



Analiza SWOT dla Aglomeracji Opolskiej z punktu widzenia branży turystycznej

I spotkanie członków zespołu roboczego *turystyka*

MOCNE STRONY			SŁABE STRONY		
1.	Korzystne położenie Aglomeracji Opolskiej(AO) w centralnej części województwa opolskiego (dogodna lokalizacja na mapie transportowej kraju)	2	1.	Brak zdefiniowanych produktów turystycznych na terenie AO	1
2.	Urozmaicony krajobraz naturalny – zróżnicowanie przyrodnicze i przestrzenne obszaru AO	1	2.	Krótki sezon turystyczny – brak oferty posezonalnej	1
3.	Wielokulturowość regionu	1	3.	Niewystarczająco rozwinięta baza hotelowo – gastronomiczna	1
4.	Wysoki stopień lesistości	2	4.	Brak wydarzeń kulturowych i sportowych o randze międzynarodowej	2
5.	Istniejące walory związane z rozwojem turystyki (m.in. historycznej, sakralnej, konnej, wędkarskiej, szlakiem zamków i pałaców)	1	5.	Znikoma/ niewidoczna dotychczasowa promocja partnerów AO w dziedzinie turystyki	1
6.	Rozpoznawalna marka produktów turystycznych (KFPP, Góra Św. Anny, JuraPark Krasiejów, Międzynarodowy Festiwal Muzyczny, Skansen w Bierkowicach, wieża piastowska, łowiectwo)	1	6.	Niewystarczająco rozwinięta sieć ścieżek i szlaków turystycznych (m.in. rowerowych i pieszych)	1
7.	Wysoki potencjał kulturowy opolskiej wsi	2	7.	Niewystarczające położenie szlaków na terenie AO	2
8.	Aktywne społeczności lokalne	2	8.	Ujemny przyrost naturalny	3
9.	Bogactwo w produkty regionalne (gastronomia)	2	9.	Migracje zarobkowe	2
10.	Dobry stan zachowanej przyrody i zasobów naturalnych	1	10.	Niepełna wiedza o posiadanych zasobach turystycznych	1
11.	Wysoki poziom bezpieczeństwa publicznego	1	11.	Słabo rozwinięta infrastruktura transportowa poza granicami stolicy regionu	2
12.	Walory środowiska umożliwiające turystykę wodną, rzeczną. Akweny	2	12.		

wodneprzystosowane do celów turystycznych.				
--	--	--	--	--

1 Bardzo ważne
2 Ważne
3 Mniej ważne

SZANSE			ZAGROŻENIA		
1.	Stworzenie klastra turystycznego AO/ Lokalnej Organizacji Turystycznej	2	1.	Konkurencyjność aktywnie działających i stale rozwijających się ościennych aglomeracji/metropolii	2
2.	Stworzenie sprofilowanych pakietów turystycznych AO	1	2.	Niedostatek środków finansowych na rozwój turystyki, w tym niedostatek środków unijnych w nowym okresie programowania 2014-2020)	2
3.	Promocja oferty turystycznej Aglomeracji w województwach ościennych i w regionie	1	3.	Migracje młodych ludzi z terenów AO	1
4.	Certyfikacja gospodarstw agroturystycznych	1	4.	Brak spójnego systemu przeciwpowodziowego	2
5.	Wzrost zainteresowania ofertami gospodarstw agroturystycznych	2	5.	Niewystarczająca współpraca partnerów AO w zakresie budowy oferty turystycznej	2
6.	Dalszy rozwój Lokalnych Grup Działania/ Lokalnej Grupy Rybackiej na tereni AO	2	6.	Niewystarczające wykorzystanie istniejącej i nowopowstałej infrastruktury sportowej i rekreacyjnej	2
7.	Dalszy rozwój szlaków kulturowych (m.in. Szlaków Jakubowych)	2	7.	Pogarszający się stan techniczny obiektów i zespołów dziedzictwa kulturowego	2

8.	Przywrócenie żeglowności rzece Odrze		8.	Rozwój procedur biurokratycznych ograniczających rozwój gałęzi gospodarczej - turystyka	
9.	Rozwój całorocznej oferty turystycznej		9.		
10.	Rozwój gałęzi gospodarczej związanej z turystyką	1	10.		
11.	Rewitalizacja Jeziora Turawskiego	2	11.		
12.	Rozwój Turystyki sentymentalnej	1	12.		
13.	Dogodne warunki dla rozwoju narciarstwa biegowego	2	13.		

1 Bardzo ważne
2 Ważne
3 Mniej ważne