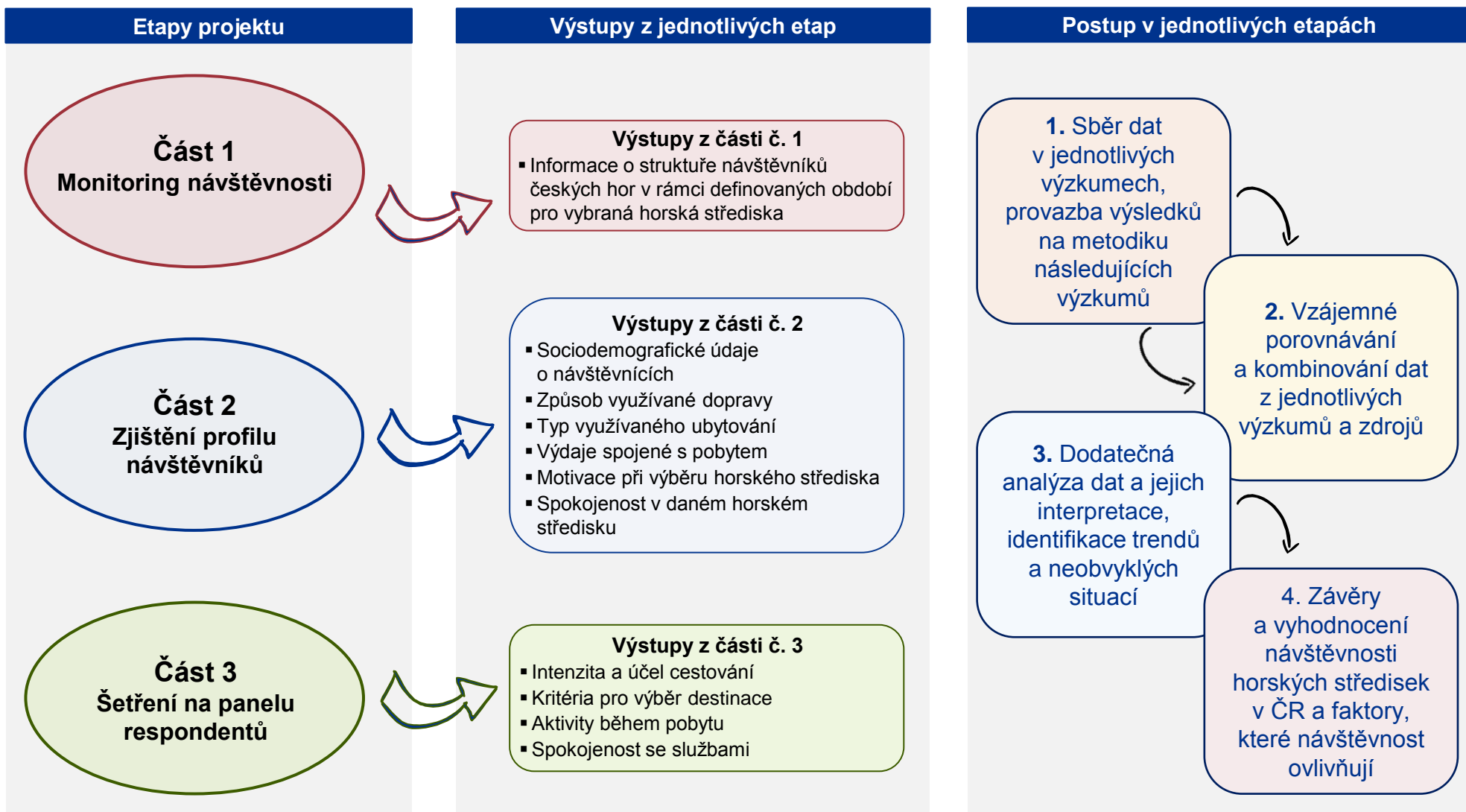


Metodika analýzy návštěvnosti horských středisek v České republice



Ondřej Špaček
11. listopadu 2015

Přístup k řešení projektu



Anonymizace dat na straně T-Mobile probíhá v souladu s telekomunikačním tajemstvím (zákon č. 151/2000 Sb.) tak, aby nebyly předávány a zpracovávány žádné osobní údaje ani zprostředkovací data. Geolokační data jsou tedy před vstupem do systému provozovaným společností T-Mobile plně anonymní a nemají podobu osobních údajů ve smyslu platných právních předpisů a zákonů.

1. Příprava analýzy



Měření probíhá od prosince 2014 do září 2015, toto období je dále rozděleno do několika časových úseků. Časové úseky jsou vybrány tak, aby pokryly klíčová turistická období, jako např. hlavní a vedlejší zimní sezonu, Vánoce a silvestr, letní sezonu, ale také období s nižší mírou návštěvnosti, tak aby bylo možné extrapolovat výsledky na celý rok a získat reprezentativní pohled na celoroční vývoj počtu návštěvníků.

3. Obohacení a transformace dat



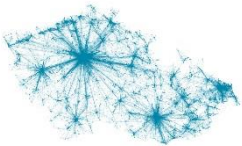
Jelikož geolokační data postihují pouze návštěvníky / turisty připojené do sítě T-Mobile, je nutné, aby data byla obohacena a přetřansformována tak, aby byla datová základna vypovídající o celkové návštěvnosti ve vybraných lokalitách. Předpoklady a vstupy pro obohacení a transformaci dat mobilních telefonů (ČSÚ, ISSS) v kombinaci s dlouholetými zkušenostmi konzultantů KPMG se sektory cestovního ruchu a volnočasových aktivit.

1

2

3

2. Sběr a příprava dat



Na základě výběru oblastí měření a parametrizace měření provedla společnost T-Mobile sběr geolokačních dat ze své sítě pro oblasti. Během této fáze bylo nutné provést následující aktivity:

- Přepočítávání a agregování dat
- Kalibrování dat
- Načítání dat pro vybrané oblasti
- Příprava datové základny

Sledované období

Sledovaným obdobím bude období od **20. 12.** do **30. 9.** Sledované (celé) období bude rozděleno na následující dílčí období:

- **Období 1** – Svátky: 22. 12. 2014 – 4. 1. 2015
- **Období 2** – Hlavní zimní sezóna: 5. 1. 2015 – 15. 3. 2015
- **Období 3** – Vedlejší zimní sezóna: 16. 3. 2015 – 26. 4. 2015
- **Období 4** – Mezisezóna: 27. 4. 2015 – 14. 6. 2015
- **Období 5** – Letní sezóna: 14. 6. 2015 – 30. 9. 2015



Návštěvník

Za návštěvníka se považuje taková osoba, která strávila ve sledovaném regionu alespoň **180 minut** v časovém období **0:00 až 23:59**.



Turista

Za turistu se považuje taková osoba, která strávila ve sledovaném regionu alespoň **180 minut** v časovém období **1:00 až 5:00**.

Metoda:

- **Osobní dotazování respondentů** v horských střediscích v **zimním období** (5. 1. 2015 – 15. 3. 2015)

Cíl výzkumu:

- Zajistit **informace o profilu respondentů** a ověřit **spolehlivost dat** z ostatních výzkumů

Velikost vzorku a cílová skupina:

- V každé z vybraných lokalit byly provedeny výzkumy formou anonymního face to face dotazování, kdy byly respondenti vybíráni náhodným výběrem (pravděpodobnostním výběrem). V každém samostatném výzkumu bylo dotazováno minimálně 50 respondentů.

Cílovou skupinou tohoto výzkumu budou:

- Tuzemští turisté i jednodenní návštěvníci horských středisek v ČR v rámci domácího cestovního ruchu.
- Zahraniční turisté i jednodenní návštěvníci horských středisek v ČR.

Předmět výzkumu:

Výzkum bude zaměřen zejména na zjišťování informací v následujících oblastech:

- **Sociodemografické údaje** – věk, pohlaví, vzdělání, bydliště, příjem, rodinný stav apod.
- **Doprava** – využívaný způsob dopravy do horského střediska.
- **Ubytování** – typ využívaného ubytování, náklady na ubytování.
- **Finance** – výše ostatních výdajů spojených s pobytem a jejich skladba (služby, produkty atd.).
- **Motivace** – důvod výběru konkrétního horského střediska, další aktivity využívané ve středisku.
- **Spokojenost** – spokojenost se službami v horském středisku, ochota doporučit středisko.

Zjištění profilu návštěvníků

1

Oslovení respondenta v horském středisku

2

Vyplnění dotazníku

3

Zpracování dat

4

Analýza získaných dat

5

Zjištění závislostí

6

Vytvoření grafického znázornění výstupu

Do panelu respondentů byly zařazeny pouze ty osoby, které byly v posledních 3 letech alespoň na jedné tuzemské či zahraniční dovolené / jednodenní cestě za účelem lyžování (sjezdové či běžecké). Celková velikost vlastního panelu respondentů založeného v roce 2004 je 35 000 osob v ČR. Z minulých výzkumů je známo, že požadovaný profil splňuje až 80 % respondentů v rámci celého panelu.

Respondenti byli osloveni řízeně na základě demografických a dalších parametrů, aby skladba výzkumného vzorku co možná nejlépe odpovídala parametrům společnosti v ČR. Důležitým předpokladem pro zařazení do panelu respondentů je zmíněná dovolená či jednodenní cesta za účelem lyžování v posledních 3 letech.

Předmět výzkumu

V rámci panelu respondentů byly zkoumány spotřebitelské zvyklosti v cestovním ruchu. Jedno dotazování trvalo cca 10 minut. Finální seznam otázek bude konzultován se Zadavatelem. Pozornost byla věnována zejména těmto oblastem:

- Cestovatelské zvyklosti (intenzita a účel cestování po ČR a v zahraničí)
- Rozhodovací proces (kritéria pro výběr destinace)
- Důvody preference domácích/zahraničních horských středisek
- Frekvence a charakter cest
- Aktivity během cest
- Spokojenost se službami

Kontrolní proces respondentů

1

Registrace uživatele

Aplikace pravidla double opt-in a verifikace emailové adresy.

2

Vizuální kontrola každého nového panelisty

Provádí se manuálně, supervizoři kontrolují především identifikační a kontaktní údaje.

3

Telefonická kontrola

Probíhá telefonická kontrola všech nových panelistů. Ověřujeme vybrané sociodemografické údaje.

4

Ověřování poštou

Vybraným panelistům, zasíláme poštou ověřovací aktivační kódy na jejich fyzickou adresu bydliště.

5

Kontrolní body v dotaznících

V průběhu dotazování přidáváme do dotazníků kontrolní otázky, které porovnáváme s registračními daty.

6

Validování dotazníků

Data z dotazníků jsou analyzována na konzistenci odpovědí a jsou detekovány podezřelé záznamy.

7

Technologické kontroly

Aplikujeme také technologické metody verifikace – konzistence cookie, kontroly IP adresy, porovnávání šifrovaných identifikátorů apod.



cutting through complexity

Ondřej Špaček
Manager

ospacek@kpmg.cz
+420 602 265 851

Děkuji za pozornost



© 2015 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in the Czech Republic.

The KPMG name, logo and 'cutting through complexity' are registered trademarks or trademarks of KPMG International Cooperative (KPMG International).