

Marketingová strategie turistické oblasti Opavské Slezsko 2020 - 2025

Zadavatel:

Turistická oblast Opavské Slezsko, z.s.

Horní náměstí 382/69
746 01 Opava



Zhotovitel

Ing. Michal Blaško, Ph.D.

Odborný konzultant a pedagog Slezské univerzity v Opavě
Husova 1398/6, 790 01 Jeseník

Červen 2020

Obsah:

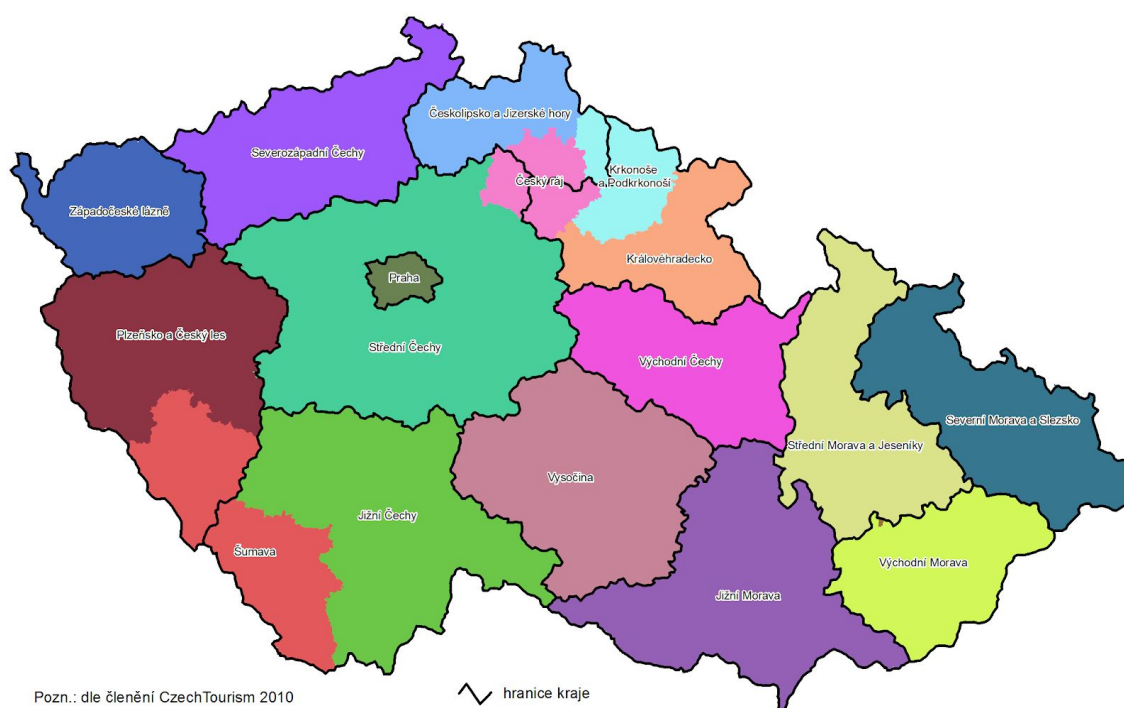
1	<u>Základní vymezení TO Opavské Slezsko</u>	3
1.1	<u>Poloha TO Opavské Slezsko</u>	3
1.2	<u>Vymezení destinace</u>	4
1.3	<u>Základní předpoklady TO Opavské Slezsko pro cestovní ruch</u>	5
2	<u>Obecné trendy vývoje cestovního ruchu a jejich předpokládaný dopad na cestovní ruch v TO Opavské Slezsko</u>	6
2.1	<u>Vývojové trendy ovlivňující cestovní ruch ve světě</u>	6
2.2	<u>Vývojové trendy ovlivňující cestovní ruch v ČR</u>	7
3	<u>Podmínky pro rozvoj CR v TO Opavské Slezsko</u>	9
3.1	<u>Poloha, fyzickogeografické podmínky, klimatické podmínky</u>	9
3.2	<u>Dopravní infrastruktura</u>	10
3.3	<u>Sociálně ekonomická charakteristika</u>	11
3.4	<u>Životní prostředí a jeho vazba na cestovní ruch</u>	13
3.5	<u>Základní charakteristiky cestovního ruchu</u>	14
3.6	<u>Potenciál cestovního ruchu</u>	15
4	<u>Analýza nabídky CR v TO Opavské Slezsko</u>	15
4.1	<u>Kulturně historické atraktivity</u>	15
4.1.1	<u>Památkově chráněné zóny a objekty</u>	15
4.1.2	<u>Hrady, zámky a církevní památky</u>	15
4.1.3	<u>Industriální a technické památky</u>	16
4.1.4	<u>Muzea, galerie a ostatní kulturní zařízení</u>	17
4.1.5	<u>Nejvýznamnější události (eventy) Opavského Slezska</u>	18
4.1.6	<u>Rodáci a významné osobnosti</u>	18
4.2	<u>Přírodní atraktivity</u>	19
4.2.1	<u>Chráněná území a objekty</u>	19
4.3	<u>Podmínky pro turistiku</u>	19
4.3.1	<u>Naučné stezky</u>	19
4.3.2	<u>Cyklotrasy</u>	19
4.3.3	<u>Vodní turistika</u>	20
4.3.4	<u>Hipoturistika</u>	20
4.4	<u>Ostatní atraktivity a infrastruktura CR</u>	20
4.4.1	<u>Rozhledny, vyhlídkové stavby a místa dalekého rozhledu</u>	20
4.4.2	<u>Sportovní zařízení využívaná pro turismus</u>	20
4.4.3	<u>Aquaparky, bazény, koupaliště a rekreační vodní plochy</u>	21
4.4.4	<u>Zimní sporty</u>	21
4.5	<u>Profesní cestovní ruch</u>	21
4.6	<u>Návštěvnost vybraných atraktivit a objektů</u>	22
4.7	<u>Nabídka produktů a produktových balíčků, zážitkový turismus</u>	22
4.8	<u>Doprovodné služby</u>	22
4.8.1	<u>Ubytování a stravování</u>	22
4.8.2	<u>Informační služby</u>	24
4.8.3	<u>Ostatní doprovodné služby</u>	24
5	<u>Analýza poptávky v MSK a v TO Opavské Slezsko</u>	25

5.1	Analýza monitorovacích systémů a systémů zpětné vazby	25
5.2	Vývoj poptávky dle statistických údajů	25
5.3	Poptávka dle monitoringu návštěvníků	26
5.4	SWOT analýza dle poptávky	27
5.5	Propočty přínosů/příjmů z CR v Opavském Slezsku	28
6	Analýza konkurence	29
7	Syntéza	31
7.1	Formulace SWOT analýzy cestovního ruchu v TO	31
7.2	Diagnóza cestovního ruchu TO Opavské Slezsko	33
7.3	Definice marketingových skupin	34
8	Marketingová strategie na období 2020 – 2025	34
8.1	Vize CR TO	35
8.2	Poslání (DMO) turistické oblasti	35
8.3	Cíle TO	35
8.4	Prioritní osy TO	37
8.5	Cílové trhy TO	37
8.6	Motivace v marketingu TO	37
8.7	Strategie značky TO	40
8.8	Image TO	40
8.9	Podpora prodeje produktů CR TO	40
8.10	Propagace TO	40
9	Způsob monitoringu a vyhodnocování plnění marketingové strategie	41

1 Základní vymezení TO Opavské Slezsko

Při členění České republiky na turistické regiony se uplatňuje tzv. marketingový přístup. Tento přístup vychází z pragmatické potřeby co nejúčelnější propagace turistické nabídky území. Právě tento přístup byl uplatněn při rajonizaci turistického potenciálu území České republiky, které bylo v letech 1998-1999 iniciováno Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism. Vznikly tak turistické regiony¹ a jako dílčí celky turistické oblasti. Turistické regiony slouží k prezentaci potenciálu cestovního ruchu České republiky. Turisté totiž jedou např. do Českého ráje a není důležité, zda jde zrovna o území Libereckého nebo Královéhradeckého kraje. Došlo ke vzniku 15 turistických regionů, které však bylo na základě schválení Asociací krajů ČR přerozděleno a v lednu roku 2010 byla zveřejněna nová mapa se 17-ti turistickými regiony. Navýšení o dva regiony bylo způsobeno potřebami regionu Východní Morava a rozdělením turistického regionu Východní Čechy na dva – Východní Čechy (území Pardubického kraje) a Královéhradecko (území Královéhradeckého kraje). Dále se změnila hranice některých regionů nebo jejich názvy.

Obr. 1: Mapa členění ČR do turistických regionů



1.1 Poloha TO Opavské Slezsko

Turistická oblast Opavské Slezsko je jednou z šesti turistických oblastí turistického regionu Severní Morava a Slezsko, totožného v rámci administrativního členění s územím Moravskoslezského kraje.

- TO Beskydy - Valašsko
- TO Jeseníky- východ
- TO Opavské Slezsko
- TO Ostravsko

¹ Turistický region: Území relativně homogenní z hlediska předpokladů pro realizaci CR – typů atraktivit CR, dostupnosti a úrovni infrastruktury CR) nebo heterogenní region. Z pojetí homogenních regionů vycházela v minulosti v České republice provedená rajonizace cestovního ruchu. Příkladem homogenního regionu je CHKO s předpoklady pro přírodní CR. Příklad heterogenního regionu je středisko zimních sportů představující vlastní lyžařský areál a jeho infrastrukturní zázemí. Odlišné pojetí turistické regionalizace představuje členění na marketingové regiony cestovního ruchu, iniciované agenturou CzechTourism, kde hlavní kritérium spočívá v organizačně-ekonomických vazbách. (Výklad pojmů podle Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 až 2020).

- TO Poodří
- TO Těšínské Slezsko.

TO Opavské Slezsko se nachází v severovýchodní části ČR (viz červené vyznačení na obrázku č. 2). Na své severní straně sousedí s Polskou republikou, na východní straně s turistickou oblastí Ostravsko, na jižní straně s turistickými oblastmi Poodří a Střední Morava (turistický region Střední Morava a Jeseníky) a na západní straně s turistickou oblastí Jeseníky-východ. (blíže viz. následující obrázek).

Obr. 2: Mapa členění ČR do turistických oblastí



Území turistické oblasti je charakterizováno dvěma přírodními útvary. Pahorkatinou Nížkého Jeseníku v jihozápadní části okresu s průměrnou nadmořskou výškou 400 až 500 m n. m. a s nejvyšším bodem okresu Červenou Horou (749 m n. m.) a oblastí Hornoslezské nížiny v severovýchodní části turistické oblasti s průměrnou nadmořskou výškou 300 m a s nejnižším bodem 198 m n. m. v místě, kde řeka Odra opouští území okresu v katastru obce Šilheřovice. Hlavní vodní osou okresu je řeka Opava, zleva se vlevajícím do řeky Odry, se svým pravým přítokem, Moravicí. Podnebí území je dáno jeho zeměpisnou polohou. Území je otevřeno baltickému klimatu, do něhož proniká vliv podnebí kontinentálního. Počasí se vyznačuje mírnějším létem, teplým podzimem a dostatečnými srážkami. Dešťové srážky jsou na území okresu rozděleny nepravidelně. Nejméně prší na územích v dešťovém stínu Hrubého Jeseníku na severozápadě území, v místě obcí Holasovice, Loděnice a u Neplachovic. Nejnižší množství srážek je 620 mm, především v již vymezeném území a blízkém okolí, největší roční průměr 810 mm srážek je na nejvyšším místě turistické oblasti, Červené Hoře. V okrese je 140 - 160 srážkových dní v roce. Průměrná roční teplota území je 7 až 8 °C. Vedle zemědělské půdy je v turistické oblasti podle stavu k 31. 12. 2009 celkem 30 899 ha lesní půdy, tj. 27,8 % z celkové výměry.

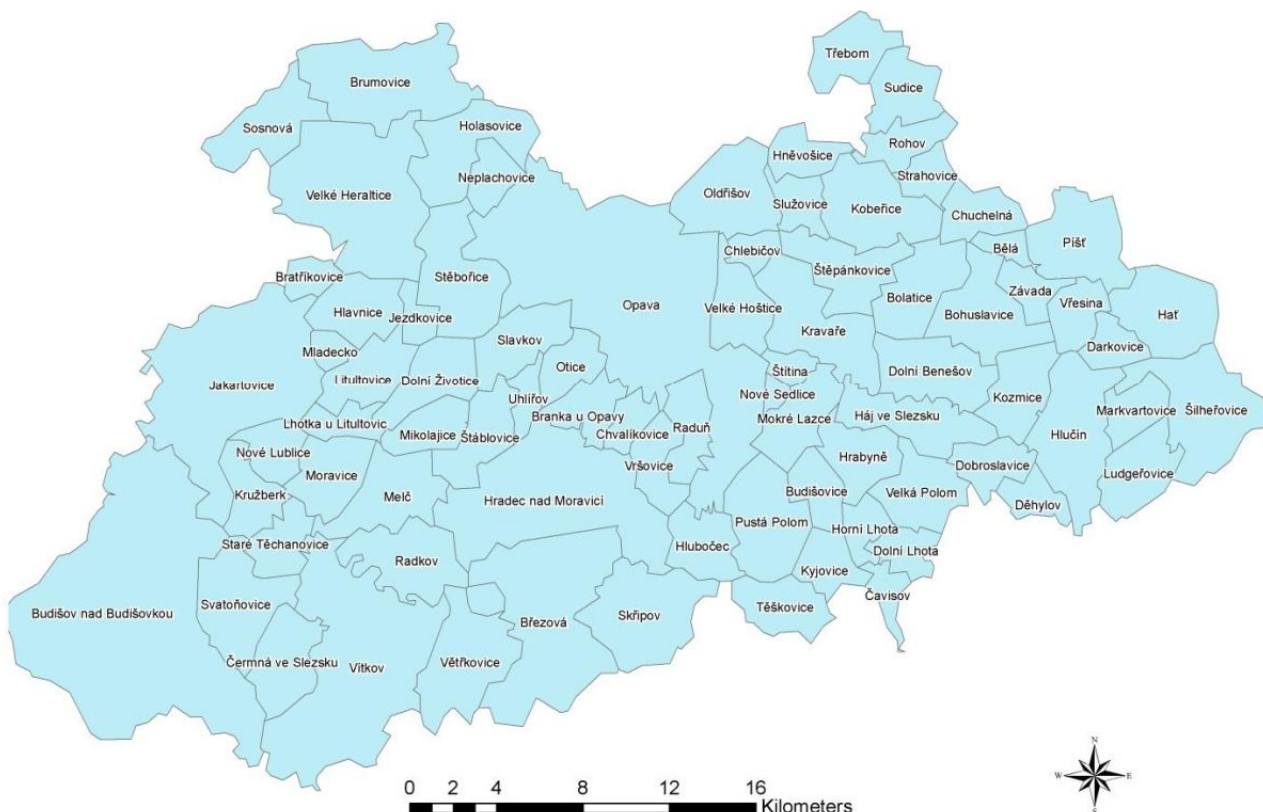
1.2 Vymezení destinace

TO Opavské Slezsko je vymezena katastry 81 obcí Moravskoslezského kraje (viz mapka č. 1), ve správních obvodech obcí s rozšířenou působností (ORP):

- Opava (41 obcí),
- Hlučín (15 obcí),

- Vítkov (12 obcí),
- Kravaře (9 obcí),
- Ostrava (4 obce).

Mapka 1: Města a obce TO Opavské Slezsko



Zdroj: TO Opavské Slezsko

Obce řešeného území se již delší dobu sdružují do různých kooperačních uskupení obcí – ať už je jejich název jakýkoliv. Tyto jednotky vznikly jako přirozená formace obcí, spojených kulturními a historickými tradicemi, ale také společnými problémy. Hlavním důvodem k založení sdružení byla možnost operativnějšího a schůdnějšího řešení těchto problémů, efektivnějšího čerpání finančních prostředků ze státního rozpočtu a z fondů Evropské unie. V TO Opavské Slezsko patří k nejvýznamnějším uskupením tyto subjekty:

- Místní akční skupina Hlučínsko
- Sdružení obcí Hlučínska
- Místní akční skupina Opavsko
- Mikroregion Opavsko Severozápad
- Mikroregion Hvozdnice
- Euroregion Silesia

1.1 Základní předpoklady TO Opavské Slezsko pro cestovní ruch

Turistická oblast je charakteristická především významným kulturně - historickým bohatstvím, zejména městem Opavou (bývalé hlavní město rakouského Slezska), historickými osobnostmi (např. Joy Adamsová, Petr Bezruč, Jan Kubiš, Heliodor Píka apod.), architekturou, významnými historickými událostmi (např. kongres tří císařů), kulturními, industriálními a technickými památkami a také specifickou slezskou gastronomií a folklórem (Prajzská). Turistická oblast rovněž disponuje rozmanitou krajinou a dostatkem vhodných lokalit k rekreaci a rozvoji cestovního ruchu. V regionu se pravidelně konají akce národního i mezinárodního významu.

Řešené území má příhodné geografické i klimatické podmínky pro celoroční rekreaci se snadnou dostupností z městských aglomerací regionu i okolí. Je zde síť značených turistických a cykloturistických tras, řada vhodných terénů a lokalit pro využití celé řady forem cestovního ruchu. Z pohledu cestovního ruchu bývá zpravidla jedním z nejvýznamnějších ukazatelů vybavenost ubytovacími kapacitami v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ). TO Opavské Slezsko patří v rámci MSK k méně vybaveným, což dokládá tabulka č. 1, vycházející z oficiálních dat ČSÚ k 31.12.2018. Podrobněji je o potenciálu cestovního ruchu v TO Opavské Slezsko referováno v kapitole 3.6 Potenciál cestovního ruchu v turistické oblasti.

Tab. 1: Vybavenost turistických oblastí MSK ubytovacími kapacitami v HUZ

Turistické oblasti	Počet HUZ	Počet lůžek v HUZ	Podíl na HUZ	Podíl na lůžkách	Průměrná velikost HUZ (počet lůžek na HUZ)
Beskydy - Valašsko	182	9 015	29,59%	29,30%	49,53
Jeseníky - východ	161	6 772	26,18%	22,01%	42,06
Opavské Slezsko	61	3 042	9,92%	9,89%	49,87
Ostravsko	73	5 741	11,87%	18,66%	78,64
Poodří	29	1 293	4,72%	4,20%	44,59
Těšínské Slezsko	109	4 910	17,72%	15,96%	45,05
MSK celkem			100,00%	100,00%	50,04

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

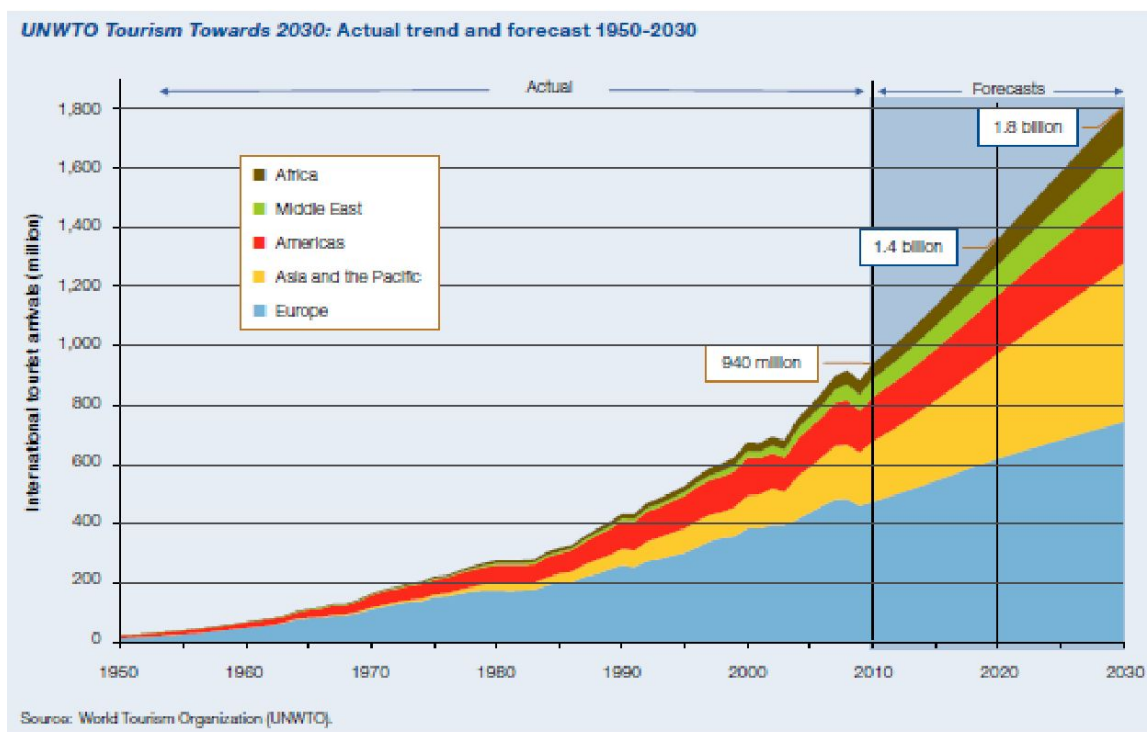
2 Obecné trendy vývoje cestovního ruchu a jejich předpokládaný dopad na cestovní ruch v TO Opavské Slezsko

Trendy v oblasti cestovního ruchu lze sledovat z pohledu globálního (celosvětové trendy), celorepublikového až po místní. Kapitola uvádí výčet hlavních trendů dle výše uvedených úrovní s přihlédnutím k tomu, jak by se mohly tyto promítnout do prognóz rozvoje cestovního ruchu v TO Opavské Slezsko.

1.2 Vývojové trendy ovlivňující cestovní ruch ve světě

Podle studie Světové organizace cestovního ruchu (WTO) „Vize cestovního ruchu pro rok 2030“ bude dlouhodobé cestování nadále růst, jak to dokladuje následující graf.

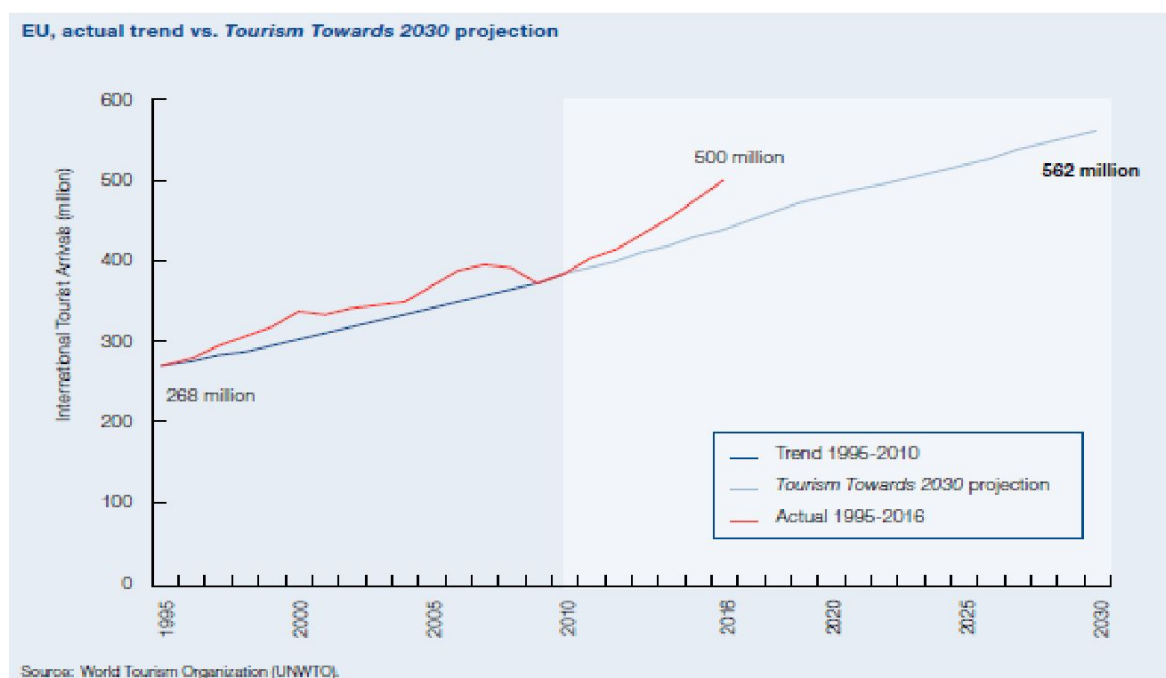
Graf 1: Vývoj příjezdového cestovního ruchu ve světě



Zdroj: EU Tourism Trends (UNWTO)

Předpokládá se, že Evropa bude nadále nejnavštěvovanější destinací na světě. Pravděpodobný přísun turistů v roce 2030 do Evropy by měl být v rozmezí 750 – 780 mil. příjezdů. Tento trend není potřeba považovat za přehnaný, vezmeme-li v úvahu stávající situaci ve srovnání s touto projekcí (viz následující graf). Z uvedené projekce je patrné, že zaznamenaný a předpokládaný dlouhodobý růstový trend je zejména v posledních 5 – 8 letech předstihován skutečným vývojem, který má své kořeny jednoznačně v pozitivním ekonomickém vývoji ve světě a v Evropě (viz následující graf). Cestovní ruch je sektorem zranitelným a vzhledem k tomu, že z významné části se jedná o cestovní ruch volnočasový, tedy z pohledu výdajů o tzv. zbytné výdaje, podléhá reakcím na vývoj ekonomik a stavu ekonomického cyklu, ale stejně tak jej ovlivňují nedostatek bezpečnosti a jistoty, ohrožení životního prostředí a především zdraví (pandemie Covid 19). Rovněž významné změny ekonomické a společenské, vycházející z technologického a politického vývoje významně zasahují do sektoru cestovního ruchu. Tyto trendy mají dopad na konkrétní destinace a regiony. Chování spotřebitelů bude ovlivněno narůstajícím znečištěním přírodního prostředí a náklady spojenými s neúměrnou frekvencí dopravy, migračními a klimatickými vlivy, sdílenou ekonomikou atd.

Graf 2: Aktuální trendy vers. dlouhodobá projekce



Zdroj: EU Tourism Trends (UNWTO)

Technologický pokrok, hlavně v informačních, rezervačních a komunikačních systémech, zrychluje změny a přispívá k větší flexibilitě. Cestovatelé jsou v narůstající míře schopni organizovat si své cesty sami. Zásadním je trend k nástrojům na bázi internetu a v kombinaci s mobilními technologiemi. Tento trend potvrzuje i aktuální kauza jedné z největších a nejstarších cestovních kancelář Thomas Cook, která nedokázala na nové trendy dostatečně rychle reagovat.

1.3 Vývojové trendy ovlivňující cestovní ruch v ČR

V České republice se stále ne úplně daří realizovat standardizaci kvality poskytovaných služeb, zvyšovat kvalifikaci pracovníků v cestovním ruchu či dobudovat infrastrukturu cestovního ruchu, především ve venkovských oblastech.

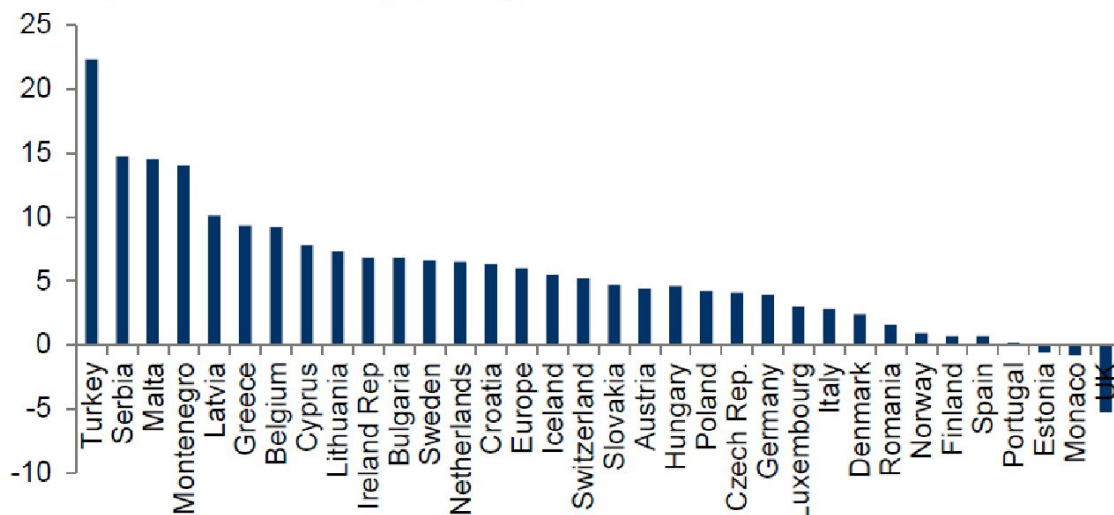
Základní podmínkou pro uplatnění českého produktu na mezinárodním trhu cestovního ruchu bude, vedle odpovídající infrastruktury a očekávané úrovně nabízených služeb, především intenzivní marketing s důrazem na znalost cílových skupin a využívání vhodných komunikačních nástrojů (kombinace on-line a off-line, často odborníci hovoří o tzv. integrované marketingové komunikaci), aktivnější politika a podpora prodeje.

Předpokladem úspěchu je tvorba skutečných produktů cestovního ruchu, tedy komplexu vnitřně skloubených služeb, nejen nabídka jednotlivých atraktivit či ubytovacích zařízení, inovace stávajících produktů a akceptace trendů v komunikaci a využití nástrojů, vycházejících z internetu – tzv. rozšířená (augmented) realita, virtuální realita, internet věcí (IoT – Internet of Things) atd. Zahraniční účastník cestovního ruchu v České republice je v zahraničních statistikách na předních místech ve svých výdajích. V případě českých statistik se dá předpokládat (snad s výjimkou Prahy), že se jedná o návštěvníka na střední nebo dolní hranici středního příjmu. Toto může být ovlivněno větším objemem příjezdů seniorů v měsících s nižší poptávkou. Ekonomický tlak při koupi služeb cestovního ruchu u střední příjmové kategorie je obecně větší, a proto se tento zákazník stává výrazně náročnějším v hodnocení vyváženosti nabízeného produktu, jeho ceny a obdržené kvality. V rámci Evropy je ČR z pohledu nárůstu počtu příjezdů a přenocování v poslední třetině zemí (viz následující grafy).

Graf 3: Mezinárodní příjezdy turistů do vybraných destinací

International tourist arrivals to select destinations

2018 year-to-date*, % change year ago



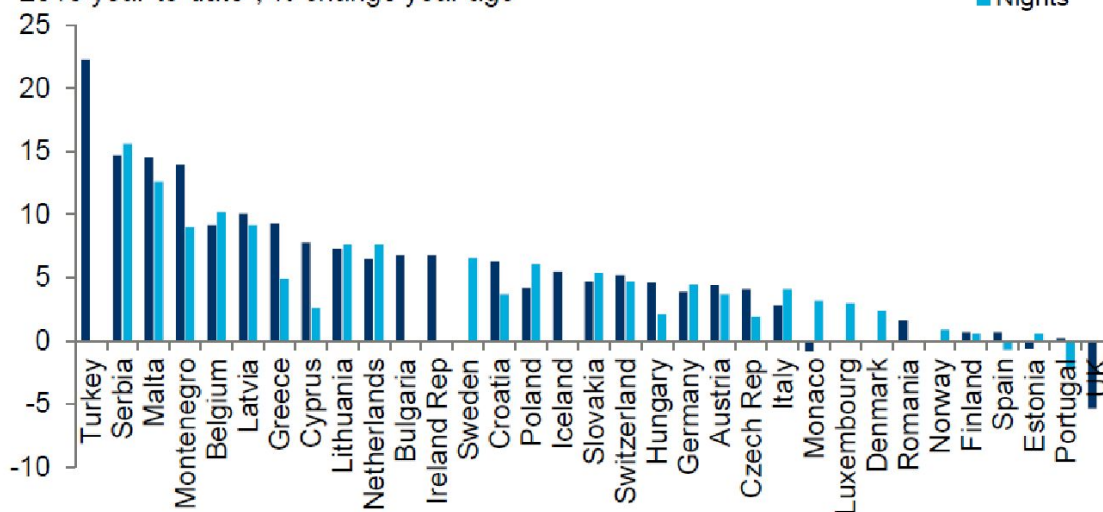
Source: TourMIS *date varies (Jan-Dec) by destination

Zdroj: EU Tourism Trends (UNWTO)

Graf 4: Příjezdy zahraničních turistů a počet přenocování do vybraných destinací

Foreign visits and overnights to select destinations

2018 year-to-date*, % change year ago



Source: TourMIS *date varies (Jan-Dec) by destination

Zdroj: EU Tourism Trends (UNWTO)

Z pohledu předpovědi lze v rámci Světa a Evropy považovat za pozitivní stálý růst jak domácího, tak příjezdového cestovního ruchu a to i v rámci střední a východní Evropy (viz následující tabulka).

Tab. 2: Globální předpověď vývoje CR se zaměřením na Evropu a střední a východní Evropu

	Inbound*					Outbound**				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
data/estimate/forecast ***	d	e	f	f	f	d	e	f	f	f
World	7.3%	5.4%	4.3%	3.9%	3.9%	7.4%	5.0%	4.2%	3.9%	3.9%
Europe	9.1%	5.2%	3.3%	2.8%	3.0%	8.0%	4.6%	3.6%	3.2%	3.5%
ETC+3	9.6%	5.4%	3.2%	2.6%	2.7%	7.0%	4.2%	3.3%	3.0%	3.2%
EU	8.5%	4.2%	2.6%	2.2%	2.5%	7.0%	4.1%	3.3%	2.9%	3.1%
Non-EU	11.5%	9.3%	6.0%	5.1%	4.9%	12.6%	6.5%	5.1%	4.5%	4.8%
Northern	5.7%	1.8%	3.0%	2.6%	2.7%	4.0%	-0.8%	2.8%	3.3%	4.4%
Western	7.8%	5.3%	2.1%	1.8%	1.8%	7.0%	5.2%	3.4%	2.9%	2.6%
Southern/Mediterranean	13.7%	6.8%	4.0%	3.3%	3.3%	9.5%	8.3%	3.6%	2.6%	3.3%
Central/Eastern	4.8%	4.2%	3.8%	3.4%	4.2%	13.2%	7.8%	4.9%	3.9%	3.9%
- Central & Baltic	6.3%	5.2%	3.4%	2.1%	2.8%	10.7%	6.6%	3.9%	3.0%	3.0%

Zdroj: EU Tourism Trends (UNWTO)

Z pohledu trendů v turismu lze v dalších letech očekávat následující:

- Sóló cestování – volnočasový turismus je stále více vnímán jako rodinná záležitost a postupně oslabuje skupinové cestování.
- ECO cestování – elektropohony, využívání hromadné dopravy - vlaky, autobusy, využívání kol a zejména elektrokol atd.
- Lokální specifika, zážitky – cestování je významně propojeno na poznávání místních zvyků, potravin, řemesel atd.
- Personalizace – trendem marketingovým, vycházejícím zejména z možností internetu a na něm vytvořených aplikací je personalizace nabídky - customerizace, customizace.
- Bleisure cestování (business+leisure) – rozšiřuje se kombinace pracovních a volnočasových cestování, firmy toho využívají a jako jednoho z benefitů pro své zaměstnance.
- Roboti, chatboti a automatizace – trend prostupující výrobními obory se postupně začne projevovat i ve službách, turismus nevyjímaje. Nedostatek kvalifikované pracovní síly a s ní spojené vysoké vedlejší náklady práce otevírají stále více prostoru pro robotizované nástroje.
- Umělá inteligence – její rozvoj a využití jdou ve stopách robotů, chatbotů atd.
- Technologie sloužící rychlému rozeznávání (tvář, hlas atd.) – zrychlující provoz, ale stejně tak i bezpečnost a s tím spojený požadavek na „pocit“ bezpečnosti.
- Internet věcí (IoT) – na člověku nezávislá internetová komunikace mezi věcmi (telefon, hodinky, automobil atd.).
- Virtuální realita – široké využití v turismu ať již z pohledu zábavy, tak z pohledu zážitkových, vzdělávacích a sportovních aktivit.
- Rozšířená realita – kombinace reálného světa s virtuálními elementy vytváří široké pole využití v turismu.
- Mobilní informace – veškerá komunikace a přenos informací je a bude stále více spojena s mobilními technologiemi.
- Zdravé a biopotraviny – stále významnější prvky stále větší skupiny turistů.
- Zákaznická zkušenost – byla, je a stále více bude základem výběru ze strany klientů (návštěvníků, turistů) a tedy bude stále silnějším imperativem pro marketéry v cestovním ruchu.

3 Podmínky pro rozvoj CR v TO Opavské Slezsko

3.1 Poloha, fyzickogeografické podmínky, klimatické podmínky

Území turistické oblasti je charakterizováno dvěma přírodními útvary. Pahorkatinou Nízkého Jeseníku v jihozápadní části s průměrnou nadmořskou výškou 400 až 500 m n. m. a s nejvyšším bodem Červenou Horou (749 m n. m.) a dále oblastí Hornoslezské nížiny v severovýchodní části turistické oblasti s průměrnou nadmořskou výškou 300 m a s nejnižším bodem 198 m n. m. v místě, kde řeka Odra opouští území okresu Opava v katastru obce Šilheřovice. Hlavní vodní osou turistické oblasti je řeka Opava, zleva se vlévající do řeky Odry, se svým pravým přítokem Moravicí. Podnebí území je dáno jeho zeměpisnou polohou. Území je otevřeno baltickému klimatu, do něhož proniká vliv podnebí

kontinentálního. Počasí se vyznačuje mírnějším létem, teplým podzimem a dostatečnými srážkami. Nejméně prší na územích v dešťovém stínu Hrubého Jeseníku na severozápadě území, v místě obcí Holasovice, Loděnice a u Neplachovic. Nejnižší množství srážek je 620 mm, především v již vymezeném území a blízkém okolí, největší roční průměr 810 mm srážek je na nejvyšším místě turistické oblasti, Červené Hoře. V turistické oblasti je 140 - 160 srážkových dní v roce. Průměrná roční teplota území je 7 až 8 °C. Vedle zemědělské půdy je podle stavu k 31. 12. 2009 celkem 30 899 ha lesní půdy, tj. 27,8 % z celkové výměry.

Turistická oblast má příznivé přírodní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, nicméně relativně nízká nadmořská výška v kombinaci s potenciálními klimatickými extrémy (přivalové srážky a v důsledku toho vznik povodní) předurčuje turistickou oblast k nutnosti vytvářet bohatou nabídku infrastruktury a služeb cestovního ruchu, která dokáže potlačit občasné nepříznivé povětrnostní podmínky.

3.2 Dopravní infrastruktura

Kvalitní dopravní infrastruktura a dobrá propustnost silniční sítě je základním pilířem rozvoje cestovního ruchu. Jde v první řadě o hlavní dopravní tahy, které umožní návštěvníkům rychle se do turistické oblasti dopravit z území cílových trhů. Silniční síť turistické oblasti je poměrně dobře napojena na silniční síť České republiky, nicméně, kvalitní a kapacitní napojení hlavního centra oblasti – města Opavy na dálniční síť a rychlostní komunikace je nedostatečné, což je pokládáno za určitou bariéru pro rozvoj cestovního ruchu. Díky dokončení staveb na dálnici D1 se Moravskoslezský kraj napojil na větev VI.B multimodálního koridoru Transevropské sítě (TEN). Ta je vedena na trase Katovice – Ostrava – Brno – Vídeň. V roce 2009 bylo v Moravskoslezském kraji v provozu 27,7 km dálnice a 32 km rychlostních silnic (Ostrava – Frýdek - Místek a Frýdek - Místek – Český Těšín). Mezi nejdůležitější silnice 1. třídy patří I/47 (Ostrava – Běloutín – Hranice - Vyškov) a I/48 (Český Těšín – Frýdek - Místek – Běloutín) s dalším napojením ve směru na Brno a Prahu. Spojení na Slovensko obstarávají dva nejdůležitější hraniční přechody v Mostech u Jablunkova a v Bílé - Bumbálce. Na slovenské straně v obou případech pokračují silnice 1. třídy ve směru do Žiliny. Významnými hraničními přechody s Polskem jsou Bohumín a Chotěbuz. Napojení na polské straně zajišťují silnice 1. třídy, výjimkou je nově otevřený úsek rychlostní silnice z Cieszyna do Bielska - Biała, který na polském území navazuje na dálniční síť.

Pro cestovní ruch je významná místní dostupnost po silnicích I. tříd, zejména I/11 (Hradec Králové-Šumperk-Bruntál-Opava-Ostrava-Český Těšín-Slovensko), kde byla nedávno dobudována rychlostní komunikace propojující Opavu s Ostravou – Porubou s napojením na dálnici D1, dále I/56 (Opava-Ostrava-Frýdek Místek-Slovensko), I/57 (Polsko-Krnov-Opava-Nový Jičín-Valašské Meziříčí-Vsetín-Slovensko) a I/46 (Vyškov-Prostějov, Olomouc-Opava-Polsko). Všechny obce v turistické oblasti jsou přístupné po silnicích s bezprašnou úpravou povrchu. Jejich hustota je pod celostátním průměrem. Délky silnic v rozdělení podle tříd v jednotlivých okresech MSK jsou uvedeny v tabulce č. 1. Současný technický stav vozovek silnic je pokládán za málo vyhovující. Je to dáno především dlouhodobým deficitem finančních prostředků na souvislou i cyklickou údržbu a opravy.

Tab. 3: Délky silnic v regionu SMaS dle okresů k 1.1.2018 (v km)

Kraj, okresy	Délka silnic a dálnic	v tom			
		dálnice	silnice I. třídy	silnice II. třídy	silnice III. třídy
Bruntál	835	-	144	278	414
Frýdek-Místek	566	-	102	116	317
Karviná	301	9	73	73	142
Nový Jičín	651	29	107	107	407
Opava	791	1	145	173	471
Ostrava-město	325	22	62	96	142
Moravskoslezský kraj	3 470	100	633	844	1 897

Zdroj: Ředitelství silnic a dálnic ČR

Poměrně dobré spojení Moravskoslezského kraje s Českou republikou i zahraničím obstarává železniční síť. Nadregionální význam mají tyto dálkové železniční tahy: Vídeň - Bratislava – Břeclav – Přerov – Ostrava – Katovice a Praha - Brno – Přerov – Vsetín – Žilina. Moravskoslezským krajem prochází 2. železniční koridor, který spojuje Břeclav s Bohumínem a 3. železniční koridor, který propojuje Mosty u Jablunkova a Cheb. Kromě těchto páteřních tratí se nadále modernizuje velká část železniční sítě, v roce 2006 byla do provozu uvedena elektrifikovaná trať Ostrava - Svinov – Opava východ. V současné době se pracuje na elektrifikaci úseku Ostrava hlavní nádraží – Frydek-Místek – Český Těšín, přičemž v roce 2007 byl uveden do provozu první úsek do Ostravy - Kunčic. Územím TO Opavské Slezsko dále prochází dvě, poměrně významné, železniční tratě. Významnější z nich je trať č. 321 (Ostrava – Opava s pokračováním do Krnova), která je intenzivně využívána. Z Opavského uzlu pak pokračují další lokální tratě č.314 (Opava-Svobodné Heřmanice), č.315 (Opava-Hradec nad Moravicí), č.318 (Opava-Kravaře-Chuchelná) a č.317 (Kravaře-Hlučín). Území Vítkovska je napojeno tratí č. 276 na Suchdol nad Odrou. Železniční dopravní dostupnost Ostravska je vynikající a ve většině případů se jedná o dopravní akcesibilitu do 60 minut. Ostrava má v současné době přímé železniční spojení s Prahou (3 hodiny), Vídní (3 hodiny), Bratislavou (3 hodiny), Varšavou (4,5 hodiny), Budapeští (6 hodin) a Moskvou (27,5 hodin).

Perspektivu pro cestovní ruch nejen pro Moravskoslezský kraj, ale i pro turistickou oblast Opavské Slezsko představuje letiště Leoše Janáčka v Mošnově. V roce 2007 byla otevřena nová odletová hala, aktuálně existuje kromě charterových letů pravidelné přímé letecké spojení do Prahy a Londýna. Jedná se o regionální letiště, se vzletovou a přistávací dráhou s parametry 3 500 x 63 m a kapacitou více než milionu ročně přepravovaných osob. Je vybaveno pro odbavování leteckého nákladu, včetně skladových zařízení a disponuje terminály pro odbavení cestujících. V těsné blízkosti letiště působí podnikatelská a obchodní zóna a Free Zone Ostrava a rozkládá se zde Strategická průmyslová zóna Ostrava-Mošnov. Letiště je dobře dostupné silniční i železniční dopravou, včetně veřejné. Letiště je od Opavy vzdáleno přibližně 50 km a díky rychlostní komunikaci ve směru Ostrava je možné z Opavy dorazit na letiště za 45 minut.

Dopravní dostupnost z a na letiště je možná:

- **veřejnou autobusovou dopravou**, která je na letiště zajišťována autobusovými linkami z Ostravy a Kopřivnice na letiště a zpět.
- **veřejnou železniční dopravou**, která je na letiště zajišťována příměstskou linkou S4 z Bohumína přes Ostravu na letiště a zpět.
- **autem**, kdy jsou k dispozici 2 parkoviště (P1 a P3). P1 s kapacitou 104 míst se nachází před odbavovací halou a je určeno především pro krátkodobé parkování. P3 je určeno pro dlouhodobé parkování a nachází se cca 5 min pěší chůze od odletové haly, má kapacitu 120 míst. Obě parkoviště jsou placená, na parkovišti P2 lze zaplatit pouze bankovkami v automatu, v letní sezóně je zde pravidelná 24h obsluha.
- **autobusem**, kdy lze využít pravidelné autobusové linky (viz tabulka 6). Autobusová linka 910 100 je v provozu od května do září v pracovní dny a v sobotu (údaj za rok 2010).
- **taxi službou**.
- **mikrobusovou dopravou** (Airport Shuttle), která je dostupná celoročně. Jedná se o placenou službu na objednávku.

Pokud jde o dostupnost turistické oblasti Opavské Slezsko z ostravské aglomerace po síti cyklostezek a cyklotras, lze konstatovat, že je poměrně dobrá. Zájemce, který se hodlá dostat např. z města Ostravy do turistické oblasti využije v průměru 2 až 3 značené cyklotrasy, přičemž ve všech úsecích jede po značené trase.

3.3 Sociálně ekonomická charakteristika

Na území turistické oblasti žije cca 182.000 obyvatel a podíl počtu obyvatel oblasti na počtu obyvatel turistického regionu Severní Morava a Slezsko činí 14,7 % (TR Severní Morava a Slezsko má 1 236 028 obyvatel). Největší obcí je Opava, která má jako jediná nad 50 000 obyvatel a zároveň je statutárním městem. Obcí s počtem obyvatel nad 10 000 je pouze Hlučín. V turistické oblasti se nachází 4 obce s rozšířenou působností: Opava, Hlučín, Kravaře a Vítkov. Hustota osídlení dosahuje

cca 161 obyvatel na 1 km² (při rozloze cca 1.127 km² a cca 181.800 obyvatelích). Nepříznivým trendem je stárnutí populace.

Podíl nezaměstnaných osob na obyvatelstvu ve věku 15 – 64 let v turistické oblasti Opavské Slezsko (okres Opava) za posledních 6 let klesl z hodnoty 8,96 na hodnotu 3,06, a vývoj nezaměstnanosti v podstatě kopíruje vývoj v České republice. Ve srovnání s údaji za ostatní okresy MSK a celý MSK patří aktuální nezaměstnanost mezi nejnižší.

Tab.4: Vývoj podílu nezaměstnaných osob na obyvatelstvu ve věku 15 – 64 let

Okres	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bruntál	14,33	13,54	11,56	9,49	6,99	6,04
Frýdek-Místek	7,55	6,95	5,60	4,62	3,77	3,00
Karviná	12,52	12,05	10,96	10,33	8,14	6,94
Nový Jičín	8,05	6,93	5,25	4,40	3,55	3,07
Opava	8,96	8,21	7,09	5,64	4,06	3,06
Ostrava město	11,56	11,01	10,06	8,89	6,85	5,19
MSK celkem	10,47	9,80	8,56	7,45	5,77	4,65
ČR celkem	8,17	7,46	6,24	5,19	3,77	3,07

Zdroj: MPSV ČR, zpracování vlastní

Na území turistické oblasti se nachází tři školy se zaměřením na cestovní ruch. Jedná se o Ústav lázeňství, gastronomie a turismu Slezské univerzity v Opavě (ULGAT), VOŠ a Hotelovou školu Opava a SOU a Hotelovou školu SČMSD, Šilheřovice. Z pohledu rozvoje cestovního ruchu v Opavském Slezsku lze toto považovat za silnou stránku turistické oblasti. Možnosti studia cestovního ruchu v MSK jsou uvedeny v následující tabulce.

Tab.5: Obory zaměřené na CR ve středním a vyšším školství v regionu SMAŠ podle okresů

Okres	Školy zaměřené na CR	Studijní obory
Bruntál	Soukromá SOŠ PRIMA, Rýmařov SOŠ dopravy a CR, Krnov	Management a turismus Management CR
Frýdek-Místek	Goodwill – vyšší odborná škola, F.-M. Soukromá třinecká obchodní akademie a hotelová škola, Třinec	Cestovní ruch Hotelnictví a turismus
Karviná	Střední školy DAKOL, Petrovice u Karviné Hotelová škola a Obch. a podnik. akademie, Havířov ISŠ obchodního podnikání, Český Těšín VOŠ Havířov-Podlesí	Hotelnictví a turismus Hotelnictví a turismus Hotelnictví a turismus Gastronomie a služby CR
Nový Jičín	ISŠ-COP, Frenštát pod Radhoštěm SOŠ podnikatelská a textilní, Nový Jičín Středn ekonomická podnikatelská škola	Hotelnictví a turismus Management CR Obchodní akademie se zaměřením na cestovní ruch
Opava	Slezská univerzita v Opavě (ULGAT) VOŠ a Hotelová škola Opava SOU a Hotelová škola SČMSD, Šilheřovice	Ekonomika CR, Hotelnictví Hotelnictví a turismus Rozvoj a řízení reg. turistiky Řízení hotelového provozu Hotelnictví a turismus
Ostrava	SOŠ Ostrava - Poruba AHOL – SOŠ, VOŠ, Ostrava – Vítkovice AHOL – SOŠ Ostrava-Zábřeh SŠ společenského stravování Ostrava-Hrabůvka	Hotelnictví a turismus Hotelnictví a turismus Cestovní ruch Gastronomie
Havířov	VOŠ Havířov s.r.o.	Gastronomie, hotelnictví, turismus

Zdroj: Národní ústav odborného vzdělávání + vlastní šetření

Bezpečnost a zdravotní péče

Bezpečnost - může být z pohledu návštěvníka vnímána z hlediska možného ohrožení epidemiemi, teroristickými útoky, přírodními katastrofami, četností trestných činů nebo počtem dopravních nehod:

Epidemie: pandemie koronaviru COV 19 je v ČR i turistické oblasti na ústupu. Počet nakažených se podle hygienické stanice aktuálně pohybuje kolem 30.

Teroristické útoky: Řešené území není oblastí ohroženou teroristickými útoky.

- **Přírodní katastrofy/živelné pohromy:** Dle dokumentu „Přírodní katastrofy a rizika“ vydaného Ministerstvem životního prostředí ČR lze katastrofu definovat jako proces, který za sebou zanechá lidské oběti a materiální škody. Pokud se jedná o katastrofu přírodní, nepředpokládá se při jejím vzniku zapojení lidské činnosti. Druhy přírodních katastrof se rozlišují podle příčin jejich vzniku. Jedná se např. o povodně, svahové pohyby, zemětřesení, atmosférické poruchy (vichřice, tajfuny, uragány, orkány, tornáda) sopečné výbuchy, extrémní teplo/zima atd. V posledních letech dochází k častým výkyvům klimatu a s tím souvisí i řada přírodních katastrof – povodně, silný vítr atd.
- **Živelné pohromy** představují mimořádné události, které mohou být způsobeny škodlivým působením sil a jevů vyvolaných činností člověka, přírodními vlivy nebo jejich kombinací, včetně havárií. Jejich ničivý účinek znásobuje skutečnost, že přicházejí většinou neočekávaně. Způsobují velké škody na životě, zdraví, majetku nebo životním prostředí a vyžadují provedení záchranných a likvidačních prací. V podmínkách České republiky se může nejčastěji jednat o povodně, orkány, technologické havárie s únikem nebezpečných látek, rozsáhlé požáry atd. V řešené oblasti jsou nejpravděpodobnější živelnou pohromou **záplavy**, způsobené rozvodněním řeky Opavy, což se projevilo například v letech 1997 a 2007.
- **Zemětřesení:** Na území turistické oblasti se nevyskytují žádná závažnější zemětřesení. Občas se projeví pouze na území Ostravska, kde jsou způsobena převážně důlní činností na Karvinsku.
- **Požáry:** Z 2 029 požárů v roce 2018 v MSK jich bylo 241 v okrese Opava.
- **Dopravní nehody:** Údaje o dopravních nehodách za jednotlivé okresy Moravskoslezského kraje v roce 2018 ukazují, že největší počet dopravních nehod v tomto sledovaném roce se stalo v okrese Ostrava, a to 3 006, v okrese Opava to bylo 1 449 dopravních nehod.
- **Trestná činnost:** V roce 2018 bylo v Moravskoslezském kraji spácháno celkem 23 465 trestných činů, z toho 2 227 v okrese Opava.

Na základě výše uvedeného lze považovat turistickou oblast Opavské Slezsko z pohledu cestovního ruchu za poměrně bezpečnou.

3.4 Životní prostředí a jeho vazba na cestovní ruch

Cestovní ruch a životní prostředí jsou vzájemně provázané oblasti. Vlivy cestovního ruchu na stav životního prostředí můžeme sledovat ze dvou hledisek – pozitivní důsledky a negativní důsledky:

- **Pozitivní vliv CR na ŽP:**
 - Zabránění průmyslového využití území atraktivního pro cestovní ruch.
 - Zakládání zvláště chráněných maloplošných území (lze to považovat ale i za vliv negativní, záleží na úhlu pohledu).
 - Zachování a rekonstrukce archeologických a architektonických památek, které zvyšují atraktivitu území z hlediska návštěvnosti.
 - Rekreační - zvláště cestovní ruch, vytváří tlak na zlepšení životního prostředí a stavu krajiny (zlepšení infrastruktury, stavba čističek vody, asanace krajiny).
 - Zvýšený příliv finančních prostředků do regionu, což napomáhá jeho rozvoji.
 - Vytváření nových pracovních příležitostí v oblasti cestovního ruchu a služeb. To může kladně ovlivnit sociální stabilitu regionu a zlepšit životní úroveň jeho obyvatel.
- **Negativní vliv CR na ŽP:**
 - Inscenizace – komerčně motivované předvádění tradic a obyčejů akčním způsobem zpravidla ve smyslu vžitých představ návštěvníků o kultuře daného etnika. Ve snaze maximalizovat příjmy dochází k narušení autentických prvků místní kultury, či umělému ožívání již neprovozovaných obyčejů.
 - Změna krajiny způsobená budováním materiálně – technické základny pro rekreaci.
 - Eroze sjezdovek jejich intenzivním sportovním využíváním a ničení vegetace okrajů při jejich mechanické úpravě.

- o Záměrné ničení vegetace sběrem, průchodem porosty mimo cesty, nadměrný sběr plodů a jiných využitelných částí volně žijících rostlin.
- o Rušení zvěře přítomností a nevhodným chováním návštěvníků. Zvěř nemá klid ke své reprodukci a k příjmu potravy, což má za následek oslabení až úhyn jedinců.
- o Poškození estetického vzhledu krajiny – zahrádkářské a chatové osady plné architektonicky nevhodných a často provizorních stavem hyzdících krajinu.
- o Nadměrná koncentrace cestovního ruchu v některých oblastech – životní prostředí se tak začíná podobat prostředí městských aglomerací, před kterým člověk ujíždí z města.
- o Poškození půd a rostlinstva sešlapáváním – snižuje se pórovitost půdy, její schopnost vsakovat, což vede k poškození bylinných porostů a kořenů stromů. Turisté rozšiřují horské chodníky, uvolňují a strhávají drny a tím otevírají prostor ničivé erozi. V posledních letech se rozšiřují škody způsobené zejména jízdou na horských kolech mimo cesty.
- o Zvýšené nebezpečí požárů – nedovolené nakládání s otevřeným ohněm, nebo nedostatečná protipožární zařízení chat a chalup vystavěných v blízkosti lesů.
- o Stále rostoucí vandalismus.
- o Záběr zemědělské a lesní půdy – spojené s výstavbou objektů a zařízení cestovního ruchu a sportu a příjezdových komunikací. To vede k otevírání lesních porostů, které jsou pak vystaveny účinkům větru a mrazu, což vede k jejich vysychání, vývrátům a velkoplošným polomům.
- o Ohrožení zdrojů pitné vody – nedostatek hygienických zařízení, zejména v chatových oblastech.
- o Poškození vzhledu a znečištění krajiny odpadky a vytváření černých skládek (chataři).

Pro odstranění negativních vlivů je třeba tyto vlivy znát a informovat o nich návštěvníky i v těchto oblastech.

Vliv životního prostředí na cestovní ruch a návštěvnost

Nárůst cestovního ruchu s sebou přináší řadu změn. Na jedné straně vede ke zvýšení ekonomických aktivit, na straně druhé dochází k narušování přírodního prostředí. Jeho regulaci nelze provádět pouze nařízením a zákazy, ale jako mnohem úspěšnější cesta se jeví vhodné přeměrování zájmu účastníků z ohrožených oblastí do méně ohrožených. V poslední době rostou požadavky rekreatantů na čistotu a přírodní hodnotu oblastí pobytu, což tradiční cestovní ruch již ne zcela splňuje. Dalším trendem sledovaným v poslední době je posun od masovosti a pasivity, spíše k individuálnímu a aktivnímu způsobu trávení volného času. Tyto formy cestování jsou často označovány jako tzv. soft turismus neboli měkký turismus. Za jeho zakladatele je označován R. Jungk, který zformuloval rozdíly mezi tvrdým a měkkým typem turismu následujícími charakteristikami.

Tvrký turismus - vyznačuje se masovostí, používáním dopravních prostředků pro rychlé přesuny většinou na delší vzdálenosti, program pobytu je pevně stanoven pořadající cestovní kanceláří, pobyt je zajištěn většinou v pohodlných hotelových zařízeních a provázen hromadnými návštěvami galerií, muzeí, památek a nákupních středisek. Tento druh turismu nevyžaduje duševní či jinou náročnější přípravu od turisty. Je většinou hlučný a konzumní.

Měkký turismus – Jedná se zejména o individuální cesty s přáteli či rodinou do nedalekých míst. Tito turisté vyhledávají především pěší turistiku, cykloturistiku, lyžování, horolezectví a některé další aktivity. Program je určován dle momentální nálady účastníků, tedy řízen zevnitř. Vyžaduje vynaložení určitého fyzického i psychického úsilí, a to jak před cestou tak i v jejím průběhu. Vzhledem k tomu, že se jedná o malé skupinky, je spíše tichý.

Turistická oblast Opavské Slezsko je situována v blízkosti Ostravska, které patří mezi nejzatíženější území ČR z hlediska životního prostředí, nicméně, řada přírodních rezervací a přírodních památek ukazuje, že zejména podmínky pro měkký turismus jsou poměrně velmi dobré. To dokladuje kapitola 4, podkapitola 4.2.

3.5 Základní charakteristiky cestovního ruchu

Základní charakteristiky cestovního ruchu turistické oblasti Opavské Slezsko definující území:

- Město Opava, kulturní, historické a univerzitní centrum Slezska, bývalé hlavní město rakouského Slezska.
- Rodiště a působiště významných osobností, zejména Joy Adamsonové – spisovatelky a ochránkyně zvířat, básníka Petra Bezruče, osobností vojenství Jana Kubiše a Heliodora Píky, Vladislava Vančury – spisovatele, filmového režiséra a scénáristy, významných architektů Leopolda Bauera a J.M. Olbricha apod.
- Dějiště významných historických událostí (např. kongres tzv. Svaté aliance v roce 1820, tj. tři panovníků - rakouského císaře [František I.](#), ruský car [Alexandr I.](#) a pruský král [Bedřich Vilém III.](#)) a současných eventů národního i mezinárodního významu (např. Bezručova Opava).
- Území bohaté na kulturní, industriální a technické památky (např. zámek Hradec nad Moravicí, Muzeum břidlice, hraniční opevnění, větrné mlýny, Weissshuhnův kanál, přehradní nádrž Kružberk apod.).
- Turistická oblast vyznačující se specifickou slezskou gastronomií a folklórem (Prajzská - Hlučínsko).
- Turistická oblast s vhodnými terény pro cykloturistiku (např. tematické cyklotrasy) a pěší turistiku (naučné stezky).

3.6 **Potenciál cestovního ruchu**

- Rozvoj nabídky cestovního ruchu univerzitního města Opavy ve spolupráci se Slezskou univerzitou v Opavě a dalšími školami zabývajících se cestovním ruchem.
- Rozvoj oblastní produktové nabídky s využitím světově známých osobností (zahraniční a domácí cílové trhy) a osobností národního významu (domácí cílové trhy).
- Rozvoj nabídky eventů s využitím významných historických událostí.
- Rozvoj oblastní produktové nabídky s využitím kulturních, industriálních a technických památek.
- Obnova a rozvoj původních gastronomických a folklórních tradic.
- Zlepšení stavu případně dobudování sportovišť pro rekreační sport a zařízení pro volný čas a aktivní formy odpočinku.
- Rostoucí zájem o krátkodobé (např. víkendové) pobyty.
- Rostoucí zájem o rekreační a rekondiční aktivity spojené s cykloturistikou (tematické cyklotrasy s využitím elektrokol) a pěší turistikou (pěší trasy, naučné stezky).
- Dobře dostupné významné cílové trhy (ostravsko-karvinská aglomerace, Polsko) pro volnočasové aktivity a příměstskou rekreaci.
- Existence blízkého mezinárodního Letiště Leoše Janáčka Ostrava v Mošnově, jako vstupní brány do Moravskoslezského kraje.

4 **Analýza nabídky CR v TO Opavské Slezsko**

Tato kapitola se zabývá výčtem kulturně historických atraktivit důležitých z pohledu cestovního ruchu ve vymezeném území.

4.1 **Kulturně historické atraktivity**

Opavské Slezsko začalo být osidlováno od 12. století, a to především v nižších polohách, podél řek a v blízkosti důležitých cest. V tomto období vznikaly strážní hrady a zárodky měst. Od 17. století se do dnešní podoby formovala jádra měst, přičemž na jejich okrajích probíhala od přelomu 18. a 19. století industrializace. Následující podkapitoly analyzují nejvýznamnější kulturní a historické atraktivity, konkrétně hrady, zámky, zříceniny, muzea, památkově chráněné objekty, industriální a technické atraktivity a v neposlední řadě analýza rovněž zahrnuje významné osobnosti a naučné stezky.

4.1.1 **Památkově chráněné zóny a objekty**

V turistické oblasti se nachází řada významných měst s atraktivními historickými centry, stejně tak i řada atraktivních vesnic. Nejvýznamnější z nich byly prohlášeny za **městské (MPZ) a vesnické památkové zóny (VPZ)**. V turistické oblasti se nachází památkové zóny v Opavě, Hlučíně, Budišově

nad Budišovkou a Hradci nad Moravicí a 1 vesnická památková rezervace (Štáblovice, Lipina). Významný turistický potenciál tvoří památkový fond. Počet nemovitých památek je v TO pod průměrem České republiky, přesto ovšem není jejich význam zanedbatelný. V TR Severní Morava a Slezsko je v současné době 2078 **nemovitých památek**. V okrese Opava jsou tři památky se statutem Národní kulturní památky (NKP), což je cca 20 % ze všech NKP v Moravskoslezském kraji.

Na území turistické oblasti se nachází tyto 3 NKP:

- Kaple sv. Kříže v Opavě,
- Kostel Nanebevzetí Panny Marie v Opavě,
- Zámek Hradec nad Moravicí.

4.1.2 Hrad, zámky a církevní památky

Hrad a zámky jsou častými dominantami krajiny i v turistické oblasti Opavské Slezsko, i když jejich počet ve srovnání s jinými regiony republiky je nižší.

Zámek Hradec nad Moravicí - tvoří vstupní bránu do malebného údolí řeky Moravice a jeho dominantou je komplex Bílého a Červeného zámku spolu s přilehlým rozsáhlým parkem. Starší objekt, tzv. Bílý zámek stojí na místě slovanského hradiště z 8. století, kde byl v 11.- 13. století postaven přemyslovský knížecí hrad. Na renesanční zámek s okrasnou zahradou byl přestavěn na konci 16. století. Dnešní empírovou podobu získal po požáru v roce 1796, kdy byl přebudován podle projektu Jana Mihatsche. Další zejména interiérové úpravy v duchu romantismu byly provedeny v letech 1845 – 1859 a po roce 1861. Mezi lety 1874 – 1891 byly podle návrhů A. Langer a F. Händela postaveny další objekty areálu – Bílá věž, hradební zeď s terasou a tzv. Červený zámek, inspirované reznými hradními stavbami německého středověku. Nyní slouží jako hotel a vyhlášená restaurace. Zámecký park dotváří anglický park s rozlohou cca 63 ha, založený v roce 1796.

Zámek Raduň - Zámek Raduň stojí na místě tvrze, zmiňované v 15. století, kdy ves vlastnili vladykové z Raduně. Pohádkově vyhlížející zámek vytváří spolu s okolními rybníky a přírodními scenériemi jedinečnou atmosféru. Významná je i Oranžerie v areálu, v současné době se opravuje barokní sýpka.

Zámek Hlučín - Na místě dnešního zámku stála původně pozdně gotická tvrz, založená roku 1439. V 16. století byl objekt upraven na zámek pány ze Zvole. V 19. a 20. století prodělal zámek mnoho úprav, které setřely původní charakter stavby. Dnes je v zámku sídlo Kulturního centra a Informačního centra města Hlučín.

Zámek Kravaře - Vrcholně barokní zámek z 18. století, jehož součástí je také kaple archanděla Michaela s monumentální stropní freskou a krásným oltářem.

Zámek Dolní Benešov - Tento zámek je dokladem zámecké architektury, vzniklé v několika slohových údobích. Z původní stavby zůstal zachován pouze portál se znakem datovaným letopočtem 1498. V zámecké kapli je dnes muzeum. Součástí zámku je také anglický park založený na přelomu 19. a 20. století, který obklopuje budovy zámku ze všech světových stran. Zámek je v současné době sídlem městského úřadu.

Zámek Šilheřovice – Trojkřídový zámek v klasicistním a částečně novobarokním slohu na místě zaniklé renesanční tvrze. V parku stojí pavilon zvaný Lovecký zámeček, Švýcárna a bazén se sousoším. V současné době slouží jako společenské místo.

Zámek Bolatice - Zámek z první poloviny 18. století, jednopatrový, obdélníkový, s mansardovou střechou, v barokním slohu, s kamenným portálem a znakem velehradského kláštera. V současné době sídlo samosprávy obce.

Zámek Velké Hoštice - Šlechtické sídlo ve Velkých Hošticích vzniklo již před přelomem 15. a 16. století. Po roce 1754 bylo za Chorynských z Ledské přestavěno v pozdně barokní zámek, přestavovaný r. 1840. Kolem zámku přírodně krajinářský park z poč. 19. století. V zámku je umístěna expozice archeologických nálezů.

Zřícenina Vildštejn - Hrad z konce 13. století na skalnatém ostrohu nad říčkou Lobník. Zaniknul ve 14. století a zachovány zůstaly pouze základové zdi a příkopy. V roce 1621 se zde údajně ukrýval Jan Ámos Komenský při svém útěku z Fulneku.

Zřícenina Vartnov (Pocheň)- hrad založený ve 14. století. Po svém dobytí v 15. století byl dobyt a již neobnoven.

Zřícenina Přerovec – založen zřejmě ve 14. století, od 16. století opuštěn. V současné době jsou v lesním terénu znatelné pouze valy a příkop. Na většině map není vůbec zaznamenán.

Zámek Velké Heraltice – původně renesanční zámek, následně několikrát přestavovaný. V zámku je umístěn domov mládeže.

Zřícenina Medlice – Hrad založený ve 13. století byl zničen v 15. století.

Kaple sv. Kříže v Opavě,

Kostel Nanebevzetí Panny Marie v Opavě,

4.1.3 Industriální a technické památky

Industriální památky a technické zajímavosti patří k těm atraktivitám, které v posledních letech budí čím dál větší pozornost a stávají se tahouny návštěvnosti turistických destinací. Také turistická oblast Opavské Slezsko nabízí řadu technických zajímavostí, z nichž nejvýznamnější jsou historická vojenská opevnění a větrné mlýny.

Národní památník II. sv. války v Hrabyni - expozice věnovaná budování pohraničního opevnění a pamětní síň se sarkofágem k uctění obětí II. světové války

Areál ČS opevnění Hlučín-Darkovičky - evropsky vysoce ceněná prezentace ojedinělého pevnostního systému

Rozhledna Šibenice – jedinečná betonová rozhledna, která svým tvarem připomíná vojenský bunkr

MO-S 8 Dvůr Paseky - první vybetonovaný pěchotní srub v Československu, II. stupeň odolnosti

MO-S 11 U Posedu - pěchotní srub se zbytky úzkorozchodné železnice, II. stupeň odolnosti

MO-S 17 U Štípek - pěchotní srub stropem vzhůru nohama, II. stupeň odolnosti

MO-S 18 V oboře - pěchotní srub levostranný, II. stupeň odolnosti

Lehké opevnění vzor 37 A 140Z – tzv. řopík vybavený lafetami pro kulometry, periskopy, ventilátorem a ženijním náradím

MO-S 19 V Aleji – pěchotní srub oboustranný, III. stupeň odolnosti

MO-Or-S 20 U Orla – tvrzový pěchotní srub oboustranný

MO-S 21 U Jaroše - pěchotní srub oboustranný, III. stupeň odolnosti

MO-S 22 U Františka - pěchotní srub oboustranný, III. stupeň odolnosti

MO-S 24 U Signálu - pěchotní srub oboustranný s originálním muničním výtahem, III. stupeň odolnosti

MO-S 33 Kozmice - pěchotní srub oboustranný, II. stupeň odolnosti

Dělostřelecká tvrz Smolkov – první dokončená tvrz v Československu

Objekt I/27/A-200Z – řopík na ostrově

OP-S 10 Na Křižovatce - pěchotní srub oboustranný po výbuchu munice, III. stupeň odolnosti

OP-S 17 Nad Silnicí - pěchotní srub oboustranný, II. stupeň odolnosti, zde proudila hlavní kolona německé armády bez boje

OP-S 21 Na Cvičišti - pěchotní srub oboustranný, II. stupeň odolnosti, zde probíhaly za II. sv. války těžké boje o Opavu

OP-S 25 U Trigonometru – pěchotní srub oboustranný se dvěma pevnostními kanóny, III. stupeň odolnosti

OP-S 38 U pomníku - pěchotní srub oboustranný, III. stupeň odolnosti

Větrný mlýn v Cholticích - Památkově chráněný mlýn německého typu z roku 1833 v obci Litultovice v městské části Choltice, kam byl převezen z nedaleké obce Sádek.

Větrný mlýn v Hlavnici - Dřevěný větrný mlýn sloupového typu byl postaven v roce 1810. Je stále dobře zachovalý, v roce 1974 byl opatřen novými křídly a znovu zastřešen, ale vnitřní zařízení opraveno nebylo. Je zde možnost zajímavého ubytování pro všechny, kteří mají kladný vztah k přírodě, nocovat se dá v hlavní budově, kde se topí v kamnech nebo dobové peci a v patrových dobových srubech.

Weisshuhnův kanál - Kanál sloužil v minulosti jako papírenský splav a dodnes je v provozu.

Tab. 6: Dopravní dostupnost industriálních a technických památek

Název zařízení	Dopravní dostupnost	Přístupnost
Větrný mlýn v Cholticích	Pěší, kolo	Ano, celoročně
Větrný mlýn v Hlavnici	Pěší, kolo (auto cca 1 km)	Ano, celoročně
Weisshuhnův kanál	Pěší, kolo	Ano, celoročně
Opavský pivovar	pěší, kolo, auto	Nepřístupné (v zásadní rekonstrukci)
Vodní mlýny	Pěší, kolo, auto	Částečně přístupné

Měnič elektrického proudu	Pěší, kolo (auto do 500 m)	Celoročně na objednávku
Vodárenská nádrž na nádraží Opava-východ	Pěší, kolo, auto	Celoročně vlastníkem čně na základě dohody s
Nedokončená trať Opava Fulnek	Pěší, kolo, auto	Celoročně přístupné

Zdroj: Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Opavské Slezsko

Mimo výše uvedené se v turistické oblasti nachází řada dalších významných technických památek, mimo jiné i přehradní nádrž Kružberk.

4.1.4 Muzea, galerie a ostatní kulturní zařízení

V řešeném území se nachází celá řada muzeí, galerií, divadel a dalších kulturních a zábavních zařízení. Mezi nejvýznamnější muzea lze zařadit níže uvedené:

- Slezské zemské Muzeum v Opavě,
- Zámecké Muzeum Kravaře,
- Městské Muzeum břidlice – Budišov nad Budišovkou
- Slezské Divadlo
- Muzeum Hlučínska v Hlučíně
- Skanzen lidových tradic v Bolaticích
- Muzeum Chuchelná s expozicí II. sv. války

Tab. 7: Dopravní dostupnost muzeí, galerií a ostatních kulturních zařízení

Název zařízení	Dopravní dostupnost	Přístupnost
Slezské zemské Muzeum v Opavě	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně
Dům umění v Opavě	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně
Obecní dům	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně
Galerie Hradec nad Moravicí	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně (po domluvě)
Galerie v kostele v Kružberku	Pěší, kolo, auto	Ano celoročně (po domluvě)
Zámecké Muzeum Kravaře	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně (po domluvě)
Městské Muzeum břidlice – Budišov nad Budišovkou	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně (po domluvě)
Slezské Divadlo	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně
Muzeum Hlučínska v Hlučíně	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně
Skanzen lidových tradic v Bolaticích	Pěší, kolo, auto, vlak	Červen-zář
Muzeum Chuchelná	Pěší, kolo, auto, vlak	Ano celoročně

Zdroj: Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Opavské Slezsko

4.1.5 Nejvýznamnější události (eventy) Opavského Slezska

Turistická oblast Opavské Slezsko je dějištěm řady významných událostí lokálního, regionálního, národního, ale i mezinárodního významu, které jsou magnetem návštěvníků a zajišťují významnou publicitu (neplacenou reklamu) turistické oblasti. Mezi nejvýznamnější patří zejména:

- Štěrkovna open music,
- Kravařský odpust,
- Bezručova Opava,
- Další břehy,
- Otické zelné slavnosti

4.1.6 Rodáci a významné osobnosti

Z turistického regionu Severní Morava a Slezsko pochází řada osobností a mnoho z nich se narodilo přímo v Opavském Slezsku. Na počest většiny osobností existují v jejich rodných městech muzea, rodné domy, pomníky apod. Zde jsou uvedeny nejvýznamnější osobnosti:

- Joy Adamsonová – spisovatelka a ochránkyně zvířat,
- Petr Bezruč – básník,
- Heliodor Píka – vojenský generál,
- Jan Kubiš – výsadkář operace Anthropoid,
- J.M.Olbrich – světově významný architekt,
- Leopold Bauer – architekt,
- Vladislav Vančura – spisovatel, filmový režisér a scénárista,
- Ivo Žídek – operní pěvec,
- Karel Engliš – ekonom a 1. Československý ministr financí,
- Pavel Josef Vejvanovský – hudební skladatel,
- Cyprián Lelek – národní buditel,
- August Scholtis – spisovatel,
- Jiří Janda – sochař,
- Josef Seyfrid – architekt,
- Ludmila Hořká – spisovatelka,
- Jana Schlossárková – spisovatelka,
- Anna Malchárková – spisovatelka,
- Eva Tvrdá – spisovatelka,
- Ludmila Rumanová – spisovatelka,
- Karel Schintzel – vynálezce barevné fotografie,

4.2 Přírodní atraktivity

Přírodní potenciál TO Opavské Slezsko je důležitým předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu v této oblasti. Vytváří totiž podmínky pro řadu typů turismu, od aktivního vyžití, přes relaxační pobyty až po poznávací cestovní ruch. Jen mírně zvlněný terén skýtá příležitosti pro aktivní turistiku (pěší turistika, cykloturistika apod.), přírodní pozoruhodnosti potom vytvářejí možnosti pro poznávací turistiku. Prostředí je však ideální i pro relaxační pobyty.

4.2.5 Chráněná území a objekty

V rámci TO Opavské Slezsko se nevyskytuje žádné velkoplošné zvláště chráněné území (typu CHKO, Národní park). Existuje pouze 77 maloplošných zvláště chráněných území či krajinných prvků. V rámci TR Severní Morava a Slezsko bylo evidováno celkem 143 maloplošných chráněných území. Jedná se o:

- 7 národních přírodních památek,
- 10 národních přírodních rezervací,
- 56 přírodních památek,
- 70 přírodních rezervací (zejména přírodní park Moravice),
- 26 památných stromů.

Maloplošná zvláště chráněná území:

- 1 národní přírodní rezervace (Kaluža),
- 12 přírodních rezervací (Koutské a Zábřežské louky, Valach, Hořina, Černý les u Šilheřovic, Dařanec, Hvozdnice, Hněvošický háj, Nové Těchanovice apod.),
- 1 národní přírodní památka (Odkryv v Kravařích).
- 7 přírodních památek (Černý důl, Heraltický potok, Hůrky, Otická sopka apod.)

4.3 Podmínky pro turistiku

Pestrá krajina s širokou paletou atraktivit je protkána řadou značených pěších turistických i cykloturistických tras.

4.3.5 Naučné stezky

V turistickém regionu Severní Morava a Slezsko se nachází řada atraktivních (cca 58) naučných stezek, z toho v TO Opavské Slezsko jich je 10. Následující tabulka popisuje délku a tematické zaměření naučných stezek Opavského Slezska.

Tab. 8: Naučné stezky Opavského Slezska

Název	Zaměření	Počet zastávek	Km
Lesní naučná stezka v Chuchelenském lese	Fauna a flóra našich lesů	2x posezení + 4x tabule + 40 ks malých tabulí	5,8
Areál opevnění Darkovičky	Vojenská historie	10	6,5
Areál opevnění Milostovice	Vojenská historie		
Městskými parky Opavy	Stromy, parky, sochy	18	2
Městská NS Hradec nad Moravicí	Vlastivědná naučná stezka	11	3,5
Přírodní park Mariánské louky	Příroda, historie, technické památky	5	1,9
Raduň – Jakubčovice	Vojenská historie	3	7,5
Lovecká stezka Lichnovských	Příroda	4	6
Hvozdnice	Příroda	15	9,5
Hanuše	Příroda	7+3	4,5
Břidlicová stezka	Geologie, paleontologie	13	33

Zdroj: Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Opavského Slezska

4.3.6 Cyklotrasy

Turistická oblast nabízí hustou síť značených cyklotras s různým stupněm obtížnosti (přes výlety pro rodiny s dětmi až po obtížnější, které vedou v komplikovanějším terénu). Oblíbené jsou rovněž tematické cyklotrasy. Mezi nejvýznamnější cyklotrasy patří:

- Páteční cyklotrasa č. 55 Slezská magistrála,
- Cyklotrasa č. 6159 Úvalno - Sosnová – Bratříkovice,
- Cyklotrasa č. 6160 Holasovice- Brumovice – Horní Benešov,
- Cyklotrasa č. 6091 Hať – Bohuslavice- Bolatice,
- Cyklotrasa č. 6092 Píšť – Chuchelná - Kravaře,
- Cyklotrasa č. 6200 Hlučín – Dobroslavice- Velká Polom – Chabičov- Mokré Lazce,
- Cyklotrasa č. 6199 Hrabyně – Nove Sedlice,
- Cyklotrasa č. 6141 Ostrava- Kyjovice – Pustá Polom – Hradec nad Moravicí,
- Cyklotrasa č. 6140 Ostrava- Kyjovice – Pustá Polom – Raduň- Opava,
- Cyklotrasa č. 6167 Opava- Stěbořice – Hlavnice,
- Cyklotrasa č. 6055 Kravaře – Sudice,
- Cyklotrasa č. 551 Opava – Hradec nad Moravicí – Vítkov – Kružberk.

4.3.7 Vodní turistika

Na území turistického regionu Severní Morava a Slezsko lze pro vodácké účely využívat celkem cca 500 km řek všech obtížností. Potenciál vodní turistiky je však oproti jiným turistickým oblastem a regionům relativně nízký. Nejvýznamnější sjízdnou řekou v TO je Moravice (sjízdna při vyšším vodní stavu nebo nadlepšování průtoku z VD Kružberk). Celoročně sjízdna je řeka Opava. V oblasti vodáctví postupně nastává rozvoj, vodácké spolky připravují řadu akcí (nejen každoroční odemykání a zamykání), ale také vytvářejí zázemí pro vodáky – např. zastávky pro občerstvení. Přehrady nacházející se na území TO jsou využitelné pro další vodní sporty jako jachting a windsurfing, Hlučínská štěrkovna (možnost zapůjčení vybavení).

4.3.8 Hipoturistika

Hipoturistika v celém Moravskoslezském kraji představuje stále spíše perspektivu než významný existující produkt. Rovnoměrně po celém turistickém regionu fungují jízdárny, avšak nedostatečné je množství hipostezek. Hůře je na tom venkovská turistika. Potenciál agroturistiky stoupá se stále se zvyšujícím zájmem podstatné části společnosti o zdravý životní styl, kvalitní a bezpečné potraviny a vesnický způsob života. Počet zařízení poskytující produkty spojené s agroturistikou je však málo, ve většině případů je nevyhovující také jejich zařízení, nízká je celková kapacita lůžek. V současné době venkovská turistika ani hipoturistika nepředstavuje významnou konkurenční výhodu, nicméně určitý potenciál turistická oblast má.

Zařízení poskytující podmínky pro hipoturistiku a agroturistiku:

- Štěpánkovice (hřebčín Albertovec),
- Jezdecký klub Steally Hradec nad Moravicí,
- Sportovní klub Starý mlýn Opava,
- Dětský ranč v Hlučíně,
- Jezdecký klub v Hati,
- Jezdecký klub v Markvartovicích,
- Jezdecký klub v Bělé,
- Jezdecký klub ve Velkých Hošticích,
- Jezdecký klub Agrostil Otice.

4.4 Ostatní atraktivita a infrastruktura CR

4.4.5 Rozhledny, vyhlídkové stavby a místa dalekého rozhledu

Mezi nejatraktivnější turistické cíle patří rozhledny a vyhlídkové stavby, kterých je v České republice již více než 200 a jejich počet neustále roste. Vzhledem k reliéfu turistické oblasti je možné využít jednu rozhlednu Šance (u Jakubčovic) a několik vyhlídkových míst a budov (Bezručova vyhlídka v Hradci nad Moravicí, Hláška - věž budovy radnice v Opavě, kostel sv. Hedviky - věž kostela).

4.4.6 Sportovní zařízení využívaná pro turismus

Města a obce turistické oblasti nabízí řadu sportovních zařízení využitelných pro turismus. Je třeba zmínit existenci sportovních a relaxačních center a víceúčelových hal, např.:

- Buly aréna v Kravařích s širokým spektrem sportovních zařízení,
- Sportovní hala Hlučín,
- Sportovní hala Vítkov,
- Víceúčelová hala Opava,
- Zimní stadión Opava,
- Půjčovna loděk Vítkov – Podhradí.

4.4.7 Aquaparky, bazény, koupaliště a rekreační vodní plochy

V ČR se nachází přes 40 vodních areálů vybavených moderními atrakcemi. Jen v Moravskoslezském kraji bylo v posledních letech vybudováno pět nových aquaparků, z toho jeden se nachází v turistické oblasti Opavské Slezsko, a to v Kravařích a bezpochyby patří k nejlepším v kraji. Kromě tohoto aquaparku se na území turistické oblasti nachází celá řada koupališť (např. Opava, Vítkov, Bolatice).

Ke koupání lze rovněž využít přírodní rekreační vodní plochy:

- Štěrkovna Hlučín (možnost vodního lyžování),
- Přírodní koupaliště Stříbrné jezero (Sádrák),
- Zatopený lom Šífr ve Svobodných Heřmanicích.

Z hlediska vodní turistiky lze konstatovat, že podmínky pro její rozvoj jsou dobré, vodácká turistika je však závislá na dostatečném průtoku Moravice.

4.4.8 Zimní sporty

Turistická oblast nemá vhodné podmínky pro zimní sporty, ať už pro běžecké nebo sjezdové lyžování, byť jsou zde dva lyžařské areály - Vaňkův kopec u Budišovic a Ski areál Guntramovice.

4.4.6 Golf

V posledních dvou desetiletích se podmínky pro golf v České republice velmi zlepšily a i v Moravskoslezském kraji je golf fenoménem. Během několika let byla vystavěna kvalitní golfová hřiště v Kravařích, Šilheřovicích, Čeladné a Ropici, v roce 2008 bylo otevřeno páté hřiště na Ostravici. Díky tomu se region zařadil mezi vyhledávané golfové lokality v rámci středoevropského prostoru. Golfová hřiště v Moravskoslezském kraji jsou koncipována především pro klientelu s vyššími příjmy, proto disponují řadou doprovodných služeb kvalitní úrovně, nicméně snaha je zapojit do golfu i širokou veřejnost. V turistické oblasti je možné provozovat golf na následujících místech:

- Golf Kravaře nabízí osmnáctijamkové hřiště.
- Golf Šilheřovice nabízí 18 jamkové mistrovské golfové hřiště, jedno z nejstarších v České republice.

4.5 Profesionální cestovní ruch

Profesionální cestovní ruch je v následujícím popisu chápán jako kongresový a incentivní cestovní ruch. Incentivní cestovní ruch je pobídková forma turistiky uplatňovaná ve vztahu mezi organizacemi a jejich zaměstnanci, popř. klienty k motivování a posilování sociálních vazeb. Jedná se například o školení, porady či obchodní jednání uskutečňovaná v atraktivním prostředí mimo sídlo organizace, zpravidla s doprovodným programem. V incentivní turistice mají jasnou převahu tzv. out – door - activities (aktivity prováděné v přírodě – horská turistika, lety balónem, lanové aktivity), kdy je snahou nabízet účastníkům jedinečné zážitky. Kongresový cestovní ruch se řadí k ekonomicky nejefektivnějším typům cestovního ruchu, vyžaduje ovšem široký okruh služeb a aktivní přístup celého regionu.

Vybavenost je ve srovnání s nejvýznamnějšími centry kongresové a incentivní turistiky v České republice průměrná, ve srovnání s jednotlivými turistickými oblastmi Moravskoslezského kraje podprůměrná. Významné kapacity se nacházejí v Ostravě a v Beskydech. Za nejvýznamnější zařízení pro kongresovou a incentivní turistiku v turistické oblasti lze považovat následující objekty:

- Hotel Buly Arena (2 sály s kapacitou 100 a 30 osob),
- Hotel Opava (konferenční místnost o kapacitě 50 míst),
- Kulturní dům Na Rybníčku Opava (kongresový prostor o kapacitě 460 míst),
- Obecní dům Opava (konferenční prostor o kapacitě 100 míst),
- Historický sál Minoritského kláštera (kapacita 100 míst),
- Kulturní dům Dolní Benešov (kapacita 1000 míst),
- Kulturní dům Hlučín,
- Kulturní dům Otice (kapacita 200 míst).

4.6 Návštěvnost vybraných atraktivit a objektů

Podle výsledků výzkumu Ústavu lázeňství, gastronomie a turistiky Slezské univerzity v Opavě přijíždějí návštěvníci do turistické oblasti Opavské Slezsko nejčastěji z důvodu zábavy (26%), poznání (25%), odpočinku a rekreace (20%). Například návštěvnost Slezského zemského muzea včetně Arboreta v Novém dvoře dosahuje více než 95 tis. osob ročně, zámky Hradec nad Moravicí a Raduň pak cca 40 tis., resp. cca 20 tis. osob ročně dle statistiky NIPOS (Národní informační a poradenské centrum pro kulturu) pro rok 2018.

4.7 Nabídka produktů a produktových balíčků, zážitkový turismus

Současné globální trendy ukazují, že čím složitější jsou produkty, tím komplikovanější a náročnější je prodej. V současnosti je nejsilnějším trendem vytváření tzv. customizovaných balíčků. Aktivní zákazníci si chtějí vytvářet vlastní balíčky, to znamená, že si vybírají různé komponenty a platí jeden celek v jedné transakci. Tato nabídka je klíčová pro úspěchy na trhu a zaznamenává rychlý růst poptávky. Zážitky jsou relativně novým produktovým segmentem, který se neustále nachází ve stádiu vývoje. Jedná se o atraktivní dílčí produkty, které průřezově využívají i jiné produktové segmenty (např. sport, relax a wellness, adrenalin apod.). Mezi nosné produkty turistické oblasti Opavské Slezsko patří:

- Opevněná hranice (Opavské Slezsko),
- Krajina Břidlice (Vítkovsko),
- Týden Slezské kuchyně (Opavské Slezsko).

4.8 Doprovodné služby

Doprovodné služby patří z pohledu marketingu cestovního ruchu zpravidla k tzv. hygienickým faktorům, tedy k faktorům, jejichž existence nemotivuje k návštěvě, ale jejichž absence nebo špatná kvalita způsobuje nespokojenost. Zde mimo jiné patří v rámci sektoru cestovního ruchu i služby ubytovací a stravovací.

4.8.5 Ubytování a stravování

Struktura ubytovacích a stravovacích služeb v Opavském Slezsku je různorodá. Najdeme zde hotely spadající do kategorie ****, kategorie ***, ale i turistické ubytovny a kempy, které nabízejí své kapacity méně movitým turistům, nebo těm, kterým takové ubytování vyhovuje. Počet ubytovacích zařízení se v průběhu posledních let téměř nezměnil. Některá zařízení zanikají či omezují svůj provoz a naopak některá nová vznikají. Rozvoj ubytovacích a stravovacích služeb v turistické oblasti negativně ovlivňuje skutečnost, že řada zařízení nemá dodnes vlastníka, který by byl specialistou na provozování takovýchto aktivit (provoz tak má leckdy charakter pokusu a omylu). Rovněž charakter těchto objektů nevyhovuje dnešním požadavkům náročné klientely, ale často ani požadavkům klientely domácí a neodpovídá mezinárodním standardům. Mnohá zařízení nejsou certifikována dle existujících standardů. Certifikace ubytovacích zařízení by vedla ke srovnatelnosti úrovně kvality mezi ubytovacími zařízeními a ke zpřehlednění pro turisty. Celkově vzato jsou ubytovací kapacity v turistické oblasti stále slabinou cestovního ruchu. Většina zařízení má zastaralé vybavení, slabou stránkou je rovněž slabá úroveň vzdělání personálu, z čehož plyne nízká úroveň poskytovaných služeb. Opavské Slezsko patří v rámci MSK k méně vybaveným, což dokládá tabulka č. 9, vycházející z oficiálních dat ČSÚ k 31.12.2018.

Tab. 9: Vybavenost turistických oblastí MSK ubytovacími kapacitami v HUZ

Turistické oblasti	Počet HUZ	Počet lůžek v HUZ	Podíl na HUZ	Podíl na lůžkách	Průměrná velikost HUZ (počet lůžek na HUZ)
Beskydy - Valašsko	182	9 015	29,59%	29,30%	49,53
Jeseníky - východ	161	6 772	26,18%	22,01%	42,06
Opavské Slezsko	61	3 042	9,92%	9,89%	49,87
Ostravsko	73	5 741	11,87%	18,66%	78,64
Poodří	29	1 293	4,72%	4,20%	44,59
Těšínské Slezsko	109	4 910	17,72%	15,96%	45,05
MSK celkem			100,00%	100,00%	50,04

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

Obecně lze říci, že pro potřeby marketingu je důležitější kvalitativní úroveň ubytovacích zařízení než absolutní počty těchto zařízení a jejich lůžek. V této oblasti dochází v posledních letech ke zlepšení. Vznikají nové hotely vyšší kategorie (např. Hotel Buly Aréna). Turisté přijíždějící do tohoto regionu se ubytovávají nejčastěji v soukromí, u rodiny či přátel, dále v hotelích, kempech a penzionech. Pokud se ubytovávají v hotelích, upřednostňují hotely vyšší kategorie (tříhvězdičkové a více). V následující tabulce jsou uvedena vybraná ubytovací zařízení nacházející se v turistické oblasti a nabízející různou kvalitu služeb.

Tab. 10: Vybavenost turistické oblasti Opavské Slezsko ubytovacími kapacitami

Obec	Název zařízení	Typ ubytování	Lůžková kapacita
Opava	Apartmány Kramer	penzion	24
Opava	Hotel Iberia	Hotel ***	46
Opava	Hotel Katerain	Hotel (****)	50
Opava	Hotel Koruna	Hotel ***	64
Opava	Hotel Opava	Hotel ****	48
Opava	Parkhotel Opava	Hotel ***	40
Opava	Penzion A club	Penzion	28
Opava	Motel Oasa	Motel	60
Opava	Penzion Formanka	Penzion	18
Opava	Penzion Dagmar	Penzion	21
Opava	Penzion Na kurtech	Penzion	11
Opava	Penzion Raketa Bowling	Penzion	16
Opava	Penzion U Slunce	Penzion	4
Opava	Studio 58	Penzion	16
Hlučín	AM Caffè	Penzion	4

Hlučín	Ubytovna SRA Hlučín	Ubytovna	40
Hlučín	Chatky a bungalovy SRA Hlučín	autocamp	56
Hlučín	Autocamp SRA Hlučín	autocamp	několik desítek
Hlučín	Penzion Rodos	penzion	18
Hlučín	Penzion HEVIL	penzion	8
Hlučín	Penzion Sv. Florián	penzion	12
Hlučín	Penzion Stará Celnice	penzion	5
Hlučín	Penzion Azalka	penzion	21
Kravaře	Hotel Buly Aréna	Hotel ***	60
Kravaře	Penzion Buly Centrum	Penzion	22
Šilheřovice	Golf hotel u sv. Jana	Hotel ***	25
Šilheřovice	Hotel Golf	Hotel garni	42
Bělá	Penzion Bělá	Penzion	18
Velké Hoštice	Penzion Darja	Penzion	7
Dolní Benešov	Penzion Herta-Kos	Penzion	20
Háj ve Slezsku	Penzion Kamenec	Penzion	20
Velké Hoštice	Penzion u Bouchače	Penzion	10
Bolatice	Penzion U fontány	Penzion	4
Bolatice	Turistická ubytovna Kondor	Ubytovna	38
Bohuslavice	Penzion U kostela	penzion	11
Markvartovice	Ubytování v soukromí	Ubytovna	8
Hať	Penzion U sv. Mikuláše	Penzion	10
Kozmice	Penzion U krokodýla	Penzion	22
Štěpánkovice	Penzion Albertovec	Penzion	16
Staré Těchanovice	Hotel Davidův Mlýn	Hotel	70
Kružberk	Rybářská chata Kružberk	Penzion	24
Kružberk	Penzion Velké sedlo	Penzion	46
Moravice	ÚHS Jánské koupele	Turistická ubytovna	155
Moravice	Rekreační středisko U brodu	Turistická ubytovna	38
Moravice	Rekreační středisko Bílá Holubice	Turistická ubytovna	68
Vítkov	Středisko volného času	Turistická ubytovna	45
Vítkov	Rekreační středisko Hadinka	Turistická ubytovna	56+ stany
Vítkov	Františkův dvůr	Turistická ubytovna	28
Vítkov	Autocamp Podhradí	autokemp	21 + stany
Vítkov	Autokemp Balaton	autokemp	24 + stany
Hradec nad Moravicí	Hotel Belaria	Hotel	40
Hradec nad Moravicí	Hotel Červený zámek	Hotel	41
Hradec nad Moravicí	Hotel Sonáta	Hotel **	38
Hradec nad Moravicí	Kemp Dery	kemp	90+ stany
Hradec nad Moravicí	Štrauska	penzion	8
Hradec nad Moravicí	Penzion dobré pohody	penzion	43
Hradec nad Moravicí	Ubytovna Betlém	Ubytovna	35
Hradec nad Moravicí	U Dhlů	penzion	14
Hradec nad Moravicí	Na Desítce	Ubytovna	12
Hradec nad Moravicí	Ubytovna Babinec	Ubytovna	9

Zdroj: Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Opavské Slezsko

V turistické oblasti existuje celá řada stravovacích kapacit, které musí denně obsloužit několik set klientů. Kvalita těchto zařízení není vždy na odpovídající úrovni. Na druhou stranu je gastronomie turistické oblasti specifická a může být významnou konkurenční výhodou. Závěrem lze říci, že struktura ubytovacích a stravovacích zařízení v turistické oblasti ne vždy neodpovídá poptávce. Rovněž vytíženost ubytovacích kapacit je dlouhodobě nízká a tento trend se daří zlepšovat jen pomalu.

4.8.6 Informační služby

Síť informačních center je prověřeným a účinným nástrojem rozvoje cestovního ruchu zabezpečujícím kontakt návštěvníků se subjekty cestovního ruchu v regionu. Informační centra poskytují v místě svého působení informační servis a různé služby spojené se zajištěním cestovního ruchu. Obecným posláním informačních center je nabízet bezplatný informační servis turistům a místním občanům, podrobné informace o příslušném místě a jeho okolí, kapacity ubytovacích zařízení, přehled penzionů, hotelů, restaurací, kulturní památky, zajímavá turistická místa, tipy na výlety, sportovní a kulturní akce, provozní dobu sportovních a kulturních zařízení, případně další aktivity cestovního ruchu, jako např. informace o odjezdech autobusů a vlaků či prodej obchodního a doplňkového zboží (knihy, mapy, průvodce, upomínkové předměty). Rozsah informačních center dokumentuje následující přehled. Není to však výčet zcela vyčerpávající. Funkci informačních center plní v turistické oblasti i některá další místa, zejm. při ubytovacích zařízeních, při vybraných prodejnách, informační centra ČD a další.

Tab. 11: Informační centra v turistické oblasti Opavské Slezsko

Obec/město	Název	Web
Opava	Městské informační centrum	http://www.infocentrum.opava.cz/
Hlučín	Informační centrum Hlučín	http://www.info.hlucin.com/
Kravaře	Informační centrum Kravaře	http://cz.i-kravare.info/
Vítkov	Informační centrum města Vítkova	http://www.vitkov.info/turistika/
Hradec nad Moravicí	Turistické informační centrum	http://www.muhradec.cz/infocentrum/

Zdroj: Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Opavské Slezsko

4.8.7 Ostatní doprovodné služby

Pro cestovní ruch je stěžejní doprovodná infrastruktura a služby, které rozšiřují možnosti volnočasových aktivit a přispívají k prodloužení doby pobytu. V turistické oblasti částečně chybí vhodná turistická infrastruktura a doprovodné služby prodlužující sezónnost především se zaměřením na cílovou skupinu rodiny s dětmi. Pro zvýšení návštěvnosti je v tomto ohledu důležité vytvoření kvalitní sítě doprovodné infrastruktury (např. orientačně - informační systémy, přístřešky, posezení) a provázanost s doplňkovými službami (např. cyklobusy, cykloservisy, půjčovny sportovních potřeb – elektrokola, lodky apod.). Nedostatečné investice do ubytovacích a stravovacích zařízení způsobily nevyhovující nebo zcela chybějící standardní doprovodné služby (sportovní zařízení, úschovny a půjčovny kol, parkovací plochy apod.). Mnohá zařízení nejsou certifikována dle existujících standardů a obvykle ani personál není na požadované profesionální úrovni (jazyková vybavenost, jednání s klientem apod.).

5 Analýza poptávky v MSK a v TO Opavské Slezsko

Analýza poptávky cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji a ve vymezeném území vychází ze tří základních zdrojů – statistická šetření ČSÚ, monitoring návštěvníků v ČR (organizován za celou ČR agenturou CzechTourism) a vlastní šetření ve spolupráci se Slezskou univerzitou v Opavě, Ústavem lázeňství, gastronomie a turismu.

5.1 Analýza monitorovacích systémů a systémů zpětné vazby

Jedním z dlouhodobých problémů rozvoje cestovního ruchu je nedostatek informací pro rozhodovatele, ať již se jedná o orgány místní správy a samosprávy nebo o podnikatelské subjekty. Proto Destinační management Opavské Slezsko, z.s. již několik let financuje hodnocení plnění základního kvantitativního cíle marketingové strategie a hodnocení návštěvnosti TO z pohledu příjmů z cestovního ruchu v TO a jejich dopadu na veřejné rozpočty. Zdrojem informací o návštěvnosti jsou oficiální data Českého statistického úřadu (dále ČSÚ) a vlastní data. Jedná se o data, která se týkají turistů, tedy těch, kteří se alespoň jednou během pobytu v destinaci ubytují v hromadném ubytovacím zařízení (hotel, penzion, kemp apod.) nebo v individuálním ubytovacím zařízení. Zdrojem informací potřebných pro výpočet útrat ubytovaných hostů jsou data ČSÚ o návštěvnosti a marketingová šetření Slezské univerzity v Opavě, agentury Ipsos Tambor ČR (rezidenti) a agentury STEM/MARK (nerezidenti), která se mimo jiné zabývají i průměrnou denní útratou rezidenta/nerezidenta. Zdrojem informací pro kvalifikovaný odhad zaměstnanosti v cestovním ruchu v destinaci jsou vypočtené útraty

ubytovaných hostů a relevantní údaje MPSV. Zdrojem informací pro výpočet příjmů veřejných rozpočtů z útrat ubytovaných hostů jsou relevantní údaje studie KPMG zpracované pro MMR.

5.2 Vývoj poptávky dle statistických údajů

Základními ukazateli poptávky jsou vývoj počtu příjezdů hostů (turistů) a délka pobytu hostů v cílové destinaci. Z pohledu hodnocení samotného vymezeného území Opavského Slezska je východiskem zejména monitoring návštěvníků. Vývoj poptávky se statisticky lépe eviduje u větších územních celků, jako je např. ČR, kraje, turistické regiony. Nicméně, lze získat i oficiální data ČSÚ týkající se poptávky po nabídce turistických oblastí. V rámci turistické oblasti Opavské Slezsko je sledován vývoj několika ukazatelů: počet příjezdů hostů ubytovaných v HUZ v členění na rezidenty a nerezidenty, počet přenocování hostů (výkonnostní ukazatel), průměrná doba pobytu, čisté využití lůžek a počet lůžek. Rovněž je sledováno plnění základního kvantitativního cíle marketingové strategie, tj. nárůst návštěvnosti o 3% ve srovnání s výchozím rokem 2012.

Tab. 12: Vývoj návštěvnosti v TO Opavské Slezsko v období 2012 - 2018

Stav k 31.12.	Počet příjezdů hostů	z toho rezidenti	z toho nerezidenti	Počet přenocování	z toho rezidenti	z toho nerezidenti	Průměrná doba pobytu	Čisté využití lůžek (%)	Počet lůžek
2012	54 274	44 422	9 852	137 361	113 051	24 310	3,5	11,9%	3 169
2013	51 742	42 415	9 327	121 462	99 458	22 004	3,3	11,0%	3 019
2014	60 104	48 677	11 427	140 968	113 604	27 364	3,3	12,4%	3 113
2015	68 141	54 716	13 425	153 163	120 168	32 995	3,2	13,3%	3 149
2016	66 801	54 485	12 316	153 766	124 874	28 892	3,3	13,6%	3 100
2017	66 707	56 268	10 439	155 635	130 499	25 136	3,3	14,8%	2 883
2018	84 329	70 435	13 894	188 821	158 170	30 651	3,2	17,0%	3 042

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

Tab. 13: Plnění základního kvantitativního cíle marketingové strategie

Stav k 31.12.	Počet příjezdů hostů	z toho rezidenti	z toho nerezidenti	Počet přenocování hostů	z toho rezidenti	z toho nerezidenti
2012	54 274	44 422	9 852	137 361	113 051	24 310
2013	51 742	42 415	9 327	121 462	99 458	22 004
Index 2013/2012	0,95	0,95	0,95	0,88	0,88	0,91
2014	60 104	48 677	11 427	140 968	113 604	27 364
Index 2014/2012	1,11	1,10	1,16	1,03	1,00	1,13
2015	68 141	54 716	13 425	153 163	120 168	32 995
Index 2015/2012	1,26	1,23	1,36	1,12	1,06	1,36
2016	66 801	54 485	12 316	153 766	124 874	28 892
Index 2016/2012	1,23	1,23	1,25	1,12	1,10	1,19
2017	66 707	56 268	10 439	155 635	130 499	25 136
Index 2017/2012	1,23	1,27	1,06	1,13	1,15	1,03
2018	84 329	70 435	13 894	188 821	158 170	30 651
Index 2018/2012	1,55	1,59	1,41	1,37	1,40	1,26

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

S výjimkou roku 2013 rostla ve sledovaném období návštěvnost ve srovnání s rokem 2012 u rezidentů i nerezidentů, což se následně projevilo i v plnění cíle marketingové strategie. Na konci sledovaného období, tj. v roce 2018 činil nárůst počtu příjezdů hostů ve srovnání s rokem 2012 55%, z toho u rezidentů 59% a nerezidentů 41%. Počet přenocování hostů vzrostl v roce 2018 ve srovnání s rokem 2012 o 37%, z toho u rezidentů o 40% a nerezidentů 26%. Z toho se dá usoudit, že marketingová

činnost destinační společnosti byla zvládána velmi dobře. Významný je rovněž podíl zahraničních turistů (nerezidentů) na celkovém počtu turistů, tj. 19,7%. Podle údajů ČSÚ se jedná především o turisty z Polska, Slovenska, Německa, Nizozemska a Rakouska.

5.3 Poptávka dle monitoringu návštěvníků

Ústav lázeňství, gastronomie a turismu Slezské univerzity v Opavě provedl v roce 2018 v Opavském Slezsku marketingové šetření zaměřené na monitoring návštěvníků. Počet respondentů se u jednotlivých otázek pohyboval mezi 150 – 300. Výsledná data jsou uvedena v následujících tabulkách.

Tab. 14: Hlavní důvod návštěvy Opavského Slezska

Hlavní důvody návštěvy	%
Poznání	32%
Odpočinek, rekreace	21%
Turistika, sport	22%
Zdraví, rehabilitace	2%
Zábava	9%
Nákupy	1%
Návštěva příbuzných	6%
Pracovní důvody	3%
Jiné důvody	4%
CELKEM	100%

Zdroj: ULGAT Slezská univerzita v Opavě, zpracování vlastní

Tab. 15: S kým do Opavského Slezska

S kým	%
sám/sama	3%
s rodinou	41%
s partnerem/partnerkou	27%
s přáteli	22%
jiné	7%
CELKEM	100%

Zdroj: ULGAT Slezská univerzita v Opavě, zpracování vlastní

Tab. 16: Zdroj informací

Informační zdroj	%
Už jsem zde byl/a, mám dobrou osobní zkušenost	44%
Doporučení od přátel a blízkých	22%
Prostřednictvím sociálních sítí (profilů destinací, poskytovatelů služeb, atraktivit ...)	5%
Z webové stránky (weby destinací, poskytovatelů služeb, odborné weby ...)	18%
Z reklamy v médiích (tisk, rozhlas, televize)	3%
Prostřednictvím cestovní kanceláře (katalog, leták, web)	1%
Během účasti na veletrhu cestovního ruchu/prezentační akci	0%
Prostřednictvím slevového portálu	1%
Jiné	6%
Celkem	100%

Zdroj: ULGAT Slezská univerzita v Opavě, zpracování vlastní

Tab. 17: Výše průměrné denní útraty (bez dopravy do destinace)

Průměrná výše denní útraty	%
Do 200 Kč	5%
201 - 500 Kč	19%
501 - 1000 Kč	40%
1001 - 2000 Kč	22%
Více než 2000 Kč	14%
CELKEM	100%

Zdroj: ULGAT Slezská univerzita v Opavě, zpracování vlastní

5.4 SWOT analýza dle poptávky

SWOT analýza je metoda, jejíž pomocí je možné identifikovat interní faktory destinace, tj. silné stránky (Strengths) a slabé stránky (Weaknesses) a dále externí faktory destinace, tj. příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). Jedná se o metodu analýzy užívanou především v marketingu, ale také např. při analýze a tvorbě politik.

Tab. 18: SWOT analýza TO Opavské Slezsko dle poptávky

Silné stránky	Slabé stránky
Rostoucí návštěvnost zejména u rezidentů	Deficit kvalitních ubytovacích kapacit v obcích a městech Opavského Slezska.
Vysoká poptávka po produktech spojených s poznáváním turistické oblasti (32%).	Nedostačující nebo chybějící standardní doprovodné služby (sportovní zařízení, úschovny a půjčovny kol, parkovací plochy apod.).
Významný podíl na návštěvnosti u cílové skupiny rodiny s dětmi (41%).	
Návštěvnost destinace založená na spokojenosti návštěvníků a jejich referencích (66%).	
Poměrně vysoký podíl návštěvníků s vyššími útratami.	
Příležitosti	Hrozby
Rozvoj nabídky cestovního ruchu univerzitního města Opavy ve spolupráci se Slezskou univerzitou v Opavě a dalšími školami zabývajícími se cestovním ruchem.	Nerozšiřování produktové nabídky destinace.
Rozvoj oblastní produktové nabídky s využitím světově známých osobností (zahraniční a domácí cílové trhy) a osobností národního významu (domácí cílové trhy).	Zdravotní rizika (epidemie, pandemie), zvraty v ekonomice, přírodní katastrofy (povodně, vichřice apod.).
Rozvoj nabídky eventů s využitím významných historických událostí.	
Rozvoj oblastní produktové nabídky s využitím kulturních, industriálních a technických památek.	Omezená schopnost adekvátní reakce na poptávku z titulu jazykových bariér a neprofesionality v odvětví cestovního ruchu
Obnova a rozvoj původních gastronomických a folklórních tradic.	
Rostoucí zájem o krátkodobé (např. víkendové) pobyty.	
Rostoucí zájem o rekreační a rekondiční aktivity spojené s cykloturistikou (tematické cyklotrasy s	

využitím elektrokol) a pěší turistikou (pěší trasy, naučné stezky).	
---	--

Zdroj: Zpracování vlastní

5.5 Propočty přínosů/příjmů z CR v Opavském Slezsku

Významnou charakteristikou destinace jsou i celkové příjmy z cestovního ruchu. Pro turistickou oblast Opavské Slezsko byl na základě vlastní metodiky zpracovatele proveden orientační propočet přínosů cestovního ruchu.

Útraty ubytovaných hostů

Metoda výpočtu útrat ubytovaných hostů byla poprvé prezentována na mezinárodní konferenci COME AND STAY 2012 v Praze a v České republice byla vícekrát použita ve vybraných turistických oblastech a regionech České republiky. Metoda spočívá v přepočtu návštěvnosti na socioekonomické přínosy – útraty ubytovaných hostů a vychází ze statistických údajů ČSÚ, šetření rezidentů agenturou Ipsos Tambor ČR a šetření nerezidentů agenturou STEM/MARK. Výpočty jsou prováděny podle vztahu:

$$P = L_r \cdot U_r + L_n \cdot U_n$$

kde P jsou útraty hostů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních za dané období, L_r je počet přenocování rezidentů za dané období, U_r je průměrná útrata rezidenta v dané turistické oblasti, L_n je počet přenocování nerezidentů za dané období, U_n je průměrná útrata nerezidenta v České republice.

Tab. 19: Vývoj útrat ubytovaných hostů v období 2012 - 2018

Stav k 31.12.	Útraty ubytovaných hostů celkem (Kč)	Útraty rezidentů (Kč)	Útraty nerezidentů (Kč)
2012	86 918 588	53 224 928	33 693 660
2013	76 142 074	43 136 074	33 006 000
2014	95 707 788	55 893 168	39 814 620
2015	100 350 891	54 916 776	45 434 115
2016	96 851 702	57 067 418	39 784 284
2017	94 250 315	59 638 043	34 612 272
2018	120 026 067	77 819 640	42 206 427

Zdroj: Zpracování vlastní

Příjmy veřejných rozpočtů z útrat ubytovaných hostů

Příjmy veřejných rozpočtů jsou kalkulovány pouze v rámci útrat ubytovaných hostů. Jednodenní návštěvníci nejsou zahrnuti, protože ČSÚ počty jednodenních návštěvníků nesleduje. Ze studie KPMG zpracované v roce 2010 pro Ministerstvo pro místní rozvoj ČR vyplývá, že ze 100 Kč útraty ubytovaného hosta je 40,79 Kč odvedeno do veřejných rozpočtů ve formě přímých daní, sociálního pojištění a zdravotního pojištění. Z toho příjmy státního rozpočtu činí 71,4%, příjmy krajských rozpočtů 4,9%, příjmy obecních rozpočtů 12,3% a příjmy do zdravotního pojištění systému 11,4%.

Tab. 20: Vývoj příjmů veřejných rozpočtů z útrat ubytovaných hostů v období 2012 - 2018

Stav k 31.12.	Příjmy veřejných rozpočtů celkem (Kč)	z toho státní rozpočet (Kč)	z toho krajské rozpočty (Kč)	z toho obecní rozpočty (Kč)	z toho zdravotní pojišťovny (Kč)
2012	35 454 092	25 314 222	1 737 251	4 360 853	4 041 766
2013	31 058 352	22 175 663	1 521 859	3 820 177	3 540 652
2014	39 039 207	27 873 994	1 912 921	4 801 822	4 450 470
2015	40 933 128	29 226 254	2 005 723	5 034 775	4 666 377
2016	39 505 809	28 207 148	1 935 785	4 859 215	4 503 662
2017	38 444 703	27 449 518	1 883 790	4 728 699	4 382 696

2018	48 958 633	34 956 464	2 398 973	6 021 912	5 581 284
------	------------	------------	-----------	-----------	-----------

Zdroj: Zpracování vlastní

6 Analýza konkurence

Následující tabulka identifikuje potenciální konkurenční turistické regiony jak vůči celému TR Severní Morava a Slezsko, tak vůči jednotlivým turistickým oblastem. V rámci identifikace konkurenční pozice jsou identifikovány potenciální přednosti (silné stránky) turistického regionu Severní Morava a Slezsko a jeho turistických oblastí, tedy i TO Opavské Slezsko.

Tab. 21: Konkurenční regiony/oblasti

Marketingový region / subregiony	Charakteristika potenciálu CR	Konkurence mezinárodní (zejména střední Evropa)	Konkurence národní (turistické regiony)	Konkurenční pozice
SmaS	Potenciál CR vychází zejména z přírodních podmínek (nadmořská výška, zalesněnost atd.) horských destinací Beskyd a Jeseníků v kontrastu s nížinatými rovinatými oblastmi (zejména podél toků řek), oblastí s nejnižší hustotou osídlení (Hrubý Jeseník, Rychlebské Hory, Osoblažsko) v kontrastu s Ostravskem, jako 2. nejhustěji osídleným regionem ČR (po Praze), z kontrastu mezi pozicí regionu s největší rozlohou CHKO (podílem NPP a NPR v ČR) ale zároveň regionu s historicky nejvyšší průmyslovou koncentrací a s nejvýznamnější a největší technickou památkou v ČR (tzv. Dolní oblast Vítkovic) a řadou dalších industriálních atraktivit, region s druhým nejvyšším potenciálem lázeňství (po Západočeských lázních). Nedostatkem je naopak nižší úroveň služeb (vycházející zejména z kvalifikačních a vzdělanostních předpokladů), nedostatek alternativních programů (zábavní centra, kryté aquaparky atd.).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Střední Slovensko – hory (Fatra, Tatry), méně průmysl - Bánská Bystrica, Kremnica) 2. Jihovýchodní Polsko (Polská část Slezských Beskyd, Zakopane, Nowy Targ) 3. Rakousko – Alpské horské regiony 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Český sever (zahrnuje i Krkonoše) - méně průmyslových aktivit 2. Východní Čechy (méně průmyslových aktivit) 3. Šumava a Jižní Čechy 	Ve většině charakteristik se region SmaS pohybuje v první trojici až pěti konkurenčních regionů (viz. analýza). Výjimečnost regionu je tedy skutečně patrná zejména v pestrosti potenciálu CR a množství kontrastů, vyplývajících z charakteristik. Významnou skutečností je poloha regionu vůči významnému Polskému trhu, blízkost dvou průmyslových aglomerací s vysokou hustotou osídlení (Katovická aglomerace a Ostravsko-Karvinská aglomerace) ve vztahu k Alpským horským oblastem Rakouska, Itálie či Slovinska. Důležitou je rovněž poloha na významné severo–jižní spojnici (historicky označované rovněž jako Jantarová stezka), vytvářející významný potenciál pro dopravní propojení téměř všemi druhy pozemních doprav (stezky, silnice, železnice). Vybudování konkurenční pozice na tomto principu vytváří významný předpoklad odlišení turistického regionu SmaS od konkurenčních regionů, které v dílčích charakteristikách vykazují i lepší výsledky, ale celkový potenciál rozmanitosti, kontrastů a šíře nabídky zatím hovoří pro SmaS. Zejména díky své poloze a rozmanitosti má region SmaS charakter destinace mezinárodního významu.
Beskydy a Valašsko	Poznání, kultura, folklór, přírodní a kulturně-historické atraktivity, malebná příroda, Lysá hora, zábava, sport, sjezdové a běžecké lyžování, koupání, turistika. Nedostatkem je rozsah a úroveň služeb a nedostatek alternativních programů a možností zábavy.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Malá a Velká Fatra, 2. Nízké a Vysoké Tatry 3. Polsko – Polská část Slezských Beskyd 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Český Sever – Krkonoše, Jizerské Hory 2. Severozápad - Krušné Hory 3. Šumava 4. Východní Čechy - Orlické Hory 5. Vysočina - Českomoravská vrchovina 	Přednosti – malebnost přírody, folklór – valašský, lašský, gorolský, poloha vůči významným cílovým trhům – Ostravská průmyslová aglomerace a Katovická aglomerace. V současné době se jedná o destinaci s národním a středoevropským významem avšak s potenciálem stát se destinací s mezinárodním významem.

			6. Slovácko a Domažlicko – specifický folklór	
Jeseníky - východ	Příroda, lesy, Praděd, klima, turistika, cykloturistika, sport, sjezdové a běžecké lyžování, zdraví, lázeňství, klid, image zachovalé a nepoškozené přírody, image lyžařského regionu, hipoturistika, vodní sporty a rybaření, myslivost. Nedocenené Rychlebské hory. Nedostatkem je úroveň služeb, problematická dopravní dostupnost a nedostatek alternativních programů.	1. Malá a Velká Fatra, 2. Nízké a Vysoké Tatry 3. Polsko – Slezské Beskydy, Polské Tatry 4. Slovenská část Javorníků	1. Český Sever – Krkonoše, Jizerské Hory 2. Severozápad – Krušné Hory 3. Šumava 4. Východní Čechy – Orlické Hory 5. Vysočina – Českomoravská vrchovina	Přednosti – silné lázeňství, zachovalejší příroda, image, sněhové podmínky na Pradědu (z pohledu výše sněhové pokrývky a doby jejího trvání se Praděd dlouhodobě řadí mezi 10 středisek v Evropě), poloha vůči významnému cílovému trhu, kterým je díky své geomorfologické charakteristice Polsko a zejména severovýchodní část Německa. Z pohledu cestovního ruchu se jedná o destinaci středoevropského významu s výrazným potenciálem stát se destinací mezinárodního významu.
Opavské Slezsko	Město Opava, kulturní, historické a univerzitní centrum Slezska, bývalé hlavní město rakouského Slezska, rodiště a působíště řady významných historických osobností společenského, vědeckého a uměleckého života, dějiště významných historických událostí, území bohaté na kulturní, industriální a technické památky, tradice specifické slezské gastronomie a folklóru (Prajzská), vhodné terény pro nenáročnou cykloturistiku s tematickými cyklotrasami a pěší turistiku se sítí značených pěších tras a naučných stezek.	1. Polsko – řada nížinatých oblastí 2. Maďarsko – řada nížinatých oblastí	1. Jižní Morava 2. Střední Morava – Haná 3. Plzeňsko – jižní část poblíž Šumavě	Přednosti – spojovací prostor mezi Katovickou a Ostravskou aglomerací a Hrubým a Nízkým Jeseníkem, předhůří Nízkého a Hrubého Jeseníku, historická sounáležitost ke Slezsku. Z pohledu cestovního ruchu se jedná spíše o destinaci regionálního a národního významu s potenciálem stát se destinací středoevropského významu.
Ostravsko	Průmyslová historie, 3. největší město ČR, nákupní centrum, průmyslová (industriální) turistika, poznávací turistika, byznys turistika, městská turistika (zábava, nákupy). Nedostatkem je image, nerozvinutost služeb cestovního ruchu a nedostatek atraktivit zábavního charakteru.	1. Polsko – Horní Slezsko (Katovice, Zabrze, Bytom) 2. Německo – Porýní a Porúří	1. Střední Čechy (Příbram, Kutná Hora) 2. Jižní Morava – Brněnsko 3. Praha – technické památky	Vyšší hustota osídlení, více průmyslových a technických památek, blízkost významných rekreačních oblastí – zejména Beskyd. Z pohledu cestovního ruchu může sehrát region významnou roli v oblasti industriální, kongresové a nákupní turistiky. Rovněž vzhledem k jeho poloze vůči Beskydám a Jeseníkům může sehrát významnou roli jako společenské a kulturní centrum. Je zde potenciál stát se destinací cestovního ruchu s mezinárodním významem.
Poodří	Příroda, malebná krajina povodí Odry, Odry, meandry, rybníky, tůně, jezera a jejich fauna a flóra, kulturní a historické památky, turistické a cyklo trasy, venkovský ráz. Nedostatkem je rozsah a úroveň služeb a ubytovacích kapacit.	1. Nížinaté regiony jižního Slovenska. 2. Podunajská část severovýchodního Rakouska	1. Olomoucká část Moravské brány s Hostýnskými vrchy 2. Části okresů Plzeň-jih okolo místních vodních toků.	Přímá návaznost na populačně silnou Ostravsko-Karvinskou aglomeraci s výrazným venkovským charakterem. Z pohledu cestovního má destinace zejména charakter regionální. Vzhledem ke své poloze je zde potenciál stát se tranzitní destinací národního a středoevropského významu na trase sever-jih.
Těšínské Slezsko	Stavební sloh, který je silně ovlivněn kulturami příhraničních oblastí tří zemí - Česko, Polsko, Slovensko, největší atrakcí jsou potom dřevěné kostelíky (Petrovice u Karviné, Guty,	1. Příhraniční regiony západního Slovenska 2. Příhraniční regiony	1. Příhraniční oblasti s Polskem v západní části. 2. Lázeňské destinace středního a	Přednosti – lázeňství, vazba na Polsko, Těšínské Beskydy. Z pohledu cestovního ruchu se jedná spíše o regionální destinaci cestovního ruchu, národního a mezinárodního charakteru může

	Albrechtice a další), historické dědictví (zámek Fryštát, řada kostelů, archeopark atd.), významným prvkem je severní a severovýchodní část Beskyd - Těšínských Beskyd, neopomenutelnou roli hrají lázeňství a wellness a nabídka vodních ploch.	jižního Polska (s lázeňstvím a historickými památkami)	menšího charakteru – Třeboň, Teplice n. Bečvou atd.	dosáhnout úzkou spoluprací a propojením zejména s nabídkou Beskyd.
--	--	--	---	--

Zdroj: Vlastní šetření

7 Syntéza

Syntéza je představována SWOT analýzou v členění na realizační, marketingové a organizační předpoklady. Shrnutí představuje zpracovaná diagnóza.

7.1 Formulace SWOT analýzy cestovního ruchu v TO

Na základě podrobné analytické části, představuje SWOT přehled silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb pro rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti. Východiskem pro formulaci je v souladu se zadáním SWOT analýza zpracovaná v rámci marketingové strategie v členění do tří oblastí:

- realizační předpoklady,
- marketingové předpoklady,
- organizační předpoklady.

SWOT analýza realizačních předpokladů

Zabývá se vnitřními a vnějšími faktory z hlediska možností rozvoje cestovního ruchu. Zohledňuje i existenci atraktivit a další faktory, které jsou pro rozvoj cestovního ruchu determinující a je možné je využít či s nimi dále pracovat. Současně však může být vodítkem pro kroky v oblasti marketingu a propagace, jelikož kromě slabých stránek a ohrožení – tedy záležitostí, které je nutné v následujících letech zlepšovat či se jim vyhnout – ukazuje také na silné stránky a příležitosti, které mohou být cílovým skupinám vhodným způsobem komunikovány.

Tab. 22: SWOT analýza TO Opavské Slezsko dle realizačních předpokladů

Silné stránky	Slabé stránky
Funkční destinační společnost a destinační management turistické oblasti.	Nedostatečné využití turistického potenciálu univerzitního města Opavy.
Rozšiřující se síť partnerů v rámci destinačního managementu destinace.	Nedostatečné využití potenciálu škol zaměřených na cestovní ruch v destinaci ve vazbě na tvorbu produktové nabídky.
Město Opava, kulturní, historické a univerzitní centrum Slezska, bývalé hlavní město rakouského Slezska.	Deficit kvalitních ubytovacích kapacit v obcích a městech Opavského Slezska.
Rodiště a působiště řady významných historických osobností společenského, vědeckého a uměleckého života.	Nedostačující nebo chybějící standardní doprovodné služby (sportovní zařízení, úschovny a půjčovny kol/elektrokol, parkovací plochy apod.).
Dějiště významných historických událostí.	
Území bohaté na kulturní, industriální a technické památky.	
Tradice specifické slezské gastronomie a folklóru (Prajzská - Hlučínsko).	
Vhodné terény pro nenáročnou cykloturistiku s tematickými cyklotrasami a pěší turistiku se sítí značených pěších tras a naučných stezek.	

Poloha regionu ve vztahu k významným potenciálním cílovým trhům – Ostravsko-Karvinská aglomerace, Polsko.	
Existence blízkého veřejného mezinárodního letiště L. Janáčka v Mošnově jako vstupní brány do Moravskoslezského kraje.	
Existence tří škol (VŠ, VOŠ, SOU) zaměřených na cestovní ruch.	
Příležitosti	Hrozby
Rozvoj nabídky cestovního ruchu univerzitního města Opavy ve spolupráci se Slezskou univerzitou v Opavě a dalšími školami zabývajícími se cestovním ruchem.	Nevnímání cestovního ruchu jako komplexního a významného ekonomického odvětví a preferování jiných odvětví na jeho úkor (absence koordinace a nedostatečná komunikace a vstřícnost mezi zainteresovanými a/nebo dotčenými subjekty z veřejného i soukromého sektoru).
Rozvoj oblastní produktové nabídky s využitím světově známých osobností (zahraniční a domácí cílové trhy) a osobností národního významu (domácí cílové trhy).	Opomíjení/podcenění cestovního ruchu a volnočasových aktivit jako významného zdroje tvorby pracovních míst.
Rozvoj nabídky eventů s využitím významných historických událostí.	Nezájem obcí a podnikatelských subjektů o spolupráci a o investice do rozvoje cestovního ruchu v destinaci.
Rozvoj oblastní produktové nabídky s využitím kulturních, industriálních a technických památek.	Nerozšiřování nabídky produktů a služeb.
Obnova a rozvoj původních gastronomických a folklórních tradic.	Zhoršování stavu kulturně-historických památek a nevyužitých objektů z důvodu nedostatku finančních prostředků na obnovu a rozvoj.
Rostoucí zájem o krátkodobé (např. víkendové) pobyty.	Nezachycení trendu elektromobility z pohledu zabezpečení potřebné infrastruktury (nabíjecí stanice pro elektrokola, popř. elektromobily atd.).
Rostoucí zájem o rekreační a rekondiční aktivity spojené s cykloturistikou (tematické cyklotrasy s využitím elektrokol) a pěší turistikou (pěší trasy, naučné stezky).	Nevyužití moderních komunikačních technologií v marketingu.
Zlepšení stavu a dobudování sportovišť pro rekreační sport, zařízení pro volný čas a aktivní formy odpočinku.	Zdravotní rizika (epidemie, pandemie), zvraty v ekonomice, přírodní katastrofy (povodně, vichřice apod.).
Rostoucí zájem (zejména u mladší generace) o moderní komunikační a informační technologie a nástroje (např. interaktivní mapy, rozšířená realita apod.).	

Zdroj: Zpracování vlastní

SWOT analýza marketingových předpokladů

Zabývá se marketingem a propagací, přičemž poukazuje na směry, které jsou pro stranu poptávky žádané, a naznačuje oblasti, kterými by se měla turistická oblast zabývat.

Tab. 23: SWOT analýza TO Opavské Slezsko dle marketingových předpokladů

Silné stránky	Slabé stránky
Existence nosných produktů destinace.	Nedostatečná známost značky Opavské Slezsko.
Dlouholetá zkušenost s propagací destinace.	Nedostatečné využívání moderních komunikačních nástrojů.

Řada realizovaných projektů z oblasti propagace s podporou donorských zdrojů.	Nedostatek zdrojů pro silnější rozvinutí propagace destinace a její značky.
Kvalita vytvořených propagačních materiálů.	
Spolupráce se Slezskou univerzitou v Opavě v rámci aplikovaného výzkumu využitelného v marketingu destinace.	
Příležitosti	Hrozby
Získání prostředků z donorských zdrojů pro intenzivnější propagaci destinace	Podcenění marketingové komunikace konkurenčních destinací.
Využití univerzitního města Opavy jako bývalého hlavního města rakouského Slezska v marketingu destinace.	Neprovázání nabídky TO Opavské Slezsko s nabídkou sousedících TO (Poodří, Jeseníky – východ, Ostravsko).
Identifikace zatím nepokryté poptávky po produktech a službách CR, vycházející ze silných stránek a specifík destinace.	Nesledování a nezachycení hlavních trendů nabídky a poptávky po produktech a službách CR.
Rostoucí zájem (zejména u mladší generace) o moderní komunikační a informační nástroje (např. Instagram, interaktivní mapy, navigační systémy, rozšířená realita apod.)	Nedostatečná pozornost inovacím stávajících produktů a vývoji nových produktů CR, vycházejících z trendů (sociální média, mobilní komunikace, elektromobilita atd.).

Zdroj: Zpracování vlastní

SWOT analýza organizačních předpokladů

Zabývá se pozitiviv a negativiv v organizaci cestovního ruchu v destinaci. Dobré organizační předpoklady jsou stěžejní pro využití a zlepšení realizačních faktorů a marketingu cestovního ruchu v turistické oblasti. Jsou to zejména aktéři v sektoru cestovního ruchu, jejich aktivity a spolupráce, které potenciálně povedou k naplnění strategie.

Tab. 24: SWOT analýza TO Opavské Slezsko dle organizačních předpokladů

Silné stránky	Slabé stránky
Existující partnerská síť v destinaci fungující pod hlavičkou destinačního managementu.	Stále nízká úroveň zapojení podnikatelských subjektů.
Dobře fungující destinační společnost.	Nedostatečná spolupráce podnikatelského a veřejného sektoru v CR.
Příležitosti	Hrozby
Využití moderních trendů v oblasti organizování CR.	Nenalezení konsenzu a společných priorit pro spolupráci
Spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem při rozvoji CR.	Absence evaluace fungování organizačního zajištění a jeho přínosů
Spolupráce s destinačními společnostmi sousedících TO (Poodří, Jeseníky – východ, Ostravsko) při tvorbě společné nabídky.	

Zdroj: Zpracování vlastní

7.2 Diagnóza cestovního ruchu TO Opavské Slezsko

- Funkční destinační společnost a destinační management turistické oblasti s rozšiřující se sítí partnerů.
- Roste návštěvnost zejména u rezidentů s vysokou poptávkou po produktech spojených s poznáváním turistické oblasti.
- Nejvýznamnější cílovou skupinou podle statutu je rodina s dětmi.
- Návštěvnost destinace je založená na spokojenosti návštěvníků a jejich referencích.
- Poměrně vysoký podíl návštěvníků s vyššími útratami.
- Deficit kvalitních ubytovacích kapacit v obcích a městech destinace.
- Nedostačující nebo chybějící standardní doprovodné služby (sportovní zařízení, úschovny a půjčovny kol/elektrokol, parkovací plochy apod.).
- Dosud není dostatečně využít turistický potenciál Města Opava, kulturního, historického a univerzitního centra Slezska, bývalého hlavního města rakouského Slezska.

- Podobně není dostatečně využít turistický potenciál významných historických osobností společenského, vědeckého a uměleckého života.
- Existence nosných produktů destinace zaměřených na historická opevnění, krajinu břidlice a specifickou slezskou gastronomii s potenciálem dalšího rozvoje.
- Vhodné terény pro nenáročnou cykloturistiku s tematickými cyklotrasami (s elektrokyly) a pěší turistiku se sítí značených pěších tras a naučných stezek.
- Stále nízká úroveň spolupráce v rámci destinačního managementu s odbornými školami v destinaci zaměřenými na cestovní ruch.
- Nedostatečná známost značky Opavské Slezsko.
- Nedostatečné využívání moderních komunikačních nástrojů k propagaci destinace.
- Nedostatek zdrojů pro silnější rozvinutí propagace destinace a její značky.
- Stále nízká úroveň zapojení podnikatelských subjektů.
- Nedostatečná spolupráce podnikatelského a veřejného sektoru v CR.

7.3 Definice marketingových skupin

- Cílové skupiny dle statutu:
 - o rodiny s dětmi,
 - o manželské a partnerské páry,
 - o zájmové skupiny,
 - o školní skupiny,
 - o firemní klientela.
- Cílové skupiny dle motivace:
 - o zájemci o poznávání,
 - o zájemci o specifickou gastronomii a folklór,
 - o Zájemci o eventy spojené s významnými osobnostmi a událostmi,
 - o aktivní a rekreační sportovci.
 - cykloturisté
 - pěší turisté
- Cílové skupiny dle zemí:
 - o ČR - tuzemská klientela,
 - o Polsko,
 - o Slovensko,
 - o Německo,
 - o Nizozemí,
 - o Rakousko.

8 Marketingová strategie na období 2020 – 2025

Přirozeným centrem TO Opavské Slezsko je univerzitní město Opava, bývalé hlavní město rakouského Slezska s bohatou historií, významnými osobnostmi a nabídkou památek, muzeí a kultury. Turistická oblast, institucionálně tvořená Místní akční skupinou Hlučínsko, Sdružením obcí Hlučínska, Místní akční skupinou Opavsko, Mikroregionem Opavsko Severozápad, Mikroregionem Hvozdnice a na přeshraniční úrovni s Polskem Euroregionem Silesia, disponuje poměrně vysokým potenciálem pro rozvoj poznávacího cestovního ruchu (kulturní, industriální a technické památky, významné osobnosti, těžba břidlice, folklór apod.), specifické slezské gastronomie a také aktivních forem turistiky (cykloturistika a pěší turistika). Rozvoj stávajících nosných tvoří solidní základ pro rozvoj komplexní nabídky CR destinace. Součástí této nabídky by měly být další produkty s garancí kvality ubytovacích zařízení a služeb s využitím mezinárodně známé značky Slezsko.

8.1 Vize CR TO

Turistická oblast Opavské Slezsko - významná kulturní destinace celoročního cestovního ruchu s historickým a univerzitním městem Opavou, bývalým hlavním městem rakouského Slezska, s jedinečnou nabídkou produktů s garancí kvality pro zájemce o:

- historická vojenská opevnění,
- historii těžby břidlice,
- specifickou slezskou gastronomii a folklór,
- eventy spojené s významnými osobnostmi a událostmi,
- aktivní formy turistiky,

využívající vzájemně výhodné partnerské spolupráce a moderní informační a komunikační technologie.

8.2 Poslání (DMO) turistické oblasti

Sloužit turistické oblasti zajišťováním koordinace dlouhodobě udržitelného rozvoje sektoru cestovního ruchu a tím zásadně napomáhat zvýšení konkurenceschopnosti a prodejnosti nabídky TO Opavské Slezsko na cílových trzích.

Za takto stručně vymezeným posláním vidíme zejména:

- **Sloužit turistické oblasti** – naši činnost považujeme za službu regionu, resp. subjektům z veřejné i soukromé sféry, zainteresovaným na rozvoji cestovního ruchu v oblasti.
- **zajišťováním koordinace** - koordinací rozvoje myslíme zejména:
 - o organizaci iniciativ a aktivit, postavených na vzájemně výhodné partnerské spolupráci širokého spektra zainteresovaných subjektů a ve svém důsledku přinášející rostoucí přínosy ze sektoru cestovního ruchu,
 - o motivaci zainteresovaných subjektů k uvedené vzájemně výhodné partnerské spolupráci,
 - o rozvoj odborného potenciálu cestovního ruchu v oblasti,
 - o orientaci na intenzivní využití potenciálu rozvoje cestovního ruchu v oblasti,
- **dlouhodobě udržitelného rozvoje sektoru cestovního ruchu** – tedy rozvoje, nepoškozujícího základní zdroje (atraktivitu, přírodu, image, folklór atd.) uplatnitelnosti oblasti na cílových trzích,
- **a tím zásadně napomáhat zvýšení konkurenceschopnosti a prodejnosti nabídky TO Opavské Slezsko** – tedy podpora rozvoje konkurenceschopnosti a zvýšení prodejnosti nabídky oblasti jako turistické destinace zejména formou přípravy a vytváření produktů a produktových balíčků a jejich účinné marketingové podpory,
- **na cílových trzích** – tedy pečlivě identifikovaných a srozumitelně popsaných segmentech trhu cestovního ruchu, nejlépe odpovídajících možnostem a potenciálu cestovního ruchu oblasti.

8.3 Cíle TO

Vymezený cíl	Indikátory
Globální cíl marketingové strategie:	
Zajistit dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu zaměřeného na poznávání a aktivní formy turistiky.	
Základní – kvantitativní cíle:	
Celkový růst počtu turistů do roku 2025 o 5 %. Měření: ročně, dle výchozího stavu roku 2020.	Měření bude realizováno s využitím metodicky srovnatelných ukazatelů (metrik). Základními ukazateli budou: <ul style="list-style-type: none"> • Počet hostů v HUZ celkem <ul style="list-style-type: none"> o Počet rezidentů v HUZ o Počet nerezidentů v HUZ
Celkový růst počtu přenocování turistů do roku 2025 o 5 %. Měření: ročně, dle výchozího stavu roku 2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Počet přenocování hostů v HUZ celkem <ul style="list-style-type: none"> o Počet přenocování rezidentů v HUZ

	o Počet přenocování nerezidentů v HUZ
Specifické cíle:	
Posílení nabídky atraktivit TO Opavské Slezsko spojených s produkty poznávacího turismu (Město Opava, historická vojenská opevnění, historie těžby břidlice apod.). Cílem je každoročně rozšířit nabídku atraktivit cestovního ruchu o 3 atraktivitu.	Indikátor: <ul style="list-style-type: none"> Počet atraktivit v nabídce destinace Výchozí hodnota: <ul style="list-style-type: none"> Počet nabízených atraktivit za rok 2020.
Posílení nabídky tradičních eventů TO Opavské Slezsko o eventy spojené s významnými osobnostmi a událostmi (Joy Adamsonová, Petr Bezruč, Heliodor Píka, Jan Kubiš, kongres tzv. Svaté aliance apod.). Cílem je každoročně rozšířit nabídku destinace o 1 event.	Indikátor: <ul style="list-style-type: none"> Počet tradičních eventů v nabídce destinace Výchozí hodnota: <ul style="list-style-type: none"> Počet tradičních eventů za rok 2020.
Posílení nabídky produktů aktivní turistiky TO Opavské Slezsko o produkty spojené s cykloturistikou (tematické cyklotrasy) a pěší turistikou (pěší trasy, naučné stezky). Cílem je každoročně rozšířit nabídku destinace o 2 produkty.	Indikátor: <ul style="list-style-type: none"> Počet oblastních produktů aktivní turistiky v nabídce destinace Výchozí hodnota: <ul style="list-style-type: none"> Počet oblastních produktů aktivní turistiky za rok 2020.
Stabilizace a další rozvoj profesionálního destinačního managementu v TO Opavské Slezsko. Cílem je fungující profesionální destinační management TO, průběžně naplňující cíle marketingové strategie a zajišťující koordinaci aktivit v rámci TO, komunikaci a spolupráci s krajskou organizací DM a s DMO partnerských TO (DMO Poodří, DMO Jeseníky-východ, DMO Ostravsko).	Indikátory: <ul style="list-style-type: none"> Fungující koordinace aktivit CR v rámci TO Fungující komunikace s krajskou organizací DM a s DMO partnerských TO
Rozšíření počtu aktivně spolupracujících partnerů v rámci TO Opavské Slezsko o 15 do roku 2025.	Indikátor: <ul style="list-style-type: none"> počet aktivně spolupracujících partnerů v TO. Výchozí hodnota: <ul style="list-style-type: none"> počet aktivně spolupracujících partnerů v TO v roce 2020.
Zajištění garance kvality služeb cestovního ruchu v TO Opavské Slezsko vhodnými aktivitami. Cílem je zvýšit počet zařízení cestovního ruchu v TO s relevantní certifikací kvality na dvojnásobek do roku 2025.	Indikátory: <ul style="list-style-type: none"> počet zařízení CR v TO s relevantním certifikátem kvality Výchozí hodnota: <ul style="list-style-type: none"> počet zařízení CR v TO s relevantním certifikátem kvality za rok 2020
Zkvalitnění a zvýšení efektivnosti marketingu TO Opavské Slezsko v oblasti strategické (práce s cílovými trhy a skupinami).	Indikátory: <ul style="list-style-type: none"> průběžné, systematické a pravidelné zpracovávání informací o cílových trzích, spokojenosti návštěvníků a turistů a srovnání s relevantními charakteristikami za ČR, MSK a konkurenční TO předávání těchto informací formou zpráv s frekvencí 1x ročně aktivně spolupracujícím partnerům v TO.
Zkvalitnění a zvýšení efektivnosti marketingu TO Opavské Slezsko v oblasti komunikační (rozšiřování využití nástrojů digitálního marketingu, efektivní využití integrovaného marketingu).	Indikátory: <ul style="list-style-type: none"> Využití neplacených kanálů marketingové komunikace (vlastní webový portál, využití sociálních médií pro komunikaci s klienty (turisty, návštěvníky) a jejich průběžná aktualizace a přizpůsobování trendům v CR.

8.4 Prioritní osy TO

- **Prioritní osa 1: Realizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu**
 - Priorita 1.1: Suprastruktura cestovního ruchu
 - Priorita 1.2: Infrastruktura cestovního ruchu
- **Prioritní osa 2: Organizace a kooperace v cestovního ruchu**
 - Priorita 2.1: Organizace cestovního ruchu v destinaci
 - Priorita 2.2: Kooperace a spolupráce mezi aktéry CR v destinaci
- **Prioritní osa 3: Produkty a služby**
 - Priorita 3.1: Rozšiřování nabídkového produktového portfolia destinace vývojem a sestavováním nových produktů
 - Priorita 3.2: Inovace a zkvalitňování stávajících produktů cestovního ruchu v destinaci
 - Priorita 3.3: Rozvoj nabídky a zkvalitňování služeb CR v destinaci
- **Prioritní osa 4: Marketing a marketingová komunikace**
 - Priorita 4.1: Strategický marketing destinace cestovního ruchu (systematické výzkumy a analýzy, marketingové mixy pro vybrané cílové skupiny).
 - Priorita 4.2: Marketingová komunikace značky a produktů CR

8.5 Cílové trhy TO

- Cílové skupiny dle statutu:
 - rodiny s dětmi (nejvýznamnější cílová skupina),
 - senioři (významná rostoucí skupina z pohledu snížení mimosezonních výkyvů),
 - manželské a partnerské páry,
 - zájmové skupiny,
 - školní skupiny,
 - firemní klientela.
- Cílové skupiny dle motivace:
 - zájemci o poznávání,
 - zájemci o specifickou gastronomii a folklór,
 - Zájemci o eventy spojené s významnými osobnostmi a událostmi,
 - Aktivní a rekreační sportovci.
 - Cykloturisté (tradiční, e-cykloturisté)
 - pěší turisté
- Cílové skupiny dle zemí:
 - ČR - tuzemská klientela (základní skupina),
 - Polsko (druhá nejvýznamnější skupina po domácích turistech),
 - Slovensko (třetí nejvýznamnější skupina po domácích a polských turistech),
 - Německo,
 - Nizozemí,
 - Rakousko (významná skupina s vazbou na Rakousko-Uhersko).

8.6 Motivace v marketingu TO

Hlavní motivační faktory k návštěvě TO Opavské Slezsko:

- **Nosné produkty**
 - Opevněná hranice,
 - Krajina Břidlice,
 - Týden Slezské kuchyně.
- **Poznávání**
 - Kulturně historické atraktivity

- Zámek Hradec nad Moravicí,
- Zámek Raduň,
- Zámek Hlučín,
- Zámek Kravaře,
- Zámek Dolní Benešov,
- Zámek Šilheřovice,
- Zámek Bolatice,
- Zámek Velké Hoštice,
- Zřícenina Vikštejn,
- Zřícenina Vartnov (Pocheň),
- Zřícenina Přerovec,
- Zámek Velké Heraltice,
- Zřícenina Medlice,
- Kaple sv. Kříže v Opavě,
- Kostel Nanebevzetí Panny Marie v Opavě,
- o Industriální a technické památky
 - Národní památník II. sv. války v Hrabyni,
 - Areál ČS opevnění Hlučín-Darkovičky,
 - Rozhledna Šibenice,
 - MO-S 8 Dvůr Paseky,
 - MO-S 11 U Posedu,
 - MO-S 17 U Štípek,
 - MO-S 18 V oboře,
 - Lehké opevnění vzor 37 A 140Z,
 - MO-S 19 V Aleji,
 - MO-Or-S 20 U Orla,
 - MO-S 21 U Jaroše,
 - MO-S 22 U Františka,
 - MO-S 24 U Signálu,
 - MO-S 33 Kozmice,
 - Dělostřelecká tvrz Smolkov,
 - Objekt I/27/A-200Z,
 - OP-S 10 Na Křížovatce,
 - OP-S 17 Nad Silnicí,
 - OP-S 21 Na Cvičišti,
 - OP-S 25 U Trigonometru,
 - OP-S 38 U pomníku,
 - Větrný mlýn v Cholticích,
 - Větrný mlýn v Hlavnici,
 - Weissshuhnův kanál,
- o Muzea, galerie a ostatní kulturní zařízení,
 - Slezské zemské Muzeum v Opavě,
 - Zámecké Muzeum Kravaře,
 - Městské Muzeum břidlice – Budišov nad Budišovkou,
 - Slezské Divadlo,
 - Muzeum Hlučínska v Hlučíně,
 - Skanzen lidových tradic v Bolaticích,
 - Muzeum Chuchelná s expozicí II. sv. války,
- o Nejvýznamnější osobnosti
 - Joy Adamsonová – spisovatelka a ochránkyně zvířat,
 - Petr Bezruč – básník,
 - Heliodor Píka – vojenský generál,
 - Jan Kubiš – výsadkář operace Anthropoid,
 - J.M.Olbrich – světově významný architekt,
 - Leopold Bauer – architekt,
 - Vladislav Vančura – spisovatel, filmový režisér a scénárista,
 - Ivo Žídek – operní pěvec,
 - Karel Engliš – ekonom a 1. Československý ministr financí,

- Pavel Josef Vejvanovský – hudební skladatel,
 - Cyprián Lelek – národní buditel,
 - August Scholtis – spisovatel,
 - Jiří Janda – sochař,
 - Josef Seyfrid – architekt,
 - Ludmila Hořká – spisovatelka,
 - Jana Schlossárková – spisovatelka,
 - Anna Malchárková – spisovatelka,
 - Eva Tvrdá – spisovatelka,
 - Ludmila Rumanová – spisovatelka,
 - Karel Schintzel – vynálezce barevné fotografie,
- **Přírodní atraktivita**
 - Maloplošná zvláště chráněná území:
 - Národní přírodní rezervace Kaluža,
 - Národní přírodní památka Odkryv v Kravařích,
 - Přírodní rezervace (Koutské a Zábřežské louky, Valach, Hořina, Černý les u Šilheřovic, Dařanec, Hvozdnice, Hněvošický háj, Nové Těchanovice apod.),
 - 7 přírodních památek (Černý důl, Heraltický potok, Hůrky, Otická sopka apod.),
- **Aktivní dovolená**
 - Cykloturistika (tradiční, e-cykloturistika),
 - Páteční cyklotrasa č. 55 Slezská magistrála,
 - Cyklotrasa č. 6159 Úvalno - Sosnová – Bratříkovice,
 - Cyklotrasa č. 6160 Holasovice- Brumovice – Horní Benešov,
 - Cyklotrasa č. 6091 Hať – Bohuslavice- Bolatice,
 - Cyklotrasa č. 6092 Píšť – Chuchelná - Kravaře,
 - Cyklotrasa č. 6200 Hlučín – Dobroslavice- Velká Polom – Chabičov - Mokré Lazce,
 - Cyklotrasa č. 6199 Hrabyně – Nove Sedlice,
 - Cyklotrasa č. 6141 Ostrava- Kyjovice – Pustá Polom – Hradec nad Moravicí,
 - Cyklotrasa č. 6140 Ostrava- Kyjovice – Pustá Polom – Raduň- Opava,
 - Cyklotrasa č. 6167 Opava- Stěbořice – Hlavnice,
 - Cyklotrasa č. 6055 Kravaře – Sudice,
 - Cyklotrasa č. 551 Opava – Hradec nad Moravicí – Vítkov – Kružberk.
 - Pěší turistika (pěší trasy, naučné stezky),
 - Lesní naučná stezka v Chuchelenském lese
 - Areál opevnění Darkovičky
 - Areál opevnění Milostovice
 - Městskými parky Opavy
 - Městská NS Hradec nad Moravicí
 - Přírodní park Mariánské louky
 - Raduň – Jakubčovice
 - Lovecká stezka Lichnovských
 - Hvozdnice
 - Hanuše
 - Břidlicová stezka
 - Vodní sporty,
 - Štěrkovna Hlučín (možnost vodního lyžování),
 - Přírodní koupaliště Stříbrné jezero (Sádrák),
 - Zatopený lom Šífr ve Svobodných Heřmanicích,
 - Hipoturistika,
 - Agroturistika,
 - Golf.
- **Zábava a kultura**
 - Štěrkovna open music,

- o Kravařský odpust,
- o Bezručova Opava,
- o Další břehy,
- o Otické zelné slavnosti.

8.7 Strategie značky TO

Značka Opavské Slezsko historicky a kulturně velmi dobře vystihuje vazbu na Město Opavu, které se v průběhu dějin stalo hlavním městem rakouského Slezska a kulturním, historickým a univerzitním centrem části Slezska ležícím na území České republiky. V letech 1335-1742 bylo Slezsko rovněž součástí zemí Koruny české. Počínaje rokem 1742 bylo historické Slezsko rozděleno na několik částí s proměnlivým rozsahem a právním postavením, patřící k různým státům (Rakouské Slezsko, České Slezsko, Pruské Slezsko, Polské Slezsko). Vzhledem k produktové nabídce destinace primárně zaměřené na kulturu a historii Slezska (včetně využití historických osobností) je tedy vhodné dlouhodobě používat značku Opavské Slezsko.

8.8 Image TO

Image Opavského Slezska vychází z vize turistické oblasti jako:

- Významná kulturní destinace celoročního cestovního ruchu s historickým a univerzitním městem Opavou, bývalým hlavním městem rakouského Slezska.
- Destinace s unikátními nosnými produkty (Opevněná hranice, Krajina břidlice, Týden slezské kuchyně).
- Destinace s významnými osobnostmi (Joy Adamsová, Petr Bezruč, Heliodor Píka, Jan Kubiš apod.).
- Destinace s výbornými podmínkami pro aktivní formy turistiky.

8.9 Produktová linie TO

Práce s produkty nejenže navazuje na rozvoj aktuální nabídky atraktivit v destinaci, na strategické plány obcí v oblasti, plány a vize partnerů a provozovatelů, strategie Moravskoslezského kraje a Ministerstva pro místní rozvoj, ale rovněž protíná zájmy turistů ČR a oblasti Opavské Slezsko, a to jak na obecné, tak na individuální rovině. Z těchto je vytvořen společný průnik všech zájmů, ze kterého následně vznikají nové produkty nebo se rozvíjí stávající. Produkty vždy musí plnit cíl rozvoje destinace a jejich realizaci musí umožňovat činnosti destinačního managementu.

Produkty TO navazující na nosné produkty cestovního ruchu krajské organizace destinačního managementu:

1) TECHNOTRASA

- a) POZNEJ KOUZLO RYZÍHO SLEZSKA
- b) OPEVNĚNÍ SLEZSKA (www.opevneni-slezska.cz)

2) POJEZ - GASTRONOMIE

- a) PIVNÍ STEZKA
- b) SVATOMARTINSKÉ SLAVNOSTI
- c) BURČÁKOVÁ STEZKA

3) ACTIVE OUTDOOR

- a) KRAJINA BŘIDLICE
- b) KŘÍŽEM KRÁŽEM NA KOLE
- c) DOVOLENÁ S DĚTMI

4) TOP CZECH EVENTS

- a) HRADY CZ, ŠTĚRKOVNA OPEN MUSIC, KRAVAŘSKÝ ODPUST, BEZRUČOVA OPAVA, BEETHOVENŮV HRADEC

Doplňkové produkty TO

- 1) **TURISTICKÁ KARTA OPAVSKÉ SLEZSKO** (www.opavskocard.cz)
- 2) **SILESIANKA** - stezka rozhleden a vyhlídkových míst
- 3) **OPAVSKÉ SLEZSKO Regionální produkt**

8.9 Podpora prodeje produktů CR TO

Prodej produktů CR bude v TO Opavské Slezsko podporován prostřednictvím:

- DMO Opavské Slezsko (www stránky, sociální sítě, veletrhy CR, prezentační akce apod.),
- informačních center v destinaci,
- vybraných informačních center v sousedících turistických oblastech MSK (TO Ostravsko, TO Poodří, TO Jeseníky-východ)
- www stránek zainteresovaných subjektů / partnerů v destinaci,
- TV, rozhlasu, tisku.

Informační a komunikační technologie – rezervační systémy

Distribuční cesty v sektoru cestovního ruchu a zejména v destinacích typu Opavské Slezsko (převládající individuální turisté s vlastní dopravou) jsou dnes neoddělitelně spojeny s rozvojem informačních a komunikačních technologií. Návštěvníci dostávají rádi kompletní informace nejen

komerčního, ale i nekomerčního charakteru (popis míst, fotografie zajímavostí), které ne vždy najdou

umístěné na stránkách komerčních subjektů. Chtějí kompletní informaci o nabídce produktů v destinaci od různých poskytovatelů, zajímají se o jednotlivé služby (ubytování, půjčování aut atd.)

stejně jako o balíčky. Podpora prodeje konkrétních pobytů v Opavském Slezsku by tedy měla směřovat ke konkrétním nabídkám partnerských CK/CA, popř. partnerských prodejních portálů.

8.10 Propagace TO

Stanovení způsobů propagace nabídky TO Opavské Slezsko vychází z marketingového šetření profilu

návštěvníka destinace realizovaného Ústavem lázeňství, gastronomie a turismu Slezské univerzity v

Opavě v roce 2018.

Převažujícími zdroji informací o nabídce destinace byly:

- Vlastní zkušenosti – 44%
- Doporučení od přátel a blízkých – 22%
- Informace z internetu – 23%

Z výše uvedeného vyplývá, že turisté a jednodenní návštěvníci významně spoléhají na osobní zkušenosti a informace od přátel a blízkých. Proto je klíčovým nástrojem marketingu kvalita zařízení

CR a kvalita služeb v CR a dále Internet (webové stránky, sociální sítě).

9 Způsob monitoringu a vyhodnocování plnění marketingové strategie.

Hodnocení a měření úspěšnosti marketingu destinace (tedy plnění cílů) bude prováděno jednou ročně, ve druhém kvartále následujícím po vyhodnocovaném roce (vazba na zveřejňování dat ČSÚ).

Pro získání podrobnějších dat a případné definování dalších měřitelných cílů budou ve spolupráci s odborníky v CR a Ústavem lázeňství, gastronomie a turismu Slezské univerzity v Opavě realizovány analýzy a průzkumy, vycházející z praxí prověřených metodik.

V rámci vyhodnocování realizace marketingové strategie budou sledovány tyto indikátory (viz kapitola

8.3):

- počet hostů v HUZ celkem, z toho počet rezidentů a počet nerezidentů,
- počet přenocování hostů v HUZ celkem, z toho počet přenocování rezidentů a nerezidentů,
- počet atraktivit v nabídce destinace,
- počet tradičních eventů v nabídce destinace,
- počet oblastních produktů aktivní turistiky v nabídce destinace,
- počet aktivně spolupracujících partnerů v TO,
- počet aktivně spolupracujících partnerů produktu Opavskocard,
- počet zařízení CR v TO s relevantním certifikátem kvality.