Příloha č. 6 - Bližší specifikace předmětu plnění zakázky

**Strategie rozvoje eCulture, sportu a cestovního ruchu**

**Prolog:**

**Kultura** je pro potřeby zpracování této strategie chápána jako souhrn materiálních a duchovních hodnot vytvořených lidmi v průběhu celého historického vývoje a je do ní taxativně zahrnuta: muzea, galerie, divadla, knihovny, kulturní střediska, sportovní kluby a zařízení, pořadatele kulturních akcí, kina, kulturní památky a památkovou péči, pěvecké sbory, hudební soubory, taneční soubory, open air akce se zábavnou funkcí, vydavatelskou a literární činnost. V rámci tohoto výčtu by bylo možno ještě dále rozlišit, zda se jedná o organizační základnu kultury, vlastní činnost či infrastrukturu sloužící kultuře, dále pak rozlišit, zda se jedná o činnost profesionální, amatérskou, zájmovou, komerční či nekomerční, případně z hlediska aktivní či pasivní účasti na kulturním životě. Pro účely řešení je nezbytné rozlišení kultury zájmové a kultury komerční. Pro tento účel definujeme kulturu zájmovou, jako kulturní činnost, která je vytvářena ve volném čase a bez nároku na honorář.

**Sport** vykazuje silný potenciál k tomu, aby přispěl k promyšlenému, udržitelnému a integrujícímu růstu a vytváření nových pracovních míst díky svému pozitivnímu vlivu na sociální začleňování, vzdělávání a odbornou přípravu a veřejné zdraví. Pomáhá omezovat nárůst výdajů v oblasti sociálního zabezpečení a zdravotnictví tím, že zlepšuje zdraví a produktivitu obyvatelstva a zajišťuje vyšší kvalitu života do vysokého věku. Přispívá k sociální soudržnosti, neboť odstraňuje sociální bariéry a znamená pozitivní přínos v oblasti vzdělávání a odborné přípravy. Sport tak nepochybně plní funkci výchovnou, společenskou, kulturní, hospodářskou, sociální či rekreační.

**Cestovní ruch** se stal nezbytnou součástí současného životního stylu a zároveň zajímavou podnikatelskou a pracovní příležitostí pro místní obyvatele. Pro města a obce je ovšem důležité brát cestovní ruch jako komplexní produkt celé řady služeb poskytovaných podnikateli, které města či obce musí propojovat s prvky veřejné infrastruktury a destinačním managementem lokality.

1. ***Analytická část***

Cílem této části je analyzovat současný stav dotčené oblasti jako destinace cestovního ruchu, její hlavní návštěvnické segmenty, atraktivity destinace, kulturní a sportovní aktivity provozované v destinaci v návaznosti na infrastrukturu cestovního ruchu a stanovit hlavní prioritní osy rozvoje. Základními analýzami budou:

* Analýza minulých a současných strategií.
* Zhodnocení dosud realizovaných marketingových aktivit, komunikovaných produktů a využívaných distribučních kanálů. Detailní prozkoumání, jak efektivní byly v minulosti marketingové nástroje - tzn., jak se podepsaly na návštěvnosti, případně na povědomí o regionu. Cílem je vymezení úspěšných a méně úspěšných aktivit a stanovení z toho vyplývajících opatření pro další postupy v oblasti marketingu cestovního
* Analýza odvětví a prostředí (vnější faktory ovlivňující destinaci - politické faktory; ekonomické faktory; sociální faktory; technologické faktory)
* Analýza současného marketingového mixu destinace
	1. Produkt
	2. Cena
	3. Distribuce
	4. Marketingová komunikace
	5. Lidé (zákazníci, lidské zdroje) + identifikace základních návštěvnických segmentů
	6. Tvorba balíčků služeb
	7. Programování
	8. Spolupráce
* Zhodnocení základních podmínek pro rozvoj cestovního ruchu, kvantitativní analýza vhodných statistických dat včetně prognózy budoucího stavu a vývojových tendencí v oblasti cestovního ruchu, zhodnocení významu turismu pro ekonomiku.
* Analýza současných akcí města rozdělených dle ročních období a dále členěných dle tradičních svátků a oslav v ČR. (Velikonoce, Vánoce, Den dětí atd.)
* Analýza turistické nabídky. Zhodnocení turistického potenciálu území a jeho konkurenceschopnosti v rámci ČR (tzn. vyhodnocení primární a sekundární nabídky cestovního ruchu destinace a zhodnocení její kvality, rozsahu, dostupnosti a ekonomického využití). Bude mimo jiné využit materiál Analýza potenciálu cestovního ruchu a míra jeho využití.
* Analýza dosavadního systému řízení cestovního ruchu v destinaci a jeho institucionálního zajištění. Bude provedeno zhodnocení funkčnosti a efektivnosti systému řízení cestovního ruchu na krajské a obecní úrovni, které bude zahrnovat také srovnání se systémy řízení cestovního ruchu.
* Analýza sportu bude rozčleněna do fází: základní charakteristika území, sport ve strategiích města a kraje, analýza aktérů, financování sportu, sportovní participace obyvatel, organizovaný sport a sportovní infrastruktura
* Analýza zdrojů a konkurenční schopnosti
* Analýza klíčových stakeholderů
* Výzkum preferencí a motivace k cestě hlavních identifikovaných zájmových segmentů cestovního ruchu, kultury a sportu na relevantním vzorku potenciálních návštěvníků. Cílem výzkumu bude zjištění preferencí jednotlivých potenciálních klientů destinace. K výzkumu je nutné sestavit dotazník, který schválí odborný garant a zástupce zadavatele, jehož výstupem je výzkumná zpráva z dotazníkového šetření.

Podmínkou je oslovení reprezentativního vzorku (min 15 respondentů potenciálních účastníků mimo zkoumanou oblast v každé kategorii) obyvatel v těchto skupinách:

* Rodina s dětmi do 15 let.
* Mladí cestovatelé do 26 let cestující max. v párech.
* Mladí cestovatelé do 26 let cestující ve skupinách.
* Účastník cestovního ruchu v aktivním věku.
* Senior.
* Účastník firemního cestovního ruchu (pracovní cesta).

***SWOT analýza*** bude vycházet ze zjištění v analytické části a z realizovaného dotazníkového šetření. V rámci realizace bude uspořádána min. 1 diskuzní fórum se stakeholdery, kterých se daný předmět zakázky týká.

Moderování, místo konání a termín bude odsouhlasen zadavatelem. Výstupy budou doloženy prezenční listinou ***a zápisem.***

# ***Strategická část (návrhová) vč. stanovení finanční náročnosti***

## Na základě zpracování Analytické části a 2.SWOT analýzy budou stanoveny minimálně následující části:

## ***S*trategická vize rozvoje kultury a cestovního ruchu pro období 2020-2025**

## Vize bude stanovena jako maximálně jednoduchá formulace srozumitelná odborné i laické veřejnosti vycházející z reálných předpokladů vývoje. Stanovení prioritních oblastí, opatření a aktivit

## ***S*trategická vize rozvoje sportu pro období 2020-2025**

## Vize bude stanovena jako maximálně jednoduchá formulace srozumitelná odborné i laické veřejnosti vycházející z reálných předpokladů vývoje. Stanovení prioritních oblastí, opatření a aktivit

## **Programová část** bude zpracována do základních rozvojových směrů na úrovni prioritních oblastí, kterých bude dosaženo prostřednictvím dále navržených opatření a aktivit. Rozsah jednotlivých opatření bude zpracován minimálně podle následující struktury:

* ***Opatření*** (krátký a výstižný název),
* ***Specifický cíl*** (popis žádoucího cílového stavu, výstupů/výsledků opatření, při stanovení cílů bude aplikována metoda SMARTER),
* ***Popis a odůvodnění*** (shrnutí aktuálního stavu, popis problémů a jejich příčin, které by měly být řešeny navrhovanými aktivitami včetně odůvodnění),
* ***Aktivity*** (návrh řešení identifikovaného problému, indikativní výčet),
* ***Územní dopad*** (charakteristika území, na které bude mít navržená aktivita vliv),
* ***Subjekty zapojené do naplňování cílů daného opatření*** (definice klíčových subjektů, stanovení kompetencí a odpovědnosti, apod.),
* ***Indikátor*** (měřitelný výsledkový ukazatel, který je běžně dostupný a publikovaný a na jehož vývoji lze monitorovat žádoucí stav),
* ***Možné zdroje financování*** (návrh předpokládaných nákladů pro realizaci aktivit a jejich financování, tzn. přehled všech relevantních finančních nástrojů – regionální zdroje, státní rozpočet, evropské a další zdroje),
* ***Časový rámec*** (definování časového horizontu a návrhu na rozložení aktivit do předem vytyčeného časového období).

Opatření a aktivity Strategie 2020– 2025 se budou týkat minimálně:

1. Identifikace potenciálních produktů v oblasti kultury, sportu a cestovního ruchu.
2. Návrh strategického plánu destinace na rozvoj kultury, sportu a cestovního ruchu.
3. Stanovení cílů turistické destinace.
4. Vytipování vhodných segmentů klientů pro jejich oslovení.
5. Návrh základních prioritních os dalšího rozvoje kultury, sportu a cestovního ruchu v návaznosti na dopravní marketingové strategie destinace.
6. Zjištění průniků v nabídce destinace a zjištěných preferencí vytipovaných segmentů.
7. Rozpracování jednotlivých zjištěných údajů jako základ pro dílčí strategie rozvoje zadávané v dalších části projektu (produktová strategie; komunikační strategie; strategie rozvoje infrastruktury; strategie spolupráce v rámci partnerství s ostatními orgány samosprávy, ale také veřejným a podnikatelským sektorem);
8. Příprava konkrétních destinačních produktů.
9. Příprava návrhu jednotlivých kulturních a sportovních aktivit pro zkvalitnění cestovního ruchu rozdělených dle ročních období a dále členěných dle tradičních svátků a oslav v ČR. (Velikonoce, Vánoce, Den dětí atd.)
10. Návrh marketingové kampaně a adekvátní marketingové komunikace.
11. Návrh webu a dalších elektronických a mobilních aplikací sloužících k využití popř. prodloužení pobytu v destinaci.
12. Implementace rozvojových plánů kultury, sportu a cestovního ruchu do základních dokumentů rozvoje území města.
13. Jednotlivé návrhy budou vždy obsahovat nákladovou stránku a možné zdroje krytí těchto aktivit a časové vyjádření možnosti splnění.

# ***Implementace Strategie rozvoje cestovního ruchu a časový plán, monitorování***

## Nastavení akčních plánů naplňování Strategie - dvouletého (2020 - 2021), tříletého (2022 - 2024) a čtyřletého (2025 - 2029). **Každý akční plán** **bude popisovat realizaci jednotlivých navržených opatření také z hlediska časového a finančního (návrh předpokládaných nákladů pro realizaci aktivit a zdrojů jejich financování, tzn. přehled všech relevantních finančních nástrojů, jako jsou regionální zdroje, státní rozpočet, evropské a další zdroje).**

## Nastavení metodiky monitorování a vyhodnocování úspěšnosti a dopadů priorit a opatření Strategie (akčních plánů) včetně kvalitativních a kvantitativních indikátorů do území. **Stanovení způsobu sledování, měření a hodnocení účinnosti i pro navržené marketingové aktivity s cílem zjistit jejich efektivnost. Pro tyto potřeby bude nastavena také metodika práce s nastavenými ukazateli. Dále identifikace možných rizik, která mohou plnění cílů ovlivnit a jakým způsobem, včetně stanovení jejich pravděpodobnosti a míry ohrožení.**

## Nastavení a pravidla pro aktualizaci Strategie

Strategie bude provázána s ostatními relevantními strategiemi a koncepčními dokumenty Rozvoje konceptu Smart City v Milevsku, rozvojové dokumenty města a Smart Regionu Jižní Čechy.

Výstupem bude souhrnný dokument, celková struktura bude mít podobu publikace „White paper“ [[1]](#footnote-1) .

Klíčové pasáže:

• V dokumentu je třeba jasně definovat vizi a misi regionu ve spolupráci se zadavatelem.

• Musí se použít S.M.A.R.T.E.R. plánování pro definované cíle, které je a) specifické, b) měřitelné číslem, či stupněm, stavem, c) dosažitelné - v moci města ovlivnit, d) rozumné – v kapacitách města provést, s přímou vazbou na grant či dotační program, či uvedením konkrétních zdrojů financování, e) se smysluplným termínem splnění 1 maximálně 3 roky, f) s určením, kdo (osoba odpovědná) má dané opatření má na starosti a g) jak se bude vyhodnocovat dané opatření, a h) datum, kdy město provede re-evaluaci tohoto opatření a zváží jeho pokračování, redefinuje ho apod.

1. White paper či Bílá kniha je typ publikace, je to zpráva, která představuje řešení problémů či nastiňuje jejich řešení. [↑](#footnote-ref-1)