Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

aktualizace s výhledem do roku 2015

Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Ostrava 2008 - 2009
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

Zadavatel:

Moravskoslezský kraj
Krajský úřad
28. října 117
702 18 Ostrava

Zpracovatel:

Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Na Jízdárně 7
702 00 Ostrava

Ing. Bohumil Sulek CSc.
U lázní 605/10
142 00 Praha 4
(zpracovatel SEA)

Tým zpracovatelů:

RNDr. Milan Anděl (hlavní zpracovatel)
RNDr. Marek Banaš, Ph.D. (SEA)
Ing. Tomáš Fiedler (investiční příležitosti)
RNDr. Radim Misiaček (SEA)
Ing. Roman Pelc (analýzy)
Ing. Ludmila Placová (analýzy)
Ing. Bohumil Sulek, CSc. (SEA)
Mgr. Jiří Štěpán (akční plán)
Ing. Pavla Švancerová (analýzy)
Ing. Lenka Tichá (analýzy)

Termín zpracování:

Obsah

ČÁST A: ÚVOD ......................................................................................................................... 6

ČÁST B: ANALÝZA.............................................................................................................. 9

1. Analýza Moravskoslezského kraje jako destinace.................................................. 10
   1.1. Poloha destinace .................................................................................................. 10
   1.2. Vymezení destinace z pohledu administrativního a turistického ......................... 10
      1.2.1. Moravskoslezský kraj jako administrativní jednotka ..................................... 10
      1.2.2. Turistické oblasti jako turistické jednotky .................................................... 11
      1.2.3. Využití územních jednotek v cestovním ruchu .............................................. 14
   1.3. Předpoklady destinace pro cestovní ruch ......................................................... 16
      1.3.1. Přírodní atraktivity ....................................................................................... 16
      1.3.2. Kulturní a historické atraktivity, atraktivity poznávací turistiky ................. 18
      1.3.3. Infrastruktura pro cestovní ruch ................................................................. 30
   1.4. Statistické trendy v destinaci ............................................................................. 41
      1.4.1. Trendy návštěvností v hromadných ubytovacích zařízeních v kraji ............... 41
      1.4.2. Zahraniční návštěvníci v Moravskoslezském kraji ....................................... 44
      1.4.3. Sezónní trendy v cestovním ruchu ............................................................... 48
      1.4.4. Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě MSK ............................... 48
      1.4.5. Shrnutí statistických trendů v destinaci ...................................................... 48
   2. Analýza trendů v cestovním ruch ........................................................................ 50
      2.1. Internet ............................................................................................................ 50
      2.1.1. Užívání internetu .......................................................................................... 50
      2.2. Prodeje produktů cestovního ruch ................................................................ 53
      2.3. Trendy v tvorbě balíčků .................................................................................. 55
      2.3.1. Příklad tvorby balíčků z USA .................................................................... 55
      2.4. Zdroje zjišťování informací o cílové destinaci .............................................. 56
      2.5. Trendy v mobilních komunikacích .................................................................. 57
      2.6. Změny v brand managementu ......................................................................... 58
   3. Analýza poplatků ................................................................................................... 60
      3.1. Image ČR jako zastřešujícího rámce pro cestovní ruch .............................. 60
      3.2. Výsledky Customer Insight potenciálních návštěvníků MSK v České republice 61
         3.2.1. Zájem o MSK jako cílovou destinaci u obyvatel České republiky ............. 61
         3.2.2. Rozhodování o výběru cílové destinace ................................................. 68
         3.2.3. Způsob zjišťování informací o cílové destinaci ....................................... 70
      3.3 Výsledky Monitoringu návštěvníků v turistických regionech ČR .......... 70
      3.4. Výzkum Customer Insight – Západní Evropa ............................................. 72
         3.4.1. Metodologie – Západní Evropa ................................................................. 72
         3.4.2. Detailní analýza výsledků výzkumu – Západní Evropa .......................... 73
         3.4.2.1. Cestovatelské zvyklosti / způsob trávení dovolené ......................... 73
         3.4.2.2. Znalost České republiky ..................................................................... 75
         3.4.2.3. Znalost Moravskoslezského kraje ....................................................... 78
         3.4.2.4. Mediální chování .................................................................................... 84
      3.5. Výzkum Customer Insight – Východní Evropa .......................................... 86
         3.5.1. Metodologie – Východní Evropa ............................................................... 86
         3.5.2. Detailní analýza výsledků výzkumu – Východní Evropa ....................... 86
         3.5.2.1. Cestovatelské zvyklosti/ způsob trávení dovolené ......................... 86
         3.5.2.2. Znalost České republiky ..................................................................... 90
         3.5.2.3. Znalost Moravskoslezského kraje ....................................................... 91
         3.5.2.4. Mediální chování .................................................................................... 97
         3.5.2.5. Specifika ruského trhu ........................................................................... 99
4. Analýza nabídky ........................................................................................................ 101
4.1. Atraktivity, zařízení a produkty ........................................................................... 101
   4.1.1. Moravskoslezský kraj ................................................................................ 102
   4.1.2. Jeseníky ..................................................................................................... 105
   4.1.3. Opavské Slezsko ...................................................................................... 108
   4.1.4. Ostravsko .................................................................................................. 110
   4.1.5. Těšínské Slezsko ....................................................................................... 112
   4.1.6. Poodří – Moravské Kravařsko .................................................................... 114
   4.1.7. Beskydy – Valašsko .................................................................................. 116
4.2. Marketing a propagace produktů ........................................................................ 120
   4.2.1. Aktuální stav marketingu a propagace ....................................................... 120
   4.2.2. Použití trendů v marketingu a propagaci .................................................... 121
   4.2.2. Praktická aplikace marketingu a propagace ............................................... 122
5. Organizace cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji .................................... 126
   5.1. Subjekty působící v managementu destinace ............................................... 126
      5.1.1. Subjekty s působností na celý Moravskoslezský kraj .............................. 126
      5.1.2. Subjekty s působností v turistických oblastech ....................................... 131
      5.1.3. Cestovní kanceláře .................................................................................. 138
   5.2. Návrh managementu destinace Moravskoslezský kraj .................................. 139
   6. Analýza konkurence – Pozice ČR mezi vybranými zeměmi Evropy .................. 145
      6.1. Spontánní asociace zemí .............................................................................. 145
      6.2. Motivační faktory pro výběr země a regionů v zemích .............................. 147
      6.3. Aktivity o dovolených, které mají potenciál diferencovat země nebo regiony .. 148

ČÁST C: SYNTÉZA ................................................................................................... 150

1. SWOT analýza ....................................................................................................... 151
   1.1. SWOT analýza realizačních předpokladů ....................................................... 151
   1.2. SWOT analýza marketingových předpokladů ............................................... 156
   1.3. SWOT analýza organizačních předpokladů ................................................. 158
2. Prioritní osy rozvoje cestovního ruchu ............................................................... 160
   2.1. Prioritní osa 1 Spolupráce ........................................................................... 160
   2.2. Prioritní osa 2 Marketing ............................................................................. 162
      2.2.1. Cílová skupina domácí klientela ............................................................. 163
      2.2.2. Cílová skupina zahraniční klientela ....................................................... 165
   2.3. Prioritní osa 3 Realizační předpoklady CR .................................................. 168
      2.3.1. Moravskoslezský kraj .............................................................................. 169
      2.3.2. Turistická oblast Jeseníky ..................................................................... 170
      2.3.3. Turistická oblast Opavské Slezsko ....................................................... 170
      2.3.4. Turistická oblast Ostravsko .................................................................. 171
      2.3.5. Turistická oblast Těšínské Slezsko ....................................................... 171
      2.3.6. Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko .................................... 172
      2.3.7. Turistická oblast Beskydy – Valašsko .................................................... 172

ČÁST D: NÁVRHOVÁ ČÁST A AKČNÍ PLÁN .................................................................. 173

1. Návrhová část ......................................................................................................... 174
   1.2. Strategie ........................................................................................................ 174
      1.2.1. Strategická opatření 1. prioritní osy Spolupráce ................................... 175
      1.2.2. Strategická opatření 2. prioritní osy Marketing ..................................... 176
      1.2.3. Strategická opatření 3. prioritní osy Realizační předpoklady ČR ........ 177
      1.2.4. Podpora prioritních lokalit Moravskoslezského kraje ....................... 179
2. Akční plán ............................................................................................................. 183
   2.1. Akční plán prioritní osy 1: Spolupráce ......................................................... 187
<table>
<thead>
<tr>
<th>Strana</th>
<th>Úvodní kapitula</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5</td>
<td>Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013</td>
</tr>
<tr>
<td>189</td>
<td>2.2. Akční plán prioritní osy 2: Marketing</td>
</tr>
<tr>
<td>198</td>
<td>2.3. Akční plán prioritní osy 3: Realizační předpoklady CR</td>
</tr>
<tr>
<td>199</td>
<td>2.3.1. Priorita Moravskoslezský kraj</td>
</tr>
<tr>
<td>200</td>
<td>2.3.2. Priorita turistická oblast Jeseníky</td>
</tr>
<tr>
<td>210</td>
<td>2.3.3. Priorita turistická oblast Opavské Slezsko</td>
</tr>
<tr>
<td>213</td>
<td>2.3.4. Priorita turistická oblast Ostravsko</td>
</tr>
<tr>
<td>235</td>
<td>2.3.5. Priorita turistická oblast Těšínské Slezsko</td>
</tr>
<tr>
<td>243</td>
<td>2.3.6. Priorita turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko</td>
</tr>
<tr>
<td>250</td>
<td>2.3.7. Priorita turistická oblast Beskydy - Valašsko</td>
</tr>
<tr>
<td>261</td>
<td>ČÁST E: PŘÍLOHY</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

aktualizace s výhledem do roku 2015

ČÁST A: ÚVOD

Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Ostrava 2008 - 2009

V prvé řadě je aktualizována analytická část v oblasti realizačních předpokladů Moravskoslezského kraje pro cestovní ruch, statistických dat, trendů, nabídky i poptávky, konkurence a organizace cestovního ruchu. Důležitými tématy, kterými se analyza zabývá jsou především územní rozdělení Moravskoslezského kraje pro potřeby cestovního ruchu se zohledněním krajských hranic napříč pohořími Jeseníky a Beskydy, ujasnění značky a názvu Moravskoslezský kraj pro potřeby propagace a komunikace, systém řízení cestovního ruchu (management destinace), pojmenování nosných témat cestovního ruchu pro domácí i zahraniční klientelu, ale také uvedení marketingových trendů a doporučení jejich aplikace v praxi.

Po aktualizovaných analýzách jsou nové poznatky aplikovány v syntéze ve SWOT analýze a dále se promítají přes návrhovou část až do akčního plánu. Samostatnou částí marketingové strategie jsou investiční příležitosti, tedy výčet možností pro zájemce o investice v cestovním ruchu v Moravskoslezském kraji. Na základě svého obsahu by měl nový dokument Marketingová strategie sloužit orgánům samosprávy, partnerům Moravskoslezského kraje, aktéřům z řad odborníků a podnikatelů v cestovním ruchu.

Právě s aktéry cestovního ruchu byla postupně na setkáních, prostřednictvím e-mailů a telefonické komunikace diskutována záležitost zvolené koncepce, postupně byly zapracovávány jejich věcné připomínky a náměty. Pro zájemce z řad uvedených aktéřů byl rovněž připraven seminář, který představil Customer Insight (výzkum zaměřený na potenciální zákazníky) provedený mezi zahraniční klientelou a také marketingové podklady, které byly použity při tvorbě analytické části Marketingové strategie. Do procesu tvorby marketingové strategie se v rámci workshopů a semináře zapojilo celkem 90 aktéřů, informace o průběhu workshopů byly prostřednictvím elektronické komunikace rozesílány celkem 243 aktéřům. Spolupráce při tvorbě Marketingové strategie byla v průběhu měsíců září a října 2008 dále prohloubena při osobních setkáních a při e-mailové i telefonické komunikaci. Názvy jednotlivých akcí, místa i data konání, popř. jmenný seznam účastníků naleznete v tabulkách v rámci přílohy na konci dokumentu.
Při zpracování Marketingové strategie byly respektovány přírodní hodnoty území Moravskoslezského kraje, zejména pokud se týká zvláště chráněných území (především CHKO), lokalit soustavy Natura 2000 (Evropsky významné lokality, Ptačí oblasti), případně dalších cenných lokalit (přírodní parky, územní systémy ekologické stability, významné krajinné prvky a d.).
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

aktualizace s výhledem do roku 2015

ČÁST B: ANALÝZA

Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Ostrava 2008 - 2009
1. Analýza Moravskoslezského kraje jako destinace

Každá destinace by měla poskytovat určité základy, na kterých může stát kvalitní destinační management. Jedná se o lokalizační předpoklady, například o atraktivity cestovního ruchu, infrastrukturu a doprovodné služby, suprastrukturu a infrastrukturu cestovního ruchu atd. Abychom mohli objektivně analyzovat stav destinace a posléze uskutečnit kvalitní syntézu, je nejprve zapotřebí věnovat se charakteristice Moravskoslezského kraje.

1.1. Poloha destinace

Moravskoslezský kraj se nachází v nejvýchodnější části České republiky, přičemž k jeho centru, Praze, má do jisté míry periferní polohu. To jevidíme proto, že v rámci státu je vzdálenost od metropole vysoká, zhruba 300 km vzdušnou čarou. Připočteme-li tento údaj do přepravního času, pak číní pouze 1 hodinu letecky, 3 hodiny železnicí a 4 hodin po silnici. I přes tyto relativně nízké časové vzdálenosti je Moravskoslezský kraj vnímán českou veřejností jako okrajový region. Pokud Češi neabsolvují cílenou cestu do regionu nebo tranzit do Polska nebo na Slovensko, pak Moravskoslezský kraj nikdy nenavštíví.

Budeme-li vnímat kraj nadregionálně, pak je jeho poloha na hranici tří států téměř ve středu evropského prostoru velice výhodná a perspektivní. Pokud se zaměříme na celou Evropu, pak se region nachází mezi Hornoslezskou aglomerací, Vídni a Bratislavou, což jsou významná centra dohromady s přibližně 5 miliony obyvateli. Z toho důvodu využívají denně kraj k tranzitu tisíce Poláků, Rakušanů a Slováků. Ještě v širším kontextu lze uvést, že Moravskoslezský kraj leží na jedné ze spojnic států východní a západní Evropy. Sílu polohy celé oblasti se snaží ještě více zdůraznit regionální aktéři, kteří dlouhodobě usilují o propojení některých aktivit Moravskoslezského kraje, Žilinského samosprávného kraja a Województwa Śląskiego v určitých aktivitách s výhledem na vytvoření významného územního centra v celoevropském pohledu.

1.2. Vymezení destinace z pohledu administrativního a turistického

1.2.1. Moravskoslezský kraj jako administrativní jednotka

Moravskoslezský kraj vznikl současně s ostatními 13 českými krajem 1. ledna 2001 na základě legislativy přijaté v roce 2000. Po jediné územní změně v roce 2005 má region rozlohu 5 427 km² a skládá se z celkem 6 dřívějších okresů (od západu Bruntál, Opava, Nový Jičín, Ostrava-město, Karviná a Frýdek-Místek) a území 22 obcí s rozsílenou působností. V kraji se nachází celkem 5 statutárních měst, 35 měst, 3 městyse a 256 obcí. Střední stav

Obrázek 1: Správní rozdělení Moravskoslezského kraje k 31. 12. 2007

1.2.2. Turistické oblasti jako turistické jednotky

Realitu cestovního ruchu a spádovost z pohledu turistů se snažila odrazit Česká centrála cestovního ruchu při rozdělení České republiky na 15 turistických regionů. Ty byly postupně vymezeny v letech 1998 – 2005 s cílem rozdělit Českou republiku na marketingová území, která budou prodejná pro českého i evropského turistu. Mezi 15 českými turistickými regiony vznikl také turistický region Severní Morava a Slezsko, který byl sestaven v hranicích okresů (ze západu) Šumperk, Jeseník, Bruntál, Opava, Nový Jičín, Ostrava-město, Karviná, Vsetín a Frýdek-Místek. Jeho rozloha 8 713 km² jej zařadila na první místo mezi turistickými
regiony v České republice. V době rozdělení státu na turistické regiony byly dílčími administrativními celky okresy (kraje ještě neexistovaly).


V Moravskoslezském kraji se aktuálně nachází 6 turistických oblastí. Jak již bylo řečeno, ty přesahují do Zlínského a Olomouckého kraje. Následující tabulka a mapa ukazuje příslušnost jednotlivých měst a obcí k turistickým oblastem.

Tabulka 1: Rozdělení měst a obcí do turistických oblastí

<table>
<thead>
<tr>
<th>Turistická oblast</th>
<th>Města a obce</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Jeseníky</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Okres Opava:</td>
<td>Kružberk, Melč, Moravice, Nové Lubicce, Radkov, Staré Těšanovice, Svatoňovice, Větěkovice, Vítkov</td>
</tr>
<tr>
<td>Okres Bruntál:</td>
<td>Sosnová</td>
</tr>
<tr>
<td>-------------</td>
<td>---------</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Opavské Slezsko</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Opava:</strong> Bělá, Bohuslavice, Bolatice, Branka u Opavy, Bratříkovice, Brumovice, Březová, Budišov nad Budišovkou, Budišovice, Čermná ve Slezsku, Darkovice, Děhylov, Dobroslavice, Dolní Benešov, Dolní Životice, Háj ve Slezsku, Hať, Hlavnice, Hlubočec, Hlučín, Hněvoší, Holasovice, Hrabyně, Hradec nad Moravicí, Chlebičov, Chuchelňá, Chvalíkovice, Jakartovice, Jezdkovice, Kobeří, Kozmice, Kravaře, Kyjovice, Lhotka u Litultovic, Litultovic, Ludgefovice, Markvartovice, Mikolajice, Mladecko, Mokrý Lazce, Neplachovic, Nové Sedlic, Oldříšov, Opava, Otice, Pišť, Pustá Polom, Raduň, Rohov, Skřípov, Slavkov, Služovice, Stěbořice, Strahovic, Sudice, Šítěhofice, Štáblovice, Štěpánkovice, Štítna, Trebom, Uhlířov, Velké Heraltice, Velké Hoštice, Vřesovice, Vřesina, Závada</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ostravsko</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Ostrava:</strong> Čáslav, Dolní Lhota, Horní Lhota, Klimkovice, Ostrava, Velká Polom, Vřesina</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Těšínské Slezsko</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Frýdek-Místek:</strong> Bocanice, Bukovec, Bystrice n. Olší, Dolní Lomná, Dolní Tošanovice, Hnojník, Horní Bludovice, Horní Lomná, Horní Tošanovice, Hrádek, Hrčava, Jablunkov, Komorní Lhotka, Košařská, Milíkov, Mosty u Jablunkova, Návsi, Nýdek, Písečná, Písek, Ropice, Řeka, Smilovice, Srní, Trnovice, Trinec, Varnyně, Vělopolí</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Karviná:</strong> Albrechtice, Bohumín, Český Těšín, Dětmarovice, Dolní Lutyň, Doubrava, Havířov, Horní Suchá, Chotěbuz, Karviná, Orlová, Petrovice u Karviné, Petřvald, Rychvald, Stonava, Těříck</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Poodří – Moravské Kravařsko</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Nový Jičín:</strong> Albrechtčky, Bartošovice, Bernartice nad Odrou, Bílov, Bilovec, Bílov, Bravantice, Fílov, Heřmanice u Oder, Heřmanický, Hladké Životice, Jakubčovice nad Odrou, Jeseník nad Odrou, Jistebník, Kateřínova, Kujavy, Kunín, Luboměř, Mankaře, Mošnov, Oty, Petřvald, Pustýtechnology, Šedlice, Skotnice, Slatina, Spálov, Studenka, Suchol nad Odrou, Šenov u Nového Jičína, Tísek, Trnová, Velké Albrechtice, Vražné, Vrchny</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Ostrava:</strong> Čáslav, Dolní Lhota, Horní Lhota, Klimkovice, Ostrava, Velká Polom, Vřesina</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Beskydy - Vlašimsko</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Frýdek-Místek:</strong> Baška, Bílá, Bušperk, Bruzovice, Čeladná, Dobrá, Dobratice, Dolní Domaslavice, Fryčovic, Frydek-Místek, Frydlant nad Ostravicí, Horní Domaslavice, Hukvaldy, Janovice, Kaňovice, Kozlovice, Krásná, Krmelín, Kunčice pod Ondřejníkem, Lhotka, Lučina, Malenovice, Metlyovice, Morávka, Nižní Lhoty, Nošovice, Ostravice, Palkovice, Paskov, Pazderna, Pražmo, Pržno, Pstruží, Raškovice, Repiště, Sedilště, Soběšovice, Staré Hamry, Staré Město, Starčí, Sviadnov, Vojkovice, Vyšní Lhoty, Záboří, Žermanice</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Nový Jičín:</strong> Byskvořice, Frenštátská pod Radhoštěm, Hodslavice, Hostašovice, Kopřivnice, Lichnov, Mošnov, Nový Jičín, Příbro, Rybní, Zbranský Jičín, Štramberk, Tichá, Trojanovice, Veľkovce, Závišic, Ženklava, Životice u Nového Jičína</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Okres Ostrava:</strong> Stará Ves nad Ondřejníkem, Šenov, Václavovice, Vratimov</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

1.2.3. Využití územních jednotek v cestovním ruchu

Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

V klientelu z Polska, Slovenska a Německa je Moravskoslezský kraj relativně známým pojmem, nicméně ostatní cílové trhy jej neznají, na rozdíl od České republiky.

Na základě společně dohody s aktéry cestovního ruchu pracuje tato Marketingová strategie s turistickými oblastmi jako územními celky v oblasti cestovního ruchu. To znamená, že turistické oblasti Jeseníky, Opavské Slezsko, Ostravsko, Těšínské Slezsko, Poodří – Moravské Kravařsko a Beskydy – Valašsko v hranicích Moravskoslezského kraje budou primárními jednotkami jak pro řízení cestovního ruchu v dílčích územích Moravskoslezského kraje, tak pro účely marketingu. Současně je pro zahraniční klientelu na základě větších výhod vhodné používat pro účely marketingu značku Moravskoslezský kraj společně s doplněním České republiky. Na tomto místě je třeba zdůraznit, že dle dohody mezi Moravskoslezským a Zlínským krajem je turistická oblast Beskydy-Valašsko rozdělena na Beskydy (Moravskoslezský kraj) a Valašsko (Zlínský kraj). V tomto ohledu je však potřeba zmínit také rozkol v zjišťování statistických dat vzhledem k území. V současné době jsou statistická data získávána jak za celé kraje i okresy, tak za turistické regiony a oblasti (monitoring CzechTourism). Vzhledem k větší aktuálnosti pracuje tato marketingová strategie s daty za kraje a okresy.

Jiným současným problémem je stanovení krajských hranic a stanovení hranic turistických regionů. Turistický region Severní Morava a Slezsko (potažmo turistické oblasti Jeseníky a Beskydy - Valašsko) totiž v sobě zahrnuje i okresy Olomouckého a Zlínského kraje, přičemž napříč hranicemi krajů existují přirozené vazby jak z pohledu spádovosti, tak z ohledu vzezdu mezi aktéry cestovního ruchu. Navíc ze strany Olomouckého kraje a Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu existuje snaha o vytvoření turistického regionu Jeseníky na obou stranách pohraničí, tedy i v Moravskoslezském kraji. Pro potřeby této marketingové strategie bylo k tomu přihlédnuto způsobem, kdy u oblastí s přesahem do sousedních krajů:

- bude kalkulováno s přirozenou spádovostí turistických atraktivit v Olomouckém a Zlínském kraji a pro účely marketingu budou ve strategii zahrnuty,
- bude kalkulováno s přirozenými vazbami aktérů v Jeseníkách a Beskydech přes hranice kraje včetně jejich společného řízení cestovního ruchu napříč kraji,
- bude kalkulováno s existujícími značkami (např. Jeseníky), které propagují atraktivní oblasti v dvou krajinách,
- bude kalkulováno s připravovanými projekty v nejbližších spádových oblastech mimo Moravskoslezský kraj, které mohou být po jejich dokončení a tedy vzniku nových atraktivit přitažlivé pro návštěvníky Moravskoslezského kraje.
1.3. Předpoklady destinace pro cestovní ruch


1.3.1. Přírodní atraktivity

Přírodní potenciál Moravskoslezského kraje je jedním ze stěžejních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu v regionu. Vytváří totož podmínky pro řadu typů turismu, od aktivního vyžití, přes relaxační pobyt až po poznávací cestovní ruch. Moravskoslezský kraj je ze západu a východu ohraničen pohořími Hrubého Jeseníku a Moravskoslezských Beskyd s nejvyššími vrcholy Pradědem a Lysou horou. Mezi nimi se nachází vleč rozmamitá krajin, to z pohledu členitosti terénu i přírodních atraktivit. Ze severu je region lemován Slezskou nižinou, která přechází do pahorkatin Moravské brány, Oderských vrchů a Nízkého Jeseníku, které kraj uzavírají z jihozápadu a jihu.


Dle statistické ročenky MSK bylo v roce 2007 v Moravskoslezském kraji evidováno celkem 143 maloplošných chráněných území. Jedná se o:
7 národních přírodních památek,
10 národních přírodních rezervací,
56 přírodních památek,
70 přírodních rezervací.
Podrobný seznam přírodních památek a rezervací je k dispozici na:

http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/zp_0101.html

Na území Moravskoslezského kraje se dále nacházejí 3 chráněné krajinné oblasti - CHKO Poodří, CHKO Beskydy, CHKO Jeseníky.

Význam chráněné krajinné oblasti Beskydy je podtržen vyhlášením 50 maloplošných zvláště chráněných území, jedná se o 7 národních přírodních rezervací (Kněhyně, Mazák, Mionší, Putilčín-Hradisko, Radhošť, Razula, Salajka), 20 přírodních rezervací a 23 přírodních památek. CHKO Beskydy se územně překrývá s mezinárodně významným ptačím územím (IBA) a s chráněnou oblastí přirozené akumulace vod.

Chráněná krajinná oblast Jeseníky byla vyhlášena v roce 1969 na rozloze 740 km². Nejvyšším bodem je vrchol Pradědu s nadmořskou výškou 1 492 m nad mořem. Území je z 80% pokryto lesy, převážně druhotnými smrčinami nebo bučinami s mozaikovitě zachovalými zbytky přírodních lesů. Nejcennější území chráněné krajinné oblasti jsou chráněna ve 4 národních přírodních rezervacích (Praděd, Šerák - Keprník, Rejvíz, Rašeliniště Skřítek), 18 přírodních rezervacích a 6 přírodních památkách.

O chráněné krajinné oblasti Poodří lze říci, že se jedná o zachovalou údolní nivu Odry s pestrým mikroreliéfem, vzniklým jejím vývojem ve čtvrtohorách a následně hospodářským využíváním po středověké kolonizaci ve 13. a 14. století. Území je typické a ojedinělé zachovalým vodním režimem s každoročním zaplavováním rozsáhlých částí nivy. Oblast byla v roce 1993 zařazena k mokrádním územím Ramsarské konvence, zároveň se jedná o významnou ptačí oblast zařazenou do NATURA 2000. Nejcennější lokality jsou chráněny v maloplošných chráněných územích (NPR Polánská niva, PR Polanský les, PR Kotvice), další se připravují k vyhlášení. Území je místem výskytu řady ohrožených druhů především vodní a mokrádní květiny a zvířený.
1.3.2. Kulturní a historické atraktivity, atraktivity poznávací turistiky


K nejvýznamnějším kulturním a historickým atraktivitám Moravskoslezského kraje řadíme níže uvedené hrady, zámky, zříceniny a muzea.

**Hrady, zámky a zříceniny:**

<table>
<thead>
<tr>
<th>NÁZEV</th>
<th>TYP OBJEKTU</th>
<th>KONTAKT</th>
<th>NÁZEV</th>
<th>TYP OBJEKTU</th>
<th>KONTAKT</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Fulštejn</td>
<td>zřícenina</td>
<td><a href="http://www.fulstejn.wz.cz">www.fulstejn.wz.cz</a>, email: <a href="mailto:idstav@centrum.cz">idstav@centrum.cz</a>, tel: 554 642 190</td>
<td>Bruntál</td>
<td>zámek</td>
<td><a href="http://www.bruntal-zamek.cz">www.bruntal-zamek.cz</a>, email: <a href="mailto:muzeumbruntal@seznam.cz">muzeumbruntal@seznam.cz</a>, tel: 554 717 947</td>
</tr>
<tr>
<td>Hukvaldy</td>
<td>zřícenina</td>
<td><a href="http://www.hukvaldy.cz">www.hukvaldy.cz</a>, email: <a href="mailto:info@janackovy-hukvaldy.cz">info@janackovy-hukvaldy.cz</a>, tel: 558 699 323</td>
<td>Divčí Hrad</td>
<td>hrad</td>
<td><a href="http://www.divcichrad.cz">www.divcichrad.cz</a>, email: <a href="mailto:obec.divcichrad@cbox.cz">obec.divcichrad@cbox.cz</a>, tel: 554 650 014</td>
</tr>
<tr>
<td>Pustý hrad</td>
<td>zřícenina</td>
<td><a href="http://www.vrbnopp.cz">www.vrbnopp.cz</a>, email: <a href="mailto:podatelna@vrbnopp.cz">podatelna@vrbnopp.cz</a>, tel: 554 795 111</td>
<td>Frýdecký zámek</td>
<td>zámek</td>
<td>web.telecom.cz/muzeumbeskyd, email: <a href="mailto:muzeumbeskyd@telecom.cz">muzeumbeskyd@telecom.cz</a>, tel: 558 628 001</td>
</tr>
<tr>
<td>Rabenštejn</td>
<td>zřícenina</td>
<td><a href="http://www.vrbnopp.cz">www.vrbnopp.cz</a>, email: <a href="mailto:podatelna@vrbnopp.cz">podatelna@vrbnopp.cz</a>, tel: 554 795 111</td>
<td>Fulnek</td>
<td>zámek</td>
<td><a href="http://www.fulnek.cz">www.fulnek.cz</a>, email: <a href="mailto:mic@fulnek.cz">mic@fulnek.cz</a>, tel: 556 713 713</td>
</tr>
<tr>
<td>Slezskoostravský hrad</td>
<td>hrad</td>
<td><a href="http://www.slezskoostravskyhrad.cz">www.slezskoostravskyhrad.cz</a>, email: <a href="mailto:sekretariat.ovas@cernalouka.cz">sekretariat.ovas@cernalouka.cz</a>, tel: +420 596 115 967</td>
<td>Hnojník</td>
<td>zámek</td>
<td><a href="http://www.hnojnik.cz">www.hnojnik.cz</a>, email: <a href="mailto:sekretariat@hnojnik.cz">sekretariat@hnojnik.cz</a>, tel: 558 694 255</td>
</tr>
<tr>
<td>NÁZEV</td>
<td>LOKALITA</td>
<td>KONTAKT</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---------------</td>
<td>----------</td>
<td>---------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Albrechtícky</td>
<td>Albrechtícky</td>
<td>Tel.: 556 428 024, 721 461 616, <a href="mailto:infocentrum@albrechticky.cz">infocentrum@albrechticky.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 1</td>
<td>Hrad Soví nec</td>
<td>Soví nec</td>
<td>Tel.: 554 295 113 e-mail: <a href="mailto:hrad.sovinec@worldonline.cz">hrad.sovinec@worldonline.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 2</td>
<td>Kosárna v Karlovcích ve Slezsku</td>
<td>Karlovice ve Slezsku</td>
<td>Tel.: 554 744 077</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 3</td>
<td>Zámecká expozice</td>
<td>Bruntál</td>
<td>Tel.: 554 717 947 <a href="mailto:muzeumbruntal@seznam.cz">muzeumbruntal@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 4</td>
<td>Zámecká expozice</td>
<td>Bruntál</td>
<td>Tel.: 554 717 947 <a href="mailto:muzeumbruntal@seznam.cz">muzeumbruntal@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník Vojtěcha Martínka</td>
<td>Brušperk</td>
<td>Tel.: 558 666 271 <a href="mailto:infobrusperk@iol.cz">infobrusperk@iol.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Městské muzeum Brdlice</td>
<td>Budíšov nad Budíšovkou</td>
<td>Tel.: 556 312 040 <a href="mailto:mkis@budisov.cz">mkis@budisov.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Malé regionální muzeum (Muzeum Karola Piegzy při ZŠ)</td>
<td>Písek u Jablunkova Bukovec</td>
<td>Tel.: 558 358 641</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník Josefa Kaluse</td>
<td>Čeladná</td>
<td>Tel.: 558 684 008, 558 684 128, <a href="mailto:celadna@iol.cz">celadna@iol.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Těšínska, příspěvková organizace</td>
<td>Český Těšín</td>
<td>Tel.: 558 761 211 <a href="mailto:muzeum@muzeumct.cz">muzeum@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 1</td>
<td>Výstavní síň v Českém Těšíně</td>
<td>Český Těšín</td>
<td>Tel.: 558 761 221 <a href="mailto:cesky_tesin@muzeumct.cz">cesky_tesin@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 2</td>
<td>Kotulova dřevěnka</td>
<td>Havířov-Bludovice</td>
<td>Tel.: 602 709 731 <a href="mailto:kotulova_drevenka@muzeumct.cz">kotulova_drevenka@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 3</td>
<td>Památník životické tragédie</td>
<td>Havířov-Životice</td>
<td>Tel.: 596 434 138 <a href="mailto:zivotice@muzeumct.cz">zivotice@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 4</td>
<td>Výstavní síň Musaion Havířov</td>
<td>Havířov</td>
<td>Tel.: 596 813 456 <a href="mailto:havirov@muzeumct.cz">havirov@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 5</td>
<td>Archeopark v Chotěbuzi</td>
<td>Chotěbuz</td>
<td>Tel.: 558 761 211 <a href="mailto:muzeum@muzeumct.cz">muzeum@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 6</td>
<td>Výstavní síň v Jablunkově</td>
<td>Jablunkov</td>
<td>Tel.: 558 359 533 <a href="mailto:jablunkov@muzeumct.cz">jablunkov@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka</td>
<td>Úkon</td>
<td>Místnost</td>
<td>Kontaktní údaje</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---------</td>
<td>-------</td>
<td>----------</td>
<td>-----------------</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Výstavní síň Interklub Karviná</td>
<td>Karviná</td>
<td>Tel.: 596 311 425 <a href="mailto:karvina@muzeumct.cz">karvina@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Technické muzeum Petřvald</td>
<td>Petřvald</td>
<td>Tel.: 596 541 092 <a href="mailto:petrvald@muzeumct.cz">petrvald@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Výstavní síň Muzea Těšínska v Orlové</td>
<td>Orlová</td>
<td>Tel.: 596 531 205 <a href="mailto:orlova@muzeumct.cz">orlova@muzeumct.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Národopisný památník</td>
<td>Dolní Domašovice</td>
<td>Tel.: 558 688 224 <a href="mailto:ouddomaslace@cbox.cz">ouddomaslace@cbox.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Pamětní síň – muzeum</td>
<td>Dvorce</td>
<td>793 68 Dvorce Tel.: 554 745 272</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>Muzeum Beskyd Frýdek-Místek, příspěvková organizace</td>
<td>Frýdek-Místek</td>
<td>Tel.: 558 630 051 <a href="mailto:muzeumbeskyd@telecom.cz">muzeumbeskyd@telecom.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Hrad Hukvaldy</td>
<td>Hukvaldy</td>
<td>Tel.: 558 699 323</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Galerie Langův dům</td>
<td>Frýdek-Místek</td>
<td>Tel.: 558 631 145 <a href="mailto:muzeumbeskyd@telecom.cz">muzeumbeskyd@telecom.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Galerie uměleckého smaltu a litiny</td>
<td>Frýdlant nad Ostravicí</td>
<td>Tel.: 558 604 111 <a href="mailto:posta@frydlantno.cz">posta@frydlantno.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Muzeum Hlučínska, příspěvková organizace</td>
<td>Hlučín</td>
<td>Tel.: 595 041 337 <a href="mailto:muzeum.hlucinska@seznam.cz">muzeum.hlucinska@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Muzeum historických praček a valch</td>
<td>Hoštátkovy</td>
<td>Tel.: 554 649 014 <a href="mailto:ucetni@obec-hostalkovy.cz">ucetni@obec-hostalkovy.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Městské muzeum a galerie Hradec nad Moravicí</td>
<td>Hradec nad Moravicí</td>
<td>Tel.: 553 654 074 <a href="mailto:sekretariat@muhradec.cz">sekretariat@muhradec.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Muzeum cínu</td>
<td>Hukvaldy</td>
<td>Tel.: 558 699 070</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Muzeum včelařství</td>
<td>Chlebovice</td>
<td>Tel.: 602 542 619</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Muzeum Bezručova kraje</td>
<td>Chlebovice</td>
<td>Tel.: 602 542 619</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Retinální muzeum obce Janova</td>
<td>Janov</td>
<td>Tel.: 554 641 476, 554 625 280 <a href="mailto:oujanov@c-box.cz">oujanov@c-box.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Regionální muzeum v Kopřivnici, o.p.s.</td>
<td>Jistebník nad Odrrou</td>
<td>Tel.: 558 418 176</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>----------------------------------------</td>
<td>----------------------</td>
<td>------------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rybičko - veteránumuseum</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Kopřivnice</td>
<td>Tel.: 556 871 238 <a href="mailto:info@tatramuseum.cz">info@tatramuseum.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Lašské Muzeum v Šustalově vile</td>
<td>Kopřivnice</td>
<td>Tel.: 556 801 138 <a href="mailto:daniel.sigut@tatramuseum.cz">daniel.sigut@tatramuseum.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Fojtství</td>
<td>Kopřivnice</td>
<td>Tel.: 556 812 610 <a href="mailto:mt-recepce@tatramuseum.cz">mt-recepce@tatramuseum.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Expozice Emila a Dany Zátopkových</td>
<td>Kopřivnice</td>
<td>Tel.: 556 871 238 <a href="mailto:info@tatramuseum.cz">info@tatramuseum.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum historických kočárů</td>
<td>Kozlovice</td>
<td>Tel.: 518 619 059, 603 714 216 <a href="mailto:ekozlovice@kozlovice.cz">ekozlovice@kozlovice.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámecké muzeum Kravaře</td>
<td>Kravaře</td>
<td>Tel.: 553 671 201 <a href="mailto:zamek@kravare.cz">zamek@kravare.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Městské muzeum Krnov</td>
<td>Krnov</td>
<td>Tel.: 554 614 570 <a href="mailto:muzeumkrnov@seznam.cz">muzeumkrnov@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Galerie Karla Svolinského</td>
<td>Kunčice pod Ondřejníkem</td>
<td>Tel.: 556 850 184 <a href="mailto:skola.kuncice@iol.cz">skola.kuncice@iol.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum v Línhartovech</td>
<td>Město Albrechtice</td>
<td>Tel.: 554 652 241, 728 323 270</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Kapličkový vrch</td>
<td>Malá Morávka</td>
<td>Tel.: 554 273 095 <a href="mailto:obec.malamoravka@iol.cz">obec.malamoravka@iol.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Novojičínska, příspěvková organizace</td>
<td>Nový Jičín</td>
<td>Tel.: 556 701 156 <a href="mailto:ovmnj@atlas.cz">ovmnj@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 1</td>
<td>Muzeum v Bílovci</td>
<td>Tel.: 556 412 266 <a href="mailto:ovmnj@atlas.cz">ovmnj@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 2</td>
<td>Muzeum ve Frenštátě pod Radhoštěm</td>
<td>Frenštát pod Radhoštěm</td>
<td>Tel.: 556 835 936 <a href="mailto:muzeumfrenstat@atlas.cz">muzeumfrenstat@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 3</td>
<td>Kapucínský klášter ve Fulneku</td>
<td>Fulnek</td>
<td>Tel.: 556 731 252 <a href="mailto:mnj.klaster.fulnek@seznam.cz">mnj.klaster.fulnek@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 4</td>
<td>Památník Jana Amose Komenského ve Fulneku</td>
<td>Fulnek</td>
<td>Tel.: 556 741 015 <a href="mailto:mnjfulnek@atlas.cz">mnjfulnek@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 5</td>
<td>Památník Františka Palackého v Hodslavicích</td>
<td>Hodslavice</td>
<td>Tel.: 556 750 555 <a href="mailto:ovmjn@atlas.cz">ovmjn@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 6</td>
<td>Památník Johanna Gregora Mendela v Vražné-Hynčicích</td>
<td>Vražné-Hynčice</td>
<td>Tel.: 556 730 532 <a href="mailto:ovmjn@atlas.cz">ovmjn@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 7</td>
<td>Muzeum Klímkovice</td>
<td>Klímkovice</td>
<td>Tel.: 556 701 156 <a href="mailto:ovmnj@atlas.cz">ovmnj@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 8</td>
<td>Zámeck Kunín</td>
<td>Kunín</td>
<td>Tel.: 556 749 420 <a href="mailto:ic@kunin.cz">ic@kunin.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 9</td>
<td>Muzeum a pamětní síň Sigmunda Freuda v Příboře</td>
<td>Příbor</td>
<td>Tel.: 556 725 191 <a href="mailto:mnjpribor@seznam.cz">mnjpribor@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 10</td>
<td>Muzeum ve Štramberku</td>
<td>Štramberk</td>
<td>Tel.: 556 852 284 <a href="mailto:ovmnj@atlas.cz">ovmnj@atlas.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum - rodný dům Sigmunda Freuda</td>
<td>Příbor</td>
<td>Tel.: 556 722 200 <a href="mailto:rondyrum@seznam.cz">rondyrum@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum mlýnských kamenů</td>
<td>Odry</td>
<td>Tel.: 556 730 297</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Slezské zemské muzeum</td>
<td>Opava</td>
<td>Tel.: 553 622 999 <a href="mailto:szmred@szmo.cz">szmred@szmo.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 1</td>
<td>Arboretum</td>
<td>Stěbořice-Nový Dvůr</td>
<td>Tel.: 553 661 031</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 2</td>
<td>Areál čs. opevnění</td>
<td>Hlučín-Darkovičky</td>
<td>Tel.: 595 051 110</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 3</td>
<td>Památník Petra Bezruče</td>
<td>Opava</td>
<td>Tel.: 553 625 024</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 4</td>
<td>Památník II. sv. války</td>
<td>Hrabyně</td>
<td>Tel.: 553 775 091</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Citerarium – muzeum citer</td>
<td>Ostrava</td>
<td>Tel.: 596 113 096 <a href="mailto:folprecht.jan@quick.cz">folprecht.jan@quick.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Galerie výtvarného umění v Ostravě</td>
<td>Ostrava</td>
<td>Tel.: 596 112 566 <a href="mailto:info@gvuostrava.cz">info@gvuostrava.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pobočka 1</td>
<td>Nová síň</td>
<td>Ostrava-Poruba</td>
<td>Tel.: 596 964 279 <a href="mailto:info@gvuostrava.cz">info@gvuostrava.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Keltičkova kovárn</td>
<td>Ostrava</td>
<td>Tel.: 596 242 036, 777 194 658 <a href="mailto:keltickovar@seznam.cz">keltickovar@seznam.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Vítkovických železáren</td>
<td>Ostrava</td>
<td>Tel.: 596 123 760, 596 121 345 <a href="mailto:muzeum@ostmuz.cz">muzeum@ostmuz.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ostravské muzeum</td>
<td>Ostrava</td>
<td>Tel.: 596 650 251 <a href="mailto:info@staropramen.cz">info@staropramen.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pivovarské muzeum</td>
<td>Ostrava</td>
<td>Tel.: 596 231 160 <a href="mailto:spuo@ostrava.pamatky.cz">spuo@ostrava.pamatky.cz</a> <a href="mailto:dulmichal@ostrava.npu.cz">dulmichal@ostrava.npu.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Důl Michal</td>
<td>Ostrava-Michálkovic</td>
<td>Tel.: 596 231 160 <a href="mailto:spuo@ostrava.pamatky.cz">spuo@ostrava.pamatky.cz</a> <a href="mailto:dulmichal@ostrava.npu.cz">dulmichal@ostrava.npu.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Hornické muzeum OKD a zábavné centrum Landek</td>
<td>Ostrava-Petříkovice</td>
<td>Tel.: 596 131 803, 596 131 804 <a href="mailto:hornicie.muzeum@okd.cz">hornicie.muzeum@okd.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------------------------------</td>
<td>---------------------</td>
<td>----------------------------------------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Hasičské muzeum města Ostravy</td>
<td>Ostrava-Přívoz</td>
<td>Tel.: 596 136 841 <a href="mailto:muzeum@hzsmok.cz">muzeum@hzsmok.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník Raškovice</td>
<td>Pražmo-Raškovice</td>
<td>Tel.: 58 692 420 <a href="mailto:knihovna@raskovice.cz">knihovna@raskovice.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Městské muzeum Rýmařov</td>
<td>Rýmařov</td>
<td>Tel.: 554 211 770 <a href="mailto:museum.r@tiscali.cz">museum.r@tiscali.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Lašské muzeum</td>
<td>Sedliště</td>
<td>Tel.: 558 658 134 <a href="mailto:sedlist@applet.cz">sedlist@applet.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum ve Skalici</td>
<td>Skalice</td>
<td>Tel.: 558 659 363</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum ve Slezských Rudolticích</td>
<td>Slezské Rudoltice</td>
<td>Tel.: 554 656 105 <a href="mailto:obec.sl.rudoltice@pvtnet.cz">obec.sl.rudoltice@pvtnet.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Cvičná štola Dolu Paskov</td>
<td>Staříč</td>
<td>Tel.: 558 492 480</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Vagonářské muzeum</td>
<td>Studénka</td>
<td>Tel.: 552 303 730 <a href="mailto:wagon.muzeum@post.cz">wagon.muzeum@post.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum obce Suchdol nad Odrou</td>
<td>Suchdol nad Odrou</td>
<td>Tel.: 556 736 317 <a href="mailto:daniel.rican@quick.cz">daniel.rican@quick.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Moravských bratří</td>
<td>Suchdol nad Odrou</td>
<td>Tel.: 556 736 855 <a href="mailto:daniel.rican@quick.cz">daniel.rican@quick.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Knihovna a Šenovské muzeum</td>
<td>Šenov</td>
<td>Tel.: 596 887 222 <a href="mailto:kmsenov@volny.cz">kmsenov@volny.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Botanická zahrada a arboretum Štramberk</td>
<td>Štramberk</td>
<td>Tel.: 732 170 019 <a href="mailto:pavlikovi@email.cz">pavlikovi@email.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Zdeňka Buriana</td>
<td>Štramberk</td>
<td>Tel.: 556 852 240 <a href="mailto:mzb@stramberk.cz">mzb@stramberk.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum starých tisků a lidové keramiky a Panoptikum</td>
<td>Štramberk</td>
<td>Tel.: 556 801 935</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník bratří Strnadů a Jana Knebla</td>
<td>Frenštát pod Radhoštěm</td>
<td>Tel.: 556 839 241, 556 835 021, 556 835 022 obecní<a href="mailto:.urad@trojanovice.cz">.urad@trojanovice.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Třineckých železáren a města Třince</td>
<td>Třinec</td>
<td>Tel.: 558 535 501, 558 535 882 <a href="mailto:muzeum@trz.cz">muzeum@trz.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum a rozhledna Hanse Kuldicha</td>
<td>Úvalno</td>
<td>Tel.: 554 648 124 (muzeum), 554 648 025 (rozhledna) obecní<a href="mailto:urad@uvalno.cz">urad@uvalno.cz</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Městské muzeum Vítkov</td>
<td>Vítkov</td>
<td>Tel.: 556 312 253 <a href="mailto:olbertova@vitkov.info">olbertova@vitkov.info</a></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Podrobné informace k muzeím včetně dalších odkazů jsou k dispozici on-line:

- [http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/kul_03.html](http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/kul_03.html)

**Dřevěné kostely a stavby lidové architektury:**

K významným historickým a kulturním atraktivitám patří také dřevěné kostely a lidová architektura. Především množství dřevěných kostelů je v Moravskoslezském kraji (v rámci České republiky) výjimečné. V současné době lze shlédnout a navštívit tyto nejattrakтивnější dřevěné kostely a stavby lidové architektury:

- Albrechtice – dřevěný kostel sv. Petra a Pavla
- Bílá – dřevěný kostel sv. Bedřicha
- Bystřice nad Olší – dřevěný kostel sv. Kříže
- Dolní Lomná – areál Matice Slezské
- Dolní Marklovice – dřevěný kostel Nanebevstoupení Páně
- Gruň – dřevěný kostel Nejsvětější Trojice
- Guty – dřevěný kostel Božího těla
- Havířov – Kotulova dřevěnka
- Hodslavice – dřevěný kostel sv. Onřeje
- Hrčava – dřevěný kostel sv. Cyrila a Metoděje
- Karlova Studánka – lázeňské budovy
- Komorní Lhota – zástavba lidové dřevěné architektury
- Nýdek – dřevěný kostel sv. Mikuláše
- Ostrava-Hrabová – dřevěný kostel sv. Kateřiny
- Prašivá – dřevěný kostel sv. Antonína Paduánského
- Pustevny – dřevěné stavby Maměnka a Libušín
- Radhošť – kaple sv. Cyrila a Metoděje
- Řepiště – dřevěný kostel sv. Michala
- Sedlíště – dřevěný kostel Všech svatých

Bližší popis včetně fotografii je k dispozici on-line:

Rozhledny:

Rozhledny patří mezi velmi atraktivní turistické cíle Moravskoslezského kraje. K nejzajímavějším patří následující rozhledny a vyhlídkové stavby:

- Bílov – rozhledna
- Frenštát pod Radhoštěm – radniční věž
- Hradec nad Moravicí-Jakubčovice – rozhledna Šance
- Chlebovice, kopec Kabátice – rozhledna Panorama
- Kozubová – Slezské Beskydy – věž kaple sv. Anny
- Krnov – rozhledna Cvilín
- Krnov – rozhledna Ježník
- Ostrava – věž Nové radnice
- Ostrava-Petřkovice – rozhledna Landek
- Praděd – vysílač
- Prašivá – turistická chata
- Staříč – rozhledna Okrouhlá
- Štramberk / Kopřivnice – rozhledna Bílá hora
- Úvalno – rozhledna Hanse Kudlicha
- Velká Čantoryje – rozhledna
- Velký Roudný – rozhledna

Bližší popis rozhleden včetně dalších odkazů je k dispozici on-line:


Technické památky:

Vzhledem ke své historii se v Moravskoslezském kraji nachází rovněž řada technických památek. Jejich význam podtrhuje i to, že se Hornické muzeum OKD a Dolní oblast Vítkovic snaží o zápis na seznam UNESCO, přičemž Dolní oblast již byla zapsána na listinu Evropského kulturního dědictví. K nejvýznamnějším technickým památkám lze řadit:
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

- Hlavnice – větrný mlýn
- Hlučín-Darkovičky - Areál čs. opevnění
- Hradec nad Moravicí-Žimrovice – Weisshuhnův kanál
- Litultovice-Choltice – větrný mlýn
- Odry-Loučka – vodní mlýn
- Opava-Milostovice – Památník armády – pohraniční opevnění
- Ostrava – Hvězdárna a planetárium Johanna Palisy
- Ostrava-Michálkovice – Důl Michal
- Ostrava-Petřkovice – Hornické muzeum OKD
- Ostrava-Vítkovice – Důl Hlubina, vysoké pece a koksovna Vítkovických železár
- Stará Ves u Bílovce – větrný mlýn Bravinné
- Staříč – Cvičná štola, hornický skanzen dolu Paskov
- Třemešná – Osoblaha – úzkorozchodná železnice

Bližší popis a další odkazy jsou k dispozici on-line:


Památkové rezervace a zóny, kulturní památky:

V Moravskoslezském kraji se nachází řada významných měst s atraktivními historickými centry. Stejně tak lze navštívit i řadu atraktivních vesnic. Následující nejvýznamnější lokality byly prohlášeny za městské památkové rezervace (MPR) a vesnické památkové rezervace (VPR):

- Nový Jičín (MPR)
- Příbor (MPR)
- Štramberk (MPR)
- Heřmanovice (VPR)
- Štáblovice-Lipina (VPR)

Kromě památkových rezervací se v Moravskoslezském kraji nachází i městské a vesnické památkové zóny. Celkem zde je 18 MPZ a 6 VPZ. Kompletní seznam MPR, MPZ, VPR a VPZ včetně bližšího popisu je k dispozici on-line:
Vzhledem ke svému významu je řada atraktivit zařazena na seznam národních kulturních památek. Jedná se o:

- Bruntál – zámek
- Fulnek – památník J. A. Komenského
- Havlíčkov-Životice – památník obětem nacistického teroru
- Hodslavice – rodný dům Františka Palackého
- Hradec nad Moravicí – zámek
- Morávka – památník partyzánského hnutí
- Opava – kaple sv. Kříže
- Opava – kostel Nanebevzetí Panny Marie
- Ostrava – Důl Hlubina, vysoké pece a koksovna Vítkovických železáren
- Ostrava – Důl Michal
- Ostrava – památník Rudé armády

Bližší popis a odkazy na národní kulturní památky jsou k dispozici on-line:

- http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/ppe_03.html

**Kulturní akce a folklór:**

Významný potenciál Moravskoslezského kraje představují kulturní akce a folklór. Každoročně se v regionu koná řada festivalů, mezi nejvýznamnější patří například Janáčkovy Hukvaldy, Janáčkův maj (Ostrava), Beethovenův Hradec, Bezručova Opava (Opava), Colours of Ostrava, Music Freud (Příbor), Noc plná hvězd (Třinec), Beskydské Veseléto (Frýdek-Místek), Inkubátor (Havlíčkobrodsko), Štěrkovna Open Music (Hlučín), Knovské kulturní slavnosti (Krnov), Bruntálské indiánské léto (Bruntál), Karvinské varhany, Ostravy hudby, Darkovská lípa, Karvinský romský festival (jako součást Festivalu národnostních menšin „Prolinání kultur aneb známe se navzájem“) a Hornické slavnosti (Karviná) nebo Mezinárodní divadelní festival „Bez hranic“ (Český Těšín).

Regionální folklór představují rovněž kulturní akce a festivaly, například Festival Poodří Františka Lýska ve Staré Vsi nad Ondřejnicí, Folklórní festival Slezské dny v Dolní Lomně, Frenštátské slavnosti ve Frenštátě pod Radhoštěm, Mezinárodní folklorní setkání Gorolski Świeto v Jablunkově, Setkání cimbálových muzik Valašského království ve Frenštátě
pod Radhoštěm, Sochovy národopisné slavnosti ve Lhotce, Mezinárodní folklórní festival ve Frýdku-Místku nebo festival Folklór bez Hranic v Ostravě.

Mezi další kulturní zařízení patří rovněž divadla, galerie, výstavní síně apod. Seznam důležitých akcí a kulturních zařízení včetně dalších odkazů je k dispozici on-line:


Kulturní význam Moravskoslezského kraje zvýrazňuje město Ostrava, které usiluje o získání titulu Evropské hlavní město kultury 2015. Získání titulu EHMK by výrazným způsobem změnilo image města i regionu a pozitivně tak ovlivnila cestovní ruch v dané oblasti.
1.3.3. Infrastruktura pro cestovní ruch

Dopravní infrastruktura:


Velice obstojné spojení Moravskoslezského kraje s Českou republikou i zahraničím obstarává železniční sít. Moravskoslezským krajem prochází 2. železniční koridor, který spojuje Břeclav s Bohumínem a 3. železniční koridor, který propojuje Mosty u Jablunkova.


Obrázek 3: Silniční a dálniční síť v Moravskoslezském kraji (ŘSD 1. 7. 2008)
**Ubytovací infrastruktura:**


### Tabulka 2: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení v ČR a MSK

<table>
<thead>
<tr>
<th>Rok</th>
<th>počet zařízení ČR</th>
<th>počet zařízení MSK</th>
<th>počet pokojů ČR</th>
<th>počet pokojů MSK</th>
<th>počet lůžek ČR</th>
<th>počet lůžek MSK</th>
<th>počet míst pro stany a karavany ČR</th>
<th>počet míst pro stany a karavany MSK</th>
<th>ø cena ČR</th>
<th>ø cena MSK</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2000</td>
<td>7 469</td>
<td>485</td>
<td>169 655</td>
<td>10 408</td>
<td>437 440</td>
<td>26 391</td>
<td>41 692</td>
<td>1 176</td>
<td>300</td>
<td>225</td>
</tr>
<tr>
<td>2001</td>
<td>7 703</td>
<td>497</td>
<td>169 395</td>
<td>10 290</td>
<td>440 314</td>
<td>26 699</td>
<td>42 737</td>
<td>1 347</td>
<td>312</td>
<td>225</td>
</tr>
<tr>
<td>2002</td>
<td>7 869</td>
<td>513</td>
<td>170 645</td>
<td>10 340</td>
<td>445 611</td>
<td>26 954</td>
<td>47 036</td>
<td>1 886</td>
<td>314</td>
<td>240</td>
</tr>
<tr>
<td>2003</td>
<td>7 926</td>
<td>503</td>
<td>170 717</td>
<td>9 992</td>
<td>446 096</td>
<td>26 571</td>
<td>45 294</td>
<td>1 312</td>
<td>321</td>
<td>244</td>
</tr>
<tr>
<td>2004</td>
<td>7 640</td>
<td>489</td>
<td>164 675</td>
<td>9 896</td>
<td>433 214</td>
<td>26 319</td>
<td>48 743</td>
<td>1 852</td>
<td>337</td>
<td>254</td>
</tr>
<tr>
<td>2005</td>
<td>7 605</td>
<td>470</td>
<td>164 516</td>
<td>9 665</td>
<td>433 211</td>
<td>25 972</td>
<td>51 798</td>
<td>1 810</td>
<td>356</td>
<td>271</td>
</tr>
<tr>
<td>2006</td>
<td>7 616</td>
<td>465</td>
<td>167 582</td>
<td>9 406</td>
<td>441 968</td>
<td>25 404</td>
<td>53 338</td>
<td>2 228</td>
<td>366</td>
<td>279</td>
</tr>
<tr>
<td>2007</td>
<td>7 845</td>
<td>469</td>
<td>172 560</td>
<td>9 527</td>
<td>451 707</td>
<td>25 676</td>
<td>53 967</td>
<td>2 188</td>
<td>381</td>
<td>295</td>
</tr>
<tr>
<td>2008</td>
<td>7 705</td>
<td>468</td>
<td>180 162</td>
<td>10 127</td>
<td>466 832</td>
<td>26 852</td>
<td>53 118</td>
<td>2 053</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Naopak ubytovacích zařízení nejvyšší úrovně (hotely****) je nejvíce v Ostravě, celkem 4, což je téměř polovina tohoto typu hotelů v kraji. To vypovídá o potenciálu a charakteru Ostravy jako místa setkání významné klientely v rámci důležitých akcí.

Tabulka 3: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie a počtu ubytovacího zařízení v ČR a MSK

| Rok  | celkem | celkem | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** | hotely **** |
|------|--------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 2000 | 7 469  | 485    | 11          | -           | 141         | 7           | 813         | 52          | 460         | 38          | 343         | 32          |
| 2001 | 7 703  | 497    | 13          | -           | 158         | 7           | 863         | 58          | 453         | 38          | 315         | 25          |
| 2002 | 7 869  | 513    | 18          | -           | 199         | 6           | 913         | 62          | 409         | 38          | 257         | 23          |
| 2003 | 7 926  | 503    | 21          | -           | 219         | 6           | 919         | 59          | 394         | 36          | 231         | 21          |
| 2004 | 7 640  | 489    | 28          | -           | 241         | 7           | 963         | 60          | 348         | 35          | 196         | 17          |
| 2005 | 7 605  | 470    | 34          | -           | 252         | 7           | 955         | 61          | 331         | 33          | 177         | 12          |
| 2006 | 7 616  | 465    | 35          | -           | 274         | 9           | 984         | 58          | 331         | 34          | 186         | 16          |
| 2007 | 7 845  | 469    | 39          | -           | 321         | 10          | 1 056       | 58          | 310         | 31          | 173         | 16          |
| 2008 | 7 705  | -      | 41          | -           | 360         | -           | 1 100       | -           | 257         | -           | 150         | -           |

Rok | Počet zařízení
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2000</td>
</tr>
<tr>
<td>2001</td>
</tr>
<tr>
<td>2002</td>
</tr>
<tr>
<td>2003</td>
</tr>
<tr>
<td>2004</td>
</tr>
<tr>
<td>2005</td>
</tr>
<tr>
<td>2006</td>
</tr>
<tr>
<td>2007</td>
</tr>
<tr>
<td>2008</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabulka 3: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie a počtu ubytovacího zařízení v ČR a MSK

<table>
<thead>
<tr>
<th>Rok</th>
<th>hotely garni</th>
<th>hotely garni</th>
<th>pensiony</th>
<th>pensiony</th>
<th>kempy</th>
<th>kempy</th>
<th>chatové osady</th>
<th>chatové osady</th>
<th>turistické ubytovny</th>
<th>turistické ubytovny</th>
<th>ostatní jinde neuváděná</th>
<th>ostatní jinde neuváděná</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2000</td>
<td>100</td>
<td>3</td>
<td>2 092</td>
<td>118</td>
<td>471</td>
<td>16</td>
<td>368</td>
<td>16</td>
<td>725</td>
<td>69</td>
<td>1 945</td>
<td>134</td>
</tr>
<tr>
<td>2001</td>
<td>101</td>
<td>2</td>
<td>2 209</td>
<td>128</td>
<td>480</td>
<td>18</td>
<td>368</td>
<td>13</td>
<td>744</td>
<td>71</td>
<td>1 999</td>
<td>137</td>
</tr>
<tr>
<td>2002</td>
<td>95</td>
<td>4</td>
<td>2 444</td>
<td>136</td>
<td>461</td>
<td>17</td>
<td>350</td>
<td>14</td>
<td>736</td>
<td>71</td>
<td>1 967</td>
<td>142</td>
</tr>
<tr>
<td>2003</td>
<td>95</td>
<td>4</td>
<td>2 498</td>
<td>135</td>
<td>475</td>
<td>14</td>
<td>349</td>
<td>14</td>
<td>720</td>
<td>70</td>
<td>2 005</td>
<td>143</td>
</tr>
<tr>
<td>2004</td>
<td>94</td>
<td>4</td>
<td>2 441</td>
<td>137</td>
<td>476</td>
<td>15</td>
<td>324</td>
<td>12</td>
<td>660</td>
<td>69</td>
<td>1 869</td>
<td>132</td>
</tr>
<tr>
<td>2005</td>
<td>133</td>
<td>3</td>
<td>2 396</td>
<td>130</td>
<td>499</td>
<td>14</td>
<td>330</td>
<td>12</td>
<td>638</td>
<td>68</td>
<td>1 860</td>
<td>129</td>
</tr>
<tr>
<td>2006</td>
<td>130</td>
<td>3</td>
<td>2 374</td>
<td>125</td>
<td>512</td>
<td>16</td>
<td>325</td>
<td>12</td>
<td>621</td>
<td>66</td>
<td>1 844</td>
<td>126</td>
</tr>
<tr>
<td>2007</td>
<td>120</td>
<td>6</td>
<td>2 540</td>
<td>131</td>
<td>516</td>
<td>16</td>
<td>344</td>
<td>12</td>
<td>615</td>
<td>65</td>
<td>1 811</td>
<td>124</td>
</tr>
<tr>
<td>2008</td>
<td>115</td>
<td>-</td>
<td>2 460</td>
<td>-</td>
<td>509</td>
<td>-</td>
<td>329</td>
<td>-</td>
<td>612</td>
<td>-</td>
<td>1 772</td>
<td>-</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Celkově vzato jsou ubytovací kapacity v Moravskoslezském kraji stále slabou cestovního ruchu. Většina zařízení má zastaralé vybavení, slabou stránkou je rovněž špatná úroveň zvědání personálu. Na některých místech kraje se však toto postupně obrací k lepšímu a ubytovací zařízení se často mění z místa určeného výhradně pro nocleh na multifunkční komplexy poskytující širokou škálu služeb. Určité zlepšení současného stavu lze očekávat v období do roku 2013, kdy bude možné čerpat finanční prostředky na zlepšení stavu ubytovacích zařízení především z Regionálního operačního programu Moravskoslezsko (Oblast podpory 2.2.1 Rozvoj a zvyšování úrovně ubytovacích zařízení).


### Tabulka 4: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie a počtu pokojů ubytovacího zařízení v ČR a MSK

<table>
<thead>
<tr>
<th>Rok</th>
<th>Počet pokojů</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>hotely</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>ČR</td>
</tr>
<tr>
<td>2000</td>
<td>2 691</td>
</tr>
<tr>
<td>2001</td>
<td>2 540</td>
</tr>
<tr>
<td>2002</td>
<td>2 694</td>
</tr>
<tr>
<td>2003</td>
<td>2 783</td>
</tr>
<tr>
<td>2004</td>
<td>2 664</td>
</tr>
<tr>
<td>2005</td>
<td>3 898</td>
</tr>
<tr>
<td>2006</td>
<td>3 717</td>
</tr>
<tr>
<td>2007</td>
<td>3 460</td>
</tr>
</tbody>
</table>

i.d. = primární důvěrný údaj
i.d.* = sekundární důvěrný údaj

Tabulka 5: Čisté využití lůžek (ČVL) a využití pokojů (VP) v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních v ČR a MSK

<table>
<thead>
<tr>
<th>Rok</th>
<th>ČVL ČR celkem</th>
<th>VP ČR celkem</th>
<th>ČVL MSK</th>
<th>VP MSK</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2000</td>
<td>47,4</td>
<td>53,4</td>
<td>47,0</td>
<td>53,5</td>
</tr>
<tr>
<td>2001</td>
<td>48,7</td>
<td>54,6</td>
<td>44,8</td>
<td>50,2</td>
</tr>
<tr>
<td>2002</td>
<td>41,8</td>
<td>47,8</td>
<td>39,3</td>
<td>44,5</td>
</tr>
<tr>
<td>2003</td>
<td>35,4</td>
<td>42,1</td>
<td>32,7</td>
<td>39,5</td>
</tr>
<tr>
<td>2004</td>
<td>37,0</td>
<td>44,1</td>
<td>30,7</td>
<td>38,7</td>
</tr>
<tr>
<td>2005</td>
<td>35,8</td>
<td>42,4</td>
<td>23,9</td>
<td>30,6</td>
</tr>
<tr>
<td>2006</td>
<td>35,8</td>
<td>43,0</td>
<td>25,7</td>
<td>32,3</td>
</tr>
<tr>
<td>2007</td>
<td>35,8</td>
<td>42,8</td>
<td>27,4</td>
<td>34,4</td>
</tr>
<tr>
<td>2008</td>
<td>35,7</td>
<td>42,4</td>
<td>26,0</td>
<td>33,1</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Graf 1: Čisté využití lůžek (ČVL) a využití pokojů (VP) v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních v ČR a MSK do III Q 2008

Zdroj: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr
Další infrastruktura cestovního ruchu:


I. Cykloturistika a pěší turistika

V roce 2008 se v Moravskoslezském kraji nacházelo celkem 139 cyklistických tras o celkové délce 3 640,3 km. Více informací k jednotlivým cyklotrasám s podrobným popisem (délka trasy, nadmořská výška, převýšení, atd.) je k dispozici on-line:

- [www.infomorava.cz](http://www.infomorava.cz)

V Moravskoslezském kraji, stejně jako v celé České republice existuje díky Klubu českých turistů velice kvalitní systém pěších turistických tras. Ty jsou dobře značeny, postupně přibývá i doprovodná infrastruktura (mapy, přístřešky, posezení). K nejvýznamnějším pěším turistickým trasám patří následující:

- Janáčkovy chodníčky, Přibor (Okres Nový Jičín)
- Městská turistická trasa IVV MPR Nový Jičín, Nový Jičín (Okres Nový Jičín)
- Turistická trasa Z Opavy do Žimrovice, Opava (Okres Opava)
- Turistická trasa Z Hradce nad Moravicí na Kružberk, Hradec nad Moravicí (Okres Opava)
- Turistická trasa č. 0615, žlutá, Štramberk (Okres Nový Jičín)
- Turistická trasa č. 4828, zelená, Nový Jičín (Okres Nový Jičín)
- Turistická trasa č. 7836, žlutá, Suchdol nad Odrou (Okres Nový Jičín)
- Turistická trasa Z Hradce nad Moravicí do Fulneku, Hradec nad Moravicí (Okres Opava)
- Turistická trasa Z Hradce nad Moravicí do Kyjovic, Hradec nad Moravicí (Okres Opava)
- Turistická trasa Z Litultovic do údolí Moravice, Litultovice (Okres Opava)
- Z Horní Čeladné přes Kněhyni na Pustevny, Čeladná (Okres Frýdek-Místek)
- Z Lysé hory do Ostravice (Okres Frýdek-Místek)
- Z Ostravice přes Smrk na Horní Čeladnou, Ostravice (Okres Frýdek-Místek)
- Z Pusteven přes Radhošť do sedla Pindula, Trojanovice (Okres Nový Jičín), 9 km
Z Visalají na Lysou horu, 8,5 km, Vyšní Lhoty (Okres Frýdek-Místek)
Ze sedla Pindula přes Malý Javorník do Frenštátu pod Radhoštěm (Okres Nový Jičín)

Více turistických tras je možné vyhledat on-line:

- [http://www.kct.cz](http://www.kct.cz)

**II. Golf**

Velkým fenoménem v regionu je golf. Během několika let byla vystavěna kvalitní golfová hřiště v Kravařích, Šilheřovicích, Čeladné a Ropicích, v roce 2008 bylo otevřeno páté hřiště na Ostravici. Díky tomu se region zařadil mezi vyhledávané golfové lokality v rámci celého středoevropského prostoru. Golfová hřiště v Moravskoslezském kraji jsou koncipována především pro klientelu s vyššími příjmy, proto poskytují řadu doprovodných služeb kvalitní úrovně. V Moravskoslezském kraji je možné provozovat golf na následujících místech:

**Golf Čeladná** - dvě mistrovská hřiště s 18 jamkami a svou rozlohou 140 hektarů patří mezi největší golfová hřiště v České republice. Zajímavostí je, že jeho výstavba společně s dalšími investicemi udělala z obce Čeladná jednu z nejatraktivnějších lokalit v celém kraji. Více on-line:

- [www.prosper-golf.cz](http://www.prosper-golf.cz)

**Golf Ropice** - 18 jamkové hřiště bylo dostavěno na podzim roku 2006, svými parametry vyhovuje požadavkům konání náročných mistrovských turnajů. Golfové hřiště nabízí i řadu doprovodných služeb. Více on-line:

- [www.beskydgolf.com](http://www.beskydgolf.com)

**Golf Šilheřovice** - hřiště bylo založeno již v roce 1968, jedná se o klasické 18 jamkové golfové hřiště. Golfový areál, jehož dominantou je Rotschildův zámek, je umístěn v zámeckém parku. Více on-line:

- [www.golf-ostrava.cz](http://www.golf-ostrava.cz)


- [www.golf-kravare.cz](http://www.golf-kravare.cz)

**Golf Ostravice** - 18 jamkové mistrovské golfové hřiště vhodné i pro začínající hráče, součástí je golfová akademie pro děti. Jedná se o nejmladší golfové hřiště
v Moravskoslezském kraji, které v zimě nabízí udržované běžecké lyžařské trasy. Více on-line:

- **www.ostravice-golf.cz**

**Golf Aréna Ostrava** – hala s golfovými simulátory a puttingem s pěti jamkami a drivingem s devíti odpališti. Hala nabízí také doprovodné služby. Více on-line:

- **www.golfarena.cz**

**TJ Mittal Ostrava** – hřiště s tréninkovými plochami v centru Ostravy pro putting a dlouhé nahrávky chipping. Pro chipování je k dispozici 18 odpalovacích míst, pro putting pak 9 jamek. Více on-line:

- **http://steelgolfclub.com**

### III. Lyžařská střediska

Horské oblasti Moravskoslezského kraje poskytují řadu terénů pro lyžování, v nejvyšších polohách Jeseníků lze lyžovat od listopadu až do května. V kraji se nachází 65 lyžařských středisek s vlekem, 5 lyžařských středisek bez vleků, 21 běžeckých tras a 19 lyžařských areálů. V regionu se postupně zlepšuje kvalita poskytovaných služeb v jednotlivých středicích, ale v porovnání s jinými konkurenčními oblastmi (Slovensko, Alpy) je celková úroveň stále nízká. V celém regionu existují jen dvě střediska s lanovkou speciálně upravenou pro lyžaře, těmi jsou Bílá a Dolní Moravice. Zaostalá je doprovodná infrastruktura a v neposlední řadě je třeba zvýšit důležitý a těžko ovlivnitelný faktor, kterým je v porovnání s konkurencí zanedbatelná délka sjezdových tratí. Z hlediska zázemí pro zimní sporty může Moravskoslezský kraj konkurovat zřejmě pouze s nabídkou možností pro běžecké lyžování. K nejvýznamnějším lyžařským areálům pro sjezdové i běžecké lyžování patří Bílá, Mosty u Jablunkova, Pustevny, Ostravice, Odry-Tošovice, Praděd-Ovčárna, Malá Morávka, Dolní Moravice nebo Vrbno pod Pradědem. Blížší popis a přehled všech lyžařských středisek a areálů i běžeckých lyžařských tras k dispozici on-line:

- **http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/cr_203.html** (sjezdové areály)
- **http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/cr_201.html** (běžecké trasy)
- **http://www.infocesko.cz** (celkový přehled)

### IV. Lázeňství, relaxace a wellness

Novým trendem v cestovním ruchu je relaxace a wellness. Aktéři v Moravskoslezském kraji reflektovali tento stav a díky výstavbě a rekonstrukci infrastruktury pro tyto volnočasové aktivity vytvořili z relaxace a wellness konkurenční výhodu regionu v cestovním ruchu. Vzhledem k velkému potenciálu lázeňství je nutné je dále podporovat v rozvoji. Za významné lázeňské lokality kraje lze považovat:
• Lázně Darkov, Karviná-Darkov
• Sanatoria Klimkovic
• Státní léčebné lázně Karlova Studánka
• Beskydské rehabilitační centrum Čeladná

Jejich bližší popis a odkazy jsou k dispozici on-line:

Velké investice byly realizovány ve veřejným sektorem ve Frýdku-Místku, Bohumíně a Frenštátě pod Radhoštěm, kde byly vybudovány aquaparky. Také soukromí podnikatelé investovali své prostředky do zařízení pro relaxaci a wellness, při ubytovacích zařízeních v Rýmařově (Hotel Slunce), Ostravici (Hotel Sepetná) nebo ve Frýdku-Místku (Hotel Terasa). Relaxačních a wellness zařízení je v Moravskoslezském kraji celá řada, přehled nejvýznamnějších je k dispozici on-line včetně dalších odkazů:

V. Incentiva a kongresy

Vybavenost je ve srovnání s nejvýznamnějšími centry kongresové turistiky a incentivy v České republice v Moravskoslezském kraji průměrná. Významné kapacity se nacházejí v Ostravě a v Beskydech. Pochopitelně však incentivu a kongresy lze realizovat v každém zařízení, které disponuje patřičnou technikou a zázemím. Perspektivu například představují vysokoškolské kampusy (především VŠB-TUO v Ostravě-Porubě), které poskytují jak ubytovací kapacity, tak prostory vhodné pro kongresovou turistiku. Za nejvýznamnější zařízení pro kongresy a incentivu lze považovat následující:
• Ostrava – Výstaviště Černá louka ([www.cerna-louka.cz](http://www.cerna-louka.cz))
• Ostrava – Hotel Imperial ([www.imperial.cz](http://www.imperial.cz))
• Ostrava – Hotel Park Inn ([www.ostrava.rezidorparkinn.com](http://www.ostrava.rezidorparkinn.com))
• Ostrava-Poruba – Areál VŠB-TUO ([www.vsb.cz](http://www.vsb.cz))
• Ostrava – Hotel Atom ([www.atom.cz](http://www.atom.cz))
• Ostravice – Hotel Sepetná ([www.sepetna.cz](http://www.sepetna.cz))

VI. Vodní turistika

V Moravskoslezském kraji se nachází sedm sjízdných řek s celkem 463 km. Nejvýznamnějšími jsou Moravice, Opava, Odra a Ostravice. V oblasti vodáctví postupně nastává rozvoj, vodácké spolky připravují řadu akcí, ale také vytvářejí zázemí pro vodáky – např. zastávky. Na Hlúčinském jezeře a Těřlické přehradě je možné využít vleky pro vodní
lyžování o délce 920 a 805 metrů. Přehrady v regionu jsou také využitelné pro další vodní sporty jako jachting a windsurfing. Vice informací včetně dalších odkazů a kontaktů je dostupných on-line:

1.4. Statistické trendy v destinaci

1.4.1. Trendy návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních v kraji

Tabulka 6: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR a Moravskoslezském kraji podle počtu hostů a přenocování

<table>
<thead>
<tr>
<th>rok</th>
<th>Počet hostů ČR 1=2+3</th>
<th>Počet hostů MSK 1=2+3</th>
<th>nerezidenti ČR 2</th>
<th>nerezidenti MSK 2</th>
<th>rezidenti ČR 3</th>
<th>rezidenti MSK 3</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2000</td>
<td>10 863 772</td>
<td>638 516</td>
<td>4 772 794</td>
<td>97 040</td>
<td>6 090 978</td>
<td>541 476</td>
</tr>
<tr>
<td>2001</td>
<td>11 283 185</td>
<td>671 203</td>
<td>5 405 239</td>
<td>121 594</td>
<td>5 877 946</td>
<td>549 609</td>
</tr>
<tr>
<td>2002</td>
<td>10 415 255</td>
<td>671 310</td>
<td>4 742 773</td>
<td>139 249</td>
<td>5 672 482</td>
<td>532 061</td>
</tr>
<tr>
<td>2003</td>
<td>11 346 482</td>
<td>664 836</td>
<td>5 075 756</td>
<td>119 226</td>
<td>6 270 726</td>
<td>545 610</td>
</tr>
<tr>
<td>2004</td>
<td>12 219 689</td>
<td>597 136</td>
<td>6 061 225</td>
<td>108 193</td>
<td>6 158 464</td>
<td>488 943</td>
</tr>
<tr>
<td>2005</td>
<td>12 361 793</td>
<td>596 130</td>
<td>6 336 128</td>
<td>107 560</td>
<td>6 025 665</td>
<td>488 570</td>
</tr>
<tr>
<td>2006</td>
<td>12 724 926</td>
<td>642 916</td>
<td>6 679 704</td>
<td>132 046</td>
<td>6 281 217</td>
<td>510 870</td>
</tr>
<tr>
<td>2007</td>
<td>12 960 921</td>
<td>640 128</td>
<td>6 649 410</td>
<td>136 316</td>
<td>6 186 476</td>
<td>503 812</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabulka 7: Počet příjezdů hostů – srovnání 2006-2008

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Počet příjezdů hostů</td>
<td>609 435</td>
<td>642 916</td>
<td>105, 5</td>
<td>640 128</td>
<td>99, 6</td>
</tr>
<tr>
<td>Z toho nerezidenti</td>
<td>112 668</td>
<td>132 046</td>
<td>117, 2</td>
<td>136 316</td>
<td>103, 2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočet

Dle indexů vývoj počtu návštěvníků v jednotlivých kvartálech stagnuje, výjimku představuje vývoj u nerezidentů, kdy jejich počet meziročně roste, stejný vývoj byl zaznamenán i mezi prvními kvartály roku 2008 a 2009.

Tabulka 8-9: Hosté v kraji - vývoj v roce 2007 - 2009

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Celkem</td>
<td>nerezidenti</td>
</tr>
<tr>
<td>135 836</td>
<td>27 617</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabulka 10: Hosté v kraji podle zemí – srovnání 2006 - 2008

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.</td>
<td>Slovensko</td>
<td>23 796</td>
<td>27 669</td>
<td>26 362</td>
</tr>
<tr>
<td>2.</td>
<td>Polsko</td>
<td>17 418</td>
<td>17 941</td>
<td>21 021</td>
</tr>
<tr>
<td>3.</td>
<td>Německo</td>
<td>16 118</td>
<td>17 246</td>
<td>17 990</td>
</tr>
<tr>
<td>4.</td>
<td>Rusko</td>
<td>2 479</td>
<td>10 404</td>
<td>17 437</td>
</tr>
<tr>
<td>5.</td>
<td>Itálie</td>
<td>4 439</td>
<td>4 074</td>
<td>4 081</td>
</tr>
<tr>
<td>6.</td>
<td>Rakousko</td>
<td>3 728</td>
<td>3 679</td>
<td>3 700</td>
</tr>
<tr>
<td>7.</td>
<td>Spojené království</td>
<td>3 704</td>
<td>3 848</td>
<td>3 394</td>
</tr>
<tr>
<td>8.</td>
<td>Ukrajin</td>
<td>2 373</td>
<td>4 319</td>
<td>3 184</td>
</tr>
<tr>
<td>9.</td>
<td>Francie</td>
<td>2 403</td>
<td>3 233</td>
<td>2 923</td>
</tr>
<tr>
<td>10.</td>
<td>Litva</td>
<td>4 010</td>
<td>4 983</td>
<td>2 897</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CELKEM TOP 10</strong></td>
<td><strong>80 468</strong></td>
<td><strong>97 396</strong></td>
<td><strong>102 989</strong></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>


1.4.2. Zahraniční návštěvníci v Moravskoslezském kraji

Vzhledem k tomu, že dochází k nárůstu počtu zahraničních návštěvníků, udělali jsme detailní analýzu trendů u TOP 10 zemí v %. V abecedním pořadí uvádíme top 10 zemí a trendy návštěvnosti.

a) Slovensko


Tabulka 11: Slovensko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraj/Rok</th>
<th>2000</th>
<th>2001</th>
<th>2002</th>
<th>2003</th>
<th>2004</th>
<th>2005</th>
<th>2006</th>
<th>2007</th>
<th>2008</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>145 100</td>
<td>237 790</td>
<td>225 799</td>
<td>252 763</td>
<td>266 917</td>
<td>260 212</td>
<td>281 854</td>
<td>309 255</td>
<td>299 278</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>10 124</td>
<td>20 809</td>
<td>30 640</td>
<td>22 800</td>
<td>21 663</td>
<td>23 239</td>
<td>23 796</td>
<td>27 669</td>
<td>26 362</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>7,0</td>
<td>8,8</td>
<td>13,6</td>
<td>9,0</td>
<td>8,1</td>
<td>8,9</td>
<td>8,4</td>
<td>8,9</td>
<td>8,8</td>
</tr>
</tbody>
</table>

b) Polsko


Tabulka 12: Polsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraj/Rok</th>
<th>2000</th>
<th>2001</th>
<th>2002</th>
<th>2003</th>
<th>2004</th>
<th>2005</th>
<th>2006</th>
<th>2007</th>
<th>2008</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>332 933</td>
<td>382 436</td>
<td>349 374</td>
<td>291 344</td>
<td>253 916</td>
<td>261 576</td>
<td>273 659</td>
<td>298 621</td>
<td>376 592</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>33 205</td>
<td>33 259</td>
<td>46 063</td>
<td>31 002</td>
<td>20 139</td>
<td>17 865</td>
<td>17 418</td>
<td>17 941</td>
<td>21 021</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>10,0</td>
<td>8,7</td>
<td>13,2</td>
<td>10,6</td>
<td>7,9</td>
<td>6,8</td>
<td>6,4</td>
<td>6,0</td>
<td>5,6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

c) Německo

Tabulka 13: Německo

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraj/Rok</th>
<th>2000</th>
<th>2001</th>
<th>2002</th>
<th>2003</th>
<th>2004</th>
<th>2005</th>
<th>2006</th>
<th>2007</th>
<th>2008</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>150 806</td>
<td>165 167</td>
<td>145 132</td>
<td>143 912</td>
<td>156 936</td>
<td>160 694</td>
<td>161 743</td>
<td>154 944</td>
<td>147 585</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>19 465</td>
<td>26 082</td>
<td>16 461</td>
<td>18 628</td>
<td>16 967</td>
<td>17 419</td>
<td>16 118</td>
<td>17 246</td>
<td>17 990</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>1,3</td>
<td>1,6</td>
<td>1,1</td>
<td>1,3</td>
<td>1,1</td>
<td>1,1</td>
<td>1,0</td>
<td>1,1</td>
<td>1,2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

d) Rusko

Rusko představuje cílovou skupinu návštěvníků, která velmi výrazně roste – trvale za celé sledované období, a to jak v ČR, tak v MSK. Rusko patří mezi země, kde se kraji daří lákat návštěvníky a zvyšovat podíl návštěvnosti. Na údajích za rok 2008 lze sledovat obrovský skokový růst absolutní hodnoty návštěvnosti.

Tabulka 14: Rusko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraj/Rok</th>
<th>2000</th>
<th>2001</th>
<th>2002</th>
<th>2003</th>
<th>2004</th>
<th>2005</th>
<th>2006</th>
<th>2007</th>
<th>2008</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>103 077</td>
<td>117 149</td>
<td>112 850</td>
<td>124 655</td>
<td>164 036</td>
<td>185 705</td>
<td>239 632</td>
<td>321 520</td>
<td>418 184</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>1 615</td>
<td>2 203</td>
<td>2 030</td>
<td>2 213</td>
<td>2 556</td>
<td>2 253</td>
<td>2 479</td>
<td>10 404</td>
<td>17 437</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>1,6</td>
<td>1,9</td>
<td>1,8</td>
<td>1,8</td>
<td>1,6</td>
<td>1,2</td>
<td>1,0</td>
<td>3,2</td>
<td>4,5</td>
</tr>
</tbody>
</table>

e) Itálie

Italští návštěvníci jsou cílovou skupinou, která vykazuje dlouhodobě neměnný trend. Moravskoslezský kraj navštěvuje každoročně přibližně stejný počet návštěvníků, stejně tak poměr vůči celkové návštěvnosti České republiky je téměř konstantní.

Tabulka 15: Itálie

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraj/Rok</th>
<th>2000</th>
<th>2001</th>
<th>2002</th>
<th>2003</th>
<th>2004</th>
<th>2005</th>
<th>2006</th>
<th>2007</th>
<th>2008</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>233 179</td>
<td>317 320</td>
<td>250 586</td>
<td>281 420</td>
<td>391 192</td>
<td>405 079</td>
<td>399 023</td>
<td>413 085</td>
<td>374 632</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>2 883</td>
<td>3 770</td>
<td>3 791</td>
<td>4 912</td>
<td>3 979</td>
<td>4 312</td>
<td>4 439</td>
<td>4 074</td>
<td>4 081</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>1,2</td>
<td>1,2</td>
<td>1,0</td>
<td>1,7</td>
<td>1,0</td>
<td>1,1</td>
<td>1,1</td>
<td>1,0</td>
<td>1,1</td>
</tr>
</tbody>
</table>

f) Rakousko

Tabulka 16: Rakousko

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>137 743</td>
<td>191 262</td>
<td>173 766</td>
<td>165 283</td>
<td>183 871</td>
<td>184 235</td>
<td>175 911</td>
<td>177 170</td>
<td>170 663</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>3 435</td>
<td>4 893</td>
<td>3 960</td>
<td>4 663</td>
<td>4 123</td>
<td>3 897</td>
<td>3 728</td>
<td>3 679</td>
<td>3 700</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>2,5</td>
<td>2,6</td>
<td>2,3</td>
<td>2,8</td>
<td>2,2</td>
<td>2,1</td>
<td>2,1</td>
<td>2,1</td>
<td>2,2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

g) Spojené království

Návštěvníci ze Spojeného království představují v rámci České republiky významnou cílovou skupinu, do Moravskoslezského kraje však poměrně cestuje jen malý zlomek z celkového množství. Od roku 2004, kdy se výrazně navýšil počet britských turistů v kraji, vývoj stagnuje.

Tabulka 17: Spojené království

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>236 517</td>
<td>302 793</td>
<td>305 676</td>
<td>412 402</td>
<td>650 622</td>
<td>657 110</td>
<td>566 225</td>
<td>565 470</td>
<td>484 279</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>1 936</td>
<td>2 417</td>
<td>2 350</td>
<td>2 569</td>
<td>3 663</td>
<td>3 113</td>
<td>3 704</td>
<td>3 848</td>
<td>3 394</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>0,1</td>
<td>0,1</td>
<td>0,1</td>
<td>0,05</td>
<td>0,05</td>
<td>0,05</td>
<td>0,1</td>
<td>0,1</td>
<td>0,1</td>
</tr>
</tbody>
</table>

h) Ukrajina


Tabulka 18: Ukrajina

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>32 817</td>
<td>49 564</td>
<td>61 508</td>
<td>76 126</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>1 588</td>
<td>2 373</td>
<td>4 319</td>
<td>3 184</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>0,0</td>
<td>0,0</td>
<td>0,0</td>
<td>0,0</td>
<td>4,8</td>
<td>4,8</td>
<td>7,0</td>
<td>4,2</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

i) Francie

Francouzi v posledních dvou letech přicestovali do Moravskoslezského kraje v největším množství, tento trend je opačný oproti České republice, ve které od roku 2004 počet francouzských návštěvníků klesá.
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

Tabulka 19: Francie

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraj/Rok</th>
<th>2000</th>
<th>2001</th>
<th>2002</th>
<th>2003</th>
<th>2004</th>
<th>2005</th>
<th>2006</th>
<th>2007</th>
<th>2008</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>161 782</td>
<td>188 445</td>
<td>194 616</td>
<td>193 215</td>
<td>256 429</td>
<td>257 683</td>
<td>240 280</td>
<td>236 790</td>
<td>235 654</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>1 571</td>
<td>1 932</td>
<td>2 111</td>
<td>2 132</td>
<td>1 982</td>
<td>2 559</td>
<td>2 403</td>
<td>3 233</td>
<td>2 923</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>0,9</td>
<td>1,0</td>
<td>1,1</td>
<td>1,1</td>
<td>0,8</td>
<td>1,0</td>
<td>1,0</td>
<td>1,4</td>
<td>1,2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

j) Litva

Návštěvníci z Litvy představují cílovou skupinu, u níž návštěvnost do roku 2008 rostla, a to jak v ČR, tak v MSK. Údaje za rok 2008 ukazují, že v rámci MSK došlo k poklesu počtu návštěvníků na rozdíl od České republiky celkově, kde počet návštěvníků z Litvy každoročně roste.

Tabulka 20: Litva

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraj/Rok</th>
<th>2000</th>
<th>2001</th>
<th>2002</th>
<th>2003</th>
<th>2004</th>
<th>2005</th>
<th>2006</th>
<th>2007</th>
<th>2008</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>celá ČR</td>
<td>26 383</td>
<td>23 847</td>
<td>21 615</td>
<td>24 377</td>
<td>29 402</td>
<td>35 285</td>
<td>51 165</td>
<td>61 453</td>
<td>66 180</td>
</tr>
<tr>
<td>MSK</td>
<td>606</td>
<td>784</td>
<td>3 495</td>
<td>2 615</td>
<td>2 616</td>
<td>2 233</td>
<td>4 010</td>
<td>4 983</td>
<td>2 897</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>2,3</td>
<td>3,3</td>
<td>16,2</td>
<td>10,7</td>
<td>8,9</td>
<td>6,3</td>
<td>7,8</td>
<td>8,1</td>
<td>4,4</td>
</tr>
</tbody>
</table>
1.4.3. Sezónní trendy v cestovním ruchu


1.4.4. Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě MSK

Cestovní ruch je ve struktuře OKEČ zastoupen odvětvím H – Ubytování a stravování. Podle Statistické ročenky Moravskoslezského kraje za rok 2007 klesá podíl tohoto OKEČ na hrubé přidané hodnotě. V roce 2005 činil podíl OKEČ Ubytování a stravování 1,5 %, v roce 2006 1,2 % a v roce 2007 činil již pouze 1 %.

1.4.5. Shrnutí statistických trendů v destinaci

Celkově můžeme analýzu statistických dat shrnout takto:
1. Struktura ubytovacích zařízení v kraji neodpovídá plně poptávce, která je především po zařízeních vyšší úrovně.

2. Vytíženost ubytovacích kapacit je dlouhodobě nízká, tento trend se daří zlepšovat jen pomalu.


5. Zemí s největším nárůstem zahraničních návštěvníků kraje je Rusko.

2. Analýza trendů v cestovním ruchu

2.1. Internet

Nejsilněji působícím globálním trendem v cestovním ruchu je růst uživatelů internetu. Internet jako komunikační nástroj a distribuční kanál má nejsilnější vliv na vývoj odvětví jako celku. Situaci dokumentují následující údaje.

2.1.1. Užívání internetu

Počet uživatelů internetu trvale roste – a stejný vývoj se očekává i v neблиžších letech. Internet tak bude nejdůležitějším komunikačním kanálem při komunikaci s cílovými skupinami marketingové strategie.
Evropa patří mezi největší uživatele internetu v globálním měřítku.

Graf 6: Uživatelé internetu – top 15 zemí (celý svět v milionech)

Zdroj: Světové internetové výkazy, aktualizace 30. června 2007

Mezi top uživateli internetu jsou země, které patří mezi top 10 zahraničních návštěvníků Moravskoslezského kraje – Německo a Rusko. Internet proto představuje klíčový informační a komunikační kanál.

Graf 7: Největší penetrace internetu – top 15 zemí (celý svět v milionech)

Zdroj: Světové internetové statistiky, aktualizace 31. prosince 2007
2.2. Prodeje produktů cestovního ruchu

I pro prodeje produktů cestovního ruchu (tzn. především služeb) se stává on line prodej klíčovým trendem. Vývoj je následující:

Tabulka 21: Vývoj online prodejů v cestovním ruchu

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Online</th>
<th>Offline</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2005</td>
<td>25%</td>
<td>75%</td>
</tr>
<tr>
<td>2008</td>
<td>40%</td>
<td>60%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zdroj: PhoCusWright, listopad 2008

USA bylo již v roce 2005 40% tržeb online, zbytek světa, ale následuje USA rychle.

Pro úspěch v cestovním ruchu je nezbytné respektovat globální trendy v prodeji produktů. Tyto trendy výrazně ovlivňují celé odvětví. Mezi nejsilněji působící patří nárůst on line prodejů a pokles off line prodejů. Tento trend již pokládáme za nevratný a předpokládáme – spolu s rozvojem internetu – další nárůsty on line prodeje zájezdů i možnosti trávení volného času v destinaci.

Graf 8: Podíl online prodejů v jednotlivých zemích Evropy (2006)

Zdroj: PhoCusWright, září 2007
V zemích, kde předpokládáme potenciál pro turistický ruch v kraji – Velká Británie, Německo, Francie a Skandinávie – je velmi významný podíl on line prodejů. Nabídka Moravskoslezského kraje tak musí být připravena na zvyklosti cestovatelů z těchto zemí.

Dalším vývojovým trendem je centralizace trhu cestovního ruchu. Probíhá globálně – nejsilněji tento trend působí v USA, ale začíná se projevovat již i v Evropě. V současnosti na trhu on line travel agencies mají 62% podíl 4 společností: Travelocity a Lastminute (což je součást Sabre), Expedia, Ebookers a Octopus. Pro incomingový cestovní ruch v kraji je tak důležité přistoupit strategicky k rozhodování o spolupráci se sítěmi, případně o jiné formě zapojení do existujících sítí v cestovním ruchu.

**Graf 9: Evropské agentury se konsolidují velmi rychle**

![Diagram showing the market share of European online travel agencies.](image-url)
2.3. Trendy v tvorbě balíčků

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 v současnosti klíčová pro úspěchy na trhu a zaznamenává rychlý růst poptávky. Nejdále z tohoto pohledu jsou vyspělé trhy – především USA, kde se tento trend zrodil.

2.3.1. Příklad tvorby balíčků z USA

- 45 % kupujících rezervují balíčky online, z toho:
- 76 % nakupuje přes online agentury
- 9 % nakupuje přes přímé dodavatele

Obrázek 4: Ukázka způsobu online prodeje balíčků v USA
2.4. Zdroje zjišťování informací o cílové destinaci

**Graf 10: Zdroje zjišťování informací o cílové destinaci**

Pro zjišťování informací o cílové destinaci se ukazují (i v globálním měřítku) jako klíčové dva faktory: 1. **WOM (World of Mouth - šeptanda)** a osobní doporučení některého člena sociální skupiny; 2. **Vyhledávání na internetu.** Tyto faktory mají důležitější roli než vlastní promo akce.

Při budování a rozvoji internetu je nutné respektovat i to, jak vnímají důvěryhodnost stránek. Viz následující graf.
2.5. Trendy v mobilních komunikacích

Trendy v mobilních komunikacích ovlivňují cestovní ruch stále silněji. V současnosti je nezbytné se v rámci Marketingové strategie v cestovním ruchu zabývat především využitím satelitní navigace v regionu pro CR (např. pilotní projekt v Hlučíně), zasílání sms informací o nabídce v regionu (počasí, aktuality) a mms pohlednice z nejatraktivnějších míst.

Obrázek 5: Ukázka využití mobilního telefonu v cestovním ruchu
2.6. Změny v brand managementu


1. Rozšíření cílových skupin

Pro značku destinace je klíčová cílová skupina návštěvníků regionu. Pro značku regionu jsou následující klíčové cílové skupiny, vůči kterým je značka regionu komunikována:

- obyvatelé regionu,
- firmy v regionu,
- investoři,
- návštěvníci.

2. Vytvoření systému integrované marketingové komunikace

- vůči všem cílovým skupinám musí být komunikováno koordinovaně.

3. Nový systém brand managementu

- nový systém brand managementu má nejčastěji rámec popsaný na obrázku.
Obrázek 6: Rámec nového systému brand managementu

Zdroje regionu:
- Příroda, počasí
- Infrastruktura a vybavenost
- Kvalita života

Prezentace:
- Komunikace
- Marketing
- Hodnocení

Regional Brand Management

Značka regionu:
- Identifikace regionu
- Reputace regionu
- Image regionu

Management:
- Marketingová strategie
- Řízení destinace
- Dlouhodobá vize rozvoje
3. Analýza poptávky

3.1. Image ČR jako zastřešujícího rámce pro cestovní ruch


- ČR je vnímána jako přátelská a vyspělá země se vstřícnými a tolerantními obyvateli.

- Hodnoty spojené s naší zemí a jejími obyvateli jsou převážně mírně extrovertní a femininní, centrováno okolo určité sounáležitosti či kolektivismu.

- Percepce ČR je poklidná a nepříliš výrazná / diferencovaná, opozitní dynamismu a výraznější aktivitě, dobrodružství, vůdcovství, což odpovídá představě o klasické "české povaze".

- Z hlediska faktorů souvisejících s dovolenými je ČR nejvíce spojovaná s Prahou, coby jedním z nejkrásnějších měst v Evropě, dalšími krásnými městy, historickými a kulturními památkami různého typu (hrady a zámky, galerie a muzea, památné domy, technické památky, skanzeny apod.).

- V kontextu dalších hodnocených zemí ČR zaostává z hlediska vhodnosti pro odpočinek / regeneraci / rekreaci, dobrodružství, adrenalinové sporty nebo cykloturistiku a agroturistiku. ČR obecně není spojována s přírodou, veškeré asociace jsou "městské".

- Relativním problémem pro turisty jsou vyšší úroveň kriminality, šíření zahraničních turistů a rezervy v jazykové vybavenosti obyvatel.

V souhrnu je obraz České republiky pozitivní, ale poměrně konzervativní; Česká republika je zemí minulosti, památek a kultury; zaostává či zcela postrádá aspekty odvozené od přírody a intenzivnějšího prožívaných aktivit a "dubrodržnějších" činností. Image České republiky nepůsobí proaktivně pro komunikaci Moravskoslezského kraje a pro motivování k návštěvě Moravskoslezského kraje. Nicméně je nezbytné Moravskoslezský kraj k České republice
ukotvit, protože znalost regionu je v cílových destinacích velmi nízká. Výhodou Moravskoslezského kraje je, že disponuje atraktivitami i místy, které jsou zajímavé pro potenciální návštěvníky a zároveň jsou velkou konkurenční výhodou. Nabízí totiž jak velice atraktivní místa spojená s historií či osobnostmi, tak atraktivní přírodu (hory, rezervace). Pokud by byla tato specifika vyzdvihnuta, pak by mohl mít kraj ambici oslovit potenciální klientelu. Pochopitelně Moravskoslezský kraj disponuje i jinými možnostmi pro cestovní ruch, nicméně ty lze považovat za běžné.

3.2. Výsledky Customer Insight potenciálních návštěvníků MSK v České republice

Customer Insight byl realizován v listopadu 2008 na vzorku 300 respondentů – obyvatel České republiky mimo Moravskoslezský kraj. Metodicky byl využit stejný koncept jako v zahraničních destinacích (viz následující kapitoly), navíc bylo provedeno ověření základních výsledků syntézy. Výzkum realizovala agentura Datamar International s.r.o.

3.2.1 Zájem o MSK jako cílovou destinaci u obyvatel České republiky

Graf 12: Znalost Moravskoslezského kraje

Q9 „Znáte Moravskoslezský kraj?“

N = 303

Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008

V minulosti navštívilo Moravskoslezský kraj 65 % obyvatel České republiky (viz. graf 12). 96 % dotázaných uvádí pozitivní zkušenost (viz. graf 13).
Graf 13: Zkušenost s Moravskoslezským krajem

Q13 „Jak hodnotíte Vaši zkušenost s pobytem v Moravskoslezském kraji?“

95,1%

Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008
Nejvíce spokojení byli návštěvníci regionu s atributy přírody, lidmi se kterými se setkali a prostředím.

Tabulka 22: Spokojenost s jednotlivými atributy

Q14 „Co se Vám na Moravskoslezském kraji nejvíce líbilo, s čím jste byl/a nejvíce spokojen/a?“

<table>
<thead>
<tr>
<th>Atribut</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Příroda (lesy, atd.)</td>
<td>21,8</td>
</tr>
<tr>
<td>Lidé – vstřícnost, pohostinnost</td>
<td>15,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Krajina, prostředí</td>
<td>12,8</td>
</tr>
<tr>
<td>Hory, turistika</td>
<td>11,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Všechno, celý kraj</td>
<td>6,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Památky, kultura (koncerty)</td>
<td>6,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Ubytování, jídlo, další služby</td>
<td>6,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Klid, pohoda</td>
<td>3,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Doprava, provoz, infrastruktura</td>
<td>2,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Dobré ceny, levno</td>
<td>1,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Ostatní</td>
<td>13,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Počet odpovědi = 211</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008

Naopak nejméně spokojení byli se stavem ovzduší, stavem silnic a prostředím ve městech. Odpovědi na tyto dvě otázky byly spontánní.

Tabulka 23: Nespokojenost s jednotlivými atributy

**Q15 „Co se Vám na Moravskoslezském kraji nelíbilo, s čím jste byl/a nejméně spokojen/a?“**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Atribut</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ovzduší, smog</td>
<td>15,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Cesty, silnice</td>
<td>8,5</td>
</tr>
<tr>
<td>Prostředí ve městech</td>
<td>8,5</td>
</tr>
<tr>
<td>Ubytování, stravování</td>
<td>8,5</td>
</tr>
<tr>
<td>Menšiny, etnika</td>
<td>6,8</td>
</tr>
<tr>
<td>Ostrava, špinavá Ostrava, špinavá města</td>
<td>6,8</td>
</tr>
<tr>
<td>Doprava, infrastruktura</td>
<td>5,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Příroda, životní prostředí</td>
<td>5,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Dosahitelnost, dopravní spojení</td>
<td>5,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Počasí</td>
<td>5,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Značení turistických cest</td>
<td>3,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Informační značení</td>
<td>3,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Ostatní</td>
<td>18,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Počet odpovědí = 59</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

nevím = 28

Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008
Dobré zkušenosti z návštěvy kraje se promítají do ochoty navštívit jej i v budoucnu. 31 % respondentů by rádi navštívili kraj do jednoho roku, 46,2 % v delším horizontu, pouze 22,8 % respondentů uvádí, že kraje nechce navštívit. Využitelný potenciál pro ovlivnění cílových skupin v České republice je tak vysoký.

**Graf 14: Ochota k další návštěvě Moravskoslezského kraje**

Q16 „Plánujete, že byste Moravskoslezský kraj někdy v budoucnu navštívil/a (znovu navštívila)?“

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>% z počtu respondentů</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ano, do jednoho roku</td>
<td>31,0</td>
</tr>
<tr>
<td>ano, v horizontu delší než 1 rok</td>
<td>46,2</td>
</tr>
<tr>
<td>ne, neplánuji</td>
<td>22,8</td>
</tr>
</tbody>
</table>

N = 303

Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008
Graf 15: Od návštěvy regionu obyvatelé očekávají tyto aktivity:

**Q17 „Jaké aktivity by pro Vás byly při návštěvě Moravskoslezského kraje nejatraktivnější?“**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Aktivity</th>
<th>% z počtu respondentů</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>návštěva památek</td>
<td>70,6</td>
</tr>
<tr>
<td>péči turistika</td>
<td>67,7</td>
</tr>
<tr>
<td>odpočinek</td>
<td>65,3</td>
</tr>
<tr>
<td>společenský život a zábava</td>
<td>47,5</td>
</tr>
<tr>
<td>péče o fyzickou a duševní kondici</td>
<td>45,2</td>
</tr>
<tr>
<td>koncerty, divadelní představení, kulturní akce</td>
<td>45,2</td>
</tr>
<tr>
<td>koupání a vodní sporty</td>
<td>44,2</td>
</tr>
<tr>
<td>venkovská turistika</td>
<td>41,6</td>
</tr>
<tr>
<td>wellness a relax</td>
<td>38,9</td>
</tr>
<tr>
<td>cyklistika</td>
<td>27,4</td>
</tr>
<tr>
<td>lyžování a zimní sporty</td>
<td>23,8</td>
</tr>
<tr>
<td>jiné sporty</td>
<td>22,4</td>
</tr>
<tr>
<td>kolejkové brusle</td>
<td>12,5</td>
</tr>
<tr>
<td>adrenalinové sporty</td>
<td>11,6</td>
</tr>
<tr>
<td>církevní turistika</td>
<td>9,6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008

Na základě analýzy výsledků výzkumu Customer Insight, Monitoringu návštěvníků v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko za léto 2006 a zimu 2006/2007 můžeme říci, že preferované aktivity mají těchto 5 základních driverů (tahounů):

- Poznávání;
- Relaxace;
- Turistika a sport;
- Návštěva příbuzných a známých;
- Zábava.

V rámci těchto oblastí je nutno pozicionovat nabídku kraje.
3.2.2 Rozhodování o výběru cílové destinace

Pro rozhodování o výběru destinace jsou klíčové především konkrétní místa, která chce cestovatel navštívit, nicméně turistické oblasti hrají také důležitou roli. Relativně důležitá je rovněž nabídka konkrétních ubytovacích zařízení. I proto je následující kapitola analýza nabídky strukturována v rámci turistických oblastí dle jednotlivých atraktivit a služeb s doplnění ubytovacích zařízení.

Graf 16: Faktory při rozhodování

Q20 „V okamžiku, kdy vybíráte svou dovolenou, podle čeho se rozhodujete, co je pro Vás při rozhodování o místě dovolené typické?“

<table>
<thead>
<tr>
<th>Jaké jiné?</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cena, peníze, finance</td>
<td>19,7</td>
</tr>
<tr>
<td>Podle zamýšlených aktivit, programu</td>
<td>9,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Doporučení, vlastní zkušenost</td>
<td>9,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Jeden náhodně, nic nevybíram</td>
<td>9,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Okolí, prostředí, příroda</td>
<td>6,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Záleží na domluvě s ostatními členy</td>
<td>6,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Památky</td>
<td>4,5</td>
</tr>
<tr>
<td>Vyžití pro rodiny s dětmi</td>
<td>4,5</td>
</tr>
<tr>
<td>Vzdálenost</td>
<td>4,5</td>
</tr>
<tr>
<td>Ostatní</td>
<td>27,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Počet odpovědí = 66</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008
Q22 „Moravskoslezský kraj připravuje novou nabídku pro cestovní ruch. Zajímá Vás názor na to, jak tento plán pojmit?“

Průměrné hodnoty na štěrbinové skále:

- Konkrétní nabídka ubytování v místě, kam chcejet: 2,1
- Konkrétní nabídka možností pro trávení volného času: 2,27
- Nabídka atraktivních míst v kraji: 2,42
- Tematická nabídka – např. pro golf, technické památky, historické památky, agroturistiku: 1,95
- Nabídka v rámci turistických oblastí, na které je kraj členem: 1,72

Celkem N = 303

Zdroj: Customer Insights ČR, listopad 2008
3.2.3 Způsob zjišťování informací o cílové destinaci

Klíčovým komunikačním a informačním kanálem je pro obyvatele České republiky internet. Na druhém místě následuje word of mouth - šeptanda (zkušenosti okolí) a teprve na třetím místě jsou cestovní kanceláře. Z těchto výsledků vyplývá, že klíčovou pozornost je nutné věnovat web portálu a rozvoji e-marketingu.

Graf 18: Způsoby zjišťování informací

Q4 „Jakým způsobem si zjišťujete informace o cílové destinaci?“

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zdroj: Customer Insight ČR, listopad 2008</th>
</tr>
</thead>
</table>

3.3 Výsledky Monitoringu návštěvníků v turistických regionech ČR

Bližší informace o hodnocení návštěvky MSK lze nalézt i v rámci monitoringu návštěvníků v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko za léto 2006 a zimu 2006/2007, které jsou zveřejněny na [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz). Customer Insight a Monitoring návštěvníků, ale nejsou plně kompatibilní, to z těchto důvodů:

2. Liší se cílové skupiny – Customer Insight je realizován na cílové skupině potenciální návštěvníci, z nichž část kraj již navštívila. Monitoring návštěvníků je realizován na návštěvnících, kteří mají čerstvou zkušenost s návštěvou kraje.

3. Geograficky je cílová skupina vymezena dle turistického regionu Severní Morava a Slezsko.

Z Monitoringu návštěvníků za léto 2006, obdobně jako z Customer Insight, vyplývají tyto hlavní důvody návštěvy:

- relaxace (25 %),
- poznání (20 %),
- turistika a sport (16 %),
- zábava (10 %).

Mezi největší rezervy regionu v létě 2006 patřily: nedostatečné společenské a kulturní vyžití, nedostatečné nákupní možnosti, chybějící aktivity pro děti, bazény a koupaliště. 79 % návštěvníků připouští opakovanou návštěvu regionu v budoucnosti.

Monitoringu návštěvníků za zimu 2006/2007 zjistil tyto hlavní důvody návštěvy:

- turistika a sport (25 %),
- relaxace (13 %),
- návštěva příbuzných a známých (11 %),
- poznávání (11 %).

Mezi největší rezervy regionu patří horší kvalita služeb, nedostatek nákupních možností, chybějící aktivity pro děti, horší čistota, znečištění životního prostředí a problémy s dopravou. 88 % návštěvníků připouští opakovanou návštěvu kraje v budoucnosti.

Shrnutí:
Přes výše uvedená omezení jsou klíčová zjištění – především v oblasti driverů poptávky – shodná v obou typech výzkumů – jak v Customer Insight, tak v Monitoringu návštěvníků. Jedná se o tyto drivery:

- Poznávání,
- Relaxace,
- Turistika a sport,
- Návštěva příbuzných a známých,
- Zábava.

3.4. Výzkum Customer Insight – Západní Evropa

Cílem studie, která probíhala ve třinácti zemích Evropy je analýza postojů tří hlavních cílových skupin k dovolené v Moravskoslezském kraji. Výzkumy v rámci projektu Customer Insight realizovala agentura Ipsos Tambor v červnu - srpnu 2008.


3.4.1. Metodologie – Západní Evropa

Výzkum byl realizován prostřednictvím kombinace on line a telefonického dotazování. On line dotazování jsme zvolili pouze v případě těch zemí, které mají penetraci internetu vyšší než 70 %. Telefonicky byli dotazováni respondenti žijící v Belgii a Francii. On line byli dotazování respondenti žijící v Anglii, Finsku, Německu a Švýcarsku. Výzkum byl zaměřen na tři cílové skupiny v každé zemi. Na mladé bezdětné respondenty ve věku 20 – 30 let, na rodiny s dětmi a teenagery a na starší respondenty / respondenty v důchodu. Výsledný vzorek je reprezentativní vždy pro každou vybranou zemi. Vzorek byl kvótován podle pohlaví, věku, regionu a velikost místa bydliště. Celkový vzorek za danou zemi je 500 respondentů, v rámci jednotlivých cílových skupin pak 30 % mladí bez dětí, 40 % rodiny s dětmi a teenagery, 30 % starší lidé / lidé v důchodu.
3.4.2. Detailní analýza výsledků výzkumu – Západní Evropa

3.4.2.1. Cestovatelské zvyklosti / způsob trávení dovolené

Obecně lze říci, že dovolenou tráví v zahraničí častěji Švýcaři, Britové, Belgičané a Němci. Oproti tomu Finové a Francouzi tráví výrazně častěji dovolenou v domácím prostředí. Tomuto zjištění také odpovídá frekvence dovolené v zahraničí, kterou dotázaní deklarovali. Nejčastěji svou zemi za účelem dovolené opouštějí Švýcaři (40 % z nich jezdí na dovolenou v zahraničí častěji než jednou za rok), Britové (39 %) a Belgičané (38 %)\(^1\).

Graf 19: Q1. Jak často jezdíte na dovolenou do zahraničí?

Mezi hlavní preferované destinace z nesousedních evropských zemí patří ve všech ročních obdobích přímořské země, převážně země kolem Středozemního moře (např. Španělsko, Itálie, Francie, Řecko aj.). Česká republika byla několikrát spontánně zmíněna, ovšem pouze minimálním počtem respondentů. Obecně nejvyhledávanější destinací však zůstává Středomoří.

Na dovolenou jezdí dotázaní ze západní Evropy jednoznačně nejčastěji s blízkými osobami. S partnery/ partnerkami a/ nebo rodinou. Mladí lidé ve věku 20 – 30 let bez dětí cestují průměrně v téměř jedné čtvrtině případů také s přáteli\(^2\) (Němci dokonce v 29 %).

\(^1\) Pro srovnání: průměr za východní Evropu činí 16 % (ti, kteří tráví dovolenou v zahraničí častěji než jednou ročně)

\(^2\) Pro srovnání: průměr za východní Evropu činí 35 % (segment mladých a bezdětných, kteří cestují na dovolenou nejčastěji s přáteli)
Graf 20: Q3. Ve kterém ročním období obvykle jezdíte na dovolenou?

Většina dotázaných jezdí na dovolenou obvykle v létě, případně na jaře a na podzim, to platí především pro starší respondenty segment 55+\(^3\). Příčinou tohoto jevu může být obecný trend starší generace nad 55 let cestovat mimo hlavní sezónu, z důvodu příznivějšího počasí, to vzhledem k tomu, že většina cest směřuje do oblasti Středozemního moře.


Ze způsobů, jakými se mohou dotázaní dopravovat do cílové destinace, převažuje ve většině případů letadlo. V případě těch, u kterých převažuje preference automobilu (Belgie, Francie), jej využívají primárně pro cesty po vlastní zemi, případně pro cestu do zemí sousedních

\(^3\) Pro srovnání: poměr v zemích východní Evropy je: léto 80 %, zima 16 %, jaro/ podzim 20 %.
a blízkých. Letadlo je naopak využíváno pro delší vzdálenosti a jeho upřednostnění koresponduje s vyhledávanými destinacemi.

Na dovolené se dotázaní ze západní Evropy nejčastěji ubytovávají v hotelu *** a více. Některé země či segmenty mají určité alternativy, nicméně kategorie hotelu jednoznačně převažuje. Konkrétně respondenti starší 55 let nemají v příliš výrazném počtu k tomuto druhu ubytování alternativu. Mladí 20 – 30 let bez dětí částečně využívají cenově dostupnější varianty (např. hotel do ** nebo apartmán). Rodiny s dětmi vítají také například apartmány nebo pronájem celé chaty / chalupy, které jsou pro pobyt celé rodiny také vhodné. Oblíbenou možností ubytování je také pobyt u příbuzných a přátel (Francie, Finsko, Belgie, Německo, Švýcarsko).


Nejvyužívanějším informačním zdrojem je pro všechny západní evropské země shodně internet. Velmi silně přesahuje všechny ostatní informační zdroje. Průměrná preference se pohybuje kolem 83 %. Neformálním zdrojem informací, zároveň však druhým nejvyužívanějším (nejdůležitější v průměru pro 47 %), jsou přátelé a příbuzní. Cestovní kanceláře také fungují jako zdroj informací o cílové destinací. V celkové preferenci se nacházejí na třetím místě a jsou preferované více než třetinou dotázaných (37 %).

3.4.2.2. Znalost České republiky

Česká republika je v zemích západní Evropy známá v průměru více než 80 % dotázaných. Nejvyšší znalost je logicky v Německu (86 % „znám ji velmi dobře“ a „slyšel jsem o ní“), kde dokonce více než třetina deklarovala, že ČR znají velmi dobře. Velmi dobrá znalost ČR se v případě ostatních zemí pohybuje kolem 12 %.

---

4 V zemích východní Evropy je tomu právě naopak. Lidé 55+ utrácí v průměru méně než ostatní segmenty.
5 Pro srovnání: V zemích východní Evropy se průměrná znalost ČR pohybuje na úrovni 91 %.
Nejnížší znalost pak byla zjištěna v případě Francie, kde hodnota top 2 dosáhla pouze 58 %, což je ve srovnání s Německem, kde znalost čítá 86 %, výrazně méně. Z těch, kteří Českou republiku znají, ji navštívilo nejvíce Němců, a to konkrétně v absolutních číslech 265 lidí z 500 (53 % z celku). Druhým národem, který nejčastěji navštěvuje ČR, jsou Švýcáři. V případě Švýcarska ČR navštívilo v absolutních hodnotách 130 lidí z 500, což je více než čtvrtina (26 %). Obyvatelé ostatních zemí západní Evropy deklarovali návštěvu ČR ještě ve výrazněji menším počtu.

**Graf 22: Q15B. Byl/a jste někdy v České republice?**

V tabulce číslo 24 jsou uvedena stejné data, ale v přepočtu na celkovou bázi respondentů.
Tabulka 24: Odpovědi na otázku Q15B. Převoz na celkovou bázi respondentů

<table>
<thead>
<tr>
<th>Převoz pro celkovou bázi n=500</th>
<th>Anglie</th>
<th>Belgie</th>
<th>Finsko</th>
<th>Francie</th>
<th>Německo</th>
<th>Švýcarsko</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Absolutní hodnoty</td>
<td>84</td>
<td>95</td>
<td>92</td>
<td>52</td>
<td>265</td>
<td>130</td>
</tr>
<tr>
<td>Procentuální podíl</td>
<td>16,8 %</td>
<td>19,0 %</td>
<td>18,4 %</td>
<td>10,4 %</td>
<td>52,9 %</td>
<td>26,0 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Jako hlavní důvody návštěvy ČR deklarovali dotázaní kratší poznávací zájazd (1 – 3 dny) a dovolenou delší tři dnů. V průměru převažuje cesta do ČR za účelem dovolené, ačkoli poměr mezi poznávacím zájezdem a delší dovolenou se liší mezi jednotlivými zeměmi a také mezi segmenty v rámci jednotlivých zemí. Účel kratší návštěvy převažuje pouze ve Francii, kde obecně není příliš vysoká míra ochoty cestovat do zahraničí, a v Anglii, kde byla zjištěna druhá nejnižší návštěvnost ČR.


Zkušenost s pobytem v ČR je pozitivní pro téměř 100 % dotázaných. 8 % nespokojených bylo zjištěno v Belgii, což byl největší podíl spíše a rozhodně nespokojených mezi zeměmi západní Evropy.

Pověst, kterou Česká republika má mezi zeměmi západní Evropy je vesměs pozitivní. Více než 3/4 těch, kteří Českou republiku znají, deklarují, že má ČR v jejich zemi pozitivní pověst. Největší podíl těch, kteří se domnívají, že ČR má spíše a rozhodně pozitivní pověst v jejich zemi, byl zjištěn mezi Francouzi (83 %). Vysoký podíl těch, kteří považují ČR za zemi s dobrou pověstí je také mezi Švýcary (82 %) a Finy (82 %). V porovnání pak nejméně mezi Belgičany, kde tento podíl činí 76 %.  

6 Je ovšem třeba brát v úvahu, že čísla zde uvedená nejsou absolutně srovnatelná. Základ procentuálního podílu diskutován v tomto odstavci je u jednotlivých zemí rozdílný (jedná se o počet těch, kteří uvedli, že znají Českou republiku). Ovšem jako relativní srovnání lze tato čísla použít, protože odrážejí informaci, jaké povědomí v dané zemi o České republice panuje.
3.4.2.3. Znalost Moravskoslezského kraje

Moravskoslezský kraj není obecně mezi obyvatelem západní Evropy příliš známý. Největší podíl těch, kteří MSK znají, byl zjištěn v případě Německa (bází pro tuto otázku byli pouze ti, kteří uvedli, že znají Českou republiku jako takovou). V absolutních číslech MSK zná v Německu 158 lidí z 500, což je necelá třetina z celku (31,6 %). Po Německu je Moravskoslezský kraj nejčastěji znám ve Francii, kde jej zná 81 lidí z celkového počtu 500 respondentů (16,2 % - tento podíl byl přepočítán na celkovou bází respondentů). Ostatní země následují poměrně těsně po sobě.7


V následující tabulce naleznete data návštěvnosti Moravskoslezského kraje přepočtené na celkovou bázi.

Tabulka 25: Znalost Moravskoslezského kraje – přepočet na celkovou bázi

<table>
<thead>
<tr>
<th>Přepočet pro celkovou bázi n=500</th>
<th>Anglie</th>
<th>Belgie</th>
<th>Finsko</th>
<th>Francie</th>
<th>Německo</th>
<th>Švýcarsko</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Absolutní hodnoty</td>
<td>80</td>
<td>49</td>
<td>76</td>
<td>81</td>
<td>158</td>
<td>71</td>
</tr>
<tr>
<td>Procentuální podíl</td>
<td>15,9 %</td>
<td>9,9 %</td>
<td>15,2 %</td>
<td>16,1 %</td>
<td>31,6 %</td>
<td>14,3 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

7 V tomto případě byl procentuální podíl přepočítán na celek 500 respondentů, aby bylo srovnání mezi jednotlivými zeměmi explicitní. V grafu však vidíme podíly z filtrovaných bází.
Návštěvnost MSK je obecně velmi nízká\(^8\), a to i v případě, že bereme v úvahu Německo, kde je návštěvnost ve srovnání s ostatními zeměmi nejvyšší. Níže vidíme v tabulce návštěvnost přepočtenou na celkovou bázi respondentů v jednotlivých zemích (pro přehlednost a jednoznačnou srovnatelnost).

### Tabulka 26: Návštěvnost Moravskoslezského kraje – přepočet na celkovou bázi respondentů

<table>
<thead>
<tr>
<th>Přepočet pro celkovou bázi n=500</th>
<th>Anglie</th>
<th>Belgie</th>
<th>Finsko</th>
<th>Francie</th>
<th>Německo</th>
<th>Švýcarsko</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Absolutní hodnoty</td>
<td>16</td>
<td>6</td>
<td>11</td>
<td>4</td>
<td>34</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>Procentuální podíl</td>
<td>3,28 %</td>
<td>1,2 %</td>
<td>2,18 %</td>
<td>0,81 %</td>
<td>6,72 %</td>
<td>1,4 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


\(^8\) Pro srovnání: V zemích východní Evropy se průměrná návštěvnost MSK pohybuje na úrovni 16 % z celkové báze.
památky) nebo tradiční horská architektura. V prezentaci byly vyzdvíženy také rozmanité možnosti relaxace i sportovního vyžití jak v případě letních sportů, tak v případě sportů zimních. Zmíněny byly také technické památky z oblasti hornictví a hutnictví a noční život v Ostravě.

Tento popis MSK byl nejvíce atraktivní pro dotázané ve Finsku, kde dovolenou v MSK na základě představeného popisu hodnotilo jako spíše a rozhodně zajímavý 81 % z počtu 488 lidí. Jako výrazně nejméně zajímavý pro pobyt jej shledali obyvatelé Německa, Belgie a Švýcarska.

**Graf 24: Q28. Byla pro Vás na základě stručné prezentace dovolená v MSK zajímavá?**

V grafu výše vidíme, že kromě Finska byl popis MSK zajímavý také pro Francouze. Je však třeba mít na paměti, že tyto dva národy jsou zároveň těmi, které primárně upřednostňují dovolenou v tuzemsku a do zahraničí jezdí nejméně ze všech sledovaných zemí západní Evropy (viz oddíl I. Cestovatelské zvyklosti / způsob trávení dovolené). Kromě těchto zemí by byla dovolená v MSK zajímavá pro obyvatele Anglie, kde je frekvence cest do zahraničí častší.

V případě Německa a Švýcarska, kde byla zjištěna nejvyšší návštěvnost ČR a nyní zároveň nízká míra atraktivity MSK pro pobyt, lze tento fakt vysvětlit preferencí jiných destinací v rámci České republiky. Primárně je preferováno hlavní město Praha, případně lázeňské oblasti v případě Německa (Karlovy Vary, Mariánské lázně) a Brno v případě Švýcarska. Konkrétní důvody návštěvy ČR, kromě délky pobytu, nebyly zjišťovány.

Na prezentaci MSK zaujala shodně respondenty všech zemí západní Evropy příroda / krajina a hory / kopce. Naopak důvody, pro které prezentace MSK respondenty neoslovila, byly primárně v preferenci destinací jiného typu. Někteří jednotlivci také uváděli například velkou

---

9 Pro srovnání: Atraktivita popisu MSK na základě prezentace je v zemích východní Evropy vyšší (v průměru z celkové báze činí průměr za západní Evropu 54,7 %, zatímco pro východní Evropu 63,9 %).
vzdálenost (Francie, Belgie, Švýcarsko) nebo osobní důvody, mezi něž patří např. zdravotní nebo finanční potíže (Finsko, Anglie).

Na otázku, zda by dotázaní skutečně uvažovali o návštěvě MSK na základě stručného představení regionu, jsme získali vesměs pozitivní reakce. O návštěvě Moravskoslezského regionu by z těch, kterým by MSK představen stručnou prezentací, uvažovali nejčastěji Finové podílem 75 %, těch, kteří v MSK nikdy nebyli. Nejmenší potenciál byl zjištěn v případě Švýcarska, kde podíl těch, kteří by do MSK přijeli, činil 57 %.

Graf 25: Q28. Uvažoval/a byste na základě tohoto stručného představení regionu o návštěvě MSK? (odpovídají ti, kteří uvedli, že v MSK nikdy nebyli)

Pokud by si respondenti vyhledávali informace o MSK, pátrali by primárně na internetu, a to shodně dotázaní ve všech zemích a všech segmentech téměř všichni. Druhým zdrojem by byly cestovní kanceláře pro přibližně třetinu dotázaných ve všech zemích.

K návštěvě MSK by dotázané nejčastěji motivovala cenová dostupnost, přírodní rozmanitost a možnosti turistiky, a to shodně ve všech zemích. Mladé lidé bez dětí ve věkovém rozmezí 20 – 30 let by také k pobytu v MSK motivovalo noční život města Ostrava. Rodiny s dětmi a teenagery by naopak kromě tří hlavních, již zmíněných důvodů, také přímý letecký spoj (Finsko, Anglie) nebo místní folklor a tradice (Anglie, Francie). Starší respondenti ve věku nad 55 let uvedli mezi důvody, které by je k návštěvě MSK motivovaly, také lázně a wellness (Finsko, Německo, Švýcarsko) nebo místní folklor a kulturní tradice (Finsko, Anglie, Francie, Belgie, Švýcarsko).

Očekávání, která od pobytu v Moravskoslezském kraji, či regionu tohoto typu, dotázaní mají, jsou primárně odpočinek a relaxace. Kromě toho také očekávají hezkou přírodu a obecně

---

10 Pro srovnání: Velmi podobné v případě nejvyššího score za východní Evropu, kde nejvyšší ochotu přijet do MSK deklarovali Slováci v podílu 78 %.
11 Pro srovnání: V zemích východní Evropy byly zjištěny stejné motiváty.
příležitost vidět a poznat něco nového. Mezi jednotlivými národy lze však nalézt drobné nuance. Finové se například od zbytku liší tím, že ve většině případů nejsou schopni svá očekávání, která by mohla od MSK mít, zformulovat. Pro konkrétní představu by v případě Finska musel být popis kraje podrobnější.

Potenciální dovolená v MSK je podle dotázaných vhodná primárně pro partnerskou nebo rodinnou dovolenou. Za vhodnou destinaci pro dovolenou s přáteli ji považují nejčastěji mladí bezdětní respondenti, konkrétně v rozmezí 16 % (Anglie) – 30 % (Finsko). Předpokládaná délka návštěvy se napříč všemi zeměmi pohybuje nejčastěji v rozmezí 3 – 7 dnů.


Pokud by do MSK dotázaní jeli, jednoznačně by volili ubytování v hotelu v kategorii *** a více. V rámci jednotlivých segmentů lze nalézt drobné odchylky, nicméně upřednostnění hotelu *** a více je vyšší minimálně o 20 %, častěji však s mnohem více než ostatní možnosti ubytování.

Aktivity, které by dotázaní považovali za atraktivní, kopírují preference z obecné části výzkumu a v hlavních bodech se neliší. Opět se zde objevuje odpočinek a relaxace spolu s turistikou, případně solu s návštěvou památek.

Tabulka 27: Odhadovaná útrata za jeden den dovolené a osobu

<table>
<thead>
<tr>
<th>data jsou uvedena za total dané země</th>
<th>do 20 EUR</th>
<th>21 – 40 EUR</th>
<th>41 – 80 EUR</th>
<th>81 - 120 EUR</th>
<th>více než 120 EUR</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anglie</td>
<td>9 %</td>
<td>34 %</td>
<td>37 %</td>
<td>15 %</td>
<td>4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Belgie</td>
<td>9 %</td>
<td>34 %</td>
<td>39 %</td>
<td>14 %</td>
<td>3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Finsko</td>
<td>5 %</td>
<td>26 %</td>
<td>48 %</td>
<td>18 %</td>
<td>4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Francie</td>
<td>15 %</td>
<td>43 %</td>
<td>31 %</td>
<td>8 %</td>
<td>3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Německo</td>
<td>17 %</td>
<td>41 %</td>
<td>32 %</td>
<td>8 %</td>
<td>2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Švýcarsko</td>
<td>12 %</td>
<td>26 %</td>
<td>40 %</td>
<td>17 %</td>
<td>5 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Pozn. tučně je vždy v řádku zvýrazněna nejvyšší hodnota.

Důvody, které by mohly v návštěvě Moravskoslezského kraje zabránit, se liší jak mezi jednotlivými zeměmi, tak také mezi samotnými segmenty. Dotázaní ze všech zemí se většinou shodují na tom, že v návštěvě by jim bránil nedostatek informací o regionu a špatné reference, případně jazyková bariéra. V následující tabulce lze vidět hlavní bariéry pro návštěvu MSK (pro zachování přehlednosti jsou v tabulce uvedeny nejčastěji uváděné bariéry celkově za dané země a jen ty bariéry, které byly uvedeny v četnosti nad 30 %).

Tabulka 28: Hlavní bariéry pro návštěvu MSK

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Neexistence přímého spojení (48 %)</th>
<th>Špatné reference (45 %)</th>
<th>Nedostatek informací o regionu (38 %)</th>
<th>Jazyková bariéra (37 %)</th>
<th>Jiné preferované destinace (33 %)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anglie</td>
<td>Neexistence přímého spojení (48 %)</td>
<td>Špatné reference (45 %)</td>
<td>Nedostatek informací o regionu (38 %)</td>
<td>Jazyková bariéra (37 %)</td>
<td>Jiné preferované destinace (33 %)</td>
</tr>
<tr>
<td>Belgie</td>
<td>Jazyková bariéra (47 %)</td>
<td>Nedostatek informací o regionu (43 %)</td>
<td>Jiné preferované destinace (34 %)</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Pozn. Neexistence přímého spojení a jiné preferované destinace nejsou vůbec významnými bariéрами pro segment dotázaných ve věku 55+. Jazyková bariéra je důležitá nejčastěji pro mladé ve věku 20 – 30 let bez dětí.

Pozn. Pro segment mladých ve věku 20 – 30 let bez dětí by také byly bariérou špatné reference (35 % z báze n=134) a neexistence přímého spojení (34 % z báze n=134).
<table>
<thead>
<tr>
<th>Země</th>
<th>Špatné reference (50 %)</th>
<th>Nedostatek informací o regionu (43 %)</th>
<th>Neexistence přímého spojení (36 %)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Finsko</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Francie</td>
<td>Jazyková bariéra (48 %)</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Německo</td>
<td>Špatné reference (48 %)</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Švýcarsko</td>
<td>Jiné preferované destinace (41 %)</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**3.4.2.4. Mediální chování**

Tabulka 29: Penetrace médií

<table>
<thead>
<tr>
<th>Země</th>
<th>Televize</th>
<th>Noviny</th>
<th>Časopisy</th>
<th>Rozhlas</th>
<th>Internet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anglie</td>
<td>93 %&lt;sup&gt;12&lt;/sup&gt;</td>
<td>78 %</td>
<td>64 %</td>
<td>67 %</td>
<td>google, yahoo, bbc.co.uk</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>BBC 1, ITV, Channel 4, BBC 2</td>
<td>The Sun, Daily Mail, The Times, Mirror</td>
<td>The Heat, Good, Houskeeping, OK</td>
<td>Radio 1, Local Radio, Radio 2, Radio 4</td>
<td>google, yahoo, bbc.co.uk</td>
</tr>
<tr>
<td>Belgie</td>
<td>93 %</td>
<td>74 %</td>
<td>67 %</td>
<td>76 %</td>
<td>98 %</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>VTM, VT4, EEN, Canvas</td>
<td>Het, Laatste Nieuws, NIEUWSBLAD DE STANDAARD</td>
<td>Humo, DAG, ALLEMAAL, Flair</td>
<td>Q Music, Donna, Stu-Bru, Radio 2</td>
<td>google</td>
</tr>
<tr>
<td>Finsko</td>
<td>95 %</td>
<td>92 %</td>
<td>81 %</td>
<td>89 %</td>
<td>99 %</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>MTV3, Yle TV 1, Nelonen</td>
<td>Helsingin, Sanomat, Ilta - Sanomat</td>
<td>Apu, Kodin, Kuvalehti, Seura</td>
<td>Radio Nova, Yle Radio</td>
<td>google</td>
</tr>
<tr>
<td>Francie</td>
<td>90 %</td>
<td>71 %</td>
<td>59 %</td>
<td>71 %</td>
<td>89 %</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TF1, France 2, M6</td>
<td>Le Monde, Le Figaro</td>
<td>La Femme, Actuelle, Cosmo</td>
<td>France Info, Europe</td>
<td>google, yahoo, lemonde</td>
</tr>
<tr>
<td>Německo</td>
<td>89 %</td>
<td>79 %</td>
<td>62 %</td>
<td>55 %</td>
<td>95 %</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>RTL, ARD, ZDF</td>
<td>Der Bild, Die Tageszeitung</td>
<td>Der Spiegel, Stern</td>
<td>Bayern</td>
<td>google</td>
</tr>
<tr>
<td>Švýcarsko</td>
<td>90 %</td>
<td>87 %</td>
<td>62 %</td>
<td>55 %</td>
<td>95 %</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>RTL, SF1, PRO7</td>
<td>20m, Le Matin, Der Blick</td>
<td>Schweizer Illustrier</td>
<td>DRS</td>
<td>google, bluewin.ch</td>
</tr>
</tbody>
</table>

* <sup>12</sup> Hodnoty v prvním řádku u každé země vyjadřují celkový podíl těch, kteří dané médium využívají.*
3.5. Výzkum Customer Insight – Východní Evropa


3.5.1. Metodologie – Východní Evropa


3.5.2. Detailní analýza výsledků výzkumu – Východní Evropa

3.5.2.1. Cestovatelské zvyklosti/ způsob trávení dovolené

Obecně lze říci, že obyvatelé východní Evropy jezdí na dovolenou do zahraničí obvykle jednou ročně, a to nejčastěji Litevci, kteří odjíždí mimo svou zemi v 41 % odpovědí. Nadprůměrně častěji jezdí do zahraničí jednou ročně také Lotyši, konkrétně v 40 % (průměr ze všech zemí je 36 %). Lotyši jsou zároveň národem, který tráví dovolenou v zahraničí nejčastěji z dotazovaných zemí východní Evropy. Častěji než jednou ročně vyjíždí za hranice Lotyšska téměř čtvrtina dotázaných (24 % dotázaných, průměr za všechny země činí 16,4 %13).

---

13 Pro srovnání: průměr za západní Evropu činí 32 % (ti, kteří tráví dovolenou v zahraničí častěji než jednou ročně)
Preferované destinace pro dovolenou korelují se zjištěním uvedeným v předchozím odstavci. Obyvatelé východní Evropy necestují do zahraničí příliš často, alespoň ve srovnání s obyvateli Evropy západní. Proto také není překvapením, že upřednostňovanou destinací je většinou právě země, ve které žijí (Litva 58 %, Polsko 41 % a Ukrajina 56 %). Slováci jezdí raději ke Středoevropskému moři (50 %) a Lotyši naopak do zemí sousedících s Lotyšskem (48 %).


Co se týče destinací vhodných pro zimní a jarní / podzimní dovolenou, pak Slováci se odlišují od ostatních zemí, kde se preference shodují v rámci jedné země napříč ročními obdobími. Slováci však, ačkoli pro letní dovolenou jednoznačně upřednostňují přímořské oblasti, pak v ostatních ročních obdobích zůstávají raději v tuzemsku. Považujeme tuto odchylku za důležité zmínit hlavně proto, že ostatní země jsou v preferovaných destinacích téměř konzistentní v průběhu celého roku.
Na dovolenou jezdí dotázaní z východní Evropy jednoznačně nejčastěji s blízkými osobami, hlavně s rodinou, případně s partnery / partnerkami. Mladí lidé ve věku 20 – 30 let bez dětí cestují také často průměrně ve více než třetině případů\(^\text{14}\) s přáteli (Ukrajinci dokonce 53 %).

Graf 27: Q3. Ve kterém ročním období obvykle jezdíte na dovolenou?

Většina dotázaných jezdí na dovolenou obvykle v létě. Na jaře / na podzim nebo v zimě jezdí výrazně méně dotázaných. Dovolenou na jaře a na podzim vyhledávají spíše starší respondenti (segment 55+)\(^\text{15}\).

Délka letní dovolené se pro všechny země východní Evropy pohybuje v rozmezí mezi osmi a čtrnácti dny. V případě zimní dovolené dotázané shodně uváděli kratší trvání než u letní dovolené, řádově se délka zimní dovolené pohybuje mezi třemi a sedmi dny. Nicméně je třeba brát v úvahu fakt, že většina v zimě na dovolenou jezdí.


Rozdíly můžeme nalézt také ve způsobech dopravy do cílové destinace. I zde se nám celek zemí východní Evropy liší. Můžeme je opět rozdělit do několika skupin.

---

\(^{14}\) Pro srovnání: průměr za západní Evropu činí 24 % (segment mladých a bezdětných, kteří cestují na dovolenou nejčastěji s přáteli)

\(^{15}\) Pro srovnání: poměr v zemích západní Evropy je: léto 70 %, zima 28 %, jaro/ podzim 52 %.
První skupina preferuje automobilovou dopravu. Do této skupiny patří Slováci, Poláci a Litevci. Letecká doprava je pro ně zajímavá v rozmezí 18 % až 27 %. Lotyšsko, respektive jeho obyvatelé, upřednostňují před automobilem právě dopravu letadlem, ačkoli automobil je za letadlem pouze o několik procentních bodů. Další země, která se vymyká, je Ukrajina, kterou nelze zařadit ani do jedné z výše popsaných skupin, protože její obyvatelé nejčastěji upřednostňují dopravu železniční. Na Ukrajině letadlo vyhledává necelá třetina.

Na dovolené se dotázaní z východní Evropy (kromě Polska) nejčastěji ubytovávají v hotelu *** a více. Nicméně kromě tohoto způsobu ubytování využívají i jiné typy ubytování, jejichž obliba je pouze o několik procentních bodů nižší než v případě hotelu *** a více. Jedná se například o penziony (Ukrajina, Slovensko a Polsko – v případě Polska se jedná o jedinou zemí, kde hotel v kategorii *** a více není nejoblibenější, ale naleznete jej na druhém místě v žebříčku ubytovacích zařízení právě za penzionem). V případě Lotyšska a Litvy je kromě hotelů *** a více upřednostňované ubytování u příbuzných a přátel. Z veřejných ubytovacích zařízení byl uveden např. apartmán (Litva) nebo kemp (Lotyšsko).

Průměrné výdaje na dovolenou (na jeden den na osobu, součet všech vynaložených financí) v zahraničí se mezi občany zemí východní Evropy pohybují v nižší kategorii finančních výdajů (17 – 40 EUR). Dotázaní starší padesáti pěti let uvedli ve vyšším počtu útratu v nižší kategorii než ostatní.16


16 V zemích západní Evropy je tomu právě naopak. Lidé 55+ utrácí v průměru více než ostatní segmenty.
3.5.2.2. Znalost České republiky

Znalost České republiky je v zemích východní Evropy velmi vysoká a pohybuje se na úrovni 91 % (ano, slyšel jsem o ní + ano, znám ji velmi dobře). Nejvyšší znalost byla zjištěna mezi Slovenskými občany, což pro nějco není žádným překvapením. Tam ČR znají skutečně všichni. Z ostatních zemí, jak můžeme vidět v grafu níže, je vysoká znalost ČR také u Litvy nebo Lotyšska.

**Graf 28: Q15. Znáte Českou republiku?**

Z těch, kteří Českou republiku znají, ji přirozeně navštívilo nejvíce Slováků a to konkrétně v absolutních číslech 470 lidí z 500 (94 % z celku – do tohoto čísla jsou zařazeni i ti, kteří byli v ČR na obchodní cestě nebo jí pouze projížděli). Druhým národem, který nejčastěji navštěvuje ČR, jsou Poláci, z nichž ČR navštívilo v absolutních hodnotách 362 lidí z 500, což jsou téměř čtvrtina. Na grafu č. 39 lze vidět rozdíly v návštěvnosti ČR obyvateli jednotlivých zemí východní Evropy.

**Graf 29: Q15B. Byl/a jste někdy v České republice? (odpovídají ti, kteří v předchozí otázce uvedli, že ČR, znají)**

Dále v tabulce vidíme návštěvnost České republiky přepočtenou na celkovou bázi respondentů v jednotlivých zemích (pro přehlednost a jednoznačnou srovnatelnost).

---

17 Pro srovnání: V zemích západní Evropy se průměrná znalost ČR pohybuje na úrovni 84 %
Tabulka 30: Návštěvnost České republiky – přepočet na celkovou bázi

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Litva</th>
<th>Lotyšsko</th>
<th>Polsko</th>
<th>Slovensko</th>
<th>Ukrajina</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Absolutní hodnoty</td>
<td>183</td>
<td>197</td>
<td>362</td>
<td>470</td>
<td>86</td>
</tr>
<tr>
<td>Procentuální podíl</td>
<td>36,7%</td>
<td>39,4%</td>
<td>72,4%</td>
<td>94,1%</td>
<td>17,1%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Obdobně jako v některých předchozích otázkách se zástupci zemí východní Evropy jednoznačně neshodnou. Někteří uváděli jako hlavní důvod návštěvy ČR kratší poznávací zájezd, který trval v délce do 3 dnů, mezi tyto patří Ukrajina (38 %) a Polsko (56 %). Do druhé skupiny patří ti, kteří jeli do ČR na dovolenou delší než tři dny. Sem můžeme zařadit Lotyšsko (46 %), Litvu (44 %), segment mladých bezdětí však v 78 % deklaroval návštěvu na kratší poznávací zájezd, což podíl delší dovolené v celkovém pohledu výrazně snížuje) a Slovensko (60 %). Téměř pro všechny je hlavním cílem cesty Praha, pouze Slováci častěji než Prahu navštěvují jiné, především moravské destinace. Lotyši ani Poláci si nedokázali na místo pobytu (kromě Prahy) vzpomenout, Slováci při návštěvě ČR měří například do Brna nebo Ostravy, Litvci například do Karlových Varů. Pozitivní zkušenost s pobytem v ČR získala naprostá většina dotázaných.

Naprostá většina těch, kteří ČR znají, se domnívají, že ČR má v jejich zemi pozitivní pověst. Nejnižší podíl spokojených byl zaznamenán v případě Litvy, kde pozitivní pověst ČR v Litvě deklaruje 86 % dotázaných, což lze již považovat za signifikantní rozdíl vzhledem k tomu, že pozitivní pověst v ostatních zemích se pohybuje v rozmezí 95 % - 100 % dotázaných.

3.5.2.3. Znalost Moravskoslezského kraje

Moravskoslezský kraj je mezi obyvateli východní Evropy znám v průměru pro 42 % dotázaných z celku všech zemí. Největší podíl těch, kteří MSK znají, byl zjištěn přirozeně v případě Slovenska (bází pro tuto otázku byli pouze ti, kteří uvedli, že znají Českou republiku jako takovou). V absolutních číslech zná MSK na Slovensku 371 lidí z 500, což jsou téměř tři čtvrtiny z celku. Po Slovensku je Moravskoslezský kraj známější v Lotyšsku, kde jej zná 206 lidí z celkového počtu 500 respondentů (41 %). V grafu vidíme reálné báze, tedy podíl pouze za ty, kteří ČR znají. Zatímco v tabulce pod grafem nalezneme podíl přepočtený, za celkový zkoumaný vzorek.
Graf 30: Q19.ZNÁTE MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ NA SEVERU MORAVY V ČESKÉ REPUBLICE? (ODPŮVIDAJÍ TI, KTERÍ UVEDLÍ, ŽE ČR ZNAJÍ)

V následující tabulce se opět můžeme podívat na srovnání celkového vzorku.

**Tabulka 31: Znalost Moravskoslezského kraje, přepočet na celkovou bázi respondentů**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Přepočet pro celkovou bázi n=500</th>
<th>Litva</th>
<th>Lotyšsko</th>
<th>Polsko</th>
<th>Slovensko</th>
<th>Ukrajina</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Absolutní hodnoty</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>145</td>
<td>206</td>
<td>191</td>
<td>371</td>
<td>149</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Procentuální podíl</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>29 %</td>
<td>41 %</td>
<td>38 %</td>
<td>74 %</td>
<td>30 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Návštěvnost MSK se pohybuje v průměru na úrovni 16 %, ačkoli toto číslo táběhá nahoru především vysoká návštěvnost v případě Slováků. V následující tabulce nalezneme data návštěvnosti MSK opět v přepočtu na celkovou bázi.

**Tabulka 32: Návštěvnost Moravskoslezského kraje, přepočet na celkovou bázi**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Přepočet pro celkovou bázi n=500</th>
<th>Litva</th>
<th>Lotyšsko</th>
<th>Polsko</th>
<th>Slovensko</th>
<th>Ukrajina</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Absolutní hodnoty</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>19</td>
<td>35</td>
<td>97</td>
<td>248</td>
<td>7,6</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Procentuální podíl</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3,80 %</td>
<td>7,03 %</td>
<td>19,48 %</td>
<td>49,71 %</td>
<td>1,52 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

18 Pro srovnání: V zemích západní Evropy se průměrná návštěvnost MSK pohybuje na úrovni 2,6 % z celkové báze.
Mezi nejčastější informační zdroje, ze kterých se dotázaní dozvěděli o MSK, patří přátelé / příbuzní a média obecné. Přátelé a příbuzní byli nejčastějšími zdroji informací o MSK v Ukrajině (38 %), Polsku (36 %), Slovensku (41 %). Naopak z obecných médií se o MSK dozvěděli Litevci (41 %) a Lotyši (23 %). Účel návštěvy MSK nebyl možný zhodnotit v případě Litvy a Ukrajiny, a to vzhledem k velmi nízké bázi těch, kteří MSK navštívili. Hodnocení tedy bylo možné sledovat pouze v případě ostatních zemí. Zatímco Slováci jednoho do ČR, respektive Moravskoslezského kraje, navštíviv příbuzné a přátelé, Poláci a Lotyši navštívili MSK primárně za odpočinkem a relaxací nebo obecně poznáváním, což bylo motivem také pro některé Slováky. Obdobně je tomu v případě hodnocení pobytu v MSK, který bylo možné sledovat pouze v případě Slovenska, Polska a Ukrajiny. Na základě výsledků lze říci, že zkušenost s pobytom v MSK byla hodnocena velmi pozitivně. Tuto pozitivní zkušenost získali například díky krásnému prostředí pírody a milým lidem. Naopak negativní zkušenost byla zjištěna pouze výjimečně v minimu případů. Většina nedokázala žádnou negativní zkušenost definovat.

Všem, kteří v MSK nikdy nebyli, byla představena krátká prezentace MSK, kde byly zmíněny nejvýraznější rysy MSK jako například rozmání příroda (hory, nižiny, CHKO, přírodní památky) nebo tradiční horská architektura. V prezentaci byly vyzdvíženy také rozmanité možnosti relaxace i sportovního vyžití jak v případě letních sportů, tak v případě sportů zimních. Zmíněny byly rovněž technické památky z oblasti hornictví a hutnictví a noční život v Ostravě. Tento popis MSK byl nejvíce atraktivní pro dotázané na Slovensku, kde dovolenou v MSK na základě představeného popisu hodnotilo jako spíše a rozhodně zajímavou 85 % z počtu 252 lidí. Jako nejméně zajímavý pro pobyt jej shledali obyvatelé Litvy v 57 % případů.¹⁹

Graf 31: Q28. Byla by pro Vás na základě této stručné prezentace dovolená v MSK zajímavá?

¹⁹ Pro srovnání: Atraktivita popisu MSK na základě prezentace je nižší v zemích západní Evropy (v průměru z celkové báze činní průměr za východní Evropu 63,9 %, zatímco pro západní Evropu 54,7 %).
V grafu výše vidíme, že kromě Slovenska byl popis MSK zajímavý také pro Poláky, kteří zároveň do ČR jezdí nejčastěji. Na prezentaci MSK zaujala shodně respondenty všech zemí východní Evropy příroda/krajina a hory/kopce. Naopak důvody, pro které prezentace MSK respondenty neoslovila, spočívaly primárně v osobních důvodech (zdraví, finanční situace) nebo preferenci destinací jiného typu.

Na otázku, zda by dotázaní skutečně uvažovali o návštěvě MSK na základě stručného představení regionu, jsme získali vesměs pozitivní reakce. O návštěvě Moravskoslezského regionu by z těch, kterým byl MSK představen stručnou prezentací, uvažovali nejčastěji. Slováci podílelem 78 %20 těch, kteří v MSK nikdy nebyli. Nejmenší potenciál byl zjištěn v případě Litvy, kde podíl těch, kteří by do MSK přijeli, činil 60 %.

Graf 32: Q30B. Uvažoval/a byste na základě tohoto stručného představení regionu o návštěvě MSK?

Pokud by si dotázaní vyhledávali informace o MSK, pátrali by primárně na internetu nebo by se obrátili na cestovní kanceláře, na Ukrajině by cestovní kanceláře využily výrazně více lidí než v případě ostatních zemí, kde je s velkým náskokem preferován již zmiňovaný internet. K návštěvě MSK by dotázané nejčastěji motivovaly možnosti turistiky, přírodní rozmanitosti a cenová dostupnost21. Mladé lidé bez dětí ve věkovém rozmezí 20 – 30 let by také k pobytu v MSK motivovalo roční život města Ostrava. Starší respondenti ve věku nad 55 let uvedli mezi důvody, které by je k návštěvě MSK motivovaly, také například místní folklor a kulturní tradice (Lotyšsko, Slovensko).

Očekávání, která od pobytu v Moravskoslezském kraji, či regionu tohoto typu, dotázaní mají, jsou především odpočinek a relaxace. V rámci toho také očekávají obecně příležitost vidět a poznat něco nového. Potenciální dovolená v MSK je podle dotázaných v průměru vhodná pro partnerskou nebo rodinou dovolenou. Ovšem lze nalézt rozdíly mezi jednotlivými

20 Pro srovnání: Velmi podobné v případě nejvyššího score za západní Evropu, kde nejvyšší ochotu přijet do MSK deklarovali Finové v podílu 75%.
21 Pro srovnání: V zemích západní Evropy byly zjištěny stejné motiváty.

Z hlediska vhodného dopravního prostředku lze rozdělit vzorek respondentů do dvou skupin. Za prvé můžeme hovořit o zemích, které by jednoznačně preferovaly pro dopravu do MSK letadlo. V této skupině naleznete Lotyšsko, Ukrajinu (ačkoli Ukraiinci by uvítali také vlakovou dopravu, což odpovídá jejich obvyklému způsobu dopravy, jak lze vidět v oddílu I. Cestovatelské zvyklosti / způsob trávení dovolené) a Litvu, kde je ovšem rozdíl mezi preferencí letadla a automobilu minimální (letadlo preferují hlavně starší respondenti nad 55 let a více, rodiny s dětmi preferují stejným dílem letadlo i automobil a automobil preferují hlavně mladí bez dětí). Za druhou skupinu lze považovat ty, kteří jednoznačně pro dopravu do MSK preferují automobil. Sem patří Polsko a Slovensko.

Pokud by do MSK dotázaní jeli, pak Litevci, Ukrajinci a Lotyši by upřednostnili ubytování v hotelu v kategorii *** a více, případně v penzionu (Ukrajinci) nebo v kempu (Lotyši). Poláci a Slováci by naopak upřednostnili ubytování v penzionu. V rámci jednotlivých segmentů lze nalézt drobné odchylky, nicméně preference hotelu *** a více, případně penzionu, je vyšší než v případě ostatních způsobů ubytování.

Aktivity, které by dotázaní považovali za atraktivní, kopírují ve většině případů preference z obecné části výzkumu a v hlavních bodech se neliší. Opět se zde objevuje odpočinek a relaxace spolu s turistikou, případně spolu s návštěvou památek. Výjimkou je Litva, pro její obyvatelé by byly nejatraaktivnější činnosti v MSK kulturní akce a návštěvy památek, čímž se zároveň jako jediná země odlišují od svého tvrzení v obecné části.

V případě odhadované útraty za den dovolené v MSK na osobu se jednotlivé země vzájemně odlišují. V tabulce níže vidíme deklarovanou výši útraty pro jednotlivé země22. Většinou se však pohybuje v úrovni do 40 EUR.

---

22 V případě Lotyšska a Slovenska byla rozmezí útraty definována podle místní finanční úrovně a odlišuje se od kategorií využitých v ostatních zemích.
Tabulky 33 - 35: Odhadovaná útrata za jeden den dovolené a osobu

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>do 20 EUR</th>
<th>21 – 40 EUR</th>
<th>41 – 80 EUR</th>
<th>81 - 120 EUR</th>
<th>více než 120 EUR</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Litva</strong></td>
<td>12 %</td>
<td>55 %</td>
<td>16 %</td>
<td>5 %</td>
<td>0 %</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Polsko</strong></td>
<td>36 %</td>
<td>30 %</td>
<td>25 %</td>
<td>8 %</td>
<td>1 %</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ukrajina</strong></td>
<td>15 %</td>
<td>41 %</td>
<td>38 %</td>
<td>6 %</td>
<td>1 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>do 22 EUR</th>
<th>23 – 43 EUR</th>
<th>44 - 86 EUR</th>
<th>87 - 128 EUR</th>
<th>více než 128 EUR</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Lotyšsko</strong></td>
<td>30 %</td>
<td>43 %</td>
<td>20 %</td>
<td>3 %</td>
<td>4 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Slovensko</strong></td>
<td>19 %</td>
<td>48 %</td>
<td>24 %</td>
<td>5 %</td>
<td>4 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Pozn.: Tučně je vždy v řádku zvýrazněna nejvyšší hodnota.

Důvody, které by mohly v návštěvě Moravskoslezského kraje zabránit, nalézají respondenti všech dotazovaných zemí východní Evropy ve špatných referencích. V dalších bariérách se obyvatelé jednotlivých zemí vzájemně mírně odlišují. V tabulce na následující straně lze vidět hlavní bariéry pro návštěvu MSK (pro zachování přehlednosti jsou v tabulce uvedeny nejčastěji uváděné bariéry celkově za vybrané země a jenom ty bariéry, které byly uvedeny v četnosti nad 25 %).
Tabulka 36: Hlavní bariéry pro návštěvu MSK

<table>
<thead>
<tr>
<th>Země</th>
<th>Bariéry</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Litva</td>
<td>Špatné reference (73 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Jiné preferované destinace (29 %)</td>
</tr>
<tr>
<td>Lotyšsko</td>
<td>Špatné reference (52 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Jiné preferované destinace (27 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Nedostatek informací o regionu (25 %)</td>
</tr>
<tr>
<td>Polsko</td>
<td>Špatné reference (41 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Industriální ráz části regionu (39 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Nedostatek informací o regionu (27 %)</td>
</tr>
<tr>
<td>Slovensko</td>
<td>Špatné reference (41 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Nedostatek informací o regionu (36 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Nemožnost provádět preferované aktivity (28 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Neexistence přímého spojení (25 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Industriální ráz části regionu (25 %)</td>
</tr>
<tr>
<td>Ukrajina</td>
<td>Špatné reference (43 %)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Pozn. Pro segment mladých je bariérou také industriální ráz části regionu (25 % z báze n=137) a pro segment rodin s dětmi byl problém nedostatek informací o regionu (27 % z báze n=186).</td>
</tr>
</tbody>
</table>

3.5.2.4. Mediální chování

## Tabulka 37: Penetrace médií

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Televize</th>
<th>Noviny</th>
<th>Časopisy</th>
<th>Rozhlas</th>
<th>Internet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Litva</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TV3</td>
<td>Lietuvos</td>
<td>Panelé</td>
<td>M-1</td>
<td>delfi.lt</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>LNK</td>
<td>Rytas</td>
<td>Veidas</td>
<td>Radiocentras</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>LRT</td>
<td>Vakaro</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>Ťinios</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Lotyšsko</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>LNT</td>
<td>Diena</td>
<td></td>
<td>Radio SWH</td>
<td>delfi.lv</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TV3</td>
<td></td>
<td></td>
<td>Latvijas Radio 2</td>
<td>draugiem.lv</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Polsko</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TVN</td>
<td>Gazeta Wyborcza</td>
<td>Twój Styl National Geography</td>
<td>RFM FM Radio Zet</td>
<td>onet.pl</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TVP</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>wp.pl</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TVN 24</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Slovensko</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Markíza</td>
<td>Nový čas</td>
<td>Plus 7 dní Život</td>
<td>Slovensko 1 Slovensko 2</td>
<td>zoznam.sk</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>JOJ</td>
<td>SME</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>STV1</td>
<td>Pravda</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ukrajina</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Inter</td>
<td>Fakty</td>
<td>Cosmopolitan</td>
<td>HIT-FM AvtoRadio</td>
<td>google.com ukr.net</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1+1</td>
<td>Segodnia</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

23 Hodnoty v prvním řádku u každé země vyjadřují celkový podíl těch, kteří dané médium využívají.
3.5.2.5. Specifika ruského trhu

Ruský trh je jedním z nejperspektivnějších trhů pro Moravskoslezský kraj. Potenciál k oslovení skýtají všechny tři dotazované segmenty, vyšší potenciál byl však zjištěn v rámci segmentu mladých bezdětných a rodin s dětmi.

Na obecné rovině, v případě plošného oslovení, je nezbytné v první řadě komunikovat Moravskoslezský kraj jako součást České republiky, aby se tak zvýšila podpořená znalost. Doporučujeme také zaměřit se na propagaci v televizi a na internetu s tím, že v mediálním konceptu by měla být jednoznačně uvedena možnost získání více informací na konkrétních webových stránkách, případně ve smluvních cestovních kancelářích. Internet je také neoficiální médium, kde by si zájemci o pobyt v MSK (hlavně mladí bezdětní) zjišťovali podrobné informace a reference na pobyt, které mají při rozhodování velkou váhu.

Informační materiály by měly obsahovat odkaz na příslušné zdroje informací na internetu, případně na cestovní kanceláře, které realizují dovolené v MSK a mohli by tak poskytnout případným zájemcům bližší informace, případně příslušné propagační materiály. Na cestovní kanceláře by se pro informace obrátila třetina dotázaných.

V případě plošné propagační činnosti doporučujeme komunikovat odpočinek v prostředí rozmanité přírody, cenovou dostupnost a možnosti turistiky. Dále doporučujeme do propagačních materiálů zahrnout informace o možnostech sportovního vyžití, které by k návštěvě MSK motivovalo spíše mladé lidi bez dětí.

Informační materiály by rozhodně měly obsahovat informace o možnosti přímého letecké spojení a vlakové dopravy z Ruska. Sám o sobě není přímý letecký spoj silnou motivací, nicméně je to jeden z hlavních spojů, který dotázaní označili za vhodný pro dopravu do MSK. Obvyklým dopravním prostředkem na dovolenou je pro Rusy letadlo (45 %) a vlak (33 %). Automobilová doprava nehraje pro Rusy významnou roli v souvislosti s dopravou na dovolenou. Starší lidé/ lidé v důchodu preferují více vlak než letadlo.

Z geografického hlediska jediné velké město, které vykazuje výrazněji větší zájem o leteckou dopravu je Petrohrad. Pro ostatní dotazovaná města není letadlo atraktivnější než vlak.

Mezi způsoby ubytování, které většina Rusů na dovolené upřednostňuje, patří jednoznačně hotely se třemi a více hvězdičkami (44 %), případně penziony (23 %). Tyto druhy ubytování
jsou preferovány více než třetinou respondentů. Část starších lidí / lidí v duchu by mělo hotelu se třemi a více hvězdičkami preferovali apartmán.

Hlavní náplní dovolené má být, podle tvrzení dotázaných Rusů, relaxace (76 %). Ostatní provozované aktivity tvoří náplň dovolené pro méně než třetinu dotázaných a patří mezi ně např. poznávací turistika, zdravotní pobyt, nákupy, pro mladé (častěji muži než ženy) např. sport.
4. Analýza nabídky

4.1. Atraktivity, zařízení a produkty

Z geografického pohledu je pro potřeby této strategie nabídka služeb, atraktivit a produktů ohraničena hranicemi Moravskoslezského kraje s tím, že se kalkuluje se službami a atraktivitami v Zlínském a Olomouckém kraji, vůči kterým existuje přirozená spádovost. Jak již bylo řečeno v první kapitole, pak Moravskoslezský kraj je pro potřeby cestovního ruchu rozdělen na 6 turistických oblastí (Jeseníky, Opavské Slezsko, Ostravsko, Těšínské Slezsko, Poodří – Moravské Kravařsko a Beskydy – Valašsko), které disponují nabídkou služeb, produktů a atraktivit v cestovním ruchu. Právě podle turistických oblastí je strukturována následující analýza nabídky služeb v cestovním ruchu. Výčet konkrétních zařízení, atraktivit a produktů předchází obecný popis Moravskoslezského kraje dle jednotlivých segmentů. Kromě uvedených segmentů je u každé turistické oblasti uveden také výčet ubytovacích zařízení nezbytných pro dvoudenní i vícedenní pobyty. Následující výčet služeb, zařízení, atraktivit a produktů nepředstavuje kompletní přehled všech zařízení využitelných turisty v Moravskoslezském kraji. Jedná se o výčet nabídky, která byla vyhodnocena jako potenciálně zajímavá, to na základě analýzy poptávky. Konkrétní služby a atraktivity jsou pro přehlednost rozděleny do následujících segmentů:

- cykloturistika,
- golf,
- hippetouristika, venkovská turistika,
- incentiva,
- kultura, poznání a zábava,
- lyžování, včetně běžeckého a snowboardingu,
- nákupy,
- ostatní sport (např. paragliding, vodáctví, adrenalinové atrakce)
- pěší turistika,
- relaxace, wellness a lázeňství,
- vodní turistika,
- zážitky.

Jak již bylo uvedeno, součástí výčtu jsou i ubytovací zařízení.
4.1.1. Moravskoslezský kraj


Golf se stává velice oblibeným produktem, přičemž jeho charakter jej předurčuje k tomu, aby byl stěžejním prvkem nabídky pro určité cílové skupiny. V současnosti se v Moravskoslezském kraji nacházejí hřiště v Čeladné, Ostravici, Ropici, Šilheřovicích a Kravařích, dvě menší sportoviště (pro trénink a indoor) se nacházejí v Ostravě, nové golfové hřiště se buduje v lokalitě Lipiny v Karviné. Golf představuje pro Moravskoslezský kraj velkou konkurenční výhodu nejen v rámci České republiky, ale prakticky v rámci středoevropského prostoru.


Incentiva představuje obecně významný a pravidelný příliv movitější klientely. Pokud však srovnáme Moravskoslezský kraj s významnými českými centry incentivy (Praha, Brno), pak jsou v kraji kapacity zařízení vhodných pro pořádání např. kongresů průměrné. Současně je však třeba dodat, že kromě ostravského výstaviště Černá Louka a prostor vysokých škol a univerzit vázány na ubytovací zařízení vyšší kategorie, což lze považovat za výhodu. Potenciál představuje například areál VŠB-TUO v Ostravě-Porubě, který disponuje jak prostory vhodnými pro kongresy, tak ubytovacími kapacitami.

Kultura, poznání a zábava představují významnou konkurenční výhodu Moravskoslezského kraje. Region disponuje značným množstvím technických památek (úzkorozchodná železnice, pohraniční opevnění, technické památky jako pozůstatky průmyslové výroby
Lyžování, včetně běžeckého a snowboardingu je pochopitelně nejvíce zastoupeno v Beskydech a Jeseníkách. V rámci České republiky představují lyžařská centra a běžkařské trasy konkurenční výhodu, nicméně nejsou příliš konkurenceschopné v mezinárodním měřítku. To především kvůli svým parametřům – nízké nadmořské výšce (s výjimkou lyžařského areálu Praděd – Ovčárna), s ní související nízkou sněhovou pokrývkou a malým množstvím nabízených doprovodných služeb.

Nákupy jako produkt jsou významným segmentem v cestovním ruchu, nicméně ne příliš přínosným pro rozvoj turismu v Moravskoslezském kraji. Významná nákupní centra se nacházejí v Ostravě a lákají kromě českých především polské a slovenské návštěvníky. Bohužel celkový přínos pro cestovní ruch je minimální ze dvou důvodů. Za prvé je u cílové skupiny návštěvníků zaměřená na nákupy malý implikační efekt do dalších segmentů cestovního ruchu, za druhé vlastníci nákupních center jsou nadnárodní společnosti, pro které není rozvoj Moravskoslezského kraje a cestovního ruchu v něm prioritou. Ty navíc většinou cesty svých klientů za nákupy nespojují s cestovním ruchem.

Ostatní sport jako produktový segment zaznamenal v posledních letech také velký rozrůst, což se projevuje v relativně širokém portfoliu produktů, které jsou aktuálně nabízeny. Produkty v oblasti sportu však budou hrát doplňkovou roli k ostatním produktovým segmentům, navíc nabídka je globálně tak široká, že pro Moravskoslezský kraj nepředstavují konkurenční výhodu. Největší koncentrace nabídky produktů z oblasti ostatní sport se nachází v lokalitách s větším pohybem návštěvníků (Beskydy, Jeseníky) a v oblastech s vysokou koncentrací obyvatelstva (Ostravsko). K významným produktům patří paragliding (Kunčice pod Ondřejníkem, Oldřichovice u Třince), vodáctví (řeka Moravice a Ostravice), bazény a aquaparky (Ostrava, Frýdek-Místek atd.) a zábavní areály s adrenalinovými atrakcemi (Mosty u Jablunkova, Odry-Tošovice atd.).
Pěší turistika, respektive rozvoj infrastruktury u tohoto produktu, zaznamenává díky Klubu českých turistů rozvoj především díky postupné obnově značení tras a vzniku nové drobné infrastruktury (např. přístřešky pro turisty). Moravskoslezský kraj má v pěší turistice relativně silnou konkurenční výhodu, především díky pěším turistickým trasám v Beskydech a Jeseníkách, atraktivní je i řada naučných stezek v lokalitách Hukvaldy, Štramberk, Poodří, Ostrava atd.

Vodní turistika zaznamenává v Moravskoslezském kraji rozvoj a vzhledem k oblibenosti u české klientely představuje perspektivní segment. Především vodácké spolky (např. Campanula) se za podpory veřejné sféry starají o rozvoj zázemí v okolí sjízdných řek a popularizaci a propagaci vodáctví prostřednictvím různých akcí. Nejvýznamnějšími řekami pro sjezd jsou Moravice, Opava, Odra a Ostravice. Kromě sjízdění řek existují v regionu možnosti pro vodní lyžování (Hlučínské jezero, Těrlická přehrada) i ostatní vodní sporty, např. jachting a windsurfing. Pro ty jsou vhodné vodní plochy Baška, Hlučínské jezero, Olešná, Slezská Harta, Těrlicko a Žermanice.


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. ostatní sport, relax a wellness, adrenalin apod.). Nicméně k jejich perspektivě a atraktivitě jsou v Marketingové strategii uvedeny samostatně. V současné době se nabídkou zážitků zabývá především CK Valašské království, která je nabízí v Beskydech, na Ostravsku a Karvinsku.
### Jeseníky

#### Cykloturistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Celá oblast</td>
<td><a href="http://www.cyklotrasy.cz">www.cyklotrasy.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Hippoturistika, venkovská turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Jesdecký klub Amír</td>
<td><a href="http://www.equiweb.cz">www.equiweb.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Rudná pod Pradědem</td>
<td><a href="http://www.svetlahora.cz">www.svetlahora.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ekofarma Babočka Světítla Hora</td>
<td><a href="http://www.svetlahora.cz">www.svetlahora.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Kultura, poznání a zábava

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Úzkorozchodná železnice Třemešná – Osoblaha</td>
<td><a href="http://www.jeseniky.net">www.jeseniky.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Lnhartovy</td>
<td><a href="http://www.zameklinhartovy.cz">www.zameklinhartovy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna Krnov-Cvílin</td>
<td><a href="http://www.zameklinhartovy.cz">www.zameklinhartovy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Krnovsko-hlubické virtuální muzeum</td>
<td><a href="http://www.krnov.cz">www.krnov.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zřícenina hradu Fulštejn Bohušov</td>
<td><a href="http://www.jeseniky.net">www.jeseniky.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>NPR Rejvíz (OLK)</td>
<td><a href="http://www.jeseniky.ochranaprirody.cz">www.jeseniky.ochranaprirody.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zlatorůdní mlýny Zlaté Hory (OLK)</td>
<td><a href="http://www.zlatehory.cz">www.zlatehory.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna Biskupská kupa (OLK)</td>
<td><a href="http://www.rozhlednabiskupskakupa.cz">www.rozhlednabiskupskakupa.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Poutní místo Panny Marie Pomocné Zlaté Hory (OLK)</td>
<td>mariahilf.hyperlink.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Hornická naučná stezka Zlaté Hory (OLK)</td>
<td><a href="http://www.ok-tourism.cz">www.ok-tourism.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zřícenina Vikštejn Vítkov-Podhradí</td>
<td><a href="http://www.hrady.cz">www.hrady.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Razovské tufity, Razová</td>
<td><a href="http://www.turistika.cz">www.turistika.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lávový proud, Mezina</td>
<td><a href="http://www.turistika.cz">www.turistika.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Vápenná pec, Razová</td>
<td><a href="http://www.razova.cz">www.razova.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Velký Roudný - rozhledna</td>
<td><a href="http://www.jeseniky.net">www.jeseniky.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Uhlířský vrch – poutní kostel, křížová cesta</td>
<td><a href="http://www.turistika.cz">www.turistika.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek a muzeum Bruntál</td>
<td><a href="http://www.bruntal-zamek.cz">www.bruntal-zamek.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Galerie v Kapli Bruntál</td>
<td><a href="http://www.galerievkapli.cz">www.galerievkapli.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Expozice mlýnského náhonu Bruntál</td>
<td><a href="http://www.bruntal-zamek.cz">www.bruntal-zamek.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Karlove</td>
<td><a href="http://www.bruntal-zamek.cz">www.bruntal-zamek.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Velké Losiny (OLK)</td>
<td><a href="http://www.losiny-zamek.cz">www.losiny-zamek.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ruční papírna a muzeum papíru Velké Losiny (OLK)</td>
<td><a href="http://www.muzeumpapiru.cz">www.muzeumpapiru.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé stráně (OLK)</td>
<td><a href="http://www.cez.cz">www.cez.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hrad Sovíneck</td>
<td><a href="http://www.hradsovinec.cz">www.hradsovinec.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Naučná stezka Bílá Opava</td>
<td><a href="http://www.ejeseniky.cz">www.ejeseniky.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna Praděd</td>
<td><a href="http://www.ejeseniky.cz">www.ejeseniky.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Naučná stezka Velká kotlina</td>
<td><a href="http://www.ejeseniky.cz">www.ejeseniky.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------</td>
<td>-----</td>
</tr>
<tr>
<td>Bohemaland Zlaté Hory (OLK)</td>
<td>bohemaland.xf.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Ski areál Příčná Zlaté Hory (OLK)</td>
<td><a href="http://www.zlatehory.cz">www.zlatehory.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ski centrum Malá Morávka-Karlov</td>
<td><a href="http://www.ski-malamoravka.cz">www.ski-malamoravka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Vlek Vraclávek Krnov</td>
<td><a href="http://www.vlek-vraclavek.cz">www.vlek-vraclavek.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařský areál Pod Vysokou horou, Vrbno pod Pradědem</td>
<td><a href="http://www.jesenicky.net">www.jesenicky.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ski areál Andělská Hora</td>
<td><a href="http://www.annaberg.cz">www.annaberg.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařské středisko Praděd-Ovčárna</td>
<td><a href="http://www.figura.cz">www.figura.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařský areál Červenohorské sedlo (OLK)</td>
<td><a href="http://www.jesenicky.net">www.jesenicky.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařský areál Přemyslov Loučná nad Desnou (OLK)</td>
<td><a href="http://www.jesenicky.net">www.jesenicky.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ski areál Kareš Kouty nad Desnou (OLK)</td>
<td><a href="http://www.jesenicky.net">www.jesenicky.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ski areál Avalanche Dolní Moravice</td>
<td><a href="http://www.skiareal-avalanche.cz">www.skiareal-avalanche.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Běžecké lyžování – celá oblast</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ostatní sport</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Koupaliště Osoblaha</td>
</tr>
<tr>
<td>Bohemaland Zlaté Hory (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Aeroklub Krnov</td>
</tr>
<tr>
<td>Jachting a windsurfing Slezská Harta</td>
</tr>
<tr>
<td>Potápění Svobodné Hefmanice</td>
</tr>
<tr>
<td>Krytý bazén Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Koupaliště Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Zimní stadion Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Koky sport centrum Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Tenisové kurty Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Motokáry Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Fotbalový stadion Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Půjčovny loděk Slezská Harta</td>
</tr>
<tr>
<td>Koupaliště Nová Pláň</td>
</tr>
<tr>
<td>Zimní stadion Horní Benešov</td>
</tr>
<tr>
<td>Víceúčelové hřiště Leskovec nad Moravicí</td>
</tr>
<tr>
<td>Rybolov Roudno (Rybářský dům)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Pěší turistika</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Celá oblast</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Vodní turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Řeky Moravice a Opava</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Slezská Harta</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Relaxace, wellness a lázeňství

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Lázně Karlova Studánka</td>
<td><a href="http://www.k.studanka.cz">www.k.studanka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lázně Velké Losiny (OLK)</td>
<td><a href="http://www.lazne-losiny.cz">www.lazne-losiny.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Aquapark Slunce Rýmařov</td>
<td><a href="http://www.hotelslunce.jeseniky.com">www.hotelslunce.jeseniky.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál Avalanche Dolní Moravice</td>
<td><a href="http://www.skiareal-avalanche.cz">www.skiareal-avalanche.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Wellness hotel Diana Velké Losiny (OLK)</td>
<td><a href="http://www.diana-losiny.cz">www.diana-losiny.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Ubytování

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kemp Bohušov</td>
<td><a href="http://www.bohusov.eu">www.bohusov.eu</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Kemp Osoblaha</td>
<td><a href="http://www.osoblaha.cz">www.osoblaha.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Autokemp Podhradí Vítkov</td>
<td><a href="http://www.autocamppodhradi.opavsko.com">www.autocamppodhradi.opavsko.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Rybářský dům Roudno</td>
<td><a href="http://www.dokempu.cz">www.dokempu.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Velké sedlo Kružberk</td>
<td><a href="http://www.velkesedlo.cz">www.velkesedlo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Stará pošta Razová</td>
<td>pensionstaraposta.estranky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion U Kennyho Razová</td>
<td><a href="http://www.kenny.cz">www.kenny.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion U Jelena Nová Plaň</td>
<td><a href="http://www.penzionujelena.cz">www.penzionujelena.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Doušek Bruntál</td>
<td><a href="http://www.dousek.penzion.com">www.dousek.penzion.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Klasa Leskovec nad Moravicí</td>
<td><a href="http://www.nasehory.cz">www.nasehory.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Šnek Leskovec nad Moravicí</td>
<td><a href="http://www.leskovecnadmoravici.eu">www.leskovecnadmoravici.eu</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Oaza Loučná nad Desnou (OLK)</td>
<td><a href="http://www.penzionoaza.cz">www.penzionoaza.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Vrbno, Vrbno pod Pradědem</td>
<td>vrbno.penzion.com</td>
</tr>
<tr>
<td>Pension Grizzly Ludvíků</td>
<td><a href="http://www.pensiongrizzly.cz">www.pensiongrizzly.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Larischova vila Krnov</td>
<td><a href="http://www.larischova-vila.cz">www.larischova-vila.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Šelenburk Krnov</td>
<td><a href="http://www.penzionselenburk.cz">www.penzionselenburk.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Apartmány Relax Město Albrechtice</td>
<td><a href="http://www.ubytovani-relax.cz">www.ubytovani-relax.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lázně Velké Losiny – lázeňský dům Horinka (OLK)</td>
<td><a href="http://www.lazne-losiny.cz">www.lazne-losiny.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Parkhotel Garni Vrbno pod Pradědem</td>
<td><a href="http://www.parkhotelgarni.cz">www.parkhotelgarni.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Zámeček Grohmann</td>
<td>zamek.odetka.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Vrbno pod Pradědem</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Lázně Karlova Studánka</td>
<td><a href="http://www.k.studanka.cz">www.k.studanka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Neptun Malá Morávka</td>
<td><a href="http://www.hotel-neptun.cz">www.hotel-neptun.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Horský hotel Kamzik Malá Morávka-Karlov</td>
<td><a href="http://www.ubytovani.net">www.ubytovani.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel a pivovar Excellent Rýmařov</td>
<td><a href="http://www.excelent.cz">www.excelent.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Avalanche Dolní Moravice</td>
<td><a href="http://www.avalanche-hotel.cz">www.avalanche-hotel.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Areál Bohema Zlaté Hory (OLK)</td>
<td>bohemaland.xf.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Hotelové zařízení pro cestovní ruch v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hotel</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hotel Hvězda Bruntál</td>
<td><a href="http://www.hotelhvzda.wz.cz">www.hotelhvzda.wz.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Paramon ** Suchá Rudná</td>
<td><a href="http://www.paramon.cz">www.paramon.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Praha ** Krnov</td>
<td><a href="http://www.praha.hotel-cz.com">www.praha.hotel-cz.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Aurum *** Zlaté Hory (OLK)</td>
<td><a href="http://www.hotel-aurum.cs-ubytovani.eu">www.hotel-aurum.cs-ubytovani.eu</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Minerál *** Zlaté Hory (OLK)</td>
<td><a href="http://www.hotelmineral.jemos.cz">www.hotelmineral.jemos.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Slezan *** Bruntál</td>
<td><a href="http://www.hotelslezan.cz">www.hotelslezan.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Montenegro *** Bruntál</td>
<td><a href="http://www.hotelmontenegro.cz">www.hotelmontenegro.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Dlouhá Stráně *** Kouty nad Desnou (OLK)</td>
<td><a href="http://www.dlouhestrane.hotel-cz.com">www.dlouhestrane.hotel-cz.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Pod sedlem *** Kouty nad Desnou (OLK)</td>
<td><a href="http://www.volny.cz/petr.h/hotel/Index">www.volny.cz/petr.h/hotel/Index</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Praděd *** Velké Losiny (OLK)</td>
<td><a href="http://www.hotel-praded.cz">www.hotel-praded.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Žerotín *** Velké Losiny (OLK)</td>
<td><a href="http://www.zerotin.jeseniky.com">www.zerotin.jeseniky.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Horský hotel *** Červenohorské sedlo (OLK)</td>
<td><a href="http://www.cervenohorskesedlo.net">www.cervenohorskesedlo.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Slunce *** Ryžmanův</td>
<td><a href="http://www.hotelslunce.jeseniky.com">www.hotelslunce.jeseniky.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Praděd *** Ryžmanův</td>
<td><a href="http://www.hotelpraded.jeseniky.com">www.hotelpraded.jeseniky.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Horský hotel Moravice *** Malá Morávka-Karlovy</td>
<td><a href="http://www.hotelmoravice.jeseniky.com">www.hotelmoravice.jeseniky.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Horský hotel Ovčárná *** Malá Morávka</td>
<td><a href="http://www.ovcarna.cz">www.ovcarna.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Horský hotel Figura *** Malá Morávka</td>
<td><a href="http://www.figura.cz">www.figura.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Sporthotel Kurzovní pod Pradědem *** Karlova Studánka</td>
<td><a href="http://www.sporthotelskurzovni.cz">www.sporthotelskurzovni.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Džbán *** Karlova Studánka</td>
<td><a href="http://www.ubytovani.cz">www.ubytovani.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Anděl *** Andělská Hora</td>
<td>hotelandel.jeseniky.com</td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Pepa **** Krnov</td>
<td><a href="http://www.hotelpepa.cz">www.hotelpepa.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Steiger **** Krnov</td>
<td><a href="http://www.hotelsteiger.cz">www.hotelsteiger.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Cvilín **** Krnov</td>
<td><a href="http://www.cvilin.cz">www.cvilin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Wellness hotel Diana **** Velké Losiny (OLK)</td>
<td><a href="http://www.diana-losiny.cz">www.diana-losiny.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 4.1.3. Opavské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Cykloturistika</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Název a lokalita</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Celá oblast</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Golf</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Název a lokalita</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámecký golf club Kravaře</td>
</tr>
<tr>
<td>Hřiště PGCO Šilheřovice</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hippoturistika, venkovská turistika</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Název a lokalita</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál Albertovec</td>
</tr>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Slezské zemské muzeum Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Arboretum Stěbořice-Nový Dvůr</td>
</tr>
<tr>
<td>Areál čs. Opevnění Hlučín-Darkovičky</td>
</tr>
<tr>
<td>Památník Petra Bezruče Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Památník II. Světové války Hrabyně</td>
</tr>
<tr>
<td>Areál čs. opevnění Opava-Milostovice</td>
</tr>
<tr>
<td>Kostel sv. Václava Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Slezské divadlo Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Beethovenův Hradec</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Hradec nad Moravicí</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Raduň</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek a muzeum Kravaře</td>
</tr>
<tr>
<td>Weisshuhnův kanál Hradec nad Moravici-Žimrovice</td>
</tr>
<tr>
<td>Kostel sv. Václava Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Slezské divadlo Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Beethovenův Hradec</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Hradec nad Moravicí</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Raduň</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek a muzeum Kravaře</td>
</tr>
<tr>
<td>Weisshuhnův kanál Hradec nad Moravici-Žimrovice</td>
</tr>
<tr>
<td>Větrný mlýn Litultovice-Choltice</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Čes. opevnění Hlučín-Darkovičky</td>
<td><a href="http://www.szmo.cz">www.szmo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník Petra Bezruče Opava</td>
<td><a href="http://www.szmo.cz">www.szmo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník II. Světové války Hrabyně</td>
<td><a href="http://www.szmo.cz">www.szmo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál čs. opevnění Opava-Milostovice</td>
<td><a href="http://www.opevneni-milostovice.com">www.opevneni-milostovice.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Kostel sv. Václava Opava</td>
<td><a href="http://www.infocentrum.opava.cz">www.infocentrum.opava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Slezské divadlo Opava</td>
<td><a href="http://www.divadlo-opava.cz">www.divadlo-opava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Beethovenův Hradec</td>
<td><a href="http://www.ritornel.com/beethoven">www.ritornel.com/beethoven</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Hradec nad Moravicí</td>
<td><a href="http://www.zamek-hradec.cz">www.zamek-hradec.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Raduň</td>
<td><a href="http://www.zamek-radun.cz">www.zamek-radun.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek a muzeum Kravaře</td>
<td><a href="http://www.kravare.cz">www.kravare.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Weisshuhnův kanál Hradec nad Moravici-Žimrovice</td>
<td>pruvodce.turistik.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Větrný mlýn Litultovice-Choltice</td>
<td>pruvodce.turistik.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ostatní sport</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>Řeka Moravice - vodáctví</td>
<td><a href="http://www.raft.cz">www.raft.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Buly Aréna Kravaře</td>
<td><a href="http://www.bulyarena.cz">www.bulyarena.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Víceúčelová hala Opava</td>
<td><a href="http://www.hala-opava.cz">www.hala-opava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Koupaliště Opava</td>
<td><a href="http://www.tsosro.cz">www.tsosro.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál Štěrkovna Hlučín</td>
<td><a href="http://www.sra-hlucin.cz">www.sra-hlucin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Slezský aeroklub Zábřeh</td>
<td><a href="http://www.lkza.cz">www.lkza.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovní areál SK Lama Hradec nad Moravici</td>
<td><a href="http://www.sportlama.cz">www.sportlama.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Pěší turistika</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>Řeka Moravice a Opava</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Hlučínské jezero</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vodní turistika</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>Aquapark Kravaře</td>
<td><a href="http://www.aquapark-kravare.cz">www.aquapark-kravare.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Relaxace, wellness a lázeňství</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>Aquapark Kravaře</td>
<td><a href="http://www.aquapark-kravare.cz">www.aquapark-kravare.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ubytování</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>Autokemp Jezero Hlučín</td>
<td><a href="http://www.sra-hlucin.cz">www.sra-hlucin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Autokemp Dery</td>
<td><a href="http://www.dery.cz">www.dery.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hradec nad Moravici-Kajlovec</td>
<td><a href="http://www.dery.cz">www.dery.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Pension Sv. Florian Hlúčín</td>
<td><a href="http://www.pension-florian.cz">www.pension-florian.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Darja Velké Hoštice</td>
<td><a href="http://www.volny.cz/penzion.darja">www.volny.cz/penzion.darja</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion A Club Opava</td>
<td><a href="http://www.penzionaclub.eu">www.penzionaclub.eu</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Koruna Opava</td>
<td><a href="http://www.penzionkoruna.cz">www.penzionkoruna.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Sonata ** Hradec nad Moravicí</td>
<td><a href="http://www.hotelsonata.cz">www.hotelsonata.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Červený zámek ** Hradec nad Moravicí</td>
<td><a href="http://www.cervenyzamek.hotel-cz.com">www.cervenyzamek.hotel-cz.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Belaria *** Hradec nad Moravicí</td>
<td><a href="http://www.hotelbelaria.cz">www.hotelbelaria.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Parkhotel *** Opava</td>
<td><a href="http://www.parkhotelopava.cz">www.parkhotelopava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Iberia *** Opava</td>
<td><a href="http://www.hoteliberia.cz">www.hoteliberia.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Koruna *** Opava</td>
<td><a href="http://www.HotelKoruna.cz">www.HotelKoruna.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Buly Arena *** Kravaře</td>
<td><a href="http://www.bulyarena.cz">www.bulyarena.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Opava **** Opava</td>
<td><a href="http://www.hotel-opava.cz">www.hotel-opava.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 4.1.4. Ostravsko

#### Golf

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Golf aréna Ostrava (indoor golf)</td>
<td><a href="http://www.golfarena.cz">www.golfarena.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Incentiva

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Výstaviště Černá Louka Ostrava</td>
<td><a href="http://www.cerna-louka.cz">www.cerna-louka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Park Inn Ostrava</td>
<td><a href="http://www.ostrava.rezidorparkinn.com">www.ostrava.rezidorparkinn.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Imperial Ostrava</td>
<td><a href="http://www.imperial.cz">www.imperial.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Atom Ostrava</td>
<td><a href="http://www.atom.cz">www.atom.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál VŠB-TUO Ostrava-Poruba</td>
<td><a href="http://www.vsb.cz">www.vsb.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Kultura, poznání a zábava

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Stodolní ulice Ostrava</td>
<td><a href="http://www.stodolni.cz">www.stodolni.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>ZOO Ostrava</td>
<td><a href="http://www.zoo-osmostra.cz">www.zoo-osmostra.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>NKP Důl Michal Ostrava</td>
<td><a href="http://www.dul-michal.cz">www.dul-michal.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hornické museum OKD a Landek park</td>
<td><a href="http://www.muzeumokd.cz">www.muzeumokd.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hvězdárna a planetárium Johanna Palisy</td>
<td>planetarium.vsb.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Dolní oblast Vítkovic</td>
<td><a href="http://www.ostravainfo.cz">www.ostravainfo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Slezskoosstravský hrad</td>
<td><a href="http://www.slezskoosstravskyhrad.cz">www.slezskoosstravskyhrad.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Vyhlídková věž Nové radnice</td>
<td><a href="http://www.ostravainfo.cz">www.ostravainfo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Miniuni Černá louka</td>
<td><a href="http://www.svetminiatur.cz">www.svetminiatur.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Mořské akvárium Černá louka</td>
<td><a href="http://www.akvarium-osmostra.cz">www.akvarium-osmostra.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hasičské muzeum Ostrava</td>
<td>muzeum.hzsmsk.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Ostravské muzeum</td>
<td><a href="http://www.ostrmuz.cz">www.ostrmuz.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Pohádkový sklep strašidel Černá louka</td>
<td><a href="http://www.cerna-louka.cz">www.cerna-louka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Pivovar Ostravar - exkurze</td>
<td><a href="http://www.ostravar.cz">www.ostravar.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Multikino Cinestar Ostrava</td>
<td><a href="http://www.cinestar.cz">www.cinestar.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------------------------------</td>
<td>----------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Divadlo Antonína Dvořáka Ostrava</td>
<td><a href="http://www.ndm.cz">www.ndm.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Divadlo Jiřího Myrona Ostrava</td>
<td><a href="http://www.ndm.cz">www.ndm.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Divadlo Petra Bezruče Ostrava</td>
<td><a href="http://www.bezruci.cz">www.bezruci.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Komorní scéna Aréna Ostrava</td>
<td><a href="http://www.divadloarena.cz">www.divadloarena.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Divadlo loutek Ostrava</td>
<td><a href="http://www.dlo-ostrava.cz">www.dlo-ostrava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Dům kultury města Ostravy</td>
<td><a href="http://www.dkmoas.cz">www.dkmoas.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Dům kultury Akord Ostrava</td>
<td><a href="http://www.dk-akord.cz">www.dk-akord.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Janáčkova filharmonie Ostrava</td>
<td><a href="http://www.jfo.cz">www.jfo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Spectaculo Interesse</td>
<td><a href="http://www.dlo-ostrava.cz">www.dlo-ostrava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Colours of Ostrava</td>
<td><a href="http://www.colours.cz">www.colours.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zlatá tretra Ostrava</td>
<td><a href="http://www.zlatatretra.cz">www.zlatatretra.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Folklór bez hranic Ostrava</td>
<td><a href="http://www.folklorbezhranic.cz">www.folklorbezhranic.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Divadlo Antonína Dvořáka Ostrava</td>
<td><a href="http://www.ndm.cz">www.ndm.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Divadlo Jiřího Myrona Ostrava</td>
<td><a href="http://www.ndm.cz">www.ndm.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Divadlo Petra Bezruče Ostrava</td>
<td><a href="http://www.bezruci.cz">www.bezruci.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Komorní scéna Aréna Ostrava</td>
<td><a href="http://www.divadloarena.cz">www.divadloarena.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Divadlo loutek Ostrava</td>
<td><a href="http://www.dlo-ostrava.cz">www.dlo-ostrava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Dům kultury města Ostravy</td>
<td><a href="http://www.dkmoas.cz">www.dkmoas.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Dům kultury Akord Ostrava</td>
<td><a href="http://www.dk-akord.cz">www.dk-akord.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Janáčkova filharmonie Ostrava</td>
<td><a href="http://www.jfo.cz">www.jfo.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Spectaculo Interesse</td>
<td><a href="http://www.dlo-ostrava.cz">www.dlo-ostrava.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Colours of Ostrava</td>
<td><a href="http://www.colours.cz">www.colours.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zlatá tretra Ostrava</td>
<td><a href="http://www.zlatatretra.cz">www.zlatatretra.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Folklór bez hranic Ostrava</td>
<td><a href="http://www.folklorbezhranic.cz">www.folklorbezhranic.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Nákupy

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>NC Avion Shopping Park Ostrava</td>
<td><a href="http://www.avion.cz">www.avion.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>NC Futurum Ostrava</td>
<td><a href="http://www.futurumostrava.cz">www.futurumostrava.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Ostatní sport

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ČEZ Aréna, multifunkční hala Ostrava-Vítkovice</td>
<td><a href="http://www.arena-vitkovice.cz">www.arena-vitkovice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>TJ Mittal Ostrava – sportovně oddechový areál</td>
<td><a href="http://www.tj-mittal.cz">www.tj-mittal.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Letní koupaliště Sareza Ostrava-Poruba</td>
<td><a href="http://www.sareza.cz">www.sareza.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Letní aquapark Sareza, Ostrava-Zábřeh</td>
<td><a href="http://www.sareza.cz">www.sareza.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Bonver Aréna Ostrava</td>
<td><a href="http://www.nhbasket.cz">www.nhbasket.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hala Sareza Ostrava-Poruba</td>
<td><a href="http://www.sareza.cz">www.sareza.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Vodní turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Réky Opava, Odra, Ostravice, Lučina</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Relaxace, wellness a lázeňství

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Sanatoria Klimkovice</td>
<td><a href="http://www.sanatoria-klimkovice.cz">www.sanatoria-klimkovice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Relax centrum Hotel Imperial Ostrava</td>
<td><a href="http://www.imperial.cz">www.imperial.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zážitky

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
</table>

Ubytování

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Sanatoria Klimkovice</td>
<td><a href="http://www.sanatoria-klimkovice.cz">www.sanatoria-klimkovice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Park Inn **** Ostrava</td>
<td><a href="http://www.ostrava.rezidorparkinn.com">www.ostrava.rezidorparkinn.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Imperial **** Ostrava</td>
<td><a href="http://www.imperial.cz">www.imperial.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Atom **** Ostrava</td>
<td><a href="http://www.atom.cz">www.atom.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Ruby Blue **** Ostrava</td>
<td><a href="http://www.rubyblue.cz">www.rubyblue.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>
## 4.1.5. Těšínské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Cykloturistika</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Název a lokalita</strong></td>
<td><strong>WWW</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Slezské Beskydy</td>
<td><a href="http://www.cyklotrasy.cz">www.cyklotrasy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Těřlická přehrada</td>
<td><a href="http://www.cyklotrasy.cz">www.cyklotrasy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklotrasy fajnym městem - Karviná</td>
<td><a href="http://www.karvina.cz">www.karvina.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hippoturistika, venkovská turistika</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Název a lokalita</strong></td>
<td><strong>WWW</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Dvůr Olšíny</td>
<td><a href="http://www.dvurolsiny.cz">www.dvurolsiny.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Golf</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Název a lokalita</strong></td>
<td><strong>WWW</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Ropice Golf Course</td>
<td><a href="http://www.beskydgolf.com">www.beskydgolf.com</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kultura, poznání a zábava</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Název a lokalita</strong></td>
<td><strong>WWW</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Fryštát v Karviné</td>
<td><a href="http://www.zamek-frystat.cz">www.zamek-frystat.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Expozice Národní galerie Karviná</td>
<td><a href="http://www.zamek-frystat.cz">www.zamek-frystat.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Kostel sv. Petra z Alkantary Karviná</td>
<td><a href="http://www.karvina.cz">www.karvina.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Kostely v Karviné (Dny evrop.dědictví)</td>
<td><a href="http://www.karvina.cz">www.karvina.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Dinopark Doubrava</td>
<td><a href="http://www.dinopark.cz">www.dinopark.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál opevnění Na trati Bohumín</td>
<td><a href="http://mos-5.wz.cz">http://mos-5.wz.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Těšínska Český Těšín</td>
<td><a href="http://www.muzeumct.cz">www.muzeumct.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník životické tragédie Havířov</td>
<td><a href="http://www.muzeumct.cz">www.muzeumct.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Kotulova dřevěnka Havířov</td>
<td><a href="http://www.muzeumct.cz">www.muzeumct.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Archeopark a archeologické naleziště Chotěbuz-Podobora</td>
<td><a href="http://www.muzeumct.cz">www.muzeumct.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Vápenné pece Vendryné</td>
<td><a href="http://www.vendryne.cz">www.vendryne.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Prales Mionší Dolní Lomná</td>
<td><a href="http://www.dolnilomna.estranky.cz">www.dolnilomna.estranky.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Dřevěné kostely Těšínské Slezsko</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Gorolšké Švieto Jablunkov</td>
<td><a href="http://www.gorolskiswieito.cz">www.gorolskiswieito.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Festival Na Pomezí Dolní Lomná</td>
<td>pomezi.wz.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Slezské dny Dolní Lomná</td>
<td><a href="http://www.slezskedny.wz.cz">www.slezskedny.wz.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Karvinský rómský festival Karviná</td>
<td><a href="http://www.medk.cz">www.medk.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hornické slavnosti Karviná</td>
<td><a href="http://www.medk.cz">www.medk.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Lyžování, včetně běžeckého a snowboardingu

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ski Mosty u Jablunkova</td>
<td><a href="http://www.skimosty.cz">www.skimosty.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ski areál Řeka</td>
<td>ski-reka.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařský areál Kempaland Bukovec</td>
<td><a href="http://www.kempaland.cz">www.kempaland.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařský areál Severka, Dolní Lomná</td>
<td><a href="http://www.severka.net">www.severka.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařské středisko Javorový vrch</td>
<td><a href="http://www.javorovy-vrch.cz">www.javorovy-vrch.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Běžecké lyžování – Slezské Beskydy</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Ostatní sport

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Lanové centrum, bobová dráha Mosty u Jablunkova</td>
<td><a href="http://www.skimosty.cz">www.skimosty.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Javorový vrch (paragliding)</td>
<td><a href="http://www.javorovy-vrch.cz">www.javorovy-vrch.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál Ameryka Jablunkov</td>
<td><a href="http://www.ameryka.cz">www.ameryka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Velikonoční hala Karviná</td>
<td><a href="http://www.stars-karvina.cz">www.stars-karvina.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Koupaliště Karviná</td>
<td><a href="http://www.stars-karvina.cz">www.stars-karvina.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hala free style Karviná</td>
<td><a href="http://www.karvina.cz">www.karvina.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Střelnice Karviná</td>
<td><a href="http://www.tomsoftware.net">www.tomsoftware.net</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Pěší turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Slezské Beskydy</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Vodní turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Přehrada Těrlicko</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Relaxace, wellness a lázeňství

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Lázně Darkov</td>
<td><a href="http://www.darkov.cz">www.darkov.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Bylinné lázně Komorní Lhotka</td>
<td><a href="http://www.bylinnelaznicky.cz">www.bylinnelaznicky.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Pivní lázně Bahenec Písek</td>
<td><a href="http://www.pivnilazne.eu">www.pivnilazne.eu</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Areál Loděnice Karviná</td>
<td><a href="http://www.karvina.cz">www.karvina.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Zážitky

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Balíčky zážitků Karviná</td>
<td><a href="http://www.balickyzazitku.cz">www.balickyzazitku.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Projižďky v historickém kočáře Karviná</td>
<td><a href="http://www.zamek-frystat.cz">www.zamek-frystat.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Ubytování

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Autokemp U Viaduktu Dolní Lomná</td>
<td><a href="http://www.uviaduktu.cz">www.uviaduktu.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion &quot;U Ski areálu&quot; Mosty u Jablunkova</td>
<td><a href="http://www.penzionuskiarealu.cz">www.penzionuskiarealu.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion U Studánky Horní Lomná</td>
<td><a href="http://www.penzionustudanky.com">www.penzionustudanky.com</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

Penzion U strhaného klempíře Vělopolí  www.ustrhaneklempire.cz
Penzion Rybí dům Chotěboz  www.rybidum.cz
Penzion Jelen Karviná  www.penzionjelen.com
Penzion Ve věži Bohumín  www.bospor.info
Chata Lazy Komorní Lhotka  www.lazy.komornilhotka.cz
Chata Zuzana Mosty u Jablunkova  www.chata-zuzana.upps.cz
Horská chata Studeničné Mosty u Jablunkova  www.volny.cz/chata.studenicne
Turistická chata Skalka Mosty u Jablunkova  www.chataskalka.cz
Apartmány u tenisového kurtu Mosty u Jablunkova  www.apartmany-mosty.cz
Společenský dům Darkov (lázně)  www.darkov.cz
Hotel Jaškovská krčma Těrlicko  www.jaskovskakrma.cz
Hotel Fridrich Těrlicko  www.hotelfridrich.cz
Hotel Godula – Komorní Lhotka  www.godula.komornilhotka.cz
Hotel Komorní Lhotka  www.hotel.cz/komorni-lhotka
Hotel Ondráš – Komorní Lhotka  www.hotellondras.cz
Hotel Premiér – Komorní Lhotka  www.komornilhotka.cz/premier
Hotel Tesárek – Komorní Lhotka  www.tesarek.komornilhotka.cz
Hotel Sport ** Karviná  www.stars-karvina.cz
Hotel Salajka ** Horní Lomná  www.hotelsalajka.cz
Hotel Na Fryštátské *** Karviná  www.nafrystasteske.cz
Hotel Dakol *** Petrovice u Karviné  www.hoteldakol.cz
Hotel Central *** Český Těšín  www.hotel-central.cz
Hotel Piast *** Český Těšín  www.hotelpiast.cz
Wellness hotel Bahenec *** Písek  www.bahenec.cz
Hotel Javor *** Řeka  www.t-gast.trz.cz
Hotel Grůň *** Mosty u Jablunkova  www.hotellgrun.cz
Hotel Zámeck **** Havířov  www.hotelzameck.cz
Hotel Excelsior **** Horní Lomná  www.excelsior-hotel.cz

4.1.6. Poodří – Moravské Kravařsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Okolí řeky Odry</td>
<td><a href="http://www.cyklotrasy.cz">www.cyklotrasy.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Dostihová stáj Jistebník</td>
<td><a href="http://www.jistebnik.cz">www.jistebnik.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Agroturistika U Haitlů Bernartice n.O.</td>
<td><a href="http://www.hotelpensiony.cz">www.hotelpensiony.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Rybolov Jistebník, Bravantice, Vražné, Velké Albrechtice, Bartošovice</td>
<td><a href="http://www.regionpoodri.cz">www.regionpoodri.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>
## Kultura, poznání a zábava

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zámek Kunín</td>
<td><a href="http://www.zamek.kunin.cz">www.zamek.kunin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Památník J.A. Komenského Fulnek</td>
<td><a href="http://www.muzeum.novy-jicin.cz">www.muzeum.novy-jicin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek a Vagonařské muzeum Studénka</td>
<td><a href="http://www.meksstudenka.cz">www.meksstudenka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Moravských bratří</td>
<td><a href="http://www.suchdol-nad-odrou.cz">www.suchdol-nad-odrou.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Suchdol nad Ondrou</td>
<td><a href="http://www.regionpoodri.cz">www.regionpoodri.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Pramen Jesenické kyselky</td>
<td><a href="http://www.csopnj.cz">www.csopnj.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Jeseník nad Ondrou</td>
<td>pruvodce.turistik.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Skála Panny Marie, Spálov-Klokočůvek</td>
<td><a href="http://www.turistika.cz">www.turistika.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Záchranná stanice pro volně žijící živočichy Bartošovice</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna Bílov</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum Bílovec</td>
<td><a href="http://www.muzeum.novy-jicin.cz">www.muzeum.novy-jicin.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Lyžování, včetně běžeckého a snowboardingu

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Heipark Odry-Tošovice</td>
<td><a href="http://www.heipark.cz">www.heipark.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Ostatní sport

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Heipark Odry-Tošovice</td>
<td><a href="http://www.heipark.cz">www.heipark.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Půjčovna motokár Albrechtický</td>
<td><a href="http://www.pskart.cz">www.pskart.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovně rekreační areál TJ Slavoj Jeseník nad Ondrou</td>
<td><a href="http://www.jeseniknadodrou.cz">www.jeseniknadodrou.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Bowling fitness Bílovec</td>
<td><a href="http://www.bzsrail.cz">www.bzsrail.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>G.T.C. club tenis – squash</td>
<td><a href="http://www.gorula.cz">www.gorula.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Pěší turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Pěší trasy a naučné stezky Poodří</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Vodní turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Řeka Odra</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Relaxace, wellness a lázeňství

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Relaxko Fulnek</td>
<td><a href="http://www.relaxko.cz">www.relaxko.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Lázeňské centrum Modrá laguna Bílovec</td>
<td>laguna.kyklop.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovní a relaxační areál Skotnice</td>
<td><a href="http://www.moravskekravarsko.cz">www.moravskekravarsko.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Solná jeskyně Bílovec</td>
<td><a href="http://www.bzsrail.cz">www.bzsrail.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Wellness studio Daniela Studénka</td>
<td><a href="http://www.studiodaniela.cz">www.studiodaniela.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Zážitky

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Balíčky zážitků - Mošnov</td>
<td><a href="http://www.balickyzazitku.cz">www.balickyzazitku.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Ubytování

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zámek Bartošovice – pobyty, výlety</td>
<td><a href="http://www.bartosovice.cz">www.bartosovice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ubytovna Tereza Bílovec</td>
<td><a href="http://www.bilovec.cz">www.bilovec.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovní centrum Studěnka</td>
<td>sas-studenka.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Komunitní centrum Klášter</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Jeseník nad Odrou</td>
<td><a href="http://www.jeseniknadm.dou.cz">www.jeseniknadm.dou.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Turistická ubytovna Kotvice Albrechtíčky</td>
<td><a href="http://www.albrechticky.cz">www.albrechticky.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Bartošovice</td>
<td><a href="http://www.bartosovice.cz">www.bartosovice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovně rekreační areál TJ Slavoj</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Jeseník nad Odrou</td>
<td><a href="http://www.regionpoodri.cz">www.regionpoodri.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Švamlův mlýn Spálov-Klokočůvek</td>
<td><a href="http://www.svamulvomlyn.cz">www.svamulvomlyn.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Na Stovce Fulnek</td>
<td><a href="http://www.penzionnastovce.com">www.penzionnastovce.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Poodří Suchdol nad Odrou</td>
<td><a href="http://www.hotel-pensiony.cz">www.hotel-pensiony.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Penzion Lemon Bílovec</td>
<td><a href="http://www.penziony.cz">www.penziony.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Salaš Šenov u Nového Jičína</td>
<td><a href="http://www.hotel-salas.cz">www.hotel-salas.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Dělnický dům Odry</td>
<td>hotel-delnicky-doum-v-odrach.hotel.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Holub Bílovec</td>
<td><a href="http://www.penziony.cz">www.penziony.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Amos *** Fulnek</td>
<td><a href="http://www.hotelamos.cz">www.hotelamos.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Sýpka *** Petřvald</td>
<td><a href="http://www.penziony.cz">www.penziony.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 4.1.7. Beskydy – Valašsko

#### Cykloturistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Celá oblast</td>
<td><a href="http://www.cyklotrasy.cz">www.cyklotrasy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Golf</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Čeladná Golf Course</td>
<td><a href="http://www.prosper-golf.cz">www.prosper-golf.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Golf Club Ostravice</td>
<td><a href="http://www.ostravice-golf.cz">www.ostravice-golf.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Hippoturistika, venkovská turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prosper Horse Ranch Čeladná</td>
<td><a href="http://www.prosper-golf.cz">www.prosper-golf.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Jízdárna Ostravice-Muchovice</td>
<td><a href="http://www.muchovice.cz">www.muchovice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Jízdárna Malenovice</td>
<td><a href="http://www.jizdarna.euweb.cz">www.jizdarna.euweb.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Jízdárna Morávka</td>
<td><a href="http://www.pensionjizdarna.cz">www.pensionjizdarna.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Skalický dvůr Skalice</td>
<td><a href="http://www.skalickydvor.wz.cz">www.skalickydvor.wz.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ranch Geofin Sviadnov</td>
<td><a href="http://www.ranch-geofin.cz">www.ranch-geofin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Jezdecký klub Trojanovice</td>
<td><a href="http://www.konetrojanovice.unas.cz">www.konetrojanovice.unas.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Ranč na Žarach Trojanovice</td>
<td><a href="http://www.ranchnazarah.estranky.cz">www.ranchnazarah.estranky.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Incentiva

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hotel Sepetná Ostravice</td>
<td><a href="http://www.sepetna.cz">www.sepetna.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Terasa Frýdek-Místek</td>
<td><a href="http://www.euroagentur.com">www.euroagentur.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel a konferenční centrum Malenovice</td>
<td><a href="http://www.kam.cz">www.kam.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Kultura, poznání a zábava

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Incentiva</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Sepetná Ostravice</strong></td>
<td><a href="http://www.sepetna.cz">www.sepetna.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Terasa Frýdek-Místek</strong></td>
<td><a href="http://www.euroagentur.com">www.euroagentur.com</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel a konferenční centrum Malenovice</strong></td>
<td><a href="http://www.kam.cz">www.kam.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Kultura, poznání a zábava</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Dřevěné kostely Beskydy a Pobeskydí</strong></td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zámek Frýdek a Muzeum Beskyd</strong></td>
<td>web.telecom.cz/muzeumbeskyd</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Muzeum včelařství Chlebovice</strong></td>
<td><a href="http://www.vcelarifm.wz.cz">www.vcelarifm.wz.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Pivovar Radegast Nošovice - exkurze</strong></td>
<td><a href="http://www.radegast.cz">www.radegast.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Skanzen Na mlýně Kozlovice</strong></td>
<td><a href="http://www.relaxvpodhuri.cz">www.relaxvpodhuri.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hrad Hukvaldy</strong></td>
<td><a href="http://www.janackovy-hukvaldy.cz">www.janackovy-hukvaldy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Památník a rodný dům Leoše Janáčka Hukvaldy</strong></td>
<td><a href="http://www.janackovy-hukvaldy.cz">www.janackovy-hukvaldy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Festival Janáčkovy Hukvaldy</strong></td>
<td><a href="http://www.janackovy-hukvaldy.cz">www.janackovy-hukvaldy.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Muzeum cín u Hukvaldy</strong></td>
<td><a href="http://www.relaxvpodhuri.cz">www.relaxvpodhuri.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>MPR Štramberk</strong></td>
<td><a href="http://www.stramberk.cz">www.stramberk.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Strážberská truba</strong></td>
<td><a href="http://www.stramberk.cz">www.stramberk.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Jeskyně Šipka Štramberk</strong></td>
<td><a href="http://www.stramberk.cz">www.stramberk.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Perníkovka Štramberk</strong></td>
<td><a href="http://www.relaxvpodhuri.cz">www.relaxvpodhuri.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Městský pivovar Štramberk</strong></td>
<td><a href="http://www.relaxvpodhuri.cz">www.relaxvpodhuri.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Muzeum Zdeňka Buriana Štramberk</strong></td>
<td><a href="http://www.stramberk.cz">www.stramberk.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Regionální muzeum Kopřivnice - Muzeum Tatra, Fojtství, Šustalova vila</strong></td>
<td><a href="http://www.tatramuseum.cz">www.tatramuseum.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>MPR Příbor</strong></td>
<td><a href="http://www.pribor.cz">www.pribor.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rodný dům Sigmunda Freuda Příbor</strong></td>
<td><a href="http://www.pribor.cz">www.pribor.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>MPR Nový Jičín</strong></td>
<td><a href="http://www.novyjicin.cz">www.novyjicin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Žerotínský zámek Nový Jičín</strong></td>
<td><a href="http://www.muzeum.novy-jicin.cz">www.muzeum.novy-jicin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zřícenina hradu Starý Jičín</strong></td>
<td><a href="http://www.hradstaryjicin.cz">www.hradstaryjicin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Památník Františka Palackého Hodslavice</strong></td>
<td><a href="http://www.muzeum.novy-jicin.cz">www.muzeum.novy-jicin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Lidové stavby Maměnka a Libušín Pustevny</strong></td>
<td><a href="http://www.vmp.cz">www.vmp.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Lyžování, včetně běžeckého a snowboardingu

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ski Vitkovice – Bílá</strong></td>
<td><a href="http://www.skibila.cz">www.skibila.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ski Akademie Bílá-Mezívodí</strong></td>
<td><a href="http://www.skimezivodi.cz">www.skimezivodi.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ski Morávka Svíňorky</strong></td>
<td><a href="http://www.skimoravka.cz">www.skimoravka.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Skiareál Na Čele Ostravice</strong></td>
<td><a href="http://www.ski-ostravice.cz">www.ski-ostravice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ski areál Krásná-Visalaje</strong></td>
<td><a href="http://www.visalajevelek.cz">www.visalajevelek.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ski areál Malenovice</strong></td>
<td><a href="http://www.ski-malenovice.cz">www.ski-malenovice.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ski areál Čeladná</strong></td>
<td><a href="http://www.celadna.eu">www.celadna.eu</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Název a lokalita</td>
<td>WWW</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------</td>
<td>----------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Skialpin Pustevny</td>
<td><a href="http://www.skialpin.cz">www.skialpin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Běžecké lyžování Beskydy</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařské skokanské můstky Frenštát pod Radhoštěm-Horečky</td>
<td>sport.beskydy.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařské skokanské můstky Rožnov p.R. (ZLK)</td>
<td>tj-roznov.infomorava.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Ostatní sport

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Skialpin Pustevny</td>
<td><a href="http://www.skialpin.cz">www.skialpin.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Běžecké lyžování Beskydy</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařské skokanské můstky Frenštát pod Radhoštěm-Horečky</td>
<td>sport.beskydy.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařské skokanské můstky Rožnov p.R. (ZLK)</td>
<td>tj-roznov.infomorava.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Pěší turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Celá oblast</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Naučné stezky</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Vodní turistika

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Řeky Ostravice a Morávka</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
<tr>
<td>Přehrada Žermanice</td>
<td>navstevnik.kr-moravskoslezsky.cz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Relaxace, wellness a lázeňství

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Beskydské rehabilitační centrum Čeladná</td>
<td><a href="http://www.brc.cz">www.brc.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Sepetná Ostravice</td>
<td><a href="http://www.sepetna.cz">www.sepetna.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Odra Ostravice</td>
<td><a href="http://www.hotel-odra.cz">www.hotel-odra.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>GIFF ARÉNA Frýdlant nad Ostravicí</td>
<td><a href="http://www.kotelna.net">www.kotelna.net</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Aquapark Olešná Frýdek-Místek</td>
<td><a href="http://www.sportplex.cz">www.sportplex.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Hotel Terasa Frýdek-Místek</td>
<td><a href="http://www.euroagentur.com">www.euroagentur.com</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Zážitky

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Balíčky zážitků Valašské království</td>
<td><a href="http://www.balickyzazitku.cz">www.balickyzazitku.cz</a></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Ubytování

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název a lokalita</th>
<th>WWW</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Autokemp Olešná Frýdek-Místek</td>
<td><a href="http://www.tsfm.cz">www.tsfm.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Autocamp Příbor</td>
<td><a href="http://www.ricco.cz">www.ricco.cz</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Účelový projekt</td>
<td>Reference</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------</td>
<td>-----------</td>
</tr>
<tr>
<td>Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Poznámky</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cílová skupina</strong></td>
<td>Zabrané (zabrané pro přijetí českého návštěvníka) <strong>Provozovatele</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Areál Přístav Soběšovice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.lucina.cz">www.lucina.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion a chatová osada Liščí mlýn</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.liscimlyn.cz">www.liscimlyn.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Frenštát pod Radhoštěm</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.nemeckova.com">www.nemeckova.com</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion a chatová osada Na Skalkách</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.relaxvpodhuri.cz">www.relaxvpodhuri.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Nový Jičín</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.ukateriny.cz">www.ukateriny.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rekreační středisko U Kateřiny Štramberk</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.brc.cz">www.brc.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Beskydské rehabilitační centrum Čeladná</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.relaxvpodhuri.cz">www.relaxvpodhuri.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Areál Na mlýně Kozlovice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.penzionflora.cz">www.penzionflora.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Sluničko Ostravice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.penzionbeskydy.cz">www.penzionbeskydy.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Beskydy Krásná</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.penzionstaraskola.wz.cz">www.penzionstaraskola.wz.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Jaroňkova pekárna Štramberk</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.penzionuholubu.inforora.cz">www.penzionuholubu.inforora.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Stará škola Štramberk</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.sobesovice.cz">www.sobesovice.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Relax Lucina</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.lucina.cz">www.lucina.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Mostař Lucina</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.mostar.penzion.com">www.mostar.penzion.com</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Siesta Příbor</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.siesta55.wz.cz">www.siesta55.wz.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Freudův sen Příbor</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.penzionfreduvsen.wz.cz">www.penzionfreduvsen.wz.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion St. Florian *** Příbor</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.stflorian.unas.cz">www.stflorian.unas.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Motel Zafír Příbor</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.zafir.cz">www.zafir.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Horský hotel Súkenická Bílá</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.beskydy.cz">www.beskydy.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Horský hotel Palkovické hůrky Palkovice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.palkovichehurky.cz">www.palkovichehurky.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Horský hotel Visalaje ** Čeladná</strong></td>
<td><strong>hotelvisalaje.ic.cz</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel a konferenční centrum ** Malenovice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.kam.cz">www.kam.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Pokrok ** Bílá</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.penlopokrok.cz">www.penlopokrok.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Petr Bezruč ** Malenovice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelpetrbezruc.cz">www.hotelpetrbezruc.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel U Kociána ** Trojanovice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelsukociana.cz">www.hotelsukociana.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Sepetná *** Ostravice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.sepetna.cz">www.sepetna.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Zlatý orel *** Ostravice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.zlatyorel.cz">www.zlatyorel.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Odra *** Ostravice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotel-odra.cz">www.hotel-odra.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Dejmon *** Čeladná</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hoteldejmon.cz">www.hoteldejmon.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Zámeček *** Čeladná</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelzamecek.cz">www.hotelzamecek.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Silesia *** Frýdek-Místek</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotel-silesia.cz">www.hotel-silesia.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Centrum *** Frýdek-Místek</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hcentrum.cz">www.hcentrum.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Autoclub hotel *** Morávka</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.moravka.com">www.moravka.com</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Šipka *** Štramberk</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelsipka.cz">www.hotelsipka.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Roubenka *** Štramberk</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.roubenkahotel.cz">www.roubenkahotel.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Olympia *** Kopřivnice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotel-olympia.cz">www.hotel-olympia.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Tatra *** Kopřivnice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.tatrahotel.cz">www.tatrahotel.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel U Freuda *** Příbor</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelufreuda.cz">www.hotelufreuda.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Rusty’s *** Nový Jičín</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelrustys.cz">www.hotelrustys.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Centrum *** Frýdek-Místek</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hcentrum.cz">www.hcentrum.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Šipka *** Štramberk</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelsipka.cz">www.hotelsipka.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Roubenka *** Štramberk</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.roubenkahotel.cz">www.roubenkahotel.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Olympia *** Kopřivnice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotel-olympia.cz">www.hotel-olympia.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Tatra *** Kopřivnice</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.tatrahotel.cz">www.tatrahotel.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel U Freuda *** Příbor</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelufreuda.cz">www.hotelufreuda.cz</a></strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Rusty’s *** Nový Jičín</strong></td>
<td><strong><a href="http://www.hotelrustys.cz">www.hotelrustys.cz</a></strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>
4.2. Marketing a propagace produktů

4.2.1. Aktuální stav marketingu a propagace

Klíčovým aktérem marketingu Moravskoslezského kraje je na Krajském úřadě Odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu. Ten zabezpečuje širší propagaci a komunikaci, to především z finančních prostředků Evropské unie (ROP Moravskoslezsko, priorita 2.4. Marketing regionu) a Moravskoslezského kraje. Hlavními projekty jsou Kraj mnoha barev a přiležitostí 2, Využití marketingové strategie v aktivitách cestovního ruchu Moravskoslezského kraje a Moravskoslezský kraj – turistů cíl a ráj. Obsahem prvního uvedeného projektu jsou prezentace na domácích a zahraničních veletrzích cestovního ruchu, výroba celokrajských propagačních materiálů, prezentace v České republice (TIC Praha) a v zahraničí (ve spolupráci se zahraničními zastoupeními CzechTourism), pořádání konferencí, výroba fotobanky a prezentačních smyček nebo inzertní kampaň v českých denících (Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo apod.). V rámci tohoto projektu spolupracuje Moravskoslezský kraj s partnery, kterými jsou aktéři zastřešující jednotlivé turistické oblasti, ale také soukromé subjekty. Druhý uvedený projekt zahrnuje aktualizaci Corporate Design manuálu, prezentaci kraje v rámci tzv. Touch pointů (externí propagace značky), vysílání televizních spotů ve vybraných zemích, inzertní akce v příhraničních zemích a imagové propagační materiály. V rámci projektu jsou rovněž realizovány překlady oficiálních webových stránek Moravskoslezského kraje do angličtiny a polštiny. Zmíněné internetové stránky jsou od uvedení do provozu v roce 2008 postupně vylepšovány, jejich součástí je i unikátní 3D model ortofotomapy kraje. Třetí projekt má za cíl Řešení komplexního marketingu kraje zaměřeného především na cestovní ruch a propagaci MSK.
v České republice a zahraničí. K jeho výstupům by měly patřit propagační materiály, brožury a další marketingové nástroje.

V dílčích turistických oblastech a mikroregionech působí dále celá řada subjektů (viz následující kapitola Organizace cestovního ruchu v MSK). I tito aktéři mají jako jeden z aktuálních hlavních cílů propagaci a marketing svých územních celků. Jednotlivé turistické oblasti jsou prostřednictvím svých společností destinačního managementu (sdružení, místní akční skupiny apod.) nositeli propagace jak tištěnou formou, tak na internetu či na veletrzích cestovního ruchu. V této části lze vyzdvihnout aktivity cestovní kanceláře Valašské království, která se formou svých Balíčků zážitků a systémem jejich prodeje (on-line prodej, prodej prostřednictvím jiných CK, možnost zakoupení v ubytovacích zařízeních, informačních centrech apod.) dostala na úroveň vyspělých evropských destinací. Pochopitelně důležitým článkem v procesu distribuce nabídky jsou také cestovní kanceláře, které prostřednictvím internetu, katalogů, svých poboček, telefonického prodeje a účasti na veletrzích cestovního ruchu rovněž přiblížují Moravskoslezský kraj straně poptávky.

4.2.2. Použití trendů v marketingu a propagaci

Způsob marketingu, propagace a prodeje by měl refektovat vývoj ve vyspělých destinacích a reflektovat aktuální trendy v managementu a marketingu destinace. Právě tyto trendy mohou být nástrojem, jak ještě efektivněji a kvalitněji distribuovat nabídku k cílovým skupinám. Za aktuální trendy použitelné v Moravskoslezském kraji lze považovat následující:

a) **Tvorba produktových balíčků** a jejich následný on-line prodej (např. prostřednictvím obchodního domu turistických balíčků), prodej v zařízeních cestovního ruchu v destinaci nebo webovémi stránkami prezentujícími atraktivity a služby v kraji, či prostřednictvím nabídky touroperátorů.

b) **Customizovaná tvorba turistických balíčků** klienty, tzn. možnost poskládání produktů a služeb přímo klientem buď na internetu, nebo přímo v v zařízeních cestovního ruchu v destinaci. Tato možnost by měla být k dispozici jak on-line, tak přímo v zařízeních cestovního ruchu, především v ubytovacích zařízeních.

d) Interaktivní přístup při propagaci destinace, především použitím moderních informačních technologií. Hlavním nástrojem je internet, který skýtá možnosti použití řady interaktivních nástrojů (např. ankety, newsletters, hodnocení služeb apod.). Velkého rozvoje ale doznaly i nové technologie jako například GPS navigace v mobilních telefonech i pro řidiče. I v jejich rámci lze destinaci efektivně propagovat, především prostřednictvím míst zájmu – POI (Points of Interest).

e) Systematický branding destinace (čili používání značek) spojený s největšími konkurenčními výhodami a kvalitními službami, který dokáže zajistit širší povědomí o destinaci a její oblibu u strany poptávky. Aktuálně se pro region nabízí použití značek Česká republika, Moravskoslezský kraj a jednotlivých turistických oblastí, především pak Ostravy, Jeseníků a Beskyd. Zde je potřeba poznat, že pro marketing Jeseníků je třeba zohlednit přirozené vazby napříč krajskými hranicemi, proto by měl značka Jeseníky v sobě zahrnovat i produkty a služby na straně Olomouckého kraje. Stejná situace je i u Beskyd vůči Zlínskému kraji, zde je však třeba zmítnout rovněž existující vazby v marketingu destinace na Slovensko a Polsko, především prostřednictvím Euroregionů Beskydy a Těšínské Slezsko. V jejich rámci je za pomoci Operačního programu přeshraniční spolupráce (dříve Interreg a Phare-CBC) realizován marketing kalkulující s existencí Beskyd i za hranicemi České republiky.

f) Pojmenování nosného tématu destinace a využití konkurenčních výhod, které mohou Moravskoslezský kraj výrazně odlíšit od jiných konkurenčních destinací. V rámci marketingu a komunikace by měla být zahraniční klientele nabízena výjimečná atraktivita, české klientele potom kromě toho i také významné atrakce a služby (viz kapitola Analýza nabídky). Finální nabídka by měla být odvislá od provedených průzkumů a rozdělena na zahraniční a domácí klientelu.

4.2.2. Praktická aplikace marketingu a propagace

Na základě provedených průzkumů lze za optimální označit následující způsoby komunikace Moravskoslezského kraje vůči cílovým skupinám domácí a zahraniční klientela.
a) Domácí klientela

Nosné téma marketingu:
• Aktivní vyžití (cykloturistika, pěší turistika, lyžování, golf, hippoturistika apod.)
• Poznávání (včetně technických památek), kultura a zábava
• Odpočinek, relaxace, lázeňství
• Firemní klientela (podmínky pro incentivu a kongresovou turistiku)
• Zážitky
• Nákupy jako doplňková aktivita

Jelikož uvedené představuje rozmanité možnosti, pestrou škálu aktivit a kvalitních služeb, jeví se v tomto ohledu jako nadále aktuální slogany:

KRAJ MNOHA BAREV A PŘÍLEŽITOSTÍ / KRAJ MNOHA KONTRASTŮ A PŘÍLEŽITOSTÍ

Při realizaci marketingu je třeba si uvědomit, že největší část domácí klientely tvoří obyvatelé Moravskoslezského kraje. Současně je nutné dodat, že zájmy domácích klientely jsou velice široké, přičemž nejčastějšími motivy návštěvy Moravskoslezského kraje jsou cesty za turistikou a sportem (cykloturistika, pěší turistika, zimní sporty), relaxaci, poznáním (technické památky) a zábavou (noční život). Česká klientela většinou cestuje individuálně, tzn. autem nebo vlakem, proto je dobré vyjmenovat při propagaci konkurenční výhody pro dopravu (SC Pendolino, a dokončující se dálčinní síť – D 1, R 48). Díky současné ekonomické krizi je třeba také počítat s tím, že Češi budou z důvodu úspora místo zahraničí vyhledávat jako destinaci pro dovolenou Moravskoslezský kraj, například Jeseníky a Beskydy pro zimní dovolenou, celý Moravskoslezský kraj pro letní dovolenou. Proto je důležité operovat s „value for money“, čili zdůraznění cenové dostupnosti. Propagace vůči domácí klientele by měla refelektovat to, že je navštěvován a potenciálně zajímavý pro všechny věkové skupiny. Co se týká komunikačních nástrojů, tak u české klientely je poměrně složité definovat ty nejvhodnější, jelikož je používáno skutečně široké spektrum zdrojů informací. Jako nejvhodnější se jeví komunikace přes média, prostřednictvím outdoorové reklamy, internetu, cestovních kanceláří a veletrhů cestovního ruchu. Pochopitelně při komunikaci (což platí i u zahraniční klientely) je třeba aplikovat uvedené trendy v marketingu a propagaci. Současně je také třeba brát v potaz výrazné konkurenční výhody a nově aktivně vyhledávat.
b) Zahraniční klientela:

Nosné téma marketingu:

- Atraktivity v oblasti poznávání (světoznámé osobnosti, památky vč. technických, rarity)
- Aktivní dovolená a současně relaxace (cykloturistika, golf, lázeňství)
- Kvalitní využití v oblasti zábavy a kultury (Stodolní, kulturní akce)

V souvislosti s tím, že tyto tři okruhy zájmů byly již úspěšně použity při komunikaci v posledním roce, považujeme za vhodný slogan použitý v této komunikaci:

UŽIJTE SI 3X VÍCE


Důležité poznatky pro komunikaci se zahraniční klientelou přinesly i preference podoby pobytu. Polovina návštěvníků Moravskoslezského kraje se zde neubytovává. Většina klientů vyhledává ubytování kategorie hotel *** a více. Výjimkami jsou mladí lidé, kteří preferují hotel ** nebo privát (apartmán). Rodiny s dětmi pak nejčastěji za optimální ubytovací považují privát (apartmán). Většina klientů z Polska, Ukrajiny, Slovenska a část Rusů jako optimální ubytovací zařízení zmiňuje pension. Zahraniční návštěvníci zůstávají v regionu 1-7 dní. Trendy délky dovolené jsou však úplně jiné, délka pobytu v létě bývá mezi 3 a 14 dní,
přitom krátkodobé pobytu představují většinou poznávací zájezdy. V zimě se délka dovolené pohybuje kolem 7 dní. Naprostá většina klientů jezdí na dovolenou v létě, méně lidí pak v zimě, což platí především o východoevropských klientech. Starší lidé tráví dovolenou na jaře a na podzim, tedy mimo hlavní sezonu.


Na základě průzkumů provedených před realizací této strategie použitých v analytické části navrhujeme při komunikaci se zahraniční klientelou tři cílové skupiny:

- mladé cestovatele do 30 let bez dětí, kteří cestují v páru nebo skupině,
- rodiny s dětmi,
- seniory.
5. Organizace cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji

Obecně lze říci, že se Česká republika stále potýká s nedostatečnou organizací a řízením cestovního ruchu, což je reflektováno ve strategických dokumentech, ale také v aktuálních operačních programech pro období 2007 – 2013. Celkově je organizace cestovního ruchu v naší zemi mladou záležitostí a vývoj stále probíhá. Moravskoslezský kraj v současné době hledá optimální způsob pojetí řízení a marketingu cestovního ruchu.

5.1. Subjekty působící v managementu destinace

Efektivní kooperace aktérů je středovým předpokladem fungování managementu destinace. Bez spolupráce nemůže dojít k synergickým efektům a rozvoji cestovního ruchu. Jedním ze zásadních předpokladů je, aby celou kooperaci zastřešovaly silné instituce. To jak na úrovni krajské, tak i v mikroregionech a jednotlivých lokalitách. Aby mohl být navržen optimální způsob řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji, je nejprve potřeba zaměřit se na to, kteří aktéři a jakým způsobem v kraji působí.

5.1.1. Subjekty s působností na celý Moravskoslezský kraj

a) Moravskoslezský kraj, Krajský úřad

Sídlo Ostrava, hlavní složkou v oblasti cestovního ruchu je Odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu, který realizuje následující aktivity.

- Tvorba strategických dokumentů, strategická rozhodnutí v oblasti cestovního ruchu;
- Spolupráce se subjekty v kraji (turistické oblasti, zájmová sdružení, Poradní sbor CR, subjekty cestovního ruchu atd.);
- Spolupráce s CzechTourism a Ministerstvem pro místní rozvoj, současně je členem skupiny koordinátoři cestovního ruchu v rámci České republiky;
- Poskytování dotací jednotlivých subjektům v kraji;
- Tvorba a aktualizace oficiálních webových stránek Moravskoslezského kraje, sekce s informacemi v oblasti cestovního ruchu (Návštěvník, O kraji);
- Spolupráce s turistickými informačními centry v kraji, jednak na tvorbě internetových stránek a jejich aktualizaci, současně jim poskytuje dotace a spolupracuje v oblasti propagace;
- Realizace značení kulturních a turistických cílů na silnicích I., II., III. třídy, rychlostních silnicích a dálnicích v Moravskoslezském kraji. Poskytování dotací KČT na údržbu a obnovu značení pěších turistických tras, cyklotras a běžeckých lyžařských tratí;
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

- Administrace dotačních programů v oblasti cestovního ruchu;
- Realizace marketingových aktivit, které většinou vyplývají z projektů (komplexní marketing kraje a zvyšování návštěvnosti, prezentace na veletrzích cestovního ruchu, tvorba propagačních materiálů, realizace domácích a zahraničních prezentací kraje, pořádání a realizace konferencí cestovního ruchu, realizace inzertních a mediálních kampaní atd.);
- Od roku 2009 částečně realizace aktivit důležitého destinačního managementu ve spolupráci s partnery v regionu (turistické oblasti, KLACR, o.s., DMMS o.p.s., subjekty cestovního ruchu apod.). Tzn. realizace famtripů, presstripů, statistických šetření společnosti návštěvníků ve spolupráci s CzechTourism, jednání poradního sboru v Moravskoslezském kraji, koordinace přípravy produktových nabídek pro návštěvníky;
- Spolupráce a koordinace činností s KLACR, o.s., od něhož se očekávají především aktivity zaměřené na přípravu a realizaci konkrétní nabídky pro návštěvníky kraje, aktivity vzdělávací a konferenční;
- Spolupráce s DMMS, o.p.s. v rámci aktivit vzdělávacích a konferenčních.

Bližší informace a kontakty on-line:
- [www.kr-moravskoslezsky.cz](http://www.kr-moravskoslezsky.cz)

b) Destinační management Moravskoslezský, o.p.s.
Sídlí v Ostravě a vznikl v roce 2003. V posledním období, kdy byla společnost podporována Moravskoslezským krajem, tedy v letech 2006-2008, DMMS plnil roli společnosti destinačního managementu Turistického regionu Severní Morava a Slezsko, tedy i Moravskoslezského kraje, a konkrétně zajišťoval:

- účast na vybraných domácích i zahraničních výstavách a veletrzích,
- prezentační propagační akce a workshopy pro zahraniční trhy i v tuzemsku,
- famtripy a presstripy pro zahraniční a domácí touroperátory a CK,
- propagační a public relations,
- marketingová šetření (monitoring návštěvníků),
- vyhodnocování statistik a návštěvností dle ČSÚ a CzT,
- sledování trendů a statistik,
- e-marketing – rozšířování, aktualizace a doplňování portálu www.tourisms.cz,
- marketingové zpravodajství pro partnery v regionu,
- tvorbu programové nabídky v oblasti profesního cestovního ruchu,
- tvorbu programové nabídky pro volnočasový CR,
- vzdělávání a podporu kvality služeb,
• jednání poradního sboru CR, pracovních skupin a komisí v turistických oblastech,
• koordinaci informační podpory cestovního ruchu,
• příprava rozvojových projektů CR do programů EU.

Aktivity v období 2008-2009 byly realizovány především na základě smlouvy o zajištění služeb s CzechTourism. Jednalo se o následující činnosti:

• zpracování informací pro projekt Kalendář akcí (Kudy z nudy),
• zajištění informačního servisu v rámci Regionálního bulletinu,
• zajištění informací pro projekt 133 premiér České republiky 2009,
• realizace dotazníkového šetření na podporu cestovního ruchu – Regionální příležitosti v cestovním ruchu,
• spolupráce se zahraničními zastoupeními CzechTourism v Bratislavě, Varšavě, Vídni,
• spolupráce na projektu CzechTourism Enjoy the Czech Republic 2009,
• spolupráce s CzechTourism na Semináři pro profesionály v cestovním ruchu,
• navázání spolupráce s CK Valašské království,
• realizace odborné konference v rámci doprovodného programu výstavy Dovolená a Region 2009 v Ostravě,
• portál tourisms.cz – navržení koncepce portálu, jeho zprovoznění a administrace.

Bližší informace a kontakty on-line:


c) Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Sídlo Ostrava, MSK vlastní 100% podíl akcií. ARR částečně zajišťuje aktivity v oblasti cestovního ruchu na základě dotací kraje. V roce 2007 ukončila poradenství při přípravě projektů s tématikou rozvoje cestovního ruchu vhodných do operačních programů subjektům z převážně veřejného sektoru. V letech 2008-9 realizovala monitoring aktérů v cestovním ruchu prostřednictvím B2B (business-to-business) databáze TourData (viz kapitola 4.2.1.). Důležitou aktivitou je rozvoj projektu 3D model ortofotomapy Moravskoslezského kraje, díky kterému jsou na oficiálním internetovém portálu prezentovány atraktivity cestovního ruchu na 3D modelu ortofotomapy. Bližší informace a kontakty on-line:

• www.arr.cz

d) KLACR o. s. – Klastr cestovního ruchu
Sídlo Ostrava, iniciativa vznikla na základě vzájemné kooperace ARR a Beskydy – Valašsko, racr. Po vzájemné dohodě byla myšlenka klastru podpořena účastníky konference
Působení je v současné době záležitostí cílů, které byly stanoveny, konkrétní aktivity lze očekávat od roku 2009. Mezi cíle klastru patří vytvoření konkurenceschopné destinace, koordinace aktivit v cestovním ruchu, komunikace s veřejným sektorem, spolupráce subjektů v cestovním ruchu a podpora inovací a to na základě realizace dílčích cílů:

- marketing značek v regionu,
- jednotná internetová propagace navenek regionu,
- vybudování regionálního statistického a rezervačního systému CR,
- vzdělávání a zvyšování kvalifikace v CR, komunikace subjektů CR s VŠ,
- certifikační systém (včetně bezbariérového) a zpětná vazba ze strany zákazníků,
- dopravní dostupnost regionu zaměřena na incoming,
- vyhledávání a získávání finančních prostředků k realizaci cílů.

Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- www.klacr.cz

e) Úřad regionální rady RS Moravskoslezsko

Sídlo Ostrava, úkolem je zajištění rozdělení financí z Regionálního operačního programu Moravskoslezsko v období 2007-2013. V současné době jsou na podporu cestovního ruchu a záležitostí s ním souvisejících stanoveny priority:

- Rozvoj regionální silniční dopravní infrastruktury,
- Rozvoj a dostupnost letiště Ostrava,
- Rozvoj cestovního ruchu.

Dopad na cestovní ruch mohou mít i prioritní osy Rozvoj měst a Rozvoj venkova. Nejdušším opatřením pro cestovní ruch je zmíněné priorita 2.2. Rozvoj cestovního ruchu. V jejím rámci jsou stanovena opatření:
2.2.1. a) Vybavenost v oblasti sportu, rekreace, lázeňství + další infrastruktura,
2.2.1. b) Revitalizace a zpřístupnění památek,
2.2.2. Ubytování pro cestovní ruch,
2.2.3. Turistická informační centra,
2.2.4. Propagace cestovního ruchu.
Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

• www.rr-moravskoslezsko.cz

f) Klub českých turistů – oblast Moravskoslezská
Sídlo Ostrava, v Moravskoslezském kraji se nachází jedna ze 14 oblastí – Moravskoslezská. KČT v této oblasti má v současnosti 4 800 členů – turistů. KČT organizuje akce v oblasti turistiky (pěší, cykloturistiky, vodní turistiky atd.). Mimo to vydává turistické mapy a stará se o značení turistických tras. Zároveň usiluje o rekonstrukci Bezručovy chaty na Lysé hoře. Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

• www.kct-msk.cz

g) Národní památkový ústav
Sídlo Praha, odborné územní pracoviště Ostrava, NPÚ je odbornou organizací státní památkové péče. NPÚ v Ostravě se má zabývat koncepcí a metodikou památkové péče, výkonem památkové péče a také zajištěním informovanosti o památkové péči a památkách. V současné době spravuje 3 památky – Důl Michal a zámky v Hradci nad Moravicí a Raduni. Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

• www.npu.cz

h) Unihost Ostrava
Sídlo Ostrava, jedná se o profesní sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích službách a hotelnictví, které vzniklo již v roce 1992. Unihost hájí a zastupuje zájmy svých členů, certifikuje podnikatelé v uvedených oblastech, informuje své členy atd. Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

• www.unihostostrava.cz
5.1.2. Subjekty s působností v turistických oblastech

a) Turistická oblast Jeseníky

Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu
Sídlo Šumperk, jedná se o organizaci založenou v roce 1999, která sdružuje obce a podnikatele v Jeseníkách. V roce 2004 získalo Sdružení statut Destinačního managementu a tímto bylo Olomouckým krajem pověřeno pro řízení a organizaci cestovního ruchu pro destinaci Jeseníky. Jejím cílem je zabezpečit přirozený turistický region Jeseníky turistickou infrastrukturou a propagovat Jeseníky jako turistický region bez administrativních hranic. Sdružení se zabývá marketingem Jeseníků, tvorbu produktů cestovního ruchu, rozvojem služeb a vzděláváním v cestovním ruchu. V rámci snah o jednotný destinační management Jeseníků bylo zřízeno i logo pro celou oblast, které doporučujeme používat. Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

- [www.jeseniky-tourism.cz](http://www.jeseniky-tourism.cz)

Euroregion Praděd
Sídlo sekretariátu Vrboň pod Pradědem, podobně jako ostatní euroregiony je stěžejní aktivitou distribuce finančních prostředků z OP Přeshraniční spolupráce. Samotný euroregion rovněž realizoval projekty na podporu cestovního ruchu, především v oblasti marketingu a propagace. Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

- [www.europraded.cz](http://www.europraded.cz)

Město Bruntál
Sídlo Bruntál, stěžejní oblasti činnosti je marketing, především vydávání propagačních materiálů, současně město Bruntál podporuje rozvoj infrastruktury cestovního ruchu. Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

- [www.mubruntal.cz](http://www.mubruntal.cz)

Město Krnov
Sídlo Krnov, které v sobě soustředí aktéry Mikroregionu Krnovsko, se v oblasti cestovního ruchu zabývá především propagací a marketingem (tištěné materiál, internetová prezentace), současně také realizuje projekty na podporu infrastruktury (včetně cestovního ruchu). Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

- [www.krnov.cz](http://www.krnov.cz)
Sdružení obcí Rýmařovska
Sídlo Rýmařov, zabývá se propagací a marketingem oblasti Rýmařovska, především pak vydáváním propagačních tiskoven a správou internetové prezentace. Kromě propagačních aktivit se sdružení zabývá rozvojem infrastruktury (včetně cestovního ruchu). Bližší informace a kontakty on-line:

• [www.rymarovsko.cz](http://www.rymarovsko.cz)

b) Turistická oblast Opavské Slezsko

Statutární město Opava / Euroregion Silesia
Sídlo Opava, jsou v současné době stéžešejšími aktéry destinačního managementu turistické oblasti, přičemž spolupráce v širším okruhu aktérů napříč celou turistickou oblastí se doposud nerozvinula. Obecně lze říci, že díky personální propojenosti a sídlu v jednom místě se jedná s aktéry s téměř totožnými výstupy. Stéžešejší oblasti činnosti je marketing, především vydávání propagačních materiálů, účasti na veletrzích cestovního ruchu, propagace v médiích. Zároveň je potřeba dodat, že Euroregion Silesia se na základě svého charakteru rovněž zabývá rozdělováním prostředků z OP Přeshraniční spolupráce, v jehož rámci jsou rovněž podporovány aktivity a projekty na rozvoj cestovního ruchu. Zástupci jsou členy poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:


Sdružení obcí Hlučínska
Sídlo Hlučín, je aktérem, který sdružuje celkem 27 obcí v daném regionu. Zaměřuje se převážně na spolupráci v cestovním ruchu, kde se soustředí především na propagační a marketingové aktivity. Bližší informace a kontakty on-line:

• [www.hlucinsko.eu](http://www.hlucinsko.eu)

c) Turistická oblast Ostravsko

Statutární město Ostrava
Sídlo Ostrava, oddělení marketingu, investičních příležitostí a turismu podporuje rozvoj cestovního ruchu ve městě a blízkém okolí (TO Ostravsko) a budování turisticky atraktivních objektů v souladu se záměry Strategického plánu rozvoje města Ostravy na léta 2009 - 2015 a Koncepcie rozvoje cestovního ruchu statutárního města Ostrava. V oblasti marketingu vytváří propagační materiály, zajišťuje propagaci města na veletrzích a dalších akcích a spolupracuje se subjekty působícími v cestovním ruchu (např. CzechTourism). Kromě toho je tvůrcem projektů z fondů Evropské unie i ze státního a krajského rozpočtu v oblasti rozvoje cestovního ruchu. V neposlední řadě město Ostrava podporuje významné atraktivity
na svém území. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- [www.ostrava.cz](http://www.ostrava.cz)

**Ostravský informační servis**

Sídlo Ostrava, jedná se o informační centrum s pěti pobočkami, které má na starosti informování o možnostech cestovního ruchu v turistické oblasti Ostravsko, zároveň disponuje možností průvodcovských služeb a zajišťuje provoz vyhlídkové věže Nové radnice. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- [www.ostravainfo.cz](http://www.ostravainfo.cz)

**d) Turistická oblast Těšínské Slezsko**

Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci

Sídlo Třinec, aktuálně se jedná o subjekt, který zastřešuje destinační management turistické oblasti. To prostřednictvím jednotky destinačního managementu cestovního ruchu, která se zabývá systémem koordinace, organizace a podpory cestovního ruchu v oblasti. Regionální rada se zároveň zapojila do projektu Beskydy pro všechny (bezbariérové cestování), kromě toho stála u vzniku projektů Těšínské Slezsko (propagace oblasti), Turistický produkt Ondrášovo, Orientační a informační systém cestovního ruchu apod. Subjekt se také aktivně podílí na spolupráci přes hranice v rámci Euroregionu Těšínské Slezsko. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- [www.regrada.cz](http://www.regrada.cz)

**Jablunkovské informační centrum**

Sídlo Jablunkov, má především informační rolí v Jablunkově a na Jablunkovsku, zajišťuje propagaci a marketing dané oblasti jak tištěnými materiály a internetovými stránkami, tak i účastí na veletrzích cestovního ruchu. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- [www.jablunkov.cz](http://www.jablunkov.cz)

**Muzeum Těšínska / Regionální informační centrum Těšínska**

Sídlo Český Těšín, jedná se o dva subjekty, přičemž RIC Těšínska spadá pod Muzeum Těšínska. Úkolem je především propagace regionu Těšínska tištěnými materiály, on-line a na veletrzích cestovního ruchu. Zástupci jsou členy poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

Statutární město Karviná

Sídlo Karviná, oddělení služeb a cestovního ruchu aktivně propagačí město Karviná a okolí, zajišťuje v oblasti cestovního ruchu městský informační systém, pořádání kulturních akcí, ale rovněž propagaci a prezentaci města a okolí v rámci rozvoje cestovního ruchu, to jak prostřednictvím internetu, tak v tištěných materiálech a na veletrzích cestovního ruchu. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- www.karvina.cz

Euroregion Těšínské Slezsko

Sídlo Český Těšín, jedná se o administrativní jednotku, která především zajišťuje rozdělování prostředků z OP Přehraniční spolupráce. Součástí podporovaných priorit je i rozvoj turismu a cestovního ruchu v turistické oblasti. Samotný euroregion byl v minulých letech nositelem řady projektů na rozvoj cestovního ruchu. Blížší informace a kontakty on-line:

- euroregion.inforeg.cz

e) Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko

Destinační management turistické oblasti Poodří – Moravské Kravařsko

Sídlo Bartošovice, jedná se o sdružení subjektů, které formou společnosti destinačního managementu koordinují rozvoj cestovního ruchu. V Moravskoslezském kraji se jedná o jedinou funkční společnost destinačního managementu. Níže uvedené subjekty společně vykonávají activity, mezi které patří především prosazování přijaté strategie, která v sobě obsahuje konkrétní projekty. Mezi ně patří především společný marketing a propagace regionu, vytváření nebo iniciování produktových balíčků a provozování informačního systému. Mimo uvedené je tvůrcem projektů z fondů Evropské unie. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- www.moravskekravarsko.cz

Následující subjekty jsou součástí destinačního managementu turistické oblasti:

- Sdružení Region Poodří,
- Sdružení obcí Bílovecka,
- Mikroregion Odersko,
- Město Fulnek,
- Město Studénka.
Sídlo Bartošovice, jedná se o svazek 21 obcí, ležících u řeky Odry a v jejím blízkém okolí, vznikl v roce 1999 za účelem společného postupu při rozvoji aktivit a k podpoře udržitelného života na venkově. Členskými obcemi svazku jsou Albrechtici, Bartošovice, Bernartice nad Odrou, Bílov, Bravantice, Hladké Životice, Jeseník Nad Odrou, Jistebník, Kateřince, Kujavy, Kunín, Mošnov, Petřvald, Pustějov, Sedlnice, Skotnice, Suchdol nad Odrou, Šenov u Nového Jičína, Trnávka, Velké Albrechtice a Vražné. Dvanáct obcí svazku se nachází na území CHKO Poodří, což silně ovlivňuje charakter celé oblasti. Místní region náleží k oblasti Novojičínska, které je nazýváno kulturní pokladnicí Severní Moravy, historicky pak k regionu Moravského Kravařska, oblasti se zajímavou a svébytnou tradicí.

Bližší informace a kontakty on-line:

- www.regionpoodri.cz

Sdružení obcí Bílovecka
Sídlo Bílovec, Sdružení obcí Bílovecka bylo založeno k prosazování společných cílů obcí v historicky přirozeném spádovém území Bílovec. Území mikroregionu Bílovecko zasahuje do přírodního parku Oderské vrchy a z části se rozkládá v Chráněné krajinné oblasti Poodří. Mikroregion sdružuje celkem 11 obcí a to Bílovec, Bítov, Bravantice, Jistebník, Klimkovice, Olbramice, Slatina, Těškovice, Tísek, Velké Albrechtice a Zbyslavice. Jednotlivé obce mikroregionu leží v okrese Nový Jičín kromě obce Těškovice, která je součástí okresu Opava. Bližší informace a kontakty on-line:

- www.bilovecko.cz

Mikroregion Odersko
Sídlo Odry, mikroregion je tvořen územím deseti obcí v západní části okresu Nový Jičín. Správním centrem mikroregionu je město Odry, které obklopují obce Luboměř, Spálov, Heřmánky, Heřmanice u Oder, Jakubčovice nad Odrou, Vražné, Makovice, Jeseník nad Odrou a Kunín. Mikroregion má dvě informační centra v Odrách a Jeseníků nad Odrou. Ta zajišťují propagaci dané oblasti tištěnými materiály a internetovými stránkami, účastní na veletrzích cestovního ruchu, propaguje oblast v tisku a médiích. Bližší informace a kontakty on-line:


Město Fulnek
Město Fulnek realizuje projekty na podporu cestovního ruchu, od října 2009 bude ve městě realizována městská naučná stezka "Člověče, zastav se!", která povede kolem významných
památek (Památník J. A. Komenského, kapucínský klášter s kostelem sv. Josefa, Žákovský ház atd.). U těchto památek bude umístěno 15 informačních tabulí ve 4 jazykových mutacích s informacemi z oblasti historie i současnosti, významných osobností a přírodních zajímavostí. Kromě toho město realizuje 3 prohlídkové okruhy městem s průvodcem, příspěvkovou organizací města je Městské informační centrum, které má na starosti informovat o možnostech cestovního ruchu v dané oblasti, zabývá se propagací a marketingem (tištěné materiály, internetová prezentace), účastí se veletrhů. Spolupracuje s Městským kulturním centrem Fulnek a občanským sdružením Comenius Fulnek na pořádání kulturních akcí. Bližší informace a kontakty on-line:

- www.fulnek.cz

**Město Studénka**

Město Studénka provozuje informační centrum, jedná se o administrativní jednotku, která především zajišťuje informovanost občanů o dění ve městě a chodu městského úřadu. Součástí podporovaných priorit je i rozvoj turismu a cestovního ruchu v turistické oblasti Moravské Kravařsko. Zajišťuje rovněž propagaci a prezentaci města (Vagonářské muzeum) i okolí prostřednictvím internetu, v tištěných materiálech a na veletrzích cestovního ruchu. Bližší informace a kontakty on-line:

- www.mesto-studena.cz

**f) Turistická oblast Beskydy – Valašsko**

**Beskydy-Valašsko, racr**

Sídlo Nový Jičín, agentura byla vytvořena jako společnost destinačního managementu turistické oblasti Beskydy-Valašsko, v současné době je však systém řízení cestovního ruchu v turistické oblasti postaven na spolupráci několika subjektů. Agentura Beskydy-Valašsko zajišťuje marketing a propagaci formou tištěných materiálů, internetové prezentace a v rámci veletrhů a akcí. Dále spolupracuje na propagaci partnerských obcí a pořádá odborné akce na téma cestovní ruch (například vzdělávací cesta pro pracovníky IC, konference CR Beskydy apod.). Díky tomu, že členy jsou partneři ze Zlínského kraje, spolupracuje agentura v rámci přeshraničních aktivit. Zástupce je členem poradního sboru CR. Bližší informace a kontakty on-line:

- www.beskydy-valassko.cz

**Euroregion Beskydy / Sdružení region Beskydy / Beskydské informační centrum**

Sídlo Frýdek-Místek / Frydlant nad Ostravicí, jedná se o tři subjekty, které v rámci úzkého personálního propojení realizují aktivity na podporu cestovního ruchu v oblasti Centrálních
Beskyd. Subjekty vyvíjejí úsilí o společnou propagaci formou tištěných materiálů, webových stránek a prezentací na veletrzích a odborných akcích na téma cestovní ruch, přičemž propagace v rámci Euroregionu Beskydy má přeshraniční dopad na beskydské regiony v Polsku a na Slovensku. Kromě propagace se aktivity také odehrávají např. v oblasti značení turistických tras přímo v terénu a podpory kulturního života ve Frýdku-Místku. V období 2007-2013 je Sdružení Region Beskydy administrátorem Fondu mikroprojektů OP Přeshraniční spolupráce. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:


Beskydhost

Sídlo Ostravice, je sdružením o 19 členech, které koordinuje aktivity podnikatelů v cestovním ruchu v oblasti Beskyd, konkrétně Ostravice, Frýdlantu nad Ostravicí, Malenovic atd. Společným zájmem je podpora rozvoje cestovního ruchu v Beskydech a společná propagace. Zástupce je členem poradního sboru CR. Blížší informace a kontakty on-line:

- www.beskydhost.cz

Valašské království s.r.o.


- www.valasske-kralovstvi.cz

Markrabství Lašské

Sídlo Čeladná, jedná se o projekt teritoriálního marketingu se sídlem v Čeladně. V jeho rámci jsou realizovány různé akce, vydávány propagační materiály. V současné době se jedná o doplnění nabídky pro návštěvníky dané oblasti. Blížší informace a kontakty on-line:

- www.hotel-prosper.cz

Lašská brána Beskyd

Sídlo Kopřivnice, Lašská brána Beskyd je projektem teritoriálního marketingu, který má za úkol propagovat oblast Lašska (Kopřivnice, Štramberk, Příbor, Hukvaldy). V současné době se aktivita zabývá především marketingem a propagací služeb, atraktivit a akcí v oblasti. Blížší informace a kontakty on-line:
Relax v podhůří Beskyd

Sídlo Štramberk, aktivita podnikatele Pavla Šmíry (Šmíra print s.r.o.), která zajišťuje propagaci atraktivit v oblasti podhůří Beskyd různými formami (internet, tištěné materiály, veletrhy). Současně je investováno do infrastruktury cestovního ruchu ve Štramberku, Kozlovicích, Frýdlantě nad Ostravicí (ubytovací a stravovací zařízení, muzea, skanzen, informační centrum apod.). Mimo to se podílí na realizaci projektů několika obcí v Pobeskydí, čímž také podporuje cestovní ruch. Bližší informace a kontakty on-line:

www.relaxvpodhuri.cz

5.1.3. Cestovní kanceláře

Velkým současným problémem je malé množství cestovních kanceláří, které se zaměřují na incoming do Moravskoslezského kraje. V současné době jsou členy Asociace cestovních kanceláří 46 CK, které se zaměřují na incoming do České republiky. Sídlo v Moravskoslezském kraji mají následující incomingové cestovní kanceláře (uvedené cestovního kanceláře nemusí mít ve svém portfoliu výhradně incoming):

- CK Atis
- Blue Globe.cz
- CK Favorit
- CK Juhász
- CK Rekrea Ostrava
- CK Rywal
- CK Valašské království
- CK Vítkovice Tours

V současné době se zástupci některých cestovních kanceláří aktivně věnují problematice rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. Členy poradního sboru cestovního ruchu jsou zástupci CK Atis, CK Favorit, CK Juhász, CK Valašské království a CK Vítkovice Tours. CK Atis v současné době jednou z nejvýznamnějších incomingových cestovních kanceláří s nabídkou tematických produktů, o čemž svědčí řada ocenění, např. Grand Prix.
5.2. Návrh managementu destinace Moravskoslezský kraj

V současné době existují 3 subjekty, které se jeví jako vhodné pro společné řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. Jedná se o:

- **Moravskoslezský kraj, Krajský úřad, ORRaCR,**
- **KLACR, o.s. – Klastr cestovního ruchu,**
- **Destinační management Moravskoslezský, o.p.s.**

Kromě těchto subjektů zde existuje řada dalších aktérů, kteří jsou sdružení v **Poradním sboru cestovního ruchu**, popis aktérů v **turistických oblastech** vhodných pro zapojení do dílčích destinačních managementů je uveden v předchozí kapitole.

Rozdělením kompetencí mezi tyto aktéry by měl vzniknout systém řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. Tato otázka byla společně s následujícími pěti variantami přednesena Poradnímu sboru cestovního ruchu dne 9. března 2009:

**A**
Hlavní garant: Moravskoslezský kraj
Partneři: KLACR o.s., Destinační managementy TO
Podněty: Poradní sbor

V této variantě by se jednalo o řízení z centra (které by bylo destinačním managementem) s výkonou podporou aktérů s předpokladem intenzivní spolupráce a komunikace mezi Moravskoslezským krajem a partnery. Podněty pro některé záležitosti by podával poradní sbor.

**B**
Hlavní garant: Moravskoslezský kraj a KLACR, o.s.
Partneři: Destinační managementy TO
Podněty: Poradní sbor

Tato varianta předpokládá společné řízení na bázi spolupráce Moravskoslezského kraje (veřejný sektor) a KLACR, o.s. (soukromý sektor). Stěžejní by byla spolupráce Moravskoslezského kraje a KLACR, o.s. V tomto případě by bylo nutné jasné stanovení koncepce a kompetencí, současně by bylo nutné stanovit systém spolupráce dále vůči turistickým oblastem.
C
Hlavní garant: Moravskoslezský kraj
Partneři: DMMS, o.p.s., KLACR o.s.
Podněty: Poradní sbor

Jednalo by se o řízení z centra s výkonnou podporou aktérů s předpokladem intenzivní spolupráce a komunikace mezi Moravskoslezským krajem a partnery. Rozdílem oproti prvním dvěma variantám je zapojení DMMS, o.p.s., které by mohlo znamenat intenzivnější rozvoj cestovního ruchu, protože existuje předpoklad rozsáhlejšího personálního zajištění rozvoje cestovního ruchu. Zde by bylo potřeba vyjasnit vztah a rozdělení kompetencí mezi DMMS, o.p.s. a KLACR, o.s..

D
Hlavní garant: Moravskoslezský kraj, DMMS, o.p.s.,
Partner: KLACR o.s.
Podněty: Poradní sbor

DMMS, o.p.s. by byl stěžejním partnerem Moravskoslezského kraje, společně by byli motorem rozvoje cestovního ruchu. DMMS, o.p.s., by zároveň hájil názory aktérů v jednotlivých turistických oblastech, případně by je zastřešoval. Hlas aktérů (především soukromých) v cestovním ruchu by byl zastáván prostřednictvím KLACR o.s.

E
Hlavní garant: Moravskoslezský kraj, DMMS, o.p.s., KLACR, o.s.
Podněty: Poradní sbor

Varianta řízení všemi třemi subjekty s předpokladem, že by DMMS, o.p.s., zároveň hájil názory aktérů v jednotlivých turistických oblastech. V tomto případě by bylo potřeba stanovit jasnou koncepci fungování tří stěžejních aktérů, delegaci aktérů za jednotlivé subjekty. Model fungující pouze za předpokladu intenzivní spolupráce všech interesovaných a rozdělení rolí a kompetencí s principem doplňkovosti.

Po diskusích mezi aktéry cestovního ruchu byl za optimální vybrán systém řízení cestovního ruchu na pomezí variant A a C. Management destinace počítá s následujícím způsobem:
Moravskoslezský kraj, Krajský úřad, ORRaCR

Bude i nadále zastávat úkoly popsané v předchozí kapitole s tím, že převezme roli subjektu zajišťující management destinace (po personálním posílení Oddělení cestovního ruchu):

- Koncepční role, destinační management kraje,
- Zajištění marketingových aktivit na úrovni kraje,
- Tvorba projektů EU na podporu rozvoje CR v kraji,
- Spolupráce s turistickými oblastmi,
- Komunikace s poradním sborem,
- Komunikace s KLACR, o.s. a DMMS, o.p.s.
- Komunikace se zástupci Olomouckého a Zlínského kraje, ATUR, ATIK a Czech Tourism, zahraničním zastoupeními CzechTourism apod.

KLACR, o.s. – Klastr cestovního ruchu

Bude partnerem Moravskoslezského kraje na straně soukromého sektoru v některých záležitostech marketingu. Pochopitelně kromě toho bude vykonávat aktivity dle cílů stanovených v předchozí kapitole. V rámci managementu destinace bude realizovat:

- Tvorbu produktových balíčků,
- Tvorbu nabídek pro stranu poptávky,
- Spolupráce s Moravskoslezským krajem na propagaci,
- Realizace projektů v oblasti vzdělávání,
- Realizace famtripů a presstripů,
- Spolupráce a koordinace aktivit s DMMS, o.p.s.

Destinační management Moravskoslezský, o.p.s.

S Moravskoslezským krajem bude spolupracovat především v následujících činnostech:

- Realizace workshopů a konferencí,
- Realizace projektů v oblasti vzdělávání,
- Spolupráce a koordinace aktivit s KLACR, o.s.
Destinační managementy turistických oblastí


Na základě analýzy činnosti subjektů lze doporučit následující zajištění managementu destinace v jednotlivých turistických oblastech. Je třeba podotknout, že se jedná pouze o návrhy, které bude potřeba vydiskutovat v rámci turistických oblastí. Podstatné je, aby v každé turistické oblasti existoval zastřešující subjekt s podporou všech aktérů, který bude efektivně za celou oblast schopen čerpat z ROP Moravskoslezsko, oblasti 2.2. Rozvoj cestovního ruchu, podoblasti 2.2.4. Propagace cestovního ruchu. Pokud je subjektů zastřešující management turistické oblasti více (Beskydy, Ostravsko, Těšínské Slezsko, Opavské Slezsko), je zapotřebí, aby pouze jeden z nich byl žadatelem do podoblasti 2.2.4. a ostatní partnery. Kromě těchto subjektů by měly být oprávněny žádat o podporu z výše uvedené podoblasti 2.2.4. Moravskoslezský kraj, KLACR, o.s. a Destinační management Moravskoslezský, o.p.s.

a) Turistická oblast Jeseníky:

V současné době probíhá spolupráce Euroregionu Praděd společně s městy Krnov, Bruntál, Vrbno pod Pradědem a Rýmařov, se sdruženími obcí (MAS, mikroregionu) na Krnovská, Rýmařovská a v Nízkém Jeseníku. Euroregion Praděd lze tedy považovat za subjekt, který bude zastřešovat destinační management turistické oblasti Jeseníky v Moravskoslezském kraji. Do procesu spolupráce by mělo být zahrnuto také sdružení fungující na straně
Olomouckého kraje, tedy Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu, to v záležitostech, které budou vyžadovat mezikrajskou kooperaci.

b) Turistická oblast Opavské Slezsko:


c) Turistická oblast Ostravsko:

Vzhledem k charakteru turistické oblasti se jeví jako optimální aktéři pro zajištění managementu destinace Statutární město Ostrava a Ostravský informační servis. Ti již v současné době koordinují veškeré aktivity na podporu rozvoje cestovního ruchu společně se svými partnery pod značkou Ostrava.

d) Turistická oblast Těšínské Slezsko

V současné době zde obdobným způsobem jako instituce destinačního managementu působí Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci v suboblasti Těšínské Beskydy (Těšínsko, Třinecko, Jablunkovsko) a Statutární město Karviná ve zbytku turistické oblasti. U těchto dvou subjektů existuje předpoklad na uzavření dohody o společných aktivitách, které povedou k vytvoření systému destinačního managementu a budou zastávovat celou oblast. Dva hlavní partneři si posléze ošetří partnerství s dalšími významnými aktéry v turistické oblasti.

e) Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko

V této turistické oblasti lze považovat otázku řízení cestovního ruchu za vyřešenou, existuje zde totiž Destinační management turistické oblasti Poodří – Moravské Kravařsko, který sdružuje stěžejní aktéry z oblasti a má vlastní strategii – právnickou osobou je zde svazek obcí Region Poodří. Tento subjekt lze považovat za aktéra, který zastává destinační management turistické oblasti.
V oblasti dlouhodobě jako aktér destinačního managementu vystupují agentura Beskydy-Valašsko racr a Region Beskydy, sdružení právnických osob, které společně se svými partnery zajišťují především marketing oblasti. Tyto dva subjekty budou dle dohody mezi aktéry, kteří budou zastřešovat destinační management turistické oblasti. Pro optimálnější řízení cestovního ruchu je však potřeba intenzivněji spolupracovat s klíčovými subjekty – Euroregion Beskydy, Beskydské informační centrum, CK Valašské království atd.

Poradní sbor cestovního ruchu

Poradní sbor by měl na požádání Moravskoslezského kraje stejně jako doposud stanovovat doporučení v některých otázkách rozvoje cestovního ruchu.
6. Analýza konkurence – Pozice ČR mezi vybranými zeměmi Evropy


Pro potřeby analýzy konkurence jsme využili tyto definice image:

| Image regionu je definováno jako souhrn očekávání, myšlenek a dojmů, které mají lidé a další účastníci trhu o určitém místu, regionu nebo zemi. |

WTO image regionu definuje jako „auru, anděla, subjektivní pocit“. Image má jak racionální část /očekávání/, tak emociální /pocity/.  

Pro srovnání pozice ČR jsme zvolili tři blízké země – Rakousko, Maďarsko a Chorvatsko, které představují konkurence pro naši zemi a na úrovni regionů a lokalit i pro Moravskoslezský kraj. Jak vyplyvá z realizovaného Customer Insight, image České republiky je zastřešující pro image regionů i konkrétních lokalit v naší zemi.

6.1. Spontánní asociace zemí

Jako první jsme provedli analýzu spontánní asociací, které mají potenciální návštěvníci těchto 4 zemí. Spontánní asociace jsou důležité, protože představují „otisk“ značky dané země a charakterizují image země.

---

Česká republika je primárně spojována s Prahou (tvoří 47% asociací) a českým pivem tvoří 45% asociací). Dalšími významnými asociacemi jsou český lední hokej (15%), bývalý prezident Václav Havel (13%) a atraktivní české dívky (9%). Ve spontánních asociacích se nevyskytují blokační prvky. Nejsou zde ale výrazněji zastoupeny ani žádné další drivery pro návštěvu země než výše zmíněné.

Maďarsko je primárně spojováno s Budapeští (39%), Balatonem (20%) a charakteristickou gastronomií (různé tradiční pokrmy, tokajské víno – souhrnně tvoří 46% asociací). V asociacích jsou dále zastoupeny lázně (5%) a konkrétní místa v zemi (5%). Spontánní asociace k této zemi tak mají zastoupeny konkrétní prvky motivující k návštěvě země.

Rakousko je primárně spojováno s Vídní (47%) a Alpami (6%). Na tyto hlavní asociace pak navazují různé zimní sporty (16% bez lyžování), zejména lyžování (18%). Dále jsou v asociacích zastoupeny konkrétní místa v zemi (16%), osobnosti – Mozart (6%), kultura a historie (6%) a příroda (5%). I u této země můžeme zaznamenat, že má vyprofilovaný image s jasnými drivery návštěvy.

Chorvatsko je dominantně asociováno s mořem (54%) a sluncem (12%), kromě toho ještě přetrvávají vzpomínky na válku počátkem devadesátých let (19%). Všechny další významně zastoupené asociace jsou navázány na cestovní ruch – pláže, jídlo, pití, prázdniny, dovolená, konkrétní místa na pobřeží, ryby. Chorvatsko má vyprofilovaný image přímořské země pro trávení letní dovolené25.

**Shrnutí:**

Česká republika má z hlediska svého image – ve srovnání s výše uvedenými zeměmi – nejhorší pozici. Image není jednoznačně vyprofilováno – a s výjimkou Prahy – neobsahuje drivery pro cestovní ruch.

Všechny ostatní země, u kterých provádíme srovnání, mají ve svém image a asociacích zastoupeny konkrétní drivery pro cestovní ruch. Tyto drivery jsou zastoupeny v obou složkách image, jak v očekáváních, tak emocích. To působí proaktivně při motivaci návštěvníků pro příjezd do zemí i pro výběr konkrétních regionů v zemi.

---

25 Desk research dat z projektu Country of Origin Czech Republic, Kolektiv autorů ,MPO 2004-2006, str. 24-31
6.2. Motivační faktory pro výběr země a regionů v zemích

S imagem zemí souvisí i to, jaká očekávání mají potencionální návštěvníci zformováni ještě před návštěvou země. Motivační faktory jsme analyzovali s ohledem na dvě skupiny:

1. faktory, které působí proaktivně – tzn., že jsou imagově spojeny s danou zemí a regionech v ní,
2. faktory, které působí blokačně – tzn., že potencionální návštěvníci nechtějí připustit, že v dané zemi naleznu tyto možnosti.

Česká republika má zastoupeny v image tyto motivační faktory:

- Praha jako hlavní město a jedno z nejkrásnějších míst v Evropě,
- hrady a zámky v zemi,
- galerie a muzea (jak v Praze, tak v zemi),
- památky v zemi (celá škála památek od skanzenů až po technické památky),
- krásná města v zemi.

Naopak blokačně působí image ČR při nabídce adrenalinových sportů, odpočinku a relaxaci, cykloturistice, agroturistice a golfu. Nabídka outdoorových aktivit není součástí image ČR.

Maďarsko má zastoupeny v image tyto motivační faktory:

- destinace pro pobyt v přírodě (i mimo civilizaci),
- destinace pro agroturistiku,
- destinace pro nakupování,
- destinace pro odreagování se a únik oproti stereotypu,
- destinace pro hraní golfu.

Naopak blokačně působí tyto faktory: nabídka zajímavých sportovních akcí, nabídka adrenalinových sportů, nabídka možností pro horolezectví a horskou turistiku a zimní sporty.

Rakousko má v image zastoupeny tyto motivační faktory:

- destinace pro zimní sporty, lyžování,
- destinace pro horskou turistiku a horolezectví,
- destinace pro adrenalinové sporty,
- mnoho zajímavých muzejí a galerií v zemi,
- mnoho zajímavých sportovních akcí.

Blokačně naopak působí možnosti pro vodní sporty, možnosti pro relaxaci a odpočinek, možnosti poznávání života lidí v jiné zemi.

**Chorvatsko má v image zastoupeny tyto motivační faktory:**

- destinace pro koupání se, vodní sporty a potápění se,
- destinace pro adrenalinové sporty,
- destinace pro „noční“ život,
- destinace pro vodáctví,
- destinace pro nákupy.

Blokačně naopak nabídka možností pro zimní sporty, nabídka památek, hradů a zámků, galerií a muzejí.\(^{26}\)

**Shrnutí:**

Image zemí silně ovlivňuje to, co motivuje potenciální návštěvníky k návštěvě. Proto motivačně působí to, co má vazbu na image dané země a blokačně naopak to, co je s image v rozporu. Tyto postoje mají dlouhou setrvačnost a je obtížné je změnit. Česká republika má vyprofilované motivační faktory především v oblasti kultury a památek. V ostatních oblastech je profilace zatím nedostatečná. Směrem k regionům nepůsobí image ČR vůbec – pokud potencionální návštěvníci zmiňují místa v ČR, jedná se výhradně pouze o města.

**6.3. Aktivity o dovolených, které mají potenciál diferencovat země nebo regiony**

Činnosti, pro které jsou v ČR velmi dobré podmínky a kde má ČR současně výhodu oproti ostatním zemím, jsou: návštěvy hradů a zámků; návštěvy galerií a muzejí; poznávání měst; návštěvy různých specifických památek; návštěvy církevních památek; poznávání dějin. Jak jsme již uvedli v předchozím textu, tyto preference nepředstavují pro ČR jednoznačnou

---

\(^{26}\) Desk research dat z projektu Country of Origin Czech Republic, Kolektiv autorů, MPO 2004-2006, str. 38-54
výhodu. Není zde zastoupena, příroda, regiony, gastronomické možnosti, outdoorové aktivity.

Proto jsme naši pozornost při analýzách zaměřili na to, co je pro turisty při výběru destinace (země nebo regionu) opravdu prioritní a dokáže je motivovat. Z analýzy vyplnulo, že potenciální návštěvníci rozdělují tyto aktivity na dvě skupiny:

1. aktivity, které lze realizovat v každé zemi/regionu/ – tyto aktivity nediferencují,
2. aktivity, které jsou spojeny specificky s imagem země /regionu/ nebo s přírodními podmínkami země/regionu/, které se staly součástí image.

Z tohoto pohledu je Česká republika v nevýhodě oproti konkurentům, se kterými srovnáváme, protože aktivit, které jsou spojeny s image České republiky, je málo a jsou navázány především na hlavní město Prahu. Jedná se o atmosféru města, šíři památek, kulturních zařízení. Pro region s nevyprofilovaným image jako je Moravskoslezský kraj – tak nepřínáší prakticky žádný užitek. Nicméně z další analýzy – implicitní a deklarované důležitosti jednotlivých faktorů vyplývá, že existuje tento prostor pro profilování diferenčovaného image Moravskoslezského kraje, jako součásti České republiky:

- destinace pro pěší turistiku,
- destinace s mnoha zajímavými památkami všech typů, s důrazem na unikátní technické památky, které navíc mají vazbu na historii,
- destinace s možností nočního života v Ostravě /unikátní Stodolní ulice/ a s dalšími možnostmi zábavy,
- destinace s mnoha zajímavými sídelními celky 27.

Shrnutí:


27 Desk research dat z projektu Country of Origin Czech Republic, Kolektiv autorů ,MPO 2004-2006, str. 61-78
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

aktualizace s výhledem do roku 2015

ČÁST C: SYNTÉZA

Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Ostrava 2008 - 2009
1. SWOT analýza

Na základě podrobné analytické části, které byla věnována předchozí část Marketingové strategie, je provedena následující SWOT analýza. Ta představuje přehled silných a slabých stránek, příležitostí a hrozb pro rozvoj cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. SWOT analýza byla dle potřeb rozvoje cestovního ruchu rozdělena na tři části:

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

1.1. SWOT analýza realizačních předpokladů

První část by měla poukázat na největší výhody, ale také zároveň slabé stránky a ohrožení Moravskoslezského kraje z hlediska možností rozvoje cestovního ruchu. Zohledňuje i existenci atraktivit, možnosti dopravy a další faktory, které je pro rozvoj cestovního ruchu možné využít nebo případně zlepšit. Současně však může být vodítkem pro kroky v oblasti marketingu a propagace, jelikož kromě slabých stránek a ohrožení – tedy záležitostí, které je nutné v období 2009 – 2015 napravit – ukazuje také na silné stránky a příležitosti, které mohou být cílovým skupinám vhodným způsobem komunikovány. Část zabývající se realizačními předpoklady je územně členěna následujícím způsobem:

- Moravskoslezský kraj,
- TO Jeseníky,
- TO Opavské Slezsko,
- TO Ostravsko,
- TO Těšínské Slezsko,
- TO Poodří – Moravské Kravařsko,
- TO Beskydy – Valašsko.
### Moravskoslezský kraj

<table>
<thead>
<tr>
<th>Silné stránky</th>
<th>Slabé stránky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Letiště Ostrava Mošnov – napojení na letiště Praha, Vídeň, Mnichov, Split</td>
<td>Nenapojení MSK na dálniční sít’ a odklady staveb D1 a R48</td>
</tr>
<tr>
<td>Napojení R 48 na polskou dálniční sít’</td>
<td>Stav silnice I/11 v některých úsecích</td>
</tr>
<tr>
<td>Kvalitní železniční spojení do Prahy, Vídne a Polska</td>
<td>Stav některých komunikací napoujících atrakce (Bílá kniha MSK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti poznávací turistiky (technické památky, MPR, VPR a NKP, lidová architektura, hrady a zámky, muzea a expozice, odkazy osobností)</td>
<td>Většinou špatná dopravní dostupnost ubytování a doprovodných služeb pro klienty nevyužívající k dopravě vlastní auto (mimo TO Ostravsko)</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti pro cykloturistiku</td>
<td>Chybějící síť půjčoven aut a kol v celém MSK</td>
</tr>
<tr>
<td>Kvalitní golfová hřiště</td>
<td>Chybějící parkoviště u významných atraktivit</td>
</tr>
<tr>
<td>Pěší turistické trasy na vysoké úrovin</td>
<td>Chátrání některých hradů a zámků</td>
</tr>
<tr>
<td>Krásná a specifická příroda</td>
<td>Nízký počet lůžek v zařízení hotel *** a více a v penzionech</td>
</tr>
<tr>
<td>Celoroční možnosti v oblasti relaxace and wellness (lázně, aquaparky)</td>
<td>Spatná infrastruktura ve většině areálů, chybějící lanovky a zázemí pro lyžaře</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti kultury a zábavy</td>
<td>Nedostatečná konkurenceschopnost lyžařských areálů, především kvůli sněhovým podmínkám</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Nedostatečné množství dopravních služeb a atraktivít pro lázeňské hosty, nepropojení s poskytovateli služeb</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Pouze průměrně kapacity v oblasti incentivy a ČR ve srovnání ČR</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Navigace k některým atraktivitám MSK</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Stav životního prostředí projevující se na negativní image</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Příležitosti

<table>
<thead>
<tr>
<th>Příležitosti</th>
<th>Hrozby</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Napojení MSK na dálniční a železniční koridory</td>
<td>Stagnující počet lůžek – opačný trend než v České republice</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití odkazu 2. světové války v rámci muzeí a expozic</td>
<td>Nedokončení plánovaných silničních a dálničních staveb ve stanovených termínech</td>
</tr>
<tr>
<td>Vznik nových rozhleden</td>
<td>Nevyužití většiny golfových hřišť v zimě</td>
</tr>
<tr>
<td>Oprava a otevření některých hradů a zámků</td>
<td>Nevyužití většiny lyžařských areálů v létě, majitelé závislé na zimní sezóně</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj relaxačních a wellness zařízení</td>
<td>Chybějící povinnost certifikace zařízení ČR</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj hippoturistiky, venkovské turistiky a dalších šetrných forem CR (ekoturistiky)</td>
<td>Další rozvoj těžkého průmyslu a těžby ve zvláště chráněných oblastech</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností v oblasti aktivního CR (adrenalinové atrakce, vodáctví apod.)</td>
<td>Spatná komunikace veřejného a soukromého sektoru</td>
</tr>
<tr>
<td>Vznik nových zařízení pro incentivu a kongresy (VŠB-TUO Ostrava-Poruba)</td>
<td>Potenciální střety připravovaných vodních děl s atraktivitami CR (viz plán rozvoje oblasti povodí Odry)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Turistická oblast Jeseníky

<table>
<thead>
<tr>
<th>Silné stránky</th>
<th>Slabé stránky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Krásná krajina a hory</td>
<td>Pouze 19 hotelů *** a 3 hotely ****</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti pro cykloturistiku a pěší turistiku</td>
<td>Hory jako bariéra dopravní dostupnosti</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti poznávací turistiki</td>
<td>Absence produktových balíčků</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti pro lyžování</td>
<td>Absence zázitkové turistiky</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti relaxace a wellness</td>
<td>Absence turistických možností v oblastech Slezská Harta a Osoblažsko</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Příležitosti</strong></td>
<td><strong>Hrozby</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj úzkorozchodné železnice Třemešná-Osoblaha</td>
<td>Omezení zasněžování lyžařských areálů ve vyšších polohách</td>
</tr>
<tr>
<td>Relaxace a wellness jako klíčový doplnkový segment v letní i zimní sezoně</td>
<td>Chybějící možnosti v zimní sezoně mimo lyžování</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj venkovské turistiky a hippoturistiky</td>
<td>Stárnutí infrastruktury pro lyžování</td>
</tr>
<tr>
<td>Blízkost Polska</td>
<td>Omezení CR související s ochranou přírody</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj oblastí Slezská Harta a Osoblažsko</td>
<td>Chátrající lázně Jánské Koupel</td>
</tr>
<tr>
<td>Zájem investorů o některé oblasti</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Turistická oblast Opavské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Silné stránky</th>
<th>Slabé stránky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Využití turistické oblasti v letní sezóně</td>
<td>Špatná dopravní dostupnost atraktivit</td>
</tr>
<tr>
<td>Zajímavé atraktivity pro poznávací turistiku</td>
<td>Absence produktových balíčků</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti cykloturistiku a pěší turistiku</td>
<td>Absence zázitkové turistiky</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti golfové turistiky</td>
<td>Nemožnost využití v zimní sezóně</td>
</tr>
<tr>
<td>Společné aktivity v Euroregionu Silesia</td>
<td>Možnosti sportovních aktivit jen v létě</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Příležitosti</strong></td>
<td><strong>Hrozby</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Využití odkazu 2. s.v. v poznávacím CR</td>
<td>Zastarávání a zanedbání významných expozic (Opava, Arboretum Nový Dvůr)</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití potenciálu pohraničního opevnění</td>
<td>Zpomalení výstavby silnice I/11</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností v městě Opava a nejbližším okolím</td>
<td>Atraktivity v oblasti nemotivují k vícedennímu pobytu</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zlepšení stavu životního prostředí v kraji jako podmínky pro rozvoj CR

Negativní trend znečištění ovzduší – překračování limitů ve významných oblastech CR

Čtyři málo využívané areály v tomto období
## Rozvoj venkovské turistiky

Využití potenciálu zámku Hradec nad Moravicí – dostavba infrastruktury apod.

### Turistická oblast Ostravsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Silné stránky</th>
<th>Slabé stránky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Velké množství dobře dostupných atraktivit na malém území</td>
<td>Napojení letiště Mošnov na Ostravu</td>
</tr>
<tr>
<td>Relativně velké množství ubytovacích kapací *** a více</td>
<td>Image Ostravy (špinavé a znečištěné město)</td>
</tr>
<tr>
<td>Dostupnost Ostravy vlakem a letadlem</td>
<td>Aktuální stav Dolní oblasti Vítkovic</td>
</tr>
<tr>
<td>Existence produktů (programové balíčky), snadná možnost zakoupení</td>
<td>Stav některých částí výstaviště Černá Louka</td>
</tr>
<tr>
<td>Velká řada možností pro aktivní pobyt</td>
<td>Stav dopravní infrastruktury v Ostravě</td>
</tr>
<tr>
<td>Centrum incentivy a kongresové turistiky Moravskoslezského kraje</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti poznávací turistiky (technické památky, ZOO, muzea apod.)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Centrum nákupů MSK</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Sanatoria Klimkovice</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kultura a zábava (Stodolní ulice)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Příležitosti</strong></td>
<td><strong>Hrozby</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Profilování vůči klientele zábava a sport (mladí lidé) a incentiva (business klientela)</td>
<td>Zpomalení výstavby dopravní infrastruktury (mimo i uvnitř Ostravy)</td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace a využití technických památek</td>
<td>Nedostupnost některých atraktivit</td>
</tr>
<tr>
<td>Dobudování dálnice a rozvoj letiště</td>
<td>Nevyužití potenciálu okolí řek Odry a Ostravice</td>
</tr>
<tr>
<td>Evropské hlavní město kultury 2015</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce Dolní oblasti Vítkovic, zařazení do UNESCO</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Investice v oblasti CR (ROP IPRM)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Turistická oblast Těšínské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Silné stránky</th>
<th>Slabé stránky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Lázně Darkov jako významná konkurenční východa</td>
<td>Malé množství doplňkových produktů a služeb k lyžování v zimě a aktivnímu pobytu v léte</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti pro pěší turistiku a cykloturistiku</td>
<td>Zdevastovaná krajina na Karvinsku</td>
</tr>
<tr>
<td>Celoroční využitelnost atraktivit</td>
<td>Dopravní dostupnost v rámci oblasti – špatné napojení Karviné</td>
</tr>
<tr>
<td>Relativní dostatek hotelů ***</td>
<td>Absence produktových balíčků v Těšínských Beskydech</td>
</tr>
<tr>
<td>Napojení na tradice a folklór (Gorolé)</td>
<td>Nejednoznačná nabídka v rámci TO</td>
</tr>
<tr>
<td>Krásné hory a příroda</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
**Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013**

### Atraktivity v oblasti poznávací turistiky
- Blízkost Polska i Slovenska
- Produktové balíčky a zážitky Karviná
- Zkvalitnění možností pro lyžování
- Užší napojení na polský a slovenský trh
- Spojení s polskou nabídkou
- Využití rekultivací krajiny pro rozvoj CR

### Blízkost Polska i Slovenska
- Zastarávající infrastruktura, především ubytovací zařízení a lyžování
- Malá návštěvnost některých lyžařských areálů
- Rozvoj dalších průmyslových zdrojů znečištění

### Produktové balíčky a zážitky Karviná
- Malá nabídka atraktivit v oblasti poznávací turistiky
- Absence produktových balíčků
- Kvalitní železniční spojení (Studénka)

### Zkvalitnění možností pro lyžování
- Zpomalení výstavby silnice I/11
- Morelky lyžáků

### Užší napojení na polský a slovenský trh
- Rozvoj možností venkovské turistiky
- Zkvalitnění nabídky v oblasti odpočinku a relaxace

### Spojení s polskou nabídkou
- Zkusy plánování cyklistů ze silnic na stezky

### Využití rekultivací krajiny pro rozvoj CR
- Chybí propojení nabídek – produktové balíčky
- Chybí propojení nabídek – produktové balíčky
- Kazalnictví

---

**Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Silné stránky</th>
<th>Slabé stránky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Specifická krajina a příroda</td>
<td>Absence produktových balíčků</td>
</tr>
<tr>
<td>Dobré podmínky pro venkovskou turistiku</td>
<td>Dopravní dostupnost v rámci oblasti</td>
</tr>
<tr>
<td>Spolupráce mezi aktéry na vysoké úrovně</td>
<td>Malý počet lůžek</td>
</tr>
<tr>
<td>Kvalitní železniční spojení (Studénka)</td>
<td>Obecně v porovnání s ostatními TO malá nabídka atraktivit v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnost rybolovu</td>
<td>Malé množství možností pro ostatní sport</td>
</tr>
<tr>
<td>Atraktivity v oblasti poznávací turistiky (odkaz osobností – Mendel, Komenský)</td>
<td>Možnosti relaxace a wellness v TO Poodří - Moravské Kravařsko</td>
</tr>
<tr>
<td>Dobré podmínky pro cykloturistiku</td>
<td>Zámky nevyužité pro cestovní ruch</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Příležitosti**
- Dobré podmínky pro venkovskou turistiku
- Dobré podmínky pro cykloturistiku
- Dobudování dálnice D1

**Hrozby**
- Zpomalení výstavby D 1
- Nerozšíření nabídky produktů a služeb
- Nepřesměrování cyklistů ze silnic na stezky

---

**Turistická oblast Beskydy - Valašsko**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Silné stránky</th>
<th>Slabé stránky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Relativně velké množství hotelů *** a více</td>
<td>Chybí propojení nabídek – produktové balíčky</td>
</tr>
<tr>
<td>Velké množství atraktivit a služeb</td>
<td>Úroveň některých lyžařských areálů</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnost celoročního využití</td>
<td>Nekvalitní ubytování v některých oblastech – např. Zermanická přehrada, Hukvaldy</td>
</tr>
<tr>
<td>Velké množství lyžařských areálů a možnosti pro běžecké lyžování</td>
<td>Dopravní dostupnost některých atraktivit</td>
</tr>
</tbody>
</table>

---

155
<table>
<thead>
<tr>
<th>Možnosti poznávací turistiky (osobnosti, architektura a památky apod.)</th>
<th>Cyklotrasy (větší část) nevedeny po samostatných stezkách</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Aktivní soukromní investoři</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti aktivního pobytu (přehrady, sportovní centra apod.)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti pro cykloturistiku a pěší turistiku</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Golf na vysoké úrovni (Ostravice, Čeladná)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti venkovské turistiky a hippoturistiky</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti pro odpočinek a wellness</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvinutá nabídka zážitků</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Příležitosti</th>
<th>Hrozby</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Rozvoj silných lokalit – Čeladná, Ostravice, Frýdlant n.O., Štramberk atd.</td>
<td>Nevyužití potenciálu Lysé hory a Krásné v souladu s přírodními podmínkami a požadavky na ochranu přírody v této lokalitě</td>
</tr>
<tr>
<td>Dostavba rychlostní silnice R 48</td>
<td>Nesjednocené propagace napříč oblastí</td>
</tr>
<tr>
<td>Zařazení MPR Nový Jičín, Příbor a Štramberk do UNESCO</td>
<td>Nevyužití potenciálu Hukvald, včetně výstavy ubytovacích zařízení</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití značek teritoriálního marketingu</td>
<td>Zanedbání rozvoje významných atraktivit</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití koloritu oblasti (nářečí, tradice)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj dalších možností běžeckého lyžování</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj areálu Pustevny - Radhošť</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností incentivy v Beskydech</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Potenciál pro atraktivní produktové balíčky</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

1.2. SWOT analýza marketingových předpokladů

Druhá SWOT analýza se zabývá marketingem a propagací, přičemž poukazuje na směry, které jsou pro stranu poptávky žádané, a naznačuje oblasti, kterými by se měl Moravskoslezský kraj v rámci své komunikace ubírat. Pochopitelně všechny tři SWOT analýzy je potřeba vnímat jako vzájemně provázané. To znamená, že při propagaci Moravskoslezského kraje a jednotlivých turistických oblastí je nutné pohlížet především na silné stránky a příležitosti v realizačních předpokladech, které se promítají jako silné stránky pro komunikaci a marketing Moravskoslezského kraje. Naopak slabé stránky a hrozby je třeba do doby, než dojde k nápravě, v komunikaci eliminovat. SWOT analýza marketingových předpokladů je vzhledem ke svému charakteru navržena na celý Moravskoslezský kraj.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Moravskoslezský kraj</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Silné stránky</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Konkurenční výhody – památky, osobnosti, lázeňství, aktivní turistika, příroda a hory</td>
</tr>
<tr>
<td>Možnosti pro firemní klientelu (incentiva)</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvinutá zážitková turistika</td>
</tr>
<tr>
<td>Nákupy jako doplňková aktivita</td>
</tr>
<tr>
<td>Kultura a zábava (Stodolní)</td>
</tr>
<tr>
<td>Obecně možná pestrost nabídky</td>
</tr>
<tr>
<td>Přírodní rozmanitost kraje</td>
</tr>
<tr>
<td>Sloganý Kraj mnoha barev a příležitostí a Užijte s x krát více</td>
</tr>
<tr>
<td>Relativní dostupnost významných atraktivit (Praha, Vídeň, Krakov, Budapešť, Olomouc)</td>
</tr>
<tr>
<td>České pivo jako komunikační nástroj vůči zahraniční kliente</td>
</tr>
<tr>
<td>Existující kvalitní hotely a penziony – roste jejich využití</td>
</tr>
<tr>
<td>Poloha uprostřed Evropy</td>
</tr>
<tr>
<td>Česká rep. vodicí jednotka jako přátelská země</td>
</tr>
<tr>
<td>Dopravní dostupnost – letiště, železnice, dostavba dálnic</td>
</tr>
<tr>
<td>Existence teritoriálního marketingu (Valašské království, Lašská brána Beskyd)</td>
</tr>
<tr>
<td>Existence nového portálu kraje</td>
</tr>
<tr>
<td>Existence 3D modelu ortofotomapy kraje</td>
</tr>
<tr>
<td>Existence Corporate design manuálu kraje</td>
</tr>
<tr>
<td>Kvalitní propagační materiály a účasti na veletrzích</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvinutý marketing a propagace v jednotlivých turistických oblastech</td>
</tr>
<tr>
<td>Velký počet obyvatel kraje – zajímavá cílová skupina</td>
</tr>
<tr>
<td>Pozitivní zkušenosti Čechů s návštěvou kraje (96 %)</td>
</tr>
<tr>
<td>Nejvyšší počet návštěvníků z České rep.</td>
</tr>
<tr>
<td>Roste zájem klientů z východní Evropy</td>
</tr>
<tr>
<td>Vysoký zájem slovenské klientely</td>
</tr>
<tr>
<td>Zájem o pobyt v letní sezóně</td>
</tr>
<tr>
<td>Roste doba pobytu zahraniční klientely</td>
</tr>
<tr>
<td>----------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Česká republika je obecně známým pojmem</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití vazeň na polskou a slovenskou klientel v pohraničí (euroregiony)</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití internetu jako hlavního komunikačního nástroje (nejvíce uživatelů Německo, Nizozemí, Rusko, ČR 61 %)</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití komunikace značky spojené s konkurenčními výhodami kraje a ČR</td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace individuální dopravy (vlak, auto) vůči české klientele</td>
</tr>
<tr>
<td>Velká část Čechů (77 %) chce kraj navštívit opakovaně</td>
</tr>
<tr>
<td>Nárůst zájmu litevské, lotyšské, ukrajinské a ruské klientely,</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití stávajících významných cílových trhů – Polsko, Slovensko, Pobaltí.</td>
</tr>
<tr>
<td>Zahrnutí konkrétních ubytovacích zařízení a atraktivit do nabídky</td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace 7 denní dovolené jako optima pro návštěvníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Cestovní kanceláře a propagační materiály</td>
</tr>
<tr>
<td>jako vhodný nástroj komunikace</td>
</tr>
<tr>
<td>Média jsou důležitým nástrojem komunikace v celé Evropě (tv, tisk, časopisy)</td>
</tr>
<tr>
<td>Senioři mají zájem o pobyt na jaře a na podzim</td>
</tr>
<tr>
<td>Mladí lidé – především z Polska a Slovenska – mají zájem o aktivní pobyt</td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace dopravy autem vůči německé části východoevropské klientely</td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace přes ČK u ruské klientely</td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace dopravy letadlem a vlakem u ruské klientely</td>
</tr>
<tr>
<td>Zdůraznění cenové dostupnosti kraje</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 1.3. SWOT analýza organizačních předpokladů

Poslední SWOT analýza se zabývá pozitivy a negativy v organizaci cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. Je třeba poznat, že dobré organizační předpoklady jsou stěžejní pro využití a zlepšení realizačních faktorů a marketingu cestovního ruchu v kraji.
Jsou to totiž právě aktéři na poli cestovního ruchu, jejich aktivity a spolupráce, které povedou k naplnění této strategie.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Moravskoslezský kraj</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Silné stránky</strong></td>
<td><strong>Slabé stránky</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Moravskoslezský kraj – silná pozice a silné nástroje pro rozvoj CR</td>
<td>Hranice kraje narušují přirozené turistické oblasti Beskydy a Jeseníky</td>
</tr>
<tr>
<td>KLACR, o. s. a DMMS, o.p.s. – aktéři, kteří mají ochotu spolupracovat na rozvoji CR</td>
<td>Neexistuje systematické propojení aktérů managementu destinace a CK</td>
</tr>
<tr>
<td>Poradní sbor CR – skupina odborníků, kteří dávají kvalitní podněty k rozvoji CR</td>
<td>Slabá úroveň komunikace Moravskoslezského kraje se sousedními krajemi</td>
</tr>
<tr>
<td>Vůle ke spolupráci napříč spektem aktérů za účelem rozvoje CR</td>
<td>Chybějící systém managementu destinace v TO Jeseníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Spolupráce MSK s turistickými oblastmi</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kvalitní management destinace v rámci TO Poodří – Moravské Kravařsko a Ostravsko</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Aktéři zastávající roli destinačního managementu v TO (kromě Jeseníků na straně MSK)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Příležitosti</th>
<th>Hrozby</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ROP Moravskoslezsko – finanční nástroje pro podporu CR, včetně organizace cestovního ruchu</td>
<td>Málo intenzivní spolupráce mezi aktéry managementu destinace a poskytovatelí služeb</td>
</tr>
<tr>
<td>Moravskoslezský kraj – finanční nástroje pro podporu CR</td>
<td>Nevyužití potenciálu spolupráce přes hranice v rámci euroregionů a z pozice MSK</td>
</tr>
<tr>
<td>Spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem při rozvoji CR</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Napojení na Jeseníky - SCR, co by společnosti destinačního managementu na straně Olomouckého kraje</td>
<td>Úpadek systému managementu destinace v TO Opavské Slezsko, Beskydy – Valašsko a Těšínské Slezsko</td>
</tr>
<tr>
<td>Zájem aktérů CR na ochraně přírodních atraktivit jako významného zdroje CR</td>
<td>Nefunkční systém managementu destinace díky úpadku aktivity aktérů</td>
</tr>
</tbody>
</table>
2. Prioritní osy rozvoje cestovního ruchu

Předchozí SWOT analýzy naznačily, které oblasti v rozvoji cestovního ruchu jsou pro Moravskoslezský kraj silnými stránkami a příležitostmi, zároveň také popsaly slabá místa a hrozby. Tato kapitola popíše možná opatření k maximálnímu možnému využití silných stránek a příležitostí, současně navrhne způsob k nápravě slabých stránek a eliminaci ohrožení. Na základě analýzy Moravskoslezského kraje a SWOT analýz je zřejmé, že rozvoj cestovního ruchu by měl stát na 3 prioritních osách:

- Spolupráce
- Marketing
- Realizační předpoklady CR

2.1. Prioritní osa 1 Spolupráce

Vytváření různých vazeb, synergií, kooperací, integrací apod. se osvědčuje ve všech možných oblastech lidského života a je také stěžejním předpokladem pro úspěšné fungování cestovního ruchu. Kooperace a koordinace činností zásadních pro management destinace může značným způsobem přispět k rychlejšímu rozvoji cestovního ruchu. To proto, že každý subjekt sebou do svazku přináší svou škálu řešení. Z tohoto důvodu lze říci, že právě počet spolupracujících subjektů, délka spolupráce, počet společně realizovaných aktivit a další obdobné aspekty jsou jedny z nejdůležitějších měřítek, která odlišují úspěšné destinace od těch ostatních. Harmonická spolupráce v destinaci mezi aktéry je důležitým předpokladem pro úspěšné vytváření turistických produktů, propagace, zlepšování image, koncepce rozvoje a dalších kroků v destinačním managementu. Důležité je, aby výsledky spolupráce uvnitř destinace vždy směřovaly ke klientům. V tomto případě můžou být kooperační svazky úspěšnými konkurenty velkých řetězců působících zvnějšku a nástroji, které značně zvyšují konkurenceschopnost destinace. Stěžejní pro spolupráci je, aby veřejný sektor vytvořil rámcové podmínky rozvoje. Regionální či lokální správa a samospráva by měla také stanovit kritéria spolupráce a principy pro realizaci rozvoje cestovního ruchu s tím, že by měl být zachován princip subsidiarity. To znamená, že by kompetence měly být přeneseny pokud možno až na nejnižší možnou úroveň. Z toho důvodu by měl veřejný sektor vyvíjet snahu o aktivní zapojení podnikatelů a regionálních institucí.

V části analýzy byl popsán výsledný návrh systému managementu destinace, který byl diskutován s aktéry za současně komunikace jiných možností řízení cestovního ruchu.
Výsledný návrh prošel společnou diskusí a tudíž existuje předpoklad, že bude obecně uznávaným napříč Moravskoslezským krajem. Důležité u těchto opatření je, že díky ROP Moravskoslezsko oblasti 2.2. Rozvoj cestovního ruchu, podoblasti 2.2.4. Propagace cestovního ruchu bude reálné financovat destinační management v šesti turistických oblastech a u KLACR, o.s., DMMS, o.p.s. a Moravskoslezského kraje z dotací Evropské unie.

Jak ukázala SWOT analýza, je nutné dbát na několik faktorů, které mohou ovlivnit řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. K posílení pozitiv a eliminaci negativ lze doporučit následující opatření:

- Udržení systému spolupráce mezi Moravskoslezským krajem a jeho partnery (KLACR, o.s., DMMS, o.p.s.) předpokládá stanovení systému pravidelného setkávání (pracovní skupiny, workshopy apod.) a intenzivní komunikace.

- Kvalitní práce partnerů KLACR, o.s. a DMMS, o.p.s. předpokládá zajištění financování jejich aktivit, nabízí se buď financování Moravskoslezským krajem nebo z ROP NUTS 2 Moravskoslezsko.

- Fungování poradního sboru předpokládá aktivitu Moravskoslezského kraje, tedy pravidelná setkání a jejich organizaci.

- Fungování destinačních managementů turistických oblastí je možné jen za podpory Moravskoslezského kraje a za předpokladu intenzivní komunikace. Marketingová role turistických oblastí je možná za podpory Moravskoslezského kraje nebo ROP NUTS 2 Moravskoslezsko.

- Turistické oblasti mohou uvnitř fungovat pouze za předpokladu vzájemné spolupráce mezi aktéry. Ve všech turistických oblastech by měl být nastaven systém managementu destinace po vzoru TO Poodří – Moravské Kravařsko. Tedy na základě spolupráce (setkání, pracovních skupin) všech stěžejních aktérů za současná koordinace společnosti destinačního managementu.

- V rámci TO Jeseníky by mělo dojít k napojení aktérů na společnost destinačního managementu na straně Olomouckého kraje – Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu.
• Moravskoslezský kraj se svými partnery by měl být aktivně spojen s incomingovými cestovními kancelářemi. Měl by být zajištěn systém informovanosti o nabídce.

• Moravskoslezský kraj (společně se zástupci TO Beskydy a Jeseníky) by měl zahájit spolupráci formou setkání (pracovní skupiny, workshopy) s Olomouckým a Zlínským krajem v záležitosti společného postupu při společné propagaci a komunikaci Jeseníků a Beskyd.

• Prostřednictvím KLACR, o.s. (případně lokálně dalších profesních sdružení – Unihost, Beskydhost) by měla být nastavena spolupráce s poskytovateli služeb tak, aby se aktuální nabídka promítala do propagace destinace. Stejně tak by měla fungovat vazba na cestovní kanceláře v rámci jejich členství v KLACR.

• Prostřednictvím DMMS, o.p.s. a KLACR, o.s. by mělo být zajištěno vzdělávání aktérů a zaměstnanců v cestovním ruchu tak, aby neklesala úroveň poskytovaných služeb.

• Moravskoslezský kraj (možno s partnery) by měl komunikovat zajišťování statistických dat (kraje a okresy vs. turistické oblasti) s ČCCR Czech Tourism a ČSÚ.

• Moravskoslezský kraj by měl prostřednictvím turistických oblastí (případně dále euroregionů) zajistit komunikaci s polskými a slovenskými partnery na společné propagaci atraktivit ležících v příhraničí.

• Moravskoslezský kraj by měl aktivně podporovat a motivovat aktéry zastávající roli destinačního managementu především v TO Opavské Slezsko, Těšínské Slezsko a Beskydy – Valašsko.

2.2. Prioritní osa 2 Marketing


Vůči domácí klientele se jedná o:
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

- Aktivní vyžití (cykloturistika, pěší turistika, lyžování, golf, hippoturistika apod.)
- Poznávání, kultura a zábava
- Odpočinek, relaxace, lázeňství
- Firemní klientela (podmínky pro incentivu a kongresovou turistiku)
- Zážitky
- Nákupy jako doplňková aktivita

Vůči zahraniční klientele se jedná o:

- Atraktivity v oblasti poznávání (světoznámé osobnosti, významné památky)
- Aktivní dovolená a současně relaxace (cykloturistika, golf, lázeňství)
- Kvalitní vyžití v oblasti zábavy a kultury (Stodolní, kulturní akce)

V rámci přístupu marketingu v rámci marketingového mixu tato strategie nemůže řešit druhé P – cena. Toto je totiž záležitostí přímo poskytovatelů služeb, kteří si na základě různých přístupů o ceně rozhodují sami.

Na základě SWOT analýzy a předpokladu, že zmíňovaní aktéři cestovního ruchu (Moravskoslezský kraj, KLACR, o.s., Turistické oblasti apod.) mohou zajišťovat třetí a čtvrté P (místo – distribuci – a podobu propagace) navrhujeme následující postupy při vytváření propagace a směřování komunikace. Na základě získaných poznatků lze doporučit rozdělení na 2 základní cílové skupiny: domácí a zahraniční klientela. U každé z cílových skupin je uveden návrh opatření v oblastech nástroje komunikace, obsah propagace a využití trendů.

2.2.1. Cílová skupina domácí klientela

Nástroje komunikace:


Současně je kromě vlastních webových stránek zajistit propagaci na portálech on-line prodejců produktů v CR, turistických portálech a na internetových vyhledávačích.
• **Propagační materiály** – jsou důležitým zdrojem informací pro českou klientelu, přičemž by měly být distribuovány na veletrhy cestovního ruchu, do informačních center, cestovních kanceláří a zařízení cestovního ruchu.

• **Cestovní kanceláře** – jsou také využívaným zdrojem informací, Moravskoslezský kraj by měl aktivně zajistit komunikaci s CK, přičemž ty by měly být schopné informovat o možnostech i nabídce MSK

• **Veletrhy cestovního ruchu** – jsou důležité jako místo setkávání odborné i laické veřejnosti v cestovním ruchu, kdy je možné komunikovat nejnovější možnosti a informace. Prezentace Moravskoslezského kraje by neměla na veletrzích chybět.

• **Média** – jsou rovněž podstatným zdrojem informací, nicméně prezentace v nich je poměrně finančně nákladná. V rámci finančních možností lze doporučit prezentaci v zájmových pořadech o cestovním ruchu, narázově v tisku, časopisech a rozhlas.

• **Využití trendů v propagaci** – doporučujeme využít možnosti zahrnutí atraktivit do GPS navigačních systémů (tzv. POI – místa zájmu), byť se aktuálně nejedná o intenzivně využívaný zdroj informací, v dohledné době (do roku 2015) může nastat v tomto obrat.

**Obsah propagace:**

Obsah propagace (výše uvedenými nástroji) by měl plně zohledňovat SWOT analýzu, proto je v rámci propagace **potřeba komunikovat**:

• Stěžejní konkurenční výhody oproti jiným krajům, tzn. památky, osobnosti, lázeňství, možnosti aktivní turistiky, hory a krásnou přírodu, jedinečnosti.

• Možnosti pro firmy – incentivní a kongresovou turistiku.

• Zážitkovou turistiku (ve spolupráci s CK Valašské království, Atis, Juhász).

• Možnosti v oblasti kultury a zábavy (festivaly, Stodolní apod.).

• Možnosti nákupů jako doplňku k pobytu.

• Existující kvalitní ubytovací zařízení (penziony, hotely *** a více).

• Dopravní dostupnost individuální dopravou - autem i vlakem. Motivovat k využití hromadné dopravy v rámci poznávacích cest po Moravskoslezském kraji.

• Zahrnout do komunikace pozitivní vztah Čechů ke kraji a projevenou touhu opakovaně se vracet. Např. sloganem: „Vraťte se tam, kde vám bylo dobře“.
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

Zahrnout do komunikace pozitiva konkurenční výhody pro letní sezónu, která je obdobím největšího pohybu turistů.

- Zdůraznění cenové dostupnosti služeb oproti zahraniční (konkurenčním destinacím).
- Využití blízkosti Polska a Slovenska v komunikaci – odbourání pocitu periferie.
- Motivace k 7 a více denním pobytům.
- Motivace k pobytům v zimě – kvalitní lyžování a doprovodné služby.
- Překonat bariéru v podobě existence špatného vzduchu, silnic a služeb. Naopak zmiňovat dobrou dopravní dostupnost, kvalitní horský vzduch a dobré služby.

**Současně je při komunikaci nutné využít nastupující trendy:**

- Produkty teritoriálního marketingu – Valašské království, Lašské markrabství, Lašská brána Beskyd, Země děda Praděda apod. – jako například pro rodiny s dětmi.
- Využití corporate design manuálu a značek Moravskoslezského kraje a Turistických oblastí jako známky kvality a dobré dovolené.
- Zavedení prodeje produktů a produktových balíčků na internetu (včetně CK), to včetně customizovaného přístupu, kdy si klient skládá jednotlivé produkty dohromady.
- Zavedení komunikace přes internet – interaktivní ankety, hodnocení služeb apod.
- Vytvoření balíčků v cestovním ruchu včetně ubytování postavených na nosných tématech:
  
  a) **Pěší turistika / cykloturistika** + odpočinek, relaxace, wellness, poznávání, zábava  
  b) **Lázeňství / relaxace / wellness** + poznávání, kultura, zábava, aktivní pobyt  
  c) **Poznávání** + kultura, relaxace, wellness, lázeňství  
  d) **Golf** + odpočinek, relaxace, wellness, poznávání, zábava  
  e) **Lyžování** + odpočinek, relaxace, wellness, poznávání, zábava  

Samozřejmě tematicky lze balíčky různě kombinovat, či doplnit o další možnosti (např. zážitky, hippoturistika apod.)

### 2.2.2. Cílová skupina zahraniční klientela

**Dle SWOT analýzy patří k nejvýznamnějším cílovým trhům:**

- Slovensko  
- Polsko
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

- Německo
- Rakousko
- Nizozemí
- Litva
- Lotyšsko
- Ukrajina
- Rusko

Nástroje komunikace:


Současně je kromě vlastních webových stránek zajistit propagaci na portálech on-line prodejců produktů v CR, turistických portálech a na internetových vyhledávačích (google, yahoo).

- **Propagační materiály** – jsou důležitým zdrojem informací pro východoevropskou klientelu (ruština, polština), přičemž by však měly být distribuovány plošně na veletrhy cestovního ruchu a do cestovních kanceláří. Tudíž jsou nutné i další mutace (angličtina a němčina).

- **Cestovní kanceláře** – jsou také využívaným zdrojem informací, Moravskoslezský kraj by měl aktivně zajistit komunikaci s CK (včetně on-line agentur), přičemž ty by měly být schopné informovat o možnostech i nabídce MSK.

- **Veletrhy cestovního ruchu** – jsou důležité jako místo setkávání odborné i laické veřejnosti v cestovním ruchu, kdy je možné komunikovat nejnovější možnosti a informace. Prezentace Moravskoslezského kraje by neměla na veletrzích chybět včetně jazykově vybavených osob a propagačních materiálů v jazykových mutacích.
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

- **Média** – jsou rovněž podstatným zdrojem informací, nicméně prezentace v nich je poměrně finančně nákladná. V rámci finančních možností lze doporučit prezentaci v zájmových pořadech o cestovním ruchu, nárazově v tisku, časopisech a rozhlasu (doporučená zahraniční periodika a média jsou součástí analýzy poptávky).

- **Využití trendů v propagaci** – doporučujeme využít možnosti zahrnutí atraktivit do GPS navigačních systémů (tzv. POI – místa zájmu), byť se aktuálně nejedná o intenzivně využívaný zdroj informací, v dohledné době (do roku 2015) může nastat v tomto obrat.

**Obsah propagace:**

Obsah propagace (výše uvedenými nástroji) by měl plně zohledňovat SWOT analýzu, proto je v rámci propagace **potřeba komunikovat**:

- **Příslušnost Moravskoslezského kraje k České republice, která je přátelskou zemí.**
- **Polohu uprostřed Evropy.**
- **Blízkost významných atraktivit a jejich dopravní dostupnost (vlakem, autem, letadlem) – Krakov, Vídeň, Praha, Budapešť, Olomouc (v souvislosti s UNESCO).**
- **Hlavní konkurenční výhody, tzn. možnosti poznávání (světotoznámé osobnosti, významné památky), možnosti aktivní dovolené a současně relaxace (cykloturistika, golf, lázeňství) a vyžití v oblasti zábavy a kultury (Stodolní, kulturní akce).**
- **Jako „obal“ krásnou a rozmanitou přírodu a hory.**
- **České pivo jako známý pojem.**
- **Dopravní dostupnost letadlem (Vídeň, Praha), autem (Němci, Poláci, Slováci, Litváci) a vlakem (jen vůči východoevropské klientele). Motivovat k využití hromadné dopravy v rámci poznávacích cest po Moravskoslezském kraji.**
- **Možnosti ubytování v penzionech a hotelích *** (východoevropská klientela) a hotelích *** a více (západoevropská klientela).**
- **Motivace k 7 a více denním pobytcům.**
- **Zdůrazněna by měla být cenová dostupnost, ale zároveň kvalita služeb.**
- **Léto jako optimální čas na návštěvu Moravskoslezského kraje.**
- **Moravskoslezský kraj jako alternativa k Praze (památky, osobnosti), Maďarsku (lázně, odpočinek), Rakousku a Slovensku (aktivní vyžití a lyžování pro nenáročné).**
- **Jazykovou vybavenost (především u prezentace služeb CR může být vhodná zmínka: „hovoříme anglicky / německy, rusky“ apod.)**
- **V komunikaci s Polskou klientelou zdůraznit blízkost (pohraniční charakter).**
- **Možnosti aktivního pobytu vůči mladým lidem z Polska a Slovenska.
Vůči slovenské klientele možnosti lyžování pro nenáročné (především v Beskydech) jako alternativu k lyžařským možnostem na Slovensku.

Léto jako optimální čas na návštěvu Moravskoslezského kraje.

Současně je při komunikaci nutné využít nastupující trendy:

- Využití corporate design manuálu a značek Moravskoslezského kraje a České republiky jako známky kvality a dobré dovolené.
- Zavedení prodeje produktů a produktových balíčků na internetu (včetně CK), to včetně customizovaného přístupu, kdy si klient skládá jednotlivé produkty dohromady.
- Zavedení komunikace přes internet – interaktivní ankety, hodnocení služeb apod.
- Vytvoření balíčků v cestovním ruchu včetně ubytování postavených na nosných tématech:
  
  f) Aktivní dovolená + odpočinek, relaxace, wellness, poznávání, zábava
  g) Lázeňství / relaxace / wellness + poznávání, kultura, zábava, aktivní pobyt
  h) Poznávání + kultura + relaxace, wellness, lázeňství
  i) Lyžování + odpočinek, relaxace, wellness, poznávání, zábava (Slováci, Poláci)

Samozřejmě tematicky lze balíčky různě kombinovat, či doplnit o další možnosti (např. zážitky, hippoturistika apod.)

2.3. Prioritní osa 3 Realizační předpoklady CR

Třetí osa rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji obsahuje opatření na zlepšení dopravní dostupnosti a konkrétních atraktivit a služeb v cestovním ruchu – tedy realizačních předpokladů. Na jedné straně je cílem této prioritní osy podpořit silné stránky a příležitosti v oblasti realizačních předpokladů (konkurenční výhody) a najít možnosti jejich dalšího využití a posílení, na druhé potom identifikovat slabé stránky a ohrožení, které je možné eliminovat v rámci různých opatření a priorit. Je totiž potřeba, aby kraj nezaostával za konkurencí, a aby zde i nadále vznikaly nové služby a produkty, které budou rozšiřovat možnosti pro klienty trávící zde dovolenou a zároveň budou magnetem pro potenciální klienty. Velikou a perspektivní výhodou v tomto ohledu jsou operační programy, které mají pro období 2007 – 2013 určeny pro rozvoj cestovního ruchu alokace financí v řádu několika stovek milionů korun. I díky financím pocházejícím z Evropské unie je možné, aby jednotlivá opatření mohla aktuálně být relativně obsáhlá.
Následujících sedm kapitol (Moravskoslezský kraj a turistické oblasti) obsahuje souhrn opatření, která jsou dle provedených analýz stěžejní v dalším rozvoji cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. Ty budou dále rozpracovány v návrhové části.

2.3.1. Moravskoslezský kraj

- Rozvoj letiště Ostrava-Mošnov, podpora nových linek
- Rozvoj a včasná dostavba sítě dálnic, rychlostních silnic a silnic ve vlastnictví státu a obcí, rekonstrukce krajských silnic – především těch, které směřují k atraktivitám CR
- Rozvoje sítě půjčoven aut a jízdních kol – s preferencí půjčovny jízdních kol
- Rozvoj dopravní obslužnosti (především hromadná dopravy) významných atraktivit
- Výstavba a rekonstrukce parkovišť (s ohledem na vozidla umožňující hromadnou dopravu) u významných atraktivit
- Výstavba a umístění navigačních systémů k některým atraktivitám
- Další rozvoj či rekonstrukce památkových rezervací a zón, hradů, zámků, rozhleden a atraktivit poznávací turistiky jako konkurenční výhody Moravskoslezského kraje
- Další rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku, především výstavba nových stezek
- Rozvoj golfových hřišť a doprovodných produktů (např. golfové akademie) včetně možností pro zimní sezónu – vzhledem k rentabilitě golfových hřišť nedoporučujieme podporu z veřejných prostředků
- Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury
- Výstavba a rekonstrukce infrastruktury v lyžařských areálech včetně doplnění možností pro letní sezónu a údržba běžkařských tras v Moravskoslezském kraji
- Další rozvoj možností pro relaxaci a wellness (výstavba nových aquaparků, wellness a relaxačních center apod.)
- Rozvoj kulturních zařízení a akcí
- Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel *** a více
- Vznik doprovodných služeb pro lázeňské hosty včetně ubytování
- Rozvoj kapacit pro incentivu a kongresovou turistiku, včetně ubytování
- Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky
- Rozvoj zážitkové turistiky
- Rozvoj možností pro aktivní pobyt (vodáctví, adrenalinové sporty apod.)
2.3.2. Turistická oblast Jeseníky

- Rekonstrukce silnic (nebo podpora rekonstrukce) – především těch, které směřují k atraktivitám cestovního ruchu – umístění navigačních systémů k atraktivitám
- Další rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku, především výstavba nových stezek
- Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury
- Další rozvoj atraktivit poznávací turistiky – Úzkorozchodná železnice Třemešná – Osoblaho,
- Výstavba a rekonstrukce infrastruktury v lyžařských areálech včetně doplnění možností pro letní sezónu, lobby za zasněžování v CHKO, údržba běžkařských tras
- Další rozvoj možností pro lázeňství, relaxaci a wellness (výstavba nových aquaparků, wellness a relaxačních center apod.) včetně ubytovacích kapacit v lázních
- Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky
- Rozvoj oblasti Slezská Harta, Osoblažsko a lokality Jánské Koupele
- Podpora zájmu investorů
- Rozvoj kulturních zařízení a akcí
- Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel *** a více
- Rozvoj možností pro aktivní pobyt (sportovní areály, vodáctví, adrenalin apod.)
- Rozvoj zážitkové turistiky

2.3.3. Turistická oblast Opavské Slezsko

- Rekonstrukce silnic (nebo podpora rekonstrukce) – především těch, které směřují k atraktivitám cestovního ruchu a I/11
- Další rozvoj atraktivit a služeb využitelných v letní sezóně
- Další rozvoj atraktivit poznávací turistiky – odkaz 2. světové války, pohraniční opevnění, Hradec nad Moravicí, Slezské zemské muzeum (historická budova Opava, Arboretum Stěbořice-Nový Dvůr)
- Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury
- Další rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku, především výstavba nových stezek
- Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky
- Rozvoj golfových hřišť a doprovodných produktů (např. golfové akademie) včetně možností pro zimní sezónu – vzhledem k rentabilitě golfových hřišť nedoporučujeme podporu z veřejných prostředků
- Rozvoj atraktivit a služeb ve městě Opava
- Rozvoj zážitkové turistiky
2.3.4. Turistická oblast Ostravsko

- Rozvoj dopravní obslužnosti (hromadná doprava) významných atraktivit a Letiště Mošnov
- Rozvoj a včasná dostavba sítě dálnice, silnic a ulic – především těch, které směřují k atraktivitám cestovního ruchu, vybudování odpovídajících parkovišť
- Rozvoj zařízení pro aktivní pobyt - sportovní areály, okolí řek Ostravice a Odra apod.
- Rozvoj a rekonstrukce kapacit pro incentivu a kongresovou turistiku – Výstaviště Černá Louka, Areál VŠB-TUO Ostrava-Poruba
- Další rozvoj atraktivit poznávací turistiky – technické památky, Dolní oblast Vítkovic, ZOO, muzea apod.
- Další rozvoj možností pro relaxaci a wellness v Sanatoriích Klimkovice včetně rozvoje ubytovacích kapacit
- Rozvoj kulturních zařízení a akcí – podpora iniciativy Ostrava – hlavní město kultury 2015

2.3.5. Turistická oblast Těšínské Slezsko

- Rekonstrukce silnic (nebo podpora rekonstrukce) – především těch, které směřují k atraktivitám cestovního ruchu a I/11
- Další rozvoj možností pro lázeňství, relaxaci a wellness – Lázně Darkov (výstavba kolonády, rozvoj ubytování) a termální prameny Těšínské Beskydy
- Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury
- Další rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku, především výstavba nových stezek
- Rozvoj kulturních zařízení a akcí – především v oblasti folklórních tradic
- Další rozvoj atraktivit poznávací turistiky – muzea, archeopark Chotěbuzy, zámek Fryštát
- Další rozvoj atraktivit a služeb využitelných celořečně
- Rozvoj golfových hřiště a doprovodných produktů (např. golfové akademie) včetně možností pro zimní sezónu – výstavba v rekultivované krajině Karvinsko - vzhledem k rentabilitě golfových hřišť nedoporučujeme podporu z veřejných prostředků
- Rekonstrukce a výstavba ubytovacích zařízení penzion a hotel *** a více
- Výstavba a rekonstrukce infrastruktury v lyžařských areálech včetně doplnění možností pro letní sezónu, údržba běžkařských tras
2.3.6. Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko

- Rekonstrukce silnic (nebo podpora rekonstrukce) – především těch, které směřují k atraktivitám cestovního ruchu směrem od budované D1
- Rozvoj hippoturistiky, venkovské turistiky a včetně rybolovu
- Další rozvoj atraktivit poznávací turistiky – zámky, odkaz osobností (Mendel, Komenský)
- Další rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku, především výstavba nových stezek
- Rozvoj možností pro relaxaci a wellness
- Výstavba a rekonstrukce infrastruktury v areálu HeiPark včetně doplnění možností pro celoroční využití
- Rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel *** a více
- Další rozvoj atraktivit a služeb využitelných celoročně
- Rozvoj zařízení pro aktivní pobyt - sportovní areály

2.3.7. Turistická oblast Beskydy – Valašsko

- Rekonstrukce silnic (nebo podpora rekonstrukce) – především těch, které směřují k atraktivitám cestovního ruchu s návazností na rychlostní silnici R48
- Další rozvoj ubytovacích zařízení penzion a hotel *** a více, především na Hukvaldech, v okolí Žermanické přehrady a blízkosti letiště Leoše Janáčka (Příbor, Kopřivnice)
- Výstavba a rekonstrukce infrastruktury v lyžařských areálech včetně doplnění možností pro letní sezónu, údržba běžkařských tras
- Další rozvoj atraktivit poznávací turistiky – zařazení Nového Jičína, Příbor a Štramberku do UNESCO, využití značek teritoriálního marketingu a folklórních tradic
- Podpora zájmu investorů
- Rozvoj zařízení pro aktivní pobyt - sportovní areály, přehrada Žermanice
- Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury
- Další rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku, především výstavba nových stezek
- Rozvoj golfových hřišť a doprovodných produktů (např. golfové akademie) včetně možností pro zimní sezónu – vzhledem k rentabilitě golfových hřišť nedoporučujeme podporu z veřejných prostředků
- Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky
- Rozvoj možností pro relaxaci a wellness – Čeladná, ubytovací zařízení apod.
- Další rozvoj atraktivit a služeb – Lysá hora, Krásná, Čeladná, Ostravice, Frýdlant nad Ostravicí, Pustevny-Radhošť, území obcí Lašské brány
- Rozvoj a rekonstrukce kapacit pro incentivu a kongresovou turistiku – ubytovací zařízení
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

aktualizace s výhledem do roku 2015

ČÁST D: NÁVRHOVÁ ČÁST A AKČNÍ PLÁN

Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Ostrava 2008 - 2009
1. Návrhová část


**Generální vize rozvoje**

Moravskoslezský kraj je destinací, která disponuje pestrou škálou atraktivit a služeb, z nichž řada představuje konkurenční výhody. Rozvoj atraktivit, za současné optimální komunikace a organizace řízení cestovního ruchu může znamenat celkový vzestup cestovního ruchu jako ekonomického odvětví.

**Rozšířená vize rozvoje**

Při naplňování tří hlavních prioritních os – viz dále v návrhové části – je reálné podpořit vzestup cestovního ruchu jako ekonomického odvětví. Hlavními **měřitelnými cíli** by měl být pozitivní rozvoj následujících indikátorů:

- meziroční diferencovaný růst návštěvnosti o 5 % a jeho udržení;
- lojalita návštěvníků – index CLI – minimálně 80% a udržení této hranice;
- spokojenost návštěvníků – min. 80 % návštěvníků je spokojeno s návštěvou regionu;
- zvýšení průměrné doby pobytu návštěvníků o 2 dny (cíl na období do roku 2013).

1.2. Strategie

Následující schéma představuje základní prioritní osy a priority strategie. Dle tohoto členění je dále strukturován akční plán. Konkrétní opatření, která vzešla ze SWOT analýz a syntézy jsou popsána dle jednotlivých priorit v tabulce.
1.2.1. Strategická opatření 1. prioritní osy Spolupráce

Priorita 1: Management destinace

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Spolupráce</td>
<td>Udržení systému spolupráce mezi MSK a jeho partnery včetně jejich financování</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Kvalitní práce partnerů KLACR, o. s. a DMMS, o.p.s.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Fungování poradního sboru</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Fungování společností destinačního managementu v TO</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Spolupráce mezi aktéry uvnitř TO</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Napojení TO Jeseníky na společnost destinačního managementu v Olomouckém kraji (Jeseníky - SCR)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Spolupráce KLACR, o. s. s poskytovateli služeb v CR</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Vzdělávání aktérů a zaměstnanců v CR prostřednictvím DMMS, o.p.s.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Zajišťování statistických dat MSK z CzT a ČSÚ</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Zajištění komunikace s polskými a slovenskými partnery</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Podpora společností destinačního managementu v TO</td>
</tr>
</tbody>
</table>
1.2.2. Strategická opatření 2. prioritní osy Marketing

### Priorita 1: Domácí klientela

<table>
<thead>
<tr>
<th>Marketing</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím internetu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím propagačních materiálů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím CK</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím veletrhů cestovního ruchu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím médií</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Využití trendů v propagaci – GPS navigace (s respektováním hodnot zvláště chráněných území), možnosti internetu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace stěžejních konkurenčních výhod</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace možností pro firmy – incentivy a kongresová turistika</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace zážitkové turistiky</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace možností kultury a zábavy</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace možností nákupů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace kvalitních ubytovacích zařízení – penziony, hotely *** a více</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace dopravní dostupnosti s preferencí hromadné dopravy</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace pozitivního vztahu Čechů k MSK a vůči po návratu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace konkurenčních výhod letní sezóny</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace cenové dostupnosti oproti zahraničí</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace blízkosti a propojenosti s Polskem a Slovenskem</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace 7 a více denních pobytů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace kvalitních možností v zimě</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace dobrého ŽP, kvalitních silnic a služeb</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace produktů teritoriálního marketingu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Využití corporate design manuálu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zavedení on-line prodeje produktů včetně customizovaného přístupu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Vytvoření balíčků v cestovním ruchu</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Priorita 2: Zahraniční klientela

<table>
<thead>
<tr>
<th>Marketing</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Komunikace s cílovými trhy: SK, PL, DE, AT, NL, LT, LV, UK, RU</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím internetu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím propagačních materiálů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím CK</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím veletrhů cestovního ruchu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace prostřednictvím médií</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Využití trendů v propagaci – GPS navigace (s respektováním hodnot zvláště chráněných území), možnosti internetu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace příslušnosti MSK k přátelské České republice</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace polohy uprostřed Evropy</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace blízkosti významných atraktivit evropského měřítka (UNESCO)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komunikace hlavních konkurenčních výhod a krásné přírody jako „obalu“</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Komunikace

- **českého piva**
- **dopravní dostupnosti letadlem, autem i vlakem s preferencí hromadné dopravy**
- možností ubytování v penzionech a hotelech*** a více
- **7 a více denních pobytů**
- **láta jako optimální doby pro návštěvu MSK**
- **MSK jako alternativu k Praze, Maďarsku, Rakousku a Slovensku**
- **jazykové vybavenosti**
- **s Poláky s obsahem blízkosti MSK**
- **mladými Poláky a Slováky s obsahem možností aktivního vyžití**
- **se Slováky s obsahem lyžování pro nenáročné**
- **corporate design manuálu**
- **on-line prodeje produktů včetně customizovaného přístupu**
- **v cestovním ruchu**

### 1.2.3. Strategická opatření 3. prioritní osy Realizační předpoklady CR

**Priorita 1: Moravskoslezský kraj**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Realizační předpoklady CR</strong></td>
<td><strong>Rozvoj dopravní infrastruktury – letiště Mošnov, rozvoj sítě dálnic, rychlostních silnic a silnic, parkovišť a atraktivit</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj půjčovn aut a jízdních kol – především jízdních kol</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj dopravní obslužnosti atraktivit</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj navigačních systémů k atraktivitám</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj atraktivit poznávací turistiky</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj golfových hřišť a doprovodných produktů</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Výstavba nových cyklostezek</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj lyžařských areálů – výstavba infrastruktury, údržba běžkařských tras</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj možností pro relaxaci/wellness a doprovodných služeb v lázních</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj kulturních zařízení a akcí</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel</strong>* a více**</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj kapacit pro incentivu a kongresovou turistiku (VŠB-TUO)</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj zážitkové turistiky</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj možností pro aktivní pobyt – např. vodácké turistiky</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Priorita 2: Turistická oblast Jeseníky**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Realizační předpoklady CR</strong></td>
<td><strong>Rozvoj dopravní infrastruktury – silnic</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Výstavba nových cyklostezek</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj atraktivit poznávací turistiky</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj lyžařských areálů – výstavba infrastruktury, údržba běžkařských tras</strong></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Rozvoj možností pro relaxaci/wellness a doprovodných služeb v lázních</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Prioritní osa</td>
<td>Opatření</td>
</tr>
<tr>
<td>--------------</td>
<td>----------</td>
</tr>
<tr>
<td>Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj oblastí Slezská Harta, Osoblážsko a lokality Jánské Koupel</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel*** a více</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností pro aktivní pobyt</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Priorita 3: Turistická oblast Opavské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prioritní předpoklady CR</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj dopravní infrastruktury – silnic s důrazem na I/11</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj atraktivit využitelných v letní sezóně</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj atraktivit poznávací turistiky – pohraniční opevnění, SZMO, Hradec n. M.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj golfových hřišť a doprovodných produktů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Výstavba nových cyklostezek</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj atraktivit CR ve městě Opava</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj zážitkové turistiky</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností pro aktivní pobyt</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností pro relaxaci/wellness</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel*** a více</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Priorita 4: Turistická oblast Ostravsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prioritní předpoklady CR</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj dopravní obslužnosti atraktivit a letiště Mošnov</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj dopravní infrastruktury – rozvoj a rekonstrukce sítě dálnic, rychlostních silnic, silnic, ulic a parkovišť u atraktivit</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj zařízení a možností pro aktivní pobyt</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj kapacit pro incentivu a kongresovou turistiku (VŠB-TUO)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj atraktivit poznávací turistiky – technické památky, ZOO, muzea</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností v oblasti lázeňství – Sanatoria Klimkovice</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj kulturních zařízení a akcí, podpora Ostrava HMK 2015</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Priorita 5: Turistická oblast Těšínské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prioritní předpoklady CR</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj dopravní infrastruktury – silnic s důrazem na I/11</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj možností pro relaxaci/wellness a lázeňství – termální prameny</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Výstavba nových cyklostezek</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj kulturních zařízení a akcí – folklórní tradice</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj atraktivit poznávací turist. – muzea, archepark Chotěbuz, zámek Fryštát</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj a výstavba golfových hřišť a doprovodných produktů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel*** a více</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj lyžařských areálů – výstavba infrastruktury, údržba běžkařských tras</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj obecné nabídky atraktivit a služeb v cestovním ruchu</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Priorita 6: Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Realizační předpoklady CR</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj dopravní infrastruktury – včetně souvislosti s dostavbou dálnice D 1</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky včetně rybolovu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj atraktivit poznávací turistiky – zámky, odkazy osobností</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Výstavba nových cyklostezek</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj možností pro relaxaci/wellness</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj zařízení a možností pro aktivní pobyt – HelPark, sportovní areály</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel*** a více</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj obecné nabídky atraktivit a služeb v cestovním ruchu</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Priorita 7: Turistická oblast Beskydy - Valašsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prioritní osa</th>
<th>Realizační předpoklady CR</th>
<th>Opatření</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj dopravní infrastruktury – včetně souvislosti s dostavbou r.s. R 48</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení penzion a hotel*** a více – s důrazem na oblasti Žermanické přehrady a Hukvald</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj lyžařských areálů – výstavba infrastruktur, údržba běžkařských tras</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj atraktivit poznávací turistiky – MPR (včetně podpory zařízení do Unesco), folklórní tradice, teritoriální marketing</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Podpora zájmu investorů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj pěších turistických tras a doprovodné infrastruktury</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Výstavba nových cyklostezek</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj golfových hřišť a doprovodných produktů</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj možností pro relaxaci/wellness – Čeladná, ubytovací zařízení</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj obecné nabídky atraktivit a služeb v cestovním ruchu – Lysá hora, Krásná, Čeladná, Ostravice, Frydant n. O., Pustevny - Radhošt’</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Rozvoj kapacit pro incentivu a kongresovou turistiku – ubytovací zařízení</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

1.2.4. Podpora prioritních lokalit Moravskoslezského kraje

Na základě dohody širšího spektra aktérů v Moravskoslezském kraji, to jak z veřejného sektoru, tak ze soukromého sektoru, doporučuje Marketingová strategie kromě tematické podpory také územní podporu cestovního ruchu v turisticky významných územích s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb cestovního ruchu. Podpora v těchto územích bude poskytnuta průřezově (v oblasti marketingu, spolupráce i vzniku atraktivit). Investice do takových lokalit v regionu povedou k vytvoření významných konkurenčních výhod. Díky koncentraci a provázanosti investic může dojít k vytvoření významných atraktivit, které mohou odlišit Moravskoslezský kraj a zvýšit jeho konkurenceschopnost v oblasti cestovního ruchu. Marketingová strategie doporučuje využít čerpání prostřednictvím systému
Integrovaných plánů rozvoje území s následnou specifikací projektů a alokovaných prostředků do vybraných prioritních lokalit.

Kritéria pro identifikaci a následnou podporu daných prioritních lokalit byla stanovena tak, aby díky následné podpoře byly odlišeny skutečné nadregionální konkurenční výhody v cestovním ruchu. Podporovány budou aktivity, které povedou k významnému odlišení vybraných prioritních lokalit, případně takové, jejichž realizace povede k dosažení vyšší kvalitativní úrovni těchto lokalit v cestovním ruchu. Na základě níže uvedených kritérií byly vybrány tři prioritní lokality, které mohou pro okruh aktivit využít vyhrazené prostředky z ROP Moravskoslezsko. Jedná se o tyto prioritní lokality:

- Území obcí Karlova Studánka a Malá Morávka
- Území obcí Ostravice a Staré Hamry
- Území obcí Jablunkov, Hrčava, Písečná, Bukovec, Písek, Dolní Lomná

Dle metodiky IPRÚ bude umožněna realizace aktivit i mimo uvedená katastrální území, pokud budou mít souvislost s aktivitami v podporovaném území (např. přesah u lineárních staveb, marketingové a PR aktivity apod.)

Tři prioritní lokality byly vybrány na základě zjištění v analýze, kdy pro návštěvníky jsou důležité faktory jako dopravní dostupnost, ubytovací zařízení vyšší kategorie (i v přípravě), atraktivity poznávací turistiky, atraktivity pro aktivní turistiku, wellness nebo lázeňská zařízení, vyžití v zimě. Z technického hlediska je pak důležitá připravenost projektů a aktivita aktérů. Důležité rovněž je, že díky iniciaci může ve všech třech oblastech dojít ke zvýraznění významných konkurenčních výhod (lázeňství, termální prameny, wellness, aktivní turistika i v zimě, hory, poznávací turistika) a vytvoření významných nadregionálních center cestovního ruchu.

Co se týče dopravní dostupnosti, pak u všech uvedených lokalit je v dosahu silnice první třídy (I/11 a I/56). Ubytovací zařízení vyšší kategorie se nacházejí ve všech vybraných oblastech. V oblasti Malá Morávka a Karlova Studánka je k dispozici 69 ubytovacích zařízení, z toho čtyři hotely***. Samotné lázeň Karlova Studánka pak disponují 7 lázeňskými domy s pokoji 1. kategorie s 473 lůžky. Na katastru obcí Jablunkov, Hrčava, Písečná, Bukovec, Písek a Dolní Lomná se nachází 14 ubytovacích zařízení se 3 hotely***, nicméně ve spádové oblasti Jablunkovska jsou kapacity dostačující, to včetně ubytování vyšší kategorie. Navíc existuje výhled výstavby nových zařízení v souvislosti s projektem termálních pramenů a Kempaland Bukovec. V prioritní lokalitě Ostravice a Staré Hamry se

Kromě prioritních lokalit byly vybrány také další lokality, které slouží jako rezerva pro případ, že primární lokality nevyčerpat ou určenou alokaci. Jako sekundární lokality byly stanoveny tyto:

- Území měst a obcí Kopřivnice, Štramberk, Hukvaldy, Příbor, obce Lašské brány
- Území správního obvodu obcí s rozšířenou působností Karviná a Orlová
- Území správního obvodu obcí s POÚ Osoblaha a Město Albrechtice
- Území města a obce Hradec nad Moravicí a Raduň
- Území turistické oblasti Poodří – Moravské Kravařsko
- Území obcí Leskovec n. M., Razová, Roudno, Nová Pláň, Bílčice, Mezina

Podpora a její způsob u tří uvedených prioritních lokalit bude explicitně specifikována Regionální radou Regionu soudržnosti Moravskoslezsko v metodice pro zpracování Integrovaných plánů rozvoje území a pode podmíněna předložením a schválením těchto Integrovaných plánů pro každou z prioritních lokalit. Marketingová strategie dále doporučuje podporu následujících tématických okruhů do rámce finanční podpory prioritních oblastí. Na tomto místě je třeba poznamenat, že se jedná pouze o indikativní seznam tématických okruhů. Rozhodující pro podporu bude výsledná podoba metodiky pro zpracování Integrovaných plánů rozvoje území.
Území obcí Karlova Studánka a Malá Morávka:

- Dopravní infrastruktura pro návštěvníky
- Sportovní a relaxační / wellness areály a infrastruktura
- Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení

Území obcí Ostravice a Staré Hamry:

- Sportovní a relaxační / wellness areály a infrastruktura
- Výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení
- Rozvoj kapacit kongresové a incentivní turistiky

Území obcí Jablunkov, Hrčava, Písečná, Bukovec, Písek, Dolní Lomná

- Sportovní a relaxační / wellness areály a infrastruktura
- Využití potenciálu termálních vod
2. Akční plán

Následující akční plán představuje souhrn připravovaných projektů a aktivit, které by měly vést k naplňení prioritních os, opatření a cílů marketingové strategie. Jejich potřeba vychází z provedené syntézy (SWOT analýzy) a návrhové části. Akční plán je členěn dle tří prioritních os a dále dle jednotlivých priorit. K podpoře projektů a aktivit by se mělo přihlížet dle stanovených opatření, které v sobě obsahují oblasti rozvoje cestovního ruchu nutné k prioritní podpoře. Pro bližší informace projektům kontaktujte uvedené garanty.

Základní členění Akčního plánu je následující:

- Akční plán prioritní osy 1 Spolupráce
- Akční plán prioritní osy 2 Marketing
- Akční plán prioritní osy 3 Realizační předpoklady CR


**Environmentální hodnocení projektů**

Environmentální hodnocení projektů při jejich výběru (rozhodování, zda jejich realizace bude podporována v rámci Marketingové strategie) by mělo být z hlediska vlivů implementace Marketingové strategie na životní prostředí prováděno pomocí environmentálních indikátorů (kritérií) pro výběr projektů. Stanovení environmentálních kritérií výběru projektů a jejich zařazení do systému výběru je z tohoto důvodu jedním z nástrojů souladu evidovaných
projektů s deklarátorním charakterem prioritních os a priorit Koncepce. Hodnocení projektů dle navržených kritérií by mělo být prováděno jako nedílná součást rozhodování o schválení (přidělení) finanční dotace konkrétnímu projektu. Hodnocení dle environmentálních kritérií by tedy mělo být součástí souhrnného hodnocení předkládaného projektu v rámci výběrového řízení. Na základě hodnocení projektů dle environmentálních kritérií by měly být následně schváleny či doporučeny k realizaci pouze ty projekty, které nebudou mít negativní vliv na životní prostředí. Současně by měly být v případě věcně stejných projektů doporučeny k realizaci ty projekty, které budou hodnoceny jako příznivější z hlediska životního prostředí.

Environmentální hodnocení projektů má odpovědět na otázku, jakým způsobem může předkládaný projekt ovlivnit životní prostředí ve smyslu referenčních cílů ochrany životního prostředí.

Environmentální hodnocení projektů v rámci jejich přípravy a výběru je navrhováno ve dvou fázích:

- a) Předprojektové environmentální hodnocení při přípravě projektů,
- b) Formální environmentální hodnocení v rámci výběrových řízení.

a) Předprojektové hodnocení (platí pro projekty financované předkladatelem)

Je velmi důležité, aby předkladatelé projektů měli možnost seznámit se s hodnotícími kritérii již před zahájením zpracování projektové žádosti a mohli tak svůj návrh projektu nastavit tak, aby obdržel co nejlepší hodnocení z hlediska jeho dopadů na životní prostředí. Předprojektové hodnocení tedy bude provádět sám předkladatel. Možnost předprojektového hodnocení povede ke zkvalitnění přípravy projektů a k úsporám finančních prostředků na zpracování dokumentace projektů nesplňujících hodnotící kritéria. Hodnocení projektu z hlediska životního prostředí se bude provádět formou slovního hodnocení, to znamená konstatováním pro jednotlivá environmentální kritéria, že projekt na ně má pozitivní/žádný/negativní vliv.

b) Formální environmentální hodnocení při výběru projektů

Formální environmentální hodnocení projektu bude prováděno jako nedílná součást výběrových řízení pro udělení dotace v rámci Koncepce. Tato hodnocení by měla provádět hodnotící komise projektů. Pří hodnocení by měly být používány především kvantitativní údaje o možných vlivech projektu na jednotlivá environmentální kritéria. Na základě hodnocení může hodnotitel navrhovat změny či doplnění projektu a/nebo podmínky pro jeho realizaci. V průběhu realizace projektu by pak měla být prováděna kontrola dodržování a naplňování
Stanovených podmínek. Jejich případné nedodržení v průběhu realizace projektu může vést ke změně rozhodnutí o přidělení finančních prostředků na daný projekt.

Environmentální kritéria pro výběr projektů

Zpracovatel SEA navrhl pro jednotlivé referenční cíle ochrany životního prostředí následující environmentální kritéria, která jsou uvedena v následující tabulce. Tato kritéria by měla být začleněna do systému hodnocení a výběru projektů. Předkladatel Koncepce přitom může provést jejich výběr, úpravu či změny dle svých potřeb a požadavků tak, aby kritéria co nejlépe reflektovala zaměření předkládaných a hodnocených projektů. Na systém výběru projektů s využitím environmentálních kritérií bude navázán systém monitoringu vlivu provádění Marketingové strategie na životní prostředí a veřejné zdraví. Informativní pomoc při hodnocení projektu z hlediska jejich vlivu na životní prostředí poskytne zadavatel Marketingové strategie (Moravskoslezský kraj).

Referenční cíle a environmentální kritéria pro výběr projektů

<table>
<thead>
<tr>
<th>Referenční cíl</th>
<th>Otázky pro hodnocení a výběr projektů z hlediska životního prostředí</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Snížovat emise prioritních znečišťujících látek - oxidu sířičitého, oxidů dusíku, tuhých znečišťujících látek – především suspendovaných částic PM$<em>{10}$ a PM$</em>{2.5}$ a těkavých organických látek</td>
<td>Příspěvek realizace projektu ke snížení emisí prioritních znečišťujících látek, především tuhých znečišťujících látek?</td>
</tr>
<tr>
<td>Snížovat koncentrace suspendovaných částic v ovzduší, především velikosti PM$<em>{10}$ a PM$</em>{2.5}$, pod úroveň platných limitů, především v OZKO</td>
<td>Příspěvek realizace projektu ke snížení koncentrace škodlivých látek v ovzduší: 1. suspendovaných částic 2. snížení koncentrací v OZKO</td>
</tr>
<tr>
<td>Chránit krajinu a funkci místní krajiny</td>
<td>Ovlivní projekt negativně krajiný ráz?</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Chránit ohniska („hot-spots“) biodiverzity

Pozn.: Za významná ohniska biodiverzity považovat maloplošná zvláště chráněná území, 1. zóny národních parků a chráněných krajiných oblastí, lokality soustavy

<table>
<thead>
<tr>
<th>Otázka</th>
<th>Odpověď</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Má projekt významný pozitivní/negatívni vliv na ohnisko biodiverzity?</td>
<td>[ano/ne]</td>
</tr>
<tr>
<td>Dojde k narušení základních ochranných podmínek, zvláště chráněných území?</td>
<td>[ano/ne]</td>
</tr>
<tr>
<td>Dojde k narušení územní ochrany a integrity lokalit soustavy Natura 2000 (EVL a PO)?</td>
<td>[ano/ne]</td>
</tr>
<tr>
<td>Dojde k negativnímu ovlivnění nebo likvidaci biotopů s výskytem zvláště chráněných druhů?</td>
<td>[ano/ne]</td>
</tr>
<tr>
<td>Dojde k negativnímu ovlivnění přirodních stanovišť?</td>
<td>[ano/ne]</td>
</tr>
<tr>
<td>Dojde ke zvýšení frekvence krajin a snížení její průchodnosti?</td>
<td>[ano/ne]</td>
</tr>
<tr>
<td>Referenční cíl</td>
<td>Otázky pro hodnocení a výběr projektů z hlediska životního prostředí</td>
</tr>
<tr>
<td>--------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Chránit povrchové a podzemní vody (včetně ochrany CHOPAV)</td>
<td>Natura 2000, skladebné prvky územních systémů ekologické stability a podobně.</td>
</tr>
<tr>
<td>Snížit produkci odpadů, zejména nebezpečných</td>
<td>Může projekt ohrozit kvalitu povrchových a podzemních vod?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Může projekt ohrozit ochranné podmínky CHOPAV?</td>
</tr>
<tr>
<td>Snížovat zátěž populace v sídlech z expozice hlukem</td>
<td>Dojde v rámci projektu ke snížení/zvýšení produkce nebezpečných odpadů?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Přispívá projekt ke zvýšení či snížení hlukové zátěže?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Pokud ano, tak jakou měrou?</td>
</tr>
<tr>
<td>Využit prvky systému environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty pro potřeby šetrného cestovního ruchu</td>
<td>Přispívá projekt k podpoře využití EVVO pro potřeby šetrného cestovního ruchu?</td>
</tr>
<tr>
<td>Podporovat rozvoj šetrné (ekologicky únosné) turistiky, zejména ekoturistiky</td>
<td>Přispívá projekt k rozvoji šetrné (ekologicky únosné) turistiky, zejména ekoturistiky?</td>
</tr>
</tbody>
</table>
## 2.1. Akční plán prioritní osy 1: Spolupráce

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Řídící skupina a workshops KLACR</td>
<td>Koncepce, koordinace a schvalování aktivit KLACR</td>
<td>KLACR</td>
<td>KLACR, MSK</td>
<td>2009-2015</td>
<td>-</td>
<td>MSK, ROP 2.2.4</td>
<td>Fungování klastru, koordinace aktivit při naplňování cílů marketingové strategie</td>
</tr>
<tr>
<td>Projektový manažer KLACR</td>
<td>Řízení Klastru cestovního ruchu Moravskoslezského kraje</td>
<td>KLACR</td>
<td>KLACR</td>
<td>2009-2015</td>
<td>4 000 000</td>
<td>MSK, ROP 2.2.4</td>
<td>Řízení profesního sdružení klastrového charakteru</td>
</tr>
<tr>
<td>Zvyšování kvalifikace v oblasti CR</td>
<td>Rozvoj zaměstnanců v CR</td>
<td>Podnikatéře a zaměstnanci v CR</td>
<td>KLACR</td>
<td>2009-2015</td>
<td>8 000 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
<td>Zlepšení služeb poskytovaných v oblasti CR a následně celého postavení CR v MSK</td>
</tr>
<tr>
<td>Poradní sbor CR v MSK</td>
<td>Poradní role vůči aktivitám MSK</td>
<td>MSK, členové PS TO</td>
<td>MSK, poradní sbor</td>
<td>2009-2015</td>
<td>-</td>
<td>MSK, ROP 2.2.4</td>
<td>Přípravování aktivit MSK při rozvoji CR</td>
</tr>
<tr>
<td>DMMS, o.p.s. – zajištění fungování partnerské instituce</td>
<td>Realizace aktivit v oblasti vzdělávání aktérů v CR</td>
<td>DMMS, o.p.s</td>
<td>DMMS, MSK</td>
<td>2009-2015</td>
<td>-</td>
<td>MSK, ROP 2.2.4</td>
<td>Naplnění cílů marketingové strategie v oblasti vzdělávání aktérů v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Destinační management turistických oblastí v MSK</td>
<td>Fungování 6 DM v jednotlivých turistických oblastech MSK</td>
<td>MSK, aktéři CR v TO</td>
<td>DM TO, MSK</td>
<td>2009-2015</td>
<td>-</td>
<td>MSK, ROP 2.2.4</td>
<td>Naplnění cílů marketingové strategie v oblasti řízení CR v TO</td>
</tr>
<tr>
<td>Platforma pro rozvoj turismu v česko-slovenském příhraničí, Těšínské Beskydy-Horné Kysuce</td>
<td>Výměna informací mezi informačními centry, společný marketing v definovaných oblastech</td>
<td>informační centra, subjekty CR na české i slovenské straně, návštěvníci a turisté</td>
<td>Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Trinci, Regionální rozvojová agentura Kysuc</td>
<td>2009-2011</td>
<td>782 000</td>
<td>OPPS SR-ČR</td>
<td>Rozvoj turismu v česko-slovenském příhraničí</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Partnerství cestovního ruchu v Těšínském Slezsku</td>
<td>Zajištění dlouhodobého partnerství v organizaci cestovního ruchu v Těšínském Slezsku na principích systému destinačního managementu</td>
<td>Občané, podnikatelé v cestovním ruchu, návštěvníci, turisté</td>
<td>Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Trinci, SM Karviná, atd.</td>
<td>2009-2011</td>
<td>3 200 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
<td>Zajištění dlouhodobého partnerství v organizaci cestovního ruchu v Těšínském Slezsku na principích systému destinačního managementu</td>
</tr>
<tr>
<td>Spolupráce s okolními obcemi a městy pod hlavníkou Lašské brány Beskyd</td>
<td>Zajištění funkční spolupráce obci v oblasti cestovního ruchu</td>
<td>Potenciální turisté a návštěvníci oblasti</td>
<td>Město Kopřivnice obce Lašské brány Beskyd</td>
<td>Trvale</td>
<td></td>
<td>Město Kopřivnice</td>
<td>Zlepšení propagace oblasti a posílení rozvoje cestovního ruchu v oblasti</td>
</tr>
</tbody>
</table>
# Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

## 2.2. Akční plán prioritní osy 2: Marketing

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kraj mnoha barev a příležitostí II.</td>
<td>Účast na veletrzích cestovního ruchu v tuzemsku i zahraničí, tvorba a distribuce informačních a propagačních materiálů pro podporu cestovního ruchu, pořádání konferencí a prezentačních akcí na téma cestovního ruchu v regionu, propagace cestovního ruchu regionu prostřednictvím prezentací v odborných časopisech i denním tisku</td>
<td>Turisté, obyvatelé kraje</td>
<td>Moravskoslezský kraj, turistické oblasti</td>
<td>2008-2010</td>
<td>30 100 000</td>
<td>ROP 2.4</td>
<td>Naplnění cílů Marketingové strategie</td>
</tr>
<tr>
<td>Kraj mnoha barev a příležitostí III.</td>
<td>Účast na veletrzích cestovního ruchu v tuzemsku i zahraničí, tvorba a distribuce informačních a propagačních materiálů pro podporu cestovního ruchu, pořádání konferencí a prezentačních akcí na téma cestovního ruchu v regionu, propagace cestovního ruchu regionu prostřednictvím prezentací v odborných časopisech i denním tisku</td>
<td>Turisté, obyvatelé kraje</td>
<td>Moravskoslezský kraj, turistické oblasti</td>
<td>2010-2013 (2015)</td>
<td>30 000 000</td>
<td>ROP 2.4</td>
<td>Naplnění cílů Marketingové strategie</td>
</tr>
<tr>
<td>Marketingová podpora cestovního ruchu MSK v Polsku</td>
<td>Mediální kampaň, propagační materiály, TV a rozhlasové spoty, statistická šetření jako podklad spokojenosti polského turisty, Famtripy a presstripy</td>
<td>Zahraniční turisté a návštěvníci regionu, obyvatelé Polska, podnikatelé v CR</td>
<td>Moravskoslezský kraj, Slezské vojevodství</td>
<td>OPPS ČR-PL 2.2.</td>
<td>Zvýšení povědomí o Moravskoslezském kraji ze strany polských turistů a naopak</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Využití Marketingové strategie v aktivitách CR MSK II.</strong></td>
<td>Využití Marketingové strategie v aktivitách CR MSK II.</td>
<td>Využití Marketingové strategie v aktivitách CR MSK II.</td>
<td>Využití Marketingové strategie v aktivitách CR MSK II.</td>
<td>Využití Marketingové strategie v aktivitách CR MSK II.</td>
<td>Využití Marketingové strategie v aktivitách CR MSK II.</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Využití Marketingové strategie v aktivitách CR MSK III.</strong></td>
<td>Turisté, obyvatelé kraje, Moravskoslezský kraj, 2008-2010</td>
<td>Turisté, obyvatelé kraje, Moravskoslezský kraj, 2010-2013</td>
<td>Turisté, obyvatelé kraje, Moravskoslezský kraj, 2009-2012</td>
<td>Moravskoslezský kraj – turistů cíl a ráj</td>
<td>Komplexní marketing kraje zaměřený především na CR a propagaci MSK v ČR a zahraniční</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>6 000 000</td>
<td>60 100 000</td>
<td>65 000 000</td>
<td>Naplnění cílů Marketingové strategie</td>
<td>Naplnění cílů Marketingové strategie</td>
<td>Naplnění cílů Marketingové strategie</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Vítejte v Žilinském a Moravskoslezském kraji - v turistickém ráji

**Rozvoj internetových stránek Moravskoslezského kraje**
- Rozšíření množství informací pro turisty, zajištění jazykových mutací, rozvoj 3D modelu ortofotomapy, napojení na databázi TourData
  - Uživatelé internetu
  - Moravskoslezský kraj, ARR
  - 2009-2013
  - MSK, ARR
  - Zlepšení stavu jednoho ze stěžejních informačních zdrojů pro stávající i potencionální návštěvníky.

**Rozvoj databáze TourData**
- Naplňování databáze subjekty, postupné propojování s internetovými stránekami MSK, cílená nabídka využití
  - Touroperátoři, subjekty CR
  - KLACR
  - 2009-2013
  - MSK
  - Zlepšení stavu B2B databáze jako důležitého nástroje pro komunikaci s touroperátory

**Společně správným směrem**
- Kooperace rozvojových a marketingových aktivit akterů v CR, partnerství subjektů, medializace, setkávání
  - Subjekty CR v MSK
  - KLACR, MSK, DM TO
  - 2010-2012
  - 10 000 000
  - ROP 2.2.4
  - Podpora kooperace v oblasti CR v MSK

**Interaktivní mapový informační a rezervační systém**
- Vytvoření funkčního informačního a certifikačního systému, fotobanky, to vše na bázi partnerství
  - Podnikatelé v CR, návštěvníci a obyvatele MSK
  - KLACR
  - 2010-2011
  - 5 000 000
  - ROP 2.2.4
  - Želektivnění komunikace s cílovými skupinami, systemizace úrovně služeb, stimulace podnikatelů v CR k zlepšování infrastruktury a personálního zajištění služeb v CR

**Cestovní ruch bez bariér**
- Partnerství pro poskytování služeb v oblasti bezbariérového cestování, propagační produkty, webový portál, hodnocení zařízení CR
  - Podnikatele v CR, návštěvníci MSK, tělesně postižení lidé
  - KLACR, MSK, Kazuist
  - 2010-2012
  - 7 000 000
  - ROP 2.2.4
  - Podpora a propagace bezbariérových zařízení a motivací podnikatelů v CR
<table>
<thead>
<tr>
<th>Balíčky zážitků aneb objevující Jeseníky aktivně, dobrodružně, tradičně i netradičně</th>
<th>Produktové balíčky CR a marketingový mix informačních a propagačních produktů (webový rezervační a prodejní systém, tiskoviny apod.)</th>
<th>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníků (individuální i skupiny)</th>
<th>CK Valašské království, město Bruntál, město Krnov, mikroregion Slezská Harta, MAS Hrubý Jeseník, MAS Nízký Jeseník, MAS Krnovsko, MAS Rýmařovsko</th>
<th>2009-2011</th>
<th>4 800 000</th>
<th>ROP 2.2.4</th>
<th>Využití potenciálu CR Jeseníků a rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Balíčky zážitků aneb objevující Beskydy aktivně, dobrodružně, tradičně i netradičně</td>
<td>Produktové balíčky CR a marketingový mix informačních a propagačních produktů (webový rezervační a prodejní systém, tiskoviny apod.)</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Beskyd (individuální i skupiny)</td>
<td>CK Valašské království, Město Frýdek-Místek, Region Beskydy, SO Jablunkovsko, Lašská brána</td>
<td>2009-2011</td>
<td>4 800 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
<td>Využití potenciálu CR Beskyd a rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti.</td>
</tr>
<tr>
<td>Balíčky zážitků aneb objevující Opavsko aktivně, dobrodružně, tradičně i netradičně</td>
<td>Produktové balíčky CR a marketingový mix informačních a propagačních produktů (webový rezervační a prodejní systém, tiskoviny apod.)</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Opavska (individuální i skupiny)</td>
<td>CK Valašské království, město Opava, Opavsko</td>
<td>2009-2011</td>
<td>4 800 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
<td>Využití potenciálu CR Opavská a rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti.</td>
</tr>
<tr>
<td>Balíčky zážitků aneb objevující Poodří aktivně, dobrodružně, tradičně i netradičně</td>
<td>Produktové balíčky CR a marketingový mix informačních a propagačních produktů (webový rezervační a prodejní systém, tiskoviny apod.)</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Poodří a Moravského Kravařska (individuální i skupiny)</td>
<td>CK Valašské království, Mikroregion Poodří - Moravské Kravařska</td>
<td>2009-2011</td>
<td>3 000 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
<td>Využití potenciálu CR Poodří a rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti.</td>
</tr>
<tr>
<td>Propagace vodáckých cest</td>
<td>Mapy propagační materiály v počtu 100-200 výtisků pro infocentra</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Vodácké a podnikatelské subjekty z MSK</td>
<td>2009-2015</td>
<td>230 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozvoj vodácké a ekoturistiky</td>
</tr>
<tr>
<td>INFOTUR2</td>
<td>Integrace nabídky cestovního ruchu v turistických produktech a jejich propagace</td>
<td>Návštěvníci, všechny cílové skupiny</td>
<td>Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci, Sdružení Olza</td>
<td>2009-2010</td>
<td>2 000 000</td>
<td>OPPS ČR-PL FMP TS</td>
<td>Vytvoření nových produktů resp. jejich variabilní sestavování, navigační a informační systém o produktech</td>
</tr>
<tr>
<td>Marketingová strategie města</td>
<td>Vytvoření funkčního materiálu pro práci s cílovými skupinami</td>
<td>Potenciální turisté a návštěvníci města</td>
<td>Město Kopřivnice Regionální muzeum Kopřivnice, provozovatel IC</td>
<td>Beskydy-VALAŠSKO, racr., KLACR, o.s.</td>
<td>2009-2012</td>
<td>6 000 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
</tr>
<tr>
<td>--------------------------</td>
<td>-------------------------------------------------</td>
<td>----------------------------------</td>
<td>-------------------------------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
<td>------------</td>
<td>-----------</td>
<td>---------</td>
</tr>
<tr>
<td>Beskydy Card</td>
<td>Marketingová podpora návštěvnosti turistických atractivit, vznik databázového systému, vytvoření sítě partnerů</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>BESKYDY-VALAŠSKO, racr.</td>
<td>BESKYDY-VALAŠSKO, racr. Východní Morava Spolupráce/partnerství měst a obcí, kterými prochází cyklookruh</td>
<td>2009-2011</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
</tr>
<tr>
<td>Beskydsko-valašský cyklookruh</td>
<td>Marketingové aktivity na podporu nového turistického produktu, tvorba a distribuce propagačního materiálu, část na veletrzích a výstavách, výroba expozičních prvků, mapa s vyzařením okruhu Hra – propagační materiál Partnerství mezi kraji MSK a ZLK</td>
<td>Turisté, obyvatelé kraje, ČR</td>
<td>BESKYDY-VALAŠSKO, racr.</td>
<td>BESKYDY-VALAŠSKO, racr. Východní Morava Spolupráce/partnerství měst a obcí, kterými prochází cyklookruh</td>
<td>2009-2011</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
</tr>
<tr>
<td>Hurá do Beskyd</td>
<td>Tvorba a distribuce informačních propagačních materiálů pro podporu cestovního ruchu v turistické oblasti Beskydy a Valašsko (Hurá na hory, Hurá na kolo, Hurá na hrad apod.), a to ve 4 jazykových mutacích. Účast na veletrzích cestovního ruchu v tuzemsku a zahraničí, pořádání prezentačních akcí</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2009-2011</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce internetových stránek mikroregionu</td>
<td>Nový vzhled internetových stránek</td>
<td>Návštěvníci z ČR, hlavně MS kraje, obyvatelé, organizace, sdružení, podnikatelé</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zpracování a publikování seznamu místních pamětností, kulturních památek</td>
<td>Vznik nových publikací</td>
<td>Návštěvníci z ČR a MSK, obyvatelé, organizace, sdružení</td>
<td>Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2010</td>
<td>ROP</td>
<td>Prezentace mikroregionu, zvýšení povědomí o území, zvýšení atraktivity</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Jednotná propagace mikroregionu Slezská Harta - učený projekt</td>
<td>Jednotný propagační styl</td>
<td>Návštěvníci z ČR a MSK, obyvatelé, organizace, sdružení</td>
<td>Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2010</td>
<td>ROP</td>
<td>Prezentace mikroregionu, zvýšení povědomí o území, zvýšení atraktivity</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Vycházkové trasy Bruntálska</td>
<td>Vydání nové turistické mapy, prezentace, počet vytořených nových směrovek, rozcestníků</td>
<td>Turisté, pěši, cykloturisté</td>
<td>Město Bruntál, Mikroregion Slezská Harta, MAS Hrubý Jeseník</td>
<td>2009-2010</td>
<td>100 000</td>
<td>MAS Hrubý Jeseník</td>
<td>Zkvalitnění turistické infrastruktury v oblasti okolí Bruntálska</td>
</tr>
<tr>
<td>Propagační materiály</td>
<td>Vytvořené sady propagačních materiálů ve stávajícím grafickém provedení</td>
<td>Turisté a návštěvníci</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>1 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Efektivní nástroj pro přilákání a udržení návštěvníků města.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Redesign internetové turistické prezentace</td>
<td>Aktuální a kvalitně zpracovaný portál cestovního ruchu s aplikací nejnovější technologie a postupů, fungující na bázi aktivní spolupráce zapojených subjektů</td>
<td>Obyvatelé, turisté, lázeňští hosté, subjekty působící v CR, orgány místní samosprávy aj.</td>
<td>Statutární město Karviná, Zebrzydowice a jiné polské obce, města a obce karvinského regionu</td>
<td>2009-2011</td>
<td>500 000</td>
<td>OPPS ČR-PL</td>
<td>Zlepšení image města a celého Karvinska, podpora rozvoje cestovního ruchu zajištěním jeho zviditelnění hlavními atraktivitami řeseného území a vytvořením širší a komplexní nabídky s cílem zatraktivnění pobídky pro potenciální návštěvníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Zpracování marketingové koncepce na zlepšení image města</td>
<td>Vytvoření propagačního komplexního baliku turistické nabídky s cílem zajištění efektivní komunikační strategie.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2010</td>
<td>1 000 000</td>
<td>MSK</td>
<td>Zlepšení atraktivity města a podpora cestovního ruchu. Zvýšení počtu návštěvníků a zlepšení image města.</td>
</tr>
<tr>
<td>strany</td>
<td>českopolský rodinný venkov bez hranic - nová česko-polská destinace cestovního ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>--------</td>
<td>----------------------------------------------------------------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013</td>
<td>Podrobná databáze nabídky cestovního ruchu ve vymezeném území, 3 jazyčný pilotní marketingový nástroj podpory rozvoje příjezdového CR v nákladu 20 tis. ks. 2 famtripy pro 2x30 účastníků k navázání kontaktů aktérů CR z daného území</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Město Krnov a partneři - Gmina Prudnik, Město Albrechtice, obec Osoblaha, Slezské zemské dráhy o.p.s.</td>
<td>2009</td>
<td>881 147</td>
<td>OPPS ČR-PR</td>
<td>Podpora ekonomického rozvoje vymezeného území cestou zvýšování konkurenceschopnosti nabídky příjezdového cestovního ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Dolnoslezský venkov bez hranic - nová česko-polská destinace cestovního ruchu</td>
<td>Ustavení českopolské pracovní skupiny, vydávání 12 čísel Kurýra z Krnova a 12 čísel z Prudniku, zajištění propagace a publicity projektu</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Občané příhraničních regionů Krnovska a Prudnicka, subjekty v oblasti kultury, sportu, školství, turistiky, turisté</td>
<td>Občané příhraničních regionů Krnovska a Prudnicka, subjekty v oblasti kultury, sportu, školství, turistiky, turisté</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Město Krnov a partneři - Gmina Prudnik, Město Albrechtice, obec Osoblaha, Slezské zemské dráhy o.p.s.</td>
<td>2009-2011</td>
<td>2 329 542</td>
<td>OPPS ČR-PR</td>
<td>Zvýšení příjmů z cestovního ruchu, zvýšení zaměstnanosti ve službách cestovního ruchu a v doplňkových či participujících odvětvích (obchod, řemesla, zemědělství, potravinářství, gastronomie apod.)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Českopolský informační kurýr</td>
<td>Ustavení českopolské pracovní skupiny, vydávání 12 čísel Kurýra z Krnova a 12 čísel z Prudniku, zajištění propagace a publicity projektu</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Českopolský informační kurýr</td>
<td>Českopolský informační kurýr, ustavení českopolské pracovní skupiny, vydání 12 čísel Kurýra z Krnova a 12 čísel z Prudniku, zajištění propagace a publicity projektu</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Město Krnov a partner Gmina Prudnik</td>
<td>2008-2009</td>
<td>366 600</td>
<td>OPPS ČR-PR</td>
<td>Zvýšení informovanosti občanů příhraničního regionu a rozvoj českopolské spolupráce v oblasti kultury, sportu, vzdělávání a hospodaření, rozvoj turistiky, vytváření nových kontaktů pro spolupráci, odstraňování přeshraničních bariér, připomenutí společné historie a zvýšení pocitů soukromí v příhraničí</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Podpora cestovního ruchu Euroregionu Praděd</td>
<td>Účast na veletrzích CR, dovybavení společného prezentačního stánku, tištěné propagační materiály, drobné propagační předměty</td>
<td>Občané přihlčených československých regionů, turisté</td>
<td>Města Bruntál, Krnov, Rýmařov, Vrbno pod Pradědem</td>
<td>2009</td>
<td>749 891</td>
<td>OPPS ČR-PR</td>
<td>zvyšit povědomí o regionu, nabídku uceleného řešení volnočasových aktivit která povede ke zvýšení přílivu turistů z polského území, zvýšení turistické návštěvnosti regionu</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Balíčky zážitků v Jeseníkách</td>
<td>Ucelená nabídka balíčků zážitků pro propagaci využití možností v oblasti cestovního ruchu</td>
<td>Návštěvníci regionu kteří žádají komplexní služby, poskytovaté služeb v oblasti CR, drobní podnikatelé a provozovatelé aktivit na trhu CR</td>
<td>Krnov - Bruntál</td>
<td>2009</td>
<td>250 000</td>
<td>ROP</td>
<td>město získá ucelenou nabídku balíčků zážitků, které využije k propagaci svých možností v oblasti CR, zvýší tak konkurenceschopnost města na trhu CR které tak lépe využije svého přirozeného potencionálu služeb, které dosud nevyužívalo</td>
</tr>
<tr>
<td>Kulturní web města Ostravy</td>
<td>Kulturní web, který bude propojený s ostatními weby organizací, Ostravským informačním servisem apod.. Web bude vytipovávat nejzaj. kult. akce, bude prostorem pro diskusi s veřejností, seznamovat veřejnost s významnými osobnostmi města, prezentovat mimořádné počiny na poli kultury, články, studie- provázanost s univerzitní obcí.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Bc. Ilona Rozehnalová, o.s. Fiducia</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>660 000 (roční náklady)</td>
<td>Vlastní prostředky garanta + SMO, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje</td>
<td>Kvalitní propagace kulturních akcí v Ostravě na internetu. Ostrava žije kulturou. Ostrava jako otevřená komunikační síť</td>
</tr>
<tr>
<td>Webová stránka ostravské kultury</td>
<td>WWW stránka o ostravské kultuře</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Jiří Hruška, Educa24 agency, s.r.o</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>800 000</td>
<td>Vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td>Vytvořit webovou stránku o ostravské kultuře na bázi tzv. Web 2.0, čili jako interaktivní stránku, která se informacemi plní sama (zčásti robot – RSS systém, z větší části uživatelé).</td>
</tr>
<tr>
<td>Bedecker Ostrava</td>
<td>Prezentační materiál ve formě bedeckeru v 4 jazykových mutacích a jeho následná distribuce v domácí a zahraniční prodejně sítí.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Magistrát města Ostravy – odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2008-2011</td>
<td>1 100 000</td>
<td>Statutární město Ostrava</td>
<td>Poskytnutí komplexních informací z oblasti cestovního ruchu potenciálním návštěvnickým i obyvatelům Ostravy.</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Prezentační aktivity na podporu rozvoje cestovního ruchu Ostravy</td>
<td>Tvorba a aktualizace tiskových a multimediálních prezentačních materiálů; prezentační kampaně; prezentace na dom. a zahraničních veletrzích, výstavách; rozvoj projektu Programových balíčků města Ostravy apod.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Magistrát města Ostravy – odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>4 000 000</td>
<td>Statutární město Ostrava</td>
<td>Zlepšení image města, zvýšení povědomí o Ostravě a jeho turistické nabídce, zvýšení atraktivity, zvýšení incomingu.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
2.3. Akční plán prioritní osy 3: Realizační předpoklady CR

Třetí část akčního plánu představuje souhrn projektů a investičních příležitostí, které jsou v Moravskoslezském kraji připraveny k realizaci. Kromě spolupráce a marketingu je potřeba dále rozvíjet atraktivity, služby a nabídku v cestovním ruchu. Jejich postupný vznik je totiž nutností pro zajištění konkurenceschopnosti kraje vůči jiným destinacím. Akční plán třetí prioritní osy obsahuje jak plánované projekty a aktivity, tak investiční příležitosti (zvýrazněny tučně). Akční plán je rozdělen na sedm částí (priority), které jsou naplněny projekty a aktivitami plánovanými průřezově celým Moravskoslezským krajem a dále v šesti turistických oblastech. Struktura akčního plánu třetí prioritní osy je dle priorit následující:

1. Moravskoslezský kraj,
2. Turistická oblast Jeseníky,
3. Turistická oblast Opavské Slezsko,
4. Turistická oblast Ostravsko,
5. Turistická oblast Těšínské Slezsko,
6. Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko,
## AKČNÍ PLÁN: PRIORITA 3: REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY CR

### 2.3.1. Priorita Moravskoslezský kraj

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cilové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Beskydská lyžařská magistrála</strong></td>
<td>Značení, web, systém on-line sledování roleb, propagační materiály, závody, magistrála, mimosezónní aktivity</td>
<td>Turisté, obyvatelé kraje</td>
<td>MSK, upravovatelé lyžařských trati, KČT, Lesy ČR, CHKO Beskydy, Zlinsky samosprávny kraj</td>
<td>2009-2012</td>
<td>7 500 000</td>
<td>OPPS SR-ČR 1.5, ROP 2.2</td>
<td>Zvýšená návštěvnost regionu, rozšíření nabídky volnočasového vyžití v oblasti Beskyd</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Společné akce vodáků MSK a vojvodství Slezského a Dolního Slezska</strong></td>
<td>Rozvoj příhraniční spolupráce s Polskem s následným rozšířením na Slovensko, alespoň 6 společných akcí</td>
<td>Vodácké organizace na Moravě a ve Slezsku, obyvatelstvo v příhraničí</td>
<td>Spolek vodáků Campanula, Hydroplanet Wrocław</td>
<td>2009-2013</td>
<td>90 000 / rok</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Vznik a rozvoj přeshraniční spolupráce</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Studie vodáků zastávek na říčkách Odře, Opavě, Ostravici a Moravici</strong></td>
<td>Studie připravena pro vyhlášení vyzve, popř. územní rozhodnutí</td>
<td>Samosprávy obcí</td>
<td>Vodácké a podnikatelské subjekty</td>
<td>2009-2010</td>
<td>380 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozvoj vodácké a ekoturistiky</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Voda je základ života, zdroj života ale jen ve zdravé řece</strong></td>
<td>Rámcové vzdělávací programy pro ZŠ a SŠ</td>
<td>Učitelé ZŠ a SŠ</td>
<td>Spolek vodáků Campanula a Školící a vzdělávací centrum škol na hradbách</td>
<td>2009-2010</td>
<td>960 000</td>
<td>ROP, Fond Zelená energie ČEZ</td>
<td>Rozvoj ekologické výchovy prostřední</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Analýza příležitostí a přírodních vodáckých turistik v MSK</strong></td>
<td>Studie potenciálu v oblasti vodácké turistiky s konkrétními opatřeními</td>
<td>Samosprávy doménových obcí, vodácké organizace, podnikatélé</td>
<td>Vybraný poradenský dodavatel, vodácké spolky, podnikatéle a obce</td>
<td>2009-2010</td>
<td>1 200 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozvoj vodácké turistiky a zainteresování obcí následně vyhlášenými výzvami</td>
</tr>
</tbody>
</table>

*Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013*
<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termin</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Festival Osoblažské léto</td>
<td>Realizace festivalu, prezentace kulturního, řemeslného, gastronomického bohatství regionu.</td>
<td>Obyvatelé regionu, návštěvníci a turisté, včetně zahraničních</td>
<td>Obec Osoblažská, zájmové organizace, Mikroregiony Krnovsko a Sdružení obcí Osoblažska</td>
<td>2009-2011</td>
<td>5 000 000</td>
<td>PRV, ROP, OPPS ČR-PL, nadační fondy</td>
<td>Obnovení kulturních a řemeslných tradic regionu, zvýšení atraktivity regionu, obnovení kulturních tradic v areálu lesoparku obce Osoblažská</td>
</tr>
<tr>
<td>Obnova a modernizace centra obce Osoblažská</td>
<td>Revitalizované centrum města</td>
<td>Obyvatelé obce a okolí, návštěvníci a turisté</td>
<td>Obec Osoblažská</td>
<td>2009-2016</td>
<td>100 000 000</td>
<td>MMR, ROP, OPZP</td>
<td>Revitalizace centra obce, vytěšení havarijního stavu objektů občanské vybavenosti.</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna Osoblažská</td>
<td>Výstavba rozhledny</td>
<td>Obyvatelé regionu, návštěvníci a turisté</td>
<td>Obec Osoblažská, Město Glogów</td>
<td>2009-2013</td>
<td>5 000 000</td>
<td>OPPS ČR-PL</td>
<td>Rozvoj cestovního ruchu a turistiky, zvýšení atraktivity území</td>
</tr>
<tr>
<td>Využití uzavřených nádraží Osoblažské úzkokolejky</td>
<td>Rekonstrukce nádražních budov na trati Třemešná - Osoblažská</td>
<td>Obyvatelé regionu, návštěvníci a turisté</td>
<td>Slezské zemské dráhy, o.p.s., Mikroregion - Sdružení obcí Osoblažska, Město Krnov</td>
<td>2009-2014</td>
<td>60 000 000</td>
<td>Slezské zemské dráhy o.p.s.</td>
<td>Rozvoj cestovního ruchu, zabránění devastace státního majetku, podpora rozvoje služeb cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Areál zámku Slezské Rudoltice, rekonstrukce a následné využití</td>
<td>Multifunkční využití zámku</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci</td>
<td>Kontakt: Obec Slezské Rudoltice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>Investiční příležitost</td>
<td>Rozvoj a využívání významné atraktivity</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum tufítů</td>
<td>Expozice tufítů v Razové</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Razová, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2010</td>
<td>300 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu, zvýšení informovanosti o regionu, prezentace</td>
</tr>
<tr>
<td>----------------</td>
<td>-------------------------</td>
<td>---------------------</td>
<td>----------------------------------------</td>
<td>------</td>
<td>---------</td>
<td>-----</td>
<td>------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Víceúčelové sportovní zařízení</td>
<td>Výstavba sportovního zařízení</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Razová, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2011</td>
<td>3 700 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky sportovního vyžití pro obyvatele i návštěvníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Kluziště - dokončení projektu realizace</td>
<td>Vznik kluziště</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Lomnice u Rýmařova, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2009</td>
<td>25 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky sportovního vyžití pro obyvatele i návštěvníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Odbahnění a revitalizace rybníka Tylov</td>
<td>Vznik možnosti pro letní rekraci</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Lomnice u Rýmařova, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2009-2013</td>
<td>OPŽP</td>
<td>Regenerace a zkvalitnění území, zvýšení atraktivity</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace víceúčelového sportoviště</td>
<td>Vznik víceúčelového sportoviště</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Dlouhá Strání, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2009</td>
<td>1 500 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Rozšíření nabídky sportovního vyžití pro obyvatele i návštěvníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Kemp a parkoviště u přehrady Slezská Harta</td>
<td>Vznik nové ubytovací kapacity</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Dlouhá Strání, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2009</td>
<td>100 000</td>
<td>MSK</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu, zvýšení informovanosti o regionu, prezentace</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklostezka střecha Evropy</td>
<td>Vznik cyklostezky</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2009-2011</td>
<td>212 509 635</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu, doplnění infrastruktury CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Výbudování parkoviště pro osobní vozidla návštěvníků NPP a rozhledny na Vlkém Roudném.</td>
<td>Vznik parkoviště</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Roudno, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2010</td>
<td>1 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Výbudování infrastruktury u turistické atraktivity - zlepšení nabídky</td>
</tr>
<tr>
<td>Výbudování navigačních tabulí (informačního značení) v turistické destinaci</td>
<td>Vznik turistického značení</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Leskovec n. M., Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2008-2011</td>
<td>500 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Prezentace mikroregionu, zvýšení povědomí o území, zvýšení atraktivity</td>
</tr>
<tr>
<td>Výbudování klidové zóny</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Město Horní Benešov</td>
<td>2009-2010</td>
<td>200 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zlepšení vzhledu obce</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
<td>---------------------</td>
<td>------------</td>
<td>---------</td>
<td>-----</td>
<td>-------------------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Informační centrum Horní Benešov</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Město Horní Benešov</td>
<td>2009-2010</td>
<td>8 000 000</td>
<td>OPPS ČR-PL</td>
<td>Prezentace mikroregionu, zvýšení povědomí o území, zvýšení atraktivity</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce cyklotrasy Horní Benešov - Sosnová</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Město Horní Benešov, Mikroregion Slezská Harta</td>
<td>2009-2010</td>
<td>4 000 000</td>
<td>MMR</td>
<td>Výbudování/rekonstrukce infrastruktury ČR</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Když to fouká</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti v okolí Sl.Harty</td>
<td>Agropodnik Dvorce, a.s. MAS Nízký Jeseník</td>
<td>2011</td>
<td>8 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti Slezské Hartý</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Technická infrastruktura Leskovec n. Moravici</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti v okolí Sl.Harty</td>
<td>Obec Leskovec nad Moravicí MAS Nízký Jeseník</td>
<td>2010</td>
<td>10 000 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti Slezské Hartý</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>V létě pěšky, v zimě běžky</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti v okolí Sl.Harty</td>
<td>Obec Mikroregionu, MAS Nízký Jeseník</td>
<td>2011</td>
<td>9 000 000</td>
<td>PRV, MSK</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti Slezské Hartý</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekreační a relaxační centrum pro pohybové handicapované osoby - Razová</td>
<td>Hendikepované osoby, turisté oblasti v okolí Sl.Harty</td>
<td>Gemic-Union, a.s. MAS Nízký Jeseník</td>
<td>2010-2012</td>
<td></td>
<td>ROP</td>
<td>Multifunkční prostor pro odpočinek a relaxaci osob s tělesným postižením</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zřízení výchozího místa pro turisty</td>
<td>Turisté, pěší, běžci - lyžaři, cykloturisté</td>
<td>Město Bruntál, Mikroregion Slezská Harta, MAS Hrubý Jeseník</td>
<td>2010-2011</td>
<td>500 000</td>
<td>MAS Hruby Jeseník</td>
<td>Zkvalitnění turistické infrastruktury v oblasti okolí Slezské Hartý</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna na Vodarenském vrchu u Bruntálu včetně zázemí</td>
<td>Vybudovali rozhledny včetně restauračního zázemí</td>
<td>Ing. Pavel Kapler, Ph.D. - soukromý investor</td>
<td>2009-2013</td>
<td></td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu v oblasti Bruntálska</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Regionální strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
<td>-----------------</td>
<td>-----------------</td>
<td>-----------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Turistická trasa za Žlezníkem</strong></td>
<td>Vybudování turistické trasy s cílem navštívit jízdárnu, odkud pochází čtyřnáosobný vůz Velké Pardubické</td>
<td>Turisté, cykloturisté</td>
<td>Město Bruntál, Mikroregion Slezská Harta, MAS Hrubý Jeseník</td>
<td>Kontakt: Město Bruntál</td>
<td>2010-2012</td>
<td>1 000 000</td>
<td>Mas Hrubý Jeseník</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Sportovn rekreační areál Sport Camp Bruntál</strong></td>
<td>Zahrnuje wellness centrum, městský park a zařízení pro sport a rekreaci.</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci kraje</td>
<td>Kontakt: Město Bruntál</td>
<td>2009-2013</td>
<td>200 000 000</td>
<td>Investiční příležitost, ROP 2.2.1, OPPS ČR-PR</td>
<td>Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozvoj rekreační oblasti v okolí přehrady Slezská Harta</strong></td>
<td>Vybudování různých produktů na rozvojových plochách v okolí přehrady Slezská Harta</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci kraje</td>
<td>Kontakt: Město Bruntál</td>
<td>2009-2013</td>
<td>Investiční příležitost</td>
<td>Rozšíření produktové nabídky v okolí přehrady Slezská Harta</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rekonstrukce nevyužitých objektů Jánské Koupelí</strong></td>
<td>Využití objektů v Jánských Koupelích</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci kraje</td>
<td>Kontakt: Obec Staré Těchanovice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>Investiční příležitost</td>
<td>Rozšíření produktové nabídky mezi přehradami Kružberk a Slezská Harta</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Krása a historie, pěšky i na kole Rýmařovskem</strong></td>
<td>Výstavba odpočívadel na místech dalekého rozhledu, výstavba naučných stezek a cyklostezek</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Sdružení obcí Rýmařovsko</td>
<td>2009-2011</td>
<td>2 882 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktiv cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti mikroregionu Rýmařovská</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Informatiční centra</strong></td>
<td>Výstavba a modernizace informačních center</td>
<td>Turisté a návštěvníci mikroregionu Rýmařovsko</td>
<td>Sdružení obcí Rýmařovsko</td>
<td>2009-2011</td>
<td>8 500 000</td>
<td>ROP 2.2.3</td>
<td>Zvýšení informovanosti o atraktivitách cestovního ruchu a kulturních i sportovních aktivitách</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Naučná stezka</strong></td>
<td>Výstavba naučné stezky se zastávkami, které se zabývají historií obce</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Horní Město</td>
<td>2010-2012</td>
<td>700 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření vědomostí o dané oblasti a rozšíření atraktivit cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cyklostezka ke Rešovským vodopádům</strong></td>
<td>Výstavba cyklostezky</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Horní Město</td>
<td>2009-2012</td>
<td>2 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Zvýšení dostupnosti Přírodní památky Rešovské vodopádů na kole</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Parkovací dům v lázeňském místě Karlova Studánka</strong></td>
<td>Zabezpečení parkovacích míst pro klientelu lázeňského místa Karlova Studánka</td>
<td>Lázeňští hosté a návštěvníci Karlovy Studánky</td>
<td>Obec a SLL Karlova Studánka</td>
<td>2010-2013</td>
<td>30 000 000</td>
<td>MSK, ROP, SFDI</td>
<td>Spokojenost návštěvníků, zajištění pořádku v obci, ochrana PLZ</td>
</tr>
<tr>
<td>Aktivita</td>
<td>Lokalita</td>
<td>Žádoucí finanční prostředky</td>
<td>Operační program 2009-2013</td>
<td>MSK, ROP</td>
<td>Ztraktivnění lázeňského místa v oblasti cest. ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-------------------------------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------------------------------------------------------</td>
<td>-----------------------------</td>
<td>-----------------------------</td>
<td>--------------</td>
<td>---------------------------------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Sportovní centrum s bowlingovou dvoj dráhou</strong></td>
<td><strong>Relaxační centrum (kryoterapie, golfový trenažér)</strong></td>
<td></td>
<td>2010-2013</td>
<td>12 000 000</td>
<td>Ztraktivnění lázeňského místa v oblasti cest. ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rekonstrukce „Láz. dům Šárka“ (změna užívání - Apartmá)</strong></td>
<td><strong>Rozšíření nabídky sportovních center</strong></td>
<td></td>
<td>2011-2013</td>
<td>20 000 000</td>
<td>Ztraktivnění lázeňského místa v oblasti cest. ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rekonstrukce</strong> [tenisových kortů II. etapa (zastávky a parcely)]</td>
<td><strong>Vybudování hotelových apartmánů k uspokojení poptávky po ubytování</strong></td>
<td></td>
<td>2010-2013</td>
<td>12 000 000</td>
<td>Zkvalitnění nabídky ubytování v lázeňském místě</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Vybudování minigolfa v prostorách parku</strong></td>
<td><strong>Zbudování a využití sportovního centra</strong></td>
<td></td>
<td>2010-2013</td>
<td>2 000 000</td>
<td>Zatraktivnění lázeňského místa v oblasti cest. ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Veřejné tábořiště</strong></td>
<td><strong>Modernizace veřejného tábořiště</strong></td>
<td></td>
<td>2009-2012</td>
<td>600 000</td>
<td>Zlepšení služeb cestovního ruchu v obci Malá Morávka, větší zázemí pro místní obyvatele</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cyklostezka a naučná stezka Břídlčiná - Velká Štáhle - Malá Štáhle - Dolní Moravice - Malá Morávka</strong></td>
<td><strong>Vybudování cyklostezky a naučné stezky se zastávkami a informačními tabulemi</strong></td>
<td></td>
<td>2009-2011</td>
<td>10 000 000</td>
<td>Rozšíření nabídky sportovních centra, lepší dostupnost mezi obcemi, využití pro pěší, cyklisty i rodiny s dětmi</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Výstavba lyžařského vleku</strong></td>
<td><strong>Výstavba lyžařského vleku v části obce Nová Ves</strong></td>
<td></td>
<td>2009-2011</td>
<td>8 000 000</td>
<td>Zlepšení kvality poskytování služeb v oblasti zimních sportů</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Sportovně kulturní areál Rýmařov</strong></td>
<td><strong>Víceúčelové hřiště, dětské hřiště, kulturní zázemí, zázemí pro lyžaře</strong></td>
<td></td>
<td>2008-2010</td>
<td>28 000 000</td>
<td>Větší možnosti volnočasového vyžití pro místní obyvatele, rozšíření nabídky cestovního ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Multifunkční cyklostezka Nové Pole</td>
<td>Cyklostezka v letních měsících, lyžařská běžecká trasu v zimních měsících</td>
<td>Obyvatelé, turisté, návštěvníci</td>
<td>Město Rýmařov</td>
<td>2009-2011</td>
<td>6 500 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Cyklostezka a chodník na ulici 8. května</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní</td>
<td>Zkvalitnění ubytovacích služeb</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2013</td>
<td>70 860 000</td>
<td>ROP, soukromá investice</td>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní (OLK) a tím zajistit větší příliv českých i zahraničních turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní 2</td>
<td>Zkvalitnění sportovních, regeneračních a rekreačních služeb</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2013</td>
<td>3 250 000</td>
<td>ROP, soukromá investice</td>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní (OLK) a tím zajistit větší příliv českých i zahraničních turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní 3</td>
<td>Vybudování naučných stezek a cyklostezek</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2011</td>
<td>1 950 000</td>
<td>ROP, soukromá investice</td>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní (OLK) a tím zajistit větší příliv českých i zahraničních turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní 4</td>
<td>Vybudování a oprava přístupových komunikací</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2013</td>
<td>5 046 000</td>
<td>ROP, soukromá investice</td>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní (OLK) a tím zajistit větší příliv českých i zahraničních turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní 5</td>
<td>Realizace sadových a terénních úprav</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2011</td>
<td>2 220 000</td>
<td>ROP, soukromá investice</td>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní (OLK) a tím zajistit větší příliv českých i zahraničních turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní 6</td>
<td>Zkvalitnění technického zázemí hotelu, dopravné služby</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2012</td>
<td>4 950 000</td>
<td>ROP, soukromá investice</td>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní (OLK) a tím zajistit větší příliv českých i zahraničních turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní 7</td>
<td>Zvýšení informovanosti o místopise u návštěvníků</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2011</td>
<td>780 000</td>
<td>ROP, soukromá investice</td>
<td>Zefektivnění funkcionality Sporthotelu Kurzovní (OLK) a tím zajistit větší příliv českých i zahraničních turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní 8</td>
<td>Jednotné navigační tabule a jiné reklamní poutač</td>
<td>Turisté, návštěvníci oblasti Jeseníky</td>
<td>WACHAL s.r.o.</td>
<td>2008-2013</td>
<td>860 000</td>
<td>Zajištění rozšíření služeb pro turisty</td>
<td>Město Vrbno pod Pradědem</td>
</tr>
<tr>
<td>------------------------------------------------</td>
<td>-------------------------------------------------</td>
<td>----------------------------------</td>
<td>-----------------</td>
<td>-------------</td>
<td>-------</td>
<td>-----------------------------------</td>
<td>----------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Obnova kapličky Železná</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit pro návštěvníky a turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>Město Vrbno pod Pradědem</td>
<td>2010</td>
<td>1 500 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Vybudování zázemí pro turisty v Mnichově</td>
<td>Zajištění rozšíření služeb pro turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>Město Vrbno pod Pradědem</td>
<td>2011</td>
<td>6 450 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Vycházkové trasy Brunálska</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit pro návštěvníky a turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>Město Brunál</td>
<td>2010</td>
<td>100 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Mobiliáře k turistickým atrakcím</td>
<td>Zajištění rozšíření služeb pro turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>Město Brunál</td>
<td>2009</td>
<td>500 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Obnova interiéru kostela s. Michala v Dětřichovicích</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit pro návštěvníky a turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>MAS HJ, O.S. Prátelé Dětřichovic</td>
<td>2013</td>
<td>2 500 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Stavba repliky historické osady a strážního hrádku Drakov</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit pro návštěvníky a turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>MAS HJ, O.S. Prátelé Vrbenska</td>
<td>2013</td>
<td>5 000 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Zřízení přívozu na vodní nádrži Slezská Harta - Karlov</td>
<td>Zajištění rozšíření služeb pro turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>1. paroplavební, o.s.</td>
<td>2012</td>
<td>2 900 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Oprava dřevěné kaple</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit pro návštěvníky a turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>Obec Světlá Hora, MAS HJ</td>
<td>2011</td>
<td>1 000 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovně rekreační zóna Andělská Hora</td>
<td>Zajištění rozšíření služeb pro turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jesníků</td>
<td>Obec Andělská Hora, MAS HJ, SKI ANNABERG s.r.o.</td>
<td>2009</td>
<td>1 200 000</td>
<td>PRV, SKI ANNABERG s.r.o.</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Již sem zase mohou andělé</td>
<td>Propagace místa a oblasti</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>Obec Andělská Hora, MAS HJ</td>
<td>2010</td>
<td>900 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Zefektivnění funkčnosti Sporthotelu Kurzovní (OLK)</td>
</tr>
<tr>
<td>Regionální obchodní značky - certifikace oblasti</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit a produktů pro návštěvníky a turisty</td>
<td>Turisté a návštěvníci Jeseníků</td>
<td>Jantar s.r.o., MAS HJ</td>
<td>2011</td>
<td>1 000 000</td>
<td>PRV</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu v Jeseníkách</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------------------------------------</td>
<td>---------------------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------------</td>
<td>----------------------</td>
<td>-------</td>
<td>----------</td>
<td>---------</td>
<td>---------------------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Ochrana a propagace lidové tvořivosti a uměleckých řemesel polsko-českého pohraničí</td>
<td>Tvorba společného českopolského vyřezávaného betléma, prezentace českopolských lidových řemesel a ukázka tradic, fotografická výstava, propagační materiál</td>
<td>Drobní podnikatelé a řemeslníci, obyvatelé příhraničí, turisté, amatérské umělecké skupiny,</td>
<td>Gmina Prudnik a partner projektu Město Krnov</td>
<td>2009-2011</td>
<td>1 865 105</td>
<td>OPPS ČR-PR</td>
<td>Ochrana a oživení lidových zvyků a tradic i řemesel v českopolském příhraničí, výroba jedinečného společného vyřezávaného betlému, který bude každoročně vystavován v obou městech</td>
</tr>
<tr>
<td>Mezinárodní hudební festival Krnovské hudební slavnosti</td>
<td>Propagační materiál a DVD, dovybavení materiálu pro kvalitnější realizaci koncertů</td>
<td>Amatérské skupiny, obyvatelé českopolského příhraničí, turisté,</td>
<td>Město Krnov</td>
<td>2009</td>
<td>800 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora rozvoje kultury, vystoupení profesionálních umělců, spolupráce v oblasti kultury v regionu i příhraničí</td>
</tr>
<tr>
<td>Zlepšení orientačního systému k památkám a místům trávení volného času</td>
<td>Orientační ukazatele</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Město Krnov</td>
<td>od 2008</td>
<td>200 000</td>
<td>Město Krnov, EU</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Zpřístupnění věže kromovské radnice pro návštěvníky</td>
<td>Prohlídky věže</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Město Krnov</td>
<td>2008</td>
<td>50 000</td>
<td>Město Krnov, EU</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Zpřístupnění věže kostela sv. Martina v Krnově</td>
<td>Prohlídky věže kostela</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>RK farnost Krnov, Město Krnov</td>
<td>2009</td>
<td>1 500 000</td>
<td>Farnost, Město Krnov</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Zpřístupnění kláštera Minoritů v Krnově</td>
<td>Prohlídky kláštera</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Řád Minoritů</td>
<td>2009-2010</td>
<td>2 000 000</td>
<td>Řád Minoritů, Město Krnov</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Zpřístupnění torza kromovských městských hradů v klášterní zahradě</td>
<td>Prohlídky městských hradů</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Řád Minoritů, Město Krnov</td>
<td>2010</td>
<td>1 000 000</td>
<td>Řád Minoritů, Město Krnov</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce hotelu Slezský dům Krnov</td>
<td>Rekonstruovaný hotel</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Soukromý investor</td>
<td>2010-2015</td>
<td>75 000 000</td>
<td>Investor</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce Paláce Silesia</td>
<td>Rekonstruovaný Palác Silesia – konferenční sál</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Soukromý investor</td>
<td>2010-2015</td>
<td>25 000 000</td>
<td>Investor</td>
<td>Zlepšené služby v CR, zvýšená atraktivita města</td>
</tr>
<tr>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Federace židovských obcí</td>
<td>Rekonstruovaná synagoga v Krnově</td>
<td>Dokončení rekonstrukce synagogy</td>
<td>2008-2012</td>
<td>7 000 000</td>
<td>FZO, EU</td>
<td>Zlepšené služby v CR, zvýšená atraktivita města</td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------</td>
<td>-------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
<td>----------</td>
<td>----------</td>
<td>--------</td>
<td>-----------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozšíření kapacity Hotelu Cvilín v Krnově</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Savas Michalidis</td>
<td>2010-2015</td>
<td>4 000 000</td>
<td>Investor</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zvýšení počtu parkovacích míst na vrcholu Cvilín</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Město Krnov, OD</td>
<td>2009-2011</td>
<td>2 000 000</td>
<td>Město Krnov, EU</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Znovuvyužití Flemmichovy vily</td>
<td>Výstavní plochy</td>
<td>Město Krnov, MIKS</td>
<td>2008-2020</td>
<td>20 000 000</td>
<td>Město Krnov, EU</td>
<td>Zlepšené služby v CR, zvýšená atraktivita města</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj kapacit a infrastruktury pro kongresovou turistiku</td>
<td>Obyvatelé a turisté</td>
<td>Město Krnov a investor</td>
<td>2010-2020</td>
<td>110 000 000</td>
<td>Město Krnov, EU, Investor</td>
<td>Zlepšené služby v CR</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
## 2.3.3. Priorita turistická oblast Opavské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Rekonstrukce tělocvična na Tyršově stadionu</strong></td>
<td>Rekonstruovaná tělocvična na Tyršově stadionu s modernizovaným vybavením a zařízením</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města, sportovní veřejnost</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2010-2011</td>
<td>70 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Rozšíření možností sportovního vyžití v Opavě pomocí zrekonstruované tělocvičny na Tyršově stadionu.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Venkovní divadelní scéna, Masarykova tř. 37, Opava</strong></td>
<td>Vybudovaná venkovní krytá divadelní scéna</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2012</td>
<td>6 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Vybudování venkovní divadelní scény s možností prezentace pro odbornou i laickou veřejnost.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Dominikánský klášter s kostelem sv. Václava</strong></td>
<td>Rekonstruovaný parter kláštera, modernizovaná galerie, rekonstruované podkrovi a dále vybavení kostela Sv. Václava a zachovaná ZUŠ</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2010-2012</td>
<td>105 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zpřístupnění kláštera obyvatelům města Opavy a jeho návštěvníkům pro konání kulturních akcí města.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zlepšení technických podmínek činnosti Slezského divadla v Opavě</strong></td>
<td>Klimatizace, interiérové a prostorové úpravy divadla, rekonstrukce a modernizace scénického ozvučení a osvětlovací techniky, úprava sedadel, rekonstrukce jeviště</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Opavská kulturní organizace, p.o. Statutární město Opava</td>
<td>2011-2013</td>
<td>65 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zkvalitnění služeb Slezského divadla v Opavě a vytvoření příjemného prostředí pro diváky a kvalitního zázemí pro účinkující.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Kukátka do minulosti</strong></td>
<td>12-15 sloupků s okuláry a historickými fotografiemi míst k porovnání s jejich současnou podobou</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2009-2011</td>
<td>3 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zpečetnění nabídky produktů cestovního ruchu netradičním řešením</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Značení turistických atraktivit a turisticky důležitých míst</strong></td>
<td>Výroba a instalace informačního systému (panelů, tabulí, cedulí) a jejich propagace</td>
<td>Návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2009-2010</td>
<td>1 500 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zlepšení přístupnosti turisticky významných a zajímavých míst ve městě.</td>
</tr>
<tr>
<td>Obecní dům – kulturní a společenské centrum města Opavy</td>
<td>Rekonstruovaný objekt, vybudované prostory obecního domu – recepce, prodejní prostor, salón, víceúčelový společenský sál s pódiem, obecní kavárna s barem, letní terasa atd.</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>Opavská kulturní organizace, p.o.</td>
<td>2008-2009</td>
<td>95 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
</tr>
<tr>
<td>Regenerace břehů řeky Opavy</td>
<td>Zrekonstruovaný pravý i levý břeh řeky Opavy v celkové délce 6 800 m. Místní a účelové komunikace, cyklostezky, komunikace pro pěší, cyklisty a inline bruslení</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2009-2015</td>
<td>72 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Bezkolizní zajištění další celospolečenských funkcí území, především dopravních.</td>
</tr>
<tr>
<td>Park Joy Adamsonové</td>
<td>Rekonstruovaný park včetně výsadby zeleně, výstavby chodníků, veřejného osvětlení a mobiliáře parku.</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2011-2012</td>
<td>10 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Regenerovaný hojně využívaný prostor, využitelný pro více věkových skupin</td>
</tr>
<tr>
<td>Klidová místa v Městských sadech - dětské hřiště v prostoru bývalého amfiteátru</td>
<td>Vybudovaná dvě dětská hřiště</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2009-2013</td>
<td>15 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Rozšíření možností pro provozování volnočasových aktivit dětí v Městských sadech</td>
</tr>
<tr>
<td>Klidová místa v centru města</td>
<td>Vybudovaná dvě dětská hřiště a další klidová místa</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Opava</td>
<td>2009-2013</td>
<td>15 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zpříjemnění pobytu občanů a návštěvníků v centru města, udržení všech cílových skupin v centru města</td>
</tr>
<tr>
<td>Weisshuhnův náhon, Hradec nad Moravicí-Žimrovice</td>
<td>Vybudování přístupu k technické památkě</td>
<td>Turisté, návštěvníci, vodáci</td>
<td>Kappa Packaging Czech, s.r.o., Město Hradec nad Moravicí</td>
<td>2010 -2011</td>
<td>15 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Zpřístupnění navržené technické památky, která nemá v ČR obdobu v oblasti Moravskoslezského kraje</td>
</tr>
<tr>
<td>Opevnění Šance, Hradec nad Moravicí-Jakubčovice</td>
<td>Částečná obnova vojenských šancí ze 17. století, vybudování parkoviště, naučných panelů a zázemí jako doplnění již vybudované rozhledny</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>Město Hradec nad Moravicí</td>
<td>2010</td>
<td>5 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Moravice vodním turistům</td>
<td>Zajištění pravidelné nabídky turisticko-vodáckých akcí</td>
<td>Turisté, vodáci</td>
<td>Vodácký klub Campanula Ostrava, Mikroregion Moravice</td>
<td>2009-2015</td>
<td>2 800 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Účast minimálně 20 000 účastníků-turistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna Světlov v Obci Rohov</td>
<td>Výstavba turistické rozhledny s doprovodnou infrastrukturou</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Rohov, gmina Kietrz</td>
<td>2010-2013</td>
<td>10 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v obci Rohov a regionu Hlučínska</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklostezky v obci Rohov</td>
<td>Zřízení a modernizace cyklistických stezek a tras v obci Rohov</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Rohov, gminy Kietrz a Krzanowice</td>
<td>2010-2013</td>
<td>20 000 000</td>
<td>ROP, SFDI, MSK</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v obci Rohov a regionu Hlučínska</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozšíření golfové hřiště z kravařského zámeckého parku na katastr obce Velké Hoštice</td>
<td>Zvětšení plochy golfového hřiště</td>
<td>Golisté a návštěvníci zámeckého parku Kravaře a Velkých Hoštic</td>
<td>SILGOR, a.s., město Kravaře, obec Velké Hoštice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>2 000 000</td>
<td>soukromá investice</td>
<td>Rozšíření nabídky sportovního a volnočasového využití v oblasti Hlučínska</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovně rekreační areál Hlučínské jezera</td>
<td>Rozvoj atraktivit a produktů ve významné rekreační oblasti</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Hlučín</td>
<td>2009-2013</td>
<td>2 000 000</td>
<td>Investiční příležitost</td>
<td>Nové produkty v oblasti rekreace</td>
</tr>
</tbody>
</table>
## 2.3.4. Priorita turistická oblast Ostravsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Rezultace části NKP Vítkovice</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garantí a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Reaktivace hlavních částí NKP Vítkovice</td>
<td>Rekonstruovaná VI. Energetická ústředna; Rekonstruovaná VP č.1; Rekonstruovaný plynoven</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>Vítkovice, a.s.</td>
<td>2010-2013</td>
<td>500 000 000</td>
<td>IOP</td>
<td>Nové využití NKP pro vzdělávací a kulturně společenské aktivity.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklostezky, pěší trasy a přístupové účelové komunikace v úseku od soutoku Lučina - Ostravice po Koblovský most</td>
<td>Cyklistická stezka kolem řeky Ostravice v úseku od soutoku řeky Lučiny s řekou Ostravicí po Koblovský most, v úseku od lávky mezi Novou radnicí a Hrdní lávkou bude vedena po obou březích.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Magistrát města Ostravy - odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2011-2013</td>
<td>104 080 800</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Umírnění bezpečného a souvislého průjezdu kolem řeky Ostravice přes centrum města až na úsek cyklistické trasy G vedoucí podél řeky Odry (budoucíLně využití trasy Greenways Odra - Morava - Dunaj).</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Řešení cyklistické dopravy od soutoku Ostravice s Lučinou do Hrabové</td>
<td>Cyklostezka bude začínat na soutoku Ostravice a Lučiny, povede dále po pravém břehu Ostravice až k lávce OZO v Hrabové.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Magistrát města Ostravy - odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2011-2013</td>
<td>24 115 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zajištění bezpečného a pohodlného přístupu cyklistů z centra města do městského obvodu Hrabová.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Vísuť galerie a navýšení nábřežní zdi na Havlíčkově nábřeží</td>
<td>Jsou navrženy úpravy prostoru (nové kamenné dlažby, veřejné osvětlení, městský mobiliář).</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Magistrát města Ostravy - odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2010-2011</td>
<td>26 612 400</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Prostor po všech úpravách získá důstojnější charakter, poskytne také nové pohledy na řeku a siluetu slezského břehu s novými objekty.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Projekt/Obrázek</td>
<td>Příspěvek</td>
<td>Reference</td>
<td>ROP, účelové dotace</td>
<td>Účast minimálně 1200 osob s ročním nárůstem o 20 %</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------</td>
<td>----------</td>
<td>---------</td>
<td>---------------------</td>
<td>-----------------------------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Vodácký přístav při soutoku Ostravice s Lučínou</td>
<td>Výbudování objektu přístaviště navazujícího na objekt loděnice. Přístup k přístavišti pak bude navazovat na cyklostezku a na stávající vozidlovou komunikaci.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Magistrát města Ostravy - odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2010-2011</td>
<td>10 126 800</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Mnohem větší využívání řeky návštěvníky a občany k odpočinku u vody, zvýšení počtu turistů, zlepšení vnímání místa.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Slunící plochy - vodácké zastávky</td>
<td>Několik slunících ploch (návaznost na Komenského sady, cyklostezky, schůdky atd.), zastávky pro vodáky.</td>
<td>Turisté, obyvatelé Ostravy</td>
<td>Magistrát města Ostravy - odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2010-2012</td>
<td>14 462 400</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Projekt Ostravských vodáckých stezek s perspektivou rozšíření na MSK</td>
<td>Rozvoj vodácké a ekoturistiky u školní mládeže</td>
<td>Děti ZŠ a SŠ, obyvatelé</td>
<td>Spolek vodáků Campanula</td>
<td>2009-2015</td>
<td>120 000 /rok</td>
<td>ROP, účelové dotace</td>
<td>Zajištění provozování sportovně rekreačních aktivit na řece Ostravici a v okolí na úseku soutoku Ostravice s Lučínou a údržby Ostravských vodáckých stezek.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Víceúčelový objekt loděnice</td>
<td>Výstavba obslužného objektu Ostravských vodáckých stezek (půjčovny veslic, kol, lodí, horolezeckého vybavení).</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Spolek vodáků Campanula</td>
<td>2011-2012</td>
<td>23 800 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Úprava Slezskoostravského hradu a jeho okolí</td>
<td>Přestěhování MINIUNI včetně repase a nových expozit, dostavba severního křídla hradu, úprava travnatých ploch v podhradí.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Ostravské výstavy</td>
<td>2010-2011</td>
<td>59 500 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zvýšení atraktivity Slezskoostravského hradu, nové prostory budou sloužit ke konání společenských akcí, seminářů či jako výstavní prostor pro expozice.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce Komenského sadu</td>
<td>Výbudování a rekonstrukce pochozích a pojízdných ploch, probírka dřevin, nová výsadba, vybudování vodních prvků, rozáří, altánu.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Městský obvod Moravská Ostrava a Přívoz</td>
<td>2010-2012</td>
<td>54 500 000</td>
<td>ROP 3.1, OPŽP</td>
<td>Zvýšení atraktivity místa pro návštěvníky, zlepšení podmínek pro rekreaci a sportovní vyžití.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ZOO - Pavilon evoluce</td>
<td>Přestavba a dostavba současného pavilionu primátů.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>ZOO Ostrava</td>
<td>2011-2012</td>
<td>86 700 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zajištění moderního způsobu chovu a zvýšení atraktivity a návštěvnosti ZOO.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>----------------------</td>
<td>--------------------------------------------------</td>
<td>------------------</td>
<td>--------------</td>
<td>-----------</td>
<td>------------</td>
<td>--------</td>
<td>---------------------------------------------------------------------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ZOO - Medvědínc</td>
<td>Vybudování společné expozice včetně zázemí a doplňkových služeb návštěvníkům.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>ZOO Ostrava</td>
<td>2008-2009</td>
<td>70 513 000</td>
<td>Statutární město Ostrava</td>
<td>Zajištění moderního způsobu chovu a zvýšení atraktivity a návštěvnosti ZOO.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ZOO Safari asijských kopytníků</td>
<td>Výstavba nové expozice asijských kopytníků.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>ZOO Ostrava</td>
<td>2010-2011</td>
<td>12 495 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Moderní způsob chovu, který umožní návštěvníkům bližší kontakt se zvířaty.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Přístavba alternativní scény DLO</td>
<td>Přístavba předsály, hlavního - alternativního prostoru pro cca 50 diváků, venkovního amfiteáru a technického (skladového) zázemí.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Divadlo loutek</td>
<td>2010-2011</td>
<td>47 568 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Rozšíření a zkvalitnění činnosti DLO.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Elektrocentrála a Ústředna - Nová Karolina</td>
<td>Rekonstrukce památkově chráněných industriálních objektů</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>Magistrát města Ostravy - odbor ekonomického rozvoje</td>
<td>2010-2011</td>
<td>314 633 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Vytvořit v rámci turisticky orientované oblasti okolí řeky Ostravice chybějící kapacity pro pořádání kulturních, společenských a vzdělávacích akcí.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce lázní Moravská Ostrava II. etapa - vnitřní areál</td>
<td>Obnova, modernizace a rozšíření regeneračních a rekreačních služeb ve vnitřním areálu.</td>
<td>Turisté, obyvatelé</td>
<td>SAREZA</td>
<td>2008-2009</td>
<td>121 784 600</td>
<td>Statutární město Ostrava</td>
<td>Zlepšení nabídky rekreačních a regeneračních služeb pro návštěvníky.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace hornického muzea Landek</td>
<td>Využití kulturní technické památky v cestovním ruchu</td>
<td>Rodiny s dětmi, senioři, cyklisté, návštěvníci</td>
<td>Europartners, RPG RE, OKD, MSK, SM Ostrava</td>
<td>2009-2010</td>
<td>110 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti Landeku</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Naučná stezka NPP - Landek</td>
<td>Rozšíření turistického a sportovního vyžití</td>
<td>Rodiny s dětmi, senioři, cyklisté, návštěvníci</td>
<td>Europartners, RPG RE, OKD, SM Ostrava</td>
<td>2009-2010</td>
<td>4 600 000</td>
<td>Klub přátel Hornického muzea v Ostravě</td>
<td>Napojení na naučnou stezku Hornického muzea</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekreační areál Koblovská jezera – výstavba kempu a rekreačního areálu</td>
<td>Vznik kempu a rekreačního areálu</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Kontak</td>
<td>Městský obvod Slezská Ostrava</td>
<td>2009-2013</td>
<td>Investiční příležitost</td>
<td>Nové produkty v oblasti ubytování a rekrece</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Světelné informační panely (vitríny)</td>
<td>Instalace světelných panelů (vitrín), ve kterých budou v jednotnému vizuálním stylu prezentovány kulturní akce.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Jiří Hruška, Educa24 agency, s.r.o.</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>7 000 000</td>
<td>Vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td>Vytvořit soubor kultivovaných a esteticky přitažlivých světelných panelů (vitrín), které budou v centru města a v centrech dalších městských obvodů informovat o kulturních událostech jednotným vizuálním stylem.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>--------------------------------------</td>
<td>-------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
<td>----------</td>
<td>-----------</td>
<td>------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zřízení menších IC na všech úřadech městských obvodů; 22 informačních center (MOb MOaP v rámci MMO)</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Filip Rohan, CKV MO</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>1 760 000</td>
<td>Ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td>Cílem je větší dostupnost Ostravského informačního servisu také v ostatních obvodech města OV, slouží by měly především místním občanům, kteří budou moci v rámci návštěvy úřadu získat informace o kulturních akcích v Ostravě, zakoupit vstopenu apod.</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>LCD panely do škol a institucí</td>
<td>100 LCD panelů</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Jiří Hruška, Educa24 agency, s.r.o</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>5 000 000</td>
<td>Vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
<td>LCD panely budou instalovány ve školách a organizacích, kde budou fungovat jako atraktivní reklamní plochy (pouze v oblasti kultury), servisní organizace, která bude zajímat informaci pro jejich panely el. systémem (přes web) a obsah bude el. formou rozesílat. Celý systém bude rychlý a flexibilní.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Divadla – výcviková centra komunikace a sebeprezentace</td>
<td>Založení systému výcviku ve interpersonalní komunikaci a sebeprezentaci v divadlech, která by se projektu účastnila. Systém by spočíval v jednotných výcvikových osnovách a koordinaci aktivit divadel, které se do projektu zapojí.</td>
<td>Mladí lidé 15-25, nezaměstnaní (rekvalifikace), manažéři a vybraní pracovníci podniků, které by o projekt projevily zájem, široká veřejnost 18+</td>
<td>Bc. Ivana Petříková, Národní divadlo moravskoslezské</td>
<td>2010-2012</td>
<td>2 000 000</td>
<td>ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Městské informační plochy pro výlep</td>
<td>Vybudovat a udržovat 100 ploch pro volný výlep.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Filip Rohan, CKV MO</td>
<td>2010</td>
<td>8 000 000</td>
<td>ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Poskytnout plochy pro prezentaci subjektů zdarma, omezit černý výlep.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Uspořádejte svou akci v Ostravě</th>
<th>Vytvořit centrální registr informací pro pořadatele akcí, jednotná kritéria pro zhodnocení kapacitních a technických možností jednotlivých prostor a zařízení a jejich zveřejnění na webových stránkách. Možnost přidat vlastní zařízení. Propagace stránek přes OIS, MMO a obvody.</th>
<th>Pořadatelé akcí, obyvatelé, návštěvníci</th>
<th>Sylva Kocurová, Kulturní zařízení Ostrava-Jih, příspěvková organizace</th>
<th>2009-xxx</th>
<th>480 000</th>
<th>Poskytnutí informací o stavající infrastruktúře potencionálním pořadatelům akcí.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zorientoujte se v Ostravě</td>
<td>Zrevidování stávajícího a vytvoření nového městského orientačního systému, sjednocení rozhraní navigace od různých zdrojů. Orientační tabule k umístění ve městě a manuál pro vytváření dalších.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Pavel Noga</td>
<td>2009-2011</td>
<td>5 000 000</td>
<td>Zlepšit, popřípadě nově vytvořit orientační systém pro Ostravany i turisty, čítelně a srozumitelně upozorňovat „uživatele“ města na objekty vhodné pozornosti, jako jsou památky, významné stavby nebo kulturní instituce. Optimalizovat orientační systém města Ostravy.</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Kino LUNA</td>
<td>Dokončení modernizace Kina LUNA,</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Sylva Kocurová, ředitele, Kulturní zařízení Ostrava-Jih, p.o.</td>
<td>2009-2011</td>
<td>26 000 000</td>
<td>Energetické úspory, pohodlí pro diváky, digitální technologie, moderní interiéry.</td>
</tr>
<tr>
<td>Výbuchování dostatečně dimenzovaných vstupních prostor Hvězdárny a planetária J. Palisy</td>
<td>Architektonická soutěž, upravené vstupní prostory</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>RNDr. T. Gráf, Ph.D., Hvězdárna a planetárium J. Palisy v Ostravě, VŠB - TUO</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>10 000 000</td>
<td>Vybudování dostatečně dimenzovaných vstupních prostor Hvězdárny a planetária, které pravidelně nabízí kulturní a kulturně-vzdělávací aktivity pro širokou veřejnost z Ostravy a celého kraje. Ve vstupní hale bude umístěna stálá výstava samoobslužných experimentů (tzv. experimentárium).</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Řešení zcela nevyhovující dopravní dostupnosti Hvězdárny a planetária</td>
<td>Vhodně upravené linky MHD s ohledem na provoz Hvězdárny a planetária pro školy a širokou veřejnost (pracovní dny + víkendy), pevný chodník pro návštěvníky, vybudování zastávky MHD.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>RNDr. T. Gráf, Ph.D., Hvězdárna a planetárium J. Palisy v Ostravě, VŠB - TUO</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>5 000 000</td>
<td>Zajištění optimální dopravní dostupnosti Hvězdárny a planetária, které pravidelně nabízí kulturní a kulturně-vzdělávací aktivity pro širokou veřejnost.</td>
</tr>
<tr>
<td>Koncertní centrum v Ostravě</td>
<td>Vznik koncertního centra zahrnujícího několik sálů pro produkci symfonických koncertů, komorních a jazzových koncertů a alternativy.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>MgA. Peter Krajniak, Janáčkova filharmonie v Ostravě</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>1,5-2 mld.</td>
<td>Vytvoření adekvátních infrastrukturních podmínek pro produkci koncertů v oblasti vážné hudby a dalších hudebních směrů (alternativa, jazz atd.). Vznik nové architektonické dominanty světové úrovně v Ostravě</td>
</tr>
<tr>
<td>Sochy ve městě</td>
<td>Vytvoření koncepce, týmu odborníků, nalezání způsobu, jak pravidelně doplňovat sochy na různé části města, ustanovit nadaci či soutěž, která i s pomocí soukromých peněz toto umožní.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Robert Buček</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>5 000 000</td>
<td>Pravidelně se obohacující síť sochařských děl v ulicích; tvář města, která dává najevu zájem kulturu a současné umění jako přirozenou součást svého života.</td>
</tr>
<tr>
<td>----------------</td>
<td>-------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>------------------------</td>
<td>---------------</td>
<td>------------</td>
<td>-----------</td>
<td>--------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Inkubátor pro umělce</td>
<td>Zrekonstruovaná industr. budova a nová kulturní instituce v Ostravě. Umístění Ostravy na světovou mapu současného umění.</td>
<td>Umělci, obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Marta Pilařová</td>
<td>2008-xxx</td>
<td>50 000 000</td>
<td>Doplnit v Ostravě kriticky chybějící součást kulturní infrastruktury, jejíž obdobu známe z mnoha světových měst, ale také z Prahy (Meet Factory) nebo např. Žiliny (Stanica). Nově využít industriální objekt jako tvůrčí inkubátor pro mladé vizuální, hudební i divadelní umělce z regionu, republiky i zahraničí. Přivájet na jednotlivé projekty do OV ty nejkratší šíření zástupce progresivního umění a zároveň motivovat zdejší tvůrce, ať zůstávají v regionu.</td>
</tr>
<tr>
<td>Městská galerie Ostrava</td>
<td>Zřízení příspěvkové organizace MGO a vybudování MGO</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Doc. PhDr. Zbyněk Janáček, děkan Fakulty umění, OsU</td>
<td>2009-2015</td>
<td>200-600 mil.</td>
<td>Realizace výstavního centra, jež by svými parametry, mohlo v náročné a systematické dramaturgi prozradit aktuální trendy a tendence současného vizuálního umění.</td>
</tr>
<tr>
<td>Mobilní střešní systém s pódiem</td>
<td>Mobilní střešní systém s jevištním pódiem umožňující zakrytí plochy jeviště v rozmezí 16 x 12 m.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Bc. Ivana Petříková, Národní divadlo moravskoslezské</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>4 400 000</td>
<td>SMO, soukromé zdroje</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Umělecká sezóna Janáčkovy konzervatoře a Gymnázia v Ostravě v 2015</td>
<td>Studenti Janáčkovy konzervatoře a Gymnázia v Ostravě vystupují na koncertech a představeních, které jsou již tradiční součástí kulturní nabídky Ostravy. Konfrontace uměleckého mládí v oblasti hudby a divadla s profesionálním uměním představovaným koncerty a představeními JFO, NDM, Arény apod.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Soňa Javůrková, Janáčkova konzervatoř a Gymnázium v Ostravě</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>700 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Umělecké mládí Ostravy a Evropa II.</td>
<td>Gala koncerty v prostorách NDM nebo ve společenském sále DK města Ostravy, na kterém vystoupí tanečníci JKGO s hosty ze zahraničí za doprovodu Symfonického orchestru JKO</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Soňa Javůrková, Janáčkova konzervatoř a Gymnázium v Ostravě</td>
<td>2014-2015</td>
<td>400 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Stará hudba v nové Ostravě</td>
<td>Sedmidení workshop zakončený či provázený koncerty v prostorách Janáčkovo konzervatoře v Ostravě, v kostele sv. Václava a na Slezskoosvavském hradě.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Soňa Javůrková, Janáčkova konzervatoř a Gymnázium v Ostravě</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>350 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Vzdělávání pracovníků kulturních domů</td>
<td>Kulturní domy se schopnými týmy zaměstnanců na vysoké profesionální úrovni po stránce odborných vědomostí a praktických dovedností, dobře spolupracující kulturní organizace.</td>
<td>Pracovníci kulturních institucí</td>
<td>Mgr. Darina Daňková, Dům kultury Akord Ostrava-Zábřeh, s.r.o.</td>
<td>2011-2013</td>
<td>600 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
</tr>
<tr>
<td>Gala koncert - Ostrava – město mladé kultury</td>
<td>Gala koncert v NDM či koncertním sále KD města Ostravy moderovaný významnou osobností se sčítajícími absolventy školy za doprovodu Symfonického orchestru JAKO.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Soňa Javůrková, Janáčková konzervatoř a Gymnázium v Ostravě</td>
<td>2015</td>
<td>500 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (štát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Harcové dny Ostrava 2015</td>
<td>Koncerty komorní a symfonické hudby v různých částech Ostravy a v různých koncertních prostorách.(koncertní sály, kostely apod.), Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Soňa Javůrková, Ada Balová, Janáčková konzervatoř a Gymnázium v Ostravě</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>1 500 000</td>
<td>ostatní veřejné zdroje ČR (štát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
<td>Organizovat již tradiční festival v roce, kdy by se Ostrava zařadila do společnosti evropských hlavních měst kultury.</td>
</tr>
<tr>
<td>Mezinárodní konference na téma Umělecké muzikálky a výtvarné vzdělávání v Ostravě a Evropě</td>
<td>Mezin.konference s vazbou na umělecké projekty Janáčkovy konzervatoře a Gymnázia v Ostravě nebo Janáčkova máje a výstavou z děl studentů výtvarných oborů fakulty umění OU a SUŠ. Vydání sborníku přispěvků, které přispějí k dalšímu rozvoji vzdělávání v této oblasti.</td>
<td>umělecká obec, veřejnost</td>
<td>Mgr. Soňa Javůrková, Janáčková konzervatoř a Gymnázium v Ostravě</td>
<td>2009-2015</td>
<td>500 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (štát, kraj), soukromé zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Mladé taneční umění v Národním divadle moravskoslezském</td>
<td>Tradiní taneční představení, jehož aktéry budou především mladí tanečníci- studenti JKGO, vybraní na základě konkursu. Alternativní nabídka pro tancemilové publikum a návštěvníky baletních představení NDM.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Soňa Javůrková, Janáčková konzervatoř a Gymnázium v Ostravě</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>250 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (štát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Název</td>
<td>Deskriptivní popis</td>
<td>Ředitel</td>
<td>Škola</td>
<td>Rok</td>
<td>Finanční množství</td>
<td>Zdroje</td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>------------------</td>
<td>---------</td>
<td>-------</td>
<td>-----</td>
<td>----------------</td>
<td>--------</td>
</tr>
<tr>
<td>1. „Producentská kreativní laboratoř“</td>
<td>Projekt je založen na prolínání teorie a praxe v kulturní sféře ve vztahu k EU.</td>
<td>Studenti, obyvatelé, návštěvníci atd.</td>
<td>Bc. Ivana Petříková, Národní divadlo moravskoslezské, p.o.</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>2 000 000</td>
<td>vlastní prostředky, soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>„Každý měsíc Music Star“ Audiovizuální studio (a) pro amatéry a začínající umělce</td>
<td>Nahrávací audio a video studio(a) pro volnočasové aktivity začínajících hudebníků, zpěváků, skupin.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Bc. Ondřej Vavříček, Astacus Film.com</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>600 000</td>
<td>ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje</td>
</tr>
<tr>
<td>Tvůrcí dílna pro všechny</td>
<td>Kreativní malířský ateliér pro výuku zájemců i relaxaci managerů</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Oldřich Pelikán, výtvarník</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>200 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje</td>
</tr>
<tr>
<td>-------------------------</td>
<td>---------------------------------------------------------------</td>
<td>---------------------------</td>
<td>-----------------------------</td>
<td>-----------</td>
<td>---------</td>
<td>-------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Ostravané na Egypt, Raciborzané na přírodu</td>
<td>Ukázat návštěvníkům z Ostravská unikátní expozice věnované egyptské historii v polské Raciborzi a naopak představit polské veřejnosti nové stálé expozice přírody v Ostravském muzeu (v polských muzeích jsou expozice přírody ojedinělé)</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>RNDr. Jiřina Kábrtová, Ostravské muzeum</td>
<td>2010</td>
<td>650 000</td>
<td>vlastní prostředky, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Den pro rodinu</td>
<td>Vytvořit celodenní program, včetně gastronomického zajištění pro rodiny s dětmi a pomocí zvýhodněné ceny.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>RNDr. Jiřina Kábrtová, Ostravské muzeum</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>30 000</td>
<td>vlastní prostředky</td>
</tr>
<tr>
<td>Knihovna soudobé hudební literatury v Ostravě</td>
<td>Nákup hudební literatury (zejména knihy a CD) u světových nakladatelů v hodnotě 100 000 ročně.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Renáta Spisarová, o.s. Ostravské centrum nové hudby</td>
<td>2010-2020</td>
<td>100 000 ročně</td>
<td>vlastní prostředky</td>
</tr>
<tr>
<td>Rezidenční pobyty výtvarníků z ČR a zahraničí v Ostravě</td>
<td>Rezidenční pobyty 4 – 6 umělců v Ostravě na 1 – 3 měsíce. Výstupem je výstava buď v ateliéru nebo galerii.</td>
<td>Umělci</td>
<td>Jiří Surůvka</td>
<td>2010-2020</td>
<td>850 000 ročně</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Stodolní pouliční koktejl</td>
<td>Performance hudební, divadelní, diskusní výtvarná, jarmark.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Zlata Holušová, Klub Cesty rytmu, občanské sdružení</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>1 000 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje</td>
</tr>
<tr>
<td>Projekt zápisu ostravských průmyslových památek do Seznamu světového dědictví UNESCO (World heritage list-WHL UNESCO)</td>
<td>Zápis ostravských průmyslových památek na seznam UNESCO. Využití historických průmyslových objektů pro kulturní a společenské účely. Zvýšení turistického ruchu, zájmu turistů z domova i zahraničí. Posílení vazby občanů na průmyslovou historii města, její popularizace.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>PhD. Pavel Hamza</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>1 mil.</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum městské dopravy (Transport museum Ostrava)</td>
<td>Ustanovit, zřídit a vybudovat novou muzejní instituci, jež by umožnila Ostravancům i návštěvníkům z domova a zahraničí seznámit se s jedinečnou historií a zajímavým vývojem veřejné dopravy v Ostravě a na Ostravsku.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Klub přátel MHD, Ing. Aleš Stejskal</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>80-90 mil.</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklus unikátních nadnárodních výstav</td>
<td>5 unikátních tematických výstav ve spolupráci se zahraničními subjekty</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>RNDr. Jiřína Kábrtová, Mgr.David Majer, Ostravské muzeum</td>
<td>2010-2014</td>
<td>1 – 1,5 mil.</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje, zdroje EU</td>
</tr>
<tr>
<td>Sloupec 1</td>
<td>Sloupec 2</td>
<td>Sloupec 3</td>
<td>Sloupec 4</td>
<td>Sloupec 5</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>----------</td>
<td>----------</td>
<td>-----------</td>
<td>-----------</td>
<td>-----------</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Slavíme s Akordem aneb 55 let žijeme kulturou</td>
<td>Každý měsíc 1 akce zdarma, celkem 12 akcí/rok, pozornost zaměřena na konkrétní cílovou skupinu: akce pro děti, pro seniory, pro celou rodinu, pro širokou veřejnost.</td>
<td>Mgr. Darina Daňková, Dům kultury Akord Ostrava-Zábřeh</td>
<td>2014</td>
<td>280 000</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Lidový rok</td>
<td>Cyklus venkovních akcí pro širokou veřejnost. 5 akcí ročně.</td>
<td>Sylva Kocurová, ředitelka, Kulturní zařízení Ostrava-Jih, p.o.</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>3 795 000</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Podpora aktivní amatérské umělecké činnosti a kulturní v ulicích města.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Dětské muzeum</th>
<th>Realizace mezinárodního inovativního kulturně-vzdělávací instituce pro děti a rodinu, v Ostravě.</th>
<th>Obyvatelé, návštěvníci</th>
<th>Jana Praisová, Centrum pro rodinu a sociální péči, o.s.</th>
<th>2010-xxx</th>
<th>2 500 000 ročně</th>
<th>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</th>
<th>Zvýšení možností kulturního vyžití, zvýšení atraktivity Ostravy, Navázkou a rozvíjet kontakty s mezinárodními organizacemi podobného zaměření jako například s Evropskou sítí uměleckých organizací EU NET ART, Evropskou asociací muzeí pro děti (European Children’s Museum Network) a dalšími.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Moje Ostrava (putovní interaktivní výstava)</td>
<td>1 výstava ročně pro Ostravu, 2 výstavy ročně v jiných městech ČR</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Jana Praisová, Centrum pro rodinu a sociální péči o.s.</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>800 000 ročně</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td>Posílení vztahu k městu, sounáležitost s ním, oživení povědomí o jeho historii. Prezentace.</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklus přednášek, autorských čtení a moderovaných diskusi špičkových českých a zahraničních osobností z oblasti kultury a vzdělávání a cyklus výstav současného výtvarného umění v Klubu Fiducia a Ostravské univerzitě</td>
<td>Pravidelné akce (přednášky, čtení, moderované diskuse, aktuální společenská témata a další) v průběhu celého roku v Klubu Fiducia (večer) a Ostravské univerzitě (dopoledne). Výstavy současné malby a současné fotografie ve dvou galeriích v Klubu Fiducia.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Bc. Ilona Rozehnalová, o.s. FIDUCIA</td>
<td>2010-2020</td>
<td>1,5 mil. ročně</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje</td>
<td>Seznámení ostravského publika se špičkovými českými a zahraničními osobnostmi v oblasti kultury a vzdělávání.</td>
</tr>
<tr>
<td>Klub Templ – vícežánrové multikulturní centrum komunitního setkávání v Ostravě</td>
<td>Kvalitní pravidelné měsíční programy zveřejňované a viditelné ve všech významných médiích.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Lukáš Hradil, DiS., o.s. Templ; Mgr. Zlata Holušová, Colours of Ostrava</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>1 310 000 ročně</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje</td>
<td>Přínášet alternativní nabídku k již existujícím kulturním institucím a rozšiřovat ji o prvky, které v dosavadní nabídce nejsou příliš zastoupeny či zcela chybějí s cílem pozměnit hodnoty návštěvníků stávající klubové scény směrem k větší stylové rozmanitosti a kreativní různorodosti. Permanentně vnášet nové prvky do již zabývaných klubových stereotypů</td>
</tr>
<tr>
<td>Festival dětské tvorby s dílnou ARÉNKA</td>
<td>Nesoutěžní přehlídky dětských souborů věnujících se výchovné dramatici.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Tomáš Kováč, Ostravská univerzita</td>
<td>2009-xxx</td>
<td>230 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje EU</td>
<td>Výchova budoucích diváků.</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Slavnostní galakoncert</td>
<td>Symfonická a koncertantní česká klasička hudba s akcentací ostravských autorů a interpretů.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Mgr. Jaromír Javůrek, MHF Janáčkův máj, o.p.s.</td>
<td>2015</td>
<td>1 350 000</td>
<td>ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj), soukromé zdroje</td>
<td>Slavnostní a důstojné uzavření projektu „Ostrava hlavní evropské město kultury“, humanizace, kultivace a obohacení života OV.</td>
</tr>
<tr>
<td>Hlubší poznání ostravské průmyslové aglomerace s mottem „Proč máme být hrdí na své město a co bychom chtěli ukázat jeho návštěvníkům“</td>
<td>Systematické vydávání populárně propagačních, odborných a reprezentativních publikací, celoroční nabídka kulturně-vzdělávacích aktivit (didaktická expozice – ostravská průmyslová aglomerace, výstavy, koncerty), osvěta široké veřejnosti o možnostech využití průmyslových památek na základě úspěšných zkušeností z ČR a zahraničí.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Miloš Matěj, Národní památkový ústav územní odborné pracoviště Ostrava</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>1 000 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td>Srozumitelné vysvětlení složitého systému aglomerace příspěvek k větší hrdosti jejich obyvatel na město, ve kterém bydlí a které budou mít sami potřebu ukázat jejím návštěvníkům a svým známým.</td>
</tr>
<tr>
<td>Vodárenské muzeum města Ostravy</td>
<td>Ustanovení a vybudování nové muzejní instituce, která by návštěvníkům z Ostravy, kraje, ČR i zahraničí umožnila seznámit se s počátky, historii, vývojem a současností úpravy a využití vody pro obyvatelstvo a průmysl v Ostravě.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>PhDr. Pavel Hamza</td>
<td>2010-xxx</td>
<td>2 000 000</td>
<td>vlastní prostředky, ostatní veřejné zdroje ČR (stát, kraj)</td>
<td>Popularizace využití vody pro člověka a oboru vodárenství mezi občany a zvláště mládeži. Zpřístupnění existujících zajímavých exponátů, dokumentů, plánů a fotografii nejen odborně, ale i laické veřejnosti. Zřízení instituce rozšiřující nabídku kulturního života ve městě.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### 2.3.5. Priorita turistická oblast Těšínské Slezsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočas. vyžití v Komorní Lhotce</td>
<td>Sportovně turistický areál, krytý bazén, tenisový kurt, úprava objektu sauny</td>
<td>Občané, děti, ZŠ, turisté a návštěvníci</td>
<td>Obec Komorní Lhotka STONAX o.p.s.</td>
<td>2009-2012</td>
<td>87 000 000</td>
<td>ROP 4.1, MAS Pobeskydí, OPPS ČR-PL</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití</td>
</tr>
<tr>
<td>Podpora zdravého životního stylu – in-line a outdoor centrum v relaxační zóně Hluchová - Obec Bystřice</td>
<td>In-line a indoor centrum v relaxační zóně</td>
<td>Návštěvníci Těšínských Beskyd</td>
<td>Obec Bystřice</td>
<td>2009</td>
<td>7 000 000</td>
<td></td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj areálu KEMPALAND - Bukovec</td>
<td>Sedačková lanová dráha a rozšíření sjezdovky, interaktivní muzeum dobové architektury a zvyků, příjezdová komunikace a infrastruktura, vyhlídková restaurace a penzion, bobová dráha, dřevěné městečko rekonstrukce historického opevnění Šance Valy, rozšíření cyklostezky o in-line bruslení včetně osvětlení</td>
<td>Turisté (vč. Polska), návštěvníci</td>
<td>Nositelé dle jednotlivých etap - Obec Bukovec, TS Bukovec s.r.o., soukromí investoři</td>
<td>2009-2013</td>
<td>200 000 000</td>
<td>ROP, OPPS ČR-PL, OPPS SK-ČR</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti Těšínských Beskyd a ČR - PL pohraničí</td>
</tr>
<tr>
<td>Název projektu</td>
<td>Detaily</td>
<td>等方式</td>
<td>Název organizace</td>
<td>Brožury, občané, turisté</td>
<td>Datum provedení</td>
<td>Rozpočet</td>
<td>Projektově financováno</td>
</tr>
<tr>
<td>----------------</td>
<td>----------------</td>
<td>----------------</td>
<td>-------------------</td>
<td>------------------------</td>
<td>----------------</td>
<td>---------------</td>
<td>---------------------</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozvoj Ski areálu Mosty u Jablunkova</strong></td>
<td>Modernizace a doplnění nabídky služeb — letní bobová dráha, lyžařský vlek, nová sjezdovka s 4 sed. Lanovkou, parkovací plochy apod.</td>
<td>Turisté, návštěvníci</td>
<td>SKI Beskydy, s.r.o., Obec Mosty u Jablunkova</td>
<td>2009-2013</td>
<td>200 000 000</td>
<td>ROP, vlastní prostředky</td>
<td><strong>Prezentace výsledků vědeckých a historických výzkumů formou populární ukázky historických souvislostí a tradičního způsobu života místního obyvatelstva v období 5. a 6. století př. n. l. a v období od 8. století do 1. poloviny 11. století široké i odborné veřejnosti</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Archeopark Chotěbuz – 2. část</strong></td>
<td>1. předhradí, školící středisko, přejezdová komunikace</td>
<td>Turisté, žáci základních a středních škol, odborná veřejnost, imobili občané</td>
<td>SKI Beskydy, s.r.o., Obec Mosty u Jablunkova</td>
<td>2009-2012</td>
<td>58 000 000</td>
<td>ROP <strong>2.2</strong></td>
<td><strong>Rozšíření nabídky lyžařského areálu pro letní i zimní sezónu, vznik nejmodernějšího lyžařského areálu v Beskydech</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cyklistická stezka Český Těšín – Archeopark Chotěbuz</strong></td>
<td>Zřízení cyklostezky spojující centrum regionu s turisticky atraktivním cílem</td>
<td>Turisté, občané</td>
<td>Obec Chotěbuz, Město Český Těšín</td>
<td>2010-2011</td>
<td>54 800 000</td>
<td>ROP</td>
<td><strong>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v regionu</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Kryté aquacentrum Český Těšín</strong></td>
<td>Zřízení centra vodní zábavy a odpočinku</td>
<td>Občané, turisté</td>
<td>Město Český Těšín</td>
<td>2010-2012</td>
<td>170 mil. Kč</td>
<td>ROP</td>
<td><strong>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v přírozeném centru regionu.</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hotel Steel Třinec</strong></td>
<td>Obnova a rekonstrukce obvodového a střešního pláště hotelu včetně dostavby 12. nadzemního podlaží - konferenční místností</td>
<td>Návštěvníci Těšínských Beskyd</td>
<td>Karta Group a.s.</td>
<td>2010</td>
<td>40 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td><strong>Zkvalitnění ubytovacích kapacit v Těšínských Beskydech</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion Salajka - Horní Lomná</strong></td>
<td>Zlepšení infrastruktury hotelu Salajka</td>
<td>Návštěvníci Těšínských Beskyd</td>
<td>Fa KAWULOK</td>
<td>2009</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td><strong>Zkvalitnění ubytovacích kapacit v Těšínských Beskydech</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Penzion U Gazdy - Nýdek</strong></td>
<td>Vybudování relaxačního centra</td>
<td>Návštěvníci Těšínských Beskyd</td>
<td>Likop, s.r.o.</td>
<td>2009</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td><strong>Zkvalitnění úrovně ubytovacích kapacit v Těšínských Beskydech</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Turistické středisko</td>
<td>Výbudivání wellness s vnitřním bazénem</td>
<td>Návštěvníci Těšínských Beskyd</td>
<td>IEG Fire Safety, a.s.</td>
<td>2009</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Zkvalitnění ubytovacích kapacit v Těšínských Beskydech</td>
</tr>
<tr>
<td>----------------------</td>
<td>--------------------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
<td>-----------------------</td>
<td>--------</td>
<td>-------------</td>
<td>------------</td>
<td>--------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Bahenec</td>
<td>Vytvoření tras pro horská kola, propagace, webový systém, slevový systém</td>
<td>Cykloturisté na horských kolech</td>
<td>Sdružení obcí Jablunkovska, Gorolia o.s.</td>
<td>2008-2009, v realizaci</td>
<td>570 000</td>
<td>OPPS ČR-PL, FMP TS</td>
<td>Vytvoření nového produktu, rozšíření nabídky Jablunkovska, zatrativnění regionu</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>BIKE land Gorolia, vytvoření a propagace tras pro MTB</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Turistický produkt Ondrášovo</strong></td>
<td>Vytvoření informačních míst o zbojníkovi Ondrášovi, marketingová značka, cykloturistická tras, manuál certifikace pro partnery</td>
<td>Návštěvníci, turisté, cykloturisté, podnikatelé v CR</td>
<td>Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci, Powiat Cieszyński</td>
<td>2008-2009, v realizaci</td>
<td>394 000</td>
<td>OPPS ČR-PL, FMP TS</td>
<td>Vytvoření nového produktu, rozšíření nabídky Těšínských Beskyd</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozvoj Trojmezí</strong></td>
<td>Turistická exploatace prostoru kolem Trojmezí</td>
<td>Návštěvníci, turisté, cykloturisté, podnikatelé v CR</td>
<td>Sdružení obcí Jablunkovska</td>
<td>2009</td>
<td>873 000</td>
<td>OPPS SR-ČR</td>
<td>Rozvoj turismu na československo-polském trojmezí</td>
</tr>
<tr>
<td>Asociační turistický produkt Gorolia</td>
<td>Vytvoření asociačního turistického produktu pro mikroregion Těšínské Beskydy</td>
<td>Podnikatelé v cestovním ruchu, návštěvníci, turisté</td>
<td>Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci, Sdružení obcí Jablunkovska, Gorolia o.s.</td>
<td>2009-2010</td>
<td>890 000</td>
<td>OPPS ČR-PL FMP TS, ROP 2.2.4</td>
<td>Projekt GOROLIA využívá některých historických a praktických gorolských prvků a jejich geografického a etnického umístění</td>
</tr>
<tr>
<td>Šance-Valy</td>
<td>Příprava pro využití památek Šance jako produkt cestovního ruchu. Studie produktu cestovního ruchu. Tematická stezka po jednotlivých šancích a valech</td>
<td>Obce příhraničního regionu, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Mosty u Jablunkova, Bukovec, Hrčava, Svrčinovec, Čierna, Skalité</td>
<td>2009-2010</td>
<td>8 570 000</td>
<td>OPPS SR-ČR</td>
<td>Zatrativnění regionu, rozvoj turismu</td>
</tr>
<tr>
<td>Služby a zařízení dětem přivítivé</td>
<td>Komplex seminářů a praktických ukázek především pro majitele a provozovatele ubytovacích zařízení s cílem iniciovat zlepšení přiměřených i infrastrukturních služeb pro cílovou skupinu „rodiny s dětmi“</td>
<td>Majitelé ubytovacích zařízení</td>
<td>Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci</td>
<td>Kontakt: Sdružení obcí Jablunkovska</td>
<td>2010</td>
<td>250 000</td>
<td>ROP 2.2.4</td>
</tr>
<tr>
<td>Příprava využití termálních vod v mikroregionu Jablunkovska</td>
<td>Zpracování studie reálného využití zásob termálních vod v oblasti Jablunkov-Písek-Bukovec</td>
<td>Potenciální investoři v cestovním ruchu</td>
<td>Kontakt: Sdružení obcí Jablunkovska</td>
<td>2009</td>
<td>700 000</td>
<td>Investiční příležitost, OPPS ČR-PL</td>
<td>Rozšíření produktové nabídky v oblasti lázeňství, relaxace a wellness</td>
</tr>
<tr>
<td>Informační systémy pro zvýšení atraktivity zóny, a orientace návštěvníků města</td>
<td>Aktualizace existujícího portálu cestovního ruchu s aplikací nejnovější technologie a zefektivněným systémem značení atraktivit cestovního ruchu ve městě</td>
<td>Obyvatelé, turisté a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2013</td>
<td>1 500 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Efektivní nástroj pro přilákání a udržení návštěvníků města.</td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace území a zařízení navazující na stávající turistické cíle a volnočasové aktivity</td>
<td>Modernizované existující atraktivity ve městě</td>
<td>Obyvatelé, turisté a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2013</td>
<td>15 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zázemí pro zvýšení turistického potenciálu města</td>
</tr>
<tr>
<td>Výstavba nových ubytovacích kapacit</td>
<td>Nově vybudované ubytovací kapacity ve městě</td>
<td>Turisté a návštěvníci města</td>
<td>Lázne Darkov, developeri</td>
<td>2009-2013</td>
<td>60 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zvýšení počtu ubytovacích kapacit pro lázeňské hosty a další návštěvníky města</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce objektů a území pro aktivní trávení volného času</td>
<td>Rekonstruované objekty pro trávení volného času</td>
<td>Obyvatelé, turisté a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Karviná, STARS, AVZO Karviná</td>
<td>2009-2013</td>
<td>16 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zvýšení atraktivity a funkční využitelnost potenciálu turistických atraktivit města a prostor pro trávení volného času</td>
</tr>
<tr>
<td>Budování podzemních parkovišť a jednotlivých stání</td>
<td>Rekonstruovaná stávající a vybudovaná nová parkovací stání, vybudované nové lokality pro parkování</td>
<td>Obyvatelé, turisté a návštěvníci města</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2013</td>
<td>30 000 000</td>
<td>ROP 3.1</td>
<td>Zlepšení možností parkování pro obyvatele a návštěvníky města</td>
</tr>
<tr>
<td>Cykloturistická doprava ve městě</td>
<td>Rekonstrukce stávajících a vybudování nových cyklotras a jejich napojení na regionální cyklotrasy (současné projekty: Cyklotrasa podél Olše, propojení cyklotrasy z Karviné do Zebrzydowic)</td>
<td>Obyvatelé, cyklisté, turisté</td>
<td>Statutární město Karviná, okolní obce</td>
<td>2009-2011</td>
<td>24 700 000</td>
<td>ROP 3.1, OPPS ČR-PL</td>
<td>Propojení stávajících stezek, jejich kompletace a nová výstavba. Zatíživnění města a rozšíření nabídky cestovního ruchu, sportu a volnoverzových aktivit v příhraniční oblasti</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklotrasy a naučná stezka Karvinsko</td>
<td>Propojení obcí Karvinska pro cykloturistiku, pěší turistiku a běžecké tratě, zpřístupnění pozoruhodných technických, přírodních a památkových lokalit, značení, informační tabule, infocentrum</td>
<td>Obyvatelé, cyklisté, turisté</td>
<td>Obce Karvinska, RPG RE, SMOOK</td>
<td>2009-2011</td>
<td>80 000 000</td>
<td>Revitalizace, MSK, ROP, SFŽP</td>
<td>Rozsířená nabídka atraktivit CR a rozšíření infrastruktury pro volnočasové aktivity a rekreaci</td>
</tr>
</tbody>
</table>
| Rekreační areál Loděnice | Výstavba, revitalizace a modernizace turistické infrastruktury, doprovodných služeb a atraktivit cestovního ruchu. | Obyvatelé, turisté a návštěvníci města | Statutární město Karviná | 2009-2010 | 25 000 000 | OPPS ČR-PL | Rozvětvený území pro rekreaci a vyhledávání nabídek │
<p>| Rozvoj Golfového hřiště Karvina - Lipiny | Vznik 18 jamkového hřiště s klubem a zázemím a dalších aktivit | Pacienti lázní zahraniční návštěvníci Karviné a lžíčtí hosté | OKD a.s., RPG RE, Statutární město Karviná | 2009-2013 | 120 000 000 | OKD a.s., RPG RE, ROP | Rozvoj turistiky, využití území pro výstavbu infrastruktury a rekreační činnosti  |
| Rekonstrukce zámeckých koníren | Rekonstrukce a záchrana historického objektu v památkově chráněné zóně v centru města. Vybudování relaxačních oddychových míst. | Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté | Statutární město Karviná | 2009-2010 | 80 000 000 | ROP 3.1 | Rekonstrukce zámeckých koníren pro vybudování luxusních ubytovacích prostorových kapacit: 22 lůžek, které se ve městě v současné době nenacházejí |
| Rekonstrukce vodárenské věže pro ubytovací služby | Výstavba a modernizace vodárenské věže pro ubytovací služby | Turisté, návštěvníci | Liftservis, s.r.o. | 2009 | 25 000 000 | ROP 2.2.2 | Výstavba vodárenské věže pro vybudování moderních ubytovacích služeb pro turisty a využití pro sportovní a rekreační činnosti  |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th>Název akce</th>
<th>Popis</th>
<th>Osoba zodpovědná</th>
<th>Čas realizace</th>
<th>Hrazečka</th>
<th>Poznámka</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Lázeňská kolonáda</td>
<td>Vybudování turistické infrastruktury a rozvoj spolupráce dvou nevětších lázeňských město Euroregionu ŠČ/TS: Ustroň a Karviná. Vybudování lázeňských parků.</td>
<td>Turisté, návštěvníci města a lázeňští hosté</td>
<td>Statutární město Karviná, partnerské město Ustroň, Lázně Darkov</td>
<td>2010-2012</td>
<td>60 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce a zastřešení amfiteátru</td>
<td>Celková rekonstrukce stávajícího letního kina s možností víceúčelového využití pro kulturní a společenské akce.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2011</td>
<td>45 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Bezbariérové město - Karviná</td>
<td>Vybudování bezbariérové infrastruktury a odstraňování bariér při vstupu do budov pro osoby s omezenou schopností pohybu a orientace</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2012</td>
<td>15 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Získání statutu lázeňského místa</td>
<td>Získání statutu lázeňského místa</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2013</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce kulturního domu Družba</td>
<td>Celková rekonstrukce kulturního domu Družba s rozšířením služeb</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2010</td>
<td>100 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce krytého bazénu</td>
<td>Celková rekonstrukce krytého bazénu s rozšířenou nabídkou služeb pro volnočasové aktivity.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, studenti Slezské univerzity</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2010-2012</td>
<td>60 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce parku Boženy Němcové v Karviné-Fryštátě</td>
<td>Výstavba, revitalizace a modernizace turistické infrastruktury, doprovodných služeb a atraktivit cestovního ruchu (výstavba komunikací, nový mobiliář, lávka nad vodou, parkur, sportoviště, terénní úpravy)</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2012</td>
<td>45 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Tvorba nabídky (turistických produktů) pro cílové skupiny a trhy</td>
<td>Zpracování návrhu chybějících doprovodných služeb k rozvoji cestovního ruchu ve městě včetně návrhu zvýšení atraktivnosti stávajících služeb a nabídek.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté, incentivní turisté, rodiny s dětmi</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2011</td>
<td>1 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Úprava okolí kostela Sv. Petra z Alkantary</td>
<td>Vytvoření zázemí pro turisty – posezení, sociální zázemí, informační zařízení</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, turisté, lázeňští hosté, incentivní turisté, rodiny s dětmi</td>
<td>Statutární město Karviná, RPG RE</td>
<td>2010</td>
<td>7 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj DINO Parku v Doubravě</td>
<td>Unikátní zábavní park zobrazující modely zvířat z druhohorního období v životních velikostech v jejich přirozeném prostředí. Atrakce podporující vzdělávání, 3D kino, paleontologické hřiště, naučná stezka</td>
<td>Návštěvníci, rodiny s dětmi, školy, exkurze</td>
<td>West Media s.r.o., RPG RE, Obec Doubrava</td>
<td>2009</td>
<td>600 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------------------</td>
<td>-------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>----------------------------------------</td>
<td>-------------------------------------</td>
<td>----------</td>
<td>---------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Oprava záměku v Doubravě</td>
<td>Využití záměku pro ubytování školení a gastronomii v souvislosti s DINO Parkem</td>
<td>Rodiny s dětmi, školy, firmy, návštěvníci</td>
<td>RPG RE, Obec Doubrava</td>
<td>2010-2013</td>
<td>70 000 000</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozvoj oblasti Darkovské Moře</td>
<td>Vytvoření rekreační zóny pro město Karviná a okolí, cyklostezky (potápění, jachting, windsurfing, veslování apod.), pláže, vybavené hřiště (mičové hry, beach volejbal, minigolf, pétanque apod.).</td>
<td>Obyvatelé Karviné,regionu, návštěvníci lázní Darkov a golfu</td>
<td>OKD a.s., RPG RE, Statutární město Karviná</td>
<td>2009-2014</td>
<td>Sanace důlních škod, revitalizace MSK, ROP</td>
</tr>
<tr>
<td>Turistické centrum bývalého Dolu Dukla</td>
<td>Zpřístupnění expozice CO krytu pro veřejnost, pořádání letních koncertů, další atrakce</td>
<td>Rodiny s dětmi, senioři, cyklisté, návštěvníci</td>
<td>RPG RE, Projekt Archa, Nadace OKD</td>
<td>2009</td>
<td>Nadace OKD, RPG RE, Město Havířov</td>
</tr>
</tbody>
</table>
## 2.3.6. Priorita turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cyklostezka „Střecha Evropy“</td>
<td>Nová cyklostezka navazující na Greenways Vídeň - Kraków</td>
<td>Cykloturisté, in-line bruslaři</td>
<td>Mikroregion Odersko</td>
<td>2012-2013</td>
<td>80 000 000</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Rozvoj cykloturistiky v regionu</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklostezka Odra-Morava-Dunaj v MSK</td>
<td>Podpora cyklistické dopravy, zvýšení bezpečnosti cyklistické a pěší dopravy</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Region Poodří</td>
<td>2010-2011</td>
<td>150 000 000</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Zvýšení bezpečnosti cyklistické a pěší dopravy, zatraktivnění lokality v rámci podpory cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Muzeum vody a rybnikářství</td>
<td>Podpora kulturního a přírodního dědictví v regionu Poodří</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Region Poodří</td>
<td>2010-2011</td>
<td>50 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora rozvoje cestovního ruchu, vzdělání, zachování tradic</td>
</tr>
<tr>
<td>Dům řemesel a regionálních produktů</td>
<td>Obnova kulturního a přírodního dědictví v turistické oblasti Moravského Kravařska</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Region Poodří</td>
<td>2011-2012</td>
<td>60 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora rozvoje cestovního ruchu, vzdělání, zachování tradic</td>
</tr>
<tr>
<td>Skanzen Moravského Kravařska, vzdělávací centrum venkova</td>
<td>Obnovení kulturního a přírodního dědictví v turistické oblasti Moravského Kravařska</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Region Poodří</td>
<td>2011-2013</td>
<td>15 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora rozvoje cestovního ruchu, vzdělání, zachování tradic</td>
</tr>
<tr>
<td>„Moravské Kravařsko – regionální produkt“</td>
<td>Podpora přírodního dědictví a rozvoj turismu v Poodří, 3 místa</td>
<td>Široká veřejnost, návštěvníci</td>
<td>Region Poodří, o.s.</td>
<td>2010-2012</td>
<td>2 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora rozvoje cestovního ruchu, podpora rozvoje cestovního potenciálu</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Bartošovice - srdce Regionu Poodří</td>
<td>Rekonstrukce prostor zámku, vybudování expozice o historii obce, zámku a regionu</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Obec Bartošovice</td>
<td>2009-2010</td>
<td>20 000 000</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Zatraktivnění objektu zámku, podpora rozvoje cestovního ruchu, nabídka prohlídkového okruhu</td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace sportovně rekreačního areálu „U Odry“</td>
<td>Podpora infrastruktury v oblasti sportu a volnočasových aktivit</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Obec Bernartice nad Odrou</td>
<td>2010-2011</td>
<td>10 000 000</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Obnova dřívějšího přírodního koupaliště na řece Odře včetně sportovně-turistického zázemí</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Obnova včelného mlýna v Bílově</td>
<td>Obnova a rozvoj kulturního dědictví venkova</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Obec Bílov</td>
<td>2011-2012</td>
<td>5 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora a rozvoj cestovního ruchu, zatraktivnění regionu</td>
</tr>
<tr>
<td>Koupaliště v Hladkých Životicích</td>
<td>Obnova infrastruktury pro rekreativní, volnočasové aktivity a sportovní vyžití</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Obec Hladké Životice</td>
<td>2010-2011</td>
<td>20 000 000</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Podpora rozvoje cestovního ruchu, zatraktivnění venkova a regionu</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovně rekreační areál v Jeseníku nad Odrou – II. a III. etapa</td>
<td>Podpora infrastruktury v oblasti sportu a volnočasových aktivit</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Obec Jeseník nad Odrou</td>
<td>2010-2011</td>
<td>25 000 000</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Zvýšení nabídky sportovního a kulturního vyžití v obci, vybudování přírodního koupaliště</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce areálu zámku a zámeckého parku v Jeseníku nad Odrou</td>
<td>Podpora kulturního a přírodního dědictví Poodří, zatraktivnění venkovského prostoru</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Adolf Nytra, Nový Jičín</td>
<td>2010-2011</td>
<td>40 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora rozvoje cestovního ruchu, vybudování ubytování na vyšší úrovni, obnova zámeckého parku</td>
</tr>
<tr>
<td>Obnova víceúčelového sportovního areálu v Jistebníku</td>
<td>Podpora infrastruktury v oblasti sportu a volnočasových aktivit</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Obec Jistebník</td>
<td>2010-2012</td>
<td>70 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Zvýšení nabídky sportovního a kulturního vyžití v obci, zatraktivnění venkovského prostoru</td>
</tr>
<tr>
<td>Turistická ubytovna „Na Růžku“</td>
<td>Rekonstrukce prostor pro turistické ubytování vč. rekonstrukce sálu pro kulturní a společenské dění v obci</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Jan a Ivana Frydečtí, Petřvald</td>
<td>2010-2011</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora zkvalitnění úrovně ubytovacích zařízení a vytvoření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Turistický zábavní park v Suchdolu nad Odrou</td>
<td>Rozšíření nabídky doprovodných služeb v rámci rozvoje cestovního ruchu</td>
<td>Obyvatelé, návštěvnící</td>
<td>Ing. Mojmír Bartoň, Suchdol nad Odrou</td>
<td>2010-2011</td>
<td>10 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření stávajícího parku o nové prvky a atraktivity, rozšíření nabídky kulturního vyžití a využití areálu</td>
</tr>
<tr>
<td>Replika vodní tvrze ve Velkých Albrechticích</td>
<td>Obnova a rozvoj kulturního a historického dědictví venkova, zatraktivnění regionu</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Obec Velké Albrechtice</td>
<td>2011-2012</td>
<td>25 000 000</td>
<td>ROP, OPPS</td>
<td>Podpora a rozvoj cestovního ruchu, zataktivnění regionu, možnost nabídek vzdělávacích programů</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklostezka Butovice – Nová Horka ve Studénce</td>
<td>Podpora cyklistické dopravy, zvýšení bezpečnosti cyklistické a pěší dopravy.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Studénka</td>
<td>2009</td>
<td>16 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Obnova nových prostor a zázemí pro aktivity ve vzdělávání, kulturu a společenskou činnost.</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce městského koupalisty ve Studénce</td>
<td>Obnova infrastruktury pro rekreaci, volno-časové aktivity a sportovní vyžití.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Studénka</td>
<td>2010-2011</td>
<td>30 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora rozvoje města s ohledem na cestovní ruch, sport a volno-časové aktivity.</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce objektu starého zámku ve Studénce</td>
<td>Podpora infrastruktury cestovního ruchu.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Studénka</td>
<td>2011-2012</td>
<td>70 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Obnova aktivit v oblasti cestovního ruchu a kulturní činnosti.</td>
</tr>
<tr>
<td>Oprava střechy zimního stadionu ve Studénce</td>
<td>Podpora infrastruktury v oblasti sportu a volno-časových aktivit.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Studénka</td>
<td>2009-2010</td>
<td>10 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Odstranění závad střešního pláště, zachování vybavenosti.</td>
</tr>
<tr>
<td>Hala pro míčové hry a společenské využití ve Studénce</td>
<td>Podpora infrastruktury v oblasti sportu a volno-časových aktivit.</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Studénka</td>
<td>2012-2013</td>
<td>60 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Podpora sportu a volnočasových aktivit. Zataktivnění města.</td>
</tr>
<tr>
<td>Dopravní obslužnost nádraží ČD ve Studénce</td>
<td>Výstavba dopravní infrastruktury (parkoviště, chodníky, BUS zastávka, kolárna)</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Studénka</td>
<td>2010-2011</td>
<td>25 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Modernizace a zataktivnění lokality u nádraží ČD.</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce a obnova Kapucínského kláštera ve Fulneku</td>
<td>Rekonstrukce kulturní památky pro účely vzdělávání a cestovního ruchu</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, studenti, ostatní účastníci vzdělávání, Město Fulnek, Muzeum novojičínska., Sdružení Comenius, VŠB-TUO</td>
<td>Město Fulnek</td>
<td>2010-2013</td>
<td>120 000 000</td>
<td>ROP, IOP, MSK, PPP</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu pro turisty z ČR a ze zahraničí. Nabídka kulturních, vzdělávacích a muzejních aktivit.</td>
</tr>
<tr>
<td>Název</td>
<td>Význam</td>
<td>Cílová skupina</td>
<td>Datum</td>
<td>Investice</td>
<td>Program</td>
<td>Popis</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>--------</td>
<td>----------------</td>
<td>-------</td>
<td>-----------</td>
<td>---------</td>
<td>-------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Golfové hřiště Tošovice</strong></td>
<td>Driving range. Cvičné hřiště - 9 jamek pro začínající golfové hráče, 18-jamkové hřiště</td>
<td>Rodiny s dětmi, začínající golfové hráče, golfové hráče, běžní návštěvníci sportovního areálu</td>
<td>Hein &amp; spol. - keramické závody spol. s r.o., Město Odry</td>
<td>2009-2012</td>
<td>50 000 000 ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření nabídky aktivit cestovního ruchu ve sportovním areálu HEIpark v Tošovicích</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Umělá sjezdovka HEIpark</strong></td>
<td>Umělá sjezdovka, která umožní celoroční provoz zimních aktivit (lyže, snowboard, snowtubing)</td>
<td>Rodiny s dětmi, lyžaři, snowboardisté, běžní návštěvníci sportovního areálu</td>
<td>Hein &amp; spol. - keramické závody spol. s r.o., město Odry</td>
<td>2009-2011</td>
<td>10 000 000 ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření nabídky aktivit cestovního ruchu ve sportovním areálu HEIpark v Tošovicích</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Nová sportoviště HEIpark</strong></td>
<td>Hřiště na plážový volejbal, běžecké a cyklistické stezky, rozšíření lanového centra a další atrakce</td>
<td>Rodiny s dětmi, turisté a běžní návštěvníci sportovního areálu</td>
<td>Hein &amp; spol. - keramické závody spol. s r.o., město Odry</td>
<td>2009-2013</td>
<td>5 000 000 ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření nabídky aktivit cestovního ruchu ve sportovním areálu HEIpark v Tošovicích</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Městské muzeum Odry</strong></td>
<td>Zřízení muzea</td>
<td>Turisté, návštěvníci regionu, školní mládež</td>
<td>Město Odry</td>
<td>2010-2012</td>
<td>10 000 000 ROP 3.2.2</td>
<td>Obnova reprezentativního centra města</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Masarykovo náměstí v Odrách</strong></td>
<td>Nové zrekonstruované historické jádro</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Odry</td>
<td>2012-2015</td>
<td>40 000 000 Operační programy</td>
<td>Obnova reprezentativního centra města</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Revitalizace zámeckého parku v Odrách</strong></td>
<td>Obnova zeleně, komunikací, inženýrských sítí a mobiliáře v původním zámeckém parku</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Odry</td>
<td>2009-2011</td>
<td>50 000 000 ROP 3.2, OPZP 6.5</td>
<td>Regenerace části městské památkové zóny, zvýšení atraktivity města, prostředí vhodné k pořádání komorních kulturních a společenských akcí</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Vodní mlýn v Loučkách</strong></td>
<td>Rekonstrukce a zachování historické technologie vodního mlýna</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Návštěvníci</td>
<td>Manželé Královi, Město Odry</td>
<td>2010-2012</td>
<td>20 000 000 ROP 3.2.2</td>
<td>Rozšíření nabídky cestovního ruchu v regionu Oderska</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Muzeum městského práva v Odrách</strong></td>
<td>Shromažďování, třídění a archivování historických dokumentů, jak písemných tak obrazových a historických předmětů</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Muzejní spolek Rolleder – Odry o.p.s., Město Odry</td>
<td>2009-2010</td>
<td>6 000 000 ROP 3.2.2</td>
<td>Rozšíření nabídky cestovního ruchu v regionu Oderska</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Název akce</td>
<td>Popis akce</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci,</td>
<td>Jiří Rigo</td>
<td>2012</td>
<td>20 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky cestovního ruchu v regionu Oderska, rozšíření kapacit pro vzdělávací a společenské akce</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozšíření ubytování a konferenční sál</strong></td>
<td>V areálu Penzionu Švamlův Mýn nabídhnout možnost přednášek, konferencí a seminářů</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci, občanská sdružení, nestátní neziskové organizace</td>
<td>Jiří Rigo</td>
<td>2012</td>
<td>20 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky ubytovacích kapacit a sportovních aktivit v regionu Oderska</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Ubytování rekonstrukce koupaliště ve Vítovce</strong></td>
<td>Nová nabídka ubytování a možnost rekreace</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Petr Kovář</td>
<td>2012-2015</td>
<td>25 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky cestovního ruchu v regionu Oderska, obnova historicích věží</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Vyhlídková věž Odry</strong></td>
<td>Vybudování vyhlídkové věže s atraktivním výhledem</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Odry, Muzejní spolek Rolleder – Odry o.p.s.</td>
<td>2010-2011</td>
<td>3 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky cestovního ruchu v regionu Oderska, obnova historicích věží</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Vodní nádrž Vražné</strong></td>
<td>Uprava břehů retenční nádrže v blízkosti dálničního mostu D 47 přes řeku Odru, zřízení zón sportovního rybolovu a rodinné rekreace</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Vraženský přírodozvěr, spolek o.s.</td>
<td>2010-2011</td>
<td>40 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Doplňení chybějící nabídky přírodní rekrece a sportovního rybolovu</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Lesopark a výletiště Pod Emauzy</strong></td>
<td>Výsadba lesoparku v těsné blízkosti dálničního tělesa D 47 a rybníka Pod Emauzy, úprava břehů rybníka a stavající plochy výletiště pro táboření sportovní rekreaci</td>
<td>Turisté, automobilisty</td>
<td>Obec Vražné</td>
<td>2009-2010</td>
<td>6 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Zřízení odpočinkové zóny v návaznosti na dálniční odpočívadlo Vražné</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Venkovská univerzita</strong></td>
<td>Začlenění školního střediska v rodém domě J. G. Mendela v obci Vražné do republického systému venkovských univerzit</td>
<td>Studenti vysokých škol z ČR a celého světa</td>
<td>Rodný dům J. G. Mendela, Masarykova univerzita Brno, Jihočeská univerzita České Budějovice</td>
<td>2009-2012</td>
<td>2 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Zvýšení povědomí o celé oblasti Moravského Kravařska u nás i v cizině, osobní forma propagace</td>
</tr>
<tr>
<td>Název projektu</td>
<td>Detaily Projektu</td>
<td>Způsob financování</td>
<td>ROP 3.2</td>
<td>Nota</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-------------------------------------------------</td>
<td>----------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>--------------------</td>
<td>---------</td>
<td>---------------------------------------------------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce muzea v Bílovci</td>
<td>Vytvoření moderní audiovizuální expozice, zpřístupnění půdních prostor, rozšíření otevírací doby, přemístění informačního centra města s veřejným internetem</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Bílovec, Muzeum Novojičínska</td>
<td>2009-2011</td>
<td>30 000 000</td>
<td>ROP 3.2</td>
<td>Obnova kulturní památky, zvýšení atraktivity městského prostředí, zkvalitnění a rozšíření občanské vybavenosti v oblasti kulturního výžití, zvýšení nabídky kvalitních a atraktivních služeb o muzejně prezentační činnost</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce věže kostela Sv.Mikuláše</td>
<td>Využití v podobě vyhliadkové věže</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Bílovec, Římskokatolická farnost Bílovec</td>
<td>2009-2010</td>
<td>10 000 000</td>
<td>ROP 3.2</td>
<td>Obnova kulturní památky, zvýšení atraktivity městského prostředí, zkvalitnění a rozšíření občanské vybavenosti v oblasti kulturního výžití</td>
</tr>
<tr>
<td>Zámek Bílovec – revitalizace pro potřeby cestovního ruchu</td>
<td>Celková revitalizace zámku</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Bílovec, soukromý investor</td>
<td>2009-2011</td>
<td>110 000 000</td>
<td>Investiční příležitost, ROP</td>
<td>Záchrana a využití kulturní památky a architektonického dědictví, zviditelnění města, zvýšení turistického ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Plovárna Podzámčí v Bílovci</td>
<td>Výstavba vnitřního i vnějšího bazénu</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Bílovec</td>
<td>2009-2012</td>
<td>120 000 000</td>
<td>Operační programy</td>
<td>Rozšíření sportovních možností pro aktivní odpočinek, zábavu, sportovní výžití a osvěžení</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportoviště ZŠ Komenského</td>
<td>Sportovní areál s hřiště pro míčové hry, tenis, plochy pro atletiku, vyhovující evropským standardům</td>
<td>Žáci ZŠ, návštěvníci, sportovci, obyvatelé</td>
<td>Město Bílovec</td>
<td>2009</td>
<td>5 300 000</td>
<td>ROP 3.2</td>
<td>Rozšíření a zkvalitnění nabídky sportovně rekreačních služeb, doplnění a rozvoj cestovního ruchu ve městě a mikroregionu, zatraktivnění města a jeho okolí</td>
</tr>
<tr>
<td>Oprava komunikací v Městské památkové zóně</td>
<td>Oprava komunikací – ul. Pivovarská, Tkalcovská, Zámecká, Valová, Zahradní</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Bílovec</td>
<td>2009-2010</td>
<td>14 500 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Zlepšení vzhledu technického stavu komunikací v historickém centru města, zkvalitnění dopravní obslužnosti</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Obyvatelé, návštěvníci, Žáci ZŠ, návštěvníci, sportovci, obyvatelé, Město Bílovec, Muzeum Novojičínska, Římskokatolická farnost Bílovec, Město Bílovec, Město Bílovec, soukromý investor, Město Bílovec, operační programy, Město Bílovec, město, Žáci ZŠ, návštěvníci, sportovci, obyvatelé, Město Bílovec, Město Bílovec, Město Bílovec, Město Bílovec, Město Bílovec.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Název projektu</th>
<th>Detaily projektu</th>
<th>Obchodní subjekt</th>
<th>ROK</th>
<th>Suma</th>
<th>Měra finančního prostředí</th>
<th>Popis finančního prostředí</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Parkoviště u sportovní haly v Podzámčí</td>
<td>Parkovací stání pro osobní automobily a autobusy</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Bílovec</td>
<td>2009-2010</td>
<td>6 300 000 ROP</td>
<td>Zvýšení kapacity parkovacích ploch ve městě</td>
</tr>
<tr>
<td>Areál Modrá Laguna</td>
<td>Nová příjezdová komunikace, parkoviště, rekonstrukce objektu</td>
<td>Obyvatelé, návštěvníci</td>
<td>Město Bílovec</td>
<td>2009-2010</td>
<td>4 000 000 ROP</td>
<td>Zkvalitnění poskytovaných služeb, zvýšení atraktivity městského prostředí</td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklostezka Bílovec – Stará Ves</td>
<td>Bezpečné vedení pěší a cyklistické dopravy mimo trasu silnice II/463</td>
<td>Cyklisté, chodci</td>
<td>Město Bílovec</td>
<td>2009-2010</td>
<td>10 000 000 ROP</td>
<td>Rozvoj cestovního ruchu na Bílovecku, rozšíření a zkvalitnění volnočasových aktivit pro cílové skupiny</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### 2.3.7. Priorita turistická oblast Beskydy - Valašsko

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název aktivity (projektu)</th>
<th>Realizační výstupy</th>
<th>Cílové skupiny</th>
<th>Garanti a spolupráce</th>
<th>Termín</th>
<th>Odhad finanční náročnosti (Kč)</th>
<th>Dotační zdroje</th>
<th>Očekávaný přínos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Veřejné golfové 9 jamkové hřiště</td>
<td>Výstavba veřejného 9 jamkového hřiště a obslužné infrastruktury</td>
<td>Golfoví začátečníci</td>
<td>Ostravice sport a.s.</td>
<td>2011-2012</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti centrálních Beskyd</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Golf Ski Areál</td>
<td>18 jamkové mistrovské hřiště včetně cvičných tréninkových ploch a zázemí sportovního klubu, restaurace, bungalowů s ubytováním</td>
<td>Sportovní veřejnost, golfiště, běžkaři, cykloturisté, sportovní kluby</td>
<td>Ostravice sport a.s.</td>
<td>2009</td>
<td></td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti centrálních Beskyd</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Běžecký zimní areál</td>
<td>Zimní varianta využití golfového areálu s homologovanými tratěmi FIS v délce 7,5 km pro všechny kategorie. Tratě budou plně zasněžovány a v celé délce plně osvětleny</td>
<td>Široká sportovní veřejnost, běžecké kluby</td>
<td>Ostravice sport a.s.</td>
<td>2010-2011</td>
<td>20 000 000</td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti centrálních Beskyd</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Lyžařský areál Žár</td>
<td>4 sjezdovky vhodné pro carvingové lyžování, rodiny s dětmi</td>
<td>Rekreační lyžaři, rodiny s dětmi</td>
<td>Ostravice skí a.s.</td>
<td>2015</td>
<td></td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti Beskyd</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Veřejné běžecké stopy Čeladná-Ostravice</td>
<td>Projekt upravovaných běžeckých tras v délce cca. 40 km pro širokou veřejnost</td>
<td>Široká veřejnost</td>
<td>Ostravice sport a.s., obec Ostravice, obec Čeladná</td>
<td>2011</td>
<td></td>
<td>Rozšíření nabídky atraktivit cestovního ruchu a volnočasového vyžití v oblasti centrálních Beskyd</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>HOTEL SPA WELLNESS</td>
<td>Výstavba WELLNESS SPA hotelu **** s kongresovým centrem s kapacitou 400 lůžek v mezinárodním standardu</td>
<td>Segment kongresové a golfové turistiky</td>
<td>Ostravice hotel a.s.</td>
<td>2009-2015</td>
<td>270 000</td>
<td>SEPETNÁ v.o.s.</td>
<td>2009-2010</td>
</tr>
<tr>
<td>-------------------</td>
<td>-------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------------------</td>
<td>-----------------------</td>
<td>-----------</td>
<td>-------------</td>
<td>----------------------------</td>
<td>-----------</td>
</tr>
<tr>
<td>Každoroční sjezd Ostravice a dalších řek Beskyd na jaře</td>
<td>Zajištění pravidelné nabídky turisticko-vodáckých akcí</td>
<td>Turisté, vodáci</td>
<td>Spolek vodáků Campanula</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kongresový sál v Hotelu Sepetná pro 200 osob</td>
<td>Rozšíření ubytování - 7 pokojů 4* v Hotelu SEPETNÁ Ostravice v souvislosti s vybudováním kongresového sálu</td>
<td>Kongresy, školení, svatby</td>
<td>SEPETNÁ v.o.s.</td>
<td>2009-2010</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Reakce na poptávku pro pořádání velkých kongresů</td>
</tr>
<tr>
<td>Zvýšení úrovně ubytování v Penzionu Sluňičko</td>
<td>Rekonstrukce Penzionu Sluňičko Ostravice z 2* na 3*, Certifikace</td>
<td>Rodiny s dětmi, turisté, návštěvníci centru Beskyd</td>
<td>SEPETNÁ v.o.s.</td>
<td>2011-2012</td>
<td>6 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Rozšíření nabídky a atraktivit cestovního ruchu a volnočasového výžití v oblasti centrálních Beskyd</td>
</tr>
<tr>
<td>Wellness, pivní lázně v Penzionu Sluňičko</td>
<td>Přístavba Penzionu Sluňičko Ostravice o wellness a pivní lázně</td>
<td>Rodiny s dětmi, turisté, návštěvníci centru Beskyd</td>
<td>SEPETNÁ v.o.s.</td>
<td></td>
<td></td>
<td>Investiční příležitost</td>
<td>Rozšíření nabídky a atraktivit cestovního ruchu a volnočasového výžití v oblasti centrálních Beskyd</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovně rekreační areál Ostravice</td>
<td>Sportoviště se squashovými a tenisovými kurty, bowling</td>
<td>Návštěvníci Ostravice</td>
<td>Kontakt: obec Ostravice</td>
<td>2010-2013</td>
<td>50 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Rozšíření nabídky a atraktivit cestovního ruchu a volnočasového výžití</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportovní areál saňkařské dráhy včetně zázemí</td>
<td>Výstavba a modernizace saňkařské dráhy v obci Staré hamry</td>
<td>Občané, turisté, návštěvníci a závodníci</td>
<td>Obec Staré Hamry</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>Zviditelnění obce Dobrá, vytvoření produktu pro návštěvu této obce a obohacení nabídky poznávací turistiky Pobeskydí</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce chaty Na Prašivé</td>
<td>Rekonstruovaná chata</td>
<td>Všechny skupiny turistů se zájmem o návštěvu Moravskoslezských Beskyd, včetně turistů zahraničních a zájemců o vícedenní pobyt</td>
<td>Klub českých turistů</td>
<td>10 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Zatraktivnění místa, zlepšení poskytovaných služeb, zvýšení tržeb a zisku, pozitivní vliv na image KČT</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Naučná stezka Prašivá</td>
<td>6 x naučné větve (cca. 30 naučných panelů), odpočinkový inventář, propagační materiály</td>
<td>Pěší turisté, cykloturisté, žáci škol, senioři, rodiče s dětmi</td>
<td>Sdružení obcí povodí Morávky</td>
<td>2009-2010</td>
<td>2 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1, obecní rozpočty, sponzor, OPPS</td>
<td>Podpora nabídky poznávací turistiky Moravskoslezských Beskyd</td>
</tr>
<tr>
<td>Zkvalitnění poskytování stávajících restauračních a ubytovacích služeb na vrcholu Lysé hory</td>
<td>Prostory vhodné k výstavbě ubytovacích zařízení</td>
<td>Turisté a návštěvníci</td>
<td>Kontakt: AK 1324, Obce Krásná, Malenovice, Staré Hamry</td>
<td>2009-2013</td>
<td>Investiční příležitost</td>
<td>Rozsíření nabídky ubytování na Lysé hoře</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace zámku ve Frýdku včetně obnovy expozice</td>
<td>Rekonstrukce objektu předního zámeckého křídla, dostavba nouzového schodiště, výstavba výstavné věže, rekonstrukce půdních prostor, rekonstrukce expozice &quot;Beskydy - příroda a lidé&quot;</td>
<td>návštěvníci a občané kraje, turisté, handicapovaní občané, zaměstnanci muzea</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
<td>2009-2010</td>
<td>68 000 000</td>
<td>ROP 3.1.</td>
<td>Realizace nové vlastivědné expozice s moderními vyrazovými prostředky (např. bez skleněných vitrín, interaktivní muzeum) a rozšíření výstavních prostor spolu se zpřístupněním muzea lidem s pohybovým handicapem</td>
</tr>
<tr>
<td>Nové Technické muzeum Tatra</td>
<td>Přemístění technického muzea do nových prostor a vytvoření nového moderního muzea</td>
<td>Turisté, obchodní partneři Tatry</td>
<td>Tatra, a. s.</td>
<td>2011-2013</td>
<td>250 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Nové muzeum na světové úrovni napojené na současnou výrobu závodu Tatra</td>
</tr>
<tr>
<td>Název</td>
<td>Operační region</td>
<td>Rok</td>
<td>Celková částka</td>
<td>Kategorie</td>
<td>Popis</td>
<td>Doporučení</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>----------------</td>
<td>------</td>
<td>----------------</td>
<td>------------</td>
<td>-------</td>
<td>---------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce, modernizace a optimalizace stávajících sportovišť, jejich zatrávnikání pro cestovní ruch a vytvoření funkčního systému</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
<td>2011-2013</td>
<td>500 000 000 (studie odhaduje až 1,3 mld.)</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Vytvorení komplexu vhodného pro sportovní cestovní ruch, využíváního návštěvníky města a místními občany</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Síť cyklistických stezek a tras, včetně in-line provozu</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
<td>2009-2013</td>
<td>250 000 000</td>
<td>ROP, SFDI</td>
<td>Vytvoření funkční a bezpečnou síť plnící dopravní funkci (dojížděka do práce, školy atd.) a rekreačně turistickou funkcí</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Informačně-orientační systémy ve městě</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
<td>2009-2013</td>
<td>7 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Zajištění orientace ve městě</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Turistické informační centrum Štramberk – Oprava nevyhovující stávající budovy a vytvoření moderního turistického informačního centra pro širokou působnost v regionech</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
<td>2010-2011</td>
<td>7 000 000</td>
<td>ROP 2.2.3</td>
<td>Zlepšení poskytovaných informací a služeb s dopadem na obec, ČR a svět. Zvýšená návštěvnost turistů v regionu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Komplexní řešení informačních systémů ve městě Štamberk</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
<td>2010-2011</td>
<td>2 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Přehledně řešení informací pro návštěvníky města a okolní pamětihodností, přírody apod. Orientace turistů a návštěvníků</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce sportovního areálu TJ Nový Jičín - parkové úpravy, cyklostezka a in-line dráhy, dvě nová hřiště, skate park, horolezecká stěna, lanové centrum</td>
<td>Rekonstrukce, modernizace a optimalizace stávajících sportovišť, jejich zatraktivnění pro cestovní ruch a vytvoření funkčního systému</td>
<td>Turisté a návštěvníci města, místní sportovní kluby, občané, mimoměstské sportovní kluby a sportovci</td>
<td>Město Nový Jičín, TJ Nový Jičín, TS Nový Jičín, Miroslav Posád</td>
<td>2009-2013</td>
<td>500 000 000 (studie odhaduje až 1,3 mld.)</td>
<td>ROP, rozpočet města</td>
<td>Vytvoření komplexu vhodného pro sportovní cestovní ruch, využívaného návštěvníky města a místními občany</td>
</tr>
<tr>
<td>Vytvoření a naplňování marketingové strategie cestovního ruchu</td>
<td>Jednotná koncepce dalšího rozvoje odvětví CR ve městě a okolí.</td>
<td>Turisté, obyvatelé města</td>
<td>Město Nový Jičín</td>
<td>2009-2010</td>
<td>400 000</td>
<td>rozpočet města, granty</td>
<td>Novojičínsko-atraktivní lokalita vhodná k navštívení</td>
</tr>
<tr>
<td>Umístění nových informačních plánů města u parkovišť ve městě a na turisticky frekventovaných místech</td>
<td>Vytvoření funkční sítě prvků informačně-orientačních systémů</td>
<td>Turisté, návštěvníci města</td>
<td>Město Nový Jičín</td>
<td>2009</td>
<td>25 000</td>
<td>rozpočet města</td>
<td>Zajištění orientace ve městě</td>
</tr>
<tr>
<td>Průběžné udržování tras pro běžecké lyžování</td>
<td>Kvalitní běžecké trasy</td>
<td>Turisté - lyžaři, obyvatelé města</td>
<td>Město Nový Jičín, TJ Nový Jičín, SKI Svinec</td>
<td>2009-2013</td>
<td>300 000</td>
<td>rozpočet MSK a města, ROP</td>
<td>Zvýšená kvalita běžeckých tras, na kterých bude zajištěn trvalý servis</td>
</tr>
<tr>
<td>Spolupráce s Muzeem Novojičínska na zatraktivnění služeb z důvodu zvýšení návštěvnosti</td>
<td>Vytvoření funkčního materiálu pro práci s cílovými skupinami</td>
<td>Turisté, obyvatelé města</td>
<td>Město Nový Jičín, MSK, Muzeum Novojičínska</td>
<td>2009-2013</td>
<td>180 000</td>
<td>rozpočet MSK a města, ROP</td>
<td>Zvýšená návštěvnost muzea, města - celoročně</td>
</tr>
<tr>
<td>Podpora rekonstrukce vnějšího vzhledu budovy zámku do jeho renesanční podoby včetně obnovy zámeckého parku - vznik turistické atraktivity</td>
<td>Atraktivní zámek - dominanta města Nový Jičín</td>
<td>Turisté, obyvatelé města</td>
<td>MSK, Město Nový Jičín</td>
<td>2013</td>
<td>4 000 000</td>
<td>rozpočet MSK a města, ROP, IOP</td>
<td>Zvýšená turistická návštěvnost během celého roku</td>
</tr>
<tr>
<td>Podpora zvýšení počtu kulturních akcí v prostorách Žerotínského zámku včetně nádvoří</td>
<td>Atraktivní zámek - dominanta města, kde se nečo děje, co upoutá</td>
<td>Turisté, obyvatelé města</td>
<td>MSK, Město Nový Jičín, Muzeum Novojičínska</td>
<td>2009-2013</td>
<td>500 000</td>
<td>rozpočet MSK a města, ROP</td>
<td>Zvýšená turistická návštěvnost během celého roku</td>
</tr>
<tr>
<td>Výčlenění částí expozice Muzea Novojičínska v Žerotínském zámku pro stálou expozici historie města včetně expozice novojičínských výtvarníků</td>
<td>Doposud chybějící expozice o historii města</td>
<td>Turisté, obyvatelé města</td>
<td>Město Nový Jičín, MSK, Muzeum Novojičínska</td>
<td>2009-2013</td>
<td>360 000</td>
<td>rozpočet MSK a města, ROP</td>
<td>Zvýšená turistická návštěvnost během celého roku</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozšíření naučné stezky, pěší a cyklotrasy v oblasti hřebene Svinec včetně výstavy rozhledny</td>
<td>Atraktivní možnost výletů mimo město do přílehlé zóny rekreace</td>
<td>Turisté, obyvatelé města</td>
<td>Město Nový Jičín, MSK</td>
<td>2009-2011</td>
<td>4 000 000</td>
<td>Nová atraktivita jako jedna z hlavních na Novojičínsku. Zvýšení návštěvností.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zajištění příslušné studie jako podkladu k žádosti o zápis MPR Nový Jičín (samostatně nebo ve spojení se sousedními sídly) do Seznamu kulturního dědictví UNESCO</td>
<td>Město uvedeno na prestižním seznamu, který slouží turistům z celého světa jako zdroj informací k návštěvě.</td>
<td>Turisté, návštěvníci města</td>
<td>Město Nový Jičín, MSK</td>
<td>2009-2011</td>
<td>750 000</td>
<td>Zvýšení návštěvnosti, především turistů hledajících kvalitu památek</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace hradu Hukvaldy</td>
<td>Záchrana památky před další devastací, otevření nových prostor, rozšíření nabídky kultury na hradě</td>
<td>Turisté, hudební a kulturní veřejnost, odborná veřejnost, pořadatelé kulturních akcí</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
<td>2010-2013</td>
<td>44 200 000</td>
<td>ROP 2.2.</td>
<td>Ochrana hradního komplexu a zvýšení návštěvnosti hradu, snížení nákladů na opravy</td>
</tr>
<tr>
<td>Střečno - Hukvaldy</td>
<td>Rozvoj cestovního ruchu se zaměřením na přeshraniční spolupráci, hrad Hukvaldy a hrad Strečno jako turistický magnet obou regionů a místo pořádání kulturních akcí, které přispívají ke vzájemnému poznání zvyků, tradic a života, rozšíření prohlídkových tras, nové vyhlídky do okolí, záchranu části památkového objektu, zajištění bezpečnosti pro návštěvníky</td>
<td>Turisté (zejména slovenští), hudební a kulturní veřejnost, odborná veřejnost, návštěvníci a pořadatelé kulturních akcí</td>
<td>Žilinský samosprávný kraj, Moravskoslezský kraj</td>
<td>2009-2010</td>
<td>7 500 000</td>
<td>OPPS SR-ČR 1.5</td>
<td>Na české straně záchrana části hradního komplexu, který je kulturní památkou, jeho zhodnocení v souladu s památkovou péčí, rozvoj cestovního ruchu v regionu, poznávání vzájemných tradic a zvyků sousedících regionů z ČR a SR, vytvoření a rozvíjení partnerství v kulturní oblasti</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Regenerace tzv. Bumbalovy továrny Frenštát pod Radhoštěm</td>
<td>Výstavba městského ozdravného centra - parkové úpravy území tvořící odpočinkovou zónu</td>
<td>Občané města, turisté, návštěvníci</td>
<td>Město Frenštát pod Radhoštěm</td>
<td>2009-2010</td>
<td>200 000 000</td>
<td>1.část ROP 2.3, 2.část ROP 3.2</td>
<td>Rozšíření nabídky pro vyžití občanů města a návštěvníků ve volném čase</td>
</tr>
<tr>
<td>Podpůrné investice lokality Pustevny – Radhošť</td>
<td>Vybudovaná nová lanovka pod Hřeben na Velkou sjezdovku Velká sjezdovka proloužená do údolí Velké Ráztoky k současné dolní stanici lanové dráhy, Rekonstruovaná stávající lanová dráha</td>
<td>SK Slopepin, Obec Trojanovice, soukromý investor</td>
<td>2010-2012</td>
<td>70 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1, investiční příležitost</td>
<td>Zvýšení komfortu pro lyžaře a další turisty, rozšíření služeb</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Cyklotrasy a cyklostezky mikroregionu Frenštátsko</td>
<td>Cca 90 km nových cyklotrás a cyklostezek</td>
<td>Obyvatelé, turisté a další návštěvníci mikroregionu Frenštátsko</td>
<td>Mikroregion Frenštátsko</td>
<td>2009-2012</td>
<td>30 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Zatraktivnění regionu, podpora místním podnikatelům v cestovním ruchu, zvýšení bezpečnosti cyklistů</td>
</tr>
<tr>
<td>Moderní sportoviště v Trojanovicích</td>
<td>Nová víceúčelová hřiště na sportovištích v obci (hřiště s umělým povrchem, s hradenažními návštěvníci)</td>
<td>Občané obce, sportovní oddíly, turisté, návštěvníci</td>
<td>Obec Trojanovice</td>
<td>2008-2010</td>
<td>20 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Vybudování sportovišť, která nebudou sloužit pouze úzké skupině obyvatel, ale budou sloužit skutečně širokému spektru uživatelů všech věkových kategorií. Vybudování sportovního zázemí pro budoucí generace.</td>
</tr>
<tr>
<td>Trojanovice vstupní brána do Beskyd</td>
<td>Multifunkční centrum obce. Ekologicko-turistické informační centrum s knihovnou, kavárnou, internetem, nový obecní úřad se zasedací a občanské místnosti, centrum volného času, obchůdky s tradičními výrobky, parková výsadba, parkovací a odpočinkové plochy</td>
<td>Občané a návštěvníci obce</td>
<td>Obec Trojanovice</td>
<td>2010-2011</td>
<td>30 000 000</td>
<td>ROP</td>
<td>Zvýšení obslužnosti, reprezentativnosti a zatraktivnění obce</td>
</tr>
<tr>
<td>BESKYD EXPRES</td>
<td>Ucelená nabídka stabilních, zájmových programů převážně pro ubytované návštěvníky regionu ve formě pravidelných autobusových fakultativních výletů po Frenštátsku a přilehlých regionech</td>
<td>Turisté a další návštěvníci regionu</td>
<td>Občanské sdružení Půpava</td>
<td>2008-2010</td>
<td>2 300 000</td>
<td>Rozšíření nabídky pro návštěvníky regionu, zlepšení dostupnosti atraktivit cestovního ruchu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Revitalizace doplňkových kulturních a sakrálních staveb</td>
<td>Obnovené a rekonstruované drobné stavby kulturního a duchovního dědictví</td>
<td>Obec Trojanovice, další obce mikroregionu Frenštátsko</td>
<td>2010-2012</td>
<td>15 500 000</td>
<td>Obnova tradičních prvků, které jsou součástí beskydské krajiny, zatrativní turistických tras včetně cyklotras</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Informační centrum, muzeum Tesly a dětské IQ centrum</td>
<td>3 patrová budova o ploše 15x18 m, 3 služby pro návštěvníky</td>
<td>Návštevníci mikroregionu, domácí</td>
<td>Město Rožnov p. R.</td>
<td>2010</td>
<td>15 500 000</td>
<td>ROP Střední Morava</td>
<td>Rozšíření celoročních služeb pro návštěvníky, zkvalitnění poskytovaných služeb</td>
</tr>
<tr>
<td>Průplavový bazén</td>
<td>Vytvoření venkovního průplavového bazénu u krytého bazénu Rožnov p. R.</td>
<td>Návštevníci mikroregionu, domácí</td>
<td>Kryté bazén, s. r. o. (vlastník Město Rožnov p. R.)</td>
<td>2010</td>
<td>21 500 000</td>
<td>ROP Střední Morava</td>
<td>Rozšíření celoročních služeb pro návštěvníky, zkvalitnění poskytovaných služeb</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozšíření sportovního areálu Bučiska</td>
<td>Rozšíření vyžití sportovního areálu a skateparku a lezeckou stěnu</td>
<td>Návštevníci mikroregionu, domácí</td>
<td>Komerční domy, s. r. o. (100 % vlastník Město Rožnov p. R.)</td>
<td>2010</td>
<td>6 200 000</td>
<td>ROP Střední Morava</td>
<td>Rozšíření nabídky outdoorových služeb</td>
</tr>
<tr>
<td>Informační kiosky</td>
<td>Vybudovali 15 informačních kiosků Rožnové p. R. (přístup k internetu, mapa, služby)</td>
<td>Návštevníci mikroregionu, obyvatelé</td>
<td>Město Rožnov p. R.</td>
<td>2010</td>
<td>2 850 000</td>
<td>ROP Střední Morava</td>
<td>Zkvalitnění orientace a služeb pro návštěvníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna Hradisko</td>
<td>Vybudovali rozhledny nad Rožnovem p. R.</td>
<td>Návštevníci mikroregionu, obyvatelé</td>
<td>Obec Žermanice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>100 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Žermanický lom – naučná stezka</td>
<td>Nová naučná stezka</td>
<td>Obyvatelé a návštevníci regionu</td>
<td>Obec Soběšovice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>5 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Minigolf a snackbar u Majáku</td>
<td>Rekonstruované stravovací zařízení</td>
<td>Obyvatelé a návštevníci regionu</td>
<td>Obec Soběšovice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>5 000 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Název projektu</td>
<td>Descrizione del progetto</td>
<td>Obec</td>
<td>Leto</td>
<td>Středisko</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---------------</td>
<td>--------------------------</td>
<td>------</td>
<td>------</td>
<td>-----------</td>
<td>-----------------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce kempu „Pod Husarávkou“</td>
<td>Rekonstruovaný autokemp</td>
<td>Obec Soběšovice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>8 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Zkvalitňování nabídky stravovacích a ubytovacích zařízení</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce vinárny Monika</td>
<td>Rekonstruované stravovací zařízení</td>
<td>Obec Soběšovice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>7 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Zkvalitňování nabídky stravovacích a ubytovacích zařízení</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Uprava pláže mezi objektem Baníku Ostrava a střediskem CK Kovotour</td>
<td>Revitalizovaná pláž</td>
<td>Obec Soběšovice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>8 000 000</td>
<td>ROP 4.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce autokempu</td>
<td>Rekonstruovaný autokemp</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Lučina</td>
<td>2009-2013</td>
<td>20 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Zkvalitňování nabídky stravovacích a ubytovacích zařízení</td>
</tr>
<tr>
<td>Naučná stezka kolem potoka Retník</td>
<td>Nová naučná stezka</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Lučina</td>
<td>2009-2013</td>
<td>800 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernizace autokempu</td>
<td>Rekonstruovaný autokemp</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Dolní Domaslavice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>4 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Zkvalitňování nabídky stravovacích a ubytovacích zařízení</td>
</tr>
<tr>
<td>Rybářská bašta</td>
<td>Rekonstruované stravovací zařízení</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Dolní Domaslavice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>8 000 000</td>
<td>ROP 2.2.2</td>
<td>Zkvalitňování nabídky stravovacích a ubytovacích zařízení</td>
</tr>
<tr>
<td>Rekonstrukce koupaliště v přírodě</td>
<td>Rekonstruované koupaliště</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Dolní Domaslavice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>1 200 000</td>
<td>ROP 4.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Rybářská zátoka (lokalita U rybárny)</td>
<td>Revitalizace prostoru</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Dolní Domaslavice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>4 500 000</td>
<td>ROP 4.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Naučná stezka „Mořské oko“</td>
<td>Nová naučná stezka</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Horní Domaslavice</td>
<td>2009-2013</td>
<td>500 000</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Promenádní chodník</td>
<td>Vznik infrastruktury - chodníku</td>
<td>Obbyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Pazderna</td>
<td>2009-2013</td>
<td>150 000</td>
<td>PRV 2.1.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Letní bobová dráha</td>
<td>Vznik bobové dráhy</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Těrlicko</td>
<td>2009-2013</td>
<td>80 000 000 ROP</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------</td>
<td>---------------------</td>
<td>--------------------------------</td>
<td>--------------</td>
<td>---------</td>
<td>----------------</td>
<td>----------</td>
<td>-----------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Letní bobová dráha</td>
<td>Vznik bobové dráhy</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Těrlicko</td>
<td>2009-2013</td>
<td>80 000 000 ROP</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Rozhledna na Babí hoře</td>
<td>Výstavba rozhledny</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Těrlicko</td>
<td>2009-2013</td>
<td>20 000 000 ROP</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Chodník v úseku Naučné stezky Mokřady</td>
<td>Vznik infrastruktury - chodníku</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Těrlicko</td>
<td>2009-2013</td>
<td>1 000 000 ROP</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
<tr>
<td>Chodník podél Těrlické přehrady</td>
<td>Vznik infrastruktury - chodníku</td>
<td>Obyvatelé a návštěvníci regionu</td>
<td>Obec Těrlicko</td>
<td>2009-2013</td>
<td>3 000 000 ROP</td>
<td>ROP 2.2.1</td>
<td>Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

aktualizace s výhledem do roku 2015

ČÁST E: PŘÍLOHY

Agentura pro regionální rozvoj, a.s.
Ostrava 2008 - 2009
# Akce konané v souvislosti s tvorbou Marketingové strategie v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název akce</th>
<th>Místo konání</th>
<th>Datum</th>
<th>Počet účastníků</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Workshop 1</td>
<td>Krajský úřad, Ostrava</td>
<td>17.9.2008</td>
<td>50</td>
</tr>
<tr>
<td>Workshop 2</td>
<td>RC Sepetná, Ostravice</td>
<td>22.9.2008</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>Workshop 3</td>
<td>Společenský dům, Bruntál</td>
<td>25.9.2008</td>
<td>21</td>
</tr>
<tr>
<td>Workshop 4</td>
<td>Krajský úřad, Ostrava</td>
<td>30.9.2008</td>
<td>35</td>
</tr>
<tr>
<td>Seminář Customer Insight</td>
<td>ARR, Ostrava</td>
<td>22.10.2008</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td>Poradní sbor</td>
<td>Krajský úřad, Ostrava</td>
<td>9.3.2009</td>
<td>-</td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Seznam účastníků workshopů a semináře

<table>
<thead>
<tr>
<th>Příjmení, Jméno, Titul</th>
<th>Společnost, organizace</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anděl, Milan, RNDr.</td>
<td>Agentura pro regionální rozvoj, a.s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Balarinová, Eva, DiS.</td>
<td>Statutární město Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Bartošová, Lenka, Ing.</td>
<td>Úřad Regionální rady RS Moravskoslezsko</td>
</tr>
<tr>
<td>Beyerová, Markéta</td>
<td>Městská knihovna a IC Hradec n. M.</td>
</tr>
<tr>
<td>Bindrová, Kamila</td>
<td>Slezské zemské muzeum Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Boruta, Tomáš, Mgr.</td>
<td>Ostravská univerzita, PIF, KSGRR</td>
</tr>
<tr>
<td>Breuer, Jaromír, Ing.</td>
<td>Matice Slezská Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Byrtusová, Alexandra, Mgr.</td>
<td>Ostravice Sport, a.s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Černoch, Jakub, Mgr.</td>
<td>Správa CHKO Jesenky</td>
</tr>
<tr>
<td>Čolas, Petr, Ing.</td>
<td>ZOO Ostrava</td>
</tr>
<tr>
<td>Derlich, Stanislav</td>
<td>ZOO Ostrava</td>
</tr>
<tr>
<td>Dvořáčková, Sylva, PhDr.</td>
<td>Muzeum Novojičínska, p.o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Ehler, Tomáš, RNDr.</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
</tr>
<tr>
<td>Filip, Lukáš, Mgr.</td>
<td>Město Kopřivnice, Lašská brána Beskyd</td>
</tr>
<tr>
<td>Gődelová, Gabriela</td>
<td>SAREZA, s.r.o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Golová, Edita</td>
<td>Sporthotel Kurzovní</td>
</tr>
<tr>
<td>Gregorová, Ivana, Bc.</td>
<td>Jesenky - SCR</td>
</tr>
<tr>
<td>Grymová, Karolína, Mgr.</td>
<td>Národní památkový ústav, NKP Důl Michal</td>
</tr>
<tr>
<td>Hanák, Karel, Ing.</td>
<td>Město Hradec nad Moravicí</td>
</tr>
<tr>
<td>Harabiš, Tomáš</td>
<td>CK Valašské království</td>
</tr>
<tr>
<td>Heráková, Michal</td>
<td>Město Kopřivnice</td>
</tr>
<tr>
<td>Hochmannová, Jana, Mgr.</td>
<td>USM, a.s., Sanatoria Klímkovice</td>
</tr>
<tr>
<td>Homolková, Milena, Ing.</td>
<td>Město Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Hrdličková, Eva, DiS.</td>
<td>Statutární město Opava</td>
</tr>
<tr>
<td>Juhász, Jiří, Mgr.</td>
<td>CK Juhász, a.s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kafura, Michal</td>
<td>Město Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Kancířová, Ivana, Ing.</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
</tr>
<tr>
<td>Karčmář, David, Mgr.</td>
<td>Destinační management Moravskoslezský, o.p.s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Klaban, Lubomír, Ing.</td>
<td>MAS Hrubý Jeseník</td>
</tr>
<tr>
<td>Kolčárek, Petr</td>
<td>Regionální rada rozvoje a spolupráce, Třinec</td>
</tr>
<tr>
<td>Kolčářková, Alena, Mgr.</td>
<td>GOTIC, p.o., Sdružení obcí Jablunkovska</td>
</tr>
<tr>
<td>Konvičná, Monika</td>
<td>Sdružení Region Beskydy</td>
</tr>
<tr>
<td>Kotasová, Kateřína, DiS.</td>
<td>Hornické muzeum OKD a Landek park</td>
</tr>
<tr>
<td>Krajčová, Jana, Mgr.</td>
<td>Statutární město Ostrava</td>
</tr>
<tr>
<td>řad</td>
<td>Znak</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>Kratochvílová, Martina</td>
<td>Městská knihovna a IC Hradec n. M.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kremzerová, Dagmar, Dr.</td>
<td>Ostravský informační servis, s. r.o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Křenková, Kateřina, MVDr.</td>
<td>Region Poodří</td>
</tr>
<tr>
<td>Kufa, Petr</td>
<td>Prosper Trading, a. s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kufová, Zuzana, Bc.</td>
<td>Jablunkovské IC</td>
</tr>
<tr>
<td>Kusová, Eva, Ing.</td>
<td>CK Favorit, a. s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Laníková, Nikola, DiS.</td>
<td>Beskydské informační centrum</td>
</tr>
<tr>
<td>Lysek, Miroslav, Ing.</td>
<td>OSVČ, projektový manažer</td>
</tr>
<tr>
<td>Macháčková, Michaela, Ing.</td>
<td>Úřad Regionální rady RS Moravskoslezsko</td>
</tr>
<tr>
<td>Marková, Eva, Mgr.</td>
<td>Město Krnov</td>
</tr>
<tr>
<td>Martynek, Alois</td>
<td>Ski Beskydy, s. r. o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Menšík, Radek</td>
<td>AK 1324, s. r. o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Merta, František, Ing.</td>
<td>Jeseniky - SCR</td>
</tr>
<tr>
<td>Miková, Ilona</td>
<td>Nadační fond Johanna Gregora Mendela</td>
</tr>
<tr>
<td>Mikulec, Vladimír, Ing.</td>
<td>Jeseniky - SCR, Svazek obcí údolí Desné</td>
</tr>
<tr>
<td>Misiaček, Radim, RNDr.</td>
<td>Raddit Consulting, s. r. o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Mynářová, Lenka, PhDr.</td>
<td>Datamar International, s. r. o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Navarová, Ludmila</td>
<td>Město Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Nipert, Vladimír, Ing.</td>
<td>Obecní úřad Vražné</td>
</tr>
<tr>
<td>Novotná, Martina, Bc.</td>
<td>Lázně Darkov</td>
</tr>
<tr>
<td>Novotná, Petra, Ing.</td>
<td>Město Bruntál</td>
</tr>
<tr>
<td>Novotný, Jiří, Mgr.</td>
<td>OÚ Trojanovice</td>
</tr>
<tr>
<td>Ochmanská, Helena, Bc, Ing.</td>
<td>Statutární město Ostrava</td>
</tr>
<tr>
<td>Ondračková, Andrea, Ing. arch.</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
</tr>
<tr>
<td>Palcová, Šárka</td>
<td>Město Krnov</td>
</tr>
<tr>
<td>Panský, Zdeněk, Ing.</td>
<td>Městský úřad Staré Město pod Sněžníkem</td>
</tr>
<tr>
<td>Papoušková, Petra, Ing.</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
</tr>
<tr>
<td>Petreková, Eva</td>
<td>MIC Třinec</td>
</tr>
<tr>
<td>Pokorný, Václav, Ing.</td>
<td>Letiště Ostrava, a. s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Polková, Andrea</td>
<td>Slezská univerzita, OPF Karviná</td>
</tr>
<tr>
<td>Poukarová, Sabina, Ing.</td>
<td>Letiště Ostrava, a. s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Seibert, Vilibald</td>
<td>Informační centrum Kravaře</td>
</tr>
<tr>
<td>Sládek, Michal, Ing.</td>
<td>Úřad Regionální rady RS Moravskoslezsko</td>
</tr>
<tr>
<td>Slivoníková, Kateřina, Ing.</td>
<td>RC Sepetná</td>
</tr>
<tr>
<td>Slunský, Petr, Ing.</td>
<td>Sportplex Frýdek-Místek, s. r. o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Stabravová, Martina, Mgr.</td>
<td>Národní památkový ústav</td>
</tr>
<tr>
<td>Stojan, Radek, Mgr.</td>
<td>Olomoucký kraj</td>
</tr>
<tr>
<td>Szczypková, Ingrid, Ing.</td>
<td>Statutární město Karviná</td>
</tr>
<tr>
<td>Šagátová, Jarmila, Ing.</td>
<td>Kazuist, spol. s r. o.</td>
</tr>
<tr>
<td>Šikula, Zbyšek, Ing.</td>
<td>Agentura pro regionální rozvoj, a. s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Šimčík, Petr, Mgr.</td>
<td>Moravskoslezský kraj</td>
</tr>
<tr>
<td>Štěpán, Jiří, Mgr.</td>
<td>Agentura pro regionální rozvoj, a. s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Torčíková, Eva, Mgr.</td>
<td>Beskydy-Valašsko, racr.</td>
</tr>
<tr>
<td>Uhrová, Kateřina, Bc.</td>
<td>Agentura pro regionální rozvoj, a. s.</td>
</tr>
<tr>
<td>Imię</td>
<td>Pracodawca</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------------------</td>
<td>--------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Ulrych, Michal</td>
<td>Správa CHKO Jeseníky</td>
</tr>
<tr>
<td>Usvald, Oldřich, Ing.</td>
<td>Region Poodří</td>
</tr>
<tr>
<td>Utíkal, Michal, Mgr.</td>
<td>SCR Střední Morava</td>
</tr>
<tr>
<td>Valášková, Dagmar</td>
<td>Sdružení Region Beskydy</td>
</tr>
<tr>
<td>Vražková, Pavlína</td>
<td>Město Fulnek</td>
</tr>
<tr>
<td>Zerzáň, Zdeněk</td>
<td>Jeseníky - SCR</td>
</tr>
<tr>
<td>Zrubková, Anna, DiS.</td>
<td>ICM Frenštát p. R.</td>
</tr>
<tr>
<td>Žabka, Richard, Ing.</td>
<td>Beskydské informační centrum</td>
</tr>
<tr>
<td>Žárský, Marian</td>
<td>In agency service, s.r.o.</td>
</tr>
</tbody>
</table>