



KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Registrační číslo projektu: CZ.03.4.74/0.0/0.0/16_033/0002984

Projekt je financován v rámci OPZ

Číslo výzvy:	03_15_033
Název výzvy:	Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
Reg. číslo projektu:	CZ.03.4.74/0.0/0.0/16_33/0002984
Název projektu:	Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

ČSOP Rejštejn, 2017



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Registrační číslo projektu: CZ.03.4.74/0.0/0.0/16_033/0002984

Obsah

1.	Úvod	6
A) ANALYTICKÁ ČÁST		7
2	Vymezení území	7
2.1	Vymezení území	7
2.2	Nejvýznamnější charakteristika z pohledu polohy území	8
2.3	Vazby	9
2.3.1	Vazby s městem Grafenau	9
2.3.2	Vazba na Mikroregion Šumava-západ.....	9
2.3.3	Ostatní vztahy	10
3.4	Ostatní pozemky v majetku města (LPF a ZPF).....	11
4	Obyvatelstvo, na něž se strategie vztahuje	14
4.1	Vývoj počtu obyvatel Kašperských Hor od roku 2000	14
4.2	Prognóza vývoje obyvatelstva Plzeňského kraje (ÚRS Praha 2009)	16
4.3	Byty a domy, národnostní složení	17
4.4	Závěr ke kapitole Obyvatelstvo	18
5	Ekonomika a trh práce.....	18
5.1	Ekonomika	18
5.2	Trh práce - zaměstnanost.....	19
5.3	Závěr ke kapitole ekonomika a trh práce	21
6	Infrastruktura	21
6.1	Technická infrastruktura	21
6.2	Budovy města	23
6.3	Dopravní obslužnost.....	23
6.4	Závěr ke kapitole Infrastruktura	24
7	Občanská vybavenost a komunitní život	24
7.1	Vzdělání, školství	24
7.2	Zdravotní a sociální služby.....	24
7.3	Další služby pro obyvatele i návštěvníky	25
7.4	Spolky, kluby, zájmová činnost a tradiční akce	25
7.5	Tradiční akce.....	26
7.6	Závěr ke kapitole občanská vybavenost a komunitní život	26
8	Kultura, památky a zajímavosti	27
8.1	Závěr kapitoly kultura a památky	28

9	Životní prostředí	28
9.1	Geologie.....	28
9.2	Voda.....	30
9.3	Ochrana přírody.....	30
9.4	Závěr kapitoly životní prostředí.....	31
10	Cestovní ruch.....	31
10.1	Závěry vyplývající ze Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory 2012:	31
10.1.1	Nabídka cestovního ruchu	31
10.1.2	Turistická infrastruktura	32
10.1.3	Organizace cestovního ruchu	33
10.1.4	Marketing.....	33
10.1.5	Ekonomický efekt cestovního ruchu a jeho sledování, podnikatelské prostředí.....	33
10.1.6	Analýza návštěvníků.....	34
10.2	Další témata, která nejsou blíže zpracována v rámci Strategie rozvoje cestovního ruchu 2012 včetně doplnění za poslední období	35
10.2.1	Filmový turismus.....	35
10.2.2	Značka Šumava - originální produkt	35
10.3	Vyhodnocení plnění priorit a akčního plánu Strategie rozvoje cestovního ruchu 2012	36
10.4	Závěr kapitoly cestovní ruch.....	36
11	Marketingový plán ČR - CzechTousism 2017 –2018	37
11. 1	Marketingový plán CzechTourism 2017	37
11. 2	Produktový obsah 2017 – koncentrace na kvalitní cíle	39
11.3	Stručný obsah Marketingového plánu ČR 2018	39
12	Certifikace destinačního managementu (dle MMR ČR)	41
13	Smart city (jako součást DM).....	43
14	Strategické dokumenty	46
14.1	Státní politika územního rozvoje.....	47
14.2	Strategický rámec udržitelného rozvoje České republiky 2010-2030	47
14.3	Zásady územního rozvoje Plzeňského kraje, Aktualizace č. 1, 2014	48
14.4	Program rozvoje Plzeňského kraje 2014+	49
14.5	Územní energetická koncepce Plzeňského kraje	49
14.6	Územní studie Šumava	49
14.7	Plán dopravní obslužnosti Plzeňského kraje 2012-2016	49
14.8	Koncepce rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje pro období 2014 - 2020.....	50
14.9	Koncepce cykloturistiky a cyklodopravy Plzeňského kraje 2012.....	50
14.10	Strategie Mikroregionu Šumava - Západ, 2006.....	51

14.11	Marketingová strategie Šumavy 2012.....	51
14.12	Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory	51
14.13	Závěr kapitoly strategické dokumenty	52
15	SWOT analýza – SUR Kašperské Hory.....	52
16	Výsledky ankety k rozvoji města.....	60
16.1	Shrnutí výsledků ankety pro obyvatele	60
16.2	Shrnutí výsledků ankety pro podnikatele.....	61
17	Popis strategické části SUR dle potřeb MP.....	61
17.1	VIZE a MISE	62
17.2	Priority a strategické síle	62
17.2.1	Popis hierarchie priorit, cílů a opatření	62
17.2.2.....	Vysvětlení zpracování principů SMART CITY do strategických cílů a opatření z pohledu DM	63
17.3	Priority v rámci SUR.....	65
18	Priority, strategické cíle a opatření dle SUR	67
19	Indikátory	70
20	Integrovaný a inovativní charakter strategie, způsob tvorby.....	72
	a projednávání SUR a začlenění jejích závěrů do MP	72
21	Práce se SUR a akční plán na 1 rok.....	73
22	Doporučení pro implementaci SUR	74
23	Regionální rozvojový marketing v regionech VZCHÚ (NP a CHKO)	76
	Popis současné situace	76
	Možnosti řešení	76
	Cíle záměru	77
	Formy spolupráce.....	78
24	Popis šumavských organizací působících v regionu Šumava	78
25	Základní definice MP destinace.....	84
26	Strategické cíle MP	86
26.1	Popis cílů a opatření MP Kašperské Hory podle aktualizace rozvojové priority č. 3 Cestovní ruch	87
27	Priorita č. 3 Cestovní ruch - strategické cíle a opatření Marketingového plánu Destinace Kašperské Hory.....	88
28	Indikátory pro Prioritu 3 – Cestovní ruch dle MP	96
29	Integrovaný a inovativní charakter MP, způsob tvorby a projednávání MP	98
30	Stanovení komunikační strategie pro implementaci MP	99

31 Marketingové téma (krajina, kultura, historie)	100
32 Komunikační strategie	102
32.1 Současná situace a nová doporučení	102
32.2 Cíle komunikační strategie MP	103
32.3 Forma a aktivity MP	103
33 Webový marketing MP	104
33.1 SEO (optimalizace pro vyhledávače)	104
33.2 Sklik/PPC	104
33.3 Facebook	105
33.4 Doplnující sociální sítě v rámci potřeb MP	105
34 Práce s MP	106
33 Doporučení pro implementaci	107
34 Rizika navrženého postupu	108
35 Možnosti financování v programovém období 2014-2020	109
35.1 Úvod pro Operační programy 2014-2020	109
35.2 Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání (OP VVV)	109
35.3 Operační program Zaměstnanost (OP Z)	113
35.4 Operační program Životní prostředí (OP ŽP)	114
35.5 Integrovaný regionální operační program (IROP)	115
35.6 OP přeshraniční spolupráce mezi Svobodným státem Bavorsko a Českou republikou koordinovaný na území České republiky, řízený MMR	116
35.7 Program rozvoje venkova (PRV)	117
35.8 Další programy	118
35.8.1 Program nadnárodní spolupráce DANUBE	118
35.8.2 Program nadnárodní spolupráce Interreg Central Europe	119
35.8.3 Komunitární program LIFE	120
35.8.4 Finanční mechanismy EHP a Norska	120
35.8.5 Grantové programy NADACE VIA	121
36. Závěrečná doporučení	121
37 Přílohy:	122

1. Úvod

Tato studie byla zpracována díky podpoře EU. Díky jeho vytvoření je dále implementována Strategie udržitelného rozvoje Kašperských Hor a okolí. Projekt přispívá ke zlepšení řízení Města, byl zpracováván za aktivního přispění zástupců Města.

Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu: CZ.03.4.74/0.0/0.0/16_33/0002984
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.
- Výstupem je studie: **Marketingový plán s těmito cíly:**
 - Vybudování pevné pozice turistického centra Šumavy
 - Realizace programů pro zvýšení atraktivity města
 - Speciální programy a akce pro jednotlivé cílové skupiny
 - Zapojení podnikatelů do marketingového programu
 - Postupné navyšování počtu turistů
 - Prodlužování délky pobytu
 - Rozvoj služeb
- Marketingová strategie bude obsahovat:
 - Definice stěžejních akcí a způsob mtg komunikace města

Vytvoření komunikační strategie, která bude zahrnovat zejména vytvoření presspoolu komplexní komunikační strategii (médiu, sociální sítě)

Stanovení priorit v kalendářním roce 2017 a 2018

Vytvoření kulturního, sportovního a společenského centra Plzeňského kraje

- Akční programy zahrnuté do strategie budou zejména:

Hudební festival (např. středověké hudby, folkové hudby,...)

Sportovní závody (i s celoplošnou odezvou)

Filmový festival

Stávající akce

A) ANALYTICKÁ ČÁST

2 Vymezení území

2.1 Vymezení území

Oblast Kašperskohorska se nachází v západních Čechách, v SO ORP Sušice. Z hlediska administrativně-správní hierarchie spadá do Plzeňského kraje.

V Politice územního rozvoje ČR (2008) je řešené území součástí Specifické oblasti Šumava -SOB 1. Vymezení SOB 1 bylo provedeno v hranicích těchto obcí v ORP Klatovy: Železná Ruda, Nýrsko, Janovice n.U., Dešenice, Chudenín, Čachrov, Hamry, Dlouhá Ves, Hartmanice, Horská Kvilda, Kašperské Hory, Moldava, Nezdice na Šumavě, Prášíly, Rejštejn, Srní a Strašín. Území je využitelné především pro rozvoj turistiky a cestovního ruchu.

Do správního obvodu Kašperských Hor patří 9 sídelních jednotek:

- Kašperské Hory
- Červená
- Dolní Dvorce
- Kavrlík
- Lídlovy Dvory
- Opolenec
- Podlesí

- Tuškov
- Žlíbek

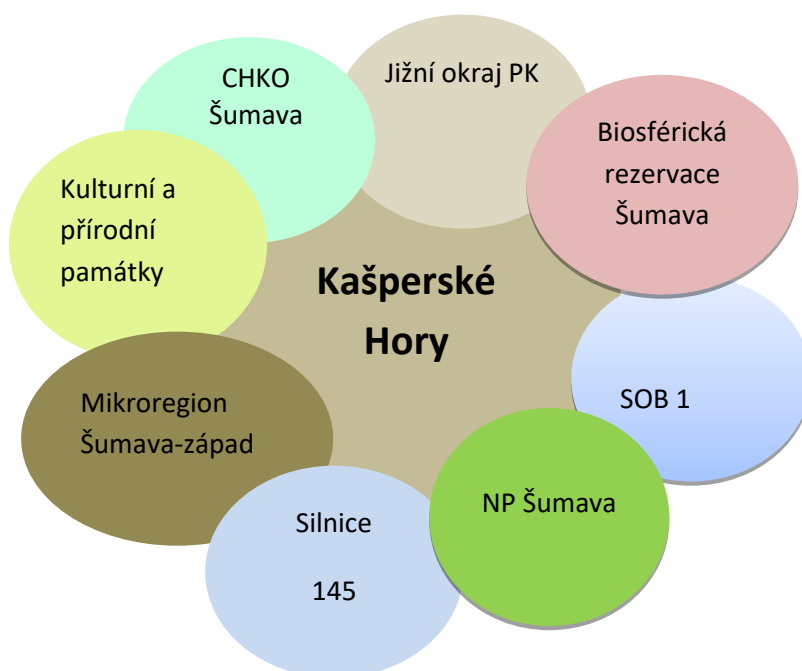
Rozloha správního obvodu:	4 413 ha
Zemědělská půda:	1 322,5 ha
Lesní půda:	2 774,4 ha
Trvalé travní porosty:	902 ha
Počet obyvatel:	1471

2.2 Nejvýznamnější charakteristika z pohledu polohy území

Zájmové území se nachází:

- na východním okraji Plzeňského kraje
- v Biosférické rezervaci Šumava (UNESCO, Člověk a biosféra)
- v CHKO a NP Šumava
- v oblasti, kde je řada kulturních a přírodních památek
- na území specifické oblasti SOB 1 Šumava
- na území Mikroregionu Šumava - západ
- nejvýznamnější dopravní spojení je zajištěno po silnici II/145

Schema 1- Znázornění charakteristiky polohy města





Zdroj: www.sumavaregion.cz

2.3 Vazby

2.3.1 Vazby s městem Grafenau

Kašperské Hory uzavřely partnerství s německým městem Grafenau. Konají se pravidelná setkání zástupců měst, vzájemně spolupracují hasiči obou měst. Spolupráce je zatím víceméně formální a informace o spolupráci lze nalézt ve Zpravodaji, ale chybí na webových stránkách města.

Spolupráce s Grafenau v rámci cestovního ruchu funguje pouze na principu výměny informačních materiálů pro infocentra. Nepořádají se žádné společné akce. Fungují vzájemné návštěvy - Nový rok, školní besídka, Volksfest a Säumerfest, Kašperskohorská pouť. V současné době město plánuje oslovit Grafenau a projednat možnosti širší spolupráce v oblasti cestovního ruchu.

2.3.2 Vazba na Mikroregion Šumava-západ

Město Kašperské Hory je zapojeno v Mikroregionu Šumava- západ, sdružení právnických osob, které bylo založeno v březnu 2001. V mikroregionu je zapojeno celkem 13 obcí, které leží na 59 634 ha.

Mikroregion zatím nehraje příliš výraznou roli při rozvoji města jako je to např. u Železné Rudy, ale spolupráce s mikroregionem se začíná od roku 2015 více rozvíjet i v souvislosti novým programovacím obdobím 2014-2020 a s možností čerpat dotační prostředky z OP přeshraniční spolupráce ČR - Svobodný stát Bavorsko.

2.3.3 Ostatní vztahy

Město je členem Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska (SHS ČMS) jedná se o dobrovolnou, zájmovou, nevládní organizaci sdružující především historické obce nebo jejich částí, na jejichž území jsou zachovány významné kulturní hodnoty, zejména nemovité památky. Vzniklo z iniciativy měst v listopadu roku 1990.

K 1. 4. 2015 má celkem 213 členů, z toho 204 řádných (obcí, měst a městských částí) a 9 přidružených. Mezi nejvýznamnější činnosti a aktivity Sdružení patří péče společně s Ministerstvem kultury a Ministerstvem pro místní rozvoj o **Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón.**

Dále je město členem těchto organizací a sdružení:

Svaz obcí NP Šumava: <http://www.svazobci.sumavanet.cz/svazobci/> - člen město Kašperské Hory

Občanské sdružení Karel Klostermann - spisovatel Šumavy: <http://www.sumavanet.cz/klostermann/> - člen město Kašperské Hory

Euroregion Šumava: <http://www.euregio.cz> - člen město Kašperské Hory

Šumavské trojhradí: <http://www.trojhradi.cz/> - člen město Kašperské Hory, naplňuje hrad Kašperk

Asociace turistických informačních center ATIC ČR: <http://www.aticcr.cz/> - člen město Kašperské Hory, naplňuje MěKIS

České sdružení pro biomasu - CZ Biom (www.czbiom.cz)

Instituce, spolky a aktivity v okolí ve vztahu k cestovnímu ruchu

Správa NP a CHKO Šumava: <http://www.npsumava.cz/cz/>

Infocentra v okolí: <http://www.sumavanet.cz/urady.asp?atr=u-ic>

Mikroregiony, regionální agentury: <http://www.sumavanet.cz/urady.asp?atr=u-ho>

3.4 Ostatní pozemky v majetku města (LPF a ZPF)

Město je významným vlastníkem dalších pozemků na katastrálních územích jiných obcí:

Horská Kvilda - LV 14 a LV179
 Nicov - LV 8520
 Řetenice u Stach - LV 958
 Studenec u Stach - LV 853
 Mílov - LV 854
 Stachy - LV 1532
 Filipova Huť - LV 167
 Kozí Hřbet - LV 328
 Radešov u Rejštejna - LV 301
 Rejštejn - LV 332
 Svojše - LV 247
 Zhůří u Rejštejna - LV 194 a 320
 Vchynice-Tetov I - LV 146

Celkem město vlastní mimo své katastrální území **4 347 ha pozemků**. Z přehledu celkových výměr vlastních pozemků (mimo katastr města) je nejvýznamněji zastoupen lesní půdní fond a pozemky určené k plnění funkce lesa 3,9 tis. ha a na dalším místě jsou trvalé travní porosty cca 148 ha a vodní plochy 101 ha (viz tab.1). Tabulka 2 uvádí podrobnější přehled pozemků.

TABULKA 1- VÝMĚRY POZEMKŮ LEŽÍCÍCH MIMO KATASTRÁLNÍ ÚZEMÍ MĚSTA, DLE DRUHU POZEMKŮ, SESTUPNĚ DLE VELIKOSTI

druh pozemku	výměra v ha
LPF a PUPFL	3 989,83
TTP	147,68
Vodní plochy	101,1
Zjednodušená evidence	66,98
Ostatní plocha vč manipulačních ploch	38,64
Orná půda	2,12
Zastavěná ploch a nádvoří	0,87
Zahrady	0,15

TABULKA 2- PODROBNÝ PŘEHLED POZEMKŮ MIMO KATASTRÁLNÍ ÚZEMÍ MĚSTA

katastr. území	LPF PUPFL	TTP	zastavěná plocha a nádvoří	ostatní plocha vč. manip. ploch	vodní plochy	zahrady	zjednodušená evidence	orná půda
Filipova Huť								
výměra celkem (m²):	33793							
Horská Kvilda LV 14								
výměra celkem (m²):	25359142	256889	2856	139194	964104		664646	
Horská Kvilda LV 179								
výměra celkem (m²):	31523						2692	
Kozí hřbet								
výměra celkem (m²):	14953	147228		3901				
Milov								
výměra celkem (m²):	47529		299	472				
Radešov u Rejštejna								
výměra celkem (m²):	424145	5821	62	1238		1520		
Nicov								
výměra celkem (m²):	287494	723		7274				
Rejštejn								

Respect for
Nature

výměra celkem(m²):		109945		1933				
Svojše								
výměra celkem (m²):	7407473	365392	3227	93258	9125		58	5081
Řetenice u Stach								
výměra celkem (m²):		169	59	2671				
Stachy								
výměra celkem (m²):	567			797				
Studenec u Stach								16121
výměra celkem (m²):	2407178	106079	255	27408				
Vhynice - Tetov I								
výměra celkem (m²):	1966678			75619			2454	
Zhůří u Rejštejna								
výměra celkem (m²):	1917872	484516	1971	32633	37706			
CELKEM	39 898 347	1 476 762	8 729	386 398	1 010 935	1 520	669 850	21 202

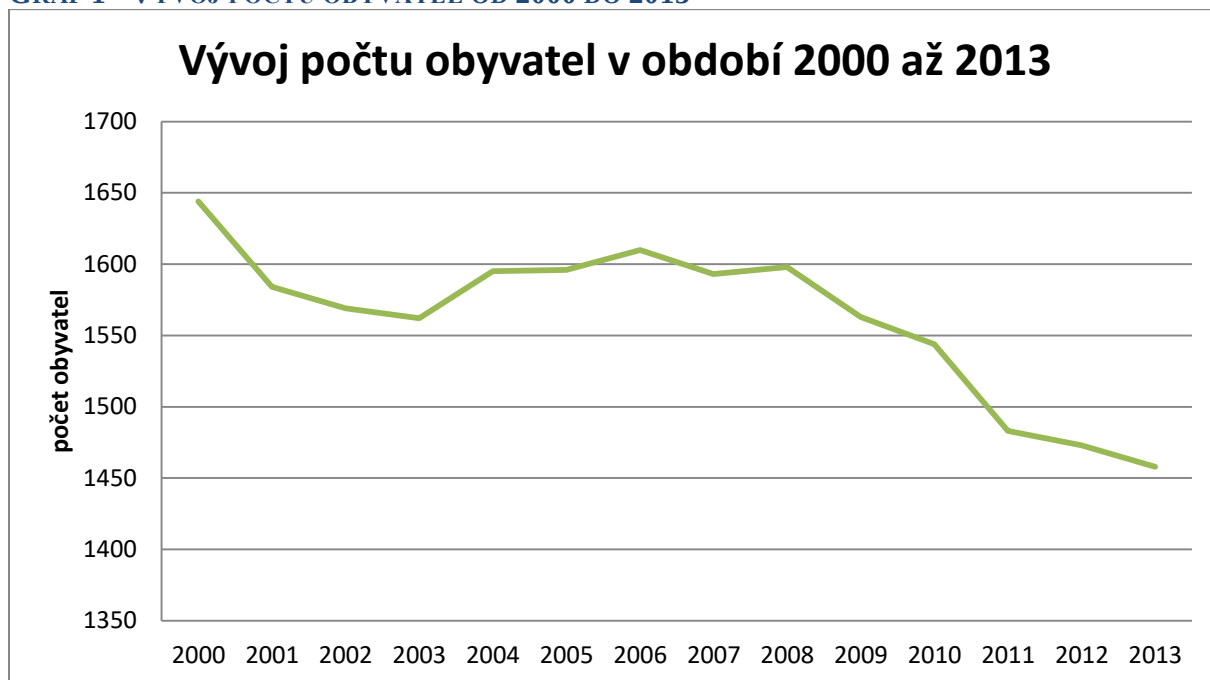
4 Obyvatelstvo, na něž se strategie vztahuje

4.1 Vývoj počtu obyvatel Kašperských Hor od roku 2000

K 31. 12. 2013 žilo v Kašperských Horách 1458 obyvatel. Z toho 708 mužů a 750 žen. Průměrný věk 43,6 let je vyšší než průměrný věk v Plzeňském kraji - 41,9 let.

Z níže uvedeného grafu je vidět, že v období od roku 2000 počet obyvatel kolísal v obou směrech až do roku 2008. Od roku 2009 počet obyvatel stále mírně klesá (o 140 obyvatel k roku 2013). Počet ekonomicky aktivních obyvatel (ve věku 15-64 let) se mezi roky 2008 a 2013 snížil o 167.

GRAF 1 - VÝVOJ POČTU OBYVATEL OD 2000 DO 2013



Z hlediska nejvyššího dosaženého vzdělání převládají lidé se středním vzděláním bez maturity včetně vyučených - 37 %, na druhém místě jsou se základním nebo neukončeným vzděláním 23 % a následují se 22 % obyvatelé s úplným středním vzděláním s maturitou, vysokoškoláků je 8,6 %.

TABULKA 3 OBYVATELSTVO PODLE VZDĚLÁNÍ

Kašperské Hory - obec/město (okr. Klatovy)						
Počet obyvatel s obvyklým pobytem	nejvyšší ukončené vzdělání (věk 15 a více)	celkem [1]			1 238	
		z toho	bez vzdělání [1]		6	
			základní vč. neukončeného [1]		288	
			střední vč. vyučení (bez maturity) [1]		458	
			úplné střední s maturitou [1]		272	
			nástavbové studium [1]		29	
			vyšší odborné vzdělání [1]		15	
			vysokoškolské [1]		106	
			z toho	bakalářské [1]	16	
	magisterské [1]	87				
	pohlaví	celkem [1]			1 412	
		muž [1]			686	
		žena [1]			726	
	zaměstnaní	celkem [1]			1 412	
		z toho zaměstnaní	celkem [1]		568	
			v tom	zaměstnanci, zaměstnavatelé, samostatně činní, pomáhající [1]		526
				pracující studenti a učni [1]		10
				pracující důchodci [1]		26
				ženy na mateřské dovolené [1]		6

Zdroj ČSÚ, 26. 3. 2011

TABULKA 4 VÝVOJ POČTU OBYVATEL OD ROKU 2000 DO ROKU 2013 (ZDROJ ČSÚ)

	Počet obyvatel	přírůstek obyvatel	z toho ženy	ve věku 0-14		ve věku 15-59		ve věku 60-64		ve věku 15-64		ve věku 65 a více let	
				celkem	z toho ženy	celkem	z toho ženy	celkem	z toho ženy	celkem	z toho ženy	celkem	z toho ženy
2000	1 644	7	812	296	131	.	.	.	.	1 157	563	191	118
2001	1 584	-60	783	273	118	1 054	514	67	32	1 121	546	190	119
2002	1 569	-15	765	264	112	1 037	499	69	34	1 106	533	199	120
2003	1 562	-7	766	254	109	1 048	503	63	34	1 111	537	197	120
2004	1 595	33	768	236	104	1 081	502	78	43	1 159	545	200	119

2005	1 596	1	787	226	99	1 056	495	82	47	1 138	542	232	146
2006	1 610	14	802	230	104	1 052	493	94	54	1 146	547	234	151
2007	1 593	-17	802	210	100	1 041	493	99	53	1 140	546	243	156
2008	1 598	5	804	207	100	1 036	497	119	57	1 155	554	236	150
2009	1 563	-35	783	176	81	1 023	490	114	57	1 137	547	250	155
2010	1 544	-19	768	176	76	998	479	122	59	1 120	538	248	154
2011	1 483	-9	754	177	78	922	467	120	56	1 042	511	264	165
2012	1 473	-10	751	177	82	896	437	116	58	1 012	495	284	174
2013	1 458	-15	750	174	83	870	424	118	63	988	487	296	180
2014	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.

4.2 Prognóza vývoje obyvatelstva Plzeňského kraje (ÚRS Praha 2009)

Vývoj počtu obyvatelstva je jednou z důležitých složek v rámci rozvoje společnosti. Od počtu obyvatel se odvíjí celá řada dalších skutečností, které bezprostředně souvisejí s touto charakteristikou. Pro praxi má velký význam znát očekávaný vývoj obyvatelstva. Proto se zpracovávají prognózy, eventuálně projekce obyvatelstva. Prognózy se mohou zpracovávat za různé územní celky.

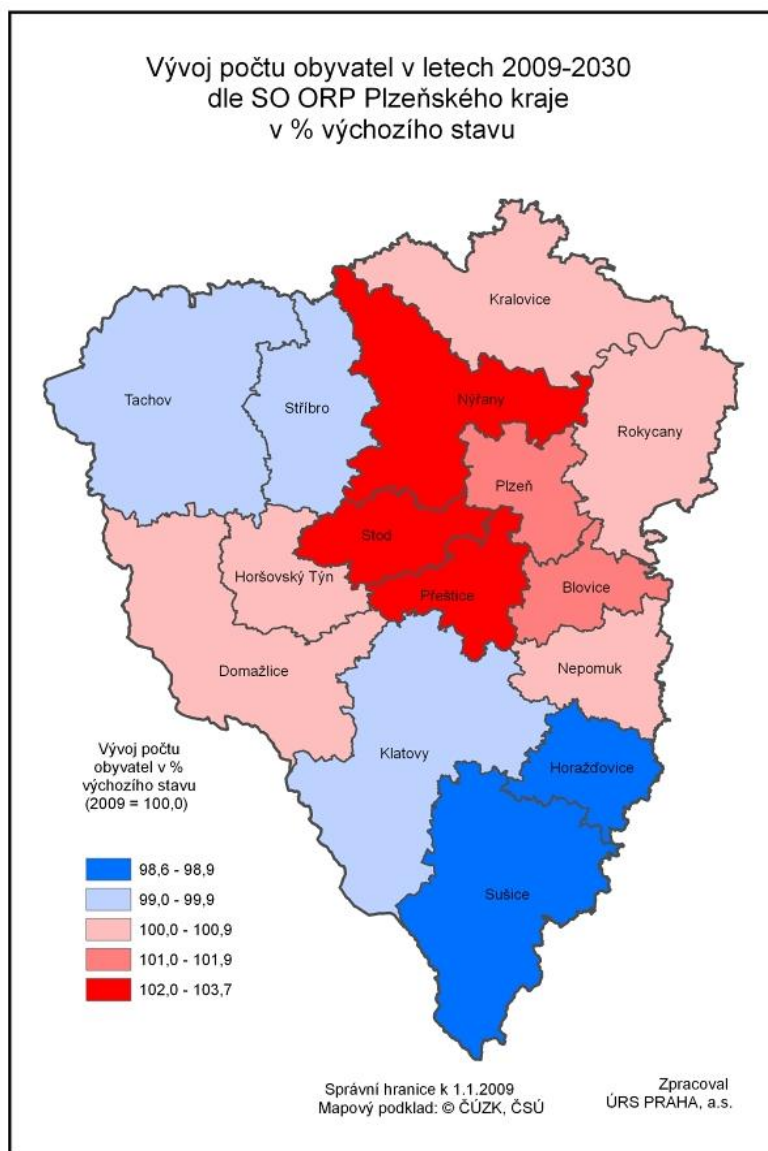
Prognóza vývoje obyvatelstva Plzeňského kraje je zpracována do roku 2030 a obsahuje i pravděpodobné počty obyvatel za roky 2010, 2015, 2020, 2025 a 2030.

Z prognózy je zřejmé, že na Kašperskohorsku přes mírné kolísání v obou směrech dojde k 31. 12. 2030 k mírnému poklesu počtu obyvatel cca o 1 až 1,4 % (Obr. 1).

Současný pokles počtu obyvatel oproti roku 2009, který je v prognóze brán jako 100 % však činí cca 7 % (k 31. 12. 2013).

OBRÁZEK 1

Vývoj počtu obyvatel jednotlivých SO ORP Plzeňského kraje. V SO ORP Sušice se předpokládá mírný pokles počtu obyvatel o cca 1 až 1,4 % do roku 2030, přičemž rok 2009 je brán jako 100 %.



Zdroj: ÚRS Praha 2009

4.3 Byty a domy, národnostní složení

V Kašperských Horách bylo v roce 2011 celkem 887 bytů, z toho 289 neobydlených a 424 domů. Příčiny neužívání bytů či domů jsou různé a podrobně je ukazuje tabulka níže. Domů a bytů nezpůsobilých k bydlení je malé procento, což ukazuje na celkem dobrý stav nemovitostí. Obyvatelstvo je z 67 % české národnosti, druhou nejčastější skupinou je slovenská národnost s cca 2 % a 29 % občanů svoji národnost neuvedlo.

4.4 Závěr ke kapitole Obyvatelstvo

S ohledem na statisticky doložený vývoj obyvatelstva lze shrnout do 2 zásadních trendů:

1. Počet obyvatel zájmového území se snižuje a ještě rychleji klesá počet ekonomicky aktivních obyvatel.
2. Obyvatelstvo stárne.

5 Ekonomika a trh práce

5.1 Ekonomika

Největšími podniky působícími v území jsou Medica filter a město a jím zřizované organizace:

- Kašperskohorské městské lesy s.r.o. (34 zaměstnanců)
- Statek Kašperské Hory s.r.o (19 zaměstnanců)
- Základní škola, Základní umělecká škola a Mateřská škola Kašperské Hory
- Zdravotnické služby Šumava s.r.o.
- Město Kašperské
- Technické služby (14 zaměstnanců)

Dle údajů ČSÚ je v Kašperských Horách v roce 2013 registrováno 430 ekonomických subjektů, z nichž 225 je aktivních. Těchto 225 aktivních podnikatelských subjektů působí v různých odvětvích, nejvýznamnější jsou:

TABULKA 5 PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY PODLE ODVĚTVÍ

Odvětví	počet podnikatelských subjektů
Zemědělství, lesnictví, rybářství	48
Stavebnictví	41
Ubytování stravování a pohostinství	38
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	25
Průmysl	24
Profesní, vědecké a technické činnosti	10

Zdroj ČSÚ, 2013

Nejčastější právní formou ekonomických subjektů v Kašperských Horách jsou fyzické osoby 225, právnických osob je 196. Nejčastější je forma s.r.o. (celkem 14 aktivních). Podrobněji viz příloha 1.

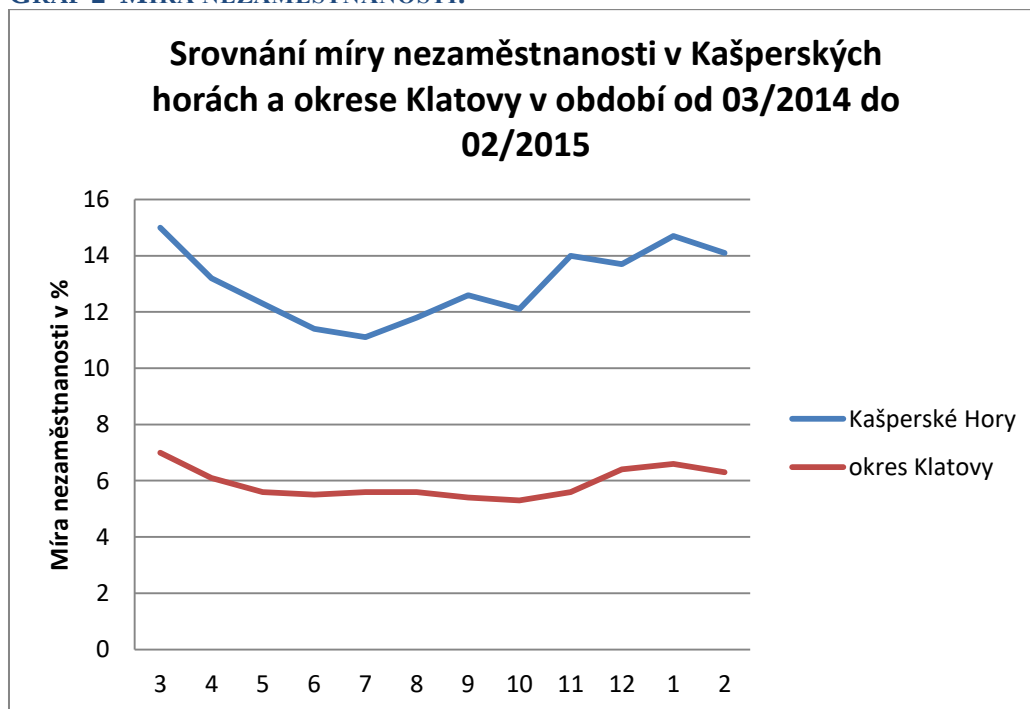
Omezením pro ekonomický rozvoj je i dopravní dostupnost, která je ovlivněna kvalitou silnice II. třídy č. 145 a neexistencí železnice. Území není atraktivní pro velké výrobní podniky z důvodu dostupnosti, vzdálenosti center a i malého počtu obyvatel.

5.2 Trh práce - zaměstnanost

V Kašperských Horách je cca dvojnásobně vyšší nezaměstnanost než v okrese Klatovy. V posledních 12ti měsících se nezaměstnanost pohybuje okolo 13 %, zatímco v okrese Klatovy je to cca 6 % viz. Graf 2.

Nejnižší nezaměstnanost je v měsících červen, červenec a srpen, v roce 2014 to bylo 11,1 až 11,8 %.

GRAF 2 MÍRA NEZAMĚŠTNANOSTI.



Pohled na zaměstnanost obyvatel z hlediska odvětví ukazuje Tab 6. Nejvíce obyvatel Kašperských Hor pracuje v průmyslu (18,5 %), na druhém místě je zemědělství, lesnictví a rybářství (8,8 %) a na třetím stavebnictví (8,3 %). V oblasti ubytování, pohostinství a stravování pracuje 8 % ze zaměstnaných obyvatel.

TABULKA 6 ZAMĚSTNÁNÍ OBYVATELSTVA PODLE ODVĚTVÍ K 26. 3. 2011 (ZDROJ ČSÚ)

Kašperské Hory - obec/město (okr. Klatovy)					
Počet obyvatel s obvyklým pobytem	zaměstnání podle odvětví	celkem			1 412
		z toho zaměstnaní	celkem		568
			z toho podle odvětví	zemědělství, lesnictví, rybářství	50
				průmysl	105
				stavebnictví	47
				velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	29
				doprava a skladování	19
				ubytování, stravování a pohostinství	46
				informační a komunikační činnosti	8
				peněžnictví a pojišťovnictví	4
				činnosti v oblasti nemovitostí, profesní, vědecké a technické činnosti a administrativní a podpůrné činnosti	27
				veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	37
				vzdělávání	38
				zdravotní a sociální péče	32
				nezjištěno	94

Zdroj ČSÚ, 26. 3. 2011

5.3 Závěr ke kapitole ekonomika a trh práce

V rámci těchto dvou souvisejících oblastí lze shrnout zjištěné do 4 bodů:

1. Vysoká nezaměstnanost
2. Nedostatek pracovních míst
3. Město jako jeden z největších zaměstnavatelů
4. Vysoký podíl neaktivních ekonomických subjektů (polovina)

V území je 2x vyšší nezaměstnanost ve srovnání s okresem Klatovy. Obyvatelé nejvíce pracují v průmyslu, na druhém místě je zemědělství a lesnictví a na třetím stavebnictví. Oblast cestovního ruchu je až na šestém místě, což může být způsobeno mj. tím, že tato oblast je provozována podnikatelsky osobami samostatně výdělečně činnými bez potřeby mít zaměstnance.

V území je velkým zaměstnavatelem město a firma Medica filter.

Nenacházejí se zde žádné velké podniky a ani není žádoucí je sem umísťovat. Omezením pro ekonomický rozvoj je také horší dopravní dostupnost, která je ovlivněna kvalitou silnice II. třídy č. 145 a neexistencí železnice. Území není atraktivní pro velké výrobní podniky z důvodu dostupnosti, vzdálenosti center a i malého počtu obyvatel.

Oblast je vhodná k rozvoji drobného a středního podnikání (zemědělství, lesnictví, zpracování dřeva) v oblasti tradiční výroby a cestovní ruchu.

6 Infrastruktura

6.1 Technická infrastruktura

Stav a vybavenost území technickou infrastrukturou zásadním způsobem podmiňují jeho ekonomický rozvoj a kvalitu životních podmínek. V posledních 10 letech se stav technické infrastruktury mírně zlepšil.

TABULKA 7 PŘEHLED TECHNICKÉ INFRASTRUKTURY

	Pitná voda	Kanalizace, napojení na ČOV	Nakládání s odpady	Elektřina	CZT
Kašperské hory	městský vodovod	ČOV	Sběrný dvůr a kompostárna 450 popelnic, 20 separačních kontejnerů SEZ Na Prádle	vyhovující	centrální vytopna na biomasu
Červená	městský vodovod	ČOV	30 popelnic, 3 separační kontejnery	Návrh kabelizace návsi	není připojení
Dolní Dvorce	není	není	pytlovaný sběr, 17 objektů	vyhovující	není připojení

Kavrlík	není	není	pytlovaný sběr, 2 objekty	vyhovující	není připojení
Lídlavy Dvory	není	není	pytlovaný sběr, 11 objektů, 2 popelnice	vyhovující	není připojení
Opolenec	není	není	pytlovaný sběr, 23 objektů	vyhovující	není připojení
Podlesí	není	není	pytlovaný sběr, 4 objekty	vyhovující	není připojení
Tuškov	Studna a vodovod do 3 objektů	není	18 popelnic, separační kontejnery	vyhovující	není připojení
Žlíbek	není	není	8 popelnic, 20 objektů, 1 separační kontejner	vyhovující	není připojení

Výtopna Kašperské Hory

Údaje jsou čerpány z Energetického auditu Výtopny KH, červen 2015, zpracovaném firma EGF Energy s.r.o. Energetický audit byl zadán za účelem zefektivnění fungování výtopny tak, aby byl zajištěn ekonomicky přijatelný provoz a byly zváženy všechny možnosti zlepšení hospodaření. V roce 2014 vykázala Výtopna finanční ztrátu.

Výtopna se nachází v ul. Smetanova 156 a byla uvedena do provozu v září 2005. Ve výtopně jsou 2 kotle Schmid UTSR 1600,32 a 2400,32 na biomasu. Jeden s výkonem 1,6 MW a druhý 2,4 MW. Celkový instalovaný výkon je 4,0 MW. Pro řešení havarijních situací byla v roce 2011 vybudována druhá výtopna v ul. Besední na extra lehký topný olej. V září 2011 proběhla 2. etapa výstavby rozvodů. Průměrná účinnost výtopny je 77.5 %.

EA audit doporučuje zavést celou řadu opatření, která jsou až na jedno zařazena do skupiny nízkonákladová.

Opatření se týkají tří oblastí:

1. oblast paliv,
2. oblast výroby tepla a rozvodů,
3. oblast prodeje tepla.

Parkovací plochy

Přímo na náměstí je dostatek parkovacích ploch cca 50, další parkoviště je u hradu, které pouze v ojedinělých případech nedostačuje. V území je nedostatek menších parkovacích ploch, např. u výchozích bodů pro turistiku nebo návštěvu zajímavých míst. Parkovací plochy budou řešeny v územním plánu a budou navázány na vznik nových volnočasových center.

6.2 Budovy města

Město je vlastníkem řady budov, o které musí pečovat. V posledních letech byly opraveny Horský klub, sběrný dvůr, kino, škola. Dále se město spolupodílí na opravách církevního majetku zejména kostela svaté Markéty na náměstí, fary. Některé objekty však stále zůstávají ve špatném stavu a je potřeba rozhodnout o jejich další budoucnosti. Jedná se o objekty: Bílá růže, špýchar, sokolovna, stará hasičárna, stará tělocvična a dílna v ul. Dlouhá.

6.3 Dopravní obslužnost

Dopravní obslužnost je zajištěna po silnici II. třídy č. 145: Petrovice u Sušice – Hartmanice – Kašperské Hory – Stachy – Zdíkov – Vimperk – Husinec – Netolice – Česnovice.

Dopravní dostupnost je komplikovaná a větší centra jsou dostupná pouze s přestupy v Sušici, Klatovech a Vimperku. Autobusové spojení české Budějovice - Plzeň bylo v posledních letech značně omezeno.

Autobusová zastávka je umístěna na Náměstí poblíž Dětského domova. Autobusy provozuje ČSAD Plzeň a.s., popř další společnosti.

Autobusové spojení

Všední dny, celoročně:

Kašperské Hory – Sušice: 14 spojů /den

Sušice – Kašperské Hory : 15 spojů / den

Kašperské Hory – Stachy: 4 spoje/den

Stachy – Kašperské hory: 3 spoje/den

Spojení se Sušicí je zhruba 1x za hodinu a odtud je i nejlepší napojení na větší centra např. do Plzně, Prahy, Klatov. Lze využít autobusy a vlaky. Sušice leží na železniční trati Klatovy – Sušice - Horažďovice Předměstí.

Problémem může být těsné napojení vlaků od Plzně, kdy na přestup na autobus zbývá cca 5 minut, což je vzhledem k častému nedodržení jízdních časů vlaků velmi málo a tak je pravděpodobné, že cestujícím nejbližší autobus do Kašperských Hor ujede a musí hodinu čekat na další.

Spojení s Českými Budějovicemi je zajištěno přímými autobusy 3x denně ve všední dny.

Dopravní obslužnost je v době letních prázdnin doplněna řadou sezónních linek.

Místní autobusová doprava

Město Kašperské Hory (dále KH) provozuje místní mini-busovou linku spojující Kašperské Hory se Sušicí. Operuje na dvou trasách: 1x denně trasa KH - Nezdice - Strašín - Soběšice - Žihobce - Sušice a 2x denně KH - Dlouhá Ves - Sušice. 2x denně pak spojuje místní části Červená a Tuškov.

6.4 Závěr ke kapitole Infrastruktura

V péči o infrastrukturu jsou obvykle limitujícím prvkem finance. Město provedlo v minulosti řadu zásahů ve prospěch zlepšení stavu infrastruktury, nicméně je třeba dále v této činnosti systematicky pokračovat. Zejména jde o vodohospodářskou infrastrukturu, zchátralé budovy, komunikace, veřejné osvětlení ad.

Město učinilo v roce 2015 kroky ke zlepšení autobusového spojení, snaha však ztroskotala na neschopnosti krajů (Jihočeský a Plzeňský) kooperovat a obnovit funkční tradiční autobusové spojení na trase České Budějovice – Kašperské Hory – Plzeň a zpět.

7 Občanská vybavenost a komunitní život

7.1 Vzdělání, školství

V Kašperských Horách jsou mateřská a základní škola, jejichž zřizovatelem je město. Střední školy jsou v Sušici, Klatovech, Vimperku a Strakonici. Vysoké školy v krajských městech.

7.2 Zdravotní a sociální služby

Zdravotnické služby poskytuje Poliklinika Kašperské Hory, kde ordinuje praktický lékař pro dospělé, praktický lékař pro děti a zubní lékař. Nejbližší lékařská pohotovost a nemocnice je v Sušici (15 km). Nemocnice v Sušici má lůžkovou část (dětské odd., chirurgie, interna, JIP, gynekologie, následná péče) a ambulantní část.

Ve městě je lékárna, která má otevřeno ve všední dny.

Sociální služby

Dům s pečovatelskou službou o kapacitě 90 osob. Dohled zajišťuje Sušická charita.

Dětský domov Kašperské Hory - Dětský domov v Kašperských Horách je domovem rodinného typu, činnost domova je vymezena zákonem č. 109/2002 Sb. Sídlo dětského domova je v Kašperských Horách, další pracoviště jsou v Sušici a v Chanovicích. V současné době je v dětském domově

umístěno 54 dětí. Statutárním orgánem DD je ředitelka, dále zde pracuje 15 vychovatelů a 13 asistentů vychovatelů a 2 sociální pracovnice. Zřizovatelem DD je Plzeňský kraj.

7.3 Další služby pro obyvatele i návštěvníky

Vybavenost službami je poměrně dobrá, nicméně za širší nabídkou zboží a služeb je nutné zajet do Sušice nebo jiného většího města.

Přehled služeb:

- Autoopravny
- Bankovní služby - bankomat Česká spořitelna, Poštovní spořitelna
- Pošta - pobočka České pošty
- Čerpací stanice - na výjezdu z města směr Sušice, nonstop
- Internet - placený veřejný internet v Městském kulturním a informačním středisku
- Další služby - masáže, kadeřnictví a holičství, kosmetika, pedikúra, manikúra, nehtové studio, prádelna a čistírna
- Obchody - prodejna potravin Jednota COOP, trafika, drogerie, papírnictví, obchody se smíšeným zbožím, cukrárna, suvenýry na Náměstí a v přilehlých uličkách
- Policie - stálá služba Policie České republiky na Náměstí

7.4 Spolky, kluby, zájmová činnost a tradiční akce

Město tradičně podporuje klubovou a zájmovou činnost finančně. Na začátku kalendářního roku je možné dle zveřejněných pokynů podat žádosti o finanční příspěvek na činnost kroužků, klubů a spolků. Žádosti vyhodnocuje Kulturní komise a o přidělení finančních prostředků rozhoduje Rada města.

Přehled spolků a klubů:

- SDH Kašperské Hory - pořádání akcí pro děti, dospělé i seniory, účast v soutěžích spolupráce s hasiči z Grafenau
- Šumavský kulturní spolek
- Místní divadelní spolek Pachmajr
- Spolek Duha- sdružení dětí a mládeže pro volný čas, přírody a recesi - s pobočným spolkem Duha Králováci (14 členů)
- Skauti - hlavně outdoorové aktivity
- TJ - oddíl kopané
- Orientační běh
- Klub českých turistů
- Myslivecké sdružení Kašperské Hory honitba (Povydrí, honitba Chlum)
- Český svaz včelařů organizace Kašperské Hory

- Centrum volného času - privátní spojené s Hotelem Rilancio, hlavní cílové skupinu jsou rodiny s dětmi do 10 let, pořádá záhadologické víkendy s přednáškami, zahrnuje i Dětské centrum včetně služby hlídání dětí, aktivní outdoorové programy, výchovné i poznávací
- Horský klub - tvořivé dílny
- Taneční klub Power

7.5 Tradiční akce

- Městské slavnosti Šumavské Kašperské Hory - září
- Kašperská 30 (únor) - závod v běžeckém lyžování v rámci seriálu závodů SkiTour
- Nabídka tematických vycházek IS SEV KH
- Kašperskohorská pouť (srpen)
- Akce na hradě Kašperk
- Koncerty v kostele
- Slavnosti
- Filmové festivaly
- Farmářské a řemeslné trhy
- Jarmarky
- Akce pro děti: Noc a Andersenem, maškarní ples, čarodějnice, Den dětí, Mikuláš, pěvecké soutěž

7.6 Závěr ke kapitole občanská vybavenost a komunitní život

Kašperské Hory jsou město s poměrně dobrou občanskou vybaveností. Jsou zde pošta, škola, školka, knihovna, obchod s potravinami, řada restaurací, autoopravny, služebna Police ČR, kadeřnice atd. (více v podkapitolách).

Jako nedostatek je pocíťována absence společenského sálu, nákupní možnosti jsou omezené a nedosahují běžného standardu a dopravní obslužnost je problematická. Pro zajištění běžného komfortu je vlastní dopravní prostředek nezbytným vybavením domácnosti, tak jako i v jiných venkovských oblastech ČR.

V oblasti působí řada spolků a klubů, některé z nich se potýkají se stárnutím členské základny a nízkým zájmem mladých lidí (včelaři, sportovní oddíly), jiné jsou velmi aktivní např. hasiči, orientační běh, skauti. Toto je mj. zcela určitě ovlivněno i klesajícím počtem obyvatel.

Rozhodně je zde potenciál v rozvoji komunitních zájmových činností pro děti i dospělé a budování zázemí (materiální a duchovní) pro takovou činnost a pořádání opakovaných akcí (kulturních i sportovních). Město má velké možnosti pomoci díky svému nevyužitému i stávajícímu majetku i díky aktivním osobnostem, které v oblasti žijí a svým nadšením a zápalom pro věc dokáží strhnout ostatní.

V současné době nemá město řešeno řízení kulturního života, kulturní akce zajišťuje MěKIS a částečně i církev.

8 Kultura, památky a zajímavosti

Za kulturou lze zajít do rekonstruovaného kina, či navštívit koncerty, které bývají pořádány v kostele nebo se účastnit řady kulturních i jiných akcí. Město má vlastní knihovnu, kterou navštěvuje cca 100 aktivních čtenářů. Chybí společenský sál pro pořádání plesů, koncertů, divadel apod.

Město, které existovalo již na přelomu 13. a 14. století má bohatou historii. V roce 1584 získalo titul královského města a k tomu rozsáhlé pozemky včetně lesů. Město je známé těžbou zlata a po jejím útlumu ji nahradily sklářství, dřevařství, papírenství a chov dobytka.

V zájmovém území se nachází celá řada historických a duchovních památek, které spoluutvářejí charakter tohoto území. Podrobně jsou tyto památky popsány v Strategii rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory.

- Hrad Kašperk – nejvýše položený královský hrad v Čechách, založený 1356 Karlem IV. Hrad sloužil k ochraně zemské hranice a zlatonosného území. V roce 1616 odkoupilo hrad od Rudolfa II. město Kašperské hory. Hrad je významnou dominantou krajiny a má rozhodující význam pro cestovní ruch. Navštíví ho ročně cca 45 000 návštěvníků
- Pustý hrádek – zřícenina předsunutého opevnění hradu Kašperku
- Pozůstatky po těžbě zlata – bývalé štolý a šachty a také jámy, hluboké příkopy a násypy vzniklé povrchovou těžbou. K těmto technickým památkám vede naučná stezka Cestou zlatokopů.
- Sředověké jádro města je památkovou zónou od roku 1992, tvoří Náměstí s historickými domy např. renesanční Radnice, barokní patrový dům čp. 11, barokní fara čp. 14 a další
- Kostel svaté Markéty, dominanta Náměstí pochází z poloviny 14 st., je vystavěn v gotickém slohu a u jeho východní stěny je umístěn Kohoutí kříž z Nicova
- Socha sv. Jana Nepomuckého - ve východní části Náměstí z roku 1861
- Zachovalá architektura v částech Opolenec a Červená
- Památník s bustou K. Klostermanna z roku 1973 je umístěn v JZ části náměstí.
- Muzeum Šumavy – zřizovatelem je Plzeňský kraj. Muzeum má stálou a sezónní expozici.
- Muzeum pivovarnictví, motocyklů a Expozice českých hraček - v soukromých rukách
- Kaplička U Harantů – Besední ulice (u školy)
- Kamenný Praníř – u cesty na Šibeniční vrch, z roku 1630
- Boží muka – Smetanova ul., na zahradě domu čp.337
- Sýpka – ul. Smetanova, 17. století
- Poutní Kostel Panny Marie Sněžné z poloviny 19. St. Se nachází v jižní části města, novorománský sloh
- Hřbitovní kostel svatého Mikuláše (z poč. 14. století, gotický sloh) a v jeho blízkosti Kaple sv. Anny (barokní, 18 st.)
- V okolí se nachází řada kapliček např.: Kaple Panny Marie Klatovské , Nová kaplička nad Rejštejmem, Kaple na okraji Opolence, Kaplička Grantl u hřbitova, Kaplička Pohraniční stráže, Kaple Velký Kozí Hřbet, Kaple Malý Kozí Hřbet.
- Seismická stanice Geofyzikální ústavu Akademie věd ČR – založena v roce 1960

8.1 Závěr kapitoly kultura a památky

Dominantou mezi památkami je rozhodně hrad Kašperk s roční návštěvností cca 45 tis. V území je dostatek drobných zajímavých památek, včetně venkovské architektury, kterou stojí za to zhlédnout a můžou být využity pro cestovní ruch.

Místní obyvatelé mohou chodit do kina či koncerty, účastnit se řady akcí pořádaných MěKIS, církví a aktivními spolky. Jako nedostatek je pocíťována absence společenského sálu. Chybí řízení kulturního a společenského života na úrovni města.

9 Životní prostředí

Jedním z velkých pozitiv oblasti Kašperskohorska je vysoká hodnota životního prostředí. Čistý vzduch a zachovalá pestrá řídce osídlená krajina protkaná sítí pramenišť, potoků, říček a skalních útvarů.

Krajina je velmi krásná, členitá s velkým podílem lesů (60 %) a nízkým procentem zastavěných ploch, ideální k odpočinku a rekreaci.

Město investuje do dalšího zlepšování životního prostředí (instalace mokré vypírky kouřových plynů na výtopně, intenzifikace kalového hospodářství ČOV, modernizace zdrojů pitné vody,)

TABULKA 8 PROCENTNÍ ZASTOUPENÍ DRUHŮ POZEMKŮ NA KATASTRÁLNÍM ÚZEMÍ KH

	% z výměry katastrálního území
les	60
zemědělská půda (orná půda, TTP, sady, zahrady)	30
zastavěné plochy	0,7

Město disponuje sběrným dvorem a kompostárnou. Problémy s černými skládkami zde nejsou. Jedinou větší nelegální skládkou je skládka Na Prádle viz. mapa. Tato stará ekologická zátěž je evidována v Národní inventarizaci kontaminovaných míst na <http://kontaminace.cenia.cz/>. WGS84: 49.139821; 13.560268; S-JISK 1138500; 819363

9.1 Geologie

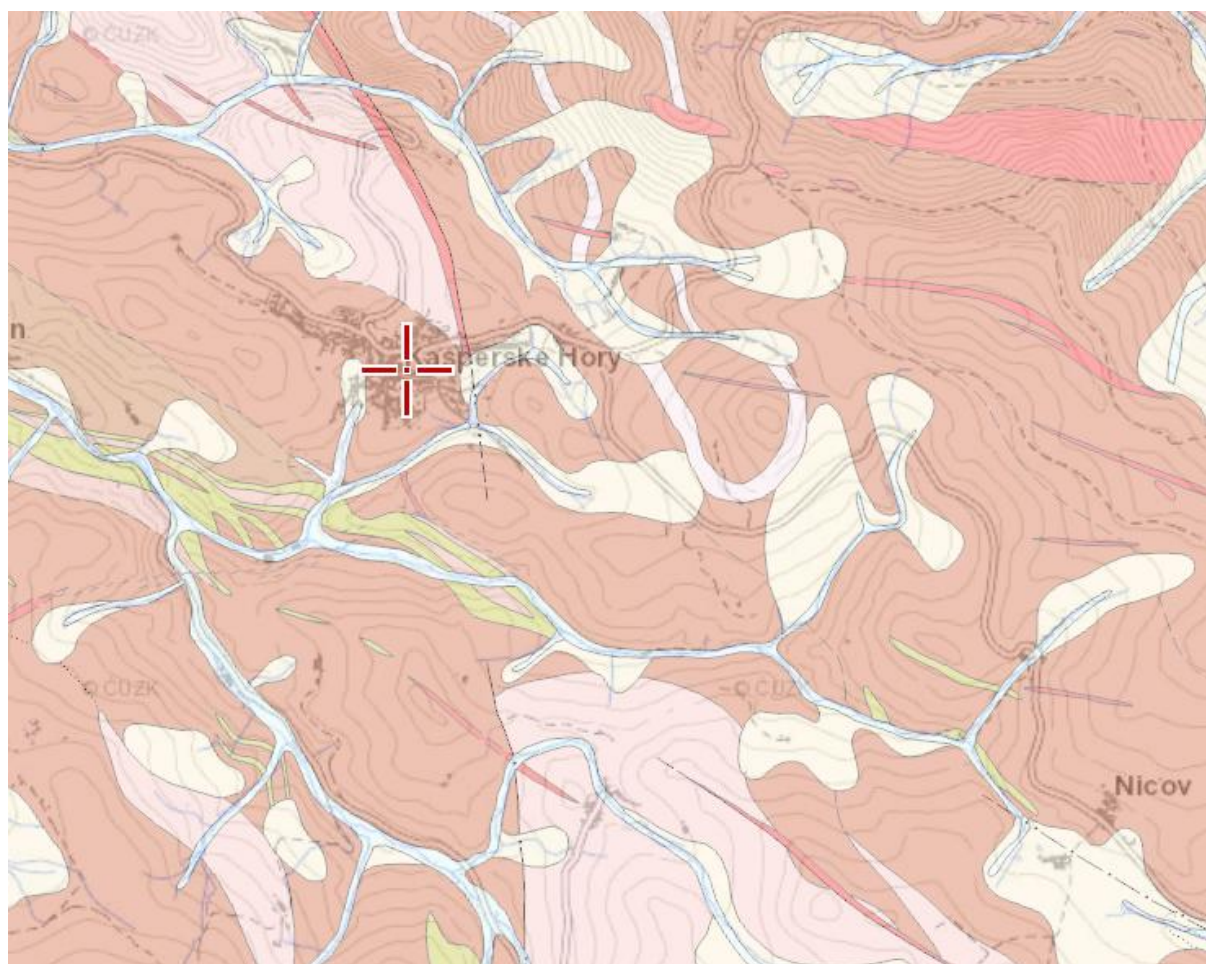
Území je součástí šumavského moldanubika - biotitické pararuly jsou místy migmatitizované, s častými proniky drobných žulových těles /převážně žíly/. Nachází se zde jedno z největších ložisek zlata a wolgramu v Evropě. Regionální členění: Český masiv - krystalinikum a prevariské paleozoikum - moldanubická oblast (moldanubikum) - metamorfní jednotky v moldanubiku.

Štoly po historickém dolování zlata představují významný, středověký montánní objekt s možností demonstrovat středověký způsob dolování na zlatých rudách. Jsou dobře patrné různé typy křemenných žil s Au zrudněním. Ve středověku jedno z nejvýznamnějších center dolování v kašperskohorském rudním revíru.

Geologické mapy lze vyhledat na adrese:

http://www.geology.cz/app/ciselniky/lokalizace/show_map.php?mapa=g50zj&y=819600&x=1138100&r=4000&s=1&legselect=0

Geologická mapa Kašperských Hor a okolí



Legenda k mapě

- pararula až migmatit
- kvarcit, pararula
- ortorula
- hlinito-kamenitý, balvanitý až blokový sediment
- písčito-hlinitý až hlinito-písčitý sediment
- granitový porfýr

9.2 Voda

Oblast se vyznačuje velkým počtem mokřadů, potoků a pramenišť s velmi kvalitní vodou.

V roce 1978 byla vyhlášena Chráněná oblast přirozené akumulace vod Šumava (CHOPAV). Většina vodních toků Šumavy odvádí vody do Severního moře. Pouze okrajová část Šumavských plání spadá do povodí Řezné a je zde i několik dalších potoků, které odvádějí vodu do Dunaje, tedy do Černého moře. Šumava je vlastně „střechou střední Evropy“.

Losenice je nejvýznamnějším tokem zájmové oblasti a sbírá vody na SV okraji Šumavských plání a je důležitým pravostranným přítokem Otavy.

Další potoky v oblasti: Zlatý, Červený, Bílý, Pěnivý, Opolenecký, Račí, Žlíbek

9.3 Ochrana přírody

Na zájmové území zasahují dvě velkoplošná chráněná území – CHKO Šumava a NP Šumava, které doplňuje řada maloplošných chráněných území také s vysokým stupněm ochrany přírody. Tato území spravuje Správa NP Šumava. V severní části oblasti se rozkládá Přírodní park Kašperská vrchovina.

CHKO byla založena v roce 1963 na výměře 1 630 km². Dne 27. 3. 1990 řídicí výbor UNESCO vyhlásil Šumavu biosférickou rezervací. Nařízením vlády ČR č. 163/1991 Sb. ze dne 20. 3. 1991 byl v jádrové části CHKO Šumava na ploše 66 064 ha vyhlášen Národní park Šumava.

Přírodní park Kašperská vrchovina byl vyhlášen v roce 1981 a zaujímá plochu 4 472 ha. Nachází se na sever od Kašperských Hor a navazuje na CHKO Šumava. Jedná se o velmi členité území, s nejvyššími vrcholy Ždánov 1066 m a Sedlo 902m a Zámecký vrch s hradem Kašperk. Jsou zde vyhlášeny 2 přírodní památky Mrazové srázy u Lazen a Strašínská jeskyně. Území se vyznačuje vyšším výskytem chráněných ptáků (kulíšek nejmenší, pušтік obecný, ad.). V přítocích Otavy žije vydra říční.

Na území CHKO Šumava byla Správou NP Šumava vyhlášena maloplošná chráněná území:

- Přírodní rezervace Losenice- 2,7 ha do roku 1998, předmětem ochrany je především lesnatá potoční niva a přirozené koryto řeky
- Přírodní rezervace Losenice II – navazuje na PR Losenice a předmětem ochrany jsou samovolně se vyvíjející lesní porosty kolem říčky Losenice
- Přírodní památka Obří zámek – skalnatý vrchol s kamennými porosty a přirozenými lesními porosty
- Přírodní rezervace Pod Popelní horou – 6,1 ha od roku 1985, kamenité pastviny a s porosty jalovce obecného a dalšími druhy rostlin
- Přírodní rezervace Amálinův údolí – 80,93 ha do roku 1994, oblast údolí Zlatého potoka, ochrana mokřadů, stromových skupin a pramenišť, ve starých důlních dílech přezimují netopýři
- Přírodní rezervace Nebe- 13,89 ha od roku 1995, ochrana prameništních olšin, vrbin a fragmentů lučních společenstev s vysokou druhovou diverzitou

9.4 Závěr kapitoly životní prostředí

Životní prostředí vysoké hodnoty ve všech směrech je zcela oprávněně považováno za hlavní přednost území.

10 Cestovní ruch

Cestovní ruch znamená pro město Kašperské Hory ekonomický potenciál. Rozvoj cestovního ruchu je podnětem pro nové investice, zlepšování infrastruktury a služeb a to nejen pro návštěvníky města, ale především pro jeho obyvatele. Rozvoj tohoto odvětví s sebou přináší nové pracovní příležitosti, díky nimž se mohou na pracovním trhu uplatnit místní obyvatelé, a pracovní příležitosti v cestovním ruchu mohou pomoci udržet ve městě mladé lidi. Význam cestovního ruchu pro Kašperské Hory spočívá v nemalé míře rovněž v péči o památky, o veřejná prostranství a o kulturní a přírodní dědictví města.

Problematika cestovního ruchu je podrobně zpracována ve Strategii rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory 2012. Strategie akcentuje prolnutí cestovního ruchu do různých oblastí zájmu, analyzuje a navrhuje řešení v oblastech: nabídka cestovního ruchu, organizace cestovního ruchu, marketing, lidské zdroje a demografie, ekonomický efekt cestovního ruchu a jeho sledování, podnikatelské prostředí, analýza návštěvníků, rozvoj města a investice.

10.1 Závěry vyplývající ze Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory 2012:

Kašperské Hory jako destinace cestovního ruchu:

Kašperské Hory si udržely originální historický ráz šumavského horského městečka s harmonií architektonického a přírodního dědictví bez rušivých a znehodnocujících vlivů. Pozitivní skutečností je, že Kašperské Hory nejsou zasaženy masovým cestovním ruchem, objevuje se zde ovšem problém sezónnosti, s vrcholy v období letní (červenec, srpen) a zimní (leden, únor) sezóny.

10.1.1 Nabídka cestovního ruchu

Nejvýznamnější historickou památkou a atraktivitou nadregionálního významu je rekonstruovaný a veřejnosti přístupný **hrad Kašperk**. Součástí turistické nabídky jsou **architektonické, kulturní i přírodní atraktivity** v úctyhodné koncentraci na poměrně malém území, z nichž jedinečný je především **velký počet duchovních nemovitých památek a drobných sakrálních staveb**. Součástí nabídky jsou dále **2 muzea se 3 expozicemi**. Pravidelně se opakují **kulturní, společenské a sportovní akce** místního i nadregionálního významu. Významným tématem (produktem cestovního ruchu) s velkým potenciálem do budoucna je „**historie zlatokopectví**“, další unikátní zajímavostí je **Seismická stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd České republiky, v.v.i.**, která je ovšem pro nabídku cestovního ruchu nepřístupná. Město disponuje rovněž bohatou **nabídkou pro rodiny s dětmi**, které představují významný cílový segment. Významné aktivity představuje **Informačního středisko a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava**.

Problémem nabídky cestovního ruchu je sezónnost s vrcholy v období letní sezóny (kulturní vyžití) a zimní sezóny (Skiareál Kašperk). Potenciál celoročního využití představují další sportovní aktivity jako např. **pěší turistika** (sedm vycházkových tematických okruhů v bezprostředním okolí města) a **cyklistika** (dobře značené turistické trasy a stezky napojené na centrální Šumavu). **Nedostatečná je nabídka indoorových celoročně využitelných aktivit.**

V letních měsících **chybí nabídka venkovního koupání a vodních aktivit. Náměstí**, které by mohlo být kvalitní a atraktivní „scénou“ pro kulturní a společenské aktivity, **je málo využité.** Potenciál využití pro nabídku cestovního ruchu představuje rovněž **rekonstruované kino.**

10.1.2 Turistická infrastruktura

Kašperské Hory nabízí škálu **ubytovacích zařízení** různé kategorie s celkovou ubytovací kapacitou cca 955 lůžek ve 44 zařízeních (z toho 196 lůžek v hotelích kategorie 4*). Ze 44 ubytovacích zařízení je 19 umístěno v rámci Městské památkové zóny Kašperské Hory (zdroj: MÚ Kašperské Hory - Finanční odbor a MěKIS – místní šetření, data k 31. 12. 2011).

V roce 2015 je celková ubytovací kapacity 934 lůžek ve 41 zařízeních (z toho 200 lůžek v hotelu kategorie ****) a 21 zařízení je umístěno v MPZ, viz příloha 5.

V Kašperských Horách je možno využít **17 stravovacích zařízení různé kategorie**, z nichž 12 je umístěno v rámci Městské památkové zóny Kašperské Hory a 5 v nejbližším okolí (zdroj: MěKIS – místní šetření, data k 31. 12. 2011).

Nabídka se v minulých 3 letech zlepšila ve 4 zřízeních, jinak je vesměs uniformní, **chybí originální lokální produkty**, není plně využit potenciál lokálních surovin, receptů. Zkvalitnění gastronomie ve vybraných zařízeních dosáhlo vysoké úrovně v rest. Nebespán.

Město je přístupné po silnici II. třídy č. 145. Dopravní dostupnost veřejnými hromadnými prostředky je komplikovaná, zajišťovaná autobusovou dopravou. Větší centra jsou dostupná pouze s přestupy. Vlakové spojení do Kašperských Hor neexistuje. Město Kašperské Hory provozuje místní mini-busovou linku spojující Kašperské Hory se Sušicí. Taxi služba v Kašperských Horách není provozována. V okolí města je možno využít síť dobře značených turistických a částečně i cyklistických tras, které navedu i na trasy centrální Šumavy.

V místě jsou k dispozici **2 placená parkoviště** – na Náměstí (pouze OA – cca 50 míst) a parkoviště pro hrad Kašperk (OA + BUS). Hotely disponují vlastními parkovacími plochami. V území je nedostatek menších parkovacích ploch (pro OA), např. u výchozích bodů pro turistiku nebo návštěvu zajímavých míst. **Ve městě chybí parkoviště pro zájezdové autobusy**, respektive není pro ně vyhrazena ani vyznačena žádná plocha. **Chybí rovněž dopravní navigační systém k parkovacím plochám. Téma parkování není chápáno a realizováno jako systém dopravy v klidu ve městě**, je proto předmětem nepochopení i kritiky.

Kašperské Hory jsou **město s poměrně dobrou občanskou vybaveností**, využitelnou i pro návštěvníky města, nicméně za širší nabídkou zboží a služeb je nutné zajet do Sušice nebo jiného většího města. Problematický je provoz veřejného WC v budově kina jen v období letní sezóny. Služby cestovní kanceláře/cestovní agentury nejsou nabízeny.

10.1.3 Organizace cestovního ruchu

V Kašperských Horách **neexistuje samostatná organizace pro management cestovního ruchu**, záležitostmi cestovního ruchu se zabývá Městské kulturní a informační středisko (MěKIS), které je organizační složkou města. Plní roli informačního centra, naplňuje marketingové aktivity města a plní zároveň roli odboru kultury, to vše je zajišťováno pouze dvěma stálými pracovníci. MěKIS je financováno z městského rozpočtu a z vlastní obchodní činnosti. Ve městě není ustanovena komise cestovního ruchu, ve vedení města není osoba, zodpovědná za oblast rozvoje cestovního ruchu. Ve městě nefunguje profesní sdružení cestovního ruchu.

Na **organizaci cestovního ruchu v Kašperských Horách se významně podílí i Správa hradu Kašperk (kastelánem hradu a jeho tým)**, neboť aktivity a projekty hradu mají nadregionální charakter a utvářejí povědomí o destinaci Kašperské Hory. V roce 2013 byl MěKIS a hrad Kašperk organizačně sloučen pod jednotku nazvanou Destinační management, která byla po roce fungování zrušena a opět rozdělena na dvě samostatné jednotky i dle doporučení autorů SUR.

10.1.4 Marketing

Kašperské Hory využívají tradiční nástroje propagace destinace a turistické nabídky (web, edice, spolupráce s místními médii) v omezené míře a se značnými rezervami. **Neexistuje komplexní marketing cestovního ruchu, propagace města se velmi zlepšila v posledních 3 letech.** Neexistovala marketingová strategie, neexistuje obsah značky Kašperské Hory. Spolupráce s médii probíhala především na místní a regionální úrovni, což bylo v případě akcí a turistické nabídky nadregionálního charakteru nedostatečné. Opět i tato věc byla v posledních 3 letech zčásti vyřešena smlouvou s PR agenturou, která v rámci měsíčního paušálu propaguje hlavně kulturní a společenské akce města (MěKIS a Správy hradu)

Původně nedostatečná komunikace s podnikatelskou sférou se velmi zlepšila. Původní situace způsobovala následnou neznalost nabídky a produktů cestovního ruchu, vzájemnou nedůvěru, chybějící respekt. Stejně tak partnerství s městem Grafenau ani členství ve sdruženích či partnerství s dalšími institucemi cestovního ruchu je využíváno lépe. Původní nedostatky byly shledány i v případě e-marketingu, existence tematických produktů, pobytových balíčků, bonusových karet, systému sledování výkonů cestovního ruchu aj.

Vlastní nástroje propagace má hrad Kašperk.

10.1.5 Ekonomický efekt cestovního ruchu a jeho sledování, podnikatelské prostředí

V Kašperských Horách chybí systém sledování kvantitativních údajů výkonu cestovního ruchu, jeho zavedení je nutností pro sledování výkonu destinace a tím řízení destinace.

Mezi přímé příjmy z cestovního ruchu do rozpočtu města patří: poplatky z ubytování, poplatek za užívání veřejného prostranství, příjmy z parkování.

Město Kašperské Hory nevyužívá možnosti stanovení sazby poplatku z ubytovací kapacity a poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt na maximální hodnotu, sazba poplatku za lázeňský a rekreační pobyt je 10,- Kč (dle zákona až 15,-Kč), sazba poplatku z ubytovací kapacity je 4,- Kč (dle zákona až 6,-Kč).

Výše uvedené příjmy jsou přímými zdroji plynoucími z cestovního ruchu a mohou být základem pro financování aktivit společnosti managementu a projektů rozvoje cestovního ruchu. Výši výnosů z těchto zdrojů ovlivňuje několik faktorů, v nichž jsou spatřovány značné rezervy.

Cestovní ruch generuje další ekonomické přínosy pro rozpočet města Kašperské Hory přes systém tzv. sdílených daní České republiky. Jednoznačné určení sumy je však velmi komplikované a je to předmětem případné samostatné ekonomické analýzy.

Výdaje v oblasti cestovního ruchu jsou kvantifikovány pouze v případě výdajů na provoz a marketingové aktivity MěKIS, další výdaje, které souvisí s cestovním ruchem (úklid veřejných prostranství, odpadové hospodářství, veřejné osvětlení aj.) nejsou kvantifikovány.

Město Kašperské Hory investovalo za posledních 10 let do projektů, které svým charakterem vytváří předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, více než 140 mil Kč (zdroj: MÚ Kašperské Hory, data k 31.12.2011).

Z dostupných údajů Českého statistického úřadu vyplývá, že činností v oblasti cestovního ruchu (ubytování, stravování a pohostinství) se věnuje 38 subjektů z celkového počtu 225 aktivních podnikatelských subjektů, které dávají práci 46 zaměstnancům, což je 8 % z 568 ekonomicky aktivních obyvatel Kašperských Hor (zdroj: ČSÚ, data k 31.12.2011).

Obyvatelé nejvíce pracují v průmyslu, na druhém místě je zemědělství a lesnictví a na třetím stavebnictví. Oblast cestovního ruchu je až na šestém místě, což může být způsobeno mj. tím, že tato oblast je provozována podnikatelsky osobami samostatně výdělečně činnými bez potřeby mít zaměstnance.

10.1.6 Analýza návštěvníků

(zdroj: průzkumu domácích návštěvníků realizovaný agenturou CzechTourism 2011 – 2014 (etapa zima) – níže uvedené závěry jsou kontinuální, při porovnání výzkumů zima 2011 – zima 2014 jsou výsledky téměř neměnné).

Nejpoužívanějším dopravním prostředkem pro cestování do Kašperských Hor je automobil. Nejčastěji návštěvníci přijíždějí na jednodenní výlet bez noclehu, srovnatelný počet návštěvníků přijíždí i na delší pobyt (3 – 7 noclehů). Návštěvníci přijíždějí do města opakovaně, což svědčí o kvalitě nabídky a služeb v destinaci. Nejčastěji přijíždí návštěvníci s partnerem či přáteli a velice často jezdí s dětmi. Návštěvníci se ubytovávají především u známých či v penzionu, eventuálně v lepším hotelu (kategorie *** a více) a částečně/jak kdy využívají služeb restauračních zařízení. V průměru utratí návštěvníci nejčastěji 200 – 1000 Kč.

Nejčastějším důvodem návštěvy je turistika a sport – především lyžování a zimní sporty, lákavou je i poznávací a pěší turistika, cykloturistika či relaxace.

Jako nejčastější zdroj informací je internet, dále přátelé a známí („mundpropaganda“).

Celkový vztah k městu je velice pozitivní, většina lidí se plánuje do města vrátit.

Z podrobné statistiky návštěvnosti MěKIS, která je získávána od roku 2013, vyplývá, že převažující klientelou jsou domácí návštěvníci – cca 83 %, poté místní občané cca 10%, zahraniční návštěvníci tvoří cca 7 %. Ze zahraničních návštěvníků dominují návštěvníci z Německa a Rakouska, poté Slovensko a Nizozemí. Počet návštěvníků MěKIS kontinuálně roste.

10.2 Další témata, která nejsou blíže zpracována v rámci Strategie rozvoje cestovního ruchu 2012 včetně doplnění za poslední období

10.2.1 Filmový turismus

V roce 2015 vysílá Televize Nova seriál Policie Modrava, který se natáčí v Kašperských Horách. Pro velký úspěch se plánuje natočení dalších 20ti dílů. Vysílání seriálu přineslo překvapivý zájem o Kašperské Hory a jejich okolí, kde se natáčí. Další filmovou lokalitou se v minulosti stal Hrad Kašperk, na kterém byla natočena pohádka Anděl Páně. Filmový turismus představuje dosud nevyužitý potenciál podpory a rozvoje cestovního ruchu. **Kašperské Hory a hrad Kašperk mohou být nabízeny jako ideální filmová lokalita** (kombinace architektonických památek, jedinečného přírodního prostředí a kvalitní infrastruktury – hotely), přičemž je možno využít strategie podpory filmových lokalit agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism.

10.2.2 Značka Šumava - originální produkt

V oblasti cestovního ruchu hrají (zatím především v zahraničí) významnou roli značky (labelling). Může jít o značku území - např. národní park, geopark nebo o značku výrobků či služeb, která je pro danou oblast typická a nezaměnitelná, nelze ji zakoupit jinde a navíc je zaručeno, že splňuje určitá kritéria (kvalitu), která jsou podmínkou udělení značky.

Na území Šumavy je v současné době možné certifikovat své výrobky značkou Šumava - originální produkt®. Tato značka znamená, že výrobky či služby prošly přísným procesem certifikace, který zákazníkovi garantuje jejich skutečný původ na Šumavě.



Místní původ však není jedinou podmínkou pro udělení značky. Značené výrobky musí přispívat k dobrému jménu regionu, proto musí být také:

- dostatečně kvalitní
- šetrné vůči životnímu prostředí
- jedinečné ve vztahu k Šumavě - vyrobené tradiční technologií, ručně nebo z místních surovin, výjimečné svou vysokou kvalitou

Značku uděluje Regionální rozvojová agentura Šumava řemeslným výrobkům, zemědělským a přírodním produktům, službám a dokonce i zážitkům.

Značení místních výrobků je jednou z možností, jak spojit ochranu přírody s hospodařením člověka. Značka může prosperovat díky výjimečnosti Šumavy jakožto území se zachovalou přírodou, které je národním parkem a zároveň součástí soustavy Natura 2000.

Cílem značení místních výrobků je zviditelnit region Šumavy a pomoci zdejším výrobcům. Značka usnadní orientaci zákazníkům – a to jak turistům, kteří si chtějí odvézt skutečně pravý suvenýr ze Šumavy, tak místním obyvatelům, kteří chtějí nákupem podpořit především „své“ šumavské výrobce. Značení pomůže zamezit výrobcům mimo region ve „zneužívání“ názvů a symbolů spojených se Šumavou.

V Kašperských Horách jsou touto značkou označeny 1 výrobek, 1 služba a 1 zážitek:

- Páteříky a vinuté perly ze Šumavy - Hedvika Zahálková
- Ubytování v soukromí „Penzion na Habeši“ - Milada Janošíková
- Šumavské bylinné lázně - ParkHotel Tosch s.r.o.

10.3 Vyhodnocení plnění priorit a akčního plánu Strategie rozvoje cestovního ruchu 2012

Vyhodnocení plnění priorit Strategie rozvoje cestovního ruchu 2012 je popsáno v příloze 2.

10.4 Závěr kapitoly cestovní ruch

Strategie cestovního ruchu 2012, první rozvojový dokument Kašperských Hor definovala cestovní ruch jako příležitost k dalšímu rozvoji města. Některá dílčí opatření, která strategie navrhla, byla realizována, priority však nebyly naplněny, proto jsou integrovány do priorit Strategie udržitelného rozvoje města Kašperské Hory pro období 2015 – 2025. Základním předpokladem pro naplnění priorit a realizaci opatření je založení společnosti destinačního managementu a zavedení systému pravidelného sledování výkonů cestovního ruchu. Vize destinace Kašperské Hory - zachování Kašperských Hor jako šarmantního, živoucího a kompaktního šumavského horského městečka, které je kvalitním zázemím pro turistickou veřejnost, jež míří za poznáním přírodního a kulturního bohatství Šumavy, je dlouhodobý cíl.

11 Marketingový plán ČR - CzechTousism 2017 –2018

11.1 Marketingový plán CzechTourism 2017

MP CT 2017 je zaměřen na zvyšování příjmů z ČR, zvýšení počtu příznivců ČR, zvýšení počtu příjezdů do ČR apod... Zaměřuje se ve své komunikaci na hlavní cílovou skupinu:

Požitkáři: Lidé ve věku 35-64 let, častěji ženy. Pro tuto skupinu je důležité, aby je práce bavila, rádi pracují na zahradě, čtou časopisy, rádi si hrají s dětmi, maní rádi odpočinek.

Důvodem pro jejich cestování (chtějí navštívit přírodní parky, využívají luxusní služby, kvalitní ubytování, oceňují kvalitní gastronomii, rádi tráví čas v lázních a wellness.

Bariéry v cestování – odradí je obtížná letecká dostupnost, nestabilní politická situace, nízká úroveň zdravotnictví, nízká kvalita potravin a hrozba krádeží.

Způsob jejich cestování – různě dlouhé výlety, využívají služeb cestovních kanceláří, kupují si pobyt včetně dílčích výletů. Cestují s rodinou, dětmi, vnoučaty a přáteli.

Destinace a zdroj informací – nejčastěji cestují do střední a západní Evropy a Severní Ameriky. Informace získávají z časopisů, novin z nabídek cestovních kanceláří.

Doplňkové cílové skupiny definované pro rok MP 2017:

Poutníci: Lidé ve věku 45+ let, častěji muži. Spíše vysokoškoláci a lidé žijící ve velkých městech, často i důchodci. Věnují se vlastnímu sebevzdělání. Rádi čtou knihy, navštěvují muzea a výstavy.

Cool: Většinou ve věku 18 – 34 let, studenti anebo výdělečně činní, častěji muži. Častěji patří k solidně zajištěným. Zajímají se o moderní technologie, poslouchají hudbu a rádi navštěvují restaurace a hospody.

Marketingové téma:

- Hlavní téma komunikace 2017 je **Příběh barokní krajiny a jejích stavitelů** (Příběh baroka je napsán v městských palácích, šlechtických sídlech, církevních stavbách. Architektura je v harmonii s přírodou, rodí se fenomén barokní krajiny, který je znatelný dodnes.
- Pokračování v positioningu **Česko – země (romantických) příběhů**
- Téma komunikujeme v soulad s potřebami **clusterů zahraničních poboček a domácího trhu**
- Ve spolupráci s regiony vytváříme **inspirativní obsah podporující návštěvu turistických regionů**
- V B2B pracujeme s faktorem **Bezpečné destinace**
- Hledáme **strategická partnerství** posilující prestiž destinační značky
- Zastáváme **aktivní roli v brandingu ČR** v zahraničí

Hlavním marketingovým tématem roku 2017 je barokní krajina a její stavitelé.

Příběh baroka je napsán v městských palácích, šlechtických sídlech a církevních stavbách. Architektura je v harmonii s přírodou, rodí se fenomén barokní krajiny, který je patrný dodnes.

Komunikace národních produktů v roce 2017:

- **Cesty za poznáním** (Praha, kulturní a tematické cesty, kulturní krajina)
- **Cesty krajinou** (letní cesty, zimní cesty)
- **Cesty pro zdraví** (české lázně, zdravě a zodpovědně - zdravý životní styl)
- **MICE** (ČR jako atraktivní M.I.C.E. destinace, mezinárodní a národní meetingy, Incentivní turismus, Aktivní sales destinace)

Česko – země příběhů zahrnuje tyto tematické okruhy:

- Best of baroko – top památky, UNESCO, zejména vzdálené trhy
- Barokní zahrady
- Baroko po vlastní ose: pěšky nebo na kole (agroturistika)
- Mystické baroko (církevní památky)
- Nejkrásnější barokní zámky (hudba a divadlo)
- Barokní geniové
- Gastronomie a tradice
- Zrod moderního lázeňství

Příběh baroka lze vyprávět těmito formami:

- Přiblížit nejvýznamnější památky (Praha, Kutná Hora, Kuks, Olomouc, Kroměříž)
- Ukázat nejkrásnější zámky (Vranov nad Dyjí, Valtice, Český Krumlov, Praha Troja, Karlova Koruna, Veltrusy, Manětín, Libochovice)
- Představit, jak se jeho vlivem změnila krajina (Žádné jiné historické období nepracovalo s krajinou tak citlivě jako baroko, vznikla kulturní krajina ozdobená řadou drobných staveb – kapličky, boží muka, sochy, altány, ale i výsadbou alejí, stormů,...)
- Ukázat parkovou úpravu okolí šlechtických sídel (zámecké zahrady v Kroměříži, Praze, Českém Krumlově, Buchlovicích, Duchcově, Dobříši, Jaroměřicích nad Rokytnou)
- Vyprávět příběhy barokních významných osobností (Carlo Lurago, Dientzenhoferové, Santini, Braun, Mysliveček, Zelenka, Brandl, Valdštejn)

- Ukázat málo známé rysy baroka
- Nahlédnout do toho, čemu lidé věřili (Kutná Hora, Praha, Mikulov, Křížové cesty, Křtiny, Střílky, Klatovy, Brno)
- Ukázat, jak vypadal jejich běžný život (lidové baroko, pivovary, skanzeny, vinařské oblasti, Slatiňany, Kladruby, dovolená na venkově, vánoční trhy, velikonoce na jižní Moravě)
- Prozkoumat kořeny tradice českých lázní (Mariánské Lázně, Karlovy Vary, Teplice)

11.2 Produktový obsah 2017 – koncentrace na kvalitní cíle

- Regionální distribuce (pozvat zahraniční turisty za hranice Prahy)
- Prodloužení délky pobytu (vytvořit alternativu k dosavadním citybreaks)
- Rozšířit a zkvalitnit nabídkou ČR (najít a naprogramovat unikátní místa v celé ČR)

Novinkou pro rok 2017 je B2B katalog s regionálními itineráři (katalog s inspirativními itineráři po Česku)

Hlavní body marketingového plánu 2017+

1. **Co-branding** – důraz na roli CZT v jednotném brandingu ČR v zahraničí
2. **PR příležitosti** – důslednější využívání eventů – akcí, sportovních úspěchů, filmových projektů
3. **Důraz na vlastní media** – rozvoj kmenových webů, intenzivní komunikace v sociálních sítích
4. **Mezinárodní spolupráce** – aktivní hráč ve V4, ETC

Komunikační téma 2018: příběhy 20. Století (100. výročí založení Československa, příběhy moderní architektury a českých značek).

11.3 Stručný obsah Marketingového plánu ČR 2018

- **Hlavní komunikační téma:** 100 let příběhů České republiky
- **Validace obsahu tématu:** Na regionální úrovni partnery pro domácí cestovní ruch a zahraničními zastoupeními (ZZ) CZT pro incoming
- **Marketingový koncept:** Česko – země příběhů
- **Jednotný branding:** loga Czech Republic – Land of Stories a Česko – země příběhů

Byly definovány strategické cíle:

Kvantitativní:

- Zvyšování příjmu z CR (162 – 166 mld.), navýšení celkového počtu příjezdů (10,0 – 10,2 mil.)
- Navýšení, udržení či zmírnění propadu klíčových ukazatelů (AVE – incoming 3,7 mld., AVE – DCR 82 mld., Sociální sítě – 1,6 mil. lidí, Návštěvnost webů – 19,5 mil. návštěvníků)

Kvalitativní:

- Budování jednotné destinační značky v souladu s vývojem značky na zdrojových trzích v Evropě i mimo ni.

Hlavní cílové skupiny pro destinační marketing pro ro 2018: Požitkáři a Cool.

Marketingové téma 2018 – 100 let příběhu České republiky (využívá bouřlivého rozvoje prvních 20 let naší rep.):

- Příběhy architektury a designu (Zlaté časy moderny)
- Příběhy stylu (Proměna veřejného života)
- Příběhy českých značek a průmyslu (Nadčasová kvalita)
- Příběhy vzniku republiky (Symboly nového státu)

Definuje klíčové produkty s přímou návazností na téma:

- Cesty za poznáním – kulturní turismus
- Cesty krajinou – aktivní turismus
- Cesty pro zdraví – lázeňství a lékařský turismus

Komunikační strategie 2018:

- **Marketingový mix** (produkt, trhy, promotion)
- **Marketingové nástroje B2C** (marketingová komunikace, promotion, externí komunikace, marketingový výzkum)
- **Marketingové nástroje B2B** (tvorba obsahu, partnerský marketing, promotion, externí komunikace)

Komunikační cíl:

- Budovat a profilovat jednotnou destinační značku
- Podpořit národní produktové řady

- Zvýšit regionální rozptyl
- Prodloužit délku pobytu

Positioning: Česko – země příběhů – princip storytellingu

Strategie:

- Tvorba a šíření obsahu – důraz na kvalitu
- Spolupráce s partnery na regionální i mezinárodní úrovni
- Politická podpora rozvoje cestovního ruchu jako významného příjmu do státního rozpočtu

12 Certifikace destinačního managementu (dle MMR ČR)

Organizace destinačního managementu představuje na daném území (destinaci) klíčový subjekt vytvořený za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu.

3K jako základní princip destinačního managementu:

Komunikace + Koordinace + Kooperace

Definice DMO (organizace destinačního managementu)

- DMO = Organizace destinačního managementu. Organizace, která zajišťuje koordinaci, kooperaci a komunikaci poskytovatelů služeb CR na daném území – destinaci za účelem efektivnějšího řízení CR. Na základě využívání nástrojů destinačního managementu je jejím úkolem udržitelným způsobem prosazovat tuto destinaci a její produkty na trhu.
- Produkt CR: Kombinace různých služeb a věcí (statků) veřejnoprávní i soukromoprávní povahy v destinaci, vytvořena zejména k uspokojení potřeb návštěvníka.
- Destinace: Cílové místo/oblast cestování se specifickou nabídkou atraktivit a infrastruktury CR, která je přirozeným celkem s předpoklady a potenciálem pro rozvoj CR.
- Lokální DMO: právnická osoba působící na místní nebo lokální úrovni v působnosti oblastní nebo krajské DMO. Organizace je založena nikoliv za účelem dosažení zisku, ale za účelem zajištění koordinace aktivit CR na tomto místě-území.
- Oblastní DMO: právnická osoba působící na úrovni většího logického kulturně nebo geograficky vymezeného území, splňující minimální podmínky pro její založení. Organizace je založena nikoliv za účelem dosažení zisku, ale za účelem zajištění koordinace aktivit CR na tomto místě-území.

- Úkol DMO: na základě principu destinačního managementu strategicky plánovat a řídit marketingové aktivity s cílem propojovat nabídku destinace a její poptávkou. Výsledkem je udržitelný rozvoj destinace, ve které jsou uspokojeny potřeby jejich návštěvníků, participujících podnikatelů a zvýšená kvalita života rezidentů.
- Podmínky zřízení DMO:
 - Minimálně jeden zřizovatel musí být: Obec nebo svazek obcí dle zákona o obcích, Hlavní město Praha, obchodní korporace, zájmové sdružení právnických osob, nadace nebo jiná forma NNO stanovená občanským zákoníkem
 - Možné právní formy: Spolek, ústav, zájmové sdružení právnických osob, o.p.s., s.r.o., a.s.
 - Vztah DMO a NG (národního geoparku): NG vykonávají i aktivity DM, při udělení titulu NG se posuzuje vztah s regionem, NG je regionem podporován, ale není uzán jako DMO, bude-li zřízena DMO, nemůže se již NG stát DM na stejném území, NG může být partner, člen, spoluzakladatel DMO, existují-li obě kategorie v jednom území, měly by dobře spolupracovat kvůli certifikaci jak NG tak DMO

Technický standard pro certifikaci DMO:

Kategorizace DMO:

- Nelegislativní úprava systému organizace CR v oblasti marketingu/propagace ČR a regionálních destinací
- Podpora provázanosti a koordinace marketingových aktivit, jednotný branding vůči zahraničí
- Podpora zvyšování efektivity marketingových aktivit a finančních prostředků vynakládaných na marketing CR
- Podpora rozvoje partnerství a vícezdrojového financování na podporu CR v regionech

Role jednotlivých subjektů:

- MMR: garant platnosti kategorizace
- CzechTourism: výkon činností souvisejících se zabezpečením klasifikace DMO, rozvojem a podporou systému
- Kraje: vydání souhlasného stanoviska k certifikaci DMO působící na území kraje.

Kritéria pro vznik DMO (požadavky Kategorizace na certifikaci DMO):

- Formální požadavky přijatelnosti
- Kvalitativní požadavky: Strategické plánování a řízení
Tvorba produktů CR a marketingové aktivity
- Kontextové požadavky: Zaměření a činnost
- Rozvojové požadavky: Hodnocení spokojenosti
Vzdělávání a odborná kompetence

Otázky pro aktuální vymezení destinace dle tohoto MP:

V rámci zpracování tohoto MP byla vedena široká diskuse o vymezení vlastní destinace a to ve dvou základních variantách:

- Lokální destinace Kašperskohorsko
- Lokální destinace Šumava – Západ (území mezi Železnou Rudou a Kašperskými Horami v rámci horní Šumavy a od Klatov po Sušici v rámci Předšumaví)

V minulosti se organizační spojení obcí Šumavy či jejich částí vytvářelo a vytváří z důvodu potřeb regionálního rozvoje. Vznikla i zanikla sdružení, která se svoji územní působností dotýká či dotýkala Kašperskohorska: Regionální sdružení Šumava, Euroregion Šumava – Bavorský les, Mikroregion Šumava – Západ, Sdružení obcí Sušicka (již zaniklo), Svaz šumavských obcí (sdružuje obce, jejichž správní území je dotčeno výměrou NP Šumava). Vznikla i RRA Šumava – Stachy (autor dokumentu o destinačním managementu Šumavy). Asi nejznámější destinací v rámci celé Šumavy je Destinace Lipno vázaná na infrastrukturu CR v oblasti vodní nádrže Lipno.

Po zkušenostech z období chaotických 90. let a celé období po roce 2000 až do r. 2015, kdy se nepodařilo profesionálně organizovat CR na Šumavě (vyjma Lipna), je nyní logicky správné se zaměřit na Lokální destinaci Kašperskohorsko. I tak byla realizována řada projektů jak ze strany státu (i v rámci budování návštěvnické infrastruktury na území NP a CHKO Šumava), tak ze strany obcí. Mezi dobře se vyvíjející území patří vedle Modravy, Práší či Sušice právě Kašperské Hory a okolí.

13 Smart city (jako součást DM)

Intelligentní město (Smart City) je jedním z konceptů uplatnění principů udržitelného rozvoje do organizace města, který se opírá o využití moderních technologií s cílem zlepšit kvalitu života a zefektivnit správu věcí veřejných. Nejširší uplatnění tento koncept nalézá v oblasti energetiky a dále pak v oblasti dopravy, které lze efektivněji řešit nasazením vhodných informačních a komunikačních technologií. Koncept Smart City však zahrnuje další oblasti viz dále. Koncepce smart city je programová změna, kterou vede politické vedení města. Jedním s aspektů je také přístup široké veřejnosti k podílení se na strategických rozhodnutích města, což je zajišťováno pomocí elektronických nástrojů.

Samotná Evropa doposud nedospěla k jednotné metodice, ani měřitelným ukazatelům inteligentních měst. Města ČR také mohou získávat znalosti a zkušenosti k nastavení svých nových interních procesů v projektech EU, ve kterých následují pokročilá evropská města (např. skrze H2020 Twin 2015).

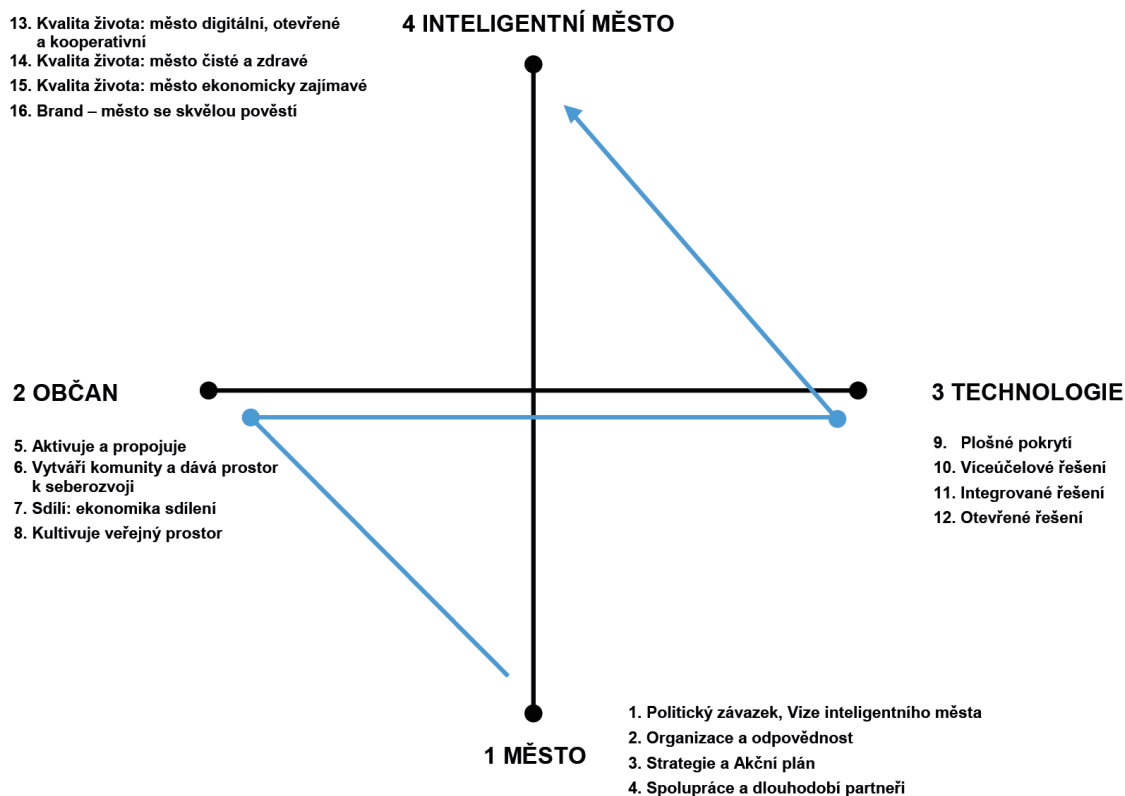
Metodika inteligentních měst

Pro Ministerstvo místního rozvoje zpracoval Mgr. David Bárta, Centrum dopravního výzkumu, v. v. i. metodiku Smart City (SC), jejíž základní principy a přístupy uvádíme zde, neboť Město Kašperské Hory zařadilo prioritu Smart City do své strategie.

Autoři metodiky se zaměřili na popis atributů inteligentního města, které je potřeba při tvorbě Smart City programů použít.

Inteligentní město lze pro podmínky ČR v kontextu této metodiky definovat takto:

Město, které holisticky řídí a integračně naplňuje svou dlouhodobou kvalitativně a číselně vyjádřenou strategii rozvoje, jíž kultivuje politické, společenské a prostorové prostředí města s cílem zvýšit kvalitu života, svou atraktivitu, a omezit negativní dopady na životní prostředí. Nasazením vhodných ICT technologií umožňuje svým občanům se do rozvoje města zapojit a uplatnit své nápady a náměty skrze komunitní programy či ekonomiku sdílení s cílem zlepšit komunikaci s městem a oživit veřejný prostor. Město tento proces přechodu na uvědomělou kulturu chování podporuje nasazením vhodných organizačních i technologických nástrojů 21. století, plošným, integrovaným a otevřeným způsobem s cílem zajistit interoperabilitu různých systémů a technologií a jejich synergického využití. Kvalitou života v konceptu SC se pak míní digitální, otevřené a kooperativní prostředí města, které je zdravé, čisté, bezpečné a pro občany ekonomicky zajímavé.



TABULKA 9 TABELÁRNÍ VYJÁDRĚNÍ RÁMCE INTELIGENTNÍHO MĚSTA – JASNÝ DOPAD NA ROZVOJ DM A CR

Vyšší celek	Č.	Komponenta	Příklady naplnění
A: Organizační	1	Politický závazek	Vize inteligentního města
	2	Organizace a odpovědnost	Útvar města a odpovědná osoba
	3	Strategie/Akční plán	Strategický a Akční plán pro naplnění vize
	4	Spolupráce a dlouhodobí partneři	Pracovní skupina (zápis z jednání)
B: Komunitní	1	Aktivuje a propojuje	Aplikace/web pro sběr nápadů a připomínek
	2	Vytváří komunity a dává prostor k seberozvoji	Motivační a podpůrné programy pro občany
	3	Sdílí (ekonomika sdílení)	Koncepty sdílení (bydlení, pracoviště, dopravních prostředků apod.)
	4	Kultivuje veřejný prostor	Vizualizace územního plánu, kategorizace uličního prostoru
C: Infrastrukturní	1	Plošné pokrytí	Technologie a celoplošná regulace
	2	Víceúčelové řešení	Jedna investice/technologie pro pokrytí více účelů, systémová synergie
	3	Integrované řešení	Jedna centrální správa (např. datové centrum)
	4	Otevřené řešení	Otevřená data
D: Výsledný	1	Kvalita života: město digitální, otevřené a kooperativní	Pestrost služeb a prostor pro podnikání
	2	Kvalita života: město zdravé a čisté	Environmentální dopad na občana
	3	Kvalita života: město ekonomicky zajímavé	Finanční dopad na občana
	4	Brand: se skvělou pověstí	Mediální obraz SC programů města

Shrnutí

Intelligentní město nenastane pouze průnikem odvětví dopravy, energetiky a ICT (jak dokládá v textu Evropské sdělení C(2012) 4701 final, byť budou dopady přístupu Smart City na očekávané cíle EU 40/27/27 v těchto oblastech největší). Samotné město, se svými omezenými kompetencemi a rozpočtem, z principu nedokáže naplnit vysoká očekávání EU; toho lze dosáhnout jen přesvědčením podnikatelské obce a občanů, aby své plánované investice podpořili smart řešeními. Proto město v SC konceptu programově plní roli iniciátora, organizátora a testovacího prostředí, aby vzbudilo důvěru investorů (občanů či komerčních subjektů) jak ve své programy (např. energetických úspor), tak i odzkoušené smart technologie.

Smart city model EU ukazuje, že naplňování cílů SC vede i k rozvoji podmínek CR, zvláště v tak cenném území, kde se Kašperskohorsko nachází.

Uvedené oblasti je nutné strukturovaně rozvíjet i v kontextu s CR:

- Smart ekonomika
- Smart mobilita
- Smart životní prostředí
- Smart lidé
- Smart život
- Smart řízení

14 Strategické dokumenty

Na úrovni ČR, vyšších samosprávních celků či jiných seskupení existuje řada strategických dokumentů, které se zabývají rozvojem území. Nevýhodou Kašperských Hor je, že se území nachází na okraji Plzeňského kraje a krajské investice do rozvoje území jsou bohužel také okrajového rázu. Vybrané strategické dokumenty:

- Politika územního rozvoje ČR 2008
- Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR 2010-2030
- Zásady územního rozvoje Plzeňského kraje, aktualizace 2014
- Program rozvoje Plzeňského kraje 2014
- Územní energetická koncepce Plzeňského kraje, 2003
- Územní studie Šumava – specifická oblast SOB1 na území Plzeňského kraje 2010
- Plán dopravní obslužnosti Plzeňského kraje 2012-2016
- Koncepce cykloturistiky a cyklodopravy v Plzeňském kraji 2012
- Strategie Mikroregionu Šumava - Západ, 2006
- Marketingová strategie Šumavy, 2012
- Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory, 2012

14.1 Státní politika územního rozvoje

PÚR určuje rámec pro územní plánování v ČR. Oblast Kašperskohorska je zařazená do Specifické oblasti - SOB 1 Šumava. Její vymezení a podrobněji popisují Zásady územního rozvoje PK.

Politika územního rozvoje ČR stanovuje tyto směry rozvoje pro SOB Šumava, které mají opět významný dopad na rozvoje DM:

- rozvíjení a využívání SOB Šumava s ohledem na trvale udržitelný rozvoj území a vysoký rekreační potenciál krajiny přírodně cenné a společensky atraktivní oblasti
- zkvalitnění a rozvoj dopravní, technické a občanské infrastruktury
- vytváření podmínek pro rozvoj dopravní dostupnosti území a přeshraničních dopravních tahů
- propojení systému pěších a cyklistických tras s Bavorskem a rozvoj systému dálkových tras
- rozvoj celoroční rekreace a CR, dřevozpracujícího průmyslu a místních tradičních řemesel
- intenzivnější využití rekreačního potenciálu Šumavy pro rekreaci
- rozvoj ekologických forem dopravy vč. železniční
- obnovu lesních porostů
- sledování návaznosti bavorské rozvojové osy Deggendorf – Bayerischer Eisenstein do ČR: Železná Ruda – Klatovy – Přeštice - Plzeň.

14.2 Strategický rámec udržitelného rozvoje České republiky 2010-2030

http://www.mzp.cz/cz/strategie_udrzitelneho_rozvoje

Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR (dále jen „SRUR“), který schválila vláda ČR svým usnesením č. 37 ze dne 11. ledna 2010, představuje, coby nadresortní průřezový dokument, strategickou vizi rozvoje ČR do roku 2030. SRUR zahrnuje klíčové ekonomické, sociální a environmentální priority a cíle soustředěné do těchto prioritních os: Společnost, člověk a zdraví, Ekonomika a inovace, Rozvoj území, Krajina, ekosystémy a biodiverzita, Stabilní a bezpečná společnost. Při formulování cílů a prioritních os a nastavování vzájemných vazeb mezi prvky byla úzce akcentována hlediska udržitelného rozvoje. Dokument obsahuje informace o prioritních osách, implementaci, indikátory a monitorování.

Dokument je strukturován do 5 prioritních os:

- Společnost, člověk a zdraví;
- Ekonomika a inovace;
- Rozvoj území;
- Krajina, ekosystémy a biodiverzita;
- Stabilní a bezpečná společnost.

Strategický rámec udržitelného rozvoje má nadresortní průřezový charakter obdobně jako např. Národní program reforem ČR 2008 – 2010 nebo Národní strategický referenční rámec 2007 – 2013, které jsou s aktualizovanou SUR ČR v souladu.

SRUR informuje vládní orgány a shrnuje na obecné úrovni klíčová témata, problémy a možná řešení. Jejím cílem není ukládat konkrétní opatření nebo nahradit resortní nebo průřezové strategie, nýbrž podpořit jejich dlouhodobou orientaci a vzájemnou provázanost a zároveň ukazuje cesty (nástroje), jak se těmto hrozbám vyhnout s maximálním možným využitím synergií mezi sociální, environmentální a ekonomickou oblastí.

SRUR slouží jako dlouhodobý rámec pro politické rozhodování v kontextu mezinárodních závazků, které ČR přijala nebo hodlá přijmout v rámci svého členství v OSN, OECD a EU při respektování specifických podmínek a potřeb ČR.

SRUR vychází z Aktualizované strategie udržitelného rozvoje 2009, Lisabonské strategie pro růst a zaměstnanost 2008-2010 a Obnovené strategie EU pro udržitelný rozvoj 2006.

14.3 Zásady územního rozvoje Plzeňského kraje, Aktualizace č. 1, 2014

ZUR vymezuje SOB 1 na území Plzeňského kraje obcemi :

Čachrov, Dešenice, Dlouhá Ves, Hamry, Hartmanice, Horská Kvilda, Chudenín, Kašperské Hory, Modrava, Nezdice na Šumavě, Nýrsko (mimo k.ú. Blata, Bystřice nad Úhlavou, Hodousice, Nýrsko, Starý Láz), Prášily, Rejštejn, Srní, Strašín, Železná Ruda.

Specifická oblast 1 – Šumava představuje přírodně cennou a společensky atraktivní oblast Šumavy s vysokým rekreačním potenciálem krajiny, který je potřebné rozvíjet a využívat s ohledem na udržitelný rozvoj území. To znamená v souladu s ochranou přírody posílit ekonomický a sociální rozvoj, zejména rozvoj drobného a středního podnikání v oblasti tradiční výroby a cestovního ruchu. Nutná je koordinace využívání území se sousedními spolkovými zeměmi Bavorskem a Horním Rakouskem (PÚR).,

ZUR PK stanovuje úkoly pro územní plánování obcí ležících v SOB1:

- Rozvoj jednotlivých obcí koordinovat podle územní studie Šumavy (dle bodu 10.2.).
- Zabezpečit podmínky pro lokalizaci tradičních podnikatelských aktivit v sídlech a jejich zázemí se zohledněním požadavků na udržitelný rozvoj území.
- Vytvářet podmínky pro dokončení technické infrastruktury a vybavenosti pro cestovní ruch.
- Plochy pro bydlení, ubytování a služby vymezovat přednostně v sídlech a jejich zázemí, ve velkoplošných chráněných územích pouze v sídlech a jejich těsném zázemí.
- Posilovat stabilitu osídlení v malých sídlech i včetně přiměřeného rozvoje druhého bydlení.
- Vytvářet podmínky pro komplexní využití rekreačního potenciálu území s ohledem na místní podmínky a při minimálních negativních dopadech na životní prostředí.
- Koordinovat územně plánovací činnost příhraničních obcí a územní rozvoj oblasti s německou stranou.
- Do územních plánů zpracovat návrhy změn vedení silnic II/145, II/169, II/171, II/190, II/191 a II/192 ad.

Ve správním obvodu obce Kašperské Hory jsou vymezeny prvky ÚSES, které mají patřičnou návaznost na příslušné prvky ÚSES vymezené na území Jihočeského kraje. Jedná se o regionálního biokoridor RK343 a nadregionální biokoridor K110.

14.4 Program rozvoje Plzeňského kraje 2014+

Program je zpracován na období 2014-2020 je nástrojem pro koordinaci regionálního rozvoje a je zároveň podkladem pro další územní a oborové koncepce Plzeňského kraje. Kašperské Hory jsou v něm zmíněny 1x v souvislosti s poklesem počtu obyvatel a dále oblast Šumavy, pro kterou je typická zhoršená dostupnost center, která je odůvodněna zájmy ochrany přírody, která brání rozvojovým záměrům.

14.5 Územní energetická koncepce Plzeňského kraje

Povinnost zpracovat Územně energetickou koncepci kraje je dána zákonem č. 406/2000 Sb., o hospodaření energií a zpracovává se na 20 let. Obec má právo (nikoli povinnost) pořídit si vlastní energetickou koncepci. Všechny energetické koncepce sledují efektivnost a hospodárnost využívání energie, dostatek energie pro budoucnost a vliv na životní prostředí (snižování emisí).

14.6 Územní studie Šumava

Územní studie Šumava komplexně prověřuje podmínky pro rozvoj území těchto obcí ve specifické oblasti SOB1, sloužila jako podklad pro aktualizace ZÚR PK. Zpracovává podrobněji i oblast Kašperskohorska.

Uvádí např. základní charakteristiku Kašperských Hor a Rejštejna ad.

- Rejštejn, Kašperské Hory – KP Údolí Otavy, KP Kašperskohorsko (dominanta hrad Kašperk, zachovaná silueta historického města, dobře zachovaná vazba města k okolní krajině – cesty do Rejštejna, k hradu Kašperk, město vhodný nástupní prostor do CHKO a NP – vhodný rozvoj služeb, zachování nenarušené okolní krajiny), KP Údolí Losenice a Zlatého potoka (hodnotná OP kolem NP).
- Kašperské Hory (centrum lokální silné), Rejštejn – menší seskupení, výrazně svázané s NP a CHKO Šumava, rozvoj přizpůsoben nabídce služeb pro rekreaci a CR.
- Zachování vyhledávaných kulturních hodnot sídel, ale i respekt k omezení plynoucímu z kontaktu s chráněným územím (Rejštejn – Zhůří).

14.7 Plán dopravní obslužnosti Plzeňského kraje 2012-2016

Dokument se zabývá zajištěním dopravní obslužnosti a související infrastrukturou v PK pro roky 2012-2016

Silniční infrastruktura

Síť silnic II. a III. třídy, jejímž vlastníkem a správcem je Plzeňský kraj, resp. jím zřízená příspěvková organizace Správa a údržba silnic Plzeňského kraje je velmi rozsáhlá. Kašperskými Horami prochází silnice II/145. Podíl krajských silnic II. a III. třídy (4760,88 km) na území Plzeňského kraje dosahuje cca 91,8 % z celkové délky silnic na území Plzeňského kraje (5186,337 km). Délka silnic III. třídy představuje dokonce cca 61,25 % z celkové délky silnic na území Plzeňského kraje.

Město Kašperské hory je zařazené mezi nejvýznamnější dopravce v závazku veřejné služby, kteří provozují linkovou autobusovou dopravu.

14.8 Koncepce rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje pro období 2014 - 2020

Kašperské Hory jsou zde zmíněny jako produktová skupiny pro přírodu zdraví a sport, Šumava patří mezi hlavní cíle návštěvníků, je vyjmenována na prvním místě a za ní Plzeň, je to oblast s potenciálem rozvoje, dále je zmíněna v souvislosti se značkou Šumava - originální produkt.

Pro potřeby MP jsou užitečné zjištěné trendy v CR v PK:

- Návštěvníci preferují víkendovou turistiku před dlouhodobějšími pobyty
- Preferování intenzivnějšího poznávání jednoho místa před kvantitou míst.
- Zvyšuje se počet individuálních turistů na úkor organizovaných zájezdů
- Doplnění pobytu dalšími zážitky – např. gastronomií, návštěvou industriální památky ad.
- U méně známých destinací přisuzují potenciální návštěvníci velkou důležitost informacím z internetu
- Využívání smartphone aplikací při návštěvě destinace (jako průvodce či vyhledávač ubytování)

Šumava a její jedinečnost zde není nijak preferována a zapadá mezi ostatní destinace, nedostala se ani do akčního plánu na nejbližší období.

14.9 Koncepce cykloturistiky a cyklodopravy Plzeňského kraje 2012

Cílem Koncepce bylo zjištění aktuálního stavu sítě cyklistických tras a cyklostezek v Plzeňském kraji a navržení krátkodobých i dlouhodobých řešení vedoucích k dalšímu rozvoji cykloturistiky a cyklodopravy v Plzeňském kraji. Koncepce rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v Plzeňském kraji byla schválena Radou Plzeňského kraje dne 24. 9. 2012.

Principy a základní východiska:

- Budování cyklistické infrastruktury na existujících cestách a zařízeních
 - Využití málo zatížených silnic a místních komunikací
- Využití polních cest.
- Budování cyklistické infrastruktury ve volné krajině v nových stopách
- Samostatné cyklistické stezky
- Vyhýbat se vytváření bariér pro cyklisty

- Budovat propojení obcí
- Vazba na atraktivní území pro cykloturistiku
- Vazba na úroveň a vybavenost sídel
- Vazba na dopravní uzly a ostatní druhy dopravy
- Vazba na lokální síť cyklotras
- Bezpečnostní parametry vedení trasy

Pro oblast Kašperskohorska, kterou neprochází žádná mezinárodní ani nadregionální cyklotrasa mají význam pouze zásady, které koncepce doporučuje při rozšiřování sítě cyklotras.

14.10 Strategie Mikroregionu Šumava - Západ, 2006

Velmi obsažná studie zhodnocuje všechny rozvojové aspekty regionu. Strategie však postrádá implementační a indikátorovou část, chybí dovedení plánů do praktických kroků. V jejím závěru je přehled dotačních možností, ale pro jednotlivé obce je těžko uchopitelná.

14.11 Marketingová strategie Šumavy 2012

Tato strategie si klade za cíl být vodítkem společného postupu při propagaci obcí 2 šumavských mikroregionů, nastínit vizi regionu, být základnou pro budoucí konkrétní plány obcí, vysvětlit smysl společného postupu a definovat cíle území a obcí a naznačit možné cesty dosažení.

Studie má globální část a část, kde jsou stručně vyhodnoceny obce (analýza, SWOT a doporučení). V doporučení pro Kašperské Hory se objevuje tvorba produktových balíčků a následovně jsou uvedeny hlavní cíle pro rozvoj cestovního ruchu, celkem 3 stránky. Tyto cíle jsou podrobněji popsány a více rozpracovány ve Strategii rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory 2012.

14.12 Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory

Dokument je stále aktuální a dochází k realizaci doporučených opatření. Je zde navrženo 7 priorit s návodem na jejich realizaci:

- Vznik organizace cestovního ruchu = destinačního managementu Kašperské Hory
- Inicie a vznik poradního orgánu rozvoje cestovního ruchu Rady města Kašperské Hory „grémia cestovní ruch“
- Marketingový plán destinace Kašperské Hory
- Internet, e-marketing a mobilní marketing, klíčové aktivity integrované marketingové komunikace
- Sledování výkonu cestovního ruchu (statistika a indikátory vývoje destinace Kašperské Hory). Sledování ekonomického přínosu cestovního ruchu pro město Kašperské Hory (příjmy a výdaje rozpočtu města).
- Integrovaná vstupenka (kulturní karta Kašperských Hor) a produktové balíčky
- [Rozvoj města a investice](#)

14.13 Závěr kapitoly strategické dokumenty

V rámci Plzeňského kraje a Šumavy existuje řada strategií, které určují rámec pro rozvoj území a jsou vodítkem pro jednotlivé obce. Pro město a jeho katastrální území však má zásadní význam strategie, která je zpracována pro toto konkrétní území od plánů až do konkrétních realizačních kroků (akčních plánů), strategie, která je všeobecně přijata obyvateli a má svého konkrétního realizátora.

Tomu se zatím nejvíce blíží Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory 2012.

15 SWOT analýza – SUR Kašperské Hory

V rámci SWOT analýzy zpracované pro SUR Kašperské Hory se jasně prokázalo, jak jsou všechny sledované oblasti regionálního rozvoje v takto citlivé a Přírodně cenné lokalitě provázány se službami a infrastrukturou cestovního ruchu. Proto je důležité ji využít i pro generování produktů či balíčku služeb či pro spolupráci s partnery DM v dané lokalitě.

a) Horninové prostředí

Silné stránky	Slabé stránky
- historická těžba zlata a wolframu - existence ložiska zlata - členitá geomorfologie	- nedostatečná infrastruktura - svahovitý terén - náchylnost k erozi - často obtížná přístupnost
Příležitosti	Hrozby
- využití tradic těžby zlata - využití historických důlních děl pro infrastrukturu cestovního ruchu - vytvoření geoparku	- potenciální hrozba těžby zlata s negativním vlivem na krajinu - hrozba stažení pramenů při těžbě zlata a wolframu, zamoření chemií - změna skladby obyvatelstva v případě zahájení těžby - dopad na životní prostředí /voda, ovzduší/

b) Vodní režim (toky, eroze...)

Silné stránky	Slabé stránky
- vydatná prameniště v okolí KH - dostatečné zdroje pitné vody - Amálino údolí – Zlatý potok - esteticko - ekologická hodnota -CHOPAV - čisté potoky a říčky v K.H. a v okolí	- řeka Otava vzdálená cca 3,5 km od města - absence větší řeky, vodní plochy - absence pravidelné údržby toků (nádrží) a udržování průtočnosti
Příležitosti	Hrozby
-čisté vodní toky devizou pro cestovní ruch0 i pro životní prostředí místních obyvatel -vybudování přírodního koupaliště pro rekreační účely	-globální změny klimatu -nešetrné hospodaření v lesích (velkoplošné holiny - negativní ovlivnění vodního režimu) -nevhodná stavební a průmyslová činnost v oblasti vodních toků, mokřadů a pramenišť -úbytek podzemní vody

c) Urbanistická hygiena prostředí (kvalita pitné vody, čištění odpadních vod, čistota vzduchu, prašnost, ...)

Silné stránky	Slabé stránky
-vodohospodářská infrastruktura v majetku města -dostatečné zdroje kvalitní pitné vody -čistý vzduch díky absenci průmyslu a umístění města na Šumavě i existenci CZT -vlastní zdroj paliva pro CZT i pro individuální vytápění – les - snižování prašnosti ve městě	-zanedbaný stav vodohospodářské infrastruktury (zanedbaná stav ČOV, rozvody pitné vody a kanalizace) -nedořešená stará ekologická zátěž Na Prádle
Příležitosti	Hrozby
-rozvoj ekologického vytápění, energetika -stáčírna a prodej pitné vody -kvalitní pitná voda a čistý vzduch jako součást image pro cestovní ruch i pro příliv nových obyvatel (krásné a zdravé prostředí, viz voda). - dořešení technického stavu a hygieny veřejného osvětlení	-úbytek podzemní i povrchové vody (kolísání) -změny klimatu -nešetrné hospodaření v lesích -nevhodná stavební a průmyslová činnost v oblasti pramenišť -neřešení zanedbané infrastruktury rozvodů vody a ČOV

d) Přírodní prostředí a krajina

Silné stránky	Slabé stránky
- vysoká hodnota přírodního prostředí -okolí a část K.H. v NP a CHKO Šumava - zajištěna ochrana prostředí - zachovaný krajinný ráz - malebnost krajiny - správa vlastního majetku (ZPF a LPF), možnost péče o toto území - finanční kompenzace za omezení hospodaření v lesích na území NP	-nekoncepčnost a nepředvídatelnost rozhodování a jednání Správy NP Šumava -znehodnocování vlastního lesního majetku na území parku (nemožnost hospodaření) -nedostatečná péče o stávající aleje, sady, cesty
Příležitosti	Hrozby
-úprava a doplnění veřejné zeleně -péče o bezlesí -spolupráce se Správou NP Šumava + možnosti získání dotací na rozvoj obce -obnova krajinných prvků, alejí, cest, pěšin, zídek, vyhlídková místa atd. -obnova opuštěných zbořeníšť (nezastavovat volnou krajinu) -tvorba nových kvalitních prvků v krajině -rozšíření sítě značených poznávacích (chytrých) stezek pro pěší i pro cyklisty -rozvoj cestovního ruchu a zemědělského EKO a BIO hospodaření	-přírodní katastrofy - vítr, kůrovec, sucho -průmysl - nevhodný způsob těžby zlata -zásah státu – strategie a směřování NP Šumava - nepřiměřené zásahy nevládních neziskových organizací v oblasti ochrany přírody - znehodnocování vlastního lesního majetku na území parku i mimo něj -realizace nevhodných stavebních záměrů v nezastavěné krajině

e) Zemědělský půdní fond a pozemky určené k plnění funkce lesa

Silné stránky	Slabé stránky
-rozsáhlé majetky ZPF a LPF ve vlastnictví města -funkční městské společnosti v tradičním odvětví udržující vzhled kulturní krajiny -finanční zdroje z hospodaření na zemědělské a lesní půdě, kvalitní hospodaření vlastních organizací -dostupné obnovitelné zdroje -velké fin. náhrady za majetky v NP Šumava v posledních letech	-nemožnost hospodařit na části vlastního lesního majetku v NP Šumava -zemědělství závislé na dotacích - ekonomika provozu pily - prodej kulatiny
Příležitosti	Hrozby
-rozvoj ekologicky šetrného hospodaření -energetika - biomasa - zpracovávat kulatinu - větší zaměstnanost - nakupovat pozemky	-přírodní kalamity a výkyvy počasí -úbytek vody (zničené lesy nezadržují vodu na Šumavě) -nepředvídatelnost státní politiky v NP Šumava -omezení zemědělské činnosti a lesnické činnosti z důvodu možné nepřiměřené ochrany přírody - úbytek ZPF i LPF -větší těžby menší zisk

f) Dopravní a technická infrastruktura

Silné stránky	Slabé stránky
-místní infrastruktura v majetku města -dopr. infrastrukturu neničí nadměrná tranzitní doprava -rekonstrukce náměstí a části centra města, vč. sítí, kanalizace a CZT -dobrý stav některých účelových komunikací -dostatek parkovacích místa v centru	-špatné autobusové spojení /České Budějovice - Plzeň/ -horší dopravní dostupnost -špatný stav krajských komunikací -zanedbaný stav většiny příjezdových komunikací -absence alternativy pro ty, co se nemůžou připojit na CZT -špatný stav veřejného osvětlení -část komunikací ve městě a jeho částech je prašná
Příležitosti	Hrozby
-vybudování linky pro výrobu alternativních paliv pro domácnosti bez možnosti připojení na CZT -kroky k energetické soběstačnosti města -provozování vlastní BUS dopravy i v rámci cestovního ruchu -budování dalších parkovacího systému města (Čeňkova pila, rozšíření parkoviště u hradu, záchytné parkoviště v jižní části města a malá záchytná parkoviště	-nedostatek finančních zdrojů na údržbu infrastruktury -další omezování autobusového spojení ze strany krajů -nevytváření dostatečných finančních zdrojů na údržbu infrastruktury -možný nedostatek paliva či zdražení vstupů do CZT a následné odpojování zákazníků od systému

g) Sociodemografické podmínky (počet obyvatel, pracovní příležitosti, zaměstnanost, komunikace mezi obyvateli.....

Silné stránky	Slabé stránky
-městské organizace jako největší zaměstnavatel v oblasti - -diferenciace velkých zaměstnavatelů	-vyšší nezaměstnanost -mizející spolková činnost -úbytek trvale žijících obyvatel -nedostatečná odborná kvalifikace a použitelnost části místních občanů pro vznikající prac. příležitosti -nedostatek pracovních míst -nekomunikace mezi obyvateli
Příležitosti	Hrozby
-rozvoj energetiky – biomasa /zaměstnanost/ -využit atraktivní a zdravé prostředí pro rozvoj cestovního ruchu /zaměstnanost/ -perspektiva vzniku prac. příležitostí, především ve službách cestovního ruchu →podmínky k příchodu nových kvalitních lidí z „venku“. -rozvoj školství, vč. alternativního školství (např. Waldorf. škola) -podpora a investice do rozvoje občanských aktivit, spolková činnost -pracovní příležitosti především v lesnictví, zemědělství, v cest. ruchu a ochraně přírody -zvýšení počtu zaměstnanců města -pobídky ze strany města pro nové podnikatele	-další stárnutí populace a úbytek počtu obyvatel -absence konsenzu nad prioritami udržitelného rozvoje Kašperskohorska

h) Bydlení a občanská vybavenost

Silné stránky	Slabé stránky
-zásadní podíl bytového fondu v majetku města - ve městě je škola, lékař, pošta, dům s pečovatelskou službou, kino -dostatečné plochy pro možnou výstavbu nových RD -nevyužité nemovitosti ve <u>vlastnictví</u> města	-chybí komunitní centrum -chybějící plnohodnotný kulturní sál -morální zastaralost stávajícího bytového fondu -chybějící klidová zóna pro obyvatele ve městě -nedostatečná údržba stávajících objektů - nedostatečně využívaná knihovna
Příležitosti	Hrozby
-rozšíření bytového fondu pro vyhlídnuté odborníky a mladé lidi motivace získání obecního bytu -vybudovat zázemí pro seniory včetně hospicové péče -využit objektů ve vlastnictví města k rozšíření a zlepšení občanské vybavenosti -rekonstruovat a modernizovat stávající bytový fond -vybudování víceúčelového sálu, který může být využíván i pro CR (kongresy, plesy, koncerty, fir. akce pod.) - větší využití a rozšíření knihovny (např.	-zdroj financování – výstavby i provozu -úbytek obyvatel

spojení s IC, kavárnou, spolkovou činností..)

i) Cestovní ruch (doplněno ze strategie CR 2012)

Silné stránky	Slabé stránky
Atraktivita -městská památková zóna, kontinuální revitalizace z Programů regenerace -jedinečnost území – spojení bohaté historie s atraktivní Šumavou - koncentrace kulturních a přírodních atraktivit na poměrně malém území (ve městě i okolí) -velký počet církevních nemovitých památek a drobných sakrálních staveb v okolí -rekonstruovaný hrad Kašperk -pořádání kulturních a sportovních akcí, kulturní akce na hradě Kašperk přesahují regionální význam -pořádání kulturních a společenských akcí na Náměstí a v areálu kostela Sv. Mikuláše - nabídka komentovaných prohlídek města -tradice – těžba zlata , řemesla -keltské osídlení - Pustý hrádek jako rozhledna = v mimosezónním období představuje jeden z hlavních turistických cílů -Skiareál Kašperky -řeka Otava – zlatonosná, vodní sporty, rybaření -existence Centra volného času -aktivita Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava -zachovalý architektonický a krajinný ráz osad Opolenec a Červená Infrastruktura - ubytovací kapacity všech kategorií a různé cenové úrovně (včetně kategorie 4-hvězdy),	Atraktivita -sezónnost (je téma pro celou oblast Šumavy) - krátká turistická sezona (koncentrace léto, zima), památky přístupné jen v období letní sezóny - chybí další turistické taháky pro mimosezónu -pasivní společenský život (ve městě např. nejsou pořádány plesy) -málo využitá atraktivita historické těžby zlata a i existence Seismické stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd ČR Infrastruktura -IC a knihovna jako součást městského úřadu -absence místní agentury poskytující kyvadlovou dopravu, koordinující programovou nabídku, zprostředkující ubytování a další služby v cestovním ruchu -chybějící doprovodná infrastruktura pro cestovní ruch -chybějící systém dopravy v klidu ve městě -limitovaná a nekomfortní dopravní (ne-)dostupnost veřejnou dopravou -nízká kvalita gastronomických služeb (omezená nabídka, uniformita nabídky, nevyužití lokálních produktů, surovin, receptů.....) Organizace/management -neexistence managementu cestovního ruchu -neexistence profesních sdružení cestovního ruchu -náplň a role informačního centra versus nízký počet zaměstnanců -nedostatečná spolupráce v rámci mikroregionu

nabídka wellness a jiných speciálních služeb, kvalitní management větších hotelů a ubytovacích zařízení, zapojení hotelů v globálních rezervačních on-line systémech -zázemí města s celkem dobrými službami (oproti sídlům v centrální Šumavě) -sít' dobře značených turistických a částečně i cyklistických tras v okolí, které navedou i na trasy centrální Šumavy = kvalitní nabídka a dobrá orientace pro pěší a cykloturisty (v roce 2014 aktualizováno značení všech naučných stezek a vycházkových okruhů města K. Hory) Organizace/management -zázemí 2 informačních středisek s kvalifikovaným personálem (MěKIS + pracoviště Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava) Marketing -dobré jméno Šumavy jako silné a rezonující značky -poloha v blízkosti Bavorska (hraniční přechod Železná Ruda cca 35 km) -zahájena tvorba jednotného corporate design/corporate identity -existence funkčně a tvarově vhodných výlepových ploch ve městě (instalace výlepových válců) -seriál ČT Policie Modrava, natáčení pohádky Anděl Páně (lokalita vhodná pro filmový turismus)	Marketing -hrad Kašperk a Kašperské Hory nevystupují jako jedna destinace -nízká propagace regionu -neestetické prvky prostředí tzv. první dojem (např. neuspokojivý vzhled při příjezdu od Sušice) -chybí marketingově zpracované příběhy zasazené do místního prostředí -nedostatek produktů cestovního ruchu -neexistence komplexního systému sledování výkonů (statistiky) a indikátorů cestovního ruchu -chybí systém partnerství privátní a veřejné sféry -neexistence marketingu cestovního ruchu, propagace města roztříštěná, nekompaktní - o roztříštěná prezentace na webu - o neexistence tematických produktů, pobytových balíčků a systému jejich prodeje - o neznalost nabídky a produktů cestovního ruchu ve městě navzájem
Příležitosti	Hrozby
Atraktivita - krásná místa, o kterých málokdo ví, někdy s horší dostupností = potenciální nové cíle -zpřístupnit historii těžby zlata a další ukázky života na Šumavě - seismická stanice -rozšířit nabídku pro sportovní vyžití (kola, brusle, lyže) -vybudování Geologického skanzenu jako součást Geoparku	-devastace krajiny průmyslem (záměr těžby zlata) -uzavírání NPŠ pro turisty -vysoká konkurenceschopnost blízkých lokalit (na Šumavě i v Bavorsku) -změny klimatu – nedostatek vody, sněhu -lidské zdroje (nekvalifikované síly, stárnoucí populace, odchod mladých lidí z města a okolí pro nedostatek pracovních příležitostí, neochota práce v cestovním ruchu)

-revitalizace areálu kostele Sv. Mikuláše a jeho citlivé zapojení do CR a kulturního života -filmové a hudební přehlídky -Kašperké Hory a hrad Kašperk jako filmová lokalita -celoroční využití ski areálu - potenciál pro rozvoj programů pro rodiny s dětmi -navázat partnerství s NPŠ a Nationalpark Bayerischer Wald -trend nových aktivních forem trávení volného času -blízkost šumavských lyžařských areálů (Zadov, Železná Ruda do cca 35 km) -blízkost lyžařských areálů Großer Arber (Bavorsko cca 60 km – www.arber.de) -chov speciálního plemena skotu v okolí = originální lokální gastronomický zážitek Infrastruktura -vytvoření „základny“ pro turisty k návštěvám NP a CHKO -zlepšení podmínek pro běžecké lyžování Organizace/management -destinační management Kašperské Hory Marketing - více využít značky regionální produkt nebo vybudovat vlastní destinační značku -členství ve spolcích a sdruženích, partnerství s městem Grafenau -Evropský region Vltava – Dunaj	
--	--

j) Ekonomická základna (možnosti rozvoje, investoři, cestovní ruch)

Silné stránky	Slabé stránky
-vlastní zdroj příjmů z majetků města – les, zemědělství, hrad -lesnictví a zemědělství jsou pilíře ekonomiky města = soulad s přírodním prostředím	- přežívající nedůvěra města k podnikatelům -chybějící dlouhodobá strategie rozvoje města -část nemovitostí ve špatném technickém stavu. -absence využívání nemovitostí

Kašperských Hor -vyrovnaný rozpočet města, nízká dluhová služba, město disponuje rozsáhlým majetkem = klíčová aktiva ve vlastních rukách, rozhodování a zodpovědnost jednoho vlastníka -nízká míra dluhové služby -fungující městem vlastněné firmy v lesnictví a zemědělství, které mají dominantní postavení v KH a v okolí -provozování vlastní autobusové dopravy	- nedostatek malých firem
Příležitosti	Hrozby
-rozvoj energetiky – biomasa, smart technologie -rozvoj služeb cestovního ruchu - rozvíjet zpracovatelskou výrobu místních produktů - aktualizace Územního plánu obce = investorská pobídka např. lokalita bývalá kasárna „brownfield“ -bývalý barokní špýchar ve vlastnictví města = možná investorská příležitost -bunkry z třicátých let, německý hřbitov u kostela svatého Mikuláše jako svědek na téma novodobé historie města a okolí -nevyužívané podzemí radnice -dokončení rekonstrukce kina -vrch Ždánov 1 065 m n. m. cca 3 km od Kašperských Hor jako potenciální lokalita pro vznik dalšího lyžařského areálu -lokalita za školou jako vhodná pro investorské příležitosti a aktivity spolupráce privátního a veřejného sektoru = vznik moderního sportovního areálu	-nedostatek finančních zdrojů - nastavení dotační politiky státní politika vůči obcím, přerozdělování daňových výnosů a omezení samospráv v rozhodování o věcech lokálních -nezodpovědnost nebo neschopnost vlastníků nemovitostí tyto revitalizovat a udržovat v řádném stavu = poškození vizuální a architektonické hodnoty města, špatná image -lesní majetek města na území NP Šumava = nemožnost lesní hospodářské činnosti jako zdroj příjmů města -při nepochopení cestovního ruchu a kultury jako rozvojového potenciálu města je reálná hrozba brzkého omezení služeb ve městě a omezení občanské vybavenosti, hrozba celkové stagnace a vylidňování města

k) Jiné (např. vztahy města s jinými subjekty)

Silné stránky	Slabé stránky
-partnerské město Grafenau - rozvíjející se některé spolky -zlepšení vztahů s okolními obcemi (Rejstejn, Železná Ruda, Modrava, Sušice, ad.)	-nepůvodní obyvatelstvo většinou bez hlubší vazby k místu, kde žije -nestabilní spolupráce s NP Šumava z důvodu častých personálních změn a nekonceptního vedení Správy NP Šumava
Příležitosti	Hrozby
-spolupráce s obcemi v ORP Sušice -rozvoj spolupráce s partnerským městem Grafenau a případné rozšíření o spolupráci s městem Scharding (partnerské město Grafenau z Rakouska)	-zhoršující se mezilidské vztahy

-více využívat spolupráci s okolními obcemi z Mikroregionu Šumava-Západ - zlepšení vztahů se Správou NP - podpora spolkové a zájmové a dobrovolné činnosti	
--	--

16 Výsledky ankety k rozvoji města

Anketa proběhla formou dotazníkového šetření. Dotazníky byly distribuovány prostřednictvím Kašperskohorského zpravodaje a další formuláře byly k dispozici občanům v MěKIS.

Bylo odevzdáno 14 vyplněných dotazníků pro podnikatele a 79 dotazníků určených pro obyvatele.

16.1 Shrnutí výsledků ankety pro obyvatele

Anketní otázky byly zaměřené na:

- hodnocení kvality života ve městě, ochotu pomoci,
- služby, rozvoj města,
- infrastrukturu a vybavení města,
- těžbu zlata, změnu názvu Náměstí,
- informovanost ad.

Dotazníky byly distribuovány prostřednictvím Kašperskohorského zpravodaje a byly k dispozici na MěKIS.

Výsledky ankety nejsou dogmatem a pouze ukazují směr, jsou vodítkem pro další rozvoj. V odpovědích se projevují i negativní emoce, nenávisť apod., ale na druhé straně i názory rozumné, humor, nadhled a „zdravý selský rozum.“

Bylo odevzdáno 79 vyplněných dotazníků. Všichni respondenti však neodpověděli na všechny otázky a někdy byly označeny protichůdné možnosti.

84 % respondentů žije v Kašperských Horách více než 10 let, většinou odpovídaly ženy a 44 % všech dotazovaných byla starší 60ti let.

- 77 % respondentů neuvažuje o přestěhování (ale téměř polovina byla starší 60ti let)
- 56 % je spokojeno s místem k životu, ale vidí možnost ke zlepšení
- 57 % je spokojeno s mezilidskými vztahy, ale potřeba zlepšení mezilidských vztahů se umístila v otevřených odpovědích na předním místě
- 52 % považuje rozvoj města za vyhovující až velmi dobrý
- 62 % souhlasí s přejmenováním Náměstí
- 85 % řeklo NE těžbě zlata
- 37 % si myslí, že existence NP je příležitostí k rozvoji
- 25 % by rádo něco udělalo pro lepší vzhled města, ale neví co
- jako regionální informační zdroj je nejvyužívanější **Kašperskohorský zpravodaj**

16.2 Shrnutí výsledků ankety pro podnikatele

Anketa obsahovala 4 otázky zaměřené na:

- hodnocení současného podnikatelského prostředí
- na vymezení omezujících faktorů
- návrhy na rozvoj podnikání
- pojmenování současných přínosů pro podnikání v oblasti

Bylo odevzdáno 14 vyplněných dotazníků s tímto výsledkem:

- Podmínky pro podnikání jsou vyhovující, ale je zde prostor pro zlepšení. Nespokojena je třetina dotazovaných.
- Největším omezením pro podnikání je sezónnost.
- Největší přínos pro podnikání v oblasti je turistika.
- Oblastí nejvhodnější pro další rozvoj podnikání byl označen obchod, což se shoduje i s potřebami obyvatel, kteří považují nákupní možnosti za nedostatečné.

Rozšíření:

- Největším omezením pro podnikání je sezónnost, dále stejnou měrou to jsou územní plán, nestabilizovaná pracovní síla a Správa NP Šumava.
- Největší přínos pro podnikání v oblasti je turistika, ke které lze logicky přiřadit i hrad Kašperk, muzea, akce MěKIS, skiareál. Turistika -lépe cestovní ruch jsou tedy považovány za významný faktor pro podnikání. Pozitivně je vnímána také příroda a nové vedení města.
- Jako další největší oblastí pro rozvoj podnikání byl označen obchod (řeznictví, drogerie, železářství, papírnictví, domácí potřeby...). Dále zpracování dřeva, cestovní ruch (sporty, servis pro cyklisty), řemesla, zemědělství a lehký průmysl jsou považovány podnikateli za vhodné obory k dalšímu rozvoji.

17 Popis strategické části SUR dle potřeb MP

Po zpracování Analytické části SUR následovalo zpracování její Strategické části. V analytické části byly popsány základní vývojové tendence uplynulého období včetně jejich zhodnocení. Dále silné a slabé stránky, rizika a příležitosti – tzv. SWOT analýza a vyhodnocení dosavadního rozvoje obce prostřednictvím ankety.

SWOT a strategická část byla zpracována ve spolupráci s členy pracovní skupiny. Skupina se během období vzniku strategie sešla celkem 13x. Některých jednání se účastnili přizvaní hosté za účelem řešení specifických témat.

Jednání probíhala na úřadě i v terénu. Jako velice přínosné se ukázalo propojení a koordinace tvorby územního plánu s touto strategií.

Hlavní zásady při tvorbě strategické části byly:

Udržitelný rozvoj a smart (inteligentní) přístup k řešení

17.1 VIZE a MISE

Naše mise:

Při stanovování poslání města Kašperské Hory musíme vycházet ze zákona č. 128/2000 Sb. o obcích, kde je v §2 stanoveno následující: „Obec pečuje o všestranný rozvoj rozvojového území a o potřeby svých občanů; při plnění svých úkolů chrání též veřejný zájem.

Jsme vlastníkem rozsáhlých majetků, o něž odpovědně pečujeme prostřednictvím organizací zřízených městem.

Zajišťujeme činnosti uložené nám zastupitelstvem nebo radou města v rámci samostatné působnosti ke zkvalitňování života místních obyvatel, plníme činnosti svěřené městskému úřadu státem v rámci přenesené působnosti.

Jsme starobylé kulturní město, které si uchovalo svůj historický ráz. Máme pestrou historii královského horního města, které je zasazeno do malebné krajiny pod hradem Kašperk. Jsme turistickým centrem nabízejícím dobré služby, tradice a čisté životní prostředí.

Naše vize:

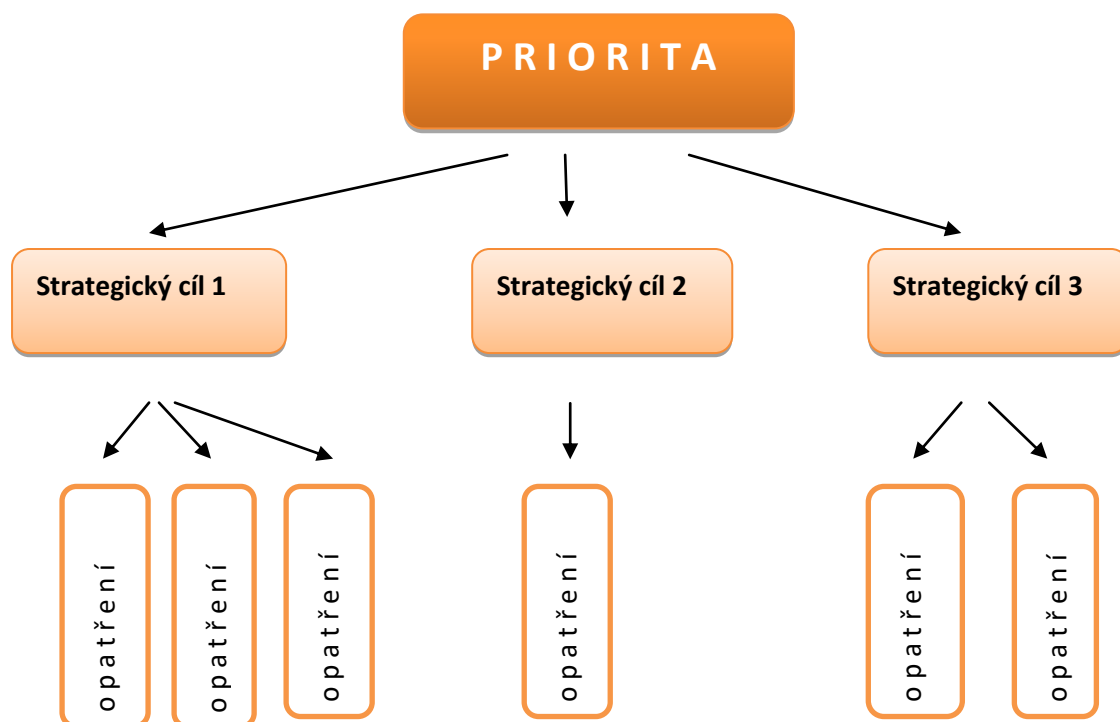
Kašperské Hory - město přívětivé pro život místních obyvatel i pro své návštěvníky.

17.2 Priority a strategické síle

17.2.1 Popis hierarchie priorit, cílů a opatření

Na základě SWOT a ankety bylo vymezeno v první fázi celkem 5 hlavních priorit – oblastí, které je třeba rozvíjet. Strategie má ve svém podtitulu „Smart City Kašperské Hory.“ Tímto dává město najevo svoji vůli jít cestou čistých, chytrých a moderních technologií a usnadnit tak život svým obyvatelům a připravit základ rozvoje pro budoucí generace.

Ke každé prioritě jsou stanoveny strategické cíle a doporučená opatření k jejich naplnění. Postupná realizace opatření (projektů) zajistí naplňování priorit a přibližování se k dosažení VIZE (více viz níže uvedené schéma).



17.2.2 Vysvětlení zapracování principů SMART CITY do strategických cílů a opatření z pohledu DM

Při diskusích v rámci pracovní skupiny k MP se jasně ukázala nutnost propojení závěrů SUR a koncepce Smart City z důvodu rozvoje příjemné destinace pro CR. Například Smart City **je město dobře fungující v 6 charakteristikách**, postavených na "inteligentní" kombinaci dotací a podnikatelské činnosti, nezávislých sdružení a uvědomělých občanů. Koncept chytrého města je společenskou změnou, změnou našeho myšlení, našeho přístupu k veřejnému prostoru a ke společnosti, ve které žijeme. Cílem není nasazení moderních technologických vymožeností, ale vytvoření silného vztahu a sounáležitosti občana a města, tj. společně sdíleného stavu, kdy město ovlivňuje život občana a občan život města.

Ve městě velikosti Kašperských Hor se rovnoměrnost rozvoje města a péče o jeho infrastrukturu projevuje rychle v kvalitě prostředí destinace.

Protože byla SUR zpracována na SMART principech jsou SMART opatření a smart strategické cíle označeny barevnou „nálepkou.“ Vycházelo se při tom z členění na 6 charakteristik používané v metodice EU:

- 1 Smart ekonomika

Každý program města v konceptu smart city by měl cílit na úsporu finančních prostředků občanů, kteří se chovají udržitelně. Jedná se o zavedení motivačních programů, které finančně zvýhodní cestování udržitelnými dopravními prostředky či nevlastnění vozidla, v oblasti energetiky se jedná o možnost garantované investice občanů do energetické soběstačnosti města z obnovitelných zdrojů, možnosti napojení se vlastní výrobou do energetické sítě (tzv. smart grids) či zvýhodnění developerů

i soukromníků při stavbách inteligentních domů. Město dále dává k dispozici skrze jednotný registr své nevyužívané prostory k podnikání či jiným rozvojovým činnostem za cenu provozních nákladů, a to i prostory, které čekají na regeneraci. Podporuje tak přirozený rozvoj brownfieldů skrze přítomnost drobných podnikatelů a podporuje je pořádáním osvětových či prodejních akcí. Město provozuje ekodvory, na kterých je dovezený odpad tříděn, a funkční věci jsou dávány zpět do oběhu skrze bleší trhy. Město provozuje mapu služeb sdílení či otevřené dílny. Město dále podporuje pořádání bleších trhů, burz s výměnou zboží, farmářské trhy, nákupy místních produktů, vznik služeb pro sdílení jídla, náradí, sběr přebytků z místních vývařoven s distribucí potřebným, to vše pomocí ICT nástrojů.

• 2 Smart mobilita

Pro oblast dopravy se jedná o detekci jevů na dopravní infrastrukturu, detekci pohybu vozidel a chodců a zpracování těchto dat s cílem optimalizovat provozní systémy a řídit poptávku po dopravě.

• 3 Smart životní prostředí

Tento výsledný aspekt kvality života řeší konkrétní dopady konceptu inteligentního města na kvalitu veřejného prostoru, ovzduší a hluku či dopravní obslužnost ekologickými prostředky. Primárně se jedná o omezování vjezdu a stání individuální dopravy v centru, podporu bezemísni dopravy, výsadbu stromů podél pozemních komunikací, podporu zelených koridorů pro cyklisty či platby parkovného dle emisní třídy vozidla; vše s cílem snížit negativní dopady dopravy na čistotu ovzduší a veřejného prostoru. V oblasti energetiky se např. jedná o lokální výrobu energie z obnovitelných zdrojů a její lokální spotřebu, o cenové zvýhodnění centralizovaných dodávek tepla, využití spalování komunálního odpadu k produkci tepla, dotační a programovou podporu ekologického vytápění či výroby elektrické energie technologiemi, které neznečišťují ovzduší.

• 4 Smart lidé

Tato charakteristika představuje zavedení nástrojů pro elektronickou komunikaci města a občanů, v kontextu smart city pak slouží k využití občanů coby „živých senzorů“ ke sběru dat a názorů. Město podporuje skrze webové/mobilní nástroje veřejné sbírky na společné projekty (tzv. crowdfunding) a nástroje pro sběr podnětů a nápadů (tzv. crowdsourcing). Podporuje občanské iniciativy.

• 5 Smart život

Motivační a podpůrné programy pro občany, koncepty sdílení, vizualizace územního plánu, kategorizace uličního prostoru.

Hlavním principem pro řešení veřejného prostoru města je upřednostnění vnitřního růstu před prostorovou expanzí. Řada nemovitostí ve městech (pozemky nebo objekty, nejčastěji pozůstatky dřívější průmyslové, armádní či dopravní aktivity) je nedostatečně či vůbec využívána – jde o brownfields čekající na svou regeneraci. Je chytré využít to, co již město má – změnou funkce dané plochy na bydlení. To se týká prázdných kancelářských prostor, střešních nástaveb, identifikovaných jako oblasti pro rozvoj a dále identifikovat prostory, které je nutno chránit a propojovat – např. tzv. zelené osy pro mobilitu (např. cyklostezky).

• 6 Smart řízení

Město má vizi a strategii. Koncept smart city je zaměřen na zlepšení kvality života ve městech a efektivnější správu města. Podmínkou každého zlepšení je kontinuální evidence potřeb a výkonů města, která ukáže aktuální i dlouhodobý trend jeho vývoje. Práce s daty, jejich digitalizace a pravidla pro sledování jsou prvním základním ukazatelem, že město směřuje ke konceptu smart city. Bez

dostupnosti dat o aktuálním stavu městských agend nelze úspěšně plánovat a jejich digitalizací se proces vývoje směrem k inteligentnímu městu významně urychlí. Jejich otevření aktivní veřejnosti (open data) pak umožní zapojit více subjektů i lidí, a tudíž i získat nové nápady a pohledy od lidí různého zaměření a odbornosti. Sběr nápadů lze kromě různých komunitních aplikací a webů podpořit skrze soutěže o nejlepší nápady či realizace řešení potřeb města na základě dostupnosti jeho dat (tzv. hackathony).

Vrcholem se pak stává město se skvělou pověstí (brand). Město se prezentuje (web, sociální sítě) jako zdravé a čisté s udržitelnou dopravou, podporuje osvětové akce a vysvětluje občanům výhody smart chování a pro rozvoj aktivit v oblasti cestovního ruchu.

17.3 Priority v rámci SUR

Definice rozvojových priorit ukázala vztah zástupců Města k rozvoji cestovního ruchu. Priorita č. 3 se přímo zabývá rozvojem CR, ale v kontextu s úspěšnou implementací ostatních rozvojových priorit:

Priorita 1 Budování vztahů a partnerství města

Priorita 2 Infrastruktura

Priorita 3 Cestovní ruch

Priorita 4 Řízení města a jeho organizací

Priorita 5 Rozvoj duchovních a volnočasových aktivit pro obyvatele

Východiska pro stanovení priorit

- Zavedení koncepčního přístupu k udržitelnému rozvoji města Kašperské Hory
- Posílení sounáležitosti obyvatel s místem, kde žijí a budování vzájemných dobrých vztahů
- Respektování všech pilířů udržitelného rozvoje - sociální, ekonomický a environmentální
- Smart přístup - hledání chytrých řešení
- Připravenost k čerpání dotačních finančních prostředků v programovém období 2014-2020
- Posílení ekonomického potenciálu města
- Efektivní fungování města
- Efektivní fungování organizací zřízených městem
- Soulad s dokumenty vytvářenými na úrovni města, kraje, státu

TABULKA 10 PŘEHLED PRIORIT A STRATEGICKÝCH CÍLŮ

Priorita	Strategický cíl
Priorita 1 Budování vztahů a partnerství města	1.1. Budování vztahů mezi městem a jeho obyvateli
	1.2. Rozvoj vnějších vazeb
Priorita 2 Infrastruktura	2.1. Rekonstrukce a nové využití zchátralých objektů ve vlastnictví města
	2.2.2. Rozšíření bytového fondu a zlepšení péče o stávající byty v majetku města.
	2.2.3. Dobudování a rekonstrukce vodohospodářské infrastruktury
	2.2.4. SMART ZIVOT Zlepšení stavu místních komunikací, veřejných prostranství a parkovacích ploch
	2.2.5. Optimalizace infrastruktury organizací zřízených městem a spravujících majetek města
Priorita 3 Cestovní ruch	3.1. Vznik profesionálního managementu destinace cestovního ruchu – org. složka MÚ nebo vlastní společnost destinačního managementu
	3.2. Vytvoření značky destinace Kašperské Hory
	3.3. Kašperské Hory jako celoroční destinace “4 seasons“
	3.4. Vybudování infrastruktury cestovního ruchu v rámci města a městského majetku
Priorita 4 Řízení města a jeho organizací	4.1. SMART ŘÍZENÍ Zefektivnění fungování Městské úřadu
	4.2. Zlepšení řízení a fungování organizací města
	4.3. Rozvoj spolupráce organizací města se státními a krajskými institucemi
Priorita 5 Rozvoj duchovních a volnočasových aktivit pro obyvatele	5.1. Vytvoření zázemí pro volnočasové aktivity
	5.2. SMART LIDÉ Finanční a nefinanční podpora spolků, kroužků a dobrovolné činnosti

18 Priority, strategické cíle a opatření dle SUR

Uvádíme zde výčet strategických cílů a opatření pro Prioritu 3 Cestovní ruch. Popis strategických cílů a opatření zbývajících priorit je uveden v příloze tohoto dokumentu.

TABULKA 11 PRIORITY 3 A JEJÍ STRATEGICKÉ CÍLE A OPATŘENÍ

Priorita 3 Cestovní ruch	
SC 3.1. Vznik profesionálního managementu destinace cestovního ruchu - společnosti destinačního managementu¹ <i>Vznik společnosti destinačního managementu je základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu v Kašperských Horách. Společnost destinačního managementu s jasnou organizační strukturou, stabilním profesionálním týmem, jasně určenými kompetencemi, zodpovědností a stabilním financováním bude lídrem a koordinátorem všech aktivit rozvoje města v oblasti cestovního ruchu. Společnost destinačního managementu v Kašperských Horách bude zároveň plnit funkci kulturního managementu města. Aby byla společnost vybudována plnohodnotná a plně funkční, musí dojít od počátku k aktivnímu zapojení podnikatelské veřejnosti v Kašperských Horách do všech činností společnosti destinačního managementu. Nejen s partnery v destinaci, ale i na regionální, národní a mezinárodní úrovni musí být uplatňován princip marketingového participativního řízení destinace.</i>	
Opatření:	
3.1.1	SMART RIZENÍ Vznik „společnosti destinačního managementu“ postupným procesem transformace MěKIS do příspěvkové organizace města a redefinice funkcí a náplně, personální posílení o manažera cestovního ruchu a později produktového manažera
3.1.2.	Tvorba marketingového plánu destinace Kašperské Hory včetně hradu Kašperk
3.1.3	Ustanovení odpovědného zastupitele či radního za rozvoj cestovního ruchu a naplňování cílů a priorit SUR v oblasti cestovního ruchu
3.1.4	Ustanovení poradního a iniciačního grémia či komise cestovního ruchu z řad zástupců podnikatelů, institucí, organizací a partnerů v oblasti cestovního ruchu (hotely, gastronomie, kulturní instituce, církve, NP Šumava...a další)
3.1.5	SMART RIZENÍ Zavedení systému sledování výkonu cestovního ruchu a ekonomického přínosu cestovního ruchu pro město Kašperské Hory (statistika, indikátory vývoje destinace) ve
3.1.6	Nové, moderní prostory pro Městské informační a kulturní středisko; vznik návštěvnického centra (návaznost na opatření 2.1.1)
3.1.7	SMART ŽIVOT Pořádání seminářů MěKIS a provozovatelů zařízení CR (2 krát ročně)
SC 3.2. Značka destinace Kašperské Hory <i>Město Kašperské Hory má potenciál být excelentní destinací na Šumavě s image TOP destinace s vysoce kvalitními službami a celoroční nabídkou aktivit a atraktivit cestovního ruchu. Musí být zachován ráz šarmančního, živoucího a kompaktního šumavského horského sídla, které bude kvalitním zázemím pro návštěvníky, kteří míří za poznáním kulturního a přírodního bohatství Chráněné krajinné</i>	

¹ pojem „společnost destinačního managementu“ je pracovní název pro budoucí organizaci cestovního ruchu v Kašperských Horách, tento pojem je používán pro potřeby Strategie udržitelného rozvoje města Kašperské Hory pro období 2015 – 2025. Koncept státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 – 2020 pracuje s pojmem Destinační společnost = organizace provádějící (koordinující, aktivující) management a marketing (včetně propagace) destinace cestovního ruchu ve spolupráci s dalšími subjekty cestovního ruchu. Jejím úkolem je prosadit destinaci a její produkty cestovního ruchu na trhu a realizovat záměry destinačního managementu.

oblasti a Národního parku Šumava. Cílem strategie značky destinace (branding) je sdílení hmotných i nehmotných hodnot destinace s návštěvníky a odlišení produktu na trhu.

Opatření:

3.2.1 Příprava komunikační strategie destinace Kašperské Hory a naplňování v rámci marketingového plánu

3.2.2. Dokončení corporate design destinace

3.2.3 **SMART RIZENÍ** Nová internetová prezentace – webové stránky včetně e-marketing a mobilní marketing

3.2.4 **SMART RIZENÍ** Projekt značky kvality služeb cestovního ruchu a místních produktů včetně školení, certifikace .. propůjčování značky subjektům propagujícím svou činností a výrobky město s jeho tradicí a kulturními specifikami, nabídka produktů školení hoteliérů..., služby, nabídka produkt

3.2.5 **SMART RIZENÍ** Zavedení systému vztahů s hosty (CRM) – program pro loajální hosty, motivační program pro opakované návštěvy destinace

3.2.6 Partnerství a členství v regionálních, národních a mezinárodních sdruženích a organizacích cestovního ruchu (partnerství s CzechTourism, Region Dunaj-Vltava, Národní park Šumava....)

3.2.7 Zpracování pobídek a servisu pro filmové produkce – Kašperské Hory jako filmová lokalita

SC 3.3. Kašperské Hory jako celoroční destinace “4 seasons“

Kombinace kulturní, sportovní a relaxační nabídky do integrovaných produktů je východiskem pro rozložení turistické sezóny v Kašperských Horách do 4 ročních období. Prioritní jsou investice do infrastruktury cestovního ruchu pro celoroční využití. Péče o kulturní dědictví, objevení a zpřístupnění originálních místních zvyků a tradic, příběh těžby zlata a oživení kdysi bohatého poutního života města jsou atraktivní turistickou nabídkou po celý rok. Investici do kvalitního zázemí pro konferenční, incentivní a společenské akce bude vytvořen předpoklad celoroční nabídky pro firemní klientelu a segment MICE (meetings, incentive, congress, event - setkání, pobídka, kongres, událost).

Opatření:

3.3.1 Celoroční events - pořádání pravidelných slavností (pro každé roční období min. jedna akce, zaměřené vždy na konkrétní signifikaci Kašperských hor

3.3.2 Vznik Národního geoparku Královská (nebo královácká) Šumava - spolupráce na přípravě projektu a zpracování podkladů pro certifikaci

3.3.3. Zpřístupnění štoly Naděje pro veřejnost

3.3.4 Zpracování exteriérové naučné expozice těžby zlatonosných rud

3.3.5 NC Červená - posouzení využitelnosti bývalého hotelu DRAGA na Červené pro účely NC Amáline údolí – historie, geologie, geomorfologie v rámci NG KŠ

3.3.6 Využití lyžařského areálu Skiareál Kašperky i mimo zimní období – vybudování outdoor fun park, rozhledna, vyhlídková lanovka

3.3.7 Podpora MICE turistiky - rekonstrukce, modernizace vybraných objektů (Bílá Růže, Horský klub, Sokolovna, sýpka ..) a vybavení a adaptace pro aktivity kongresové, seminární a incentivní turistiky. Příprava obchodní nabídky ve spolupráci s hotely a místními podnikateli pro firemní klientelu - návaznost na opatření strategického cíle 2.1.

3.3.9 Vybudování a údržba vlastního systému turistických stezek pro pěší, cyklisty, lyžaře – rekreační okruhy (s prvky fitness, workout...) a půldenní trasy (nordic walking, putování s kočárkem, invalidním vozíkem...), celodenní trasy, přeshraniční mezinárodní trasy (VIA NOVA, Svatojakubská cesta, IVV...) včetně drobné infrastruktury a vybavení pro relax a orientaci, poučení a poznání; tématické okruhy např. těžba zlata, staré pověsti, poutní tradice a život... napojení lyžařských tras na šumavské okruhy

3.3.9 Propojení města a hradu Kašperk (nejkrásnější rozhledny Kašperských Hor a okolí) pomocí turistických tras, ekologické a ekonomické dopravy, integrované vstupenky, kulturní karty destinace Kašperské Hory, integrovaného parkování město-hrad (viz. opatření, navigačního a

informačního systému
3.3.10 Obnovení poutního života ve spolupráci s Římskokatolickou farností Kašperské Hory
3.3.11 Plán kulturních a společenských akcí, jejich rozložení v čase a prostoru, produkce a financování, včetně plánu partnerství jako příležitosti pro sponzoring, získání dotací či podpory z fondů
3.3.12 Projekt integrované celoroční vstupenky – kulturní karty destinace Kašperské Hory a obchodní nabídky pro firemní partnery
3.3.13 Projekt celoročních produktových pobytových balíčků pro individuální hosty
3.3.14 Iniciovat rekonstrukci všech budov Muzea Šumavy a modernizace stálé expozice; výzvou je téma těžby zlatonosných rud (ve spolupráci se zřizovatelem Plzeňským krajem)
3.3.15 Zpřístupnění Seismické stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd ČR,v.v.i. pro veřejnost
3.3.16 SMART MOBILITA Půjčovna elektrokol a produkt „E-cyklobility Šumavou“popř. Národním Geoparkem Královská Šumava (např. vyzvednutí hotelových hostů-návštěvníků, doprava k startu E-cyklovýletu s průvodcem nebo individuálně, doprava zpět do hotelu a Kašperských Hor)
3.3.17. Keltské tradice - využití existujícího chovu keltských koní s 18 letou tradicí místní keltské družiny var. 1 skanzen jezdeckého keltské družiny- chov a výcvik koní var. 2 statek (nejen) při Waldorfské škole, šetrné zemědělství, řemesla, pobyty pro školy var. 3 komunitní bio statek var. 4 střední škola zaměřená na chov a výcvik koní var. 5 Kašperské stáje
3.3.18 SMART ŽIVOT Pořádání workshopů – MěKIS: (umělecké dílny: fotografování, malířství, sochařství,....., design měst. prostředí. Odborné semináře: krajinářství, péče o památky, řemeslné dílny: sklářství, řezbářství, zpracování vlny, ovoce, zeleniny, lesních plodin
3.3.19 Populárně naučné akce: SMART Semináře a terénní akce - Badatelská historie (Kašperk, Obří hrad, Buzošná,....., zajímavé lokality, spolupráce s Muzeem Šumavy), seismická stanice Pravidelný cyklus přednášek (v kině): zajímavé osobnosti (v oblasti vědy, popularizace vědy, umění a kultury) a prezentace (historie území – pravěk, starověk, gotika, renesance, baroko,...., energie krajiny, ochrana přírody, flora, fauna, mykologie, entomologie, šelmy)
3.3.20 Rozvoj činnosti kina: výběr partnera (např. OKO) Kalendář akcí (černobílé víkendy, čeští režiséri,... Šumava ve filmu,..., hudební přenosy i vystoupení,.....)
3.3.21 Rozvoj aktivit areálu hradu Kašperk (koncepce/ opatření) Archeologický průzkum Samostatná organizace Nabídka v mimosezóně státních hradů
3.3.22 Zapojení hasičského sboru do rozvoje aktivit v CR
Strategický cíl 3.4. Vybudování infrastruktury cestovního ruchu v rámci města a městského majetku <i>Rozvojové záměry spojené s investicemi do infrastruktury cestovního ruchu akcentují: celoroční provoz; zhodnocení a nalezení nové funkce stávajících nevyužitých nemovitostí (prioritně v městské památkové zóně) a zhodnocení „brownfields“ (prioritně v zastavěném území); kultivaci a zpřístupnění veřejných prostranství, vycházkových okruhů a turistických stezek; vytvoření pracovních míst (prioritně pro místní, pro ženy, pro 50+, pro absolventy); využití místních zdrojů (zboží a služeb); kvalitní architekturu respektující ráz místní architektury a krajiny s chytrým hospodařením s energiemi; dlouhodobost, udržitelnost a originalitu v rámci regionu, tak, aby Kašperské Hory jako destinace získaly konkurenční výhodu</i>

Opatření:
3.4.1 Vybudování pěší turistické trasy KH-Amálino údolí-Bizoní stezka-Kaiserhof- KH
3.4.2 Obnova historických pěších cest (projekt v rámci ILE - Integrierte Ländliche Entwicklung)
3.4.3 Doplnit na stávajících turistických trasách vybavenost drobnou infrastrukturou (vazba na územní plán), zvl. cesty KH-hrad
3.4.4 Vybudování cyklotras pro elektro kola (na stávajících cestách)
3.4.5. Posouzení vybudování vyhlídkové lanovky
3.4.6. SMART MOBILITA Vybudování systému dopravy v klidu – parkoviště pro místní a návštěvníky včetně malých záchytných parkovacích ploch v blízkosti vycházkových okruhů a turistických stezek park & walk (ná vaznost na opatření 2.5.1.) Parkování pro zájezdové autobusy, motocykly, obytné přívěsy, rozšíření parkovacích kapacit pro hrad - návaznost na opatření 2.4.8
3.4.7 Vybudování přírodního koupaliště (ná vaznost na opatření 2.4.5)
3.4.8 SMART MOBILITA Projekt navigačního systému v okolí a ve městě – pro příjíždějící autem, pro pěší, směřování k turistickým cílům a dynamický navigační systém k parkovištím
3.4.9 Vybudování veřejného WC
3.4.10 Iniciovat rekonstrukce církevních objektů – hřbitov a hřbitovní kostel sv. Mikuláše, poutní kostel P. Marie Sněžné a dalších drobných sakrálních staveb (ve spolupráci s církví, státem)
3.4.11 Doplnit na stávajících turistických trasách vybavenost drobnou infrastrukturou (vazba na územní plán), zvl. cesty KH-hrad
3.4.12 Zakonzervování staré a nové Buzošné, zakonzervování ruin staré hájovny při staré cestě z Radešova ke Svaté Anně na turistické radiále Náměstí - Smetanova ulice (barokní sýpka) - Svatá Anna (kostel sv. Mikuláše se hřbitovem) - Radešov (Otava)
3.4.13 Zřízení cyklotras pro elektro kola (na stávajících cestách)
3.4.14 Obnova historických pěších cest (projekt v rámci ILE - Integrierte Ländliche Entwicklung)

19 Indikátory

Indikátory slouží k monitorování a hodnocení účinnosti navržených cílů celé Strategie. Strategie byla formulována v čtyřstupňové soustavě – Vize -priority – cíle – opatření. Každý cíl je v zásadě sledován 1 až 4 indikátory, aby se zabránilo předimenzování indikátorové soustavy a byla podpořena její praktická využitelnost. Byly upřednostněny takové charakteristiky, pro které jsou snadno dostupné zdroje např. ČSÚ, údaje zjistitelné na MěÚ. Pro řadu kvalitativních indikátorů, které hodnotí spokojenost cílových skupin, bude však nutné realizovat evaluační studie – ty jsou navrženy k realizaci v letech 2018, 2022 a 2025. Uživatel může zvolit buď tento způsob sledování nebo je možné vyhodnocovat naplňování každého opatření.

TABULKA 12 INDIKÁTORY KE STRATEGICKÝM CÍLŮM PRIORITY 3

Indikátory pro Prioritu 3 Cestovní ruch	
SC 3.1. Vznik profesionálního managementu destinace cestovního ruchu - společnost destinačního managementu	
Indikátor	Doporučená frekvence měření
Vznik nové org. jednotky pro řízení destinace CR	1x

Zavedení systému sledování výkonu cestovního ruchu	1x a poté ročně prezentace výstupů
Realizace spolupráce s podnikateli a organizacemi v CR. Práce komise, pořádní seminářů	ročně- počet setkání a shrnutí nejvýznamnějších výstupů těchto setkání ročně- počet seminářů či workshopů
Zjištění spokojenosti návštěvníků	evaluační dotazník 2018, 2022, 2025
SC 3.2. Značka destinace Kašperské Hory	
Indikátor	Doporučená frekvence měření
Komunikační strategie destinace Kašperské Hory	1x - vytvoření ročně- naplňování strategie
Vytvoření značky a její zavedení	1x - vytvoření značky ročně- počet certifikovaných produktů, služeb
Vytvořená nová partnerství v oblasti cestovního ruchu	ročně
SC 3.3. Kašperské Hory jako celoroční destinace “4 seasons“	
Indikátor	Doporučená frekvence měření
Rozložení turistické sezóny do všech 4 ročních období	měsíčně - počet návštěvníků v městském infocentru měsíčně - počet pobytových dní
Zpřístupnění štolý Naděje	1x - otevření pro veřejnost
Pořádání workshopů a seminářů vč. terénních akcí	ročně - počet
Tvorba produktových balíčků pro hosty	počet produktů
Rozvoj aktivit hradu Kašperk - vznik samostatné organizace	1x - hrad jako samostatná organizace města
Spolupráce s katolickou církví - obnova poutního života	ročně - počet akcí
Strategický cíl 3.4. Vybudování infrastruktury cestovního ruchu v rámci města a městského majetku	
Indikátor	Doporučená frekvence měření
Dovybavení turistických cest a míst drobnou infrastrukturou	ročně - počet ks nového vybavení
Obnova historických pěších cest	ročně - km
Cyklotrasy pro e-kola (na stávajících cestách)	km
Chytrý navigační systému v okolí a ve městě	1x

20 Integrovaný a inovativní charakter strategie, způsob tvorby a projednávání SUR a začlenění jejích závěrů do MP

Tato strategie udržitelného rozvoje je ucelený rozvojový dokument, který integruje všechny oblasti rozvoje území, na kterém město působí a zároveň bere v úvahu majetek města ležící v katastrálních územích jiných obcí. V novodobé historii města se jedná o první komplexní přístup k jeho budoucímu rozvoji.

V době tvorby této strategie vzniká i nový územní plán a její tvůrci využili možnost maximálně sladit tyto dva dokumenty v době jejich vzniku. Členem pracovní skupiny pro SUR byl zpracovatel územního plánu.

Inovativnost strategie spočívá už v samotném záměru takovou strategii vytvořit, hledání nových přístupů, pohledů a řešení.

Udržitelný rozvoj (uvedený v názvu dokumentu) je jedním ze základních principů, který jeho tvůrci respektují. Tento princip je pak doplněn o smart (inteligentní) přístup k řešení fungování města jako celku.

Členové pracovní skupiny SUR:

Per Málek, starosta

Milan Bechyně, místostarosta

Zdeněk Svoboda, kastelán a člen Rady města

Pavel Grasse, tvůrce územního plánu

Jitka Zikmundová, autorka Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory 2012

František Krejčí, ZO ČSOP Rejstejn

Iveta Štefanová

Za spolupráci děkujeme zaměstnancům MěKIS.

Skupina se během období vzniku strategie sešla celkem 13x. Některých jednání se účastnili přizvaní hosté za účelem řešení specifických témat.

Jednání probíhala na úřadě i v terénu. Jako velice přínosné se ukázalo propojení a koordinace vzniku územního plánu s touto strategií a maximální sladění těchto dvou dokumentů.

Hlavním cílem bylo nalezení dalšího směřování rozvoje města, které bude respektovat principy udržitelného rozvoje a smart (inteligentní) přístup k řešení a bude sdíleno co největším počtem obyvatel.

21 Práce se SUR a akční plán na 1 rok

Přestože by se dobře zpracovaná Strategie neměla po dobu své platnosti měnit v nejvyšších patrech (tj. Prioritách a v jednotlivých Cílech), je to živý dokument, který musí reagovat na podněty, které vývoj může přinášet. Strategie tedy není strnulým, zcela neměnným dokumentem, ale spíše svými Prioritami a Cíli ukazuje směr dalšího rozvoje města. K její pravidelné aktualizaci dochází s tvorbou každého Akčního plánu, který se připravuje na 1-2 roky a kdy mohou být přidány nové aktivity či projekty, případně může být vznik nových aktivit iniciován, například vypsáním grantů. Dalším důvodem změny strategie mohou být legislativní změny nebo nové podněty od občanů, pak se tato změna může promítnout až do Cílů a v tomto případě je třeba udělat revizi Strategie.

Definice Akčního plánu

Akční plán vychází z plánu strategického a je jeho konkretizací zpravidla na období 1-2 roky. Obsahuje již zcela konkrétní aktivity a projekty, které se budou v daném období realizovat a tím v daném období naplňovat jednotlivá opatření Strategického plánu. Při tvorbě akčních plánů mohou být přidávány nové aktivity a projekty, které přispívají k naplňování jednotlivých opatření Strategického plánu.

Pro město Kašperské Hory byl vytvořen Akční plán na rok 2016 (příloha 5), kde je seznam všech projektů, které chce město realizovat v roce 2016 a které naplňují strategii. **Akční plán se aktualizuje vždy na přelomu roku a je navázán na tvorbu rozpočtu města.**

Schéma: navržená struktura Akčního plánu

AKČNÍ PLÁN PRO MĚSTO KH NA ROK xy								
SC	Název projektu/ opatření	Popis akce	Stav	Náklady celkem	Dotační titul	Náklady v tis. Kč		Časové rozmezí realizace
						vlastní zdroje	dotace	

22 Doporučení pro implementaci SUR

Proces implementace nově vzniklého strategického dokumentu chceme nastavit do činnosti Městského úřadu Kašperské Hory a organizačních složek města. Základním východiskem pro realizaci Strategie udržitelného rozvoje města Kašperské Hory (dále jen SUR) je Analytická část včetně SWOT (část A), která shrnuje analytické poznatky o městě k vytvoření poznatkové základny, z níž vychází strategie dalšího rozvoje. Následující díl (část B) je strategická část, kde je stanovena vize města ve svém rozvoji do roku 2024, její rozpracování do priorit, strategických cílů a jednotlivých opatření. Na Strategickou část navazuje Návrhová část (část C), která obsahuje akční plán na jeden rok, kde jsou k dosažení priorit přiřazovány aktivity/projekty určené k realizaci v nadcházejícím roce.

Implementace SUR by měla být založena na principech prostorového plánování, které spojuje:

komunitní plánování, strategické plánování rozvoje města, územní plánování s využitím informačního systému. Klíčovou aktivitou je práce s informacemi a komunikace s uživateli v území.

Základními faktory implementace strategických dokumentů jsou:

- aktivní podpora vrcholového vedení,
- důkladná a úplná příprava a naplánování implementace,
- úplná a cílená komunikace,
- kompetentní implementační tým/osoba,
- vysoká míra zapojení zaměstnanců města do implementace.

Pro zdárnou implementaci je určující aktivní podpora vedení města. Plnění Strategie se měří pomocí indikátorů, které jsou navrženy v části B – Strategická část.

SUR Jako taková má v oblasti rozvoje města nadřazený charakter vzhledem ke všem plánovacím dokumentům města a je stěžejním strategickým dokumentem města. Vedle SUR jsou významnými plánovacími dokumenty územní plán, regulační plán. Specifické postavení mezi plánovacími dokumenty má rozpočet města, jako základní finanční plán. V rozpočtu musí být zohledněny požadavky na finanční prostředky, vyplývající ze schváleného strategického plánu.

SUR města je podkladem především pro:

- střednědobé a dlouhodobé plánování rozvoje města,
- případné změny územního plánu města,
- sestavování rozpočtu města,
- aktivní marketing města,
- posuzování regionálních a nadregionálních plánů města,
- zodpovědný vstup města do podnikání a různých sdružení a svazků,
- zapojování občanů a podnikatelů do rozvojových aktivit města.

K účinné implementaci Strategie udržitelného rozvoje města Kašperské Hory musí být zachována činnost stávající pracovní skupiny, které budou svěřeny klíčové kompetence

rozhodování v této oblasti. Navrhujeme následující minimální složení této řídicí pracovní skupiny:

- starosta
- místostarosta
- zastupitelstvo
- vedoucí odborů

Stěžejním dokumentem pro implementaci SUR města je Akční plán. Akční plán je nástroj operativní povahy, který slouží jako plán projektů/aktivit k realizaci SUR. Jedná se o živý dokument a musí být každoročně aktualizován. Kompetence tvorby, realizace, monitoringu a kontroly plnění SUR jsou svěřeny především do rukou Řídicí pracovní skupiny. Tyto procesy organizačně zajišťuje určený odbor či osoba.

Akční plán je rozčleněn do 5 prioritních oblastí, stejně jako SUR. Návrh Akčního plánu probíhá společně s návrhem rozpočtu města. Finální verze Akčního plánu je diskutována v rámci vedení města. Následně je dokument projednán zastupitelstvem města. Finální Akční plán může být zveřejňován na internetových stránkách města, v Kašperskohorském zpravodaji, při setkáních s veřejností apod. Klíčová je *participace občanů a partnerů* při realizaci konkrétních projektů.

Vyhodnocení Akčního plánu probíhá minimálně jednou ročně ke konci roku, dále je dle potřeby průběžně hodnocen (zejména při pololetních rozborech plnění rozpočtu města). Hodnocení je prováděno ve spolupráci s odpovědnými odbory na základě stanovených indikátorů.

Základní hodnotící škála je:

- Zahájeno,
- Nezahájeno,
- Splněno,
- Nesplněno (s odůvodněním, bez odůvodnění).

Pro hodnocení úspěšnosti projektů/aktivit SUR je stěžejní jakým dílem přispěla jejich realizace ke splnění cíle (potažmo naplnění priorit a opatření) SUR.

K výkonu funkce *manažera implementace* navrhujeme vytvořit novou pracovní pozici, kde část náplně práce bude tvořit právě implementace SUR. Manažer má odpovědnost za administrativní zajištění implementace a její realizaci. V průběhu roku provádí monitoring realizace tohoto strategického dokumentu. Manažer bude předkládat zprávu o probíhající implementaci a návrh další činnosti řídicí pracovní skupiny (např. zpočátku implementace v pololetních intervalech, poté minimálně jednou ročně).

Výše uvedené kompetence navrhujeme ošetřit v interních dokumentech města.

23 Regionální rozvojový marketing v regionech VZCHÚ (NP a CHKO)

Popis současné situace

V České republice se dosud plně nerozvinula forma spolupráce partnerů žijících ve specifických regionech, vyžadujících speciální péči státu. Důvodem této péče je význam některých oblastí ČR s vysokou hodnotou přírody a krajiny a s vysokým potenciálem ekosystémových služeb, které jsou v těchto regionech VZCHÚ zajišťovány. Tento potenciál často přesahuje svým významem – dopadem rozlohu daných regionů na straně jedné. Na straně druhé se většinou jedná o periferní oblasti ČR s malou hustotou osídlení či s nedostatečnou infrastrukturou bydlení a malého a středního podnikání – řemeslného zpracovatelského, vycházejícího z místních (často zapomenutých) tradic či citlivého využívání přírodních zdrojů daných oblastí.

Program certifikace regionálních produktů v rámci NATURA 2000 je podobně zaměřen na část této problematiky. Těchto zkušeností lze využít při formulaci vlastní strategie spolupráce orgánů ochrany přírody, regionálního rozvoje a místních samospráv.

Možnosti řešení

Jedním z cílů naší práce – úvodního strategického dokumentu - v rámci naší organizace je napomáhat probouzení zájmu o návrat k životu na venkově, zvláště ve výše uvedených specifických oblastech. Tím nemyslíme návrat k napodobování dobového způsobu života. Chceme pomáhat rozvíjet modely regionálního rozvojového marketingu (RRM) směřujícího ke zpřístupnění – umožnění kvalitního života na venkově i pro zájemce, kteří chtějí žít a pracovat na venkově v regionech chráněné přírody bez nutnosti dojíždět denně 100 km do zaměstnání. Proto se nabízí využít RRM definovaného již před desítkami lety v zemích EU ve venkovských oblastech se zachovalou přírodou, krajinou, specifickou architekturou, tradicemi či charakteristickou řemeslnou výrobou a gastronomií. Jednou z možností je zavedení certifikace RRM kromě systému ochrany přírody a krajiny i pro ekologické bydlení a podnikání v daných regionech s využitím státních a evropských dotací podporujících tyto činnosti, díky kterým se pak život na venkově může stát dlouhodobě udržitelným a kvalitním i v periferních oblastech – citlivým vůči přírodnímu prostředí. Tzn. vytvořit systém udílení regionálně rozvojových certifikátů – značek reg. produktů a služeb pro konkrétní regiony, což zahrnuje:

- Vytvoření jasné reg. rozvojové vize rozvoje regionů VCHZÚ při respektování principů ochrany přírody a krajiny v rámci trvale udržitelného života z pohledu zajištění ochrany přírody a krajiny (nemusí se nutně jednat o komplexní rozvojový přístup z hlediska regionálního rozvoje obecně, . Jen jej musíme respektovat.
- Vytvoření strategie použití reg. značky (včetně vytvoření značky – jejího obsahu a řízení) – systému certifikace činností (institucionálních potřeb, služeb a bydlení) a výrobků se specifickým designem, kvalitou, spec. požadavky, procedurami, obchodními podmínkami regionálního charakteru,...
- Návrh na vytvoření řídicího subjektu značky, forma subjektu, typy činností a kontrol, složení a statut řídicích a kontrolních orgánů certifikace - značky,....
- Návrh na zřízení pracovních pozic/pracovníků náplní pracovníků AOPK ČR a správ NP (Správy CHKO a regionální pracoviště) – osob vyškolených autorským týmem vlastního

projektu RRM ČR pro metodické řízení a přípravu participativního managementu dle dílu odpovědnosti ochrany přírody v těchto regionech.

Úvodní dokument, který navrhujeme zpracovat na základě předchozích jednání a společně pracovní cesty do Francie (únor 2014) – Federace regionálních přírodních parků, která se uskutečnila na základě dosavadní spolupráce AOPK, ČSOP ČR, ČSOP Rejštejnu a ochoty zástupců francouzské federace, musí nutně obsahovat v analytické části:

- Zmapování existence všech existujících regionálních značek v ČR (včetně popisu fungování Asociace regionálních značek ČR)
- Zmapování zahraničních zkušeností RRM ve Francii, Itálii, Německu a Řecku
- Zpracování dotačního auditu - ověření možných zdrojů financování podpory regionálních značek ve fázích certifikace, kontroly, společného PR, marketingu značek i jejích nositelů,....

V návrhové části se pak kromě návrhu vlastní strategie RRM Šumava – jako příkladu regionů VCHZÚ ČR chceme zaměřit na:

- Zhodnocení přínosů RRM na úrovni samospráv, krajů, ministerstev, odborných institucí i veřejnosti
- Zpracování návrhu minimálního rozsahu certifikace nutného pro certifikaci činností z hlediska státní ochrany přírody a krajiny a zároveň podpory rozvoje života místních obyvatel (infrastruktura, cestovní ruch, služby, zpracovatelsví, venkovské dovednosti, chytré technologie na venkově,...)
- Zpracování návrhu přístupu k marketingu regionálních značek v rámci RRM ČR na území regionů CHKO.

Cíle záměru

Hlavní motivací tohoto záměru je snaha o posílení spolupráce místních samospráv a postavení státní ochrany přírody a krajiny jak obecně, tak cíleně v regionech zvláště chráněných velkoplošných územích ČR, zde na příkladu Šumavy. Českou veřejností (hlavně místními obyvateli obcí v regionech VCHÚ) jsou často organizace státní ochrany přírody a krajiny chápány jako restriktivní složka výkonu státní správy. Aplikací opatření regionálního rozvojového marketingu můžeme přispět k lepšímu pochopení nutnosti chránit přírodu i ze strany obyčejných lidí, které je nutné získat na stranu ochrany přírody a krajiny, de facto se pokusit jim vrátit jejich osobní identitu v rámci české krajiny a dochované přírody.

Cílem tohoto projektového záměru je definovat zadání vlastního projektu:

1. Systém certifikace regionů VZCHÚ ČR na příkladu Šumavy
2. Vytvoření metodiky RRM v podmínkách VZCHÚ ČR na příkladu Šumavy

Ve spolupráci s AOPK ČR, ČSOP, Sítí zdravých měst a regionů, zástupců místních partnerů (MAS, mikroregionů či dalších lokálních sdružení...) ekonomy, designéry, architekty podle vybraných fungujících a osvědčených modelů ve Francii, Německu, Itálii a Řecku. Tuto metodiku – jako nástroj pro realizaci RRM pak prosadit do forem podpory vybraných operačních programů (PRV, IROP,

OPŽP). Tzn. definovat mechanismus využití a nastavení fungování finančního nástroje pro zajištění pobídek (včetně nastavení forem pobídek) pro certifikovanou činnost v daných územích

Věříme, že získat obyvatele českého venkova pro obhajobu a pochopení hodnoty a významu krajiny a přírody těchto významných a zároveň citlivých regionů je důležité pro další trvale udržitelnou péči o českou krajinu právě i těmito po staletí osvědčenými formami.

Formy spolupráce

Pro přípravu a realizaci tohoto projektového záměru zástupci ČSOP Rejštejn vybrali partnery projektu – designéry a architekty, kteří již mají zkušenost s podobnými dílčími projekty na Šumavě a na Křivoklátsku. ČSOP připravila návrh složení projektového týmu a jeho zázemí v Praze a na Šumavě, zahájila ověřování finančních zdrojů pro realizaci projektu v rámci spolupráce s AOPK ČR, MŽP, Agrární komora ČR, MMR.

24 Popis šumavských organizací působících v regionu Šumava

RRA Šumava – Stachy

Název organizace: Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s.

Typ organizace: Obecně prospěšná společnost

Datum vzniku: 5. listopadu 1996

Statutární zástupce: Miloš Pícek, ředitel

IČ: 25 15 47 11

DIČ: CZ 25 15 47 11

Sídlo: Stachy 422, 384 73 Stachy

Telefon: 380 120 261

Fax: 380 120 272

E-mail: info@rras.cz

www: <http://www.rras.cz>

Bankovní spojení: 2200301544/0600, GE Money Bank, pobočka Vimperk

Orgány agentury:

- SPRÁVNÍ RADA
 - OBCE
 - NÁRODNÍ PARK ŠUMAVA
 - AGRÁRNÍ KOMORY
 - REGIONÁLNÍ SDRUŽENÍ ŠUMAVA
 - HOSPODÁŘSKÉ KOMORY
 - EUROREGION

- DOZORČÍ RADA
 - OKRESNÍ ÚŘADY
 - OBCE
 - MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR
 - MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ ČR

Nosné činnosti:

- Management Fondu malých projektů v regionu Šumava pro program PHARE 9804, 9805, 9914, 0012, 0112, 2002, 2003
- Management Dispozičního fondu Interreg IIIA
- Management Grantových schémat 2002, 2003
- Management Programu obnovy venkova kofinancovaného z fondu Phare
- Administrace projektu a financí ze Státního fondu životního prostředí pro rozvoj území NP Šumava
- Zpracování žádosti do programu Národní Phare 2003 pro město Tábor a SROP pro město Milevsko
- Práce na rozvojových studiích obcí a mikroregionů, aktualizace Koncepce rozvoje cestovního ruchu na Šumavě
- Koordinace údržby lyžařských běžeckých stop na Šumavě
- Pokračování v základním servisu pro Regionální sdružení Šumava a Euroregion Šumava – jihozápadní Čechy
- Naplnění, aktualizace a spuštění projektu Regionálního informačního systému v regionu Šumava včetně napojení na IRIS
- Naplnění programu EU – ECOS OUVERTURE, ECOREGION – Regionální turistický informační systém (účast v projektu Rakousko/Finsko/Irsko/Lotyško/ČR)
- Management Programu pro obnovu venkovských oblastí kofinancovaném PHARE v regionu Šumava + jižní a část západních Čech
- Rozšíření stálého zastoupení RRA Šumava na oblast okresu Domažlice
- Příprava a práce na implementaci programu SAPARD, příp. ISPA v regionu Šumava
- Rozšíření služeb pro malé a střední podnikání ve spolupráci s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou a připravovanými programy PHARE
- Práce na rozvojových dokumentech pro zemědělce (nově zřízenou zemědělskou sekci při Regionálním sdružení Šumava)
- Hledání cest a společných projektů se sousedními rozvojovými agenturami jak v ČR (RRA Plzeň, RERA České Budějovice, RRA Egrensis), tak i sousedním Bavorsku a Rakousku
- Pokračování v systému školení pracovníků RRA včetně stabilizace personálního stavu

Na čem jsme se podíleli v letech 1996-1999

- Spolupráce při zpracování a vydání Rozvojového konceptu cestovního ruchu na Šumavě (1996)
- Zadání projektu Phare CBC pro rok 1997 pro obec Borová Lada – rekonstrukce a posílení technické infrastruktury, zpracování studie proveditelnosti a studie E.I.A., kompletní technická asistence, vč. vedení projektu

- Zadání projektu Phare CBC pro rok 1997 pro obec Běšiny – rozvoj cestovního ruchu v západočeském předhůří Šumavy, zpracování studie proveditelnosti a studie E.I.A. „Podíl na zpracování části tendrové dokumentace
- Zadání projektu Phare CBC pro rok 1997 na vybudování centra pro podporu podnikání v Sušici, zpracování studie proveditelnosti a studie E.I.A., příprava managementu projektu
- Zapojení obcí do Programu obnovy venkova (např. obec Kolinec, Běšiny, Kubova Huť...)
- Management Fondu malých projektů v regionu Šumava pro program Phare 1996, 1997, 1998 – funkce Sekretariátu, zajištění kompletního zpracování
- Začlenění se do evropské asociace rozvojových agentur EURADA
- Uspořádání řady různých odborných seminářů (školení účetních, možnosti programu Leonardo da Vinci, Fórum občanů Českého Krumlova)
- Spolupráce na realizaci projektu „Indikátory trvale udržitelného rozvoje pro Český Krumlov“, který je podporován z grantu NROS
- Zadání projektu do programu EU Ecos Ouverture – Venkovský turistický informační systém na Šumavě
- Podíl na přípravě a vydání propagačního materiálu Euroregionu Šumava a okresních úřadů v rámci programu Fond malých projektů - „Šumava – Český les“
- Podíl na zpracování Regionální rozvojové strategie budoucího plzeňského VÚSC včetně účasti v Regionální koordinační skupině a Regionální pracovní skupině
- Inicie přípravy projektu cyklostezek v okrese Klatovy pro město Sušice s napojením na cyklostezky stávající (totéž pro obec Kubova Huť) a zadání projektu do programu Phare CBC
- Založení mikroregionu Volarsko, zpracování konceptu rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu
- Asistence při zpracování Rámcového konceptu programu Phare CBC – Interreg III. CZ-Bavorsko a CZ-Rakousko pro období 2000 – 2006 v regionu Šumava
- Zajištění podkladů pro certifikaci ECEAT a prezentaci ubytovacích zařízení pro venkovskou a eko agro turistiku v katalogu „Zelený prázdninový průvodce“ pro sezónu 2000
- Spolupráce na projektu „Centrum pro další vzdělávání v oblasti řemesel a památkové péče“ z fondu EU Interreg
- Převzetí funkce koordinátora cestovního ruchu v regionu Šumava ve vztahu k České centrále cestovního ruchu (ČCCR)
- Zajištění vydání dvojjazyčné učebnice pro základní školy v rámci programu Fond malých projektů – „Šumava bez hranic“
- Spolupráce na projektu „90. výročí vzniku české menšinové školy ve Vimperku“, v rámci Fondu malých projektů
- Vytvoření Regionálního Informačního Systému (RIS) pro region Šumava s napojením na celostátní Integrovaný RIS (zadavatel projektu MMR ČR)
- Zahájení práce na programu EU – ECOS OUVERTURE, ECOREGION – Regionální turistický informační systém
- Spolupráce se Správou NP Šumava na přípravě projektu PANparks (sdružení a společná propagace Evropských národních parků, vč. turistického servisu)
- Práce pro Centrum regionálního rozvoje ČR (databanka obcí, aktualizace databanky malých a středních podniků v okrese Prachatice)
- Základní servis pro Regionální sdružení Šumava a Euroregion Šumava – jihozápadní Čechy (administrativa, účetnictví, projektová činnost, vydávání informačních listů...)

Regionální sdružení Šumava

Forma	zájmové sdružení právníků osob
Kraj	Jihočeský
Sídlo	Stachy
Datum založení	3. února 1993
Okres	Český Krumlov, Klatovy, Prachatice
Předseda	Stanislava Barantálová
E-mail	rs.sumava@tiscali.cz

Regionální sdružení Šumava je zájmové sdružení právníků osob v okrese Český Krumlov, okrese Klatovy a okrese Prachatice, jeho sídlem jsou Stachy a jeho cílem je garantování a reprezentování šumavských obcí. Sdružuje celkem 35 obcí a byl založen v roce 1993.

Obce sdružené v mikroregionu

- Běšiny
- Borová Lada
- Chudenín
- Dub
- Frymburk
- Hamry
- Hartmanice
- Hlavňovice
- Horní Vltavice
- Horská Kvilda
- Hrádek
- Kašperské Hory
- Ktiš
- Kubova Huť
- Kvilda
- Lenora
- Lipno nad Vltavou
- Nová Pec
- Petrovice u Sušice
- Prášily
- Rejštejn
- Srní

- Stachy
- Strašín
- Strážný
- Strážov
- Stožec
- Sušice
- Vacov
- Velhartice
- Vrhavěč
- Záblatí
- Zbytiny
- Zdíkov
- Železná Ruda

Euroregion Šumava – Bavorský les

Kontaktní osoba

František Vlček, Ing. (předseda)

Telefon

+420 376 399 472

e-mail

info@euroregion.cz

web

<http://www.euroregion.cz>

Kontaktní adresa

Běšiny 150, 339 01 Klatovy

Statutární zástupce

František Vlček, Ing.

Adresa sídla

Náměstí Míru 63/1, 339 01 Klatovy

Euroregion je formální nástroj pro přeshraniční spolupráci regionálních organizací a obcí spojených případně s partnery ze všech sociálních a hospodářských oblastí. Nejstarší tímto způsobem vzniklá organizace (roku 1958), je oblast na holandsko-německých hranicích - Euregio, která se stala modelem pro další podobné iniciativy, a proto její označení převzaly nově vznikající hraniční oblasti tohoto druhu.

Euroregion Šumava vznikl roku 1993 v Českém Krumlově. Zahrnuje území okresů Domažlice, Klatovy, Prachatice, Český Krumlov a Strakonice.

Přeshraničními partnery Euroregionu Šumava jsou Euregio Bayerischer Wald – Unterer Inn v Bavorsku a Regionalmanagement Mühlviertel v Horním Rakousku. Dohromady s těmito partnery tvoří Euroregion Šumava jeden přeshraniční celek.

Hlavní činností Euroregionu Šumava je:

- zkvalitnění a koordinace přeshraniční spolupráce,
- reprezentace regionu,
- výměna informací,
- správa Dispozičního fondu,
- účast na tvorbě strategií rozvoje a programů EU.

Svaz obcí Národního parku Šumava

Kancelář svazu

Borová Lada 38
384 92 Borová Lada

Kontakt:

tel.: 388 43 41 35

fax: 388 43 41 35

email : svazobci@sumavanet.cz

Předseda sdružení:

Petr Málek, starosta města Kašperské Hory

CÍLE SVAZU

ZÁKLADNÍ PROGRAMOVÝ CÍL:

Národní park, to není ve středoevropském prostoru jen místo pro ochranu přírody, ale je i místem ochrany všech složek životního prostředí. V národním parku vedle sebe stojí a jsou si zcela rovny dva veřejné zájmy vyplývající ze zákona o obcích a zákona o ochraně přírody a krajiny.

Národní park na Šumavě považujeme za národní bohatství, které je také odkazem našich předků a máme za povinnost o něj pečovat a zachovat jej pro generace budoucí.

Před vyhlášením národního parku se Šumava nazývala buď zelenou střechou Evropy, anebo zelenými plícemi Evropy. Od vyhlášení národního parku zahynulo na Šumavě díky kůrovci 4 100 000 smrkových stromů!

Šumava, jakožto součást širšího regionu Jihozápadní Čechy na rozdíl od typických „venkovských“ regionů nemůže stavět svůj rozvoj na zemědělské produkci, ale na využívání svého kulturního a přírodního potenciálu v turistickém ruchu a pracovních příležitostech vázaných na šetrné hospodaření s lesy a údržbě krajiny.

Obce tohoto regionu proto právem očekávají, že se stát zhostí své odpovědnosti za rozvoj venkova i na Šumavě a nepřipustí, aby budoucnost Šumavy byla podřízena extrémním projektům a experimentům ochrany přírody.

B) Strategická část MP lokální destinace Kašperskohorska/Kašperské Hory

25 Základní definice MP destinace

MP je zaměřen na zvyšování příjmů z cestovního ruchu pro místní podnikatele, zvýšení počtu příznivců destinace, zvýšení počtu příjezdů do destinace, včetně zvýšení návštěvnosti zahraničních hostů. Zaměřuje se ve své komunikaci na hlavní cílovou skupinu:

Požitkáři: Lidé ve věku 35-64 let, častěji ženy. Pro tuto skupinu je důležité, aby je práce bavila, rádi pracují na zahradě, čtou časopisy, rádi si hrají s dětmi, maní rádi odpočinek.

Důvodem pro jejich cestování (chtějí navštívit přírodní cenná území, využívají luxusní služby, kvalitní ubytování, oceňují kvalitní gastronomii, rádi tráví čas v lázních a wellnes.

Bariéry v cestování – odradí je obtížná letecká dostupnost, nestabilní politická situace, nízká úroveň zdravotnictví, nízká kvalita potravin a hrozba krádeží, často využívají domovskou zemi

Způsob jejich cestování – různě dlouhé výlety, využívají služeb cestovních kanceláří, kupují si pobyt včetně dílčích výletů. Cestují s rodinou, dětmi, vnoučaty a přáteli.

Destinace a zdroj informací – nejčastěji cestují do střední a západní Evropy. Informace získávají z časopisů, novin z nabídek cestovních kanceláří.

Doplňkové cílové skupiny definované pro rok MP destinace:

Poutníci: Lidé ve věku 45+ let, častěji muži. Spíše vysokoškoláci a lidé žijící ve velkých městech, často i důchodci. Věnují se vlastnímu sebevzdělání. Rádi čtou knihy, navštěvují muzea a výstavy.

Marketingové téma pro lokální destinaci:

- Hlavní téma komunikace je **Příběh krajiny centrální Šumavy** (Příběh utváření krajiny od dob Keltů, Germánů a Slovanů do doby gotiky, renesance a baroka a příběh krajiny 20. Století je patrný v historických budovách, šlechtických sídlech, církevních stavbách. Příběh od krajiny pralesů ke kulturní krajině a k návratu k přírodní krajině, příběh 3 tisíciletí šumavské krajiny)
- Přihlášení se v positioningu **Česko – země (romantických) příběhů**
- Téma komunikujeme jako soulad s potřebami **domácího trhu ČR**
- Ve spolupráci s krajským úřadem a destinací Železnorudsko vytváříme **inspirativní obsah podporující návštěvu naší destinace**
- V B2B jsme **bezpečnou destinací**
- Hledáme **strategická partnerství** pro posílení prestiž destinační značky

Hlavním marketingovým tématem roku 2018 je šumavská krajina 20. století.

Příběh šumavské krajiny je patrný na každém kroku, naučíme se lépe vnímat krajinu a její vliv na nás. Architektura a urbanismus v harmonii s přírodou, rodí se fenomén horské krajiny, který patrný dnes.

Komunikace produktů v roce 2018:

- **Cesty za poznáním** (Kašperské Hory, hrad Kašperk, středověká důlní díla, muzea,)
- **Cesty krajinou** (letní cesty, zimní cesty)
- **Cesty pro zdraví** (šumavské bylinné lázně, zdravě a zodpovědně - zdravý životní styl)

Destinace Kašperskohorsko - šumavská krajina příběhů zahrnuje tyto tematické okruhy (HSITORIE, KULTURA, KRAJINA):

- Historické Kašperské Hory – architektura a urbanismus (nejvýše položené gotické náměstí v Česku)
- Hrad Kašperk (téma Karla IV.)
- Keltská hradiště (počátky osídlení x obnova naší identity)
- Zlatá a solná stezka po vlastní ose: pěšky nebo na kole (agroturistika)
- Mystika krajiny – paměť krajiny a moudrost lesa
- Šumavské trojhradí – a kašperské trojkostelí
- Kulturní destinace - osobnosti spojené s centrální Šumavou (literatura, výtvarné umění, hudba)
- Gastronomie a tradice
- Zrod moderního lázeňství na Kašperských Horách

Příběh změn šumavské krajiny ve 20. století lze vyprávět těmito formami:

- Přiblížit nejvýznamnější kulturní a přírodní památky
- Ukázat nejkrásnější lokality
- Představit, jak se jeho vlivem změnila krajina centrální Šumavy - pozitivní a pravdivý příběh o návratu lesů
- Ukázat parkovou úpravu okolí šlechtických sídel a dochovaných zemědělských usedlostí centrální Šumavy
- Vyprávět příběhy významných osobností centrální Šumavy
- Ukázat málo známé rysy zdejší krajiny a zapomenuté obce a manufaktury
- Nahlédnout do toho, čemu lidé věřili – mytologie x historie, kterou nás ve škole neučili

- Ukázat, jak vypadal jejich běžný život (lidové baroko, pivovary, sklárny, hamry, zaniklé manufaktury a malé továrny)
- Prozkoumat vliv bylin, čisté vody a energie nerostů a hornin na naše zdraví a vitalitu
- Obnovit dovednosti a znalosti místních obyvatel

Produktový obsah MP – koncentrace na kvalitní cíle:

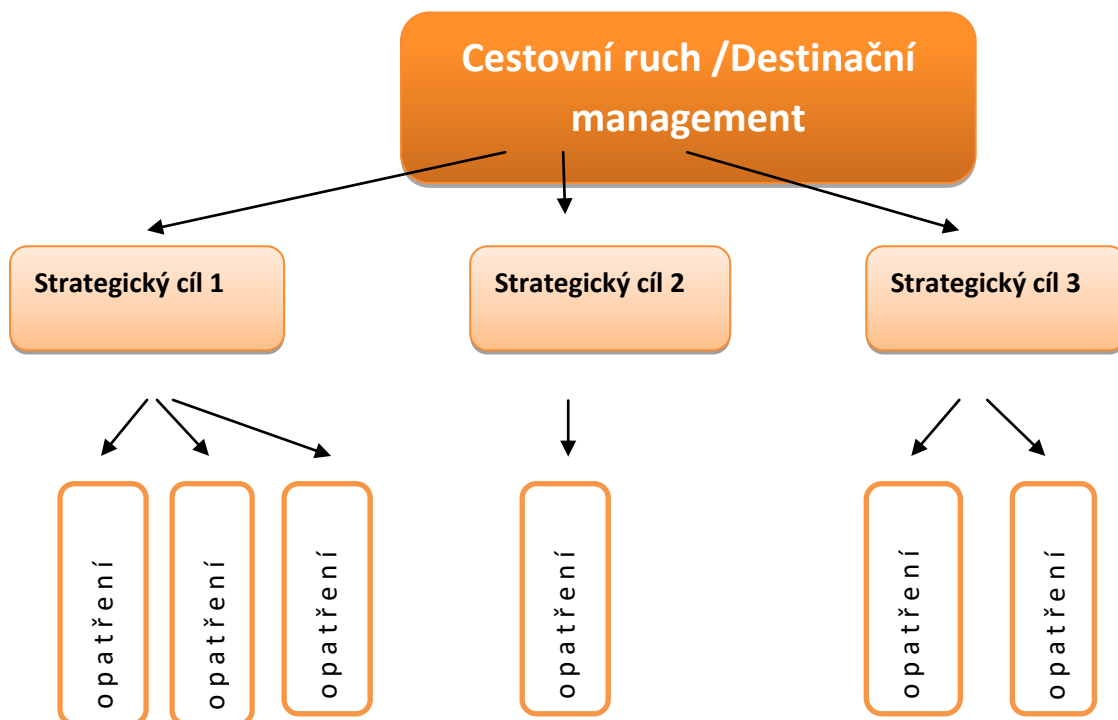
- Regionální přístup v rámci centrální Šumavy (osady K. Hor a sousední obce)
- Prodloužení délky pobytu (vytvoření zajímavých aktivit)
- Rozšířit a zkvalitnit nabídku CR
- Rozvíjet nové produkt CR

Komunikační téma ČR 2018: příběhy 20. Století (100. výročí založení Československa, příběhy moderní architektury a českých značek) je dobře využitelné i v naší destinaci.

26 Strategické cíle MP

Tento první MP je popsán obsáhleji, včetně analytické části. Navržené strategické cíle vychází ze zpracované SUR, navazují na aktuální implementaci SUR od doby jejího schválení.

26.1 Popis cílů a opatření MP Kašperské Hory podle aktualizace rozvojové priority č. 3 Cestovní ruch



TABULKA 13 PŘEHLED STRATEGICKÝCH CÍLŮ PRIORIT CESTOVNÍ RUCH

Priorita	Strategický cíl
Priorita 3 Cestovní ruch	3.1. Vznik profesionálního managementu destinace cestovního ruchu – org. složka MÚ nebo vlastní společnost destinačního managementu
	3.2. Vytvoření značky destinace Kašperské Hory
	3.3. Kašperské Hory jako celoroční destinace “4 seasons“
	3.4. Vybudování infrastruktury cestovního ruchu v rámci města a městského majetku

27 Priorita č. 3 Cestovní ruch - strategické cíle a opatření Marketingového plánu Destinace Kašperské Hory

Po četných jednáních pracovního jsme zpracovali základní část tohoto dokumentu formou aktualizace a doplnění dle výsledků jednání daných opatření a strategických cílů Priority č. 3. Základní upřesnění od doby vzniku SUR souvisí jak s vlastní implementací opatření ze SUR, tak se závěry široké diskuse v rámci území centrální Šumavy a Pošumaví.

Navrhujeme rozšířit seznam strategických cílů takto:

SC 3.1. Vznik profesionálního managementu destinace cestovního ruchu - společnosti destinačního managementu

SC 3.2. Značka destinace Kašperské Hory

SC 3.3. Kašperské Hory jako celoroční destinace “4 seasons“

SC 3.4. Vybudování infrastruktury cestovního ruchu v rámci města a městského majetku

SC 3.5. Příprava NG Královská Šumava

SC 3.6 Regionální rozvojový marketing Kašperských Hor

SC 3.7. Destinace Kašperské Hory on-line

SC 3.8. Hodnocení ekonomiky města v oblasti CR.

TABULKA 14 PRIORITY 3 A JEJÍ STRATEGICKÉ CÍLE A OPATŘENÍ

Priorita 3 Cestovní ruch
SC 3.1. Vznik profesionálního managementu destinace cestovního ruchu - společnosti destinačního managementu² <i>Vznik společnosti destinačního managementu je základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu v Kašperských Horách. Společnost destinačního managementu s jasnou organizační strukturou, stabilním profesionálním týmem, jasně určenými kompetencemi, zodpovědností a stabilním financováním bude lidem a koordinátorem všech aktivit rozvoje města v oblasti cestovního ruchu. Společnost destinačního managementu v Kašperských Horách bude zároveň plnit funkci kulturního managementu města. Aby byla společnost vybudována plnohodnotná a plně funkční, musí dojít od počátku k aktivnímu zapojení podnikatelské veřejnosti v Kašperských Horách do všech činností společnosti destinačního managementu. Nejen s partnery v destinaci, ale i na regionální, národní a mezinárodní úrovni musí být uplatňován princip marketingového</i>

² pojem „společnost destinačního managementu“ je pracovní název pro budoucí organizaci cestovního ruchu v Kašperských Horách, tento pojem je používán pro potřeby Strategie udržitelného rozvoje města Kašperské Hory pro období 2015 – 2025. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 – 2020 pracuje s pojmem Destinační společnost = organizace provádějící (koordinující, aktivující) management a marketing (včetně propagace) destinace cestovního ruchu ve spolupráci s dalšími subjekty cestovního ruchu. Jejím úkolem je prosadit destinaci a její produkty cestovního ruchu na trhu a realizovat záměry destinačního managementu.

<i>participativního řízení destinace. Do doby založení zapsaného spolku – destinační agentury Kašperské Hory tuto funkci plní zčásti a zároveň velmi úspěšně MěKIS, správa hradu Kašperk a partneři. Po provedených pohovorech s místními podnikateli v oblasti CR zatím není zřejmé, jestli bude efektivní nyní destinační agenturu jen pro lokální destinaci KH, zvláště díky dobré práci MěKIS.</i>	
Opatření:	
3.1.1	SMART RIZENÍ Vznik „společnosti destinačního managementu“ postupným procesem transformace MěKIS do příspěvkové organizace města a redefinice funkcí a náplně, personální posílení o manažera cestovního ruchu a později produktového manažera, formou založení zapsaného spolku – destinační agentura Kašperské Hory, z.s.
3.1.2.	Tvorba marketingového plánu destinace Kašperské Hory včetně hradu Kašperk – je součástí tohoto dokumentu
3.1.3	Ustanovení odpovědného zastupitele či radního za rozvoj cestovního ruchu a naplňování cílů a priorit SUR v oblasti cestovního ruchu v lednu 2018
3.1.4	Ustanovení poradního a iniciačního grémia či komise cestovního ruchu z řad zástupců podnikatelů, institucí, organizací a partnerů v oblasti cestovního ruchu. Po jednáních s místními podnikateli a partnery půjde o zástupce parkhotelu Tosch, hotelu Kašperk, Muzea Šumavy, Městského statku, Městských lesů, církev a NP Šumava) v lednu 2018
3.1.5	SMART RIZENÍ Zavedení systému sledování výkonu cestovního ruchu a ekonomického přínosu cestovního ruchu pro město Kašperské Hory (statistika, indikátory vývoje destinace podle tohoto dokumentu) v rámci spolupráce MěKIS a Ing. Slonkové z Měst.Ú.
3.1.6	Postupné zahájení činnosti ve velmi významných objektech Města. Nové, moderní či rekonstruované prostory pro Městské informační a kulturní středisko; vznik návštěvnického centra (návaznost na opatření 2.1.1): NKC Bílá růže Komunitní centrum Sokolovna – centrum pro obnovu venkovských dovedností obyvatel Šumavy Návštěvnické centrum Čenková Pila – malé NC pro prezentaci Naučné trasy Povydrí v NP Šumava
3.1.7	SMART ŽIVOTÍ Pořádání seminářů MěKIS a provozovatelů zařízení CR (2 krát ročně) pro přípravu letní a zimní sezóny
SC 3.2. Značka destinace Kašperské Hory <i>Město Kašperské Hory má potenciál být excelentní destinací na Šumavě s image TOP destinace s vysoce kvalitními službami a celoroční nabídkou aktivit a atraktivit cestovního ruchu. Musí být zachován ráz šarmančního, živoucího a kompaktního šumavského horského sídla, které bude kvalitním zázemím pro návštěvníky, kteří míří za poznáním kulturního a přírodního bohatství Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava. Cílem strategie značky destinace (branding) je sdílení hmotných i nehmotných hodnot destinace s návštěvníky a odlišení produktu na trhu. Od zpracování SUR a nástupu nového vedení Města před 3 lety stoupla návštěvnost města a okolí, přibýly nové restaurace, zkvalitnila se činnost MěKIS.</i>	
Opatření:	
3.2.1	Příprava komunikační strategie destinace Kašperské Hory a naplňování v rámci tohoto marketingového plánu (komunikační strategie definuje témata a způsoby zvýšení efektivnosti komunikace ve vztahu k cílovým skupinám)
3.2.2.	Dokončení corporate design destinace ve vazbě na založení destinace / destinačního managementu
3.2.3	SMART RIZENÍ Nová internetová prezentace – webové stránky včetně e-marketingu a mobilní marketing (doporučení v rámci tohoto MP)
3.2.4	SMART RIZENÍ Projekt značky kvality služeb cestovního ruchu a místních produktů včetně školení, certifikace .. propůjčování značky subjektům propagujícím svou činností a výrobky

město s jeho tradicí a kulturními specifikami, nabídka produktů školení hoteliérů..., služby, nabídka produkt (doporučení v rámci tohoto MP)
3.2.5 SMART RIZENÍ Zavedení systému vztahů s hosty (CRM) – program pro loajální hosty, motivační program pro opakované návštěvy destinace po založení destinačního managementu.
3.2.6 Partnerství a členství v regionálních, národních a mezinárodních sdruženích a organizacích cestovního ruchu (partnerství s CzechTourism, Region Dunaj-Vltava, Národní park Šumava....)
3.2.7 Zpracování pobídek a servisu pro filmové produkce – Kašperské Hory jako filmová lokalita - jako součást práce destinačního managementu (velký ohlas v rámci CR seriálu Policie Modrava)
SC 3.3. Kašperské Hory jako celoroční destinace “4 seasons“ <i>Kombinace kulturní, sportovní a relaxační nabídky v rámci produktové řady Krajina, kultura, historie do integrovaných produktů je východiskem pro rozložení turistické sezóny v Kašperských Horách do 4 ročních období. Prioritní jsou investice do infrastruktury cestovního ruchu pro celoroční využití (NKC Bílá Růže, KC Solovna, NC Povydrří). Péče o kulturní dědictví, objevení a zpřístupnění originálních místních zvyků a tradic (hlavně díky KC Sokolovna), příběh těžby zlata a oživení kdysi bohatého poutního života města jsou atraktivní turistickou nabídkou po celý rok. Investicí do kvalitního zázemí pro konferenční, incentivní a společenské akce bude vytvořen předpoklad celoroční nabídky pro firemní klientelu a segment MICE (meetings, incentive, congress, event - setkání, pobídka, kongres, událost).</i> <i>Podpora investic do velmi emočně silného příběhu krajiny Šumavy ve 100 leté historii ČR. Spolupráce se Správou NP Šumava v rámci kampaně 2018 Rok pralesů.</i>
Opatření:
3.3.1 Celoroční events - pořádání pravidelných slavností (pro každé roční období min. jedna akce, zaměřené vždy na konkrétní signifikaci Kašperských Hor) – slavnosti Karla IV., Kašperská pouť,
3.3.2 Vznik Národního geoparku Královská Šumava - spolupráce na přípravě projektu a zpracování podkladů pro certifikaci. NG bude partnerem destinace Kašperské Hory
3.3.3. Zpřístupnění štolý Naděje pro veřejnost – zahájení přípravy formou FS v roce 2018
3.3.4 Zpracování exteriérové naučné expozice těžby zlatonosných rud
3.3.5 NC Povydrří - posouzení využitelnosti stávajícího parkoviště a budovy – historie, geologie, geomorfologie v rámci NG KŠ (existují návrhy s min. volebních období)
3.3.6 Využití lyžařského areálu Skiareál Kašperky i mimo zimní období – vybudování outdoor fun park, rozhledna, vyhlídková lanovka, kavárna.
3.3.8 Podpora MICE turistiky - rekonstrukce, modernizace vybraných objektů (Bílá Růže, Horský klub, Sokolovna, sýpka, radnice) a vybavení a adaptace pro aktivity kongresové, seminární a incentivní turistiky. Příprava obchodní nabídky ve spolupráci s hotely a místními podnikateli pro firemní klientelu - návaznost na opatření strategického cíle 2.1.
3.3.9 Vybudování a údržba vlastního kvalitního systému turistických stezek pro pěší, cyklisty, lyžaře –rekreační okruhy (s prvky fitness, workout...) a půldenní trasy (nordic walking, putování s kočárkem, invalidním vozíkem...), celodenní trasy, přeshraniční mezinárodní trasy (VIA NOVA, Svatojakubská cesta, IVV...) včetně drobné infrastruktury a vybavení pro relax a orientaci, poučení a poznání; tématické okruhy např. těžba zlata, staré pověsti, poutní tradice a život... napojení lyžařských tras na šumavské okruhy
3.3.9 Propojení města a hradu Kašperk (nejkrásnější rozhledny Kašperských Hor a okolí) pomocí turistických tras, ekologické a ekonomické dopravy, integrované vstupenky, kulturní karty destinace Kašperské Hory, integrovaného parkování město-hrad (viz. opatření, navigačního a informačního systému. Vybudování interaktivní trasy náměstí – hrad pro celoroční využití pro rodiny s dětmi s využitím silného příběhu (např. oblíbené filmové pohádky Anděl Páně nebo příběhů a postav místních bájí a pověstí).
3.3.10 Obnovení poutního života ve spolupráci s Římskokatolickou farností Kašperské Hory

3.3.11 Plán kulturních a společenských akcí, jejich rozložení v čase a prostoru, produkce a financování, včetně plánu partnerství jako příležitosti pro sponzoring, získání dotací či podpory z fondů
3.3.12 Projekt integrované celoroční vstupenky – kulturní karty destinace Kašperské Hory a obchodní nabídky pro firemní partnery
3.3.13 Projekt celoročních produktových pobytových balíčků pro individuální hosty po založení Destinace KH
3.3.14 Iniciovat rekonstrukci všech budov Muzea Šumavy a modernizace stálé expozice; výzvou je téma těžby zlatonosných rud (ve spolupráci se zřizovatelem Plzeňským krajem). Hlavní budova Muzea byla v roce 2016 a 2017 rekonstruována.
3.3.15 Propagace zpřístupnění Seismické stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd ČR, v.v.i. pro veřejnost formou objednávek doprovodu.
3.3.16 SMART MOBILITA Půjčovna elektrokol a produkt „E-cyklomobility Šumavou“ popř. Národním Geoparkem Královská Šumava (např. vyzvednutí hotelových hostů-návštěvníků, doprava k startu E-cyklovýletu s průvodcem nebo individuálně, doprava zpět do hotelu a Kašperských Hor) – příprava v rámci destinace KH
3.3.17. Keltské tradice - využití existujícího chovu keltských koní s 18 letou tradicí místní keltské družiny var. 1 skanzen jezdeckého keltské družiny- chov a výcvik koní var. 2 statek (nejen) při Waldorfské škole, šetrné zemědělství, řemesla, pobyty pro školy var. 3 komunitní bio statek var. 4 střední škola zaměřená na chov a výcvik koní var. 5 Kašperské stáje
3.3.18 SMART ŽIVOT Pořádání workshopů – MěKIS: (umělecké dílny: fotografování, malířství, sochařství,....., design měst. prostředí. Odborné semináře: krajinářství, péče o památky, řemeslné dílny: sklářství, řezbářství, zpracování vlny, ovoce, zeleniny, lesních plodin)
3.3.19 Populárně naučné akce: SMART Semináře a terénní akce - Badatelská historie (Kašperk, Obří hrad, Buzošná,....., zajímavé lokality, spolupráce s Muzeem Šumavy), seismická stanice Pravidelný cyklus přednášek (v kině): zajímavé osobnosti (v oblasti vědy, popularizace vědy, umění a kultury) a prezentace (historie území – pravěk, starověk, gotika, renesance, baroko,...., energie krajiny, ochrana přírody, flora, fauna, mykologie, entomologie, šelmy)
3.3.20 Rozvoj činnosti kina: Nový filmový festival Bavorský les a Šumava na filmovém plátně proběhl jako 0. ročník letos v říjnu. Proběhl velmi dobře s pomocí týmu tradičního FF Plzeňské finále. Proběhl jako třídní akce na 3 místech s pestrým programem, hosty a diskusemi. Velmi dobrý úroveň je předpokladem pro jeho pokračování Kalendář dalších akcí pro kino (černobílé víkendy, čeští režiséři, zajímavé dokumenty sestavené do tematických bloků, hudební přenosy i vystoupení významných českých scén,.....)
3.3.21 Rozvoj aktivit areálu hradu Kašperk (konceptce/ opatření) Archeologický průzkum Samostatná organizace kulturního života Nabídka v mimosezóně státních hradů
3.3.22 Založení tradice 2 malých hudebních festivalů/přehlídek: Jazz na Horách – spolupráci s ředitelem hotelu Kašperk p. Šmaterou pokračovat v malé přehlídce jazzové hudby, hlavně za pomoci špičkových jazzových muzikantů, kteří jezdí pravidelně do naší destinace. Letošní jazzový večer zajistil hotel Kašperk. Vysoká úroveň prostředí a programu je velmi vhodná pro vytvoření pravidelné přehlídky/festivalu jazzové hudby na KH ve spolupráci MěKIS a hotelu Kašperk vždy napodzim. Komorní Hory – díky konzultacím s podnikateli v oblasti CR v KH, navrhujeme v předjaří organizovat malou přehlídku komorní hudby v prostorech Města a církve. Opět jde o založení tradiční kulturní akce s důrazem na vztah prezentovaných děl a autorů k našemu kraji.

3.3.23 Unikátní výstava 100 let naší krajiny – jedná se o projekt výstavy Města, která bude spojena řadou diskusí a seminářů na téma život na Šumavě od roku 1918 do 2018. Výstave bude prezentovat výrazné změny na cca. 10.000 ha centrální Šumavy – území od hradu Kašperk až po Horskou Kvildu. Hlavním tématem výstavy bude prezentovat století změn ve využívání krajiny lesů, luk, vod a sídel od rozkvetu na přelomu 19. a 20. století po 2. světovou válku, nástup socialismu a vznik hraničního pásma, odsun Němců, změny demografie – radikální úbytek obyvatel, přípravu a vznik CHKO a NP Šumava, změna výměry lesů, zánik polí, úbytek luk, záchranu genofondu tradičních odrůd ovoce – s ohledem na zánik sadů, alejí, parků. Hlavní expozice výstavy budou členěny na vnitřní a venkovní a na témata:

Krajina, lesy, sídla. Hlavní vyznění výstavy bude nástin nového způsobu života současných obyvatel kompatibilně s divočinou. Město bude prezentovat svoji péči o velmi hodnotnou krajinu centrální Šumavy.

Doprovodné akce:

- **Odborný seminář k dynamice změn v krajině v majetku Města za 100 let**
- **Seminář k obnově zájmu lidí o staré dovednosti místních obyvatel v oblasti pěstování ovoce, chovu včel, využívání bylin a plodin z divoké přírody.**
- **Jarmark místních produktů, populárně naučné literatury, výrobků,...**

Hlavním organizátorem bude Město (MěKIS, Městské lesy a Statek Kašperské Hory)

Partnery Výstavy budou: MŽP, SFŽP, Správa NP Šumava, VÚ Silva Taroucy pro krajinu a okrasné zahradnictví, FDULS Plzeň, ČSOP Rejstejn, LF Zemědělské univ. v Praze, Muzeum Šumavy

3.3.24 Doporučení pro pořádání vánočních akcí na hradě i v kostele sv. Mikuláše, včetně oživení adventních akcí, zvyků, výzdoby,...

3.3.25 Doporučení pro oživení a zpřístupnění všech 3 kostelů s důrazem na kostel sv. Markéty (zajištění dovybavení kostela pro umožnění náhledu či zajištění profesionálního doprovodu a výkladu). Jako vhodné se jeví vydání populárně naučné brožury o sakrálních památkách města a okolí.

3.3.26 Doporučení pro doplnění vycházkových okruhů se zajímavými cíli a trasováním – poznávací trasy

3.3.27 Doporučení pro znovuzavedení rekreačního rýžování zlata na Zlatém potoce (po dohodě s LČR – správcem drobného vodního toku)

3.3.28 Doporučení využít historicky významného nálezu pokladu na náměstí při jeho rekonstrukci alespoň malou ukázkou v Muzeu Šumavy s řádnou publicitou, kterou si takováto událost zaslouží.

3.3.29 Pořádat umělecké výstavy (výtvarné umění, fotografie, sochařství,...) a kulturní akce s celorepublikovým ohlasem/dopadem, opět s využitím osobností spojených s místem či tématem

3.3.30 Pořádat umělecké výstavy (výtvarné umění, fotografie, sochařství,...) a kulturní akce s celorepublikovým ohlasem/dopadem, opět s využitím osobností spojených s místem či tématem

3.3.31 Citlivě rozvíjet programovou činnost Města v oblasti akcí pro veřejnost i s využitím celebrit vázaných na Město a jeho okolí (V. Dyk, Rupert, R. Holý,...)

Strategický cíl 3.4. Vybudování infrastruktury cestovního ruchu v rámci města a městského majetku

Rozvojové záměry spojené s investicemi do infrastruktury cestovního ruchu akcentují:

celoroční provoz; zhodnocení a nalezení nové funkce stávajících nevyužitých nemovitostí (prioritně v městské památkové zóně) a zhodnocení „brownfields“ (prioritně v zastavěném území); kultivaci a zpřístupnění veřejných prostranství, vycházkových okruhů a turistických stezek; vytvoření pracovních míst (prioritně pro místní, pro ženy, pro 50+, pro absolventy); využití místních zdrojů (zboží a služeb); kvalitní architekturu respektující ráz místní architektury a krajiny s chytrým hospodařením s energiemi; dlouhodobost, udržitelnost a originalitu v rámci regionu, tak, aby Kašperské Hory jako destinace získaly konkurenční výhodu

3.4.1 Vybudování pěší turistické trasy KH-Amáline údolí-Bizoní stezka-Kaiserhof- KH

3.4.2 Obnova historických pěších cest (projekt v rámci ILE - Integrierte Ländliche Entwicklung) (ná vaznost na 3.3.8)
3.4.3 Doplnit na stávajících turistických trasách vybavenost drobnou infrastrukturou – lavičky, pikniková místa
3.4.2 Vybudování systému e-bikové turistiky a včetně cyklotras pro elektrokola (na stávajících cestách) – záměr je v příloze MP.
3.4.3. Vybudování interaktivní trasy náměstí – hrad Kašperk
3.4.4. SMART MOBILITA Vybudování systému dopravy v klidu – parkoviště pro místní a návštěvníky včetně malých záchytných parkovacích ploch v blízkosti vycházkových okruhů a turistických stezek park & walk (ná vaznost na opatření 2.5.1.) Parkování pro zájezdové autobusy, motocykly, obytné přívěsy, rozšíření parkovacích kapacit pro hrad - ná vaznost na opatření 2.4.8
3.4.5 Vybudování přírodního koupaliště na Prádle v ná vaznosti na další KA
3.4.6 SMART MOBILITA Projekt navigačního systému v okolí a ve městě – pro přijíždějící autem, pro pěší, směřování k turistickým cílům a dynamický navigační systém k parkovištím
3.4.7 Vybudování veřejného WC
3.4.8 Iniciovat jednak zpřístupnění 3 kostelů pro veřejnost i bez průvodce (hlavně kostel sv. Markéty) a spolupracovat při rekonstrukci církevních objektů – hřbitov a hřbitovní kostel sv. Mikuláše, poutní kostel P. Marie Sněžné a dalších drobných sakrálních staveb (ve spolupráci s církví, státem)
3.4.9 Doplnit na stávajících turistických trasách vybavenost drobnou infrastrukturou (vazba na
3.4.10 Zakonzervování staré a nové Buzošné, zakonzervování ruin staré hájovny při staré cestě z
3.4.11 Obnova návsi a veřejných prostorů v osadách Červená, Opolenec, Tuškov
3.4.12 Obnova historických pěších cest (projekt v rámci ILE - Integrierte Ländliche Entwicklung) - ná vaznost na 3.3.8
3.4.13 Doporučení pro přípravu projektu vybudování singltrekových tras v okolí města ve spolupráci s Městskými lesy a specialistou pro tento typ cykloturistiky
3.4.14 Rozvíjet spolupráci s Městem formou participace na prezentaci potenciálu Města a okolí v CR
3.4.15 Spolupráci při využití pozemků nad školou pro rekreačně sportovní a outdoorové aktivity
3.4.16 Spolupráci při lepším využívání nové sportovní haly i v kombinaci s hotelovým programem
3.4.17 Pořádat umělecké výstavy (výtvarné umění, fotografie, sochařství,...) a kulturní akce s celorepublikovým ohlasem/dopadem, opět s využitím osobností spojených s místem či tématem
Strategický cíl 3.5. Příprava NG Královská Šumava <i>Ve spolupráci s ČSOP Rejštejn, 5 obcemi, Správou NP Šumava, Krajským úřadem v Plzni, ... vznikl záměr na přípravu NG Královská Šumava. Podle metodiky MŽP a UNESCO lze zřídit NG jako formu marketingové prezentace území i formou partnerství s připravovanou destinací Kašperské Hory. Koordinátorem přípravy je ČSOP Rejštejn. V rámci přípravy záměru proběhla prezentace v Radě NG ČR. Nyní je zpracována podkladový materiál v intencích nominační dokumentace pro podání přihlášky o získání statutu kandidátského NG v ČR. Přihláška bude podána v prosince 2017, byla předjednána se zástupci MŽP. Realizaci tohoto záměru významně přispíváme k marketingu DM, vytváříme nové investice v oblasti CR, vytváříme nové produktové řady a produkty CR. Podíl Města je uveden v následujících opatřeních</i>
3.5.1 NG K.Š. jako stěžejní téma pro CR Nastavení spolupráce se Městem Železná Ruda Rozvoj průvodcovské činnosti (trasy a náplně) v rámci MěKIS
3.5.2 Rekonstrukce NKC Bílá Růže (knihovna, NC, malý sál, kavárna, prodejny místních produktů)

3.5.3 Příprava soukromého Muzea zlatokopectví
3.5.4 Popularizace využití seismické stanice Zlatý potok (prezentace dat, komentované prohlídky,...)
3.5.5 Příprava a realizace zpřístupnění stoly Naděje pro turisty
3.5.6 Zlatokopecká stezka – společný projekt
3.5.7 Příprava praktických ukázek - rýžování zlata
3.5.8 Prezentace podzemí Města
3.5.9 Infrastruktura NG – malé expozice, ukázky a upoutávky po celém NG v jednotném designu
3.5.10 Oprava NB Čenková Pila - Povydrří, včetně parkoviště
3.5.11 Propagace místních produktů (viz jiné NG v ČR)
3.5.12 Prezentace Voda v naší krajině (LID, zdroje vody, hodnota čisté a kvalitní vody,...)
3.5.13 Digitální atlas ŽP NG
3.5.14 Rozvoje spolupráce se včelaři
3.5.15 Oprava areálu Sokolovna – Ekocentrum Kašperské Hory se zaměřením na krajinu, sadovnictví, včelařství, zpracování produktů (biomošárna, sušárna ovoce, zpracování medu,...)
3.5.16 Publikace: Lesy KH, Louky a zemědělství KH, Chytrá energie KH, Čisté město
3.5.17 Rozvoj činnosti Stanice pro handicapovaná zvířata v KH
3.5.18 Rozvoj spolupráce s církví – využití kostela sv. Mikuláše
3.5.19 Zahájit spolupráci s p. Hyblerem – Botanické zahrady v Radešově
3.5.20 Zahájit spolupráci s místními bylinkáři – prezentace, osvěta
3.7 Regionální rozvojový marketing Kašperských Hor <i>V letošním roce se výrazně změnilo postavení Města v rámci celé Šumavy. Starosta Petr Málek se stal předsedou Svazu šumavských obcí (21 obcí, RRA Stachy,...), jejichž správní území je dotčeno výměrou NP Šumava. Tato výzva může znamenat nový směr k pozitivnímu a prorožvojovému snažení svazu, ale i Města. Město Kašperské Hory má unikátní postavení v rámci celé Šumavy, nejen svojí polohou a urbanistickým prostředím a svojí historií, ale díky svému nemovitému majetku – lesů a pastvin v NP a CHKO Šumava a v Přírodním parku Kašperská hornatina. Tento fakt lze nyní využít jako modelovou situaci pro soužití místních obyvatel, chráněné přírody (lesů, luk, mokřadů, zvířat) a návštěvníků území.</i> <i>Znamená to zajistit dva aspekty:</i> 1. Od roku 2018 prezentovat destinaci nejen jako město a jeho osady, ale i jeho nádhernou krajinu lesů, luk, mokřadů a vodních toků v NP a CHKO Šumava – vše jako jeden harmonický celek společného soužití. 2. Nastavit a na svém území vyzkoušet přístup k regionálnímu rozvojovému marketingu regionu NP Šumava (myšleno marketingu v širším slova smyslu propagace Města, jeho

<i>nemovitých majetku a regionu NP Šumava z pohledu cestovního ruchu, infrastruktury života místních lidí, dotační politiky státu a EU, legislativní agendy orgánů státní správy, rozvoje vhodných forem podnikání, vhodná daňová politika,...) formou certifikace a dotační systémové podpory rozvoje podobných území.</i>
3.7.1 Vypracování koncepce RRM regionu NP Šumava jako modelového přístupu ke všem regionům VZCHÚ v ČR
3.7.2 Zakotvení v MP nového přístupu k prezentaci Města a Destinace Kašperské Hory jako harmonická část centrální Šumavy – Město a jeho lesy, louky potoky (území od hradu Kašperk po Horskou Kvildu)
3.7.3 Implementace koncepce RRM v rámci Svazu – sestavení realizačního týmu, nastavení programu (tvorba programového dokumentu a manuálu)
3.7.4 Zahájení činnosti RRM
3.7.5 Nastavení vlastního akčního plánu pro začlenění Města a jeho území do RRM
▪ Strategický cíl 3.6. Destinace Kašperské Hory on-line <i>V rámci tohoto str. cíle vytváříme nový přístup k prezentaci témat MP Krajina, Kultura, Historie. Formou dílčích prezentací zahajujeme novou éru v přístupu Města k veřejnosti, místním obyvatelům i návštěvníkům. Uspořádaný systém využívající e-marketing, nové technologie IT a hlavně naplňuje nově rekonstruované objekty města potřebnými činnostmi pro vytvoření Města Kašperské Hory – centra kulturního, společenského, turistického dění v rámci Šumavy a Plzeňského kraje.</i>
3.6.1 Update EC webu – rozšíření služeb o e-shop pro drobné předměty outdoorového typu, aktualizace, lehký redesign a technickou správu na 2 roky.
3.6.2. Tvorba expozic NKC (4 filmy, zpracování do nově navržené video galerie, včetně návrhu vlastního stream kanálu na YouTube – Destinace Kašperské Hory)
3.6.3 Návrh projektu monitoringu fenoménu údolí – „kaňony on-line“ (4-6 kamer, přenos videa na stránky webu NKC a do expozice NKC) – Losenice, Zlatý potok, Opolenecký potok, Otava,... Pěnivý potok, Jedlový potok)
3.6.4 Zahájení environmentální osvěty v proj. Přírodou beze stop v NKC v tur. sezóně 2018/2019 a programů ekologické výchovy v rámci NG Královská Šumava s programy České geologické služby pro 2 věkové kategorie děti (1. a 2. stupeň ZŠ) s využitím nových aplikací, her, elerningu, update webu.
3.6.5 Projekt „Minuty v České televizi“ na téma programu ČSOP Rejštejn: „Přírodou beze stop“ – rozdělených na 7 základních skupin pro pobyt lidí v přírodě v tzv. krátké verzi.
3.6.6 Aplikace pro web EC tzv. dlouhé verze 7 základních skupin programu Přírodou beze stop.
3.6.7 Projekt Animace NG Královská Šumava pro NKC Bílá Růže: Geomorfologie Šumavy, Vývoj zalednění Šumavy v čase a utváření vybraného reliéfu – transekt dle výběru se Správou NP Šumava.
3.6.8 Vytvoření společenské hry „Kašperský skřítek“ – stolní populárně naučná hra pro celou rodinu
3.6.9. Aplikace Gamebook – spojení přírodních, historických a kulturních tradic destinace do zajímavého příběhu s volitelným průběhem.

3.6.10 Interaktivní aplikace: ▪ E-biková a biková turistika ▪ Pěší turistika ▪ Nedostupná místa – interpretace divočiny
3.6.11 Audiovizuální průvodce faunou, flórou pro web EC a interaktivní el. prvky v EC.
3.6.12 Instalace Výstavy 100 let naší krajiny a dílčích aktivit na téma lesy města Kašperské Hory, louky a pastviny města Kašperské Hory, osídlení a jeho vývoj
3.6.13 Zvýšit roli Předšumaví a středních poloh Šumavy – předpolí NP Šumava v oblasti ubytování a služeb v CR (viz. přetížené obce v centrální části NP: Kvilda, Modrava, Prášíly)
Strategický cíl 3.8. Hodnocení ekonomiky města v oblasti CR. V rámci hodnocení dílčí ekonomiky města při podpoře aktivit v oblasti CR je vhodné připravit informace pro zhodnocení příjmů generovaných CR a skutečných výdajů do oblasti primární i sekundární infrastruktury CR na základě analýzy příjmů a výdajů dle platného rozpočtu města.
3.8.1 Kontrola a aktualizace systému poplatků v oblasti CR
3.8.2 Nastavení spolupráce s CzechTourism v oblasti sledování návštěvnosti destinace
3.8.3 Nastavení systému pobídek pro podporu investic do veřejného prostoru a majetku Města ze strany soukromých investorů (investice do rekonstrukce sýpky, NKC Bílá růže – komerční přízemí,)
3.8.4 Nastavení financování a spolufinancování Destinace Kašperské Hory – její vymezení a zřízení, posouzení ekonomiky a org. zajištění zřízení destinační agentury KH ve vztahu k MěKIS a NG Královská Šumava
3.8.5 Zavedení pravidelného sledování možností podpor rozvoje CR (dotační management)
3.8.8 Průběžná prezentace úspěšných environmentálních opatření realizovaných Městem jak ve vztahu ke zkvalitňování života místních obyvatel, tak zkvalitňování prostředí destinace

28 Indikátory pro Prioritu 3 – Cestovní ruch dle MP

Indikátory slouží k monitorování a hodnocení účinnosti navržených cílů MP. MP byl formulován v struktuře – Témata MP – cíle – opatření. Každý cíl je v zásadě sledován 1 až 4 indikátory, aby se zabránilo předimenzování indikátorové soustavy a byla podpořena její praktická využitelnost. Byly upřednostněny takové charakteristiky, pro které jsou snadno dostupné zdroje např. ČSÚ, údaje zjistitelné na MěÚ. Pro řadu kvalitativních indikátorů, které hodnotí spokojenost cílových skupin, bude však nutné realizovat evaluační studie – ty jsou navrženy k realizaci v letech 2018, 2022 a 2025. Uživatel může zvolit buď tento způsob sledování nebo je možné vyhodnocovat naplňování každého opatření.

TABULKA 15 INDIKÁTORY K VYBRANÝM STRATEGICKÝM CÍLŮM PRIORITY 3

Indikátory pro Prioritu 3 Cestovní ruch	
SC 3.1. Vznik profesionálního managementu destinace cestovního ruchu - společnost destinačního managementu	
Indikátor	Doporučená frekvence měření
Vznik nové org. jednotky pro řízení destinace CR	1x
Zavedení systému sledování výkonu cestovního ruchu	1x a poté ročně prezentace výstupů
Realizace spolupráce s podnikateli a organizacemi v CR. Práce komise, pořádní seminářů	ročně- počet setkání a shrnutí nejvýznamnějších výstupů těchto setkání ročně- počet seminářů či workshopů
Zjištění spokojenosti návštěvníků	evaluační dotazník 2018, 2022, 2025
SC 3.2. Značka destinace Kašperské Hory	
Indikátor	Doporučená frekvence měření
Komunikační strategie destinace Kašperské Hory	1x - vytvoření ročně- naplňování strategie
Vytvoření značky a její zavedení	1x - vytvoření značky ročně- počet certifikovaných produktů, služeb
Vytvořená nová partnerství v oblasti cestovního ruchu	ročně
SC 3.3. Kašperské Hory jako celoroční destinace “4 seasons“	
Indikátor	Doporučená frekvence měření
Rozložení turistické sezóny do všech 4 ročních období	měsíčně - počet návštěvníků v městském infocentru měsíčně - počet pobytových dní
Zpřístupnění štoly Naděje	1x - otevření pro veřejnost
Pořádání workshopů a seminářů vč. terénních akcí	ročně - počet
Tvorba produktových balíčků pro hosty	počet produktů
Rozvoj aktivit hradu Kašperk - vznik samostatné organizace	1x - hrad jako samostatná organizace města
Spolupráce s katolickou církví - obnova poutního života	ročně - počet akcí
Strategický cíl 3.4. Vybudování infrastruktury cestovního ruchu v rámci města a městského majetku	

Indikátor	Doporučená frekvence měření
Dovybavení turistických cest a míst drobnou infrastrukturou	ročně - počet ks nového vybavení
Obnova historických pěších cest	ročně - km
Cyklotrasy pro e-kola (na stávajících cestách)	km
Chytrý navigační systému v okolí a ve městě	1x

29 Integrovaný a inovativní charakter MP, způsob tvorby a projednávání MP

Tento marketingový plán je ucelený rozvojový a akční dokument v oblasti CR, integruje všechny oblasti rozvoje území důležité pro cestovní ruch, na kterém město působí a zároveň bere v úvahu majetek města ležící v katastrálních územích jiných obcí. V novodobé historii města se jedná o první komplexní přístup k jeho budoucímu rozvoji.

Inovativnost tohoto přístupu spočívá už v samotném záměru vytvořit MP na základě doporučení SUR, v hledání nových přístupů, pohledů a řešení.

Udržitelný rozvoj CR je jedním ze základních principů, který jeho tvůrci respektují i díky nastavení vlastní SUR. Tento princip je pak doplněn o smart (inteligentní) přístup k řešení fungování města jako celku i pro oblast CR.

Členové pracovní skupiny:

Per Málek - starosta

Zdeněk Svoboda - kastelán a člen Rady města

Pavel Anděl – publicista, PR expert

Martin Kalina – expert e-marketingu a e-learningu

František Krejčí – koordinátor projektu

Klára Nosková – administrátor projektu

Petr Hájek – urbanismus a architektura

Jacob Tetzeli – scénarista, publicita

Linda Šnebergrová – přeshraniční spolupráce v oblasti RR

Simona Fink – přeshraniční spolupráce v oblasti CR

Zdeněk Patzelt – přírodní zdroje v oblasti CR

Za spolupráci děkujeme zaměstnancům MěKIS.

Skupina se během období vzniku strategie sešla celkem 17x. Některých jednání se účastnili přizvaní hosté za účelem řešení specifických témat.

Proběhla setkání s místními podnikateli v oblasti CR (viz. přílohy) a se zástupci Krajského úřadu v Plzni.

Jednání probíhala na úřadě i v terénu. Jako velice přínosné se ukázalo propojení a koordinace vzniku územního plánu s touto strategií a maximální sladění těchto dvou dokumentů.

Hlavním cílem bylo nalezení dalšího směřování rozvoje města v oblasti CR, které bude respektovat principy udržitelného rozvoje a smart (inteligentní) přístup k řešení a bude sdíleno co největším počtem obyvatel.

Udržitelný rozvoj je způsob rozvoje lidské společnosti, který uvádí v soulad hospodářský a společenský pokrok s plnohodnotným zachováním životního prostředí. Mezi hlavní cíle udržitelného rozvoje patří zachování životního prostředí dalším generacím v co nejméně pozměněné podobě. Je postaven na sociálním, ekonomickém a environmentálním pilíři.

30 Stanovení komunikační strategie pro implementaci MP

Předpokladem úspěšné implementace MP je zajištění průběžné informovanosti a podpory implementace tohoto dokumentu od všech zainteresovaných klíčových stran. To znamená: vytvořit povědomí o výstupech dokumentu. Výsledkem by mělo být porozumění tomuto dokumentu jednak jako naplňování schváleného strategického plánu – to znamená motivovat občany města Kašperské Hory pro naplňování i malých aktivit – jak můžeme přispět k naplňování strategie. Bez efektivní komunikace může nastat situace, kdy občané budou postrádat nezbytné informace a nebudou chápat, proč by se měli zapojit a k čemu „to bude dobré“. Cílovými skupinami by měly být: veřejnost, profesní sdružení, odbory, komunity, spolky apod..

Klíčovým momentem implementace dokumentu MP je založení pracovního akčního týmu, který bude pomáhat vedení města a MěKIS naplňovat jeho doporučení a opatření.

C) Návrhová část MP

V této části dokumentu definujeme nové pojetí marketingu Kašperských Hor. Snažíme se o změnu pohledu zástupců vedení Města v oblasti marketingu celého území destinace, tzn. jak vlastního města a jeho osad, tak i jeho rozsáhlého nemovitého majetku (půdního fondu: lesů, luk, vodních toků,...). Je vhodné daleko lépe než dosud prezentovat velké úsilí Města a jeho organizací při péči o město a jeho infrastrukturu (i s ohledem na zlepšování ekologických aspektů života ve městě), ale i o jeho lesy, zemědělské plochy a zpracovatelské. Město a jeho obyvatelé mají odpovědnost za svůj společný majetek, který má v tomto případě velkou

krajinou, kulturní a historickou hodnotu. Je předmětem rekreace a turistiky řady lidí, je předmětem ochrany přírody ČR, není izolován od okolního prostředí Šumavy a Pošumaví, proto je jako celek hlavním předmětem marketingových aktivit vedení Města.

Destinace Kašperské Hory je harmonickou krajinou s převahou klidných poznávacích aktivit. Není vhodná pro masové aktivity. Výrazný nárůst návštěvnosti by poškodil poklidný a harmonický charakter destinace. Kombinace dochovaného přírodního prostředí, osídlení a historie řadí toto území k hodnotným celkům v ČR. Historie výrazně spojená s obdobím vlády Karla IV., s bohatými obdobími těžby zlata či úspěšné výroby skla, dřevařství, a zemědělství v novověku namixovali zvláštní charakter destinace se všudypřítomnou unikátní šumavskou přírodou.

31 Marketingové téma (krajina, kultura, historie)

Marketingové téma pro lokální destinaci Kašperské Hory navrhujeme definovat jak v kontextu MP CzechTourismu pro ČR, tak podle tradičních témat Kašperských Hor. Podařilo se nám najít společná témata:

- Hlavní téma komunikace je **Poznání příběhu krajiny centrální Šumavy jako ostrova harmonicky utvářeného území uprostřed rozsáhlého pohoří** (Příběh utváření krajiny od dob Keltů, Germánů a Slovanů do doby gotiky, renesance a baroka a příběh krajiny 20. Století je patrný v historických budovách, šlechtických sídlech, církevních stavbách. Příběh od krajiny pralesů ke kulturní krajině a k návratu k přírodní krajině, příběh 3 tisíciletí šumavské krajiny)
- Přihlášení se v positioningu **Česko – země (romantických) příběhů**
- Téma komunikujeme jako soulad s potřebami – vzrůstající poptávkou **domácího trhu ČR**
- Ve spolupráci s krajským úřadem a destinací Železnorudsko vytváříme **inspirativní obsah podporující návštěvu naší destinace v rámci témat: Krajina, Kultura, Historie**
- Jsme **bezpečnou destinací**
- Hledáme **strategická partnerství** pro posílení prestiže destinační značky, ovšem ne pro masivní nárůst návštěvnosti, ale pro zkvalitnění služeb stávající a mírně se navyšující návštěvnost. Je nutné uchovat nostalgickou „odlehlost“ řady míst v území destinace.

Hlavním marketingovým tématem roku 2018 je šumavská krajina 20. století.

Příběh šumavské krajiny je patrný na každém kroku, naučíme se lépe vnímat krajinu a její vliv na nás. Architektura a urbanismus v harmonii s přírodou, rodí se fenomén horské krajiny, který patrný dnes. Hlavním akcí roku 2018 bude Výstava 100 let utváření krajiny centrální Šumavy (město Kašperské Hory, horské lesy a louky v majetku Kašperských Hor) s řadou doprovodných aktivit.

Komunikace produktů v roce 2018:

- **Cesty za poznáním** (Kašperské Hory, hrad Kašperk, středověká důlní díla, muzea,)

- **Cesty krajinou** (letní cesty, zimní cesty)
- **Cesty pro zdraví** (šumavské bylinné lázně, zdravě a zodpovědně - zdravý životní styl)

Destinace Kašperské Hory (včetně celého území) - šumavská krajina příběhů zahrnuje tyto tematické okruhy (KRAJINA, KULTURA, HISTORIE):

- Historické Kašperské Hory – architektura a urbanismus (nejvýše položené gotické náměstí v Česku)
- Hrad Kašperk (téma Karla IV.)
- Keltská hradiště (počátky osídlení x obnova naší identity)
- Zlatá a solná stezka po vlastní ose: pěšky nebo na kole (agroturistika)
- Mystika krajiny – paměť krajiny a moudrost lesa (řada prezentačních aktivit)
- Šumavské trojhradí – a kašperské trojkostelí
- Kulturní destinace - osobnosti spojené s centrální Šumavou (literatura, výtvarné umění, hudba)
- Gastronomie a tradice
- Zrod moderního lázeňství na Kašperských Horách (šumavské bylinné lázně)

Příběh změn šumavské krajiny ve 20. století lze vyprávět těmito formami:

- Přiblížit nejvýznamnější kulturní a přírodní památky destinace
- Ukázat nejkrásnější lokality destinace (vyhlídky, údolí, osady)
- Představit, jak se jeho vlivem změnila krajina centrální Šumavy - pozitivní a pravdivý příběh o návratu lesů (výstava, prezentace,...)
- Ukázat parkovou úpravu okolí šlechtických sídel a dochovaných zemědělských usedlostí centrální Šumavy
- Vyprávět příběhy významných osobností centrální Šumavy
- Ukázat málo známé rysy zdejší krajiny a zapomenuté obce a manufaktury
- Nahlédnout do toho, čemu lidé věřili – mytologie x historie, kterou nás ve škole neučili
- Ukázat, jak vypadal jejich běžný život (lidové baroko, pivovary, sklárny, hamry, zaniklé manufaktury a malé továrny)
- Prozkoumat vliv bylin, čisté vody a energie nerostů a hornin na naše zdraví a vitalitu
- Obnovit dovednosti a znalosti místních obyvatel

Produktový obsah MP – koncentrace na kvalitní cíle prezentované ve strategické části MP:

- Regionální přístup v rámci centrální Šumavy (osady K. Hor a sousední obce)
- Prodloužení délky pobytu (vytvoření zajímavých aktivit)
- Rozšířit a zkvalitnit nabídku CR
- Rozvíjet nové produkt CR

Nosné aktivity MP pro 2018 budou odsouhlaseny v rámci konečného jednání k MP.

Komunikační téma ČR 2018: příběhy 20. Století (100. výročí založení Československa, příběhy moderní architektury a českých značek) je dobře využitelné i v naší destinaci s důrazem na prezentaci 100 leté dynamiky území destinace.

32 Komunikační strategie

32. 1 Současná situace a nová doporučení

Dosavadní komunikace činnosti destinačního managementu v rámci Města (hrad Kašperk, IC) byla směřována převážně na laickou a velmi okrajově na informovanou veřejnost. Již nyní lze zaznamenat obrat v činnosti Města právě i v oblasti komunikace, ikdyž nebyl vytvořen vnitřní předpis pro zlepšení komunikační strategie, ale byl vytvořen design manuál grafického projevu.

Po zvážení aktuální situace navrhujeme zaměřit se na následující aktivity:

- Zintenzivnit uplatnění tiskových zpráv v médiích hlavně formou pozitivních informací o rozvoji a úspěších Města (včetně zlepšování životního prostředí)
- Zahájit přípravu a organizaci tiskových konferencí na silná témata v rámci MP (krajina, kultura, historie)
- Prezentace Města a NKC
 - Směrem k široké veřejnosti – prezentace výsledků vysvětlení smyslu a činnosti NKC,
 - Směrem k profesní veřejnosti - prezentace osoby starosty a vybraných odborníků – poradců a pracovníků IC i budoucího NKC(rozhovory, autorské články...)
 - Směrem k zahraniční profesní veřejnosti
- Komunikace konkrétních projektů dle strategických cílů:
 - Průběh
 - Plány, možnosti, výhody
 - Uplatnění výsledků
- Speciální akce v rámci MP

- Semináře a prezentace pro potencionální partnery
- Účast na odborných konferencích

32.2 Cíle komunikační strategie MP

Podobně jako při změně přístupu k marketingu Města, je vhodné rozvíjet cíle komunikační strategie MP. Město a jeho rozsáhlé území spravované jeho organizacemi jsou jeden integrální celek a tak musí být prezentován.

- Průběžně prezentovat úspěchy Města a jeho organizací (!) a NKC.
- Prezentovat aktuální výsledky aktivit formou srozumitelnou širší veřejnosti.
- Podpořit stávající aktivity Města a jeho organizací směrem k odborné a profesní veřejnosti.
- Informovat širokou veřejnost o smyslu a potřebě NKC.
- Prezentace starosty a vybraných odborníků formou rozhovorů a článků v odbornějších a manažerských titulech.

32.3 Forma a aktivity MP

1. **PR Korporátní** (cílová skupina: Profesní veřejnost a manažeři středního a TOP managementu – lidé, kteří se o tyto aktivity zajímají, nebo s ní mohou být nějak provázáni)

- Tvorba a rozesílání Tiskových zpráv
- Rozhovory
- Tematické články
- Snídaně s novináři + Tiskové konference
- Personální PR starosty a vybraných zástupců
- Témata
 - Dle aktuálních potřeb Města a NKC
 - Průběh projektů
 - Přínosy
 - Budoucnost a trendy
 - Profilové rozhovory a vyjádření vybraných osob k aktuálním tématům
- Zaměření:
 - Odborná média a časopisy
 - Internet
 - Celoplošná média (pouze vybrané zprávy)
 - Dokumentární pořady a specializované zpravodajství

2. **PR Image a produkty:** (cíleno na širokou veřejnost)

- Redakční články
- Témata
 - Vysvětlení aktivit Města a jeho organizací včetně NKC
 - Vysvětlení výhod a jejího přínosu
 - Témata průběžně řešená v PR korporátním upravená pro širokou veřejnost
- Zaměření:
 - Celoplošná média
 - Internetové verze magazínů
 - Média a časopisy zaměřena lehce odborněji

3. **Průběžné analýzy a monitoring médií:**

- Průběžné sledování vybraných médií v ČR a v regionu Bavorský les - Šumava

- Hodnocení situace
- Analýza výsledků monitoringu
- Návrh strategie navazující komunikace

4. Speciální akce:

- Semináře:
 - Odborná a profesní veřejnost
 - Potenciální klienti
 - HUB a další „Inkubátory“
- Tisková konference
- Rozhovory v TV
- Účast na specializovaných konferencích

Koncepce komunikace:

- Všechna témata (hlavní směry) budou komunikována v průběhu celého roku a to buď společně, nebo střídavě, dle závažnosti sdělení a cílové skupiny konkrétního média.
- Pro všechny hlavní směry komunikace budou využity shodné nástroje (uvedené v bodech 1. až 4).
- Tiskové zprávy 1x měsíčně – téma dle aktuálního vývoje s důrazem na pravidelné střídání komunikace hlavních směrů.
- Autorské články a rozhovory zaměřeny na kombinaci hlavních směrů komunikace.

33 Webový marketing MP

Pro zlepšení účinnosti marketingových aktivit je nutné zkvalitnit práci v rámci webového prostředí.

33.1 SEO (optimalizace pro vyhledávače)

Náplní této činnosti je:

- Průběžná optimalizace webového obsahu v návaznosti na aktuální váhu klíčových slov ve vyhledávačích.
- Získání zpětných odkazů, pro posílení webu v rámci SEO parametrů.
- Průběžné sledování a měření aktuálních pozic u vybraných klíčových slov.

33.2 Sklik/PPC

Hlavní náplní této činnosti je:

- Průběžná správa a optimalizace kampaní

Doporučujeme kvůli omezení rozpočtu se zaměřit na Google Adwords.

PPC Google Adwords je alternativou ke službě sklik. Google Adwords se aktuálně staly dominantním nástrojem v PPC reklamě. Cílem tohoto doporučení je:

- Získání nových zákazníků, kteří používají pro vyhledávání Google.
- Zaměření na mladší generaci, která primárně využívá k vyhledávání Google.
- Vyšší návštěvnost stránek AutoGas z Googlu o cca 30%.

Výhodou tohoto řešení je:

- Pomoc z hlediska posunu pozic na stránkách ve vyhledávači.
- Zobrazení reklamy na ve vyhledávači Google a jeho partnerské síti.
- Platíte pouze tehdy, když někdo na reklamu klikne a přejde na vaše webové stránky nebo vám zavolá.
- Můžete oslovit relevantní zákazníky na relevantních stránkách na internetu.

33.3 Facebook

Pro zkvalitnění komunikace v rámci webového prostředí je nutné zvýraznit využití Facebooku formou příspěvků. Příspěvky by měly informovat uživatele facebooku o činnosti města a jeho organizací, jejich službách, projektech, spolupráci. Vlastní články s odkazem na web + zajímavosti (např. videa, novinky ze světa, články z webu).

Příspěvky je vhodné vkládat 2x měsíčně.

- Témata si bude pověřený zástupce Města vybírat a může navrhnout i sám.
- Vždy pošle ve čtvrtek dopoledne do mailu poskytovatele této služby
- Vybraný návrh okruhu témat na následující týden, který se bude publikovat.
- Příspěvky na FB budou vkládány i na internetové stránky

Cílem těchto příspěvků je:

- Marketingová činnost – možnost získání slevy na základě akce na Facebooku (Like, komentář, hodnocení).
- Kampaně, které bude poskytovatel připravovat, budou mít za cíl oslovení cílové skupiny + následný remarketing mířící na osoby, které se na internetu již o podobný produkt zajímaly.

Primárně lze pravidelnými příspěvky budovat důvěru u zákazníků, zvýšit návštěvnost webových stránek s cílem uskutečnění poptávky. Získávat potencionální partnery ve vybraných regionech.

Sekundárně je možné se zaměřit na získání kladných recenzí a komentářů od zákazníků.

33.4 Doplnující sociální sítě v rámci potřeb MP

Dalšími možnostmi využití sociálních sítí pro práci v rámci MP jsou:

- Zřízení Instagramu (sociální síť zaměřená na foto)

- Zřízení Pinterest (sociální síť zaměřená na foto)
- Google+ (aktualizace vkládání příspěvku a foto)
- Twitter (aktualizace, vkládání foto)
- Zřízení Youtube Channel (sociální síť pro videa a banerové reklamy)

Obsah lze tyto služby využít pro tyto účely:

- Vkládat stejné příspěvky jako na FB.
- Fotogalerie.
- Dohnání ztráty chybějícího obsahu.

34 Práce s MP

Přestože by se dobře zpracovaný dokument neměl po dobu své platnosti měnit v základních cílech, je to živý dokument, který musí reagovat na podněty, které vývoj může přinášet. MP tedy není strnulým, zcela neměnným dokumentem, ale spíše svými cíli ukazuje směr dalšího rozvoje města v oblasti marketingu. K jeho pravidelné aktualizaci dochází s tvorbou každý rok, který se připravuje se výhledem na 2 roky, kdy mohou být přidány nové aktivity či projekty, případně může být vznik nových aktivit iniciován, například vypsáním grantů. Dalším důvodem změny MP mohou být legislativní změny nebo nové podněty od občanů, pak se tato změna může promítnout až do Cílů a v tomto případě je třeba udělat revizi MP

Definice plánu aktivit

Akční plán vychází z MP a je jeho konkretizací zpravidla na období 1-2 roky. Obsahuje již zcela konkrétní aktivity a projekty, které se budou v daném období realizovat a tím v daném období naplňovat jednotlivá opatření MP. Při tvorbě akčních plánů mohou být přidávány nové aktivity a projekty, které přispívají k naplňování jednotlivých opatření Marketingového plánu.

Pro město Kašperské Hory byl vytvořen plán aktivit MěKIS a Správy hradu na rok 2017 a 2018, kde je seznam všech projektů, které chce město realizovat v roce 2017 a které naplňují MP.

Schéma: navržená struktura Plánu aktivit MP pro Město, MěKIS, správu hradu

PLÁN AKTIVIT MP PRO MĚSTO KH NA ROK xy								
SC	Název projektu/ opatření	Popis akce	Stav	Náklady celkem	Dotační titul	Náklady v tis. Kč		Časové rozmezí realizace
						vlastní zdroje	dotace	

33 Doporučení pro implementaci

Proces implementace nově vzniklého MP, podobně jako v případě SUR, chceme nastavit do činnosti Městského úřadu Kašperské Hory a organizačních složek města. Základním východiskem pro realizaci MP města Kašperské Hory je Analytická část včetně SWOT (část A), která shrnuje analytické poznatky o městě k vytvoření poznatkové základny, z níž vychází strategie dalšího rozvoje CR a marketingu. Následující díl (část B) je strategická část MP, kde je stanovena vize MP města ve svém rozvoji do roku 2024, jeho rozpracování strategických cílů a jednotlivých opatření. Na Strategickou část navazuje Návrhová část (část C), která obsahuje doporučení pro zpracování akčních plánů Města (MěKIS a Správy hradu) na jeden rok, kde jsou k dosažení priorit přiřazovány aktivity/projekty určené k realizaci v nadcházejícím roce.

Implementace MP dle SUR by měla být založena na principech prostorového plánování, které spojuje: komunitní plánování, strategické plánování rozvoje města, územní plánování s využitím informačního systému. Klíčovou aktivitou je práce s informacemi a komunikace s uživateli v území.

Základními faktory implementace tohoto typu dokumentu podobně jako v případě SUR jsou:

- aktivní podpora vrcholového vedení,
- důkladná a úplná příprava a naplánování implementace,
- úplná a cílená komunikace,
- kompetentní implementační tým/osoba,
- vysoká míra zapojení zaměstnanců města do implementace.

Pro zdárnou implementaci je určující aktivní podpora vedení města. Plnění se měří pomocí indikátorů, které jsou pro 4 SC navrženy v části B – Strategická část.

K účinné implementaci MP města Kašperské Hory musí být obnovena činnost pracovní skupiny pro CR, které budou svěřeny klíčové kompetence doporučení v této oblasti.

Stěžejním dokumentem pro implementaci MP města je Akční plán jednotlivých org. složek Města. Akční plány jsou nástroj operativní povahy, který slouží jako plán projektů/aktivit k realizaci MP a tím i SUR. Jedná se o živé dokumenty a musí být každoročně aktualizovány. Kompetence tvorby, realizace, monitoringu a kontroly plnění jsou svěřeny především do rukou pracovní skupiny. Tyto procesy organizačně zajišťuje určený odbor či osoba.

Vyhodnocení Akčních plánů probíhá minimálně jednou ročně ke konci roku, dále je dle potřeby průběžně hodnocen (zejména při pololetních rozborech plnění rozpočtu města). Hodnocení je prováděno ve spolupráci s odpovědnými odbory na základě stanovených indikátorů.

Základní hodnotící škála je:

- Zahájeno,
- Nezahájeno,
- Splněno,
- Nesplněno (s odůvodněním, bez odůvodnění).

Pro hodnocení úspěšnosti projektů/aktivit MP je stěžejní jakým dílem přispěla jejich realizace ke splnění cíle (potažmo naplnění priorit a opatření) MP, resp. SUR.

K výkonu funkce *manažera implementace* navrhujeme vytvořit novou pracovní povinnost pro zaměstnance úřadu, u kterého část náplně práce bude tvořit právě implementace SUR a MP. Tato manažerská odpovědnost za administrativní zajištění implementace a její realizaci může být svěřena tajemníkovi Města. V průběhu roku provádí monitoring realizace tohoto strategického dokumentu. Manažer bude předkládat zprávu o probíhající implementaci a návrh další činnosti řídicí pracovní skupiny (např. zpočátku implementace v pololetních intervalech, poté minimálně jednou ročně).

Výše uvedené kompetence navrhujeme ošetřit v interních dokumentech města.

34 Rizika navrženého postupu

Před začátkem realizace MP je vhodné zamyslet se nad riziky, která ohrožují její realizaci a těmto předem vytipovaným rizikům předejít nebo je alespoň výrazně snížit vhodnými opatřeními. Níže (Tab. 16) uvádíme možná rizika a doporučení, zda je nutné přijmout opatření ke snížení nebo je riziko tak malé, že přijímat opatření není nutné, nicméně i malé riziko v určité menší míře projekt ohrožuje.

TABULKA 16 RIZIKA

Č.	název rizika	P ₁ pravděpodobnost výskytu (1-5)	M ₁ dopad rizika (1-5)	váha rizika celkem P ₁ x M ₁	Přijmout opatření ke snížení rizika ANO/NE
1	Nedostatek finančních prostředků, nepřidělení dotace	2	5	10	ANO
	Nedostatečné zapojení partnerů	3	1	3	NE
	Nerealizace v důsledku negativního vlivu na ochranu přírody	3	3	9	NE
	Riziko, že realizace strategie skončí v dalším volebním období	5	5	25	ANO
2	Lidské zdroje - nedostatek kompetentních osob	4	4	16	ANO

(Vysvětlivky: hodnocení pravděpodobnosti a dopadu rizika na stupnici 1 až 5: 1 – velmi malá, 2 – malá, 3 – střední, 4 – velká, 5 – velmi velká; hodnocení váhy rizika: do 9 – malá, 10-17 střední, 18-25 vysoká)

35 Možnosti financování v programovém období 2014-2020

35.1 Úvod pro Operační programy 2014-2020

Operační programy 2014-2020 se již rozbíhají a jsou vyhlášeny první výzvy.

Pro cíl „Investice pro růst a zaměstnanost“ jsou v ČR následující operační programy, relevantní programy jsou vyznačeny barevně:

- OP „Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost“ řízený MPO,
- OP „Výzkum, vývoj a vzdělávání“ řízený MŠMT,
- OP „Zaměstnanost“ řízený MPSV,
- OP „Doprava“ řízený MD,
- OP „Životní prostředí“ řízený MŽP,
- „Integrovaný regionální operační program“ řízený MMR,
- OP „Praha - pól růstu ČR“ řízený Magistrátem hlavního města Prahy,
- OP „Technická pomoc“ řízený MMR.

Pro cíl Evropská územní spolupráce je pro nás relevantní:

- OP přeshraniční spolupráce mezi Svobodným státem Bavorsko a Českou republikou koordinovaný na území České republiky, řízený MMR

35.2 Operační Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání (OP VVV)

Globálním cílem operačního programu je urychlit přechod ČR k růstu prostřednictvím lidského kapitálu pomocí investic do základů znalostní ekonomiky.

Investice do rozvoje lidského potenciálu je jednou z důležitých forem veřejných investic. Vizí MŠMT je přispět ke strukturálnímu posunu ČR směrem k ekonomice založené na vzdělané, motivované a kreativní pracovní síle a na produkci kvalitních výsledků výzkumu.

Podpora příjemců ze všech stupňů vzdělávací a vědecko-výzkumné soustavy bude rozdělena do 3 prioritních os, z nichž je pro nás relevantní osa 3:

Prioritní osa 1: Posilování kapacit pro kvalitní výzkum

Prioritní osa 2: Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj

Prioritní osa 3: Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání

Tematickým cílem prioritní osy 3 (pro oblast regionálního školství) je zlepšení kvality vzdělávání pro každého žáka. Tato prioritní osa se zaměří na:

- posílení rovného přístupu ke vzdělávání na všech jeho stupních s cílem zvýšení potenciálu jednotlivců rozvíjet své kompetence během celého života,

- rozvoj klíčových kompetencí (rozumí se k celoživotnímu učení): komunikace v mateřském jazyce, komunikace v cizích jazycích, matematická gramotnost a základní schopnosti v oblasti vědy a technologií, schopnost práce s digitálními technologiemi, schopnost učit se, sociální a občanské schopnosti, smysl pro iniciativu a podnikavost, kulturní povědomí a vyjádření,
- zlepšení kvality a efektivity vzdělávání a odborné přípravy s důrazem na zvýšení jejich relevance k dlouhodobým potřebám absolventů, trhu práce a společnosti.

OP VVV: Prioritní osa 3 Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání (zdroj ESF)

Investiční priorita	Specifický cíl	Podporované aktivity	Oprávnění příjemci/cílové území
IP 1 Boj proti všem formám diskriminace a prosazování rovných příležitostí (čl 3. bod 1 b) iii) nařízení o ESF).	SC 1 Vzdělávání k sociální integraci dětí a žáků	• Aktivity se v územích <u>obcí se sociálně vyloučenými lokalitami</u> se zaměří na posílení kompetencí pedagogických pracovníků všech stupňů běžných škol (včetně vedoucích pracovníků) pro inkluzivní vzdělávání a překonávání předsudků, aby osobní a společenské faktory • na moderní (aktivizující) metody výuky pro zvýšení její kvality. • k zajištění lepšího diagnostikování individuálních potřeb dětí a žáků • realizace programů zaměřených na prevenci školní neúspěšnosti dětí začne v těchto územích již v předškolním období. • <u>Na území celé ČR</u> budou realizována opatření pro snižování předčasného ukončování vzdělání u žáků z ohrožených skupin. • budou realizována opatření pro aktivizaci žáků škol samostatně zřízených pro děti a žáky se zdravotním postižením, včetně aktivit vedoucích k vyšší míře jejich začleňování (zvýšení počtu) do již existujících organizací zájmového a neformálního vzdělávání a programů podpory jejich vstupu na trh práce. • <u>V zařízeních institucionální výchovy</u> budou podpořena opatření zaměřená na snížení rizika předčasného ukončení vzdělávání a pozdější nezaměstnanosti	Školy a školská zařízení v oblasti předškolního, základního a středního vzdělávání, zájmového, základního a středního uměleckého vzdělávání a vyšší odborné školy. - Další subjekty podílející se na realizaci vzdělávacích aktivit. - ad cílová území: Celá ČR
IP 2 Omezování a prevence předčasného ukončování školní docházky a podpora rovného přístupu ke kvalitním	SC 1 Zvýšení kvality předškolního vzdělávání včetně usnadnění přechodu dětí na ZŠ	Zaměřuje se na profesní podporu pedagogů, prohloubení či rozšíření kvalifikace pedagogických pracovníků a zlepšení kompetencí dalších vzdělávatelů, kteří realizují vzdělávání předškolních dětí podle Rámcového vzdělávacího programu pro předškolní	Školy a školská zařízení v oblasti předškolního, základního a středního vzdělávání, zájmového, základního a

programům předškolního rozvoje, k primárnímu a sekundárnímu vzdělávání, možnostem formálního a neformálního vzdělávání, které umožňuje zpětné začlenění do procesu vzdělávání a odborné přípravy (čl. 3, bod 1 c) i) nařízení o ESF).		vzdělávání. Zaměří se i na osobnostně sociální rozvoj pedagogických pracovníků a ostatních vzdělavatelů a dojde k prohloubení či rozšíření jejich kompetencí pro rozvoj klíčových kompetencí dětí. Přispěje k posílení kompetencí budoucích učitelů v pedagogické diagnostice a v práci s heterogenní skupinou. Podpora bude směřovat ke sdílení profesních zkušeností ředitelů, učitelů a k jejich spolupráci s učiteli prvního stupně ZŠ, rodiči a dalšími odborníky na předškolní vzdělávání.	středního uměleckého vzdělávání a vyšších odborných škol. a další Cílová území: celá ČR
	SC 2 Zlepšení kvality vzdělávání a výsledků žáků v klíčových kompetencích	Na úrovni ZŠ a SŠ se SC 2 zaměří především na zkvalitňování vzdělávání všech žáků v KK s důrazem na rozvoj základních gramotností (čtenářská a matematická) a na podporu nadání a talentu každého žáka, speciálně pak v oblastech spadajících pod koncept STEM a zavedení programů a projektů, jejichž cílem bude zatraktivnění technických a přírodních věd pro dívky. KK budou rozvíjeny napříč předměty.	
	SC 3 Rozvoj systému strategického řízení a hodnocení kvality ve vzdělávání	Pro systém budou vytvořeny nástroje pro monitorování vzdělávací soustavy z hlediska spravedlivého přístupu ke vzdělávání. Externí a interní hodnocení škol	
	SC 4 Zkvalitnění přípravy budoucích a začínajících pedagogických pracovníků	Aktivita v rámci SC 4 synergicky podpoří zvýšení kvalifikace praktikujících předškolních pedagogů a posílí praktickou složku pregraduální přípravy.	
	SC 5 Zvyšování kvality vzdělávání a odborné přípravy včetně posílení jejich relevance pro trh práce	V rámci SC 5 bude podporována i podnikavost a kreativita dětí a žáků. Kompetence a nadání v těchto oblastech budou cíleně rozvíjeny ve spolupráci škol, školských zařízení, výzkumných institucí a zaměstnavatelů již od MŠ. Aktivita se zaměří zejména na zlepšení spolupráce škol a	

		školských zařízení a zaměstnavatelů NNO, ostatních aktérů ve vzdělávání a institucí VaV.	
--	--	---	--

35.3 Operační program Zaměstnanost (OP Z)

Cílem Operačního programu Zaměstnanost je zlepšení lidského kapitálu obyvatel ČR a veřejné správy v ČR.

Kromě technické pomoci má operační program 4 prioritní osy, z nichž je pro nás relevantní osa 1 a 4 :

- **Prioritní osa 1: Podpora zaměstnanosti a adaptability pracovní síly**

Tato prioritní osa bude naplňovat tematický cíl č. 8 a zaměří se zejména na zvýšení zaměstnanosti podpořených osob zejména prostřednictvím realizace nástrojů aktivní politiky zaměstnanosti, realizaci specifických opatření na podporu snížení rozdílů v postavení žen a mužů na trhu práce a na sladování soukromého a pracovního života, na rozvoj dalšího vzdělávání, zvyšování znalostí, dovedností a kompetencí pracovníků a konkurenceschopnosti podniků, a podporována bude rovněž modernizace veřejných služeb zaměstnanosti cestou zvýšení kvality a efektivity aktivní politiky zaměstnanosti a dalších poskytovaných služeb, a dále realizace cílených opatření na podporu zaměstnanosti mládeže.

- Prioritní osa 2: Sociální začleňování a boj s chudobou
- Prioritní osa 3: Sociální inovace a mezinárodní spolupráce
- **Prioritní osa 4: Efektivní veřejná správa**

Program je realizován především prostřednictvím MPSV a jím zřízených organizací, ale je určen také pro obce a bude tedy záviset na konkrétních vyhlášených výzvách.

OPZ: Prioritní osa 1: Podpora zaměstnanosti a adaptability pracovní síly (zdroj ESF)

Investiční priorita:

IP 3: Pomoc pracovníkům, podnikům a podnikatelům přizpůsobovat se změnám

Specifický cíl:

Zvýšit odbornou úroveň znalostí, dovedností a kompetencí pracovníků a soulad kvalifikační úrovně pracovní síly s požadavky trhu práce

- Další profesní vzdělávání zaměstnanců podporované zaměstnavateli, zaměřené na odborné i klíčové kompetence, včetně podpory dalšího profesního vzdělávání OSVČ.
 - Poradenské a informační aktivity v oblasti kariérového poradenství, orientace na trhu práce, možností služeb zaměstnanosti atd., vzdělávací a rekvalifikační programy pro zaměstnance podniků procházejících restrukturalizací nebo končících svoji činnost, včetně propouštěných zaměstnanců.
- Podpora zavádění age managementu (řízení s ohledem na věk, schopnosti a potenciál pracovníků) do podniků.
- Podpora odborné praxe a stáží v podnicích.
 - Podpora spolupráce podniků a vzdělávacích institucí za účelem sladování kvalifikační úrovně a kvalifikační struktury pracovní síly s požadavky trhu práce.

- Budování kapacit sociálních partnerů zejména prostřednictvím vzdělávání, opatření na vytváření sítí a posílení sociálního dialogu a činnosti společně uskutečňované sociálními partnery.

Typy příjemců, cílová území

- zaměstnavatelé, poradenské a vzdělávací instituce, profesní a podnikatelská sdružení, MPSV, MPO a jimi řízené/zřízené instituce, sociální partneři atd.

cílová území: celé území České republiky

OPZ: Prioritní osa 4: Efektivní veřejná správa (zdroj ESF)

Investiční priorita:

IP 1: Investice do institucionální kapacity a výkonnosti veřejné správy a veřejných služeb na vnitrostátní, regionální a místní úrovni za účelem reform, zlepšování právní úpravy a řádné správy

Specifický cíl:

Zvýšit efektivitu a transparentnost veřejné správy

- Zlepšení komunikace a zvyšování důvěry mezi veřejnou správou a občany mimo jiné prostřednictvím propagačních a popularizačních aktivit, zjednodušení přístupu veřejnosti, včetně osob se specifickými potřebami, ke službám a informacím veřejné správy, podpora publikace relevantních dat a informací, i na principu „open data“;
- Nastavení a rozvoj moderních metod řízení lidských zdrojů včetně systému přijímání, hodnocení a odměňování pracovníků veřejné správy, zvýšení atraktivity veřejné správy jako zaměstnavatele;
- Nastavení a rozvoj procesů dosahování kvality a jejího řízení.

Typy příjemců, cílová území

- **obce a kraje**, organizační složky státu, státní příspěvkové organizace, včetně jimi zřizovaných a zakládaných organizací

cílová území: celé území České republiky

35.4 Operační program Životní prostředí (OP ŽP)

Hlavním cílem Operačního programu Životní prostředí 2014-2020 (dále „OP ŽP 2014-2020“) je ochrana a zajištění kvalitního prostředí pro život obyvatel České republiky (dále „ČR“), podpora efektivního využívání zdrojů, eliminace negativních dopadů lidské činnosti na životní prostředí a zmírňování dopadů změny klimatu.

Kromě technické pomoci má program 5 prioritních os, z nichž pro nás jsou relevantní všechny PO.

- Prioritní osa 1: Zlepšování kvality vod a snižování rizika povodní (např. výstavba kanalizací, zvyšování kvality zdrojů pitné vody, výstavby a modernizace čistíren odpadních vod)
- Prioritní osa 2: Zlepšování kvality ovzduší v lidských sídlech (např. náhrada stávajících spalovacích kotlů v domácnostech, pořízení technologií a změny technologických postupů)

vedoucí ke snížení emisí, pořízení dodatečných technologií ke snížení úrovně znečištění ovzduší (např. vodní clony, skrápění, odprašovací nebo mlžící zařízení), Čistící vozy (pouze pokročilé technologie s vysokou účinností odstraňování prachových částic, nebudou podporovány kartáčovací vozy bez odsávání a kropicí vozy)

- Prioritní osa 3: Odpady a materiálové toky, ekologické zátěže a rizika, (např. výstavba a modernizace zařízení pro sběr, třídění a úpravu odpadů, výstavba a modernizace zařízení na energetické využití odpadů a související infrastruktury, budování systémů odděleného sběru bioodpadů, realizace průzkumných prací (včetně doprůzkumů), analýz rizik)
- Prioritní osa 4: Ochrana a péče o přírodu a krajinu (např. vytváření, regenerace či posílení funkčnosti krajinných prvků a struktur, revitalizace a podpora samovolné renaturace vodních toků a niv, obnova ekostabilizačních funkcí vodních a na vodu vázaných ekosystémů, revitalizace funkčních ploch a prvků sídelní zeleně)
- Prioritní osa 5: Energetické úspory(např. snižování spotřeby energie zlepšením tepelně technických vlastností obvodových konstrukcí budov, včetně dalších opatření vedoucích ke snížení energetické náročnosti budov, realizace technologií na využití odpadního tepla, realizace nízkoemisních a obnovitelných zdrojů tepla, instalace solárně-termických kolektorů pro přitápění nebo pouze přípravu teplé vody)

35.5 Integrovaný regionální operační program (IROP)

IROP integruje rozvojové priority obcí, měst a regionů a související priority celostátní povahy při zohlednění jejich specifík a požadavků na tematickou a územní koncentraci. Jeho zaměření vychází ze 4 základních cílů regionální politiky:

- podpořit zvyšování konkurenceschopnosti a využití ekonomického potenciálu regionů (růstový cíl),
- zmírnit prohlubování negativních regionálních rozdílů (vyrovnávací cíl),
- posílit environmentální udržitelnost (preventivní cíl),
- optimalizovat institucionální rámec pro rozvoj regionů (institucionální cíl).

Kromě technické pomoci má tento program 4 Prioritní osy, kde pro nás jsou relevantní Prioritní osy 1, 2 a 3 viz dále:

- **Prioritní osa 1: Konkurenceschopné, dostupné a bezpečné regiony** (faktor konkurenceschopnosti „infrastruktura“);

Vybrané typy podporovaných aktivit: nákup nízkoemisních a bezemisních vozidel pro přepravu osob a výstavba plnicích a dobíjecích stanic pro nízkoemisní a bezemisní vozidla pro přepravu osob za účelem zmírnění negativních dopadů v dopravě. Nákup vozidel, zohledňujících specifické potřeby účastníků dopravy se ztíženou možností pohybu a orientace s cílem přispět k bezbariérovosti veřejné dopravy; výstavba a rekonstrukce cyklostezek a cyklotras, budování doprovodné infrastruktury ve vazbě na další systémy dopravy nebo realizace cyklistických jízdních pruhů. Podporovány budou jen cyklotrasy zajišťující dopravu do škol a zaměstnání, vybavení základních složek IZS technikou.

- **Prioritní osa 2: Zkvalitnění veřejných služeb a podmínek života pro obyvatele regionů** (faktor konkurenceschopnosti „lidé“)
Vybrané typy podporovaných aktivit: sociální bydlení pro ekonomicky aktivní obyvatele, výstavba a vybavení sociálních podniků, podpora infrastruktury pro předškolní vzdělávání, podpora infrastruktury pro základní, střední a celoživotní vzdělávání, snížení energetické náročnosti bydlení v bytových domech se 4 a více bytovými jednotkami
- **Prioritní osa 3: Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí** (faktor konkurenceschopnosti „institute“)
Vybrané typy podporovaných aktivit: vytváření nových a modernizace stávajících informačních a komunikačních systémů pro potřeby samosprávných agend
- **Prioritní osa 4: Komunitně vedený místní rozvoj**

35.6 OP přeshraniční spolupráce mezi Svobodným státem Bavorsko a Českou republikou koordinovaný na území České republiky, řízený MMR

Zdroj: strukturalni-fondy.cz

Evropská komise dne 17. 12. 2014 schválila program přeshraniční spolupráce mezi Českou republikou a Svobodným státem Bavorsko. V programovém období 2014-2020 bude na podporu kooperačních projektů podél česko-bavorské hranice k dispozici 103,4 mil. EUR z Evropského fondu pro regionální rozvoj.

Program bude nadále podporovat **regionální a místní projekty připravované ve spolupráci českých a bavorských partnerů s pozitivním dopadem na společné území**. Podmínkou podpory z programu přeshraniční spolupráce je **přeshraniční dopad** projektu. Přínos z realizace projektu musí mít prokazatelně obě strany hranice. Projekty musí dále zahrnovat příjemce z obou zemí, kteří spolupracují nejméně dvěma z těchto způsobů: **společná příprava, společné provádění, společné využívání pracovníků a společné financování**.

Program má prioritní osy:

- **Posilování výzkumu, technologického rozvoje a inovací**
 - spolupráce a investice v základním výzkumu, spolupráce MSP a institucí v oblasti VaV v aplikovaném výzkumu, podpora klastrů a sítí MSP
- **Zachování a ochrana životního prostředí a účinné využívání zdrojů**
 - Ochrana, rozvoj a propagace přírodního a kulturního dědictví, ochrana a obnova biodiverzity, půdy a podpora ekosystémových služeb
- **Investice do dovedností a vzdělávání**
 - podpora vzdělávání, spolupráce mezi vzdělávacími institucemi a institucemi na trhu práce
- **Posilování institucionální kapacity orgánů veřejné správy a zúčastněných subjektů a účinné veřejné správy**
 - dispoziční fond (malé projekty people-to-people) a podpora přeshraniční spolupráce občanů a institucí

Území dopadu ukazuje mapka níže.



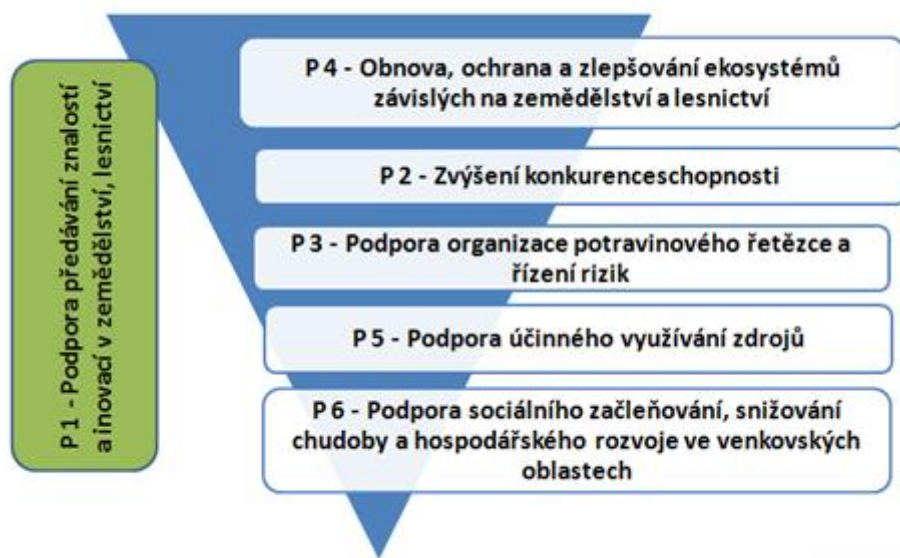
35.7 Program rozvoje venkova (PRV)

Hlavním cílem programu je obnova, zachování a zlepšení ekosystémů závislých na zemědělství prostřednictvím zejména agroenvironmentálních opatření, dále investice pro konkurenceschopnost a inovace zemědělských podniků, podpora vstupu mladých lidí do zemědělství nebo krajinná infrastruktura.

Zdroj financování: EZFRV (Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova)

Tento program je vhodný pro městský statek.

V průběhu realizace PRV 2014-2020 budou naplňovány následující priority EU (graficky řazeno dle významu pro PRV):



35.8 Další programy

35.8.1 Program nadnárodní spolupráce DANUBE

Program Interreg DANUBE zahrnuje Rakousko, Bosnu a Hercegovinu, Bulharsko, Chorvatsko, Českou republiku, Německo (Bavorsko, Bádensko-Württembersko), Maďarsko, Moldavsko, Černou Horu, Rumunsko, Srbsko, Slovensko, Slovinsko, Ukrajina.

Do projektů se mohou zapojit subjekty z veřejného i soukromého sektoru. Program je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF). Projektové aktivity budou pro projektové partnery z České republiky spolufinancovány z ERDF do výše 85% způsobilých výdajů.

Prioritní osa 1

Inovativně a sociálně zodpovědný Dunajský region

- 1.1. Zlepšování rámcových podmínek a vyvážený přístup ke znalostem
- 1.2. Zvyšování kvalifikace a pro podnikání a sociální inovace

Prioritní osa 2

Environmentálně a kulturně zodpovědný Dunajský region

- 2.1. Posílení nadnárodního vodního managementu a prevence povodňových rizik
- 2.2. Udržitelné využívání přírodního a kulturního dědictví a přírodních zdrojů
- 2.3. Obnovování a hospodaření s ekologickými koridory
- 2.4. Zlepšení připravenosti k řízení rizik a katastrof

Prioritní osa 3

Lépe propojený Dunajský region

- 3.1. Rozvoj bezpečných dopravních systémů šetrných k ŽP a vyvážená dostupnost městských a venkovských oblastí
- 3.2. Zlepšování energetické bezpečnosti a energetické účinnosti

Prioritní osa 4

Dobře řízený Dunajský region

- 4.1. Zvyšování institucionální kapacity k řešení zásadních společenských výzev
- 4.2. Řízení podunajské makrostrategie (EUSDR)

35.8.2 Program nadnárodní spolupráce Interreg Central Europe

Program spolupráce CENTRAL EUROPE 2020 navazuje na operační program nadnárodní spolupráce Střední Evropa tj. Central Europe realizovaný v minulém programovém období 2007-2013. Zasahuje na území 9 států: Rakousko (celá země), Česká republika (celá země), Německo (regiony Bádensko-Württembersko, Bavorsko, Berlín, Braniborsko, Meklenbursko-Přední Pomořansko, Sasko, Sasko-Anhaltsko), Maďarsko (celá země), Itálie (Emilia-Romagna, Furlandsko-Julské Benátsko, Ligurie, Lombardie, Piemont, autonomní provincie Bolzano, autonomní provincie Trento, Valle d'Aosta a Benátsko), Polsko (celá země), Slovenská republika (celá země), Slovinsko (celá země) a Chorvatsko (celá země).

Strategie programu se zaměřuje na výzvy, potřeby a potenciál na nadnárodní úrovni, tj. cílem je řešení společných problémů nadnárodního významu. Do projektů se mohou zapojit subjekty z veřejného i soukromého sektoru. Projekty mají být pro projektové partnery z České republiky nadále spolufinancovány z ERDF (EFRR) do výše 85% způsobilých výdajů.

Prioritní osa 1

Spolupráce v oblasti inovací s cílem zvýšit konkurenceschopnost Střední Evropy

- 1.1 Zlepšit udržitelné vazby mezi aktéry systémů inovací pro posílení regionální inovační kapacity ve střední Evropě
- 1.2 Zlepšit znalosti a podnikatelské dovednosti s cílem podpořit hospodářské a sociální inovace ve středoevropských regionech

Prioritní osa 2

Spolupráce v oblasti nízkouhlíkových strategií ve Střední Evropě

- 2.1 Vytvářet a realizovat řešení zaměřená na zvýšení energetické účinnosti a využívání energie z obnovitelných zdrojů ve veřejné infrastruktuře
- 2.2 Zlepšit územně založené strategie nízkouhlíkového energetického plánování a politiky přispívající ke zmírňování klimatických změn

2.3 Zvýšit kapacity pro plánování mobility ve funkčních městských oblastech s cílem snížit emise CO₂

Prioritní osa 3

Spolupráce v oblasti přírodních a kulturních zdrojů pro udržitelný růst ve Střední Evropě

3.1 Rozvíjet kapacity pro integrované řízení ochrany životního prostředí s cílem zajistit ochranu a udržitelné využívání přírodního dědictví a zdrojů

3.2 Rozvíjet kapacity pro udržitelné využívání kulturního dědictví a zdrojů

3.3 Zlepšit řízení životního prostředí funkčních městských oblastí s cílem vytvořit z nich místa, kde se bude lépe žít

Prioritní osa 4

Spolupráce v oblasti dopravy s cílem zajistit lepší spojení ve Střední Evropě

4.1 Zlepšit plánování a koordinaci systémů regionální osobní dopravy s cílem zajistit lepší napojení na vnitrostátní a evropské dopravní sítě

4.2 Zlepšit koordinaci mezi subjekty působícími v oblasti nákladní dopravy s cílem zvýšit využití ekologických multimodálních dopravních řešení

35.8.3 Komunitární program LIFE

Pro období 2014-2020 bylo rozhodnuto o integrovaném přístupu k financování životního prostředí. Jeho součástí se stal i finanční nástroj úzce zaměřený na životní prostředí – program LIFE.

Program LIFE je realizován v rámci dvou na sebe navazujících víceletých pracovních období. Skládá se z Podprogramu pro životní prostředí a Podprogramu pro oblast klimatu. Každý Podprogram se dále člení na tři prioritní oblasti (pilíře). Maximální podpora je 60 %.

Více informací je na http://www.mzp.cz/cz/komunitarni_program_life

35.8.4 Finanční mechanismy EHP a Norska

Pro Českou republiku je stanoveno 15 programových oblastí, z nichž je relevantní:

CZ06 Kulturní bohatství a současné umění

CZ 07 Program pro spolupráci škol a stipendia

CZ 10 Budování kapacit a spolupráce institucí s norskými veřejnými institucemi, místními a regionálními úřady.

35.8.5 Grantové programy NADACE VIA

<http://www.nadacevia.cz/cz/nadace-via>

Nadace VIA podporuje komunitní život, děti a mladé lidi, záchranu drobných památek místního významu, přičemž vždy důraz je kladen na zapojení komunity. Žadatelem může být obec, NNO, církev, spolek apod. dle specifik jednotlivých výzev. Jedná se spíše o menší příspěvky.

36. Závěrečná doporučení

Marketingový plán přináší řadu nových aktivit, nových podnětů do práce vedení Města, pracovníků úřadu, městských organizací. Snaží propojit marketingovou činnost s českou centrálou cestovního ruchu, s prací Krajského úřadu v Plzni.

Marketingový plán je realizačním výstupem Strategie udržitelného rozvoje, která znamenala obrat v řízení Města.

Marketingový plán doporučuje změnit vztah zástupců Města k marketingové práci. Nabádá k prezentaci celé destinace jako celku – města s osadami, rozsáhlý lesní majetek a rozsáhlý soubor zemědělských pozemků.

Definuje destinaci Kašperské Hory jako vzácný souhrn vztahů mezi krajinou, kulturou a historií. Jako území s dynamickou proměnou krajiny, která vedla k založení Národního parku, jako citlivé území nevhodné pro masovou turistiku či hrubé zacházení s jejími přírodními hodnotami.

Mezi podpůrné aktivity nutné pro kvalitní naplnění marketingového plánu, který je nutné každý rok aktualizovat, doporučuje:

- definovat a registrovat a zahájit činnost Destinace Kašperské Hory
- definovat a založit destinační agenturu, pokud nevznikne jiná dohoda k zajištění destinačního managementu
- významně rozvinout péči o majetek Města (rekonstrukce Bílé růže, Sokolovny a zázemí NS Povydrří)
- naplánovat a udržet stabilní organizaci kulturně společenských akcí (slavnosti Města, filmový festival, hudební přehlídky)
- připravit a realizovat Výstavu 100 let vývoje naší krajiny
- významně zkvalitnit prezentaci Města a jeho organizací ve vztahu k rozvoji aktivit v oblasti CR
- Pravidelně sledovat dopady svých aktivit jak základní charakteristiku destinace, tak na příjmovou stránku městského rozpočtu.

37 Přílohy:

1. Koncepce E – bikové turistiky

1. NÁVRH KONCEPTU SLUŽBY BATTERYBIKE

BatteryBike bude služba poskytovaná pro zvýšení cestovního ruchu v zájmové oblasti.

Záměrem je na Šumavě

- uvést pro užívání postupně (dle skutečného zájmu a provozních nákladů) kola s elektrickým hnacím mechanismem
- vybudovat páteřní síť 10t– 20 půjčoven s kapacitou 20 - 30 kol (z toho jednu v areálu s větší kapacitou 40 kol)
- vybudovat technologické zázemí
- popř i vyvinout cykloturistický portál s rezervačním systémem a mobilní aplikaci

1.1. TERÉNNÍ PRŮZKUM

Síť cyklotras na pojených na areál je základním analytickým podkladem pro projektovou přípravu celého systému. Stávající vektorové podklady budou zmapovány terénním průzkumem a na jeho základě budou vyhodnoceny následující parametry a opatření:

- výškové vedení trasy z reálného profilu cyklotras
- kvalita povrchu komunikací a cyklostezek
- náročnost terénu diferencovaná podle použitého typu dopravního prostředku
- nároky na spotřebu energie z baterií
- kvalita dopravního značení
- kvalita zázemí pro turisty, odpočívky, sociální zázemí
- informační tabule
- napojení na autobusovou a vlakovou dopravu
- napojení na systém parkování (P+R)

Na základě terénního průzkumu, fotodokumentace a geografické analýzy dat o zájmovém území bude proveden návrh

- nových cyklotras
- vybavenosti cyklotras (odpočívky, mobiliář)
- doplnění dopravního značení
- umístění půjčoven
- umístění míst pro výměnu baterií
- umístění dobíjecích stojanů
- rozšíření parkovacích kapacit
- doplnění dohledových kamer

1.2. ZAJIŠTĚNÍ SLUŽEB

Zajištění služeb pro cykloturistiku a přepravu místních obyvatel může být spojeno se službami zajišťovanými pro provoz e-mobilních užitkových vozidel (mikrobusů – dodávek). Spojení těchto

2. Plán akcí MěKIS a Správy hradu 2017

leden

Celoročně otevřeno

Kašperskohorský skříňový betlém

Každý rok do betléma přibudou nové postavičky, v prosinci 2016 nám některé postavičky ožily a rozsvítilo se v některých domech, přijďte se sami přesvědčit. Postavičky vám „rozhýbeme“ na přání. Betlém je přístupný v otevírací době infocentra.

Výstavní síň KH

1. 12. - 24. 2.

Výstava Vánoce

Výstava obrázků betlémů, andělů, dětských obrázků spojená s prodejem betlémů a knížek pro děti. Více informací o autorce obrázků a její tvorbě naleznete na stránkách www.obrazkyleci.cz

Výstavní síň KH

Prosinec - únor

Výstava Karel IV. a zlaté horní Pootaví

Výstava prezentuje množství nových archeologických nálezů, památky středověkého kamenictví, sochy, obrazy i grafiku, modely, ovšem také některé nedostupné historické předměty, které zprostředkovává alespoň pomocí kvalitních reprodukcí, či kopií – odlitků.

Galerie Muzea Šumavy KH

13. 1. | 17.00

Gulliverovy cesty – Země Liliputů

Pohádka na motivy literární předlohy Jonathana Swifta. Děti se jistě budou skvěle bavit a dospělý divák po chvíli smíchu začne určitě přemýšlet o svém chování a o lidstvu obecně. Lemuel Gulliver se vydává na svou první cestu jako lodní ranhojič. Neměl však štěstí, jeho loď ztroskotala a on se ocitl v říši Liliputů. Jeho postava nebudila u Liliputů důvěru a přesto že se malí tvorečkové děsili z jeho velikosti, spoutali jej a zajali. Po audienci u císaře mu byla udělena milost za příslib, že jím pomůže porazit nepřitele z ostrova Bletfusko. Získal nejen nové přátele, ale i náklonnost princezny a falešnou přízeň královny, která mu nadbíhala. Gulliverovy služby císaři se naplnily, když Bletfsové založili v Liliputu požár. Gulliver jednoduchým způsobem oheň zlikvidoval a vydal se do boje proti Bletfusům. Svůj slib tak dodržel, avšak císař nechtěl porazit jen vojsko, ale vyžadoval po Gulliverovi, aby zničil celý ostrov, všechny Bletfuse, muže, ženy i děti. Po odmítnutí tohoto rozkazu, kdy mu císař vyhrožoval smrtí, se za pomoci svých přátel a princezny dostal k dostatečně velké lodi a odplul. Vstupné 50 Kč

Kino KH

20. 1. | 20.00

Božská Florence

Meryl Streep v roli závratně bohaté ženy, jejímž jediným snem je zpívat. Bohužel její hudební nadání a hlas jsou jednoznačně příšerné. Když se v roce 1944 rozhodne uspořádat svůj velkolepý koncert v Carnegie Hall, její přítel a manažer Hugh Grant, který ji láskyplně chránil před krutou pravdou o jejím talentu, nyní čelí obtížné výzvě...(Bioscop). Životopisný / Komedie / Hudební, délka 110 min, vstupné 80 Kč

Kino KH

3. Analýza služeb cestovního ruchu

Základní dopravní obslužnost Železnorudska a Kašperskohorska:

Silniční síť

Silnice I/27 – Železná Ruda, státní hranice – Klatovy – Plzeň – Kralovice – Most

Silnice I/27, součást evropské sítě E53 Plzeň – München, zajišťuje mezikrajské přepravní vztahy ve spojení Dubí (I/8 – Most – Plzeň – Klatovy – Železná Ruda – hranice ČR/SRN, dále Deggendorf – München). V úseku Plzeň – Klatovy je součástí rozvojové osy nadmístního významu OR 3 Rozvojová osa Plzeň – Klatovy s preferencí širších dopravních funkcí. V úseku Klatovy – Železná Ruda – hranice ČR/SRN, kromě spojení k vyšším centrům osídlení a převedení přeshraniční dálkové dopravy (pro nákladní dopravu s omezenou tonáží), zajišťuje zpřístupnění sportovně rekreačního prostoru Železnorudska a západní části Šumavy. V úseku Plzeň – Klatovy je sledována postupná přestavba silnice na rychlostní dvoupruh (kat. S11,5), v úseku Klatovy – Železná Ruda – hranice ČR/SRN pak umírněnější přestavba v kategorii S9,5 s jihovýchodním obchvatem Železné Rudy, s úpravou křižovatky se silnicí II/190 a výhledově s obchvatem Čachrova, Jesení.

Železná Ruda, jihovýchodní obchvat s tunelem (veřejně prospěšná stavba ze schváleného ÚP VÚC) – V rámci ÚP Železné Rudy a územně plánovacího podkladu „Koncepce rozvoje Železnorudska, aktualizace“ (AVE architekt, a.s. Plzeň, 2010) je předložen variantní návrh možného obchvatu Železné Rudy. Přeložka silnice I/27 je vedena severozápadním směrem v poloze mezi Železnou Rudou a Špičákem tak, aby mohl být zpřístupněn rekreačně sportovní areál Špičák a navazující rozvojové prostory Hojsovy Stráže s vyloučením průjezdu centrem Železné Rudy a to jak ze směru od Klatov, tak ze směru od Bayerisch Eisenstein.

Dále je v ZUR navržena přestavba křižovatky s II/190 Gerlova Hut', která byla letos realizována.

Silnice II/190 v úseku (Nýrsko –) Hojsova Stráž – Špičácké sedlo

Silnice II. třídy v úseku Nýrsko – Hojsova Stráž – Železná Ruda (I/27) umožňuje zpřístupnění širšího prostoru Železnorudska ve směru od Domažlic a Nýrska s napojením na silnici I/27 v Železné Rudě.

Vedle silnice I/27 je a výhledově zůstane druhou přístupovou a obslužnou komunikací rozvojového prostoru Železná Ruda – Hojsova Stráž. Ve vydaných ZÚR Plzeňského kraje je stabilizován koridor přestavby kolizního průjezdu obcí Milence – Milence, přeložka

V souvislosti s plánovaným rozvojem turistiky a cestovního ruchu v prostoru Železná Ruda – Hojsova Stráž lze očekávat vyšší dopravní zatížení na této přístupové komunikaci včetně zvýšených nároků na

krátkodobé stání a parkování vozidel, na umístění zastávek autobusů, skibusů, na napojení navazujících pěších a lyžařských cest, na bezpečné napojení příjezdových komunikací k novým centrům letní a zimní turistiky a sportu apod..

Železniční síť

Na železničních tratích mimo hlavní koridory byly navrženy tyto úpravy:

trať č. 183 Klatovy – Železná Ruda (– Bayerisch Eisenstein) bude ve výhledu elektrizována.

Železniční trať č. 183 má v souvislosti s rozvojem rekreace a cestovního ruchu v prostoru Železnorudska veškeré předpoklady převzít hlavní přepravní objemy rekreační dopravy a ekologicky šetrné veřejné obsluhy území s přesahem do navazujícího rekreačního prostoru Bayerisch Eisenstein a přílehlého Národního parku Bavorský les. To potvrzují i výsledky zpracované dokumentace „Koncepce rozvoje Železnorudska, aktualizace“ z května 2010.

4. Certifikace destinačního managementu – podklad pro MMR (od KPMG)



5. Zápisy pracovních skupin

Zápis č. 1/KA4

z jednání pracovní skupiny k řízení projektu:

KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory

ze dne 12.dubna 2017, v Kašperských Horách

Přítomní: Petr Málek – starosta, Ing. Jana Sázavská, Ing. Jana Slonková, Ing František Krejčí

Omluveni: -

Hosté: -

I. Úvodní informace

1. Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu:
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

2. Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.

Zápis č. 2/KA4

z jednání pracovní skupiny k řízení projektu:

KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory

ze dne 26.5. 2017, v Kašperských Horách

Přítomni: Petr Málek – starosta, František Krejčí

Omluveni: Jana Slonková, Jana Sázavská

Hosté: -

I. Úvodní informace

1. Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu:
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

2. Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.

Zápis č. 3/KA4

z jednání pracovní skupiny k řízení projektu:

KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory

ze dne 10.7. 2017, v Kašperských Horách

Přítomni: Petr Málek – starosta, František Krejčí, Jitka Skořepová

Omluveni: Jana Slonková, Jana Sázavská, Simona Fink

Hosté: -

I. Úvodní informace

1. Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu:
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

2. Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.

Zápis č. 4/KA4

z jednání pracovní skupiny k řízení projektu:

KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory

ze dne 21.8. 2017, v Kašperských Horách

Přítomni: Petr Málek – starosta, František Krejčí, Jitka Škořepová

Omluveni: Jana Slonková, Jana Sázavská, Simona Fink

Hosté: Zdeněk Svoboda (kastelán hradu Kašperk) – účast při dílčích poradách

I. Úvodní informace

1. Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu:
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

2. Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.

Zápis č. 5A/KA4

z jednání z místními podnikateli v CR k řízení projektu:

KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory

ze dne 14.9. 2017, v Kašperských Horách

Přítomni: Petr Málek – starosta, František Krejčí,

Omluveni: Jitka Skořepová, Klára Nosková

Hosté: Jaroslav Fišer – ředitel Parkhotelu Kašperské Hory

I. Úvodní informace

1. Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu:
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

2. Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.

Zápis č. 5B/KA4

z jednání z místními podnikateli v CR k řízení projektu:

KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory

ze dne 14.9. 2017, v Kašperských Horách

Přítomni: Petr Málek – starosta, František Krejčí,

Omluveni: Jitka Skořepová, Klára Nosková

Hosté: Jan Šmatera – ředitel/prokurista hotelu Kašperk

I. Úvodní informace

1. Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu:
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

2. Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.

Zápis č. 5C/KA4

z jednání s místními podnikateli v CR k řízení projektu:

KA 4 Marketingový plán destinace Kašperské Hory

ze dne 3.11. 2017, v Kašperských Horách

Přítomni: Petr Málek – starosta, Jitka Skořepová, František Krejčí,

Omluveni: Klára Nosková

Hosté: Jana Kortusová – ved./majitelka Penzionu a restaurace **Na Solné stezce** (Kašperské Hory)

I. Úvodní informace

1. Projekt je financován v rámci OPZ:

- Číslo výzvy: 03_15_033
- Název výzvy: Výzva pro územní samosprávné celky (obce, kraje a sdružení a asociace ÚSC)
- Reg. číslo projektu:
- Název projektu: Zlepšení strategického rozhodování ve městě Kašperské Hory

2. Klíčová aktivita č. 4: Marketingový plán destinace Kašperské Hory

- Popis KA: KA 4 vychází z potřeb identifikovaných SUR města K. Hory. Vedení města potřebuje zpracovat marketingový plán území jako podklad pro rozvoj a zlepšení volnočasových aktivit pro místní obyvatele i pro návštěvníky. V SUR KH je turistický ruch a s ním spojené služby identifikován jako klíčový moment zlepšení situace na trhu práce. Město je vlastníkem hradu Kašperk a organizátorem mnoha akcí pro místní i návštěvníky.
- KA4 je realizována v roce 2017 formou služby a je určen pro obě cílové skupiny, zejména pro vedení města, finální produkt bude představen formou prezentace pro cílovou skupinu.



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Registrační číslo projektu: CZ.03.4.74/0.0/0.0/16_033/0002984