

A2.4.2 Diverzifikace a kvalita produktů a služeb

Typické aktivity

- Zaměření se na nové segmenty návštěvníků – klientelu z České republiky a z kratších vzdáleností z okolních států, která do Karlových Varů přijíždí po vlastní ose (auto, vlak)
- Prioritizace jednotlivých segmentů cestovního ruchu a zamezení konkurence jednotlivých forem mezi sebou – prioritní segment: tradiční lázeňský a zdravotní cestovní ruch + další doplňkové segmenty
- Rozvíjení wellness a zdravotního turismu, městského turismu, kulturního turismu, golfového turismu, aktivního turismu (pobyt v přírodě, cykloturistika, pěší turistika, běžecké a sjezdové lyžování – výhoda blízkosti Krušných hor), venkovského turismu a agroturistiky, filmového turismu (Film friendly location) a dalších specifických forem turismu (např. mon-tánní turismus, církevní turismus)
- Zaměření se na turismus rodičů s dětmi
- Zaměření se na zážitkovou turistiku (např. voda, zdraví, ekologie, elektromobilita, řemesla, design a inovace)
- Zohlednění proměny segmentu kongresové turistiky (odklon od velkých a drahých akcí směrem k menším akcím cca do 200 osob, kombinovaným s online konferencemi, kupř. vědecké kongresy – univerzity, vědecké instituce)
- Zaměření se na nové formy incentivní turistiky – motivační turistiky „za odměnu“
- Podpora a využití atraktivit s vazbou na UNESCO (The Great Spa Towns of Europe, Hornický region Erzgebirge/Krušnohoří)
- Organizace kulturně společenských akcí jako nabídky pro turisty, přitom současně v souladu s potřebami místních obyvatel (živé lázeňské centrum i pro místní obyvatele)
- Oživení centrální zóny krátkodobými a měnícími se aktivitami: trhy, koncerty KSO atd. a zlepšením stálých činností: služby (infocentrum), gastronomie (pronájem městských prostor nájemcům s ověřenou historií a kvalitou) a shopping (pronájem městských prostor vybraným nájemcům na základě většího množství kritérií než jen nejvyšší cena nájmu)
- Moderní infocentrum
- Kvalitní, komplexní a přehledný městský orientační a informační systém zahrnující lázeňské lesy s využitím možností nových technologií (rozšířená realita, QR kódy apod.)
- Karlovarský architektonický manuál – průvodce po architektonických zajímavostech města (po vzoru Brna, Litomyšle apod.)
- Těsnější zapojení kulturní krajiny – lázeňských lesů do nabídky pro cestovní ruch, zlepšení kvality cest, mobiliáře, orientační a informační systém v lesích propojený s městským
- Design nových typů produktů a služeb
- Podpora zvyšování kvality služeb cestovního ruchu a lázeňství
- Podpora subjektů poskytujících kvalitní služby (certifikace průvodců, fair play taxi apod.)
- Vytvoření manuálu pro označování provozoven
- Integrované aktivity, spolupráce na vytváření inovativních společných produktových balíčků
- Systematické rozvíjení spolupráce s partnerskými městy a v rámci Great Spa Towns of Europe (vzájemná inspirace příklady dobré praxe, sdílení zkušeností a znalostí)

Očekávané přínosy

- + žádoucí mix forem cestovního ruchu
- + minimalizace sezonních výkyvů

A2.4.2 Diverzifikace a kvalita produktů a služeb

Očekávané přínosy

- + stabilizace odvětví v regionu (provázanost na další cíle v okolí)
- + prodloužení doby pobytu návštěvníků a opakovaných návštěv města
- + díky kongresové turistice zvýšení prestiže KV mezi odbornou veřejností, celoroční využití dnes nevyužitých prostor
- + zlepšení ekonomiky a obrazu města
- + cestovní ruch jako integrální součást života města (vyvážení zájmů obyvatel a návštěvníků – win-win situace)

Možné překážky

- relativní zranitelnost odvětví vinou externích vlivů (bezpečnostní situace ve světě, opatření reagující na pandemii)
- roztržičnost zájmů různých aktérů v oblasti cestovního ruchu

Nutné podmínky

- Proměna celkového ducha – atmosféry města – uvědomění si toho, že spokojenost místních obyvatel se přímo odráží na atmosféře a obrazu města, který je přidanou hodnotou lákající turisty. Změna vnímání atraktivity města z hlediska cestovního ruchu je podmíněna nutností investovat do místních obyvatel.
- Péče o přírodní bohatství a kulturní dědictví města a kraje, jeho zpřístupnění a interpretace v rámci aktivit cestovního ruchu, péče o veřejná prostranství (slouží jak pro turisty, tak pro místní)
- Kvalitní městská koncepce cestovního ruchu
- Kvalitní destinační management a marketing
- Kvalitní infrastruktura pro cestovní ruch
- Trvalá a cílená podpora cestovního ruchu ze strany města, informační podpora podnikatelským subjektům včetně podpory při jednáních s národními orgány
- Tvorba vhodných podmínek pro iniciaci soukromých investic (koordinace s krajskou politikou), zprostředkování informací o dotačních možnostech na podporu infrastruktury cestovního ruchu a lázeňství vlastníkům infrastruktury
- Sledování ekonomiky pobytů a na základě toho definování strategických priorit pro inovace stávajících/design nových služeb a produktů
- Zavádění inovačních procesů a nástrojů do firem a veřejných institucí, inovativní přístupy
- Vytvoření prostoru k experimentování
- Zajištění kvalitativních standardů poskytovaných služeb, těsná spolupráce s profesními sdruženími v podpoře certifikace technickými předpoklady kvality a produktovými certifikačními systémy
- Tvořivá spolupráce s technologickými giganty, středními firmami i start-upy (formulace výzev)
- Aktivní sledování ICT trendů a objevování možností jejich využití v oblasti cestovního ruchu
- Širší nabídka a aktivity krajské DMO Živý kraj, propojení jednotlivých segmentů cestovního ruchu a spolupráce mezi podnikateli
- Spolupráce (partnerství) všech zainteresovaných subjektů cestovního ruchu (kraj, města, obce, profesní a odborná veřejnost, rezidenti)

A2.4.2 Diverzifikace a kvalita produktů a služeb

Nutné podmínky

- Spolupráce a koordinace s informačními centry na území Karlovarského kraje
- Aktivní spolupráce s profesními organizacemi
- Spolupráce s destinační agenturou pro KVK – Živý kraj
- Spolupráce s CzechTourism
- Spolupráce se vzdělávacími a vědeckými institucemi v rámci kraje a jejich podpora při realizaci konkrétních projektů např. balneologického výzkumu, klinických studií účinků minerálních vod na organismus
- Větší spolupráce s MFF – pořádání dalších tematických akcí v průběhu sezony v úzké kooperaci MFF má za sebou řadu významných partnerů, média a kvalitní produkční tým
- Mezinárodní spolupráce s důrazem na potřeby lázeňství a cestovního ruchu

A2.4.2 Diverzifikace a kvalita produktů a služeb

Aktéři

Veřejní

Soukromý a neziskový sektor

Statutární město Karlovy Vary

Odbory Magistrátu města Karlovy Vary:

- odbor financí a ekonomiky
- odbor rozvoje a investic
- odbor strategií a dotací

Infocentrum města
Karlovy Vary, o. p. s.

Kancelář architektury města
Karlovy Vary, p. o.

Karlovarský kraj

Odbory Krajského úřadu
Karlovarského kraje:

- odbor informatiky
- odbor regionálního rozvoje
- odbor řízení projektů
- odbor kultury, památkové péče,
lázeňství a cestovního ruchu

Karlovarská agentura rozvoje
podnikání, p. o.

Živý kraj – Destinační agentura
pro Karlovarský kraj, z. s.

Agentura pro podporu podnikání
a investic CzechInvest

Česká centrála cestovního ruchu
CzechTourism

Poskytovatelé zdravotní
a lázeňské péče

Hotely

Restaurace

Obchodníci

Cestovní kanceláře a agentury

Cílové skupiny

- Obyvatelé města a kraje
- Návštěvníci města
- Podnikatelské subjekty působící
na území města

A2.4.2 Diverzifikace a kvalita produktů a služeb

Vazba na cíle



A1.1 Efektivní úřad
 A1.2 Hospodaření města
 A1.3 Image města
 A2.1 Spolupráce radnice a podnikatelů
 A2.2 Lázeňství
 A2.3 Nové výzvy
 B1.1 Urbanismus a architektura
 B1.2 Životní prostředí, příroda a krajina
 C1.1 Umění a kultura
 C1.2 Sport
 C1.3 Společenské akce a volnočasové aktivity
 C2.2 Sounáležitost

Vazba na strategické dokumenty

Koncepce kultury Statutárního města Karlovy Vary pro období let 2021–2027
 Integrované teritoriální investice ITIKA° 2021–2027
 Strategie a Manuál koncepčního přístupu k veřejným prostranstvím města Karlovy Vary
 Regionální inovační strategie Karlovarského kraje
 Strategie rozvoje konkurenceschopnosti Karlovarského kraje 2013–2020
 Program rozvoje Karlovarského kraje 2021–2027
 Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Karlovarském kraji na období 2018–2023
 Koncepce rozvoje lázeňství a balneologie Karlovarského kraje
 Plán sportu Karlovarského kraje 2018–2023 „Zdravý kraj“
 Strategie lokalizace investic v regionech
 Marketingová strategie pro Karlovarský kraj
 Strategický rámec Česká republika 2030
 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020
 Evropa připravená na digitální věk 2020–2024

Naplnění hodnot



Hrdé a sebevědomé město
 Živé a kreativní město
 Zdravé a bezpečné město
 Společné a společenské město
 Inovativní a iniciativní město