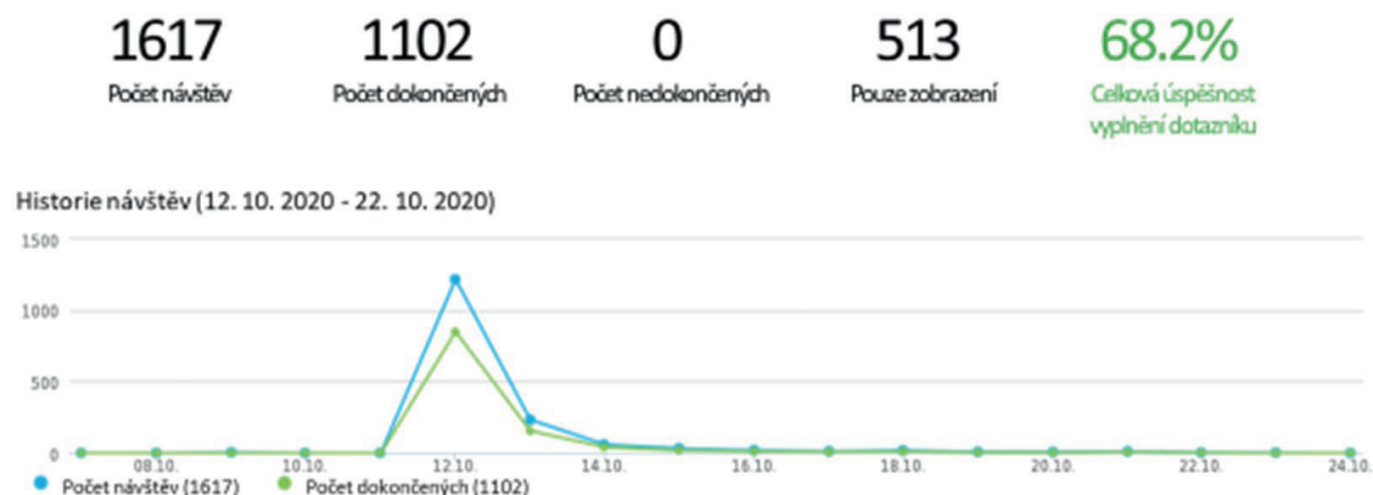
Úvod

Předmětem dotazníkového šetření bylo zjištění spokojenosti návštěvníků, kteří využili pro svůj pobyt slevový voucher v rámci kampaně Létá & Podzim v jižních Čechách zorganizované za účelem zmírnění negativních dopadů Covid krize.

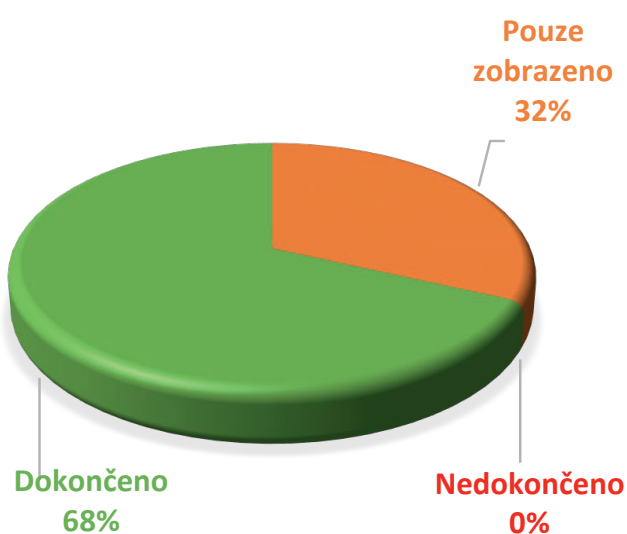
Výsledky dotazníkového šetření byly rovněž využity pro přípravu Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030. V této souvislosti byl dotazník rozšířen i o otázky, jejichž odpovědi ovlivnily nastavení směru některých návrhů řešení.

Dotazník byl rozeslán na 4 373 e-mailových adres návštěvníků, kteří pro svůj pobyt v jižních Čechách v termínu 15. 6.–30. 9. 2020 využili slevový voucher (pozn.: 1 slevový voucher = 1 e-mailová adresa = min. 2 osoby). Na dotazník celkem odpovědělo 1 102 respondentů. Dotazník byl rozeslán na všechny e-mailové adresy ve dnech 12. – 13. 10. 2020, sběr dat byl ukončen 24. 10. 2020.

Statistika respondentů



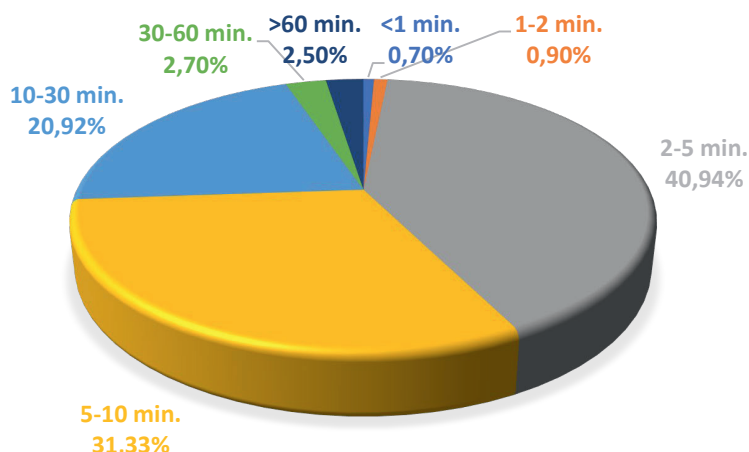
Celkem návštěv



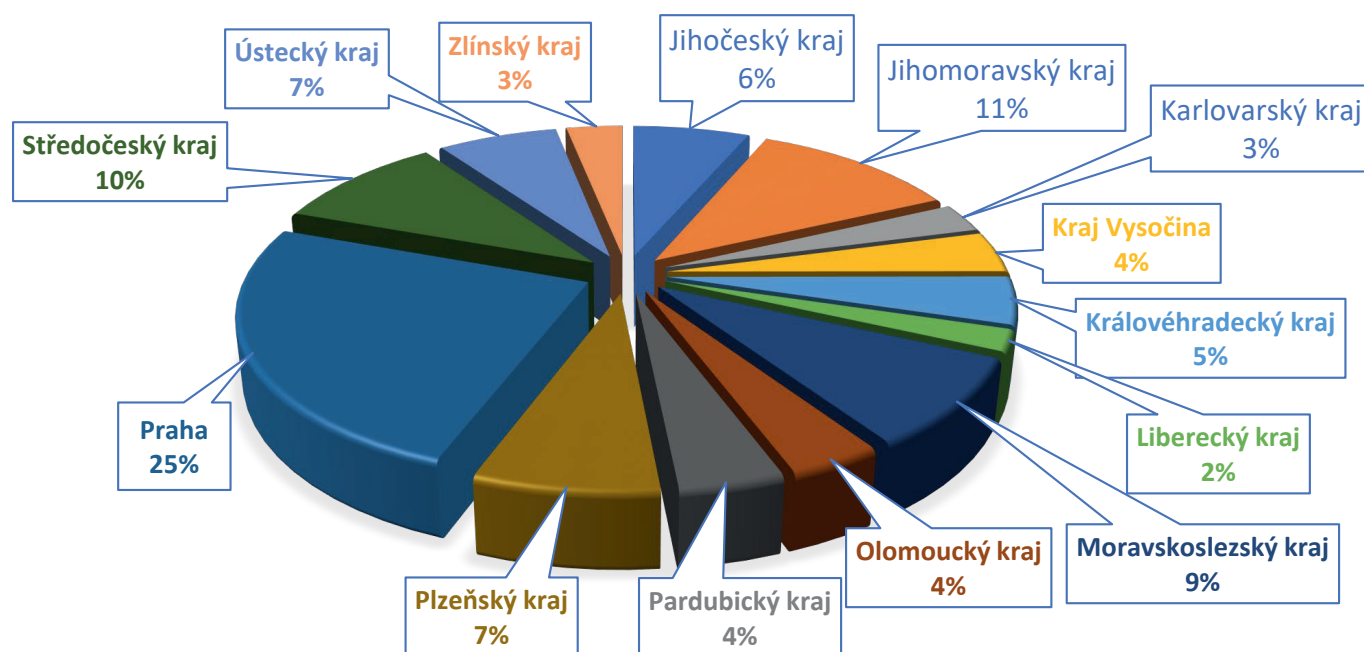
Zdroje návštěv



Čas vyplňování dotazníku



Nejčastějším respondentem dotazníku byli návštěvníci regionu, kteří přijeli z Prahy, jižní Moravy a středních Čech. Dále pak z Moravskoslezského, Plzeňského a Ústeckého kraje. Z těchto dat lze předpokládat, že nejčastějšími návštěvníky regionu jsou dlouhodobě návštěvníci, kteří obsadili první tři místa.



Podmínky pro získání voucheru na ubytování

- Možnost získání voucheru od 15. 6. 2020.
- Možnost uplatnit vouchery pouze v některých ubytovacích zařízeních, jejichž seznam byl zveřejněn 15. 6. 2020 a byl postupně doplňován dalšími UZ. Předpoklad zapojení min. 200 ubytovacích zařízení prostřednictvím smlouvy.
- Poskytnuté slevy byly UZ kompenzovány z vyčleněného balíčku 30 mil Kč s možností předložení vyúčtování každý týden, přičemž do 10 dní byly poskytnuté slevy proplaceny.
- Vouchery umožňovaly slevu 30 %, maximálně však 300 Kč na osobu a noc.
- Vouchery byly určeny pouze pro nové rezervace, tj. rezervace provedené od 15. 6. 2020.
- S voucherem bylo možné rezervovat pobyt v období od 15. 6. 2020 do 30. 11. 2020.
- Vouchery byly určeny pro rodiny o min. 2 osobách, např. manželé, matka s dcerou, dědeček s vnukem apod.
- Vouchery byly určeny pro pobyty o délce min. 3 noci a max. 7 nocí.

Podmínky pro získání voucheru na atraktivitu

- Poukázky byly určeny pro ubytované na 2 a více nocí.
- Do této části projektu se zapojily:
 - Krajem zřizované organizace v oblasti kultury, které poskytovaly jednotně slevu 50 % z ceny vstupného. Těmto organizacím byla poskytnutá sleva kompenzována z vyčleněného balíčku 9,5 mil Kč.
 - Atraktivitu vlastněné soukromými subjekty, městy apod., které poskytovaly slevu v libovolné výši. Těmto subjektům nebyla poskytnutá sleva kompenzována.
- Poukázky s unikátním kódem bylo možné získat prostřednictvím do projektu zapojených ubytovacích zařízení.
- V zapojených UZ návštěvník získal poukázku, kterou vydávající UZ potvrdil razítkem a kterou návštěvník uhradil až na pokladně dané atraktivity.
- Získání zvýhodněných poukázek bylo možné od 1. 6. 2020.
- Seznam atraktivit, které nabízejí zvýhodněné vstupné byl k dispozici pouze na webu pod záložkou „Letní slevy pro ubytované“.
- Seznam atraktivit, které nabízely zvýhodněné vstupné se mohl měnit v závislosti na aktuální Covid opatření.
- Slevovou poukázku na atraktivitu mohl využít i návštěvník, který do regionu přijel strávit svoji dovolenou bez slevového voucheru na ubytování. Musel být ovšem ubytován v jednom ze zapojených UZ.

Do projektu se celkem zapojilo
314 ubytovacích zařízení,
ve kterých bylo možné uplatnit
slevový voucher na ubytování.

Celkem byly proplaceny slevy
v hodnotě
12 396 193 Kč.

Uplatněno bylo celkem
4 948 voucherů.

Vouchery využilo celkem
14 088 návštěvníků.

Návštěvníci s vouchery byli nejčastěji ubytováni v turistické oblasti
**Český Krumlov region,
Šumavsko
a Třeboňsko.**

Do TO Český Krumlov region dorazilo s voucherem celkem **2 579 hostů** v rámci **916 voucherů**.
Za tyto vouchery bylo místním podnikatelům celkem proplaceno
2 436 094 Kč.

Návštěvníci s vouchery směřovali nejméně do turistických oblastí
**Prácheňsko, Podkletí
a Toulava.**

I přesto, že do Prácheňska, kde bylo do projektu zapojeno 5 ubytovacích zařízení, dorazilo pouze **190 hostů** v rámci **66 voucherů**, bylo těmto podnikatelům celkem proplaceno 206 761 Kč.

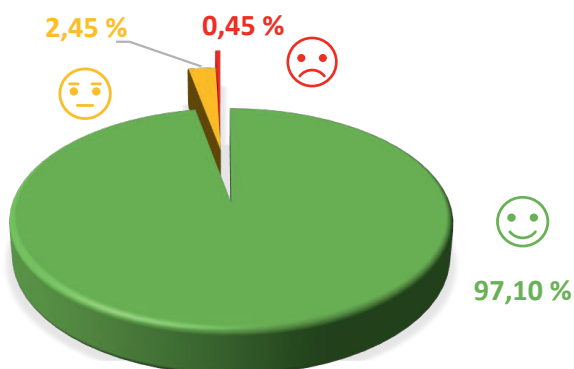
Slevy na vstupné bylo možné získat na celkem
43 atraktivitách.

Vydáno bylo celkem **10 378** slevových poukázů na atraktivitu v celkové hodnotě
886 821 Kč.

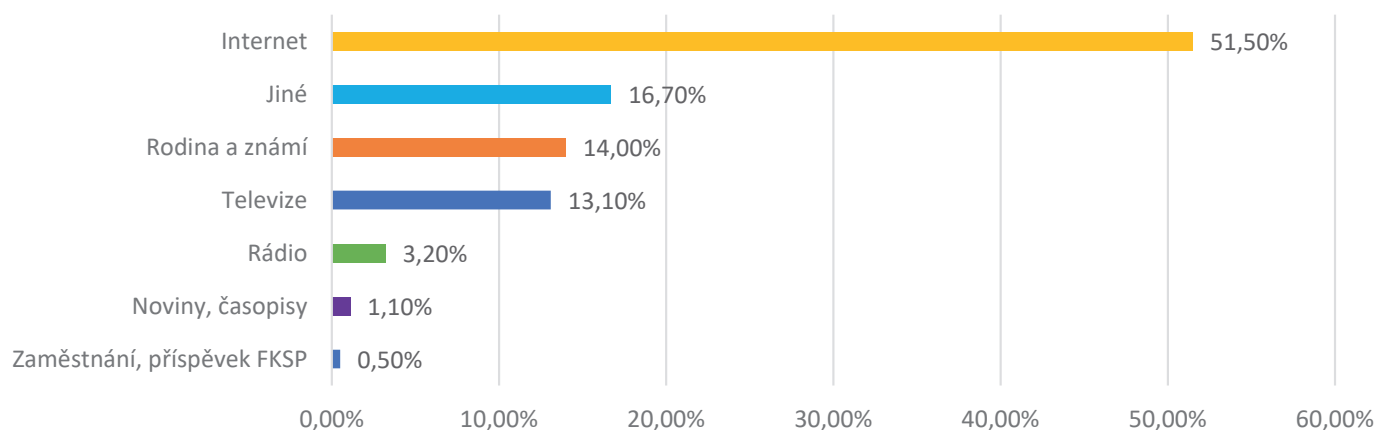
Největší počet slevových poukázů byl vydán do Jihočeské zoologické zahrady v Hluboké nad Vltavou. Na pokladně přijali celkem **2 431** poukázů v hodnotě **226 700 Kč.**

Jak jste si užili dovolenou v jižních Čechách?

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
	1070	97,10%
	27	2,45%
	5	0,45%



Jak jste se dozvěděli o možnosti získat slevový voucher na ubytování v jižních Čechách?



K projektu Léto v jižních Čechách byla realizována mediální kampaň v hodnotě zhruba 2 mil. Kč. Kampaň cílila výhradně na domácí trh s důrazem na Prahu a střední Čechy. Cílovou skupinou byly především rodiny s dětmi, které nemohly odjet na dovolenou do zahraničí. Zhruba 80 % finančních prostředků bylo investováno do různých on-line forem reklamy, např. seznam.cz, Sklik, facebook apod.

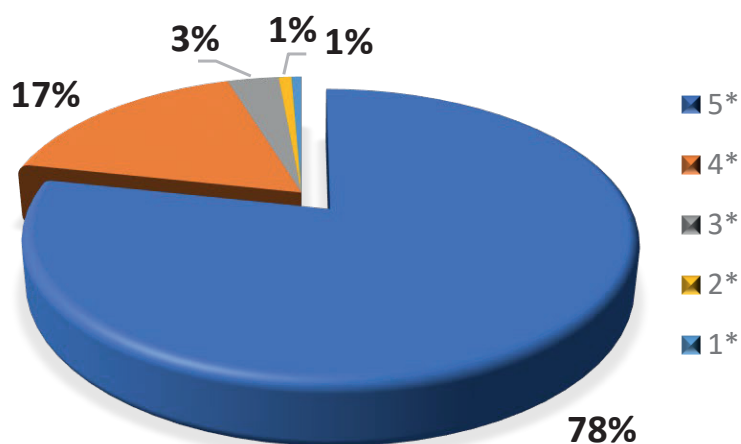
Vzhledem k tomu, že byl Jihočeský kraj prvním krajem, který spustil slevový systém na podporu cestovního ruchu, získal velmi cenný bezplatný mediální zájem. Díky množství rozhovorů do rádií a televizí se informace o spuštěné podpoře šířily republikou a zasáhly tak všechny potenciální skupiny návštěvníků.

Přiměla Vás možnost získat slevový voucher na ubytování strávit dovolenou v jižních Čechách?

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Ano, voucher byl pro mě rozhodující.	279	25,32%
Spíše ano, ale dovolenou v jižních Čechách jsem plánoval/a i bez možnosti získání slevového voucheru.	526	47,73%
Spíše ne, dovolenou v jižních Čechách jsem měl/a naplánovanou i bez možnosti získání slevových voucherů, ale voucher posloužil jako příjemný prostředek pro ušetření financí.	297	26,95%

Jak hodnotíte systém získání slevového voucheru na ubytování prostřednictvím webu leto.jiznicechy.cz?

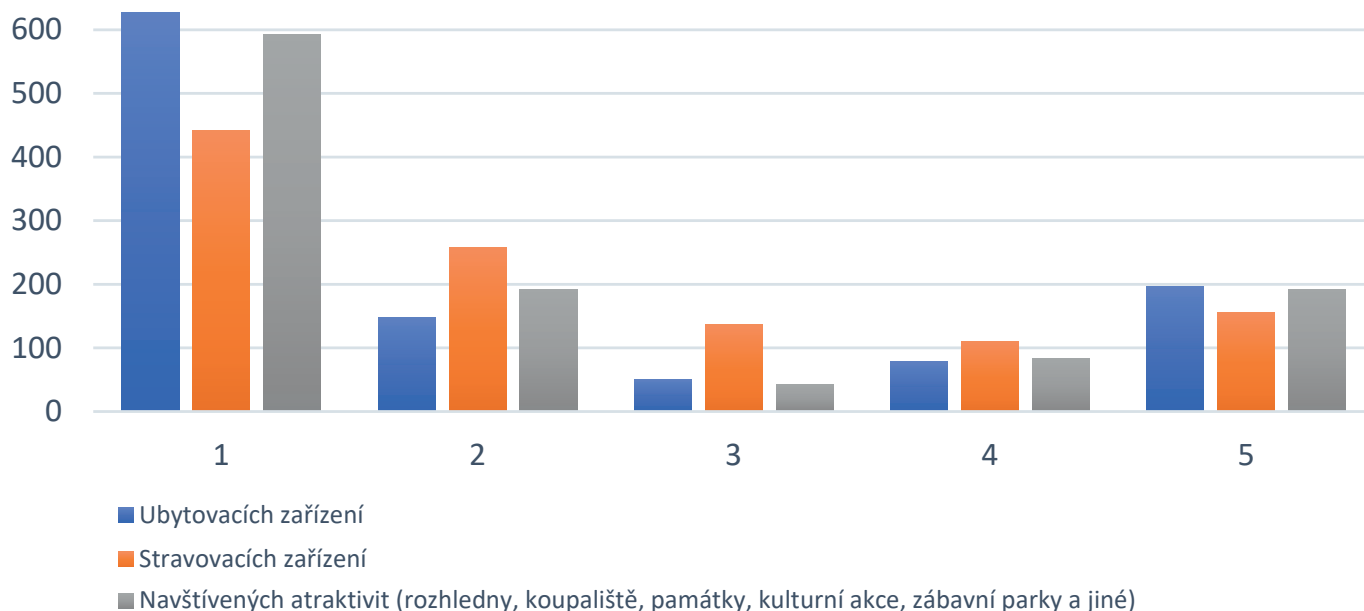
Hvězdičkové hodnocení



Se systémem získání slevového voucheru a následné rezervace ubytování bylo spokojeno 78 % respondentů. Vytvořený systém lze tedy považovat za uživatelsky přívětivý, jednoduchý a srozumitelný.

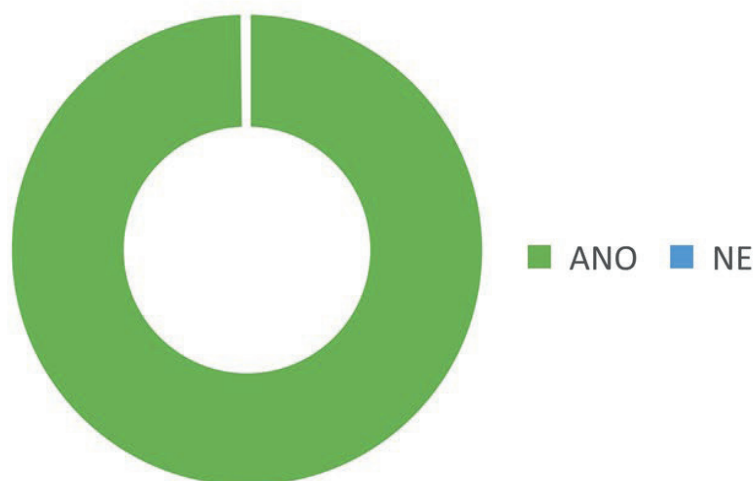
V případě dalších možností získání slevových voucherů, resp. obnovy systému pro podporu cestovního ruchu po druhé pandemické vlně, není nutné systém výrazně upravovat a přetvářet.

Ohodnoťte známkou jako ve škole kvalitu následujících služeb:



Ačkoliv u tohoto hodnocení převažuje 1, neboli výborný, což lze vyložit jako naprostou spokojenost s hodnocenými službami, je nutné zdůraznit, že zhruba 20 % respondentů hodnotí tyto služby jako nedostatečné a nevyhovující.

Využil/a byste v budoucnu dalších slev na ubytování a atraktivitu, kdyby byly k dispozici?



Zájem návštěvníků o další možnosti získání slev na ubytování a atraktivitu je zcela zřejmý. Někteří zástupci HUZ a destinačních společností však o další podobný systém slev nejeví zájem a považují ho pouze za lákadlo pro vyhledavače slev a „šklblily“. Ze závěrečné otázky tohoto výzkumu, kdy měli návštěvníci možnost volně vepsat jakékoliv hodnocení, je však patrné, že návštěvníci tyto „ušetřené“ peníze v destinaci přesto utratí za další služby, navštíví více atraktivit nebo nakoupí suvenýry. Často utracená částka převyšuje částku ušetřenou. Tato slevová podpora je tak výhodná pro všechny aktéry cestovního ruchu regionu.

Využil/a jste slevové vouchery nabízené v jiných regionech?

Zhruba 80 % respondentů nevyužilo slevové vouchery nabízené v jiných regionech. Několik respondentů uvedlo, že využili slevové vouchery Ministerstva pro místní rozvoj, které podporovaly pobyt v lázních. Několik dalších respondentů uvedlo, že využili slevy na Vysočině, jižní Moravě, v Olomouckém nebo Moravskoslezském kraji a v Praze.

Vybrané odpovědi respondentů:

Dobrý den, voucher byl velmi luxusní pozvánkou na to, abychom strávili dovolenou v jižních Čechách.

Věděl jsem, že voucher je vydáván za účelem podpory místní ekonomiky a lokálních subjektů.

Podle toho jsem se také choval, nikoho a ničeho se nebál, utrácel, nakupoval a užíval si hezké letní dny. Každý den jsme strávili po památkách výletech, muzeích, městech nebo vesnických restauracích.

Ubytování a stravování, stejně i tak obsluha hotelu byla na jedničku.

Kdyby byla možnost, rozhodně bych podobnou akci využil.

Chystal jsem se ještě se ženou do moravsko slezského kraje, využít tuto lokální akci, avšak soudruh Babiš nám to překazil, když uvrhnul celý kraj do nemilosti a všechno a všechny zavřel. Je to zmrd. Koronaviru se nebojím!

Děkuji za uspořádání této akce.

O vouchery v jiných regionech jsem se dosud nezajímal. Přesto ale nevylučuji, že v dalším roce se pro zajímavost po něčem poohlídnu. Myslím ale, že vámi nasazená latka /velmi jasně a přehledné podmínky, naprostá snadnost vyplnění-získání slevy (že by zájem i u poskytovatele ubytování?)/ staví ostatní jiné regiony do těžší pozice. Pokud váš systém neokopíruji.

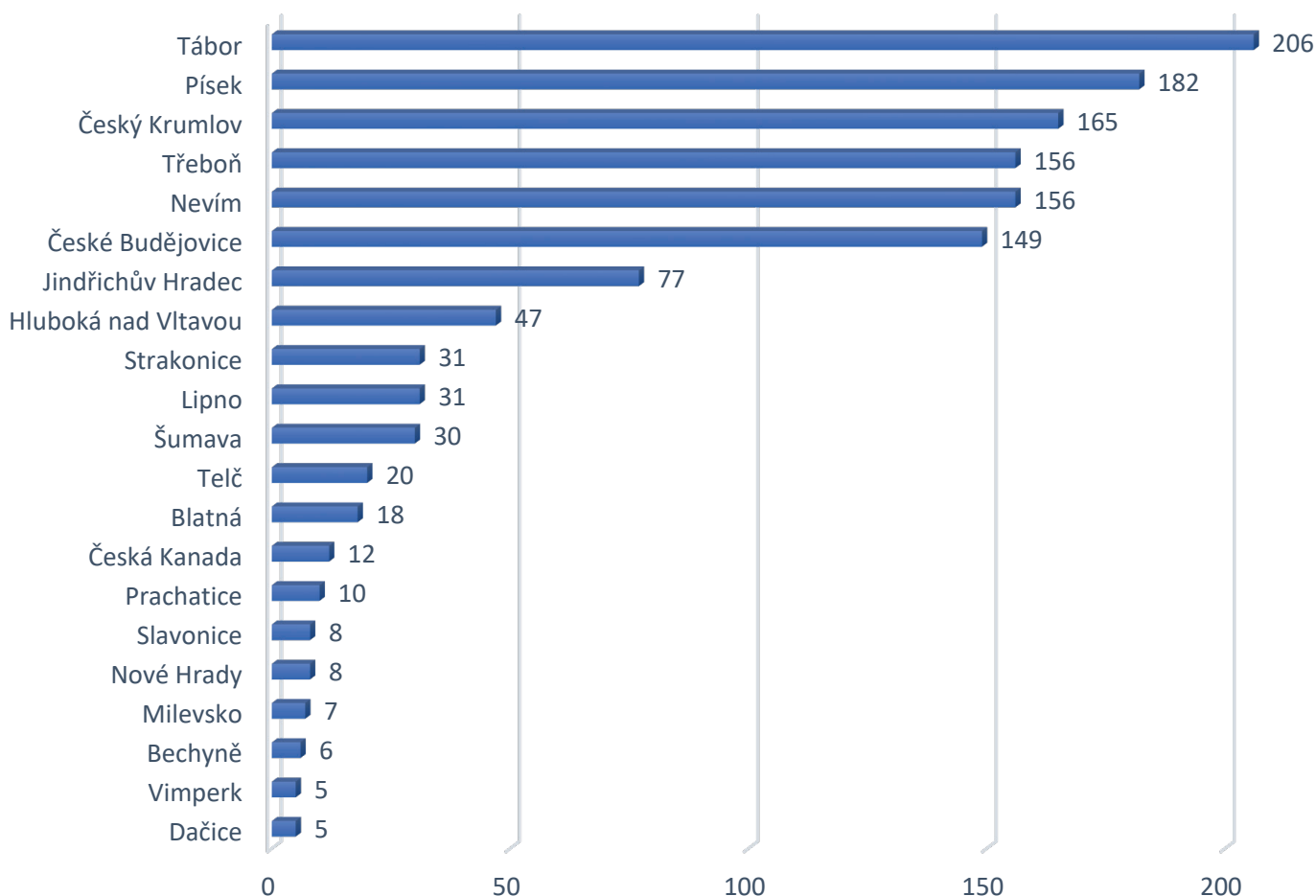
Jinde než na jihu jsme slevové vouchery nevyužili. Pobyt v jižních Čechách nám bohatě stačil, je to naše nepřekonatelná srdcovka.

Dovolená mě naprosto nadchla. Krásné město, ubytování asi nejlepší, jaké jsem v Čechách zažila. Stravování výjimečné, ani jednou nebyl důvod si postěžovat. A bazén, nedaleké koupání, návštěvy hradů, zámků a cukráren to jen dovedly k dokonalosti. Děkuji moc.

Nepřemýšleli jsme s manželem o jiných českých končinách. Tentokrát jsme oba chtěli naši dovolenou strávit v malebných Novohradkách, které nezklamaly. Velmi rádi se do těchto míst budeme vracet. Nejsme nijak nároční na pohodlí, byli jsme spokojeni. Tato dovolená zcela naplnila naše očekávání. Chtěli bychom ji ještě třeba příští rok zopakovat. Děkuje za nabídnutou možnost na slevu; oba jsme již důchodci. Zdravíme krásný kout naší domoviny.

Kde je podle Vás „brána do jižních Čech“?

TOP 20



Odpovědi na tuto otázku měly napomoci s přesnějším vymezením území, zejména hranic destinace jižní Čechy. Nejvíce je jako brána do jižních Čech rezonuje město Tábor, hned za ním je město Písek, Český Krumlov, ... Mezi top 20 se také objevuje město Telč, které patří do kraje Vysočina. V odpovědích je pak uvedena celá řada měst, která byla turisty vnímána jako jejich vlastní brána – výchozí bod, odkud uskutečňují výlety po okolí a odkud poznávají jižní Čechy.

Zaškrtněte, které oblasti podle Vás do jižních Čech NEPATŘÍ?

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Brdy	779	70.69%
Příbramsko	717	65.06%
Vranovsko	619	56.17%
Kraj Blanických rytířů	539	48.91%
Pelhřimovsko	519	47.1%
Střední Povltaví	476	43.19%
Telčsko	470	42.65%
Sedlčansko	435	39.47%
Klatovsko	408	37.02%
Český les	396	35.93%
Nepomucko	393	35.66%
Jemnicko	376	34.12%
Voticko	302	27.4%
Horažďovicko	292	26.5%

Česká Kanada	278	25.23%
Sušicko	240	21.78%
Dačicko	228	20.69%
Milevsko	210	19.06%
Prácheňsko	195	17.7%
Toulava	186	16.88%
Vimperko	124	11.25%
Blatensko	102	9.26%
PodKletí	98	8.89%
Šumava	97	8.8%
Novohradsko	92	8.35%
Strakonicko	73	6.62%
Táborsko	39	3.54%
Písecko	36	3.27%
Třeboňsko	10	0.91%

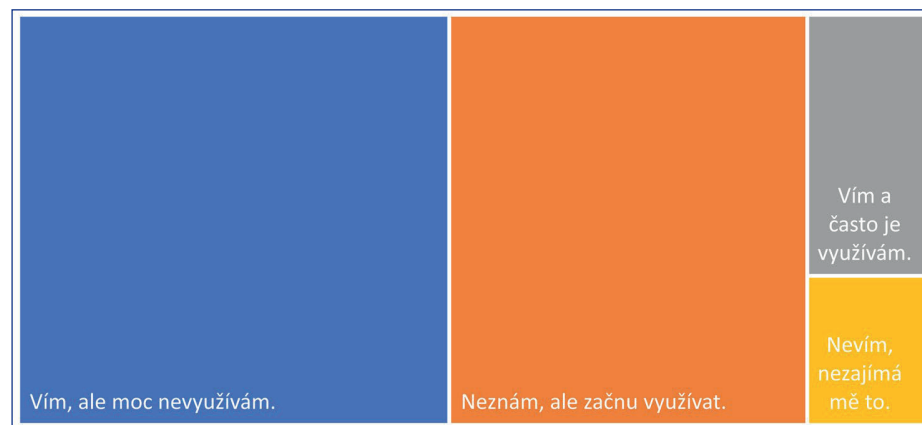
V uvedené tabulce jsou zeleně označeny oblasti, které do jižních Čech patří. Toto vymezení je dáno územím turistických oblastí, které v letech 2015-2019 absolvovaly certifikační proces a staly se tak turistickými oblastmi jižních Čech. V anketě byly záměrně uvedeny jak názvy certifikovaných turistických oblastí, tak i jejich lokální části dané zejména velkými městy. Zajímavé je, jak území jižních Čech vnímají turisté, kteří díky slevovým voucherům poskytovaným na podporu cestovního ruchu v důsledku koronavirové krize v roce 2020 jižní Čechy navštívili.

Z výsledků plyne, že novotvary názvů turistických oblastí jako je Česká Kanada, Toulava a Prácheňsko nejsou mezi turisty dosud příliš známé, proto je dokonce až 25,23% dotazovaných návštěvníků označují za oblasti, které do jižních Čech nepatří. Do jisté míry je to způsobeno právě neznámými pojmy, které dosud nejsou zažité. Vyplývá to i z častých dotazů, které zodpovídali pracovníci infolinky zřízené za účelem snadné distribuce informací ke slevovým voucherům. Destinační managementy by měly více posilovat značku a image těchto oblastí, pokud se chtějí na poli domácího cestovního ruchu zařadit do povědomí mezi tradiční oblasti. Platí to dvojnásob při aplikaci pravidla, že marketing jižních Čech má být obsahově sestavován především z produktů těchto certifikovaných oblastí tvořících základní strukturu systému řízení cestovního ruchu.

Specificky je vnímána oblast Toulavy, zejména třetina jejího území, která zasahuje do Středočeského kraje a která je v anketě označena jako Sedlčansko. Toulava jako celek byla certifikována už v roce 2015 jako turistická oblast jižních Čech a také jako celek je marketingově pod značkou jižní Čechy propagována. Turisté ji však celou jako jihočeskou nevnímají, o čemž vypovídá názor 435 respondentů (39,47%), kteří Sedlčansko označili jako oblast, která do jižních Čech nepatří. Na druhou stranu centrum Toulavy – Tábor je neodmyslitelně spjaté s jižními Čechami, což také potvrzuje předchozí otázka, kde jako hlavní bránu do jižních Čech návštěvníci označili právě Tábor. V případě, že je Toulava sounáležitá a územně definitivně kompaktní, je nutné posilovat její identitu a propagaci nejen navenek, ale i uvnitř ve prospěch značky destinace jižní Čechy.

Výsledek ankety dále zcela dementoval výchozí předpoklad, že jedinou turistickou oblastí jižních Čech, která by mohla z hlediska síly své značky a jejího povědomí mezi turisty aspirovat na oblast stejné úrovně a významnosti jako jižní Čechy, je Šumava. Avšak z 1 102 odpovědí pouhých 97 označilo Šumavu jako oblast, která do jižních Čech nepatří. 1 105 názorů, tedy 91,2 % respondentů vnímá Šumavu jako nedílnou součást jižních Čech.

Víte, že další tipy na výlety či dovolenou v jižních Čechách naleznete na www.jiznicechy.cz a že můžete sledovat @jiznicechy také na facebooku a instagramu?



Z odpovědí je patrné, že ačkoliv většina návštěvníků vnímá prezentaci regionu jižní Čechy na webu a sociálních sítích, nevyužívá je jako primární zdroj informací pro svou dovolenou. Tento fakt ovlivňuje několik faktorů: návštěvník vyhledává informace na cestovatelských blozích nebo u influencerů, návštěvník vyhledává informace v místě pobytu – v informačních centrech, návštěvník nevyhledává informace o regionu – maximálně jednorázově vyhledává otevírací dobu některých turistických cílů a dalších služeb.

Z jiného výzkumu, který pro JCCR zpracovala společnost Behavio také vyplynulo, že vzhledem k existenci množství různých webů nerozeznává návštěvník, kde informace hledá a najde. Ve světě turistických tipů se však často obrací na silnou a dlouholetou značku agentury CzechTourism Kudy z nudy, která se díky dlouhodobým marketingovým aktivitám vryla do paměti potenciálních návštěvníků. Je proto nutné udržovat web kudyznudy.cz stále aktuální, vyvíjet ho a spolupracovat na jeho náplni s regiony.

Víte, že systém slevových voucherů, web www.jiznicechy.cz, tištěné průvodce a mnoho dalších projektů v cestovním ruchu pro region zajišťuje Jihočeská centrála cestovního ruchu (www.jccr.cz), která je příspěvkovou organizací Jihočeského kraje?



V minulosti se JCCR často potýkala s problematikou, že si návštěvníci, podnikatelé, starostové obcí ani další aktéři cestovního ruchu v regionu nedokázali propojit realizované aktivity s náplní práce JCCR. Mnozí se domnívali, že je JCCR cestovní kancelář. V posledních letech však díky mnohým úspěšně realizovaným projektům dochází ke změně tohoto mylného názoru. Rozhodně by v šíření povědomí měli napomoci produktivní manažeři, kteří jsou zaměstnanci JCCR a působí přímo v terénu, v turistických oblastech a jejich úkolem je mimo jiné i podpora systému řízení, která byla od prosince 2015 na jihu Čech aplikována a jehož jsou nedílnou součástí.

Chtěl/a byste nám něco vzkázat? Máte nějakou negativní/pozitivní zkušenost, o kterou se chcete podělit?

Na tuto otázku jsme obdrželi celkem 1 095 textových odpovědí. Zde jsou některé z nich:

Vše proběhlo v naprostém pořádku a ráda bych podobné akce využila i v budoucnu. Doporučila jsem i příbuzným a známým, slev též využili. Děkujeme.

Děkujeme za krásnou dovolenou na poslední chvíli :-)

Super nápad, jak v těchto těžkých časech podpořit podnikatele ve vašem kraji.

Všechno funguje bez problémů, děkujeme za vaše skvělé služby!

Jižní Čechy jsou moc krásné, jsem rád, že zde je portál www.jiznicechy.cz Chtělo by to mobilní aplikaci s těmito údaji.

V okrajích Českých Budějovic je špatné značení pro cyklisty z jiných krajů ČR. Je to spíše pro místní, kteří znají místopis.

Trávili jsme 7 nocí v Jižních Čechách. Z toho 4 noci v Českém Krumlově a 3 noci u Benešova nad Černou. Je škoda, že voucher byl platný pouze na první 4 noci, ačkoliv jsem celou dovolenou byl v Jižních Čechách (a obě ubytovací zařízení vouchery akceptovaly). Pro příště bych byl přivítal, aby voucher platil kdekoliv v Jižních Čechách.

Bohužel, gastronomické služby jsou na velice nízké úrovni.

Skvělá organizace pobytových voucherů (na rozdíl od státních voucherů, které byly propagovány více, ale nakonec byly spuštěny pozdě a ještě byly pro mě absolutně nepoužitelné). Získání, uplatnění, velikost slevy, všechno bylo perfektní, velká pochvala pro Vás.

Měl jsem možnost komunikovat v infocentru na prvním zámeckém nádvoří v Českém Krumlově.

10.09.2020 ráno obsluhovala nepřijemná slečna v infocentru. Tipy na výlet v okolí neurčité, neochotná, raději jsem odešel a ptal se v místních obchůdkách.

Negativní zkušenost ani poznatek mě nenapadá. Jen možná trochu lepší dopravní obslužnost, cestovaly jsme s kamarádkou buse, vlakem a občas nám spoje moc nehrály do karet. Stihly bychom toho vidět víc.

Fascinovalo nás autobusové nádraží v Českých Budějovicích. Běhaly jsme okolo a nemohly jsme ho najít :o))). Kdo by ho taky hledal na střeše obchodního centra.

Překvapila mě neochota mnoha obchodníků a institucí v Třeboni přijímat platební karty (včetně větších jako byly půjčovna kol, restaurace hotelu Zlatá hvězda, muzeum, akvárium...) Jinak jen samé pozitivní zážitky

Předražená jídla v restauracích, která kvalitou zcela neodpovídala ceně.

Ráda bych poděkovala celému vašemu týmu za to, že jsme mohli využít tuhle slevu na ubytování, případně další aktivity. Spousta podniků se s vouchery musela asi naučit v podstatě ze dne na den, a věřím, že to nebylo nic jednoduchého. Tahle doba není jednoduchá, a tak vám přeji, ať to všechno zvládnete a ještě jednou vám děkujeme za krásnou dovolenou.