

---

## Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Karlovarském kraji na období 2018 - 2023

Připraveno výhradně pro: **Karlovarský kraj**

Dne: 30. srpna 2018  
Předkládá: **MindBridge Consulting a.s.**  
T: [info@mindbridge.cz](mailto:info@mindbridge.cz)  
E: [www.mindbridge.cz](http://www.mindbridge.cz)



**MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR**

Projekt Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Karlovarském kraji na období 2018-2023 byl realizován za příspěvní prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj

# Obsah

<b>Obsah</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Úvod</b> .....	<b>4</b>
1.1. Metodika koncepce .....	5
1.1.1. Soulad se strategickými dokumenty .....	5
1.2. Základní charakteristika Karlovarského kraje.....	7
<b>A. Analytická část</b> .....	<b>8</b>
<b>2. Význam cestovního ruchu pro Karlovarský kraj</b> .....	<b>8</b>
<b>3. Mezinárodní trendy v oblasti cestovního ruchu</b> .....	<b>10</b>
<b>4. Analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu v kraji</b> .....	<b>11</b>
4.1. Celková zahraniční návštěvnost kraje.....	11
4.2. Výdaje zahraničních návštěvníků kraje .....	13
4.3. Kapacity a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení.....	15
4.4. Lázeňství a wellness .....	21
4.5. Kulturní dědictví.....	27
4.5.1. Nominace na zápis na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.....	28
4.6. Kulturní akce a život - živé umění .....	29
4.7. Přírodní bohatství .....	31
4.8. Podmínky pro aktivní dovolenou .....	32
4.8.1. Cykloturistika a pěší turistika.....	32
4.8.2. Golfový turismus.....	33
4.8.3. Vodáctví.....	34
4.8.4. Venkovský cestovní ruch a agroturismus .....	34
4.8.5. Zimní sporty.....	35
4.9. Kongresový, obchodní a incentivní turismus (MICE) .....	35
4.10. Filmový turismus - Film friendly location .....	37
4.11. Dopravní infrastruktura v kontextu cestovního ruchu .....	39
<b>5. Institucionální zajištění cestovního ruchu v kraji</b> .....	<b>40</b>
5.1. Prezentace kraje v oblasti cestovního ruchu.....	42
<b>6. Segmentace návštěvníků</b> .....	<b>44</b>
<b>7. Zhodnocení potenciálu cestovního ruchu v kraji</b> .....	<b>46</b>
<b>8. SWOT analýza CR v Karlovarském kraji</b> .....	<b>48</b>
8.1. SWOT analýza - Předpoklady a potenciál cestovního ruchu .....	48
8.2. SWOT analýza – Destinační management a marketing .....	49
<b>B. Návrhová část</b> .....	<b>50</b>
<b>1. Východiska návrhové části</b> .....	<b>50</b>

1.1.	Vize cestovního ruchu a lázeňství .....	51
1.2.	Cíle Koncepce cestovního ruchu a lázeňství .....	51
<b>2.</b>	<b>Priority a opatření .....</b>	<b>52</b>
	PRIORITA 1: PODPORA NABÍDKY A ZLEPŠOVÁNÍ POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU A LÁZEŇSTVÍ NA ÚZEMÍ KRAJE .....	53
	PRIORITA 2: DESTINAČNÍ MANAGEMENT (PODMÍNKY PRO ŘÍZENÍ KARLOVARSKÉHO KRAJE JAKO DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU) .....	59
	PRIORITA 3: DESTINAČNÍ MARKETING (VÝCHOZÍ MARKETINGOVÁ STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU KARLOVARSKÉHO KRAJE) .....	65
<b>3.</b>	<b>Financování Koncepce (indikativní finanční rámec).....</b>	<b>71</b>
<b>4.</b>	<b>Implementace a způsob monitoringu Koncepce.....</b>	<b>73</b>
<b>5.</b>	<b>Akční plán.....</b>	<b>75</b>
<b>6.</b>	<b>Přílohy.....</b>	<b>77</b>
	Příloha č. 1 - Seznam památek na území Karlovarského kraje .....	77
	Příloha č. 2 - Zvláště chráněná území na území Karlovarského kraje .....	78
	Příloha č. 3 – Seznam vybraných muzeí a galerií v Karlovarském kraji .....	79
	Příloha č. 4 – Produktové karty .....	80
	Příloha č. 5 - Seznam použitých zkratk .....	85
	Seznam grafů.....	86
	Seznam tabulek .....	86
	Seznam obrázků .....	86

## 1. Úvod

Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Karlovarském kraji na období 2018 - 2023 (dále jen „Koncepce“) představuje základní programový dokument kraje pro rozvoj cestovního ruchu a lázeňství na území vymezeném Karlovarským krajem. Důvodem pořízení nové Koncepce je změna situace na trhu cestovního ruchu a lázeňství, jejímž výsledkem je potřeba nového přístupu k podpoře rozvoje těchto odvětví ze strany Karlovarského kraje.

Tento dokument vytváří koncepční rámec pro budoucí veřejné a soukromé investice a směry rozvoje v oblasti cestovního ruchu a lázeňství. Jedná se o nástroj, který umožňuje efektivně koordinovat a optimalizovat finanční prostředky vydávané na rozvoj cestovního ruchu a lázeňství v Karlovarském kraji včetně propagačních a marketingových aktivit subjektů cestovního ruchu s tím spojené.

Koncepce je rozdělena do několika částí. Analytická část mapuje nabídku, poptávku cestovního ruchu, stávající předpoklady a potenciál cestovního ruchu včetně institucionálního zajištění turismu na území kraje. Analytická část je vyhodnocena na základě SWOT analýzy. Na podkladech analytické části spolupracovali zástupci nabídkové strany v oblasti cestovního ruchu a lázeňství, reprezentanti hotelů, léčebných zařízení, oborových asociací, pracovních skupin zřízených Karlovarským krajem (pracovní skupina k cestovnímu ruchu, pracovní skupina k lázeňství), Živého kraje - destinační agentury pro Karlovarský kraj Živý kraj z.s.

Následuje návrhová a implementační část, která obsahuje aktualizovanou strategii cestovního ruchu do roku 2023 ve formě cílů, rozvojových opatření a aktivit. Ta obsahuje také rámcovou marketingovou strategii jako důležitý strategický dokument pro činnost Živého kraje - destinační agentury pro Karlovarský kraj Živý kraj z.s. (dále jen destinační agentura) Součástí implementace Koncepce je také Akční plán a návrh způsobu financování stanovených opatření.

Základní cílem Koncepce je realizace konkrétních opatření, jejichž výsledkem bude naplnění nové vize kraje v oblasti cestovního ruchu a lázeňství.

### **Vize Karlovarského kraje v oblasti cestovního ruchu a lázeňství**

*Karlovarský kraj je světovým leader na poli lázeňství, založeném na tradici ve spojení s inovativními metodami, a excelentní turistickou pobytovou destinací. Za tím účelem **vytváří stabilní podmínky**, jejichž smyslem je zlepšení kooperace, komunikace a koordinace subjektů cestovního ruchu a lázeňství.*

*Karlovarský kraj se prostřednictvím destinační agentury a ve spolupráci s dalšími subjekty podílí na **zlepšení celkové účinnosti své marketingové komunikace**, pro které **využívá moderní komunikační nástroje**. Systematicky se zaměřuje na své tradiční zdrojové trhy a vyhledává nové.*

## 1.1. Metodika koncepce

Zpracování Koncepce vychází ze zákona č.129/2000 Sb. o krajích, na základě kterého byla vyšším územně správním celkům svěřena do samostatné působnosti možnost rozvoje odvětví cestovního ruchu na svém území na základě k tomu stanovené koncepce.

Pro zpracování dokumentu byly využity platné metodické postupy pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu, kterými především jsou **Doporučený metodický postup tvorby strategických dokumentů v turistice** Ministerstva pro místní rozvoj ČR a agentury CzechTourism. Využita byla dále Metodika tvorby veřejných strategií a mezinárodní doporučení pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD).

Koncepce byla vytvořena s využitím primárních a sekundárních zdrojů ve spolupráci kraje, soukromého sektoru, odborné veřejnosti a dalších zainteresovaných stran. Na tvorbě Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Karlovarském kraji pro období 2018 – 2023 spolupracovaly subjekty působící v oblasti lázeňství, veřejné a podnikatelské sféry. Důležitým zdrojem informací byly řízené rozhovory s vybranými zástupci kraje, výzkumy a profilační a motivační šetření, výstupy výzkumu Profil návštěvníků Karlovarského kraje.

Koncepce byla vypracována na základě veřejné zakázky společností MindBridge Consulting a.s., která na jejím vytvoření spolupracovala s Karlovarským krajem, destinační agenturou, nositelem značky Živý kraj / Living Land a dalšími aktéry z oblasti cestovního ruchu a lázeňství.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu na období byla projednána Zastupitelstvem Karlovarského kraje č. u. ....

### 1.1.1. Soulad se strategickými dokumenty

Koncepce je v souladu a vychází z aktuálně platného Programu rozvoje Karlovarského kraje, který představuje základní koncepční dokument strategického plánování na úrovni kraje. Koncepce z tohoto dokumentu vychází a respektuje jím definovaný rámec pro rozvoj cestovního ruchu na území kraje.

Navržený dokument je také v souladu s dalšími strategickými dokumenty kraje v oblasti dopravy, kultury, památkové péče, územního plánování, životního prostředí atd.

Dokument rovněž reflektuje strategické záměry stanovené platnou Koncepcí státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020 a z ní plynoucí doporučení v oblasti cestovního ruchu a Marketingové koncepce cestovního ruchu do roku 2020

agentury CzechTourism. Při zpracování Koncepce byly rovněž zohledněny požadavky **Kategorizace Organizací destinačního managementu (DMO)**.

## 1.2. Základní charakteristika Karlovarského kraje

Karlovarský kraj je nejzápadněji položeným krajem naší země a je po Praze druhým nejmenším krajem České republiky. Na severu a na západě sousedí se Spolkovou republikou Německo, na jihu s Plzeňským krajem a na severovýchodě s Ústeckým krajem.



Karlovarský kraj je již tradičně spojován především s lázeňskou péčí. Zdejší lázeňská místa a lázeňská zařízení patří mezi světovou špičku v oblasti lázeňské léčebně rehabilitační péče. Kromě toho nabízí velké množství přírodních, historických a kulturních atraktivit. I přes nepříznivé vlivy vnějšího prostředí (např. následky ekonomické krize v některých zdrojových zemích, změna v zákonech v souvislosti s úhradovou vyhláškou, výkyvy trhu atd.) se kraj těší trvalé návštěvnosti.

V kraji se nachází 5 lázeňských měst – Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy Lázně, Lázně Kynžvart a Jáchymov. Nesmíme však opomenout ani další – nelázeňská – města a místa, která svou atraktivitou lákají návštěvníky. Jsou to především historická města Cheb, Locket, Ostrov, dále Boží Dar a další místa v Karlovarském kraji.

Díky masivu Krušných hor a oblasti Slavkovského lesa, dobré materiálně-technické základně v oblasti poskytování ubytovacích a stravovacích služeb, ale i v oblasti sportovního, společenského a kulturního vyžití, zajímavým kulturním památkám, architektuře a přírodě se Karlovarský kraj stává vyhledávaným místem také pro trávení zimní a letní aktivní i poznávací dovolené.

Rozloha	3 314,4 km <sup>2</sup> (4,2 % rozlohy celé ČR)
Nejvyšší místo	Klínovec, 1 244 m n. m., Krušné hory
Nejnižší místo	hladina Ohře 320 m n. m.
Počet obcí	132
Počet obyvatel	296 749 (31. 12. 2016)
Počet kilometrů cyklotras	přes 2 074 km (k 1. 1. 2015)
Počet kilometrů běžeckých lyžařských tras	409 km udržovaných z prostředků KK 111 km udržovaných mimo rozpočty KK
Počet kilometrů značených turistických tras	Přes 1 500 Km

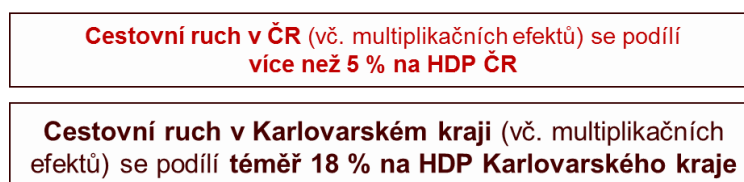
## A. Analytická část

### 2. Význam cestovního ruchu pro Karlovarský kraj

Cestovní ruch je významným průřezovým odvětvím celého regionu a má velký vliv zejména v ekonomické a sociální oblasti zahrnuje široké spektrum služeb a profesí a dotýká se mnoha oborů.

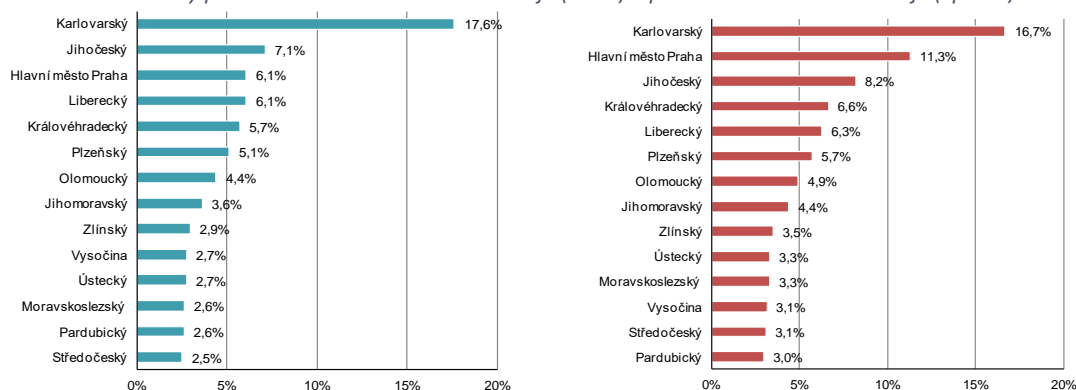
Z ekonomického hlediska má cestovní ruch pro Karlovarský kraj významný multiplikační efekt i dopad. Významným způsobem ovlivňuje rozvoj regionu, pomáhá tvořit hrubý domácí produkt a je zdrojem zaměstnanosti místních obyvatel. Dle společnosti KPMG Česká republika cestovní ruch v Karlovarském kraji dlouhodobě generuje cca 112 mld. Kč veřejných přínosů a řadí se tak na druhé místo mezi všemi kraji.

Obrázek 1: Přínosy pro veřejné rozpočty v Karlovarském kraji (průměr 2010 - 2017)



Zdroj: KPMG ČR, O. Špaček, 2017

Obrázek 2 Modelový podíl cestovního ruchu na HDP kraje (vlevo) a podíl na zaměstnanosti kraje (vpravo)



Zdroj: KPMG ČR, O. Špaček, 2017

Z hlediska podílu cestovního ruchu na HDP kraje se cestovní ruch řadí mezi nejdůležitější odvětví kraje. V žádném jiném kraji ČR není cestovní ruch tak významným odvětvím. Obdobný dopad má cestovní ruch v kraji také na zaměstnanost. V případě Karlovarského kraje je téměř 17 % všech pracovníků zaměstnáno právě v turismu.

Na rozvoj cestovního ruchu v Karlovarském kraji úzce navazují další odvětví, činnosti a služby. Významná je vazba ve vztahu k zemědělství, dopravě, kultuře, památkové



péči, podnikání a v případě Karlovarského kraje ke zdravotnictví a lázeňství jako specifické formě cestovního ruchu.

Pokud má být cestovní ruch v Karlovarském kraji jedním z klíčových odvětví jeho prosperity, je nezbytné snížit závislost kraje na případných ekonomických cyklech, mezinárodní politické situaci a dalších aspektech. Kraj proto musí disponovat konkurenceschopnou nabídkou produktů cestovního ruchu s vysokou přidanou hodnotou orientovanou na široce diverzifikované bonitní trhy. Potenciálním rizikem je úzké zaměření na vybrané zdrojové trhy a stagnace v kvalitě produktové nabídky. Cestovní ruch má pro Karlovarský kraj nenahraditelný význam v oblasti ekonomického přínosu, zaměstnanosti místních obyvatel i tvorby HDP, pro jeho efektivnější využití jsou v této koncepci navrhována vhodná opatření.

### 3. Mezinárodní trendy v oblasti cestovního ruchu

Cestovní ruch je globálně jedním z nejvýznamnějších ekonomických odvětví s významnými dopady na ekonomickou výkonnost a zaměstnanost. Jeho význam roste zejména na lokální úrovni, kdy je na mnoha místech jediným ekonomickým nástrojem rozvoje, což platí také v případě Karlovarského kraje.

Cestovní ruch prochází poměrně dramatickými změnami, které souvisí s nástupem znalostní a sdílené ekonomiky. Nové technologie a celková propojenost trhu také přispívají ke změnám chování zákazníků. Ti stále více vyhledávají autentické zážitky a zároveň odmítají masový turismus. Období globalizace ve smyslu standardizace nabídky začíná být návštěvníky odmítáno, v kurzu je individualizace nabídky.

Změny se však týkají také tradičních forem cestovního ruchu, jakým je lázeňství. Na pobyty, zaměřené na klasické lázeňství čím dál častěji navazuje nabídka estetické medicíny, služby stomatologů, preventivní prohlídky, osob doprovázejících léčící se rodiče atd. Klasické lázeňství kromě přírodních léčivých zdrojů daleko více využívá technický pokrok. Movitá klientela a mladší generace spíše více využívají nabídky lázeňských domů na prodloužené víkendy, nebo krátkodobé pobyty se zaměřením na relaxační a wellness aktivity, nebo péči o krásu, dobrý vzhled a fyzickou kondici. Příležitostí pro lázeňství je také celosvětové stárnutí západní populace a nové civilizační nemoci.

Růst světové ekonomiky podporuje zvyšování bohatství ve společnosti, což umožňuje cestovat stále většímu množství lidí z doposud netradičních zdrojových trhů. Pokračuje však trend zkracujících se dovolených a snahy zákazníků koncentrovat do jedné návštěvy co možná nejvíce zážitků.

Změnami také prochází způsob marketingové komunikace, která je výrazně ovlivňována rychlým rozvojem internetu a sociálních sítí. Roste význam nových komunikačních, navigačních zařízení a audiovizuálních zařízení. Rozvojem prochází globální distribuční systémy a poskytovatelé služeb včetně organizací destinačního managementu se dnes obtížně obejdou bez CRM systémů, ve kterých sdílí informace o svých návštěvnicích. Těžiště komunikace se posouvá z tradiční B2C a B2B ke komunikaci C2C, které je typická pro různé formy sdílené ekonomiky a fenoménu sociálních sítí.

Současný vývoj však přináší také významná rizika zejména v oblasti bezpečnosti, politických změn, terorismu, přírodních katastrof, která mohou negativně rostoucí trend cestovního ruchu ovlivnit.

I přes některá globální rizika predikuje Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) do roku 2030 další růst mezinárodních příjezdů cestovního ruchu, na kterém se bude podstatným způsobem podílet také Evropa. Takový vývoj je příležitostí zejména pro nové destinace, které nabídnou unikátní produkty nebo tradiční destinace, které se budou schopné této situaci přizpůsobit.

## 4. Analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu v kraji

V této části je provedena analýza nabídky a poptávky v Karlovarském kraji, a to na základě dostupných statistických dat a vybraných předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a navazujících odvětví.

### 4.1. Celková zahraniční návštěvnost kraje

V České republice prozatím nejsou k dispozici komplexní data o celkové návštěvnosti jak domácími, tak zahraničními návštěvníky. Poměrně přesnou představu o návštěvnosti zahraničními návštěvníky poskytují informace z projektu Ministerstva pro místní rozvoj a agentury CzechTourism, která od roku 2006 kontinuálně sbírá data o příjezdovém cestovním ruchu. Na základě těchto dat, byly společností MindBridge Consulting a.s. v roce 2017 zpracovány regionální analýzy ve struktuře podle krajů ČR.

Z těchto dat vyplývá, že za posledních 10 let se počet návštěvníků v Karlovarském kraji mírně zvýšil. V letech 2009 - 2011 však kraj zaznamenal poměrně citelný propad návštěvnosti, který byl způsoben dopady globální ekonomické krize.

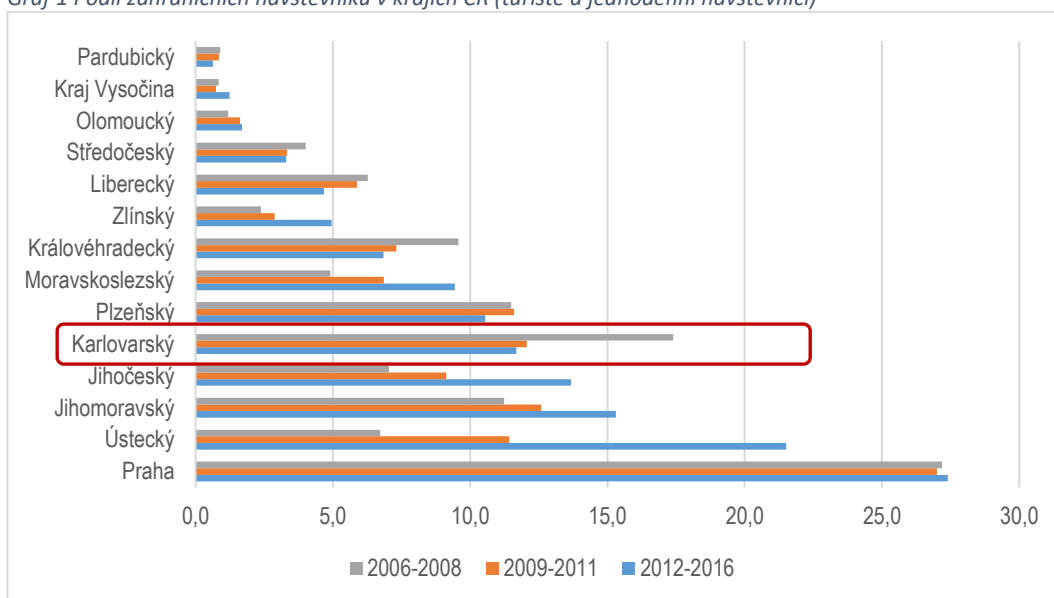
Tabulka 1 Vývoj celkové návštěvnosti v ČR a v Karlovarském kraji v letech 2006 - 2016

	TURISTÉ	JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI	CELKEM
<b>Karlovarský kraj</b>	<b>POČET ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ (tis.)</b>		
2012-2016	2 787	9 132	11 919
2009-2011	1 831	4 800	6 631
2006-2008	2 669	7 125	9 794
<b>Česká republika</b>	<b>POČET ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ (tis.)</b>		
2012-2016	44 025	58 003	102 028
2009-2011	24 908	30 067	54 975
2006-2008	27 504	28 811	56 315
<b>Karlovarský kraj</b>	<b>PODÍL ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ NA CELKOVÉM POČTU (v %)</b>		
2012-2016	6,3	15,7	11,7
2009-2011	7,4	16,0	12,1
2006-2008	9,7	24,7	17,4

**Zdroj:** MindBridge Consulting a.s.

Od roku 2006 tak kontinuálně v rámci tohoto šetření klesá podíl Karlovarského kraje na celkové návštěvnosti, kdy z druhého místa se kraj propadl na současné čtvrté místo v návštěvnosti.

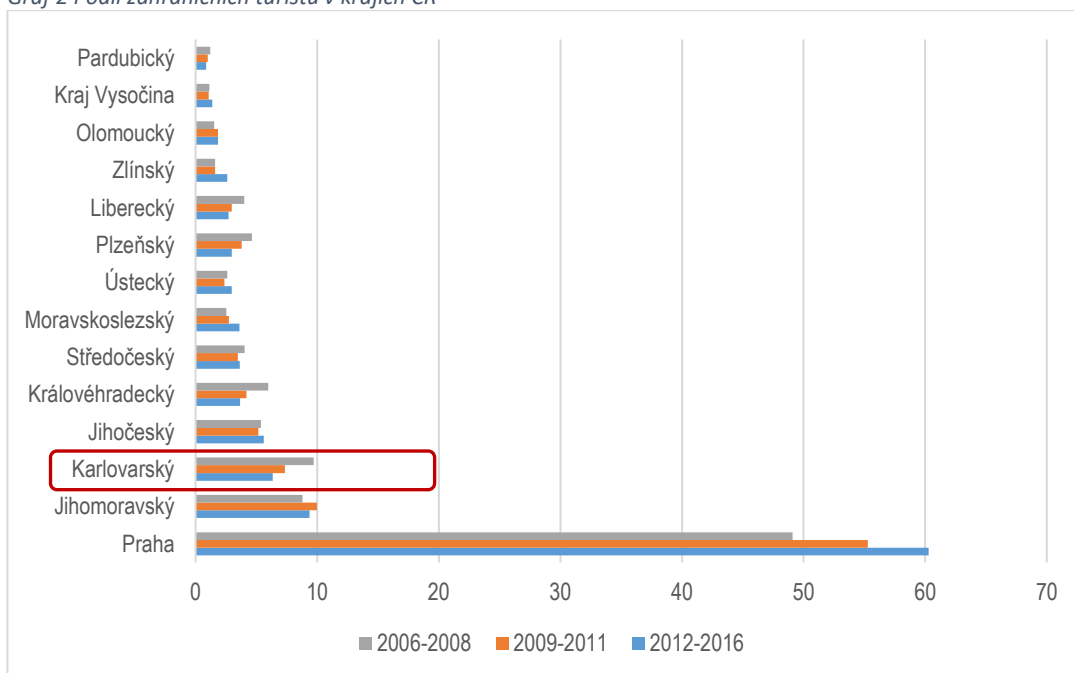
Graf 1 Podíl zahraničních návštěvníků v krajích ČR (turisté a jednodenní návštěvníci)



Zdroj: MindBridge Consulting a.s.

Větší dopad na snížení podílu návštěvnosti kraje měli jednodenní návštěvníci. V případě turistů je snížení podílu na celkové návštěvnosti krajů mnohem nižší, což potvrzují také data ČSÚ za hromadná ubytovací zařízení (viz kapitola 4.3). Z hlediska zahraničních turistů tak za stejné období kraj poklesl pouze o 1 pozici na třetí místo.

Graf 2 Podíl zahraničních turistů v krajích ČR

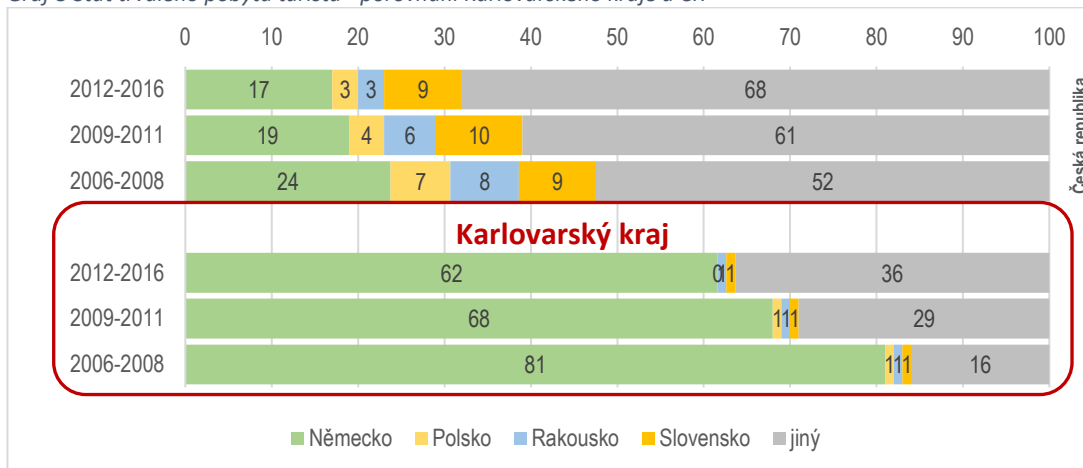


Zdroj: MindBridge Consulting a.s.

Vývojem z hlediska návštěvnosti prošly také zdrojové země. V Karlovarském kraji dominují turisté z Německa, jejich podíl však za posledních 10 let poklesl o téměř

20 procentních bodů. Procentuální zastoupení počtu turistů z Německa zde kleslo více, než je průměr za celou ČR, to znamená vyšší dopad na Karlovarský kraj. Naopak dlouhodobě kontinuálně roste návštěvnost z ostatních zdrojových trhů, což je nejen patrné z tohoto výzkumu ale především z návštěvnosti HUZ (viz kapitola 2.3).

Graf 3 Stát trvalého pobytu turistů - porovnání Karlovarského kraje a ČR



Zdroj: MindBridge Consulting a.s.

Na změnu zdrojových trhů je tak nutné pro udržení konkurenceschopnosti kraje v oblasti cestovního ruchu reagovat změnami na straně nabídky a přizpůsobit tomu také způsob komunikace prostřednictvím destinační agentury.

#### 4.2. Výdaje zahraničních návštěvníků kraje

Pro ekonomiku Karlovarského kraje je podstatná výše výdajů zahraničních návštěvníků. Pozitivní je, že i když došlo ke stagnaci či jen mírnému růstu návštěvnosti, výrazněji stouply výdaje.

Tabulka 2 Odhad výdajů návštěvníků v ČR a Karlovarského kraje

	TURISTÉ	JEDNODENNÍ NÁVŠTĚVNÍCI	CELKEM
<b>Karlovarský kraj</b>	<b>VÝDAJE ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ KRAJE (v mil. Kč)</b>		
2012-2016	37 051	22 970	60 022
2009-2011	23 846	9 478	33 324
2006-2008	18 434	13 018	31 452
<b>Česká republika</b>	<b>VÝDAJE ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ KRAJE (v mil. Kč)</b>		
2012-2016	373 001	193 648	566 649
2009-2011	321 819	54 818	376 637
2006-2008	329 327	67 268	396 595
<b>Karlovarský kraj</b>	<b>PODÍL VÝDAJŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ NA CELKOVÝCH VÝDAJÍCH (v %)</b>		
2012-2016	9,9	11,9	10,6
2009-2011	7,4	17,3	8,8
2006-2008	5,6	19,4	7,9

Zdroj: MindBridge Consulting a.s.

Nárůst výdajů se projevil až v posledních 4 letech jako výsledek globálního ekonomického oživení a orientace kraje na nové zdrojové trhy. Zejména výpadek ruského trhu se v minulosti na výši výdajů projevil negativně. Po kraj je důležité, kolik zde turisté utratí během svého pobytu. V porovnání s ostatními kraji si kraj vede nadprůměrně, bohužel podíl výdajů placených během návštěvy postupně klesá.

Graf 4 Průměrné výdaje placené turisty během návštěvy (Kč/den)



Zdroj: MindBridge Consulting a.s.

Pokud se podíváme na agregovaná data, která zahrnují nejen výdaje turistů, ale také jednodenních návštěvníků, jsou průměrné útraty návštěvníků v Karlovarském kraji ze všech krajů nejvyšší. Vzhledem k téměř nejvyšší průměrné době přenocování a relativně vysokému počtu zahraničních návštěvníků dosahuje kraj 10% podíl na celkových výdajích zahraničních turistů v ČR.

Tabulka 3 celkový přehled podílu všech výdajů zahraničních návštěvníků v krajích ČR

KRAJ	Průměrná délka pobytu (dny)	Průměrná výše výdajů za den (Kč)	Průměrná výše výdajů za pobyt (Kč)	CELKEM	celkem (%)
Hlavní město Praha	5,4	1 658	8 942	237 347 654 102	64%
Středočeský kraj	6,3	506	3 173	5 084 353 785	1%
Jihočeský kraj	4,3	933	3 988	9 853 161 736	3%
Plzeňský kraj	5,7	987	5 600	7 316 833 403	2%
<b>Karlovarský kraj</b>	<b>7,7</b>	<b>1 735</b>	<b>13 295</b>	<b>37 050 796 778</b>	<b>10%</b>
Ústecký kraj	5,5	978	5 349	7 020 915 937	2%
Liberecký kraj	5,8	1 039	6 000	7 160 378 244	2%
Královéhradecký kraj	8,1	780	6 304	10 127 089 085	3%
Pardubický kraj	7,5	830	6 235	2 404 013 780	1%
Kraj Vysočina	4,8	816	3 947	2 358 848 319	1%
Jihomoravský kraj	5,5	1 009	5 592	23 077 815 296	6%
Olomoucký kraj	5,9	904	5 345	4 355 465 390	1%
Zlínský kraj	5,4	894	4 815	5 400 554 896	1%
Moravskoslezský kraj	5,7	1 301	7 451	11 810 191 726	3%

Zdroj: MindBridge Consulting a.s.

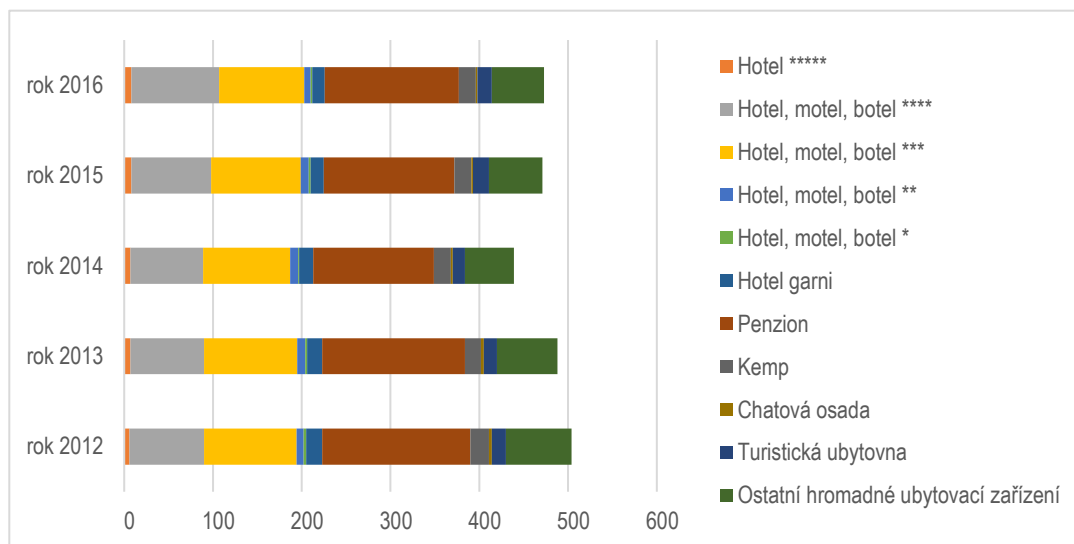
### 4.3. Kapacity a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.2
- Opatření 2.4

Z dostupných údajů ČSÚ vyplývá, že v Karlovarském kraji se nacházelo k 31. 12. 2016 Celkem 473 Hromadných ubytovacích zařízení (HUZ), která disponovala 32 828 lůžky. Převažují objekty hotelového typu a penziony, naopak vícelůžkových pokojů nižších kategorií je v regionu velmi málo.

Graf 5 Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v Karlovarském kraji



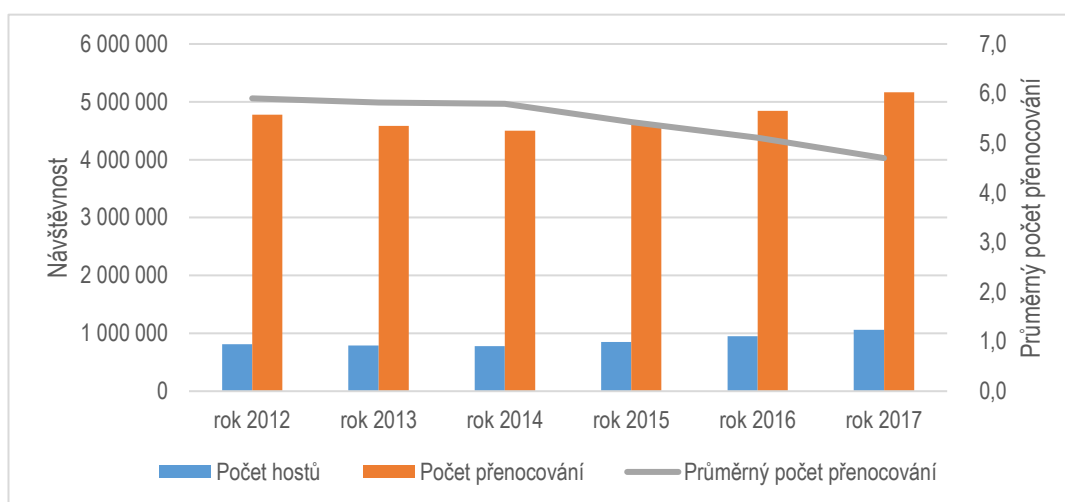
Zdroj: ČSÚ

Pokles počtu HUZ souvisí se zánikem především menších ubytovacích zařízení – penzionů a tzv. ostatních hromadných ubytovacích zařízení. Počet lůžek tak zůstává

v posledních letech stabilní a mění se spíše její struktura, což souvisí se změnou skladby pokojů po rekonstrukcích. Stále více je kladen důraz na kvalitu, snižování počtu vícelůžkových pokojů ve prospěch jedno a dvoulůžkových.

Z dat o návštěvnosti v HUZ vyplývá, že v Karlovarském kraji pokračuje dlouhodobý trend zvyšování počtu hostů a přenocování. K poklesu došlo pouze v letech 2013 – 2015, což souvisí s dopady hospodářské krize a v Karlovarském kraji také s významným snížením počtu hostů z Ruska. V tomto období došlo k významnému poklesu průměrného počtu přenocování.

Graf 6 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v Karlovarském kraji



Zdroj: ČSÚ

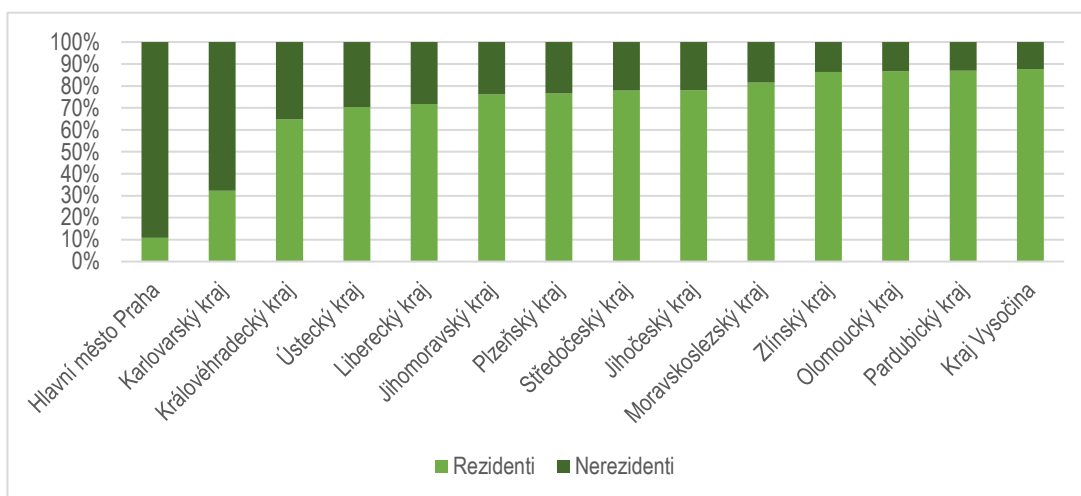
V roce 2000 byla průměrná doba přenocování 6,85 nocí, z toho u nerezidentů to bylo v průměru 6,29 nocí a u rezidentů 7,89 nocí. Průměrná doba pobytu v roce 2017 byla už pouhých 4,7 nocí. Jen od roku 2012 došlo k poklesu průměrného počtu přenocování o 1,2 nocí.

Cestovní ruch v kraji je ve sledovaném období stále závislý především na příjezdech zahraničních turistů, kteří tvoří většinu návštěvníků v kraji. Domácí turisté se podílejí přibližně z 1/3 celkové návštěvnosti a jejich podíl pomalu roste.

Karlovarský kraj je dlouhodobě z hlediska poměru mezi domácími a zahraničními návštěvníky na druhém místě hned za Prahou. Tam je domácích turistů ještě o více než polovinu méně než v Karlovarském kraji.



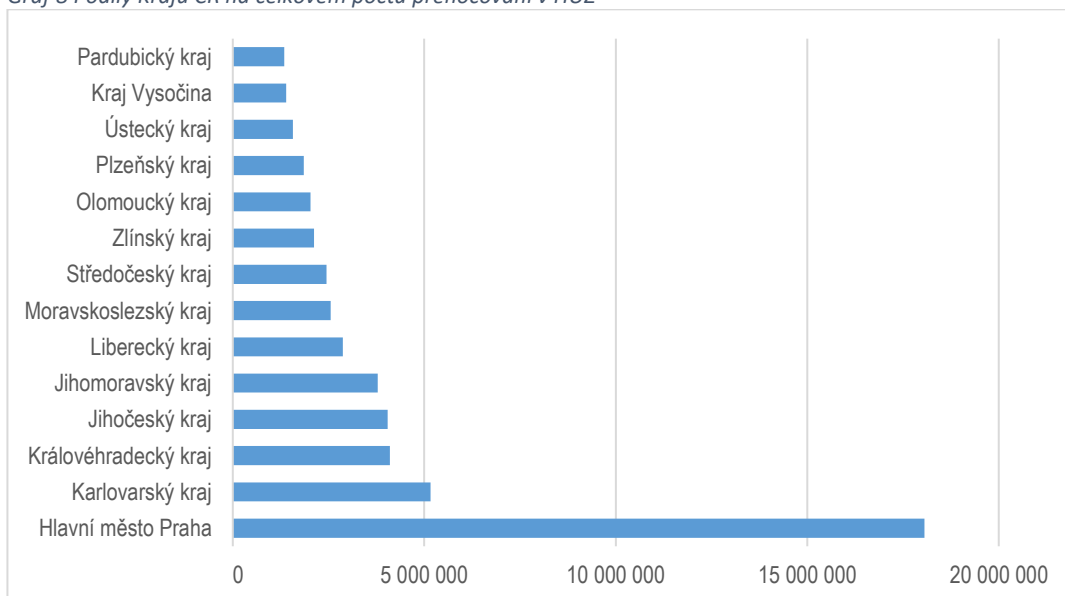
Graf 7 Procentní podíl rezidentů/nerezidentů v roce 2017 na návštěvnosti krajů ČR



Zdroj: ČSÚ

Vysoký podíl zahraniční návštěvnosti na celkové návštěvnosti kraje má vliv na dosahované příjmy z cestovního ruchu. Karlovarský kraj má oproti ostatním krajům (kromě Prahy) velký náskok v počtu přenocování. Na celorepublikovém počtu přenocování se Karlovarský kraj podílí přibližně 9,7 %, což představuje druhé místo v celkovém pořadí krajů. Do roku 2012 dosahoval tento podíl 11 %. Za 5 let se snížil podíl kraje o poměrně významných 1,3 procentního bodu.

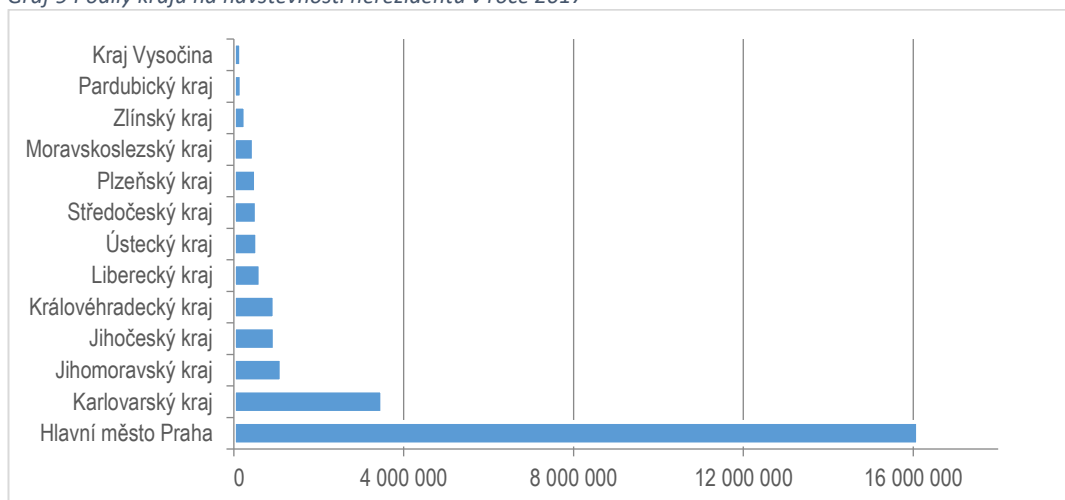
Graf 8 Podíly Krajů ČR na celkovém počtu přenocování v HUZ



Zdroj: ČSÚ

Na vysokém podílu přenocování ve srovnání s ostatními kraji ČR se podílejí zejména zahraniční turisté. Celkový podíl dosahuje 13,4 %. I tento ukazatel však za posledních 5 let poklesl o téměř půl procentního bodu.

Graf 9 Podíly krajů na návštěvnosti nerezidentů v roce 2017

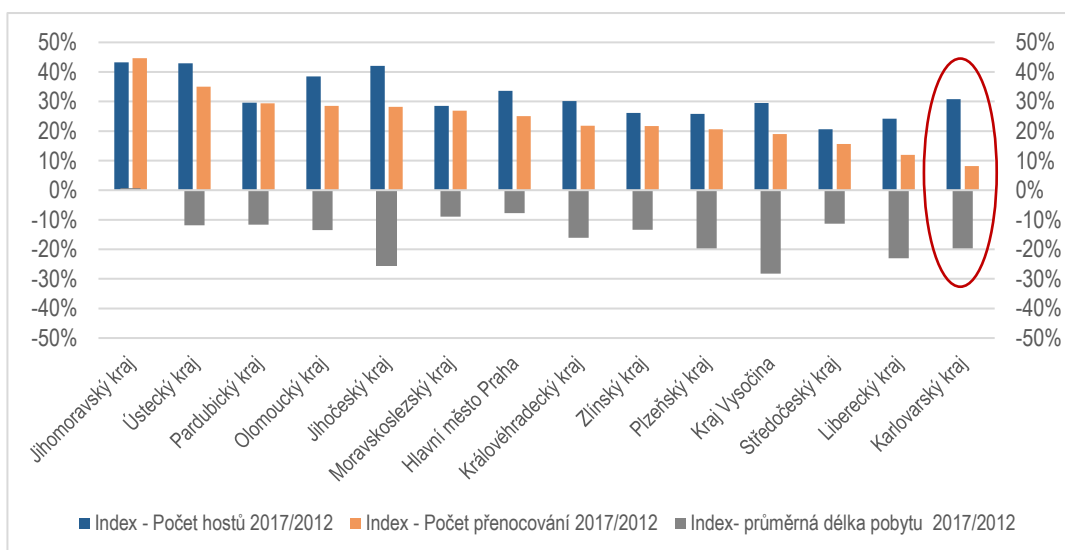


Zdroj: ČSÚ

Na celkovém počtu přenocování domácích turistů se Karlovarský kraj podílí 7 % a řadí se tak v roce 2017 na celkové 9. místo mezi všemi kraji ČR. Podíl na celkové návštěvnosti domácími turisty se od roku 2012 snížil téměř o procento.

Pokud budeme dále analyzovat vývoj návštěvnosti kraje v porovnání s ostatními kraji ČR, nevyznívá vývoj pro Karlovarský kraj příliš pozitivně. Z hlediska zvýšení počtu návštěvníků mezi roky 2012 – 2017 se Karlovarský kraj pohybuje (+31 %) na průměru hodnot ČR (+32 %). V případě srovnání počtu přenocování je ve stejném období Karlovarský kraj (+8 %) hluboko pod průměrem ČR (+24 %) a skončil poslední. Tento výsledek tak vysvětluje významné snížení poměrné průměrné délky pobytu. Ještě větší propad v průměrné délce přenocování nastal v Jihočeském kraji, Libereckém kraji a na Vysočině.

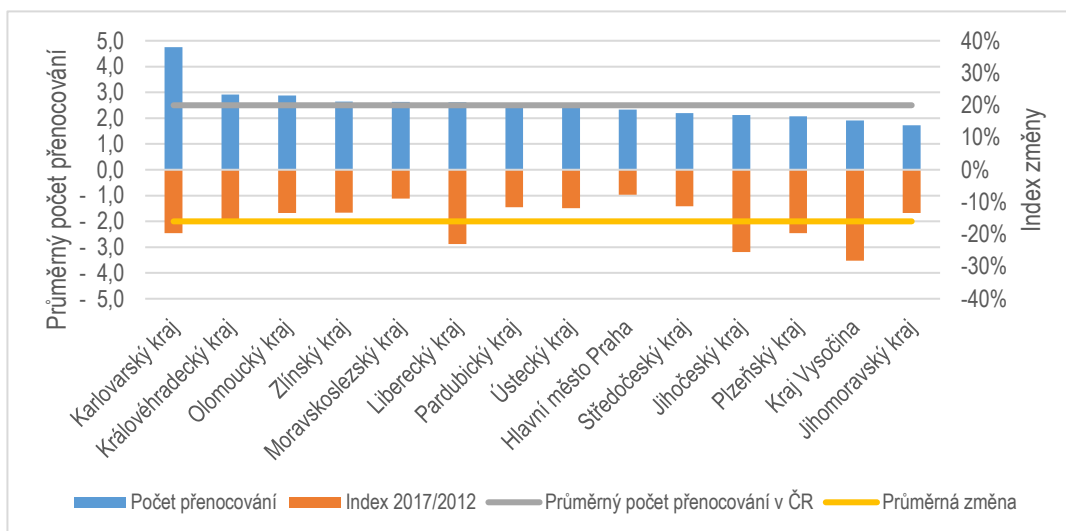
Graf 10 Procentní změna počtu hostů, přenocování a průměrné délky pobytu v HUZ v krajích ČR za období 2012 – 2017 - srovnáno dle počtu přenocování



Zdroj: ČSÚ

Podrobnější srovnání změny průměrného počtu přenocování pak poskytuje graf č. 11. Přestože má Karlovarský kraj stále poměrně významný nárůst v průměrné době pobytu, dynamika jejího poklesu je však větší, než je průměr za celou ČR. Důvodem je, že i v oblasti léčebných pobytů, které jsou pro kraj typické, se postupně zkracuje délka pobytu.

Graf 11 Krajské srovnání změny průměrného počtu přenocování v letech 2012 - 2017



Zdroj: ČSÚ

Z hlediska zahraničních zdrojových trhů dlouhodobě nejvíce navštěvují Karlovarský kraj turisté ze Spolkové republiky Německo, následované turisty z Ruska. TOP 20 hlavních zdrojových trhů je uvedeno v tabulce níže.

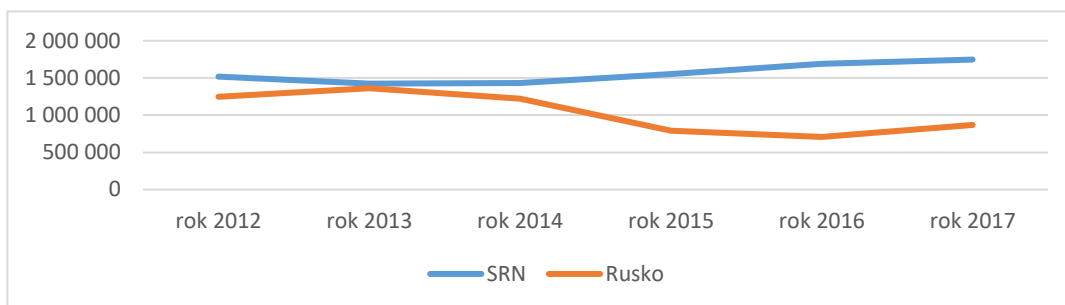
Tabulka 4 TOP 20 - vývoj počtu přenocování z hlavních zdrojových trhů Karlovarského kraje

Země	rok 2012	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016	rok 2017	Vývoj	Podíl na TOP 20
SRN	1 517 948	1 423 783	1 433 483	1 552 188	1 688 653	1 747 002	15%	55,4%
Rusko	1 247 782	1 361 571	1 220 506	791 514	707 151	867 810	-30%	27,5%
Izrael	79 404	80 433	87 799	99 738	104 733	114 810	45%	3,6%
Ukrajina	111 084	120 802	92 049	74 457	79 026	80 758	-27%	2,6%
USA	32 159	30 118	31 030	38 257	40 412	48 650	51%	1,5%
Slovensko	21 065	17 917	19 323	28 615	36 579	38 990	85%	1,2%
Rakousko	25 320	22 746	22 613	25 390	32 022	34 017	34%	1,1%
Čína	8 959	11 520	12 409	19 866	29 187	39 278	338%	1,2%
Nizozemsko	26 602	23 235	23 473	21 106	27 247	28 528	7%	0,9%
Polsko	9 178	15 350	9 243	12 404	17 515	19 591	113%	0,6%
Švýcarsko	8 917	9 052	11 762	10 290	14 933	15 006	68%	0,5%
VB	9 875	10 851	10 118	13 024	14 251	17 850	81%	0,6%
Francie	12 318	13 044	11 672	12 323	13 800	15 784	28%	0,5%
Itálie	10 159	11 352	8 742	10 923	11 718	16 742	65%	0,5%
Korea	8 215	6 285	5 263	10 184	9 848	11 431	39%	0,4%
Kanada	7 368	7 430	7 797	8 959	9 687	12 397	68%	0,4%
Belgie	6 797	7 838	8 420	11 019	9 582	10 497	54%	0,3%
Rumunsko	4 565	5 325	5 638	8 585	7 751	10 748	135%	0,3%
Španělsko	4 647	5 194	4 355	6 271	7 635	11 352	144%	0,4%
Finsko	2 852	3 223	2 839	4 110	4 908	9 857	246%	0,3%

Zdroj: ČSÚ

V posledních 5 letech však došlo k poměrně významným změnám hlavních zdrojových trhů. Největší pokles o více než 30 % zaznamenal ruský trh. V absolutním počtu je to od roku 2012 pokles o 380 tis. turistů, přičemž v roce 2015 byl tento pokles přibližně 0,43 mil. turistů z Ruska. V tomto období bylo důležité, že se podařilo o něco zvýšit počet přenocování turistů ze SRN.

Graf 12 Změna v počtu přenocování hostů ze SRN a Ruska v Karlovarském kraji

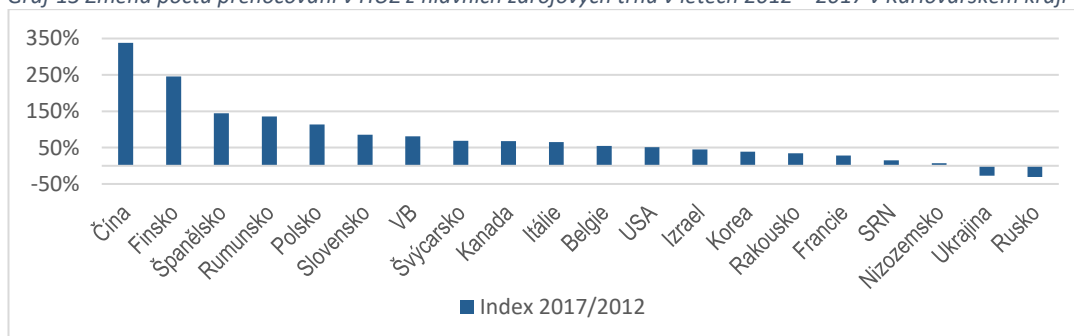


Zdroj: ČSÚ

V případě Ruska se tak jedná o zásadní propad klíčového zdrojového trhu, který se poskytovatelům služeb v kraji nepodařilo zcela nahradit. Vliv na to měly sankce Evropské unie uplatňované vůči Rusku a s tím související snížení koupěschopné poptávky ruských turistů. Významný je také pokles ukrajinského trhu, který byl ještě v roce 2012 třetí nejvýznamnější. Oba trhy tak klesly nikoliv v důsledku špatné obchodní politiky, především kvůli politickým, finančním a sociálním vlivům.

Raketový nárůst (avšak z nízkých čísel) naopak zaznamenal čínský trh, který se tak dostal mezi TOP 10 nejvýznamnějších trhů pro Karlovarský kraj. Z hlediska lázeňství je však tento trh v danou chvíli spíše okrajový až marginální. Právě čínský trh přispěl ke snížení průměrné délky přenocování. Velmi zajímavý je také nárůst zahraničních turistů z Finska a Rumunska, které se tak dostaly do TOP 20. Pro nahrazení výpadků ruského trhu byl důležitý nárůst tradičních evropských trhů, což je možné dokumentovat v grafu.

Graf 13 Změna počtu přenocování v HUZ z hlavních zdrojových trhů v letech 2012 – 2017 v Karlovarském kraji



Zdroj: ČSÚ

## 4.4. Lázeňství a wellness

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.1
- Opatření 1.2
- Opatření 2.3
- Opatření 3.1
- Opatření 2.4

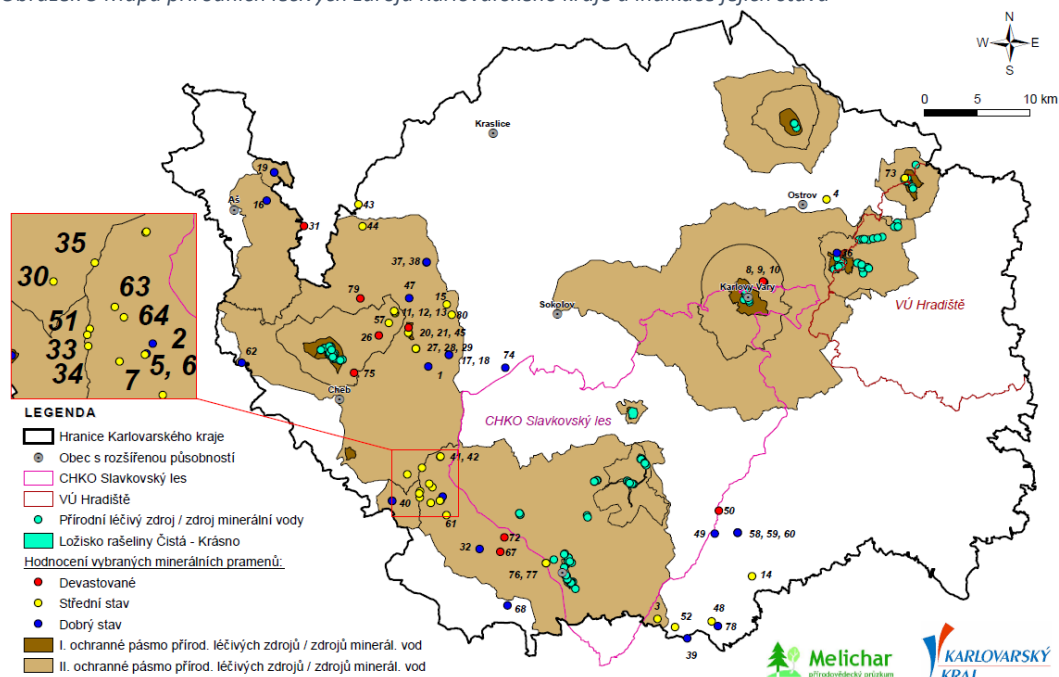
Tradiční lázeňství Karlovarského kraje představuje jednu z nejdelších historií poskytování lázeňské péče v rámci lázeňství České republiky. Základy tradičního lázeňství jsou využitelné bez výraznějších změn v současnosti a jsou nenahraditelné. Výjimečné postavení lázeňství

Karlovarského kraje v rámci České republiky i z mezinárodního pohledu je důsledkem především lokalizace rozmanitých přírodních léčivých zdrojů na poměrně malém prostoru, zajímavé chemické skladby minerálních vod umožňujících léčit široké spektrum nemocí a vysoké profesionality odborného zdravotnického personálu

Tyto zdroje zahrnují termální minerální prameny v Karlových Varech, studené kyselky různého chemického složení v Mariánských Lázních, Františkových Lázních a Lázních Kynžvart a unikátní radonové prameny v Jáchymově, ložiska kvalitní rašeliny, plyn CO<sub>2</sub> a rovněž čisté ovzduší. Minerální prameny jsou využívány k přípravě koupelí, k pitné léčbě, inhalacím a slizničním výplachům. Léčivé plyny se používají pro suché plynové koupele a podkožní injekce. Slatina a bahno jsou využívány ve formě zábalů, koupelí atd.

Využívání místních přírodních léčivých zdrojů je na tradiční lázeňské péči to nejzásadnější, jelikož bez využití přírodního léčivého zdroje nelze tuto péči poskytovat. O to důležitější je toto unikátní přírodní bohatství chránit tak, aby dále nedocházelo k jeho narušování.

Obrázek 3 Mapa přírodních léčivých zdrojů Karlovarského kraje a indikace jejich stavu

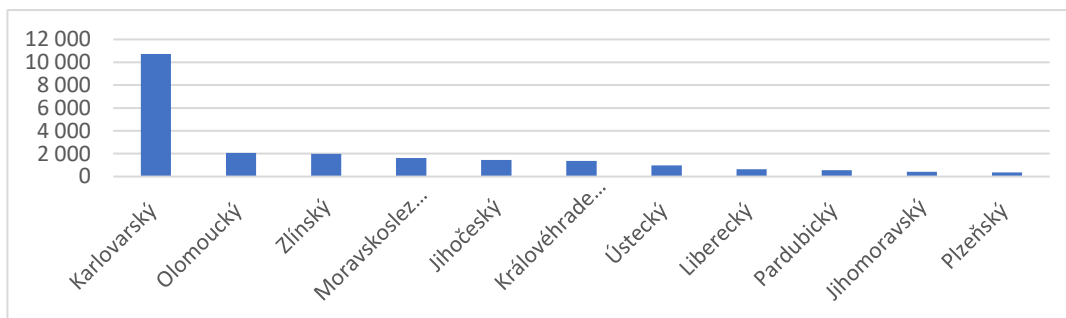


Zdroj: Karlovarský kraj

Tradiční lázeňství pak doplňují pobyty typu wellness nebo pobyty relaxační, které mají v systému péče o lidské zdraví své nezastupitelné místo především v rámci prevence, nebo doplňkové regenerační a rekondiční péče a napomáhají při hledání forem zdravého životního stylu.

Lůžková kapacita lázeňských zařízení představovala v roce 2016 v Karlovarském kraji 10 721 lůžek, což oproti roku 2012 znamená snížení o 14 %. Na celkové lůžkové kapacitě všech lázeňských zařízení v České republice se Karlovarský kraj podílí 48 %, přičemž tento podíl zůstává stabilní. To významnou měrou dokresluje výjimečné postavení lázeňství kraje ve srovnání se zbytkem ČR.

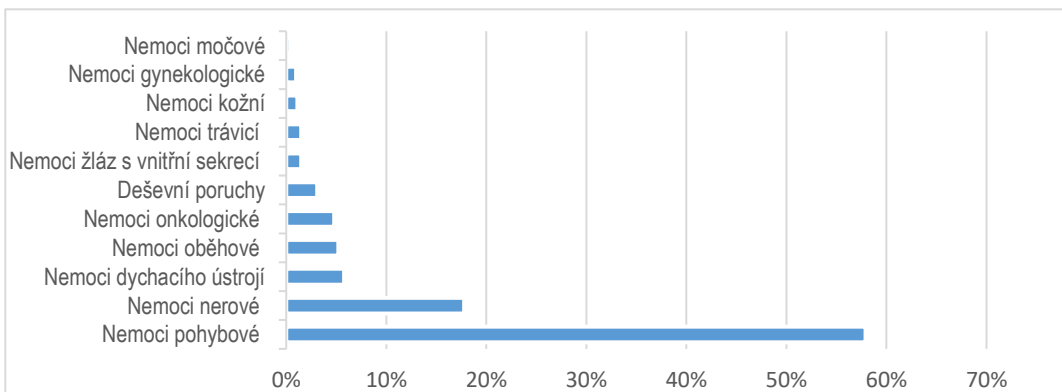
Graf 14 Lůžková kapacita lázeňských zařízení v roce 2016



Zdroj: ÚZIS

Důležité je také věnovat pozornost specializaci jednotlivých lázeňských míst podle indikačního seznamu.

Graf 15 Lázeňská péče v roce 2016 pro dospělé podle indikačních skupin na náklad zdravotního pojištění (počty osob)



Zdroj: ÚZIS

V jednotlivých lázeňských městech se vždy jedná o kombinaci dvou nebo několika druhů stanovených indikací. Z toho důvodu dominují nemoci pohybové jako typický projev civilizačních onemocnění, která doprovází jiné zdravotní potíže léčících se hostů. Neznamená to, že by lázně Karlovarského kraje byly zajímavé pouze pro malou část pojištěnců. V kraji s výjimkou léčby duševních poruch, nervových nemocí a části specifických kožních onemocnění, nalezne „své lázně“ téměř každý.

V lázeňských městech Karlovarského kraje se léčí mnoho cizinců, které zdravotní pojišťovny České republiky nevidují a jejichž indikace tudíž nejsou v tomto grafu statisticky podchyceny.

V Karlovarském kraji se v roce 2017 ubytovalo přes 0,5 mil. lázeňských hostů, kteří realizovali více než 3,7 mil přenocování. Poměr mezi nerezidenty a rezidenty se pohybuje 72:28 ve prospěch zahraničních lázeňských hostů.

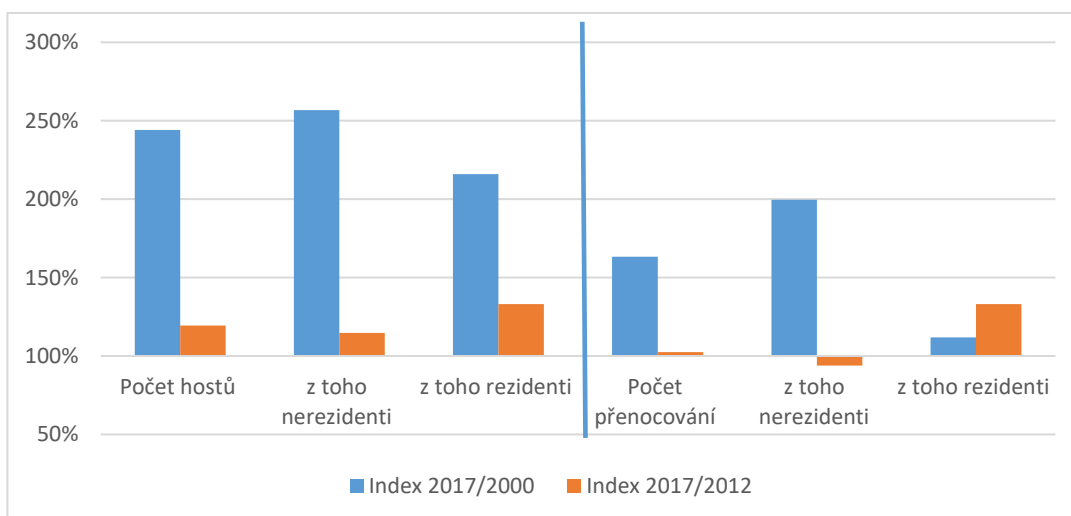
Tabulka 5 Návštěvnost v lázeňských ubytovacích zařízeních v Karlovarském kraji

Rok	Počet hostů	Nerezidenti	Rezidenti	Počet přenocování	Nerezidenti	Rezidenti
2000	213 903	146 670	67 233	2 283 646	1 337 940	945 706
2012	437 301	328 228	109 073	3 638 590	2 843 193	795 397
2013	447 212	347 651	99 561	3 480 165	2 854 471	625 694
2014	426 147	324 440	101 707	3 400 716	2 678 608	722 108
2015	417 806	294 524	123 282	3 300 359	2 317 621	982 738
2016	460 566	320 890	139 676	3 467 843	2 378 937	1 088 906
2017	522 035	376 769	145 266	3 730 527	2 672 127	1 058 400

Zdroj: ČSÚ

Velmi zajímavý je také vývoj změny počtu hostů a přenocování, který potvrzuje zkracování délky pobytu a nižší podíl rezidentů na výkonech lázeňské péče. Od roku 2000 se počet hostů dostal na dvouapůlnásobek! Období od roku 2012 však znamenalo stagnaci, v případě zahraničních hostů dokonce pokles v počtu přenocování. Lázeňství se v této době muselo vyrovnat s dvěma základními problémy. Jednou z příčin, která znamenala snížení počtu tuzemských hostů, byla změna na indikačním seznamu (IS) pro lázeňskou léčebně rehabilitační péči o dospělé, děti a dorost, která nabyla účinnosti dne 1. října 2012. Další příčinou byla již zmíněná situace na ruském trhu, který je dlouhodobě pro lázeňství Karlovarského kraje klíčový.

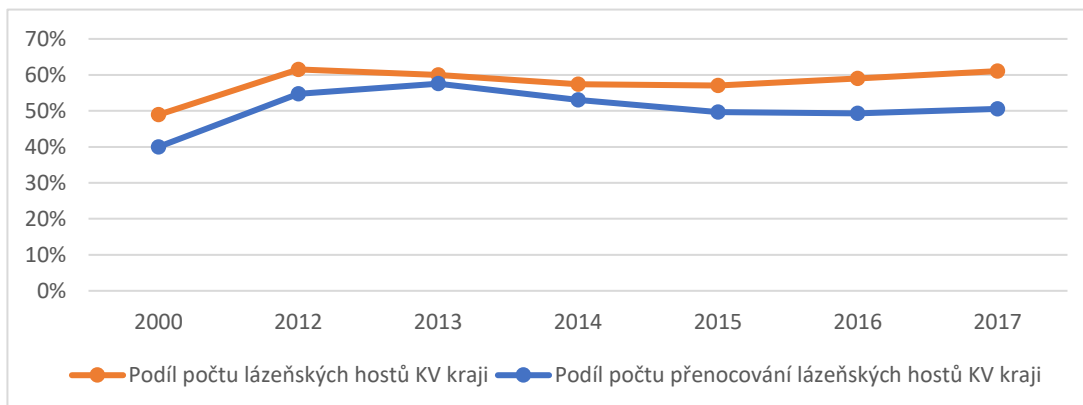
Graf 16 Srovnání změny počtu hostů a přenocování v lázeňských zařízeních 2000 - 2017



Zdroj: ČSÚ

Podíl počtu hostů a přenocování v lázeňských ubytovacích zařízeních na celkové návštěvnosti v ČR se dlouhodobě pohybuje na úrovni 50 – 60 %. To dokládá dominantní postavení kraje v oblasti lázeňské péče.

Graf 17 Vývoj podílu počtu hostů a přenocování Karlovarského kraje na celkové návštěvnosti lázeňských ubytovacích zařízeních v ČR



Zdroj: ČSÚ

Tabulka 6 TOP 10 zdrojových zahraničních trhů dle počtu přenocování v lázeňských zařízeních v KV kraji

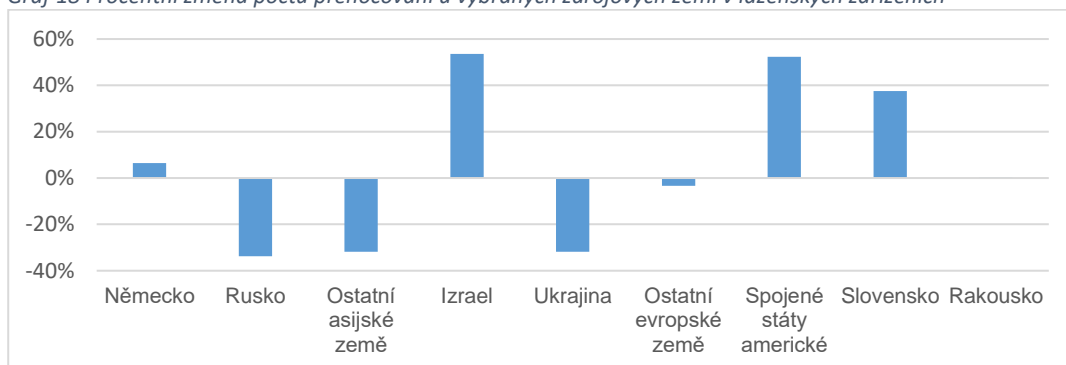
Rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Německo	1 283 740	1 194 218	1 153 118	1 155 974	1 266 015	1 366 495
Rusko	1 150 805	1 263 383	1 134 339	699 603	633 432	762 715
Ostatní asijské země	195 880	221 714	225 190	164 004	132 091	133 548
Izrael	68 193	74 524	87 340	96 281	97 801	104 694
Saúdská Arábie	.	.	.	67 580	57 687	78 473
Ukrajina	103 114	109 675	83 704	66 611	69 881	70 278
Ostatní evropské země	40 670	38 150	42 403	43 431	34 167	39 327
USA	25 340	24 205	24 013	29 169	31 908	38 585
Slovensko	26 968	25 087	25 440	28 161	33 620	37 097
Rakousko	36 309	31 723	33 068	33 037	34 251	36 403

Zdroj: ČSÚ

Z hlediska změny počtu přenocování v lázeňských ubytovacích zařízeních se od roku 2012 projevila pokles hostů z Ruska, Ukrajiny a Asie. Naopak došlo k nárůstu návštěvnosti z Izraele, USA a Slovenska.



Graf 18 Procentní změna počtu přenocování u vybraných zdrojových zemí v lázeňských zařízeních



Zdroj: ČSÚ

Tabulka 7 Celkové počty pacientů v lázeňském zařízení v Karlovarském kraji podle úhrady

Kategorie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Index 2016/2009 (%)
Zdravotní pojištění KLP celkem	19 957	19 341	17 311	14 081	8 848	8 864	19 626	18 666	93,53
Zdravotní pojištění PLP celkem	2 521	2 591	3 001	2 567	2 746	1 683	3 623	2 496	99,01
KLP + PLP	22 478	21 932	20 312	16 648	11 594	10 547	23 249	21 162	94,15
Tuzemci na vlastní náklady	9 904	15 557	16 324	15 837	21 590	13 870	26 701	19 383	195,71
KLP+PLP+ Tuzemci na vlastní náklady	32 382	37 489	36 636	32 485	33 184	24 417	49 950	40 545	125,21
Cizinci na vlastní náklady celkem	132 341	127 925	123 013	146 555	152 871	140 006	116 982	141 298	106,77
Celkem osob	164 723	165 414	159 649	179 040	186 055	164 423	166 932	181 843	110,39

Zdroj: ÚZIS ČR

Počet léčících se rezidentů zůstal v celkovém objemu zhruba stejný, jenom došlo k přeskupení dle formy úhrady. To dokládá jednoznačný negativní dopad změn Indikačního seznamu na počet pacientů s komplexní lázeňskou péčí, kdy se jejich počet snížil na cca polovinu původního počtu klientů s jinou formou financování (PLP a léčba na vlastní náklady).

U ostatních pacientů lze zaznamenat opačný trend, což svědčí o tom, že klienti lázeňských zařízení - na rozdíl od rozhodnutí Ministerstva zdravotnictví - považovali pobyt v lázních pro své zdraví za nezbytný, nebo alespoň prospěšný a uhradili si ho částečně, nebo plně ze svých prostředků, když jim bylo legislativně znemožněno čerpání Komplexní lázeňské péče (KLP) na náklady zdravotní pojišťovny. Finančně hůř zajištění pacienti si to ovšem dovolit nemohli a lze se domnívat, že u některých to mohlo mít za následek zhoršení stavu a zvýšení nemocnosti, zvýšení medikace, zhoršení kvality života.

Počty ošetrovacích dnů podle úhrady v lázních jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 8 Počty ošetřovacích dnů v Karlovarském kraji podle úhrady v lázeňských zařízeních

Kategorie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Index 2016/2009 (%)
Zdravotní pojištění KLP celkem	486 851	483 342	426 850	357 551	196 577	200 280	455 231	452 952	93,04
Zdravotní pojištění PLP celkem	54 321	55 697	63 634	55 907	51 495	32 162	68 436	51 053	93,98
KLP + PLP	541 172	539 039	490 484	413 458	248 072	232 442	523 667	504 005	93,13
Tuzemci na vlastní náklady celkem	112 218	142 190	127 638	104 151	204 942	153 486	305 947	190 306	169,59
KLP+PLP+ Tuzemci na vlastní náklady	653 390	681 229	618 122	517 609	453 014	385 928	829 614	694 311	106,26
Cizinci na vlastní náklady celkem	1 674 286	1 657 628	1 642 623	1 737 663	1 906 819	1 786 350	1 231 819	1 463 648	87,42
<b>Celkem ošetřovacích dnů</b>	<b>2 327 676</b>	<b>2 338 857</b>	<b>2 260 745</b>	<b>2 255 272</b>	<b>2 359 833</b>	<b>2 172 278</b>	<b>2 061 433</b>	<b>2 157 959</b>	<b>92,71</b>

Zdroj: ÚZIS ČR

Rovněž také počet ošetřovacích dnů byl novým IS ovlivněn výrazně negativně. Za KLP a PLP je to v roce 2013 pouhých 45,8 % k výchozímu údaji za rok 2009, což je alarmující údaj.

## 4.5. Kulturní dědictví

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.1
- Opatření 3.1

Kulturní dědictví, které je tvořeno jednotlivými kulturními památkami a památkově chráněnými částmi historických města a vesnic a v poslední době i krajiny, spolu s přírodním bohatstvím představují další faktor, který přímo ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu a s ním spojené ekonomické přínosy. Obce si od rozvoje cestovního ruchu slibují řešení problému nezaměstnanosti, resp. považují cestovní ruch za jedno z potenciálních odvětví, v rámci něhož se mohou vytvářet nová pracovní místa.

Česká republika je z pohledu zahraničních návštěvníků vnímána jako země s velkým a různorodým bohatstvím památek architektury (hradů, zámků), ale i technických památek.

Karlovarský kraj se řadí mezi kraje nabízející bohaté kulturní dědictví. Propojení kulturních a historických památek s cestovním ruchem je jedním z hlavních cílů kraje. Na území Karlovarského kraje se v současné době nachází 17 národních kulturních památek, z nichž jsou 3 movité:

- Zámek Kynžvart
- Kynžvartská daguerrotypie (movitá národní kulturní památka)
- Hrad Bečov nad Teplou
- Ostatková skříň sv. Maura – „relikviář sv. Maura“ (movitá národní kulturní památka)
- Klášter premonstrátů Teplá
- Kostel sv. Máří Magdalény v Karlových Varech
- Císařské lázně v Karlových Varech
- Lázeňská kolonáda v Mariánských Lázních
- Rudá věž smrti v Ostrově
- Historický důl Jeroným v Čisté
- Jáchymovská mincovna
- Důl Mauritius na Hřebečné
- Dlouhá stoka s rybníky Kladským a Novým
- Chebská falc
- Blatenský vodní příkop
- Poutní areál Chlum Svaté Maří s kostelem Nanebevzetí Panny Marie a sv. Máří Magdalény

Národní kulturní památkou je i Žlutický kancionál, jehož originál je uložen v Památníku národního písemnictví, nicméně zdařilou listovací kopii je možno zhlédnout v expozici muzea ve Žluticích. Kynžvartská daguerrotypie je zapsaná na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO, je však do roku 2021 propůjčena Národnímu technickému muzeu v Praze.

Významnou roli v nabídce kraje návštěvníkům regionu hrají i další segmenty památkového fondu jako jsou hrady a zámky, městské a vesnické památkové

rezervace a zóny. V kraji se nachází cca 1400 kulturních památek, 5 městských, 2 vesnické rezervace, 9 městských a 8 vesnických památkových zón a 4 památkové zóny krajinného charakteru. Nejvýznamnějšími z nich jsou např. hrady Locket, Cheb, Skalná, Libá, Seeberg, Horní hrad a Hartenberg, zámek Chyš, Valeč, klášterní areál - posvátný okrsek v Ostrově, městské památkové rezervace Cheb, Locket, Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně a vesnické památkové rezervace Doubrava a Nový Drahov. V rámci republiky jsou v Karlovarském kraji unikátně dochované památky hrázděné architektury a fond montánních památek a reliktní montánní činnosti zvláště v oblasti Krušnohoří<sup>1</sup>.

Karlovarský kraj je jako prestižní lázeňský region také členem Asociace evropských historických lázeňských měst (EHTTA).

#### **4.5.1. Nominace na zápis na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO**

Na území Karlovarského kraje se v současné době nenachází žádná památka zapsaná na prestižní Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

V současné době díky iniciativám Karlovarského kraje kandidují tři projekty. V první řadě se jedná v rámci sériové nominace projektu „Slavné lázně Evropy“ o památkově chráněná historická centra měst tzv. „Západočeského lázeňského trojúhelníku“, dále je to projekt „Hornický region Erzgebirge/Krušnohoří“ (tzv. Montanregion), v rámci kterého jsou nominovány lokality na území krajinných památkových zón Jáchymovsko a Abertamy-Boží Dar-Horní Blatná a objekt Rudé věže smrti. Poslední nominací je Česko-bavorský geopark s národní kulturní památkou – Středověkým dolem Jeroným u zaniklé obce Čistá na Sokolovsku.

##### **Nominace „Slavné lázně Evropy“**

Od roku 2006 vyvíjí Karlovarský kraj iniciativu pro zařazení západočeských lázní na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. V rámci Karlovarského kraje se jedná o lázeňská města Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy Lázně. Nadnárodní sériová nominace *Slavné lázně Evropy* představuje sérii 11 měst 7 států Evropy, která jednotlivě představují mimořádné urbanistické a architektonické celky s množstvím staveb lázeňského charakteru tvořících v nich architektonické a významové dominanty území. Svým prostorovým utvářením a urbanistickou skladbou reprezentují typ mezinárodních lázní od 18. století do 20. let 20. století. Nominační dokumentaci k zápisu kulturního statku na Seznam

---

<sup>1</sup> Seznam všech národních kulturních památek a chráněných území, která se nacházejí na území Karlovarského kraje je uveden v příloze č. 1

světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO bude podávat v roce 2019, pokud projde testem úplnosti.

#### Nominace „Hornický region Erzgebirge/Krušnohoří“

Společná přeshraniční žádost o zapsání kulturní krajiny na Seznam kulturního a přírodního dědictví UNESCO byla podána SRN v lednu 2018. Krušné hory disponují unikátním souborem památek, jejichž naprostá většina se váže k hornické minulosti Krušnohoří. Nominace zahrnuje 85 komponent, z čehož 6 je na české straně hranice

- Hornická kulturní krajina Jáchymov,
- Hornická kulturní krajina Abertamy – Boží Dar – Horní Blatná,
- Hornická kulturní krajina Krupka
- Rudá věž smrti u Ostrova,
- Hornická krajina Vrch Mědník
- Areál vápenky v Háji u Loučné pod Klínovcem

Součástí tří rozsáhlých krajinných areálů jsou pak dílčí hornické krajiny, městské celky a jednotlivé montánní památky. Přítomnost těchto atraktivit ve spojení s hornickou krajinou vytváří naprosto unikátní podmínky pro cestovní ruch, jež jsou vhodně doplněny i muzei Královská mincovna v Jáchymově a Horní Blatné, jejichž expozice se rovněž přirozeně vážou k hornickým dějinám Krušných hor.

Projekt zařazení montánní krajiny Krušnohoří do světového kulturního dědictví je výrazným přínosem pro celkové pojetí a image destinace a může přilákat značný počet nových návštěvníků. S tímto projektem souvisí zpřístupnění několika důlních děl v oblasti Krušných hor – např. Důl Johannes u Božího Daru, Důl Mauritius na Hřebečné u Abertam, Štola č. 1 v Jáchymově a Středověký důl Jeroným. To přispělo k dalšímu zatraktivnění celé oblasti a doplnění nabídky exkurzí do Krušnohorského podzemí.

Dle zkušeností z lokalit nebo objektů v České republice, které už figurují na tomto prestižním Seznamu, byl zaznamenán velmi znatelný nárůst zájmu nejen o památky samotné, ale o celou širokou oblast cestovního ruchu v daném regionu. Lze tedy oprávněně očekávat, především v lázeňských městech, v Krušnohoří a v oblasti Česko-bavorského geoparku podobný nárůst zájmu, tudíž i zvýšenou návštěvnost a poptávku po všech druzích služeb CR.

## 4.6. Kulturní akce a život - živé umění

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.1
- Opatření 3.1

Karlovarský kraj disponuje bohatým kulturním životem, který zahrnuje různé druhy živého umění. To je k dispozici v kulturních institucích, v památkových objektech, veřejném prostoru nebo na jiných vhodných místech např. kluby.

Součástí nabídky živého umění jsou také festivaly a nabídka koncertů vážné hudby dvou významných symfonických orchestrů. Oba jeho orchestry - Karlovarský

symfonický orchestr i Západočeský symfonický orchestr Mariánské Lázně, patří k nejstarším orchestrům ve střední Evropě.

Kulturní situace je ovlivňována především lázeňskými městy, kterým jsou město Karlovy Vary, dále Mariánské Lázně a Františkovy Lázně. Nezastupitelnou roli v kulturním dění hraje město Cheb – kulturní centrum rozsáhlé příhraniční oblasti se stálou divadelní scénou - Západočeským divadlem Cheb. Významné postavení v kulturním dění kraje má i město Sokolov a další města v Karlovarském kraji - Aš, Kraslice, Loket, Ostrov, Teplá a Žlutice.

Nedílnou součástí kulturní nabídky v Karlovarském kraji se staly kulturní akce.

**Významné kulturní akce v Karlovarském kraji:**

- Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary
- Chebské dvorky
- Fijo Cheb / Valdštejnské slavnosti Cheb
- Mezinárodní Chopinův festival Mariánské Lázně
- Jazzfest Karlovy Vary
- Karlovarský folklórní festival
- Dětský filmový a televizní festival Oty Hofmana (Ostrov)
- Festival světel Karlovy Vary
- Kraslické hudební jaro
- Mezinárodní pěvecká soutěž Antonína Dvořáka (Karlovy Vary)
- TourFilm a TourRegionFilm (Karlovy Vary)

Karlovarský kraj každoročně finančně podporuje **významné akce a infrastrukturní projekty**. Jmenovitě jde o:

- Tourfilm (podpora 200 tis. Kč v r. 2018)
- Caminos - festival dokumentárních cestovatelských filmů doplněný přednáškami, v roce 2018 byl uskutečněn již o 12. ročník (podpora 100 tis. Kč v r. 2018)
- Carlsbad Convention Bureau, o.p.s. (podpora 150 tis. Kč na činnosti organizace v r. 2018)
- Region Card Karlovy Vary (podpora 100 tis. Kč v r. 2018)
- Akce klubu českých turistů - každoroční obnova značení turistických tras (podpora 200 tis. Kč v r. 2018) nebo schválená finanční podpora na obnovu Hřebenovky 2019 (v částce 300 tis. Kč)
- Podpora filmů a regionální dokumentaristiky (podpora v částce 1 mil. Kč v r. 2018)

Významnou součástí nabídky cestovního ruchu jsou muzea a galerie a další kulturní instituce. Na území kraje se jedná o příspěvkové organizace Karlovarského kraje,

měst a obcí nebo soukromé organizace muzejního a galerijního typu. Přehled nejvýznamnějších muzeí a galerií je uveden v příloze č. 3.

## 4.7. Přírodní bohatství

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.1
- Opatření 3.1

Krajina Karlovarského kraje má převážně ráz pahorkatiny s výjimkou pánevních oblastí podél řeky Ohře. Nejvyšším pohořím v kraji jsou Krušné hory. Rozkládají se na severozápadě regionu a v nich nalezneme také nejvyšší vrchol kraje - Klínovec (1 244 m n.m.). Rozlohou i nadmořskou výškou menší jsou Doubové hory, CHKO Slavkovský les a Smrčiny.

Řekou s nejrozsáhlejším povodím je Ohře, na níž leží na rozhraní Karlovarského a Ústeckého kraje i nejnižší místo kraje (320 m n.m.). Pro cestovní ruch mají význam také toky řek Teplá, Střela, Odava, Svatava, Rolava a Bystřice.

Lesy o rozloze 1 438 km<sup>2</sup> představují podíl 43,4 % plochy kraje, tj. téměř 1,3 násobek průměru ČR, což je po Libereckém kraji druhá nejvyšší hodnota v České republice. Rozloha zemědělské půdy 1 241 km<sup>2</sup> je menší než rozloha lesních pozemků. Podíl orné půdy (16,3 %) tvoří polovinu průměrného podílu v České republice a je s velkým odstupem nejnižší mezi všemi kraji České republiky.

Největším chráněným územím přírody je Chráněná krajinná oblast Slavkovský les. Oblast je unikátním krajinným celkem, velmi málo zalidněným, s množstvím přírodně hodnotných lokalit, zároveň je i historickou kulturní krajinou. Kromě této oblasti je v kraji vyhlášeno dalších 70 chráněných území přírody všech kategorií.

V Karlovarském kraji je rezervací hned několik desítek, většinou jde o významné mokřadní, rašeliníšní či vodní biotopy nebo ojedinělé geologické útvary. Řada jich leží v CHKO Slavkovský les, několik ve vojenském újezdu Hradiště, ale většina jich je situována mimo velkoplošná území zvláštní ochrany a spadají do správy Karlovarského kraje (viz. Příloha č. 2).

Na území Karlovarského kraje se nachází celá řada unikátních přírodních zdrojů, které umožnily rozvoj lázeňské péče (viz kapitola č. 4.4)

Kvalitní přírodní podmínky jsou v kombinaci s realizačními předpoklady (ubytovací, stravovací a další služby) skvělým důvodem pro návštěvu Karlovarského kraje.

### Česko-Bavorský Geopark

Česko-Bavorský Geopark je krajinným celkem v srdci Evropy. Na území Karlovarského kraje, Plzeňského kraje (Tachovsko) a čtyř bavorských okresů (Neustadt/Waldnaab, Tirschenreuth, Wunsiedel a Bayreuth) je představena geologická stavba daného území v roli podmiňujícího faktoru ekonomického a kulturního vývoje lidské společnosti, existující v této oblasti. Tento fenomén je

popularizován naučnými stezkami a muzejními expozicemi, budováním informačních center a pořádáním tematických výstav, přednášek a kulturních akcí. Cílem je prohloubit sounáležitost s krajinou a poukázat na zajímavosti, které často nejsou veřejnosti známy. Česko-Bavorský Geopark podporuje přeshraniční spolupráci a zvyšuje turistickou atraktivitu regionu. Mnoho míst je chráněno jako přírodní a technické památky, největší plošnou jednotkou je Chráněná krajinná oblast Slavkovský les. Kulturně-vědecký význam krajiny utvářely světové osobnosti geologie jako Georgius Agricola, Johann Wolfgang Goethe, Kašpar Šternberk, Marie Curie-Skłodovská a další.

Pokud Česko-Bavorský Geopark (potažmo pouze jeho část Geopark Egeria) získají titul Evropský geopark, stanou se členy sítě Evropských geoparků a budou automaticky i členy sítě globálních (světových) geoparků, které jsou pod záštitou UNESCO.

Karlovarský kraj leží v geoparku svojí velkou částí plochy a v případě zapsání Česko - Bavorského Geoparku na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO do něho budou přináležet 2/3 plochy kraje. Tím by došlo k multiplikaci efektu a některé oblasti kraje by mohly být i v historické a současně i v přírodní části UNESCO. Tento fakt by mohl mít pozitivní vliv na atraktivitu kraje i zvýšení návštěvnosti celého regionu.

## 4.8. Podmínky pro aktivní dovolenou

### 4.8.1. Cykloturistika a pěší turistika

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.3
- Opatření 3.1

Vyznavačům cykloturistiky v současnosti nabízí Karlovarský kraj cca 2 074 km značených cyklistických tras. Karlovarský kraj převzal záštitu nad projektem **Cyklostezka Ohře**. Trasa páteřní cyklostezky je dlouhá 110 km a je vedena malebným údolím řeky Ohře od hranice s Německem až po hranici s Ústeckým krajem. Sít

Obrázek 4 Dálkové cyklotrasy Greenway (vlevo) a trasy EuroVelo v ČR (vpravo)



cyklotras s názvem Eurovelo v kraji ztělesňuje evropský rozměr cyklistiky.

Zdroj: Greenways



Destinace nabízí již několik let osvědčený program cyklobusů, který velmi dobře zpřístupňuje oblasti vhodné pro cyklo-výlety.

Rozvoj cykloturistiky a cyklodopravy v Karlovarském kraji však brzdí neustálé omezování osobních vlakových spojů na železniční ose Cheb – Chomutov – Ústí nad Labem a absence návaznosti vlaků ve směru na Plzeň v Chebu či ze Sokolova na Kraslice.

Vzhledem k diversifikaci celého cyklistického odvětví v posledních letech a značnému technickému a technologickému pokroku v oblasti výroby horských kol dochází ke zvyšující se poptávce po speciálních tratích – tzv. singletracků nebo budování bikeparků. Tato poptávka pramení z velmi omezené schopnosti stávajících cest uspokojit potřeby moderních terénních cyklistů.

Ve spolupráci s Klubem českých turistů (dále jen KČT) je kraj protkán hustou sítí turistických a naučných tras. Krušné hory, Slavkovský les, ale i mnohá města a obce jsou ideálním místem pro pěší turistiku. Trasy mnohdy vedou kolem turisticky zajímavých míst a horskou přírodou.

K rozvoji pěší turistiky v Karlovarském kraji významně přispěje renesance původní Hřebenové trasy Krušných hor. Tato „Modrá hřebenovka“ propojí atraktivní místa vrcholových partií Smrčín a Krušných hor od Hranic u Aše až po nejvyšší horu Krušných hor Klínovec. Dále bude pokračovat v Ústeckém a Libereckém kraji po hřebeni Krušných hor až na Děčínský Sněžník, Jizerské hory a Krkonoše s možností napojení na Polsko. S využitím tzv. propojek mezi „Modrou hřebenovkou“ a Kammweg, která vede souběžně po saské straně Krušných hor, bude možné absolvovat okružní túry.

Ideální podmínky jsou v kraji i pro další podoby aktivní dovolené - např. pro nordic walking, geocaching. Sportovně založeným jedincům nabízí své služby lanová centra, adrenalinové parky, sjezdovky pro koloběžkáře, in-line tratě (Rolava, Meandr, Areál u Habartova, Vrch Háj u Aše).

#### 4.8.2. Golfový turismus

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.2
- Opatření 3.1

V Karlovarském kraji se nachází celkem 10 golfových hřišť, z toho 7 je 18 jamkových a 3 jsou 9 jamková. Golfová hřiště v Karlovarském kraji patří mezi renomovaná hřiště Evropy a jsou dějištěm řady uznávaných i amatérských turnajů.

Jedním z plánovaných kroků při rozvoji cestovního ruchu našeho regionu by mělo být prohloubení a rozšíření povědomí o golfových možnostech, které Karlovarský kraj nabízí. Region nabízí golfistům různá netradiční prostředí, v nichž se golfová hřiště nacházejí. Především pak přírodu Slavkovského lesa nebo možnost navštívit historické památky, které jsou od většiny golfových hřišť prakticky na dosah.

Golfový klub v Mariánských Lázních je jediný ve Střední Evropě, který se může pochlubit významnou minulostí - hřiště v Mariánských Lázních bylo založeno a slavnostně otevřeno 21. 8. 1905 anglickým králem Edwardem VII. Nesporným

vyvrcholením historie klubu v roce 2003 je díky velkorysému rozhodnutí britské královny Alžběty II. získání práva užívat titul „královský golfový klub“ (Royal Golf Club).

#### 4.8.3. Vodáctví

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.2
- Opatření 3.1

V Karlovarském kraji je sice jenom jediná sjízdňá řeka, ale právě Ohře je druhou nejlépe tekoucí řekou v České republice a je často vyhledávaná vodáky. Vodákům je v Karlovarském a Ústeckém kraji na této řece k dispozici 242 sjízdňných kilometrů, v Karlovarském kraji je to od Skalky do Perštejna 103,4 km. Rozšíření služeb aázemí pro vodáckou turistiku by mělo být jedním z bodů, kterými se bude tato koncepce zabývat. Podpora by měla být ve spolupráci s podnikatelskými záměry konkrétních subjektů věnována rovněž smysluplnému využití zaplavovaných území např. středisek Michal, Medard nebo Libík.

#### 4.8.4. Venkovský cestovní ruch a agroturismus

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.2
- Opatření 3.1

Venkovský cestovní ruch a agroturiska jako následek měnícího se životního stylu části naší i zahraniční populace začíná řadit k vyhledávaným druhům turismu. Pro zájemce je v Karlovarském kraji připravena řada agroturistických center, jezdeckých klubů, ekofarem, rančů a dalších míst specializovaných na agroturismus, bio výrobky a zdravý přírodní životní styl. Nejvíce se jich koncentruje v oblasti Krušných hor a v oblastech Toužimska, Žluticka a Valečska. Mezi konkrétní příklady subjektů, které se zaměřují na rozvoj agroturistiky, patří:

- AGHITOUR - agroturistické centrum dětí a mládeže Nejdek
- Hipocentrum PÁ-JA Karlovy Vary - sdružení pro hipoterapii
- Jezdecká stáj Boučí - Oloví
- Jezdecký klub Elisabeth - Cheb
- Jezdecký klub Pegas - Děpoltovice
- Ekologická farma ARNIKA - Horní Slavkov
- Ekofarma Františka Bartoně - Horní Slavkov
- Rodinná farma KARILO - Oldříš
- Biofarma Belina - Toužim
- Statek Údrč farma ekologického zemědělství - Bochov
- Biofarma Epona - Žlutice
- Kateřina Bečková - usedlost Nad prameny - Bečov nad Teplou
- Farma Kozodoj - ekocentrum pro Karlovarský kraj
- Ranč a hipostanice Freecounty - Cheb
- Ranch Eldorado - Cheb
- Farma Hory
- Babiččin dvoreček, Kobylé u Žlutic

#### 4.8.5. Zimní sporty

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.2
- Opatření 3.1

Především Krušné hory nabízejí rozsáhlou síť upravených běžeckých tratí, téměř 20 skiareálů pro sjezdové lyžování, snowparks a rozšířenou nabídku zimní zábavy (snowtubing, snowkiting a chůze na sněžnicích nebo musherství). Kromě oblasti Krušných hor jsou další střediska na území Smrčín a Slavkovského lesa, v oblasti měst Aš a Mariánské Lázně.

Na poměrně malé ploše sousedí v Karlovarském kraji několik významnějších lyžařských středisek (lyžařské skiareály Klínovec, Boží Dar – Neklid, Bublava, nově Plešivec a v těsné blízkosti Klínovce v Německu volně propojený Fichtelberg). Ty spolu s menšími středisky více rodinného rázu (Pernink, Nové Hamry, Potůčky, Mariánská/Nové Město) tvoří v regionu základnu pro tento druh sportu. Střediska ve většině případů mají poměrně dobrou technickou vybavenost i úroveň nabízených doprovodných služeb (lyžařské a snowboardové školy, půjčovny vybavení atd.).

Následný kontinuální rozvoj lyžařské i doprovodné infrastruktury a především služeb by měl vést k dalšímu zvýšení návštěvnického komfortu, zatraktivnění oblasti a její větší konkurenceschopnosti v rámci České republiky.

Krušné hory jsou doslova rájem pro běžecké lyžování. Odbor regionálního rozvoje Krajského úřadu Karlovarského kraje již nechal zpracovat Koncepti běžeckého lyžování, jejíž I. etapa – Krušné hory a II. etapa - Slavkovský les velmi podrobně a odborně řeší tuto problematiku. Vhodné oblasti pro běžecké lyžování jsou také v okolí Mariánských Lázní, Aše a za dobrých sněhových podmínek i v okolí Kamenice u Březové na Sokolovsku. V případě příznivých sněhových podmínek je v zimní sezóně udržováno všech 520 km běžeckých tras.

Kiteboarding je jízda na lyžích nebo snowboardu za větrem poháněným drakem. Přes některé problémy v minulosti, způsobené především neznalostí tohoto nového odvětví, se v současné době ustálilo několik lokalit (Boží Dar, Abertamy), kde lze tento sport bezpečně a bez problémů provozovat. V současnosti jsou již k dispozici i odborná centra – půjčovny a školy, která zajišťují organizování provozu kiteboardistů. Počet kolizí a nehod se i přes narůstající počet vyznavačů tohoto sportu každoročně snižuje.

#### 4.9. Kongresový, obchodní a incentivní turismus (MICE)

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.2
- Opatření 3.1
- Opatření 2.4

Tento segment cestovního ruchu patří mezi rychle se rozvíjející odvětví cestovního ruchu v České republice a je považován z dlouhodobého hlediska za jeden z nejvýnosnějších druhů cestovního ruchu. Rozvinutá infrastruktura Karlovarského kraje – především nabídka kvalitního ubytování, relativně dobré technické zázemí, zajímavé doplňkové aktivity jako např. lázeňství

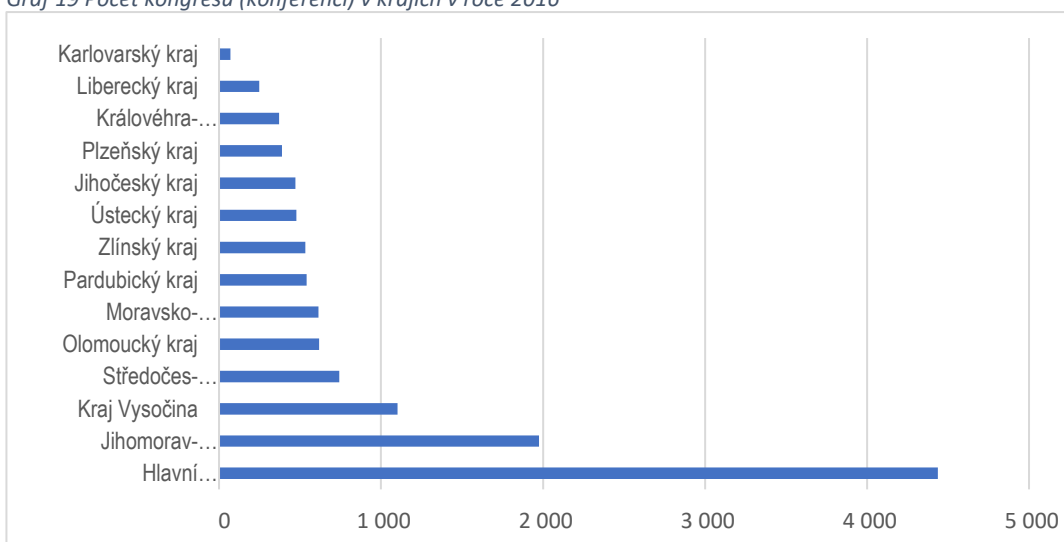
& wellness, sportovní, kulturní a další společenské vyžití, představuje v kraji dobré výchozí podmínky pro MICE.

Karlovarský kraj disponuje 36 lokalitami vhodnými pro pořádání MICE akcí s maximální kapacitou sálů od 20 do 7000 účastníků a celkovou kapacitou 14 500 kongresových/konferenčních účastníků.

Kraj však není schopen těchto dobrých podmínek využívat ve větší míře, neboť téměř celoroční vytížení ubytovacích kapacit lázeňskými hosty neumožňuje souběžně s jejich pobyty realizovat akce s požadavkem na větší kapacitu ubytovacích zařízení.

Z celkového počtu přibližně 900 konferencí sledovaných ČSÚ v HUZ se v kraji konalo pouze 0,6 % akcí. Statistika ČSÚ je však pouze částečná, neboť zahrnuje akce konané pouze v hromadných ubytovacích zařízeních. Z hlediska zajištění komplexnosti MICE statistiky je nezbytné provádět kontinuální sběr dat, který v současné době chybí.

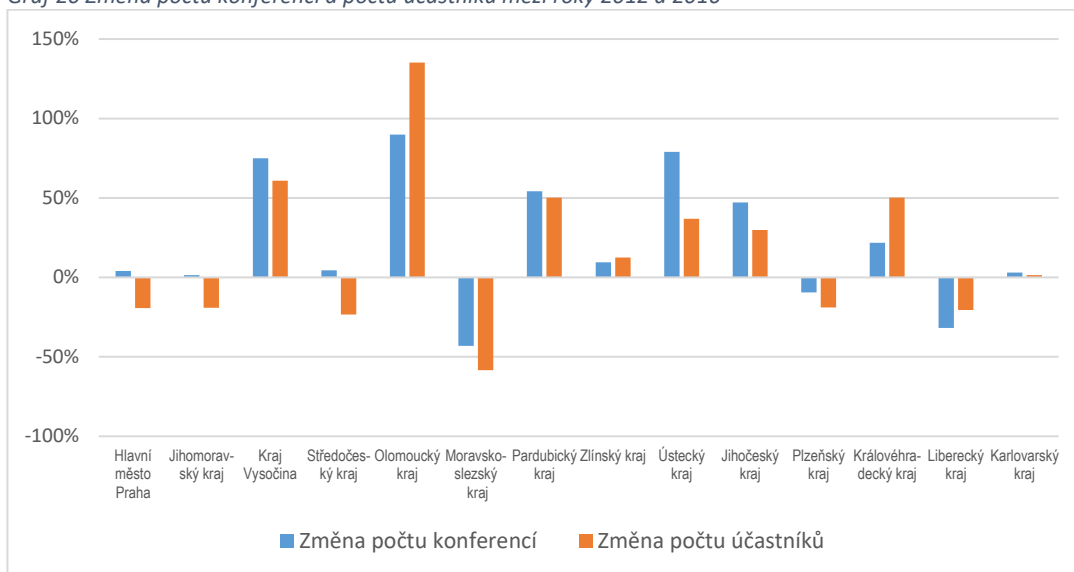
Graf 19 Počet kongresů (konferencí) v krajích v roce 2016



Zdroj: ČSÚ

Stěžejní zisková aktivita regionu – lázeňství – s sebou nese výrazná specifika, v jejichž důsledku MICE v současnosti zůstává i přes veškeré úsilí Carlsbad Convention Bureau (CCB) jenom občasnou doplňkovou aktivitou klasické lázeňské a hotelové nabídky. Realizované akce bývají zpravidla pro početně menší až středně velké skupinky účastníků. Bohužel od roku 2012, kdy došlo ke stagnaci v oblasti lázeňství, nedokázal kraj využít své kapacity pro pořádání konferencí. Mnohem lépe se podařilo zvýšit podíl v oblasti MICE Olomouckému kraji, Ústeckému kraji a kraji Vysočina.

Graf 20 Změna počtu konferencí a počtu účastníků mezi roky 2012 a 2016



Zdroj: ČSÚ

Dílčím problémem je dopravní dostupnost pro návštěvníky velkých kongresových akcí, protože Karlovarský kraj je periferním regionem s ne úplně vyhovující silniční infrastrukturou a omezeným leteckým spojením bez návaznosti na mezinárodní lety z Prahy. Nicméně i přes všechny tyto nepříznivé vlivy by bylo užitečné s potenciálem pro kongresový a konferenční turismus pracovat.

#### 4.10. Filmový turismus - Film friendly location

Vazba na návrhovou část:  
Opatření 3.1

Karlovarský kraj je s filmovou tvorbou spojen již více než jedno století. Na jeho území, konkrétně v Karlových Varech, se uskutečnila první veřejná filmová projekce v českých zemích, a to již v roce 1896. V roce 1946 pak byla založena tradice Mezinárodního filmového festivalu, který nemá na území České republiky obdoby. První filmová klapka zde zazněla ještě před začátkem 2. světové války a od té doby zde bylo natočeno již mnoho filmů, ať už v domácí či zahraniční produkci.

Region má díky své architektonické, přírodní, industriální, technické a kulturní rozmanitosti veškeré předpoklady stát se znovu významnou filmovou lokalitou. Zajímavé a mnohdy unikátní přírodní lokace, lázeňská architektura, ale také široká nabídka ubytovacích možností v široké škále kvality i cen, to vše jsou atributy, které z Karlovarského kraje dělají v mnoha směrech velice zajímavou a vhodnou filmovou destinaci.

Prvním krokem v této oblasti bylo navázání spolupráce s **Czech Film Commission**, oficiální národní filmovou kancelář, která podporuje a propaguje audiovizuální produkci v České republice a zároveň poskytuje domácím i zahraničním filmovým producentům informace a rady pro efektivní natáčení. Ta společně s agenturou CzechTourism od roku 2012 iniciovala vznik regionálních filmových kancelář, na což

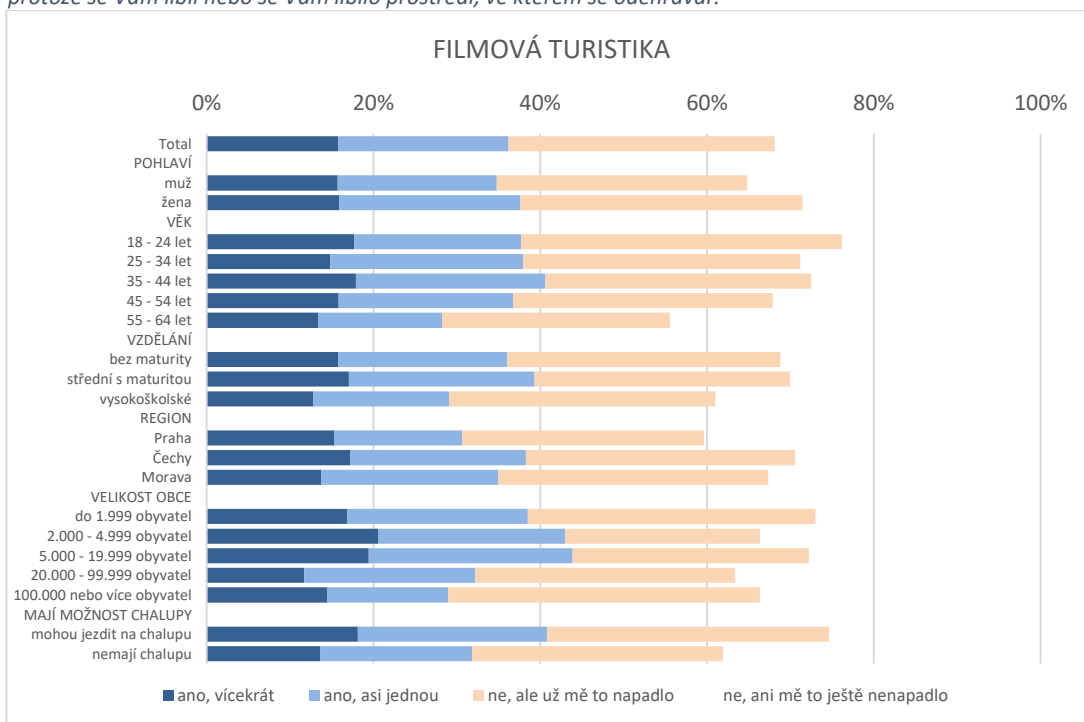
Karlovarský kraj zareagoval téměř okamžitě, nejprve vytvořením samostatné sekce Film Industry na turistickém portálu Živý kraj a následně založením regionální filmové kanceláře (tzv. Film Office).

Rozšíření aktivit Karlovarského kraje o činnosti spojené s podporou filmového průmyslu se již v prvním roce fungování ukázaly jako krok správným směrem. Podařilo se navázat spolupráci s několika zahraničními dokumentaristickými štáby a představit tak Karlovarský kraj divákům například ve Francii, Německu, Rusku, Ázerbájdžánu, Španělsku, ale také Číně, Japonsku či Koreji. V mnoha z těchto zemí byly pořady o Karlovarském kraji vysílány v hlavním vysílacím čase, mnohdy i s několika reprízami.

Jedná se o nový způsob, jak zvýšit návštěvnost regionu a prostřednictvím filmů do něj přitáhnout pozornost diváků a vzbudit v nich zájem o filmová místa. Nezanedbatelný je pro region i přímý ekonomický přínos, který filmové štáby do regionu přinášejí a také multiplikační efekt využitelný pro cestovní ruch.

Podle výsledků reprezentativního výzkumu v populaci 18-65 let totiž platí, že 36 % dotázaných již někdy v životě cestovalo na dovolenou nebo výlet do lokality na základě impulsu, který dalo filmové zpracování dané lokality v rámci filmu nebo seriálu. Navíc téměř stejná část (32 %) o takové možnosti uvažovala.

Graf 21 Vycestoval/a jste někdy na výlet nebo na dovolenou do míst, kde se natáčel nějaký film, nebo seriál, protože se Vám líbil nebo se Vám líbilo prostředí, ve kterém se odehrával?



Zdroj: MindBridge Consulting

## 4.11. Dopravní infrastruktura v kontextu cestovního ruchu

Vazba na návrhovou část:

• Opatření 1.3

Obecně je dopravní dostupnost a dopravní infrastruktura považována za jeden z faktorů ovlivňujících rozvoj území. Samotné zlepšení dopravní dostupnosti ještě automaticky nevyvolá rychlejší ekonomický rozvoj určitého území, může k němu ale rozhodně výrazně přispět. Přímým dopadem výstavby dopravní infrastruktury je zlepšení časové dostupnosti určité oblasti pro obyvatele/investory z okolního území a naopak. Zlepšení dopravní dostupnosti a zejména napojení regionu na významné komunikace a dopravní osy vyššího řádu tak nepřímo zvyšuje jeho atraktivitu pro případné nové investory a usnadňuje hospodářskou a společenskou integraci daného území.<sup>2</sup>

V případě periferního území, jakým Karlovarský kraj je, může sehrát rozvoj dopravní infrastruktury a zlepšení dopravního napojení na nadřazenou silniční síť významnou roli a umožní lépe propojit kraj s jádrovými oblastmi v České republice i sousedním Bavorsku a Sasku. Pro kraj je významným deficitem nedokončená dálnice **D6 v celé její délce mezi Prahou, Karlovými Vary a státní hranicí s Německem**. Dostavba této komunikace bude mít pro kraj několik přímých dopadů.

**Jelikož Karlovarský kraj je a bude navázán na Německo a ostatní části Evropy, ale také další regiony České republiky, lze považovat současnou prostupnost hranic a kapacitu napojení na německou i českou silniční a zejména dálniční síť za nedostatečnou.**

Významným prvkem dopravní infrastruktury v kraji je také existence **letišť Karlovy Vary**, které je mezinárodním letišťem. V současnosti se jeho provoz s ohledem na rentabilitu letů orientuje téměř výhradně na lázeňské návštěvníky ze zemí východních zemí. Jedná se o vhodné zdrojové země především pro lázeňské pobyty, čímž je zajištěna lepší obsazenost a rentabilita linky. V roce 2018 se podařilo rozšířit leteckou linku do Moskvy. Letiště v Karlových Varech může za určitých podmínek (např. v případě, že se najde strategický partner) mít do budoucna daleko vyšší potenciál pro region i případnou přeshraniční spolupráci, než jak je tomu v současnosti. Kvalitní dopravní (silniční a železniční) je podmínkou pro rozvoj letiště Karlovy Vary.

Veřejná autobusová doprava orientuje svoji pozornost spíše na dopravu mezi většími městy v regionu a na městskou hromadnou dopravu (Karlovy Vary, Cheb, Mariánské Lázně, Sokolov, Aš, Jáchymov), ale místa mimo jejich spojnice a místa s řidším osídlením jsou obsluhována pouze sporadicky, což výrazně omezuje turisty při individuálních aktivitách uvnitř regionu.

Pro cestovní ruch na území kraje je důležitá rozvinutá síť cyklobusů, která funguje pod názvem CykloEgrentis. Je to jediný ucelený systém cyklo dopravy fungující na

<sup>2</sup> Program rozvoje Karlovarského kraje

území kraje, který obsluhuje téměř celé území regionu – města Karlovy Vary, Sokolov, Cheb, Krušné hory, Slavkovský les, Tepelskou vrchovinu a přístupnou část Doupovských hor.

V poskytování těchto služeb v zimním období funguje obdobný systém skibusů. Je možné využít pravidelné skibusy ve Skiareálu Klínovec a přímé spojení mezi skiareály Klínovec a německým Fichtelberkem.

Karlovarský kraj je pokryt relativně hustou sítí železničních tratí. Většina z nich byla vybudována na konci 19. století a od té doby nebyla podstatným způsobem rozšiřována, některé nádražní a provozní objekty jsou ve špatném stavebně technickém stavu. Na hlavních tazích jsou prováděny rekonstrukce některých úseků, část sítě byla ve 2. polovině 20. století elektrifikována.

Karlovarský kraj je na páteřní železniční síť ČR napojen prostřednictvím III. železničního koridoru Cheb – Mariánské Lázně - Plzeň - Praha – Ostrava, který prošel v nedávné době v celé své trase rekonstrukcí. Nedostatkem však je chybějící rychlé železniční spojení Prahy a Karlových Varů, které na trase páteřního koridoru neleží.

Velkým přínosem pro Karlovarský kraj by byla elektrifikace tratě Cheb – Marktredwitz s pokračováním po území Spolkové republiky Německo. Elektrifikace trati by přinesla těsnější propojení metropolitního regionu Norimberk s lázeňskou oblastí v Karlovarském kraji, a tedy i nový impuls pro místní podnikatele, průmysl a lázeňství.

## 5. Institucionální zajištění cestovního ruchu v kraji

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 2.1
- Opatření 2.2
- Opatření 2.3

Pro efektivní zajištění cestovního ruchu v Karlovarském kraji nutná existence organizací destinačního managementu (DMO), které zajišťují vzájemnou spolupráci a koordinaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu.



Obrázek 5 Role Organizace destinačního managementu v řízení destinace



Zdroj: Kategorizace DMO, KPMG ČR, CzechTourism

Od roku 2018 byla Ministerstvem pro místní rozvoj a agenturou CzechTourism přijata nová pravidla pro podporu destinačního managementu ve formě doporučeného standardu pro činnost organizací destinačního managementu (Kategorizace organizací destinačního managementu). Výsledkem tohoto systému je nový čtyřúrovňový systém organizací destinačního managementu

#### Destinační management z pohledu Karlovarského kraje:

- Na **celostátní úrovni** plní úlohu organizace destinačního management Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism.
- Na **krajské úrovni** úlohu organizace destinačního managementu v Karlovarském kraji destinační agentura.
- Na **oblastní a lokální úrovni** není organizační struktura cestovního ruchu v současné úrovni stabilizovaná. Nyní zde působí několik subjektů s rozdílnou působností, které se v roce 2017 registrovaly u Ministerstva pro místní rozvoj pro potřeby čerpání dotace z Národního programu podpory cestovního ruchu. Těmito organizacemi byly:
  - První Krušnohorská o.p.s.
  - INFOCENTRUM MĚSTA Karlovy Vary, o.p.s.
  - Mariánskolázeňsko, d.s.o.
  - Sdružení Krušné hory – západ, d.s.o.

Z hlediska zavedení nové Kategorizace DMO je vhodné, aby podmínky certifikace splnila zejména krajská DMO. Výhodou této organizace je, že je založena jako spolek v souladu s novým občanským zákoníkem a na jejím řízení se podílí jak veřejný, tak soukromý a neziskový sektor. Pro implementaci principů destinačního managementu na úrovni kraje by bylo vhodné, aby kritéria certifikace splnily také DMO na oblastní/lokální úrovni. Vhodným příkladem, může být krajská podpora realizovaná Jihočeským nebo Jihomoravským krajem, které mají za účelem podpory

organizací destinačního managementu vypracovanou svou vlastní certifikací, která je k té národní komplementární.

## 5.1. Prezentace kraje v oblasti cestovního ruchu

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 3.1
- Opatření 3.2
- Opatření 3.3

Karlovarský kraj v roce 2012 uvedl nový způsob komunikace Karlovarského kraje jako turistické destinace. Zavedl marketingovou značku **Živý kraj**, která má symbolizovat kraj plný energie, rozmanitosti, možností, kraj, který pulsuje a žije a současně životadárnými přírodními zdroji léčí. Značka je využívána při veškeré propagaci, kterou Karlovarský kraj v rámci cestovního ruchu vykonává.

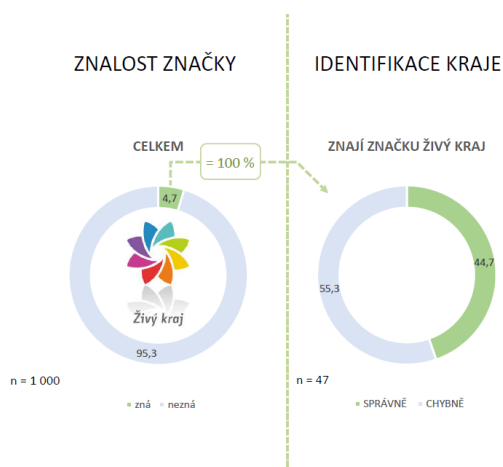


Pro zlepšení propagace kraje jako celku i jednotlivých podnikatelských subjektů, příspěvkových i neziskových institucí byl vytvořen nový turistický portál Karlovarského kraje ve čtyřech jazykových mutacích s doménou [www.zivykraj.cz](http://www.zivykraj.cz) ([www.livingland.eu](http://www.livingland.eu), [www.living-land.eu](http://www.living-land.eu)), který slouží jako zdroj podrobných informací, kontaktů, ubytovacích možností, přehledu kulturních, sportovních a společenských akcí. Obsahuje i odkaz na fotobanku a video-galerii Karlovarského kraje [www.kvpoint.cz](http://www.kvpoint.cz), ze které je možno pro prezentační účely za stanovených podmínek bezplatně čerpat fotografie i videa.

Obrázek 6 Výsledky testování znalosti značky Živý kraj

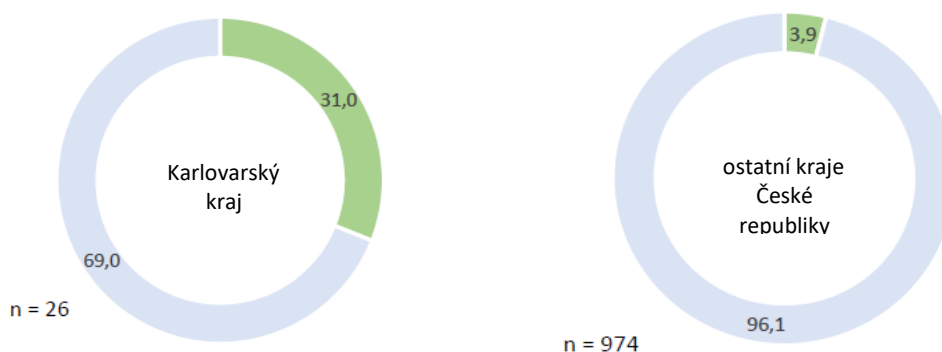
Zdroj: MindBridge Consulting a.s.

Přestože turistická značka Živý kraj je pro potřeby marketingové komunikace využívána již téměř 6 let, nedosahuje její znalost mezi veřejností vysokou úroveň. Z výsledků testování provedeného pro potřeby zpracování Koncepce bylo zjištěno, že z 1000 respondentů značku znají pouhých 4,7 % populace, z nich přibližně polovina tuto značku dokáže správně zařadit jako značku cestovního ruchu spojenou s Karlovarským krajem. Výsledky znalosti značky se tak blíží spíše statistické chybě.



Pokud se podíváme na výsledky znalosti značky přímo v Karlovarském kraji, tak zde je znalost značky přibližně třetinová (správná identifikace jen 17 %). Jde o **pouze informativní údaj**, protože v Karlovarském kraji bylo realizováno v rámci celostátního reprezentativního šetření z 1 000 jen poměrných 26 rozhovorů.

Obrázek 7 Srovnání znalosti značky Živý kraj v Karlovarském kraji a ostatních krajích ČR



**Zdroj:** MindBridge Consulting a.s.

Z hlediska cestovního ruchu je rizikem prezentace destinace prostřednictvím obecného názvu, který vyjadřuje minimum klíčových charakteristik destinace a potenciální návštěvník má tak problém si kraj s tímto označením ztotožnit. Karlovarský kraj je také tradičně znám pod jinými marketingovými názvy, jejichž hodnota byla budována desítky let.

Nepříznivý výsledek šetření je důkazem absence jakýchkoliv marketingových aktivit na propagaci značky Živý kraj v období 2012 - 2016. S nástupem činnosti destinační agentury došlo k výraznému posunu jak v propagaci značky, tak v jejím vnímání. Značka Živý kraj byla primárně vytvořena směrem k domácímu cestovnímu ruchu, jelikož v zahraničí nemá šanci konkurovat značce "Karlovarský kraj".

## 6. Segmentace návštěvníků

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 3.1
- Opatření 3.3

Pro práci s cílovými skupinami návštěvníků je využita nová moderní archetypální segmentace cestovního ruchu agentury CzechTourism. Tato segmentace může být využita jak pro příjezdový cestovní ruch, tak pro domácí cestovní ruch. Její výhodou je její univerzálnější využití oproti tradiční segmentaci využívající sociálně demografické charakteristiky např. pohlaví, věk, status návštěvníka. Její výhoda – univerzálnost – je zároveň **jednou ze dvou nevýhod**. Nemá postavena s nabídkou specifickou pro Karlovarský kraj a její konstrukt je postaven na vzorku zahraničních turistů, ne na DCR. To je poloviční nevýhoda, protože aktivity Karlovarského kraje v oblasti propagace destinace cestovního ruchu směřuje s ohledem na současnou strukturu PCR rovněž do zahraničí.

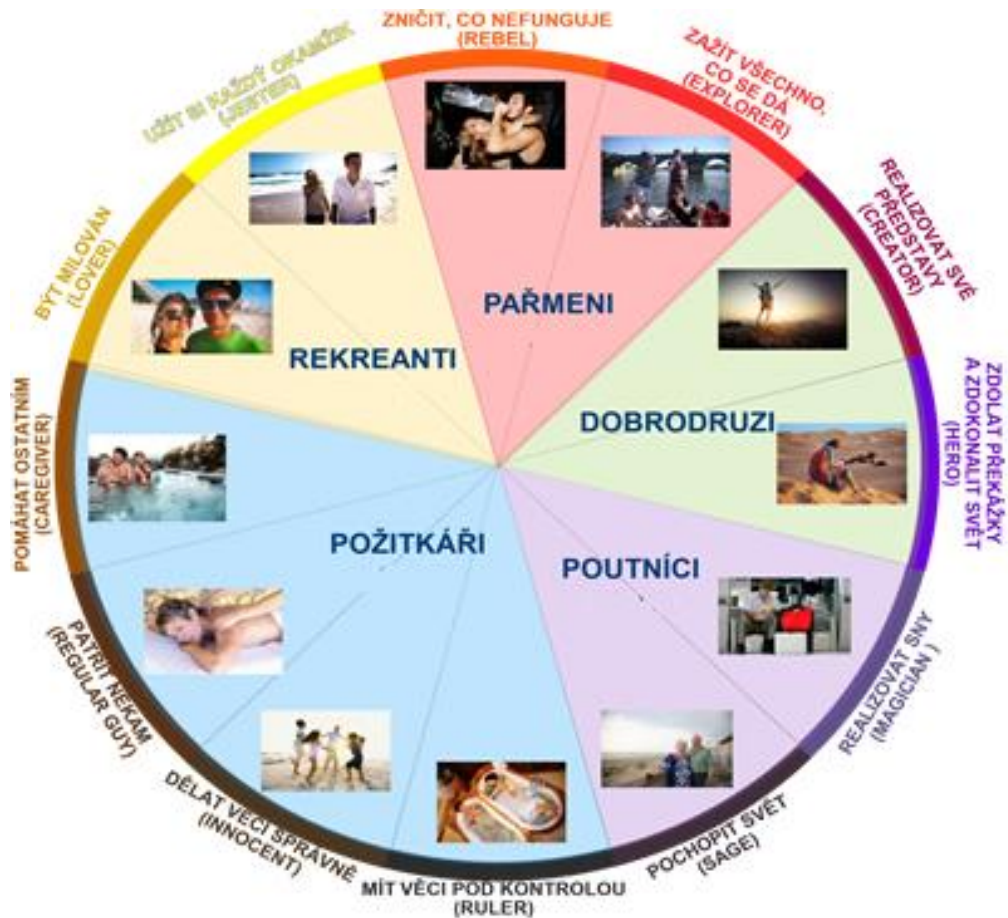
Tuto segmentaci je možné využít jako základ v Marketingové strategii kraje. Archetypální segmentace agentury CzechTourism stanovuje 5 základních skupin návštěvníků.

Tabulka 9 Cílové skupiny archetypální segmentace CzechTourism

Rekreatanti (31 %)	Pařmeni (15 %)	Dobrodruzi (7 %)	Poutníci (17 %)	Požitkáři (30 %)
Segment rekreatantů jezdí na levnou dovolenou především za účelem odpočinku. O cílové destinaci se dozvídají od známých na doporučení nebo v televizi a zájezd bývá realizovaný prostřednictvím cestovní kanceláře. Program si však rekreatanti organizují sami a je založený na trávení času s rodinou při nenáročných aktivitách jako jsou nákupy, sledování televize či posezení s blízkými.	Hlavním důvodem pro cestování segmentu pařmenů je především noční zábava na nových místech, která je cenově dostupná. Cílovou destinaci navštěvují bez cestovní kanceláře ve skupině přátel na základě doporučení na internetu. Ubytovávají se v hostelech, apartmánech nebo u známých. Program řeší tradičně až na místě a je založený na navštěvování barů a klubů.	Pro dobrodruhy je nejdůležitější poznávání nových míst se snahou o autentický zážitek. Trasa bývá pečlivě naplánovaná bez využití cestovních kanceláří a její součástí je poznávání lokálních obyvatel a návštěva místních kulturních akcí a koncertů. Při cestování často aktivně sportují a rádi podnikají turistické výlety za atraktivitami v okolí destinace. Dobrodruzi jsou zajištěni lidé nejrůznějšího věku.	Segment poutníků cestuje za poznáním místní kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. Na svých cestách navštěvují hrady a zámky, historická města a památky. Poutníci jsou velmi citliví na dodržování lidských práv a toleranci. Do cílové destinace jezdí na dobu delší než dva týdny a především sami. Informace o destinaci čerpají převážně z dokumentů nebo knih a jedná se především o zajištěné a vysokoškolsky vzdělané cestovatele.	Pro požitkáře je při jejich cestách důležitá kvalita nabízených služeb a snadná dostupnost. Na cesty se vydávají prostřednictvím cestovních kanceláří, které pro ně zařizují i dílčí výlety. Informace o destinacích čerpají z časopisů, propagačních materiálů cestovních kanceláří. Při cestách rádi poznávají přírodu, ochutnávají místní speciality a relaxují v lázních a wellness centrech.

Zdroj: Upraveno MindBridge Consulting a.s. na základě CzechTourism

Obrázek 8 Archetypální segmentace klientely CzechTourism



Zdroj: Monitoring zahraničních turistů v návaznosti na turistické produkty v geografickém členění, PPM Factum, 2014

Archetypální segmentace je vhodná především pro B2C komunikaci. Vzhledem k tomu, že kraj má potenciál také v oblasti kongresového a incentivního turismu je jako **doplňkový segment** stanovaná speciální cílová skupina **Kongresový/konferenční návštěvník**.

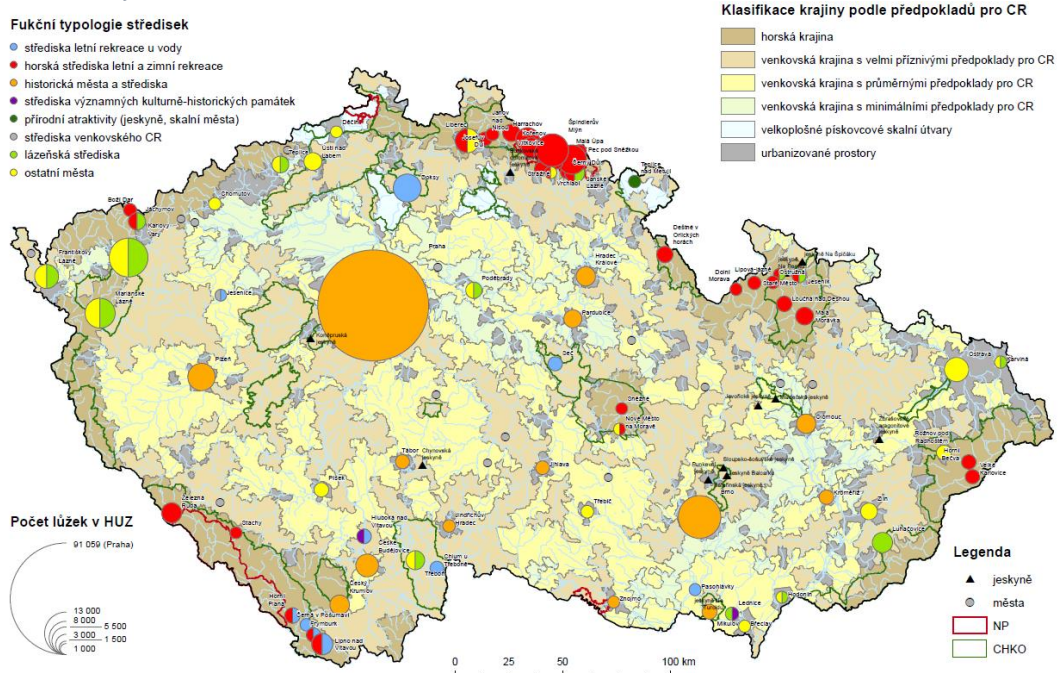
## 7. Zhodnocení potenciálu cestovního ruchu v kraji

Vazba na návrhovou část:

- Opatření 1.1
- Opatření 1.2

Z provedené analýzy nabídky vyplývá, že Karlovarský kraj má pro cestovní ruch kvalitní předpoklady – tradici lázeňství, založenou před staletími na využívání výjimečných přírodních léčivých zdrojů, historické, technické i montánní památky, podmínky pro kulturní, společenské a sportovní vyžití, zajímavou přírodu, široké spektrum možností ubytování v ubytovacích zařízeních v lázeňských centrech i mimo ně apod. Přehled o základních předpokladech cestovního ruchu přináší Rajonizace cestovního ruchu Masarykovy univerzity v Brně.

Obrázek 9 Rajonizace cestovního ruchu v ČR



Zdroj: Masarykova univerzita v Brně (2015)

Z Rajonizace vyplývá, že potenciál není v kraji rovnoměrně rozložen. Část kraje vhodnými předpoklady pro rozvoj forem zimního turismu, značná kumulace přírodních léčivých zdrojů a tradice v části kraje umožňuje rozvoj tradičního lázeňství a wellness. V kraji jsou však předpoklady pro rozvoj dalších forem cestovního ruchu. Na nerovnoměrné rozložení potenciálu je nezbytné reagovat vhodnou skladbou produktů cestovního ruchu a způsobem prezentace kraje na různých zdrojových trzích a segmentech klientely. Pestrost předpokladů však představuje výhodu, neboť umožňuje kraji připravit diverzifikované portfolio produktů, což může snížit závislost kraje na náhlých změnách vývoje poptávky.

V porovnání s ostatními kraji dosahuje Karlovarský kraj podle Ústavu územního rozvoje (ÚÚR) hodnoty potenciálu průměrných hodnot, což je způsobeno tím, že kraj prozatím nemá žádnou památku zapsanou na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO ani na jeho území neleží národní park. Pokud bychom

srovnávali kraje na základě předpokladů pro rozvoj vybraných forem turismu, dosahoval by kraj v případě lázeňství nebo wellness nejvyšší hodnoty v ČR.

Tabulka 10 Hodnota potenciálu cestovního ruchu na km<sup>2</sup>

Kraj	Rozloha v km <sup>2</sup>	Bodová hodnota potenciál	Potenciál na km <sup>2</sup>
Hlavní město Praha	496	6 120	12,34
Liberecký kraj	3 163	12 210	3,86
Královéhradecký kraj	4 759	13 785	2,90
Moravskoslezský kraj	5 427	15 035	2,77
Zlínský kraj	3 964	10 015	2,53
Jihomoravský kraj:	7 195	16 840	2,34
Ústecký kraj	5 335	11 850	2,22
<b>Karlovarský kraj</b>	<b>3 314</b>	<b>7 315</b>	<b>2,21</b>
Pardubický kraj	4 519	9 955	2,20
Plzeňský kraj	7 561	16 205	2,14
Středočeský kraj	11 015	23 540	2,14
Olomoucký kraj	5 267	10 565	2,01
Jihočeský kraj	10 057	19 340	1,92
Kraj Vysočina	6 796	12 495	1,84

Zdroj: ÚÚR (2010) a MindBridge Consulting a.s.

Vzhledem k výše uvedeným předpokladům a potenciálu cestovního ruchu je Karlovarský kraj vhodný zejména pro rozvoj následujících forem cestovního ruchu:

- Tradiční medicínské lázeňství
- Wellness a zdravotní turismus
- Městský turismus
- Kulturní turismus
- Aktivní turismus – zimní/letní turismus (cykloturistika, pěší turistika, běžecké/sjezdové lyžování)
- Venkovský turismus a agroturistika
- Specifické formy turismu (např. montánní turismus, církevní turismus)
- Filmový turismus
- Kongresový, konferenční a incentivní turismus

V rámci Koncepce jsou stanovena opatření, která jsou zaměřena na rozvoj hlavních forem cestovního ruchu. Z hlediska zachování konkurenceschopnosti destinace je nutné předpoklady cestovního ruchu dále rozvíjet a neustále mapovat podmínky pro rozvoj nových forem cestovního ruchu, které umožní rozšiřovat nabídku o nové atraktivní produkty cestovního ruchu.

## 8. SWOT analýza CR v Karlovarském kraji

### 8.1. SWOT analýza - Předpoklady a potenciál cestovního ruchu

<b>SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS)</b> vnitřní prostředí	<b>SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES)</b> vnitřní prostředí
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pozice cestovního ruchu a lázeňství jako klíčového odvětví regionální ekonomiky z hlediska počtu pracovních míst, ekonomického přínosu a multiplikačního efektu i tvorby HDP</li> <li>▪ Etablovaná destinace cestovního ruchu s výhodnou geografickou polohou ve střední Evropě</li> <li>▪ Dlouholetá tradice a vysoká kvalita lázeňství založená na přírodních léčivých zdrojích</li> <li>▪ Dominantní postavení kraje v rámci ČR v oboru lázeňství - pestrá nabídka atraktivit cestovního ruchu</li> <li>▪ Chráněná území, geoparky, vodní plochy, kulturní krajina, lokálně kvalitní životní prostředí</li> <li>▪ Kulturně historické atraktivity (architektura, technické, lidové i církevní památky, hrady, zámky, galerie, muzea, divadla)</li> <li>▪ Variabilita příležitostí pro aktivní trávení volného času</li> <li>▪ Kulturně společenské a sportovní akce např. MFF</li> <li>▪ Místní produkty - Becherovka, Mattoni, sklárna Moser a.s., porcelánky Thun 1794 a.s., Thun Studio, Rudolf Kämpf - Leander a.s., lázeňské oplatky, pivovary v Lokti, Kynšperku, Chyši, Sokolově, K. Varech atd.)</li> <li>▪ Druhá skladba a kapacita ubytovacích zařízení</li> <li>▪ Hustá síť turistických informačních center</li> <li>▪ Existence a provozování mezinárodního letiště společnosti Letiště Karlovy Vary s.r.o.</li> <li>▪ Existence specificky zaměřených tras – např. Porcelánová stezka, Cínová stezka, Burgenstrasse, Fabriktour, Mariánská stezka atd.</li> <li>▪ Kvalitní značení turistických a lyžařských tras a cyklotras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nerovnoměrně rozložený potenciál cestovního ruchu</li> <li>▪ Trend vývoje cestovního ruchu ve srovnání s ostatními kraji (počet hostů, přenocování, délka pobytu), a to i přes dobrou absolutní pozici</li> <li>▪ Nízká míra propojení nabídky tradičních lázeňských/wellness služeb s ostatními volnočasovými aktivitami a službami cestovního ruchu</li> <li>▪ Rozvoj vybraných forem cestovního ruchu stagnuje např. kongresový turismus</li> <li>▪ Geograficky nerovnoměrně rozložené a v některých lokalitách pouze sezonně vytižené ubytovací kapacity – nepravidelné příjezdy turistů, nerovnoměrná nabídka dalších služeb cestovního ruchu (centra vs. periferie)</li> <li>▪ Ve vybraných částech území kraje chybějící nebo stagnující kvalita doprovodné infrastruktury cestovního ruchu (toalety, parkoviště, navigační systém)</li> <li>▪ Horší stav částí dopravní infrastruktury (především kvalita silnic nižší třídy, stavebně-technický stav nádraží) a nevyužívání jejího plného potenciálu (letiště, regionální železniční tratě atd.)</li> <li>▪ Stávající způsob využití a ekonomická situace Letiště Karlovy Vary s.r.o.</li> <li>▪ Estetika – zanedbaný vzhled některých obcí a území</li> <li>▪ Lokálně problematické životní prostředí (těžba, lokální zdroje znečištění)</li> <li>▪ Nedostatek finančních prostředků na údržbu a obnovu kulturního dědictví</li> <li>▪ Přetrvávající problémy v kvalitě poskytovaných služeb</li> <li>▪ Relativně omezená provozní doba některých infocenter</li> <li>▪ Nevyužívání plného potenciálu kulturních a sportovních možností regionu</li> </ul>
<b>PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES)</b> vnější prostředí	<b>HROZBY (THREATS)</b> vnější prostředí
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rozvoj dopravního spojení v rámci České republiky a Evropy (letecké, železniční, silniční sítě)</li> <li>▪ Silící zájem o sporty v přírodě (např. terénní cyklistika, lyžování, nordic walking)</li> <li>▪ Rozvoj nových forem cestovního ruchu (filmový, montánní, církevní a venkovský turismus)</li> <li>▪ Postupné zvyšování soukromých investic do oblasti cestovního ruchu</li> <li>▪ Zájem potenciálních návštěvníků o jiné formy turismu (kromě lázeňství) – např. pobyty rodin s dětmi, wellness, golf, cykloturistiku, městský turismus.</li> <li>▪ Rozvoj informačních technologií</li> <li>▪ Zápisy na „Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO“</li> <li>▪ Velká rekultivovaná území po těžbě hnědého uhlí jako rozvojové plochy pro nové aktivity včetně turismu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Omezení investic do infrastruktury z mimo krajských zdrojů především v oblasti dopravy, obnovy památek, podcenění významu zajištění dopravní obslužnosti, údržby komunikací v zimním období</li> <li>▪ Pomalá výstavba dálnice D6 ve směru na Prahu.</li> <li>▪ Nedostatečné napojení kraje na páteřní železniční síť a pod-financování investic do obnovy železniční dopravní cesty</li> <li>▪ Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví</li> <li>▪ Odliv pracovní síly a investic z turismu a lázeňství</li> <li>▪ Zkracování délky pobytu a zvyšující se podíl jednodenní návštěvnosti</li> <li>▪ Zhoršení bezpečnostní situace v regionu</li> <li>▪ Vládní politika (vízová, daňová, zdravotní, zahraniční, energetická atd.)</li> <li>▪ Ekonomický vývoj a měnový kurz</li> </ul>



## 8.2. SWOT analýza – Destinační management a marketing

<b>SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS)</b> vnitřní prostředí	<b>SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES)</b> vnitřní prostředí
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Existence destinační agentury připravené na certifikaci v rámci Kategorizace DMO</li> <li>▪ Existence sdružení MEDISPA jako garanta kvality lázeňské péče na území kraje</li> <li>▪ Rostoucí aktivita subjektů v oblasti cestovního ruchu a lázeňství, lepší se vzájemná spolupráce</li> <li>▪ Silná pozice kraje na vybraných zdrojových trzích cestovního ruchu (SRN, Rusko, Ukrajina atd.)</li> <li>▪ Zlepšení marketingových aktivit kraje včetně existence webového portálu Živý kraj (informační obsah)</li> <li>▪ Téma cestovního ruchu je pro regionální aktéry silné</li> <li>▪ Snaha o koncepční a strategické plánování podpory v oblasti cestovního ruchu ze strany kraje</li> <li>▪ Pravidelné pořizování marketingových a statistických dat pro operativní rozhodování kraje</li> <li>▪ Existence tradičních vzdělávacích institucí a odborných škol v oblasti cestovního ruchu lázeňství</li> <li>▪ Specializace odborné pracovní síly zejména v oblasti lázeňství</li> <li>▪ Průběžné budování a udržování dobrých kontaktů s potenciálními klienty i obchodními partnery podnikatelských subjektů, hledání nových trhů (prezentace, veletrhy, využívání médií)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Doposud nízká úroveň komunikace, kooperace a koordinace v cestovním ruchu (vede např. k vrstvení/duplicitě produktů, nedostatečné spolupráci v marketingu)</li> <li>▪ Doposud nižší míra vnímání nově budované značky Živý kraj a problematický způsob její komunikace na cílové trhy</li> <li>▪ Přetrvávající zavislost na tradičních zdrojových oblastech a nízká míra diverzifikace trhů a klientely</li> <li>▪ Schopnost zavádění inovací v turismu a lázeňství</li> <li>▪ Nízký vztah obyvatel k sídlům a regionu (neexistence tradic, důsledek osídlování po 2. sv. válce, apod.)</li> <li>▪ Nedostatečná nabídka celoživotního vzdělávání</li> <li>▪ Nedostatek kvalifikovaných pracovníků v cestovním ruchu a lázeňství</li> <li>▪ Schopnost využívat informace z marketingových a statistických šetření pro strategické rozhodování</li> <li>▪ Slabá přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu</li> <li>▪ Nedostatečná jazyková vybavenost pracovníků v cestovním ruchu, lázeňství a navazujících službách</li> </ul>
<b>PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES)</b> vnější prostředí	<b>HROZBY (THREATS)</b> vnější prostředí
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Profesionalizace oblastních a lokálních DMO a jejich certifikace v rámci Kategorizace DMO</li> <li>▪ Zvýšený zájem populace v ČR i v zahraničí o vlastní tělo a zdravý životní styl u cílových skupin (prevence, aktivní sport)</li> <li>▪ Zapojení podnikatelských a neziskových subjektů do destinační spolupráce</li> <li>▪ Potenciál domácího trhu a vybraných zahraničních trhů např. asijské trhy včetně Ruska</li> <li>▪ Zájem potenciálních turistů o jiné formy cestovního ruchu (kromě lázeňství) – např. pobyty rodin s dětmi, wellness, golf, cykloturistiku a spojování lázeňských služeb s jinými aktivitami (např. sportovními),</li> <li>▪ Stárnutí obyvatelstva ve vyspělých zemích (příležitost pro zvýšení poptávky o léčení a rozvoj lázeňství)</li> <li>▪ Efektivní práce národních subjektů, působících v CR (MMR, CzechTourism) – dotační příležitosti</li> <li>▪ Využívání moderních metod sběru dat (geolokační data) a kvalitativních a kvantitativních šetření</li> <li>▪ Nástup sociálních sítí a sdílené ekonomiky</li> <li>▪ Průmysl 4.0, znalostní ekonomika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vyšší aktivita konkurenčních destinací</li> <li>▪ Zhoršení zahraničně-politické situace, destabilizace části zdrojových trhů, bezpečnostní rizika</li> <li>▪ Ekonomické potíže v hlavních zdrojových oblastech a následně i přímo v kraji v oblasti cestovního ruchu</li> <li>▪ Nestabilita podmínek pro podnikání v oblasti CR a navazujících odvětvích – např. změny v oblasti zdravotnictví, postavení a financování destinačních společností atd.</li> <li>▪ Mění se preference a potřeby cílových skupin (módní trendy, právní a společenský tlak na délku čerpání dovolené v některých zdrojových zemích, finanční možnosti, vyznávání odlišného životního stylu, změna mentality)</li> <li>▪ Globalizace trhu CR a s tím spojená velice malá možnost na zavedení účinných a rychlých protiopatření proti výpadkům určitého segmentu trhu – problém zpravidla postihne více zemí najednou a jejich jednotlivá úsilí o nápravu vyvolává zvýšenou konkurenci trhu celých oblastí (např. Evropy)</li> </ul>

## B. Návrhová část

### 1. Východiska návrhové části

Obsahem návrhové části Koncepce je strategie rozvoje cestovního ruchu a lázeňství, která byla navržena na základě analýzy dostupných informací o Karlovarském kraji.

Základem Koncepce *Obrázek 10 Metodika návrhové (strategické) části Koncepce*

je **vize cestovního ruchu a lázeňství, která je stanovena s výhledem na 2030**. Na vizi navazují globální a strategické cíle, které jsou stanoveny na období do roku 2023, aby bylo možné lépe sledovat jejich dosažení.



Zdroj: Doporučený metodický postup tvorby strategických dokumentů v turismu, CzechTourism, KPMG

Koncepce je dále

rozpracována prostřednictvím priorit a opatření, která vychází z předpokladů a potenciálu cestovního ruchu kraje. Opatření jsou stanovena tak, aby jejich prostřednictvím bylo možné reagovat na aktuální trendy a rizika a vytvářet tak vhodné podmínky pro nastartování udržitelného rozvoje destinace. Pro sledování způsobu naplnění opatření, aktivit a dílčích projektů a jejich efektivity jsou součástí také indikátory. Výsledkem návrhové části Koncepce je návrh akčního plánu na období 2018 – 2019.

Koncepce předpokládá, že cestovní ruch a lázeňství bude tvořit významnou součást ekonomiky kraje a bude přispívat k jeho celkovému rozvoji a prosperitě. To bude vyžadovat mnohem efektivnější využívání potenciálu cestovního ruchu a lázeňství kraje. Nezbytné bude realizovat aktivity vedoucí k podpoře nabídky cestovního ruchu, efektivnějšímu oslovování poptávky na zdrojových trzích a segmentech klientely.

**Vhodně nastavená organizační struktura a zlepšená úroveň destinační spolupráce by měla přispět ke schopnosti subjektů v cestovním ruchu, lázeňství a navazujících službách nabízet produkty s vyšší přidanou hodnotou, které mají vyšší ekonomický přínos pro destinaci (příjmy, zaměstnanost).** Cestovní ruch v kraji se musí posunout z odvětví s nižší ekonomickou přidanou hodnotou, vysokou náročností na práci k vyšší efektivitě. Přijetí navržených opatření v Koncepci by se mělo postupně projevit v nárůstu návštěvnosti, příjmů generovaných z cestovního ruchu a celkovém zvýšení konkurenceschopnosti destinace.

## 1.1. Vize cestovního ruchu a lázeňství

Vize je ambiciózním vyjádřením toho, kam by měl Karlovarský kraj v oblasti cestovního ruchu a lázeňství směřovat v nadcházejícím období. Vize je proto formulována s výhledem minimálně do roku 2030.

### VIZE 2030

Karlovarský kraj je světovým leaderem na poli lázeňství, založeném na tradici ve spojení s inovativními metodami, a excelentní turistickou pobytovou destinací. Za tím účelem **vytváří stabilní podmínky**, jejichž smyslem je zlepšení kooperace, komunikace a koordinace subjektů cestovního ruchu a lázeňství.

Karlovarský kraj se prostřednictvím destinační agentury a ve spolupráci s dalšími subjekty podílí na **zlepšení celkové účinnosti své marketingové komunikace, pro které využívá moderní komunikační nástroje**. Systematicky se zaměřuje na své tradiční zdrojové trhy a vyhledává nové.

Vize může být dosažena pouze za předpokladu úzké spolupráce kraje, měst, obcí, profesní a odborné veřejnosti, ale rovněž zainteresovanosti místních obyvatel.

## 1.2. Cíle Koncepce cestovního ruchu a lázeňství

Pro naplnění vize musí být stanoveny konkrétní a měřitelné cíle. Tyto cíle budou v rámci Koncepce stanoveny na kratší období, aby bylo možné lépe sledovat jejich dosažení. K měření pokroku budou sloužit indikátory stanovené na úrovni cílů.

### GLOBÁLNÍ CÍL 2023

**Globálním cílem Koncepce je do roku 2023 stabilizovat postavení Karlovarského kraje, zvýšit diverzifikaci zdrojových trhů podílejících se na jeho návštěvnosti při zvýšení příjmů z cestovního ruchu a udržení průměrné délky pobytu turistů**

Globální cíl bude měřen těmito indikátory:

Indikátor	Zdroj pro měření
▪ Udržení průměrné délky pobytu na stávající úrovni	ČSÚ
▪ Nárůst počtu přenocování oproti ostatním krajům o 1 %	ČSÚ
▪ Snížení podílu TOP 3 zahraničních zdrojových trhů na celkové návštěvnosti kraje o 2 %	ČSÚ
▪ Zvýšení výdajů návštěvníků kraje o 5,9 % (na os. a den)	Kvantitativní výzkum

## STRATEGICKÉ CÍLE

Globální cíl je dále rozpracován ve struktuře strategických cílů, na jejichž základě je stanovena struktura priorit Koncepce. Součástí strategických cílů je také sada indikátorů, které umožňují měřit dosažený úspěch.

	Strategický cíl	Indikátor	Zdroj měření
Strategický cíl 1	Zkvalitnit využití potenciálu cestovního ruchu a lázeňství na území Karlovarského kraje	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hodnota potenciálu cestovního ruchu a lázeňství v kraji</li> </ul>	Hodnocení potenciálu cestovního ruchu a lázeňství
Strategický cíl 2	Zlepšit efektivitu destinačního managementu na území Karlovarského kraje	<ul style="list-style-type: none"> <li>Počet certifikovaných DMO na území kraje</li> <li>Počet aktivních partnerů celkem</li> </ul>	Kategorizace DMO Kategorizace DMO
Strategický cíl 3	Zvýšit povědomí o Karlovarském kraji jako destinaci cestovního ruchu na domácím a zahraničním trhu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení hodnoty a vnímání značky Karlovarského kraje</li> </ul>	Kvantitativní a kvalitativní výzkum

## 2. Priority a opatření

Priority, opatření a aktivity jsou stanoveny na základě zjištění z analytické části, trendů a budoucích potřeb cestovního ruchu a lázeňství v Karlovarském kraji a představují tak strategický rámec pro naplnění Koncepce.

Priorita 1	Priorita 2	Priorita 3
Podpora nabídky a zlepšování potenciálu cestovního ruchu a lázeňství na území kraje	Destinační management (podmínky pro řízení Karlovarského kraje jako destinace cestovního ruchu)	Destinační marketing (výchozí marketingová strategie cestovního ruchu Karlovarského kraje)
<b>Opatření</b>		
1.1 Péče o přírodní bohatství a kulturní dědictví kraje a jeho využití pro cestovní ruch a lázeňství	2.1. Rozvoj a podpora destinačního řízení na území kraje	3.1. Podpora tvorby produktů a témat pro marketing cestovního ruchu a lázeňství
1.2. Vytváření podmínek pro budování základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a lázeňství kraje	2.2 Podpora turistických informačních center kraje	3.2. Zkvalitnění stávající strategie značky kraje jako tradiční lázeňské a turistické destinace
1.3. Zkvalitňování dopravní dostupnosti a přístupnosti kraje jako destinace cestovního ruchu	2.3. Podpora rozvoje lidských zdrojů, vzdělávání a výzkumu pro cestovní ruch a lázeňství v kraji	3.3. Komunikační strategie cestovního ruchu a lázeňství destinace
1.4. Podpora zvyšování kvality služeb cestovního ruchu a lázeňství	2.4. Zkvalitnění informační a datové základny pro rozvoj cestovního ruchu a lázeňství	

**PRIORITA 1:**  
**PODPORA NABÍDKY A ZLEPŠOVÁNÍ POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU**  
**A LÁZEŇSTVÍ NA ÚZEMÍ KRAJE**

**Opatření 1.1**

**Péče o přírodní bohatství a kulturní dědictví kraje a jeho využití pro cestovní ruch a lázeňství**

**Cíle opatření**

- Zkvalitnění využití přírodního bohatství a kulturního dědictví z hlediska využití pro cestovní ruch a lázeňství
- Zvýšení návštěvnosti přírodních a kulturních atraktivit kraje

**Popis opatření**

Karlovarský kraj disponuje významným přírodním bohatstvím výjimečné kvality (minerální léčivé prameny), na kterém je založena tradice kraje jako lázeňské destinace. Na území kraje se však nachází cenné kulturně-historické dědictví, které je dokladem bohatého kulturního vývoje celého regionu. Přírodní a kulturní předpoklady tak v současné době představují základ návštěvnosti kraje.

O přírodní a kulturní předpoklady kraje je nutné pečovat v souladu s principy udržitelného rozvoje a využívat je také pro cestovní ruch a lázeňství. Šetrný přístup k jeho využívání umožní dlouhodobě zkvalitnit nabídku pro návštěvníky ve formě atraktivních produktů cestovního ruchu a kulturní nabídky pro místní obyvatele.

Podmínkou pro kvalitnější využití kulturních a přírodních předpokladů je však koordinace politik kraje v oblasti kultury, památkové péče a ochrany přírody a krajiny ve vztahu k aktivitám cestovního ruchu a lázeňství. Koordinace musí probíhat jak ve spolupráci s národní úrovní, tak ve spolupráci s obcemi, vlastníky nebo uživateli přírodních a kulturních atraktivit.

V minulých letech se dařilo o kulturní bohatství pečovat za pomoci finančních zdrojů EU, Ministerstva kultury a Evropské unie. I nadále je vhodné tyto finanční zdroje pro tyto účely využívat.

Zvýšení hodnoty potenciálu pro cestovní ruch je zápis některých památek kraje, které jsou nyní na indikativním seznamu, na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Zápis na tento seznam nejen zvyšuje atraktivitu, ale zvyšuje šanci získat finanční zdroje na péči z různých dotačních titulů. Úlohou kraje je aktivně stávající nominace podporovat a usilovat o jejich zápis na tento prestižní Seznam.

V souladu s Koncepcí kultury je vhodné pro zvyšování atraktivity kraje nadále usilovat o podporu rozvoje kultury a živého umění. Kraj by proto měl využít nejen zřizované kulturní organizace (muzea, divadla atd.), ale také vytvořit vhodné podmínky pro využívání kulturních a přírodních hodnot pro konání kulturních akcí. Důraz přitom musí být kladen na kultivovanou interpretaci kulturních a přírodních atraktivit vůči návštěvníkům.

Akce mají pozitivní ekonomické dopady. Vytvářejí dodatečnou spotřebu, jsou důležitým marketingovým nástrojem a snižují dopady sezónnosti. Kvalitní akce vyžadují profesionální organizaci, dostatek času a stabilní financování, které se většinou bez finanční podpory z veřejných zdrojů neobejde. Z hlediska cestovního ruchu není možné podporovat všechny akce, ale jen ty, které prokazatelně přispívají ke zlepšení image kraje a jeho návštěvnosti.

Návrh aktivit/projektů	Kordinátor	Spolupráce
1. Koordinovat politiku kraje v oblasti cestovního ruchu, kultury, památkové péče a ochrany přírody a krajiny	KUKK (OKPPLCR)	KÚKK (OZPZ, ORR), DMO
2. Podporovat začleňování atraktivit regionu do národních a nadnárodních struktur, např. do UNESCO (Lázně Evropa, Hornický region Krušnohoří)	KUKK (OKPPLCR)	KÚKK (OZPZ), MK, NPÚ
3. Podporovat zpřístupnění a interpretaci přírodního bohatství v rámci aktivit cestovního ruchu	KUKK (OKPPLCR)	KÚKK (OZPZ, ORR) zřizované organizace, obce, DMO
4. Vytvořit systém podpory (kulturních) akcí na území kraje	KUKK (OKPPLCR)	Krajem zřizované organizace, obce, CzechTourism, DMO
Indikátory pro měření opatření		Cílový stav
Počet projektů v oblasti obnovy kulturního dědictví a přírodního bohatství		Dle projektu
Zápis atraktivity regionu na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO		Do roku 2023 1 památka na Seznamu
Počet kulturních a akcí a jejich finanční podpora		Dle projektu

<b>Opatření 1.2</b>	<b>Vytváření podmínek pro budování základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a lázeňství kraje</b>	
<b>Cíle opatření</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Efektivní využití primárního potenciálu cestovního ruchu v Karlovarském kraji</li> <li>▪ Zkvalitnění úrovně veřejné infrastruktury cestovního ruchu v kraji</li> <li>▪ Zlepšení podmínky pro iniciaci soukromých investic do základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu</li> </ul>		
<b>Popis opatření</b>		
<p>Pokud má Karlovarský kraj efektivně využívat svůj primární potenciál v oblasti cestovního ruchu, je nutné nově budovat, doplňovat nebo modernizovat základní a doprovodnou infrastrukturu cestovního ruchu. Hlavní rolí kraje je vytvořit vhodné podmínky, které umožní realizovat veřejné a soukromé investice. Za tím účelem musí především efektivně uplatňovat své nástroje v oblasti regionálního rozvoje, životního prostředí, územního plánování nebo dotační politiky.</p> <p>Investice do veřejné infrastruktury cestovního ruchu jsou v Karlovarském kraji realizovány prostřednictvím měst, obcí a dalších veřejných subjektů. Jedná se zejména o sportovně-rekreační, lázeňskou, kongresovou nebo doplňkovou infrastrukturu. Pro kraj je především důležitá podpora budování infrastruktury lyžařských středisek za účelem propojení letní a zimní sezóny v okolí Božího Daru, Neklidu, Klínovce a Fichtelbergu, obnova veřejné lázeňské infrastruktury nebo drobná infrastruktura pro rozvoj venkovského cestovního ruchu.</p> <p>Specifický přístup je nutné věnovat území, která mají charakter brownfields a vyžadují zásadní rekultivaci, pro kterou by se obtížně hledal soukromý investor. Vhodným příkladem podpory a efektivně vynaložených veřejných zdrojů jsou investice do rekultivací po těžbě nerostných surovin, jakým je jezero Medard. Rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu může kraj podpořit využitím dotačních titulů nebo zprostředkováním vhodného dotačního titulu z národních nebo nadnárodních zdrojů. Rozhodování o dotaci musí být vždy realizováno na základě posouzení ekonomického přínosu.</p> <p>S ohledem na zachování rovného konkurenčního prostředí však není vhodné krajem z veřejných zdrojů podporovat komerční infrastrukturu cestovního ruchu (např. lázeňské provozy, ubytovací a stravovací zařízení, zábavní atraktivita). Po aktivizaci těchto investic je nezbytný aktivní přístup veřejného sektoru a vytváření vhodných podmínek pro jejich realizaci.</p> <p>Budování infrastruktury cestovního ruchu sebou může nést rizika poškozování životního prostředí. Z toho důvodu je nutné při jejím budování respektovat přírodní a kulturní hodnoty území.</p>		
<b>Návrh aktivit/projektů</b>	<b>Koordinátor</b>	<b>Spolupráce</b>
1. Podporovat veřejnou infrastrukturu cestovního ruchu	KÚKK (ORR)	Obce
2. Vytvářet vhodné podmínky pro iniciaci soukromých investic (koordinace politik kraje)	KÚKK (ORR)	KÚKK (OKPPLCR, OZPZ, OŘP), KARP, krajem zřizované organizace, obce
3. Zprostředkovávat informace o dotačních možnostech na podporu infrastruktury cestovního ruchu a lázeňství vlastníkům infrastruktury	KÚKK (ORR)	KÚKK (OKPPLCR, OZPZ)
<b>Indikátory pro měření opatření</b>		<b>Cílový stav</b>
Výše výdajů na podporu veřejné infrastruktury		Zvýšení proti předcházejícímu období (roční)
Informační servis (počet setkání s podnikateli, vlastníky infrastruktury)		průběžně

### Opatření 1.3

### Zkvalitňování dopravní dostupnosti a přístupnosti kraje jako destinace cestovního ruchu

#### Cíle opatření

- Zkvalitnění dopravní dostupnosti a přístupnosti turistických cílů v kraji
- Přizpůsobení veřejné dopravy potřebám cestovního ruchu

#### Popis opatření

Kvalitní dopravní infrastruktura a přístupnost kraje včetně snadné mobility návštěvníků v rámci destinace je důležitým předpokladem rozvoje cestovního ruchu. Dopravní dostupnost kraje je dlouhodobě slabým místem zejména z důvodu nedokončeného dálničního a železničního spojení Karlovarského kraje na trase Karlovy Vary - Praha - SRN. Pro rozvoj cestovního ruchu má napojení kraje na Prahu a SRN jako klíčové zdrojové trhy zásadní význam.

Součástí dopravní infrastruktury v kraji je také mezinárodní letiště Karlovy Vary. Hlavní podíl na jeho výkonech mají přímé linky z Ruské federace, využívané zejména návštěvníky lázní a vybrané charterové lety cestovních kanceláří. Snaha o napojení letiště na německý trh linkou Karlovy Vary – Düsseldorf nebyla úspěšná. Kraj v současné době nemá dostatečnou ekonomickou výkonnost a není turistickou destinací s takovou absorpční kapacitou, která by vyžadovala širší nabídku leteckého spojení. Impulsem pro zvýšení potřeby přímého leteckého spojení kraje může být diverzifikace a celkové zkvalitnění nabídky cestovního ruchu, kterou bude kraj cílit na nové cílové trhy a segmenty klientely. Roli letiště v Karlových Varech je však nutné posuzovat v širším kontextu. Po předpokládaném dobudování dálnice D6 bude kraj disponovat rychlým napojením na mezinárodní letiště v Praze. Z hlediska dalších veřejných investic do rozvoje letiště a jeho budoucí roli v rámci cestovního ruchu je proto vhodné provést nové posouzení jeho ekonomických přínosů.

Karlovarským krajem by měl být podporován koordinace systému veřejné dopravy a vznik nových atraktivních dopravních spojení a zlepšována by měla být ta stávající (budování nových a zkapacitnění silničních spojení, dobudování sítě cyklostezek, udržení kvality pěších stezek atd.). Zejména Krušné Hory v tuto chvíli disponují vhodným potenciálem pro rozšiřování sítě cyklostezek včetně budování areálů pro terénní cyklistiku (traily, trailové areály, bike parky, singeltracky). Ve spolupráci s Klubem českých turistů musí i nadále pokračovat obnova turistického značení v kraji.

Nárůst návštěvnosti bude klást stále vyšší nároky na řešení dopravy v klidu (budování parkovišť, odpočívadel), kterou je nutné přizpůsobovat potřebám návštěvníků. Řešením snížení dopadů individuální dopravy je nabídka výhodného spojení veřejnou dopravou nebo účelovými dopravními spojeními (ski-busy, cyklo-busy), jejichž efektivní zacílení může významně snížit vliv individuální dopravy na životní prostředí i na kapacitu dopravní infrastruktury.

Pro realizaci opatření v oblasti dopravní infrastruktury je vhodné využít moderní SMART technologie, která umožňují optimalizovat dopravní toky zejména v místech, kde již v současné době dochází k přetěžování dopravní infrastruktury.

Návrh aktivit/projektů	Koordinátor	Spolupráce
1. Vypracovat studii ekonomického přínosu letiště v Karlových Varech v kontextu dostavby dálnice D6 a budoucích potřeb kraje také v oblasti turismu	KÚKK (ORR)	Nezávislá společnost
2. Zajistit jednotnou koordinaci aktivit pěší turistiky, cyklistické dopravy a běžeckého lyžování v podmínkách Krajského úřadu Karlovarského kraje	KÚKK (OKPPLCR)	KÚKK (ODSH)
3. Zkvalitňovat dopravní infrastrukturu cestovního ruchu pro rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky a běžeckého lyžování	KÚKK (OKPPLCR)	KÚKK (ORR), Obce, SFDI, MD ČR, CDV, KČT



4. Zlepšit návaznost dopravy včetně systému veřejné dopravy v rámci kraje a mezi kraji s ohledem na potřeby návštěvníků	KÚKK (ODSH)	KÚKK (OKPPLCR), KISDKK, SKKRL, Letiště Karlovy Vary, obce, České dráhy,
5. Zavádět moderní SMART řešení při rozvoji dopravní infrastruktury	KÚKK	KISDKK, obce
6. Lobbovat u MMR, Ministerstva dopravy a dalších veřejných institucí pro urychlení výstavby, neprodloužení lhůt dokončení staveb.	KÚKK	Ministerstvo dopravy, CzechTourism
<b>Indikátory pro měření opatření</b>	<b>Cílový stav</b>	
Doba dostupnosti Karlovarského kraje z Prahy	Do roku 2023 zkrácení doby o 20 min.	
Jeden odbor odpovědný za koordinaci pěších tras, cyklistické dopravy a běžeckého lyžování	Do konce roku 2020 provedení sjednocení na odbor OKPPLCR	
Doba dostupnosti turistických cílů v rámci kraje	Dle projektu	
Počet nových cyklostezek	10 km nových/ obnovených cyklostezek ročně	

Opatření 1.4	Podpora zvyšování kvality služeb cestovního ruchu a lázeňství	
<p><b>Cíle opatření</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zvýšení spokojenosti návštěvníků kraje s kvalitou poskytovaných služeb</li> <li>▪ Zvýšení počtu certifikovaných subjektů v rámci technických předpokladů kvality a systémů řízení kvality</li> </ul>		
<p><b>Popis opatření</b></p> <p>Očekávání návštěvníků Karlovarského kraje se neustále vyvíjí. Postupně se zvyšují jejich nároky na standardy poskytovaných služeb, které musí být v souladu s mezinárodními trendy. Pokud má kraj zvyšující se nároky návštěvníků v konkurenci ostatních destinací uspokojit, musí poskytovatelé služeb být schopní požadovanou úroveň služeb návštěvníkům zajistit. Čím více bude v destinaci takových poskytovatelů, tím se bude zvyšovat atraktivita a konkurenceschopnost celé destinace.</p> <p>Jedním z nástrojů, jak zlepšit úroveň poskytovaných služeb, jsou technické předpoklady kvality a produktové certifikační systémy, které byly většinou vypracovány profesními sdruženími ve spolupráci s veřejným sektorem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jednotná klasifikace ubytovacích zařízení (Hotelstars Union)</li> <li>▪ Kategorizace kempů a chatových osad</li> <li>▪ Jednotná klasifikace turistických informačních center ČR</li> <li>▪ Oficiální jednotné klasifikace provozovatele ubytování v soukromí</li> <li>▪ Certifikace Medispa, Cyklisté vítáni, (nad)regionální produkty a další</li> </ul> <p>Tyto technické předpoklady nejsou pro poskytovatele služeb závazné. Kraj by měl proto ve spolupráci s profesními sdruženími podporovat zvýšení počtu certifikovaných subjektů na svém území. Vhodným způsobem je podmínění certifikace těmito technickými předpoklady/ produktovými certifikačními systémy při spolupráci nebo podpoře.</p> <p>Zavedení technických předpokladů kvality Kategorizace DMO je od roku 2018 povinné také pro organizace destinačního managementu, které chtějí získat finanční podporu z národní úrovně. Snahou kraje by mělo být, aby jeho území působila síť certifikovaných DMO (viz opatření 2.1).</p> <p>Na podporu kvality a profesionalizace subjektů v cestovním ruchu a navazujících službách je určen Český systém kvality služeb, který je systémovým národním projektem agentury CzechTourism na podporu kvality služeb. Na území Karlovarského kraje je doposud velmi málo subjektů certifikovaných v rámci ČSKS. Kraj by proto měl ve spolupráci s CzechTourism, organizacemi destinačního managementu a profesními organizacemi usilovat o zvýšení počtu certifikovaných subjektů v rámci ČSKS na svém území. Vhodným způsobem je podmínění certifikace ČSKS při spolupráci a podpoře. Součástí by mělo být také vysvětlování přínosů subjekty, které certifikaci získají.</p>		
<b>Návrh aktivit/projektů</b>	<b>Koordinátor</b>	<b>Spolupráce</b>
1. Spolupracovat s profesními sdruženími v podpoře certifikace technickými předpoklady kvality a produktovými certifikačními systémy	KÚKK (OKPPLCR)	Destinační agentura, profesní sdružení
2. Spolupracovat s CzechTourism při rozvoji Českého systému kvality služeb na úrovni kraje	KÚKK (OKPPLCR)	CzechTourism, Destinační agentura, profesní sdružení
<b>Indikátory pro měření opatření</b>	<b>Cílový stav</b>	
Počet certifikovaných poskytovatelů služeb technickými předpoklady kvality	40 nových subjektů ročně	
Počet zapojených subjektů do Českého systému kvality služeb	20 nových subjektů ročně	

**PRIORITA 2:**  
**DESTINAČNÍ MANAGEMENT**  
**(PODMÍNKY PRO ŘÍZENÍ KARLOVARSKÉHO KRAJE JAKO DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU)**

**Opatření 2.1**

**Rozvoj a podpora destinačního řízení na území kraje**

**Cíle opatření**

- Zvýšení účinnosti destinačního managementu v návaznosti na novou Kategorizaci DMO
- Podpora principu 3K (komunikace, koordinace a kooperace) v rámci destinace

**Popis opatření**

Krajem byla v roce 2016 založena společně s vybranými městy na jeho území a letišťem Karlovy Vary destinační agentura. Tato organizace tak má status krajské organizace destinačního managementu (DMO), jejíž hlavním úkolem je podpora koordinace marketingových aktivit na území kraje. Tato DMO je tak v současné době připravena na certifikaci v rámci nově schválené Kategorizace Organizaci destinačního managementu Ministerstva pro místní rozvoj a agentury CzechTourism, která vstoupila v platnost v roce 2018. Na základě certifikace pak mohou žádat DMO o finanční prostředky z národních zdrojů.

System a struktura destinačního managementu nejsou v kraji přes dobře položené základy doposud stabilizovány. Destinační agentura se musí stát hlavní zastřešující organizací v rámci cestovního ruchu na území kraje, jehož členem by měla být především velká města kraje a klíčové obchodní subjekty na jeho území. DMO tak musí pracovat na zvýšení svého významu, což předpokládá významné navýšení počtu členů z řad měst, soukromých a neziskových subjektů a výše rozpočtu na činnost. Předpokladem pro rozšíření činnosti krajské DMO je také zajištění jiných než veřejných zdrojů financování. To vyžaduje zkvalitnění obchodní politiky organizace a zlepšení podmínek pro sdružování prostředků na konkrétní projekty. Nastavení výše příspěvků musí odpovídat možnostem potenciálních členů a být pro ně dostatečně atraktivní, aby se jim vyplatilo stát se jejím členem. To musí být hlavní priorita stávajícího managementu této organizace.

Na oblastní a místní úrovni není v současné době situace zcela přehledná. Území Karlovarského kraje je rozděleno do několika turistických oblastí – Chebsko, Sokolovsko, Karlovarsko, Mariánskolázeňsko, Toužimsko. V každé z těchto oblastí pracují místní organizace, místní obecně prospěšné společnosti, svazky, neziskové organizace, spolky, sdružení a subjekty, které se starají o propagaci území. Tyto organizace jsou však na různé úrovni profesionalizace, a tak jejich činnosti není ještě plně efektivní. Dlouhodobým problémem je nedostatek finančních prostředků a limitovaná ochota subjektů cestovního ruchu ke spolupráci.

V rámci nové Kategorizace DMO může kraj uplatňovat své kompetence tím, že bude autorizovat činnost oblastních/lokálních DMO na svém území a stanovovat jim další podmínky pro činnost. Proces vydání souhlasných stanovisek s činností oblastních/lokálních by měl být spojen nejen s kladením podmínek, ale je také vhodnou příležitostí, jak činnost těchto subjektů finančně podpořit. Pro stabilizaci destinačního managementu na oblastní/lokální úrovni je vhodné vytvořit systém finanční podpory, který bude zahrnovat příspěvek na finanční podporu jejich činnosti. Ten by se měl týkat pouze organizací, které získají platnou certifikaci v rámci Kategorizace DMO. Vzniknout by tak měla síť profesionálních organizací, které budou zajišťovat činnosti spojené s destinačním managementem v území.

Důležitou rolí kraje je vysvětlování přínosů destinační spolupráce pro rozvoj cestovního ruchu na jeho území. Za tím účelem by se měl kraj ve spolupráci s destinační agenturou a agenturou CzechTourism podílet na vysvětlování přínosů této spolupráce ve formě vzdělávacích a osvětových akcí.

Návrh aktivit/projektů	Koordinátor	Spolupráce
1. Zvýšit počet členů destinační agentury a zkvalitnit její obchodní politiku včetně nastavení výše členských příspěvků	Destinační agentura	KÚKK (OKPPLCR), obce, podnikatelé, NNO
2. Vytvořit systém finanční podpory oblastním/lokálním DMO ve vztahu k certifikaci Kategorizace DMO	KÚKK (OKPPLCR),	Destinační agentura
3. Realizovat vzdělávací a osvětové akce o přínosech destinačního managementu v kraji pro rozvoj turismu	Destinační agentura	KÚKK (OKPPLCR), ostatní DMO v kraji
<b>Indikátory pro měření opatření</b>	<b>Cílový stav</b>	
Počet členů a výše rozpočtu destinační agentury	3 noví členové ročně nebo 0,2 mil Kč ročně navíc v rozpočtu z toho min 200 tis. ročně ze soukromých zdrojů	
Výše finanční podpory oblastním/lokálním DMO	Cca 0,8 – 1 mil. Kč ročně	
Počet vzdělávacích osvětových akcí v kraji	Min. 3 obdobné akce ročně	

<b>Opatření 2.2</b>		<b>Podpora turistických informačních center kraje</b>	
<b>Cíle opatření</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zkvalitňování podmínek pro činnost turistických informačních center na území kraje</li> <li>▪ Zvyšování počtu certifikovaných turistických informačních center a standardu jejich kvality na území kraje</li> </ul>			
<b>Popis opatření</b>			
<p>V Karlovarském kraji působí cca 30 informačních center (IC), z čehož je 15 certifikovaných v rámci Jednotné klasifikace turistických informačních center Asociace turistických informačních center ČR a agentury CzechTourism. IC patří mezi základní infrastrukturu a součást informačního systému cestovního ruchu každé destinace. Jejich úkolem je poskytování informací (potenciálním) návštěvníkům a rezidentům a svým charakterem je lze zařadit mezi veřejné služby.</p> <p>Informační centra také plní významnou úlohu při tvorbě a zprostředkování nabídky formou propagační i marketingové činnosti. Stávající úroveň informačních center se liší jak v závislosti na provozovateli, finančních prostředcích a místu, kde se nachází. Garancí kvality IC je jejich certifikace. Cílem Koncepce je proto IC podpořit nejen k jejich certifikaci, ale také při zvyšování dosaženého standardu kvality.</p> <p>Pro naplnění jejich poslání je nutná součinnost s krajem i spolupráce mezi infocentry navzájem. Důležitou součástí spolupráce je poskytnout jim kvalitní informační platformu o celém kraji. Tuto funkci plní web Živý kraj – <a href="http://www.zivykraj.cz">www.zivykraj.cz</a>. Vhodná je také podpora formou bezplatného poskytnutí propagačních materiálů a dle finančních možností kraje dle vzoru ostatních krajů v ČR finanční podpora činnosti IC pro návštěvnickou veřejnost. Ve spolupráci s CzechTourism, ATIC ČR je vhodné zprostředkovávat IC možnost bezplatného odborného a jazykového vzdělávání.</p>			
<b>Návrh aktivit/projektů</b>		<b>Koordinátor</b>	<b>Spolupráce</b>
1. Pokračovat ve spolupráci s IC na území kraje		KÚKK (OKPPLCR)	IC, Obce
2. Vytvořit systém finanční podpory IC na území kraje		KÚKK (OKPPLCR)	IC
<b>Indikátory pro měření opatření</b>			<b>Cílový stav</b>
Počet certifikovaných IC v rámci Jednotné klasifikace TIC			V roce 2023 celkem 20 certifikovaných IC

### Opatření 2.3

### Podpora rozvoje lidských zdrojů, vzdělávání a výzkumu pro cestovní ruch a lázeňství v kraji

#### Cíle opatření

- Zlepšování dostupnosti vzdělávání a celoživotního učení pro pracovníky CR s ohledem na měnící se potřeby trhu práce
- Vytvoření podmínek pro vědu a výzkum v oblasti cestovního ruchu, lázeňství a balneologie

#### Popis opatření

Kvalitní lidské zdroje jsou klíčovým faktorem pro úspěch subjektů na trhu cestovního ruchu a lázeňství. Znalost a zkušenosti pracovníků se přímo odrážejí na kvalitě produktu cestovního ruchu a lázeňství a efektivitě řízení destinace. Kvalita lidských zdrojů a dostupnost je bohužel dlouhodobě slabou stránkou služeb v kraji. Vzhledem ke geografické poloze kraje a blízkosti ekonomicky silného německého trhu je problémem odchod lidí za prací za hranice, nově budovaných průmyslových zón v kraji, případě jejich uplatnění v ekonomicky vyspělejších regionech v ČR.

I přes tato rizika je nutné se na podporu vzdělávání soustředit, a to jak na úrovni formálního vzdělávání, tak toho následného ve formě celoživotního vzdělávání. Důležitým aspektem je propojování vzdělávání s praxí a budování vztahu mladých lidí k regionu a práci ve službách cestovního ruchu a lázeňství.

Nezbytnou součástí pro rozvoj cestovního ruchu a lázeňství je systematická a stabilní podpora vědy a výzkumu. Důležitou roli v Karlovarském kraji z hlediska výzkumu cestovního ruchu mají školicí střediska Západočeské univerzity. V oblasti lázeňství a balneologie zde chybí vhodná vědecko-výzkumná instituce. V krátkodobém horizontu by kraj měl rozhodnout o založení a umístění takové instituce, nastavit spolupráci s referenčními laboratořemi a aktivně tak v této oblasti vstoupit do podpory vědy a výzkumu.

Ve střednědobém a dlouhodobém horizontu je vhodné, aby se výzkum v oblasti lázeňství a balneologie soustředil na digitalizaci a centralizaci Balneologické knihovny, nalezení nových způsobů uplatňování lázeňské péče v rámci prevence a zvyšování kvality života aktivní populaci a další tematické klinické studie reflektující vliv a působení přírodních léčivých zdrojů na lidský organismus ve 21. století. Perspektivně by také kraj měl podpořit vznik vysoké školy balneologie.

V případě, že budou takové potřeby v kraji identifikovány, je vhodné je přímo finančně krajem podpořit nebo pro jejich realizaci hledat vhodné finanční zdroje z národních nebo nadnárodních zdrojů.

Návrh aktivit/projektů	Koordinátor	Spolupráce
1. Obnovit instituci věnující se vědě a výzkumu v Karlovarském kraji (v.v.i.)	KÚKK (OKPPLCR, ORR)	KÚKK (OŠMT, OLPKŽÚ, OZ, KARP p.o. KK)
2. Podporovat vybrané projekty celoživotního vzdělávání v rámci kraje	KÚKK (OŠMT)	KÚKK (OKPPLCR), vzdělávací instituce firmy.
3. Spolupracovat se vzdělávacími a vědeckými institucemi v rámci kraje a podporovat je při realizaci konkrétních projektů např. Klinické studie účinků minerálních vod	budoucí v.v.i. v oblasti lázeňství a balneologie	KÚKK (ORR, OKPPLCR, KARP p.o.), vzdělávací a výzkumné instituce
<b>Indikátory pro měření opatření</b>	<b>Cílový stav</b>	

---

Počet výzkumných projektů v oblasti balneologie a výše finanční podpory	Dle projektu
Obnovená instituce věnující se vědě a výzkumu a výdaje na její činnost	2019/10 mil. Kč
Počet účastníků vzdělávacích kurzů/výměnných pobytů/stáží	Dle projektu

<b>Opatření 2.4</b>	<b>Zkvalitnění informační a datové základny pro rozvoj cestovního ruchu a lázeňství</b>	
<b>Cíle opatření</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zkvalitnění znalostí o nabídce a poptávce cestovního ruchu a lázeňství v Karlovarském kraji</li> </ul>		
<b>Popis opatření</b>		
<p>Důležitým předpokladem pro rozvoj destinace je kontinuální analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu ovlivňující její výkony. Včasná reakce na trendy, změny, rizika a specifika v poptávce a nabídce cestovního ruchu jsou možné jen s využitím kvalitní datové a informační základny. Tato základna umožňuje vytváření pravidelných analýz, na základě kterých je možné provádět strategické, marketingové a finanční plánování rozvoje cestovního ruchu v Karlovarském kraji.</p> <p>Požadavky na datovou základnu stanovuje také nová Kategorizace DMO ve svém metodickém postupu pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace. Karlovarský kraj by měl ve spolupráci s destinační agenturou, oblastními/lokálními DMO a dalšími aktéry cestovního ruchu budovat informační základnu o cestovním ruchu a lázeňství na svém území. Tato datová základna by měla zahrnovat průběžnou pasportizaci kulturních a přírodních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu, databáze a registry partnerů, certifikovaných subjektů technickými předpoklady kvality a manažerskými systémy, informace o vývoji nabídky a poptávky destinace a základní finanční ukazatele o vývoji odvětví v kraji.</p> <p>Nenahraditelným zdrojem informací jsou kvantitativní a kvalitativní data a informace nezbytné pro správné zacílení komunikačních aktivit (profilální, motivační šetření, výzkumu hodnoty značky atd.)</p> <p>Pro znalost poptávky a nabídky cestovního ruchu a lázeňství je nutné průběžně pracovat se sekundárními daty poskytovanými ČSÚ, CzechTourism, MMR, ÚZIS a dalšími subjekty na národní a mezinárodní úrovni. Kraj by měl také využívat moderní zdroje dat (geolokační data, data sociálních sítí, internetových vyhledavačů atd.).</p> <p>Datovou základnu je nutné vytvářet také z důvodu vyhodnocování této Koncepce a opatření, která budou na jejím základě přijímána.</p>		
<b>Návrh aktivit/projektů</b>	<b>Koordinátor</b>	<b>Spolupráce</b>
1. Vytvářet databáze a registry dat z odvětví cestovního ruchu, lázeňství, MICE	KÚKK (OKPPLCR)	Destinační agentura, obce, profesní asociace, podnikatelé
2. Realizovat kvantitativní a kvalitativní šetření (výzkumy trhu pro marketingové účely)	Destinační agentura	KÚKK (OKPPLCR), CzechTourism, obce, podnikatelé
3. Využívat moderní metody sběru dat	KÚKK (OKPPLCR)	Destinační agentura
<b>Indikátory pro měření opatření</b>		<b>Cílový stav</b>
Počet databází a registrů cestovního ruchu, lázeňství a MICE		průběžně
Počet kvantitativních a kvalitativních šetření (výzkumů trhu)		1-2 šetření ročně



**PRIORITA 3:  
DESTINAČNÍ MARKETING  
(VÝCHOZÍ MARKETINGOVÁ STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU KARLOVARSKÉHO KRAJE)**

**Opatření 3.1**

**Podpora tvorby produktů a témat pro marketing cestovního ruchu a lázeňství destinace**

**Cíle opatření**

- Vytvoření systému základních produktů cestovního ruchu Karlovarského kraje

**Popis opatření**

Základem konkurenceschopné destinace je základní systém produktů cestovního ruchu, které jsou založeny na předpokladech cestovního ruchu. Produkty Karlovarského kraje tak musí být založeny na USP kraje a rozvíjet formy cestovního ruchu, pro které má destinace největší potenciál viz kapitola 7. Produkty musí být rovněž orientovány na zážitek, založeny na autentické nabídce destinace, garantovat vysokou kvalitu poskytovaných služeb a reflektovat potřeby a očekávání návštěvníků. Jejich nedílnou součástí je také obchodní/komerční zaměření. Za produkt cestovního ruchu určený pro propagaci destinace na úrovni kraje tak není možné považovat jednotlivou formu cestovního nebo dílčí nabídku poskytovatele služeb. Stanovení systému produktů na úrovni kraje musí vycházet z průzkumu trhu, ze kterého budou vyplývat preference potenciálních návštěvníků.

Atraktivita produktů je závislá na schopnosti koordinace a spolupráce poskytovatelů služeb je připravit v požadované hodnotě (cena/výkon), která osloví cílové skupiny návštěvníků. V případě kraje je nezbytné vzít v úvahu rozložení předpokladů cestovního ruchu a celkově heterogenní nabídku, která umožňuje připravit více atraktivních produktů.

Systém produktů kraje musí vycházet ze spolupráce aktérů v destinaci. V tomto směru mají nenahraditelné postavení oblastní/lokální DMO, které by se měly ve spolupráci s krajskou DMO podílet na dílčích částech nabídky produktů. Systém produktů je také vhodné propojit se systémem marketingových témat a produktů agentury CzechTourism. Zohlednit je vhodné také stávající iniciativu CzechTourism, která připravuje celkovou koncepci nadregionálního produktu, v rámci které se očekává možnost získání finanční podpory na tvorbu produktů cestovního ruchu na regionální a lokální úrovni. Provazovat je nezbytné produktovou nabídku také přes hranice se sousedními kraji na úrovni jednotlivých destinací. V rámci Koncepce je stanoven výchozí systém produktů Karlovarského kraje, pro které jsou základní produktové karty uvedeny v příloze č. 4:

*Tabulka 11 Návrh výchozího systému produktů Karlovarského kraje*

Produkty zdraví		Kulturní produkty		Aktivní produkty		MICE
Tradiční lázeňství Karlovarského kraje	Wellness a zdravý životní styl na Karlovarsku	Městský turismus Karlovarského kraje	Karlovarský kraj jako filmová destinace	Festivally a kulturní akce Karlovarského kraje	Aktivní dovolená v Karlovarském kraji	Karlovarský kraj – kongresová a konferenční destinace

Zcela záměrně systém produktů neobsahuje veškeré možné produkty. Součástí jsou jen ty, pro které má kraj největší potenciál, jsou v tuto chvíli nejvíce rozpracovány a budou dostatečnou garancí diverzifikace nabídky a oslovení cílových skupin na zdrojových trzích. Dílčí produktové nabídky je možné testovat jako komponenty výše uvedených produktů v rámci marketingové komunikace destinační agentury.

Toto produktové portfolio je však nutné dále detailně obsahově rozpracovat, což je úkolem destinační agentury. Spolupracovat by přitom měla zejména s oblastními organizacemi destinačního managementu a dalšími subjekty s vazbou na cestovní ruch. Pro každý produkt, který je součástí systému produktů Karlovarského kraje by měla být vypracována produktová strategie. Pro vypracování produktové strategie je vhodné využít Manuál pro tvorbu produktu cestovního ruchu, který je jedním z metodických postupů Kategorizace Organizací destinačního managementu dostupný na webu [www.cskcs.cz](http://www.cskcs.cz).

Návrh aktivit/projektů	Kordinátor	Spolupráce
1. Vypracovat produktové strategie v návaznosti na stanovený systém produktů	Destinační agentura	Oblastní/lokální DMO, poskytovatelé služeb
2. Průběžně testovat produkty cestovního ruchu a marketingová témata na zdrojových trzích	Destinační agentura	
Indikátory pro měření opatření		Cílový stav
Dokončené produktové strategie		2 produktové strategie ročně

<b>Opatření 3.2</b>	<b>Zkvalitnění stávající strategie značky kraje jako tradiční lázeňské a turistické destinace</b>	
<b>Cíle opatření</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Provedení optimalizace destinační značky Karlovarského kraje v návaznosti na zjištění o jejím stávajícím povědomí</li> <li>▪ Zvyšování hodnoty a vnímání destinační značky Karlovarského kraje</li> </ul>		
<b>Popis opatření</b>		
<p>Karlovarský kraj jako turistická destinace provedla re-branding své značky v roce 2012, aby od roku 2013 začala využívat pro svou propagaci značku Živý kraj. Strategie značky spočívala ve snaze přiblížit kraj jako kraj plný energie, rozmanitosti, možností - kraj, který pulsuje a žije a současně životadárnými přírodními zdroji léčí. Značka se od té doby využívá při veškerých komunikačních aktivitách kraje v oblasti cestovního ruchu a lázeňství.</p> <p>Záměr vytvoření nového brandu prozatím ne zcela naplnil původní očekávání. Z nezávislého testování povědomí o značce (brand awareness) pro potřeby zpracování této Koncepce vyplývá, že její znalost dosahuje minimální úroveň. Tato značka tak pro potenciální návštěvníky nepředstavuje hodnotu, která měla být jejím prostřednictvím komunikována. Důvodem je její generický charakter, se kterým si potenciální návštěvníci mohou asociovat mnoho jiných destinací.</p> <p>Karlovarský kraj však disponuje celou řadou tradičních značek, jejichž hodnota byla dlouhodobě budována po stovky let a je tak zakotvena v povědomí potenciálních návštěvníků kraje. Na základě dosavadních zkušeností a minimální znalosti destinační značky Živý kraj, je vhodné i nadále využívat logotyp značky, ale její claim Živý kraj upozadit na úkor vhodného geografického označení. Je nutné použít takový claim, se kterým si potenciální návštěvníci budou asociovat území Karlovarského kraje nebo jeho část v případě cílené komunikace k vybraným segmentům klientely např. Karlovarsko, Krušnohoří, Poohří, Západočeské lázně atd. Vhodné je tak přistoupit k provedení dílčího re-brandingu, jehož výsledkem budou nová pravidla pro využití destinační značky.</p> <p>Součástí značky bylo také představení sloganu „Karlovarský kraj - Jeden den nestačí...“. Tento slogan splní velmi dobře svou úlohu, neboť vyjadřuje vysokou hodnotu, kterou může návštěvník získat návštěvou kraje. Slogan je důležitým nositelem informace, která potenciální návštěvníky podprahově vybízí prodloužit si svůj pobyt v destinaci. I další v současné době vyžívané slogany „Karlovarský kraj – pramen poznání“ nebo „Karlovarský kraj – pramen zážitků“ mají silnou informační hodnotu.</p> <p>Budování hodnoty destinační značky a testování jejího vnímání na zdrojových trzích je úkolem krajské DMO. Celková strategie značky by měla směřovat k posunu vnímání kraje nejen jako tradičního lázeňského kraje, ale také jako regionu, kde je možné strávit celoročně aktivní dovolenou, která disponuje širokou nabídkou produktů s vysokou přidanou hodnotou pro návštěvníka. Proto je důležité dlouhodobě značku komunikovat vůči správně zvoleným segmentům klientely na zdrojových trzích (viz opatření 3.3).</p>		
<b>Návrh aktivit/projektů</b>	<b>Koordinátor</b>	<b>Spolupráce</b>
1. Provést dílčí re-branding stávající destinační značky využívanou pro komunikaci Karlovarského kraje pro potřeby cestovního ruchu	Destinační agentura	KÚKK (OKPPLCR)
2. Kontinuálně budovat hodnotu značky a pozitivní asociace s destinační značkou Karlovarského kraje	Destinační agentura	KÚKK (OKPPLCR)
<b>Indikátory pro měření opatření</b>		<b>Cílový stav</b>

---

Zvýšení hodnoty vnímání (brand awareness) optimalizované destinační značky Karlovarského kraje	Do roku 2023 znalost alespoň 65 % v ČR a 15 % na TOP zdrojových zahraničních trzích v populaci
---	--

**Opatření 3.3** Komunikační strategie cestovního ruchu a lázeňství destinace

**Cíle opatření**

- Využití pozitivních asociací s Karlovarským krajem jako tradiční lázeňskou a turistickou destinaci

**Popis opatření**

Základem komunikační strategie musí být využívání pozitivního vnímání a asociací spojených s Karlovarským krajem. Využit je proto vhodné dlouhodobě vytvářené image věhlasných světových lázní a poskytovatele nadstandardních služeb, což hlavně v zahraničí představuje značnou konkurenční výhodu. Marketing zaměřený na využívání přírodních léčivých zdrojů a léčebně rehabilitační péči, je třeba dále rozvíjet. Tento směr je výhodné v souladu se stanoveným systémem produktu Karlovarského kraje doplnit o marketing zdravého životního stylu, kulturních aktivit a aktivní dovolené.

Naopak je důležité se vyvarovat a eliminovat negativní asociace, které si mohou různé cílové skupiny potenciálních návštěvníků s krajem spojovat. Kraj je někdy negativně vnímán z pohledu cenové hladiny služeb, skladby klientely či ekologické zátěže na Sokolovsku a v Krušných horách. Mnohé se v posledních letech změnilo a cílem Koncepce je postupně tento názor změnit.

Pro efektivní zacílení komunikační strategie je klíčové stanovení cílových skupin v návaznosti na provedenou segmentaci. Pro účely koncepce je jako výchozí použita archetypální segmentace agentury CzechTourism, jejíž výhodou je univerzální využití. Pro budoucí komunikační strategii kraje je však nezbytné vytvořit vlastní segmentaci klientely, se kterou bude destinační agentura dále pracovat. Výchozí segmentace B2C produktů je uvedena v následující tabulce:

Tabulka 12 Segmentace B2C produktů cestovního ruchu Karlovarského kraje

Archetypální segmentace dle CzechTourism	Tradiční lázeňství Karlovarského kraje	Wellness a zdravý životní styl v Karlovarském kraji	Městský turismus Karlovarského kraje	Karlovarský kraj jako filmová destinace	Festivally a kulturní akce Karlovarského kraje	Aktivní dovolená v Karlovarském kraji
Rekreanti						
Pařmeni						
Dobrodruzi						
Poutníci						
Požítkaři						

Z hlediska účinnosti marketingové komunikace je důležité správné složení komunikačního mixu, který připravuje krajská destinační agentura. S ohledem na různé cílové skupiny, nástroje komunikace a jejich cíle by mělo být základem využití integrované komunikační strategie, která bude zahrnovat využívání nadlinkové a podlinkové reklamy a moderních komunikačních nástrojů (sociální sítě, ambasador program, virální marketing, content marketing atd.). Rozdílným způsobem musí být vedena také komunikační strategie zacílená na zdrojové trhy.

Tabulka 13 Doporučený návrh zacílené produktů na zdrojové trhy cestovního ruchu

Trhy	Tradiční lázeňství Karlovarského kraje	Wellness a zdravý životní styl v Karlovarském kraji	Městský turismus Karlovarského kraje	Karlovarský kraj jako filmová destinace	Festivally a kulturní akce Karlovarského kraje	Aktivní dovolená v Karlovarském kraji	Karlovarský kraj – kongresová a konferenční destinace
TOP trhy	SRN						
	Rusko						
	Ukrajina						

	Domácí trh							
Perspektivní trhy	Čína							
	Izrael							
	Korea							
	USA							
	Arabské země							
Stabilizované trhy	Slovensko							
	Rakousko							
	Nizozemsko							
	Polsko							
	Švýcarsko							
	Velká Británie							
	Španělsko							

Vysoká shoda



Shoda



Na marketingové komunikaci je vhodné spolupracovat v rámci kraje především s oblastními/lokálními DMO, nositeli hodnotných a pozitivně vnímaných regionálních značek, ambasadory kraje, agenturou CzechTourism a dalšími B2B partnery. Pro zvýšení efektivity komunikace a image kraje na zdrojových trzích je důležité pracovat také s místními obyvateli.

Návrh aktivit/projektů	Koordinátor	Spolupráce
1. Realizovat integrované marketingové kampaně cílené na segmenty klientely a zdrojové trhy	Destinační agentura	Oblastní, lokální DMO, silné regionální značky, CzechTourism, další B2B partneři, veřejnost
2. Vytvoření vlastní segmentace návštěvníků Karlovarského kraje	Destinační agentura	
Indikátory pro měření opatření	Cílový stav	
Měření účinnosti realizovaných kampaní na segmentech klientely a zdrojových trzích	Stanovení dle kampaně v Mkt. plánu	
Účinnost jednotlivých marketingových nástrojů komunikačního mixu	Stanovení dle marketingového nástroje v Mkt. plánu	

### 3. Financování Koncepce (indikativní finanční rámec)

Financování opatření, aktivit a konkrétních projektů musí zajištěno prostřednictvím vícezdrojové financování. Karlovarský kraj nemůže financovat komplexní rozvoj cestovního ruchu a lázeňství na svém území. Prostředky vložené krajem do rozvoje turismu mají iniciační a impulzní charakter a měly by být alokovány na projekty, které podpoří ochotu soukromých subjektů podílet se na financování jeho rozvoje.

#### Zdrojem financování je

- Rozpočet Karlovarského kraje včetně rozpočtů organizací zřizovaných krajem
- Evropské strukturální a investiční fondy (ESIF), včetně programů přeshraniční spolupráce
- Národní dotační tituly např. NPPCR, SFDI, Restart atd.
- Rozpočty měst a obcí na území kraje
- Ostatní veřejné instituce (např. správy CHKO, NPÚ)
- Finanční zdroje soukromých subjektů (soukromé investice)
- Finanční zdroje neziskových organizací (např. organizace destinačního managementu)

Finanční nároky pro implementaci Koncepce jsou rámcově uvedeny v tabulce. Celková finanční náročnost je však obtížně vyčíslitelná. Z toho důvodu tabulka uvádí pouze průměrné roční výdaje na úrovni Krajského úřadu Karlovarského kraje a jím zřizovaných/založených organizací.

Prioritní oblast	Opatření	Průměrná finanční náročnost
PRIORITA 1 Podpora nabídky a zlepšování potenciálu cestovního ruchu a lázeňství na území kraje	1.1 Péče o přírodní bohatství a kulturní dědictví kraje	50 mil Kč
	1.2. Vytváření podmínek pro budování základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a lázeňství kraje	5 mil. Kč
	1.3. Zkvalitňování dopravní dostupnosti a přístupnosti kraje jako destinace cestovního ruchu	5 mil. Kč
	1.4. Podpora zvyšování kvality služeb cestovního ruchu a lázeňství	0,1 mil. Kč
PRIORITA 2 Destinační management (podmínky pro řízení destinace)	2.1. Rozvoj a podpora destinačního řízení na území kraje	17 mil. Kč (včetně příspěvků destinační agentury)
	2.2 Podpora turistických informačních center na území kraje	0,5 mil. Kč
	2.3. Podpora rozvoje lidských zdrojů, vzdělávání a výzkumu pro cestovní ruch a lázeňství v kraji	2,0 mil. Kč
	2.4. Zkvalitnění informační a datové základny pro rozvoj cestovního ruchu a lázeňství	2,4 mil. Kč

		(část rozpočtu destinační agentury.)
<b>PRIORITA 3</b> Destinační marketing (výchozí marketingová strategie kraje)	3.1. Podpora tvorby produktů a témat pro marketing cestovního ruchu a lázeňství destinace	4 mil. Kč (rozpočet destinační agentury)
	3.2. Zkvalitnění stávající strategie značky kraje jako tradiční lázeňské a turistické destinace	2 mil Kč (rozpočet destinační agentury)
	3.3. Komunikační strategie cestovního ruchu a lázeňství destinace	17 mil. Kč (rozpočet destinační agentury)



## 4. Implementace a způsob monitoringu Koncepce

Základem pro úspěšnou implementaci Koncepce je rozdělení odpovědností mezi kraj a krajskou destinační agenturu. Rámcové rozdělení odpovědnosti je uvedeno v následujícím schématu.

Schéma 1 Způsob implementace Koncepce - rozdělení odpovědností mezi kraj a destinační agenturu

Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Karlovarském kraji na období 2018 - 2023		
Priorita 1	Priorita 2	Priorita 3
Krajský úřad Karlovarského kraje Odbor kultury, památkové péče, lázeňství a cestovního ruchu		Destinační agentura
Akční plán (platnost 2 roky)		Marketingový plán (platnost 1 rok)

Nástrojem implementace Koncepce jsou operativní strategické dokumenty.

### Akční plán

Akční plán je krátkodobý rozvojový dokument s platností na období 2 roky, který vypracovává Odbor kultury, památkové péče, lázeňství a cestovního ruchu Karlovarského kraje, ve spolupráci se subjekty cestovního ruchu a lázeňství v rámci kraje. Prostředkem pro vytváření příslušné verze Akčního plánu je Odborná platforma v oblasti cestovního ruchu a lázeňství. Akční plán je rovněž předložen k projednání Komisi Rady Karlovarského kraje pro lázeňství a cestovní ruch.

Základní Akční plán pro rok 2018/2019 je součástí návrhu Koncepce. Tento akční plán by měl být dále odborem rozpracován v souvislosti s realizací konkrétních aktivit a projektů, které budou naplňovat stanovené cíle Koncepce zejména v oblasti podpory nabídky cestovního ruchu a vytváření podmínek pro rozvoj destinačního managementu.

Před vypracováním aktualizovaného Akčního plánu bude odborem vypracováno vyhodnocení předešlého Akčního plánu. Každá aktualizace Akčního plánu na další období je projednávána s relevantními subjekty zejména s Odbornou platformou v oblasti cestovního ruchu a lázeňství a dalšími orgány kraje.

Aktuální verze včetně vyhodnocení minulé verze Akčního plánu je uveřejňována na webových stránkách kraje.

### Marketingový plán

Představuje krátkodobý rozvojový dokument s platností na období 1 roku, který připravuje destinační agentura. Marketingový plán rozvíjí především oblast destinačního marketingu a managementu a je v něm uveden návrh komunikačních nástrojů a způsob komunikace kraje na zdrojové trhy a jednotlivé cílové skupiny klientely.

Před zpracováním nového Marketingového plánu na další období proběhne jeho vyhodnocení ve formě krátké informace, která obsahuje popis způsobu dosažení stanovených cílů. Marketingový plán je projednán a schválen Správní radou destinační agentury a předložen pro informaci orgánům kraje.

Aktuální znění Marketingového plánu je k dispozici na webových stránkách kraje a destinační agentury.

## 5. Akční plán

Akční plán zahrnuje klíčové priority v podobě vybraných aktivit a projektů, na které by se kraj měl v roce 2018/2019 zaměřit. Nezahrnuje naopak aktivity, které mají průběžný charakter nebo méně prioritní aktivity. Konkrétní aktivity projekty jsou definovány na základě opatření uvedeném v jednotlivých prioritních oblastech

Na realizaci akčního plánu se podílí subjekty dle indikace uvedené v rámci jednotlivých opatření Koncepce.

Č.	Název projektu/aktivity	Popis projektu/aktivity	Vazba na opatření
1	Podpora zápisu vybraných památek kraj na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO	Zvýšit iniciativu kraje a zintenzivnit proces v rámci nadnárodní sériové nominace Slavné lázně Evropy.	1.1
2	Vypracování systému pro podporu kulturních akcí v kraji	Vypracování metodiky a návazného systému pro systematickou podporu kulturních, společenských a sportovních akcí ve vazbě a na systém podpory eventů agentury CzechTourism. Metodika musí zohledňovat ekonomické přínosy jednotlivých eventů pro lokalitu jejího konání.	1.1
3	Vypracovat studii ekonomického přínosu letiště v Karlových Varech	Vypracování nezávislé studie ekonomického přínosu v kontextu dostavby dálnice D6 a budoucích potřeb kraje také v oblasti turismu	1.3
4	Získat certifikaci pro destinační agenturu v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu	Ve vazbě na schválenou Kategorizaci DMO požádat a splnit podmínky certifikace.	1.4, 2.1
5	Vytvořit systém finanční podpory oblastním/lokálním DMO ve vztahu k certifikaci Kategorizace DMO	Vytvoření dotačního titulu nebo jiného motivačního nástroje za účelem podpory oblastních/lokálních DMO v kraji. Provázání podpory s institutem vydávání stanovisek kraje DMO.	2.1
6	Realizovat vzdělávací a osvětové akce o přínosech destinačního managementu v kraji pro rozvoj turismu	Uskutečnit ve spolupráci kraje, destinační agentury a dalších partnerů (např. CzechTourism), alespoň 3 osvětové akce o přínosech destinačního managementu pro subjekty působící na území kraje.	2.1
7	Vytvořit systém finanční podpory IC na území kraje	Vytvořit dotační titul nebo jiný vhodný nástroj za účelem podpory IC na území kraje. Využití finančních prostředků podmínit spoluprací s krajem	2.2
8	Obnovit instituci věnující se vědě a výzkumu v Karlovarském kraji (v.v.i.)	Obnovit činnosti balneologického ústavu v Karlovarském kraji s finančním rozsahem 10 mil. Kč/ročně.	2.3
9	Vypracovat produktové strategie v návaznosti na stanovený systém produktů	Vypracovat 2 produktové strategie - Tradiční lázeňství Karlovarského kraje a Aktivní dovolená v Karlovarském kraji jako kombinaci tradičního produktu a produktu zaměřeného směrem k diverzifikaci nabídky kraje a jeho schopnosti oslovovat nové cílové skupiny.	3.1
10	Provést dílčí re-branding stávající destinační značky využívanou pro	Reagovat na zjištění znalosti stávající destinační značky KV a provést dílčí re-branding za účelem	3.2

---

	komunikaci Karlovarského kraje pro potřeby cestovního ruchu	zvýšení účinnosti marketingové komunikace a trzích cestovního ruchu a segmentech klientely.	
11	Vytvoření vlastní segmentace návštěvníků Karlovarského kraje	Pro potřeby efektivnějšího zacílení marketingové komunikace vytvořit svou vlastní segmentaci kraje.	3.3

## 6. Přílohy

### Příloha č. 1 - Seznam památek na území Karlovarského kraje

Č. rejstřík	Typ chráněného území	Okres	Název	Od roku
315	Národní kulturní památky	Cheb	Klášter premonstrátů Teplá (Teplá)	2008
305	Národní kulturní památky	Cheb	Kynžvartská daguerrotypie (Lázně Kynžvart)	2006
347	Národní kulturní památky	Cheb	Lázeňská kolonáda v Mariánských Lázních (Mariánské Lázně)	2010
257	Národní kulturní památky	Cheb	Zámek Kynžvart (Lázně Kynžvart)	2001
345	Národní kulturní památky	Karlovy Vary	Císařské lázně v Karlových Varech (Karlovy Vary)	2010
382	Národní kulturní památky	Karlovy Vary	Důl Mauritius v Hřebečném	2014
198	Národní kulturní památky	Karlovy Vary	Hrad Bečov nad Teplou (Bečov nad Teplou)	1995
381	Národní kulturní památky	Karlovy Vary	Jáchymovská mincovna	2014
346	Národní kulturní památky	Karlovy Vary	Kostel sv. Máří Magdalény v Karlových Varech (Karlovy Vary)	2010
308	Národní kulturní památky	Karlovy Vary	Ostatková skříň sv. Maura (Bečov nad Teplou)	1995
317	Národní kulturní památky	Karlovy Vary	Rudá věž smrti v Ostrově (Ostrov)	2008
383	Národní kulturní památky	Sokolov	Dlouhá stoka s rybníky Kladským a Novým	2014
316	Národní kulturní památky	Sokolov	Středověký důl Jeroným v Čisté (Rovná)	2008
1017	Archeologické památkové rezervace	Karlovy Vary	Tašovice, archeologická lokalita	1966
1052	Městské památkové rezervace	Cheb	Františkovy Lázně	1992
1042	Městské památkové rezervace	Cheb	Cheb	1981
1037	Městské památkové rezervace	Sokolov	Loket	1979
1082	Vesnické památkové rezervace	Cheb	Doubrava	1995
1083	Vesnické památkové rezervace	Cheb	Nový Drahov	1995
2484	Krajinné památkové zóny	Karlovy Vary	Homická kulturní krajina Abertamy - Horní Blatná - Boží Dar	2014
2485	Krajinné památkové zóny	Karlovy Vary	Homická kulturní krajina Jáchymov	2014
2382	Krajinné památkové zóny	Karlovy Vary	Valečko	1996
2130	Městské památkové zóny	Cheb	Mariánské Lázně	1992
2136	Městské památkové zóny	Cheb	Teplá	1992
2131	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Bečov nad Teplou	1992
2132	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Horní Blatná	1992
2133	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Jáchymov	1992
2134	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Karlovy Vary	1992
2135	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Ostrov nad Ohří	1992
2137	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Toužim	1992
2138	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Valeč	1992
2139	Městské památkové zóny	Karlovy Vary	Žlutice	1992
2153	Městské památkové zóny	Sokolov	Horní Slavkov	1992
2271	Vesnické památkové zóny	Cheb	Beranov	1995
2270	Vesnické památkové zóny	Cheb	Dolní Lažany	1995
2274	Vesnické památkové zóny	Cheb	Popovice	1995
2465	Vesnické památkové zóny	Cheb	Salajna	2005
2272	Vesnické památkové zóny	Karlovy Vary	Kojšovice	1995
2273	Vesnické památkové zóny	Karlovy Vary	Kosmová	1995
2306	Vesnické památkové zóny	Sokolov	Dolní Rychnov	1995
2307	Vesnické památkové zóny	Sokolov	Královské Poříčí	1995

Zdroj: Národní památkový ústav

## Příloha č. 2 - Zvláště chráněná území na území Karlovarského kraje

ZCHÚ	Předmět ochrany	ZCHÚ	Předmět ochrany
Chráněná krajinná oblast	Slavkovský les	Přírodní památka	Na Vázkách
Národní přírodní památka	Upolínová louka pod Křížky	Přírodní památka	Studenec
Národní přírodní památka	Skalky skřítků	Přírodní památka	U cihelny
Národní přírodní památka	Železná hůrka	Přírodní památka	Kynžvartský kámen
Národní přírodní památka	Křížky	Přírodní památka	Přebuzské vřesoviště
Národní přírodní památka	Komorní hůrka	Přírodní památka	Valeč
Národní přírodní památka	Svatošské skály	Přírodní památka	Prachomety
Národní přírodní památka	Lužní potok	Přírodní památka	Milhostovské mofety
Národní přírodní památka	Bublák a niva Plesné	Přírodní památka	Košský pramen
Národní přírodní rezervace	Pluhův bor	Přírodní památka	Čedičové varhany u Hlinek
Národní přírodní rezervace	Velké jeřábí jezero	Přírodní rezervace	Chlum
Národní přírodní rezervace	Soos	Přírodní rezervace	Malé jeřábí jezero
Národní přírodní rezervace	Božídarské rašeliniště	Přírodní rezervace	Oceán
Národní přírodní rezervace	Kladské rašeliny	Přírodní rezervace	Planý vrch
Národní přírodní rezervace	Velký močál	Přírodní rezervace	Smraďoch
Národní přírodní rezervace	Rolavská vrchoviště	Přírodní rezervace	Vladař
Přírodní památka	Týniště	Přírodní rezervace	Vlček
Přírodní památka	Lomnický rybník	Přírodní rezervace	Rathsam
Přírodní památka	Těšovské pastviny	Přírodní rezervace	Kosatcová louka
Přírodní památka	Podhorní slatě	Přírodní rezervace	U Sedmí rybníků
Přírodní památka	Za Údrčí	Přírodní rezervace	Stráž u Dubiny
Přírodní památka	Hořečková louka na Pile	Přírodní rezervace	Pomezní rybník
Přírodní památka	Vernéřovské doly	Přírodní rezervace	Děvín
Přírodní památka	Moučné pytle	Přírodní rezervace	Amerika
Přírodní památka	Blažejský rybník	Přírodní rezervace	V rašelinách
Přírodní památka	Kounické louky	Přírodní rezervace	Holina
Přírodní památka	Velikonoční rybník	Přírodní rezervace	Údolí Teplé
Přírodní památka	Čertkus	Přírodní rezervace	Bystřina
Přírodní památka	Šemnická skála	Přírodní rezervace	Prameniště Teplé
Přírodní památka	Rašeliniště Haar	Přírodní rezervace	Mokřady pod Vlčkem
Přírodní památka	Rašeliniště Hut' v Českém lese	Přírodní rezervace	Lipovka
Přírodní památka	Rotava	Přírodní rezervace	Ryžovna
Přírodní památka	Goethova skalka	Přírodní rezervace	Ztracený rybník
Přírodní památka	Homolka	Přírodní rezervace	Studna u Lužné
Přírodní památka	Vysoký kámen	Přírodní rezervace	Ostrovské rybníky
Přírodní památka	Údolí Ohře	Přírodní rezervace	Podhorní vrch
Přírodní památka	Kamenný hřib	Přírodní rezervace	Mechové údolí
Přírodní památka	Vlčí jámy	Přírodní rezervace	Hamnický mokřad
Přírodní památka	Víklan	Přírodní rezervace	Žižkův vrch
Přírodní památka	Čedičová žíla Boč	Přírodní rezervace	Rašeliniště u myslivny
Přírodní památka	Sirňák	Přírodní rezervace	Hloubek
Přírodní památka	Dominova skalka		

**Zdroj:** Agentura ochrany přírody a krajiny (AOPK) – ústřední seznam (2018)

### **Příloha č. 3 – Seznam vybraných muzeí a galerií v Karlovarském kraji**

- Galerie 4 – Galerie fotografie Cheb
- Galerie Art Linea a Institut Designu
- Galerie Na ochozu
- Galerie umění Karlovy Vary
- Galerie umění Letohrádek Ostrov
- Galerie výtvarného umění Cheb
- Hornické muzeum v Jáchymově
- Hornické muzeum v Krásnu
- Interaktivní galerie Becherova vila Karlovy Vary
- Královská mincovna v Jáchymově
- Letohrádek Ostrov
- Museum House of Wax
- Muzejní úzkorozchodná dráha Kateřina
- Muzeum Aš
- Muzeum Boží Dar
- Muzeum hasičské techniky na hradě Vildštejn ve Skalné
- Muzeum historických motocyklů Bečov nad Teplou, expozice hraček Bečov nad Teplou
- Muzeum Horní Slavkov
- Muzeum Cheb
- Muzeum Jana Bechera Karlovy Vary
- Muzeum Karlovy Vary
- Muzeum knižní vazby Locket
- Muzeum Kraslické dráhy Kraslice
- Muzeum lázeňských pohárků Locket
- Muzeum Mariánské Lázně
- Muzeum Mattoni Kyselka
- Muzeum Sokolov
- Muzeum v Horní Blatné
- Muzeum v Nejdku
- Muzeum Včerejší svět Locket
- Muzeum ve Žluticích
- Návštěvnické centrum Thun 1794 Nová Role
- Park Bohemium, Mariánské Lázně
- Premonstrátský klášter Teplá – Expozice Muzea III. odboje
- Retromuseum Cheb
- Rodinné muzeum žehlení a praní a expozice kasiček Bečov nad Teplou
- Sklářské muzeum Moser Karlovy Vary
- Statek v Milíkově
- Vlastivědné muzeum Boží Dar

## Příloha č. 4 – Produktové karty

Produkty zdraví		Kulturní produkty		Aktivní produkty		MICE
Tradiční lázeňství Karlovarského kraje	Wellness a zdravý životní styl v Karlovarském kraji	Městský turismus Karlovarského kraje	Karlovarský kraj jako filmová destinace	Festivally a kulturní akce Karlovarského kraje	Aktivní dovolená v Karlovarském kraji	Karlovarský kraj – kongresová a konferenční destinace

Název produktu	Tradiční lázeňství Karlovarského kraje		
Předpoklady/přínosy produktů	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podpora a další rozvoj medicínského lázeňství jako nosného produktu cestovního ruchu pro Karlovarský kraj</li> <li>Posilování hodnoty značky Karlovarského kraje jako tradičního lázeňského regionu v rámci Evropy (památká UNESCO Lázně Evropa)</li> <li>Lázeňské produkty se orientují na požadavky zahraniční klientely (země EU – spolupráce s pojišťovnami).</li> <li>Udržení délky pobytu hostů, zvyšování příjmů z lázeňských pobytů, omezení sezónnosti, rozvoj letiště v Karlových Varech</li> <li>Dlouhodobé a stabilní využití lázeňské infrastruktury a služeb</li> <li>Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na lázeňství a cestovní ruch</li> </ul>		
Hlavní komponenty/ skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lázeňská místa v Karlovarském kraji (Karlovy vary, Mariánské lázně, Františkovy Lázně, Lázně Jáchymov, Lázně Kynžvart)</li> <li>Přírodní léčivé zdroje (termální i studené minerální vody, bahna a slatiny, plyny a vhodné klimatické podmínky), indikace lázeňské léčby, léčebné procedury a zdravotní výkony</li> <li>Lázeňská architektura a veřejný prostor lázeňských měst</li> <li>Kulturní akce spojené s lázeňstvím (Zahájení lázeňské sezony v Jáchymově, Karlových Varech, Mariánských Lázních a Františkových Lázních)</li> </ul>		
Komplementární komponenty (synergické vazby)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturně historické dědictví a přírodní atraktivita (kulturní krajina) Karlovarského kraje</li> <li>Muzea, galerie, živé umění (klasická hudba)</li> <li>Ostatní kulturní akce (eventy) v Karlovarském kraji (viz kapitola 4.6)</li> <li>Vybrané aktivity zimního a letního turismu kombinovatelné s lázeňskými pobyty (pěší turistika, nordicwalking, běžecké lyžování, atd.)</li> <li>Gastronomie a speciality Karlovarského kraje</li> <li>Shopping (nákupní turistika) – tradiční místní produkty, nákupní centra</li> <li>Zdravotní turistika (kosmetické zákroky, plastická chirurgie, dentistická péče atd.)</li> <li>Wellness procedury</li> </ul>		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dlouholetá tradice kraje v oblasti lázeňství</li> <li>Vysoká odbornost a erudice lékařského personálu (atestace)</li> <li>Lázně Evropa</li> <li>Multikulturní prostředí</li> <li>Genius loci lázeňských měst (lázeňská architektura, kulturní akce a vyžití)</li> <li>Kvalita a účinky minerálních léčivých zdrojů na zdraví</li> <li>Podpora zdravého životního stylu</li> </ul>	Garant produktu	Destinační agentura
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	KÚKK, BIKV, Medispa, SLM, SLL, oblastní a lokální DMO, CzechTourism



Název produktu	Wellness a zdravý životní styl v Karlovarském kraji		
Předpoklady/přínosy produktů	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podpora a rozvoj wellness a zdravého životního stylu jako moderního trendu</li> <li>Využití volné lázeňské kapacity a služeb v mimosezónu</li> <li>Udržení délky pobytu hostů, zvyšování příjmů z wellness a zdravotních pobytů</li> <li>Rozvoj venkovského turismu, agroturistiky a ekoagroturistiky</li> <li>Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na lázeňství a cestovní ruch</li> </ul>		
Hlavní komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wellness procedury</li> <li>Zdravotní turistika (kosmetické zákroky, plastická chirurgie, dentistická péče atd.)</li> <li>Lázeňská místa v Karlovarském kraji (Karlovyvary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně, Lázně Jáchymov, Lázně Kynžvart) a další místa v kraj s wellness službami</li> <li>Přírodní léčivé zdroje (termální i studené minerální vody, bahna a slatiny, plyny a vhodné klimatické podmínky)</li> <li>Poskytovatelé služeb v oblasti venkovského turismu, agroturistiky, ekoagroturistiky</li> <li>Místní ekologické nebo tradiční produkty</li> </ul>		
Komplementární komponenty (synergické vazby)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturně historické dědictví a přírodní atraktivita (kulturní krajina) Karlovarského kraje</li> <li>Muzea, galerie, živé umění (festivaly a klasická hudba)</li> <li>Ostatní kulturní akce (eventy) v Karlovarském kraji (viz kapitola 4.6)</li> <li>Vybrané aktivity zimního a letního turismu kombinovatelné s wellness pobytů (pěší turistika, nordicwalking, běžecké lyžování, atd.)</li> <li>Gastronomie a speciality Karlovarského kraje</li> <li>Shopping (nákupní turistika) – tradiční místní produkty, nákupní centra</li> </ul>		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wellness prodloužený víkend v kraji</li> <li>Kombinace dle cílových skupin - hory x relax; příroda x relax, zdravý životní styl x relax; wellness x zábava atd.</li> <li>Vysoká odborná úroveň wellness</li> <li>Kvalitní životní prostředí</li> </ul>	Garant produktu	Destinační agentura
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	KÚKK, SLM, SLL, oblastní a lokální DMO, CzechTourism

Název produktu	Městský turismus Karlovarského kraje
Předpoklady/přínosy produktů	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podpora a rozvoj městského turismu (diverzifikace nabídky kraje – zaměření na jiné zdrojové trhy a cílové skupiny)</li> <li>Možnost kombinace služeb v rámci produktu, přizpůsobení historickým obdobím, animace kulturního dědictví</li> <li>Zvýšení návštěvnosti kraje – nové zdrojové trhy</li> <li>Posun ve vnímání značky Karlovarského kraje (vhodné místo pro městský turismus)</li> <li>Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na cestovní ruch</li> </ul>
Hlavní komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Městské památkové rezervace a městské památkové zóny</li> <li>Hrady a zámky Karlovarského kraje</li> <li>Církevní a technické památky Karlovarského kraje</li> <li>Baroko Karlovarského kraje</li> <li>Muzea, galerie, živé umění (festivaly a klasická hudba)</li> <li>Lázeňská architektura a veřejný prostor lázeňských měst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gastronomie a speciality Karlovarského kraje (Becherovka, porcelán atd.)</li> </ul>		
<b>Komplementární komponenty (synergické vazby)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shopping (nákupní turistika – duty free shopping) - nákupní centra, místní produkty</li> <li>Kulturní akce (eventy) v Karlovarském kraji (viz kapitola 4.6)</li> <li>Wellness procedury</li> </ul>		
<b>Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Města s příběhem (návaznost na komunikační koncept agentury CzechTourism)</li> <li>Kulturní region</li> <li>Kombinace dle cílových skupin - městský turismus x wellness pobyty; městský turismus x bohatý kulturní život, městský turismus x nakupování</li> </ul>	<b>Garant produktu</b>	Destinační agentura
		<b>Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu</b>	KÚKK, oblastní a lokální DMO, TIC, CzechTourism

Název produktu	Karlovarský kraj jako filmová destinace		
<b>Předpoklady/přínosy produktů</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Využití filmové produkce a produkt placementu pro přilákání návštěvníků do Karlovarského kraje – B2C</li> <li>Natáčení filmových produkcí - B2B</li> <li>Zvýšení návštěvnosti kraje</li> <li>Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na cestovní ruch</li> </ul>		
<b>Hlavní komponenty/ skladba produktu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Filmová produkce např. Red Tails (USA 2012), Královská aféra - Kongelig Affære, En (DNK/SWE 2012), Hostel II (USA 2007), Poslední prázdniny - Last Holiday (USA 2006), James Bond - Casino Royale (USA/GB 2006), Rytíři ze Šanghaje - Shanghai Knights (USA/GB 2003), Kopytem sem, kopytem tam (ČR 1988), Vrchní prchní (ČR 1980), Balada pro banditu (ČR 1978), Florenc 13:30 (ČR 1957)</li> <li>Lázeňská města a další města kraje</li> <li>Hrady a zámky</li> <li>Příroda – Kulturní krajina</li> <li>Venkov a lidová architektura</li> <li>Industriální turismus</li> <li>Doprava a dopravní/komunikační stavby</li> </ul>		
<b>Komplementární komponenty (synergické vazby)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturně historické dědictví a přírodní atraktivita (kulturní krajina) Karlovarského kraje</li> <li>Muzea, galerie, živé umění</li> <li>Ostatní kulturní akce (eventy) v Karlovarském kraji (viz kapitola 4.6)</li> <li>Vybrané aktivity zimního a letního turismu</li> <li>Gastronomie a speciality Karlovarského kraje</li> <li>Shopping (nákupní turistika) – tradiční místní produkty, nákupní centra</li> </ul>		
<b>Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karlovarský kraj - dokonalá filmová destinace</li> <li>Navštivte místo z Vašeho oblíbeného filmu</li> <li>Už jsi viděl film, teď navštiv místo!</li> <li>Návaznost na aktivity Czech Film Commission a agentury CzechTourism</li> </ul>	<b>Garant produktu</b>	Destinační agentura
		<b>Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu</b>	KÚKK, FKKK oblastní a lokální DMO, CzechTourism

Název produktu	Festivaly a kulturní akce Karlovarského kraje		
Předpoklady/přínosy produktů	<ul style="list-style-type: none"> <li>Využití kvalitních kulturních akcí a festivalů s mezinárodním dosahem k oslovení nových cílových skupin k návštěvě Karlovarského kraje - prodloužení pobytu za účelem návštěvy atraktivních míst v kraji, wellness pobytu/opakované návštěvy.</li> <li>Zvýšení návštěvnosti - včetně využití různých kategorií a tříd ubytovacích kapacit v mimosezonně</li> <li>Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na lázeňství a cestovní ruch</li> </ul>		
Hlavní komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturní a společenské akce (eventy) v Karlovarském kraji (viz kapitola 4.6)</li> <li>Návštěva významných osobností v kraji (herci, umělci, režiséři atd.)</li> <li>Živé umění (festivaly a klasická hudba)</li> <li>Gastronomie a speciality Karlovarského kraje (Becherovka, porcelán atd.)</li> </ul>		
Komplementární komponenty (synergické vazby)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shopping (nákupní turistika – duty free shopping) - nákupní centra, místní produkty</li> <li>Kulturně historické dědictví a přírodní atraktivity (kulturní krajina) Karlovarského kraje</li> <li>Wellness procedury</li> <li>Muzea, galerie</li> <li>Golf</li> <li>Vybrané aktivity zimního a letního turismu kombinovatelné s návštěvou festivalů</li> </ul>		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prestižní mezinárodní akce</li> <li>VIP společnost</li> <li>Uvolněná atmosféra</li> <li>Prodlužte si pobyt v kraji po skončení festivalu/akce</li> <li>Využijte festival/akci k návštěvě zajímavých míst kraje</li> </ul>	Garant produktu	Destinační agentura
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	KÚKK, oblastní a lokální DMO, TIC, organizátoři akcí, CzechTourism

Název produktu	Aktivní dovolená v Karlovarském kraji		
Předpoklady/přínosy produktů	<ul style="list-style-type: none"> <li>Využití kvalitního životního prostředí, zajímavé kulturní krajiny, předpokladů pro zimní a letní dovolenou k aktivnímu trávení volného času v kraji</li> <li>Podpora rozvoje cykloturistiky (rekreační cyklistiky) a poznávání jednotlivých přírodních/historických předpokladů kraje (cykloprodukty)</li> <li>Posun ve vnímání značky Karlovarského kraje (vhodné místo pro aktivní dovolenou)</li> <li>Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na lázeňství a cestovní ruch</li> </ul>		
Hlavní komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zimní hory – běžecké, sjezdové lyžování, snowkiting, musherství atd.</li> <li>Letní hory – pěší turistika, nordic walking, geocaching, horolezectví, montánní turismus atd.</li> <li>Cykloturistika – cyklotrasy/cyklostezky (Krušnohorská magistrála), traily</li> <li>Adrenalinové a zážitkové aktivity</li> <li>Golf, tenis</li> <li>Vodácká turistika, koupání</li> <li>Venkovský turismus, agroturismus</li> </ul>		
Komplementární komponenty (synergické vazby)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturně historické dědictví a přírodní atraktivity (kulturní krajina) Karlovarského kraje</li> <li>Wellness procedury</li> <li>Muzea, galerie</li> <li>Kulturní a společenské akce</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gastronomie a speciality Karlovarského kraje</li> <li>Shopping (nákupní turistika) – tradiční místní produkty, nákupní centra</li> </ul>		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kvalitní nabídka sportovní vyžití v zimě a v létě</li> <li>Kombinace pro různé cílové skupiny - lyžování x wellness; adrenalin x festivaly; poznávání x aktivní vyžití; cykloturistika x poznávání atd.</li> <li>Na kole po lázeňských místech / krušnohorskou magistrálou</li> <li>Na golf do Karlovarského kraje</li> <li>Kvalitní životní prostředí</li> </ul>	Garant produktu	Destinační agentura
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	KÚKK, oblastní a lokální DMO, TIC CzechTourism

Název produktu	Karlovarský kraj – kongresová a konferenční destinace		
Předpoklady/přínosy produktů	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zaměření na lukrativní segment klientely</li> <li>Provázání MICE nabídky na významné kulturní a společenské akce, wellness aktivity</li> <li>Vytížení ubytovacích kapacit (zejména těch s konferenčními a kongresovými kapacitami)</li> <li>Podpora rozvoje letiště v Karlových Varech</li> <li>Zvýšení prestiže kraje na národní a mezinárodní úrovni</li> <li>Zvýšení příjmů z MICE turismu</li> <li>Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na kongresový cestovní ruch</li> </ul>		
Hlavní komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konferenční míst (Karlovy vary, Mariánské lázně, Františkovy Lázně, Lázně Jáchymov atd.)</li> <li>Wellness procedury</li> <li>Vybrané kulturní a společenské akce (eventy) v Karlovarském kraji</li> <li>Místní tradiční produkty a klíčové značky (producenti) kraje</li> </ul>		
Komplementární komponenty (synergické vazby)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturně historické dědictví a přírodní atraktivita (kulturní krajina) Karlovarského kraje</li> <li>Muzea, galerie</li> <li>Vybrané aktivity kombinovatelné s MICE (golf, wellness)</li> <li>Gastronomie a speciality Karlovarského kraje</li> <li>Shopping (nákupní turistika) – tradiční místní produkty, nákupní centra</li> </ul>		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kongresy a konference v atraktivním prostředí</li> <li>Dostupnost letiště</li> <li>Provázání MICE akcí s nabídkou v kraji (kulturní a společenské akce, golf, wellness)</li> <li>Návaznost na koncept Česko země příběhů (MICE)</li> </ul>	Garant produktu	Destinační agentura
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	KÚKK, CCB, CzechTourism

### Produktová strategie

Pro každý produkt, který je součástí stanovených produktů by měla být vypracována produktová strategie. Pro vypracování produktové strategie je vhodné využít Manuál pro tvorbu produktu cestovního ruchu, který je jedním z metodických postupů Kategorizace Organizací destinačního managementu.

## Příloha č. 5 - Seznam použitých zkratk

**AHR** Asociace hotelů a restaurací  
**B2B** (business to business)  
**B2C** (business to customer)  
**BIKV** – Balneologický institut Karlovy Vary  
**CCB** – Carlsbad Convention Bureau  
**CR** – cestovní ruch  
**CDV** – centrum dopravního výzkumu  
**CRS** – globální distribuční systém  
**CzCB** - Czech Convention Bureau (marketingová koordinace regionů)  
**CzT** – Agentura cestovního ruchu Czech Tourism  
**ČD BIKE** – půjčovny kol Českých drah  
**ČR** – Česká republika  
**ČSKS** – Český systém kvality služeb  
**ČSÚ** – Český statistický úřad  
**DM** – destinační management  
**DMO** – Organizace destinačního managementu  
**DPH** – daň z přidané hodnoty  
**E.H.T.T.A.** – Evropská asociace historických lázeňských měst  
**EU** – Evropská unie  
**FKKK** – Filmová kancelář Karlovarského kraje  
**GPS** – navigační systém  
**GRS** – globální distribuční systém  
**CHKO** – chráněná krajinná oblast  
**IC** – Infocentrum  
**IS** – Indikační seznam pro lázeňskou léčebně rehabilitační péči o dospělé, děti a dorost  
**KČT** – Klub českých turistů  
**KIDSKK** - Koordinátor integrovaného dopravního systému Karlovarského kraje  
**KPMG ČR** - celosvětová síť poradenských společností poskytujících služby v oblasti auditu, daní a poradenství  
**KLP**- komplexní lázeňská péče  
**KÚKK** – Krajský úřad Karlovarského kraje  
**MAS** – Místní akční skupina (forma lokálního destinačního managementu)  
**MICE**- kongresová a incentivní turistika  
**MFF** – Mezinárodní filmový festival  
**MMR** – Ministerstvo pro místní rozvoj  
**NUTS** – Regionální operační program  
**ODSH** - odbor dopravy a silničního hospodářství  
**OKHVV** – odbor kanceláře hejtmanky a vnějších vztahů  
**OKPPLCR** - odbor kultury, památkové péče, lázeňství a cestovního ruchu  
**OZPZ** – odbor životního prostředí a zemědělství  
**OŘP** – odbor řízení projektů  
**ORR** – odbor regionálního rozvoje  
**OŠMT** – odbor školství mládeže a tělovýchovy  
**PLP** – příspěvková lázeňská péče  
**SLL KV** – Sdružení léčebných lázní Karlovy Vary  
**SFDI** – Státní fond dopravní infrastruktury  
**SKKRLL** – Sdružení Karlovarského kraje pro rozvoj leteckých linek  
**SRK** – Stálá regionální konference  
**TIC** – Turistické informační centrum  
**UNESCO** – Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu  
**UPS** – Unique Selling Proposition  
**ÚZIS** – Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR  
**V4** – Víšegrádská čtyřka  
**ZCHÚ** – zvláště chráněná území

## Seznam grafů

Graf 1 Podíl zahraničních návštěvníků v krajích ČR (turisté a jednodenní návštěvníci) .....	12
Graf 2 Podíl zahraničních turistů v krajích ČR .....	12
Graf 3 Stát trvalého pobytu turistů - porovnání Karlovarského kraje a ČR .....	13
Graf 4 Průměrné výdaje placené turisty během návštěvy (Kč/den) .....	14
Graf 5 Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v Karlovarském kraji .....	15
Graf 7 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v Karlovarském kraji .....	16
Graf 9 Procentní podíl rezidentů/nerezidentů v roce 2017 na návštěvnosti krajů ČR .....	17
Graf 10 Podíly Krajů ČR na celkovém počtu přenocování v HUZ.....	17
Graf 11 Podíly krajů na návštěvnosti nerezidentů v roce 2017.....	18
Graf 13 Procentní změna počtu hostů, přenocování a průměrné délky pobytu v HUZ v krajích ČR za období 2012 – 2017 - srovnáno dle počtu přenocování.....	18
Graf 14 Krajské srovnání změny průměrného počtu přenocování v letech 2012 - 2017 .....	19
Graf 15 Změna v počtu přenocování hostů ze SRN a Ruska v Karlovarském kraji .....	20
Graf 16 Změna počtu přenocování v HUZ z hlavních zdrojových trhů v letech 2012 – 2017 v Karlovarském kraji .....	20
Graf 17 Lůžková kapacita lázeňských zařízení v roce 2016 .....	22
Graf 18 Lázeňská péče v roce 2016 pro dospělé podle indikačních skupin na náklad zdravotního pojištění (počty osob).....	22
Graf 19 Srovnání změny počtu hostů a přenocování v lázeňských zařízeních 2000 - 2017 .....	23
Graf 20 Vývoj podílu počtu hostů a přenocování Karlovarského kraje na celkové návštěvnosti lázeňských ubytovacích zařízení v ČR .....	24
Graf 21 Procentní změna počtu přenocování u vybraných zdrojových zemích v lázeňských zařízeních.....	25
Graf 22 Počet kongresů (konferencí) v krajích v roce 2016 .....	36
Graf 23 Změna počtu konferencí a počtu účastníků mezi roky 2012 a 2016 .....	37
Graf 24 Vycestoval/a jste někdy na výlet nebo na dovolenou do míst, kde se natáčel nějaký film, nebo seriál, protože se Vám líbil nebo se Vám líbilo prostředí, ve kterém se odehrával? .....	38

## Seznam tabulek

Tabulka 1 Vývoj celkové návštěvnosti v ČR a v Karlovarském kraji v letech 2006 - 2016 .....	11
Tabulka 2 Odhad výdajů návštěvníků v ČR a Karlovarského kraje .....	14
Tabulka 3 celkový přehled podílu všech výdajů zahraničních návštěvníků v krajích ČR .....	15
Tabulka 4 TOP 20 - vývoj počtu přenocování z hlavních zdrojových trhů Karlovarského kraje .....	19
Tabulka 5 Návštěvnost v lázeňských ubytovacích zařízeních v Karlovarském kraji.....	23
Tabulka 6 TOP 10 zdrojových zahraničních trhů dle počtu přenocování v lázeňských zařízeních v KV kraji.....	24
Tabulka 7 Celkové počty pacientů v lázeňském zařízení v Karlovarském kraji podle úhrad .....	25
Tabulka 8 Počty ošetřovacích dnů v Karlovarském kraji podle úhrady v lázeňských zařízeních .....	26
Tabulka 9 Cílové skupiny archetypální segmentace CzechTourism .....	44
Tabulka 10 Hodnota potenciálu cestovního ruchu na km <sup>2</sup> .....	47
Tabulka 11 Návrh výchozího systému produktů Karlovarského kraje .....	65
Tabulka 12 Segmentace B2C produktů cestovního ruchu Karlovarského kraje.....	69
Tabulka 13 Doporučený návrh zacílené produktů na zdrojové trhy cestovního ruchu.....	69

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Přínosy pro veřejné rozpočty v Karlovarském kraji (průměr 2010 - 2017).....	8
Obrázek 2 Modelový podíl cestovního ruchu na HDP kraje (vlevo) a podíl na zaměstnanosti kraje (vpravo) .....	8
Obrázek 3 Predikce vývoje cestovního ruchu do roku 2030 .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Obrázek 4 Mapa přírodních léčivých zdrojů Karlovarského kraje a indikace jejich stavu .....	21
Obrázek 5 Dálkové cyklotrasy Greenway (vlevo) a trasy EuroVelo v ČR (vpravo).....	32
Obrázek 6 Role Organizace destinačního managementu v řízení destinace.....	41
Obrázek 7 Výsledky testování znalosti značky Živý kraj .....	42

---

Obrázek 8 Srovnání znalosti značky Živý kraj v Karlovarském kraji a ostatních krajích ČR .....	43
Obrázek 9 Archetypální segmentace klientely CzechTourism .....	45
Obrázek 10 Rajonizace cestovního ruchu v ČR .....	46
Obrázek 11 Metodika návrhové (strategické) části Koncepce .....	50