



SOCIÁLNÍ PRŮZKUM

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA SOCIOLOGICKÉHO VÝZKUMU

**MĚŘENÍ SPOKOJENOSTI A HODNOCENÍ KRYTÉHO PLAVECKÉHO
BAZÉNU VE SVITAVÁCH**

Zadavatel: Město Svitavy

Zhotovil: Mgr. Petr Čáp

Agentura Sociální průzkum

www.socialni-pruzkum.cz

Obsah

| | |
|--|-------|
| Úvodem | 3 |
| Kapitola I.: Metoda práce | 4-6 |
| Kapitola II.: Analýza dat | |
| II.I. Krytý bazén ve Svitavách a jeho srovnání s konkurencí | 7-9 |
| II.II. Ceny a otevírací doba | 9-12 |
| II.III. Hodnocení personálu | 12-15 |
| II.IV. Bazén a celková spokojenost | 15-16 |
| II.V.I. Bazén: investice a jiné změny | 16-20 |
| II.V.II. Koupaliště: investice | 20-21 |
| II.VI. Kvalitativní výpovědi respondentů | 22 |
| Kapitola III.: Shrnutí významných výsledků a doporučení | 23-28 |
| Závěrem | 29 |
| Příloha I.: Přepis všech frekvenčních tabulek a vybrané korelační tabulky | 30-60 |
| Příloha II.: Přepis dotazníku | 61-67 |

Úvodem

Předkládaný text je závěrečnou zprávou sociologického výzkumu. Byl vypracován agenturou Sociální průzkum a jeho cílem byl zjistit stav spokojenosti návštěvníků svitavského krytého bazénu, důvody skupiny lidí, kteří na svitavský bazén zpravidla nechodí a jaké existují možnosti navýšení návštěvnosti a snížení plynoucí spokojenosti.

Dotazníkové šetření hledající možnosti zlepšení služeb poskytovaných Krytým bazénem ve Svitavách není zcela první. V roce 2007 město Svitavy zadalo badatelům katedry sociologie a andragogiky při Univerzitě Palackého v Olomouci výzkumný záměr, jehož cílem bylo zjistit umístění předpokládaných investic pohledem svitavských občanů. Jednou ze zjišťovaných kategorií byl i krytý bazén. Výsledky tehdejšího dotazování ukazovaly, že si obyvatelé města přejí investovat do jiných budov a lokalit. Jen přibližně každý dvacátý si přál investici ve smyslu nové přístavby. Obecně řečeno, výzkum tehdy ukázal, že pokud mají svitavští trávit volný čas ve svém městě v rekonstruovaném prostředí pak, preferují například park Jana Palacha, atletický stadion nebo koupaliště. Ambicí tohoto šetření přesto je spíše zhodnotit aktuální stav Krytého bazénu ve Svitavách a zjistit kam by případné investice v rámci objektu měly být pohledem respondentů směřovány.

Zpráva je strukturována do tří kapitol. Prvá přibližuje metodologická východiska výzkumu a vysvětluje odborné pojmy používané v průběhu textu. Druhá obsahuje statistickou analýzu dat. Zde jsou respondenti rozdělení do dvou skupin podle jejich frekvence návštěvnosti Krytého bazénu ve Svitavách a jsou tu přiblíženy nejvýznamnější rozdíly mezi oběma skupinami, stejně jako jejich výtky i návrhy na zlepšení soudobého stavu. Analýza jednotlivých proměnných jde chronologicky podle dotazníku a čtenář je vždy upozorněn, ve které části dotazování se nachází. Třetí část práce je sumarizací nejdůležitějších výsledků a doporučení. Práce ve své Příloze I obsahuje všechny frekvenční a korelační tabulky, které nejsou prezentovány v hlavní části textu. Příloha II přináší kopii dotazníku, kterou respondenti vyplňovali.

Kapitola I.

Metoda práce

Výzkum spokojenosti a hodnocení Krytého bazénu ve Svitavách proběhl v měsících květnu a červnu 2012 na vzorku 209 respondentů. Sběr dat proběhl dvěma způsoby a to podle charakteru cílové skupiny respondentů, kteří pocházeli buď přímo ze Svitav, nebo z nejbližšího okolí. Zatímco plavci, především držitelé permanentek, byli dotazováni přímo na krytém bazéně, ti, kteří bazén nenavštěvují tak často a nemohli být během dotazování zastaveni na místě, mohli dotazník vyplnit elektronickou formou. Ten byl inzerován jak na webové stránce města, tak příspěvkové organizace Města Svitavy Vody a sport. Dotazování na krytém bazéně probíhalo kvótním výběrem podle pohlaví a věkové struktury obyvatel Svitav tak jak byly tyto charakteristiky zjištěny podle censu z roku 2011. Elektronické dotazování (obsah dotazníku byl totožný s tištěným) mělo svou dobrovolností a nemožností kontroly výběru respondentů podobu spíše ankety, a proto, aby konečný výběrový soubor byl reprezentativní vůči souboru základnímu, musel být zvažován. Získaný a zvažovaný kvótní reprezentující základní soubor zpřehledňují frekvenční tabulky 1a a 1b a 2a a 2b.

Frekvenční tabulka 1a: *pohlaví: získaný soubor*

| | Počet | Platné procento |
|--------|-------|-----------------|
| Muži | 89 | 42,8 |
| Ženy | 119 | 57,2 |
| Celkem | 208 | 100 |

Frekvenční tabulka 1b: *pohlaví: vážený*

| | Počet | Platné procento |
|--------|-------|-----------------|
| Muži | 101 | 48,9 |
| Ženy | 106 | 51,1 |
| Celkem | 207 | 100 |

Frekvenční tabulka 2a: *věk: získaný soubor*

| | Počet | Platné procento |
|---------------|-------|-----------------|
| 15-25 let | 43 | 20,6 |
| 26-40 let | 89 | 42,6 |
| 41-64 let | 66 | 31,6 |
| 65 let a více | 10 | 4,8 |
| Celkem | 208 | 100 |

Frekvenční tabulka 2b: *věk: vážený soubor*

| | Počet | Platná procento |
|---------------|-------|-----------------|
| 15-25 let | 35 | 16,9 |
| 26-40 let | 49 | 23,7 |
| 41-64 let | 86 | 41,9 |
| 65 let a více | 36 | 18,5 |
| Celkem | 206 | 100 |

Přestože bylo získáno celkem 209 výpovědí od respondentů, podle věku a pohlaví je uváděno pouze 208 dotazovaných. To je dáno tím, že jeden z respondentů si nepřál uvést své pohlaví a věk. Vážení se pak uplatňuje v situacích, kdy zjistíme, že klíčové charakteristiky souboru jsou vychýleny. Například ze srovnání tabulky 1a a 1b vychází, že muži byly podreprezentováni a ženy naopak nadreprezentovány. Tyto kategorie se pak operací „vážení“ počítají vícekrát respektive méněkrát. Obdobná logika platí i v případě pohlaví. Tato datová transformace učinila výzkumný soubor a závěry datové analýzy reprezentativními a tudíž i zobecnitelnými.

Vyhodnocení dotazníkového šetření probíhalo kvantitativní metodou prostřednictvím statistického softwaru SPSS. Kvantitativní analýza byla zprostředkována několika odbornými pojmy, které jsou zmíněny v průběhu textu, a jejich význam je následující:

Platné procento: tato hodnota se vztahuje pouze na kategorii těch respondentů, kteří odpověděli, nikoliv na ty, kteří danou otázku vynechali.

Kumulativní procento: toto číslo je postupným, kumulativním přírůstkem všech kategorií a jeho součet je vždy 100 procent.

Směrodatná odchylka: označuje plus mínus míru odchylky od průměru, na kterou musí být brána zřetel. Čím je hodnota nižší, tím jsou data homogennější.

Průměr, modus, medián: průměr vyjadřuje hodnotu součtu všech kategorií vydělenou jejich počtem. Modální hodnota je nejčastější a medián ukazuje hodnotu, která dělí respondenty na dolních a horních 50 procent. Čím podobnější jsou tyto tři hodnoty, tím menší je i směrodatná odchylka a tím jsou data homogennější.

Test chí-kvadrát: slouží k testování statistických hypotéz. Jde o srovnání mezi dvěma a více skupinami respondentů. Pro interpretaci korelační tabulky, která tyto skupinové rozdíly znázorňuje, se sledují řádková, sloupcová a celková procenta. Řádková procenta ukazují vnitroskupinové rozdíly, zatímco sloupcová meziskupinové rozdíly. Celková procenta sledují celkovou distribuci postojů v dané kategorii (například ano/ne). Součet obou hodnot (řádková a sloupcová procenta) pak vždy dává 100 procent. Rozložení jednotlivých postojů je testováno tak zvaným Pearsonovým koeficientem. Pokud je jeho hodnota větší než 0,05 pak

nelze konstatovat závislost mezi postojem a typem skupiny respondentů. Jinými slovy, postoje jsou mezi respondenty přibližně stejně rozděleny a mezi skupinami není rozdíl. Pokud je hodnota koeficientu větší než 0,05, pak lze říci, že jsou to právě „tyto konkrétní“ postoje, které testovanou skupinu odlišují a vytváří mezi skupinové rozdíly. Druhou podmínkou pro korektní užití tohoto testu je, že ne více než 20 procent políček má očekávanou četnost menší než 5 a že minimální očekávaná četnost nesmí být menší než 1.

Jednoduchý sumační index: tato hodnota vyjadřuje buď na individuální (jedna proměnná) nebo agregované (skupina proměnných) úrovni míru například míru ne/souhlasu ne/spokojenosti nebo ne/přítomnosti určitého problému u všech nebo vybrané skupiny respondentů. Hodnota tohoto uměle vytvořeného ukazatele se zpravidla vyjadřuje od nuly (maximálně negativní) po jedna (maximálně pozitivní).

Kapitola II.

Analýza dat

Tato kapitola je strukturována obdobně jako samotný dotazník. Nejdříve je zpřehledněn počet plavců a návštěvníků, kteří chodí na bazén méně často. Ti byli požádáni o zdůvodnění své občasné návštěvnosti. Poté přichází na řadu samotné hodnocení bazénu. Nejdříve byli respondenti jako experti požádáni, aby srovnali svitavský bazén s okolními. Poté byli dotazováni na ceny, vybavení a personál. Závěrem jsou zjišťovány jejich investiční preference.

II.1. Krytý bazén ve Svitavách a jeho srovnání s konkurencí

Frekvenční tabulka 3 znázorňuje počet plavců a neplavců v souboru podle otázky č. 1. Plavec byl definován jako ten, který navštěvuje bazén alespoň jednou za měsíc a častěji zatímco za neplavce je považován ten, který navštěvuje bazén méně než jednou za měsíc. Frekvenční tabulka 4 udává důvody pro tuto méně častou návštěvnost, které pocházejí z otázky č. 1a, přičemž respondent mohl uvést i více než jeden.

Frekvenční tabulka 3: počet ne/plavců

| | Počet | Platné procento |
|----------|-------|-----------------|
| Plavec | 159 | 76 |
| Neplavec | 50 | 24 |
| Celkem | 209 | 100 |

Frekvenční tabulka 4: důvody malé návštěvnosti

| Důvod malé návštěvnosti | Počet | Platné procento |
|-------------------------|-------|-----------------|
| Vysoké ceny/služby | 25 | 40 |
| Personální důvody | 21 | 33 |
| Otevírací doba | 18 | 29 |
| Plavecké trenýrky | 18 | 29 |
| Nechce chodit sám/a | 11 | 17 |

| | | |
|--------------------------|---|---|
| Není zvyklý/á | 4 | 6 |
| Malý počet akcí pro děti | 4 | 6 |
| Bezpečnost | 3 | 5 |

Z tabulky 3 je patrné nerovnoměrné a pravděpodobně i **nereprezentativní rozdělení obou skupin**. Přesto, že před výzkumem ani nyní nejsou přesné informace o počtu unikátních návštěvníků, empiricky zřejmě neplatí, že by ve Svitavách a okolí bylo více návštěvníků bazénu než těch, kteří chodí méně často nebo vůbec. To je zapříčiněno především tím, že v rámci elektronického dotazování odpovídali opět spíše plavci, nikoliv cílová skupina tohoto dotazování tedy ti, kteří bazén navštěvují méně často. Proto nelze v případě srovnávání obou skupin hovořit o zobecnitelných, ale orientačních závěrech. Na druhou stranu toto zjištění **neznamená, že by neplavci nedostatečně reprezentovali svou skupinu**. V rámci korelačních tabulek je potřeba sledovat řádková a sloupcová procenta. Jak bylo řečeno v metodickém úvodu, řádková procenta ukazují podíl vnitroskupinových rozdílů, zatímco sloupcová meziskupinových rozdílů. Součet obou hodnot pak vždy dává 100 procent.

Z tabulky 4 je pak patrné, že, **neplavci považují ceny na bazéně za vysoké** v porovnání s poskytovanými službami. Dále třetina z nich považuje svůj vztah s personálem za problematický, překážkou je i otevírací doba a povinnost jednotného plaveckého oděvu. Naopak bezpečnostní rizika se jeví jako okrajové.

Obě skupiny respondentů byly poté požádány jako experti o vytvoření vlastní škály hodnocení bazénů v okolí Svitav. Tabulka 5 zpřehledňuje jejich preference a pořadí.

Tabulka 5: pořadí preference bazénů

| | Počet respondentů | Index | Průměr | Směrodatná odchylka |
|--------|-------------------|-------|--------|---------------------|
| 1. LIT | 91 | 0,78 | 1,89 | 0,912 |
| 2. ČT | 125 | 0,76 | 1,94 | 0,961 |
| 3. SY | 158 | 0,68 | 2,27 | 1,235 |
| 4. ÚO | 65 | 0,63 | 2,48 | 1,226 |
| 5. POL | 98 | 0,36 | 3,56 | 1,094 |

Respondenti měli na výběr k zařazení na stupnici mimo svitavský bazén i plovárnu v Litomyšli, Poličce, České Třebové a Poličce. Pro zařazení jejich preferencí museli uvést alespoň dva, kdy prvně uvedený byl považován za nejlepší a poslední jako nejhorší v dané preferenci. Znamky se tak pohybovaly od 1 (nejlepší) po 5 (nejhorší). Z tabulky 5 vychází, že v očích respondentů je nejlepší bazén v Litomyšli, zatímco nejhorší v Poličce. **Svitavský bazén se umístil na průměrné třetí pozici.** Nejčastěji byli experti obeznámeni mimo bazén ve Svitavách s tím v České Třebové, naopak nejméně v Ústí na Orlicích. Indexové hodnocení je tím lepší, čím více se blíží 1 a oddaluje se od nuly. Průměrné hodnocení se pohybuje na původní škále od 1 (nejlepší) po 5 (nejhorší). Poměrně vysoká směrodatná odchylka, která se vztahuje k průměru značí velkou varianci v preferenci respondentů. Jinými slovy, jejich hodnocení bazénů nebylo vždy zcela homogenní.

Jako nejčastější důvody pro nezařazení svitavského bazénu na první místo a preferenci jiného byly uváděny: *novější prostředí* (54 procent), *zábava před kondičním plaváním* (31 procent), možnost nosit *libovolný plavecký oděv* (30 procent) a *slušnější personál* (28 procent). Naopak výjimečně uváděli respondenti *blíže vzdálenost od domova* (2 procenta) nebo *nesouhlas s poměrem cen a služeb* (10 procent). Povšimněme si, že nesouhlas poměrem cen a služeb v tomto případě klesl téměř 4 krát v porovnání s předchozím případem zdůvodňující menší návštěvnost neplavců.

II.II. Ceny a otevírací doba

Od srovnání s konkurencí přejdeme k samotnému hodnocení Krytého bazénu ve Svitavách, konkrétně k jeho cenám a otevírací době. Těmito problémy se zabývaly otázky č.3 až 6.

Korelační tabulka 6: *srovnání ne/plavců a názorů na otevírací dobu*

| | Otevírací doba | | | Celkem |
|----------|----------------|-------------------|---------|--------|
| | Zůstat stejná | Ranní a dopolední | Večerní | |
| Plavci | 69 | 50 | 40 | 159 |
| Neplavci | 16 | 4 | 30 | 50 |
| Celkem | 85 | 54 | 70 | 209 |

Pozn 1: Pearsonův chí-kvadrát=,000

Pozn. 2: 0% políček má očekávanou četnost menší než 5. Minimální očekávaná četnost je menší než 1 (,96).

Poznámky pod zjednodušenou korelační tabulkou ukazují na adekvátní užití tohoto způsobu testování rozdílů. Test poukazuje na statisticky významné rozdíly, protože hodnota chí-kvadrátu je menší než 0,05 a zároveň jeho užití je i adekvátní, protože ne více než 20 % políček má očekávanou četnost menší než 5 a minimální očekávaná četnost není menší než 1. Většina plavců si přeje stávající otevírací dobu zachovat (celkem 69, v řádkové četnosti 43 procent), menšina zase rozšířit o otevírací dobu (celkem 40, v řádkové četnosti 25 procent). Tento postoj jde však proti zájmům neplavců, kteří si většinou přejí změnu a pokud možno pak právě o večerní plavání (celkem 30, v řádkové četnosti 60 procent). **Zatímco plavci zde ukazují svůj návyk na současnou otevírací dobu, kterou spíše využívají ráno, neplavci jsou ochotni změnit, tedy zvýšit svou docházku v případě rozšíření večerních plaveckých příležitosti.** Jinými slovy, lze vyhovět oběma skupinám rozšířením otevírací doby ráno i večer, což však zvyšuje finanční náklady na mzdy zaměstnanců, energie a tak podobně. Kompromisem se jeví zachovat ranní hodiny, které oblibují plavci a zároveň rozšířit večerní otevírací dobu pro neplavce.

K rozdílům dochází i v případě srovnání obou skupin v rámci postojů ohledně ceny vstupu v poměru k placenému času. Korelační tabulka 7 a tabulka 8 srovnávající průměry tento vztah znázorňuje následovně:

Korelační tabulka 7: *postoje ne/plavců k ceně vstupného a času plavání*

| | Odpovídající | Vysoká | Vyšší | Vyšší při respektování výtek | Celkem |
|----------|--------------|--------|-------|------------------------------------|--------|
| Plavci | 134 | 17 | 4 | 4 | 159 |
| Neplavci | 27 | 18 | 0 | 5 | 50 |
| Celkem | 161 | 35 | 4 | 9 | 209 |

Pozn. 1: pearsonův chí-kvadrát=,000

Pozn. 2: více než 20% (37,5%) políček má očekávanou četnost menší než 5. Minimální očekávaná četnost je menší než 1 (,96).

Tabulka 8: srovnání průměru návštěvnosti a poměru ceny vstupného a času plavání

| Cena vstupného | Průměr | Počet | Směr.odchylka |
|------------------------------|--------|-------|---------------|
| Odpovídající | 1,80 | 161 | 1,284 |
| Vysoká | 3,03 | 35 | 1,654 |
| Vyšší | 1,50 | 4 | |
| Zvýšit při respektu výtek | 3,33 | 9 | 1,936 |
| Celkem | 2,07 | 209 | 1,469 |

Tabulka 7 opět znázorňuje testování statistické nezávislosti prostřednictvím chí-kvadrátu. Přestože jeho hodnota (,000) vykazuje statistickou významnost, užití této statistické operace je neadekvatní. Tuto skutečnost vyjadřuje druhá poznámka, kdy více než 20% (37,5%) políček má očekávanou četnost menší než 5 a Minimální očekávaná četnost je menší než 1 (,96). Jedna ze dvou podmínek pro užití tohoto testu tak není splněna. Přesto lze korektně ukázat na rozdílné postoje mezi plavci a neplavci prostřednictvím jednoduššího testu srovnání, v tomto případě průměrů. V tabulce 8 jsou plavci a neplavci znázorněni podle průměrů. Hodnota frekvence je kódována podle nepřímé úměry. To znamená, že čím vyšší je průměr, tím méně častěji daná skupina bazén navštěvuje. Jinými slovy, **ti kteří chodí na bazén častěji považují stávající vstupné za odpovídající**, případně si dokáží představit i vyšší. Na druhou stranu, ti méně častější návštěvníci si přejí buď vstup snížit, nebo měnit pouze souběžně se změnami, po kterých volají.

Při konkrétní podobě poměru vstupného a doby plavání nebyly naměřeny statisticky významné rozdíly mezi skupinou plavců a neplavců. Lze tedy pouze konstatovat, že celkem 55 procent respondentů si přeje stávající poměr ceny vstupu a času plavání zachovat, dále pak snížit cenu a zvýšit čas plavání (120min./60Kč) 20 procent, snížit cenu i čas (60min./40Kč) 14 procent, zachovat čas a navýšit vstupné 7 procent a konečně navýšit cenu i čas (120min./80Kč) 4 procenta.

Poslední otázka č. 6 měřící spokojenost respondentů s cenami za poskytované služby (výše vstupu, ceny v bufetu atp.) byla stupnice od 0 (maximální nespokojenost) přes 5 (neutrální postoj) po 10 (maximální spokojenost. Pro interpretační účely byla tato škála

zredukována pouze na tři stupně, tedy negativní, neutrální a pozitivní. Korelační tabulka 9 znázorňuje vztah mezi skupinami plavců a neplavců a jejich umístění na stupnici.

Korelační tabulka 9: *ne/plavci a jejich spokojenost s cenami za poskytované služby*

| | Nespokojen/a | Neutrální | Spokojen/a | Celkem |
|----------|--------------|-----------|------------|--------|
| Plavci | 19 | 38 | 100 | 157 |
| Neplavci | 20 | 17 | 13 | 50 |
| Celkem | 39 | 55 | 113 | 207 |

Pozn. 1: pearsonův chí-kvadrát=,000

Pozn. 2: O % políček má očekávanou četnost menší než 5. Minimální očekávaná četnost je větší než 1 (9,42)

Z poznámky 1 plyne, že výsledky testu jsou statisticky významné, podle poznámky 2 můžeme tyto výsledky považovat za adekvátní. Z tabulky je patrné, že existují rozdíly mezi oběma testovanými skupinami. Celkem 64 (řádkových) procent (absolutně 100) plavců bylo spokojeno s poměrem cen a služeb, zatímco neplavců pouze 26 (řádkových) procent (absolutně 13). Naopak nespokojeno bylo s touto kategorií celkem 12 (řádkových) procent plavců (absolutně 19), ale 40 (řádkových) procent neplavců (absolutně 20). Neutrální postoj zastávalo 24 (řádkových) procent plavců (absolutně 38) a 34 (řádkových) procent neplavců (absolutně 13). Jinými slovy, podle těchto výsledků jedním z důvodů proč **neplavci chodí méně často, než plavci je jejich nelibost vůči poměru cen a poskytovaných služeb**. Na druhou stranu **plavci považují tento poměr za adekvátní a jsou tak s ním spokojeni**.

II.III. Hodnocení personálu

Po hodnocení cen byli respondenti vyzváni k znázornění svých postojů vůči personálu na Krytém bazéně ve Svitavách. Vztah respondentů k personálu byl zjišťován otázkami číslo 7, 8 a 9. Korelační tabulka 10 ukazuje výsledky opět mezi plavci a neplavci a dichotomickou (ano/ne) otázkou, zda mají bezproblémovou zkušenost s personálem.

Korelační tabulka 10: ne/plavci a zkušenost s personálem¹

| | Bezproblémová zkušenost s personálem | Bezproblémová zkušenost s personálem | Celkem |
|----------|---|---|--------|
| | Ano | Ne | |
| Plavci | 112 | 44 | 156 |
| Neplavci | 17 | 33 | 50 |
| Celkem | 129 | 77 | 206 |

Pozn. 1: pearsonův chí-kvadrát=,000

Pozn. 2: O % políček má očekávanou četnost menší než 5. Minimální očekávaná četnost je větší než 1 (18,69)

Výsledky lze považovat za významné a užití testu za korektní, lze proto konstatovat, že opět existují rozdíly mezi plavci a neplavci. **Ti, co chodí méně často na bazén, mají s tanním personálem horší zkušenost** (absolutně 33, tedy 66 řádkových procent ze skupiny) než ti, kteří chodí alespoň jednou měsíčně (absolutně 44, tedy 28 řádkových procent ze skupiny). Z celkového počtu respondentů má bezproblémovou zkušenost s personálem 63 procent dotázaných (absolutně 129), 37 procent (absolutně 77) mělo výhrady.

Z členů personálu pak nejhůře dopadla pokladní. Tu z celkového počtu respondentů (plavci i neplavci) uvedlo 28 procent. Ze skupiny neplavců to bylo 46 procent, ze skupiny plavců 21 procent. Opačné výsledky však nastávají, pokud vytvoříme umělý ukazatel nespokojenosti s personálem. Sdružíme-li všechny negativní tvrzení o personálu do jednoho ukazatele (indexu), dostáváme hodnotu 0,08. Zde souhlas (kódovaný jako 1) znamená ve skutečnosti nelibost vůči personálu. Jinými slovy, součet všech souhlasných i nesouhlasných odpovědí na negativní tvrzení o personálu vychází pochvalně, protože celkem 92 procent odpovědí bylo zamítavých, zatímco 8 procent souhlasných. Je však třeba upozornit, že zaprvé respondenti z řad plavců mají v tomto souboru kvantitativní převahu a tím pádem i větší počet hlasů. Zadruhé každý respondent měl celkem na výběr ze šesti negativních označení a mohl označit i více naráz. Pokud označil alespoň jedno z tvrzení, jeho skóre bylo téměř 17 procent.² V průměru tak každý druhý respondent označil alespoň jednoho z členů personálu negativně, ve skutečnosti to bylo 37 procent a tak zhruba 13 procent respondentů označila více než jednoho člena personálu.

¹ Kompletní přehled vztahů ne/plavců k oceňování personálu lze nalézt v tabulkách 41-43 v rámci Přílohy I.

² Šest souhlasů znamená 100 procent skóre, jeden ze šesti 16,666 procent.

Respondenti byli vyzváni i k souhlasu či nesouhlasu s opačným tvrzením, tedy zda oceňují práci některého z členů personálu. Výsledky byly zrcadlovitě obdobné. S tvrzením, že by respondent neocení práci ani jednoho z členů personálu souhlasilo více neplavců, celkem 38 procent, než plavců, celkem 21 procent. Dohromady se pro toto tvrzení vyslovil každý čtvrtý, tedy 25 procent dotázaných. Nejlépe si v očích všech dotázaných vedl plavčík nebo plavčice, kdy jeho práci ocenilo 51 procent z nich. Tento výsledek je však především prací plavců, kteří v této skupině tvoří 85 procent. Přesto i u neplavců je to nejpozitivnější hodnocení člena personálu (zbylých 15 sloupcových procent doplnili svými 32 řádkovými procenty hlasů). Pozoruhodné je, že na druhém místě si v oblibě vedl/a pokladní se skóre 40 procent souhlasných odpovědí (zde pochází 91 procent souhlasů ze skupiny plavců). Index jako sdružený ukazatel všech souhlasných tvrzení ohledně ocenění personálu dosáhl hodnoty 0,78. Jinými slovy, **78 procent všech odpovědí oceňovalo práci alespoň jednoho z členů personálu**, zatímco 22 procent všech reakcí na tvrzení byly nesouhlasné. Opět je však důležité mít na paměti, že **plavci jako pozitivněji naladěná skupina** disponovali více hlasy než neplavci.

Poslední otázka č. 9 měřila spokojenost respondentů s personálem prostřednictvím škály se stejným rozsahem i parametry jako v případě hodnocení ceny a služeb. Pro účely interpretace byla opět redukována na hodnoty 0 (nespokojenost) 1 (neutrální postoj) a 2 (spokojenost). Korelační tabulka 11 sumarizuje postoje k personálu mezi plavci a neplavci.

Korelační tabulka 11: *hodnocení personálu ne/plavci*

| | Nespokojen/a | Neutrální | Spokojen/a | Celkem |
|----------|--------------|-----------|------------|--------|
| Plavci | 17 | 42 | 99 | 158 |
| Neplavci | 20 | 16 | 14 | 50 |
| Celkem | 37 | 58 | 113 | 208 |

Pozn. 1: pearsonův chí-kvadrát=,000

Pozn. 2: O % políček má očekávanou četnost menší než 5. Minimální očekávaná četnost je větší než 1 (8,89)

Obě podmínky testu jsou splněny a tak lze tvrdit, že **jsou to neplavci** (absolutně 20 a 40 procent z této skupiny), **kteří jsou s personálem více nespokojeni než plavci**. A naopak plavci hodnotí personál Krytého bazénu ve Svitavách pozitivněji než plavci (absolutně 99 a 63 procent z této skupiny).

V oblasti spokojenosti s personálem existují dvě skupiny respondentů. Pozitivněji naladěni jsou pravidelní plavci, zatímco negativněji ti, kteří chodí na bazén méně než jednou za měsíc.

II.IV. Bazén a celková spokojenost

Hodnocení samotného bazénu se týkalo jeho hygienických, bezpečnostních teplotních parametrů. Tyto parametry byly zjišťovány otázkami číslo 10 a 11. Frekvenční tabulka 12 znázorňuje výsledky tohoto hodnocení u všech respondentů dohromady.

Frekvenční tabulka 12: *hodnocení hygieny, bezpečnosti a teploty*

| | Ano (frekvence/procenta) | Ne (frekvence/procenta) | Celkem (frekvence/procenta) |
|-----------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Voda čistá | 173/84% | 34/16% | 207/100% |
| Teplota vody vyhovuje | 130/63% | 77/37% | 207/100% |
| Voda studená | 67/32% | 140/68% | 207/100% |
| V bazénu bezpečno | 138/66% | 68/34% | 207/100% |

Hodnocení samotného bazénu vychází spíše pozitivně, když v každé kategorii převažují pozitivnější hodnocení nad negativními. Nejlépe respondenti hodnotili hygienu, když celkem 173 z nich (84 procent) považuje vodu za čistou, zatímco pouze 34 (16 procent) nikoliv. Zde nedošlo k významným rozdílům ani mezi plavci a neplavci. Teplota vody vyhovovala 130 dotázaným (63 procent), 77 (37 procent) z nich nikoliv. Zde vznikají rozdíly i mezi oběma testovanými skupinami, kdy v rámci plavců souhlasilo s tímto tvrzení 69 procent, zatímco u neplavců pouze 44 procent. Zatímco u plavců bylo více souhlasů, u neplavců to byly nesouhlasy, které dominovaly. Voda byla studená pro 67 respondentů, celkově 32 procent. Pokud tuto odpověď srovnáme s předchozí, pak se dozvíme, že pokud teplota vody návštěvníkovi nevyhovuje (37 procent), pak především proto, že ji považuje za studenou (32 procent), nikoliv teplou (5 procent). Bezpečnost v bazénu hodnotilo 138 dotázaných (67 procent) dotázaných kladně, 68 (33 procent) negativně. Tomuto výsledky opět přispěly i odlišné výsledky u jednotlivých skupin. Zatímco 77 procent plavců se cítí v bazénu bezpečně, u neplavců je to pouze 36 procent. A naopak pouze 23 procent plavců má o bezpečnosti

pochyby, zatímco u neplavců je to 64 procent. Je otázkou co měli pochybami o bezpečnosti na mysli: kluzká podlaha, nedostatečná pozornost plavčíka, krádeže atp.

Celkovou spokojeností se měly na mysli všechny doposud rozebírané kategorie: ceny, služby, personál, pravidla a funkčnost prostředí. Respondent měli opět možnost posoudit své hodnocení na škále od 0 (maximálně negativní) přes 5 (neutrální postoj) po 10 (maximálně negativní). Pro účely interpretace byla tato stupnice opět redukována pouze na 3 body, nespokojen, neutrální postoj a spokojen viz. tabulka 13.

Tabulka 13: celková spokojenost ne/plavců

| | Nespokojen/a | Neutrální | Spokojen/a | Celkem |
|----------|--------------|-----------|------------|--------|
| Plavci | 22 | 26 | 110 | 158 |
| Neplavci | 25 | 10 | 15 | 50 |
| Celkem | 47 | 36 | 125 | 208 |

Spokojenost s Krytým bazénem ve Svitavách vyjádřilo celkem 125 respondentů, tedy 60 procent, 36 z nich mělo neutrální postoj (17 procent) a 47 negativní (23 procent). To, co ovlivňuje hodnocení spokojenosti je i pravidelnost návštěvy bazénu. **Ti co chodí častěji, jsou s tamními službami, cenami a vybavením spokojenější než ti, kteří chodí nepravidelně a méně často.** Zatímco polovina neplavců vyjádřila nespokojenost, stejnou kategorii označilo pouze 14 procent plavců (22). A naopak, 70 procent plavců bylo spokojeno, u neplavců téměř třetina méně (30 procent). Neutrální hodnocení používali respondenti poměrně vyrovnaně, 20 procent neplavců a 16,5 procent plavců. Příčiny spokojenost a nespokojenosti byly analyzovány v předchozích částech, které jsou dány do souvislostí v závěrečné analýze.

II.V.I. Bazén: investice a jiné změny

Poté co byl respondentům dán prostor pro kritiku, byli osloveni v rámci otázek číslo 12 a 13 pro hledání nástrojů zlepšení stavu Krytého bazénu ve Svitavách. Otázky číslo 16 a 17 zjišťovaly i možnosti zlepšení vybavení přilehlého koupaliště. V rámci bazénu byly zařazeny potenciální investice do vestibulu i hlavní části plovárny, za nástroje zlepšení byly v dotazníku považovány i způsoby propagace a popularizace činnosti bazénu. Cílem bylo zjistit, nejen jaké investice si respondenti přejí, ale zda vůbec touží po nějaké změně. Začneme četností investic, kterou znázorňuje tabulka 14.

Frekvenční tabulka 14: četnosti investic

| | Ano (frekvence/procenta) | Ne (frekvence/procenta) | Celkem |
|--|-----------------------------|----------------------------|----------|
| Připojení na internet | 42/21% | 154/19% | 196/100% |
| Rozšíření nabídky bufetu | 65/32% | 133/67% | 198/100% |
| Televize | 14/7% | 183/93% | 197/100% |
| Dekorační prvky | 32/16% | 165/84% | 197/100% |
| Obchod s plaveckými potřebami | 68/34% | 132/66% | 200/100% |
| Dláždice a obklady při mal.bazénu | 54/27% | 144/73% | 198/100% |
| Revitalizace ohřívárny při mal.bazénu | 92/47% | 106/53% | 198/100% |
| Revitalizace okolí ohřívárny | 79/40% | 119/60% | 198/100% |

Z tabulky je zřejmé, že ani jedna z navrhovaných investic nepřekročila nadpoloviční četnost a vždy tak převažovaly zamítavé postoje. To však neznamená, že by respondenti programově odmítaly investice. Spíše se jejich preference rozložily mezi ostatní možnosti. Pokud se má investiční plán řídit touto preferenční tabulkou pak **nejvíce návštěvníků by potěšila revitalizace ohřívárny při malém bazénu** (47 platných procent), stejně jako jejího okolí (40 platných procent). Naopak zcela minimum dotázaných si přeje televizi v rámci vestibulu (celkem 7 platných procent). Zajímavé je opět sledovat preference mezi testovanými skupinami. Zatímco jejich hodnocení Krytého plaveckého bazénu ve Svitavách bylo odlišné, **v pohledu na zaměření investic se příliš neliší**. Pouze v otázce připojení na internet si 40 procent neplavců přeje tuto investici, zatímco jen 15 procent plavců. V ostatních kategoriích jakékoliv respektování výše uvedených preferencí má oporu jak v postojích častých i méně častých návštěvníků, respektive rozložení těchto přání je u obou skupin podobné.

Celkový zájem o změnu skrze investice pak vyjadřuje jednoduchý sumační **index** jehož hodnota je **0,28**. To znamená, že ze všech odpovědí na osm navržených investic bylo 28 procent kladných. Pokud tedy každý respondent dosáhl skóre 28 procent, znamená to, že

průměrně zaškrtl zhruba alespoň dvě z osmi nabízených možností. Jinými slovy, **na každého respondenta vycházejí zhruba dvě preference, jejich homogenita je však nízká, a proto ani jedna z nich nepřesahuje 50 procent.**

Druhá část zkoumání požadavků na změny se netýkala investic, ale měla reflektovat preferenci změn, které mohli respondenti uvést již v předchozí části dotazníku (ceny, personál, pravidla) nebo se dotazovala na způsoby propagace a popularizace samotného bazénu. Preference jsou znázorněny ve frekvenční tabulce 15.

Frekvenční tabulka 15: četnost požadovaných změn³

| | Ano (frekvence/procenta) | Ne (frekvence/procenta) | Celkem |
|---|-----------------------------|----------------------------|----------|
| Personální obměna | 44/21% | 164/79% | 208/100% |
| Modernizace vestibulu | 63/30% | 144/70% | 207/100% |
| Propagace | 80/39% | 127/61% | 207/100% |
| Více spol. akcí | 78/38% | 129/62% | 207/100% |
| Změna hod. i cen. tarifů | 49/24% | 158/76% | 207/100% |
| Od kondičního k zábavnějšímu | 78/38% | 129/62% | 207/100% |
| Zrušit pravidlo o jediném povinném plaveckém oděvu | 63/30% | 144/70% | 207/100% |
| Není třeba změn | 41/20% | 165/80% | 206/100% |

Jak v tabulce předchozí i v této, nelze nalézt preferenci reprezentující alespoň polovinu respondentů, takže i zde jsou zájmy poměrně podobně rozděleny. Nicméně **nejčastěji se respondenti domnívají, že je potřeba se zaměřit na propagaci bazénu na internetu, v médiích a tak podobně.** Druhá a třetí nejčastější kladná odpověď se týkala přechodu zaměření bazénu od kondičního plavání k zábavnějšímu pojetí ve smyslu vířivek, tobogánů,

³ Tučně zvýrazněné názvy změn znamenají rozdíly v postojích u plavců a neplavců, viz. text. Tabulkové znázornění těchto rozdílů lze nalézt v korelačních tabulkách 66-70 v Příloze I.

skluzavek a vlnobití a k navýšení společenských akcí. Respektování prvně zmíněné preference by však již vyžadovalo větší investice, zatímco druhá, méně nákladná, souvisí s propagací a popularizací činnosti bazénu. Naopak nejméně dotázaných z těch, kteří považují změnu za vhodnou, by považovalo úpravu hodinových a cenových tarifů za vhodný způsob navýšení návštěvnosti. Tato nejmenší dotázaná skupina obsahuje celkem 41 respondentů, což je zhruba každý pátý. Zde však existují statisticky významné rozdíly mezi skupinami plavců a neplavců. Zatímco 4 řádkové procenta méně častých plavců s tímto tvrzením souhlasilo (a tedy 96 procent nesouhlasilo), pravidelných návštěvníků 25 řádkových procent (a tedy 75 procent nesouhlasilo). V rámci skupiny těch, kteří s tímto tvrzením souhlasili (sloupcová procenta) pak toto rozdělení souhlasů bylo 95 procent plavců a 5 procent neplavců. Jinými slovy, **ti co chodí častěji plavat, si více přejí zachovat stávající stav než ti, kteří chodí méně.** Celkově však **tyto dvě skupiny dohromady tvoří pouze 20 procent z celku.**

Otázkou dále je, jaké ostatní rozdíly v postojích tentokrát k povaze samotných změn. Ty se týkají rušení pravidel jednotného plaveckého oděvu, dále přesunu od kondičního k zábavnějšímu pojetí bazénu, zahrnutí více společenských akcí a personální obměny. Víme, že plavci mají ke změnám konzervativnější postoje než neplavci. Rozdíly mezi skupinami tkví v tom, že ti, co chodí méně často na bazén, si přejí zmíněné změny uskutečnit, zatímco častější návštěvníci jsou k těmto obměnám rezervovanější. U neplavců je to téměř polovina dotázaných (45 procent a 24 respondentů), kteří se domnívají, že zvýšení návštěvnosti by prospěla personální obměna. Naopak, ti co chodí na bazén často, jsou s personálem poměrně spokojeni, když jen 12 procent z nich (20 respondentů) si myslí, že soudobou překážkou pro navýšení návštěvnosti jsou právě zaměstnanci a jejich chování. Celkem pak je v této skupině zastoupeno 54 procent neplavců a 46 procent plavců. Podobný směr postojů je i v otázce společenských akcí. Těm jsou již častější návštěvníci více nakloněni než v předchozím případě. Přesto je to 31 procent plavců proti 58 procentu neplavců, kteří se domnívají, že navýšení společenských akcí by vedlo i k navýšení běžné návštěvnosti. Celkem pak jsou v této skupině zastoupeni z 63 procent plavci a 37 procent neplavci. Ohledně přechodu bazénu na zábavnější pojetí jako nástroje navýšení návštěvnosti je situace opět obdobná. Takovou změnu by si přálo 30 procent plavců a 60 procent neplavců, tato skupina je pak tvořena z 63 procent plavci a 37 procenty neplavci. Posledně, konzervativnější postoje vytváří skupina plavců ohledně umožnění více povolených plaveckých oděvů. Zde se pro tuto změnu vyslovilo 25 procent z nich, zatímco 46 procent neplavců. Tato skupina je vytvářena z 63

procent plavci a 37 procenty neplavci. Obecně řečeno, **tučně zvýrazněné návrhy v tabulce 15 s výjimkou posledního reprezentují změny se kterými souhlasí neplavci, nikoliv ti, kteří bazén navštěvují častěji.**

II.V.II. Koupaliště: investice

V rámci měření spokojenosti a hledání možností navýšení návštěvnosti Krytého bazénu ve Svitavách byly dvěma otázkami číslo 16 a 17 zjišťovány i vhodné investice do přilehlého koupaliště. Výsledky jsou zpřehledněny v následujících dvou korelačních tabulkách, které znázorňují významné rozdíly v postojích mezi muži a ženami.⁴ Tabulka 18 je frekvenční, protože zde nedochází k významným rozdílům v rámci skupin.

Tabulka 16: rozdíly I. mezi muži a ženami v otázce investic do koupaliště

| | Muži | Ženy | Celkem |
|-----------------------------|------|------|--------|
| Dětské pískoviště | 19 | 36 | 55 |
| Skokanský můstek | 24 | 13 | 37 |
| Bezhotovostní platební styk | 27 | 20 | 47 |
| Prodejna plaveckých potřeb | 9 | 13 | 22 |
| Celkem | 79 | 82 | 161 |

Pozn. 1: pearsonův chí-kvadrát=,017

Pozn. 2: O % políček má očekávanou četnost menší než 5. Minimální očekávaná četnost je větší než 1 (10,80)

Tabulka jako celek je vyrovnaná a poměrně věrohodně kopíruje rozložení pohlaví v populaci (49 procent mužů a 51 procent žen). To je dáno tím, že statisticky významné rozdíly spočívají v jednotlivých kategoriích a to ob jednu, a proto se rozdíly v celkovém součtu vyrovnávají. Celkově by si podle této tabulky nejvíce dotázaných přálo nové **dětské pískoviště** (celkem 55, to je 34 procent), z toho více žen než mužů (36 žen a 19 mužů), druhou nejoblíbenější inovací by bylo zavedení **bezhotovostního platebního styku** (celkem 47, to je 29 procent), v tomto případě více mužů než žen (27 mužů a 20 žen). Méně oblíbenou investicí by byla konstrukce skokanského můstku, celkem 37 respondentů (23 procent) z toho 24 mužů a 13

⁴ V tomto případě nelze vést statistické rozdíly mezi plavci a neplavci, protože jejich frekvence návštěv se týká pouze Krytého bazénu ve Svitavách nikoliv přilehlého koupaliště.

žen. Nejmenší oblibě by se těšilo otevření prodejny s plaveckými potřebami, celkem 22 respondentů (14 procent), z toho 9 mužů a 13 žen.

Tabulka 17: rozdíly II. mezi muži a ženami v otázce investic do koupaliště

| | Muži | Ženy | Celkem |
|-----------------------|------|------|--------|
| Slunečníky | 38 | 65 | 103 |
| Písek na „beach“ kurt | 10 | 5 | 15 |
| Umělé osvětlení | 25 | 13 | 38 |
| Spokojen/a | 13 | 12 | 25 |
| Celkem | 86 | 95 | 181 |

Pozn. 1: pearsonův chí-kvadrát=,007

Pozn. 2: O % políček má očekávanou četnost menší než 5. Minimální očekávaná četnost je větší než 1 (7,13)

Tabulka 17 odpovídá na první část otázky č. 16. Z ní vyplývá, že více než každý druhý respondent, z těch co odpověděli, si přeje **slunečníky** (celkem 103, 57 procent). Dominantní část však v této skupině tvoří ženy. Další kategorie již nepřesahují ani jednu třetinu oblíbenosti. Umělé osvětlení si přeje celkem 38 respondentů (21 procent) a jedině zde dominují mužské preference ohledně investic nad ženskými. Nejméně oblíbenou potenciální investicí se pak jeví nový písek na „beachové“ kurty pro které se vyslovilo 15 respondentů (8 procent). Celkem 25 respondentů (14 procent) bylo se stávajícím stavem koupaliště spokojeno.

Tabulka 18: četnost investic

| | Počet | Platné procento |
|---------------|-------|-----------------|
| Ruské kuželky | 31 | 20 |
| Minigolf | 84 | 52 |
| Stolní tenis | 45 | 28 |
| Celkem | 160 | 100 |

Tabulka 18 sumarizuje výpovědi z další otázky dotazující se na potenciální investice na koupališti. Z těch, kteří si přejí změnu, celkem 160 respondentů (77 procent), se největší oblibě těší **minigolf**, poté stolní tenis a nejmenší ruské kuželky. Frekvenční tabulka byla upřednostněna před korelační proto, že v tomto případě nedochází k významným rozdílům mezi muži a ženami a tak toto preferenční pořadí je společné všem významným skupinám.

II.VI. Kvalitativní výpovědi respondentů

Přestože předkládaná zpráva vychází z výsledků kvantitativního způsobu měření vytyčené problematiky, respondent měl prostor odpovídat i v rámci otevřených otázek. Jejich kategorizace a tudíž i kvantifikace je obtížná, protože výpovědi jsou zpravidla heterogenní, odlišují se. Na druhou stranu se vyjadřují k dané tématice tedy k vybavení, personálu a možným investicím.

Respondenti ve svých volných odpovědích nejčastěji (zhruba jedenáctkrát) vyjadřovali **nelibost vůči parním kabinám**. Nevyhovující je podle nich především **omezený a stísněný prostor, který není společný mužům a ženám**. V případě zvažovaných investic tak lze zvažovat rekonstrukci parní kabiny na větší a umožnit přístup všem návštěvníkům do jedné bez rozdílu pohlaví. Návštěvníci by také uvítali prostornější vířivku, což souvisí s revitalizací v jejím okolí, účinnější vysoušeče vlasů, výstavbu relaxační zóny, nejlépe v podobě jeskyně a sauny. Poměrně praktickým návrhem se jeví **instalace automatu na teplé a studené nápoje, sušenek a baget**. Automat by sloužil především ráno jako náhrada za bufet, který se otvírá až v dopoledních hodinách.

Ohledně pravidel by někteří návštěvníci, zřejmě především stálí plavci uvítali, kdyby **provoz bazénu běžel i v letních dnech**, které nejsou teplotně vyhovující pro koupání venku. Některé ženy by dále ocenily, kdyby jejich manželé a partneři měli možnost vstupu do dámských prostor, aby jim pomohli s péčí s jejich malými dětmi.

V otázce personálu se kritika týkala osoby plavčíka, kterému byla vyčítána pasivita, dále bylo sděleno konkrétní jméno pokladní⁵, který/á se podle respondenta trvale choval/a nevhodně a kritika se snesla i na bývalou vedoucí bazénu. Zajímavě zněl návrh na zatraktivnění vzhledu plavčíku a plavčic což by potenciálně mělo dle respondentů zvýšit popularitu a návštěvnost bazénu.

Jeden respondent dále ocenil čistotu vody i zázemí bazénu, jeden si ztěžoval na chladné prostředí.

⁵ Z etických důvodů nezmiňuje toto jméno v text.

Kapitola III.

Shrnutí významných výsledků a doporučení

Výzkumu spokojenosti a hodnocení Krytého bazénu ve Svitavách se účastnilo celkem 209 respondentů. Výběrový soubor byl vybrán kvótně podle známých údajů o pohlaví a věku obyvatelstva ve Svitavách dle posledního cenzu z roku 2011. Výběr reprezentoval základní soubor po jeho zvážení. Cílem dotazování bylo změřit spokojenost návštěvníků s Krytým bazénem ve Svitavách, zjistit možnosti zlepšení poskytovaných služeb a definovat nejvhodnější způsob umístěných předpokládaných investic do infrastruktury bazénu.

Svitavský a okolní bazény: při datové analýze byl dán důraz na hledání rozdílných a společných postojů plavců a neplavců. Tento postup vycházel z předpokládaného přínosu tohoto sociologického výzkumu. Ten spočívá v zachování počtu stálých návštěvníků a tedy respektování jejich současných preferencí, zájmů a potřeb. Ambicí však zároveň je i zjistit potřeby těch, kteří v současnosti nenavštěvují bazén tak často a změnami, které budou reflektovat jejich názory zvýšit jejich zájem o plavání. Jinými slovy, pro sledování takových cílů je podstatné kdo konkrétně zastává daný postoj. Plavec byl definován podle první otázky v dotazníku a byl to ten, který dochází na bazén alespoň jednou měsíčně. Neplavec byl vymezen jako osoba navštěvující bazén méně než jednou za měsíc.

Neplavci uváděli jako nejčastější důvody své malé návštěvnosti především objektivní důvody: vysoký poměr cen a služeb, personál, otevírací doba a plavecký oděv. Naopak subjektivní důvody jako nezvyk plavat nebo chybějící partner na plavání lze považovat dle frekvence výpovědí jako okrajové. Hledat menší motivaci pro návštěvu svitavského bazénu lze i v okolních plovárnách. Svitavy skončily v hodnocení respondentů na průměrném třetím místě z pěti možností, když před nimi se umístil bazén v Litomyšli a České Třebové. Důvody pro preferenci jiných plováren spočívají především v **novém prostředí konkurenčních plováren**, které na rozdíl od Svitav obsahují relaxační zóny, prostornější páru, vířivky, větší sortiment v bufetu a další prvky revitalizovaného okolí. Příznivější je podle respondentů i **chování personálu, otevírací doba a pravidla**. Ty se například týkají více možných plaveckých oděvů nebo rozdělení otevírací doby na kondiční plavání a zábavu.

Ceny a otevírací doba: první rozdíly v postojích mezi těmi, kdo navštěvují bazén častěji a méně častěji, jsou názory na ceny v poměru za poskytované služby a otevírací dobu.

Plavci považují dosavadní ceny za **adekvátní** a okrajově jsou ochotni si i připlatit, přejí si spíše stávající otevírací dobu zachovat, a pokud změnit tak **rozšířit o ranní hodiny**. Naopak neplavci preferují změny směrem k **večernímu plavání** a ceny považují za **vysoké**, vyšší jsou pak ochotni akceptovat pouze při respektování jimi navržených změn. Tento poměr libosti a nelibosti pak shrnuje celkové hodnocení spokojenosti ceny a služeb, kdy 64 procent plavců je spokojeno, ale pouze 26 procent neplavců.

→ **Doporučení ohledně ceny a otevírací doby:** ideálně se jeví vyhovět oběma zainteresovaným skupinám, což je teoreticky možné. Taková změna by znamenala rozšířit ranní i večerní otevírací dobu a zachovat stávající výši vstupu. Tento návrh je však nákladný jak na mzdy zaměstnanců, tak energeticky pro provoz bazénu bez kompenzace na vstupném. Kompromisem tak může být **zachovat cenu vstupu** a případně **rozšířit možnosti večerního plavání** a zároveň **zachovat ranní otevírací dobu**. Tento krok by přivítali plavci, jejichž docházka je spíše orientována na ráno, tak i neplavci, kteří požadují právě více večerních hodin.

Hodnocení personálu: frekvence návštěvnosti souvisí i se spokojeností s personálem. Ti co chodí na bazén **častěji**, jsou s personálem **spokojenější** než ti, kteří na bazén chodí méně často. Pouze 28 procent neplavců přiznalo problémovou zkušenost s personálem, ale 66 procent neplavců. Obě skupiny se shodnou, že **nejslabším** článkem je osobnost **pokladní**. Opačné je pak pozitivní hodnocení personálu. Byli to plavci, kteří byli ochotnější pochválit členy personálu. 38 procent neplavců by nepochválilo ani jednoho z členů personálu, zatímco pouze 21 procent neplavců. Obě skupiny se opět shodnou, že **nejlepším** členem personálu je **plavčík nebo plavčice**, ovšem tuto skupinu tvoří 85 procent plavců a 15 procent neplavců. V závěrečném měření spokojenosti je pak u neplavců nejsilnější skupina nespokojených s personálem, celkem 40 procent, u plavců je nejsilnější skupina těch, celkem 63 procent, kteří jsou s personálem spokojeni. Celkově je spokojeno 54 procent respondentů, 28 procent vyjádřilo neutrální postoj a 18 procent nespokojeno.

→ **Doporučení ohledně personálu:** přestože existují rozdíly v celkovém hodnocení personálu, při **identifikaci konkrétních osob jsou stejné**. Nejsilnějším a tedy i nejprofesnějším členem personálu je plavčík nebo plavčice, nejslabším s nejméně profesním přístupem je osoba pokladní. Doporučení se tak týká kolektivního setkání všech zaměstnanců bazénu a v otevřené diskuzi prezentovat výsledky tohoto šetření včetně jejich hodnocení

očíma respondentů. Vhodné je **ocenit práci všech zaměstnanců**, protože pozitivní výsledky většiny respondentů jsou zásluhou všech. Na druhou stranu je potřeba **upozornit na negativní vnímání chování pokladní**, na které se shodnou všichni návštěvníci bez rozdílu frekvence návštěvnosti. Její profesnější chování, stejně jako profesionalita personálu jako celku, případně personální obměna na postu pokladní může pouze pozitivně působit na spokojenost návštěvníků, bez ohledu na to, jak často bazén navštěvují.

Bazén: bezpečnost, hygiena, teplota: nejoceňovanější vlastností samotného bazénu jsou jeho vysoké **hygienické parametry**. Ty ocenilo celkem 84 procent respondentů, bez ohledu na četnost návštěv. V případě bezpečnosti a teploty vody již nebylo hodnocení tak jednoznačné. Teplota vody vyhovuje 63 procentům plavců, ale jen 33 procentům neplavců, z toho 32 procent respondentů považuje vodu za studenou a 5 procent za teplou. Za bezpečný ho považuje 67 procent respondentů, z toho 77 procent plavců. Rizikově bazén hodnotí 33 procent dotázaných z toho 64 procent neplavců.

Celková spokojenost s Krytým bazénem ve Svitavách se týkala všech hodnocených kategorií, tedy pravidel, personálu, cen, hygieny a bezpečnosti. Celkem bylo s těmito parametry **spokojeno 60 procent** respondentů, 17 procent vyjádřilo neutrální postoj a **23 procent** bylo **nespokojeno**. Míra spokojenosti opět souvisel s pravidelností návštěv bazénu. **Negativně se vyjádřilo 50 procent neplavců**, ale pouze 14 procent plavců, neutrálně 20 procent neplavců a 16 procent plavců, **pozitivně** hodnotí bazén jako celek **70 procent plavců** a 30 procent neplavců.

Investice-bazén: respondenti jsou k **změnám skrze investice spíše nakloněni**. Každý respondent zaškrtnl alespoň dvě preference při otázce číslo 12. Jejich postoje jsou však rozloženy a tak žádná z nich nepřesahuje polovinu. Plavci i neplavci se shodnou, že vhodnou investicí by byla **revitalizace ohřívárny při malém bazénu** (47 procent), nové dlaždice a obklady při malém bazénu (40 procent) a revitalizace okolí vřivky (40 procent). Naopak nejmenší oblibě by se těšila instalace televize do vestibulu bazénu (7 procent). Plavci a neplavci se však neshodnou při zavedení internetu (40 procent neplavců a 15 procent plavců).

Větší rozdíly panují při zavedení opatření, nejen investic, které respondenti považovali za konkrétní nástroje navýšení návštěvnosti. Obě skupiny se shodnou, a tím poskytují této alternativě největší preference, že bazénu chybí účinná forma **propagace činnosti**. V dalších otázkách se pak plavci projevují jako konzervativci, zatímco neplavci propagátoři změn.

Personální obměnu by uvítalo 45 procent neplavců a 12 procent plavců, větší porci zábavy 60 procent neplavců a 30 procent plavců, více společenských akcí 58 procent neplavců a 31 procent plavců a více možných plaveckých oděvů by uvítalo 46 procent neplavců a 25 procent plavců. Celkem se pak pro žádné změny vyslovilo 20 procent všech dotázaných. Jinými slovy, 80 procent všech respondentů (více plavců než neplavců) si přeje změny. Rozdíl spočívá v jejich povaze. Zatímco **častější návštěvníci** si přejí změny ve vybavení ve smyslu zkvalitnění dosavadního vybavení pro **kondiční plavání a zlepšení služeb pro regeneraci**, méně častí návštěvníci preferují investice směrem k **relaxu a zábavě**.

→ **Doporučení ohledně investic do bazénu:** obě skupiny se shodnou na tom, že je potřeba **propagovat a popularizovat** činnost Krytého bazénu ve Svitavách. V úvahu připadá přibližovat činnost bazénu veřejnosti skrze tištěná regionální média, regionální televizi nebo sociální sítě. S propagací však souvisí i obsah, tedy mít o čem veřejnost informovat. **Informovat lze například o výsledcích tohoto výzkumu, připravovaných změnách pocházející z tohoto dotazování, vysvětlování veřejnosti, kde je možné vyhovět jejich preferencím a kde zase nikoliv.** Mediálně lze dále popularizovat společenské akce nebo nastínit historické kořeny kondičního plavání ve Svitavách. Poměrně **bezproblémově** se v očích respondentů dále jeví investovat do **rekonstrukce a revitalizace vířivky, ohřívárny a okolí malého bazénu**. Na tomto místě lze vzpomenou i investice z kvalitativních výpovědí: automat na nápoje a sendviče, zvětšení společné páry nebo relaxační jeskyně. Na druhou stranu je však problematický **posun od kondičního k zábavnějšímu pojetí bazénu**. **Rizikový** se jeví jak pro finanční náročnost, tak pro vnímání veřejnosti. Ti, co nyní chodí častěji, zřejmě oceňují současné kondiční pojetí bazénu, protože se vyslovují proti investicím směřujícím k zábavnějšímu pojetí. Na druhou stranu, skupina méně častých návštěvníků by změny pro zábavnější pojetí uvítala. Hrozí však, že by tyto změny zapůsobily negativně na stávající dominantní klientelu.

Investice-koupaliště:

V případě koupaliště by nejvíce (více žen než mužů) respondentů uvítalo instalaci **slunečníků**, celkem 57 procent. Druhou nejsilnější možnou investicí bez rozdílu pohlaví je **minigolf**, celkem 52 procent respondentů. Rozdíly v preferenci skrze pohlaví se dále týkají **dětského pískoviště** (celkem 34 procent, více muži než ženy) a **bežhotovostního platebního styku** (celkem 30 procent, více muži než ženy). Další zvažované investic nepřekračují 30

procent oblíbenosti (stolní tenis, skokanský můstek, umělé osvětlení, ruské kuželky, písek na „beach“ volejbal).

→ **Doporučení ohledně investic do koupaliště:** jako nejvhodnější se při rozhodovacím procesu v rámci investic jeví respektovat preferenční pořadí. To znamená, jestliže jsou to ženy, kdo preferují slunečníky, vhodnou kompenzací vůči mužům se jeví zavedení bezhotovostního platebního styku. Bezproblémovým by mělo být zavedení minigolfu, maminky jistě uvítají dětské pískoviště. Naopak například investicí do nového písku na „beachové“ kurty se potěší jenom ta skupina, kteří tento sport provozují.

Jaké tedy existují nástroje pro navýšení spokojenosti a návštěvnosti?

Navýšit návštěvnost lze kompromisními opatřeními, na kterých se shodnou obě analyzované skupiny, tedy plavci i neplavci. V oblasti personálních změn to byla slabá profesionalita osobnosti pokladní. V oblasti cen a otevírací doby se jeví jako funkční, zachovat stávající vstupné a tak vyhovět plavcům a zároveň rozšířit otevírací dobu o večerní plavání a tím vyjít vstříc zase neplavcům. V rámci investic a inovací obě skupiny ocení zkvalitnění propagace a popularizace činnosti bazénu. Shoda panovala i v případě investic do vířivky, ohřívárny a okolí malého bazénu. Vyhovět se však dá i méně častým návštěvníkům a přitom nepoškozovat zájmy plavců. Tím je míněno například zavedení internetu do vestibulu bazénu.

Za nejrizikovější zásah je naopak považován přesun bazénu od kondičního na zábavnější pojetí. Stávající klientela oceňuje právě výkonnostní plavání, zatímco ti, co chodí méně, by potěšilo více zábavy. Takové řešení není kompromisem pro obě strany, ale výhodné pouze pro jednu z nich.

Shrnutí výzkumu hodnocení a spokojenosti návštěvníků Krytého bazénu ve Svitavách:

- Skupina častějších návštěvníků má k bazénu pozitivnější postoje než ti, kteří bazén navštěvují méně často.
- Méně častí návštěvníci mají výhrady především k cenám za poskytované služby, otevírací době a personálu.
- Obě skupiny se shodnou, že silné stránky bazénu spočívají v jeho hygienických standardech.
- Obě skupiny se shodnou, že slabou stránkou bazénu je úroveň jeho propagace a popularizace.
- Častější návštěvníci upřednostňují investice vedoucí ke zkvalitnění dosavadního vybavení pro kondiční plavání a zlepšení služeb a vybavení pro regeneraci.
- Méně častí návštěvníci upřednostňují zkvalitnění služeb a vybavení pro zábavnější pojetí bazénu.
- Celkově je s bazénem spokojeno 60 procent respondentů, 17 procent vyjádřilo neutrální postoj a 23 procent negativní.

Závěrem

Cíle práce byly vymezeny jako měření celkové i dílčí spokojenosti a hledání způsobů navýšení návštěvnosti Krytého bazénu ve Svitavách. Výzkum lze považovat za úspěšný z hlediska nalezení dosažených ambicí. Kriticky však lze rozmýšlet nad zvolenou metodikou. Problém spočívá především v nedostatečném počtu respondentů a nereprezentativní proporcí návštěvníků bazénu.

Za techniku sběru dat byl zvolen dotazník a to ve dvou podobách: elektronické a tištěné. Dotazník v tištěné podobě splnil svou úlohu, když na něj odpovídala cílová skupina plavců a jeho distribuce odpovídala i kvótnímu výběru. Jeho elektronická podoba se však ve skutečnosti vychylovala od původního záměru. Ten spočíval, zadarmo získat co nejvíce respondentů a to především těch, kteří bazén navštěvují méně často. Problémem se ukázala nízká motivace lidí samovolně vyplňovat dotazník, především těch, které bazén víceméně nezajímá. Nízká participace na takovém způsobu dotazování způsobila zaprvé vychýlenost výběru (ze vzoru, kvůli svému malému počtu nemohl, nemohli být vyřazeni „nevhodní“ respondenti a nahrazeni chybějícími) a malý počet získaných výpovědí od méně častých plavců. Nejjednodušší, zároveň ale i nejpragmatičtější je hledat důvod v malém rozpočtu. Větší zdroje by byly schopny zaplatit školené tazatele, kteří by cílovou skupinu dotazovali v terénu. Druhou možností by bylo motivovat samotnou cílovou skupinu formou odměny za vyplněný dotazník. Jinými slovy, elektronický způsob dotazování je vhodný tam, kde existuje nebo je vyvolána dostatečná motivace na to, aby respondent byl dotazník ochoten vyplnit. V opačném případě se z ambiciózního reprezentativního šetření stává obyčejná anketa.

Závěrem zbývá vyslovit přání, že zjištěné informace budou vést k vyšší spokojenosti plavců, jejich vyšší návštěvě i oblibě krytého bazénu a stejně tak poslouží vedení k cíleným změnám, které budou šity na míry klientům.

Příloha I.

Frekvenční tabulky všech proměnných z dotazníkového šetření a vybrané korelační tabulky graficky neznázorněné v hlavním textu

Tabulka 1

Otázka č. 1: *návštěvnost*

| | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|----------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid 1x týdně | 122 | 58,4 | 58,4 | 58,4 |
| Jednou za 2 týdny | 21 | 10,0 | 10,0 | 68,4 |
| 1x za měsíc | 16 | 7,7 | 7,7 | 76,1 |
| Méně než 1x za měsíc | 36 | 17,2 | 17,2 | 93,3 |
| Nevybavuje si | 8 | 3,8 | 3,8 | 97,1 |
| Nikdy | 6 | 2,9 | 2,9 | 100,0 |
| Celkem | 209 | 100,0 | 100,0 | |

Tabulka 2

Otázka č. 1a: *důvody malé návštěvnosti: nechce chodit sám/a*

| | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid Ano | 11 | 5,3 | 17,5 | 17,5 |
| Ne | 52 | 24,9 | 82,5 | 100,0 |
| Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 3

Otázka č. 1b: *důvody malé návštěvnosti: není zvyklý/á*

| | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid Ano | 4 | 1,9 | 6,3 | 6,3 |
| Ne | 59 | 28,2 | 93,7 | 100,0 |
| Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 4

 Otázka č. 1c: *důvody malé návštěvnosti: nevyhovující otevírací doba*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 18 | 8,6 | 28,6 | 28,6 |
| | Ne | 45 | 21,5 | 71,4 | 100,0 |
| | Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 5

 Otázka č. 1d: *důvody malé návštěvnosti: vysoký poměr ceny k službám*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 25 | 12,0 | 39,7 | 39,7 |
| | Ne | 38 | 18,2 | 60,3 | 100,0 |
| | Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 6

 Otázka č. 1e: *důvody malé návštěvnosti: chování personálu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 21 | 10,0 | 33,3 | 33,3 |
| | Ne | 42 | 20,1 | 66,7 | 100,0 |
| | Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 7

 Otázka č. 1f: *důvody malé návštěvnosti: plavecké trenýrky*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 18 | 8,6 | 28,6 | 28,6 |
| | Ne | 45 | 21,5 | 71,4 | 100,0 |
| | Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 8

 Otázka č. 1g: *důvody malé návštěvnosti: bezpečnost*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 3 | 1,4 | 4,8 | 4,8 |
| | Ne | 60 | 28,7 | 95,2 | 100,0 |
| | Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 9

 Otázka č. 1h: *důvody malé návštěvnosti: malý počet akcí pro děti*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 4 | 1,9 | 6,3 | 6,3 |
| | Ne | 59 | 28,2 | 93,7 | 100,0 |
| | Celkem | 63 | 30,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 146 | 69,9 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 10

 Otázka č. 2/1: *obliba svitavského bazénu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | 100% | 58 | 27,8 | 36,7 | 36,7 |
| | 75% | 36 | 17,2 | 22,8 | 59,5 |
| | 50% | 36 | 17,2 | 22,8 | 82,3 |
| | 25% | 19 | 9,1 | 12,0 | 94,3 |
| | 0% | 9 | 4,3 | 5,7 | 100,0 |
| | Celkem | 158 | 75,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 51 | 24,4 | | |
| | Celkem | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 11

 Otázka č. 2/2: *obliba litomyšlského bazénu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | 100% | 39 | 18,7 | 42,9 | 42,9 |
| | 75% | 27 | 12,9 | 29,7 | 72,5 |
| | 50% | 21 | 10,0 | 23,1 | 95,6 |
| | 25% | 4 | 1,9 | 4,4 | 100,0 |
| | Celkem | 91 | 43,5 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 118 | 56,5 | | |
| | Celkem | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 12

 Otázka č. 2/3: *obliba poličského bazénu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | 100% | 1 | ,5 | 1,0 | 1,0 |
| | 75% | 18 | 8,6 | 18,4 | 19,4 |
| | 50% | 29 | 13,9 | 29,6 | 49,0 |
| | 25% | 25 | 12,0 | 25,5 | 74,5 |
| | 0% | 25 | 12,0 | 25,5 | 100,0 |
| | Celkem | 98 | 46,9 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 111 | 53,1 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 13

 Otázka č. 2/4: *obliba česko-třebovského bazénu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | 100% | 47 | 22,5 | 37,6 | 37,6 |
| | 75% | 50 | 23,9 | 40,0 | 77,6 |
| | 50% | 18 | 8,6 | 14,4 | 92,0 |
| | 25% | 8 | 3,8 | 6,4 | 98,4 |
| | 0% | 2 | 1,0 | 1,6 | 100,0 |
| | Celkem | 125 | 59,8 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 84 | 40,2 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 14

 Otázka č. 2/5: *obliba ústecko-orlického bazénu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | 100% | 17 | 8,1 | 26,2 | 26,2 |
| | 75% | 19 | 9,1 | 29,2 | 55,4 |
| | 50% | 14 | 6,7 | 21,5 | 76,9 |
| | 25% | 11 | 5,3 | 16,9 | 93,8 |
| | 0% | 4 | 1,9 | 6,2 | 100,0 |
| | Celkem | 65 | 31,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 144 | 68,9 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 15

 Otázka č. 2a: *důvody preference jiného bazénu: slušnější personál*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 31 | 14,8 | 28,2 | 28,2 |
| | Ne | 79 | 37,8 | 71,8 | 100,0 |
| | Celkem | 110 | 52,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 99 | 47,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 16

 Otázka č. 2b: *důvody preference jiného bazénu: novější prostředí*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 59 | 28,2 | 54,1 | 54,1 |
| | Ne | 50 | 23,9 | 45,9 | 100,0 |
| | Celkem | 109 | 52,2 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 100 | 47,8 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 17

Otázka č. 2c: důvody preference jiného bazénu: zábava

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 34 | 16,3 | 31,2 | 31,2 |
| | Ne | 75 | 35,9 | 68,8 | 100,0 |
| | Celkem | 109 | 52,2 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 100 | 47,8 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 18

Otázka č. 2d: důvody preference jiného bazénu: libovolný plavecký oděv

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 32 | 15,3 | 29,4 | 29,4 |
| | Ne | 77 | 36,8 | 70,6 | 100,0 |
| | Celkem | 109 | 52,2 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 100 | 47,8 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 19

Otázka č. 2e: důvody preference jiného bazénu: dostupnost

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 3 | 1,4 | 2,8 | 2,8 |
| | Ne | 106 | 50,7 | 97,2 | 100,0 |
| | Celkem | 109 | 52,2 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 100 | 47,8 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 20

 Otázka č. 2f: *důvody preference jiného bazénu: lepší nabídka bufetu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 19 | 9,1 | 17,4 | 17,4 |
| | Ne | 90 | 43,1 | 82,6 | 100,0 |
| | Celkem | 109 | 52,2 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 100 | 47,8 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 21

 Otázka č. 2g: *důvody preference jiného bazénu: cena neodpovídá službám*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 10 | 4,8 | 9,2 | 9,2 |
| | Ne | 99 | 47,4 | 90,8 | 100,0 |
| | Celkem | 109 | 52,2 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 100 | 47,8 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 22

 Otázka č. 2h: *důvody preference jiného bazénu: více zábavných akcí*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 26 | 12,7 | 24,3 | 24,3 |
| | Ne | 82 | 39,4 | 75,7 | 100,0 |
| | Celkem | 108 | 52,1 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 99 | 47,9 | | |
| Celkem | | 207 | 100,0 | | |

Tabulka 23

 Otázka č. 2a: *důvody preference jiného bazénu: hygienické důvody*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 13 | 6,2 | 11,9 | 11,9 |
| | Ne | 96 | 45,9 | 88,1 | 100,0 |
| | Celkem | 109 | 52,2 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 100 | 47,8 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 24

 Otázka č. 3: *otevírací doba*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|-----------------------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Zůstat stejná | 85 | 40,7 | 40,7 | 40,7 |
| | Umožnit ranní a dopolední plavání | 54 | 25,8 | 25,8 | 66,5 |
| | Umožnit večerní plavání | 70 | 33,5 | 33,5 | 100,0 |
| | Celkem | 209 | 100,0 | 100,0 | |

Tabulka 25

 Otázka č. 4: *vstupné/čas plavání*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|--|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Odpovídající | 161 | 77,0 | 77,0 | 77,0 |
| | Vysoká | 35 | 16,7 | 16,7 | 93,8 |
| | Možnost zvýšení | 4 | 1,9 | 1,9 | 95,7 |
| | Možnost zvýšení při respektování výtek | 9 | 4,3 | 4,3 | 100,0 |
| | Celkem | 209 | 100,0 | 100,0 | |

Tabulka 26

Otázka č. 5: vstup/doba plavání

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|-----------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | 60Kč/90min. | 112 | 53,6 | 54,9 | 54,9 |
| | 120min./60Kč | 42 | 20,1 | 20,6 | 75,5 |
| | 120min./80Kč | 8 | 3,8 | 3,9 | 79,4 |
| | 60min./40Kč | 28 | 13,4 | 13,7 | 93,1 |
| | 90min./navýšení | 14 | 6,7 | 6,9 | 100,0 |
| | Celkem | 204 | 97,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 5 | 2,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 27

Otázka č. 6: hodnocení spokojenosti s cenami

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Nejhorší | 4 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| | 1 | 4 | 1,9 | 1,9 | 3,9 |
| | 2 | 7 | 3,3 | 3,4 | 7,2 |
| | 3 | 13 | 6,2 | 6,3 | 13,5 |
| | 4 | 11 | 5,3 | 5,3 | 18,8 |
| | Neutrální postoj | 55 | 26,3 | 26,6 | 45,4 |
| | 6 | 14 | 6,7 | 6,8 | 52,2 |
| | 7 | 21 | 10,0 | 10,1 | 62,3 |
| | 8 | 33 | 15,8 | 15,9 | 78,3 |
| | 9 | 26 | 12,4 | 12,6 | 90,8 |
| | Nejllepší | 19 | 9,1 | 9,2 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 28

 Otázka č. 7a: *personál: bezproblémová zkušenost*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 129 | 61,7 | 62,6 | 62,6 |
| | Ne | 77 | 36,8 | 37,4 | 100,0 |
| | Celkem | 206 | 98,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 3 | 1,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 29

 Otázka č. 7b: *personál: problémové chování plavčíka*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 11 | 5,3 | 5,4 | 5,4 |
| | Ne | 193 | 92,3 | 94,6 | 100,0 |
| | Celkem | 204 | 97,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 5 | 2,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 30

 Otázka č. 7c: *personál: problémové chování prodavače/prodavačky v bufetu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 12 | 5,7 | 5,9 | 5,9 |
| | Ne | 192 | 91,9 | 94,1 | 100,0 |
| | Celkem | 204 | 97,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 5 | 2,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 31

 Otázka č. 7d: *personál: problémové chování pokladní*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 56 | 26,8 | 27,5 | 27,5 |
| | Ne | 148 | 70,8 | 72,5 | 100,0 |
| | Celkem | 204 | 97,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 5 | 2,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 32

 Otázka č. 7e: *personál: problémové chování vedoucího bazénu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 5 | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| | Ne | 198 | 95,3 | 97,7 | 100,0 |
| | Celkem | 202 | 97,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 5 | 2,4 | | |
| Celkem | | 207 | 100,0 | | |

Tabulka 33

 Otázka č. 7f: *personál: problémové chování lázeňské*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 5 | 2,4 | 2,5 | 2,5 |
| | Ne | 199 | 95,2 | 97,5 | 100,0 |
| | Celkem | 204 | 97,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 5 | 2,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 34

 Otázka č. 7g: *personál: pouze problémové zkušenosti*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 7 | 3,3 | 3,4 | 3,4 |
| | Ne | 197 | 94,3 | 96,6 | 100,0 |
| | Celkem | 204 | 97,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 5 | 2,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 35

 Otázka č. 8a: *personál: oceňuji práci vedoucího bazénu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 26 | 12,4 | 13,0 | 13,0 |
| | Ne | 174 | 83,3 | 87,0 | 100,0 |
| | Total | 200 | 95,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 9 | 4,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 36

 Otázka č. 8b: *personál: oceňuji práci plavčíka/plavčice*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 107 | 51,2 | 53,5 | 53,5 |
| | Ne | 93 | 44,5 | 46,5 | 100,0 |
| | Celkem | 200 | 95,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 9 | 4,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 37

 Otázka č. 8c: *personál: oceňuji práci pokladní*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 79 | 37,8 | 39,5 | 39,5 |
| | Ne | 121 | 57,9 | 60,5 | 100,0 |
| | Celkem | 200 | 95,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 9 | 4,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 38

 Otázka č. 8d: *personál: oceňuji práci prodavače/prodavačky v bufetu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 33 | 15,8 | 16,5 | 16,5 |
| | Ne | 167 | 79,9 | 83,5 | 100,0 |
| | Celkem | 200 | 95,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 9 | 4,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 39

 Otázka č. 8e: *personál: oceňuji práci lázeňské*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 18 | 8,6 | 9,0 | 9,0 |
| | Ne | 182 | 87,1 | 91,0 | 100,0 |
| | Celkem | 200 | 95,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 9 | 4,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 40

 Otázka č. 8f: *personál: neoceňuji práci ani jednoho z členů personálu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 51 | 24,4 | 25,5 | 25,5 |
| | Ne | 149 | 71,3 | 74,5 | 100,0 |
| | Celkem | 200 | 95,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 9 | 4,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Korelační tabulka 41

Ocenění práce plavčíka/plavčice u ne/plavců

| | | | Oceňuji práci plavčíka/plavčice | | Total |
|-----------|--------------------|--------------------|---------------------------------|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NE/PLAVCI | Plavci | Počet | 91 | 59 | 150 |
| | | Řádková procenta | 60,7% | 39,3% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 85,0% | 63,4% | 75,0% |
| | | Celkem % | 45,5% | 29,5% | 75,0% |
| | Neplavci | Počet | 16 | 34 | 50 |
| | | Řádková procenta | 32,0% | 68,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 15,0% | 36,6% | 25,0% |
| | | Celkem % | 8,0% | 17,0% | 25,0% |
| Celkem | Počet | 107 | 93 | 200 | |
| | Řádková procenta | 53,5% | 46,5% | 100,0% | |
| | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |
| | Celkem % | 53,5% | 46,5% | 100,0% | |

Korelační tabulka 42

Ocenění práce pokladní u ne/plavců

| | | | Oceňuji práci pokladní | | Total |
|-----------|----------|--------------------|------------------------|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NE/PLAVCI | Plavci | Počet | 72 | 78 | 150 |
| | | Řádková procenta | 48,0% | 52,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 91,1% | 64,5% | 75,0% |
| | | Celkem % | 36,0% | 39,0% | 75,0% |
| | Neplavci | Počet | 7 | 43 | 50 |
| | | Řádková procenta | 14,0% | 86,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 8,9% | 35,5% | 25,0% |
| | | Celkem % | 3,5% | 21,5% | 25,0% |
| Celkem | | Počet | 79 | 121 | 200 |
| | | Řádková procenta | 39,5% | 60,5% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | Celkem % | 39,5% | 60,5% | 100,0% |

Korelační tabulka 43

Poměr neocenění práce personálu u ne/plavců

| | | | Neoceňuji práci ani jednoho z člena personálu | | Total |
|-----------|----------|--------------------|--|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NE/PLAVCI | Plavci | Počet | 32 | 118 | 150 |
| | | Řádková procenta | 21,3% | 78,7% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 62,7% | 79,2% | 75,0% |
| | | Celkem % | 16,0% | 59,0% | 75,0% |
| | Neplavci | Počet | 19 | 31 | 50 |
| | | Řádková procenta | 38,0% | 62,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 37,3% | 20,8% | 25,0% |
| | | Celkem % | 9,5% | 15,5% | 25,0% |
| Celkem | | Počet | 51 | 149 | 200 |
| | | Řádková procenta | 25,5% | 74,5% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | Celkem % | 25,5% | 74,5% | 100,0% |

Tabulka 44

Otázka č. 9: celková spokojenost s profesním přístupem personálu

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Nejhorší | 1 | ,5 | ,5 | ,5 |
| | 1 | 4 | 1,9 | 1,9 | 2,4 |
| | 2 | 9 | 4,3 | 4,3 | 6,7 |
| | 3 | 10 | 4,8 | 4,8 | 11,5 |
| | 4 | 13 | 6,2 | 6,3 | 17,8 |
| | Neutrální postoj | 58 | 27,8 | 27,9 | 45,7 |
| | 6 | 4 | 1,9 | 1,9 | 47,6 |
| | 7 | 23 | 11,0 | 11,1 | 58,7 |
| | 8 | 22 | 10,5 | 10,6 | 69,2 |
| | 9 | 26 | 12,4 | 12,5 | 81,7 |
| | Nejlepší | 38 | 18,2 | 18,3 | 100,0 |
| | Celkem | 208 | 99,5 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 1 | ,5 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 45

Otázka 10a: hodnocení bazénu: vodu považují za čistou

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 173 | 82,8 | 83,6 | 83,6 |
| | Ne | 34 | 16,3 | 16,4 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 46

Otázka 10b: hodnocení bazénu: teplota vody mi vyhovuje

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 130 | 62,2 | 62,8 | 62,8 |
| | Ne | 77 | 36,8 | 37,2 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 47

 Otázka 10c: *hodnocení bazénu: vodu považuji za studenou*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 67 | 32,1 | 32,4 | 32,4 |
| | Ne | 140 | 67,0 | 67,6 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 48

 Otázka 10d: *hodnocení bazénu: v bazénu se cítím bezpečně*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 138 | 66,0 | 67,0 | 67,0 |
| | Ne | 68 | 32,5 | 33,0 | 100,0 |
| | Celkem | 206 | 98,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 3 | 1,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 49

 Otázka 11: *celková spokojenost se službami na bazéně*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|---------------|------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Nejhorší | 1 | ,5 | ,5 | ,5 |
| | 1 | 2 | 1,0 | 1,0 | 1,4 |
| | 2 | 14 | 6,7 | 6,7 | 8,2 |
| | 3 | 16 | 7,7 | 7,7 | 15,9 |
| | 4 | 14 | 6,7 | 6,7 | 22,6 |
| | Neutrální postoj | 36 | 17,2 | 17,3 | 39,9 |
| | 6 | 19 | 9,1 | 9,1 | 49,0 |
| | 7 | 18 | 8,6 | 8,7 | 57,7 |
| | 8 | 30 | 14,4 | 14,4 | 72,1 |
| | 9 | 34 | 16,3 | 16,3 | 88,5 |
| | Nejlepší | 24 | 11,5 | 11,5 | 100,0 |
| Celkem | | 208 | 99,5 | 100,0 | |
| Neodpověděl/a | | 1 | ,5 | | |

Tabulka 49

Otázka 11: celková spokojenost se službami na bazéně

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Nejhorší | 1 | ,5 | ,5 | ,5 |
| | 1 | 2 | 1,0 | 1,0 | 1,4 |
| | 2 | 14 | 6,7 | 6,7 | 8,2 |
| | 3 | 16 | 7,7 | 7,7 | 15,9 |
| | 4 | 14 | 6,7 | 6,7 | 22,6 |
| | Neutrální postoj | 36 | 17,2 | 17,3 | 39,9 |
| | 6 | 19 | 9,1 | 9,1 | 49,0 |
| | 7 | 18 | 8,6 | 8,7 | 57,7 |
| | 8 | 30 | 14,4 | 14,4 | 72,1 |
| | 9 | 34 | 16,3 | 16,3 | 88,5 |
| | Nejlepší | 24 | 11,5 | 11,5 | 100,0 |
| | Celkem | 208 | 99,5 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 1 | ,5 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 50

Otázka 12a: investice: připojení na internet

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 45 | 21,8 | 23,0 | 23,0 |
| | Ne | 151 | 72,9 | 77,0 | 100,0 |
| | Celkem | 196 | 94,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 11 | 5,3 | | |
| Celkem | | 207 | 100,0 | | |

Tabulka 51

 Otázka 12b: *investice: rozšíření nabídky bufetu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 65 | 31,1 | 32,8 | 32,8 |
| | Ne | 133 | 63,6 | 67,2 | 100,0 |
| | Celkem | 198 | 94,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 11 | 5,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 52

 Otázka 12c: *investice: televize*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 14 | 6,7 | 7,1 | 7,1 |
| | Ne | 183 | 87,6 | 92,9 | 100,0 |
| | Celkem | 197 | 94,3 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 12 | 5,7 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 53

 Otázka 12d: *investice: dekorační prvky*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 32 | 15,3 | 16,2 | 16,2 |
| | Ne | 165 | 78,9 | 83,8 | 100,0 |
| | Celkem | 197 | 94,3 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 12 | 5,7 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 54

 Otázka 12e: *investice: obchod s plaveckými potřebami*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 68 | 32,5 | 34,0 | 34,0 |
| | Ne | 132 | 63,2 | 66,0 | 100,0 |
| | Total | 200 | 95,7 | 100,0 | |
| Celkem | Neodpověděl/a | 9 | 4,3 | | |
| Total | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 55

 Otázka 12f: *investice: nové dlaždice při malém bazéně*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 54 | 25,8 | 27,3 | 27,3 |
| | Ne | 144 | 68,9 | 72,7 | 100,0 |
| | Celkem | 198 | 94,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 11 | 5,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 56

 Otázka 12g: *investice: revitalizace ohřívárny při malém bazéně*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 92 | 44,0 | 46,5 | 46,5 |
| | Ne | 106 | 50,7 | 53,5 | 100,0 |
| | Celkem | 198 | 94,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 11 | 5,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 57

 Otázka 12h: *investice: revitalizace okolí vřivky*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 79 | 37,8 | 39,9 | 39,9 |
| | Ne | 119 | 56,9 | 60,1 | 100,0 |
| | Celkem | 198 | 94,7 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 11 | 5,3 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 58

 Otázka 13a: *možnosti navýšení návštěvnosti: personální obměna*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 44 | 21,1 | 21,2 | 21,2 |
| | Ne | 164 | 78,5 | 78,8 | 100,0 |
| | Celkem | 208 | 99,5 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 1 | ,5 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 59

 Otázka 13b: *možnosti navýšení návštěvnosti: modernizace zázemí bufetu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 63 | 30,1 | 30,4 | 30,4 |
| | Ne | 144 | 68,9 | 69,6 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 60

Otázka 13c: možnosti navýšení návštěvnosti: propagace činnosti bazénu

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 80 | 38,3 | 38,6 | 38,6 |
| | Ne | 127 | 60,8 | 61,4 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 61

Otázka 13d: možnosti navýšení návštěvnosti: společenské akce

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 78 | 37,3 | 37,7 | 37,7 |
| | Ne | 129 | 61,7 | 62,3 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 62

Otázka 13e: možnosti navýšení návštěvnosti: změna hodinových a cenových tarifů

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 49 | 23,4 | 23,7 | 23,7 |
| | Ne | 158 | 75,6 | 76,3 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 63

 Otázka 13f: *možnosti navýšení návštěvnosti: zábavnější pojetí*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 78 | 37,3 | 37,7 | 37,7 |
| | Ne | 129 | 61,7 | 62,3 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 64

 Otázka 13g: *možnosti navýšení návštěvnosti: od kondičního k zábavnějšímu pojetí*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 63 | 30,1 | 30,4 | 30,4 |
| | Ne | 144 | 68,9 | 69,6 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 99,0 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 2 | 1,0 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 65

 Otázka 13h: *možnosti navýšení návštěvnosti: zrušit pravidlo o jediném plaveckém oděvu*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 41 | 19,6 | 19,9 | 19,9 |
| | Ne | 165 | 78,9 | 80,1 | 100,0 |
| | Celkem | 206 | 98,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 3 | 1,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Korelační tabulka 66

Názor ne/plavců na personální obměnu jako nástroj navýšení návštěvnosti

| | | | Personální obměna | | Total |
|-----------|----------|--------------------|-------------------|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NE/PLAVCI | Plavci | Počet | 20 | 138 | 158 |
| | | Řádková procenta | 12,7% | 87,3% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 45,5% | 84,1% | 76,0% |
| | | Celkem % | 9,6% | 66,3% | 76,0% |
| | Neplavci | Počet | 24 | 26 | 50 |
| | | Řádková procenta | 48,0% | 52,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 54,5% | 15,9% | 24,0% |
| | | Celkem % | 11,5% | 12,5% | 24,0% |
| Celkem | | Počet | 44 | 164 | 208 |
| | | Řádková procenta | 21,2% | 78,8% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | Celkem % | 21,2% | 78,8% | 100,0% |

Korelační tabulka 67

Názor ne/plavců na pořádání více společenských akcí jako nástroj navýšení návštěvnosti

| | | | Více společenských akcí | | Celkem |
|-----------|----------|--------------------|-------------------------|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NE/PLAVCI | Plavci | Počet | 49 | 108 | 157 |
| | | Řádková procenta | 31,2% | 68,8% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 62,8% | 83,7% | 75,8% |
| | | Celkem % | 23,7% | 52,2% | 75,8% |
| | Neplavci | Počet | 29 | 21 | 50 |
| | | Řádková procenta | 58,0% | 42,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 37,2% | 16,3% | 24,2% |
| | | Celkem % | 14,0% | 10,1% | 24,2% |
| Celkem | | Počet | 78 | 129 | 207 |
| | | Řádková procenta | 37,7% | 62,3% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | Celkem % | 37,7% | 62,3% | 100,0% |

Korelační tabulka 68

Názor ne/plavců na zábavnější pojetí bazénu jako způsob navýšení návštěvnosti

| | | | Zábavnější pojetí | | Celkem |
|-----------|----------|--------------------|-------------------|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NE/PLAVCI | Plavci | Počet | 48 | 109 | 157 |
| | | Řádková procenta | 30,6% | 69,4% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 61,5% | 84,5% | 75,8% |
| | | Celkem % | 23,2% | 52,7% | 75,8% |
| | Neplavci | Počet | 30 | 20 | 50 |
| | | Řádková procenta | 60,0% | 40,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 38,5% | 15,5% | 24,2% |
| | | Celkem % | 14,5% | 9,7% | 24,2% |
| Celkem | | Počet | 78 | 129 | 207 |
| | | Řádková procenta | 37,7% | 62,3% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | Celkem % | 37,7% | 62,3% | 100,0% |

Korelační tabulka 69

Názor ne/plavců na povolení více plaveckých oděvů jako způsobu navýšení návštěvnosti

| | | | Více povolených plaveckých oděvů | | Celkem |
|----------|----------|--------------------|----------------------------------|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NEPLAVCI | Plavci | Počet | 40 | 117 | 157 |
| | | Řádková procenta | 25,5% | 74,5% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 63,5% | 81,3% | 75,8% |
| | | Celkem % | 19,3% | 56,5% | 75,8% |
| | Neplavci | Počet | 23 | 27 | 50 |
| | | Řádková procenta | 46,0% | 54,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 36,5% | 18,8% | 24,2% |
| | | Celkem % | 11,1% | 13,0% | 24,2% |
| Celkem | | Počet | 63 | 144 | 207 |
| | | Řádková procenta | 30,4% | 69,6% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | Celkem % | 30,4% | 69,6% | 100,0% |

Korelační tabulka 70

Názor ne/plavců na potřebu změn jako způsobu navýšení návštěvnosti

| | | | Není třeba změny | | Celkem |
|----------|----------|--------------------|------------------|--------|--------|
| | | | Ano | Ne | |
| NEPLAVCI | Plavci | Počet | 39 | 117 | 156 |
| | | Řádková procenta | 25,0% | 75,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 95,1% | 70,9% | 75,7% |
| | | Celkem % | 18,9% | 56,8% | 75,7% |
| | Neplavci | Počet | 2 | 48 | 50 |
| | | Řádková procenta | 4,0% | 96,0% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 4,9% | 29,1% | 24,3% |
| | | Celkem % | 1,0% | 23,3% | 24,3% |
| Celkem | | Počet | 41 | 165 | 206 |
| | | Řádková procenta | 19,9% | 80,1% | 100,0% |
| | | Sloupcová procenta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | Celkem % | 19,9% | 80,1% | 100,0% |

Tabulka 71

Otázka 14a: znalost společenských akcí: Mikulášské plavání

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 43 | 20,6 | 21,9 | 21,9 |
| | Ne | 153 | 73,2 | 78,1 | 100,0 |
| | Celkem | 196 | 93,8 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 13 | 6,2 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 72

Otázka 14b: znalost společenských akcí: S jedničkami na bazén

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 44 | 21,1 | 22,4 | 22,4 |
| | Ne | 152 | 72,7 | 77,6 | 100,0 |
| | Celkem | 196 | 93,8 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 13 | 6,2 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 73

Otázka 14c: znalost společenských akcí: Vánoční nadílka

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 20 | 9,6 | 10,2 | 10,2 |
| | Ne | 176 | 84,2 | 89,8 | 100,0 |
| | Celkem | 196 | 93,8 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 13 | 6,2 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 74

Otázka 14d: znalost společenských akcí: Hry bez hranic

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 70 | 33,5 | 35,7 | 35,7 |
| | Ne | 126 | 60,3 | 64,3 | 100,0 |
| | Celkem | 196 | 93,8 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 13 | 6,2 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 75

Otázka 14e: znalost společenských akcí: Aqua Czech

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 13 | 6,2 | 6,6 | 6,6 |
| | Ne | 183 | 87,6 | 93,4 | 100,0 |
| | Celkem | 196 | 93,8 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 13 | 6,2 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 76

 Otázka 14f: *znalost společenských akcí: Víkend zdraví*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 23 | 11,0 | 11,7 | 11,7 |
| | Ne | 173 | 82,8 | 88,3 | 100,0 |
| | Celkem | 196 | 93,8 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 13 | 6,2 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 77

 Otázka 15a: *znalost pravidel: víte, že platíte za přesně strávený čas?*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 151 | 72,2 | 72,6 | 72,6 |
| | Ne | 57 | 27,3 | 27,4 | 100,0 |
| | Celkem | 208 | 99,5 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 1 | ,5 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 78

 Otázka 15b: *znalost pravidel: víte, že poslední rok byly rekonstruovány ochozy a lavice okolo bazénu?*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|--------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 116 | 55,5 | 55,5 | 55,5 |
| | Ne | 93 | 44,5 | 44,5 | 100,0 |
| | Celkem | 209 | 100,0 | 100,0 | |

Tabulka 79

Otázka 15c: znalost pravidel: víte, že před dvěma lety proběhla rekonstrukce šaten a sprch?

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ano | 173 | 82,8 | 83,2 | 83,2 |
| | Ne | 35 | 16,7 | 16,8 | 100,0 |
| | Celkem | 208 | 99,5 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 1 | ,5 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 80

Otázka 16 (1.část): investice do koupaliště

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|------------------------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Slunečníky | 106 | 50,7 | 57,9 | 57,9 |
| | Nový písek na "beach" volejbal | 15 | 7,2 | 8,2 | 66,1 |
| | Umělé osvětlení | 38 | 18,2 | 20,8 | 86,9 |
| | Se stávajícím vybavením spokojen/a | 24 | 11,5 | 13,1 | 100,0 |
| | Celkem | 183 | 87,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 24 | 11,5 | | |
| | Celkem | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 81

Otázka 16 (2.část): investice do koupaliště

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|-----------------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Dětské pískoviště | 58 | 27,8 | 35,4 | 35,4 |
| | Skokanský můstek | 36 | 17,2 | 22,0 | 57,3 |
| | Bezhotovostní platební styk | 47 | 22,5 | 28,7 | 86,0 |
| | Prodejna plaveckých potřeb | 23 | 11,0 | 14,0 | 100,0 |
| | Celkem | 164 | 78,5 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 45 | 21,5 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 82

 Otázka 17: *investice do koupaliště*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|--------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Ruské kuželky | 31 | 14,8 | 19,4 | 19,4 |
| | Minigolf | 84 | 40,2 | 52,5 | 71,9 |
| | Stolní tenis | 45 | 21,5 | 28,1 | 100,0 |
| | Celkem | 160 | 76,6 | 100,0 | |
| | Neodpověděl/a | 49 | 23,4 | | |
| Celkem | | 209 | 100,0 | | |

Tabulka 83

 Otázka 18: *pohlaví*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|--------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Muž | 101 | 48,9 | 48,9 | 48,9 |
| | Žena | 106 | 51,1 | 51,1 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 100,0 | 100,0 | |

Tabulka 84

 Otázka 19: *věk*

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|---------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | 15-25 let | 43 | 20,5 | 20,5 | 20,5 |
| | 26-40 let | 89 | 42,9 | 42,9 | 63,4 |
| | 41-64 let | 66 | 31,8 | 31,8 | 95,2 |
| | 65 let a více | 10 | 4,8 | 4,8 | 100,0 |
| | Celkem | 207 | 100,0 | 100,0 | |

Tabulka 85

Otázka 20: bydliště

| | | Frekvence | Procento | Platné procento | Kumulativní procento |
|-------|--------------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Valid | Svitavy | 151 | 72,2 | 72,2 | 72,2 |
| | Okres Svítavy | 49 | 23,4 | 23,4 | 95,7 |
| | Mimo okres Svítavy | 8 | 3,8 | 3,8 | 99,5 |
| | Neodpověděl/a | 1 | ,5 | ,5 | 100,0 |
| | Celkem | 209 | 100,0 | 100,0 | |

Příloha II.

Dotazník výzkumu spokojenosti a hodnocení Krytého bazénu ve Svitavách

Vážení respondenti,

předkládaný dotazník je určen buď Vám pravidelným návštěvníkům Krytého plaveckého bazénu ve Svitavách, nebo Vám, kteří jej navštěvujete zcela výjimečně. Cílem dotazování je zjistit proč bazén nenavštěvujete častěji nebo naopak méně často, kde vidíte možnosti jeho zlepšení, co oceňujete a jak hodnotíte jeho pravidla, personál, obsluhu, vedení a služby jako celek. Při každé otázce dbejte prosím pozornost, zda je žádoucí jedna nebo více odpovědí. Vaši odpověď prosím **kroužkujte**. Vyplněním, které Vám zabere přibližně 15 minut, přispějete k potenciálnímu zlepšení vybavení i služeb šitých na míru od nadcházející plavecké sezóny 2012/2013. Dotazník je ukončen dvěma orientačními otázkami ohledně Koupaliště ve Svitavách a třemi identifikačními. Za Váš čas děkuje tým agentury Sociální průzkum (www.socialni-pruzkum.cz) a Město Svitavy.

1) Ze všeho nejdříve prosím označte, jak často Krytý plavecký bazén ve Svitavách navštěvujete?

- | | |
|----------------------|--|
| a) Jedenkrát týdně | d) Méně než jedenkrát za měsíc |
| b) Jednou za 2 týdny | e) Nevybavuji, kdy jsem bazén navštívil/a naposledy |
| c) Jednou za měsíc | f) Nikdy jsem na svitavském bazénu nebyl/a |

1a) Pokud jste na otázku odpověděl/a **d, e, nebo f**, uveďte prosím, proč nenavštěvujete Krytý plavecký bazén ve Svitavách častěji? Uvést můžete i **více** možností.

- Nebaví mě chodit plavat samotného/samotnou.
- Nejsem zvyklý plavat a zřejmě ani kvalitativní změny na bazéně na tom nic nezmění.
- Nevyhovuje mi otevírací doba.

- d) Cena v poměru k poskytovaným cenám mi přijde vysoká.
- e) Mám výhrady k chování personálu.
- f) Vadí mi, že nemohu nosit i plavecké trenýrky.
- g) Mám špatnou zkušenost s bezpečností (krádež, zranění, hygiena atp.)
- h) Nedostatečný počet akcí pro děti
- i) Jiné, doplňte které prosím.....
.....
.....

2) Nyní odpovídají již **všichni respondenti**. V okolí Svitav existují další 4 kryté bazény (v Litomyšli, Poličce, Ústí nad Orlicí a České Třebové). Seřadte je (včetně svitavského) prosím od nejlepšího (1.) po nejhorší (5.). V případě, že jste některý z nich nikdy nenavštívil/a, jeho jméno do žebříčku nevpisujte.

- 1).....
- 2).....
- 3).....
- 4).....
- 5).....

2a) Pokud jste na první místo zařadil/a jiný než svitavský bazén, pak z jakého důvodu? Uveďte případně **i více** možností.

- a) Slušnější personál
- b) Novější prostředí
- c) Upřednostňuji zábavu, před kondičním plaváním
- d) Mohu nosit libovolný plavecký oděv, nikoliv povinně plavky
- e) Bližší vzdálenost od domova
- f) Lepší nabídka bufetu
- g) Požadovaná cena neodpovídá poskytovaným službám
- h) Více zábavných akcí pro děti

ch) Hygienické důvody

j) Jiné, uveďte které prosím.....

.....
.....

3) Při hodnocení Krytého bazénu ve Svitavách, začněme vnitřními pravidly: otevírací doba by podle Vás měla (uveďte prosím pouze **jednu** odpověď):

a) zůstat stejná

b) pokud změnit tak umožnit ranní a dopolední plavání i v ostatních dnech v týdnu

c) pokud změnit tak umožnit večerní plavání i v ostatních dnech v týdnu.

4) Cenu vstupného v poměru za placený čas považuji za (uveďte prosím pouze **jednu** odpověď):

a) odpovídající

b) vysokou

c) dovedu si představit i vyšší vstupné

d) dovedu si představit i vyšší vstupné v případě respektování mých výtek v tomto dotazníku

5) Rozhodněte prosím, které tvrzení ohledně poměru vstupného a doby plavání odpovídá Vaší představě (uveďte prosím pouze **jednu** odpověď):

a) Pokud bych mohl/a rozhodnout pak bych dobu plavání za jednorázový vstup (**60 Kč**) neměnil/a (**90 minut**).

b) Pokud bych mohl/a rozhodnout pak bych navýšil/a dobu plavání na **120 minut** za stávající vstup (**60 Kč**).

c) Pokud bych mohl/a rozhodnout pak bych navýšil/a dobu plavání na **120 minut** a tím i přímo úměrně navýšil i cenu jednorázového vstupného na **80 Kč**.

d) Pokud bych mohl/a rozhodnout pak bych dobu plavání snížil na **60 minut** a tím přímo úměrně snížil/a i cenu jednorázového vstupného na **40 Kč**.

e) Pokud bych mohl/a rozhodnout pak bych dobu plavání zachoval/a na **90 minutách** a zároveň respektoval/a navýšení jednorázového vstupného.

6) Jakou známkou byste vyjádřil/a svou spokojenost s cenami (výše vstupu, cena vířivky, ceny v bufetu atp.) za poskytované služby na stupnici od 0 (výrazná nespokojenost) po 10 (maximální spokojenost), kde 5 vyjadřuje neutrální postoj.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7) Nyní přejdeme k hodnocení služeb, konkrétně k personálu na Krytém plaveckém bazéně ve Svitavách. Které tvrzení odpovídá Vaší zkušenosti (volte prosím případně i **více** odpovědí).

- a) S profesním přístupem personálu mám bezproblémovou zkušenost.
- b) Moje špatná zkušenost se týká především nevhodného chování plavčíka.
- c) Moje špatná zkušenost se týká především nevhodného chování prodavače/prodavačky v bufetu.
- d) Moje špatná zkušenost se týká především nevhodného chování pokladní.
- e) Moje špatná zkušenost se týká především nevhodného chování vedoucího bazénu.
- f) Moje špatná zkušenost se týká především nevhodného chování lázeňské (osoba starající se o úklid během otevírací doby).
- f) S profesním přístupem personálu mám obecně problémové zkušenosti.

g) Pokud jste volil/a poslední možnost, prosím upřesněte.....

.....
.....

8) Kdybych měl/a tu možnost, pak bych při rozhovoru s vedoucím provozovatelem bazénu určitě ocenil práci (vyberte případně i **více** možností):

- a) vedoucího bazénu
- b) plavčíka/plavčici
- d) prodavače/prodavačky v bufetu
- e) lázeňské

c) pokladní

e) neocenil/a bych práci ani jednoho
z člena personálu bazénu

9) Jakou známku byste vyjádřil/a profesní přístup (chování) personálu jako celku na stupnici od 0 (nejhorší) do 10 (nejlepší), kde 5 znamená neutrální postoj. Prosím zakroužkujte.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10) Nyní přejděme k hodnocení samotného bazénu (velkého i malého), vyjádřete ne/souhlas s následujícími tvrzení:

- | | | | | |
|--------------------------------|-----|--------------------------|----|--------------------------|
| a) Vodu považuji za čistou: | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| b) Teplota vody mi vyhovuje: | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| c) Vodu považuji za studenou: | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| d) V bazénu se cítím bezpečně: | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |

11) Jakou známku byste vyjádřil/a svou celkovou spokojenost (s poskytovanými službami, personálem, pravidly a funkčností prostředí) s Krytým bazénem ve Svitavách? Opět prosím zakroužkujte hodnotu na stupnici od 0 (nejhorší) do 10 (nejlepší), kde 5 znamená neutrální postoj.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

12) Pokud by se vedení rozhodlo investovat do Krytého bazénu ve Svitavách, kam by tyto peníze měly podle Vás směřovat? Vyberte i **více možností**.

a) Pokud by investice směřovala do vestibulu bazénu, pak bych uvítal/a:

- | | | | | |
|------------------------------|-----|--------------------------|----|--------------------------|
| a1: připojení na internet | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| a2: rozšíření nabídky bufetu | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| a3: televizi | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| a4: dekorační prvky | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |

- | | | | | |
|---|-----|--------------------------|----|--------------------------|
| a5: obchod s plaveckými potřebami | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| b) Nové dlaždice a obklady při malém bazénu | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| c) Revitalizace ohřívárny při malém bazénu | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| d) Revitalizace okolí vířivky | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |

13) Pokud byste byl/a vedoucím pracovníkem Krytého bazénu ve Svitavách, která opatření byste zavedl/a abyste navýšil/a návštěvnost? Vyberte případně **i více** možností.

- a) Zaměřil/a bych se na personální obměnu bazénu.
- b) Modernizoval/a bych zázemí bazénu (bufet, internet, televize, prodejna plaveckého vybavení).
- c) Vylepšil/a bych propagaci bazénu na internetu, médiích atp.
- d) Zavedl/a bych více společenských akcí pro veřejnost.
- e) Změnil/a bych hodinové i cenové tarify.
- f) Zaměření bazénu bych přesunul/a od kondičního plavání k zábavnějšímu pojetí (vířivky, tobogány, skluzavky, vlnobití).
- g) Zrušil bych pravidlo o jediném povinném plaveckém oděvu.
- g) Domnívám se, že co se týče vybavení, personálu a vnitřních pravidel, není potřeba nic měnit.

14) V minulých měsících proběhly na Krytém bazéně i následující akce, znáte některé z nich?

- | | | | | |
|---|-----|--------------------------|----|--------------------------|
| a) Mikulášské plavání | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| b) S jedničkami na bazén | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| c) Vánoční nadílka | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| d) Hry bez hranic | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| e) Aqua Czech | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |
| f) Víkend zdraví – Vodní radovánky pro malé i velké | ano | <input type="checkbox"/> | ne | <input type="checkbox"/> |

15) Víte například o tom, že:

a) při zakoupení permanentky, platíte za přesně strávený čas na krytém bazéně (př.: 35 minut)?

ano

ne

b) za poslední rok byly rekonstruovány ochozy a lavice okolo bazénu?

ano

ne

c) před dvěma lety proběhla rekonstrukce šaten a sprch?

ano

ne

16) Závěrem dovolu prosím dvě orientační otázky týkající se Koupaliště ve Svitavách a tři identifikační otázky: pokud by se vedení rozhodlo investovat do vybavení (nikoliv generální rekonstrukce) **Koupaliště ve Svitavách**, kam by tyto peníze měly podle Vás směřovat? Vyberte maximálně **2 možnosti**.

a) Slunečníky

b) Dětské pískoviště

c) Nový písek na „beach“ kurtech

d) Skokanský můstek

e) Bezhotovostní platební styk

f) Umělé osvětlení

g) Prodejna plaveckých potřeb

h) Se stávajícím vybavením a úpravou koupaliště jsem spokojen/a.

17) Mimo možnost koupání a „beach“ volejbalu byste uvítali (označte prosím **pouze jednu možnost**):

a) ruské kuželky

b) minigolf

c) stolní tenis

18) Vaše pohlaví: a) muž

b) žena

19) Váš věk: a) 15-25 let

c) 41-64let

b) 26 – 40 let

d) 65 let a více

20) Místo bydliště: a) Svitavy

b) okres Svitavy

c) mimo okres Svitavy