

MILEVSKO – SEVERNÍ BRÁNA JIŽNÍCH ČECH



Milevsko

KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

REGIONU MILEVSKO

verze – 8.2013

Milevsko 2013

1. Úvod

1.1. CHARAKTERISTIKA MĚSTA A REGIONU

Město Milevsko a jeho region se nachází v Jihočeském kraji, ve východní části bývalého okresu Písek. Město je přirozeným centrem mikroregionu, ležícího mezi Píseckem na západě, Tábořskem na východě, Sedlčanskem na severu a oblastí Bechyně a Týna nad Vltavou na jihu. Město samo leží zhruba 100 km jižně od Prahy a jeho region tak prakticky leží na pomezí mezi Středočeským a Jihočeským krajem.



Město Milevsko je správním, ekonomickým, kulturním a sociálním centrem správního obvodu obce s rozšířenou působností s cca 20 tisíci obyvateli (18788 obyvatel k 1. 1. 2011) a plní obslužně-společenskou funkci pro danou oblast.

Milevsko samo leží v nadmořské výšce přibližně 450-510 m nad mořem. Celková rozloha území města je 4 229 ha. Počet obyvatel k 1. 1. 2011 byl 8997 osob v průměrném věku 43,3 roku. Celkem se město Milevsko skládá ze 6 místních částí (Dmýštica, Klisín, Milevsko, Něžovice, Rukáveč, Velká) a rozkládá se na 6 katastrálních území.

Město i jeho okolí bylo ve starší historii venkovskou a vždy výrazně zemědělskou oblastí mimo hlavní rozvojová a kulturní centra. Podstatný zlom nastal ve vývoji města před zhruba 60 lety po vybudování podniku ZVVZ, orientovaného na vzduchotechnickou výrobu a montáže. S rozvojem podniku v 50. až 80. létech je spojen rychlý nárůst počtu obyvatel z původních přibližně 3000 až na maximum – 10 tisíc, dosažené kolem roku 1990. Od počátku let devadesátých pak dochází k postupnému poklesu počtu obyvatel i k výrazné změně věkové struktury – tedy ke stárnutí populace.

Milevský region, ač polohou vnitrozemský, se potýká s typickými problémy pohraničních regionů. Je to především nedostatek pracovních příležitostí, který nutí zejména mladé lidi oblast opouštět a odcházet za prací, nedostatečné dopravní propojení, nezaměstnanost, stárnutí a pokles počtu obyvatel (doprovázené snižováním daňových příjmů a tím i omezováním možností aktivně tyto trendy zvrátit).

1.2. CÍLOVÉ SKUPINY

Pro potřeby této koncepce je nutné provést segmentaci návštěvníků a to na základě jejich cílů, motivů a preferencí. Soustředění pozornosti na vybrané cílové skupiny umožní vytvořit takové turistické produkty, které budou návštěvníkovi „šity na míru“ a uspokojí jeho přání a potřeby. Je žádoucí se zaměřit na ty segmenty návštěvníků, které jsou pro region typické nebo potenciálně zajímavé, a tak mohou dopomoci k většímu využití potenciálu regionu Milevsko.

V této koncepci jsou návštěvníci rozděleni do následujících cílových skupin:

- Rodiny s dětmi (rodinné výlety, kulturní akce pro děti,...)
- Poutníci a návštěvníci zaměřeni na církevní turistiku (návštěva poutních míst a církevních pamětihodností, účast na poutích)
- Sportovně orientovaní návštěvníci (aktivní dovolená - zejména pěší turistika a cykloturistika)
- Návštěvníci vyhledávající venkovskou turistiku (návštěva tvrzí a obcí se zachovalými venkovskými staveními, seznámení se s místními tradicemi a folklórem)
- Návštěvníci cestující za kulturou (vyšší návštěvnost v době konání kulturních akcí, jako jsou např. Milevské maškary, Bartolomějské posvícení či Open Air Musicfest Přeštěnice)
- Zahraniční turisté (zacílení prostřednictvím nabídky vícedenních turistických balíčků za účelem prodloužení délky jejich pobytu v regionu)

1.3. POTENCIÁL REGIONU A SOUČASNÝ STAV CESTOVNÍHO RUCHU

Potenciál regionu ve směru zastavení nepříznivého vývoje lze nalézt v několika oblastech, oblast cestovního ruchu je jednou z významnějších. Rozvojem této oblasti lze dosáhnout zvýšení počtu pracovních příležitostí ve sféře s tím spojených služeb, druhotným efektem může být zvyšování prestiže místa a růst kvality života v místě rozšiřováním nabídky pro využití volného času.

Region je z pohledu cestovního ruchu objektivně zatím na okraji zájmu a v porovnání s jinými oblastmi, zejména srovnatelnými v zahraničí, značně zaostává. Uvedené srovnání vyplývá jen z porovnání prostředků a nástrojů, které regiony využívají, měřitelné srovnání efektů buď neexistuje, nebo není známo. Jisté však je, že možnosti regionu, které se v této oblasti nabízejí, jsou zatím prakticky málo nebo téměř zcela nevyužívány.

Hlavní potenciál lze hledat v těchto atraktivitách:

- Milevský premonstrátský klášter – národní kulturní památka velkého významu a možností
- Další památky v místě a v těsné blízkosti: Milevské muzeum, žulové objekty, Synagoga, Poutní místo Sepekov, ...
- Významné památky relativně blízké: Orlík, Zvíkov, Písek, Tábor, Stádlec, Bechyně, ...
- Výhodná poloha pro výjezdy do celých jižních Čech – dává velký potenciál pro delší pobyty s výjezdy
- Blízkost přehrady Orlík – zázemí pro nákupy pro rozsáhlou rekreační oblast a program pro dny s „horším“ počasím
- Město i region je umístěno v centru nové turistické oblasti Toulava
- Krajina a příroda
- Rozsáhlá sportovní zařízení

1.4. ZHODNOCENÍ STRATEGIE ROZVOJE MĚSTA V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

Regionální rozvojová agentura RERA zpracovala pro Město Milevsko v roce 2007 Strategii rozvoje Milevska. Z navržených aktivit z oblasti cestovního ruchu osmnáct bodů nebylo realizováno vůbec, přestože byly některé z nich projektově připraveny. Deset bylo realizováno částečně a pouze devět realizováno zcela. Nerealizování či částečné realizování aktivit se vázalo na finanční možnosti města, potažmo na výši rozpočtovaných finančních prostředků vynakládaných na rozvoj cestovního ruchu.

1.5. POTŘEBNOST DALŠÍ KONCEPCE

V současné době chybí regionu Milevska ucelená a aktualizovaná koncepce rozvoje cestovního ruchu. Činnost obecně prospěšné společnosti Milevský kraj, která byla dle původního záměru založena především za účelem podpory cestovního ruchu v oblasti Milevska, je z finančních i personálních důvodů značně omezena. Tento stav je dlouhodobě neudržitelný, neboť propagace a rozvoj cestovního ruchu v Milevsku v systematické podobě neexistuje. To je v současné konkurenci s jinými destinacemi velký problém. Jediným dostupným materiálem koncepčního charakteru pro oblast cestovního ruchu či turismu je právě součást strategického dokumentu města – „Strategie rozvoje města Milevska“ z roku 2007. Ten se v základních závěrech a cílech s touto koncepcí rámcově shoduje, v některých segmentech nebyl však z různých důvodů realizován, nebo byl realizován pouze částečně.

Poměrně zásadní momenty, se kterými předchozí koncepční materiály nemohly pracovat, jsou:

- Prohlášení premonstrátského kláštera za národní kulturní památku
- Existence regionu cestovního ruchu Toulava a možnost začlenění regionu Milevska do něj

1.6. REGION TURISTICKÁ OBLAST TOULAVA

Přímo v srdci Čech, na půl cesty mezi Prahou a Šumavou, se zrodila nová turistická destinace s poutavým (romantickým) názvem TOULAVA. Přírozeným centrem oblasti je známé historické město Tábor s velkou husitskou tradicí. Kraj začíná na severu Českým Meránem a Českou Sibiří přes Tábořsko až po Bechyňsko a Milevsko. Na západě končí Sedlčanskem a na východě Mladovožickem a Chýnovskem. Území pro turisty skýtá celou řadu atraktivit v oblasti lázeňství, vodní turistiky, cyklistiky, zimních sportů, od agroturistiky po městský turismus, golfová centra, rozsáhlé lesní porosty a přírodní parky.

S myšlenkou založit na území Tábořska-Sedlčanska-Milevska (nebo také na území České Sibiře, Českého Solnohradu a Českého Meránu) turistickou oblast, přišel v roce 2011 podnikatel v cestovním ruchu (spolumajitel ski areálu Monínec), který pro myšlenku získal i MAS Krajina srdce. Nápad byl tehdy vyvolán připravovaným zákonem o cestovním ruchu, který by měl na půdu ČR přenést dobře fungující praxi z Rakouska a tím pádem ukončit současnou realitu roztržitého a neefektivního financování cestovního ruchu.

Region turistické oblasti Toulava se nachází v severní části Jihočeského kraje a v jižní části kraje Středočeského, tedy na tzv. vnitřní periferii, která se pyšní malebnou krajinou nepoškozenou přítomností těžkého průmyslu. Po stránce cestovního ruchu se jedná o atraktivní kraj s dosud nevyužitým potenciálem. Podle administrativního členění ČR do turistických oblastí jižní část území patří do turistické oblasti Jižní Čechy, severní část území Toulavy zase spadá do oblasti Střední Čechy-Jihozápad. Díky administrativnímu přerozdělení "shora" tyto oblasti nefungují v součinnosti, propagace je neucelená, nekoncepční a na okrajové oblasti se jaksí nedostává. Toulava vznikla přirozenou cestou zezdola, je kompaktní a tvoří ucelený a logický celek.¹

1.7. ČLENSTVÍ MĚSTA V ORGANIZACÍCH CESTOVNÍHO RUCHU

Město Milevsko je členem těchto organizací či uskupení:

- **Milevský kraj o. p. s.:** společnost plní funkci regionálního informačního střediska, zabývá se prací s informacemi a propagací celého regionu.

¹ Zdroj: Interní materiály Toulava o. p. s.

- **Svazek obcí Milevska:** tento dobrovolný svazek obcí milevského regionu byl založen v dubnu 1997 za účelem zlepšení sociálního a ekonomického rozvoje oblasti. Za své hlavní cíle považuje vyhledat optimální řešení sociálního a ekonomického rozvoje regionu a toto řešení realizovat (včetně potřebné osvěty a finančního krytí potřebných aktivit).
- **Místní akční skupina Střední Povltaví o. s.:** jejím cílem je propagace mikroregionu a rozvoj cestovního ruchu, podpora malého a středního podnikání a zemědělství, zajišťování finančních zdrojů pro tyto aktivity.
- **Toulava o. p. s.:** členem se stalo město díky členství ve Svazku obcí Milevska. Město Milevsko se zapojilo také samostatně jako aktivní člen o. p. s.
- **Asociace turistických informačních center ČR:** město je členem zprostředkovaně díky členství o. p. s. Milevský kraj. Profesní sdružení turistických informačních center České republiky.

2. Hlavní pilíře koncepce

Tato koncepce definuje pět hlavních oblastí pro aktivity (pilíře), na kterých bude stavěn rozvoj v oblasti cestovního ruchu v horizontu let 2012 -2015. Jsou jimi:

- **Koncepční a systematická propagace regionu**
- **Budování infrastruktury pro cestovní ruch**
- **Agenturní činnost**
- **Sportovně orientovaný cestovní ruch**
- **Profilové akce**

Realizace těchto pěti hlavních aktivit by měla přispívat k tomu, aby se město Milevsko stávalo platnou součástí cílové destinace Toulava. Cílová destinace = cílová oblast v daném regionu, typická významnou nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastruktury cestovního ruchu, která poskytuje návštěvníkům možnosti pro dlouhodobější pobyt.

2.1. PROPAGACE REGIONU

2.1.1. Popis současného stavu

V současnosti propagace regionu není dostatečně systematická. Od roku 2012 probíhá částečná koordinace (pracovní skupina pro cestovní ruch) tištěných propagačních materiálů, které byly významně doplněny o hlavní potřebné tituly. Zatím chybí atraktivní webová prezentace pro turisty. Část financí města na propagaci je skryta v rozpočtu odboru regionálního rozvoje, další část v rozpočtu o.p.s. Milevský kraj. Koncepční a dílčí kroky v systému propagace jsou od roku 2012 částečně vzájemně konzultovány v rámci aktivit města, nedostatečná je zatím koordinace se svazkem obcí a ostatními subjekty.

2.1.2. Očekávaný cílový stav

- Koordinace veškerých marketingových aktivit s o. p. s. Toulava, v marketingových materiálech regionu bude město adekvátně zastoupeno.
- Kvalitní propagace v oblastech:
 - Tištěné propagační materiály.
 - Atraktivní webová prezentace pro oblast cestovního ruchu. Výrazná prezentace na vybraných turistických portálech.
 - Informační tabule, hraničníky území, billboardy, ukazatele na hlavních silničních tazích.

- Inzerce – různé formy (tištěná periodika, publikace, apod.).
- Koncentrace propagace na přesně cílená témata, například:
 - Milevsko – severní brána jižních Čech
 - Milevský klášter – významné místo našich dějin
 - Krása krajiny a přírody
 - Milevské maškary a další akce nadregionálního významu
 - Židovské památky regionu
 - Tradice žulových soch
 - Milevsko – zázemí pro Orlickou přehradu
- Aktivní účast na veletrzích a výstavách v oblasti cestovního ruchu.
- Aktivní účast v dlouhodobých projektech v oblasti cestovního ruchu (ve spolupráci s nekomerčními i komerčními subjekty).
- Koordinované aktivity v rámci propagace města, svazku obcí...
- Vybudování sítě vyslanců regionu po celém světě, Milevsko stabilně a kvalitně propagováno v partnerských regionech.
- Trvalá udržitelnost ve vybudovaných sítích prodeje turistických suvenýrů (např. turistické známky).
- Existence design manuálu turistických materiálů (všechny materiálu budou mít svůj typický vzhled, na první pohled je lze společně identifikovat...).

2.1.3. Prostředky k dosažení cílového stavu

- V 1. pol. roku 2012 proběhlo jmenování stálé pracovní skupiny (dále jen skupina) pro cestovní ruch Radou města Milevska. Skupina bude garantem za plnění stanovených cílů této koncepce. Skupina určuje náplň činnosti odpovědného výkonného subjektu (organizace, pracovník) za oblast cestovního ruchu.
- Od roku 2012 probíhá pravidelné roční zpracování plánu činnosti v oblasti cestovního ruchu a jeho předložení RMM.
- Koordinace jednotlivých kroků v oblasti propagace s různými subjekty, které v oblasti cestovního ruchu v regionu působí – skupina pro cestovní ruch, o. p. s. Toulava, Svazek obcí Milevska, klášter premonstrátů, městské muzeum, podnikatelské subjekty v oblasti cestovního ruchu...
- Propagace pomocí informačního měsíčníku Milevský zpravodaj např. rozesílání do hotelů, penzionů apod.
- Využití k propagaci a prezentaci regionu TV Toulava.
- Proběhlo obnovení praxe tiskových zpráv.

- Byla vytvořena databáze vydaných materiálů v oblasti propagace cestovního ruchu (všemi subjekty), evidence jejich umístění a množství zásob na skladě.
- Dostatečné finanční krytí pro jednotlivé aktivity. Hledání dalších zdrojů financování – např. granty, dotace, příspěvky podnikatelských subjektů, spoluúčast svazku obcí na jednotlivých projektech.

2.1.4. Potenciální partneři

- Toulava o. p. s.
- Řeholní dům premonstrátů v Milevsku
- Svazek obcí Milevska a Místní akční skupina Střední Povltaví, o. s.
- Jihočeská hospodářská komora
- Jihočeská centrála cestovního ruchu
- Jihočeský kraj

2.2. INFRASTRUKTURA PRO CESTOVNÍ RUCH, TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM

2.2.1. Popis současného stavu

Zařízení a podniky s nabídkou stravování jsou v Milevsku zastoupeny v dostatečném množství. Jako problém však lze spatřovat kvalitu poskytovaných služeb. Opakem rozvinuté nabídky stravovacích zařízení je nabídka v oblasti ubytování a hotelnictví. V Milevsku jsou sice v provozu dva hotely, ale jejich úroveň je na hraně splnění nutných současných hygienických předpisů, rozhodně však nesplňují požadavky návštěvníků ani na minimální standard, obvyklý v dnešní době. Nedostatek ubytovacích příležitostí omezuje a brzdí rozvoj turistického ruchu v Milevsku.

V Milevsku sídlí turistické informační centrum. Jeho provoz je celoroční, v průběhu letních měsíců je provozní doba i o víkendech. Množství návštěvníků a využívaných služeb se značně snížilo při stěhování turistického informačního centra na Husovo nám. v roce 2009.

Infocentrum je členem Asociace turistických informačních center a je zaregistrováno u státní agentury na podporu domácího cestovního ruchu Czech Tourism. Infocentrum je součástí členské sítě infocenter o. p. s. Toulava.

2.2.2. Očekávaný cílový stav

- Turistické informační centrum ve standardní kvalitě při porovnání s ostatními městy podobné velikosti – rozsah nabízených služeb (rozšíření otvírací doby na víkendy alespoň

v sezóně), široká nabídka materiálů, kvalifikovaný personál, maximální možná provozní doba, navazující služby.

- Postupná rekonstrukce městských hotelů (cca 100 lůžek) - možnost ubytování více osob v zařízeních alespoň vyššího standartu (např. autobus návštěvníků).
- Vznik vycházkového a odpočinkového okruhu v okolí kláštera s výtvarnými objekty ze žuly s církevní tematikou.

2.2.3. Prostředky k dosažení cílového stavu

- Turistické informační centrum – obsazení klíčových pozic odborníky z oblasti cestovního ruchu (personál se znalostí problematiky, pravidelné sledování aktualit a vzdělávání v oblasti cestovního ruchu, znalost cizích jazyků...), materiální a odborná vybavenost.
- Úzká spolupráce při realizaci aktivit s o. p. s. Toulava.
- Péče o drobnou turistickou infrastrukturu, např. úprava odpočívadel na cyklozastávkách; oprava a obnova cykloznačení apod.
- Zvýšení atraktivity, návštěvnosti a standardu turistického informačního centra přesunutím zpět do prostor na náměstí E. Beneše 1 – podmínkou předchozí rekonstrukce prostor vestibulu před vstupem do galerie a úzké provázání s provozem Galerie M. (Z toho vyplývají případné úspory provozních prostředků.)
- Hledání investora pro rekonstrukci a následný provoz hotelů v majetku města (Sporthotel a hotel Stadion) s cílem vzniku alespoň 100 lůžek v pokojích po rekonstrukci s označením alespoň ***.
- Maximální snaha o využití příspěvků (dotace, granty) do oblasti budování či rekonstrukce infrastruktury cestovního ruchu. Budování nových projektů, které rozšíří celkovou nabídku aktivit města.
- Projektová příprava křížové cesty (vycházkový a odpočinkový okruh v okolí kláštera s výtvarnými objekty ze žuly s církevní tematikou), galerie žulových objektů...

2.2.4. Potenciální partneři

- Toulava o. p. s.
- Řeholní dům premonstrátů v Milevsku
- Jihočeská centrála cestovního ruchu
- Jihočeský kraj
- Podnikatelské subjekty z oblasti cestovního ruchu – oblast stravování, ubytování, volnočasové aktivity...

2.3. AGENTURNÍ ČINNOST

2.3.1. Popis současného stavu

Tato činnost není v současnosti zcela vůbec vykonávána.

2.3.2. Očekávaný cílový stav

- Existence tematických tzv. „turistických balíčků“ nejen z Milevska ale i v oblasti působnosti o. p. s. Toulava.
- Město je plně napojeno na partnerskou síť distributorů turistických produktů a atraktivit města – výhradně prostředky o. p. s. Toulava.
- Postupně se navyšuje počet návštěvníků města.

2.3.3. Prostředky k dosažení cílového stavu

- Realizace formou úzké spolupráce s o. p. s. Toulava a její agenturou, která bude mít za cíl aktivní prezentaci turistických atraktivit regionu.
- Postupné budování tzv. turistických balíčků² - nabídka konkrétních aktivit na dané téma – např. produkt historie (prohlídka klášter, muzeum, město...), produkt Milevské maškary (aktivní účast na akci, doprovodný program)... Postupné budování balíčků – z počátku několikahodinový výlet s prohlídkou Milevska až po týdenní pobyt s nabídkou aktivit a zázemí v Milevsku a výjezdy do dalších turistických destinací.
- Vytvoření sítě smluvních partnerů, kteří budou nabízet námi vytvořené turistické produkty s nabídkou aktivit na území města či regionu Milevska – maximální možné využití možností o. p. s. Toulava.

2.3.4. Potenciální partneři

- Toulava o. p. s.
- Řeholní dům premonstrátů v Milevsku
- Cestovní agentury, cestovní kanceláře, partneři z komerční sféry
- Partnerská turistická informační centra v regionu
- Jihočeská centrála cestovního ruchu
- Jihočeský kraj

² Konkrétní návrh turistického balíčku: TURISTICKÝ BALÍČEK MILEVSKÉ MAŠKARY: čtvrtek odpoledne ubytování Monínec, pátek celodenní lyžování Monínec, sobota celodenní návštěvnická účast Milevské maškary (možnost i aktivní účasti v průvodu včetně zapůjčení masky), neděle oběd Milevsko, odpolední prohlídka Milevského kláštera a Milevského muzea...

2.4. SPORTOVNĚ ORIENTOVANÝ CESTOVNÍ RUCH

2.4.1. Popis současného stavu

Město Milevsko ve svém majetku disponuje velkým uceleným sportovním areálem. Sportovní zařízení na území města: letní stadion, zimní stadion, sportovní hala, tenisový areál, venkovní koupaliště, venkovní hřiště s umělou trávou. Jejich technický stav a užitná úroveň však ne vždy odpovídá současným požadavkům a může být problémem při snaze propagovat širší využití prostor pro potřeby cestovního ruchu.

Kolem Milevska jsou poměrně kvalitně a dostatečně vyznačeny cykloturistické trasy, propagované pod názvem Milevský čtyřlístek. Regionu chybí komfortní cyklostezka.

2.4.2. Očekávaný cílový stav

- Zvýšení vytíženosti sportovišť např. nabídkou uspořádání sportovních soustředění pro různé sportovní kluby apod.
- Vznik cyklostezky v délce cca 5 km.
- Rekonstruovaná sportoviště a infrastruktura pro využití sportovně orientovaného cestovního ruchu.

2.4.3. Prostředky k dosažení cílového stavu

- Rekonstrukce sportovišť a příslušenství pro potřeby realizace výše uvedených bodů.
- Zvýšení vybavenosti na alespoň nižší návštěvnický standard.
- Výstavba sportovně kulturního areálu Bažantnice.
- Hledání investora pro případnou výstavbu alespoň minimálního „wellness“ centra, například v prostorách hotelu Stadion
- Vznik nových cyklostezek v prostoru lokalit Vášův mlýn, Na vinicích, Hajda, Šibený vrch aj.
- Postupné budování cyklostezky v délce alespoň cca 5 km, další rozšiřování a vybavování cyklotras

2.4.4. Potenciální partneři

- SPOS s.r.o. Milevsko a sportovní kluby, organizace
- Dům kultury Milevsko, Milevské muzeum, Řeholní dům premonstrátů v Milevsku jako organizace zajišťující doplňkový program
- Klub českých turistů
- Další externí pořadatelé akcí

2.5. PROFILOVÉ AKCE

2.5.1. Popis současného stavu

Kultura, tradiční kulturní akce - Město je postupně stále více známo bohatstvím aktivního kulturního života i nabídky kulturních akcí. Pro milevskou kulturu je charakteristických několik tradičních kulturních akcí, které potvrdily svou životaschopnost. Všechny mají potenciál propagovat dobré jméno města a vytvářet jeho obraz navenek. Navíc mají i turistický potenciál. Z hlediska oblastí kultury jde o divadelní a hudební akce, popř. akce, které oba charaktery propojují – např. Milevské maškary, Milevské kulturní léto, Open Air Musicfest Přeštěnice – Milevsko ...

2.5.2. Očekávaný cílový stav

- Je vytvořen stabilní systém profilových akcí s trvalou podporou města:
 - o Milevské maškary
 - o Hudební akce (Open Air Musicfest Přeštěnice, Mezinárodní festival dechových hudeb, Hudební sklepy, Bienále duchovní hudby)
 - o Bartolomějské posvícení
 - o Myslivecké slavnosti
 - o Projekty s duchovní tematikou v areálu kláštera
 - o Podpora propagace pochodů (např. pochod přes dva mosty, pochod Praha – Prčice)
- Probíhá adresné zvaní návštěvníků na specifické kulturní akce, které se v regionu pořádají – např. maškary, pivní slavnosti... - rozvoj tzv. zážitkové turistiky.
- Maximální výtěžnost z pořádaných kulturních akcí pro incoming turistů do regionu.

2.5.3. Prostředky k dosažení cílového stavu

- Zajištění formy a způsobu propagace pořádaných kulturních aktivit.
- Trvalé profilování a posilování významu klíčových akcí

2.5.4. Potenciální partneři

- Maškarní sdružení, myslivecká sdružení
- Pořadatelé festivalu Přeštěnice-Milevsko
- Dům kultury Milevsko, Milevské muzeum, Řeholní dům premonstrátů v Milevsku
- Klub českých turistů Milevsko
- Další externí pořadatelé akcí

2.6. HLAVNÍ CÍL: MILEVSKO JAKO ATRAKTIVNÍ MÍSTO CESTOVNÍHO RUCHU

Milevsko a jeho region zatím zcela nevyužívá svůj potenciál v oblasti cestovního ruchu.

Toto tvrzení nelze samozřejmě empiricky potvrdit nebo lépe, potvrzení není v možnostech tohoto dokumentu a jeho autorů. Aby bylo možné ověřovat efekty navrhovaných postupů, je naprosto nezbytné vytvořit nebo převzít stabilní způsob hodnocení, nejlépe obecně uznatelný a zajistit trvalé a objektivní hodnocení.

Nabízí se vytvoření metriky založené například na sledování návštěvnosti (infocentrum, klášter, muzeum, městské akce, ...), hodnocení a kapacitách ubytovacích a stravovacích služeb, zaměstnanosti (např. počty pracovních míst v regionu, které jsou přímo či nepřímo závislé na cestovním ruchu), mediální frekvencovanosti destinace (města, kláštera, ...) v příslušných souvislostech.

Efekt zde pak samozřejmě nedává jednotlivé měření či zjišťování, ale trendy, tedy způsob jak se hodnoty celkové a hodnoty v jednotlivých segmentech mění a vyvíjejí v delším časovém horizontu.

Dílčí cíle definované v pěti hlavních pilířích koncepce jsou cíle podpůrné, mají zajistit dosažení hlavních cílů koncepce. Takto je definován cílový stav:

- **Město je považováno nejen odbornou ale zejména širokou veřejností za atraktivní místo pro návštěvu, je v tomto smyslu v maximální možné míře známo v tuzemsku i v cizině, trvale je kvalitně propagováno všemi efektivními způsoby**
- **Cestovní ruch je na kvalitativně vyšší úrovni a snese kvalitou a rozsahem srovnání s dalšími podobnými destinacemi, cestovní ruch se prokazatelně podílí na zajištění zaměstnanosti v městě a regionu.**
- **Rozvoj a udržení cestovního ruchu je trvale a systematicky podporováno samosprávami v regionu, na dosažené úrovni cestovního ruchu jsou zainteresovány všechny rozhodující subjekty v regionu včetně podnikatelské sféry, podpora cestovního ruchu je pevně a efektivně organizována a plně využívá všech výhod plynoucích se zapojení do existujících struktur**

3. Finanční a personální zajištění

3.1. FINANČNÍ NÁROKY PROVOZNÍ

Pokud chce město Milevsko naplňovat realizaci vytyčených aktivit pro rozvoj oblasti cestovního ruchu, je nutné si uvědomit skutečnost, že finance směřující do této oblasti jsou nedostačující a že dobrých výsledků nelze dlouhodobě dosahovat bez vynaložení prostředků. Navýšení finančního objemu pro tuto oblast je nutné zajistit zhruba na dvojnásobek současného stavu, to pak umožní se dostat do stavu blízkému původnímu fungování Milevského kraje o.p.s.

Příloha č. 1 materiálu uvádí výši nákladů na realizaci této koncepce v budoucích letech.

3.2. FINANČNÍ NÁROKY INVESTIČNÍ

Kvalifikovaný odhad výše investic lze stanovit až po bližším zhodnocení současného technického stavu a přesném definování jednotlivých záměrů. Investice je nutné směřovat především do těchto oblastí (bez ohledu na to, kdo bude investorem):

- Vybavení turistického informačního centra.
- Infrastruktura cestovního ruchu – zejména hotelové ubytování na vyšší úrovni.
- Vybavení sportovišť a vybavení pro relaxaci.
- Pokračování revitalizace kláštera, vybudování křížové cesty a vycházkového okruhu

3.3. PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ

Jak již bylo v úvodu tohoto materiálu uvedeno, realizace podpory cestovního ruchu v současné době prakticky z finančních a kapacitních důvodů není zcela nenaplněna. Tato koncepce předpokládá reorganizaci o.p.s. Milevský kraj – obsazení klíčových funkcí kvalitními odborníky z oboru cestovního ruchu. Dále pak navýšení současných zaměstnanců o.p.s. z jednoho plného úvazku v horizontu budoucích pěti let na dva.

3.4. ORGANIZAČNÍ ZAJIŠTĚNÍ – ŘÍZENÍ PROCESŮ

Pro efektivní řízení jednotlivých procesů navrhuje tato koncepce následující schéma:



RADA MĚSTA MILEVSKO

Schvaluje koncepci rozvoje cestovního ruchu včetně její aktualizace. Schvaluje vždy roční plán činnosti v oblasti podpory cestovního ruchu, předkládaný pracovní skupinou pro cestovní ruch.

PRACOVNÍ SKUPINA „CESTOVNÍ RUCH“

Členové pracovní skupiny:

- pověřený uvolněný radní nebo jiný zastupitel (pro rozvoj regionu)
- další zastupitel delegovaný radou města
- zaměstnanec úřadu – referent nebo vedoucí odboru regionálního rozvoje
- ředitel Domu kultury
- člen správní rady Milevského kraje

Stálí zástupci partnerských subjektů (trvale zváni k jednáním pracovní skupiny):

- zástupce Řeholního domu premonstrátů
- zástupce Svazku obcí Milevska
- zástupce Klubu českých turistů

Zástupci dalších partnerských subjektů (operativně zváni k jednání pracovní skupiny podle povahy řešené agendy) :

- Milevské muzeum
- Zástupci podnikatelů v pohostinství a ubytování (Hospodářská komora)

Hlavní činnosti skupiny:

- a) Aktualizace koncepce a schvalování ročního plánu činnosti
- b) Řízení propagace (schvalování plánu propagace)
- c) Mezinárodní spolupráce – s dopadem na cestovní ruch
- d) Hlavní projekty v oblasti cestovního ruchu – schvalování

MILEVSKÝ KRAJ o. p. s.

Přímý organizátor a garant aktivit, vedení o.p.s. a členové správní rady částečně kopírují složení pracovní skupiny „cestovní ruch“; dozorčí rada složena ze zaměstnanců MěÚ – finanční odbor..., zaměřuje se na hospodářskou kontrolu.

4. Výchozí plán aktivit

Aktivity členěny dle jednotlivých pilířů. Uvedené termíny realizace jsou uvedeny jako orientační. Pravidelná aktualizace a kontrola bude realizována pracovní skupinou „cestovní ruch“.

4.1. PROPAGACE REGIONU

- REALIZOVÁNO Jmenování skupiny pro cestovní ruch Radou města Milevska. Skupina bude garantem za plnění stanovených cílů této koncepce. Skupina bude určovat náplň činnosti odpovědného výkonného subjektu (organizace, pracovník) za oblast cestovního ruchu.
- REALIZOVÁNO Stanovení odpovědného subjektu, který bude kompletně zodpovídat za realizaci směrů, vytyčených skupinou pro cestovní ruch – Milevský kraj o.p.s. byl zcela převeden do pravomoci města.
- PRAVIDELNĚ REALIZOVÁNO Pravidelné roční zpracování plánu činnosti v oblasti cestovního ruchu a jeho předložení RMM.
- PRAVIDELNĚ REALIZOVÁNO Koordinace jednotlivých kroků v oblasti propagace s různými subjekty, které v oblasti cestovního ruchu v regionu působí - skupina pro cestovní ruch, Svazek obcí Milevska, klášter premonstrátů, městské muzeum, podnikatelské subjekty v oblasti cestovního ruchu...
- REALIZOVÁNO Vytvoření databáze vydaných materiálů v oblasti propagace cestovního ruchu (všemi subjekty), evidence jejich umístění a množství zásob na skladě.
- ČÁSTEČNĚ REALIZOVÁNO Dostatečné finanční krytí pro jednotlivé aktivity. Hledání dalších zdrojů financování – např. granty, dotace, příspěvky podnikatelských subjektů, spoluúčast svazku obcí na jednotlivých projektech.

4.2. INFRASTRUKTURA PRO CESTOVNÍ RUCH, TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM

- PRŮBĚŽNĚ Maximální využití příspěvků (dotace, granty) do oblasti budování či rekonstrukce infrastruktury cestovního ruchu. Příprava nových projektů, které rozšíří celkovou nabídku aktivit města.

- V REALIZACI Turistické informační centrum – obsazení klíčových pozic odborníky z oblasti cestovního ruchu (personál se znalostí problematiky, pravidelné sledování aktualit a vzdělávání v oblasti cestovního ruchu, znalost cizích jazyků...), materiální a odborná vybavenost. Vybudování informační databáze – mapy ubytovacích a stravovacích kapacit regionu.
- HORIZONT 3 LET Zvýšení atraktivity, návštěvnosti a standardu turistického informačního centra přesunutím zpět do prostor na nám. E. Beneše 1 – podmínkou předchozí rekonstrukce prostor vestibulu před vstupem do galerie a úzké provázání s provozem Galerie M.

4.3. AGENTURNÍ ČINNOST

- V REALIZACI VE SPOLUPRÁCI S O. P. S. TOULAVA Postupné budování tzv. turistických balíčků - nabídka konkrétních aktivit na dané téma – např. produkt historie (prohlídka klášter, muzeum, město...), produkt maškary (aktivní účast na akci, doprovodný program)... Postupné budování balíčků – z počátku několikahodinový výlet s prohlídkou Milevska až po týdenní pobyt s nabídkou aktivit a zázemí v Milevsku a výjezdy do dalších turistických destinací.
- V REALIZACI VE SPOLUPRÁCI S O. P. S. TOULAVA Vytvoření sítě smluvních partnerů, kteří budou nabízet námi vytvořené turistické produkty s nabídkou aktivit na území města či regionu Milevska.

4.4. SPORTOVNĚ ORIENTOVANÝ CESTOVNÍ RUCH

- REALIZOVAT PRŮBĚŽNĚ - Zlepšení propagace sportovních pobytů a soustředění
- HORIZONT 3 LET - Zlepšení vybavenosti hotelů na alespoň nižší návštěvnický standard
- HORIZONT 5 LET Postupná rekonstrukce hotelů v majetku města (Sporthotel a hotel Stadion), hledání investora, vybudování wellness centra.

4.5. PROFILOVÉ AKCE

- V REALIZACI – postupně posilovány profilové městské akce, zajištěny vytvořením fondu významných městských akcí
- HORIZONT 3 LET – dosažení nadregionální publicity maškar, zvýšení návštěvnosti
- HORIZONT 5 LET -

4.6. MILEVSKO JAKO CÍLOVÉ MÍSTO CESTOVNÍHO RUCHU

- OD 1 POL. ROKU 2014 Pro zavedení systému hodnocení návštěvnosti regionu – nutnost jednat s provozovateli zařízení, které slouží turistům – ubytování, klášter, muzeum, TIC apod. Sledovaná kritéria – počet noclehů, počet klientů, počet návštěvníků, věkové rozvrstvení...
- OD 1 POL. ROKU 2014 Postupným naplňováním cílů stanovených touto koncepcí rozvoje cestovního ruchu dosáhnout atraktivnosti regionu pro turisty.

Zpracovatelé:

- Ing. Miroslava Houžvičková
- Bc. Vít Kratochvíl
- Jaroslava Procházková
- Mgr. Martin Třeštík

Seznam literatury a informačních zdrojů

- Wokoun René a kol. *Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. 1. vyd. Praha: Linde, 2008. 475 s. ISBN 978-80-7201-699-0
- *Strategie regionálního rozvoje České Republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006. Dostupné dne 10. 4. 2012 na:
<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=efcee353-71af-428c-9f77-0e327e77504d>
- *Strategie rozvoje Milevska*. České Budějovice: Regionální rozvojová agentura jižních Čech – RERA a.s., 2007. Dostupné dne 10.4.2012 na:
http://www.milevsko.eu/html/soubory/dokumenty/strategie_rozvoje_milevsko.pdf
- *Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji*. České Budějovice: Regionální rozvojová agentura jižních Čech – RERA a.s., 2002. Dostupné dne 10. 4. 2012 na:
[http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par\[id_r\]=24237&par\[view\]=0](http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par[id_r]=24237&par[view]=0)

Koncepce rozvoje cestovního ruchu Milevsko 2013 – 2016 – finanční model

	výchozí stav 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
NÁKLADY				
Materiál, energie, telefony, poštovné	55 000 Kč	75 000 Kč	75 000 Kč	75 000 Kč
Nákup zboží k prodeji	35 000 Kč	40 000 Kč	40 000 Kč	40 000 Kč
Zpracování účetnictví	36 000 Kč	40 000 Kč	40 000 Kč	40 000 Kč
Propagace regionu - publikace, inzerce, web, tvorba balíčků... (rozpočet Mil. Kraj a odbor reg. rozvoje)	136 000 Kč	220 000 Kč	220 000 Kč	240 000 Kč
Zaměstnanci	424 000 Kč	742 000 Kč	850 000 Kč	850 000 Kč
Ostatní	32 000 Kč	40 000 Kč	40 000 Kč	40 000 Kč
NÁKLADY CELKEM	718 000 Kč	1 157 000 Kč	1 265 000 Kč	1 285 000 Kč

VÝNOSY				
Město Milevsko - úhrada Mil. Kraj, infocentrum	460 000 Kč	850 000 Kč	850 000 Kč	850 000 Kč
Město Milevsko - úhrada tisk materiálů, propagace, naplňování koncepce... (rozpočet odboru reg. rozvoje)	100 000 Kč	220 000 Kč	220 000 Kč	220 000 Kč
Vlastní příjmy o.p.s. Milevský kraj	158 000 Kč	165 000 Kč	165 000 Kč	165 000 Kč
Ostatní příjmy - prodej produktů...	- Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	50 000 Kč
VÝNOSY CELKEM	718 000 Kč	1 265 000 Kč	1 265 000 Kč	1 285 000 Kč

navýšení pracovních úvazků v o.p.s. Milevský kraj z 1 na 1,75	navýšení pracovních úvazků v o.p.s. Milevský kraj z 1,75 na 2	trvalá udržitelnost rozpočtu z roku 2015 se snahou o postupné navyšování příjmů z prodeje vlastních produktů
zvýšení nákladů na propagaci, tvorbu turistických balíčků, naplňování koncepce	zvýšení nákladů na propagaci, tvorbu turistických balíčků, naplňování koncepce	