**KONCEPCE ROZVOJE KPP - specifikace předmětu plnění zakázky**

Specifickým problémem města a regionu je nedostatek pracovních příležitostí pro absolventy středních a vysokých škol, kteří z regionu odcházejí za prací převážně do větších měst. Právě absence kvalifikovaných a vzdělaných pracovníků se do značné míry přispívá ke stagnaci podnikání, nižším mzdám a poklesu životní úrovně.

Rozvoj kreativních průmyslů představuje zatím ne zcela využívaný potenciál rozvoje podnikání a zaměstnanosti v Uherském Hradišti a jeho okolí. Značný počet kulturně kreativních institucí a podnikatelů v této oblasti a kulturní potenciál města výhodou města i celé aglomerace. Strategický dokument proto provede podrobné mapování kreativních odvětví, zpracování studie využitelnosti kreativních odvětví, vytvoření značky (brandu) města jako kulturního centra regionu a posílení marketingu a propagace kulturních odvětví.

Strategie zlepší podmínky ke zvýšení počtu pracovních příležitostí pro středně a vysoce kvalifikované odborníky, jejichž úroveň platů a mezd bude minimálně srovnána s celostátním průměrem. Absolventi škol potom nebudou mít důvod odcházet za prací do jiných měst, Uherské Hradiště se naopak stane atraktivní pro odborníky z jiných regionů.

Pro rozvoj tak KKP hovoří jednak všeobecné demografické a ekonomické trendy, jednak specifická situace na trhu práce v Uherském Hradišti a jeho regionu.

Předmětem veřejné zakázky je zpracování Strategického plánu rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Uherském Hradišti. Strategie bude navazovat na dosavadní související studie a plány zpracované městem v uplynulých letech, především na:

* Mapování tradičních řemesel v regionu Uherské Hradiště v kontextu kulturních a kreativních průmyslů, Institut umění – Divadelní ústav, město Uherské Hradiště, Saura, s.r.o., 2015
* Akční plán podpory a rozvoje tradičních řemesel v Uherském Hradišti a jeho regionu, 2017

Dokument bude obsahovat minimálně následující části:

**I. ÚIVOD**

**II. ANALYTICKÁ ČÁST**

**A) Kvantitativní část**

 A.1 Revize databáze kulturních kreativních odvětví v Uherském Hradišti

* Územní a obsahové vymezení analýzy
* Kvantitativní data pro odvětví: scénická, výtvarná, hudební, řemesla, design, literatura, film a video, kulturní dědictví, architektura, řemesla a design
* Informace z pohledu zaměstnanosti a podnikatelských příležitostí
* Identifikace podnikatelů a hlavních zaměstnavatelů v oboru KKP
* Porovnání a doplnění dat z oborových a místních databází

A.2 Analýza databáze a zpracování výsledků

* Popis situace a vývojových tendencí v ekonomice a na trhu práce v KKP
* Kvantitativní výsledky analýzy
* Grafická znázornění

**B) Kvalitativní část**

Kvalitativní analýza bude postavena na individuálních rozhovorech a skupinových diskusích s vybranými subjekty z oblasti KKP.

* Příprava výzkumu
* Tvorba metodiky
* Příprava dotazníku (strukturovaný dotazník pro individuální dotazování)

B.1. Přípravné práce

* Tvorba metodiky
* Příprava výzkumu
* Příprava dotazníku (strukturovaný dotazník pro individuální dotazování)

B.2. Individuální rozhovory

* Stanovení kritérií pro výběr zástupců jednotlivých odvětví KKP
* Výběr zástupců
* Organizace schůzek a rozhovorů:
* Telefonický kontakt (má/nemá zájem – max. 80 osob),
* Návštěva dům od domu (má/nemá zájem – max. 50 osob)
* Rozhovory (30 rozhovorů, cca během 14 dnů, 1 rozhovor cca 2hod)
* Zpracování výsledků rozhovorů
* SWOT analýza
* Skupinový rozhovor s vybranými zástupci (15-20 osob)

C) Srovnávací projekty a příklady dobré praxe z ČR a zahraničí

* Srovnání s plánováním KKP v jiných městech (benchmarking)
* Průzkum projektů zaměřených na řemesla z IU
* Výběr dobré praxe pro využití v Uherském Hradišti

D) Celkové hodnocení KKP v Uherském Hradišti dle výsledků kvantitativních a kvalitativních analýz

Výstup: Celkové hodnocení KKP, SWOT analýza

**III. NÁVRHOVÁ ČÁST**

Provedená analýza je stěžejním, nikoli však jediným vstupem pro definování návrhové části. Metodou brainstormingu a následnou diskusí o jednotlivých variantách bude zformulována vize cílové podoby rozvoje KKP v Uherském Hradišti pro sledované období. Vize bude formulována v souladu s celkovou Strategií rozvoje města Uherské Hradiště. Jednotná vize poskytuje celkový rámec všem subjektům zapojeným do činnosti KKP. Vize je formulována jako budoucí stav, kterého chceme realizací strategického řízení dosáhnout. Jedná se o společnou představu, jak by měly jednotlivé subjekty v rámci KKP v budoucnu spolupracovat. Respektuje přání a potřeby místních občanů.

Následně se vize rozpadá do problémových okruhů, z nichž každý bude naplňován prostřednictvím sady několika cílů. Definování cílů ve vymezených problémových oblastech je stěžejním bodem návrhové části. Cíle budou podrobně popsány a budou navržena opatření k jejich realizaci. Pro

sledování úrovně naplňování definovaných cílů bude nastavena sada indikátorů, umožňující periodicky monitorovat pokrok při plnění cílů a případně přijímat opatření ke zlepšení žádoucího výsledku.

Návrhová část Strategického plánu bude strukturována standardně dle principů strategického řízení.

**IV. ANALÝZA NÁKLADŮ A VÝNOSŮ (CBA)**

CBA se bude zabývat způsoby a možnostmi financování vybraných nástrojů podpory/projektů, které budou součástí Strategického plánu rozvoje KKP a jejich ekonomickým a finančním hodnocením. CBA je základním dokumentem pro stanovení rozpočtu jednotlivých plánovaných projektů/opatření, navržených ve Strategickém plánu.

Hlavním cílem CBA je stanovit ekonomický a finanční rámec pro realizaci uvedených projektů.

**V. MARKETINGOVÁ STRATEGIE**

Marketingová strategie podpory KKP je nezbytným nástrojem pro kvalitativní zlepšení obchodních výsledků celého odvětví. Kvalitní marketing a propagace jsou klíčovým faktorem, který umožní nastartování pozitivních ekonomických změn. Jednotliví drobní podnikatelé, řemeslníci či umělci totiž nemají možnost a většinou ani schopnosti se marketingu systematicky věnovat. Naopak město je schopno zajistit propagaci odvětví jako celku, sdružovat jednotlivé výrobce a organizovat prodejní akce. Kvalitní a účinný marketing má pozitivní dopad na rozvoj všech kreativních odvětví, jeho výsledkem může v neposlední řadě být také významné zlepšení příjmové stránky rozpočtu města i jednotlivých soukromých subjektů.

**VI. NÁVRH IMPLEMENTACE A EVALUACE**

V implementační části Strategického plánu budou navrženy jednotlivé projekty, opatření a aktivity, umožňující realizaci stanovených cílů pro sledované časové období. Tato část Strategického plánu bude zpracována formou Akčního plánu. Akční plán bude obsahovat:

* výčet specifických projektů, opatření a aktivit, které budou provedeny v čtyřletém období po jmenování na lokální i mezinárodní úrovni,
* metodu a postup naplňování uvedených projektů, opatření a aktivit iniciativ a kroků,
* časové, finanční a obsahové nároky jednotlivých navržených projektů, opatření a aktivit,
* návrh systému hodnocení navržených projektů, opatření a aktivit

Pro každou aktivitu budou navrženy indikátory hodnocení, umožňující snadné a přehledné monitorování a evaluaci.

**VII. MECHANISMY ŘÍZENÍ A RIZIKA STRATEGIE**

* **Systém plnění plánu**
	+ Vazby Strategie KKP na rozpočet města Uherské Hradiště
	+ Systém nastavení komunikace
	+ Nastavení organizace
	+ Systém odpovědnosti a závaznosti
* **Systém monitorování a vyhodnocování, návrh systému pravidelného sběru dat pro potřeby monitoringu a vyhodnocování indikátorů a koncepce**
	+ Stanovení indikátorů (indikátorové soustavy) pro oblast cestovního ruchu a turismu
* **Rizika**

**ZÁVĚR**

# Požadavky na formální zpracování dokumentu

* Finální výstupní dokumentace bude zpracována a Zadavateli předána jak ve formátu MS Word 2010 (nebo vyšší verzi), tak i ve formátu PDF/A, přičemž obě verze musí být obsahově totožné.
* Vypracování zkrácené verze ve formátu PDF pro webovou prezentaci.
1. **Zadavatel požaduje, aby postup tvorby a projednávání Strategie KKP obsahoval nejméně tyto kroky**:
* Úvodní jednání Pracovní skupiny pro tvorbu Strategie s prezentací zhotovitele v rozsahu 1 – 2 hod., kde budou představeni členové realizačního týmu zhotovitele. Zhotovitel je povinen předložit na úvodním jednání předpokládaný časový harmonogram provádění prací včetně finančního plnění, který bude odsouhlasen objednatelem. Harmonogram bude vyhotoven v souladu s čl. III. smlouvy o dílo.
* Projednávání dílčích výstupů s Pracovní skupinou pro tvorbu Strategie po etapách, tzn. 1 x analytická část, 2 x návrhová část, 3 x Akční plán. V min. rozsahu 2 hod. na 1 projednání dle povahy předložených výstupů.
* Představení, prezentace výsledků analýzy vybraným komisím rady města a radě města.
* Akceptační řízení – přijetí výsledků a závěrů celého dokumentu.
* Závěrečné projednání návrhu Strategie Pracovní skupinou a schválení výstupu k projednání v orgánech města.
* Vydání finální verze Koncepce rozvoje a řízení cestovního ruchu.
* Zhotovitel bude zpracovávat zápisy z jednání, která budou probíhat min. 1 x za 3 měsíce v rozsahu 1 – 3 hod., a to dle povahy projednávaných výstupů. Zhotovitel je povinen akceptovat a zapracovat požadavky členů výboru a skupiny do zápisů a následně i dílčích výstupů. Iniciuje termíny jednání ve spolupráci s koordinátorem (kontaktní osoba).
1. **Harmonogram - milníky**
* Úvodní jednání Pracovní skupiny do 15 pracovních dnů od podpisu Smlouvy o dílo.
* Analytická část - do 3 měsíců od podpisu smlouvy
* Akční plán + CBA do 3 měsíců od odsouhlasení analytické části
* Marketingová strategie – kompletní dílo: do 2 měsíců od odsouhlasení Akčního plánu + CBA
* Projednání v radě/zastupitelstvu města finálního dokumentu – do 2 měsíců od odsouhlasení Marketingové strategie