

PROFIL NÁVŠTĚVNÍKA - dotazníkové šetření (2018)

Během měsíců duben – červenec 2018 se dotazníkového šetření zúčastnilo 404 dotazovaných, což odpovídá cca 2/3 z celkového počtu 620 osob, které bylo plánováno oslovit v rámci realizace projektu. Šetření probíhalo v několika místech turistické oblasti. Celkem 216 osob bylo sloveno v rámci dotazníkového šetření se shodným obsahem, jako probíhalo v roce 2017. Cílem bylo srovnat na velikostně shodném objemu odpovědí vývoj profilu návštěvníka turistické oblasti. Zbýlých 188 oslovených návštěvníků bylo dotazováno v šetření B., zaměřeném také na spokojenost návštěvníků a ekonomické otázky.

Šetření A.: 216 osob, dotazník shodný jako v předchozím šetření v roce 2017

Cílové skupiny klíčové pro akvizici TO PodKletí (B2C) jsou následující: a) rodiny s dětmi, b) senioři 55+, c) dospělí 40+ (skupiny přátel). Z hlediska teritoriálního jde primárně o tuzemské návštěvníky, v menší míře (méně než 5%) pak zahraniční návštěvníky, především přeshraničně (Horní Rakousko) popř. skupiny s cíleně orientovanou návštěvou konkrétní atraktivity v TO. Tyto CS byly v rámci realizace projektu oslovovány mj. prostřednictvím eventů, PPC kampaněmi, prostřednictvím připomínkové a upoutávkové reklamy (různé formy – např. billboardy, upomínkové předměty, tiskoviny a další) i prostřednictvím distribuce klasických tiskovin.

Cílové skupiny – ze všech dotazovaných tvořily obdobně jako v předchozím roce cca ze čtvrtiny (50) páry a mladé rodiny s dětmi (50), a osoby starší 55 let nebo senioři cca 17% odpovědí (36), dále byly oslovovány skupiny přátel (30 osob, tzn. cca 14%), širší rodina - především prarodiče s vnoučaty (32 osob, tzn. cca 15%), omezeně skupiny ve věkové kategorii děti a mládež, a jednotlivci.

Věková struktura – v dosavadním průběhu šetření bylo 44% zúčastněných (95) ve věku 27-45 let, 12% (26 osob) dotazovaných zahrlo odpověď 16-26 let. Dalších cca 35% odpovědí (74) spadalo do kategorie 56 a více let, 8% dotazovaných bylo ve věku 46-55 let.

Pohlaví – struktura dotazovaných odpovídala rozložení pohlaví v rámci návštěvnícké populace. Mírně převažovaly ženy, kterých odpovídalo 128 (cca 60%), zbylých 88 oslovených bylo mužského pohlaví, tedy cca 40% dotazovaných.

Teritoriální hledisko – až na výjimku tvořili oslovované osoby tuzemští návštěvníci. Zahraničních návštěvníků, kteří souhlasili s dotazníkovým šetřením, bylo minimum (pouze jednotlivci, výstupy jsou pro šetření de facto nerelevantní). Shodně jako v loňském roce vysoké % návštěvníků tvořili osoby z Českých Budějovic/ Českobudějovicka (72 osob, cca 32%), dále cca 20% dotazovaných uvedlo jako své bydliště v jiných místech Jihočeského kraje, zejména na Strakonicku a Prachaticku. Téměř polovina účastníků dotazníkového šetření bylo z jiných krajů ČR než z Jižních Čech. Celkově se šetření zúčastnili osoby z osmi krajů České republiky.

Skupiny cestujících – z dosavadního šetření vyplývá, že přes 43% dotazovaných cestuje s rodinou, 32% cestuje s partnerem, 24% respondentů se na cesty vydává s přáteli, a zbývajících 3% cestuje povětšinou samo.

Dopravní prostředek – drtivá většina respondentů obvykle cestuje na dovolenou či výlet autem (202 respondenti, cca 94%). Zbývajících preferují dopravu vlakem (cca 4%), nebo na kole.

Preferované výlety – dotazovaní vyhledávají především výlety na kole (180), za kulturou (143), k vodě (88) či jen tak (83).

Návrat do Podkletí – cca 86% dotazovaných mají v plánu se do Podkletí vrátit. 62% se do turistické oblasti vrátí stoprocentně (135), 24% asi také (50); 10% respondentů (21) neví a nikdo neodpověděl, že určitě ne. Zbývajících cca 10 osob má trvalé bydliště v TO Podkletí.

Délka výletů – téměř 70% respondentů vyráží do Podkletí na jeden den, konkrétně takto odpovědělo 149. Cca 26% respondentů (57 osob) uvedlo, že pobyt je víkendový, žádný respondent neodpověděl že by zde pobýval na týdenním pobytu. Zbývajících 10 odpovědí patřilo místním, kteří v oblasti žijí.

Četnost návštěv – cca 65% respondentů dorazí dle dotazníkového šetření do turistické oblasti Podkletí jednou nebo vícekrát ročně opakovaně. 33 respondentů (cca 15%) navštěvuje oblast několikrát do měsíce. 34 respondentů (cca 15%) bylo při oslovení v oblasti poprvé, 10 osob byli místní občané.

Znalost TO Podkletí – povědomí o existenci TO Podkletí uvedlo cca 45% dotázaných, 55 % reagovalo negativně, obecně se tato skupina dle svých slov „se tím neřídí“. Osoby, které si pojem „turistická oblast Podkletí“ vybavily, si jej spojili s nálepkami umístěnými u pokladen památek a IC (18%), z webových stránek a facebooku (20%) a tiskovin získaných na výletu (7%), dále jednotlivě uváděli promo stánky na eventech a výstavách a billboardy a také jako pořadatele akcí.

Sociální sítě – 20% dotazovaných u této otázky odpověděla kladně, že znají přímo TO Podkletí, většina www i facebook .

Výlety JČ venkova – výlet dle tipů Jihočeského venkova v tištěné verzi absolvovalo 18 dotazovaných osob, z webu si je našlo dle průzkumu 35 osob, celkem tedy cca 25% dotázaných, většina z nich opakovaně; nejčastější trasy podél Vltavy (Fritschova stezka), kolem Netolic (pěší i cyklovýlety) a cyklotrasy. Cca 60% účastníků dotazníkového šetření si výlety plánuje samo, dalších 15% dle doporučení v místě (IC, ubytovatel).

Vyhledávání – na otázku reflektovalo cca 86% tázaných, zbylé osoby nepoužívají SoMe obecně. Ze 188 kladných odpovědí, co by respondenti vyhledávali na sociálních sítích Jihočeského venkova (včetně internetu), se nejčastěji opakovaly: Aktuality, Soutěže, Pořádané akce /Pozvánky (téměř všechny odpovědi), dále Popsané turistické cíle (84), Plánované tipy na výlety (80). Vyhledávaná slova uvedená respondenty: ubytování, akce pro děti, výstava, koncert, tradiční speciality.

Loga – povědomí alespoň o jednom z pěti nabízených log má 184 ze 216 oslovených. Nejvíce osob zná loga Jihočeského venkova a TO Podkletí, také ve vazbě na předchozí dotazování (45%). Následují lokální značky netolický Peklík a Chelčicko-lhenický region (30%). Logo JCCR bylo identifikováno jako značka pro Jižní Čechy, znalost z tiskovin uvedlo cca 10% dotázaných.

Akce – 142 ze 216 dotazovaných odpovědělo, že se zúčastnilo alespoň jedné z pořádaných akcí v TO Podkletí. Nejčastěji byla zaznamenána odpověď Holašovické slavnosti (74) a Slavnosti plodů (48),

Turistické cíle – Alespoň jednou navštívili respondenti nejčastěji z turistických cílů Kleť (98), Vltavu (94) a Holašovice (92). Následoval zámek Kratochvíle (80). Další turistické cíle posbíraly odpovědi v řádu desítek, méně než 50 (25%).