

STRATEGIE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI ŠUMAVA ŽIJE 2032

PŘÍLOHA ANALYTICKÉ ČÁSTI

Červenec 2025

Obsah

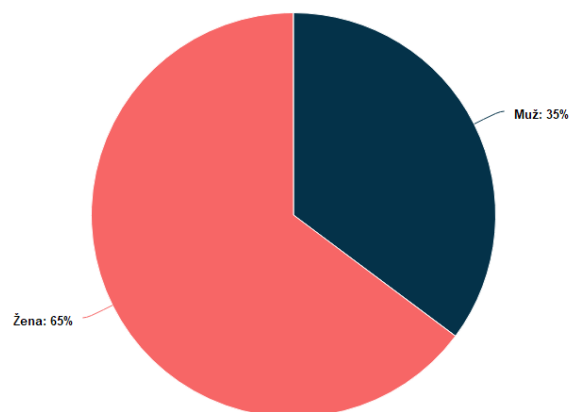
Dotazníkové šetření – místní obyvatelé	3
Dotazníkové šetření – odborná a zainteresovaná veřejnost	21

Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

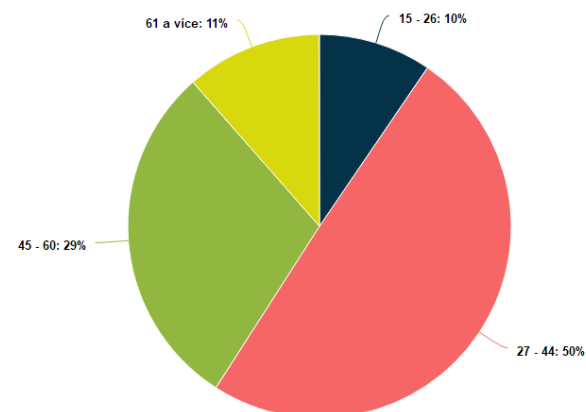
Dotazování probíhalo v únoru 2025. Žádost o vyplnění dotazníku byla distribuována prostřednictvím sociálních sítí Destinační společnosti Šumava Tourism, partnerských měst a dalších organizací. Jednalo se o distribuci odkazu na otevřenou online anketu, z tohoto důvodu se nejedná o reprezentativní vzorek, a s tímto je třeba přistupovat k vyhodnocení dotazníku. Vzhledem k tomu že dotazník vyplnilo celkem 466 respondentů, kteří v turistické oblasti žijí nebo ji navštěvují každý týden, domníváme se, že výstupy z tohoto dotazníku jsou velmi relevantním zdrojem pro strategii rozvoje turistické oblasti.

Identifikace respondentů

Uveďte, prosím, své pohlaví

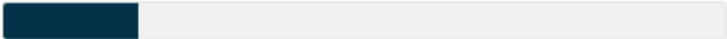
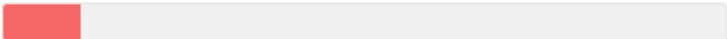
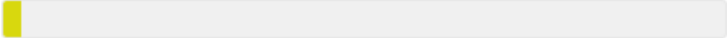
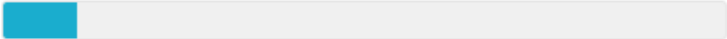


Uveďte, prosím, svůj věk



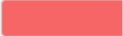
Identifikace respondentů

Pracujete přímo v cestovním ruchu nebo navazujících službách?

Hodnota		Procent	Odpovědí
Ano, pracuji přímo v cestovním ruchu		19 %	86
Ano, má práce však s cestovním ruchem souvisí nepřímo (doplňkové služby – masáže, kosmetika, kadeřnictví atd., obchod, půjčovny, lékařská praxe, čerpací stanice)		11 %	50
Ne, pracuji v jiném oboru		58 %	267
Jsem student		2 %	11
Nepracuji		10 %	47

Celkový počet odpovědí: 461

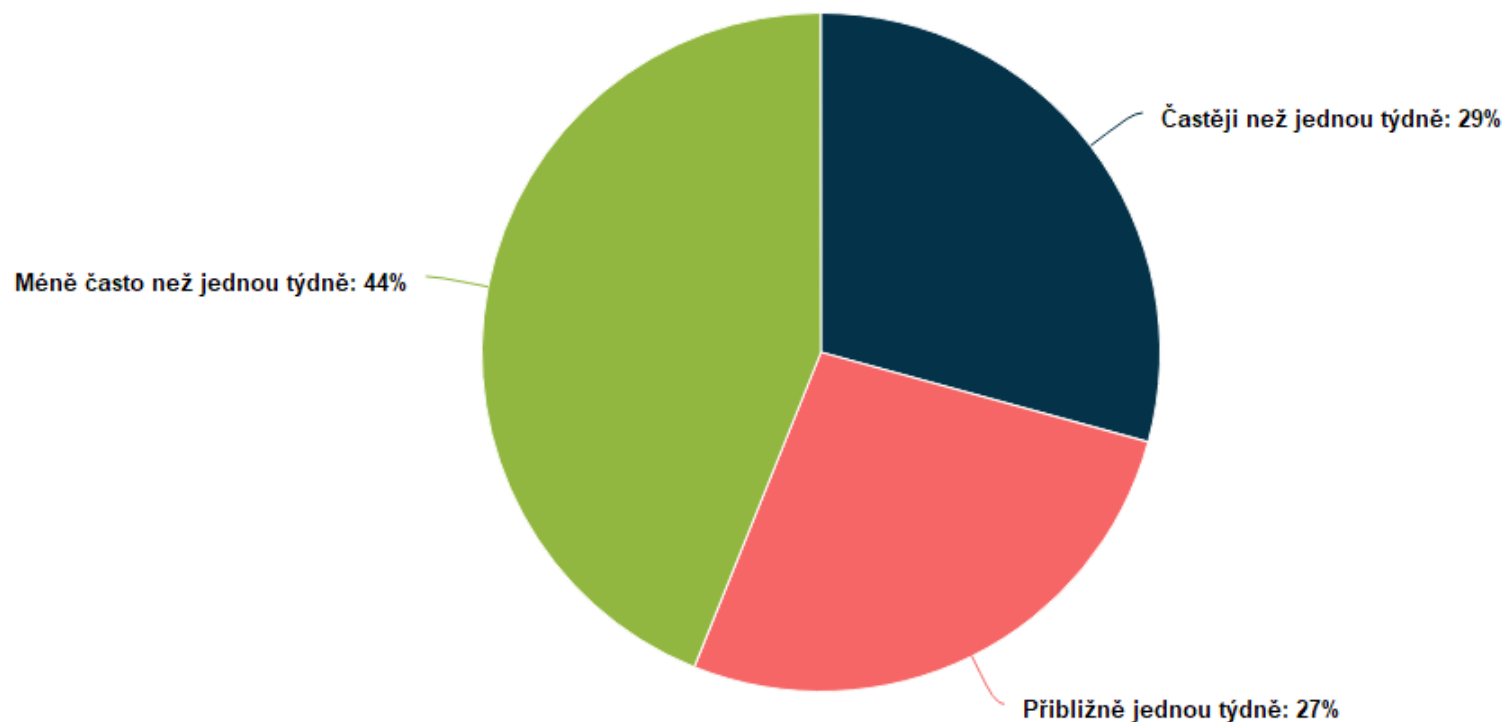
1. Uved'te, prosím, ve které lokalitě je místo Vašeho trvalého bydliště / místo obvyklého pobytu?

Hodnota		Procent	Odpovědí
Turistická oblast Šumava žije – území NP a CHKO Šumava		33 %	160
Turistická oblast Šumava žije – Klatovy a okolí		17 %	81
Turistická oblast Šumava žije – Sušice a okolí		42 %	202
Plzeňský kraj mimo oblast Šumava žije		3 %	15
zbývající část ČR		5 %	24
zahraničí (prosím doplňte)		0 %	2

Celkový počet odpovědí: 484

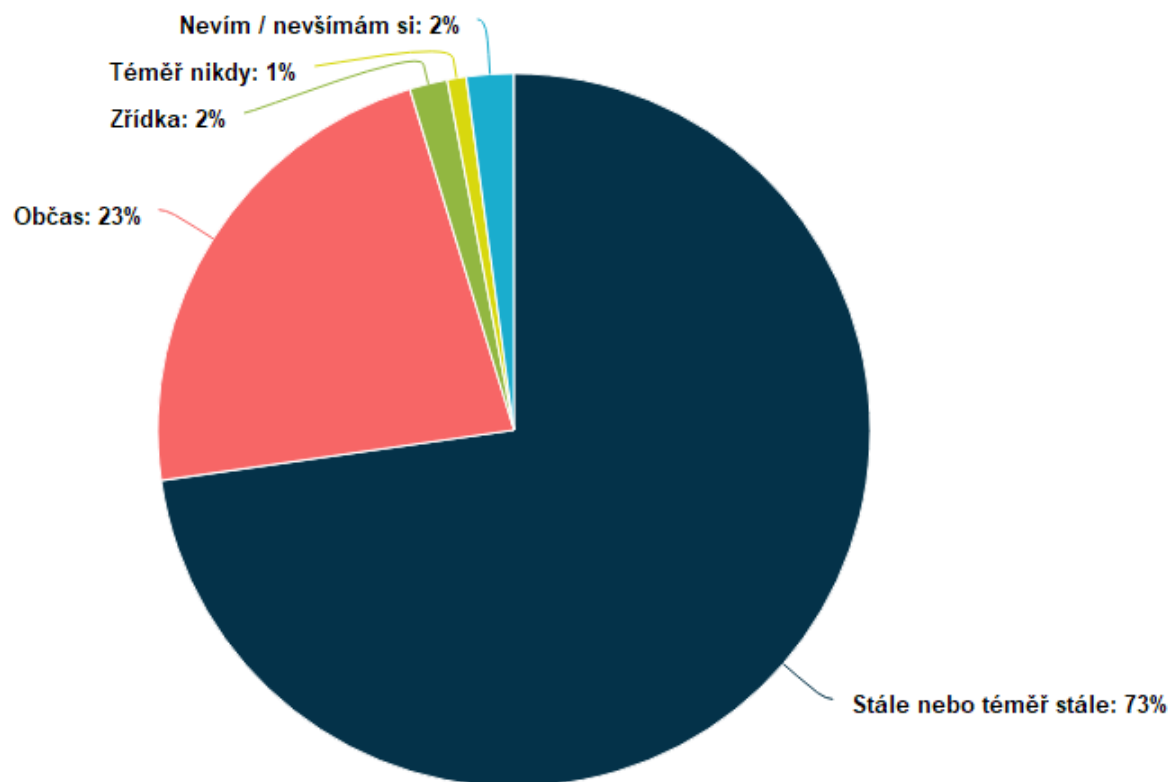
otázka 1b.

1b. Tento dotazník je primárně určen pro obyvatele žijící v turistické oblasti "Šumava žije". Pokud však oblast "Šumava žije" navštěvujete alespoň jednou týdně, tak ve vyplňování prosím pokračujte. Jak často obvykle navštěvujete oblast "Šumava žije"?



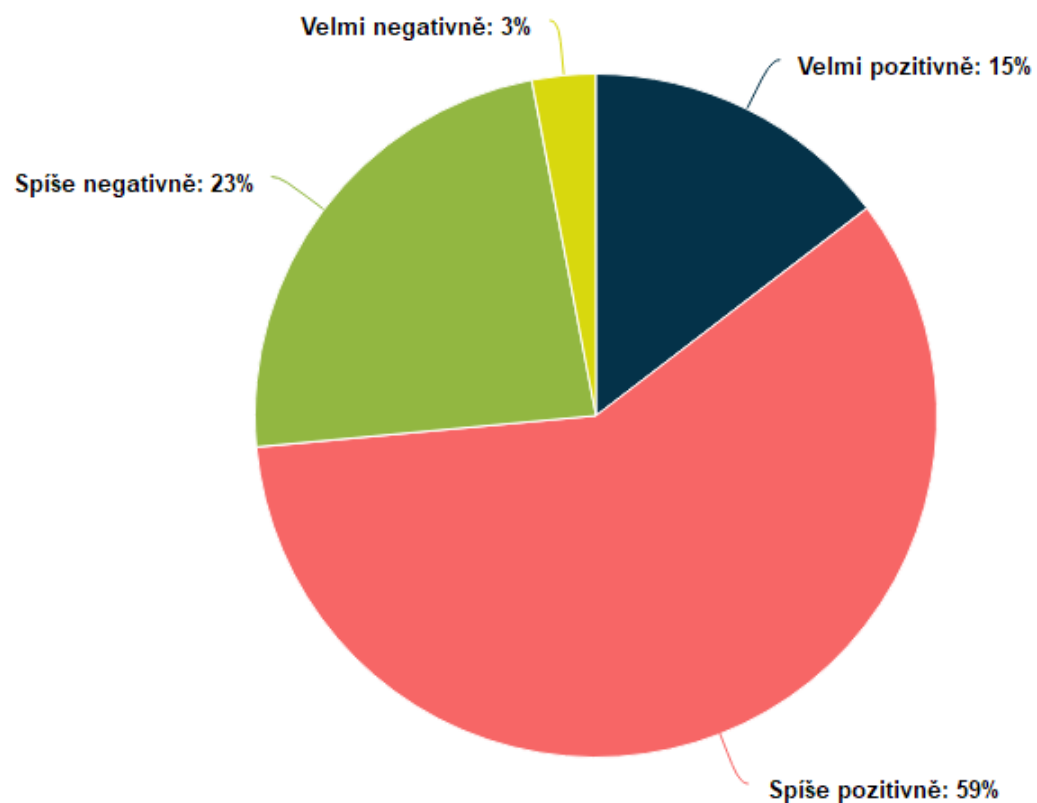
Celkový počet odpovědí: 41

2. Jak často zaznamenáváte pohyb návštěvníků / turistů v turistické oblasti "Šumava žije"?



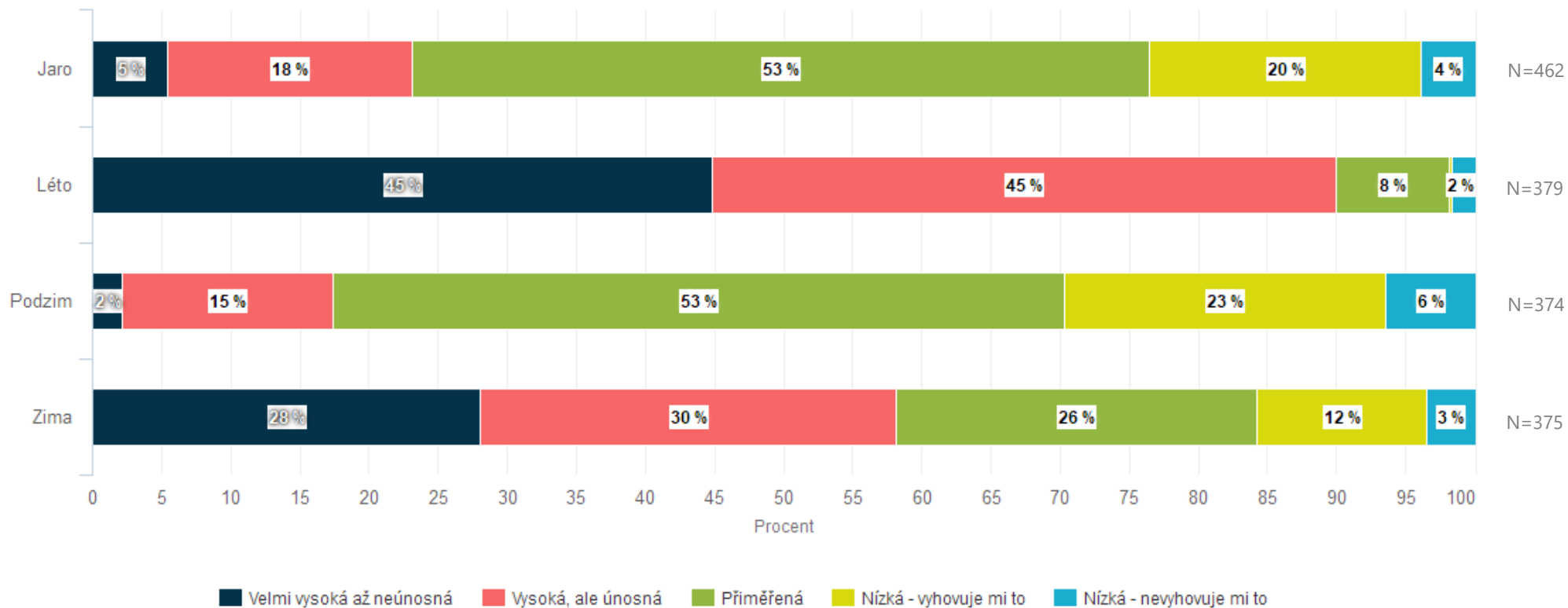
Celkový počet odpovědí: 466

3. Jak vnímáte přítomnost návštěvníků / turistů v turistické oblasti "Šumava žije"?

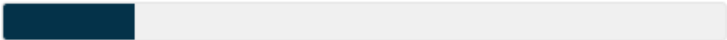
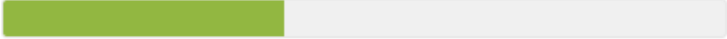
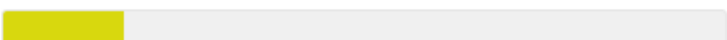
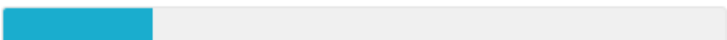
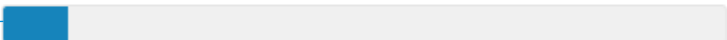


Celkový počet odpovědí: 465

4. Posudte ze svého pohledu, jaká je v turistické oblasti "Šumava žije" intenzita cestovního ruchu v jednotlivých ročních obdobích?



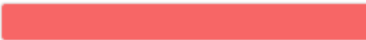
5. Čím Vás v turistické oblasti "Šumava žije" nejvíce obtěžují návštěvníci / turisté? (Vyberte, prosím, max. 2 možnosti)

Hodnota		Procent	Odpovědi
Hlukem		18 %	84
Nepořádkem		50 %	231
Nevhodným chováním		39 %	181
Nerespektováním soukromí (fotografování, vstupování na soukromý pozemek atd.)		17 %	78
Ničím		21 %	96
Jiným způsobem (prosím uveďte)		9 %	42

Celkový počet odpovědí: 464

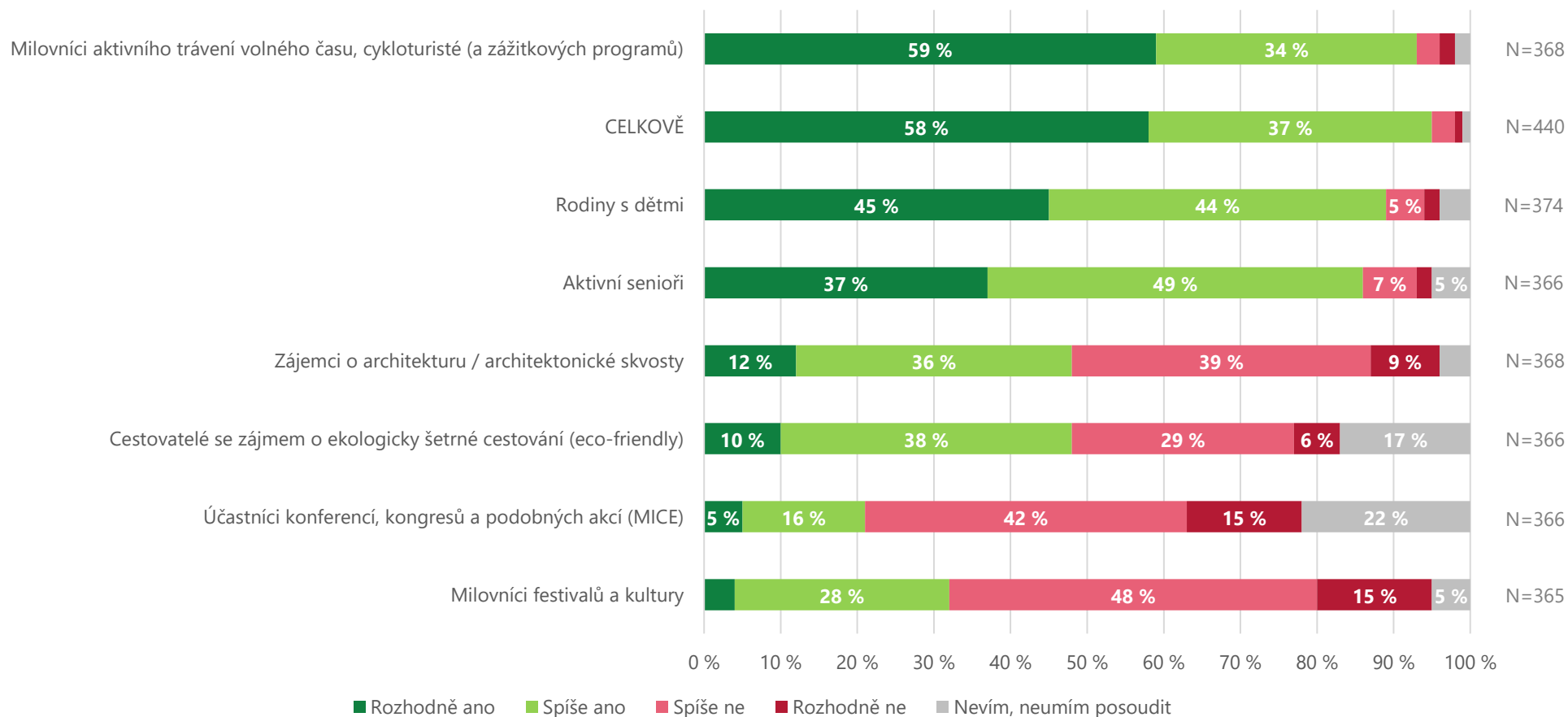
Odpovědi pod možností „jiné“ nejčastěji upozorňují na **nevhodného parkování a nadměrného množství aut, která způsobují přeplněnost, zácpy a zhoršení kvality života**. Lidé také zmiňují **nerespektování pravidel, přeplněné restaurace a obecný pocit přelidnění, který narušuje klid a kouzlo oblasti**.

6. Co pozitivního přinesl / přináší cestovní ruch turistické oblasti "Šumava žije"? (Vyberte, prosím, max. 3 možnosti)

Hodnota		Procent	Odpovědí
Pracovní příležitosti a ekonomický rozvoj		53 %	246
Vyšší rozsah a úroveň služeb (stravovací, ubytovací zařízení, související služby)		51 %	234
Oživení kulturního a společenského života v oblasti		31 %	144
Kvalitnější péči o kulturní památky		16 %	72
Kvalitnější péči o veřejný prostor		23 %	107
Kvalitnější péči o krajinu		11 %	51
Nic		10 %	47
Nevím		7 %	33

Celkový počet odpovědí: 463

7. Považujete turistickou oblast "Šumava žije" za atraktivní pro návštěvníky/ turisty? (A pro uvedené skupiny návštěvníků / turistů?)

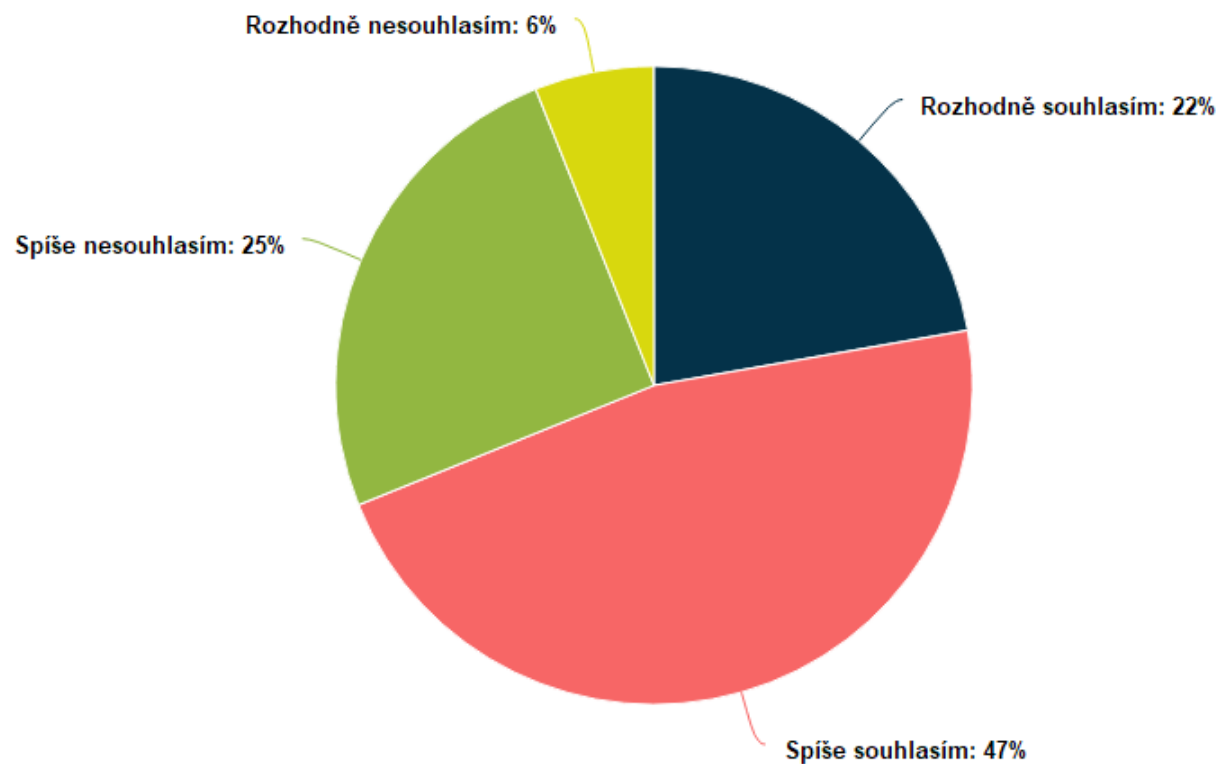


8. Jaké jedno místo nebo atraktivitu byste ukázal/a v turistické oblasti „Šumava žije“ osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé?



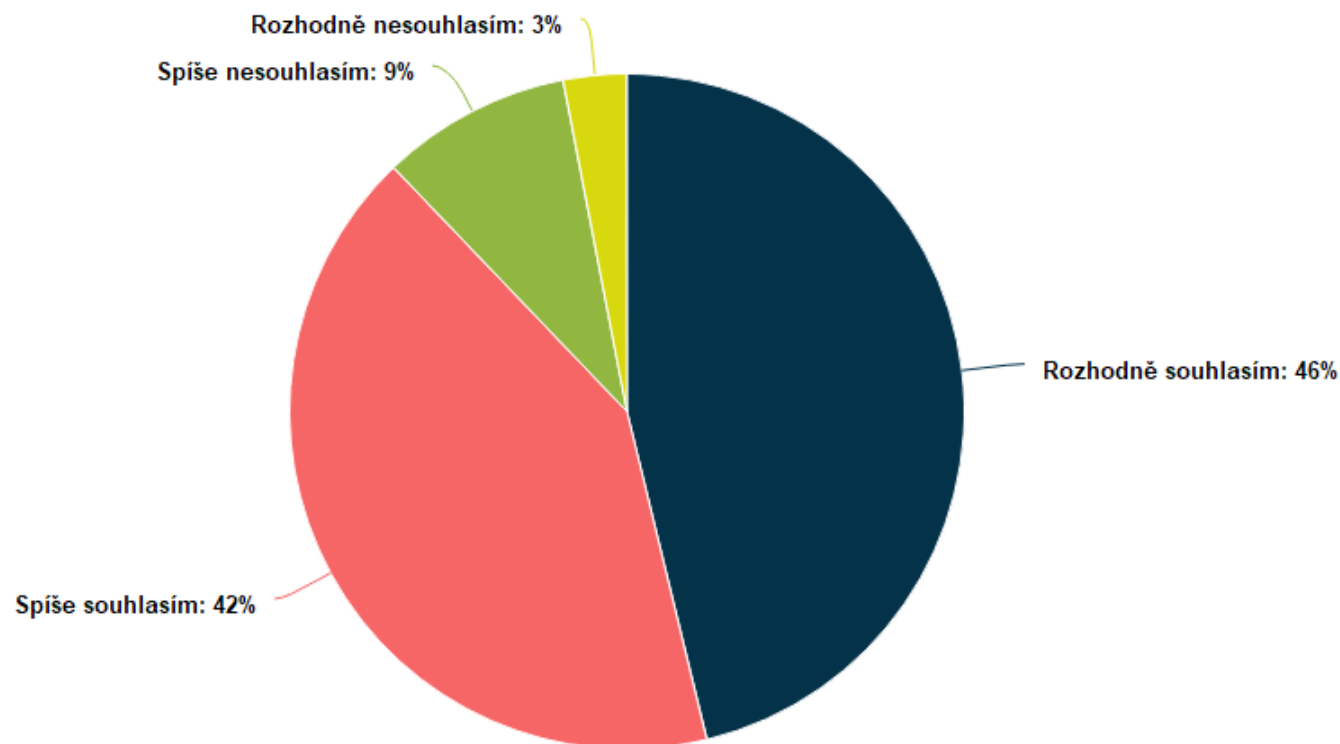
Celkový počet odpovědí: 428

10. Souhlasíte s tvrzením, že pro trvale žijící obyvatele vyplývají přínosy z cestovního ruchu, resp. turistů navštěvujících turistickou oblast "Šumava žije"?



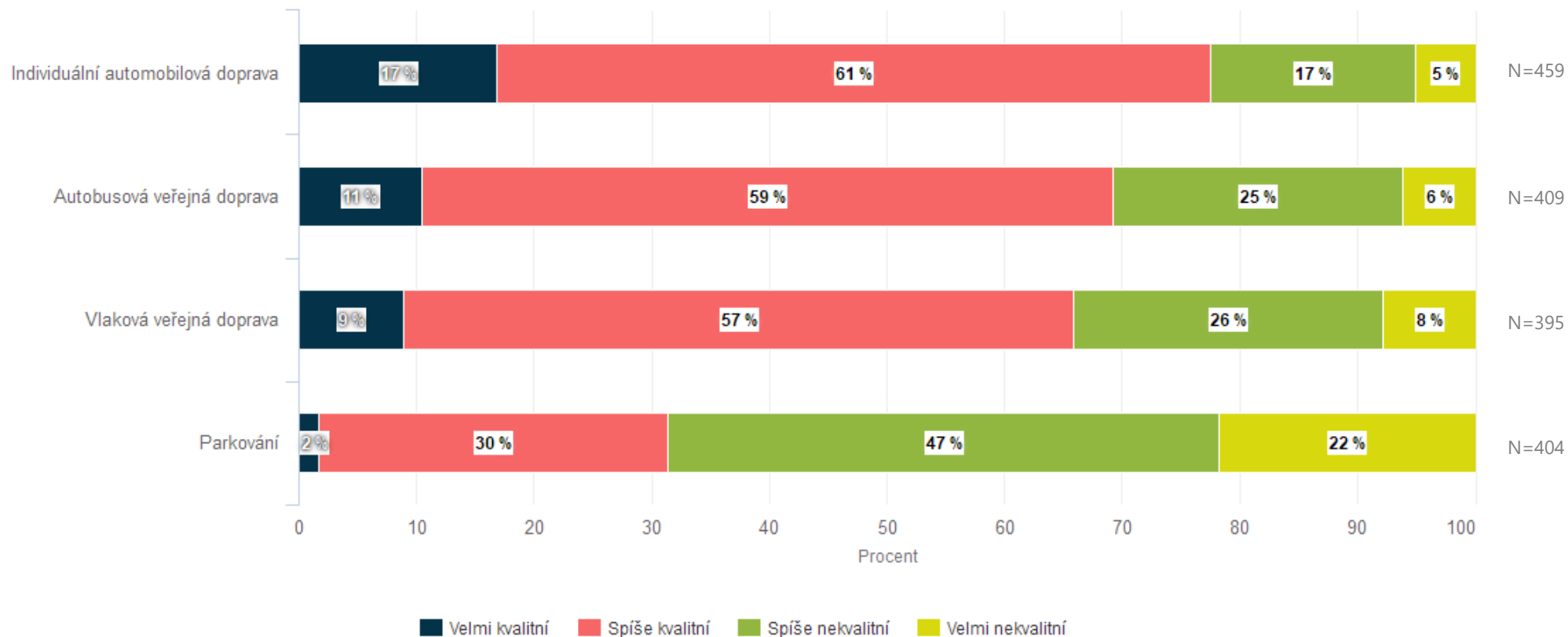
Celkový počet odpovědí: 463

11. Mají se Plzeňský kraj a města a obce v oblasti "Šumava žije" podílet na podpoře rozvoje cestovního ruchu z veřejných prostředků?

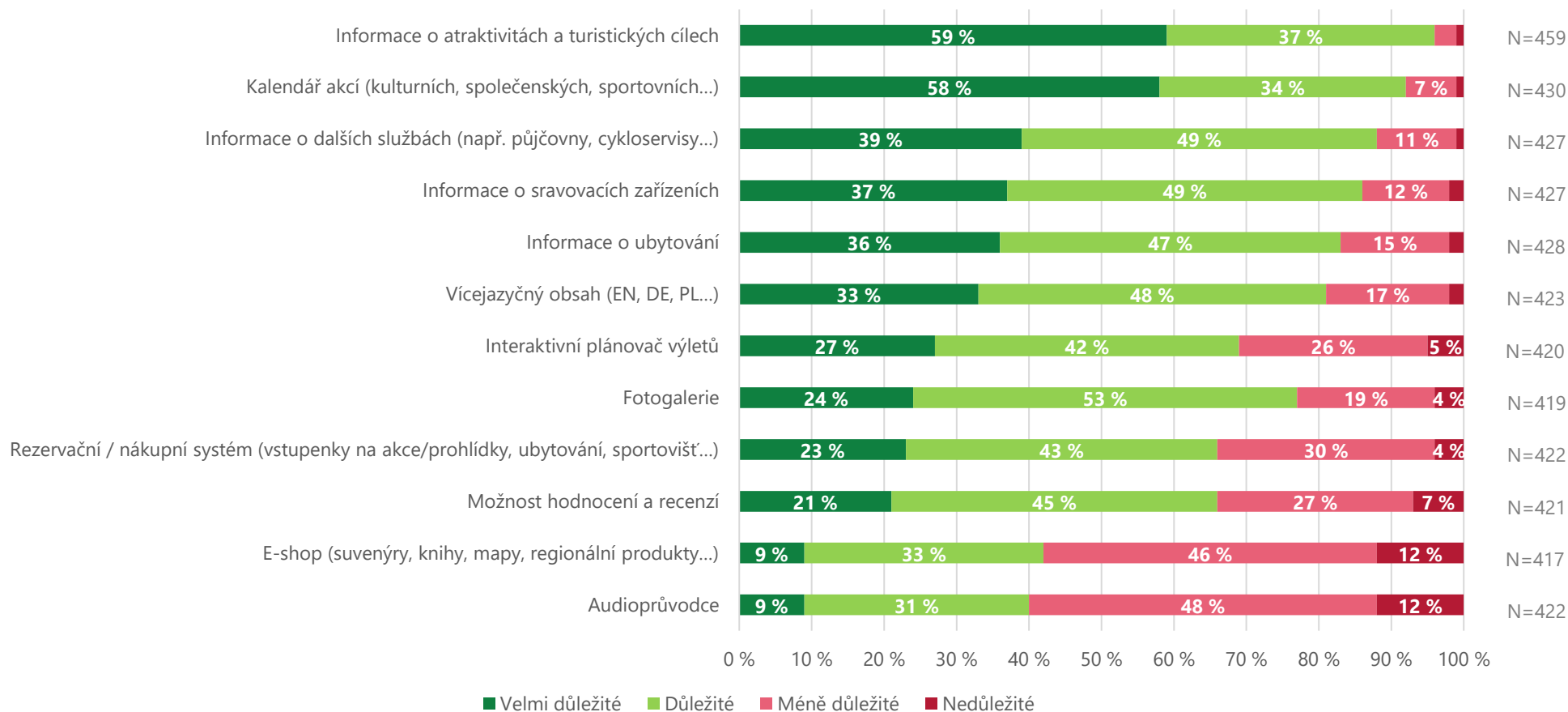


Celkový počet odpovědí: 461

12. Jak hodnotíte kvalitu služeb v dopravě a kvalitu dopravní infrastruktury v turistické oblasti "Šumava žije"?



13. Jaké služby a informace by měl poskytovat návštěvníkům destinace portál cestovního ruchu turistické oblasti "Šumava žije"?



14. Co by podle Vašeho názoru zvýšilo atraktivitu turistické oblasti „Šumava žije“ pro cestovní ruch?

1. Infrastruktura a doprava (nejčastější téma)

- Zlepšení dopravní obslužnosti (zejména veřejné dopravy a spojení mezi lokalitami)
- Kvalitnější silnice, parkování, dostupnost tras
- Lepší infrastruktura pro cyklisty a pěší

2. Obnova a zpřístupnění míst

- Oživení zaniklých stezek a historických objektů (např. Svaroh, Můstek)
- Obnovení tradičních cest a zpřístupnění některých lokalit omezených NP

3. Kvalita služeb a nabídky

- Lepší ubytování, gastronomie, občerstvení a veřejné toalety
- Více indoor vyžití za špatného počasí (bazén, sportoviště, dětská hřiště)

4. Kulturní a společenský život

- Více akcí, festivalů a trhů i pro místní
- Komentované prohlídky, propagace kulturních památek

5. Marketing a koordinace

- Jednotná propagace destinace a lepší marketing
- Spolupráce obcí, podnikatelů a státní správy

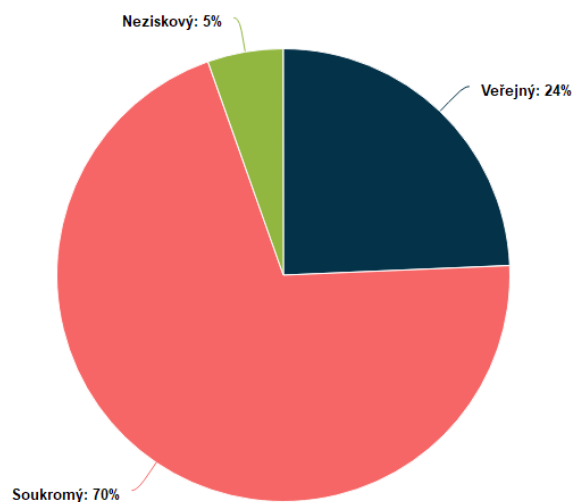
Celkový počet odpovědí: 292

Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

Dotazování probíhalo v únoru 2025. Respondenti, resp. tematicky relevantní subjekty působící v oblasti cestovního ruchu, byli osloveni s žádostí o vyplnění online dotazníku přímo prostřednictvím Destinační společnosti Šumava Tourism. Celkový počet respondentů činil 81.

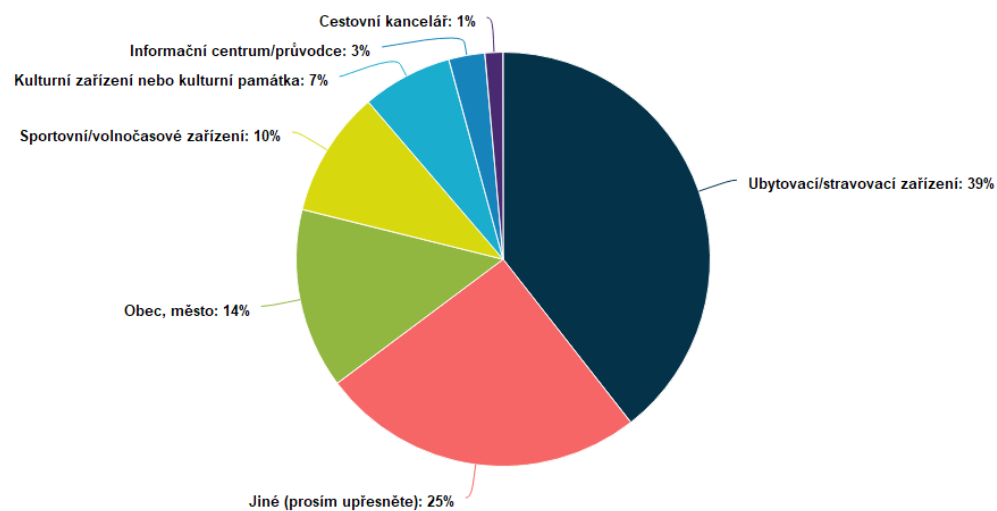
Identifikace respondentů

Uved'te, prosím, sektor, který zastupujete:



Celkový počet odpovědí: 74

Uved'te, prosím, druh subjektu, který zastupujete:



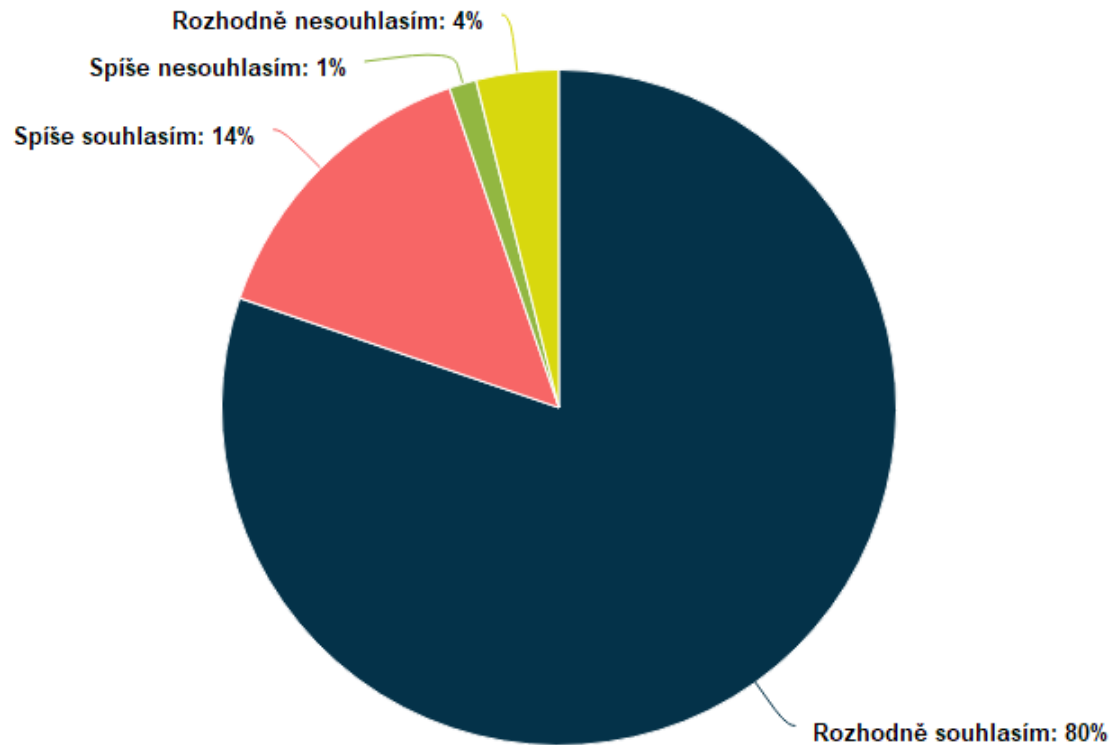
Celkový počet odpovědí: 71

1. Uved'te, prosím, ve které části turistické oblasti "Šumava žije" především působíte? (můžete vybrat více možností)

Hodnota		Procent	Odpovědi
Turistická oblast Šumava žije – území NP a CHKO Šumava		47 %	33
Turistická oblast Šumava žije – Klatovy a okolí		29 %	20
Turistická oblast Šumava žije – Sušice a okolí		33 %	23
Na celém území oblasti Šumava žije		1 %	1
Na území oblasti Šumava žije přímo nepůsobím		3 %	2

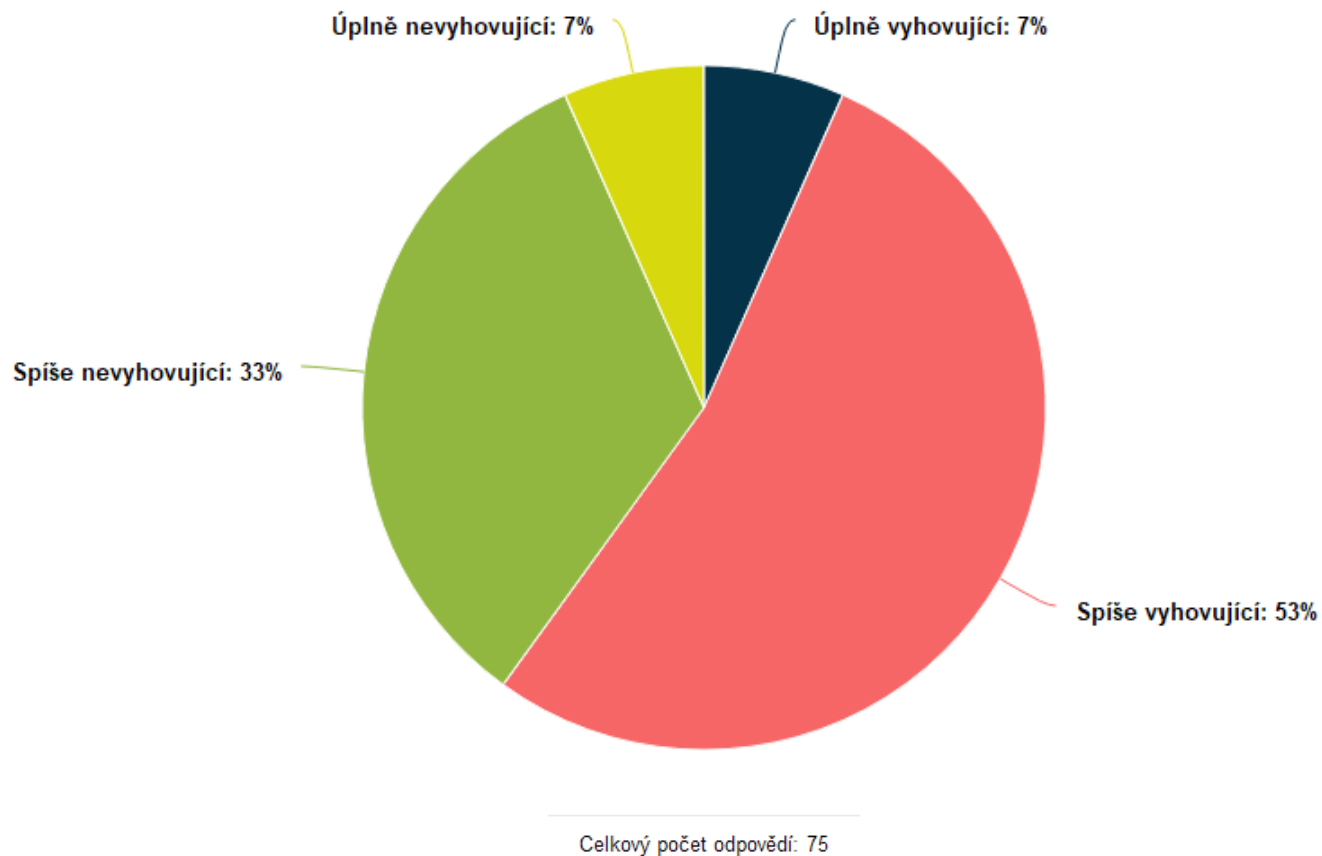
Celkový počet odpovědí: 70

2. Souhlasíte s tvrzením, že cestovní ruch představuje pro turistickou oblast "Šumava žije" takové ekonomické odvětví, které by mělo být ze strany kraje a zainteresovaných měst a obcí podporováno?

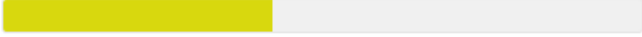
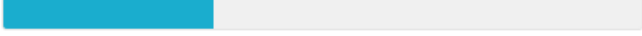
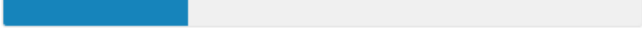
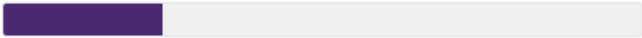
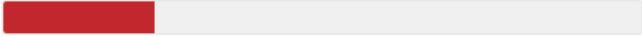
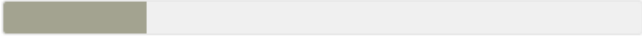
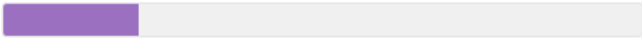
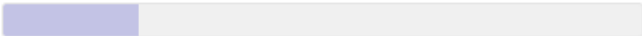
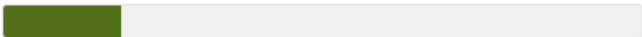
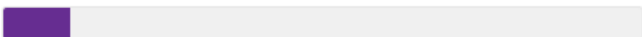
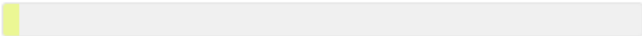


Celkový počet odpovědí: 76

3. Jaké rozvojové podmínky podle Vašeho názoru v současné době vytváří kraj a zainteresovaná města a obce pro rozvoj cestovního ruchu na svém území?



4. Jaké nedostatky brání většímu využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti "Šumava žije"? (můžete vybrat libovolný počet možností)

Hodnota		Procent	Odpovědi
Chybějící (nedostatečná) dopravní infrastruktura (příjezdové komunikace, parkoviště, cyklostezky, pěší stezky atd.)		51 %	39
Nedostatečná doprovodná infrastruktura (související turistická vybavenost – půjčovny, odpočívky, mobiliář, WC, moderní navigační systémy)		49 %	37
Nedostatek a kvalita lidských zdrojů v oblasti turismu		47 %	36
Současný přístup orgánů ochrany přírody a krajiny k turismu		42 %	32
Dlouhodobý přístup místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu		33 %	25
Nedostatečná úroveň kvality poskytovaných služeb		29 %	22
Nedostatek finančních prostředků na podporu destinačního managementu, destinační spolupráce, destinačního marketingu a propagace		25 %	19
Úroveň / kvalita marketingové komunikace na území kraje a zainteresovaných měst a obcí		24 %	18
Přístup místních ekonomických subjektů (firem)		22 %	17
Současný přístup krajského úřadu a zainteresovaných měst a obcí k rozvoji cestovního ruchu		21 %	16
Stávající úroveň spolupráce v oblasti rozvoje cestovního ruchu		21 %	16
Nedostatečná základní infrastruktura cestovního ruchu (ubytovací, stravovací zařízení)		18 %	14
Jiné (prosím upřesněte)		11 %	8
Žádné nedostatky		3 %	2

Respondenti zmiňují nespokojenost s infrastrukturou a podporou cestovního ruchu mimo hlavní sezónu. Zároveň se objevuje kritika přístupu veřejné správy a institucí, které jsou vnímány jako překážka rozvoje podnikání a turismu.

Celkový počet odpovědí: 76

5. Zde můžete uvést konkrétní způsob, jak by mohl být lépe využit potenciál cestovního ruchu na území turistické oblasti "Šumava žije" (např. rozvojový program, aktivita, projekt, podpora atraktivit, hodnot v území):

1. Infrastruktura a služby (12× zmíněno)

- Chybí zařízení pro nepříznivé počasí: krytý bazén, herny, kulturní zařízení, interaktivní stezky, útulny, cyklostezky.
- Absence hlavního parkoviště v Železné Rudě.
- Nedostatek restaurací.
- Nutnost rozvoje ubytování, včetně zaměstnaneckého.
- Zřízení komentovaných prohlídek, kulturních akcí, farmářských trhů.

2. Lepší koordinace a propojení aktérů (8× zmíněno)

- Propojení ubytovatelů, podnikatelů a atraktivit.
- Lepší propagace místních produktů a služeb.
- Vyšší podpora aktivních lidí a spolků.
- Koordinace marketingu napříč regionem, společný ubytovací systém.

3. Marketing a propagace (5× zmíněno)

- Zvýšit propagaci Šumavy, zejména v mimosezóně.
- Zacílit marketing, ukazovat Šumavu celoročně.
- Lepší informování o možnostech v příhraničí.
- Zvýšení financování na propagaci a rozvoj.

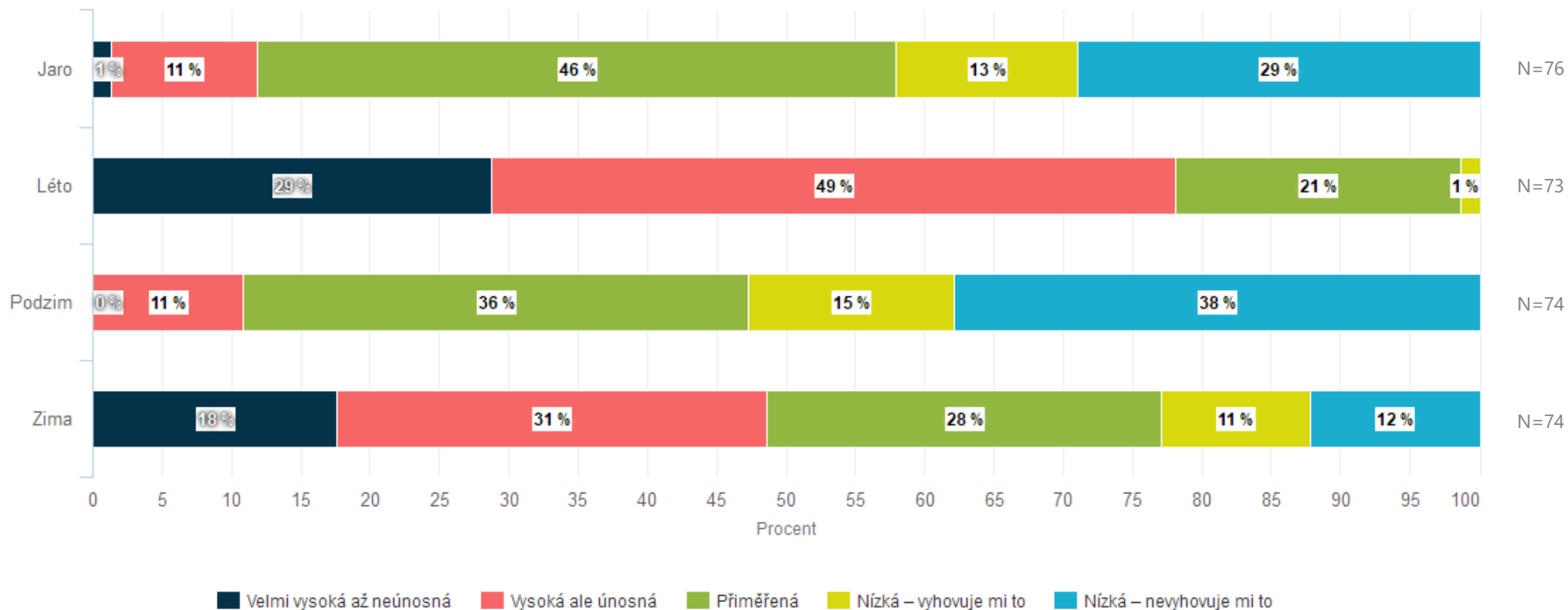
4. Strategické plánování a rozvoj (5× zmíněno)

- Vytvoření rozvojového programu služeb.
- Lepší plánování kapacit a zajištění financování.
- Omezení politického vlivu a větší svoboda místních samospráv.

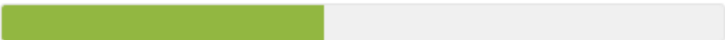
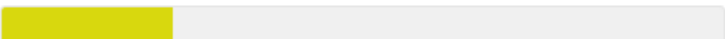
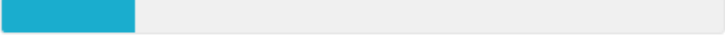
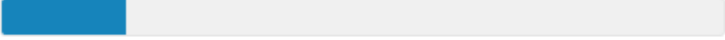
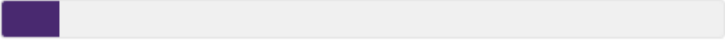
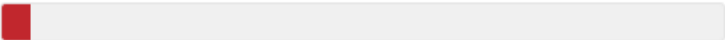
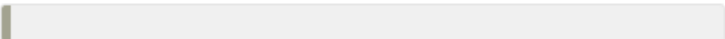
5. Udržitelný turismus a ochrana přírody (3× zmíněno)

- Větší osvěta turistů o hodnotě NP bez zábavních atrakcí.
- Zpřístupnění některých území s důrazem na čistotu.
- Rovnováha mezi ochranou přírody a turistickým využitím.

6. Posudte ze svého pohledu, jaká je v turistické oblasti "Šumava žije" intenzita cestovního ruchu v jednotlivých ročních obdobích?

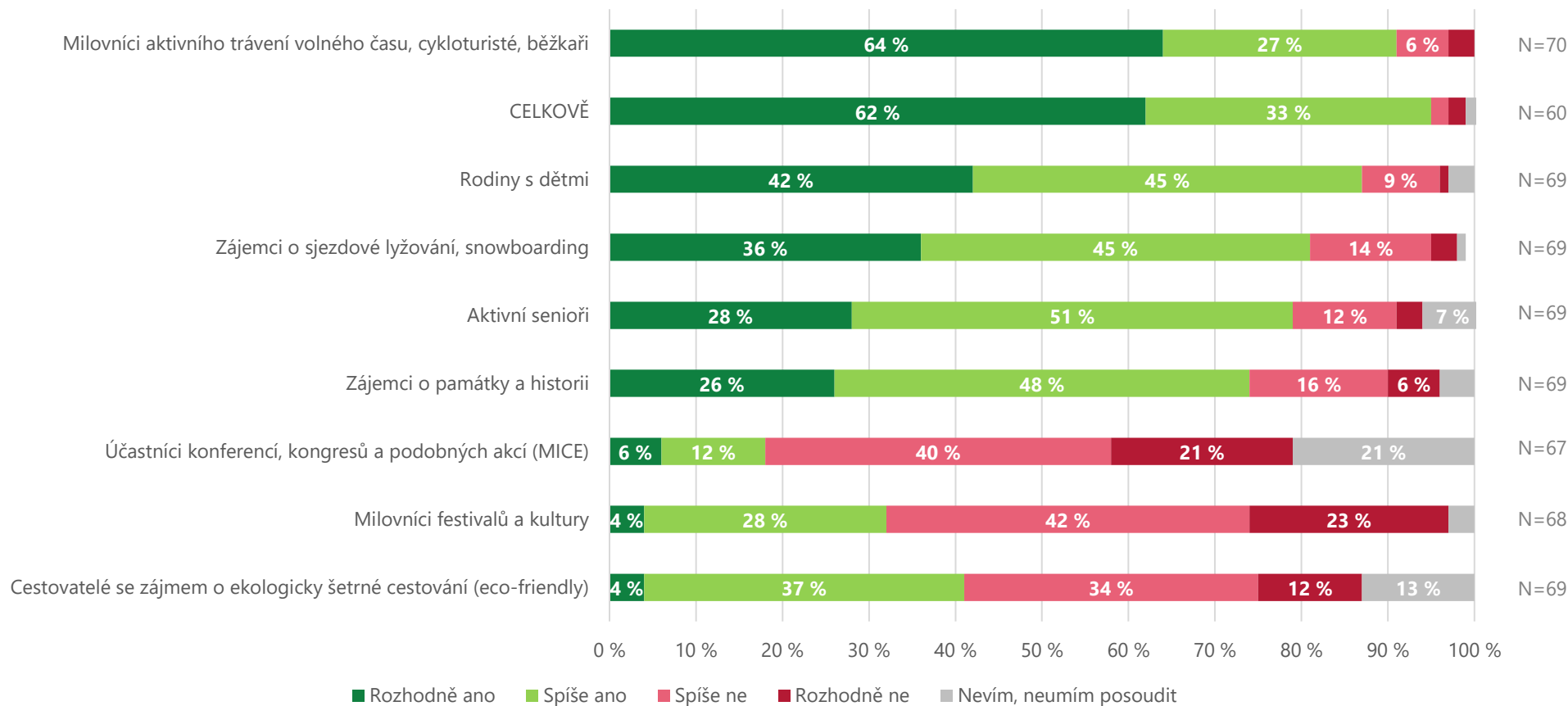


7. Co pozitivního přinesl / přináší cestovní ruch turistické oblasti "Šumava žije"? (Vyberte, prosím, max. 3 možnosti)

Hodnota		Procent	Odpovědí
Pracovní příležitosti a ekonomický rozvoj		75 %	57
Vyšší rozsah a úroveň služeb (stravovací, ubytovací zařízení, související služby)		53 %	40
Oživení kulturního a společenského života v oblasti		45 %	34
Kvalitnější péči o veřejný prostor		24 %	18
Iniciaci ke spolupráci, více příležitostí ke koordinaci aktivit / projektů		18 %	14
Kvalitnější péči o kulturní památky		17 %	13
Kvalitnější péči o krajinu		8 %	6
Nevím		4 %	3
Nic		1 %	1

Celkový počet odpovědí: 76

8. Považujete turistickou oblast "Šumava žije" za atraktivní pro návštěvníky/ turisty? (a pro uvedené skupiny návštěvníků / turistů?)



9. Jaké jedno místo nebo atraktivitu byste ukázal/a v turistické oblasti "Šumava žije" osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé?



Celkový počet odpovědí: 64

10. Na jakou jednu akci nebo událost v turistické oblasti "Šumava žije" byste pozval/a osobu, na které Vám záleží?

Trojhradí

Klatovská pouť

Silvestrovský sjezd Šance s pochodněmi

Železnorudské slavnosti
Divadlo na Kašperku

Dny Sušice

Koncerty na ostrově Santos

Sázení stromů s Welove Šumava

Rysí dny

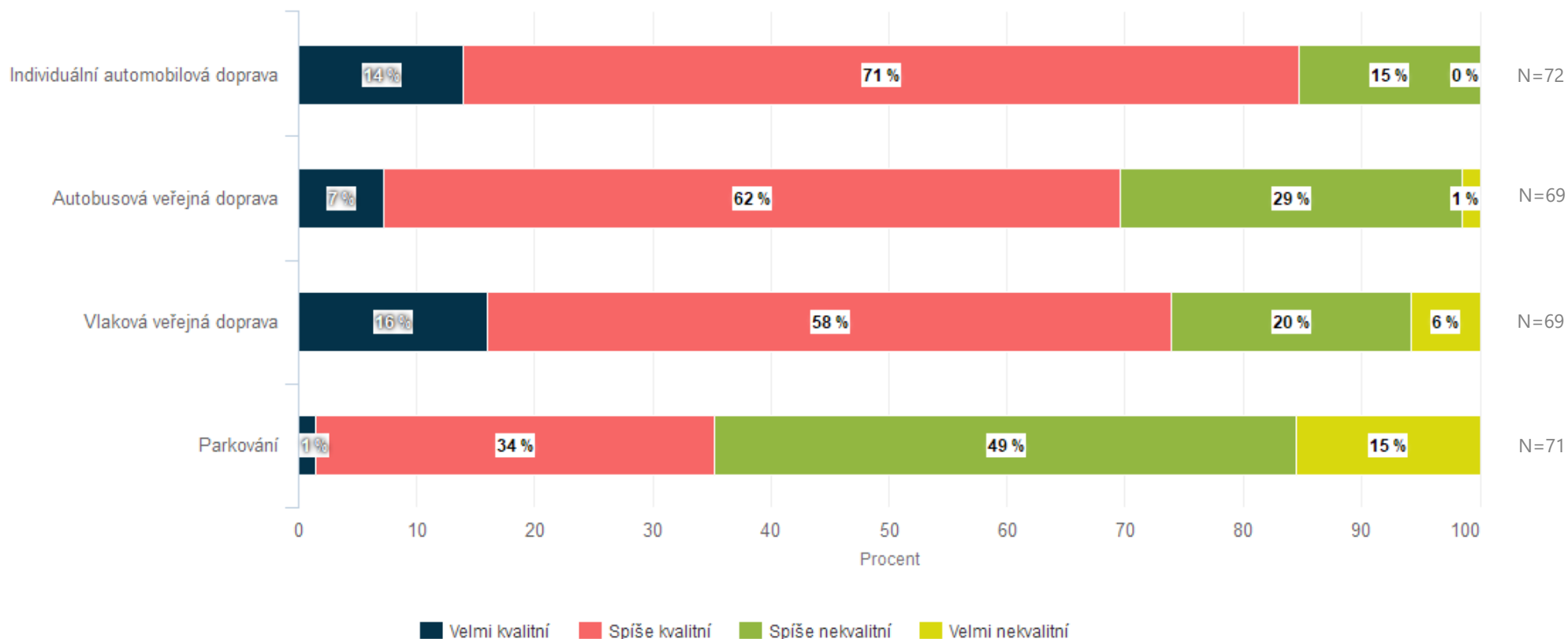
Sušická pouť

Folklórní festival

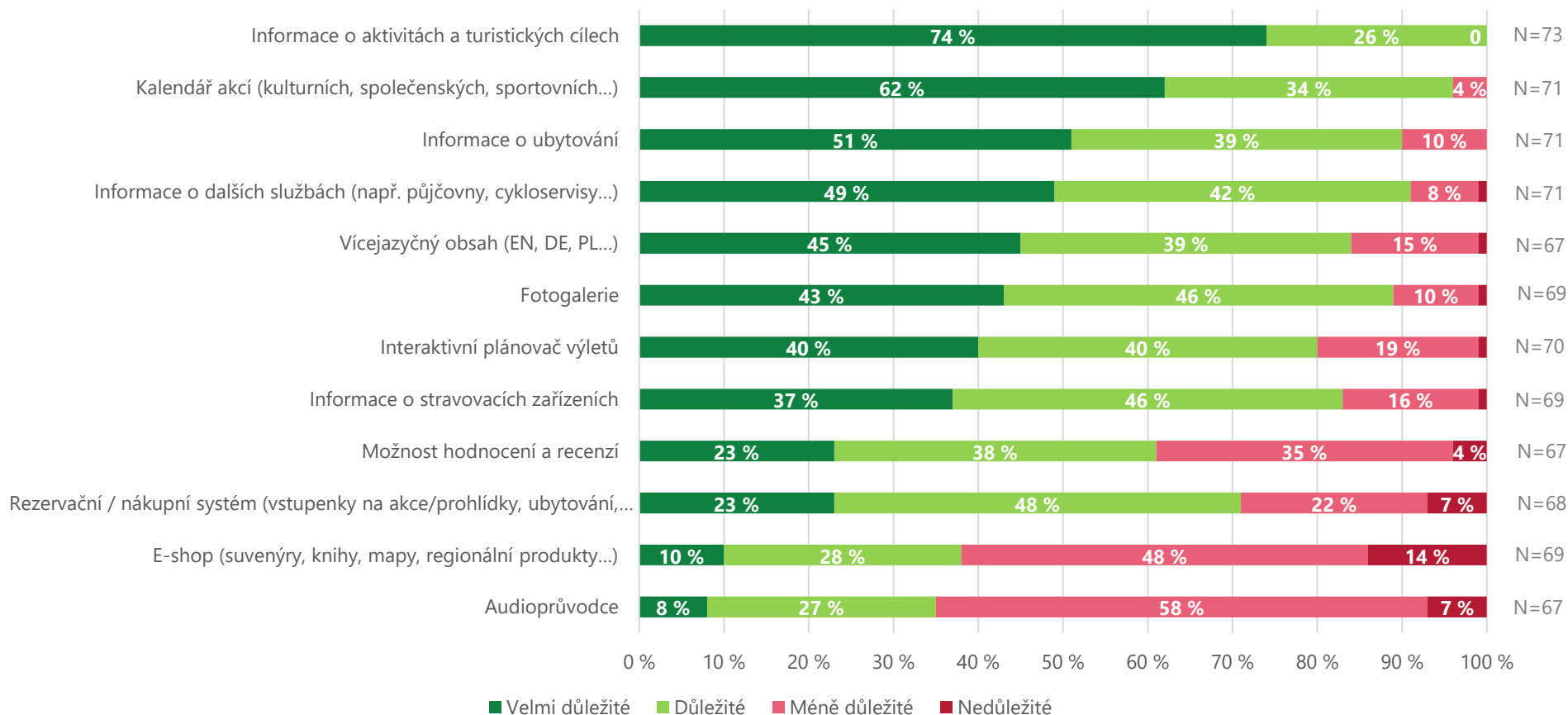
Celkový počet odpovědí: 56

Zahrnuty odpovědi s četností vyšší než 2

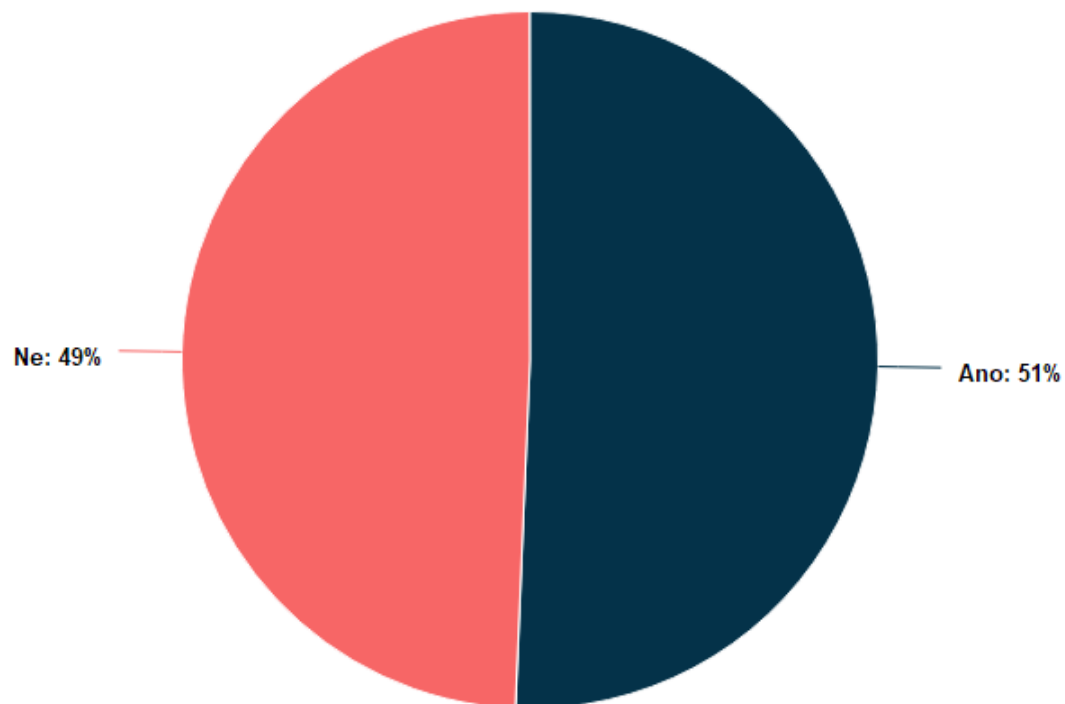
11. Jak hodnotíte kvalitu služeb v dopravě a kvalitu dopravní infrastruktury v turistické oblasti "Šumava žije"?



12. Jaké služby a informace by měl poskytovat návštěvníkům destinace portál cestovního ruchu turistické oblasti "Šumava žije"?

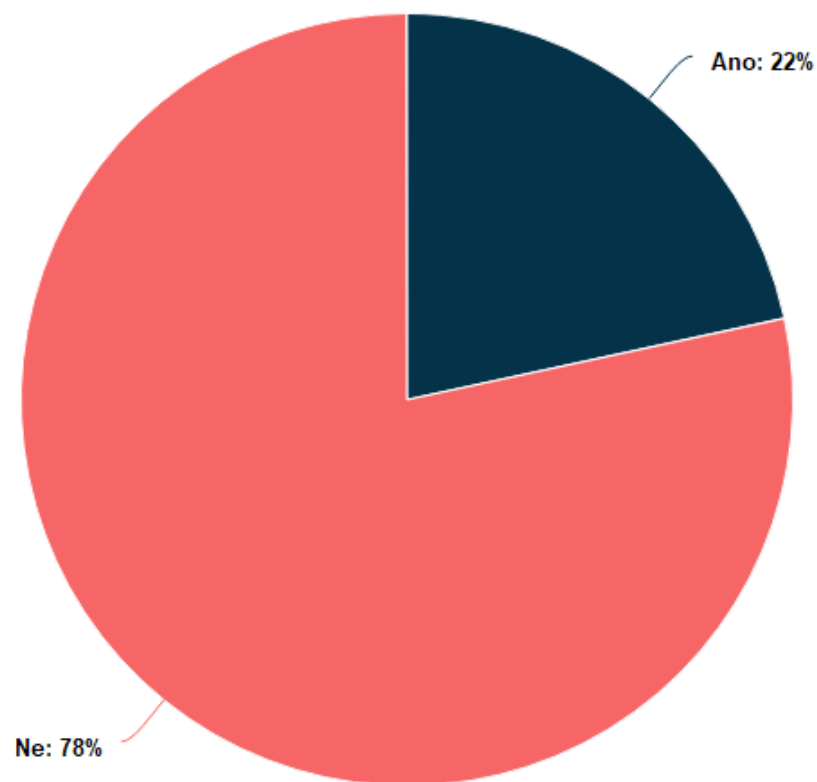


13. Je Vám známo, že na území oblasti "Šumava žije" podporuje a rozvíjí cestovní ruch oblastní organizace destinačního managementu (zkratka DMO) - a sice Destinační společnost Šumava Tourism, z.s. (dále jen "DS Šumava Tourism")?



Celkový počet odpovědí: 75

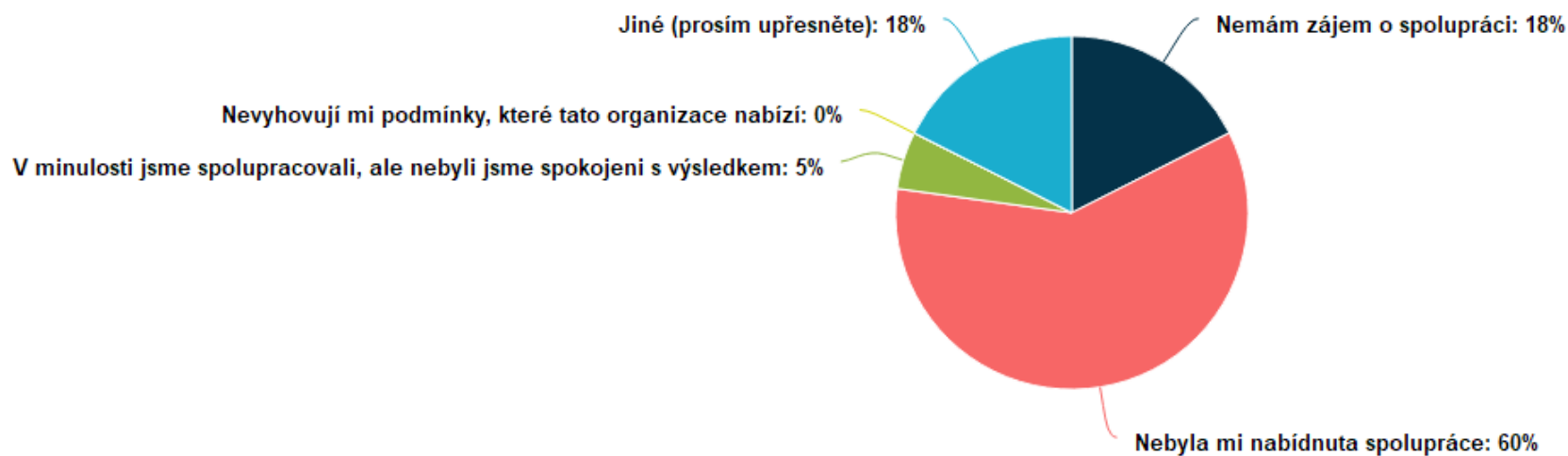
14. Spolupracujete s organizací DS Šumava Tourism?



Celkový počet odpovědí: 74

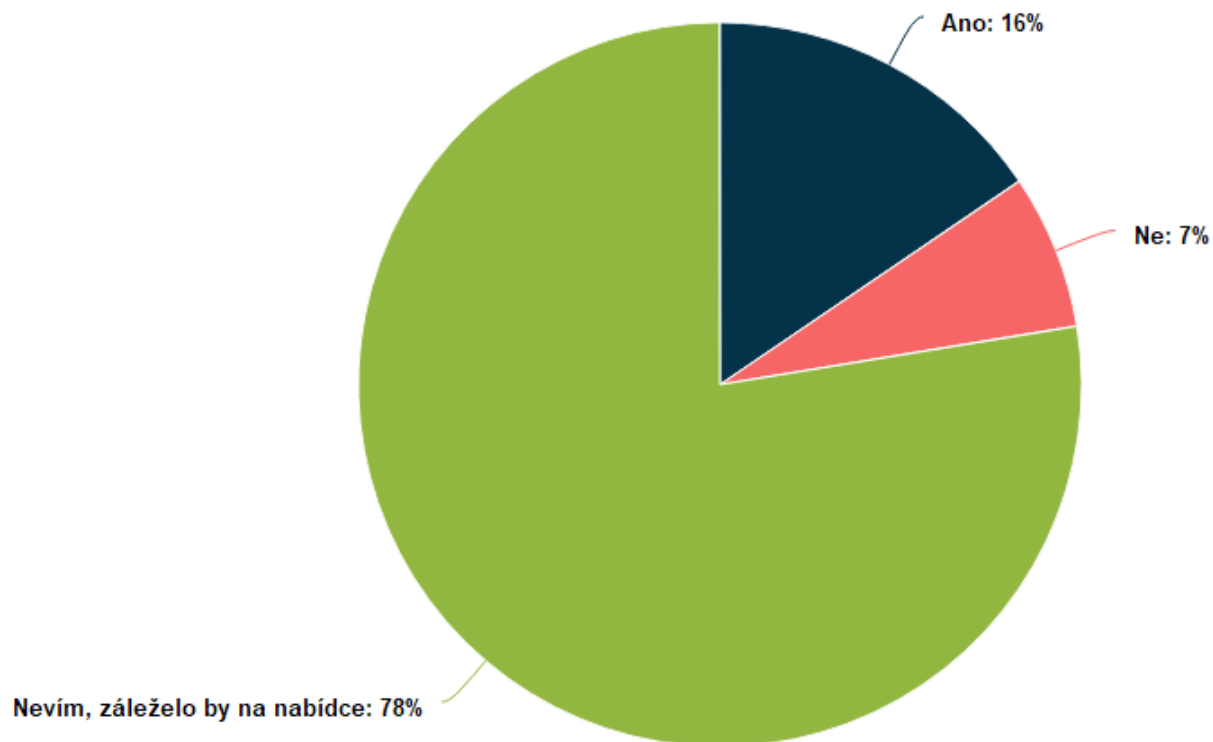
15. Co je důvodem, že s DS Šumava Tourism nespolupracujete?

Respondenti nejčastěji zmiňují neznalost organizace, negativní zkušenosti, osobní důvody (např. rodičovská dovolená) a nedůvěru v přínos spolupráce.



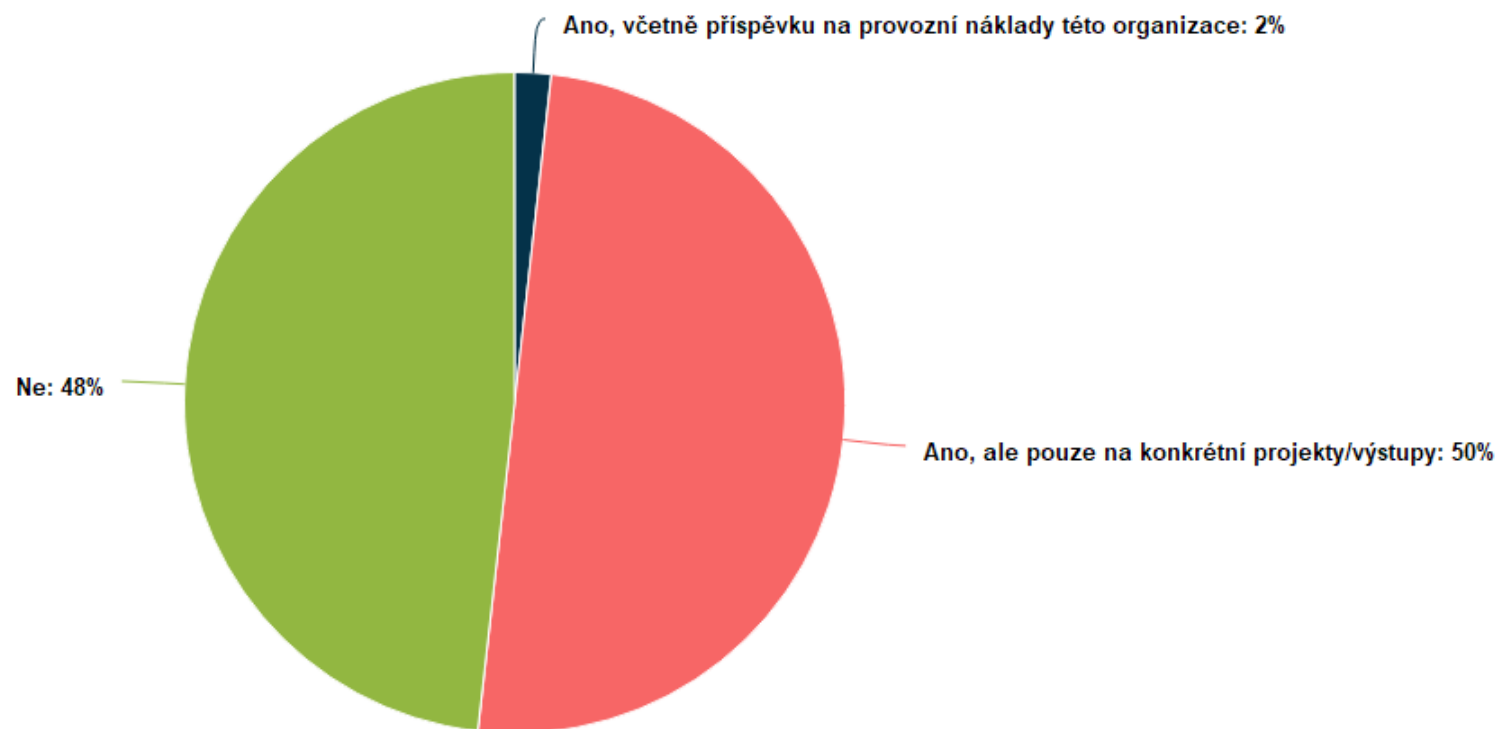
Celkový počet odpovědí: 57

16. Spolupracovali byste s takovou organizací, kdyby Vám tato organizace destinačního managementu nabídla spolupráci?



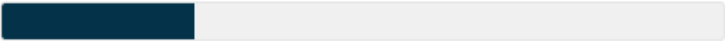
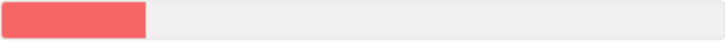
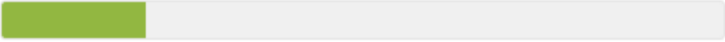
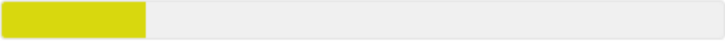
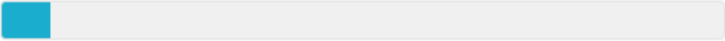
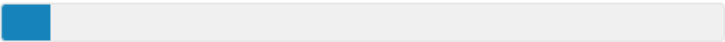
Celkový počet odpovědí: 58

17. Pokud by Vám byla spolupráce nabídnuta, byli byste ochotní přispět finančními prostředky?



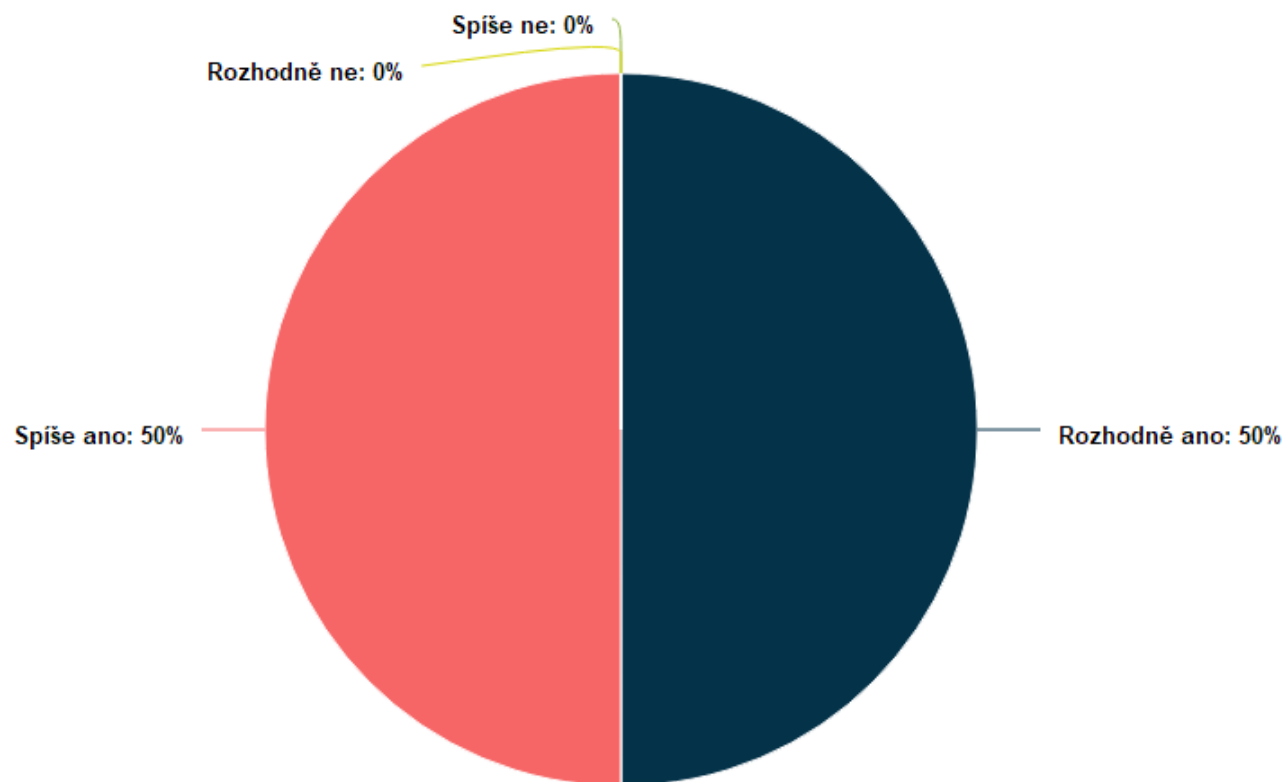
Celkový počet odpovědí: 56

18. Na jakém základě se Vaše spolupráce s DS Šumava Tourism odehrává? (vyberte jen jednu převažující možnost)

Hodnota		Procent	Odpovědi
Na základě mého členství v organizaci DMO, dlouhodobé partnerské smlouvy s DMO		27 %	4
Jiná forma spolupráce s DMO		20 %	3
Jsem jeden ze zakladatelů dané organizace destinačního managementu		20 %	3
Na základě dlouhodobé partnerské spolupráce DMO (bez práv člena)		20 %	3
Ad-hoc spolupráce pouze na konkrétních projektech DMO		7 %	1
Neformální dohody nebo barteru s DMO		7 %	1

Celkový počet odpovědí: 15

19. Jste se spoluprací s DS Šumava Tourism spokojeni?



Celkový počet odpovědí: 14

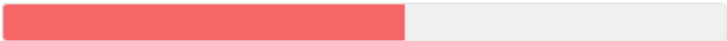
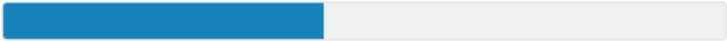
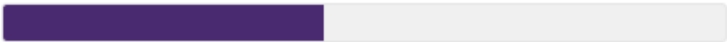
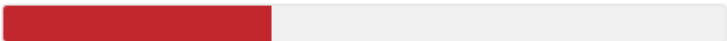
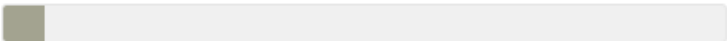
20. Uved'te, s čím jste při spolupráci s DS Šumava Tourism spokojeni? Co je jejich silnou stránkou?

- Respondenti zmiňují jako silné stránky především **komunikaci, spolupráci a schopnost koordinace.**
- Část odpovědí zároveň upozorňuje, že je na hodnocení zatím příliš brzy kvůli novému založení společnosti.

21. Uved'te, s čím nejste při spolupráci s DS Šumava Tourism spokojeni? Co je jejich slabou stránkou?

- Respondenti uvádějí, že je společnost příliš nová a zatím ji nelze relevantně hodnotit.

22. Jaké nejdůležitější činnosti má, podle Vás, DS Šumava Tourism zajišťovat? (můžete vybrat libovolný počet možností)

Hodnota		Procent	Odpovědí
Podpora tvorby lokálních / regionálních produktů cestovního ruchu		64 %	45
Vytváření platformy pro partnerství a pro navazování spolupráce subjektů cestovního ruchu v rámci oblasti		56 %	39
Zajišťování finančních prostředků na podporu cestovního ruchu v oblasti		56 %	39
Vytváření podmínek pro koncepční a strategické směřování oblasti		54 %	38
Tvorba a realizace jednotných marketingových a propagačních aktivit oblasti		49 %	34
Podpora zvyšování kvality služeb a certifikace v oblasti cestovního ruchu		44 %	31
Vzdělávací a osvětová činnost v oblasti cestovního ruchu		44 %	31
Sběr a zpracování statistických dat a informací o cestovním ruchu v oblasti		37 %	26
Jiné (prosím upřesněte)		6 %	4

Respondenti zmiňují propojování podnikatelů a veřejného sektoru v cestovním ruchu, propagaci bavorské části Šumavy a zastupování zájmů vůči NP a CHKO.

Celkový počet odpovědí: 70

Kontaktní osoba:

ONDŘEJ ŠPAČEK

CEO

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

o.spacek@kreia.cz

www.kreia.cz



Poznámka:

Práci na studii jsme započali v lednu 2025 a ukončili v červenci 2025. 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.