



SMART

AŽ JSOU JIŽNÍ ČECHY CHYTRÉ!

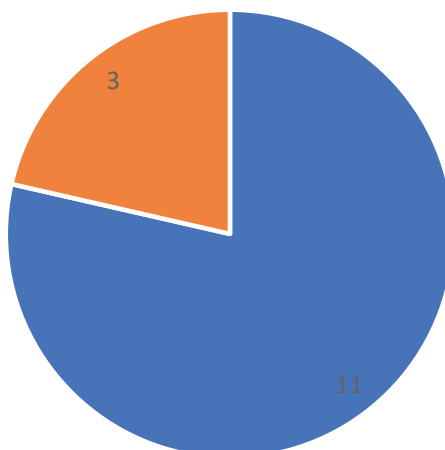
KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU JIHOČESKÉHO KRAJE 2021–2030

PŘÍLOHA č. 2f: Srovnání výsledků dotazníkových šetření s návštěvníky jižních Čech a s ubytovateli, kteří se zapojili do kampaně Léto & Podzim v jižních Čechách

Zpracováno ve struktuře dle turistických oblastí

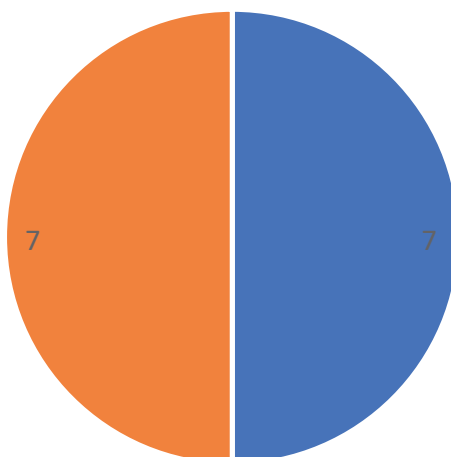
Budějovicko

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=14)



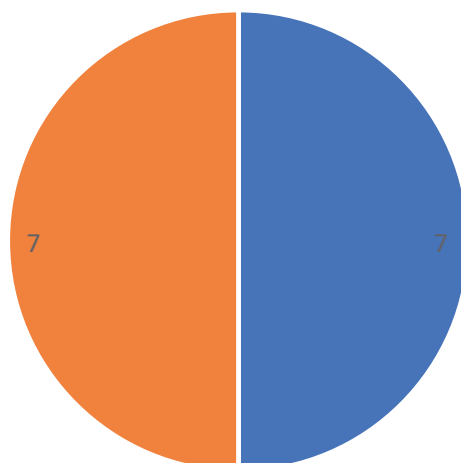
■ Ne, nespolupracoval/a jsem. ■ Ano, spolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=14)



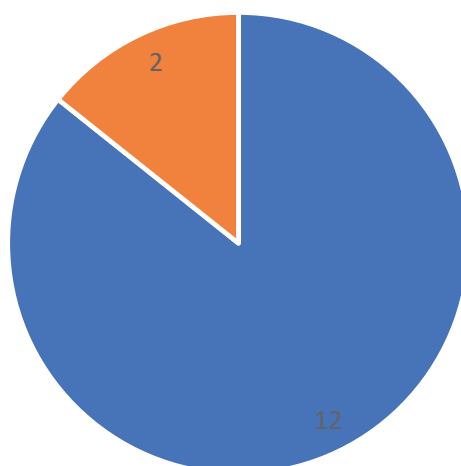
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji.
■ Ano, vím a často na tyto platformy hosty odkazují.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=14)

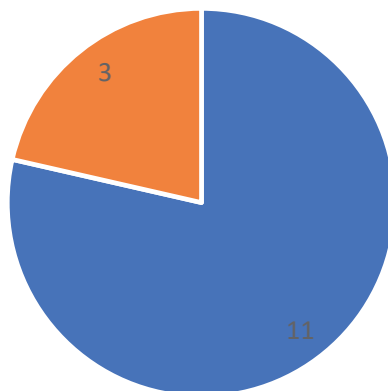


■ Ne, nevím, ale začnu web využívat. ■ Ano, vím.

Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=14)



■ Výborná ■ Velmi dobrá

Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=14)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.

Shrnutí

Provozovatelé UZ v TO Budějovicko z více než $\frac{3}{4}$ před pandemií nespolečovali s JCCR nebo svou TO.

Na otázku, zdali mají povědomí o webovém turistickém portále www.jiznicechy.cz nebo facebooku/instagramu, odpověděli všichni, že ano. Nicméně zdali tyto portály využívají, jsou odpovědi z poloviny kladné a z poloviny záporné.

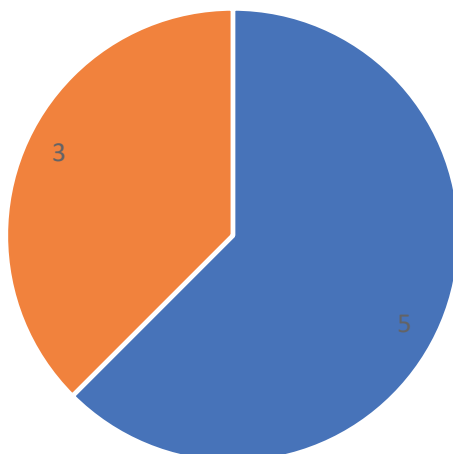
Polovina respondentů má povědomí i o webu JCCR, nicméně z odpovědí není zřejmé, zdali ho i využívají. Druhá polovina o webu povědomí neměla, ale má v plánu ho začít využívat.

Komunikaci produktového manažera zde respondenti hodnotí velmi kladně.

Provozovatelé UZ v TO Budějovicko z více než $\frac{3}{4}$ chce být propagováno pod značkou své TO a zároveň pod značkou Jižní Čechy. Pouze 3 respondenti chtějí být propagováni pouze pod značkou Jižní Čechy.

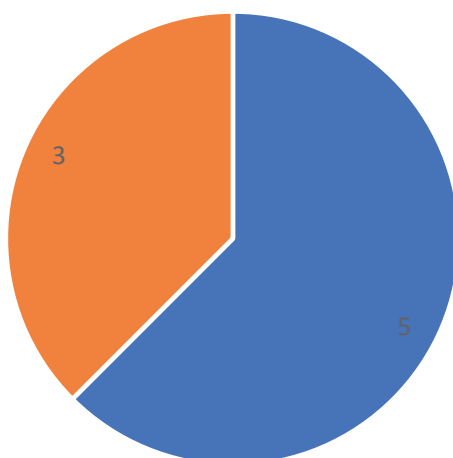
Česká Kanada

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=8)



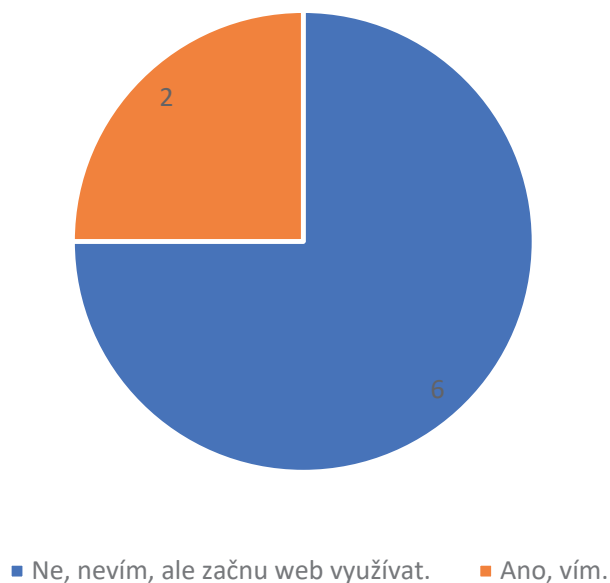
■ Ne, nespolupracoval/a jsem. ■ Ano, spolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=8)



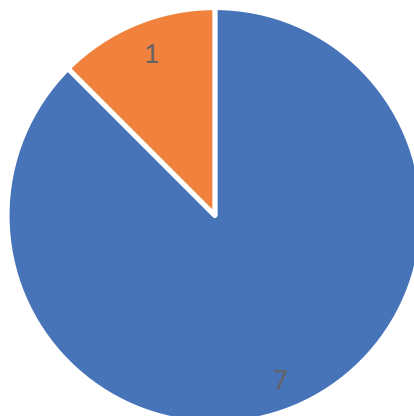
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji. ■ Ne, nevím, ale začnu platformy využívat.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=8)



Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=8)



Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=8)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou turistické oblasti.

Shrnutí

Více než polovina provozovatelů UZ v TO Česká Kanada před pandemií nespolečně pracovala s JCCR nebo svou TO.

Na otázku, zdali mají povědomí o webovém turistickém portále www.jiznicechy.cz nebo facebooku/instagramu, odpověděla většina, že ano, ale s portály nepracují. Druhá část respondentů povědomí o portálech neměla, ale hodlá je v budoucnu začít využívat.

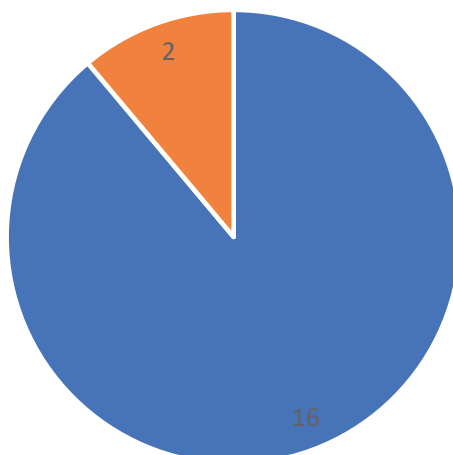
Pouze ¼ respondentů má povědomí i o webu JCCR, nicméně z odpovědí není zřejmé, zdali ho i využívají. ¾ respondentů o webu povědomí neměla, ale má v plánu ho začít využívat.

Komunikaci produktového manažera zde respondenti hodnotí velmi kladně.

Téměř všichni provozovatelé UZ v TO Česká Kanada chtějí být propagováni pod značkou své TO a zároveň pod značkou Jižní Čechy. Pouze 1 respondent chce být propagován pouze pod značkou své TO.

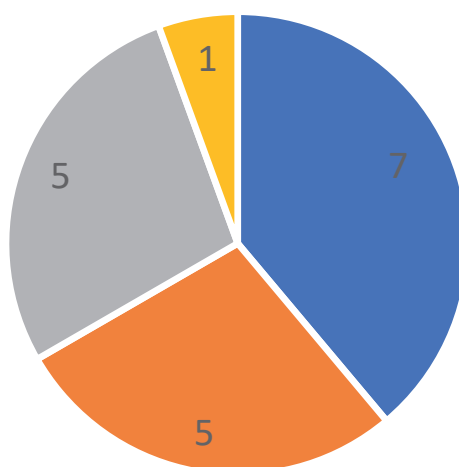
Český Krumlov region

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=18)



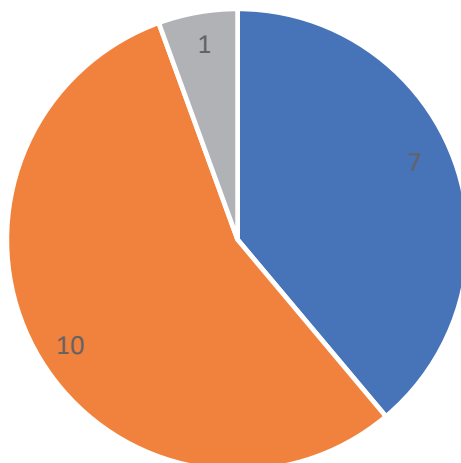
■ Ne, nespolupracoval/a jsem. ■ Ano, spolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=18)



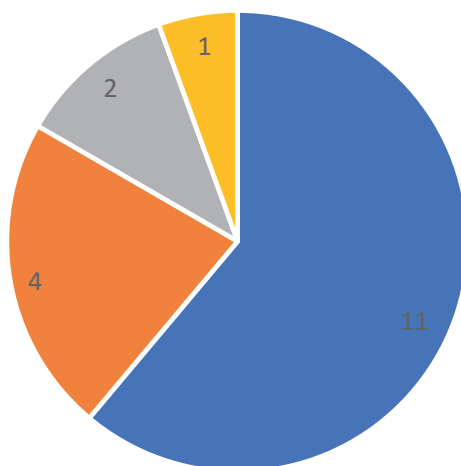
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji.
 ■ Ano, vím a často na tyto platformy hosty odkazují.
 ■ Ne, nevím, ale začnu platformy využívat.
 ■ Ne, nevím a nezajímá mě to.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=18)

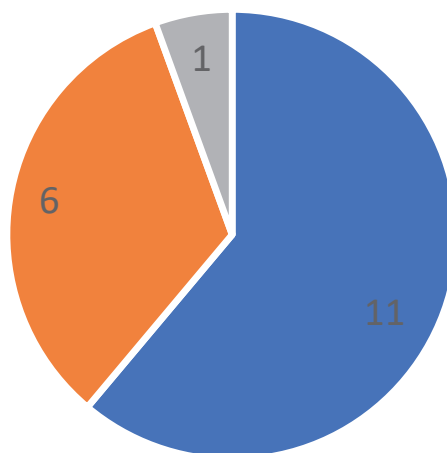


■ Ano, vím. ■ Ne, nevím, ale začnu web využívat. ■ Ne, nevím, nezajímá mě to.

Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=18)



■ Výborná ■ Velmi dobrá ■ Dobrá ■ Produktového manažera neznám

Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=18)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.
- Nevím, je mi to jedno.

Shrnutí

Téměř všichni provozovatelé UZ v TO Český Krumlov region před pandemií nespolečovali s JCCR nebo svou TO. Pouze 2 respondenti ano.

Na otázku, zdali mají povědomí o webovém turistickém portále www.jiznicechy.cz nebo facebooku/instagramu, odpověděla většina (12), že ano, ale s portály pracuje pouze 5 z nich. Druhá část respondentů povědomí o portálech neměla, ale hodlá je v budoucnu začít využívat. Pouze jednomu respondentovi je to lhostejné.

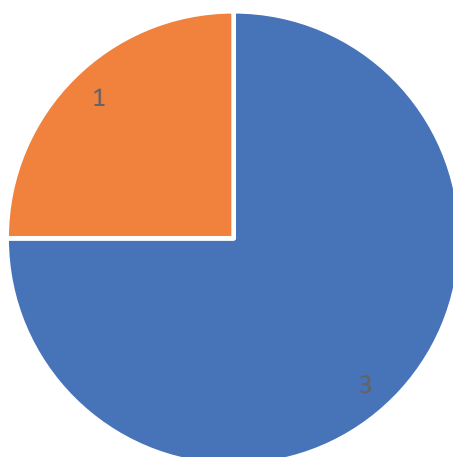
7 z 18 respondentů má povědomí i o webu JCCR, nicméně z odpovědí není zřejmé, zdali ho i využívají. 10 respondentů o webu povědomí neměla, ale má v plánu ho začít využívat. Pouze jednomu respondentovi je to lhostejné.

Komunikaci produktového manažera zde respondenti hodnotí kladně. Pouze jeden respondent produktového manažera nezná.

Více než polovina provozovatelů UZ v TO Český Krumlov region chce být propagována pod značkou své TO a zároveň pod značkou Jižní Čechy. Více než ¼ respondentů chce být propagována pouze pod značkou Jižní Čechy. Jednomu respondentovi je to lhostejné.

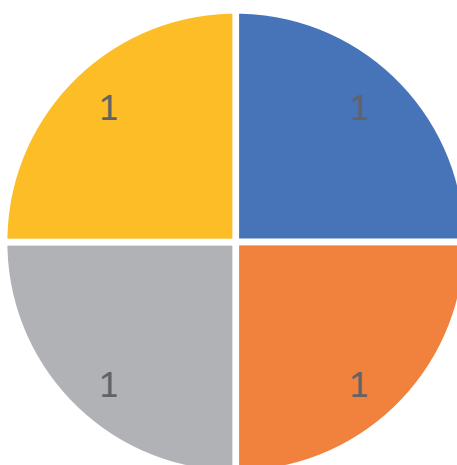
Lipensko

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=4)



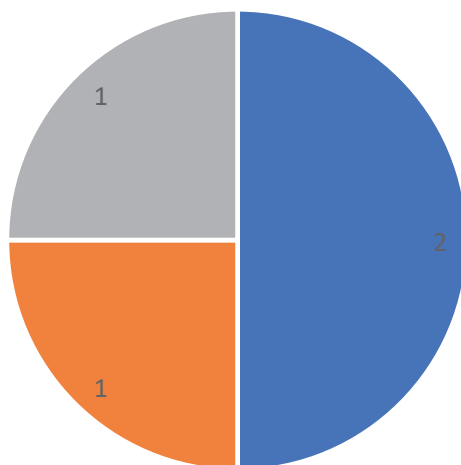
■ Ne, nespolupracoval/a jsem. ■ Ano, spolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=4)



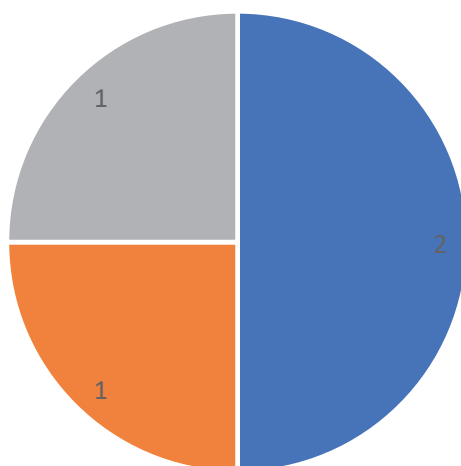
■ Vím až od letošního roku
 ■ Ne, nevím, ale začnu platformy využívat.
 ■ Ano, vím a často na tyto platformy hosty odkazují.
 ■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=4)

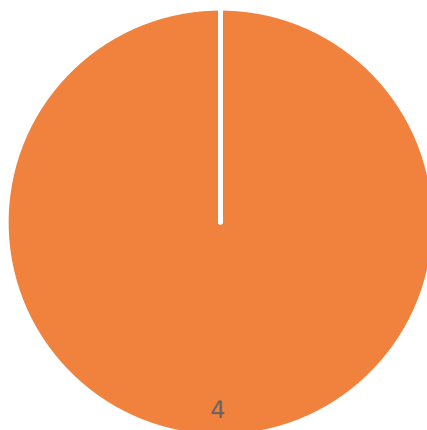


■ Ano, vím. ■ Ne, nevím, ale začnu web využívat. ■ Vím až od letošního roku

Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=4)



■ Výborná ■ Velmi dobrá ■ Dobrá

Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=4)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.

Shrnutí

$\frac{3}{4}$ provozovatelů UZ v TO Lipensko před pandemií nespolupracovali s JCCR nebo svou TO.

Na otázku, zdali mají povědomí o webovém turistickém portále www.jiznicechy.cz nebo facebooku/instagramu, odpověděla většina (2), že ano, ale s portály dále pracuje pouze 1 z nich. Jeden respondent povědomí o portálech neměl, ale hodlá je v budoucnu začít využívat.

A jeden respondent uvedl, že se o portálech dozvěděl teprve letos, není však jasné, zdali s nimi chce v budoucnu začít pracovat.

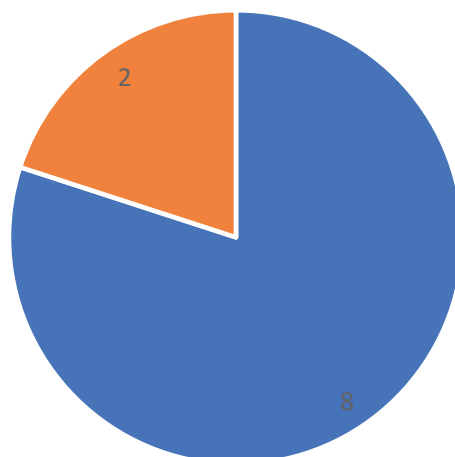
Polovina respondentů má povědomí i o webu JCCR, nicméně z odpovědí není zřejmé, zdali ho i využívají. 1 respondent o webu povědomí neměl, ale má v plánu ho začít využívat. A jeden respondent uvedl, že se o webu dozvěděl teprve letos, není však jasné, zdali s ním chce v budoucnu začít pracovat.

Komunikaci produktového manažera zde respondenti hodnotí kladně.

Všichni provozovatelé UZ v TO Lipensko chtějí být propagováni pod značkou své TO a zároveň pod značkou Jižní Čechy.

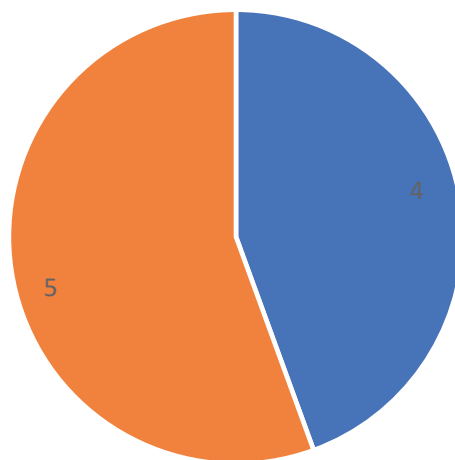
Novohradsko – Doudlebsko

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=10)



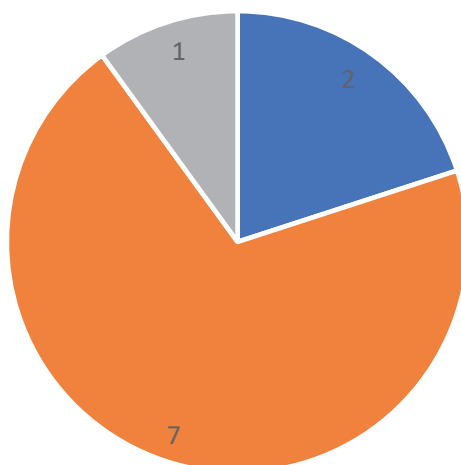
■ Ne, nespolupracoval/a jsem. ■ Ano, spolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=9)



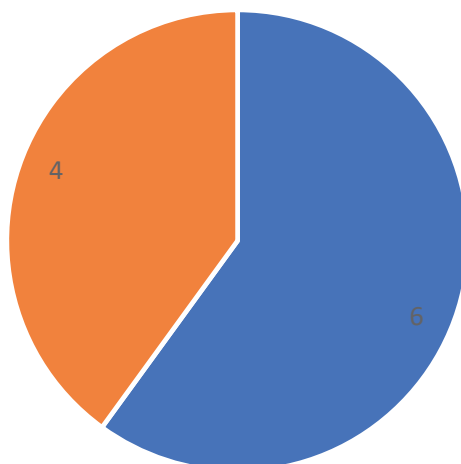
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji. ■ Ne, nevím, ale začnu platformy využívat.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=10)

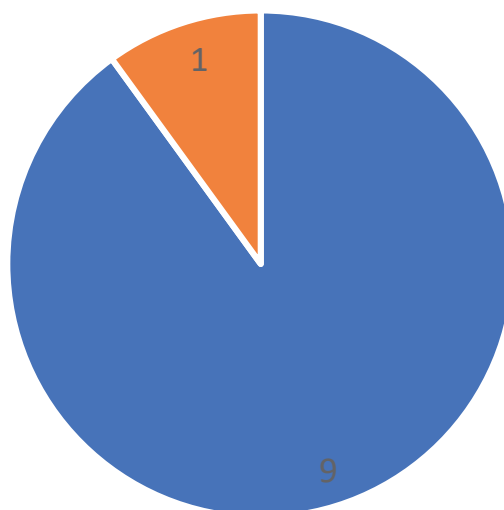


■ Ano, vím. ■ Ne, nevím, ale začnu web využívat. ■ Ne, nevím, nezajímá mě to.

Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=10)



■ Výborná ■ Velmi dobrá

Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=10)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.

Shrnutí

Téměř všichni provozovatelé UZ v TO Novohradsko - Doudlebsko před pandemií nespolupracovali s JCCR nebo svou TO. Pouze 2 respondenti ano.

Na otázku, zdali mají povědomí o webovém turistickém portále www.jiznicechy.cz nebo facebooku/instagramu, odpověděla méně než polovina, že ano, ale s portály moc nepracují. Více než polovina respondentů povědomí o portálech neměla, ale hodlá je v budoucnu začít využívat.

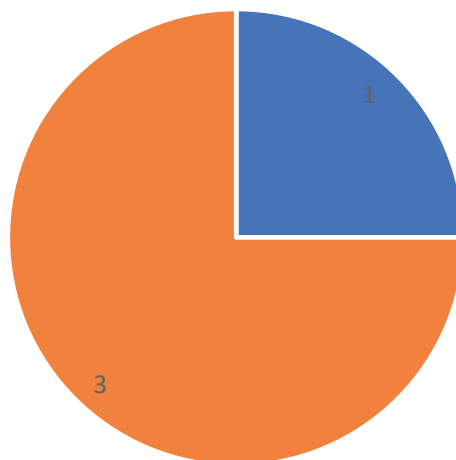
Pouze 2 respondenti mají povědomí i o webu JCCR, nicméně z odpovědí není zřejmé, zdali ho i využívají. Většina respondentů o webu povědomí neměla, ale má v plánu ho začít využívat. Pouze jednomu respondentovi je to lhostejné.

Komunikaci produktového manažera zde respondenti hodnotí velmi kladně.

Téměř všichni provozovatelé UZ v TO Novohradsko – Doudlebsko chtějí být propagováni pod značkou své TO a zároveň pod značkou Jižní Čechy. Pouze jeden respondent chce být propagován pouze pod značkou Jižní Čechy.

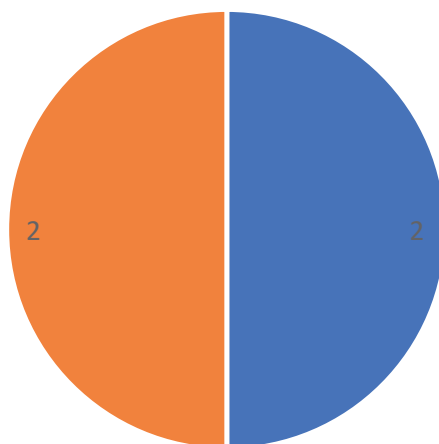
Písecko – Blatensko

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=4)



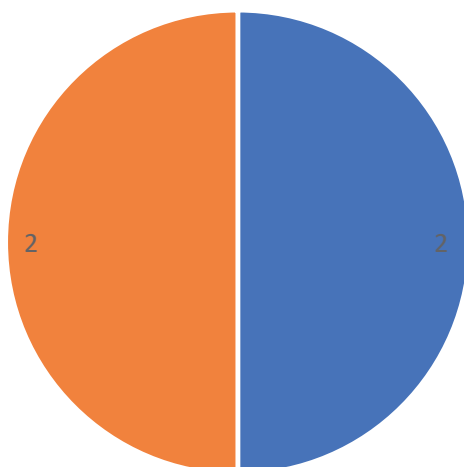
■ Ano, spolupracoval/a jsem. ■ Ne, nespolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=4)



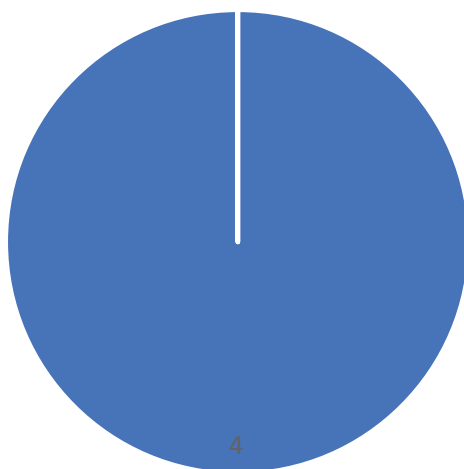
■ Ano, vím a často na tyto platformy hosty odkazuji.
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=4)

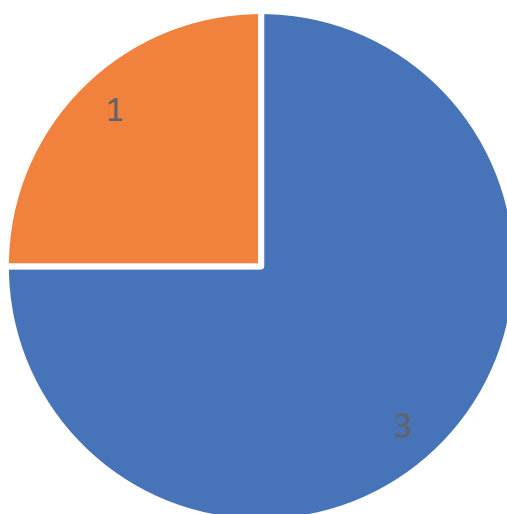


■ Ano, vím. ■ Ne, nevím, ale začnu web využívat.

Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=4)



■ Výborná

Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=4)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.

Shrnutí

V TO Písecko – Blatensko 3 ze 4 provozovatelů UZ před pandemií a dotačním programem nespolečně pracovalo s JCCR nebo svou TO.

Na další otázku, zda ví o existenci webu www.jiznicechy.cz a sociálních sítí, všichni respondenti odpověděli, že ano. Polovina respondentů odpověděla, že o nich ví a aktivně je využívají a odkazují na ně své hosty. Druhá polovina respondentů odpověděla, že s obsahem moc nepracují.

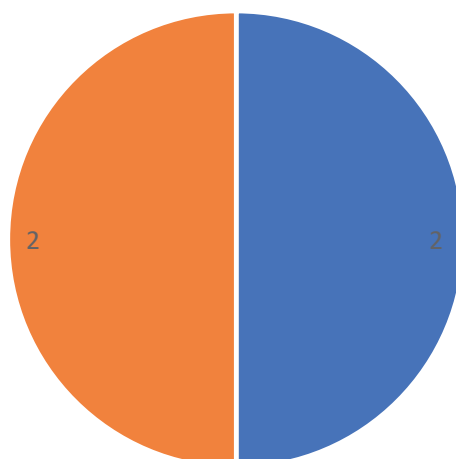
Polovina respondentů má podvědomí také o existenci webu www.jccr.cz, druhá polovina bohužel ne, ale začne ho využívat.

Komunikaci s produktovým manažerem všichni hodnotí výborně.

3 ze 4 provozovatelů chtějí své UZ propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod svou turistickou oblastí. Jeden z provozovatelů chce své UZ propagovat pouze pod značkou Jižní Čechy.

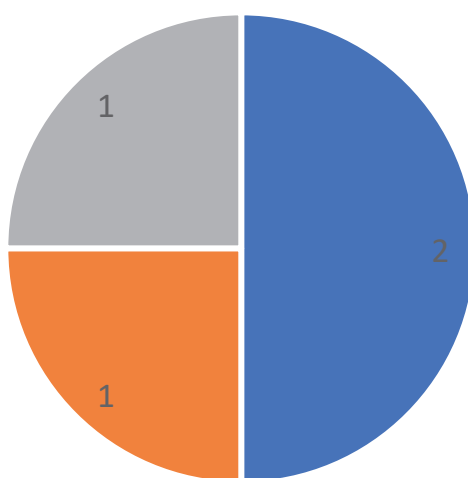
Podkletí

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=4)



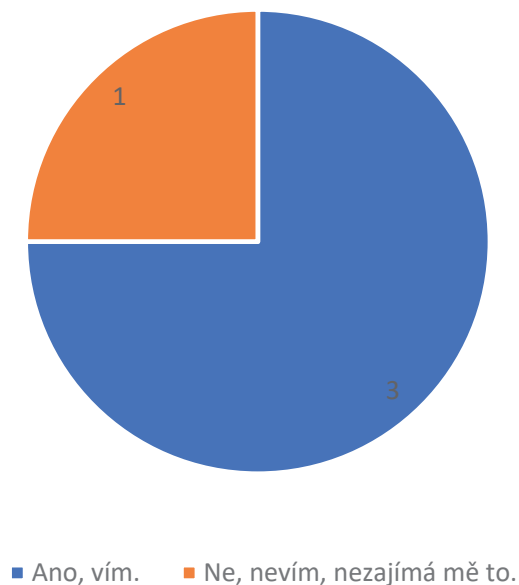
■ Ano, spolupracoval/a jsem. ■ Ne, nespolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=4)

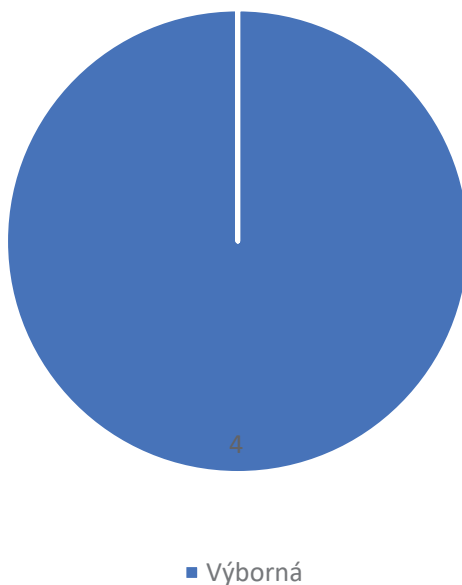


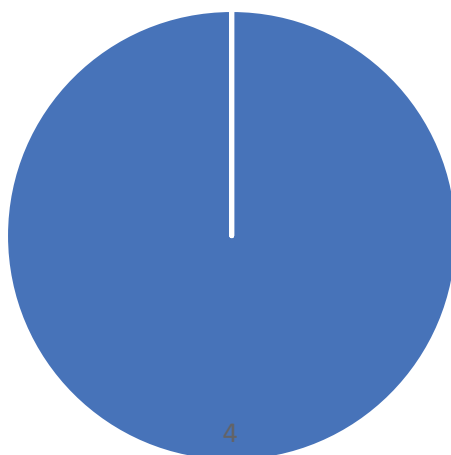
■ Ano, vím a často na tyto platformy hosty odkazuji.
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji.
■ Ne, nevím, ale začnu platformy využívat.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=4)



Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=4)



Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=4)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.

Shrnutí

V TO Podkletí polovina respondentů spolupracovala s JCCR nebo se svou TO už před pandemií a dotačním programem.

Na další otázku, zda ví o existenci webu www.jiznicechy.cz a sociálních sítí, $\frac{3}{4}$ respondentů odpovědělo, že ano, ale pouze dva z nich je aktivně využívají a odkazují na ně své hosty a jeden z respondentů s obsahem moc nepracuje. Jeden z respondentů o existenci nevěděl, ale začne platformy využívat.

$\frac{3}{4}$ provozovatelů UZ má také podvědomí o existenci webu www.jccr.cz, jeden z respondentů odpověděl, že neví a nezajímá ho to.

Všichni respondenti komunikaci s produktovým manažerem hodnotí výborně.

Svá UZ chtějí všichni respondenti propagovat pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.

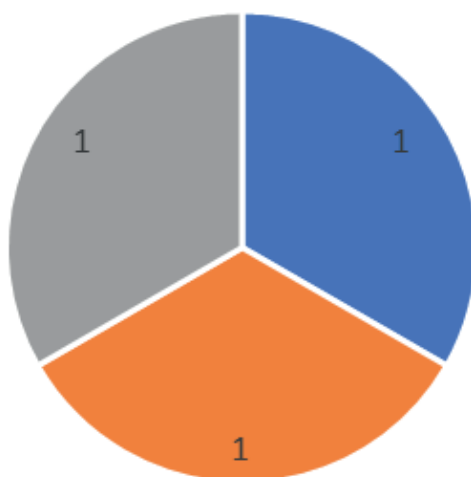
Prácheňsko

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=3)



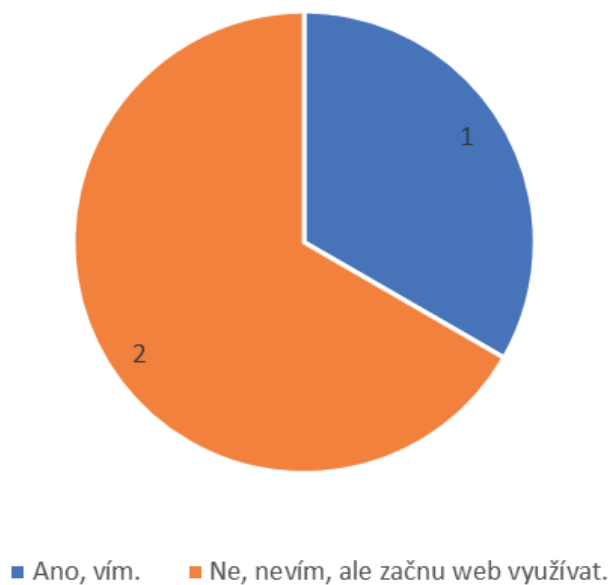
■ Ne, nespolupracoval/a jsem. ■ Ano, spolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=3)

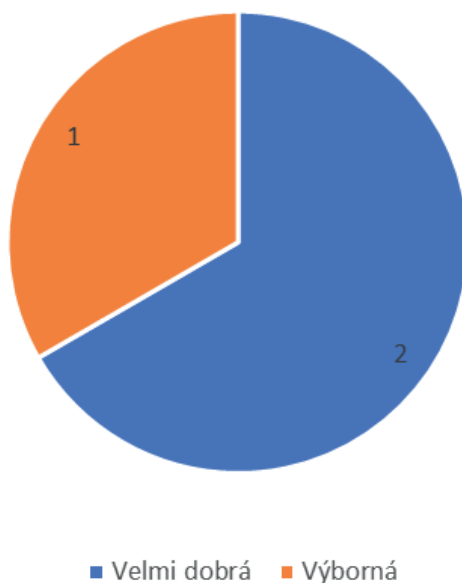


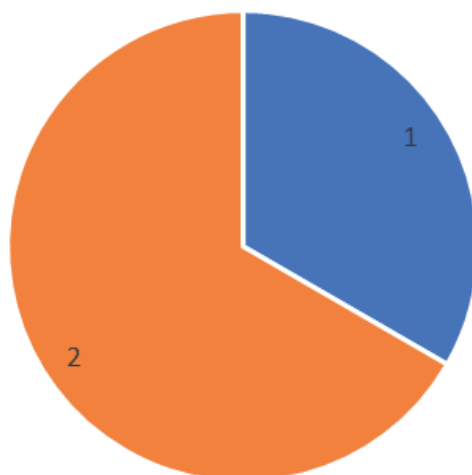
■ Ne, nevím, ale začnu platformy využívat.
■ Ano, vím a často na tyto platformy hosty odkazují.
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=3)



Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=3)



Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=3)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.

Shrnutí

Na Prácheňsku dva ze tří provozovatelů spolupracovala s JCCR a svou TO už před pandemií a dotačním programem.

Na další otázku, zda ví o existenci webu www.jiznicechy.cz a sociálních sítí, dva respondenti odpověděli, že ano. Jeden z nich je aktivně využívá a odkazuje na ně své hosty, druhý s obsahem moc nepracuje. Třetí z respondentů o nich nevěděl, ale začne je využívat.

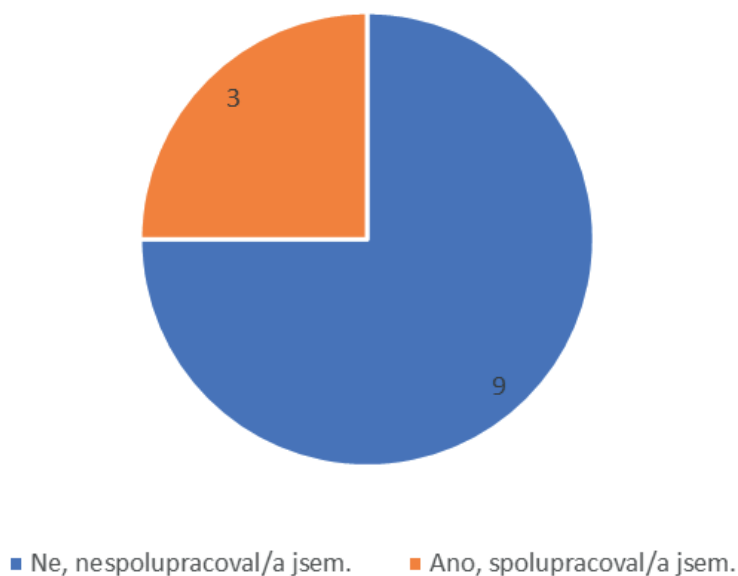
Pouze jeden z respondentů má podvědomí o existenci webu www.jccr.cz, další dva bohužel podvědomí nemá, ale začne web využívat.

Všichni respondenti hodnotí komunikaci s produktovým manažerem výborně nebo velmi dobře.

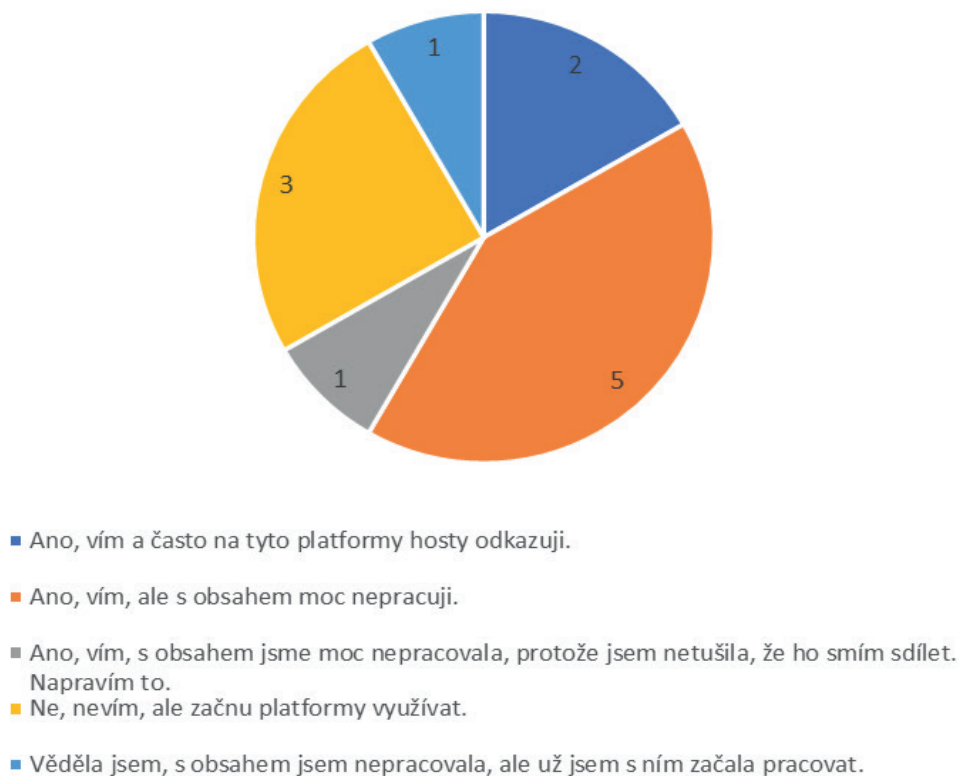
Dva provozovatelé UZ chce své UZ propagovat jak pod značkou Jižní Čechy, tak pod značkou své turistické oblasti. Jeden provozovatel UZ ho chce propagovat pod značkou Jižní Čechy.

Šumava

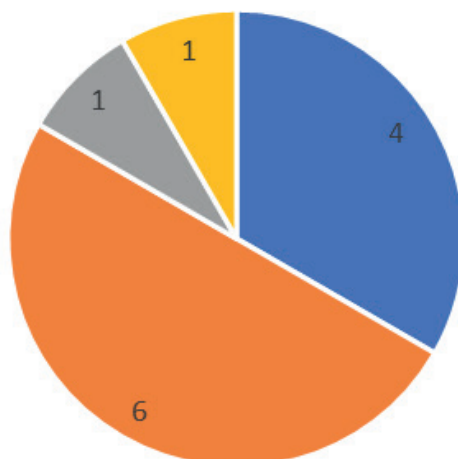
Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=12)



Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=12)



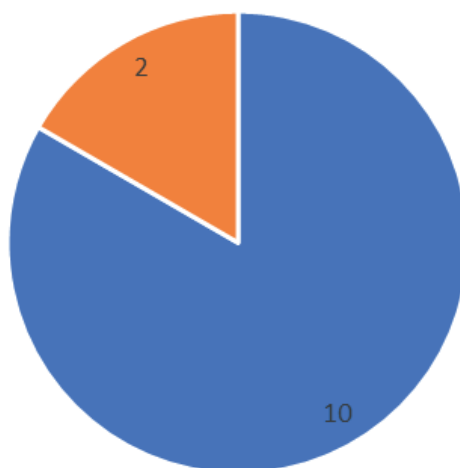
Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=12)



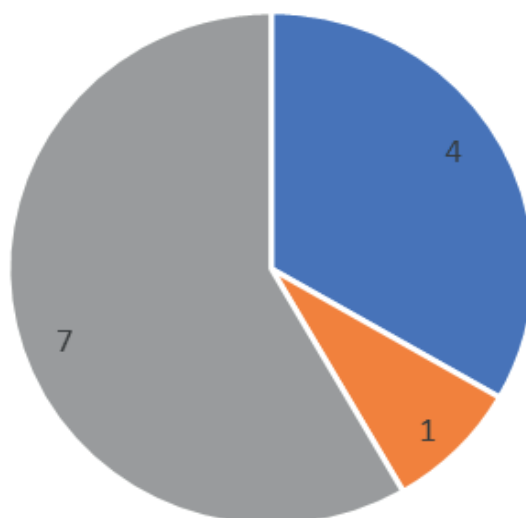
- Ano, vím.
- Ne, nevím, ale začnu web využívat.
- Ne, nevím, nezajímá mě to.
- Vlastní komentář

Vlastní komentář: Myslím, že koncepce na rozvoj CR v JČK by spíš měla být pozměněna z rozvoje na záchranu CR...

Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=12)



- Výborná
- Produktového manažera neznám

Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=12)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.

Shrnutí

V TO Šumava $\frac{3}{4}$ provozovatelů nespolupracovalo s JCCR a svou TO v době před pandemií a dotačním programem.

Dva respondenti ví o existenci webu www.jiznicechy.cz a sociálních sítích, také je aktivně využívají a odkazují na ně své hosty. Šest respondentů o nich sice ví, ale s obsahem moc nepracuje, jeden z těchto respondentů nevěděl, že obsah může sdílet. Další tři respondenti o existenci nevědělo, ale začne platformy využívat. A poslední respondent již s obsahem začal pracovat v době konání průzkumu.

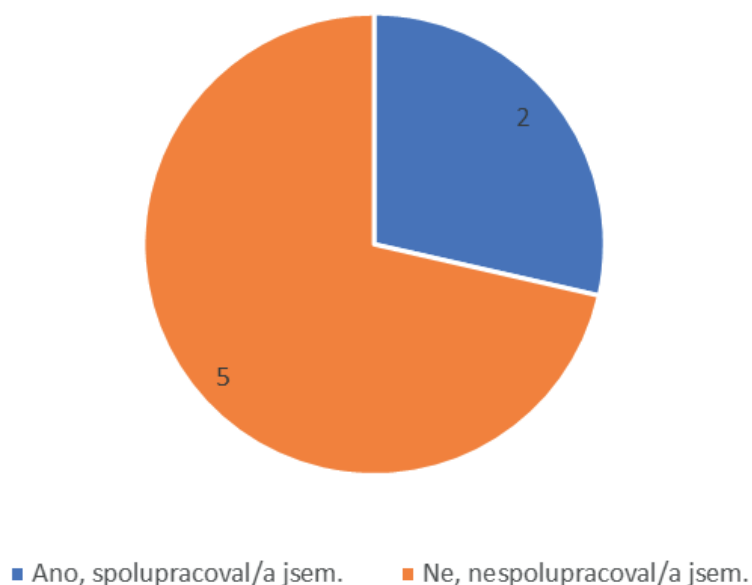
Polovina respondentů neměla podvědomí o webu www.jccr.cz, ale začne ho využívat. Čtyři respondenti ví o jeho existenci. Jeden z respondentů o něm neví a ani o něj nejeví zájem. Jeden z respondentů zanechal vlastní komentář.

Dva respondenti neznají svého produktového manažera, 10 respondentů hodnotí komunikaci výborně.

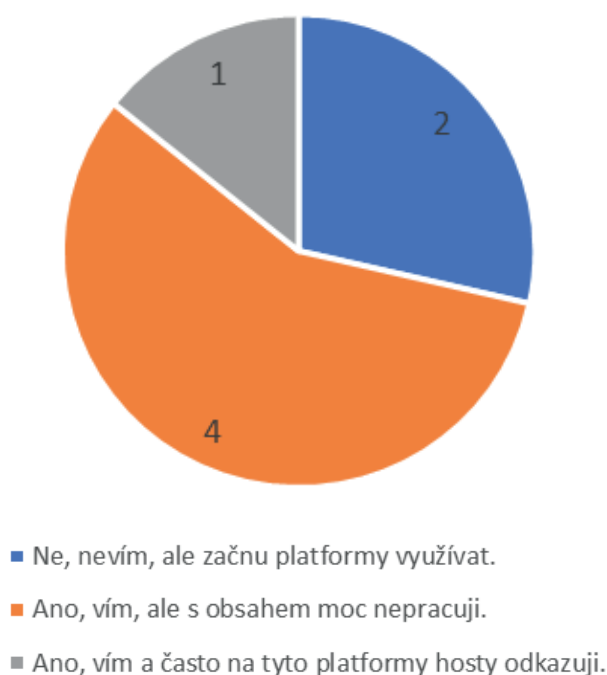
Sedm provozovatelé UZ chce své UZ propagovat jak pod značkou Jižní Čechy, tak pod značkou své turistické oblasti. Jeden provozovatel UZ ho chce propagovat pod značkou Jižní Čechy. A čtyři ho chtějí propagovat pouze pod značkou turistické oblasti.

Toulava

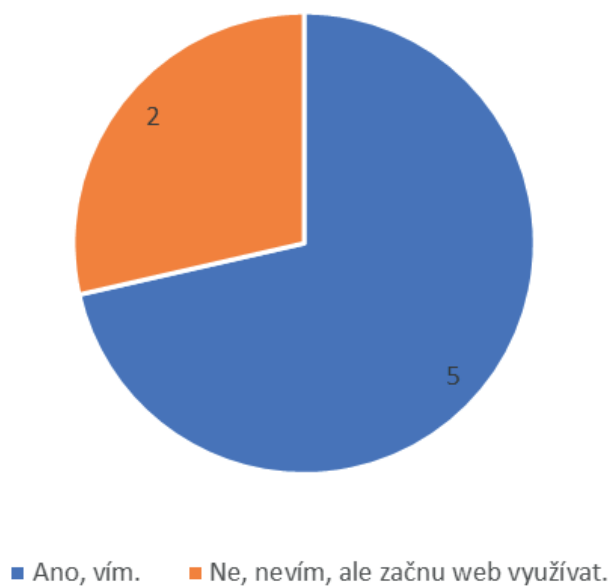
Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=7)



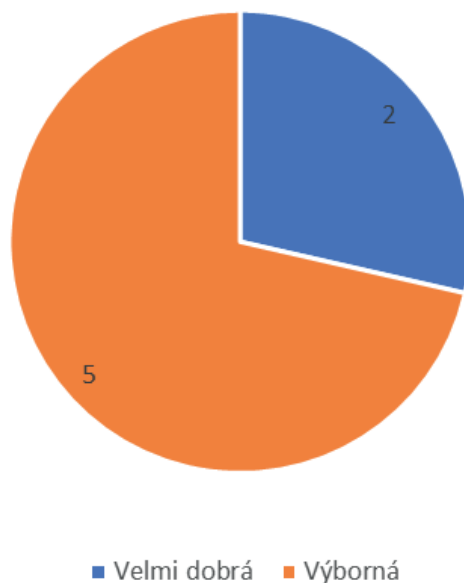
Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=7)

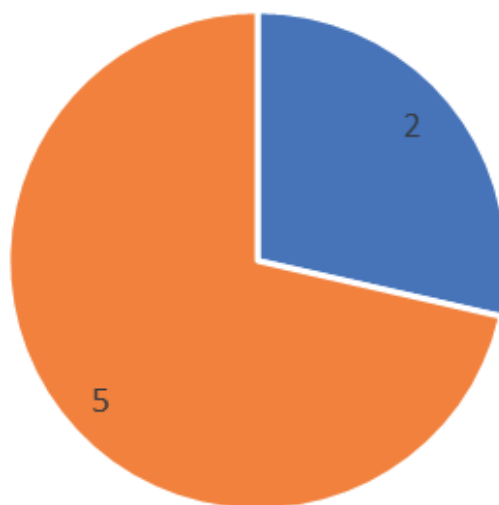


Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=7)



Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=7)



Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=7)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.

Shrnutí

Přibližně ¾ respondentů z TO Toulava nespolupracovalo před pandemií a dotačním programem s JCCR a svou TO.

Jeden respondent ví o existenci webu www.jiznicechy.cz a sociálních sítích, také je aktivně využívá a odkazuje na ně své hosty. Čtyři respondenti o nich sice ví, ale s obsahem moc nepracují. Další dva respondenti o existenci nevěděli, ale začne platformy využívat.

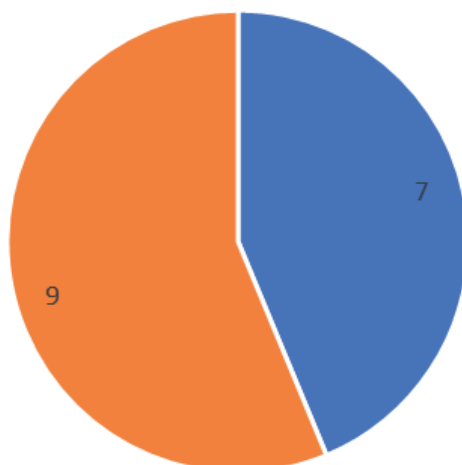
Dva respondenti neměli podvědomí o webu www.jccr.cz, ale začnou ho využívat. Pět respondentů ví o jeho existenci.

Všichni respondenti hodnotí komunikaci s produktovým manažerem výborně nebo velmi dobře.

Dva provozovatelé UZ chce své UZ propagovat jak pod značkou Jižní Čechy, tak pod značkou své turistické oblasti. Sedm provozovatelů UZ chce propagovat své zařízení pouze pod značkou Jižní Čechy.

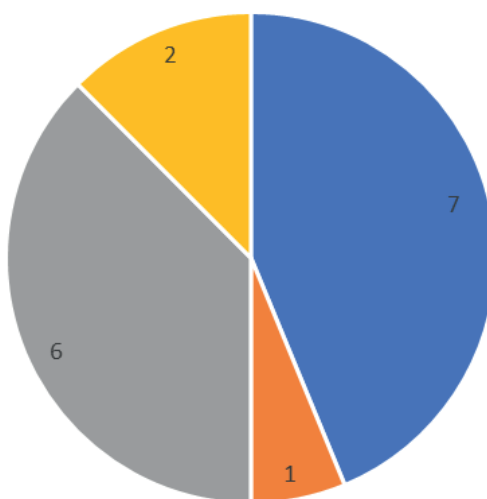
Třeboňsko

Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte? (n=16)



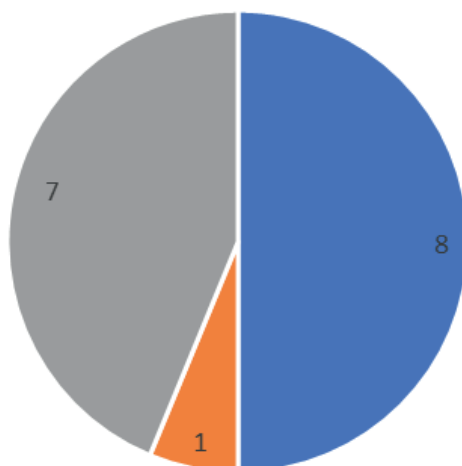
■ Ano, spolupracoval/a jsem. ■ Ne, nespolupracoval/a jsem.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři? (n=16)



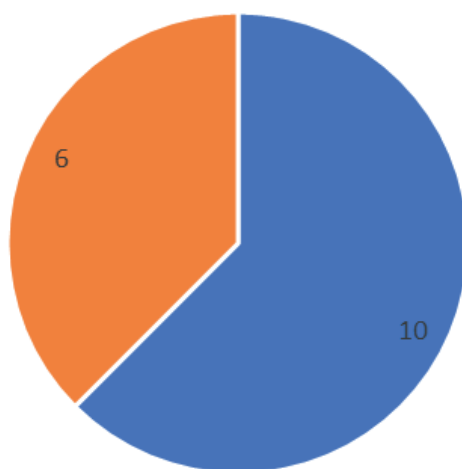
■ Ano, vím, ale s obsahem moc nepracuji.
■ Ne, nevím a nezajímá mě to.
■ Ne, nevím, ale začnu platformy využívat.
■ Ano, vím a často na tyto platformy hosty odkazuji.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod. (n=16)

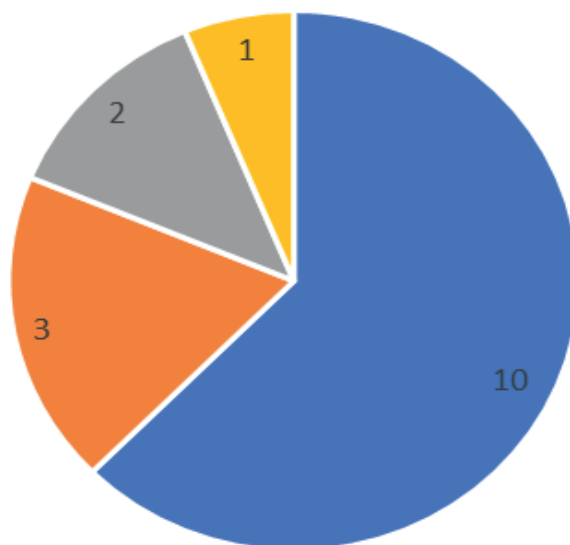


■ Ano, vím. ■ Ne, nevím, nezajímá mě to. ■ Ne, nevím, ale začnu web využívat.

Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem? (n=16)



■ Výborná ■ Velmi dobrá

Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete? (n=16)

- Své ubytovací zařízení chci propagovat zároveň pod značkou Jižní Čechy a pod značkou turistické oblasti.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou Jižní Čechy.
- Své ubytovací zařízení chci propagovat pod značkou turistické oblasti.
- Nevím, je mi to jedno.

Shrnutí

Na Třeboňsku více než polovina provozovatelů nespolupracovalo před pandemií s JCCR a svou TO.

Dva respondenti ví o existenci webu www.jiznicechy.cz a sociálních sítích, také je aktivně využívají a odkazují na ně své hosty. Sedm respondentů o nich sice ví, ale s obsahem moc nepracuje. Dalších šest respondentů o existenci nevědělo, ale začne platformy využívat. Jeden z respondentů o nich neví a nejeví o ně zájem.

Sedm respondentů nemělo povědomí o webu www.jccr.cz, ale začnou ho využívat. Osm respondentů ví o jeho existenci. Jeden z respondentů o něm neví a nejeví o něj ani zájem.

Všichni respondenti hodnotí komunikaci s produktovým manažerem výborně nebo velmi dobře.

Deset provozovatelů UZ chce své UZ propagovat jak pod značkou Jižní Čechy, tak pod značkou své turistické oblasti. Tři provozovatelé UZ chce své zařízení propagovat pouze pod značkou Jižní Čechy. Další dva provozovatelé UZ ho chtějí propagovat pod značkou TO a jednomu na tom nezáleží.

Závěr

Původně bylo zamýšleno graficky vyjádřit srovnání mezi všemi TO, nicméně kvůli velkému rozdílu v počtu responzí u jednotlivých TO by byly výsledky bez vypovídající hodnoty.

Ze všech grafických výstupů je patrné, že velká většina respondentů dříve s JCCR nebo se svou TO nespolupracovala. Největší míra spolupráce byla zaznamenána u TO Třeboňsko.

Nejvíce respondentů z TO Budějovicko a Český Krumlov region má povědomí o turistickém portálu jiznicechy.cz a dále s nimi i pracuje. Naopak nejmenší povědomí bylo zaznamenáno v TO Třeboňsko. Opět mohou být výsledky zavádějící, poněvadž v některých TO byl počet respondentů vyšší než v jiných oblastech.

Nejmenší povědomí o webu JCCR bylo zaznamenáno téměř ve všech TO a nejvíce u těch, kde byl i vyšší počet respondentů. Největší povědomí o tomto webu bylo u respondentů z TO Budějovicko, Český Krumlov region a Třeboňsko.

Většina respondentů chce propagovat své UZ pod značkou své TO i pod značkou Jižní Čechy. Ovšem největší míra zájmu o to být propagován jen pod značkou své TO byla zaznamenána v TO Šumavsko a Třeboňsko.