



Jeseník

# Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník 2025–2030

## Příloha analytická část Červen 2024



**Obsah:**

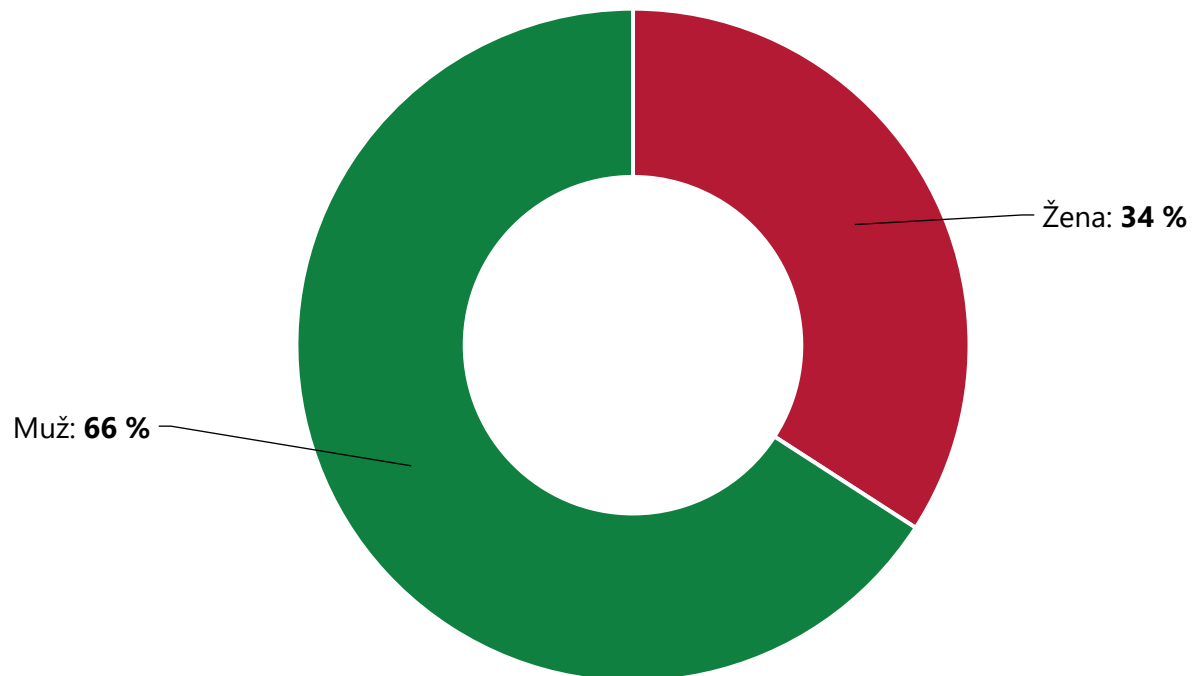
Kompletní výstupy z dotazníkových šetření	3
Místní obyvatelé	4
Odborná veřejnost	27

# Kompletní výstupy z dotazníkových šetření

# Kompletní výstupy z dotazníkových šetření Místní obyvatelé

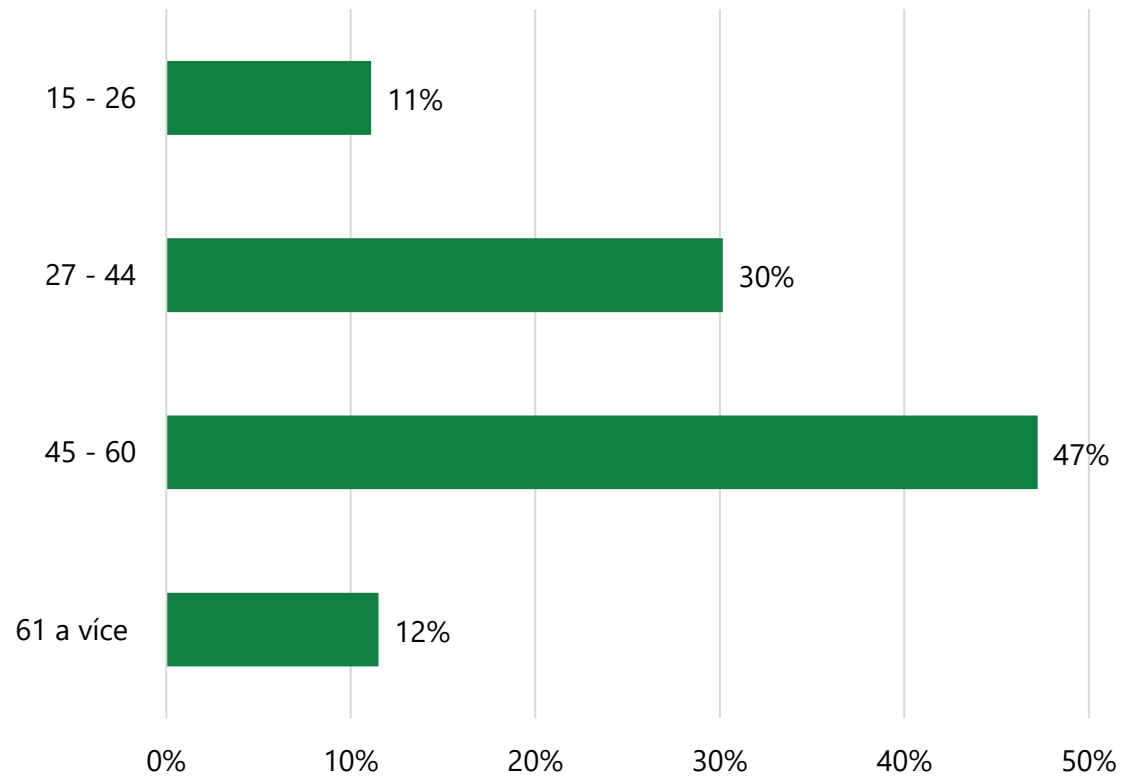
# Analýza výzkumu místních obyvatel

Uveďte prosím své pohlaví (n=252)



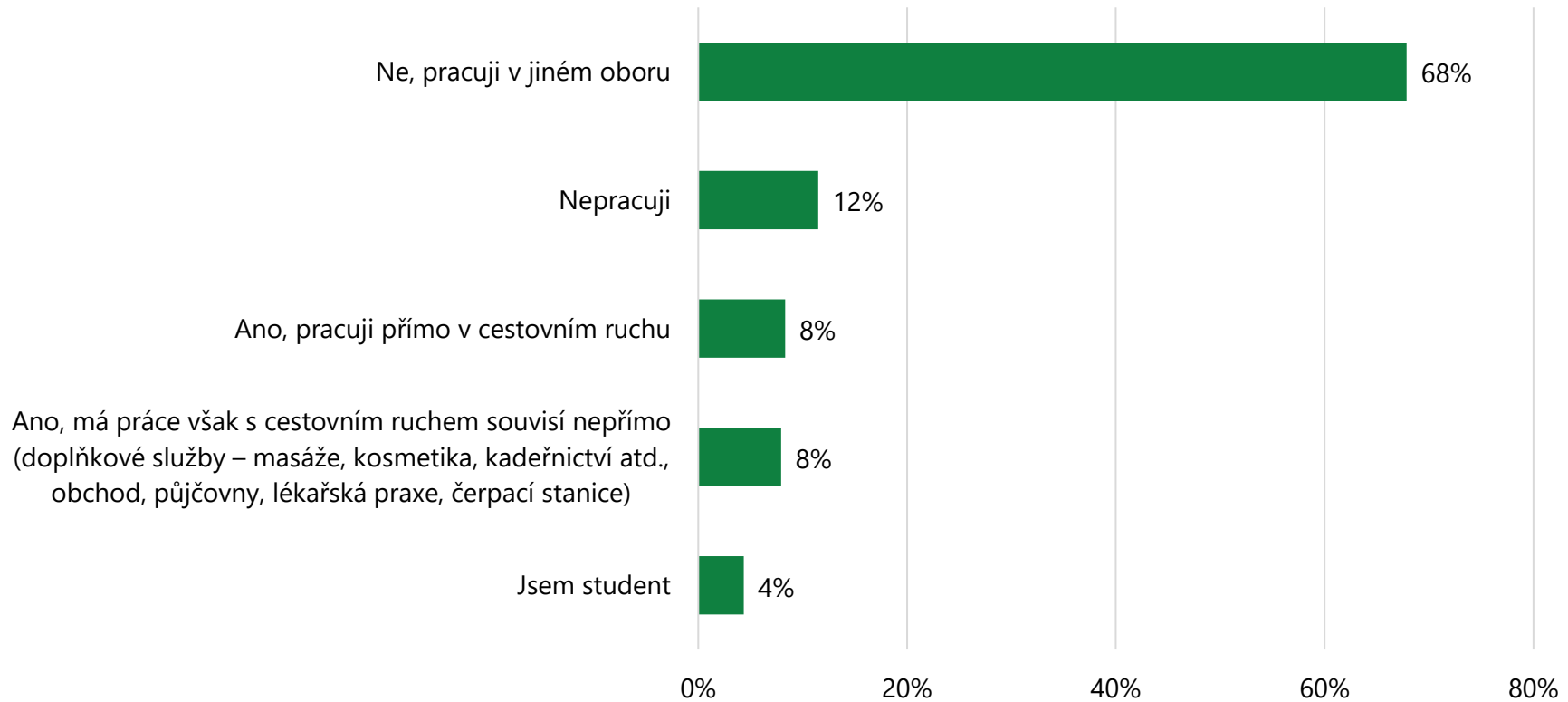
# Analýza výzkumu místních obyvatel

Uveďte prosím svůj věk (n=252)



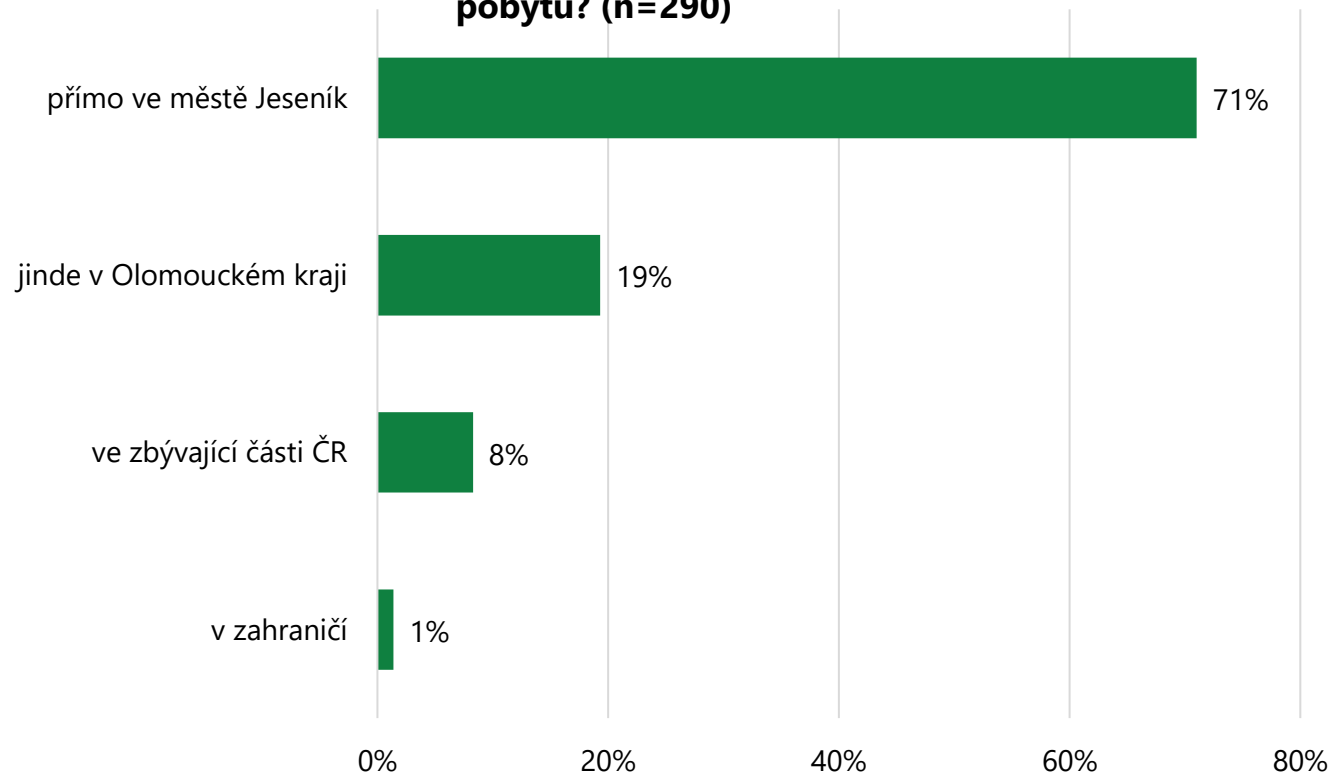
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Pracujete přímo v cestovním ruchu nebo navazujících službách? (n=252)**



# Analýza výzkumu místních obyvatel

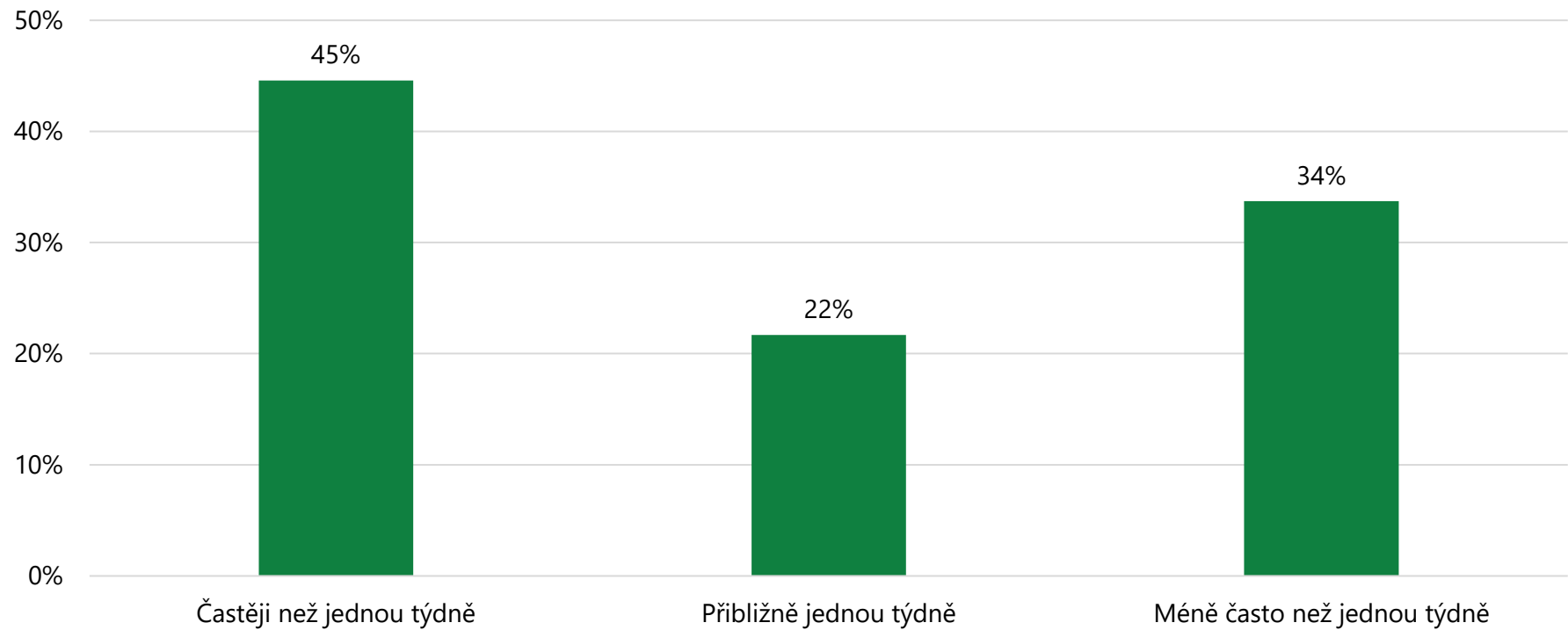
**Uved'te, prosím, ve které lokalitě je místo Vašeho trvalého bydliště / obvyklého místa pobytu? (n=290)**





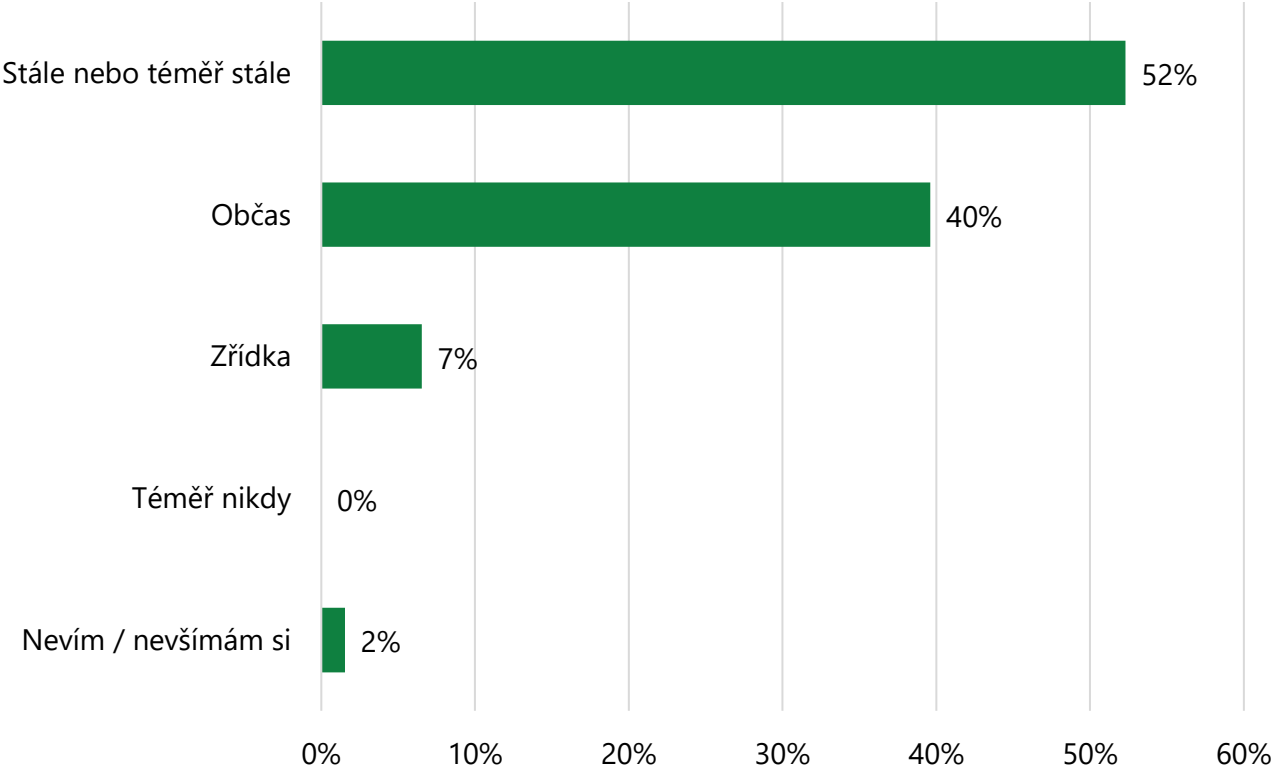
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Tento dotazník je primárně určen pro obyvatele žijící v Jeseníku. Pokud však město navštěvujete alespoň jednou týdně, tak ve vyplňování prosím pokračujte. Jak často obvykle navštěvujete Jeseník? (n=83)**



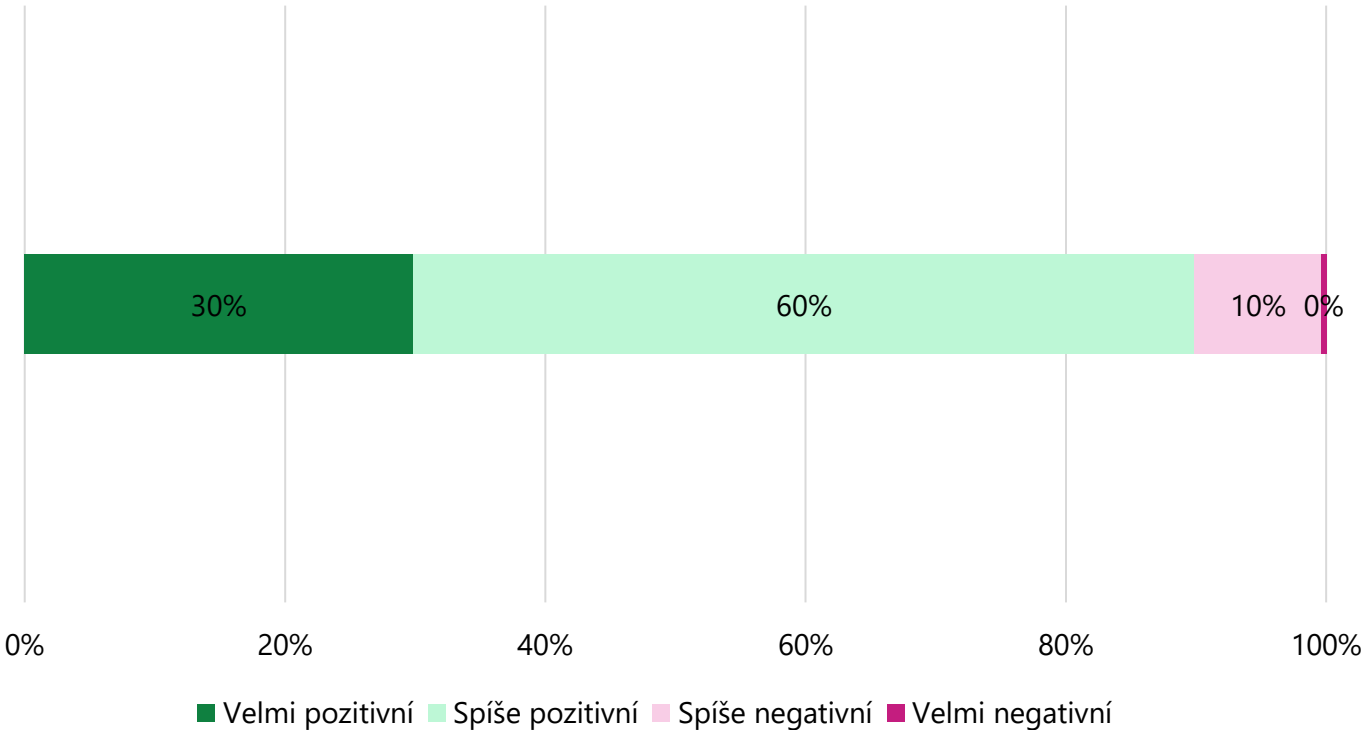
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Jak často zaznamenáte pohyb návštěvníků / turistů v Jeseníku a okolí? (n=260)**



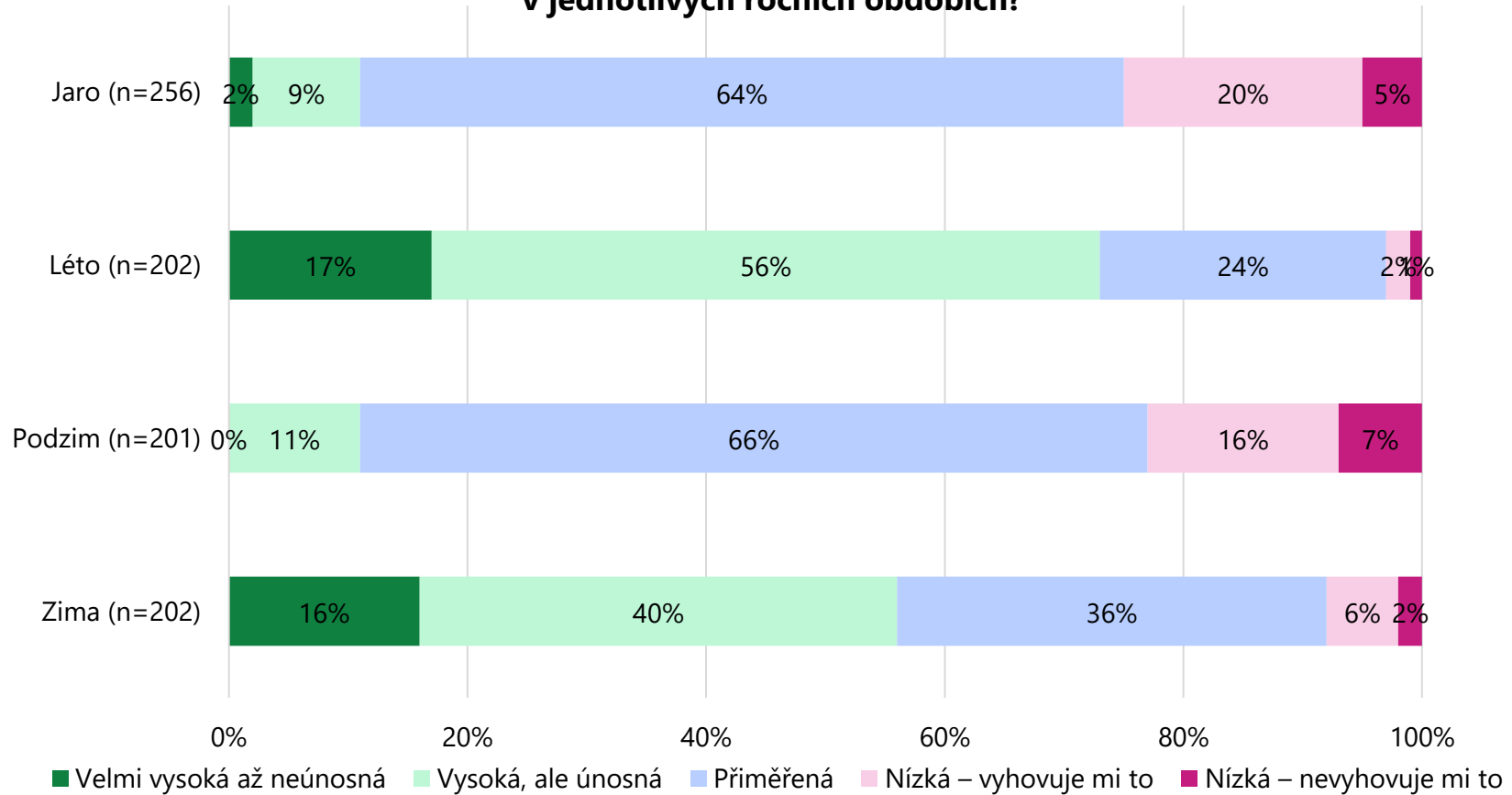
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Jaký je Váš osobní subjektivní vztah k přítomnosti návštěvníků / turistů v Jeseníku a okolí? (n=258)**



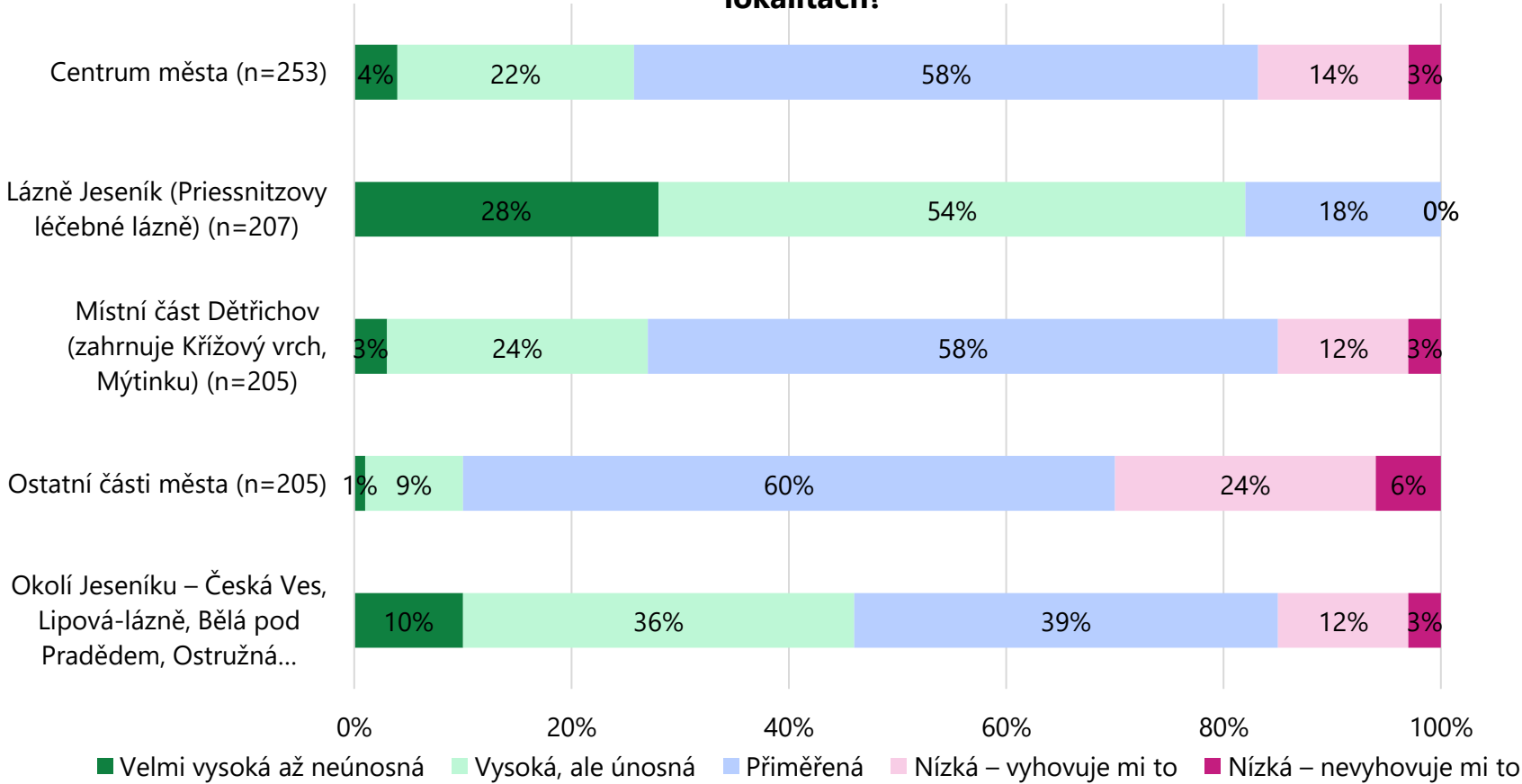
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Posudte ze svého pohledu, jaká je v Jeseníku a okolí intenzita cestovního ruchu v jednotlivých ročních obdobích?**



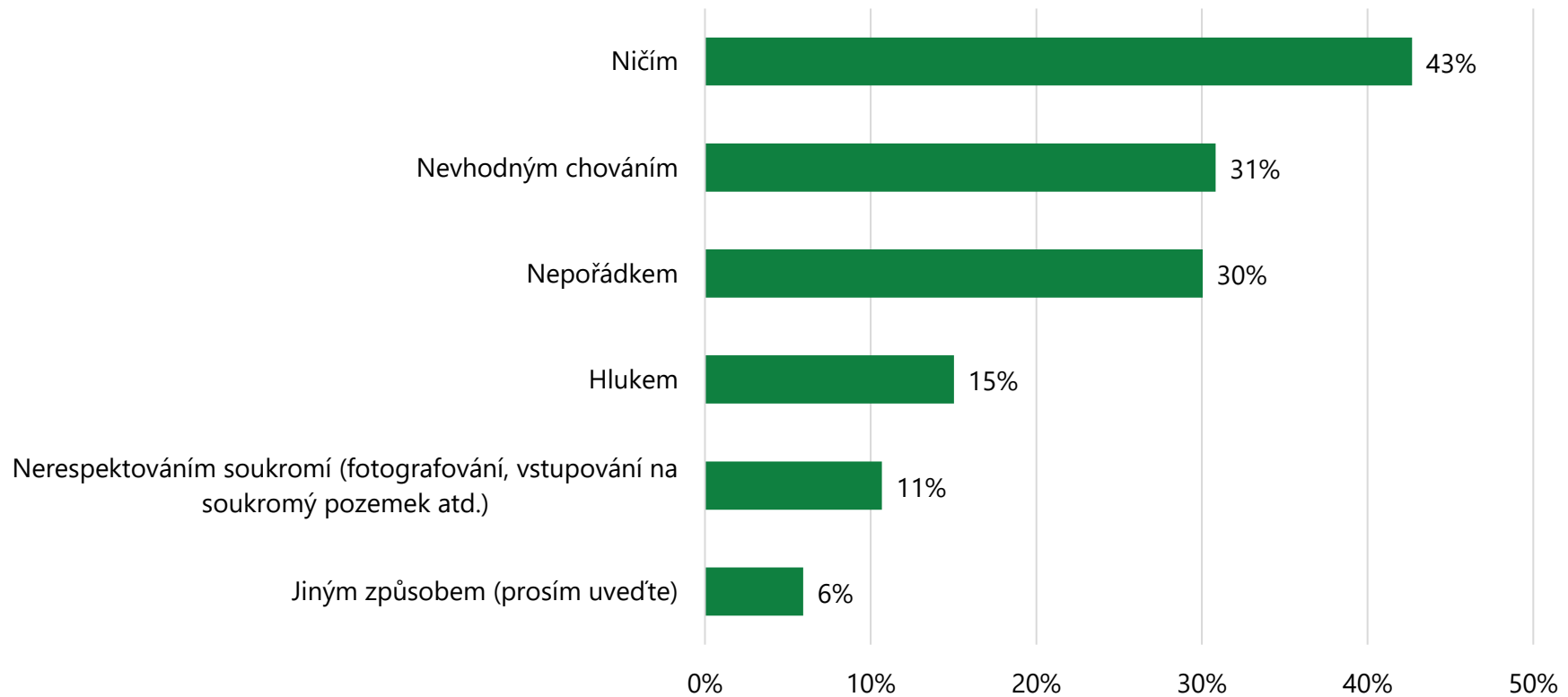
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Posudíte ze svého pohledu, jaká je v Jeseníku intenzita cestovního ruchu v jednotlivých lokalitách?**



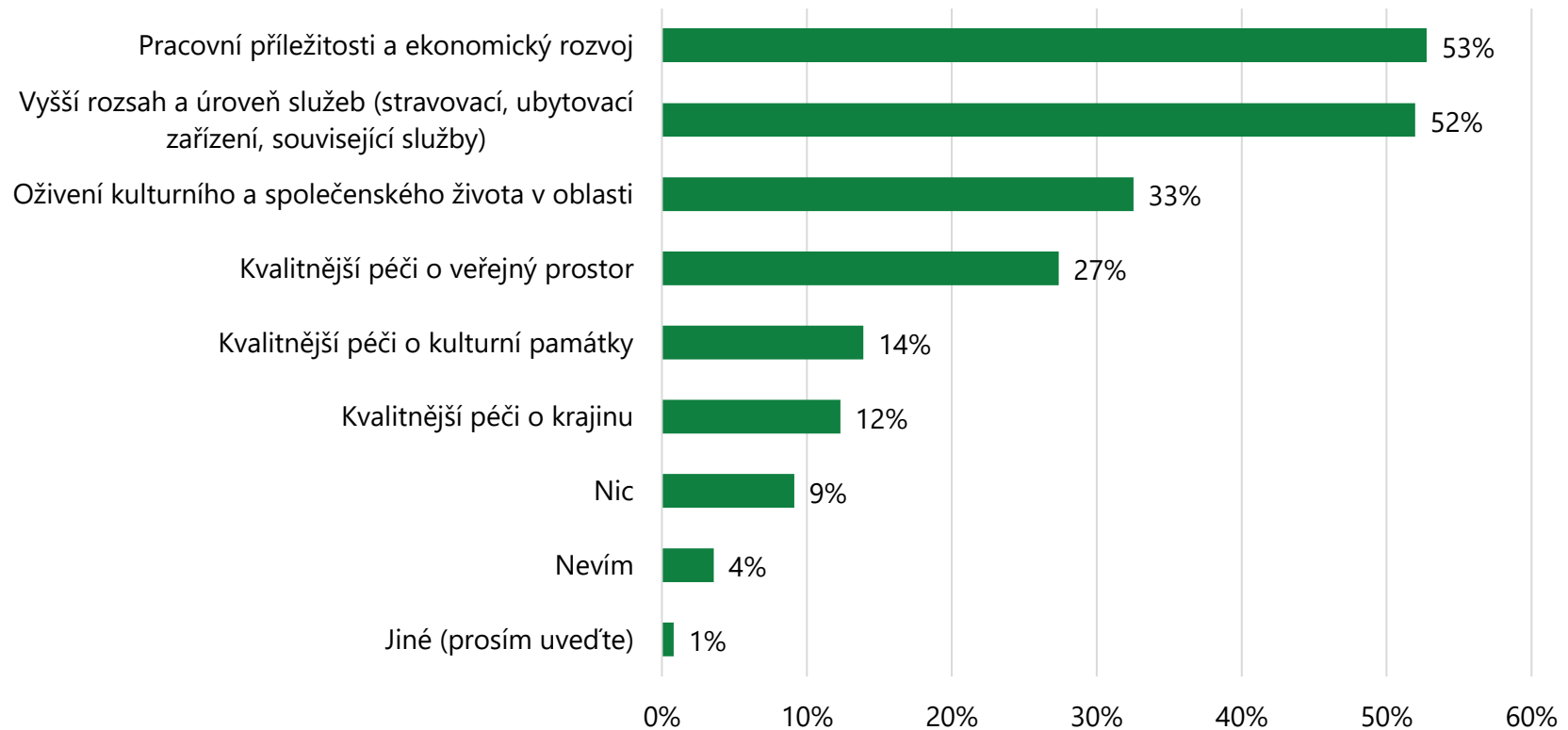
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Čím Vás v Jeseníku a okolí nejvíce obtěžují návštěvníci / turisté?  
(Vyberte prosím max. 2 možnosti) (n=253)**



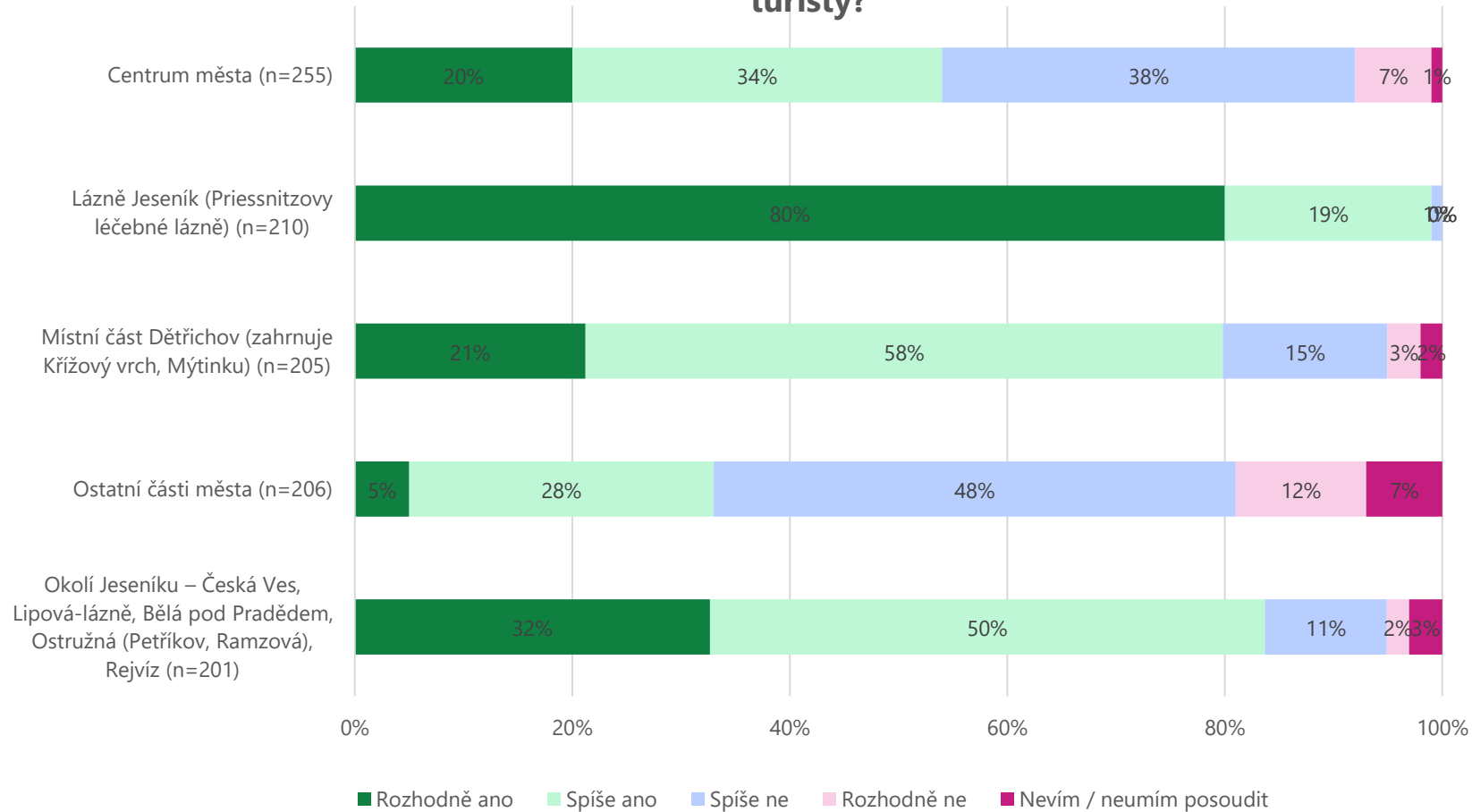
# Analýza výzkumu místních obyvatel

## Co pozitivního přinesl / přináší cestovní ruch Jeseníku a okolí? (Vyberte prosím max. 3 možnosti) (n=252)



# Analýza výzkumu místních obyvatel

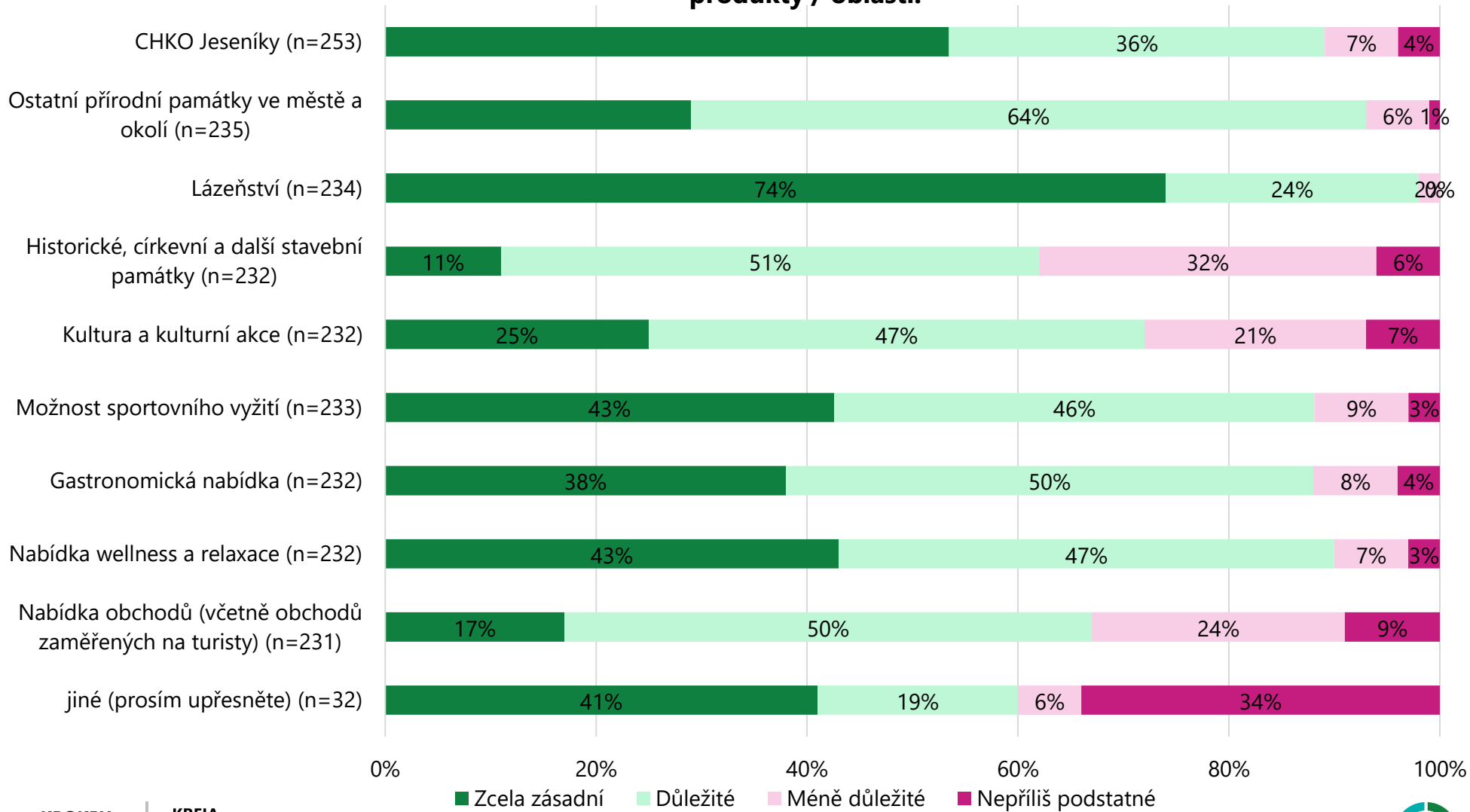
**Považujete vybrané lokality v Jeseníku a okolí za atraktivní pro návštěvníky / turisty?**





# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Jak důležité a zásadní jsou pro cestovní ruch a jeho rozvoj v Jeseníku a okolí důležité následující produkty / oblasti.**



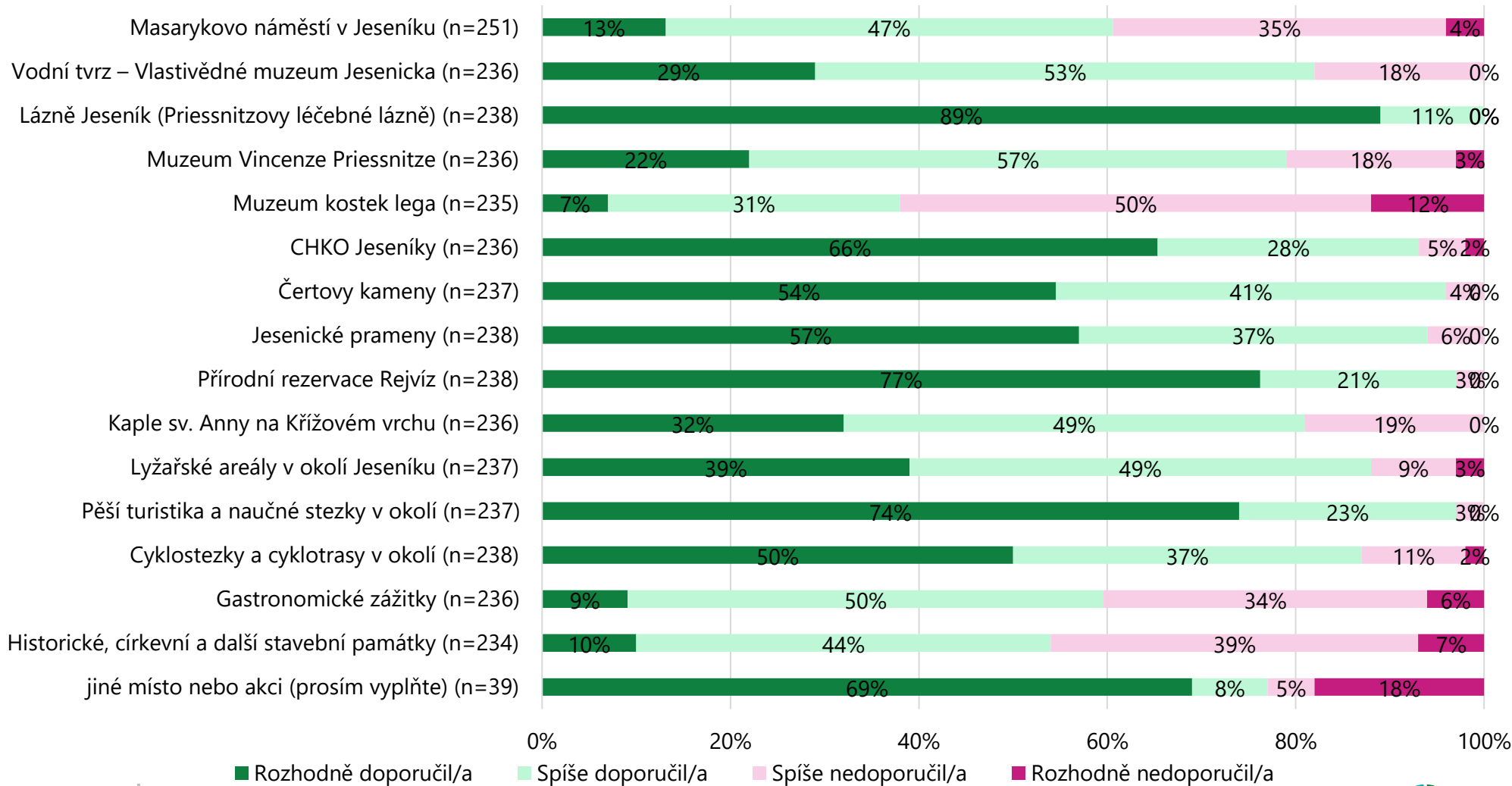
# Analýza výzkumu místních obyvatel

Jaké jedno místo nebo atraktivitu byste ukázal/a v Jeseníku a okolí osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé? (n=242)



# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Posuďte, do jaké míry byste jednotlivá místa nebo atraktivity v Jeseníku a okolí doporučil/a osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé na jeden víkend?**



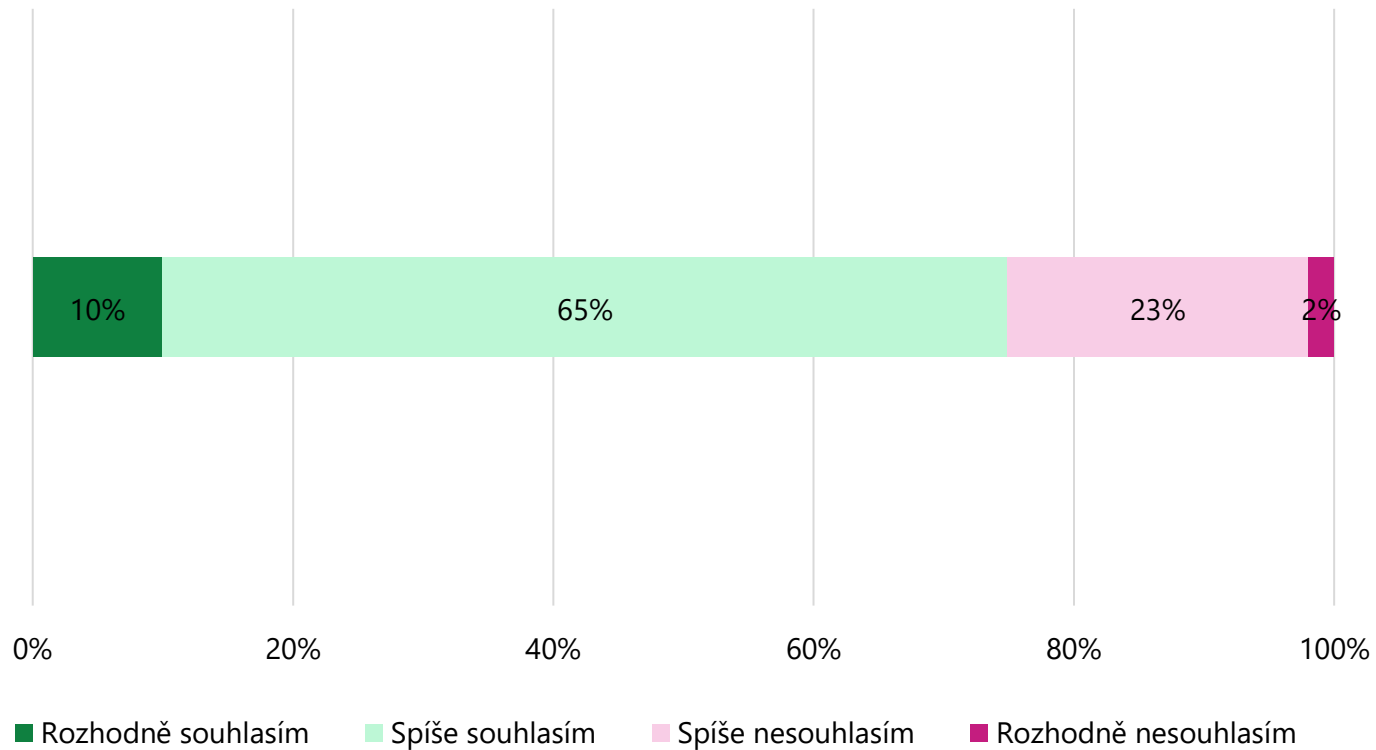
# Analýza výzkumu místních obyvatel

## Co by podle Vašeho názoru zvýšilo atraktivitu Jeseníku pro cestovní ruch? (n=194)

- Analýza odpovědí ukázala klíčové oblasti pro zvýšení atraktivity Jeseníku pro cestovní ruch. Nejvíce se diskutovalo o vylepšení **infrastruktury a dopravy**, což naznačuje zásadní potřebu lepších dopravních spojení a městské infrastruktury. S tím souvisí i výrazný důraz na **rekreační zařízení**, zejména na rozvoj aquaparků, bazénů a sportovních aktivit, což ukazuje na poptávku po rozmanitých možnostech relaxace a zábavy.
- Dále se objevila témata zaměřená na **gastronomii a ubytování**, kde respondenti požadují zlepšení kvality a rozmanitosti služeb. To je doplněno o požadavky na více **kulturních a zábavních akcí**, což ukazuje na zájem o bohatší kulturní život a programy pro rodiny.
- Neméně důležitá jsou i témata týkající se **přírody a environmentálních aspektů**, která reflektují touhu po udržitelném rozvoji a péči o přírodní prostředí. **Služby a občanská vybavenost** spolu s **propagací a marketingem** doplňují obraz o potřebě zvýšit povědomí o Jeseníku a zlepšit dostupnost informací a služeb pro turisty.

# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Považujete služby pro turisty v Jeseníku a okolí za kvalitní? (n=251)**



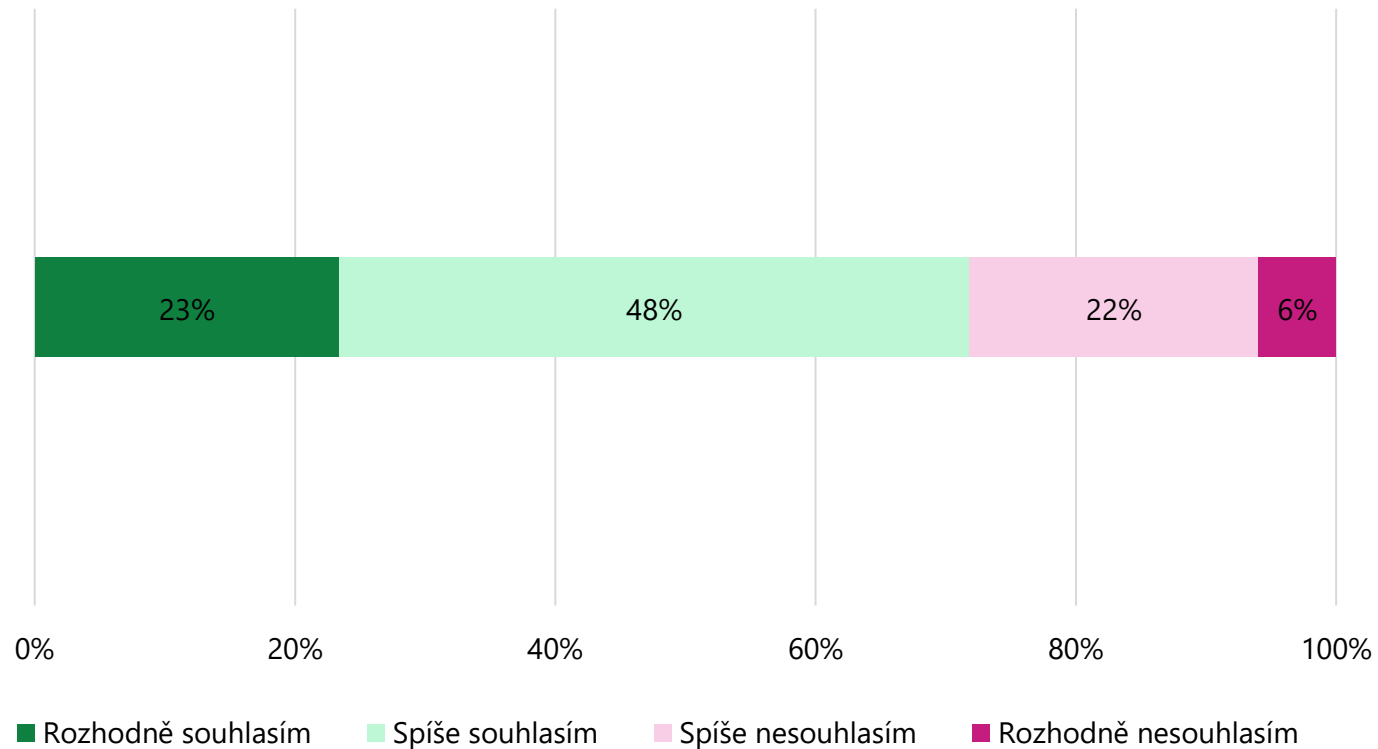
# Analýza výzkumu místních obyvatel

Jaké gastronomické zařízení byste doporučili turistům, aby se dobře naobědvali / navečeřeli?  
(n=227)



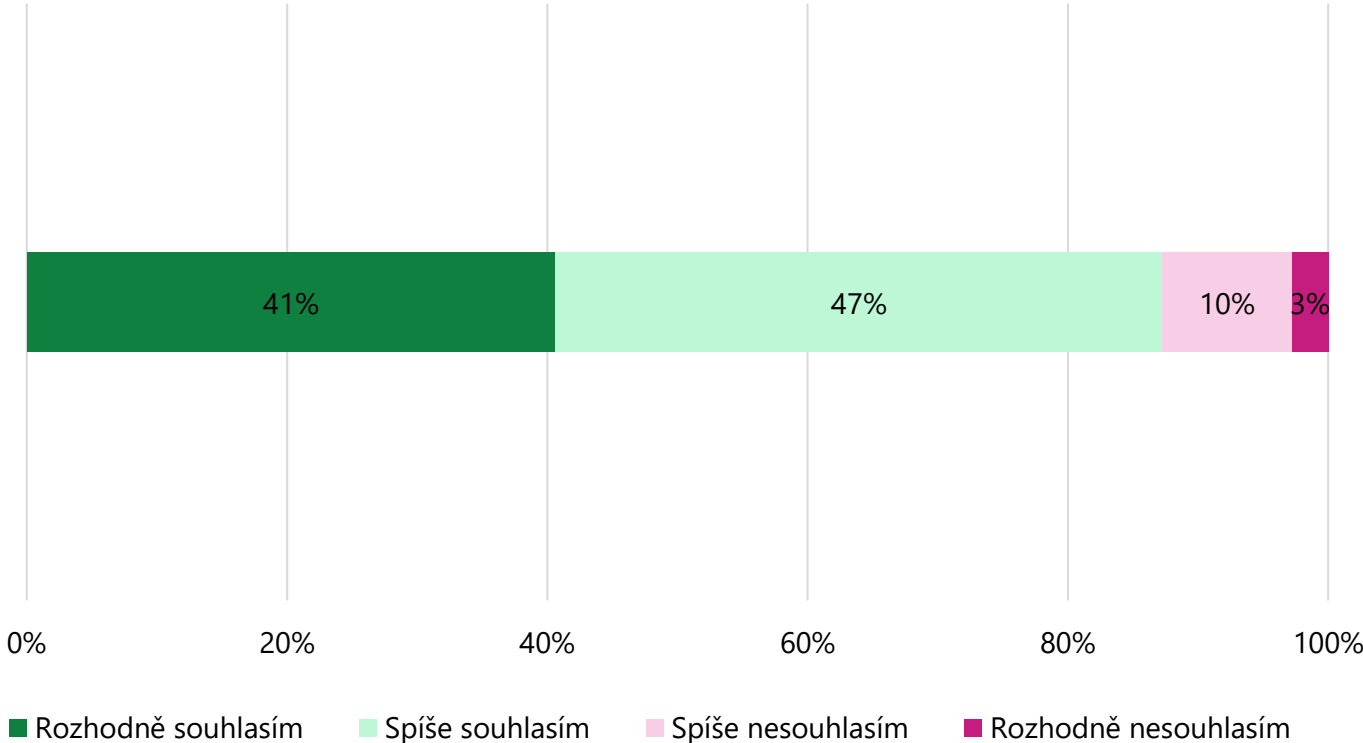
# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Souhlasíte s tvrzením, že pro trvale žijící obyvatele vyplývají přínosy z cestovního ruchu, resp. turistů navštěvujících Jeseník a okolí? (n=252)**



# Analýza výzkumu místních obyvatel

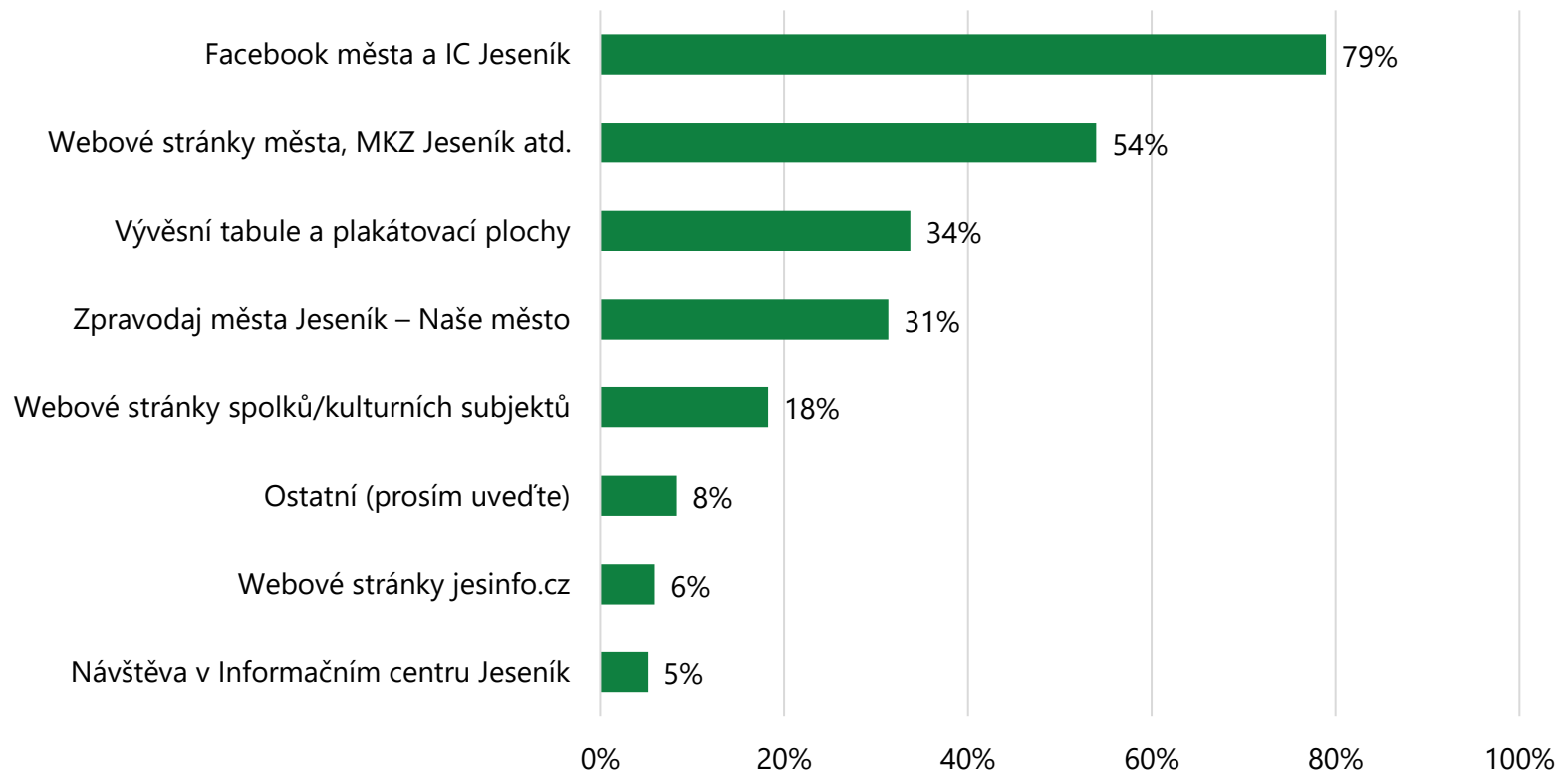
**Má se město Jeseník podílet na podpoře rozvoje cestovního ruchu z veřejných prostředků (n=251)**





# Analýza výzkumu místních obyvatel

**Odkud získáváte informace o konání kulturních/volnočasových akcí v Jeseníku a okolí?  
(n=252)**



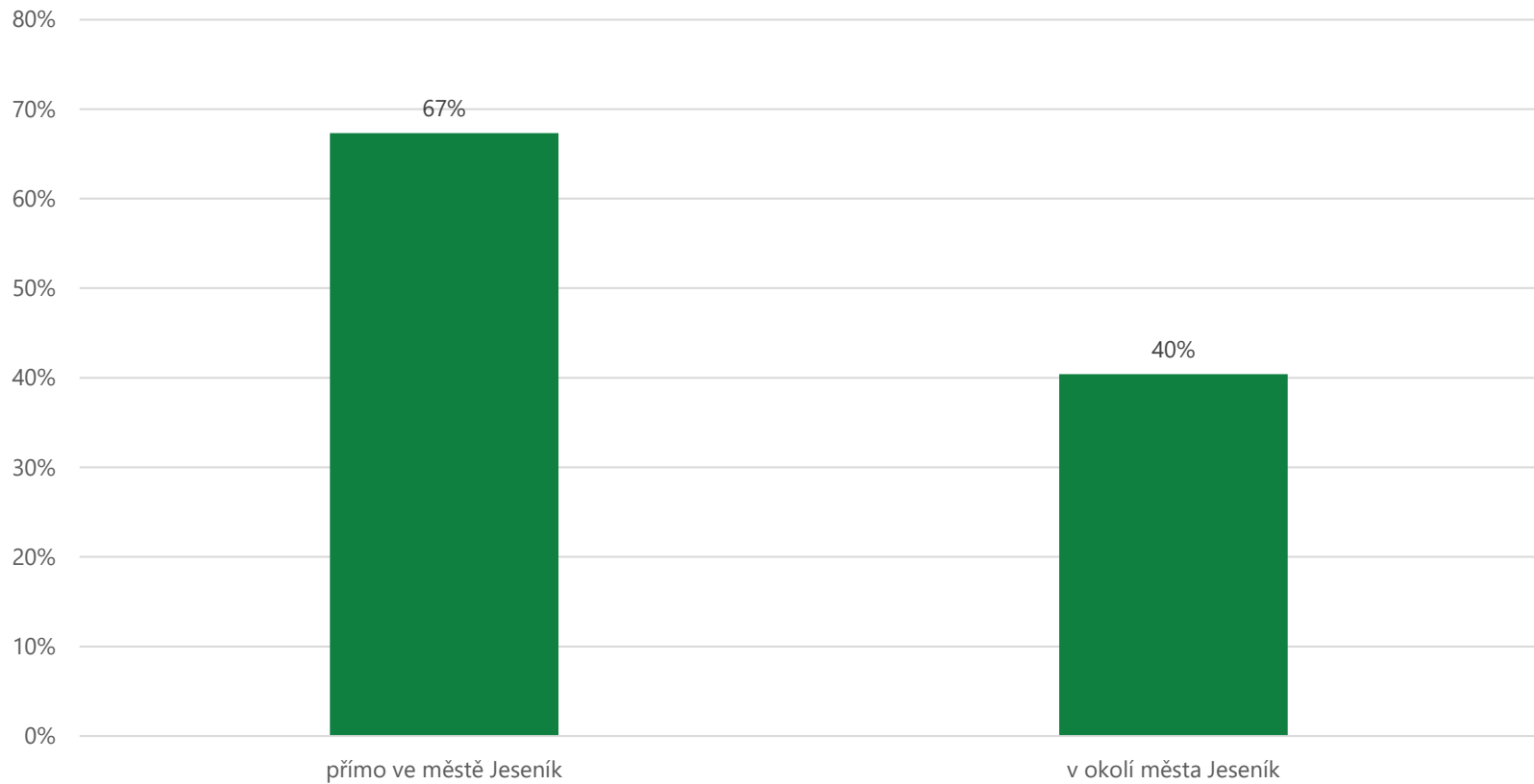


# Kompletní výstupy z dotazníkových šetření

## Odborná veřejnost

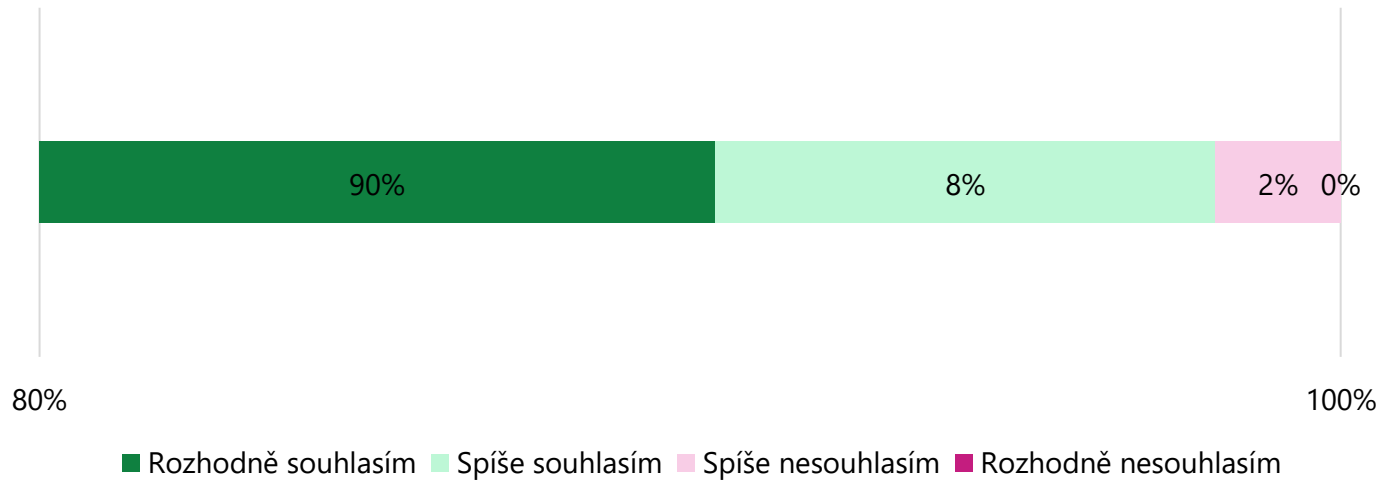
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

Uved'te, prosím, kde především působíte? (můžete vybrat více možností)



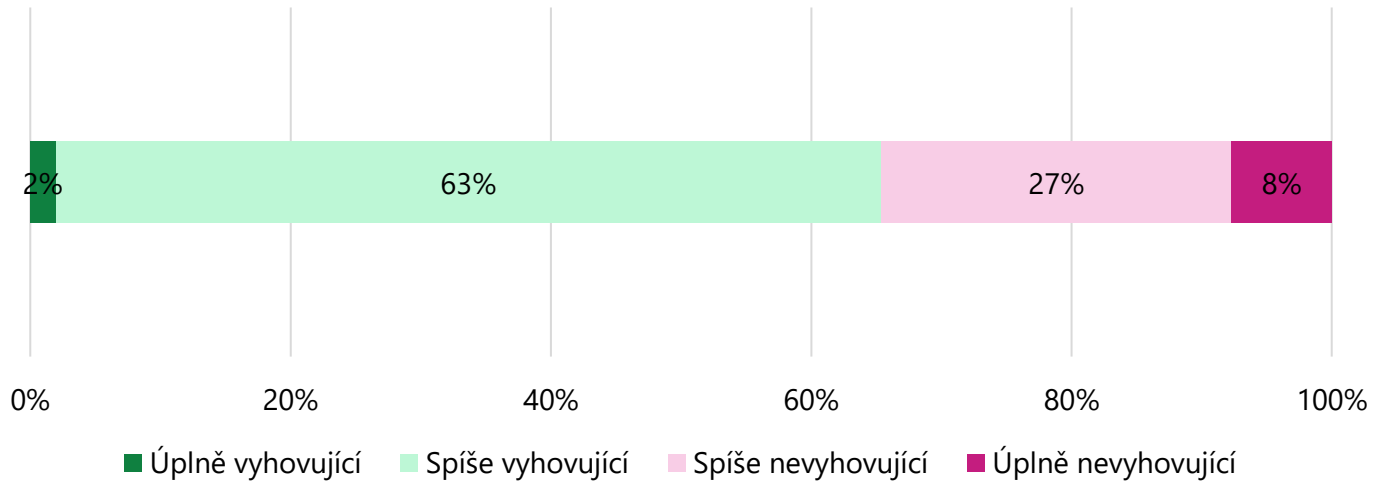
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Souhlasíte s tvrzením, že cestovní ruch představuje pro Jeseník takové ekonomické odvětví, které by mělo být ze strany města podporováno? (n=52)**



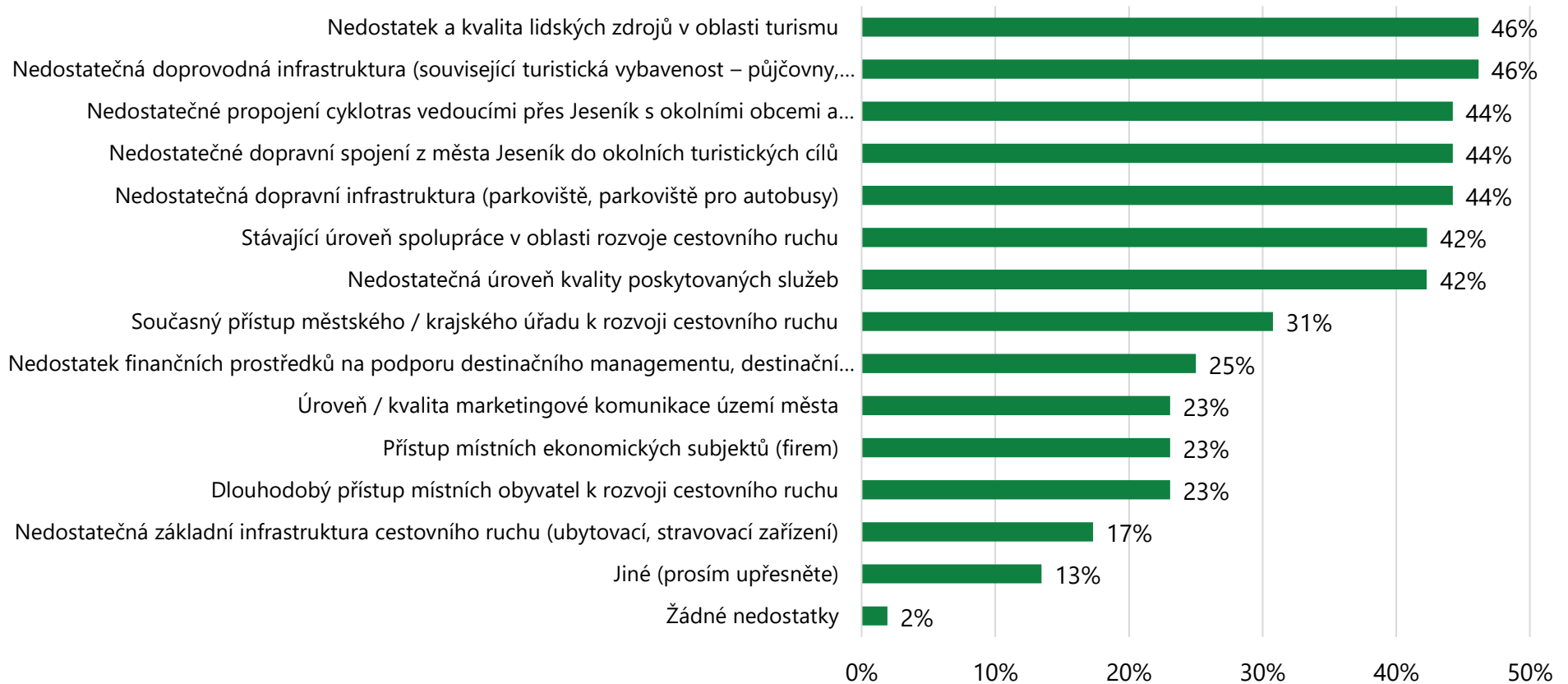
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Jaké rozvojové podmínky podle Vašeho názoru v současné době vytváří město Jeseník pro rozvoj cestovního ruchu na svém území? (n=52)**



# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

## Jaké nedostatky brání většímu využití potenciálu cestovního ruchu v Jeseníku? (můžete vybrat libovolný počet možností) (n=52)



# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

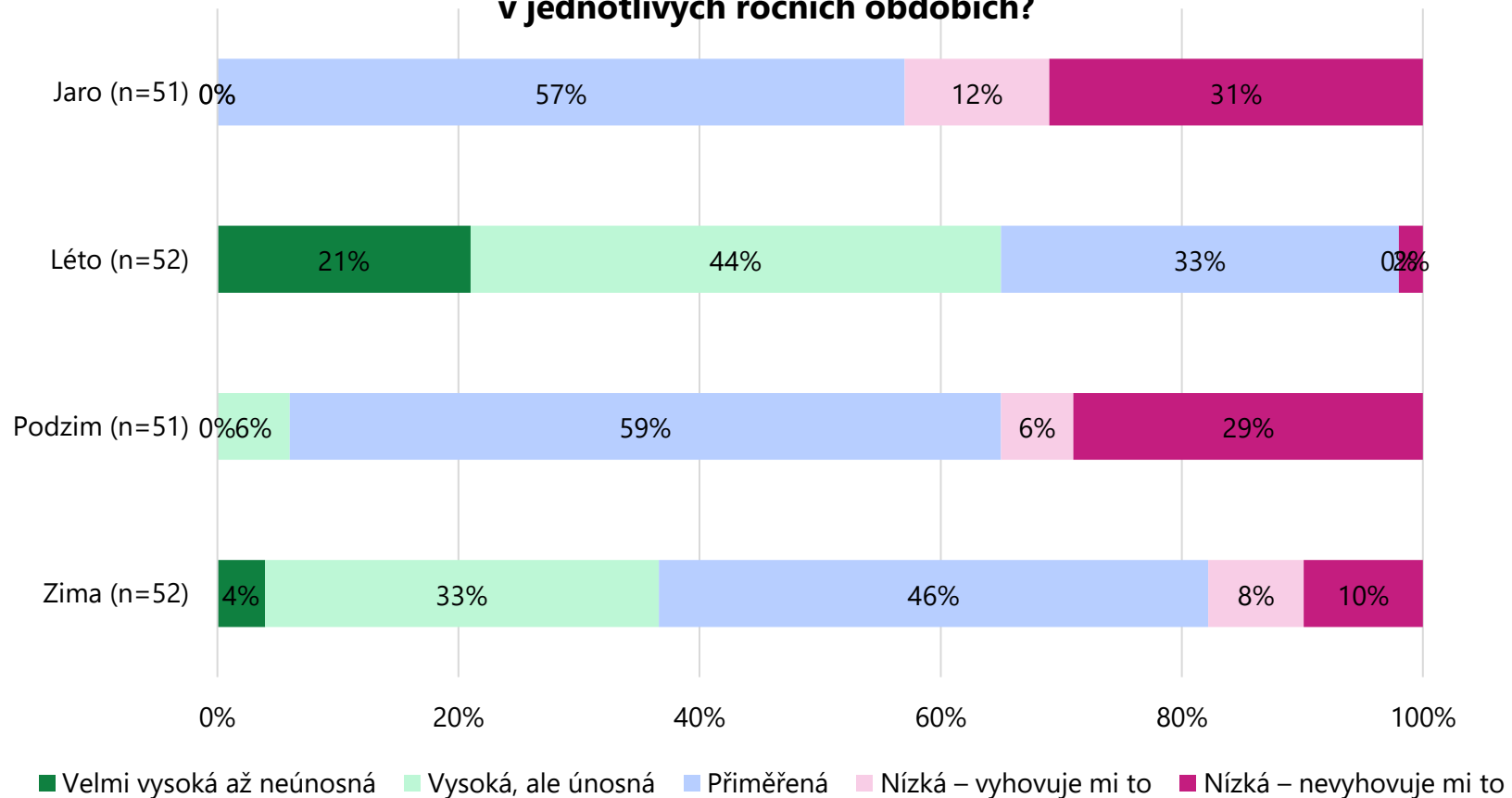
## Zde můžete uvést konkrétní způsob, jak by mohl být lépe využit potenciál cestovního ruchu v Jeseníku (např. rozvojový program, aktivita, projekt, podpora atraktivit, hodnot v území...)? (n=19)

- Respondenti v dotazníkovém šetření odhalili několik klíčových oblastí pro zlepšení a rozvoj. Jedním z výrazných témat bylo **zlepšení infrastruktury**, kde respondenti navrhovali rozšíření a propojení cyklostezek, což by umožnilo snadnější přístup k přírodním krásám regionu, jako je například známá trasa z Jeseníku do Karlovy Studánky. Dále byla zdůrazněna potřeba **efektivnějších dopravních spojení** mezi turistickými cíli, což by mohlo zahrnovat lepší časovou koordinaci mezi autobusovými a vlakovými spoji.
- V oblasti **turistických atrakcí a služeb** bylo navrženo několik inovativních projektů. Například vytvoření architektonicky zajímavého **městského parku s promenádou**, který by kombinoval botanickou rozmanitost s uměleckými instalacemi a kavárnou. Další návrhy zahrnovaly podporu lázeňského charakteru města prostřednictvím rekonstrukce a opravy pramenů a vytvoření přírodních sprch, které by obohatily wellness nabídku.
- Co se týče **propagace a informací**, respondenti se shodli na nutnosti **lepšího marketingu**, který by měl zahrnovat intenzivnější propagaci Jeseníku ve velkých městech ČR a Polska. Navrhována byla také centralizace informací o službách a akcích do jedné aplikace, která by turistům usnadnila plánování a orientaci v nabídce regionu.
- Klíčovým prvkem pro úspěch těchto iniciativ je **spolupráce mezi různými zainteresovanými stranami**. Doporučuje se lepší komunikace mezi městským vedením a podnikateli v cestovním ruchu a vytvoření společných projektů s Jeseníky - sdružení cestovního ruchu a místními zájmovými skupinami. Tyto kroky by mohly vést k vytvoření ucelené a přitažlivé nabídky, která by Jeseník posunula na přední místa v oblasti turismu.



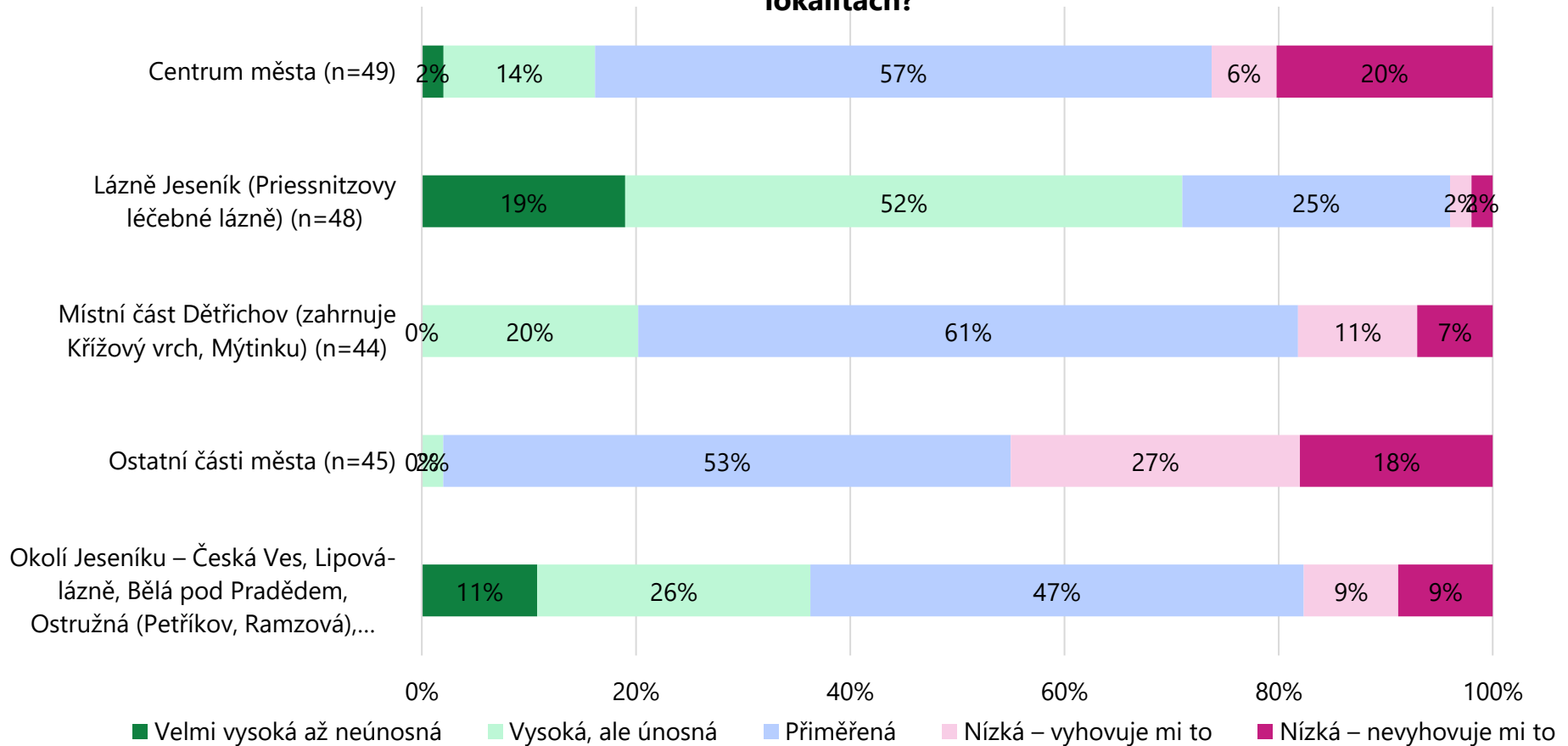
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Posuďte ze svého pohledu, jaká je v Jeseníku a okolí intenzita cestovního ruchu v jednotlivých ročních obdobích?**



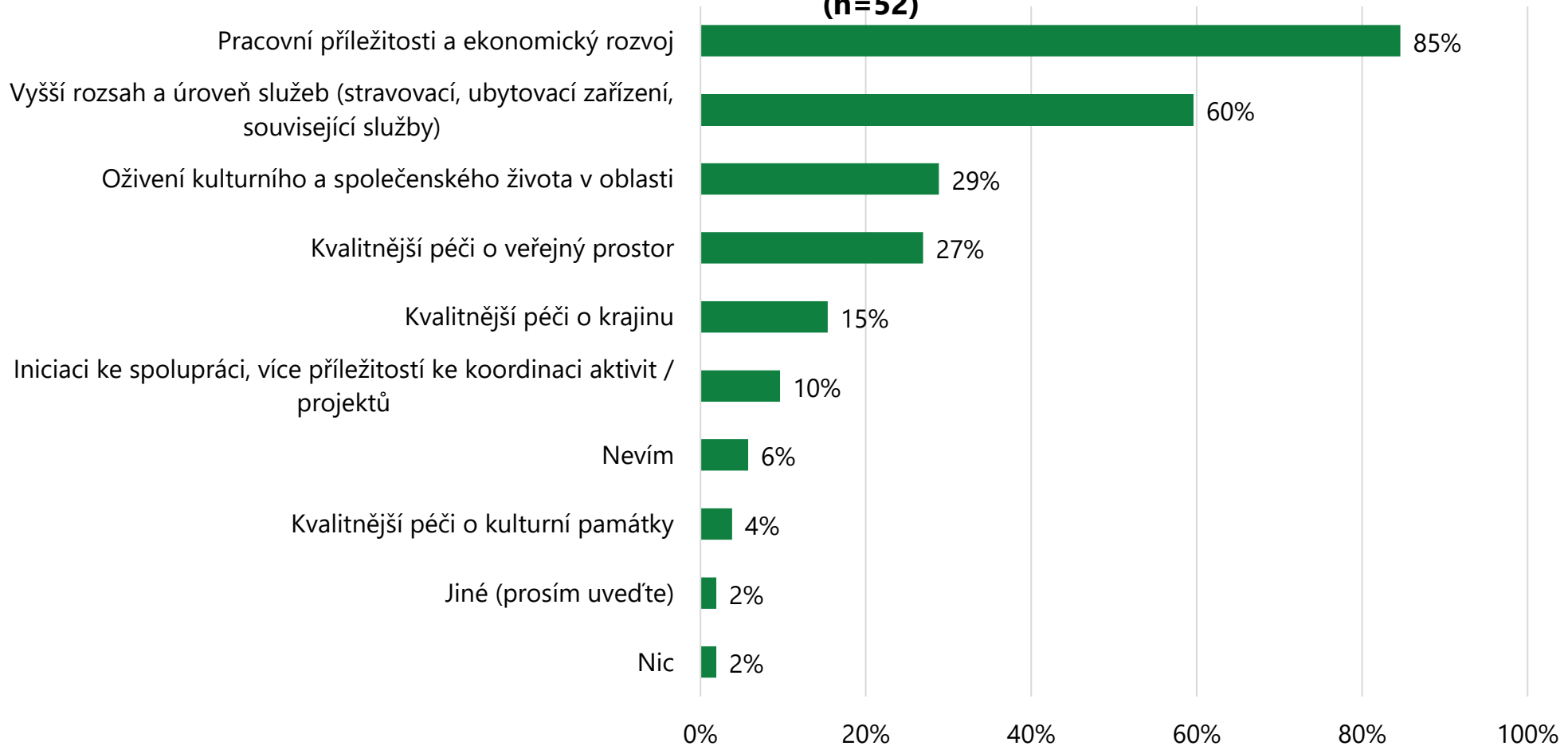
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

Posudte ze svého pohledu, jaká je v Jeseníku intenzita cestovního ruchu v jednotlivých lokalitách?



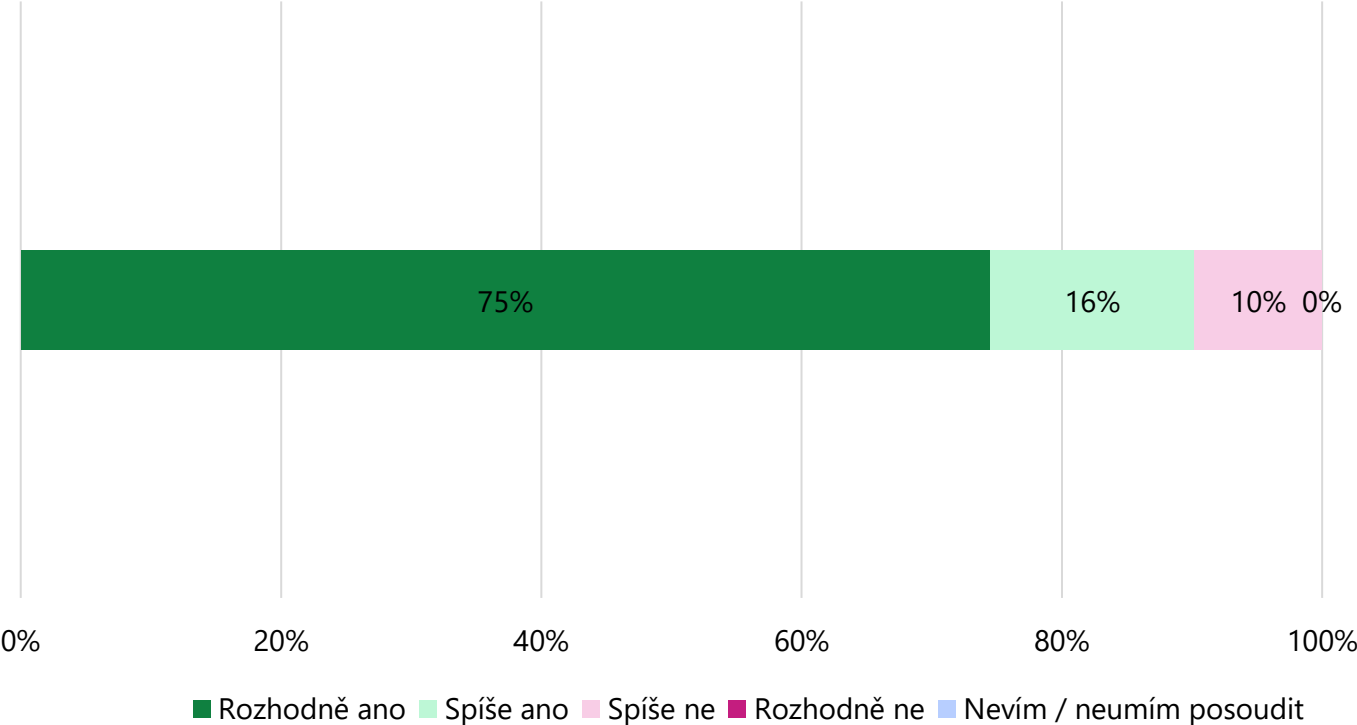
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Co pozitivního přinesl / přináší cestovní ruch Jeseníku? (Vyberte prosím max. 3 možnosti)**  
(n=52)



# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Považujete Jeseník a okolí za atraktivní pro návštěvníky / turisty? (n=51)**



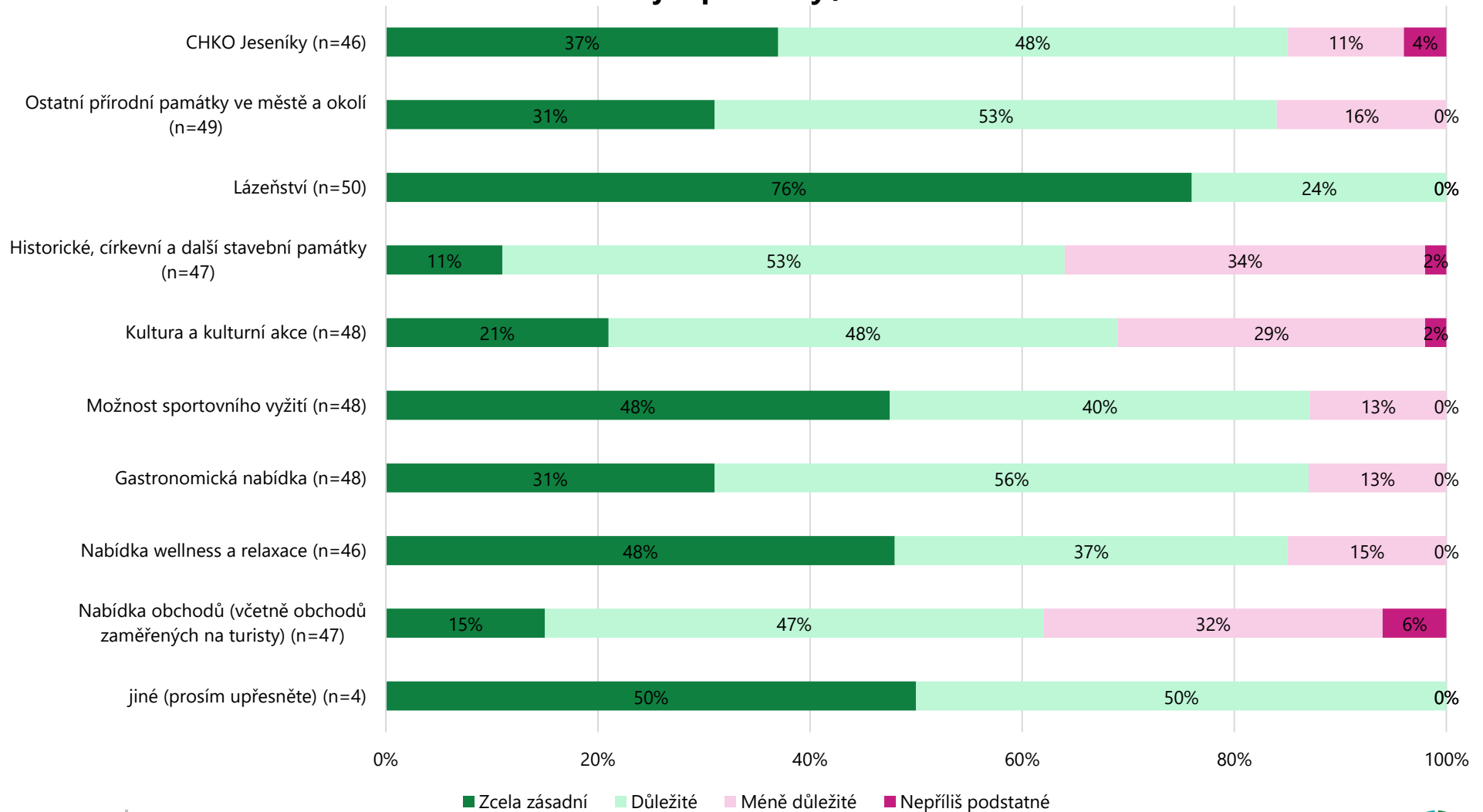
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Jaké jedno místo nebo atraktivitu byste ukázal/a v Jeseníku osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé? (n=46)**



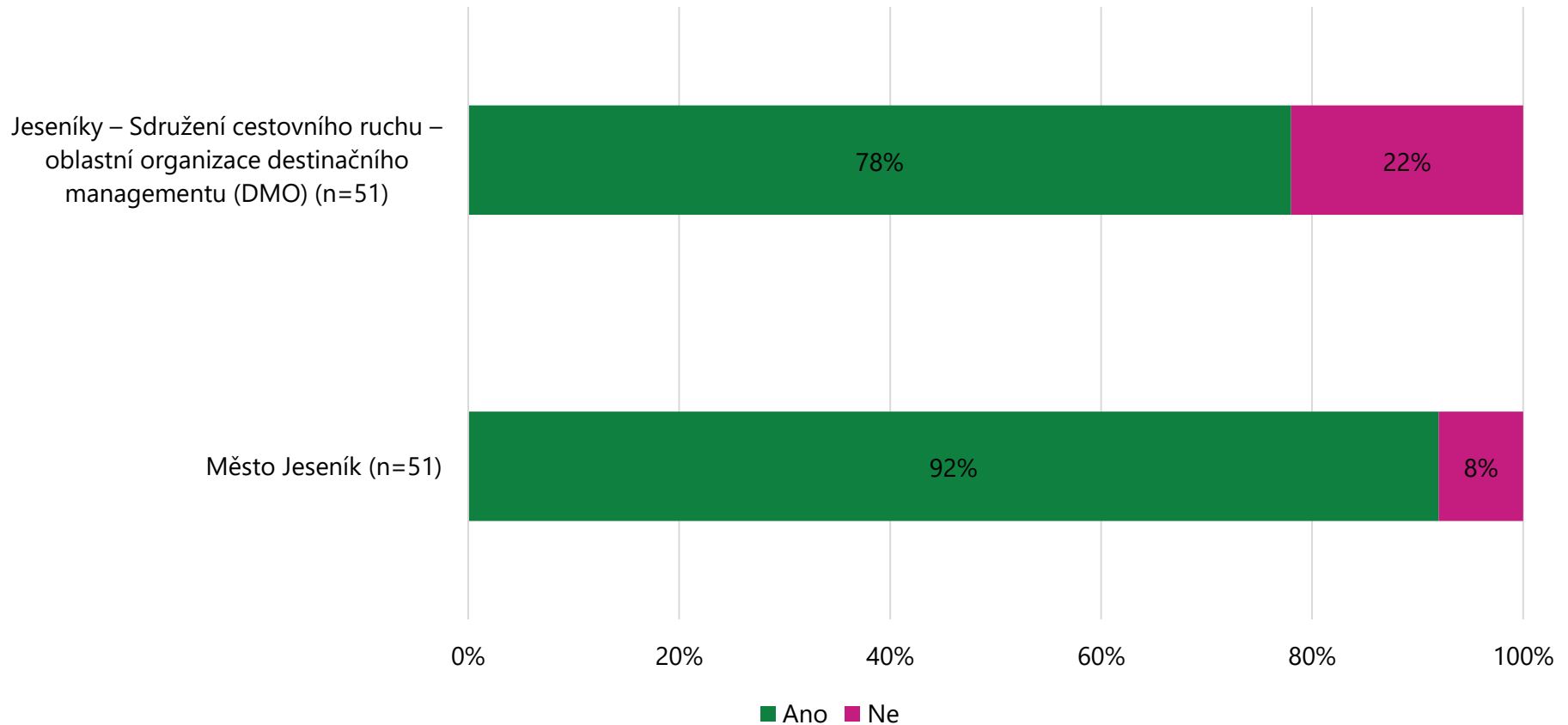
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Jak důležité a zásadní jsou pro cestovní ruch a jeho rozvoj v Jeseníku a okolí důležité následující produkty / oblasti.**



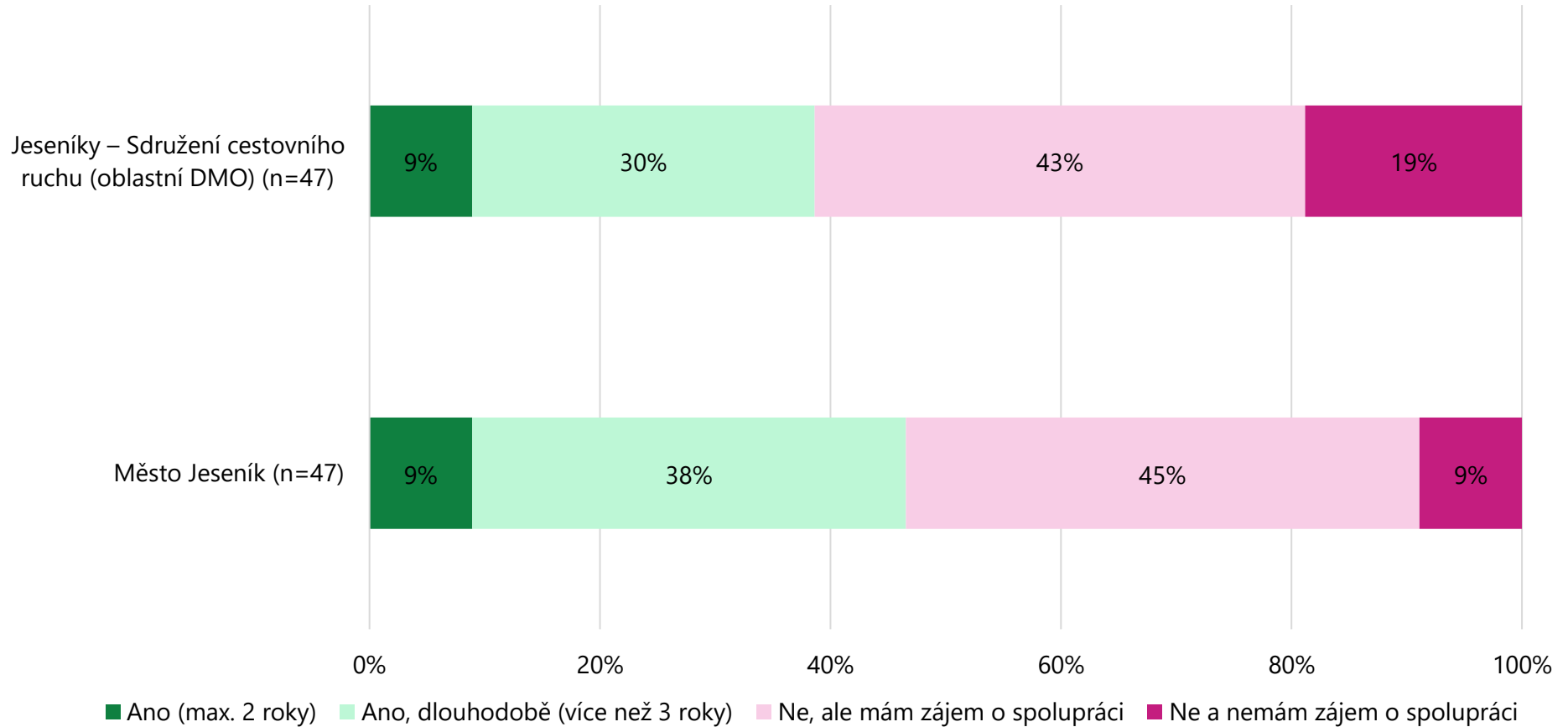
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Je Vám známo, že na území města pracují na rozvoji cestovního ruchu následující organizace?**



# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

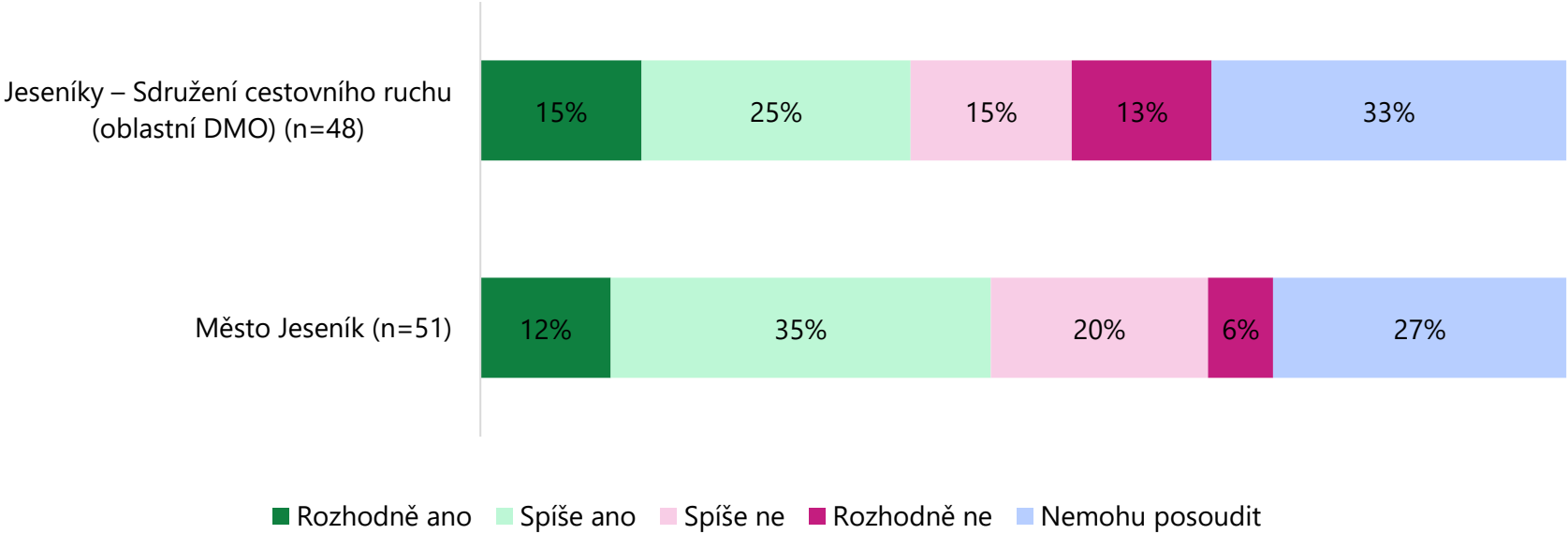
## Spolupracujete v oblasti rozvoje cestovního ruchu s následujícími organizacemi?





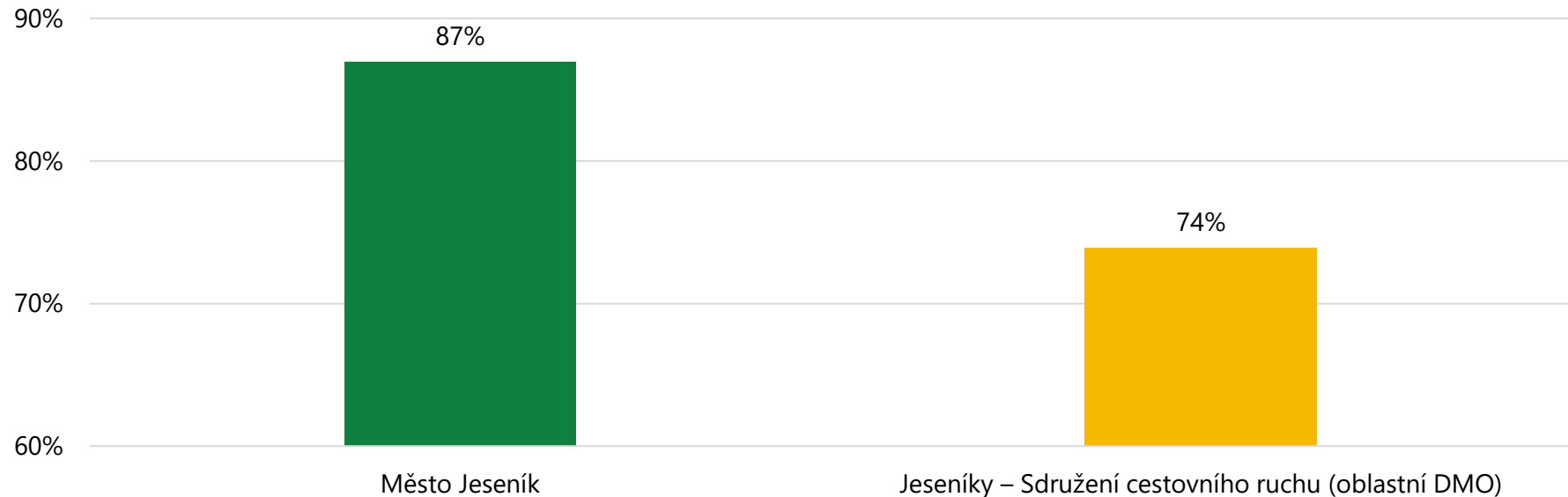
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Jste spokojeni s prací následujících organizací v oblasti rozvoje cestovního ruchu?**



# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

S čím jste spokojeni v oblasti rozvoje cestovního ruchu u uvedených organizací? (n=23)

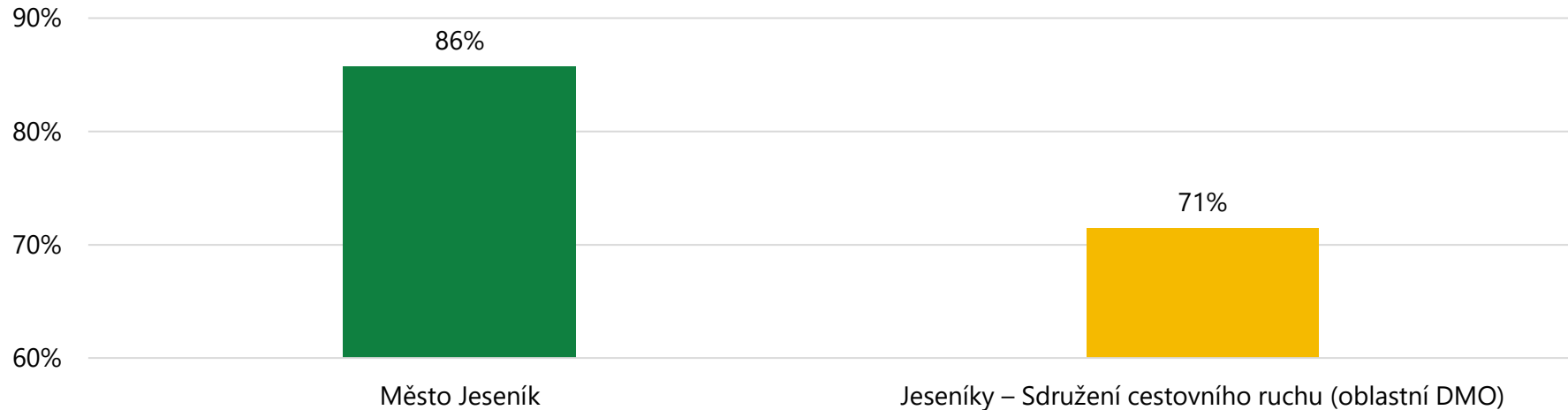


- Dobře fungující informační centrum, dobrá práce a komunikace oddělení cestovního ruchu MěÚ Jeseník
- Informační centrum
- Kulturní akce
- Lázeňství, kultura, budování pěších a cyklotras
- Marketingové aktivity, TIC Jeseník Katovna, péče o drobné památky a prameny, péče o veřejný prostor
- Město má informační centrum.
- Město zřídilo samostatný odbor, který se danou oblastí zabývá
- Nejsem si vědom
- Oprava pramenu, prázdninové akce pro turisty, propagační materiály, mapy v IC, projekty česko-polské, Jesenícké toulky
- Podpora kulturních, sportovních akcí
- Poskytování informací a podpora návštěvníků destinace. Kvalitní informační materiály a podpora.
- Propagace
- Propagace, rozvoj města
- Rozvoj infrastruktury - cyklostezky, služby IC
- Služby IC
- Snaha provozovat aktivity a zlepšit úroveň
- Spolupráce s IC, propagace v rámci IC
- Úprava veřejného prostoru, oprava památek, péče o prameny
- Úroveň regionálního info-centra

- Nevím
- Poskytují letáky, brožury
- Prakticky s veškerou činností
- Propagace na trzích v televizi Toulavá kamera, propagační předměty, materiály, kolportáž turistických novin, zakup rolby i udržování běžeckých stop, značení nových tras na kolo, pěších i běžeckých, školení zaměstnanců IC, projekty česko-polské
- Propagace,
- Úprava běžeckých tras v zimě
- Úroveň prezentace Jeseníku v ostatních regionech, péče o běžecké a cyklo trasy, ostatní projekty

# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

## S čím nejste spokojeni v oblasti rozvoje cestovního ruchu u uvedených organizací? (n=28)

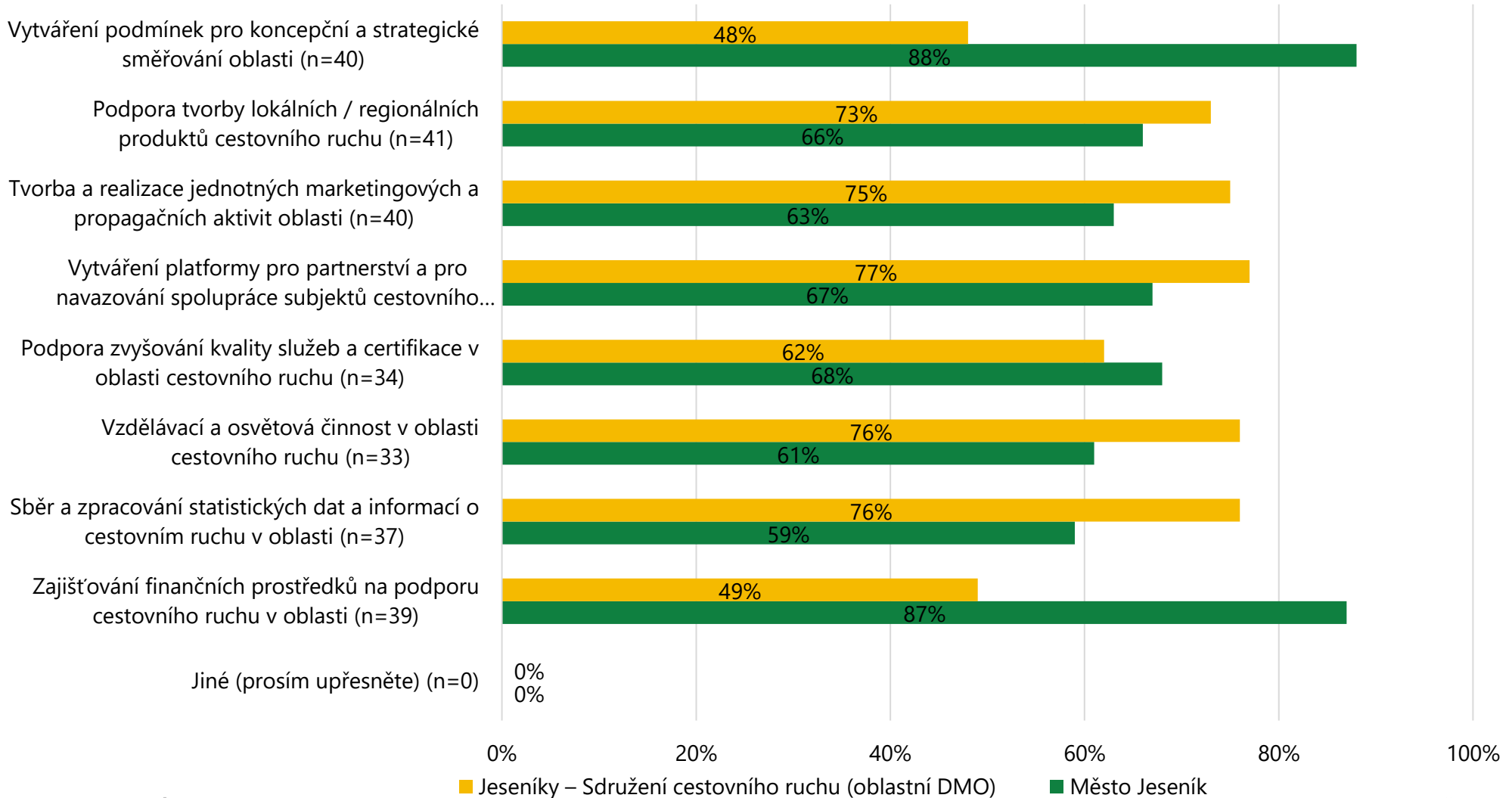


- Dopravní spojení do některých oblastí
- Chybí bazén, kvalitní bruslařská plocha, špatné "nové" wellness, až buzerantská práce městské policie vůči občanům ale i turistům
- Chybí více celoročních aktivit, které budou lákat turisty v každém ročním období
- Kontrola a sankce za znečišťování vzduchu
- Malá podpora turistické strategie města jako lázeňského města
- Málo akční, slabá propagace a motivace subjektů z oblasti CR, slabá iniciativa pro rozvoj spolupráce v CR
- Málo parkovacích míst.
- Minimální iniciativa
- Navyšování lázeňského poplatku
- Nedocení ekonomických a společenských přínosů cestovního ruchu, nedostatečné investice do aktivní turistiky
- Nedostatečná infrastruktura, vysoké ubytovací poplatky
- Nedostatečný marketing a vzájemné propojení zainteresovaných v cestovním ruchu.
- O cest. ruchu se většinou mluví jen před volbami, pak jsou pro volené zástupce důležitější témata, problematičká (ne)spolupráce s lázněmi
- Otvírací doba IC
- Péče o park
- Roztříštěnost aktivit, financování projektů CR převážně z dotačních titulů, chybí indoorové aktivity např. krytý bazén, chybí produkty CR
- Slabé investice do CR
- Špatná koordinace aktivit, město by mělo být koordinátorem dění ve městě
- Veřejná doprava
- Více podpořit rekonstrukci krytého bazénu v České Vsi
- Vysoké ubytovací poplatky
- Zvyšování ubytovacích poplatků

- Dlouhodobě se nedaří propojit území celých Jeseníků alespoň po marketingové stránce, rozdělení Jeseníků mezi 2 kraje
- Dříve fungovalo
- Iniciativa jen na základě prospěchu
- Jsem spokojena
- Malé obsazení organizace
- Nemám příliš povědomí o jejich činnosti
- Nemohu posoudit
- Nevím
- Nevím
- Nevím, krom jejich polepených aut, o marketinku této organizace.
- Osobní ambice ředitele
- Přístup ředitele
- Ředitel
- Uzavřenost, nekomunikace s místní aktéry, neochota dělat něco navíc, komerčnost.
- V rámci možností dělá maximum, slabá propagace směrem dál než do nejbližšího příhraničí
- Větší snaha a pomoc při propagaci a koordinaci aktivit
- Více bych preferovala i aktivity ve městě
- Zaměření aktivity, reálný přínos pro cestovní ruch

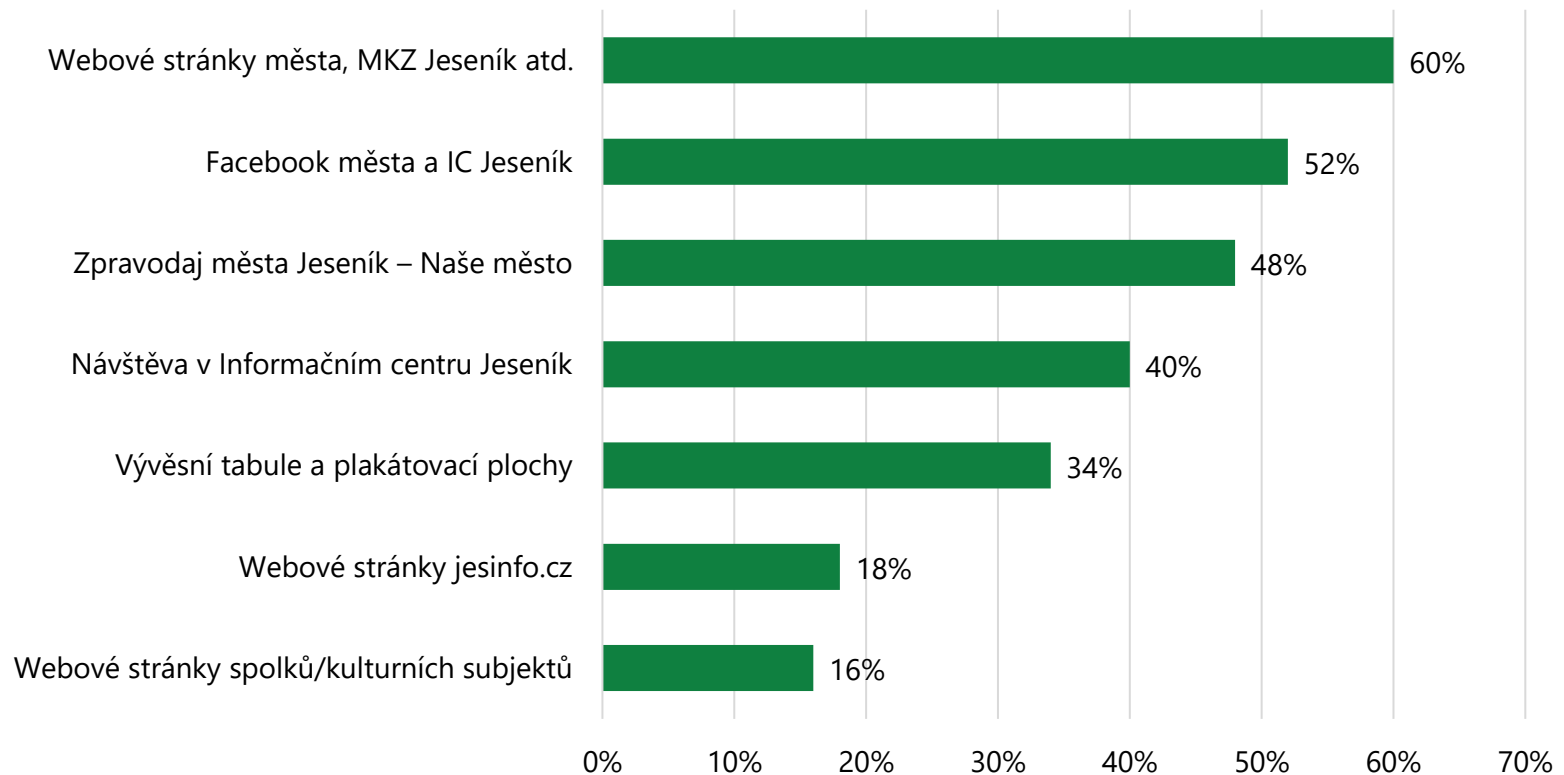
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Jaké nejdůležitější činnosti mají podle Vás uvedené organizace zajišťovat v rozvoji cestovního ruchu?  
(můžete vybrat libovolný počet možností)**



# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

**Které z informačních kanálů o konání kulturních a volnočasových akcí v Jeseníku a okolí používáte a považujete za efektivní? (n=50)**



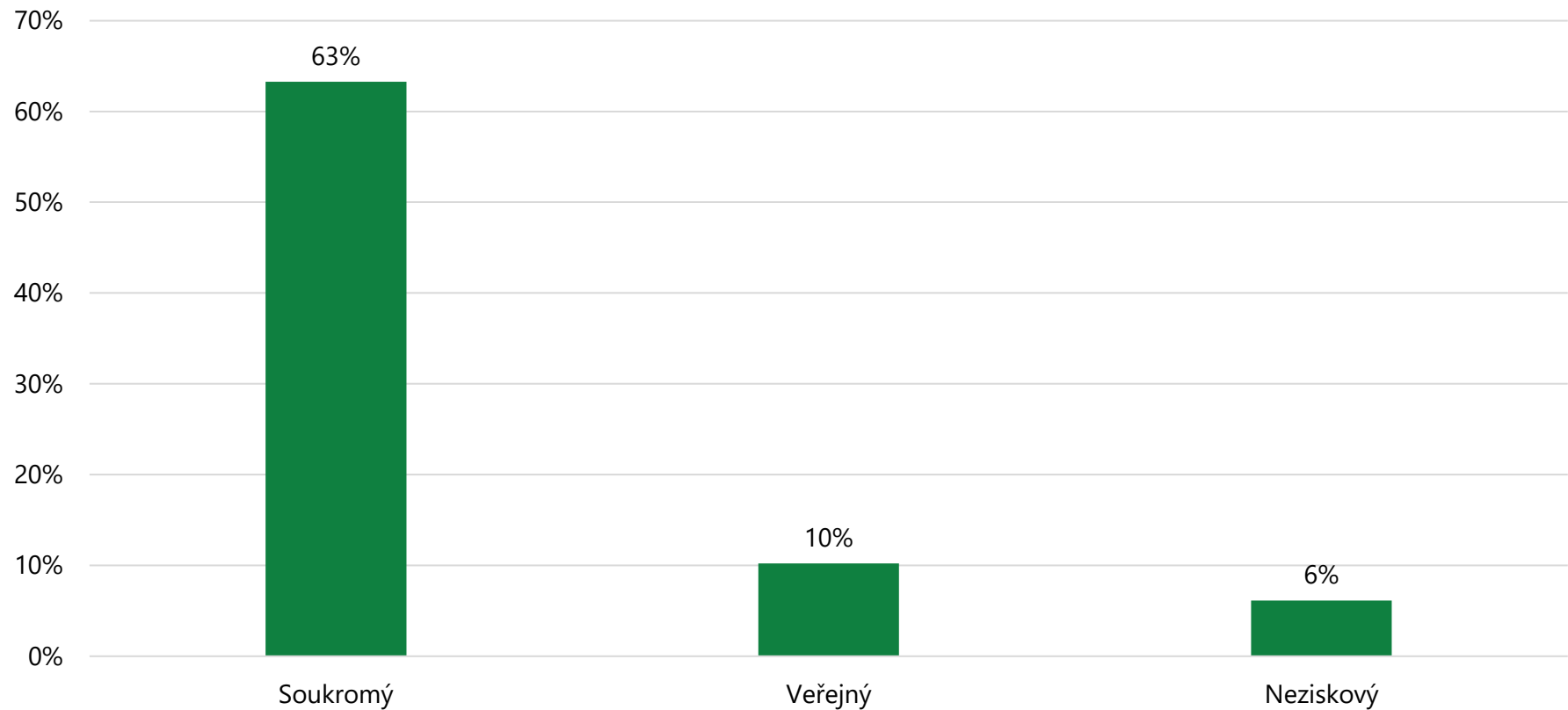
# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

Uveďte typ kulturních a volnočasových aktivit či zařízení pro turisty, které vám ve městě chybí (n=24)



# Analýza výzkumu odborné veřejnosti

Uveďte prosím sektor, který zastupujete (n=49)



**Kontaktní osoba:**

**ONDŘEJ ŠPAČEK**

CEO

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

[o.spacek@kreia.cz](mailto:o.spacek@kreia.cz)

[www.kreia.cz](http://www.kreia.cz)



**Poznámka:**

Práci na studii jsme započali v lednu 2024 a ukončili v červnu 2024. Od tohoto data jsme neučinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje představovaly především podkladové informace od zadavatele studie. Sekundární sběr informací čerpal převážně z ČSÚ a webových stránek se zaměřením na téma studie. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu. V neposlední řadě jsme využili databází a zkušeností odborníků zpracovatele.

Tento dokument se odkazuje na Analýzu zpracovatele. Jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.