

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Teze bakalářské práce

**Statistická analýza spokojenosti s vybranými službami
zvolené turistické lokality**

Autor: Eva Jirešová

© 2015 ČZU v Praze

Statistická analýza spokojenosti s vybranými službami zvolené turistické lokality

Souhrn:

Práce se zabývá v nejobecnější rovině cestovním ruchem a statistickou analýzou kategoriálních dat.

V části literární rešerše je přiblížena problematika cestovního ruchu a to především jeho základní vymezení, druhy, subjekty a objekty; dále jsou popsáni cestující, jejich motivační faktory, segmentace trhu, marketingoví zprostředkovatelé. V této práci se také dočtete o lokalitě Žamberecka a o Informačním středisku Žamberk. Praktická část je založena na vyhodnocení faktorů ovlivňujících užívání služeb infocentra, kterému předcházelo sestavení hypotéz, na jejichž základě byl sestaven dotazník.

Klíčová slova:

Spokojenost, cestovní ruch, marketingový výzkum, dotazník, statistická analýza, hypotéza

Pod pojmem cestovní ruch si většina vybaví dovolenou a to v mnoha formách – odpočinek na pláži, poznávání krás nespoutané přírody, objevování historických a kulturních památek, poznávání životních stylů občanů jiných států,... Podle Heskové [2006] má turismus mnohem důležitější význam - díky jeho propojení do mnoha odvětví se stává důležitým společensko-ekonomickým fenoménem. Stal se součástí způsobu života obyvatel především ekonomicky vyspělých zemí, kdy je zaměřen jak na jednotlivce, tak na skupiny a cílem se pro ně stává jak rekreace, ale také poznání, či pracovní cesty. Vyskytuje se v několika formách a druzích. Objekty vystupující v turismu slouží k uspokojení potřeb zákazníků, kteří nakupují produkty. Mezi subjekty se řadí účastníci cestovního ruchu. „Nejčastější typ domácího návštěvníka je výletník, který realizuje jednodenní výlet, v rámci kterých v průběhu utratí 6 900 Kč ročně“ [Vystoupil, 2006].

Cílem této práce je vyhodnocení faktorů ovlivňujících užívání služeb Informačního střediska Žamberk. Podle předem stanovených hypotéz se otestoval vzorek, který byl pro tuto práci získán metodou dotazníkového šetření

V praktických výpočtech byla použita analýza kvalitativních znaků. Výpočty se prováděly pomocí asociace, která zkoumá vztah mezi alternativními statistickými znaky, a kontingence, která analyzuje vztah mezi znaky, z nichž alespoň jeden je množný. Testovalo se pomocí χ^2 testu, kdy v případě statisticky významné závislosti se síla měřila buď koeficientem asociace nebo Cramérovým koeficientem kontingence. [Hendl, 2004] Na začátku byly stanoveny hypotézy, které byly následně otestovány. Hladina významnosti byla v celé práci určena 5 %. Testovala se primární data získaná z dotazníkového šetření, kdy samotný dotazník obsahoval 17 dotazů, byl předložen osobám starším 15 let a obsahoval otázky, které byly nutné buď k otestování hypotéz, nebo pro potřeby infocentra. Otázky se objevovaly uzavřené, polouzavřené a otevřené, respondenti odpovídali zcela anonymně buď v Informačním středisku Žamberk, nebo pomocí elektronického dotazníku. K testování bylo použito odpovědí od 110 respondentů, kteří vyplnili dotazník v rozmezí od druhé poloviny listopadu 2013 do první poloviny ledna 2014. Termín sběru dat byl záměrně stanoven na tento interval, aby byl ve vzorku vyšší podíl pravidelných návštěvníků, kteří mohou poskytnout ucelenější hodnocení díky opakovaným návštěvám. Z 20 testovaných hypotéz byla prokázána závislost u 9 z nich.

Statisticky významná závislost se potvrdila mezi:

- věkem a zájmem o předprodej vstupenek → mladší lidé mají o tuto službu větší zájem;
- věkem a touhou po zjišťování novinek → starší lidé se zajímají o novinky více než mladí;
- četností návštěv a stavem příjmů → osoby s konstantním příjmem navštěvují IS častěji než osoby se změnou příjmu, nejméně často navštěvují studenti a osoby bez příjmu;
- četností návštěv a místem bydliště → prokázalo se, že častěji infocentrum navštěvují obyvatelé Žamberka než lidé z blízkého či dalekého okolí;
- pohlavím a nejčastěji využívanou službou → ukázalo se, že ženy více využívají vyhledávání spojů, služeb a předprodeje vstupenek. Oproti tomu muži kromě využívání služeb a předprodeje vstupenek inklinují k doporučení rad ohledně tipů na výlety, ubytování a stravování, či využití turistického razítka;
- četností návštěv a alespoň jednou využitou službou → prokázalo se, že čím více návštěv respondent uskutečnil, tím více služeb vyzkoušel;
- spokojeností se zařazením nové služby (předprodeje vstupenek) a alespoň jedním jejím využitím → kdy se potvrdilo, že většina osob, která službu uvítala, ji také využila a těch, kteří o ni neměli zájem, ji ze $\frac{4}{5}$ také nevyužili;
- četností návštěv se zaznamenáním nových služeb → prokázalo se, že čím častěji lidé IS navštěvují, tím více jsou vnímaví na změny a je u nich větší předpoklad, že si všimnou nově zavedené služby;
- četností návštěv a zaznamenáváním nového zboží → prokázalo se, že čím častěji lidé přijdou, tím je vyšší pravděpodobnost, že zaznamenají nové předměty. Závislost u zaznamenání předmětů je silnější než u zaznamenání služeb.

Oblast Žamberecka má pro turisty mnoho co nabídnout a samotný Žamberk láká na nejednu památku či jinou zajímavost. Informační středisko Žamberk, jehož chod zajišťuje tým čtyř osob, navštívilo v průměru v letech 2003-2014 9 138 osob za rok, z toho 471 bylo zahraničních návštěvníků. Návštěvnost se stále zvyšuje, v roce 2014 se jednalo o 13 193 osob. Kromě poskytování cenných tipů na výlety nabízejí služby, vytváří propagační materiály, provozují rozhlednu,... Z šetření vyplývá, že nejčastěji navštěvují infocentrum místní obyvatelé a se stoupající vzdáleností od Žamberka klesá četnost návštěv. Většina osob dosahuje středoškolského vzdělání s maturitou. Co se pohlaví týká, tak mírně

převažují ženy. Většina návštěvníků zavítá sama. Pokud se zajímají o novinky, tak je sledují především ve výloze a v místním zpravodaji - Žambereckých listech. Četnost návštěv se dá relativně rovnoměrně rozložit na pravidelnou, občasnou i náhodnou. Nejčastějším cílem je možnost předprodeje vstupenek, využití služeb (kopírování, scanování, faxování, internet, laminace) a možnost vzít si letáčky zdarma. Z hodnocení respondentů vyplynulo, že jsou s celkovým dojmem spokojeni - nejvíce oceňují přístup pracovníků a nejrozdílnější názory jsou ohledně umístění informačního střediska. Závislosti nám prokázaly, že muži se více zajímají o tipy na výlety, oproti tomu ženy inklinují k vyhledávání spojů. Dále se prokázalo, že četnost návštěv je u místních obyvatelů vyšší. S četností návštěv je také spojen počet využitých služeb, kdy se potvrdilo, že čím častěji respondenti navštívili infocentrum, tím více služeb vyzkoušeli. Návštěvníci, kteří chodí často, jsou pozornější k zaznamenávání nové nabídky a nejen v sortimentu zboží, ale také postřehnou nové služby. Věk hraje významnou roli - mladší část populace si oblíbila možnost předprodeje vstupenek a starší část populace zase bedlivěji sleduje novinky z informačního střediska. Právě předprodej vstupenek z portálu ticketportal.cz a ticketstream.cz se ukázalo jako vhodně zvolená novinka. Středně silná závislost potvrzuje, že návštěvníci, kteří uvítali tuto novinku, ji také využili.

Seznam použitých zdrojů:

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, 583 s. ISBN 80-717-8820-1.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 80-7168-948-3

VYSTOUPIL, Jiří. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006, 157 s. ISBN 80-239-7256-1.