

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

Zemědělská fakulta
Katedra cestovního ruchu Tábor



Diplomová práce

Profil zahraničního návštěvníka Českého Krumlova

*(ZKRÁCENÝ VÝTAH – KOMPLETNÍ VERZE K DISPOZICI U AUTORKY NEBO NA ČESKOKRUMLOVSKÉM
DESTINAČNÍM MANAGEMENTU ČKRF SPOL. S.R.O., NÁMĚSTÍ SVORNOSTI 2. 381 01 ČESKÝ KRUMLOV, TEL:
+420 380 7046 28-29, FAX: +420 380 704619, DESTINATION.CKRUMLOV.CZ, WWW.CKRUMLOV.CZ/DESTINATION)*

Vypracovala:
tel: +420 234 627 457
Vedoucí práce:
Obor:

Monika Vlášková, vlaskova@czechtourism.cz,

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Studijní program:

Obchodně podnikatelský – cestovní ruch
6208T Ekonomika, management

Tábor 2004

1.2.2 Struktura a metodika práce

Hlavní část práce tvoří vyhodnocení **marketingového výzkumu**, který byl proveden v roce **2003**. Jednotlivé otázky jsou slovně zhodnoceny a u každé je pro názornost uveden graf.

Cílovou skupinu výzkumu tvořili pouze **zahraniční návštěvníci města (ne Češi)**, kteří byli vybíráni náhodně (nebyli rozlišováni zahraniční turisté¹ a zahraniční návštěvníci²).

Průzkum byl prováděn v **zimním, jarním, letním a podzimním** období roku 2003 na místech, kde se předpokládá větší koncentrace zahraničních turistů³ a to:

1. státní hrad a zámek,
2. okolí lazebnického mostu a oblast Latránu,
3. náměstí Svornosti a přilehlé ulice.

Použita byla metoda **osobního dotazníkového šetření**, při níž je respondent dotazován tazatelem, který sám zapisuje odpovědi do připravených archů nebo je dotazník poskytnut do rukou respondentovi, který jej vyplňuje sám, ale za asistence tazatele.

Dotazníková činnost byla prováděna ve všední dny a o víkendech, aby byla zaručena objektivita. Celkem bylo vyplněno **202 dotazníků**, které byly k dispozici ve **třech jazykových mutacích** (české, anglické a německé), obsahově i graficky shodných.

Z celkového počtu vyplněných dotazníků bylo **19 v českém, 115 v anglickém a 68 v německém znění**. Dotazník se skládal z **29 otázek**⁴.

V jarním i podzimním období bylo dotazováno **20 respondentů**, v **letním 132** a v **zimním 30**.

Při hodnocení byla data získaná z provedeného výzkumu porovnávána s výsledky výzkumu návštěvníků města „Turisté v Českém Krumlově“⁵, který byl prováděn již v roce 2000. V komentářích jsou zmíněny pouze významnější rozdíly, u některých otázek jsou údaje neporovnatelné vzhledem k odlišnému zadání a nezahrnutí českých respondentů do zpracovávaného výzkumu. Tato studie je posledním dostupným výzkumem zaměřeným na destinaci Českého Krumlova.

¹ Definice turisty podle Světové organizace cestovního ruchu (WTO): Osoba, která se zdrží v navštíveném místě alespoň 24 hodin za účelem využití volného času a v tomto místě též přespí v hromadném nebo soukromém ubytovacím zařízení.

² Definice návštěvníka podle Světové organizace cestovního ruchu (WTO): Osoba, která cestuje do jiného místa než je místo jejího obvyklého pobytu na jeden den aniž by přenocovala v ubytovacím zařízení.

³ Znázorněno na mapě města Český Krumlov viz. příloha č. 2.

⁴ Přesné znění dotazníku viz. příloha č. 3.

⁵ Zdroj: IVP, s. r. o.: Turisté v Českém Krumlově, výzkum návštěvníků města. Pro město Český Krumlov zpracovala agentura IVP, s. r. o., Praha, 2000.

4.3 Profil návštěvníka Českého Krumlova

- návštěvník je ze 47 % z **Německa** nebo západní **Evropy**
- přijíždí do města v 74 % **poprvé**.
- je **vysokoškolsky** vzdělaný (69 %)
- v 50 % je mu nad **46 let**
- trvalé bydliště má v 38 % **ve městě** nad 1 milion obyvatel.
- hlavní důvod jeho návštěvy je **dovolená** a odpočinek (63 %)
- přijíždí nejčastěji v **létě** (82 %)
- ve **městě** stráví průměrně **3,03 dne** (70 %)
- v **jižních Čechách** (v 90 %) průměrně **4,4 dne**
- v **České republice** **6,5 dne**
- je **ubytován** v Praze (36 %), jižních Čechách (23 %) nebo přímo v Českém Krumlově (20 %) -a to v hotelu (56%) nebo penzionu (17 %), se kterým je většinou **spokojen** (72 %)
- méně je spokojen s kvalitou **stravování** (v 69 % případů)
- k návštěvě města ho nejvíce motivují **média** (35 %) a **reference** od známých (33 %)
- při výběru regionu dává největší důraz na **kulturu** (49 %) a **přírodu** (39 %)
- jeho hlavní aktivity při návštěvě jsou **kultura** (65 %), turistika, sport a rekreace (23 %).
- většinou (82%) přijel individuálně **osobním automobilem** (56 %)
- pobyt v Českém Krumlově tráví s rodinou (46%) nebo s kamarády a známými (28 %)
- nejvíce utratí za **ubytování** (v 60 % nad 500,- Kč)
- za **stravování** vydá 40 % turistů více než 500 Kč
- nejméně vydají turisté za **nákupy** a vedlejší výdaje, v 41 % do 300 Kč.
- většinou (64%) se domnívá, že do Českého Krumlova během následujících tří let **opět zavítá**
- domnívá se (v 50 %), že je zde **příliš mnoho návštěvníků**, ale to mu v 61 % případů nevádí
- pokud mu tato skutečnost vadí, má především problémy najít **ubytování** (v 29 %) a vadí mu **přeplněné město** (24%) a dlouhé čekání na **prohlídku zámku** (21 %)
- o **kriminalitě** v Českém Krumlově v 67 % případů vůbec neví nebo se domnívá, že je nízká (13 %) nebo srovnatelná s jeho zemí (15 %). V drtivé většině se s ní nesešel (95 %) a pokud ano, tak pouze s kapesními krádežemi
- pouliční **prostitute** a **stánkový** prodej u hranic je mu lhostejný (45 %), ale pouliční prostitute mu částečně nebo velice vadí v 30 %, zatímco stánkový prodej považuje za zcela normální a přirozený (28 %)
- Češi se podle něj (v 68 % případů) chovají **přátelsky** a jsou vždy ochotni poradit a pomoci, ale měl občas (56 % případů) **problémy se dorozumět**
- Většina návštěvníků (72 %) ví, že Český Krumlov je zapsán na listinu **UNESCO**, ale z větší poloviny (54%) nebyl podle jeho názoru tímto faktem ovlivněn
- jako důvod, proč nejezdí do České republiky více turistů z jejich země uvedl v 34 % pověst země (v očích našich turistů jste "**levná**" země, stále máme pověst **bývalé komunistické** země, **kriminalita**, krádeže) a v 32 % **nedostatek informací** a **malou propagaci**.