

STRATEGIE ROZVOJE  
CESTOVNÍHO RUCHU  
města



Kašperské Hory



# Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory FINÁLNÍ ZPRACOVÁNÍ



Ing. Jitka Zikmundová, MBA  
Ing. Jitka Boháčová

28. 11. 2012

# Dílčí části

- **Analytická část** (situační analýza současného stavu)
- **SWOT analýza**
- **Návrhová část** (doporučení opatření)
- **Priority / akční plán** (stanovení priorit a konkrétních aktivit v pořadí podle důležitosti)
- **Resumé** (kompendium hlavních zjištění a závěrů)
- **Přílohy**

# Oblasti zájmu

- **Nabídka cestovního ruchu** (turistické atraktivity, turistická infrastruktura)
- **Organizace cestovního ruchu**
- **Marketing** (včetně turistických produktů, pobytových balíčků)
- **Lidské zdroje a demografie**
- **Ekonomický efekt cestovního ruchu a jeho sledování** (indikátory cestovního ruchu, statistika)
- **Podnikatelské prostředí**
- **Analýza návštěvníků**
- **Rozvoj města a investice**

# Proč by měl být cestovní ruch rozvíjen?

- Potenciál vytvořit pracovní příležitosti přímo i nepřímo. Potenciál nabídnout mladší generaci kromě bydlení i kvalifikovanou a dobře ohodnocenou práci.
  - Nabídka pracovních pozic všech kvalifikací.
  - Pomáhá udržet a inovovat infrastrukturu a občanskou vybavenost města pro místní.
  - Přispívá k péči o památky, o veřejná prostranství a o kulturní a přírodní dědictví města.
- ⇒ **Může pomoci udržet ve městě mladé lidi a zmírnit vylidňování.**
- Město Kašperské Hory je **destinace, která prošla procesem růstu a ve fázi spějící ke zralosti hledá svoji novou pozici na trhu a další impulsy k růstu.**
  - Město Kašperské Hory **má jako destinace dobrou pověst**, výzkum image Kašperských Hor sice nebyl dosud proveden, z dat „Výzkumu zaměřeného na domácí cestovní ruch“ agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism však **vyplývá, že Kašperské Hory jsou hodnoceny veskrze kladně. Většina návštěvníků přijíždí opakovaně, plánuje se vrátit a doporučit pobyt známým. Mezi ostatními šumavskými destinacemi jsou Kašperské Hory nejlépe hodnocené.**

# Cíle

- V Kašperských Horách pracuje profesionální destinační management.
- Město Kašperské Hory je excelentní destinací na Šumavě s image TOP destinace Šumavy.
- Město Kašperské Hory je vyhledávanou destinací celoročně.
- Cestovní ruch přináší městu ekonomický prospěch a vytváří pracovní příležitosti.

# Strategie

- Vznik nových metod a aktivit = posílení silných stránek, lepší využití stávajících kapacit.
- Zmírnění či odstranění slabých stránek pro nové příležitosti = podmínky pro nové kapacity.
- Spojení sil a kreativita na bázi partnerství.

# Prioritní cílové skupiny

- domácí návštěvníci, Češi
  - rodiny s dětmi
  - aktivní páry 50+
  - školní výlety
  - zájmové skupiny, spolky
- + následně příhraniční klientela



# Nabídka cestovního ruchu

## Co a komu mohou Kašperské Hory nabídnout?

Hrad Kašperk, program Centra volného času, výstavní expozice a vzdělávací aktivity IS a SEV CHKO a NP Šumava, 3 muzeální expozice, historie zlatokopectví, existence seismické stanice – **to jsou tzv. USPs (Unique Selling Propositions) nebo také „zlatá vejce“ destinace Kašperské Hory, jež odlišují město od ostatních šumavských měst a středisek.** S další turistickou nabídkou a turistickými službami jsou položeny **základní předpoklady pro město Kašperské Hory jako turistické destinace.**

- **Zásadní doporučení strategie - atraktivita:**
  - **Profilovat hrad Kašperk a město jako jednu destinaci.**
  - Propojit existující nabídky, zpřístupnit atraktivitu celoročně a motivovat potenciální návštěvníky k pobytu celoročně = **tvorba integrovaných produktů** (integrovaná vstupenka „kulturní karta Kašperských Hor“) a **tvorba produktových (pobytových) balíčků** – kombinace kulturní, sportovní a relaxační nabídky.
  - **Obnova poutního života.**
  - **Organizace** tradiční, pravidelné „**městské slavnosti**“ na originální lokální téma.
  - **Vymezení rozvojových lokalit pro sportovní a rekreační využití v územním plánu.**
  - Stěžejními projekty pro rozvoj cestovního ruchu jsou **investice do přírodního koupaliště, letní využití lyžařského areálu a provedení studie podmínek pro vznik golfového hřiště.**
  - Podpora zimní turistické sezóny **konáním pravidelné zimní sportovní akce.**

# Nabídka cestovního ruchu

## Co a komu mohou Kašperské Hory nabídnout?

- **Zásadní doporučení strategie – infrastruktura:**
  - **Chápat a realizovat parkovací systém jako komplexní systém dopravy v klidu na území města s projektovým řízením včetně finančního modelu nákladů a výnosů.** Parkoviště pro hrad Kašperk zapojit do komplexní turistické nabídky destinace Kašperské Hory.
  - Kombinace parkování pod hradem s parkováním ve městě (parkovací karta) je motivačním marketingovým nástrojem pro návštěvu města. Součástí projektu musí být **funkční navigační systém, informace a nabídka na webových stránkách.**

# Organizace cestovního ruchu

## Kdo bude cestovní ruch řídit a s jakými partnery?

Vznik profesionálního managementu cestovního ruchu je základním kamenem pro rozvoj cestovního ruchu v Kašperských Horách. Bez jasné organizační struktury, kompetencí, zodpovědnosti a stabilního financování organizace cestovního ruchu, která bude lídrem a koordinátorem všech aktivit, není možné realizovat navržená opatření a naplnit strategii rozvoje cestovního ruchu. Principem je marketingové řízení destinace a spolupráce s partnery v destinaci (podnikatelská veřejnost a instituce).

- **Zásadní doporučení strategie:**

- **Sloučit dvě samostatně působící organizační složky města** (hrad Kašperk a Městské kulturní a informační středisko) do jedné s posláním, mandátem a rolí destinačního managementu s možností obchodní činnosti.
- **Stanovit odpovědného radního za oblast cestovního ruchu** a tím vyjádřit „politickou záštitu“ této oblasti rozvoje města.
- **Zřídit „poradní grémium cestovního ruchu“** ze zástupců klíčových partnerů v destinaci jako poradní a iniciační orgán samosprávy města a partner destinačního managementu.
- **Společně vytvořit marketingový plán** destinace Kašperské Hory.
- V rozpočtu města identifikovat a vytvořit strukturu položek příjmů z cestovního ruchu a výdajů souvisejících s cestovním ruchem – **nastavení stabilního zázemí a financování pro práci destinačního managementu.**

# Marketing

## Jak by se měla destinace prezentovat na trhu CR?

Kašperské Hory si jako malé město nebudou pravděpodobně moci dovolit realizovat nákladné marketingové kampaně, proto musí **spojit a přeskupit síly, využít současného potenciálu a kreativity lidí**, kteří v cestovním ruchu již působí, a všech dalších, kteří ve městě mají aktivity a mohou přispět k novým, inovativním a odvážným projektům.

- **Zásadní doporučení strategie:**

- **Nejlepším marketingem je spokojený návštěvník, nejefektivnějším marketingovým nástrojem je pak ústní reklama.**
- **Integrovaná marketingová komunikace ve třech základních rovinách:**
  - identifikace se Šumavou = Kašperské Hory jako součást Šumavy;
  - pozice v rámci Šumavy jako excelentní destinace a šarmantní město na Šumavě;
  - proč a pro koho jsou Kašperské Hory excelentní destinací a šarmantním městem.
- **Komunikace pro cílové skupiny:** B2B, B2C a ve formě sociálních sítí nebo mobilních aplikací rovněž C2C (město již cca 2 roky na facebooku).
- **Internet jako klíčový komunikační nástroj a distribuční kanál turistických produktů. Je nutná investice do nové webové prezentace.** Efektivním marketingovým nástrojem je e-marketing, on-line systémy a mobilní aplikace.
- Vznik **corporate design** destinace.
- „**Vztahový marketing**“ – založen na dobrých a dlouhodobých vztazích s partnery a institucemi v destinaci i mimo ni.
- **Tvorba tematických produktových (pobytových) balíčků.**

# Ekonomický efekt a jeho sledování, rozvoj města a investice

**KOLIK příjmů a dalších ekonomických efektů může město cestovním ruchem získat a jak ekonomický efekt sledovat?**

V Kašperských Horách chybí systém sledování kvantitativních údajů výkonu cestovního ruchu. Zdroji údajů pro strategii byly rozpočet města a závěrečný účet města. V současné době představují pro rozpočet města příjmy plynoucí přímo z cestovního ruchu cca 1 % všech příjmů.

## Přehled příjmů rozpočtu města Kašperské Hory 2011 plynoucích přímo z CR

Položka	Suma 2011
Poplatek z ubytovací kapacity a poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt	395 000,- Kč
Poplatek za užívání veřejného prostranství – hostinské zahrádky	23 160,- Kč
Poplatek za užívání veřejného prostranství – vyhrazení trvalého parkovacího místa	63 000,- Kč
Poplatek za stání motorových vozidel na vymezených parkovacích plochách – parkoviště Náměstí a parkoviště pro hrad Kašperk	574 000,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>1 055 160,- Kč</b>

Zdroj: Městský úřad Kašperské Hory, Finanční odbor, duben – květen 2012, závěrečný účet města Kašperské Hory 2011

Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory – FINÁLNÍ ZPRACOVÁNÍ  
Ing. Jitka Zikmundová, MBA, Ing. Jitka Boháčová, 28. 11. 2012

# Ekonomický efekt a jeho sledování, rozvoj města a investice

**KOLIK příjmů a dalších ekonomických efektů může město cestovním ruchem získat a jak ekonomický efekt sledovat?**

- **Zásadní doporučení strategie:**
  - Příjmy města Kašperské Hory plynoucí přímo z cestovního ruchu **je možné zvýšit souborem opatření:**
    - zvýšením vytíženosti kapacit;
    - zlepšením platební morálky a disciplíny plátců;
    - aktualizací sazeb na zákonné maximum;
    - zavedením přesné analytické evidence plateb a poplatníků;
    - zavedením systému kontinuálního sledování statistických údajů výkonu cestovního ruchu.
  - Zavést systém alespoň částečné „reinvestice“ příjmů zpět do cestovního ruchu, čímž se rozumí i stabilní financování destinačního managementu. **Přesná evidence a systém „reinvestice“ přispějí k respektování a důvěryhodnosti cestovního ruchu jako ekonomického odvětví města.**

# Ekonomický efekt a jeho sledování, rozvoj města a investice

**KOLIK příjmů a dalších ekonomických efektů může město cestovním ruchem získat a jak ekonomický efekt sledovat?**

- **Zásadní doporučení strategie:**
  - **Zavést přesnou evidence kapacit cestovního ruchu a jejich struktury, což umožní sledovat jejich vytíženost a tím získávat statistické údaje o výkonu a vývoji celé destinace. Na základě těchto údajů lze identifikovat a určit zdroje financování rozvoje cestovního ruchu.**
  - **V rozpočtu města identifikovat a vytvořit strukturu položek příjmů a výdajů souvisejících s cestovním ruchem.**
  - **Příjmy z cestovního ruchu** mohou být pro město dodatečným zajímavým zdrojem pro **financování kulturních a společenských aktivit**, které činí každé město živoucím, a tím atraktivním pro své obyvatele, potažmo pro jeho návštěvníky.

# Ekonomický efekt a jeho sledování, rozvoj města a investice

## Jaké by mělo být směřování rozvoje města a investic?

- **Zásadní doporučení strategie:**
  - **Nový územní plán by měl respektovat historický ráz města a přírodní bohatství,** neboť to jsou dva základní atributy pro dlouhodobý a udržitelný rozvoj cestovního ruchu v této lokalitě.
  - Aby **rozvojové záměry** měly smysl a pozitivní dopad pro město Kašperské Hory, **musí splňovat následující kritéria:**
    - celoroční provoz;
    - zhodnocení a nalezení nové funkce stávajících nevyužitých nemovitostí (prioritně v městské památkové zóně), zhodnocení „brownfields“ (prioritně v zastavěném území);
    - vytvoření nových pracovních míst (prioritně pro místní, pro ženy, pro 50+, pro absolventy);
    - využití místních zdrojů (dodavatelé zboží a služeb);
    - kvalitní architektura respektující ráz architektury a krajiny, sofistikované hospodaření s energiemi;
    - identifikace s charakterem a kulturními a přírodními hodnotami města;
    - dlouhodobost a udržitelnost;
    - originalita v rámci regionu, aby Kašperské Hory díky záměru získaly konkurenční výhodu.



# Ekonomický efekt a jeho sledování, rozvoj města a investice

## Jaké by mělo být směřování rozvoje města a investic?

- **Zásadní doporučení strategie:**
  - Cílem a společnou vizí všech marketingových a rozvojových aktivit a investičních záměrů musí být **kvalita, nikoli kvantita, dlouhodobost, nikoli krátkodobý prospěch, respekt a uchování jedinečných architektonických, kulturních a přírodních hodnot města Kašperské Hory a jeho okolí.**
  - **Cestovní ruch musí být chápán jako příležitost pro zachování Kašperských Hor jako šarmantního, živoucího a kompaktního šumavského horského městečka, které bude kvalitním zázemím pro turistickou veřejnost, jež míří za poznáním kulturního a přírodního bohatství Šumavy = do Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava.**

# Priority / akční plán

- 1. Vznik organizace cestovního ruchu = destinačního managementu Kašperské Hory**
- 2. Inicie a vznik poradního orgánu rozvoje cestovního ruchu Rady města Kašperské Hory „grémia cestovní ruch“**
- 3. Marketingový plán destinace Kašperské Hory**
- 4. Internet, e-marketing a mobilní marketing, klíčové aktivity integrované marketingové komunikace**
- 5. 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).**
- 6. Integrovaná vstupenka (kulturní karta Kašperských Hor) a produktové balíčky včetně parkování**
- 7. Rozvoj města a investice – územní plán definuje rozvojové plochy cestovního ruchu**

# Závaznost strategie

Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory by se měla stát **závazným rozvojovým dokumentem města**.

Měla by být jedním z východisek pro tvorbu územního plánu, rozpočet města (a/nebo rozpočtový výhled) a případný strategický plán města.

**Schválením strategie zastupitelstvem města jako závazného rozvojového dokumentu** dává samospráva partnerům ve městě, podnikatelské sféře a institucím jasný signál, že **cestovní ruch jako ekonomické odvětví je bráno vážně a má politickou podporu**. Pro externí partnery (investory, sponzory, dotační autority, správy územních celků...) je schválená strategie zárukou důvěryhodnosti a solidnosti destinace Kašperské Hory. Pro současné i potenciální obyvatele je veřejně dostupný rozvojový dokument zprávou o směřování jejich města, kde žijí nebo se chystají žít.

**Vize a cíle strategie se naplní, jen když budou sdíleny a akceptovány.**

# Poděkování

Děkujeme **paní starostce Ing. Aleně Balounové** a **Radě města Kašperské Hory** za důvěru. Kastelánovi hradu Kašperk **Mgr. Zdeňku Svobodovi**, projektové manažerce hradu Kašperk **Ing. Janě Švejdové** a vedoucí Městského kulturního a informačního střediska Kašperské Hory **Ing. Veronice Rosecké** děkujeme za spolupráci a podporu.

Za čas, cenné informace a ochotu při rozhovorech děkujeme řediteli hotelu Kašperk **Adamovi Hejtmánkovi**, obchodní ředitelce hotelu Tosch **Ing. Miroslavě Haasové**, farnímu vikáři Římskokatolické farnosti Sušice **P. Mr. Mgr. Tomasovi van ZAVREL**, pracovníci Střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava v Kašperských Horách **Ing. Miladě Janošíkové** a majitelce hotelu Aparthotel Šumava 2000 a Centra volného času Kašperské Hory **Mgr. Sabině Kmecové**.

**Děkujeme rovněž všem účastníkům workshopů za jejich aktivní účast a zájem na společné práci.**

**Děkujeme za pozornost  
a přejeme hodně štěstí !**



Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory – FINÁLNÍ ZPRACOVÁNÍ  
Ing. Jitka Zikmundová, MBA, Ing. Jitka Boháčová, 28. 11. 2012

