



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Příloha č. 2 - Vyhodnocení průzkumu názorů návštěvníků města Slavkov u Brna

Název projektu: Zpracování strategických dokumentů pro město Slavkov u Brna
Registrační číslo projektu: CZ.03.4.74/0.0/0.0/16_058/0007368
Datum zpracování: Červenec - srpen 2019
Zpracovatel: AQE advisors, a.s.



Obsah

1	ÚVOD	3
2	CÍL A METODIKA	3
2.1	Metodika sběru dat.....	3
2.2	Návrh dotazníku.....	4
2.3	Výběr respondentů	4
3	VÝSLEDKY ŠETŘENÍ	6
3.1	Struktura respondentů.....	6
3.2	Vyhodnocení odpovědí	9
4	ZÁVĚR	14

1 Úvod

V průběhu měsíce července 2019, od 1. 7 do 30. 7. 2019, došlo k realizaci průzkumu názorů návštěvníků (Průzkum pracuje s termínem „návštěvník“ (ten, kdo v destinaci nepřespí), ale do průzkumu se zapojili i „turisté (ten, kdo v destinaci zůstává přes noc) města Slavkov u Brna. Cílem průzkumu bylo získání informací o názorech návštěvníků na pobyt ve městě. Dílčím cílem pak bylo zjištění připomínek a podnětů od respondentů za účelem zkvalitňování turistické a volnočasové nabídky ve městě.

2 Cíl a metodika

Výsledky průzkumu by měly sloužit jako vodítko pro postupy města při strategickém plánování v oblasti cestovního ruchu a volnočasových aktivit.

Průzkum si kladl za cíl:

- získat reprezentativní zastoupení respondentů;
- poznat názory a vnímané nedostatky od návštěvníků města;
- poukázat na zájem města o názory návštěvníků města a ochotu s nimi při budoucím rozvoji spolupracovat.

2.1 Metodika sběru dat

Jako nejvhodnější metoda sběru dat bylo zvoleno šetření formou dotazníku v elektronické a tištěné podobě. Snahou bylo zpřístupnit tento dotazník co nejvyššímu počtu návštěvníků města, proto byly zvoleny tyto formy oslovení občanů:

- zveřejnění odkazu dotazníku na stránkách a facebooku zámku Slavkov – Austerlitz;
- umístění tištěné verze dotazníku v turistickém informačním centru;
- cílené oslovení návštěvníků města (osobní dotazování).

Reprezentativnost výzkumného souboru závisí nejen na velikosti zkoumané cílové skupiny, ale také na její homogenitě – čím je populace více heterogenní (více různorodá), tím více odlišných podskupin obsahuje a tím více osob je nutné do výběrového souboru zařadit, aby byla každá podskupina dostatečně zastoupena.

Zpracovatel určil složení vzorku respondentů na principu tzv. kvótního výběru, který je založen na znalosti složení cílové skupiny. Tyto data byly převzaty z výsledků pravidelného Sčítání lidu.

V rámci individuálních rozhovorů s respondenty jsme zjistili, že:

- dotazník byl vyplňován často jedním členem domácnosti/skupiny, a to za celou rodinu nebo skupinu. S ohledem na předmět výzkumu jsme toto přepokládali.

- respondentem byly ve většině případů ženy, které však odpovědi vyplňovaly za rodinu/skupinu (v případě, kdy ji tvořily).

Zpracovatel tedy vyhodnotil, že není nezbytné stanovit váhy pro dané segmenty respondentů, neboť korekce proběhal již při realizaci výzkumu.

V rámci distribuce tištěných dotazníků byla pozornost dána zejména segmentům s omezeným přístupem na internet.

2.2 Návrh dotazníku

Dotazník byl sestaven tak, aby umožňoval určit míru spokojenosti návštěvníků s úrovní kvality turistické a gastronomické nabídky a získat od nich cenné připomínky, poznámky a podněty k odstranění nedostatků při budoucím rozvoji města.

Struktura dotazů byla následující:

- účel návštěvy města;
- asociace spojené s městem;
- délka pobytu, přítomnost rodiny/přátel;
- otázky (ne)spokojenosti se službami;
- čerpání informací o městě;
- otázka případné další návštěvy;
- profil respondenta (bydliště, věk, pohlaví...);
- prostor pro případné připomínky.

2.3 Výběr respondentů

Cílovou skupinu průzkumu tvořili návštěvníci města Slavkov u Brna bez rozdílu pohlaví, věku, či místa bydliště.

Při volbě vhodných distribučních kanálů se přihlíželo především k tomu, aby byl dotazník zpřístupněn co nejvyššímu počtu návštěvníků a proces vyplňování dotazníku co nejjednodušší.

Pro zachování anonymity obyvatel byly dotazníky zpracovány bez uvedení jakýchkoliv osobních údajů. Respondenti vyplňovali dotazník vždy pomocí výběru z nabízených variant odpovědí. Pro případ nepostižení všech problémových okruhů měli respondenti možnost vyjádřit svůj názor i prostřednictvím slovní formulace (otevřené otázky).

Velikost výběrového souboru (vzorku) je důležitá pro přesnost odhadu populačních parametrů, tedy údajů o populaci získaných na základě statistik zjištěných ve výběrovém souboru. V rámci zpracování byla použita kombinace 2 výběrových technik:

Anketa (technika založena na logickém úsudku – nenáhodný výběr (empirický))

- výběr jedinců byl založený na rozhodnutí respondenta zodpovědět otázky uveřejněné v masových sdělovacích prostředcích,
- nelze přesně definovat populaci, ke které se nálezy ankety vztahovala – nejsou to všichni čtenáři určitých sdělovacích prostředků, jsou to právě jen ti, kteří zodpověděli anketu.

Náhodný stratifikovaný výběr (technika založená na teorii pravděpodobnosti)

- populace byla rozdělena do skupin homogenních vzhledem k nějakému jasnému kritériu a jedinci jsou vybíráni do vzorku náhodně z těchto skupin – technika prostého náhodného výběru,
- snižuje velikost směrodatné odchylky a interval spolehlivosti z důvodu homogenity skupiny – vzhledem k proměnné, podle které byly stratifikovány (proporcionální – velikost výběru z podskupiny je úměrná velikosti populace této skupiny).

V rámci výzkumu bylo zodpovězeno celkem 205 dotazníků. V rámci přepočtu tzv. rodinných/skupinových hlasů a vymezení relevantní cílové skupiny respondentů pracujeme v rámci výzkumu s cílovou výběrovou chybou ve výši 6 %. Tedy pro potřeby rozhodování má výzkum vysokou vypovídací vlastnost.

3 Výsledky šetření

Dotazník obsahoval 13 otázek, ve kterých měli respondenti možnost vyjádřit svůj postoj k atraktivitě města či kvalitě jeho služeb. Z těchto otázek 4 směřovaly k segmentaci respondentů podle věku, pohlaví, místa bydliště a počtu školou povinných potomků.

Díky struktuře otázek, jež byly koncipovány jako uzavřené, částečně uzavřené a otevřené, byla zabezpečena možnost plně projevit svoji míru spokojenosti, vyjádřit své názory a návrhy na zlepšení.

V rámci dotazníkového šetření bylo celkově vyplněno **205 dotazníků**. Vzhledem k podmínkám způsobu vyplnění jednotlivých otázek se k více než 1 otázce a případné identifikaci vyjádřili všichni respondenti.

Výsledky prezentované do tabulek a grafů jsou zobrazeny ze softwaru, ve kterém bylo realizováno dotazníkové šetření.

3.1 Struktura respondentů


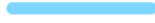
Dotazované můžeme rozdělit do kategorií podle:

- **pohlaví** (muži, ženy);
- **věku** (do 18 let, 19 - 35 let, 36 - 50 let, 51 - 65 let, 66 let a více);
- **místa bydliště** (podle kraje);
- **rodinný stav** (děti školou povinné).

Charakteristiky o své osobě uvedl vysoký počet respondentů (téměř 99 %). Celkové výsledky jsou prezentovány za všechny respondenty zahrnutých do hodnocení.





Z hlediska pohlaví byly v průzkumu více zastoupeny **ženy 62,50 % (125 žen)**. Mužů bylo **celkem 75, tj. 37,50 %**.

Obrázek 1: Struktura respondentů dle pohlaví

Odpověď	%	Počet odpovědí
Muž	37.50% 	75
Žena	62.50% 	125

Následující obrázek znázorňuje složení respondentů z hlediska věkových skupin a pohlaví (u respondentů, kteří údaje uvedli). Z této skutečnosti vyplývá, že drtivá většina návštěvníků města je mladší či střední věkové kategorie. Více než 76 % respondentů jsou lidé do 50 let (včetně). Návštěvníků nad 50 let bylo 48, tedy necelých 24 %.

Obrázek 2: Struktura respondentů dle věku

Odpověď	%	Počet odpovědí
18-35 let	35.64% 	72
36-50 let	40.59% 	82
51-65 let	17.33% 	35
66 a více let	6.44% 	13

Následující výstup znázorňuje složení respondentů **z hlediska místa bydliště, resp. odkud návštěvníci do Slavkova u Brna přijeli**. Přes **52 %** respondentů uvedlo, že do Slavkova u Brna přijeli z Jihomoravského kraje. Přes 7 % návštěvníků bylo z Hlavního města Prahy a stejně tak z Olomouckého kraje a z Vysočiny.

Obrázek 3: Složení respondentů dle místa bydliště

Odpověď	%	Počet odpovědí
Jihomoravský kraj	52.06%	101
Hlavní město Praha	7.22%	14
Jihočeský kraj	0%	0
Karlovarský kraj	0%	0
Kraj Vysočina	7.73%	15
Královéhradecký kraj	4.64%	9
Liberecký kraj	3.61%	7
Jihočeský kraj	0%	0
Moravskoslezský kraj	3.61%	7
Olomoucký kraj	7.22%	14
Pardubický kraj	1.55%	3
Plzeňský kraj	1.03%	2
Středočeský kraj	6.70%	13
Ústecký kraj	2.06%	4
Zlínský kraj	2.58%	5

Obrázek níže znázorňuje složení respondentů z hlediska rodinného stavu přesněji toho, zda mají návštěvníci děti školou povinné. Většina respondentů (56 %), kteří město Slavkov u Brna navštívili, nemají dítě nebo děti, které by navštěvovaly mateřskou, základní či střední školu.

Obrázek 4: Děti školou povinné (MŠ, ZŠ, SŠ)

Odpověď	%	Počet odpovědí
Ano	44.22%	88
Ne	55.78%	111

3.2 Vyhodnocení odpovědí

Otázka č. 1: Za jakým účelem jste navštívili Slavkov u Brna?

V této otázce měli respondenti vyjádřit účel své návštěvy města Slavkov u Brna. Tato otázka byla s možností označení více odpovědí. Téměř **70 % respondentů** uvedlo jako účel své návštěvy města zámek Slavkov – Austerlitz - to ukazuje, že je tato dominanta města pro návštěvníky velkým lákadlem. Dále následuje návštěva parku a přilehlých alejí (83 odpovědí, 41 % respondentů), 16 % respondentů pak uvedlo možnost návštěvy kulturní nebo společenské akce.

Obrázek 5: Účel návštěvy města Slavkov u Brna

Odpověď	%	Počet odpovědí
Návštěva zámku Slavkov - Austerlitz	68.97%	140
Návštěva parku a přilehlých alejí	40.89%	83
Návštěva kulturní nebo společenské akce	16.26%	33
Sportovní událost nebo akce	9.36%	19
Turistika (cyklo, pěší)	4.93%	10
Koupaliště	9.36%	19
Golfový areál	4.43%	9
Gastrozážitek	8.87%	18
Jiné: — Odpovědi	9.85%	20

Otázka č. 2: Co pro Vás znamená, když se řekne Slavkov u Brna?

V této otevřené otázce měli respondenti uvést, které asociace se jim vybaví v souvislosti se Slavkovem u Brna. Nejčastěji se objevily následující odpovědi:

- 1) Bitva u Slavkova/bitva tří císařů – 59 odpovědí
- 2) Zámek – 56 odpovědí
- 3) Napoleon – 44 odpovědí
- 4) Malé pěkné městečko/hezké prostředí – 8 odpovědí
- 5) Zahrady/park – 7 odpovědí
- 6) Golf – 7 odpovědí

Velká část respondentů uvedla jako asociaci s městem bitvu u Slavkova, velmi významný milník evropských dějin. Druhou nejčastější odpovědí byl uváděn místní zámek, třetí pak Napoleon. Mezi odpověďmi, které se objevily více než jednou, ale četností se nevešly do výčtu odpovědí nejčastějších, patří například také: historie, domov/rodné město, Kounicové, pétanque, pivovar, koupaliště, společenské akce.

Otázka č. 3: S kým jste přicestovali?

Tato otázka se týkala toho, s kým nejčastěji se do Slavkova u Brna respondenti vydali. Nejvíce respondentů označilo možnost „S rodinou“, jednalo se o téměř polovinu všech dotazovaných. Druhou nejčastější odpovědí byla možnost „S partnerem/s partnerkou“.

Obrázek 6: Doprovod respondentů při návštěvě města

Odpověď	%	Počet odpovědí
Sám/a	9.41%	19
S partnerem/partnerkou	34.16%	69
S rodinou	49.50%	100
Se školou	0.50%	1
Jiné: — Odpovědi	6.44%	13

Otázka č. 4: Jaká je délka vašeho pobytu?

Tato otázka byla zaměřena na dobu, kterou hodlají návštěvníci ve městě strávit. Drtivá většina všech respondentů uvedla, že do Slavkova u Brna přijeli pouze na jeden den, takto odpovědělo 83 % respondentů. Necelých 11 % respondentů odpovědělo, že se ve Slavkově zdrží 2 až 4 dny.

Obrázek 7: Délka pobytu ve městě

Odpověď	%	Počet odpovědí
Pouze jeden den	83.25%	169
2 až 4 dny	10.84%	22
Déle než 5 dnů	5.91%	12

Otázka č. 5: Byli jste/Jste spokojeni s úrovní služeb ve městě (restaurace, ubytování apod.)?

U otázky týkající se kvality a úrovně služeb ve městě měli respondenti možnost vyjádřit k jednotlivým částem svou spokojenost či nespokojenost. Odpovědi „Zcela spokojen/a“ a „Spíše spokojen/a“ řadíme mezi pozitivní, negativními odpověďmi máme na mysli možnosti „Zcela či Spíše nespokojen/a“. Navíc zde mohli respondenti také dobrovolně uvést důvod svého hodnocení. Z 90 % odpovídali respondenti pozitivně, 75 respondentů označilo možnost „Spíše spokojen/a“, odpověď „Zcela spokojen/a“ zvolilo dokonce 102 respondentů. Nespokojeni byli pouze 4 respondenti. Odpověď „Důvod hodnocení“ byla zvolena 16x, často těmi respondenty, kteří žádnou službu ve městě nevyužili či využít nestihli, což byla nejčastější odpověď, která se v otevřeném poli pro tuto otázku vyskytovala.

Obrázek 8: Spokojenost s kvalitou a úrovní služeb ve Slavkově u Brna

Odpověď	%	Počet odpovědí
Zcela spokojen/a	51.78%	102
Spíše spokojen/a	38.07%	75
Zcela nespokojen/a	1.02%	2
Spíše nespokojen/a	1.02%	2
Důvod hodnocení (dobrovolný): — Odpovědi	8.12%	16

Otázka č. 6: Co Vám ve Slavkově u Brna schází?

Tato otevřená otázka se týkala toho, co považují návštěvníci města za nedostatečné či která služba jim zde chybí úplně. Účelem je získat názory a připomínky pro možné odstranění těchto nedostatků a tím zatraktivnění města jakožto turistického cíle. Nejčastěji respondenti uváděli tyto služby/skutečnosti:

- 1) Suvenýry – 23 odpovědí
- 2) Parkování – 22 odpovědí
- 3) Restaurace – 10 odpovědí
- 4) Delší otevírací doba podniků/otevřeno o víkendu – 8 odpovědí
- 5) Více supermarketů či obchodů s potravinami/nákupní středisko – 5 odpovědí

Mezi nejčastější odpovědi patří malý výběr suvenýrů a nedostatek parkovacích míst ve městě. Dále respondentům vadí nedostatek pohostinských zařízení a obchodů s potravinami/supermarkety. S tím souvisí také problém krátké otevírací doby většiny podniků. Poměrně velký počet respondentů však odpověděl na tuto otázku pouze pomlčkou, což implikuje, že jim ve městě nic neschází.

Otázka č. 7: Odkud jste čerpal/a informace o městě před započítím cesty?

Následující otázka se respondentů dotazuje, jaké způsoby čerpání informací o městě a jeho možnostech využili před začátkem své cesty. Snahou je zjistit, které platformy návštěvníci využívají nejčastěji, a na které by tak město mělo primárně zaměřit svou pozornost. Z výsledků vyplývá, že se nejčastěji respondenti informovali na webových stránkách Zámku Slavkov – Austerlitz. Tuto odpověď zvolilo 40 % respondentů. Pouze o něco méně byla uvedena odpověď „Jiné“ – zde měli respondenti možnost otevřeného pole, skrze které mohli svou odpověď specifikovat. Mezi nejčastější odpovědi patřilo: již jsme zde byli, od rodiny/přátel, cesta kolem, internet celkově. Třetí nejčastěji označovanou možností byl Facebook Zámku Slavkov - Austerlitz.

Obrázek 9: Přehled využívání jednotlivých zdrojů k čerpání informací o městě

Odpověď	%	Počet odpovědí
Facebook města	10.45%	21
Webové stránky města	18.91%	38
Facebook zámku Slavkov - Austerlitz	24.88%	50
Webové stránky zámku Slavkov - Austerlitz	39.80%	80
Jiné: — Odpovědi	38.81%	78

Otázka č. 8: Máte v plánu Slavkov u Brna ještě navštívit?

V této otázce se respondenti měli vyjadřovat k tomu, zda mají v plánu se do města podívat v budoucnu znovu. Z výsledků vyplývá, že by se velká většina návštěvníků do města vrátila. Konkrétně tuto možnost zvolilo 149 respondentů (77 % respondentů). Pouze 6 % respondentů odpovědělo, že se do Slavkova u Brna již nemají v plánu vrátit. Zbývající respondenti označili možnost „Nevím“. Tato otázka naznačuje, že je město Slavkov u Brna příjemným a atraktivním městem, do kterého se návštěvníci rádi vrací, což je velmi pozitivním zjištěním.

Obrázek 10: Plány opětovné návštěvy města Slavkov u Brna

Odpověď	%	Počet odpovědí
Ano	77.20%	149
Ne	6.22%	12
Nevím	16.58%	32

Otázka č. 9: Vaše připomínky a komentáře, které chcete sdělit

Poslední záležitostí celého dotazníku byla otevřená otázka, která umožňovala respondentům sdělit jakékoliv připomínky, návrhy či poznámky, které by chtěli skrze tento dotazník sdělit. Většina pozitivních odpovědí směřovala k pochvalě průvodců a k pěkně udržovanému zámku a městu. Vybraná doporučení směřovala k lepší údržbě zámeckého parku nebo k větší nabídce suvenýrů.

4 Závěr

Kapitola představuje shrnutí důležitých informací a výsledků šetření:

- Do Slavkova u Brna přijíždějí primárně návštěvníci z Jihomoravského kraje bez dětí, aby navštívili Zámek Slavkov – Austerlitz. Drtivá většina všech respondentů uvádí, že do Slavkova u Brna přijeli pouze na jeden den.
- Pozitivní zprávou je, že by se velká většina návštěvníků do města vrátila a že při svém pobytu bylo spokojeno se službami ve městě 90 % respondentů.

Seznam obrázků

Obrázek 1: Struktura respondentů dle pohlaví	6
Obrázek 2: Struktura respondentů dle věku.....	7
Obrázek 3: Složení respondentů dle místa bydliště	8
Obrázek 4: Děti školou povinné (MŠ, ZŠ, SŠ)	9
Obrázek 5: Účel návštěvy města Slavkov u Brna	9
Obrázek 6: Doprovod respondentů při návštěvě města	10
Obrázek 7: Délka pobytu ve městě.....	11
Obrázek 8: Spokojenost s kvalitou a úrovní služeb ve Slavkově u Brna	11
Obrázek 9: Přehled využívání jednotlivých zdrojů k čerpání informací o městě .	13
Obrázek 10: Plány opětovné návštěvy města Slavkov u Brna.....	13