



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Strategie rozvoje eCulture, sportu a cestovního ruchu





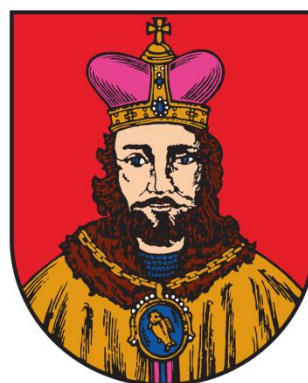
Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Objednatel: MĚSTO MILEVSKO

Zpracovatel: AKADEMIE DIGITÁLNÍ EKONOMIKY, s.r.o.

Sídlo: Blažkova 186, 104 00, Praha 10

IČO: 056 107 61



MANAŽERSKÉ SHRNTÍ

Město Milevsko je obecně vnímáno jako centrum kultury. Jeho kulturní tradice je dána historickými okolnostmi a projevuje se nejen existencí významných památek, ale především bohatou kulturní historií, aktivním provozováním kultury a organizováním kulturního života městem i jeho obyvateli v mnoha rozmanitých podobách.

Hlavním cílem města v oblasti kultury je propojit tradiční aspekty s moderními trendy (eCulture), podporovat mladé začínající umělce a pečovat o stav budov jak historických památek, tak i kulturních organizací. K naplnění těchto cílů jsou ve strategii uvedena jednotlivá opatření s aktivitami, včetně definování různé míry priority.

Je důležité upozornit na fakt, že kultura je velmi podporována oblast z rozpočtu města. Z tohoto důvodu je potřeba jasné definování budoucích kulturních aktivit, obzvlášť když má město ambici stát se kulturním centrem v regionu, kde vybrané kulturní akce budou mít rozměr celorepublikového charakteru.

Také oblast sportu neodmyslitelně patří ke společenskému životu v Milevsku. Ve druhé polovině dvacátého století se v Milevsku rozvinul vysoký počet sportovních odvětví a byla vybudována sportovní infrastruktura, která vtiskla městu specifickou tvář. Sportovní hala, zimní stadion a oba hotely však představují také vysoké provozní náklady, které se dotýkají oblasti podpory a rozvoje sportu jako celku.

V rámci analytické části jsme se mimo jiné zabývali vztahem obyvatel města ke sportu, současnou vybaveností města sportovní infrastrukturou a financováním sportu z rozpočtu města. Syntézou výsledků dílčích šetření jsme podrobně zmapovali současný stav a identifikovali hlavní rozvojové oblasti.

V návrhové části jsou nejprve představena východiska vize, která se dotýká dvou zásadních oblastí rozvoje sportu – sportovní infrastruktury a institucionálního zabezpečení sportu. V kontextu těchto východisek je formulována vize, která je následně specifikována prostřednictvím opatření a aktivit v návrhové části. Implementační část reaguje na aktuální potřeby města a možnosti externího financování, dílčí aktivity jsou dále blíže specifikovány, včetně časového a finančního rámce.

V oblasti cestovního ruchu se strategie zabývá rozbohem současné pozice Milevska v oblasti cestovního ruchu. Je analyzována poptávka, tj. návštěvnost města a okolního regionu, její vývoj v čase a rovněž struktura návštěvníků. Analýza nabídky hodnotí rozvojové předpoklady Milevska pro různé formy a druhy cestovního ruchu. Institucionální analýza identifikuje významné aktéry ovlivňující rozvoj cestovního ruchu v Milevsku. Závěrečná shrnující analýza SWOT klasifikuje hlavní zjištěné závěry.

Návrhová část strategie cestovního ruchu formuluje rozvojovou vizi. Ta zahrnuje jak upevňování pozice Milevska na „trhu destinací“ a formování značky Milevska jako destinace cestovního ruchu, tak i rozvoj produktové nabídky a způsob distribuce a komunikace hlavních produktů. Tato rozvojová témata jsou pak podrobněji rozpracována v návrhu opatření. Vybrané prioritní aktivity jsou zařazeny do krátkodobého akčního plánu.

Celá Strategie rozvoje eCulture, sportu a cestovního ruchu je členěna na dvě hlavní části: analytickou a programovou část, která je ještě členěna na dvě podkapitoly: návrhová a implementační část. Vyjma poslední zmiňované části (implementační část) jsou všechny ostatní kapitoly tvořeny odděleně dle oblastí, kterými se tento dokument zabývá. Proto je zde uvedena analytická část s analýzou SWOT zvlášť pro

oblast e-Culture, sport i cestovní ruch. Totéž členění je uplatněno i v návrhové části, kde jsou stanoveny vize pro jednotlivé oblasti, následně cíle a pro jejich realizaci opatření s aktivitami. Implementační část se skládá z projektových karet jednotlivých aktivit a pro lepší přehlednost spojuje všechny tři oblasti. Před závěrem jsou stanoveny indikátory pro evaluaci opatření a následně je provedena identifikace možných rizik a návrh na jejich zmírnění (pro všechny tři oblasti najednou).

„Já myslím, že civilizace není dobrá, když je bez kultury.

Člověk potřebuje ke štěstí a spokojenosti pohodlí tělesné, ale i duševní.

Kultura a civilizace musí jít ruku v ruce.“

(Jan Werich)



Zdroj: Ivan Rillich, Pohlednice Milevsko



Obsah

1. Prolog: Východiska strategie	9
1. 1. 1. Kultura a eCulture	9
1. 1. 2. Sport	9
1. 1. 3. Cestovní ruch	9
1. 1. 4. Stručný popis města Milevska	12
1. 1. 5. Cíle komunikace města Milevsko	13
1. 1. 6. Základní informace o strategii	14
2. Prolog	17
2. 1. Historie města, osobnosti a slavní rodáci	17
2. 1. 1. Slavné osobnosti města Milevska (výběr)	18
2. 2. Strategické cíle koncepce kultury	18
2. 3. Role města v kulturní činnosti	19
2. 4. Hlavní kulturní památky ve městě	20
2. 5. Stručná charakteristika kulturních zařízení Milevska	22
2. 6. Spolky a jiná kulturní zařízení	23
2. 7. Tradiční a významné (opakující se) akce ve městě	25
<div>Strategie rozvoje eCulture</div>	
3. Východiska analytické části strategie v oblasti eCulture	27
3. 1. Analýza fungování hlavních kulturních zařízení ve městě	29
3. 1. 1. DŮM KULTURY	29
3. 1. 2. MILEVSKÉ MUZEUM	32
3. 1. 3. MĚSTSKÁ KNIHOVNA V MILEVSKU	34
3. 2. Analýza realizace eCulture ve městě	36
3. 3. Stručná analýza současného marketingového mixu v oblasti kultury	37
3. 4. Shrnutí analytické části	37
3. 5. Výstupy z dotazníkového šetření	38
3. 6. SWOT analýza pro oblast kultury a e-kultury	43
3. 7. Strategická část	45
3. 7. 1. Strategická vize rozvoje kultury pro období 2020-2025	45
3. 7. 2. Definování prioritních oblastí (PO) včetně strategických cílů z oblasti kultury	46
3. 1. Programová část - Popis jednotlivých opatření s ohledem na PO	47

Strategie rozvoje sportu

4. Úvodní část	52
4. 1. Prolog.....	52
4. 2. Jaký bude přínos Strategie rozvoje sportu pro město?	52
4. 3. Společenská role sportu a opodstatnění jeho podpory z veřejných rozpočtů	53
4. 3. 1. Zdravotní hledisko.....	53
4. 3. 2. Sociální exkluze, inkluze a sport.....	53
4. 3. 3. Rozvojová dimenze sportu a cestovní ruch	54
4. 4. Legislativní rámec	54
5. Základní východiska a metodika zpracování	55
5. 1. Město Milevsko a sport	55
5. 2. Strategické dokumenty státu, kraje a ORP Milevsko.....	56
5. 2. 1. Sport 2025.....	56
5. 2. 2. Plán rozvoje sportu v Jihočeském kraji	58
5. 3. Strategické dokumenty města Milevska a sport	60
5. 3. 1. Strategický plán rozvoje města Milevska (2015)	60
5. 3. 2. Rozvoj SMART CITY v Milevsku: Živé Milevsko – SMART Region.....	62
5. 3. 3. Podpora aktivní mobility v Milevsku.....	63
5. 4. Obyvatelé města Milevska a sport	63
5. 4. 1. Sportovní aktivity dětí.....	63
5. 4. 2. Sportovní aktivity dospělých.....	65
5. 4. 3. Organizovaný sport	67
5. 4. 4. Hlavní poznatky z rozhovorů s aktéry sportovního hnutí	69
5. 5. Analýza financování sportu z rozpočtu města	69
5. 5. 1. Vývoj financování z rozpočtu města	70
5. 5. 2. Komparace s dalšími městy	71
5. 6. Sportovní infrastruktura	72
5. 6. 1. Sportovní zařízení	72
5. 6. 2. Sportovní akce	76
5. 7. Aktéři rozvoje sportu v Milevsku	77
5. 8. Shrnutí analytické části.....	78
5. 9. SWOT Analýza.....	79
5. 10. Východiska vize rozvoje sportu v Milevsku	82

5. 11. Vize rozvoje sportu	83
5. 12. Definování prioritních oblastí, strategických cílů a opatření v oblasti sportu	84
5. 13. Programová část	85

Strategie rozvoje cestovního ruchu

6. Prolog – Aktuální trendy v oblasti cestovního ruchu91

6. 1. Strategické cíle koncepce cestovního ruchu.....	91
---	----

7. Východiska analytické části strategie v oblasti cestovního ruchu93

7. 1. Analýza poptávky.....	95
7. 1. 1. Počet návštěvníků a jeho vývoj.....	95
7. 1. 2. Skladba návštěvníků.....	96
7. 2. Cestovní preference návštěvníků	99
7. 3. Analýza nabídky	102
7. 3. 1. Lokalizační předpoklady cestovního ruchu	102
7. 4. Institucionální analýza	104
7. 4. 1. Koncepční dokumenty	104
7. 4. 2. Územní členění a organizace	104
7. 4. 3. Organizace a řízení rozvoje cestovního ruchu	105
7. 4. 4. Místní obyvatelstvo.....	107
7. 5. Stručná analýza současného marketingového mixu v oblasti cestovního ruchu	108
7. 6. Shrnutí analytické části.....	110
7. 7. SWOT analýza pro oblast cestovního ruchu	111
7. 8. Strategická část.....	113
7. 8. 1. Strategická vize rozvoje cestovního ruchu pro období 2020-2025.....	113
7. 8. 2. Definování prioritních oblastí (PO) včetně strategických cílů z oblasti cestovního ruchu.....	114
7. 9. Programová část - Popis jednotlivých opatření s ohledem na PO.....	115

8. Projektové listy naplňování Strategie119

8. 1. 5G a možnosti jeho využití pro rozvoj města s důrazem na oblast kultury, sportu a cestovního ruchu.	144
--	-----

9. Monitorování a evaluace dopadů navržených opatření145

9. 1. 1. Stanovení kvantitativních a kvalitativních indikátorů pro evaluaci opatření z oblasti eCulture	145
9. 1. 2. Stanovení kvantitativních a kvalitativních indikátorů pro evaluaci opatření z oblasti sportu	146

9. 1. 3. Stanovení kvantitativních a kvalitativních indikátorů pro evaluaci opatření z oblasti cestovního ruchu	146
9. 2. Plán řízení rizik.....	146
9. 2. 1. Identifikace možných rizik v oblasti eCulture a návrh na jejich zmírnění.....	147
9. 2. 2. Identifikace možných rizik v oblasti sportu a návrh na jejich zmírnění	148
9. 2. 3. Identifikace možných rizik v oblasti cestovního ruchu a návrh na jejich zmírnění.....	148
10. Závěr	149
11. Použité zdroje.....	150
12. Přílohy.....	151
12. 1. Příloha 1	151
12. 2. Příloha 2 – Detailní informace o dotačním program „Kultura 2019“	152
12. 3. Příloha 3 - Analýza stávajícího stavu a identifikace potřeb (Fáze I.) pro projekt 26. výzvy IROP v oblasti eCulture pro Město Písek.....	153
12. 4. Příloha 4: Možné zdroje pro financování projektů z oblasti eCulture, sportu a cestovního ruchu.....	156
12. 4. 1. Finanční zdroje v oblasti kultury	156
12. 4. 2. Finanční zdroje v oblasti sportu	162
12. 4. 3. Finanční zdroje v oblasti cestovního ruchu.....	166
12. 5. Příloha 5: Rozdělení finančních prostředků z programu města: Kultura 2019.....	167

1. Prolog: Východiska strategie

Tato strategie je zpracována v rámci projektu „Rozvoj konceptu Smart City v Milevsku: Živé Milevsko – Smart Region“, registrační číslo CZ.03.4.74/0.0./0.0. /16_058/0007341, jako posledních ze čtyř strategických rozvojových dokumentů. Jedná se o zpracování strategického rozvojového dokumentu Strategie rozvoje eCulture, sportu a cestovního ruchu.

1. 1. 1. Kultura a eCulture

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

V rámci strategie kultury není opomenuta eCulture. Město Milevsko a jím zřizované kulturní organizace disponují s velkým objemem dat mediálního charakteru a kulturního obsahu. Avšak data nemají jasnou strukturu, což vede ke složité možnosti vyhledávání a tím neefektivitě z hlediska času. Pokud eCulture by se dalo přeložit jako „elektronická kultura“, přičemž hlavním jádrem je centralizovaný technický nástroj pro práci s mediálními výstupy. Jinak řečeno, jedná se o soustředění veškerého mediálního obsahu (fotografie, video, audio, vizualizace, logotypy, manuály, marketingové materiály) na jedno místo do jedné databáze, jeho následnou kategorizaci a poskytnutí ve formě otevřených dat odborné i laické veřejnosti prostřednictvím atraktivního multimediálního portálu. Tím dojde k sjednocení mediálního obrazu města. Oblast eCulture kromě informačního systému (portálu) pro multimediální data obsahuje i další nástroje, jako je např. mobilní aplikace poskytující obyvatelům a návštěvníkům informace o památkách, muzeích a kulturních akcích, streamovací služby, které umožní publikaci dat ve formě videí s ohledem na přijímající koncová zařízení, jako jsou počítače, chytré telefony nebo tablety či v neposlední řadě 3D virtuální prohlídky historických objektů ve městě.

1. 1. 2. Sport

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

1. 1. 3. Cestovní ruch

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

s prvky veřejné infrastruktury a destinačním managementem lokality. (Zdroj: ZD k Strategii rozvoje eCulture, sportu a CR).

Celkový **vývoj cestovního ruchu** v Evropě a ve světě **je dlouhodobě výrazně růstový**. Souvisí s celkovým růstem ekonomické úrovně lidstva jako celku, s růstem volného času, poklesem cen dálkové (zejména letecké) dopravy, zkracováním časových vzdáleností, globalizací, politickými změnami (klesající počet zemí s výrazně restriktivním režimem pro návštěvníky). Cestovní ruch představuje důležitou oblast národního hospodářství Česka. Podílí se **2,9 % (v multiplikaci 5 %) na HDP Česka, 7 % na příjmech státního rozpočtu Česka**. V cestovním ruchu pracuje **240 tisíc pracovních sil**. V níže uvedené tabulce jsou základní makroekonomické údaje týkající se cestovního ruchu v Česku.

Ukazatel	Hodnota
Celková roční spotřeba útrata účastníků cestovního ruchu v Česku	300 mld. Kč
Multiplikovaná roční spotřeba účastníků cestovního ruchu v Česku	605 mld. Kč
Multiplikovaný přínos cestovního ruchu v Česku pro veřejné rozpočty	120 mld. Kč
Podíl cestovního ruchu na HDP Česka	2,9 %
Multiplikovaný podíl cestovního ruchu na HDP Česka	5,0 %
Podíl cestovního ruchu na příjmech státního rozpočtu Česka	7,0 %
Počet zaměstnanců v cestovním ruchu v Česku	240 tis.

Pozn.: Jedná se o kombinaci dat ČSÚ, KPMG, CzT, CE-traffic doplněnou kvalifikovanými odhady.

Zdroj: Přínosy cestovního ruchu pro ekonomiku ČR (2019), CzechTourism

Také v Česku patří v posledních letech cestovní ruch mezi výrazně **růstová hospodářská odvětví**. Jedná se o část služeb, která je zpravidla výrazně **závislá na celkovém vývoji dané ekonomiky** – v dobách hospodářského růstu prochází cestovní ruch obvykle ještě vyšším růstem, v dobách celkové stagnace či recese prochází ještě větší recesí. Tak tomu bylo v Česku během posledních desítek let, a to i v době hospodářské recese na přelomu první a druhé dekády 21. století. V posledních letech dochází ke **kontinuálnímu růstu počtu návštěvníků v Česku domácích i zahraničních**. Dynamika růstu se navíc zrychluje, zejména u domácích návštěvníků. V roce 2012 nocovalo v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) v Česku cca 7,5 mil. domácích a 7,6 mil. hostů, v roce 2018 již každá z těchto skupina zahrnovala 10,6 mil. hostů, což představuje u obou skupin **růst v letech 2012–18 o přibližně dvě pětiny** (viz následující tabulka).

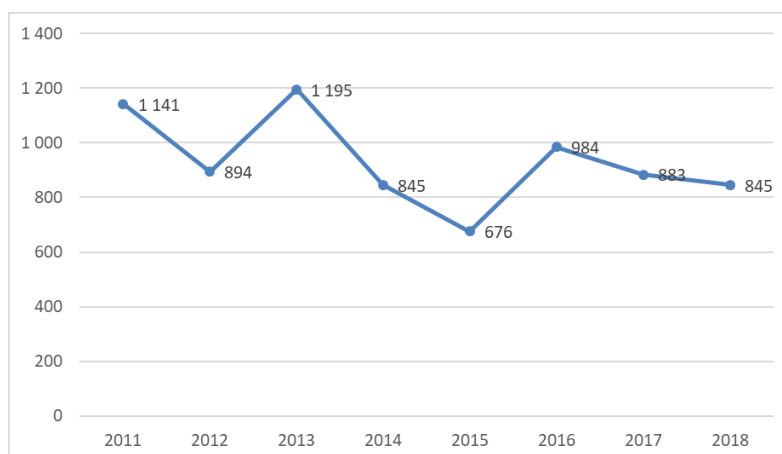
Růst počtu přenocování v HUZ je pomalejší než růst počtu hostů (u domácích návštěvníků zhruba o třetinu, u zahraničních pouze necelou čtvrtinu). Příčinou je **zkracující se délka pobytu**, která z téměř 3 přenocování klesá k průměrné hodnotě 2,5. Tento trend je patrný i v jiných zemích. Souvisí se změnou typu práce (mnoho profesí neumožňuje delší dovolené, ale naopak více kratších dovolených během roku), obecně rostoucí dopravní mobilitou populace, poklesem dopravních nákladů a možností relativně levných leteckých přesunů v rámci Evropy i mimo ni. Množství hostů a přenocování v HUZ v Česku za roky 2012 – 2018 je vidět v tabulce níže.

Rok	Hosté			Přenocování			Průměrný počet přenocování		
	celkem	domácí	zahraniční	celkem	Domácí	zahraniční	celk.	dom.	zahr.
2012	15 098 817	7 451 773	7 647 044	43 278 457	21 484 472	21 793 985	2,9	2,9	2,8
2013	15 407 671	7 555 806	7 851 865	43 308 279	21 163 383	22 144 896	2,8	2,8	2,8
2014	15 587 076	7 491 191	8 095 885	42 946 929	20 836 817	22 110 112	2,8	2,8	2,7
2015	17 195 550	8 488 637	8 706 913	47 093 906	23 807 391	23 286 515	2,7	2,8	2,7
2016	18 388 853	9 067 413	9 321 440	49 696 957	25 428 808	24 268 149	2,7	2,8	2,6
2017	20 000 561	9 840 093	10 160 468	53 219 395	26 962 382	26 257 013	2,7	2,7	2,6
2018	21 247 150	10 635 756	10 611 394	55 513 922	28 753 901	26 760 021	2,6	2,7	2,5
růst	141	143	139	128	134	123	91	94	88

Pozn.: Růst znamená změnu mezi lety 2012 a 2018 vyjádřenou v %.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

Růst cestovního ruchu se netýká vícedenních **služebních cest**. Ten v posledních letech **stagnuje či dokonce mírně klesá** (viz následující graf). Příčinou může být digitalizace ekonomiky snižující potřebu osobního kontaktu, ale také nespolehlivost zdrojových dat. Údaje mj. nezahrnují pracovní cesty jednodenní, kterých je výrazně nejvíce a kde může být trend zcela jiný.



Pozn.: Hodnoty jsou uvedené v tisících a jsou založené na evidenci hromadných ubytovacích zařízení doplněné kvalifikovanými odhady.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

Do rozvoje cestovního ruchu promlouvá vedle hospodářského vývoje také **vývoj populační a demografický**. Globálně je důležitým trendem dynamický růst populace světa včetně těch obyvatel, jimž rostoucí ekonomická úroveň umožňuje nově nebo více cestovat (Čína, jihovýchodní Asie, východní Evropa, Latinská Amerika). **Růst počtu obyvatel, kteří jsou účastníky cestovního ruchu**, dosahuje každoročně desítek milionů osob, resp. 3–4 %. Podle údajů Světové organizace cestovního ruchu UNWTO cestovalo v roce 2018 do zahraničí 1,4 mld. osob. S ohledem na klesající dynamiku růstu populace světa (předpokládá se stabilizace populace světa z dnešních 7,6 mld. na úrovni přibližně 11 mld. v roce 2100) je motorem růstu počtu účastníků cestovního ruchu postupně stále méně samotný populační růst a stále více naopak růst životní a ekonomické úrovně v (dříve) rozvojovém světě.

Prognóza vývoje populace Česka předpokládá víceméně **zachování současného počtu 10,5 mil. obyvatel** po celé 21. století. Mírný demografický úbytek (hlavně v nejbližších dekádách) bude podle dat ČSÚ dlouhodobě kompenzován mírně kladným migračním saldem. Proměnou však **projde věková skladba obyvatelstva, které bude stárnout**. V současné době má Česko 2 mil. obyvatel starších 65 let. V příštích dekádách tento počet poroste, až se zastaví na cca 3,2 milionech koncem 50. let 21. století a poté bude velmi mírně klesat. Podíl dětí do 14 let bude se současných cca 18 % zvolna klesat na cca 14 % na konci století. Ve stejném období se podíl ekonomicky produktivní složky obyvatel sníží ze současných necelých 65 % na 55 %. Průměrný věk obyvatelstva v tomto období vzroste ze současných 42 ke 47 letům. Směrem k cestovnímu ruchu **se stane početně významnou populace seniorů**, u níž bude ochota cestovat hodně záviset na straně poptávky na příjmové úrovni a na straně nabídky na kvalitě služeb. **Počet rodin s dětmi bude kvantitativně stagnovat**, bude klesat průměrný počet dětí v rodině a případný růst v oblasti turismu musí být tedy spojen s intenzifikací (více cest, vyšší útrata atd.).

Jednoznačným trendem cestovního ruchu posledních let až desetiletí je posun od tradiční „statické“ návštěvy jednotlivých míst (kulturní a historické památky, přírodní zajímavosti, muzea apod.) k „dynamickému“ **zážitkovému cestovnímu ruchu**.

U domácího cestovního ruchu, resp. **u cest na kratší vzdálenosti** je trendem posledních let **klesající vazba turistických cest na konkrétní tradiční lokality cestovního ruchu**. Návštěvník v takovém případě není orientován (pouze) na tradiční turistické atraktivity (tj. místa existující původně bez motivu rozvoje turismu, např. hrady, zámky, hory, jezera...), ale na přívětivou krajinu s přívětivým zázemím služeb, které v zásadě nemají geografické omezení. Ve vazbě na to **roste význam turistických atrakcí** (tj. míst vzniklých primárně za účelem rozvoje cestovního ruchu, např. interaktivní muzea, zábavní parky, centra popularizace vědy) a také **událostí pořádaných pro návštěvníky a/nebo místní obyvatele** (např. vinobraní, gastrofestivaly, inscenované historické události, kulturní vystoupení, sportovní soutěže apod.), které v zásadě rovněž **nemají geografické omezení** (tzn. v každém místě je možné najít nějaký typ atrakcí nebo událostí, které lze nabízet návštěvníkům). Tyto trendy mají vliv na marketing cestovního ruchu, který se posouvá od marketingu atraktivit k marketingu atrakcí a událostí (events) a k budování marketingových značek (brand) propojujících místo s určitým typem atraktivity (cyklistika a vinařství na Pálavě, hudební Litomyšl apod.).

Oproti tomuto trendu působí **v případě delších turistických cest trend dynamického růstu návštěvnosti turistických cílů nadnárodního významu** spojených se značkami a „certifikací“ typu památek seznamu světového dědictví UNESCO, národních parků, geoparků, případně také se známými spotřebitelskými značkami (Lego, české pivo, francouzské víno...). Některé typy destinací, zvláště pak mimořádně atraktivní městské destinace a národní parky v důsledku toho zažívají turistický boom, který již mnohde dosahuje úrovně fakticky snižující původní atraktivitu pro návštěvníky a zejména pro místní obyvatele. V takových místech nastupují měkké či tvrdší formy regulace cestovního ruchu a demarketingové aktivity (poplatky za vstup či vjezd, regulace počtu návštěvníků za určené období, cílený marketing alternativních turistických cílů v okolí apod.).

1. 1. 4. Stručný popis města Milevska

Region Milevska leží na severovýchodním okraji Jihočeského kraje, je vzdálen vzdušnou čarou cca 80 km od Prahy, 60 km od Českých Budějovic, 25 km od Písku a 20 km od Tábora. Správní obvod ORP Milevsko je geograficky, ekonomicky a sociálně homogenní území a jeho 25 obcí z celkových 26 je sdruženo ve Svazu obcí Milevsko. Podstatným rysem regionu je zachovaná typická krajina Středního Povltaví, poměrně málo narušená negativními vlivy lidské činnosti na životní prostředí. Mikroregion Milevsko, stejně tak jako samotné město Milevsko, je ideální oblastí pro odpočinek a rekreaci, a to díky velkému množství kulturních a historických památek, půvabné krajině, příjemným klimatickým podmínkám v letních měsících, snadné dostupnosti a klidnému venkovskému charakteru. Severní oblast jižních Čech, do které

spadá i mikroregion Milevsko, však není zatím dostatečně turisticky využívána, tudíž patří kméně navštěvovaným oblastem, a to i přesto, že disponuje vysokým potenciálem rozvoje. Z hlediska forem cestovního ruchu má region potenciál zejména pro rozvoj poznávací turistiky, s převahou kulturní a církevní turistiky, neboť se v celém regionu nachází celá řada církevních památek a poutních míst v čele s Milevským klášterem, který je nejstarším klášterem v jižních Čechách a od roku 2008 se může pyšnit titulem Národní kulturní památka, dále venkovské turistiky (návštěva tvrzí a obcí se zachovalými venkovskými staveními, seznámení se s místními tradicemi a folklórem) a nelze opomenout ani aktivní cestovní ruch, kterému vévodí pěší turistika a cykloturistika. Území regionu je protkáno celou řadou cyklotras, ze kterých lze jmenovat například Milevský čtyřlístek. (Zdroj: Strategie území správního obvodu ORP Milevsko)¹

Rozloha Milevska je 4 249 ha a počet obyvatel k 1.1.2019 dosahoval 8 254 Kč. Město trápí, stejně jako většinu malých a středních měst v České republice trend odlivu mladých (často též vzdělanějších, podnikavějších a kreativnějších) občanů do větších měst. Hlavními důvody jsou obecně malá podnikatelská atraktivita města, drahé / nedostupné bydlení a následně i vyžití ve městě, kam právě spadá kultura, sport a cestovní ruch (např. kvalitní cyklostezky, turistické atrakce vhodné i pro místní obyvatelé apod.).

1. 1. 5. Cíle komunikace města Milevsko

Prioritou Města Milevska je podpora významných sportovních, kulturních a volnočasových akcí regionálního a nadregionálního rozsahu. Vrcholné sportovní akce významně přispívají k rozvoji sportu, ale i žádoucí spolupráce různých sportovních subjektů, a to jak na místní úrovni, tak směrem k vertikální spolupráci. Regionální a nadregionální akce přispívají ke zviditelnění města, mohou přilákat potenciální investory a zvyšují atraktivitu města i celého regionu. Město Milevsko je i nadále připraveno poskytovat materiální podporu těmto akcím. (Zdroj: Strategie rozvoje podnikatelského parku Milevsko..., 2019) ²

Mezi dlouhodobé priority Města Milevsko patří rekonstrukce stávajících a vybudování nových sportovních, kulturních a volnočasových zařízení.

Město Milevsko je vůči srovnatelně velkým městům vnímáno jako místo s nadprůměrně kvalitním životním prostředím, nadstandardní nabídkou sportovních i kulturních aktivit. Co se týče komunikace města s občany, je využíváno několik komunikačních kanálů s různou mírou efektivity. Webové stránky města Milevsko jsou na dobré úrovni, stejně tak i webový portál Milevskem.cz, který občany informuje o kulturním dění, cestovním ruchu a sportovních akcích. Webové stránky jednotlivých sportovních či kulturních zařízení budou popsány v rámci každé tematické části. Mezi další kanál patří sociální sítě, kde město má profil na Facebooku. Přestože v porovnání s ostatními městy je možné facebookové stránky města Milevska hodnotit co se týče počtu stávajících členů nadprůměrně, je zde stále potenciál ke zlepšení prezentace. Možná zlepšení spočívají především ve zlepšení oboustranné komunikace mezi městem a veřejností a v oslovení širší skupiny veřejnosti. V současnosti se jedná pouze o jednostrannou komunikaci města. Oficiální profil na Twitteru město nemá. Některé kulturní, turistické a sportovní zařízení však využívají i jiné sociální sítě, jako je Twitter či Instagram.

Poměrně efektivní komunikační kanál je TV Milevskem. Oslovení veřejnosti pomocí televizního vysílání je zajišťováno v dostatečné míře s detailním rozsahem informací podávaných veřejnosti. Milevský zpravodaj vychází první pracovní den v každém měsíci a na svých 12-16 stranách detailně a srozumitelně informuje

¹ Strategie území správního obvodu ORP Milevsko v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství a cestovního ruchu. Dokument je zpracován na období 2015 až 2024

² Strategie rozvoje podnikatelského parku Milevsko současně se strategií podpory malého a středního podnikání a strategií inkubačního a akceleračního programu v Milevsku, Návrhová a implementační část, 15. 3. 2019

občany o aktuálním dění ve městě. Počet výtisků je přes 4 000 a občané si daný zpravodaj mohou přečíst i na online na Milevskem.cz. Jedná se o velmi efektivní komunikační kanál.

Dalším „moderním“ kanálem je video-kanál YouTube. Město zde má určité rezervy v podobě málo časté aktualizace, přesto tento kanál má poměrně silný potenciál. Oproti tomu kulturní zařízení, jako je Dům kultury, tento kanál velmi aktivně využívají, nejčastěji pro prezentaci akcí města, přičemž počet zhlédnutí videí je obvykle okolo 1 000, avšak např. video Milevské maškary z roku 2016 má 6 307 zhlédnutí.

Je potřeba ještě uvést formu komunikace město – občan pomocí Informačního centra. Informační centrum provozuje obecně prospěšná společnost Milevský kraj. Ke konci roku 2019 se vedení města bude rozhodovat, zda provoz IC od roku 2020 nepřevzme Dům kultury Milevsko. Informační centrum poskytuje dostatečné množství informací pro veřejnost, a to především informace o regionu, tipy pro turisty, katalog památek, půjčovnu koloběžek aj. Mezi jeho další činnosti patří:

- prodej vstupenek na kulturní akce – portály: COLOSSEUM, TICKETSTREAM a TicketArt
- internetové připojení pro veřejnost
- veškeré informace pro turisty
- informace o kulturních akcích v regionu i jeho blízkém okolí
- praktické informace (jízdní řády apod.)
- kopírovací služby a odesílání emailů
- drobné grafické práce
- prodej propagačních materiálů, map, průvodců a pohlednic
- výlep plakátů

1. 1. 6. Základní informace o strategii

Níže uvedená **tabulka 1** shrnuje základní informace vážící se k tomuto strategickému dokumentu.

Název strategie	Strategie rozvoje eCulture, sportu a cestovního ruchu
Kontext vzniku	Strategie je zpracována v rámci projektu „Rozvoj konceptu Smart City v Milevsku: Živé Milevsko – Smart Region“ jako jedna ze čtyř dílčích strategií.
Řešené území	Město Milevsko
Zadavatel strategie	Město Milevsko, Milevsko 1, nám. E. Beneše 420, zastoupené Ing. Ivanem Radostou, starostou města
Účel strategie	Účelem strategie je vymezit a definovat ve třech oblastech možnosti ke zvýšení efektivity procesů a atraktivity města. Jedná se o oblast eCulture, sportu a cestovního ruchu. Strategie má sloužit též k hledání dobrých praxí a prostoru pro úspory nákladů nebo zvýšení kvality v těchto výše uvedených oblastech.
Uživatelé strategie	Strategie je určena voleným orgánům Města Milevska, Městskému úřadu Milevsko a zřízeným či založeným organizacím. Cílovou skupinou strategie jsou občané Milevska. Slouží také občanům z blízkých obcí a měst.
Termín zpracování strategie	Červenec – listopad 2019



Doba realizace strategie	Doba realizace strategie není explicitně určená, ale její výstupy v podobě možných řešení a námětů by měly mít udržitelnost minimálně 5 let.
Stručný popis obsahu strategie	Jedná se o dílčí koncepční dokument pro město Milevsko, který má za jeden z cílů zanalyzovat současný stav v oblasti kultury, sportu a cestovního ruchu. Dalším cílem je identifikovat silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Na tuto část navazuje návrhová část, která definuje cíle a vize pro danou zkoumanou oblast s tím, že jsou zde popsány i možné náměty pro řešení. Ve třetí, projektové části jsou vybraná řešení detailněji rozpracována do projektových karet a tyto projekty jsou tudíž "připraveny" pro realizaci (po vytvoření projektového plánu).
Metody použité ve strategii	Ve strategii byl použit sběr dat pomocí rozhovorů se stakeholdery, pomocí terénního šetření či veřejného dotazníkového šetření. Dále pak byla využita analýza strategických dokumentů města, či inspirace z příkladů dobré praxe z jiných měst.

Strategie rozvoje eCulture



ÚVOD DO OBLASTI KULTURY

2. Prolog

Kultura je důležitou součástí života města a jeho obyvatel. Představuje soubor tvůrčích činností a jejich výsledků v oblasti umělecké a estetické. Do značné míry se jedná o aktivity nekomerční, nelze proto očekávat jejich ekonomickou výnosnost. Naopak, mnohé z nich jsou závislé na podpoře z veřejných zdrojů, ať jednorázově, nebo dlouhodobě. Kultura nicméně zvyšuje kvalitu života, vnitřně ho obohacuje. Je přínosem pro rozvoj vzdělanosti, která je důležitá pro společenský i ekonomický růst města, je preventivním prvkem proti společensky nežádoucímu chování. Její úroveň ovlivňuje identitu a prestiž města v krajském a národním, případně evropském srovnání a podstatným způsobem tak přispívá k úrovni a rozvoji turistického ruchu.

Také péče o kulturní a historické dědictví má pro stav a rozvoj kultury ve městě značný význam. Tato péče je finančně velmi náročná a vyžaduje dlouholetou, systematickou a důslednou činnost i proto, že kulturní dědictví a nejrůznější památky jsou stále častěji vyhledávaným objektem zájmu jak tuzemských, tak zahraničních turistů. Připomínání kulturního dědictví, a to jak hmotného, tak i nehmotného napomáhá posilovat sounáležitost obyvatel k městu i k mikroregionu Milevsko.

Kulturní aktivita a kulturní počiny jsou také nedílnou součástí cestovního ruchu, neboť na nich pak můžeme stavět nabídku pro jednotlivé cílové skupiny návštěvníků města.

2. 1. Historie města, osobnosti a slavní rodáci

Nejbližší okolí města bylo osídleno již ve starší době kamenné. Archeologické nálezy máme i z mladší doby bronzové, doby halštatské a laténské. Slovanské osídlení je doloženo od 8. století. Na konci 12. století bylo Milevsko významnou křižovatkou obchodních cest. První písemná zmínka z r. 1184 mluví o sídle bohatého velmože Jiřího z Milevska, který zde v r. 1187 zakládá premonstrátský klášter. Řeholníci do Milevska přišli ze Želiva pod vedením opata Jarlocha, pokračovatele Kosmovy Kroniky české z let 1167-98. Klášter po následující období patřil k nejbohatším v Čechách a byl kulturním i hospodářským centrem velké oblasti. Roku 1420 byl klášter vypálen husity a většiny majetku se zmocnila šlechta. Nejprve byl ve vlastnictví rodu Rožmberků, od r. 1543 rodu Švamberků a od r. 1581 rodu Hodějovských z Hodějova, za nichž byl proměněn v panské sídlo.

Při konfiskacích majetku nekatolíků po bitvě na Bílé Hoře byl r. 1622 vrácen zpět řádu premonstrátů, a to Strahovskému klášteru. Nikdy již nebyl samostatným opatstvím. Z rozhodnutí císaře Josefa II. se r. 1785 milevský klášter ruší a nadále patří Strahovu jako hospodářské středisko. Vývoj městečka byl dlouho spojen s životem kláštera. Jako obchodní a řemeslné centrum získává první městská práva v 15. století. Války a následné morové epidemie v 17. a 18. století městečko i jeho okolí téměř zničily. Tak se stala tato oblast jednou z nejchudších v zemi, což platilo ještě na počátku 20. století. Rozvíjela se zde tradiční řemesla, především hrnčířství. Známé byly milevské trhy, dnes znovu obnovené. Do dnešních dob se zachovala tradice milevských maškar. (Zdroj: Milevskem.cz)

2. 1. 1. Slavné osobnosti města Milevska (výběr)

Karel Stehlík (21. 5. 1912, Milevsko – 28. 5. 1985, České Budějovice)

Malíř jihočeské krajiny, který se nejprve učil u milevského malíře Oldřicha Pejši, poté v letech 1945 – 1948 studoval na AVU u Otakara Nejedlého. Ve svých dílech zobrazoval jednak přeměny rodného kraje (Z Orlické přehrady, Z přehrady na Kamýku), jednak se orientoval na tvorbu z cest. Řadu let působil na milevských školách jako učitel výtvarné výchovy. V roce 1975 mu byl udělen titul zasloužilý umělec, v roce 1980 získal ocenění národní cena ČSR a v roce 1982 obdržel titul národní umělec.

Jiří Mařánek (12. 1. 1891, Milevsko – 4. 5. 1959, Praha)

Jiří Mařánek byl český prozaik, autor groteskních satir a historické prózy. Jeho otec byl okresním hejtmanem a švagr O. Ostrčil hudebním skladatelem. Psát začal ve 20. letech groteskní, satirické prózy, od 30. let psal historické romány z jihočeského kraje, napsal i práce pro mládež a knihy s motivy fantastiky. Byl rovněž členem Devětsilu. Nejznámějším dílem je trilogie o rodu Rožmberků (Barbar Vok, Romance o Závěšovi, Petr Kajčník). Je autorem libret k operám O. Ostrčila (Honzovo království). Napsal životopisný román o B. Smetanovi (Píseň hrdinného života).

Růžena Svobodová (10. 7. 1868, Mikulovice u Znojma – 1. 1. 1920, Praha)

Růžena Svobodová byla česká spisovatelka a představitelka literárního impresionismu (Černí myslivci). Ve svém díle zachycovala zejména příběhy ženských hrdinek (Přetížený klas, Milenky, Pěšinkami srdce). V dětství často Růžena se svými sourozenci jezdila na prázdniny do Milevska ke své babičce, jejíž zámožná měšťanská rodina Vodňanských vlastnila zájezdní hostinec Modrá hvězda. V roce 1890 se provdala za básníka F. X. Svobodu v naději, že získá společenskou nezávislost. Měla svůj salon, který navštěvoval Antonín Sova, Vilém Mrštík, František Václav Krejčí, F. X. Šalda, herečka Hana Kvapilová, z literárně činných žen Božena Benešová a později i Marie Pujmanová. Sblížení s F. X. Šaldou se rokem 1893 proměnilo v milostný vztah. V průběhu první světové války působila v Českém srdci. Roku 1918 založila časopis Lípa, který sama redigovala. Růžena Svobodová zemřela v roce 1920 ve věku 52 let a je pochována na pražském Slavíně.

Břetislav Benda (1897 – 1983)

Břetislav Benda patří mezi významné české sochaře 20. století. V roce 1915 byl přijat na Akademii výtvarných umění, kde byl žákem Josefa Václava Myslbeka. Jeho studia však přerušila první světová válka a v roce 1916 musel narukovat. V letech 1919 až 1922 pokračoval ve studiu na Akademii pod vedením Jana Štursy. Od roku 1923 byl členem S.V.U. Mánes. Břetislav Benda zemřel roku 1983 ve věku 86 let a je pohřben na vyšehradském hřbitově. Prvním zveřejněným dílem Břetislava Benda je reliéf Panny Marie na kapličce v Líšnici u Milevska. Dále se věnuje především modelování ženského těla. Kromě bronzových soch stvořil Benda i mnoho soch z mramoru. (Zdroj: Milevskem.cz)

2. 2. Strategické cíle koncepce kultury

Tato část dokumentu, stejně jako i dvě ostatní, vychází ze strategických dokumentů města, jako je např. Strategický plán rozvoje města Milevsko. Koresponduje s nosnou vizí: „**Město Milevsko, charakteristické koncentrací ekonomické síly, technického umu a kulturních tradic, bude při respektování místních podmínek vytvářet zázemí pro rozvoj podnikání, lidských zdrojů a cestovního ruchu. S cílem zastavit**

a obrátit trend poklesu počtu obyvatel, se chce ve všech směrech přiblížit tomu, čemu se říká ‘dobré místo pro život’.

Kromě vize města je východiskem pro tuto strategii tato část strategického plánu: „**Město bude trvale klást velký důraz na existenci velmi komfortní nabídky pro využití volného času obyvatel (s důrazem na mladou generaci) i návštěvníků, intenzivně a systematicky proto podporuje společenský život, kulturu, sport a turismus.**“ (Zdroj: Strategický plán rozvoje města Milevsko, 2015)

Účelem této dílčí koncepce zaměřené na oblast kultury města Milevsko je zaznamenat současný stav a určit další směr vývoje kulturní oblasti s ohledem na rozvoj moderní doby – digitální doby – a s tím i rozvoj eCulture.

Vzhledem k faktu, že tento dokument navazuje na Strategický plán rozvoje města Milevsko (dále SPRMM), je jeho nadstavbou, jsou zde uvedeny **strategické cíle v oblasti kultury** obsažené ve SPRMM jako nosné pilíře pro naplnění výše uvedeného plánu města.

Strategický cíl 1	Zlepšování podmínek pro kulturní aktivity významných nositelů kultury
Strategický cíl 2	Rozvoj umělecké osobnosti
Strategický cíl 3	Podpora existujících a tradičních akcí a rozšíření jejich nabídky
Strategický cíl 4	Rozšíření prezentace kulturních aktivit a posílení lokální identity občanů s městem
Strategický cíl 5	Posílení image města
Strategický cíl 6	Zvýšení informovanosti veřejnosti o historii města
Strategický cíl 7	Podpora kulturních lidových tradic
Strategický cíl 8	Pokračování v péči o hmotné kulturní dědictví
Strategický cíl 9	Podpora aktivního využívání volného času dětí, mládeže, dospělých a seniorů

Zdroj: Strategický plán rozvoje města Milevsko, 2015

2. 3. Role města v kulturní činnosti

Již bylo několikrát zmíněno, že kulturní život ve městě, zvláště pak v letním období, je velmi aktivní a rozmanitý. Obvykle mají akce svým rozsahem místní význam (hudební, sportovní či divadelní). Město rovněž disponuje s dostatečnou nabídkou kulturních zařízení, jako je Dům kultury, Milevské muzeum, Městská knihovna, Milevské kino a prodejní Galerie M. Několikrát do týdne se v Milevsku konají volnočasové aktivity. Občané mohou informace najít v několika komunikačních kanálech – web, Facebook, letáky, Informační centrum, zpravodajské periodikum apod. Pro zábavu a vyžití mohou občané využít místní kavárny, hospůdky a diskotéku. Město si v průběhu let vytvořilo stabilní nabídku tradičních

kulturních akcí a snaží se ji přizpůsobovat změně hodnot společenských skupin, které ovlivňují poptávku po nových aktivitách a službách. V současné době je vyšší poptávka po realizaci velkých kulturních projektů v oblasti tzv. masové kultury. Pořádání specifických celoměstských akcí či festivalů patří k nástrojům vytvářejícím pozitivní image města navenek. Nabídka kulturních služeb ve městě Milevsko je přizpůsobena struktuře jeho obyvatel. Omezení města v pořádání větších kulturních akcí je mimo jiné i v nedostatečné kapacitě ubytovacích zařízení nebo nedostatku parkovacích kapacit. Ale i toto omezení město v současné době řeší pomocí rozšiřování možnosti parkování či využívání chytrých technologií.

Město zasahuje do kulturních aktivit v Milevsku mnoha způsoby:

- Založení a finanční podpora kulturních organizací
- Zprostředkování komunikace směrem k občanům ohledně kulturních akcí
- Vytvoření poradního orgánu Rady města pro kulturu
- Finanční podpora (každoročně) malých spolků, občanských sdružení a jiných organizací – v rámci dotační grandu (*více dále*)
- Dotace na obnovu kulturních památek
- Sportovní, kulturní a volnočasová infrastruktura ve vlastnictví města Milevsko je některým sportovním spolkům a sdružením k dispozici k užívání za zvýhodněných podmínek

Dotační program „Kultura 2019“ je podpůrný program města Milevska pro oblast kultury. Jedná se o každoročně se opakující dotační titul, kdy malé nekomerční kulturní organizace mohou zažádat až o 30 000 Kč, přičemž suma dotačních prostředků je 200 000 Kč. Hlavním účelem dotačního programu je:

- podpora a rozvoj kulturních a kulturně vzdělávacích aktivit v městě Milevsku a jeho regionu (regionem se v tomto dokumentu rozumí správní obvod Milevska jako obce s rozšířenou působností);
- rozšíření a zkvalitnění nabídky pro občany v oblasti kultury a vzdělávání;
- podpora péče o drobné kulturní památky (rozumí se stavby či jiné objekty s historickou hodnotou nezapsané na seznamu nemovitých kulturních památek, a to i v případech, kdy nejsou v právním smyslu samostatnou věcí). (Zdroj: *město-milevsko.cz*, *dotační program*)

Podpořené jsou projekty, které doplňují kulturní působení městských profesionálních organizací v této oblasti. Avšak každoročně opakovaným problémem je převis poptávky nad nabídkou. Detailní vyhodnocení dotačního programu města „Kultura 2019“ lze najít v Příloze 2 tohoto dokumentu.

2. 4. Hlavní kulturní památky ve městě

Níže následuje popis hlavních kulturních památek ve městě. Je zkrácený, neboť zevrubný popis těchto památek lze najít ve Strategickém plánu rozvoje města Milevsko. Uvedený text je z tohoto zdroje a ze zdroje „Strategie území správního obvodu ORP Milevsko v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství a cestovního ruchu“ citován.

„Milevský klášter patří k nejhodnotnějším památkám v Čechách, které byly postaveny v románském slohu. Jedná se o nejstarší klášter a zároveň jedinou románskou baziliku jižních Čech a v rámci celé České republiky pak jde o jednu ze tří nejcennějších románských staveb. Titulem národní kulturní památka se může pyšnit od roku 2008. Byl založen velmožem Jiřím z Milevska pravděpodobně roku 1184. První doložená zmínka o klášteře pochází z roku 1187, kdy byl jmenován jeho první opat Jarloch (Gerlachus), jenž je považován za jednoho z pokračovatelů Kosmovy kroniky. Krátce po založení vznikla v blízkosti ves a později město Milevsko. Panství změnilo několikrát majitele a církev se vrátilo až v roce 1623, kdy jej získal strahovský klášter a zřídil zde proboštství. V 17. a 18. století byl klášter barokně upravován a bylo změněno i jeho zasvěcení na Navštívení Panny Marie. Další využití našly klášterní budovy za 1. světové

války, kdy sloužily jako vojenský lazaret a roku 1950 je zabral velkostatek. Premonstrátský řád se do kláštera vrátil až roku 1969.

V rámci Milevského kláštera je i velmi významná památka, konkrétně kostel Navštívení Panny Marie z doby po roce 1187 (románská bazilika). Dále pak byla rozšířena koncem 13. století. Následovala barokní úprava v roce 1648 a naposledy byla opravována v 90. letech 20. století.

V současné době klášter slouží nejen církevním účelům, ale stává se také dějištěm řady kulturních akcí. V areálu sídlí děkanství, Milevské muzeum a farní charita.

Hřbitovní kostel sv. Jiljí se nachází v těsné blízkosti milevského kláštera a má v sobě nejstarší zdi v Milevsku. Jako románský tribunový kostel se poprvé připomíná roku 1150, tedy ještě před založením kláštera. Následně byl goticky upraven. V současnosti kostel tvoří gotická jednodlná stavba s pětibokým chórem, na západě s románskou zvonící a na severu s dochovaným románským kvádříkovým zdivem.

Kostel sv. Bartoloměje se nachází v centru města na náměstí Edvarda Beneše a je chráněn jako kulturní památka České republiky. Pseudorománský kostel z roku 1866 vznikl na místě původního kostelíka z přelomu 15. a 16. století. Jedná se o trojlodní stavbu s pětiboce uzavřeným presbytářem a hranolovitou věží v západním průčelí, která je vedle klášterní baziliky považována za druhý symbol města. Kostel sv. Bartoloměje je veřejnosti přístupný o bohoslužbách a v případě konání kulturních akcí.

Mezi další památky ve městě můžeme zmínit: **Bývalá radnice č. p. 1**, **Budova č. p. 6** – bývalá spořitelna (secese, rok 1909), **Budova č. p. 420** – stará část budovy současné radnice (z období let 1901-1902). Spořitelna a radnice – prohlášeny v roce 2012 za kulturní památku. V roce 2007 byl prohlášen za kulturní památku soubor **šesti secesních vil** v ul. Gen. Svobody. Další kulturní památka je **Budova č.p. 156**, kterou v letech 1906–1907 postavil tábořský stavitel F. J. Ješe jako občanskou záložnu.

Mezi další církevní památky na území města Milevsko řadíme např. **Bývalou faru č. p. 3** z 18. století, **Výklenková kaplička sv. Jana Nepomuckého** (za kostelem sv. Bartoloměje), dále pak **Výklenková kaplička Panny Marie** (opět barokní stavba).

Kromě církevních památek zasvěcených křesťanství je v Milevsku situováno také několik židovských památek. Mezi nejvýznamnější patří **Nová synagoga**, která stojí v Milevsku v Sokolovské ulici. Byla postavena za 1. světové války v letech 1914 – 1919 jako náhrada za Starou synagogu, která přestala dostačovat. Jedná se o dílo pražského architekta Střílka a předního architekta období českého kubismu O. Tyla. Bohoslužby se v synagoze konaly až do druhé světové války, během okupace její prostory sloužily jako sklad sušeného mléka a obalů. Válka zapříčinila zánik židovské obce a od roku 1950 je budova využívána jako křesťanský kostel Církve československé husitské. V interiéru se zachovala čelní stěna se svatostánkem – schránkou na Tóru a symboly Desatera a dále ženská galerie podepřená kamennými sloupy.

Mezi další upomínky na bývalé židovské obce v ORP Milevsko patří židovské hřbitovy, které se nacházejí u obce Chyšky, Kovářov a Zběšičky, ale patrně nejznámější **židovský hřbitov** je situován severovýchodně od města Milevska, u bývalé hájovny Židovna, a dnes spadá do katastru městyse Sepek. Hřbitov je volně přístupný a z Milevska k němu vede žlutá a zelená značka - z centra města je vzdálen téměř 2 km. Hřbitov byl založen před rokem 1714 (z tohoto roku je zde nejstarší náhrobek) a pohřbívalo se zde až do roku 1942.“

Nelze opomenout další významný **židovský hřbitov (Nosetín)**, který byl založen na počátku 18. století a byl užíván do začátku 20. století. Hřbitov je však poměrně prázdný. Dnes se zde nachází cca 50 náhrobků, část z nich je však povalená nebo poničená. Z bývalé márnice se dochovala velká část obvodového zdiva. Hřbitov je situován 1 km jihovýchodně od obce, při silnici do obce Květuš na okraji menšího lesa. Hřbitov je volně přístupný.

2. 5. Stručná charakteristika kulturních zařízení Milevska

Pro analytickou část je nutné popsat základní charakteristiky významných kulturních zařízení ve městě. Opět z důvodu potenciální duplicity je tento popis zestručněn, neboť lze pro detailní informaci využít aktuální strategický dokument „Strategie území správního obvodu ORP Milevsko“, popř. „Strategie rozvoje města Milevsko“.

Mezi významná kulturní zařízení Milevska patří:

- Dům kultury
- Galerie M
- Městská knihovna
- Milevské muzeum
- Milevské kino

Dům kultury Milevsko

Jedná se o příspěvkovou organizaci představující centrum kulturního dění včetně nepřeborného množství nabídky volnočasových aktivit. Organizace vlastní sál s kapacitou 400 míst, který je využíván pro pořádání kulturních a společenských akcí všeho druhu od divadelních představení, koncertů, přes různé besedy a přednášky až po plesy a konference. Pro akce menšího rozsahu jsou určeny další tři sály, přičemž každý z nich pojme přibližně 100 osob. Dále je v domě kultury k dispozici několik učeben (včetně počítačové učebny), které slouží k výuce, vzdělávání či školení s různým zaměřením. Přímo v budově se také nachází restaurace. V letních měsících se řada kulturních akcí koná v amfiteátru, který je situován v zahradě areálu, kde je také provozována letní zahradní restaurace. Dům kultury je po rekonstrukci za více než 29 milionů korun (hrazeno formou dotací ze Společného regionálního operačního programu). Je třeba však potřeba počítat s investicí na zlepšení akustických vlastností sálů.

Milevské kino a Galerie M

Obě tato kulturní zařízení jsou provozována Domem kultury Milevsko. Galerie M je stálá prodejní expozice výtvarného umění (keramika, šperky, textil, obrazy, plastiky, sklo). Každý měsíc se zde konají výstavy profesionálních výtvarníků. Galerie zajišťuje pořádání výstav pro neprofesionální výtvarníky "na klíč" a provádí komisi prodej výtvarných děl. Již tradiční akcí galerie je každoroční výstava „Výtvarníci Milevska a okolí“, kde se prezentuje vždy kolem dvaceti nadšených umělců z regionu. Prostory galerie slouží rovněž pro malé formy divadelních a hudebních představení. Kino disponuje kapacitou hlediště pro 152 osob a je vybaveno digitální 2D a 3D projekční technologií.

Městská knihovna

Městská knihovna v Milevsku je příspěvkovou organizací, jejímž hlavním posláním je udržování a doplňování základního knihovního fondu populárně naučné a odborné literatury a dalších dokumentů a informačních pramenů, které slouží pro potřeby škol a občanů města a celého milevského regionu. V roce 2010 se z knihovny v Domě kultury Milevsko stala pobočka městské knihovny.

Milevské muzeum

Ke slavnostnímu otevření došlo dne 29. 8. 1937 v prostorách nové radnice. Následně se muzeum muselo stěhovat a omezovat provoz. V roce 1949 bylo muzeum přesunuto do premonstrátského kláštera, na prvním nádvoří. Před šesti lety, v roce 2013, se muzeum přestěhovalo do nově zrekonstruované budovy z roku 1768, která se nachází na druhém nádvoří kláštera. Zde byly vytvořeny nové expozice, které byly

slavnostně zpřístupněny dne 1. 6. 2013. Přízemí muzea nabízí ve dvou sálech ke zhlédnutí archeologickou expozici vztahující se k dějinám města a celého regionu. Mezi zajímavosti zdejší expozice patří například dodnes fungující velké věžní hodiny z roku 1699. Jedna část expozice je také věnována siamským dvojčatům, srostlým sestrám Blažkovým, které se roku 1878 narodily nedaleko Milevska.

Muzeum milevských maškar

Muzeum bylo otevřeno v roce 2017, a to právě v návaznosti na dlouholetou tradici maškarního průvodu v Milevsku. Muzeum milevských maškar je českým unikátem, neboť je jediným muzeem v Česku, které se zaměřuje na dějiny zdejší národopisné tradice – masopustní průvody. Muzeum milevských maškar se věnuje tradici sahající až k lidovým hrám a středověkým městským slavnostem. V muzeu maškar je i malý kinosál, ve kterém se promítají dokumentární záběry i novodobější videa z některých masopustních průvodů. Pro malé děti je celoročně připravena výtvarná dílnička, kde si mohou vaše děti vybarvit vlastní masku (za příplatek), popř. omalovánky, s maškarním tématem. Návštěvnost se za 7 měsíců v roce 2019 pohybovala přes dva tisíce. V létě 2019 se podařilo doplnit expozici muzea o interaktivní prvky v podobě 25 typických milevských maškar v nadživotní velikosti pro promítání na plátno a do čtyř tabletů instalovaného programu s plánkem muzea, kde si návštěvníci mohou kliknout na konkrétní masku a dočtou se o ní různé informace včetně její historie. Od letošního roku toto muzeum spadá pod Dům kultury Milevsko.

2. 6. Spolky a jiná kulturní zařízení

Významnou složkou kultury je také **spolková činnost**, která v mnoha případech dokázala překonat nedostatek jiných zdrojů pro rozvoj a udržení kulturních aktivit a tradic zejména v méně rozvinutých a venkovských oblastech regionu. Aktivita nabízí možnost volnočasového vyžití jak dětem a dospívající mládeži, tak dospělým. V současné době působí ve městě Milevsku několik spolků a sdružení. (*Zdroj: web města/spolky v Milevsku*)

- **Dům dětí a mládeže Milevsko:** Tato organizace nabízí zájmové kroužky, volnočasové aktivity, letní tábory, akce pro děti, soutěže MŠMT, turnaje, kurzy a dílny.
- **Maškarní sdružení** - spolek pro udržování tradic v Milevsku. Kromě spolupořádání masopustního maškarního průvodu, zajišťuje pro děti akci Cesta pohádkovým lesem, dále pak mikulášskou nadílku a 30. dubna upalování čarodějnice. Spolupracuje s podobnými spolky v jižních Čechách, i s místními kulturními organizacemi, jako je Dům kultury.
- **Spolek pro rozvoj kultury:** Spolek existuje již téměř 30 let. Sdružuje zájemce o kulturní činnost z řad občanů, jeho členy jsou ale i ředitelé profesionálních městských kulturních zařízení (Městská knihovna, Dům kultury), s nimiž spolek úzce spolupracuje. Jeho hlavní činností je zajišťování organizační a finanční podpory kulturních aktivit ve městě Milevsko a jeho regionu. Spolek pro rozvoj kultury organizuje Univerzitu třetího věku (pro seniory), letos se již jedná o 17. ročník. Nemá webové stránky, prezentuje se pouze na Facebooku. Rovněž spolek podporuje vydávání tištěných knih, s regionální tematikou. Frekvence vydání knihy je přibližně jedna za rok. Tento spolek stál za zrodem akce Hudební sklepy.
- Hudební, divadelní či výtvarné soubory, jako jsou: **Milevský smíšený sbor, Milevský dětský sbor, sbor Mil Roses**, popř. taneční skupiny **EFK Dance Family, NRG Crew**.
- **Zvonci – Zběšičky** (soubor mentálně postižené mládeže z Ústavu sociální péče pro mládež ve Zběšičkách)
- **Junák - svaz skautů a skautek ČR, středisko Milevsko:** Sdružení má zhruba 50 členů, z toho kolem třiceti do 18 let věku. Je tvořeno jedním oddílem dívčím, jedním chlapeckým a jedním oddílem old skautů. Klubovna je v prostorách 1. základní školy T. G. Masaryka. Kromě obvyklé skautské činnosti se

členové každoročně účastní organizace humanitárních sbírek (Květinový den a další), čistí Milevský potok a podílejí se na přípravě betlému na náměstí E. Beneše. Vyvrcholením činnosti je každoroční letní tábor.

- **Pionýrská skupina Havráňata:** Sdružení dětí a jejich přátel má kolem 25 členů. Děti vychovává k životu v přírodě a k soužití s ní. Zaměření sdružení je turisticko-přírodovědné, orientace na život v přírodě je inspirována odkazem E. T. Setona.
- **MILÍSEK - Centrum mladé rodiny Milevsko:** Založeno v roce 2009. Cílem je poskytování otevřeného a bezpečného prostoru pro rodiny ze všech vrstev společnosti. Cílem je umožnit začlenění i sociálně slabých rodin, matek samoživitelek, rodičů s postiženými dětmi apod.
- **Sbor dobrovolných hasičů Milevsko:** Byl založen v roce 1870. Počet členů je 65. Nemá vlastní webové stránky. Kromě hašení požárů a likvidace mimořádných událostí organizují i osvětu v rámci preventivní činnosti či pořádají sportovní soutěže.
- **Rybářský svaz (ČRS):** Občanské sdružení, jehož posláním je zejména vykonávat rybářské právo ve smyslu zákona o rybářství, chovat, chránit a lovit ryby, chovat a lovit vodní organismy, ochraňovat jejich život a životní prostředí.
- **Ostatní neziskové organizace** (folklorní soubory, ochotnické divadlo, sdružení působící v oblasti kultury – sbory, country kapely, hudební skupiny).
- **Ženy pro Milevsko:** Jedná se o zájmové sdružení založené organizační složkou „Živé Milevsko“, ale dnes již funguje samostatně. V červnu tohoto roku zorganizovali první farmářské trhy ve městě. Skupina milevských žen se nejprve přihlásila k aktivitě Živé Milevsko se záměrem udělat něco pro rodiny s dětmi, aby pro ně byl život v městečku příjemnější. Nakonec si založily spolek a scházejí se v knihovně. První vlašťovkou bylo rozmístění malovaných hracích beden po městě, kde se mohou maminky s dětmi na procházkách zastavit a děti si mohou pohrát s tím, co v bedně najdou. Lidé tam dávají zadarmo hračky i různé sportovní náčiní.
- **Spolek Šrot** - mladí lidé, pořádající hudební akce (punk), různá setkání, zřídka i výstavu. Získali od města k pronájmu zchátralý domeček po námořníkovi Theodoru Hřebenářovi. Spolek vznikl teprve před dvěma lety. Jedná se o multižánrový spolek, který pořádá umělecká setkání.

Obecně prospěšná společnost Milevský kraj plní funkci regionálního informačního střediska pro celý milevský region. Společnost byla založena 1. ledna 2001 a u jejího vzniku stály čtyři subjekty – Svazek obcí Milevska, Město Milevsko, Spolek pro rozvoj kultury v Milevsku a Spolek pro mezinárodní spolupráci Milevsko, které se zároveň staly jejími zakladateli. V současnosti Milevský kraj o. p. s. již plně spadá pouze pod město, neboť se Město Milevsko ve třetím čtvrtletí roku 2013 stalo jeho jediným zakladatelem.

Jak již název Milevský kraj napovídá, společnost se zabývá shromažďováním, zpracováváním a poskytováním všestranných informací o milevském regionu a blízkém okolí a o aktuálním dění ve městě a v celém regionu z oblasti turistiky, společenského, kulturního a sportovního života, činnosti veřejné správy, spolků a občanských iniciativ.

Mezi další činnosti společnosti patří propagace regionu Milevsko s městem Milevskem jako jeho centrem v médiích, na internetu, na veřejnosti v tuzemsku i v zahraničí napomáhající jeho zviditelnění. Milevský kraj o. p. s. usiluje o zvýšení povědomí o mikroregionu ze strany široké veřejnosti a snaží se z regionu Milevsko vytvořit turisticky atraktivní destinaci, která bude konkurenceschopná nejen v pestré nabídce aktivit, ale také v oblasti rozsahu a kvality poskytovaných služeb. Společnost Milevský kraj je také spjata s provozováním turistického informačního centra, které o. p. s. provozuje na objednávku pro Město Milevsko. Milevský kraj o. p. s. je také již tradičně pořadatelem různých kulturních akcí – tou nejznámější je jeden z největších hudebních festivalů jižních Čech – Open Air Musicfest Přeštěnice. (Zdroj: milevskem.cz)

Hlavní náplní **turistického informačního centra** je propagace města a celého regionu a zajištění kompletního informačního servisu pro návštěvníky i místní obyvatele. Infocentrum slouží i jako pokladna a vstup do unikátního Muzea milevských maškar (v 1. patře). Návštěvníkům je k dispozici wifi připojení a počítač s veřejným internetem. Informační centrum nemá vlastní stránky. Informace o něm se uživatel dozví na webu milevskem.cz, protože tento zmíněný web plní funkci v podobě propojenosti kulturní a turistické nabídky. Na microsite informačního centra je otvírací doba, pak certifikát agentury CzechTourism a Asociace turistických informačních center. Poskytuje zapůjčení elektrokol zdarma.

2. 7. Tradiční a významné (opakující se) akce ve městě

V rámci celého města (včetně správního obvodu ORP) se v průběhu roku koná řada hudebních, divadelních, zábavných akcí. Kromě zvyšování sounáležitosti jsou kulturní akce i výhodné z hlediska ekonomiky a marketingu. Kvalitní kulturní akce může přilákat další návštěvníky a tím podpořit cestovní ruch.

Mezi akce nadregionálního významu patří Milevské maškary, které jsou již více než 150 let lidovou oslavou masopustu, neboť jsou ve městě Milevsko pořádány od roku 1862, dále Jihočeský folklorní festival v Kovářově, což je regionální folklorní festival jedinečný svého druhu v Jihočeském kraji se zaměřením na umělecký rozvoj dětských a dospělých jihočeských folklorních souborů, a v neposlední řadě také Open Air Musicfest Přeštěnice - legendární hudební festival uprostřed jihočeských luk a hájů poblíž malebné vesničky Přeštěnice. Letos se konal již 19. ročník tohoto festivalu a na několika scénách se zde představily desítky českých a zahraničních skupin různých žánrů. (Zdroj: *Strategie území správního obvodu ORP Milevsko*)

Vzhledem k zaměření strategie na město Milevsko, níže budou popsány hlavní kulturní akce konající se právě v tomto městě. Vždy je u nich napsáno měsíc konání, místo konání, hlavní pořadatel a stručný popis akce.

Akce:	Měsíc konání	Místo konání	Hlavní pořadatel	Stručný popis akce
Novoroční ohňostroj	leden	nám. E. Beneše	Dům kultury Milevsko a město Milevsko	Tradiční novoroční ohňostroj 1.1. od 17:30 h.
Milevské maškary	únor, březen	Především nám. E. Beneše	Dům kultury Milevsko ve spolupráci s Maškarním sdružením Milevsko	Milevské maškarní průvody se ve své nynější podobě datují od roku 1862. Vyvinuli se ze středověkých lidových her. Délka těchto oslav masopustu je třídní. Ve čtvrtek proběhne tradiční zvaní milevských maškar. Masky při něm procházejí městem a zvou obyvatele k účasti na sobotním průvodu. I další den je v tradičním duchu, kdy kromě divadelních a hudebních představení žádají maškary Radu města o nadvládu nad městem (na víkend). Obvykle ji obdrží a oslavy pokračují i v sobotu, kdy dopoledne je bohatý kulturní program a od 14 hodin vychází od Domu kultury Milevsko masopustní průvod. Každý rok se obměňuje námět, pro příští rok mají maškary motto:

				„Nejsme žádné dvojky“, protože se tato akce koná 22.2.2020.*
Velikonoční jarmark	březen - duben	Milevské muzeum, II. nádvoří	Milevské muzeum	V roce 2020 se bude konat 18 ročník tohoto jarmarku, plný tradičních řemesel (tematicky k Velikonocům). Jedná se o mnoho řemesel, např. tvorba keramických talířů, tkaní na kolovrátku, kresba kraslic, hraní na flašinet apod.
Pálení čarodějnic	duben	Amfiteátr milevského Domu kultury	Dům kultury Milevsko a Maškarní sdružení Milevsko	Odpoledne se zahájí zábavným programem na pódiu včetně soutěží na stanovištích, následuje zapálení vatry, diskotéka a na závěr večera ohňostroj.
Den vína a mandlovice z Hustopečí	květen	nám. E. Beneše	město Milevsko město Hustopeče Dům kultury Milevsko	V roce 2019 se jednalo o první ročník společné akce měst Milevsko a Hustopeče. Jedná se o zábavné odpoledne, kdy se dělají ochutnávky vín (dospělí), hrají zde místní kapely, není opomenuto i na program pro děti. Součástí akce jsou i stánky s občerstvením všeho druhu, nápoji, sladkostmi či s různými předměty k prodeji.
Muzejní noc	květen	Ve všech prostorách muzea a na nádvoří	Milevské muzeum	Komentovaná prohlídka muzea (v roce 2019 se jednalo o železnice), loutkové divadlo, kouzelník. V archeologickém oddělení muzea si zájemci mohli složit své archeopeklíčko. Večer ještě pokračoval koncertem a dalším programem.
Milevsko sobě	červen/ září	nám. E. Beneše	Dům kultury Milevsko a město Milevsko	Jedná se o akci, kdy mají možnost představit se všichni milevští umělci, sportovci, sportovní kluby, tělovýchovné jednoty, tanečníci, zpěváci či neziskové organizace. Pro návštěvníky je připraven program především s milevskými účinkujícími. Nechybí stánky městské knihovny, či dětské představení.
Den dětí	červen	Dům kultury Milevsko	Dům kultury Milevsko	Zábavný program pro děti v podání agentury DOREMI (rok 2018) Soutěže v režii DDM Milevsko.
Milevské kulturní léto	červenec - srpen	Amfiteátr milevského Domu kultury	Dům kultury	Každý čtvrtek od 18 – 22hodin se konají hudební programy (vystupují kapely). Pozn. každé úterý je promítáno letní kino.
Milevské Bartolomějské posvícení	srpen	park Bažantnice, Milevský klášter	Dům kultury Milevsko	Jedná se o tři dny kulturně nabitého programu. V pátek akce začíná v 17 hodin, pro děti je několik vystoupení. V sobotu od 13 hodin se konají sportovní a hudební vystoupení až do pozdních hodin. Neděle začíná ranní mší a následně do odpoledne je opět bohatý program.

Pohádkový les	srpen	Areál koupaliště následně Vášův mlýn	Dům kultury Milevsko ve spolupráci s Maškarním sdružením Milevsko.	Letos se jednalo již o desátý ročník tradiční akce pro děti na konec prázdnin. Soutěže pro děti, zábava a odměny.
Milevské bienále duchovní hudby	září	Milevský klášter	Milevský klášter	Jedná se o duchovní hudbu. V roce 2019 se konal 12. ročník a představil se Orchestr a komorní soubor Jihočeského divadla v Českých Budějovicích pod vedením dirigenta Jaroslava Vodňanského.
Milevské pivní slavnosti	říjen	Dům kultury Milevsko	Dům kultury Milevsko	Program akce je v podobě ochutnání pivních speciálů, dobrého jídla, dále pak v podobně možnosti poslechnout si muziku, zatancovat si a třeba i zasoutěžit v některé z pivních soutěží.
Oslavy 28. října	říjen	Milevské kino	Dům kultury Milevsko a město Milevsko	Jedná se o slavnostní večer oslavy vzniku Československé republiky. V roce 2019 byl v programu projev starosty, udílení pamětních medailí, hudební kapela Jazzíka.
Rozsvícení Vánoční výzdoby	prosinec	náměstí E. Beneše	Dům kultury	Návštěvnost u této akce je vysoká, vždy přes 1000 osob. Jedná se o tradiční akci pro navození vánoční atmosféry.
Vánoční jarmark starých řemesel	začátek prosince	Milevské muzeum	Milevské muzeum	Stejně jako Velikonoční, i tento jarmark je postavený na ukázkách starých řemesel. Jarmark je spojený s prodejem vánočního zboží a rukodělných výrobků.
Vánoční jarmark	polovina prosince	2. Základní škola J. A. Komenského	2. Základní škola J. A. Komenského	Jedná se o jarmark, jehož součástí je vánoční čtení, hudební program, dílničky pro děti, prodej dětských výrobků, občerstvení a mnoho dalšího.
Vánoční trhy	prosinec	Dům kultury	Dům kultury	Trhy, vánoční dekorace, vánoční ozdoby.
Hudební sklepy	několikrát během roku	Galerie M	Dům kultury	Jedná se vždy o velmi kvalitní hudební zážitek v komornějším duchu, zpravidla od půl osmé večer.

* V roce 2016 se zde uskutečnil již 154. ročník tradičního masopustního průvodu a zároveň 1. ročník Festivalu maškar, na kterém byl překonán rekord v počtu masek – maškarního průvodu se zúčastnilo celkem 1248 masek! Milevské maškary tak stále drží prvenství v České knize rekordů jako největší masopustní průvod a navíc jsou zapsány i na Seznamu nemateriálních statků tradiční lidové kultury Jihočeského kraje.

Jak je ze souhrnné tabulky vidět, akce s různým zaměřením jsou v Milevsku během celého roku, přičemž jsou z drtivé většiny organizovány Domem kultury. Tabulka však neobsahuje akce menšího rozsahu, jakou jsou např. Renesanční večery (Milevské muzeum), Halloweenská dílnička (Muzeum Milevských maškar), Filmové odpoledne s pohoštěním (Nízkoprahový klub Fanouš), Podzimní ateliér (DDM Milevsko), Halloweenské tvoření (DDM Milevsko), Arte tvoření pro holky od 11 – 15 let (Městská knihovna Milevsko), Svatomartinský průvod (Dům kultury), Ples města Milevska (Dům kultury Milevsko) atd.

ANALYTICKÁ ČÁST (e-Culture)

3. Východiska analytické části strategie v oblasti eCulture

Cílem této části je analyzovat současný stav města Milevsko jako centra kulturního dění. Pro naplnění cíle obsahuje tato část několik dílčích analýz:

- Analýza strategických dokumentů města v relevantní oblasti (*tato analýza prostupuje napříč celé této části*)
- Analýza stakeholderů pro oblast kultury (*tato analýza prostupuje napříč celé této části*)
- Analýza fungování a nabízených služeb jednotlivými organizacemi
- Analýza realizace eCulture ve městě
- Stručná analýza současného marketingového mixu v oblasti kultury
- SWOT analýza – analýza silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb

Při zpracování této části bylo využito několik metod, které jsou shrnuty v přehledné tabulce níže:

METODA	POPIS
Studium analyticko-strategických dokumentů	<p>Aby strategie byla provázána s ostatními relevantními strategiemi a koncepčními dokumenty, bylo zapotřebí udělat rozbor následujících dokumentů pro oblast kultury:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Milevska 2015 • Strategie území správního obvodu ORP Milevsko v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství a cestovního ruchu 2015 • Strategický rozvojový dokument rozvoj Smart city v Milevsku: Živé Milevsko - Smart region, 2018 • Marketingová strategie pro období 2018 – 2019, Bc. Lada Šetinová, Dis., Živé Milevsko – Smart Region • Strategie rozvoje podnikatelského parku Milevsko současně se strategií podpory malého a středního podnikání v Milevsku a strategie inkubačního a akceleračního programu v Milevsku • Státní kulturní politika na léta 2015-2020* • Okrajově ostatní strategické dokumenty (územní plán, záměry města v oblasti dopravy, sociální oblast apod.) <p>V rámci této metody sběru dat byly analyzovány i webové stránky města / jednotlivých kulturních zařízení, propagační materiály, sociální sítě (např. Facebook) a jiné komunikační kanály.</p>
Dotazníkové šetření pomocí nástroje Google	<p>Během tvorby této strategie bylo provedeno mezi místními obyvateli dotazníkové šetření, které bylo uchopeno komplexně, tudíž i včetně dotazů na oblast sportu a cestovního ruchu. Návratnost byla 65 dotazníků, přičemž respondenty bylo 28 žen a 37 mužů. Z hlediska věku byli nejvíce početní respondenti ve věku 30 – 39 let, následně mladí do 29 let a v těsném závěsu věková kategorie 40 – 49 let. Pouze dva respondenti byli ve věku 60+ let. Dotazník</p>

	byl distribuován online, na webu města a prostřednictvím sociálních sítí. Jednotlivé výstupy – odpovědi – jsou popsány vždy v relevantních kapitolách této části. Vzhledem k nižšímu počtu respondentů je tento vstup brán jako doplňkový k ostatním využitým metodám.
Řízené / polořízené rozhovory se stakeholdery	Byli vybráni zástupci stakeholderů pro oblast kultury a s nimi pak provedeny rozhovory včetně brainstormingu pro nová opatření. Nejprve se jednalo o řízené rozhovory, neboť zpracovatel dokumentu měl předpřipravené otevřené a jasné cílené otázky. Následně se obvykle řízený rozhovor změnil na relevantní diskuzi, která poskytla mnoho validních informací. Rozhovory byly provedeny s garantem projektu, s vedením města a se zástupci hlavních kulturních organizací ve městě (stakeholders).
Terénní šetření	Bylo provedeno i terénní šetření, ať již formou pozorování či dotazování. V rámci tohoto šetření zpracovatel navštívil hlavní památky města a kulturní organizace.
Workshop s vedením města	Samozřejmostí pro tvorbu strategického dokumentu je komunikace s vedením města. Workshop měl jasný cíl. Zjistit potřeby města a stanovit si cíle tohoto dokumentu. Workshop řídil garant projektu za město, konkrétně zástupce „Živého Milevska – Smart regionu“.
Brainstorming se stakeholdery	Viz řízené rozhovory se stakeholdery (výše)
Ostatní metody: syntéza, dedukce, analýza	Syntéza sjednocuje dílčí informace a vstupy do komplexního celku. Analýza je metoda zkoumání pomocí rozkladu složitých dat. Dedukce se využívá při formulování návrhů řešení a doporučení.

* Jako základní dokument v rámci kulturní politiky České republiky byl v roce 2015 schválen strategický dokument Státní kulturní politika na léta 2015-2020 (s výhledem do roku 2025). Tento dokument představuje šest priorit, kterými stát zamýšlí podpořit kulturní rozvoj v následujících letech. Priority Státní kulturní politiky na léta 2015-2020 (s výhledem do roku 2025):

- podpora kulturní identity, kulturní rozmanitosti a mezikulturního dialogu;
- rozvoj kreativity, podpora kulturních činností a vzniku kulturních statků, poskytování veřejných kulturních služeb, práce s publikem, podpora přístupu ke kultuře a rozvoj participativní kultury usnadňující sociální začlenění;
- uchování kulturního dědictví;
- využití kulturního dědictví a kulturních činností, služeb a statků pro rozvoj hospodářství a zvyšování konkurenceschopnosti, podpora mobility;
- **využití nástrojů eCulture pro rozvoj kultury;**
- efektivnější prostředí pro podporu kulturních činností, poskytování veřejných kulturních služeb, vzniku kulturních statků a uchování kulturního dědictví. (Ministerstvo kultury ČR, 2015)

3. 1. Analýza fungování hlavních kulturních zařízení ve městě

3. 1. 1. DŮM KULTURY

Dům kultury je organizace založená městem, pracuje zde 9 zaměstnanců na HPP. Touto organizací je zajišťována i činnost kina s amfiteátre a Galerie M. Výhodou je celoroční provoz. Organizace nabízí

širokou škálu kulturních a volnočasových aktivit, ať se jedná o divadlo, hudební koncerty či vzdělávací přednášky.

Dům kultury Milevsko je organizátorem programů všeho druhu od místní amatérské scény až po špičkové české umělce a rovněž zajišťuje řadu společenských akcí od místní lidové zábavy až po významná pracovní setkání. Aktivity domu kultury se však nekonají pouze v jeho vlastních prostorách, ale organizace tradičně zajišťuje i akce na veřejných prostranstvích v Milevsku – např. Bartolomějské posvícení v parku Bažantnice, Milevské maškary na náměstí E. Beneše apod. Jak již bylo zmíněno, Dům kultury je provozovatelem Galerie M, kde se návštěvníci setkají nejen s rozličnými druhy umění, ale také jsou v galerii pořádány komornější kulturní akce, jako jsou tematicky zaměřené besedy, křest nově vydaných knih či koncerty interpretů různých žánrů. Dům kultury Milevsko se zkrátka stará o to, aby město sloužilo jako živá ukázka kultury a mohlo v průběhu celého roku občanům i návštěvníkům města nabídnout pestrout paletu kulturních zážitků. (Zdroj: *Strategický plán rozvoje města, 2015*).

V tomto domě mají zázemí i místní sbory (např. dětský sbor, či Milevský smíšený sbor) nebo i kapely, jako je Kovačka.

Silnou stránkou je rovněž pokrokovost v komunikaci a nabízení elektronických služeb. Všechny informace jsou umístěny na webu (konkrétně se jedná o: www.milevskem.cz, www.muzeummaskar.cz, www.prestenice.cz, www.milevskeslavnosti.cz, www.milevskemaskary.cz), dále na sociálních sítích (Facebook, Instagram), následně i „aftermovie“ na Youtube. Na Facebooku mají přes 3 000 like, jsou vydavateli Milevského zpravodaje (4 500 ks) a Kulturního přehledu v nákladu 150 kusů.

Kromě komunikace je možno využívat online nástroje, jako je nákup vstupenek online (koncerty, kina, divadlo), případně rezervace online. Hradit danou akci lze přímo platební kartou přes online platební bránu. Dokonce Dům kultury nabízí občanům možnost virtuální prohlídky obou pater na webu: <https://www.milevskem.cz/item/dk-milevsko/>. Stejně tak je možno si prohlédnout (virtuálně) kino včetně promítací kabiny (<https://www.milevskem.cz/item/milevske-kino/>).

Rovněž mají velmi kreativní a atraktivní grafiku na propagačních materiálech. Snaží se akce dělat vždy tematicky s dobou, obměňovat je, inovovat při zachování tradičního pojetí. Dům kultury disponuje i s vlastními reklamními plochami.



I když
je

nabídka akcí velmi rozsáhlá (téměř každý den po celý rok je Domem kultury nabízená kulturní nebo volnočasová akce), tato organizace nemá problém s návštěvností. Je to dáno třemi důvody:

1. Dům kultury je hlavním centrem kulturního dění.
2. Dům kultury má profesionální marketingovou komunikaci i nabídku online služeb.
3. Dům kultury vesměs pořádá úspěšné a oblíbené akce.

Pro ilustraci je zde uvedena návštěvnost proběhlých akcí v roce 2018 (řádově):

- Milevské maškary: přibližně 800 masek
- Pálení čarodějnic: 400 návštěvníků
- Milevské Bartolomějské posvícení: za celá víkend návštěvnost 4000 – 6000 návštěvníků
- Pivní slavnosti: za víkend cca 1500 – 2000 návštěvníků
- Milevské hudební sklepy – 700 – 800 návštěvníků
- Velikonoční trhy: 500 návštěvníků
- Vánoční trhy: 1000 návštěvníků

Návštěvnost akcí v Domě kultury včetně návštěvníků kurzů a dalších aktivit je přibližně 150 tis. lidí ročně.

Slabou stránkou je technický stav prostor. Konkrétně se jedná o budovy Domu kultury a kina. V roce 2021 měla být zahájena rekonstrukce, ale z důvodu vysokých nákladů bude pravděpodobně tato investice odložena. Je potřeba budovu zateplit, udělat novou kotelnu, fasádu a velký sál - především novou zvukovou techniku a zlepšit akustiku. Toto vše představuje náklady 57 milionů Kč, přičemž získaná dotace pokrývá prozatím 13 milionů Kč. Dům kultury sice prošel rekonstrukcí, ale během ní se pouze opravily toalety, vstupní areál a restaurace. I kino je potřeba opravit, například vyměnit původní sedačky. Celkové náklady by byly přibližně 4,5 milionů Kč.

Zhodnocení silných a slabých stránek DK a akcí, které pořádá

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
---------------	---------------

Mnoho nabízených kvalitních akcí pro všechny cílové skupiny ve městě	Nízké zapojení místních podnikatelů do kulturního dění (např. gastronomie)
Nabídka i moderních online služeb – reflektování trendu digitální doby	Špatný technický stav Domu kultury a kina
Kreativita a vtipnost propagačních materiálů	Příliš masová propagace maškar
Aktivní komunikace prostřednictvím komunikačních kanálů	Nízká spolupráce s ostatními kulturními organizacemi
Podpora začínajících umělců: výtvarníci (Galerie M), hudebníci (v rámci Milevského kulturního léta)	
Tvorba pěkných videí po skončení akce zachycující danou atmosféru	
Žádný problém s návštěvností	
Poskytování zázemí dalším aktérům kultury	

3. 1. 2. MILEVSKÉ MUZEUM

Důležité je zdůraznit cíl muzea: vyhledávat, ošetřovat a zpřístupňovat „historickou paměť“ občanům. Proto by (dle vedení muzea) neměl být hlavním kritériem počet zákazníků a už vůbec ne komerční úspěch. Dle odhadů zajde do muzea přibližně 4 500 lidí za rok. Důležité pro muzeum je, jaké má sbírky – předměty v katalogu. Muzeum disponuje „vzácnými předměty“, například kalichem z první poloviny 14. století, nebo pozůstatost po siamských dvojčatech (sestry Blažkovy).

První patro muzea je koncipováno jako „Muzeum pro celou rodinu“, kde by si každý návštěvník mohl najít to, co by ho zajímalo. Pro pány je připraven Sál zbraní s ukázkami militarií od gotiky až po I. světovou válku, dámy by mohla zajímat Babiččina světnička s ukázkami kuchyňské a textilní vybavy z doby před sto lety, a pro děti je připraven loutkový salónek s ukázkami loutek marionet z Jiráskovy hry Lucerna. Ve druhém patře muzea se v sále konají sezónní výstavy. Na chodbách a schodištích muzea jsou umístěny fotografie staré Vltavy. Otevírací doba muzea je od března do prosince, denně kromě pondělí od 9 do 12 a od 13 do 17 hodin, včetně víkendů. (Zdroj: *Strategický plán rozvoje města, 2015*).

Výstavy, které vychází z dobových výročí, se konají přibližně 4x do roka. Například na rok 2020 se připravuje výstava ke 100 letům výročí fotbalu, nebo nyní probíhá výstava (do 17.11.2019) „130 let na křídlech Sokola“ jako oslava výročí a poctu k T.J. Sokol Milevsko.

Milevské muzeum pořádá každoročně v březnu a prosinci Velikonoční a Vánoční jarmark s ukázkami starých řemesel, v létě se koná Muzejní noc a v červenci a srpnu Renesanční večery s ukázkami starého šermu, tanců a hudby. Rovněž muzeum realizuje odborné přednášky s historickou tematikou po školách či domovech důchodců (přibližně 15 přednášek / rok). Cílem je osvěta historie pro Milevsko.

Dříve muzeum organizovalo i historické bitvy z první či druhé světové války. Ale tyto akce jsou velmi problematické z důvodu potřeby mnoha povolení od veřejných institucí (přibližně až 25 povolení). To samozřejmě zabere minimálně půl roku práce, ale efektivita a návštěvnost k poměru práce je nízká, byť s rostoucí tendencí. V roce 2005 se akce účastnilo 300 lidí, o tři roky později to bylo 1 000 návštěvníků a v roce 2014 dokonce až 1 500 lidí. Pokud by se do budoucna zvažovala organizace podobné akce, pak ve vazbě na výročí dané události.

Pro návštěvníky slouží také badatelna a knihovna historické a odborné literatury. Tyto knihy se půjčují pouze prezenčně. Rovněž muzeum je autorem mnoha monografií (konkrétně nejčastěji ředitel muzea), které se dají zakoupit i na webu. Jedná se např. o Vražedné příběhy z Čech a Moravy, Válečný deník Bohumila Šímy, Historické příběhy ze staré Šumavy, Vzpomínky starého mlynáře a mnoho dalších.

Muzeum sídlí v Milevském klášteře, v pronajaté budově. Jedná se o pěknou budovu, ale vzhledem ke svému stáří neodpovídá muzejním standardům. Dva depozitáře jsou mimo hlavní budovu, což je nepraktické při převážení cenných exponátů.

Muzeum se prezentuje na webových stránkách i FB. Na webu lze rovněž najít i odkaz na dva zajímavé turistické balíčky pro celou rodinu, jichž je Milevské muzeum součástí. I když propagační materiál obsahuje mnoho textu, náplň daného balíčku je pro turistu zajímavá. Leták je uveden **v příloze 1**.

Co se týče spolupráce s ostatními kulturními organizacemi, není velká. Je zde potenciál spolupráce s Muzeem maškar, neboť se našel němý záznam z dobových maškar z roku 1939 nebo má muzeum v plánu vytvořit monografii maškar. Toto vše by mělo být předmětem diskuze mezi těmito dvěma organizacemi a navržení možného modelu spolupráce (i s knihovnou).

Muzeum spolupracuje s Milevským smíšeným sborem, z.s., na hudební kulturní akci vážné hudby – Koncert k 100. Výročí dokončení Milevské synagogy.

Zhodnocení silných a slabých stránek MM a akcí, které pořádá

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Historická osvěta občanů, spolupráce se školami	Nízká nabídka online služeb (platba kartou za knihu, elektronické knihy, koupě online vstupenek apod.).
Cenná sbírka předmětů	Slabá spolupráce s ostatními kulturními organizacemi (Knihovna, Dům kultury...)
Vstřícné služby: otevřeno o víkendů či na přání. Při emailové komunikaci příprava předmětů, které kdokoli z veřejnosti potřebuje (např. pro referát do školy).	I když je FB aktualizován se zajímavých obsahem, je na něm malá aktivita z hlediska uživatelů (komentáře). Počet sledujících pouze 150.
	Depozitář mimo hlavní budovu.

3. 1. 3. MĚSTSKÁ KNIHOVNA V MILEVSKU

Vize knihovny „Stát se obývacím Milevska“ napovídá, že cílem této organizace je stát se komunitním centrem pro všechny. Proto knihovna kromě výpůjček knih nabízí i rozsáhlou škálu dalších služeb včetně možnosti využívání otevřeného prostoru k vlastní realizaci. V prostorech knihovny se mimo jiné konají besedy a schůzky, které jsou pro veřejnost zdarma. Jedná se o neutrální půdu pro tvorbu sociálně-kulturních vazeb jak mezi občany, tak v budoucnu i třeba mezi kulturními organizacemi.

Knihovna zároveň plní střediskovou funkci, neboť spolupracuje s obecními úřady, dokumentuje činnost knihoven na území regionu, zpracovává statistické údaje za uplynulý kalendářní rok a v neposlední řadě poskytuje komplexní poradenství a pomoc obecním knihovnám. Pro tyto účely funguje v rámci knihovny regionální oddělení, které mimo jiné zajišťuje nákup, zpracování a distribuci knih, které slouží jako výměnný fond pro knihovny v regionu. V současnosti milevská knihovna obsluhuje celkem 21 regionálních knihoven, a to včetně místních knihoven ve Dmyšticích a ve Velké, které spadají přímo pod město Milevsko. (Zdroj: Strategický plán rozvoje města, 2015).

Stav knihovního fondu k 31.12.2018 čítal 70 126 knih, přičemž počet kusů krásné literatury byl 44 635 ks a naučné 20 710 ks. V současné době se počet knih zvýšil o 8 000. Počet výpůjček byl za loňský rok velmi vysoký, činil 78 105 knih. Téměř 15 000 výpůjček bylo tvořeno knihami pro děti. Počet registrovaných uživatelů za rok 2018 byl 1 718, avšak počet registrovaných čtenářů má rostoucí trend a v současnosti se již zvýšil ke 2 100, přičemž 600 čtenářů jsou děti do 15 let. Knihovna v roce 2018 zaznamenala 41 736 fyzických návštěv, přičemž návštěvníků, kteří využívali internet v knihovně, bylo 2 250. V loňském roce se kulturně-vzdělávacích akcí v knihovně zúčastnilo více než 7 500 občanů. Je důležité rovněž uvést poměrně vysoké číslo: 7 711 virtuálních návštěvníků v rámci onlineslužeb (tzv. virtuální návštěva). (Zdroj: Roční výkaz o knihovně za rok 2018)

Jak již bylo zmíněno, knihovna pořádá velké množství akcí pro všechny věkové struktury obyvatel. Akce jsou velmi oblíbené a stále si získávají na vyšší popularitě. Jako příklad lze uvést:

- **Virtuální univerzita třetího věku – pro seniory:** Výuka probíhá vždy 1x za 14 dní ve čtvrtek v prostorách studovny. Přednáška je zpracována a natočena vysokoškolskými lektory a v knihovně je promítána. Kurzy zahrnují cvičné i zkušební testy a možnost exkurze. Po ukončení semestru a splnění daných podmínek proběhne slavnostní ukončení semestru, kde studenti obdrží pamětní list svědčící o absolvování daného semestru. Senioři již v rámci tohoto projektu absolvovali



témata: Astronomie, Evropské kulturní hodnoty, Barokní architektura v Čechách, Kouzelná geometrie. Více na <https://www.knihmil.cz/virtualni-univerzita-3-veku/>

- **Projekt Bookstart - Knižní prcek: pro děti:** Každý pátek od 10 do 11 hodin mohou zdarma přijít rodiče s dětmi od narození do 4 let na setkání v knihovně. Setkání probíhá 1. pátek v měsíci na pobočce knihovny v Domě kultury, ostatní pátky na dětském oddělení knihovny. Během této hodiny se čte, hraje, povídá a tvoří. Více na <https://www.knihmil.cz/knizni-prcek>
- **Projekt Bookstart - „Knihožrouti“ – pro školky.** Projekt je zaměřen na předčítání dětem v předškolním věku a jeho cílem je podpora čtenářství u nejmenších. Školka zapojená do projektu přijde v září do knihovny, kde se děti seznámí s lektorkou, která je poté bude každý měsíc navštěvovat ve školce a dětem předčítat. Setkání ve školce trvají 20 – 30 minut, lektorka si s dětmi nejprve povídá, postupně se seznamují, čtou si, povídají o příběhu a o životě...ale třeba se také protáhnou. Na závěr setkání děti dostanou list s příběhem a úkolem, který si odnesou domů. Poté mají měsíc na to ho spolu s rodiči vypracovat a přinést zpět do školky. Více na www.knihmil.cz/knihozrouti
- **Vzdělávací akce, nejen o čtenářské gramotnosti pro žáky ZŠ a SŠ škol:** opět na webu.

Kreativita se knihovně nedá upřít. Z nevyužitých půd pracovníci knihovny vytvořili hru pro děti s rodiči, konkrétně se jedná o únikovku. Cílem hry je vyřešit příběh a nalézt symbolický klíč. Více na <https://www.knihmil.cz/unikovka/>.

Knihovna rovněž nabízí i placené kroužky, jako je angličtina, trénink paměti, jóga pro děti. Dle vyjádření ředitelky knihovny je snaha o nedublování aktivit s jinými kulturními organizacemi, ale ne vždy se to povede, jako u kroužku „arteterapie“, který rovněž nabízí i Dům kultury. Oba kroužky však mají různé pojetí této tematiky.

Tato kulturní organizace je moderně řízena a proto nabízí s ohledem na malé město velmi pokrokové služby.

- **Přizpůsobuje se poptávce digitální doby.** Kromě elektronických knih a možnosti výpůjčky čtečky, vytváří vzdělávací programy zaměřené na problémy dnešní doby (kromě podpory čtenářské gramotnosti) – mediální vzdělávání, rizika sociálních sítí pro mladé apod. Obvykle tyto akce nabízejí ředitelům středních škol a následně si studenti s doprovázejícím učitelem udělají výlet do knihovny na danou tematickou besedu. Těchto akcí se účastní studenti i mimo Milevsko.
- **Provozuje virtuální univerzitu pro seniory** ve spolupráci s Českou zemědělskou univerzitou v Praze. Jde o promítání přednášek na půdě knihovny, při kterém je přítomný technický asistent. Následně senioři získají výukový materiál v rámci e-learningu a složí test k dané tematice. Po šesti semestrech jim univerzita končí. Na zimní semestr 2019/2020 je již přihlášeno 23 seniorů.
- **Knihovna má fungující a aktualizované webové stránky**, jako je např. <https://www.knihmil.cz/> (Nabídka našich aktivit na horní liště v „Našich službách“). Pro doplnění, v roce 2018 byla návštěvnost webových stránek téměř 30 000.
- **Samozřejmostí je i prezentace knihovny na sociálních sítích**, konkrétně na <https://www.facebook.com/knihmil>, kterou 563 lidí explicitně sleduje.

Knihovna si uvědomuje potřebu spolupráce i s jinými kulturními organizacemi ve městě pro zatraktivnění kulturního dění pro občany. Co se týká spolupráce s muzeem, zde ještě není využit možný potenciál. Zatím je spolupráce ve fázi nalezení vzájemného propojení. I vzájemná spolupráce mezi knihovnou a Domem kultury má značné rezervy. Pro akce knihovny by se daly využít prostory Domu kultury, ale jsou zpoplatněné, a proto by díky zvýšení nákladů nemohla být daná akce zdarma či za symbolickou odměnu. Cílem těchto akcí je zvýšení zájmu o knihy a jejich četbu. V současnosti rovněž chybí i vzájemná koordinace akcí; je to dáno a) absencí sdíleného kalendáře a hlavně b) osobou – koordinátorem kulturních aktivit (více v návrhové části).

Problémem jsou prostory, jsou zastaralé a nejsou bezbariérové. Pobočka knihovny v Domě kultury bezbariérová je a má i parkoviště.

Zhodnocení silných a slabých stránek MK a akcí, které pořádá

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Milevská knihovna dále propaguje využití meziknihovnických služeb, zpřístupňuje své knihovnické, informační fondy individuálním uživatelům i různým institucím a pořádá rozličné exkurze, besedy, přednášky, výstavy a jiné kulturní akce, které podporují hlavní poslání a činnost knihovny	Nízké zapojení do tradičních kulturních akcí / popř. spoluorganizování rozsahem větší akce (např. 1x ročně)
Pěkná struktura a obsah webových stránek	Slabší grafická podoba letáků (např. nabídka pro školy)
Profesionální služby nad rámec knihovny (projekty, kroužky, besedy, apod.)	Slabší grafická podoba webu vč. motta
Kvalifikovaní pracovníci / lektorky	Špatný technický stav budovy, není bezbariérová
Kreativní a zábavné programy pro děti – např. únikovka	

3. 2. Analýza realizace eCulture ve městě

Pojem eCulture včetně jeho podstaty byl vysvětlen v úvodní části. Město Milevsko je v této oblasti ještě na začátku. V strategickém dokumentu Milevska: „Marketingová strategie pro období 2018 – 2019,“ autorka je Bc. Lada Šetinová, Dis., Živé Milevsko – Smart Region, lze najít tento plán města: „**V této oblasti (eCulture – pozn. autorky) chce město vyvíjet aktivity, které povedou k elektronizaci a zpřístupnění dat kulturního charakteru s cílem všeobecně**



podpořit rozvoj kultury a cestovního ruchu v Milevsku a okolí. Dílčím cílem v této oblasti je modernizace informačních a komunikačních technologií ve městě a strategie sportu.“

Tento plán přesně naplňuje smysl eCulture. Jako příklad (plánované) dobré praxe lze uvést města Strakonice a Písek. Obě dvě města v rámci dotovaného projektu plánují vytvořit multimediální portál města pro sjednocení informací o kulturním dění a otevření těchto dat občanům. Daný informační systém bude lidem zpřístupněn pomocí mobilní aplikace. Náklady na tuto implementaci byly okolo 20 milionů. Obě města získala dotaci z Evropských strukturálních a investičních fondů v rámci IROP administrovaného Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Bližší informace o účelu a podobě eCulture v Písku: v **Příloze 3**. Tento projekt má na starosti organizační složka Smart Písek.

Jak již bylo výše uvedeno, Milevsko takovou integrační otevřenou multimediální platformu nemá. Nemá ani sdílený kalendář akcí, proto dochází k jejich překrývání (což je dáno i jejich rozsahem). Dříve byly pokusy vytvořit sdílený kalendář, ale organizace nebyly nijak motivovány tam informace vkládat, nebo alespoň posílat k vložení IT technikovi. Proto kalendář nebyl aktuální a tudíž neplnil svoji roli.

3. 3. Stručná analýza současného marketingového mixu v oblasti kultury

- **Produkt:** Pokud se jedná o tradiční kulturní akce, se jedná o produkt kvalitně vytvořený s možným potenciálem pro inovace. Pokud je produktem služba – nabídka kroužků a jiných volnočasových aktivit, nejsou zde potřeba žádné výrazné úpravy.
- **Cena:** Kultura je pro město vždy ztrátová ekonomická záležitost. Cena z pohledu zákazníka je přijatelná vzhledem k faktu, že občané mají vstup na akce zdarma nebo za opravdu symbolický poplatek.
- **Distribuce:** V pojetí kultury se dá tento pojem transformovat na umístění akce, prostor a zázemí akce. To vzhledem k limitům města je velmi problematické a u některých akcí by pravděpodobně tento slabší článek marketingového mixu vyřešila spolupráce s objektem milevského kláštera.
- **Marketingová komunikace:** Ve městě je poměrně masivní marketingová komunikace napříč pull i push kanály, s využitím tradičních i online komunikačních cest. Je zde prostor pro zvýšení propagace u jednotlivých památek či u menších (popř. jednorázových) akcí.
- **Lidé (zákazníci, lidské zdroje) + identifikace základních návštěvnických segmentů:** Záleží, o jakou akci se jedná, segment návštěvníků může být: děti, senioři, mladí, rodiny s dětmi nebo napříč celou věkovou strukturou. Dle vybrané cílové skupiny je potřeba zvolit i vhodnou komunikaci vč. komunikačního kanálu. V Milevsku chodí na akce typu „divadelní představení“, nebo „vážná hudba“ stejní návštěvníci. Zde je potenciál k oslovení i jiné cílové skupiny.
- **Tvorba balíčků služeb:** Balíčky obvykle vycházejí již z dlouholetých tradic a jejich vytváření nebo raději lehká proměna je dána zkušenostmi organizátorů včetně souvislostí s výročími, speciálním datem apod. Samozřejmě v první řadě by tvorba služeb měla reflektovat poptávku obyvatelstva. V Milevsku je to občas naopak ve smyslu, že nabídka určuje poptávku.
- **Spolupráce:** Jak již bylo několikrát zmíněno, spolupráce je slabším článkem kulturního dění v Milevsku. Na některých akcích se podílí více organizátorů, ale spolupráce je jen „ad hoc“, není koncepční, dlouhodobá a jednotná. Chybí i hlavní leader této spolupráce (mezi kulturními organizacemi, mezi veřejnou správou a soukromou sférou z pohledu kultury a mezi občany a městem).

3. 4. Shrnutí analytické části

Město Milevsko je zajímavou kulturně-turistickou oblastí, která oplývá bohatou historií s řadou slavných osobností, velkým množstvím kulturně historických pamětihodností včetně jedné národní kulturní památky - milevský klášter a v neposlední řadě také zachovalým přírodním prostředím a rozmanitým rázem krajiny.

V oblasti kultury má město co nabídnout, protože díky iniciativě řady spolků a regionálních organizací poskytuje jak místním občanům, tak i návštěvníkům pestrnou nabídku kulturních a sportovních akcí během celého roku. Bohužel s konáním nadregionálních akcí je problém spojený s infrastrukturou (dopravou, ubytovací kapacity apod.).

Výstupem analytické části není závěr, že by se měly kulturní akce rozšiřovat. Naopak, potenciální přesycenost množstvím akcí, které jsou si každý rok velmi podobné, by mohla přinést negativní image města.

Mělo by se klást při propagaci více důrazu na návštěvnost památek. A spíše se zaměřit na vybudování např. stezky pro rodinné vyžití s vyřezávanými dřevěnými sochami s prvky interaktivity nebo rozhlednu apod.

I když je milevský klášter dál od centra města, má potenciál, aby se zde konaly akce typu „Společných Vánoc“ (dřevěné trhy) apod., neboť disponuje s velkými prostory. Pro tak velkou akci by mohlo fungovat senior taxi, které by za symbolickou částku pomoci svozů vozili na akci a zpět starší spoluobčany. Zatím tomu však nejsou Premonstráti příznivě nakloněni.

Co se týče cílové skupiny, z nabízených akcí si vybere dítě i senior. Hudební scéna v Milevsku je poměrně stálá, obvykle hrají jen tradiční kapely. V budoucnu by mohl vyvstat problém, kdo je nahradí. Mladé kapely se velmi často rozpadají.

Slabou stránkou města je fakt, že vzájemně významné kulturní akce nespolupracují. Nesdílejí si informace, nevytvářejí společné projekty. Chybí rovněž odborník na kulturu - koordinátor kulturního dění ve městě, který by řídil (dohlížel) vzájemnou komunikaci organizací, spolků, města včetně marketingové propagace. Rada města zřídila poradní orgán „Kulturní komisi“, která dává podněty na změnu programu atd. nebo provádí kontrolní činnost (např. v knihovně). Implementace eCulture však zatím v rámci Rady řešena nebyla. Dosud není ani jasný koncept s plánem pro kulturu nebo eCulture.

Město alokuje ročně 20 milionů korun na kulturu v Milevsku. Polovinu rozpočtu obdrží Dům kultury, který tyto peníze využívá i v rámci Muzea maškar, kina a Galerie M. Městská knihovna obdrží přibližně 4 miliony korun a Milevské muzeum cca 4,5 milionu korun. Jak je v analytické části uvedeno, ještě existuje dotační titul od města pro malé kulturní organizace, svazy a spolky ve výši 200 000 Kč celkem, což je nedostatečné.

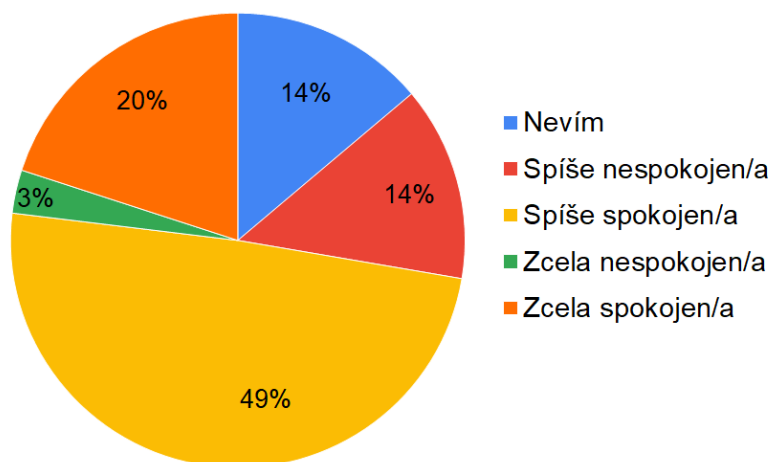
O Maškarách se hodně diskutuje, jak na vedení města, tak i mezi občany. V podstatě je Milevsko rozděleno na dva tábory dle pozitivního / negativního názoru. Je škoda, že se z této akce stává kontroverzní téma. Zde by opět pomohla vzájemná spolupráce mezi organizacemi, kde by se díky interakci a zpětné vazbě našel kompromis mezi kulturní památkou a tradiční historickou akcí vs. maškarní poutě a světské zábavy pro lidi. Tato diskuze by musela být řízená, nejlépe s mentorem a s účastí všech představitelů větších kulturních organizací, Rady a vedení města. Je potřeba nezapomínat, že i když tato akce tvoří image města a ambicí je každým rokem se překonávat, především se koná pro místní občany Milevska a na ně je potřeba cílit.

Město má mnoho tradičních akcí s řemesly a historickými prvky, ale vzhledem k negativnímu trendu odlivu mladých lidí by bylo na zvážení založení organizace (nebo jakou součást již založené organizace) pro moderní umění (např. art videa) a kreativní průmysl.

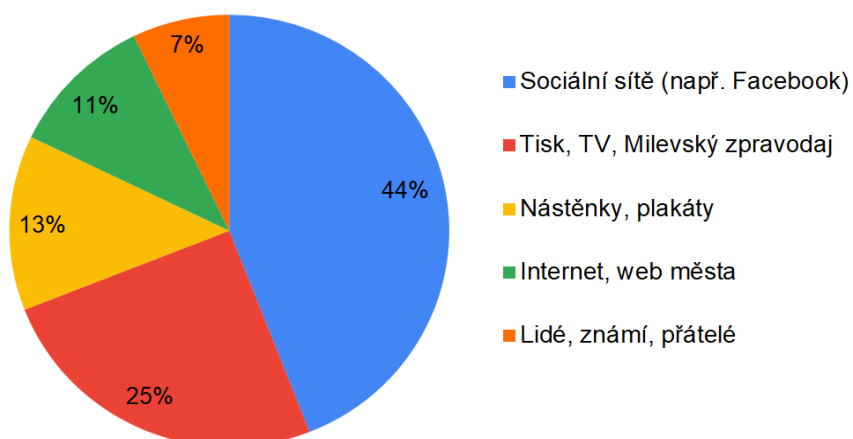
3. 5. Výstupy z dotazníkového šetření

Před vytvořením SWOT analýzy jsou zde zhodnoceny výsledky z dotazníkového šetření, které nastiňují náladu – postoj – občanů ke kulturnímu dění ve městě. Na základě odpovědí z dotazníkového šetření na otázku: „Jste spokojen/a s kulturním vyžitím v Milevsku?“ lze usuzovat, že město má určité, ne příliš velké rezervy v dané oblasti, neboť nespokojeno (ať spíše či zcela) bylo 17 % dotazovaných. Komentáře byly velmi podobné – negativní hodnocení maškar z hlediska velké propagace a malé inovaci. Je samozřejmostí, že se akce, byť zdařile provedená, nelíbí všem, avšak procento (soudě z odpovědí respondentů) je velmi nízké. Oproti tomu téměř 70 % respondentů je s kulturním děním ve městě spokojeno. Ozývají se i hlasy, že nabídka kultury je vyšší, než je o ni zájem, z hlediska počtu obyvatel města.

Příležitostí jsou respondenti, co odpověděli „nevím“. Jedná se o možný potenciál o získání nových příznivců (a možná i spolupracovníků) při tvorbě rázu kultury ve městě. Je zapotřebí s lidmi více komunikovat s ohledem na jejich preference a vkus, aby následně byly akce pro občany Milevska oblíbenou aktivitou trávení volného času.



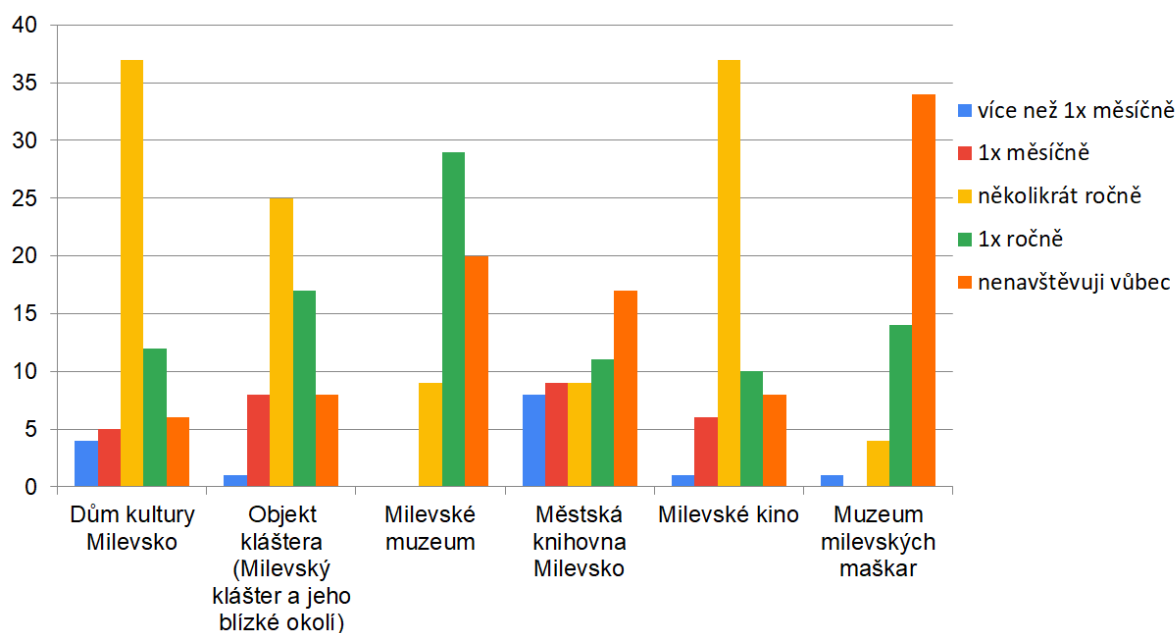
Další otázka se zaměřovala na marketingovou komunikaci. Na dotaz: „Odkud se nejčastěji dozvídáte o kulturních akcích“ byly odpovědi následující:



Je poměrně překvapivé, že až 44 % respondentů uvedlo sociální sítě. Vliv na to měla určitě i věková struktura respondentů (především mladí a střední věk). Ale pro město je tento výsledek impulsem, aby informace o kulturní činnosti rozšířila nejen na FB, ale i na jiné sociální sítě. Aby je aktualizovala, vytvářela události a případně i zajímavé soutěže s kreativním nádechem ohledně chystané kulturní akce. Tím se bude stále zvyšovat sledovanost stránek a tudíž i informovanost občanů. 25 % respondentů se o akci dozví v již zmiňovaném Milevském zpravodaji.

Na otázku ohledně míry propagace kulturních akcí byly odpovědi jednoznačné: ano, je dostatečná míra propagace. Jen 8 respondentů (z 65) si to nemyslí.

Dle dotazníkového šetření je v Milevsku poměrně silná frekvence návštěvnosti kulturních zařízení. Odpovědi na otázku: „Která kulturní zařízení navštěvujete a jak často“ jsou níže v grafu.



Více než jednou měsíčně chodí občané nejčastěji do knihovny. Oproti tomu více než polovina respondentů odpověděla, že vůbec nenavštěvují Muzeum milevských maškar. Dům kultury navštěvují obvykle několikrát do roka, do Milevského muzea zavítají respondenti 1x ročně nebo vůbec. Frekvence návštěv v Milevském kině je v drtivé většině několikrát ročně.

Jiná kulturní zařízení respondenti nenavštěvují, kromě občasných zavítání do Galerie M. Třetina respondentů jezdí do větších měst v okolí do divadla.

Hodnocení akcí v Milevsku

Akce jsou seřazeny od nejlépe hodnocené pro nejhůře. Hodnotit se dalo známkou 1 – 5, přičemž 1 znamenala nejlepší a 5 nejhorší. Je potřeba zdůraznit pozitivní naladění občanů na tradiční kulturní akce, protože i akce na posledním místě nemá horší známku než 3. Vyjma akcí „Milevské bienále duchovní hudby“ a „Jihočeský folklorní festival Kovářov“ jsou všechny akce pořádány / spolupřátány Domem kultury. Například na akci Milevské maškary Dům kultury při organizaci spolupracuje s městem či s Maškarním sdružením v Milevsku.

Akce:	Průměrná známka:
Milevské Bartolomějské posvícení	1,7705
Pohádkový les	1,8235
Open Air Musicfest Přeštěnice	1,8793
Milevské kulturní léto	2,1695
Hudební sklepy	2,2703
Milevské maškary	2,3667
Den vína a mandlovice z Hustopečí	2,3846
Jihočeský folklorní festival Kovářov*	2,3889
Milevské bienále duchovní hudby	2,5152



Ples města Milevska	2,5250
Pálení čarodějnic	2,5800
Milevské pivní slavnosti	2,5918
Milevsko sobě	2,6190
Novoroční ohňostroj	2,8167
Oslavy 28.října	2,8718

* Tato akce sice neprobíhá přímo na území Milevska, ale v jeho mikroregionu. Je však velmi významná, proto byla rovněž předmětem hodnocení při dotazníkovém šetření. Umístila se přibližně v polovině tabulky se známkou 2,39. Tento regionální folklórní festival je jedinečný svého druhu v Jihočeském kraji se zaměřením na umělecký rozvoj dětských a dospělých jihočeských folklórních souborů. V Kovářově se koná každoročně od roku 1996 vždy na přelomu května/června. Folklórní festival oficiálně začíná sobotním slavnostním průvodem všech zúčastněných souborů kolem kovářovské návsi. Festival nabízí návštěvníkům vystoupení jak místních folklórních souborů, tak i souborů z jiných regionů ČR a zahraničí. Pro návštěvníky jsou připraveny i zajímavé doprovodné programy, jako je například lidový jarmark, řemeslné dílny, ochutnávky staročeské kuchyně či slavnostní průvod. Z hlediska národopisu patří Kovářovsko do oblasti Kozácka (Táborska – Milevska). Kozácký kroj vynikal především jemnou prolamovanou bílou výšivkou, kterou lze spatřit zejména na zástěrách kozáckých žen.

Jak je vidět z výše uvedených výsledků, vybrané akce Domu kultury jsou hodnoceny pozitivně. Překvapivé je, že Milevské maškary nemají lepší hodnocení. Níže jsou uvedeny relevantní a publikovatelné komentáře respondentů k dané akci, dále pak k Milevskému Bartolomějskému posvícení a k festivalu Přeštěnice (pro lepší orientaci jsou pozitivní komentáře zvýrazněny zeleně a negativní naopak oranžově):

Milevské maškary	Milevské Bartolomějské posvícení	Open Air Musicfest Přeštěnice
<ul style="list-style-type: none"> Výborné akce, v posledním roce perfektně zorganizovány Jen tak dále Pořádat více takových akcí, nejen že je zde velká návštěvnost, ale i se více lidí dozví o tomto malém městečku Milevské maškary i posvícení super. Milevské maškary jsou naše památka, proto je skvělé, že se o nich mluví, a že už díky nim lidé vědí, kde leží Milevsko Maškary super zajímavé nápady masek a tvořivost lidí Milevské maškary super 	<ul style="list-style-type: none"> Výborné akce, v posledním roce perfektně zorganizovány Pořádat více takových akcí, nejen že je zde velká návštěvnost, ale i se více lidí dozví o tomto malém městečku Posvícení je hlavně pro místní obyvatele. V mém případě tam chodím hlavně proto, že tam potkám přátele a známé, na které během roku bohužel nemám moc času Posvícení je fajn, naše oblíbená akce. Přeštěnice a posvícení - super akce, které by si zasloužily více propagace Přeštěnice jsou super "malý" festival, nechat tak, nezvětšovat 	<ul style="list-style-type: none"> Výborné akce, v posledním roce perfektně zorganizovány Jen tak dále Pořádat více takových akcí, nejen že je zde velká návštěvnost, ale i se více lidí dozví o tomto malém městečku Festival sem natáhne více mladých lidí, proto je dobré, že se tento nápad uchytí a snad bude ještě pěkných pár let fungovat. Přeštěnice, je to super hudební akce pro mladé, Festival super Přeštěnice super Přeštěnice a posvícení - super akce, které by si zasloužily více propagace



<ul style="list-style-type: none">• Maškary jsou spíš pouť a cirkus, než lidová tradice.• Stále velmi stejné. Příliš masová akce (už nehodíme)• Nepřehánět to s maškarama, jsou jeden den v roce a nezaslouží si ty statisíce, které se do toho dávají.• Milevské maškary jsou již příliš masovou akcí• Maškary moc komerce - s lidovou tradicí už to nemá společného• Maškary si myslím mají propagace až moc. Milevsko by si zasloužilo být víc známé pro své krásné okolí a kulturní památky, než jen jako město maškar.	<ul style="list-style-type: none">• Při posvícení by to chtělo více stánků, jako třeba na pouti v Sepekově• Bylo málo stánků s občerstvením• obyčejný druh zábavy• Pozměnit program posvícení - je stále stejný	<ul style="list-style-type: none">• Obyčejný festival• Festival - každoročně malé zázemí služeb (toalety)
--	--	--

3. 6. SWOT analýza pro oblast kultury a e-kultury

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> Živá kulturní tradice včetně snahy udržovat tradice lidového umění 	<ul style="list-style-type: none"> Nízká propojenost kulturních organizací s podnikatelskou sférou (poskytovatelé gastronomických služeb, ubytování apod.)
<ul style="list-style-type: none"> Pořádání pravidelně se opakujících kulturních akcí 	<ul style="list-style-type: none"> Nízká finanční dotace města pro malé kulturní organizace (spolky, svazy, soubory, sdružení apod.)
<ul style="list-style-type: none"> Nadstandardní činnost kulturních organizací 	<ul style="list-style-type: none"> Špatný stavebně technický stav části kulturních zařízení, včetně jejich vybavení, především Domu kultury
<ul style="list-style-type: none"> Různorodost subjektů působících v oblasti kultury, včetně různých forem nestátních neziskových organizací (např. spolky, amatérské soubory) a podnikatelských subjektů 	<ul style="list-style-type: none"> Chybějící spolupráce mezi poskytovateli prostor pro pořádání kulturních akcí a subjekty, které prostory hledají
<ul style="list-style-type: none"> Nadregionální a mezinárodní význam některých pořádaných kulturních akcí 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatek prostor pro neoficiální kulturní aktivity, např. zkušebny pro hudební skupiny, prostory pro neformální setkávání a koncerty občanů
<ul style="list-style-type: none"> Veřejná přístupnost kulturních památek 	<ul style="list-style-type: none"> Chybí podpora kultury ze strany podnikatelských subjektů
<ul style="list-style-type: none"> Podpora amatérských umělců (např. prostory v Domě kultury) 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatečná komunikační a propagační strategie o památkách města či některých kulturních akcí
<ul style="list-style-type: none"> Mnoho informačních kanálů ve městě (TV, web, FB, zpravodaj...) 	<ul style="list-style-type: none"> Absence koordinátora činností všech kulturních oblastí, absence jednotného kalendáře
<ul style="list-style-type: none"> Dobrá spolupráce s partnerskými městy 	<ul style="list-style-type: none"> Absence multimediální platformy pro implementaci eCulture (sjednocení informací o kulturním dění)
<ul style="list-style-type: none"> Vesměs pozitivní hodnocení úrovně kulturních akcí 	<ul style="list-style-type: none"> Nízká nabídka služeb pro mladé oblasti moderního umění a kreativního průmyslu
<ul style="list-style-type: none"> Bohatá historie města včetně řady slavných osobností 	<ul style="list-style-type: none"> Nízké využití potenciálu milevského kláštera
<ul style="list-style-type: none"> Národní kulturní památka – milevský klášter 	<ul style="list-style-type: none"> V Milevsku chybí pěší zóna – centrum s příjemnými uličky s kavárnami a obchůdky, což by bylo doplňkem pro akce; v současné době centrum města vyvolává u občanů stres, je zde jen velké náměstí s mnoha auty a žádným stínem



PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> Využití zkušeností jiných měst pro realizaci nových kulturních aktivit 	<ul style="list-style-type: none"> Vysoká konkurence jiných měst
<ul style="list-style-type: none"> Díky zvýšení ekonomické úrovně obyvatel je pravděpodobnost využití kulturních služeb vyšší 	<ul style="list-style-type: none"> Omezení finančních prostředků poskytnutých z rozpočtu města subjektům podílejícím se na realizaci kulturních aktivit.
<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení kulturní úrovně a prestiže města rozvojem vysokého školství, výzkumu a vývoje 	<ul style="list-style-type: none"> Nedocnění významu kultury pro život jednotlivce a společnosti (pocit potřebnosti kultury)
<ul style="list-style-type: none"> Možnost užší spolupráce s okolními městy na kulturních akcích popř. s odbornými sdruženími 	<ul style="list-style-type: none"> Ekonomické faktory limitující činnost obyvatel ve volném čase a kupní sílu občanů města
<ul style="list-style-type: none"> Zkvalitnění infrastruktury pro efektivnější organizaci kulturních akcí 	<ul style="list-style-type: none"> Absence významnějšího soukromého sponzorství v oblasti kultury
<ul style="list-style-type: none"> Včasné reakce na aktuální trendy v oblasti kultury 	<ul style="list-style-type: none"> „Stínový“ efekt měst Písek a Tábor v oblasti kultury
<ul style="list-style-type: none"> Podpora marketingu a propagace mikroregionu jako celku 	<ul style="list-style-type: none"> Absence vhodných akcí pro konání velkých akcí
<ul style="list-style-type: none"> Efektivnější využití venkovského potenciálu pro kulturní oblast 	<ul style="list-style-type: none"> Absence dostatečné personální kapacity a infrastruktury
<ul style="list-style-type: none"> Rozvíjející se oblast eCulture a tím přiblížení kultury k občanům 	<ul style="list-style-type: none"> Odliv odborníků na oblast kultury / historie do velkých měst
<ul style="list-style-type: none"> Možnost získání finančních prostředků v podobě grantů a dotací od kraje, státu, popřípadě z EU 	<ul style="list-style-type: none"> Špatně zacílená propagace kulturních akcí
<ul style="list-style-type: none"> Rozvoj IT technologií v kultuře 	<ul style="list-style-type: none"> Pokles poptávky po tradičních, ročně se opakujících akcích
<ul style="list-style-type: none"> Partnerství soukromého a veřejného sektoru 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatečná atraktivita nabídky kulturních služeb pro veřejnost
	<ul style="list-style-type: none"> Zhoršení stavu památek a nedostatek finančních prostředků (např. z důvodu nezískání dotací a grantů od kraje, státu, popř. z EU) na jejich údržbu a provoz
	<ul style="list-style-type: none"> Neschopnost pokrýt náklady na plánované projekty
	<ul style="list-style-type: none"> Úpadek venkova
	<ul style="list-style-type: none"> Nepříznivý vliv se trendům v kultuře, např. eCulture

NÁVRHOVÁ ČÁST (e-Culture)

Tato část se člení na dvě hlavní podkapitoly: „Strategickou část“ a „Programovou část“. V té první části je vytvořena strategická vize rozvoje kultury na pět let. Následuje na základě analýz a diskuzí vytipování pěti prioritních oblastí kultury, které tvoří hlavní pilíře pro její rozvoj. Pro každou prioritní oblast jsou v této návrhové části definovány strategické cíle a jednotlivá opatření, která budou průběžně rozpracovávána do jednotlivých aktivit akčních plánů.

Programová část je zaměřena na bližší popis opatření včetně vytvoření zásobníku aktivit, který bude sloužit pro další část strategického dokumentu (implementační část).

3. 7. Strategická část

3. 7. 1. Strategická vize rozvoje kultury pro období 2020-2025

Město Milevsko se do roku 2025 stane poskytovatelem bohaté nabídky kulturního vyžití s ohledem na podporu tradičních i nových žánrů. Město Milevsko bude moderní multikulturní město, kde se bude potkávat historie s přítomností při využívání moderních technologií (eCulture), a to vše ve vzájemné kooperaci kulturního managementu a aktérů na kulturní scéně. Kultura bude významným aspektem při rozvoji prosperity města, jeho image a vytváření dobrých podmínek pro život všech obyvatel Milevska.

3. 7. 2. Definování prioritních oblastí (PO) včetně strategických cílů z oblasti kultury

Kód PO	Prioritní oblast pro kulturu	Strategické cíle vztahující se k prioritní oblasti	Opatření k jednotlivým prioritním oblastem
K1	Kultura jako významná a dostupná součást života občanů	<ul style="list-style-type: none"> → Dostatečné vzdělávání a komunikace v oblasti kultury → Zachovalé kulturně-historické dědictví → Rozvinuté tradiční formy kultury (folklor, řemesla) → Aktivní využívání volného času dětmi, mládeží, dospělými i seniory → Moderní prostory kulturních organizací poskytující komfort pro kulturní zážitek občanům 	<p>K1.1. Aktivizace místních obyvatel k participaci na kultuře</p> <p>K1.2. Definování potřeb v oblasti vzdělávání v kulturním managementu a nastavení flexibilního vzdělávacího modelu v oblasti kultury</p> <p>K1.3. Zapojení škol a vzdělávacího systému do kulturního života</p> <p>K1.4. Péče o tradice a folklór, péče o historické dědictví a památky</p>
K2	eCulture a kreativní průmysl	<ul style="list-style-type: none"> → Propojenost komunikace a propagace kulturních akcí → Jednoduchá a dostupná orientace v kulturní nabídce pro občany (i turisty) → Využívané nástroje eCulture pro rozvoj kultury → Existence podpory začínajících (kreativních) aktérů v oblasti kultury 	<p>K2.1. Využívání moderních technologií a inovací pro rozvoj eCulture</p> <p>K2.2. Vytváření příležitostí pro začínající kulturní producenty, různorodé amatérské umělce a studenty pro realizaci praxí v kulturním managementu</p>
K3	Kulturní infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> → Kvalitní kulturní infrastruktura → Kvalitní doprovodné služby → Využitý potenciál prostor ve městě ke kulturnímu dění 	<p>K3.1. Zvýšit kvalitu kulturní infrastruktury a doprovodných služeb při kulturních akcích</p> <p>K3.2. Definovat a využít prostorový potenciál města ke kulturní činnosti</p>
K4	Kultura jako důležitý aspekt pro rozvoj města	<ul style="list-style-type: none"> → Integrace kultury v plném rozsahu do strategických dokumentů města (včetně akčních plánů) → Zvýšení aktivity v rozvoji kultury ze strany města 	<p>K4.1. Optimalizovat stávající systém kulturní grantové politiky města</p> <p>K4.2. Zvýšení interní spolupráce na MěÚ pro podporu kulturního dění</p>
K5	Spolupráce a marketingová komunikace	<ul style="list-style-type: none"> → Spolupráce kulturního managementu, města a zainteresovaných skupin v oblasti kultury → Dobrá informovanost občanů o kulturním dění → Aktivní komunikace mezi městem a okolními městy, krajem → Poměrně silná role kultury v politice vnějších vztahů → Využití nástrojů online komunikace pro cílovou skupinu mladých občanů Milevska 	<p>K5.1. Pravidelná setkávání zástupců kulturní scény</p> <p>K5.2. Prioritizace významných atraktivit a akcí, jejich harmonizace a cílená koordinovaná propagace (kampaně) podporovaná městem</p> <p>K5.3. Posílení image města (pomocí využívání moderních nástrojů propagace)</p>

3. 1. Programová část - Popis jednotlivých opatření s ohledem na PO

Nyní následuje přehled opatření a aktivit. Součástí je i zdůvodnění potřeby opatření včetně jeho popisu. Na tento přehled navazuje implementační část (*pozn. pro všechny tři části koncepce společná*), kde jsou dané vybrané aktivity ze zásobníku charakterizovány. Pro lepší přehlednost jsou dané aktivity pro následnou realizaci v následujícím přehledu zvýrazněny červenou barvou.

Prioritní oblast	K1: Kultura jako významná a dostupná součást života občanů
Opatření	K1.1 Aktivizace místních obyvatel k participaci na kultuře
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Kultura je tvořena publikem popř. návštěvníky akcí. Je důležité zvyšovat jejich zájem o kulturní dění ve městě, což je jeden ze základních úkolů kulturních organizací. Kromě využívání jednotlivých forem marketingu je potřeba vytvořit prostor pro možnou participaci občanů na kulturním programu. Ruku v ruce s tímto zapojením občanů jde i podpora dlouhodobého vzdělání v této oblasti (např. uskutečňování společných vzdělávacích akcí).</p> <p>Pro aktivizaci místních obyvatel je potřebné přizpůsobit nabídku akcí cílové skupině obyvatel s ohledem na moderní dobu. Je potřeba neustále zjišťovat, jaké akce by zajímaly i jiné segmenty místních obyvatel a snažit se pro ně vytvořit pestrou nabídku. Např. v podobě využití různých žánrů hudby. Je to poměrně složité, neboť mladé kapely s žánrem pro „teenageři“, často brzy ukončují svoji činnost (např. kapela Absolutní všechno /punk/, Happyend /rock/ a další.). Opakovaně na akcích (např. Milevské pivní slavnosti) hraje milevská skupina Fantom /rock/. Chybí country, pop či moderní muzika, jako je Drum'n'Bass nebo Industrial. „Kultura pro mladé“ může být i v podobě kreativního filmového dokumentu či divadelního představení.</p>
Aktivity (zásobník)	<p>K1.1.1. Osvěta občanů v oblasti tradiční i moderní kultury.</p> <p>K1.1.2. Možnost zapojení občanů do organizačního výboru akcí.</p> <p>K1.1.3. Provádění kontinuálních dotazníkových šetření mezi občany týkající se jejich představ v oblasti kultury.</p> <p>K1.1.4. Přizpůsobení nabídky kulturních akcí cílové skupině (moderní době).</p>

Prioritní oblast	K1: Kultura jako významná a dostupná součást života občanů
Opatření	K1.2 Definování potřeb v oblasti vzdělávání v kulturním managementu a nastavení flexibilního vzdělávacího modelu v oblasti kultury
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Kromě osvěty občanů města Milevska je zapotřebí vytvořit vzdělávací model v oblasti kultury (vč. eCulture) pro organizátory a aktéry kulturního dění. Ředitelé, propagátoři, technici či administrativní pracovníci v kulturních organizacích (popř. spolcích) zodpovídají za úroveň a kvalitu kulturního vyžití ve městě. Proto je nezbytné, aby ve městě fungovaly procesy flexibilního vzdělávání, díky čemuž se bude kultura rozvíjet moderním směrem při zachování tradičního pojetí.</p>
Aktivity	<p>K1.2.1. Vytvoření e-learningu pro aktéry v oblasti kultury zahrnující vzdělávací materiál a interaktivní videa v oblasti: moderní pojetí kultury, komunikace s občany, marketing v 21. století apod.</p> <p>K1.2.2. Vytvoření vzdělávacího prezenčního programu (např. 1x / za 14 dní), podporované městem s různou skladbou témat v oblasti kultury, přičemž by se toto potkávání kulturní managementu konalo na neutrální půdě, např. v knihovně.</p>

Prioritní oblast	K1: Kultura jako významná a dostupná součást života občanů
Opatření	K1.3 Zapojení škol a vzdělávacího systému do kulturního života
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Pro rozvoj kultury je potřeba podporovat i vyšší zapojení škol. Žáci základních a středních škol se mohou podílet na tvorbě programu, zároveň by účinkovali a díky této zainteresovanosti by se mohli postupně vzdělávat v kulturním managementu. V současnosti ve městě existuje celá řada programů pro podporu zapojení dětí do kultury, které pořádá knihovna, dům kultury či muzeum. Ale stále jsou ve městě rezervy pro vzdělávání žáků v oblasti kultury a jejich užší zapojení do vytváření moderního kulturního dění ve městě.</p>

Aktivita	K1.3.1. Zvolení dvou zástupců z každé školy do „organizačního výboru pro kulturu“. K1.3.2. Vytvoření v Milevsku akce, která by vznikla ve spolupráci škol a města.
-----------------	---

Prioritní oblast	K1: Kultura jako významná a dostupná součást života občanů
Opatření	K1.4 Péče o tradice a folklór, péče o historické dědictví a památky
Zdůvodnění / popis opatření	Historické dědictví a tradice jsou stavebním kamenem města, o který je potřeba pečovat. Město Milevsko má několik těchto „kamenů“, ať již v podobě historických památek – budov, nebo i kulturních akcí. Je potřeba mít strategický plán, jak o tyto tradice a historické dědictví pečovat k zachování odkazu pro další generace. Rovněž je důležité nezapomínat i na udržování technického stavu památek a kulturních organizací, případně některé aspekty modernizovat (bezbariérovost do knihovny, vhodné sedačky v divadle, moderní depozitář pro cenné historické předměty apod.)
Aktivita	K1.4.1. Rekonstrukce, případně rozšíření, vybraných kulturních prostor. S nejvyšším důrazem na rekonstrukci DK. K1.4.2. Zvyšování důrazu na tradiční aspekt Milevských maškar, na jejich důvod existence. K1.4.3. Akce s tradičními řemesly a folklorem začít na rodiny s dětmi (kdy se děti budou moci zapojit – možnost vyzkoušení, soutěže).

Prioritní oblast	K2: eCulture a kreativní průmysl
Opatření	K2.1 Využívání moderních technologií a inovací pro rozvoj eCulture
Zdůvodnění / popis opatření	Pojetí kultury se vyvíjí, mění se na základě propojování různých sektorů a vznikají nové směry, trendy, i díky zavádění moderních technologií. Je důležité zdůraznit, že efektivním využíváním moderních technologií nezahyne klíčová role tradiční kultury ve formě kulturních a paměťových institucí, jako je knihovna, muzeum či divadlo. Naopak, díky zavedení eCulture dojde k přiblížení kultury lidem a její udržitelnosti do dalších let.
Aktivita	K2.1.1. Vytvoření společného online nástroje (platformy) pro kulturní dění v Milevsku (vč. sdíleného kalendáře) K2.1.2. Podpora digitalizace kulturních obsahů (např. cenných knih) K2.1.3. Zavádění moderních technologií při propagaci a doprovodných službách akcí K2.1.4. Zvýšení důrazu na využívání moderní technologie při komunikaci s občanem (online)

Prioritní oblast	K2: eCulture a kreativní průmysl
Opatření	K2.2 Vytváření příležitostí pro začínající kulturní producenty, umělce a studenty pro realizaci praxí v kulturním managementu
Zdůvodnění / popis opatření	Kreativní průmysl je fenoménem posledních let. Vznikl v 90. letech a je součástí tzv. nové ekonomiky. Je vázán na kulturní tradice, s využitím prvků kreativity v závislosti na požadavcích poptávajících (konzumentů). Ve městě jsou rezervy v podpoře kreativního průmyslu, především ze strany mladých umělců. Dům kultury poskytuje mladým, začínajícím umělcům, podporu (letní vystoupení, prostory), ale je potřeba, aby i ostatní aktéři a kulturní organizace podporovali tento směr kultury.
Aktivita	K2.2.1. Půlroční setkávání mladých umělců, či nových uměleckých uskupení, s městem a kulturním managementem, z důvodu diskuse nad podporou a organizací akcí začínajících umělců. K2.2.2. Vytvoření internshipu, neboli odborné stáže pro absolventy středních škol (popř. pro žáky čtvrtého ročníku) v kulturní organizaci pro získání dovedností v komunikaci, marketingu a organizování - vše v oblasti volnočasových aktivit (kultury).

Prioritní oblast	K3: Kulturní infrastruktura
Opatření	K3.1 Zvýšit kvalitu kulturní infrastruktury a doprovodných služeb
Zdůvodnění / popis opatření	V rámci dotazníkové šetření byly několikrát negativně hodnoceny doprovodné služby či infrastruktura. Bylo kritizováno nedostatek občerstvení (velké fronty), toalet či nedostatečné dopravní spojení. Někteří si rozmyslí účastnit se kulturní akce, protože po ní si nemají „kam

	<p>sednout“. Bylo by vhodné (dle akčního plánu města), aby došlo k omezení vjezdu aut do centra města.</p> <p>Je potřeba doprovodné služby zkvalitnit (rozšířit). Jednou z cest by mohla být vzájemná spolupráce při tvoření akce, zlepšení komunikace a aktivizace poskytovatelů občerstvení v rámci organizování kulturních aktivit.</p> <p>Mohlo by dojít i ke spolupráci mezi kulturou a dopravou. Např. vstupenka na kulturní akci by platila jako jízdenka městské hromadné dopravy. Tím by se zvýšila motivace občanů, zlepšilo zpřístupnění kultury a image MHD.</p>
Aktivity	<p>K3.1.1. Zkvalitnit kulturní infrastrukturu (např. bezbariérovost ve všech kulturních organizacích, kyvadlová doprava při akcích do Milevského kláštera apod.)</p> <p>K3.1.2. Zvýšit spolupráci / komunikaci s poskytovateli doprovodných služeb a zajistit jejich dostatek</p>

Prioritní oblast	K3: Kulturní infrastruktura
Opatření	K3.2 Definovat a využít prostorový potenciál města ke kulturní činnosti
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Kultura v Milevsku je hojně zastoupena. V souvislosti s rostoucím trendem se zvyšuje i potřeba prostor. Je potřeba zjistit, jaké jsou v městě nevyužité prostory, které by se hodily pro kulturní dění. Následně mohou být poskytnuty pro začínající umělce, pro výstavy, pro společenské akce apod. Dobrý příklad je poskytnutí prostor pro spolek Šrot. Velký potenciál pro konání kulturní akcí má Milevský klášter a jeho okolí. Zde je ale zapotřebí respektovat vzácnost místa spojeného s duchovem.</p>
Aktivity	<p>K3.2.1. Vytvořit pasport pro využití prostor v městě ke kulturním účelům.</p> <p>K3.2.2. Zvýšit spolupráci při organizaci akcí s Milevským klášterem, avšak s úctou k zachování duchovních tradic.</p>

Prioritní oblast	K4: Kultura jako důležitý aspekt pro rozvoj města
Opatření	K4.1. Optimalizovat stávající systém kulturní grantové politiky města
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Město vynakládá na rozvoj kultury nemalé množství finančních prostředků a je vhodné systém jejich rozdělování upravit (optimalizovat). Je rovněž důležité podporovat kulturu napříč všemi aktéry. Město Milevsko pamatuje i na malé spolky, na sbory a další kulturní uskupení. Rezervy jsou však v následném zhodnocení využití financí, zjišťování, zda malí aktéři jsou podporováni dostatečně či ve finanční podpoře kreativního průmyslu (např. prostřednictvím inkubátoru).</p>
Aktivity	<p>K4.1.1. Zvýšení finanční podpory malým kulturním organizacím (např. spolkům).</p> <p>K4.1.2. Vytvořit inkubátor pro podporu kreativního průmyslu.</p> <p>K4.1.3. Zvýšit ekonomické přínosy kultury ve městě (ve spolupráci se soukromým sektorem).</p>

Prioritní oblast	K4: Kultura jako důležitý aspekt pro rozvoj města
Opatření	K4.2 Zvýšení interní spolupráce na MěÚ pro podporu kulturního dění
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Kromě spolupráce s kulturními organizacemi, s poskytovateli doprovodných služeb, se školami apod. musí město komunikovat i uvnitř městského úřadu. Je zřízena Kulturní komise, ale v současné době plní spíše občasnou kontrolní funkci. Je zapotřebí zvýšit interní spolupráci mezi odbory, ať se jedná o strategii, dopravu či životní prostředí. Tím vším je kultura v Milevsku ovlivněna. Kulturní komise ve městě by měla posílit svoji pozici a více se angažovat do vzájemné komunikace kulturních organizací.</p>
Aktivity	<p>K4.2.1. Zvýšit informování o kulturním dění napříč odbory MěÚ (např. newsletter), a s tím související tvorba vzájemné spolupráce</p> <p>K4.2.2. Zvolit si „předsedu – kulturního leadera“ z Kulturní komise, který bude zodpovědný za vzájemnou spolupráci města s ostatními kulturními aktéry. Bude rovněž plnit i funkci mentora, který napomáhá ke zvyšování pozitivních vztahů a spolupráce mezi kulturními organizacemi, vše s ohledem na naplňování vize v oblasti kultury.</p>

Prioritní oblast	K5: Spolupráce a marketingová komunikace
Opatření	K5.1 Pravidelná setkávání zástupců kulturní scény
Zdůvodnění / popis opatření	Toto opatření navazuje na výše uvedené, především na aktivitu vytvoření hlavního koordinátora kulturní scény. V současnosti má město rezervy ve využívání velkého potenciálu spolupráce velkých kulturních organizací. Nyní se často stává, že každý aktér „jede po vlastní linii“. Což není optimální jak z hlediska rozvoje kultury, tak i nabídky pro občany.
Aktivita	K5.1.1. Pravidelná setkání kulturního managementu (min. 3x/ročně) na neutrální půdě za účelem vzájemné kooperace při tvorbě akcí a hlavně zamezení dublování obsahu volnočasových aktivit. K5.1.2. V rámci vytvoření společné eCulture platformy vzájemně komunikovat (např. informace předem o novinkách, změnách apod.) včetně domluvy výpomoci (zápůjčky prostor, knih, historických předmětů).

Prioritní oblast	K5: Spolupráce a marketingová komunikace
Opatření	K5.2 Prioritizace významných atraktivit a akcí, jejich harmonizace a cílená koordinovaná propagace (kampaně) podporovaná městem
Zdůvodnění / popis opatření	S odkazem na názory občanů a vybraných aktérů v oblasti kultury, Milevsko trápí příliš velká nabídka kulturních akcí, přičemž je složité se v ní orientovat. V podstatě není víkend v roce, kdy by nebyla pořádána akce. Kroužků, filmových a divadelních představení či koncertů je rovněž bezpočet. Vzhledem k velikosti města začíná být převis nabídky akcí nad poptávkou. Město by mělo klást vyšší důraz na oblíbené kulturní akce a utlumit ty ostatní. Mělo by dojít k jejich harmonizaci a propagaci, která bude cílit na správný okruh konzumentů. Mezi stále úspěšné akce (vybráno z velkých až středních akcí) patří: Milevské Bartolomějské posvícení, Pohádkový les, Open Air Musicfest Přeštěnice. Oproti tomu, akce, které nejsou již příliš oblíbené: Ples města Milevska, Milevské pivní slavnosti.
Aktivita	K5.2.1. Utlumit činnost neúspěšných akcí, popř. některé z nich transformovat na originální, moderní a pro obyvatele Milevska nové kulturní zážitky. K5.2.2. Milevské maškary – zmírnit jejich „komerci“, naopak zvýšit důraz na historii (a tradici), neboť se jedná o Národní kulturní památku. K5.2.3. Vytvoření spojené akce „Milevské Vánoce“ – kdy budou spolupracovat všechny hlavní kulturní organizace (muzeum, knihovna, dům kultury, klášter) a vytvoří se velká akce s trhy, jarmarkem, vánočním čtením, zpíváním apod., na jeden společný víkend, pro navození vánoční atmosféry s respektem k duchovní stránce (místo by mohlo být park Bažantice u kláštera) K5.2.4. Zvýšení atraktivity prohlídky maškar v Muzeu maškar* K5.2.5. Vytvořit unikátní volnočasovou akci, která bude silně propagována a bude pro všechny cílové skupiny občanů města, i pro turisty. Nebude postavena na tradičně – historickém kulturním základě (odpadne kritika, že se z historie dělá business), ale bude inovativní a velmi atraktivní.

* K tabletu by byla připojena ještě nahrávka rozhovoru mezi současným dítětem a historickou postavou (příklad dobré praxe: Žďár nad Sázavou)

Prioritní oblast	K5: Spolupráce a marketingová komunikace
Opatření	K5.3 Posílení image města.
Zdůvodnění / popis opatření	Kultura se stala neoddělitelnou součástí marketingu měst, obcí a regionů. Místa se snaží odlišit prostřednictvím svých jedinečných památek, tradic, ale i festivalů (event marketing). Image města je důležitý i pro cestovní ruch. Tvorba image města i marketing kultury začíná v podobě vhodného a systematického informování občanů, ať už místních, nebo i mimo město, o atraktivitách (památky, akce atd.) města. Je zapotřebí využívat i moderní formy propagace, jako jsou videa (např. záběry z dronu) či aplikace s možností vizualizací apod.
Aktivita	K5.3.1. Zvýšení informovanosti o kulturním dění u obyvatel města Milevska K5.3.2. Zvýšení informovanosti o kulturním dění Milevska i za jeho hranice K5.3.3. Využívání moderních forem propagace (aplikace, sociální sítě, videa atd.)



Strategie rozvoje sportu



4. Úvodní část

4. 1. Prolog

Sportovní hnutí v Milevsku má již téměř 140letou tradici, v tomto období bylo postupně založeno více než třicet spolků, z nichž řada zahrnovala další oddíly různých sportovních odvětví. S rozvojem sportu, potřebami sportovního hnutí a rostoucím počtem obyvatel ve druhé polovině dvacátého století vznikla v Milevsku základní sportovní vybavenost, včetně fotbalového a zimního stadionu či sportovní haly. Z milevského prostředí také vzešla řada sportovních osobností, které reprezentovaly město na vysoké úrovni a byly tak rovněž příkladem dobré práce s dětmi a mládeží ve sportovních klubech.

Město Milevsko je přirozeným spádovým centrem dalších obcí. Obvod obce s rozšířenou působností čítá celkem 26 samospráv, průměrná velikost obce je necelých 400 obyvatel, což dále posiluje význam Milevska jako přirozeného centra regionu. Správní obvod je dále charakteristický velmi nízkou hustotou obyvatel – 47 ob./km². Specifickým znakem města Milevska je relativně velká rozloha, město je členěno na šest místních částí – Milevsko, Dmýštica, Velká, Rukáveč, Něžovice a Klisín.

Při zpracování Plánu rozvoje sportu jsme se snažili přistupovat k řešené oblasti v co možná nejširších historicko-společenských souvislostech. Sport je tudíž chápán také jako nástroj, který lze využít pro naplňování dalších cílů, například v problematice sociální, zdravotní, dopravy, oblasti cestovního ruchu či celkového rozvoje města. Města by se neměla v této oblasti omezovat jen na podporu organizované činnosti, což plně koresponduje se současnými trendy sportovních aktivit dětí i dospělých.

V rámci analytické části jsme pracovali s velkým množstvím dat a informací. Prostřednictvím dotazníkového šetření na školách a mezi milevskou veřejností jsme shromáždili téměř 500 dotazníků. Dále jsme se věnovali šetření v klubech i mezi dalšími aktéry v oblasti sportu. Tímto jsme získali názor jak na současný stav, tak na budoucí rozvoj sportu a potenciál města z pohledu odborné sportovní veřejnosti. Významnou část prací představovalo terénní šetření sportovní infrastruktury. Věnovali jsme pozornost rovněž dotační politice a financování sportu. Podstatná byla také návaznost Strategie na další strategie. Město Milevsko disponuje dalšími strategickými dokumenty a koncepčními materiály, které se oblasti sportu přímo či nepřímo dotýkají. Naší snahou tedy bylo, aby Strategie rozvoje sportu vycházela nejen z původních šetření a analýz, ale zároveň aby byla v souladu s těmito dokumenty. Lze říci, že Strategie rozvoje sportu zastřešuje oblast rozvoje sportu jako celek, včetně již zmíněného přesahu do dalších oblastí rozvoje města.

Na základě poznatků z dílčích analýz a jejich konfrontace jsme se snažili formulovat realistickou vizi reflektující společenské trendy, sportovní tradici města, jeho potenciál i konkrétní problémy, které vytvářejí bariéry dalšího rozvoje sportu v Milevsku. Zároveň jsme se pokusili navrhnout takové změny, jež přispějí k užší spolupráci mezi městem, spolkovým sektorem, školami i dalšími institucemi. Strategie tak nedeleguje veškeré úkoly na město, ale předpokládá zapojení dalších aktérů, kteří se rozvoji sportu v Milevsku věnují. Právě dobrovolníci sehrávali historicky při rozvoji sportu v Milevsku nejvýznamnější úlohu. Význam dobrovolnictví roste také v současné době, zvláště v kontextu negativních společenských trendů, jako je stárnutí populace, snižování pohybové gramotnosti či sedavý životní styl dětí i dospělých.

4. 2. Jaký bude přínos Strategie rozvoje sportu pro město?

Jak vyplývá z ekonomického opodstatnění podpory sportu z veřejných prostředků (viz dále), hlavními principy podpory sportu by měla být sociální spravedlnost a efektivnost. Hlavním přínosem dokumentu je vymezení společné dlouhodobé vize, strategických cílů a opatření vedoucích k jejich naplnění. Strategie rozvoje sportu by tak měla udat městu jasný, realistický a srozumitelný směr rozvoje sportu v Milevsku v souladu s výše uvedenými principy.

Město Milevsko je významným poskytovatelem sportovních zařízení nejen pro obyvatele města, ale také přirozené spádové oblasti. Na prostředcích z rozpočtu města je závislá činnost sportovních spolků či pořadatelů sportovních akcí. Přínos Strategie rozvoje sportu v Milevsku by se tak měl projevit zejména v následujících oblastech:

- Rozvoj sportu bude mít kontinuální charakter.
- Město bude reflektovat potřeby různých věkových skupin.
- Město bude klást důraz na rozvoj různých částí města.
- Sport bude využíván jako efektivní nástroj rozvoje cestovního ruchu.
- Podpora sportovních organizací bude transparentní a jasně zdůvodněná.
- Do rozvoje sportu se intenzivněji zapojí vzdělávací instituce.
- Město bude otevřené sportovním iniciativám občanů a organizací.
- Milevsko se bude aktivně podílet na iniciování spolupráce a partnerství napříč sektory.
- Sportovní zařízení budou využívána co nejefektivněji.
- Nová sportovní zařízení či lokality budou vznikat v souladu s potřebami organizací a veřejnosti.
- Město bude efektivněji využívat vlastních komunikačních kanálů k informovanosti a propagaci sportu mezi vlastními obyvateli i návštěvníky města.

4. 3. Společenská role sportu a opodstatnění jeho podpory z veřejných rozpočtů

Hlavním ekonomickým opodstatněním veřejné podpory sportu je dle ekonomických teorií považována sociální spravedlnost a efektivnost, vyplývající z tržních selhání, neboť trh nereflakuje veškeré společenské přínosy sportu. V českém prostředí bývá častěji užíván termín veřejné prospěšnosti. Naopak omezeními podpory sportu z veřejných zdrojů jsou selhání veřejné správy z důvodů nízké flexibility, složitosti řízení nebo realizace osobních či politických zájmů. Právě výše uvedené aspekty veřejné podpory sportu posilují opodstatnění pro strategické přístupy k rozvoji a podpoře sportu, Strategie rozvoje sportu by tak měla být nástrojem rozvoje sportu v souladu s výše uvedenými principy.

4. 3. 1. Zdravotní hledisko

Zdravotní přínosy jsou nejčastějším argumentem veřejné podpory sportu. Sedavý životní styl je rizikovým faktorem rozvoje chronických nemocí včetně kardiovaskulárních chorob. Navíc existuje spojitost mezi pohybovou aktivitou a délkou života. Lidé se sedavým způsobem života, kteří začali vést aktivnější život, deklarují, že se cítí lépe a těší se vyšší kvalitě života. Pohybová aktivita je spojena také s psychologickými přínosy – sport zlepšuje kontrolu nad příznaky úzkosti a deprese. Sport navíc poskytuje příležitost k sebevyjádření, budování sebevědomí, sociální interakci a integraci. WHO rovněž uvádí, že sportující lidé snáze adaptují zdravé životní návyky (např. vyhýbání se tabáku, alkoholu a užívání drog) a prokazují lepší výkony při studiu či v práci.

4. 3. 2. Sociální exkluze, inkluze a sport

Sociální inkluze ve sportu je často spojena s otázkami samotného opodstatnění veřejné podpory sportu, přičemž sport je chápán jako meritní (veřejně prospěšný) statek. Inkluzivní účinky sportu jsou však mnohdy zpochybňovány, neboť většinou chybí nástroje k monitorování a hodnocení takových efektů.

Problematika sociální exkluze ve sportu souvisí především se dvěma fenomény:

- s neúčastí nebo nižší účastí určitých skupin obyvatel ve sportu,
- s lokalitami s nízkou sportovní vybaveností.

Cíle související se zapojením různých vrstev obyvatel do sportu vystihuje nejlépe fenomén sportu pro všechny, zaměřený na rovné příležitosti, pestré možnosti či sportovní zařízení odpovídající poptávce a

potřebám obyvatel. V souvislosti s tímto významem sociální inkluze bývá často uváděn sport jako nástroj začleňování handicapovaných a jinak společensky znevýhodněných osob.

4. 3. 3. Rozvojová dimenze sportu a cestovní ruch

V případě sportovní infrastruktury se z vyloučených nebo zanedbávaných lokalit mohou s využitím sportu stát místa, která budou přitahovat nejen místní obyvatele, ale v mnoha případech mají potenciál stát se také nástrojem cestovního ruchu. Zvláště v souvislosti se současnými trendy, kdy lidé za účelem sportování využívají často přirozených přírodních podmínek, lze za relativně nízké náklady revitalizovat lokality právě pro potřeby sportu a volnočasových aktivit.

Sport lze využít rovněž jako efektivní nástroj rozvoje města. Jeho potenciál souvisí zejména s realizací atraktivní infrastruktury, s využitím specifického podnebí, krajinného rázu nebo s pořádáním sportovních akcí, které významem přesahují hranice regionu. Prostřednictvím sportovních akcí či sportovní reprezentace se zvyšuje povědomí o městu u jeho návštěvníků, navíc vysoká účast při sportovních akcích přináší městu další benefity včetně návyků k pravidelné účasti obyvatel. Sport lze dále využít k iniciování různých forem partnerství s dalšími městy či soukromým sektorem.

4. 4. Legislativní rámec

Roli obcí při podpoře a rozvoji sportu vymezuje zákon o podpoře sportu, v platném znění. Zákon definuje postavení sportu jako veřejně prospěšné činnosti a stanovuje mimo jiné úkoly a působnost územních samosprávných celků při podpoře sportu.

§ 6 zákona vymezuje úkoly obcí následovně:

- 1) Obce ve své samostatné působnosti vytvářejí podmínky pro sport, zejména
 - a) zabezpečují rozvoj sportu pro všechny, zejména pro mládež,
 - b) zabezpečují přípravu sportovních talentů včetně zdravotně postižených občanů,
 - c) zajišťují výstavbu, rekonstrukce, udržování a provozování svých sportovních zařízení a poskytují je pro sportovní činnost občanů,
 - d) kontrolují účelné využívání svých sportovních zařízení,
 - e) zabezpečují finanční podporu sportu ze svého rozpočtu.
- 2) Obec zpracovává v samostatné působnosti pro své území plán rozvoje sportu v obci a zajišťuje jeho provádění. § 6 pak definuje jeho obsah:

Plán rozvoje sportu v obci nebo kraji obsahuje zejména vymezení oblastí podpory sportu, stanovení priorit v jednotlivých oblastech podpory sportu a opatření k zajištění dostupnosti sportovních zařízení pro občany obce nebo kraje. Součástí plánu je také určení prostředků z rozpočtu obce nebo kraje, které jsou nezbytné k naplnění plánu.

Z hlediska poskytování dotací a provozování sportovních zařízení jsou zásadní legislativní úpravou zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, v platném znění a zákon č. 128/2000 Sb., zákon o obcích, v platném znění. K dalším relevantním normám patří zejména:

- zákon č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole),
- zákon č. 255/2012 Sb., o kontrole (kontrolní řád), v platném znění.

ANALYTICKÁ ČÁST (Sport)

5. Základní východiska a metodika zpracování

Zpracování Strategie rozvoje sportu probíhalo od začátku července do října 2019. Zpracování analytické části bylo založeno zejména na následujících dílčích analýzách a šetření:

- Terénní šetření na úrovni sportovních zařízení
- Dotazníkové šetření mezi dospělou populací
- Dotazníkové šetření ve školách
- Individuální rozhovory se zástupci sportovního hnutí a vedení města
- Analýza vývoje financování sportu z rozpočtu města
- Komparace s dalšími městy
- Analýza strategických dokumentů
- SWOT analýzy

5. 1. Město Milevsko a sport

Cílem následující části je krátce popsat vývoj sportovního hnutí v Milevsku. Důležitým podkladem byla kniha Josefa Kroha „Milevská tělovýchova a sport“ z roku 2004. Autorovi tímto děkujeme za možnost podrobně se seznámit s vývojem sportovního hnutí v Milevsku.

Počátky sportovní hnutí v Milevsku se datují až do devatenáctého století, již v roce 1884 byl ustaven bruslařský klub, jehož náplní bylo rekreační bruslení. O pět let později vznikla Tělocvičná jednota Sokol, která postupně nabídla více než 10 různých sportovních odvětví v rámci svých oddílů. Na začátku dvacátého století pak následoval Český klub velocipedistů (1903), Klub českých turistů (1919) či Sportovní klub Milevsko (1920), jehož náplní byla od roku 1920 kopaná a v roce 1932 se přidali hokejisté. První hokejové utkání se konalo o 2 roky později. V tomto kontextu je třeba připomenout, že na začátku dvacátého století žilo v Milevsku kolem 4 tisíc obyvatel (4 241 v roce 1910).

Ve dvacátých letech byla dále ustavena Dělnická tělovýchovná jednota (DTJ) či sportovní oddíl Spolku milevských studujících, což znamenalo počátek tenisového hnutí v Milevsku. Ve třicátých letech vznikla Tělocvičná jednota Orel, která se zaměřovala na cvičení, stolní tenis a odbíjenou.

Výrazný rozvoj dalších sportovních odvětví nastal v padesátých letech. V roce 1950 žilo v Milevsku stále přibližně 4 000 obyvatel, nicméně a o deset let později mělo již Milevsko obyvatel necelých 6 000. V tomto období byl založen TJ Spartak Milevsko (zahrnoval mimo jiné kopanou, košíkovou, lyžování, lední hokej, národní házenou, atletiku či stolní tenis). V roce 1956 vznikl Sportovní střelecký klub a v roce 1957 byly v rámci transformace sportovního hnutí v období komunistické vlády sloučeny tři samostatné jednoty, od roku 1970 známé jako TJ ZVVZ. V rámci této organizace se dále rozvíjely další sportovní odvětví – například kulturistika, cyklistika, tenis či moderní gymnastika. V padesátých letech vznikl rovněž Auto moto klub ZVVZ, který zahrnoval závody na motocyklech, závody automobilů či motokár.

V první polovině devadesátých let byly založeny hokejový, fotbalový a tenisový klub, vznikl také sportovní klub při gymnáziu (jóga, lyžování, tenis a vysokohorská turistika) a cyklistický klub, který zaznamenával na přelomu tisíciletí výrazné úspěchy na republikové i mezinárodní úrovni.



5. 2. Strategické dokumenty státu, kraje a ORP Milevsko

5. 2. 1. Sport 2025

Sport 2025 je strategickým dokumentem schváleným vládou. Koncepce prezentuje „směry rozvoje a podpory českého sportu, pilíře, priority, strategické cíle i podmínky naplnění“. Cílem koncepce je „zlepšit podmínky pro sport a státní reprezentaci ČR tak, aby odpovídaly významu sportu pro společnost i jednotlivce, respektovaly tradici i sportovní politiku EU“. Koncepce definuje horizontální priority, které by „měly být zohledněny mimo jiné při tvorbě strategických záměrů samospráv“.

Jedná se o následující priority:

- zastavit pokles tělesné zdatnosti dětí a mládeže,
- zastavit růst nadváhy a obezity u dětí a mládeže,
- zvyšovat úroveň pohybové gramotnosti,
- snižovat ekonomickou spoluúčast rodin,
- transparentnost, evidence a otevřenost informací ve sportu,
- aktivní boj proti negativním jevům ve sportu,
- rovné příležitosti,
- mezíresortní a mezisektorový přístup,
- spolupráce státní správy a regionálních či místních samospráv,
- zapojení sportovních odborníků a sportovců do rozhodovacích procesů samospráv,
- podpora dobrovolnictví a trenérství jako zájmové činnosti.

Dokument vymezuje dále strategické oblasti, v jejichž kontextu jsou definovány strategické cíle:

Oblast 1 Rozvoj sportu pro všechny

- Podporovat rozvoj sportovních klubů a jednot
- Posilovat roli regionálních a místních sportovních center
- Vytvářet podmínky pro zvyšování členské základny v organizovaném sportu
- Podporovat masové propagačně-motivační akce
- Vytvářet podmínky pro využití integračního potenciálu sportu pro všechny sociální skupiny dětí a mládeže

- Vytvářet podmínky pro využití sportu pro rozvoj komunitního života, zejména na lokální úrovni

Oblast 2 Podporovat širokou základnu výkonnostních sportovců

- Zvyšovat povědomí o sportovních odvětvích u dětí
- Rozvíjet výkonnostní sport mládeže bez ohledu na perspektivu reprezentace
- Podporovat výkonnostní sport dospělých

Oblast 3 Rozvoj školního a univerzitního sportu

- Navyšovat počty hodin pohyb. aktivit ve školním prostředí a rozvoj programu školních SK
- Inovovat systém školních sportovních soutěží
- Rozšiřovat organizovanou nabídku volnočasových sportovních aktivit pro studenty
- Stabilizovat a rozšiřovat systém sportovních soutěží univerzitního sportu přístupného všem studentům

Oblast 4 Odbornost ve sportu

- Vybudovat sportovní výzkumné centrum a zajistit přenos poznatků do praxe
- Inovovat systém vzdělávání odborníků ve sportu
- Posílit odborné vedení dětí

Oblast 5 Obnova a budování sportovních zařízení

- Obnovovat a rozvíjet sportovní zařízení SK/TJ
- Obnovovat a rozvíjet školní sport. infrastruktury
- Rozvíjet univerzitní sportovní areály
- Vybudovat strategickou infrastrukturu pro státní reprezentaci a RTC pro přípravu mládeže
- Modernizovat přístrojové vybavení pro přípravu reprezentace a talentů

Oblast 6 Sport handicapovaných

- Zajistit dostupnost sportu pro handicapované
- Vytvářet ucelený systém péče o talentovanou handicapovanou mládež a reprezentaci

Oblast 7 Konkurenceschopnost sportovní reprezentace ČR

- Zajistit kvalitní podmínky pro přípravu reprezentantů ČR v resortních sportovních centrech
- Pokračovat v programech podpory talentované mládeže ve spolupráci se sportovními svazy
- Zintenzivnit propojení vzdělávacího systému s přípravou talentů a reprezentantů
- Podporovat úspěchy sportovní reprezentace ČR na mezinárodních soutěžích a šíření dobrého jména ČR
- Vytvořit systém zdravotní péče o státní reprezentanty a talentovanou mládež
- Vytvořit systém péče o státní reprezentanty po ukončení kariéry
- Dále rozvíjet profesní komory trenérů a posilovat společenskou prestiž trenérů
- Podporovat profesionální soutěže a postavení profesionálních sportovců

Oblast 8 Komerční sport

- Opakovaně pořádat významné mezinárodní i národní sportovní události
- Rozvíjet sportovní služby v oblasti zdraví a zdatnosti

5. 2. 2. Plán rozvoje sportu v Jihočeském kraji

Plán rozvoje sportu v Jihočeském kraji byl schválen usnesením Zastupitelstva Jihočeského kraje dne 17. 5. 2018. Podle statistických údajů je do pravidelné sportovní činnosti zapojeno přibližně 190 tisíc obyvatel kraje, což představuje 30 % populace. Ze zbývajících 70 % obyvatel sportuje příležitostně či spíše rekreačně asi jedna polovina, druhá polovina nesportuje téměř vůbec. Rozložení sportujících a pasivních obyvatel kraje koresponduje s celostátním průměrem.

Opatření:

V oblasti zlepšování podmínek pro rekreační sport s využitím přírodního prostředí Jihočeského kraje:

- Podporovat veřejně přístupné sportovní a turistické akce zaměřené na co nejširší zapojování neorganizované veřejnosti a zejména dětí a mládeže do pravidelných pohybových aktivit.
- Podporovat pravidelnou údržbu turistického značení pěších, lyžařských, cyklistických tras a tras pro turistiku na koni v kraji. Výrazněji se zaměřit na obnovu průchodnosti a průjezdnosti těch tras, které budou poškozeny živelnými katastrofami.
- Podporovat rozšíření a zkvalitnění podmínek pro sjezdové i běžecké lyžování v kraji. Ve spolupráci s obcemi podporovat údržbu běžeckých stop.
- Podílet se ve spolupráci s městskými i obecními úřady na budování přírodních sportovních areálů.

V oblasti tělesné výchovy a sportu ve školách a školských zařízeních:

- Trvale podporovat činnost školních sportovních klubů a zapojení škol do systému školních postupových sportovních soutěží.
- Orientovat činnost školních sportovních klubů rovněž na rekreační formy pohybových aktivit a jednorázové akce v rámci programu „Sport pro všechny“ se zaměřením zejména na mládež 15-18 let.
- Podporovat využívání školních sportovních zařízení v mimoškolní době mládežnickými i sportovními subjekty i neorganizovanou veřejností.
- Výrazněji se zaměřit na podporu celokrajských aktivit pro další vzdělávání učitelů tělesné výchovy a sportu všech typů škol a školských zařízení.
- Podílet se ve spolupráci se zřizovateli na rekonstrukcích, opravách a obnově vybavení školních tělocvičen a hřišť. Preferovat systém vícezdrojového financování.
- Podporovat postupné vybavování škol dalšími doplňkovými sportovišti a sportovními zařízeními (posilovny, boulder stěny apod.)
- Podporovat činnost vysokoškolských sportovních klubů včetně jihočeské reprezentace celorepublikových akademických soutěží.
- Prostřednictvím zákonodárných iniciativ podporovat navýšení počtu hodin tělesné výchovy na základních i středních školách.

V oblasti tělovýchovných a sportovních spolků:

- Spolupracovat s Českou unií sportu při tvorbě a správě databáze sportovních subjektů a sportovišť v rámci kraje.
- Výrazněji se podílet ve spolupráci s jednotlivými sportovními subjekty na pravidelné mediální podpoře tělovýchovných a sportovních aktivit.
- Spolupracovat s turistickými informačními centry měst a obcí, zejména v oblasti nabídky jednotlivých sportovních aktivit ve směru k veřejnosti.
- Využívat intenzivněji internetové informační zdroje na území JČK pro propagaci sportovních aktivit tělovýchovných a sportovních spolků.
- Podporovat rozvoj sportovních klubů, tělovýchovných a tělocvičných jednot se zvláštním zřetelem na jejich členskou základnu, jejich aktivity v rámci sportovní přípravy dětí a mládeže a organizace veřejně přístupných akcí i pro neorganizované zájemce.

- Zvýšit atraktivitu prostředí sportovních zařízení a vytvářet tak podmínky pro zvyšování členské základny v organizovaném sportu.
- Podílet se odborně a metodicky na návrzích koncepcí výstavby, údržby a provozu tělovýchovných a sportovních zařízení v jednotlivých městech a obcích kraje.

V oblasti vrcholového a výkonnostního sportu a v přípravě sportovních talentů

- Průběžně aktualizovat přehled zapojení jednotlivých sportovních svazů do systému postupových soutěží, který bude využit v rámci dotační politiky kraje zaměřené na vrcholový a výkonnostní sport.
- Ve spolupráci s příslušnými sportovními subjekty (TJ/SK) postupně vytvořit databázi základních škol, které mají ve svých školních vzdělávacích programech zakotvenu rozšířenou výuku tělesné výchovy.
- Podporovat v rámci krajských dotačních programů ty tělovýchovné subjekty, které se podílejí na činnosti sportovních škol a tříd s rozšířenou výukou tělesné výchovy.
- Podporovat systémové projekty národních sportovních svazů v oblasti výchovy talentované mládeže (akademie) na základě uzavřených memorand mezi Jihočeským krajem a příslušným národním sportovním svazem.
- Postupně rozšiřovat konkrétní sportovní akce pořádané v rámci přeshraniční spolupráce s regiony Horního Rakouska, Dolního Bavorska a dalšími zahraničními partnery.
- Organizačně i finančně zabezpečovat účast krajské reprezentace na letních i zimních Olympiádách dětí a mládeže organizovaných ve spolupráci s Českým olympijským výborem v jednotlivých krajích ČR.
- Podílet se ve spolupráci se Sportovní komisí Rady Jihočeského kraje a s Jihočeským všesportovním kolegiem na každoroční organizaci a vyhlášení ankety nejlepších sportovců kraje.
- Podílet se na budování sportovišť pro výkonnostní a vrcholový sport na území JČK včetně podílu na budování špičkových sportovišť pro jednotlivé druhy sportu.
- Podporovat pravidelné pořádání krajských přeborů a krajských výkonnostních soutěží s důrazem na ty, které se zaměřují ve větší míře na mládež a jsou přístupné i pro neorganizované zájemce.

V oblasti financování tělovýchovy a sportu

- Doporučovat orgánům obcí a měst při sestavování obecních rozpočtů v souladu s § 6 zákona č. 115/2001 Sb., o podpoře sportu existenci samostatné kapitoly pro tělovýchovu a sport.
- Pravidelně každoročně vyhlášovat v souladu se schválenými „Zásadami Jihočeského kraje pro poskytování veřejné finanční podpory“ krajské dotační programy podpory sportu. Jejich zaměření nastavovat podle aktuální situace v oblasti sportu a v souladu s přijatými opatřeními tohoto Plánu a v návaznosti na programy státní podpory sportu.
- Současný finanční rámec podpory sportu z rozpočtu Jihočeského kraje navyšovat dle aktuálních priorit a potřeb v regionu, vyhodnocovaných ve spolupráci s městy, obcemi, sportovními organizacemi a poradními orgány.
- Podporovat využívání formy záštity nejvyšších představitelů kraje nejen nad vrcholnými sportovními podniky, které se uskutečňují na území kraje (republikové, evropské a světové soutěže), ale i nad celokrajskými sportovními a turistickými akcemi pro širokou veřejnost.
- Podporovat využívání formy mimořádných finančních i věcných darů nejúspěšnějším sportovním reprezentantům kraje a jejich případné přijetí nejvyššími orgány či představiteli kraje.
- Podporovat formy předfinancování subjektů, které podávají projekty do oblasti sportu.
- Podporovat využívání možnosti zákonodárné iniciativy krajských orgánů v oblasti financování tělovýchovy a sportu z celostátní úrovně (daňové zákony, investiční a neinvestiční dotace z úrovně MŠMT apod.).
- Podporovat vydávání informačních materiálů propagujících nabídku pravidelné i nepravidelné turistické a sportovní činnosti pro veřejnost.
- Doporučit možnosti a formy společenského (i jiného) oceňování dobrovolných funkcionářů, trenérů a cvičitelů z oblasti sportu a tělovýchovy.

5. 3. Strategické dokumenty města Milevska a sport

Předmětem této části jsou strategické dokumenty města, cílem bylo identifikovat taková opatření či aktivity, které mají přímou návaznost na oblast rozvoj sportu.

5. 3. 1. Strategický plán rozvoje města Milevska (2015)

Cíl: Zlepšení stavu dopravní a technické infrastruktury

Opatření: Dopravní infrastruktura

Projekt:

- Pokračování realizace projektu „Mobilita pro všechny“
- Opravy komunikací s nevyhovujícím povrchem
- Výstavba příjezdové komunikace a parkoviště ke koupališti

Cíl: Zvyšování atraktivity města Milevska

Opatření: Zlepšení architektonického vzhledu města

Projekt: Alternativní využití autobusového nádraží

Opatření: Obnova a udržování veřejných prostranství a zeleně

Projekt: Revitalizace a doplňování zeleně a mobiliáře parků a ostatních veřejných prostranství

Cíl: Podpora vzdělávání

Opatření: Zajištění odpovídajícího technického stavu školních zařízení a jejich vybavení

Projekt:

- Rekonstrukce a modernizace MŠ Sluníčko – Doplnění herních prvků zahrady; Propojení budov s realizací tělocvičny; Oprava chodníků, výměna dlažby
- Rekonstrukce a modernizace 1. ZŠ T.G. Masaryka, Milevsko – Zateplení a výměna oken budov 1. a 2. stupně; Sportovní areál – asfaltové hřiště; sportovní víceúčelová hala;
- Rekonstrukce topné soustavy (kotle, regulace)

Cíl: Podpora a rozvoj turistické infrastruktury

Opatření: Podpora vzniku kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení

Projekt:

- **Zlepšení ubytovacích a stravovacích kapacit – rekonstrukce hotelů Sport a Stadion**
- **Podpora rozšíření kapacity kempu Vášův mlýn**

Opatření: Rozvoj různých druhů turistiky

Projekt:

- Vybudování vhodných komunikací pro pěší, cyklisty a inline v prostoru lokalit Hajda, Vášův mlýn, Na vinicích, Šibenný vrch aj.
- Rozvoj dalších pěších a naučných stezek
- Provázání zimní lyžařské turistiky na nabídku regionu Čertovo břemeno
- Rozvoj nabídky hipoturistiky a venkovské turistiky v blízkém okolí města

- Rozvoj doplňkových služeb zejména v oblasti pěší turistiky a cykloturistiky (odpočívadla, mobiliář, informační cedule a zkvalitnění místního značení, půjčovny a úschovny kol apod.)

Cíl: Vytvořit společnou marketingovou strategii a nabídku turistických produktů

Opatření: Společná marketingová strategie a jednotná propagace regionu

Projekt:

- Zpracování marketingové strategie města a regionu
- Podpora společné prezentace města a regionu
- Založení společného marketingového regionu Střední Povltaví
- Aktivní spolupráce města a celého regionu s turistickou oblastí Toulava
- Podpora vzniku golfového hřiště včetně ubytovacího zázemí
- Vytváření vícedenních turistických tematicky zaměřených balíčků (např. historie, příroda, lidové tradice,...) či orientovaných na určitou cílovou skupinu – senioři, sportovci, rodiny s dětmi apod.
- Rozvoj služeb pro rodiny s dětmi (budování dětských koutků, rozvoj animačních zábavních programů pro děti, školy a kurzy různých sportů a aktivit pro děti a mládež apod.)

Cíl: Milevsko – dobré místo pro život

Opatření: Vybudování odpovídající sportovní infrastruktury

Projekt:

- Rekonstrukce a modernizace zimního stadionu
- Dokončení areálu extrémních sportů
- Dokončení rekonstrukce letního stadionu – atletický ovál, in-line okruh, budovy areálu
- Vytvoření relaxačního parku
- Dostavba zázemí venkovního koupaliště
- Výstavba šaten s ubytovnou (Areál tenis. kurtů – Bažantnice)
- Oprava kurtů (Areál tenis. kurtů – Bažantnice)
- Rekonstrukce a zateplení haly míčových her
- Přístavba a stavební úpravy sokolovny
- Rekonstrukce venkovního hřiště u sokolovny – umělý povrch
- Výstavba venkovních vícegeneračních posiloven (fitnessparky), senior park, streetworkout park
- Výstavba squash kurtů mezi sp. halou a ZS
- Zastřešení hřiště s umělým povrchem u sp. haly

Opatření: Podpora sportovních a volnočasových aktivit

Projekt:

- Podpora aktivit volného času dětí a mládeže
- Podpora činnosti sportovních klubů a zařízení na území města
- Zapojení občanů do pravidelné sportovní činnosti

5. 3. 2. Rozvoj SMART CITY v Milevsku: Živé Milevsko – SMART Region

Strategická oblast: Strategické služby

Rozvojová priorita: Komplexní pojetí mobility ve veřejném prostoru

Opatření:

- Propagace a zavádění alternativních způsobů dopravy (nízkoemisní a bezemisní doprava), zvyšování její dostupnosti širokému spektru obyvatel.
- Podpora, propagace a zavádění prvků sdílené mobility.
- Zvyšování bezpečnosti dopravy a dopravní infrastruktury.
- Sběr a využívání dat o mobilitě (např. data mobilních operátorů) pro efektivnější optimalizaci dopravy ve městě i regionu s využitím např. inteligentních dopravních systémů.
- Vytvoření odborné platformy na úrovni města (např. obsazení a doplnění Dopravní komise odborníky).

Strategická oblast: Lidé

Rozvojová priorita: Kultura, sport, turismus – volný čas

Opatření:

- Koordinace a řízení volnočasových aktivit: Dnešní systém je v některých ohledech na území města i ORP spíše konkurenční. Navrhuje se zajistit koordinaci a logické / smysluplné provázání volnočasových aktivit (bude-li to možné). Řešením může být vytvoření nového úvazku na úřadu nebo rozhodnutí, že koordinaci zajistí některá ze stávajících organizací města (a nově vytvořený úvazek v ní). V obou případech může jít o cca 0,5 úvazku.
- Komunikace volnočasových aktivit: S výše uvedenou činností souvisí i komunikace a propagace volnočasových aktivit.
- Vytvoření internetových stránek sdružujících informace: V plánu je nový web SPOS Milevsko. K úvaze je, jestli nespojit v budoucnu weby na všechny volnočasové aktivity pod jeden. (*Web již existuje*)
- Sběr dat v oblasti turismu: V oblasti Smart City se nabízí lepší práce a vyhodnocování sebraných dat i cílení reklam na sociálních sítích. Potenciál má rovněž sběr zbytkových dat od mobilních operátorů, které ukazují návštěvnost.
- Stakeholder management: Propojení všech zainteresovaných subjektů v oblasti turismu i mimo správu města (klášter ad. v regionu).

Rozvojová priorita: Veřejný prostor

Opatření:

- **Centrum města:** Popsáno již v Rozvojovém opatření 3.3. Centrum města by mělo být vnímáno jako centrum odpočinku, možnosti trávení volného času a sdružování. Tuto úlohu nenaplnjuje. Velký potenciál má v centru vytvoření nového systému veřejných trhů = profesionalizace trhů v podobě jednotného vizuálu, dřevěných stánků, určení místa (nemusí jít jen o náměstí), stanovení dnů a časového rozsahu, kdy trhy budou atd. Možnost je řízení městem (případně městskou organizací) nebo outsourcováno na vnější subjekt (případně kombinace). Tento nový systém skýtá rovněž možnost zavedení principů lokální ekonomiky, v čemž by se projevila chytrost města / regionu.
- **Relax zóny:** Vytvoření uceleného systému relax zón, které by na sebe navazovaly včetně provázaného systému odpočinkových míst. Součástí by měl být i pasport laviček ve městě, které jsou propojující

páteří sítí mezi místy trávení odpočinku nebo volného času. Vytvoření tohoto systému vyžaduje i zajištění sociálního vybavení, např. toalety. Tato opatření by měla navázat na využití centra města.

- **Správa veřejného prostoru a údržba čistoty** (včetně dětských hřišť): Posílit údržbu veřejného prostoru. Redefinovat současný systém hlášení závad vůči Službám města Milevska

5.3.3. Podpora aktivní mobility v Milevsku

Dokument Podpora aktivní mobility v Milevsku má jednoznačný přesah do Strategie rozvoje sportu, cyklistika patří k nejpopulárnějším českým sportům mezi dětmi i dospělými. V Milevsku je navíc jízdní kolo hojně využíváno jako dopravní prostředek, na významu nabývají také elektro kola, která umožňují nejen starším lidem být aktivní. V rámci dokumentu jsou uvedeny zejména následující záměry, které mají přesah do řešené oblasti rozvoje sportu, včetně návrhů konkrétních lokalit:

- Pumptrackové hřiště v lokalitě mezi koupalištěm a tenisovými kurty
- Relaxační zóna v lokalitě nad čerpací stanicí Benzina
- Naučná cyklotrasa v lokalitě pod ulicí U Dehetníku

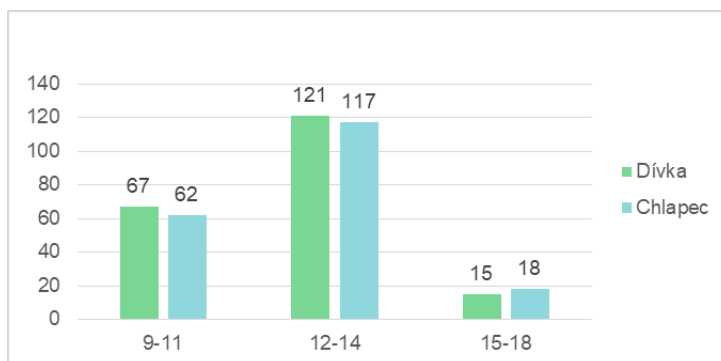
5.4. Obyvatelé města Milevska a sport

Cílem následující části bylo charakterizovat vztah obyvatel Milevska ke sportovním aktivitám. V průběhu září byla realizována dotazníková šetření mezi dospělou veřejností a ve školách. Kromě těchto šetření jsme se setkali se zástupci sportovního hnutí a dalšími aktéry, kteří se podílejí na rozvoji sportu v Milevsku.

5.4.1. Sportovní aktivity dětí

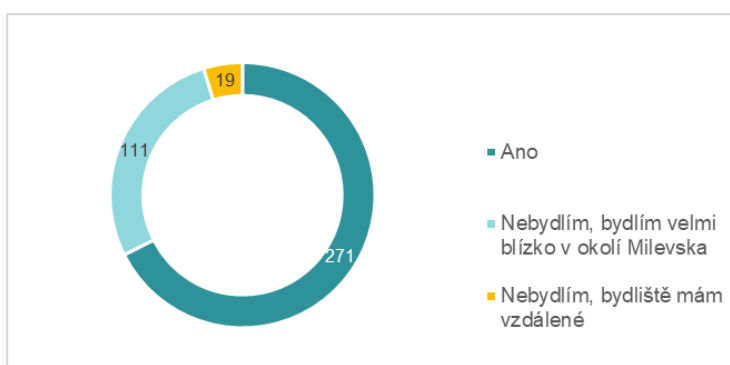
Dotazník ve školách byl určen žákům a studentům od 5. tříd výše. Strukturu vzorku naznačuje Graf S1 Zapojení dívek a chlapců bylo téměř totožné, negativně lze vnímat nízké zapojení žáků gymnázia ve vyšším stupni, čímž klesá vypovídající hodnota poznatků za tuto skupinu respondentů.

Graf S1: Struktura vzorku dětí podle pohlaví



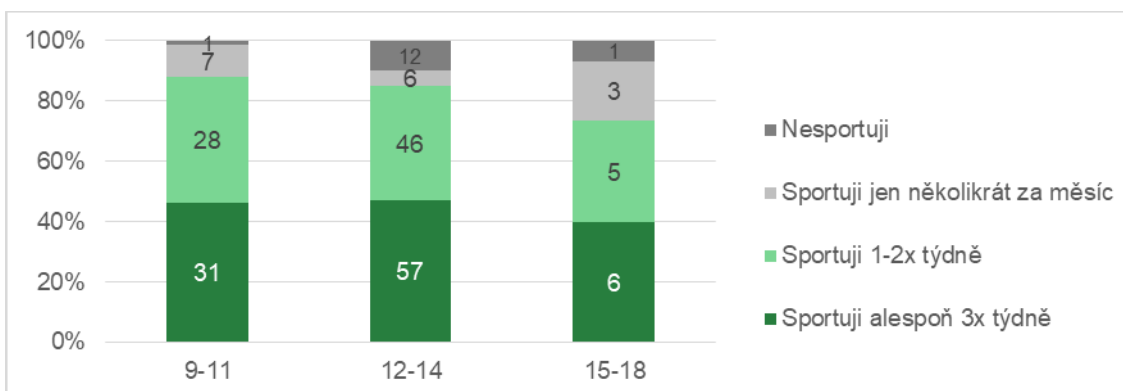
Graf S2 sleduje strukturu vzorku respondentů podle bydliště. Drtivá většina respondentů má buď bydliště v Milevsku (68 % obyvatel) nebo blízkém okolí (28 %). Zbývající část dětí uvedla, že mají bydliště vzdálené.

Graf S2: Struktura vzorku dětí podle bydliště



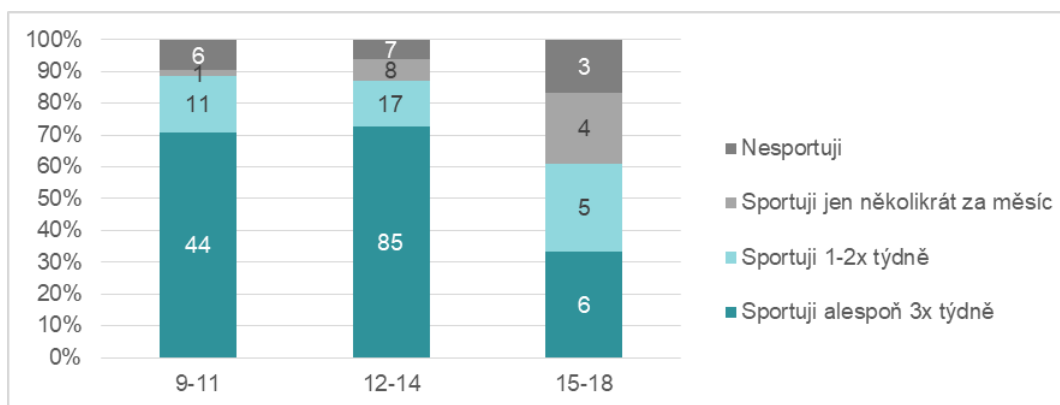
Graf S3 již demonstruje sportovní frekvenci sportovních aktivit dívek. Pouze jedna dívka v nejmladší kategorii uvedla, že nesportuje vůbec. Podíl nesportujících dívek je napříč všemi kategoriemi velice nízký, což může naznačovat dobré sportovní podmínky pro dívky a ženy.

Graf S3: Frekvence sportovních aktivit dívek podle věku



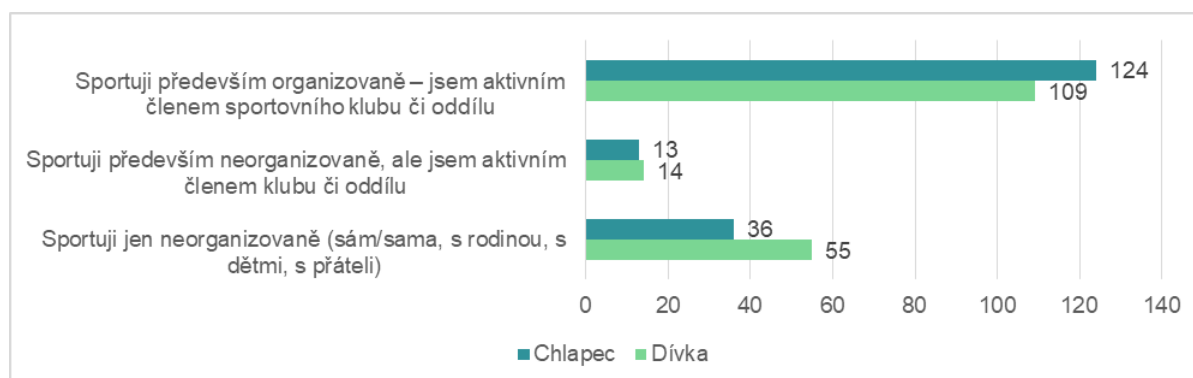
Na dalším grafu je frekvence sportovních aktivit sledována u chlapců. Zajímavé je zjištění, že podíl nesportujících chlapců je vyšší než u dívek. Dále je třeba upozornit na fakt, že 40 % chlapců z nejstarší kategorie nesportuje vůbec nebo sportuje jen několikrát za měsíc. Ačkoliv je výsledek jistě do značné míry ovlivněn velikostí vzorku, může naznačovat horší podmínky pro starší chlapce, přičemž se jedná o kategorii, která často vyhledává neformální aktivity.

Graf S4: Frekvence sportovních aktivit chlapců podle věku



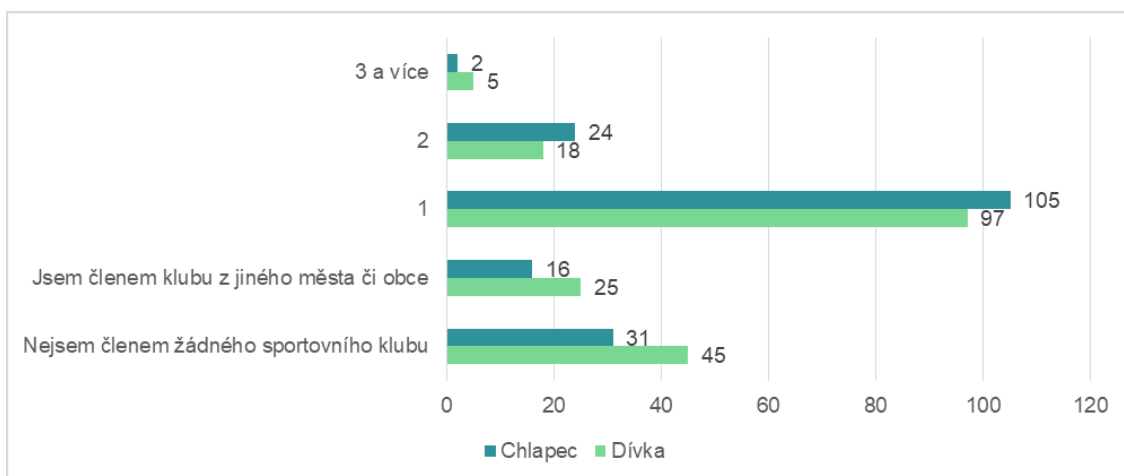
Kromě frekvence sportovních aktivit jsme se dále zabývali tím, zda sportující děti a mládež preferují organizovaný sport, nebo vyhledávají neformální aktivity. Výsledky demonstruje *Graf S5*. V tomto kontextu je vhodné upozornit na relativně vysoký podíl těch, kteří sportují pravidelně, ale preferují neorganizovanou činnost, což je trend, který se projevuje v českém prostředí stále výrazněji.

Graf S5: Forma sportovních aktivit chlapců a dívek



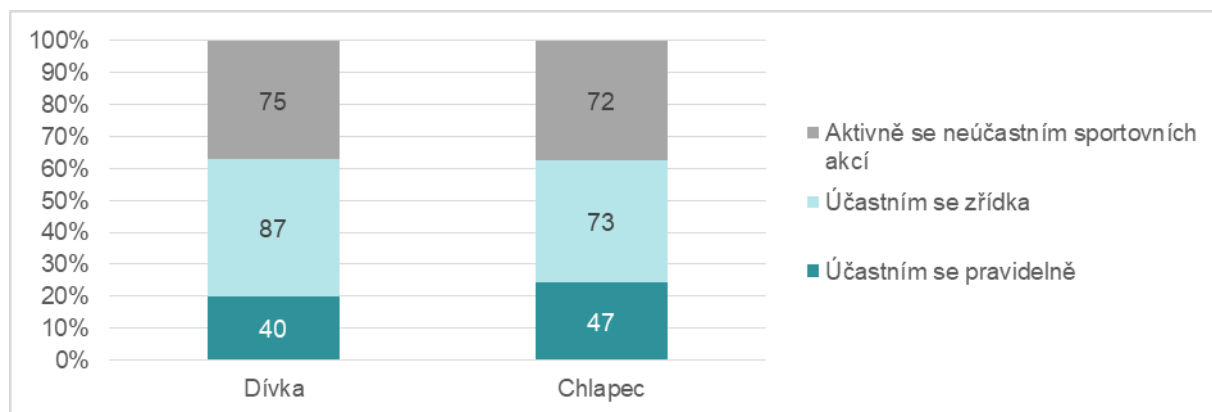
Graf S6 znázorňuje členství chlapců a dívek v milevských sportovních klubech či spolcích. Nejvyšší podíl chlapců a dívek je členem právě jednoho sportovního subjektu.

Graf S6: Členství chlapců a dívek ve sportovních klubech



Respondentů jsme se dále ptali, zda se aktivně účastní sportovních akcí v Milevsku. Z výsledků vyplývá, že také z tohoto hlediska nejsou v Milevsku rozdíly mezi dívkami a chlapci. Přesto se relativně vysoký podíl dětí a mládeže sportovních akcí neúčastní.

Graf S7: Účast chlapců a dívek na sportovních akcích v Milevsku



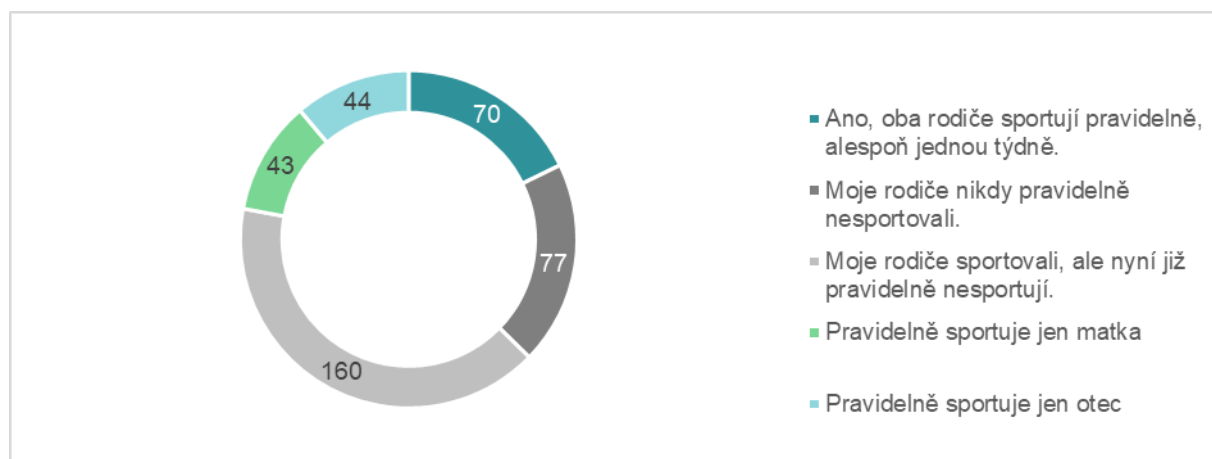
Z výsledků šetření dále vyplynula nespokojenost dětí s následujícími aspekty rozvoje sportu v Milevsku:

- Absence skateparku
- Nevyhovující stav atletického stadionu
- Nevyhovující stav a řešení cyklostezek
- Absence plaveckého bazénu
- Vysoká poptávka po neformálních sportovištích (parkour, jump park, pumptrack)
- Nevyhovující stav zimního stadionu
- Zázemí tenisových kurtů
- Stav tělocvičny v sokolovně

5. 4. 2. Sportovní aktivity dospělých

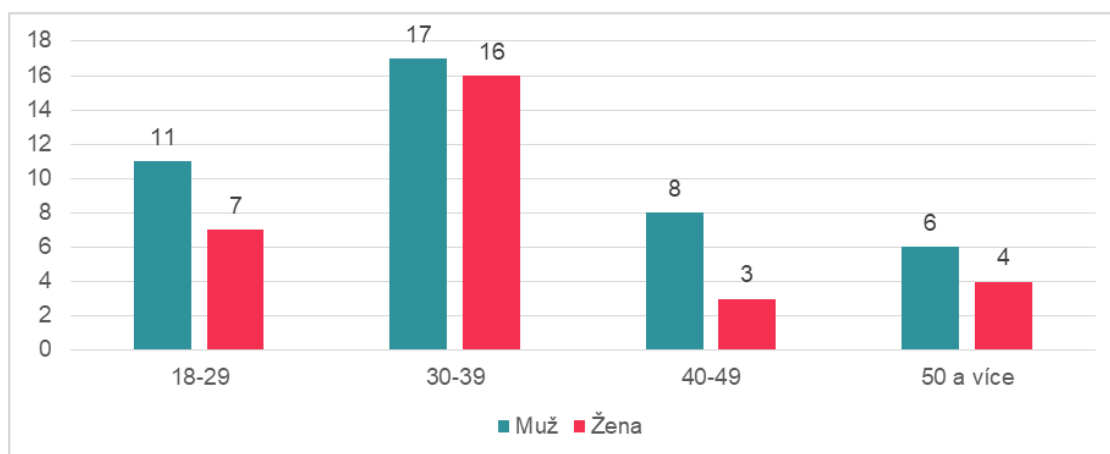
Dále jsme se zabývali sportovními aktivitami milevských dospělých obyvatel. Kromě vlastního šetření mezi dospělými jsme mohli využít odpovědi dětí na otázku, zda sportují jejich rodiče. Výsledky jsou zachyceny na *Grafu S8*. Výsledky naznačují, že pouze 18 % dětí uvedlo, že jejich rodiče sportují pravidelně. V pětině případů rodiče nikdy pravidelně nesportovali a zdaleka nejvyšší podíl (41 %) představují děti, které uvedly, že jejich rodiče sportovali, ale nyní již pravidelně nesportují.

Graf S8: Sportovní účast rodičů



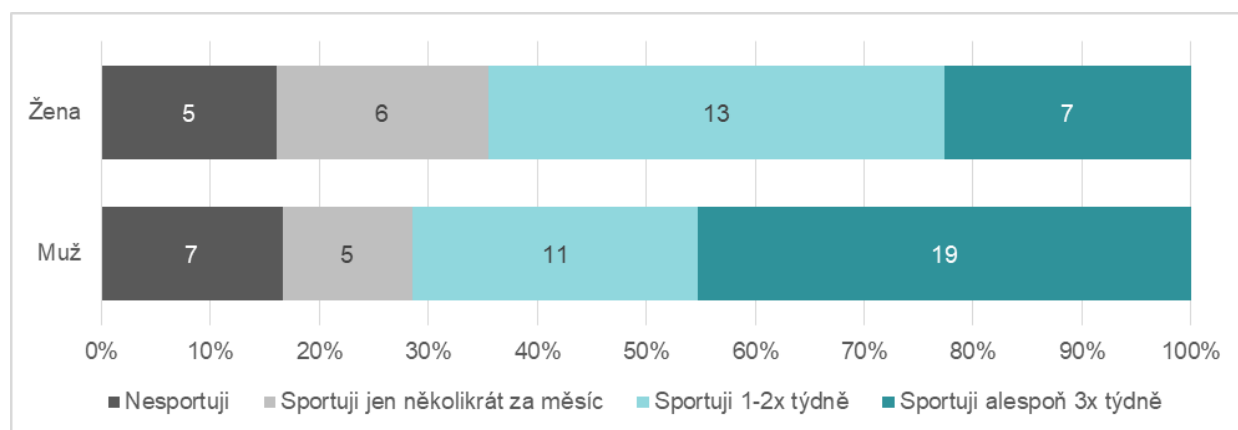
V další části se již věnujeme vzorku dospělých, nicméně charakter šetření lze považovat s ohledem na dobrovolnost spíše za anketu. Celkem se šetření zúčastnilo 72 respondentů, strukturu vzorku podle věku znázorňuje *Graf S9*.

Graf S9: Struktura vzorku dospělých



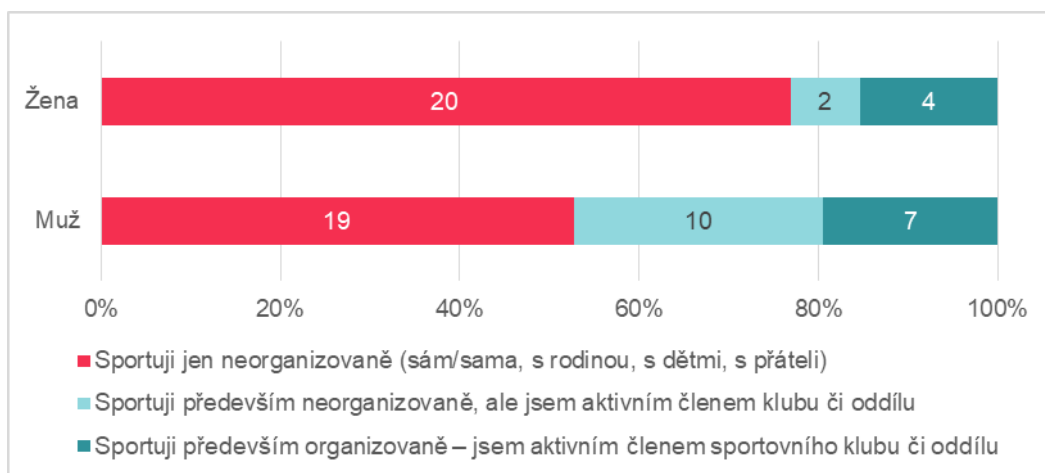
Dospělých jsme se také zeptali, jak často sportují. Výsledky jsou demonstrovány na *Grafu S10*. Vzhledem k dobrovolnosti je však nutné zdůraznit, že výsledky nerepresentují celou populaci Milevska, ale naznačují spíše trendy sportovní participace dospělých obyvatel Milevska, kteří mají pozitivní vztah ke sportu a zajímají se o sportovní dění. Znovu je vhodné poukázat na relativně nízké rozdíly mezi ženami a muži.

Graf S10: Frekvence sportovních aktivit dospělých



Co se týče formy sportovních aktivit (*Graf S11*), z šetření vyplývá, že nejvyšší podíl mužů i žen sportuje jen neorganizovaně, pouze 15 % žen a necelých 20 % mužů uvedlo, že sportují především organizovaně.

Graf S11: Forma sportovních aktivit dospělých



Dospělí projevovali nejčastěji nespokojenost s následujícími aspekty rozvoje sportu:

- Absence skate parku
- Absence pumptracku a bikeparku
- Absence in-line okruhu
- Absence krytého plaveckého bazénu
- Chybějící stezky pro jízdní kola
- Absence relaxačních a wellness služeb

5. 4. 3. Organizovaný sport

Následující *Tabulka S1* nabízí přehled sportovních spolků na základě veřejného rejstříku. Vzhledem k počtu subjektů (23) lze předpokládat, že nejméně třetina z těchto spolků je již neaktivních nebo svoje aktivity v oblasti sportu výrazně omezila.

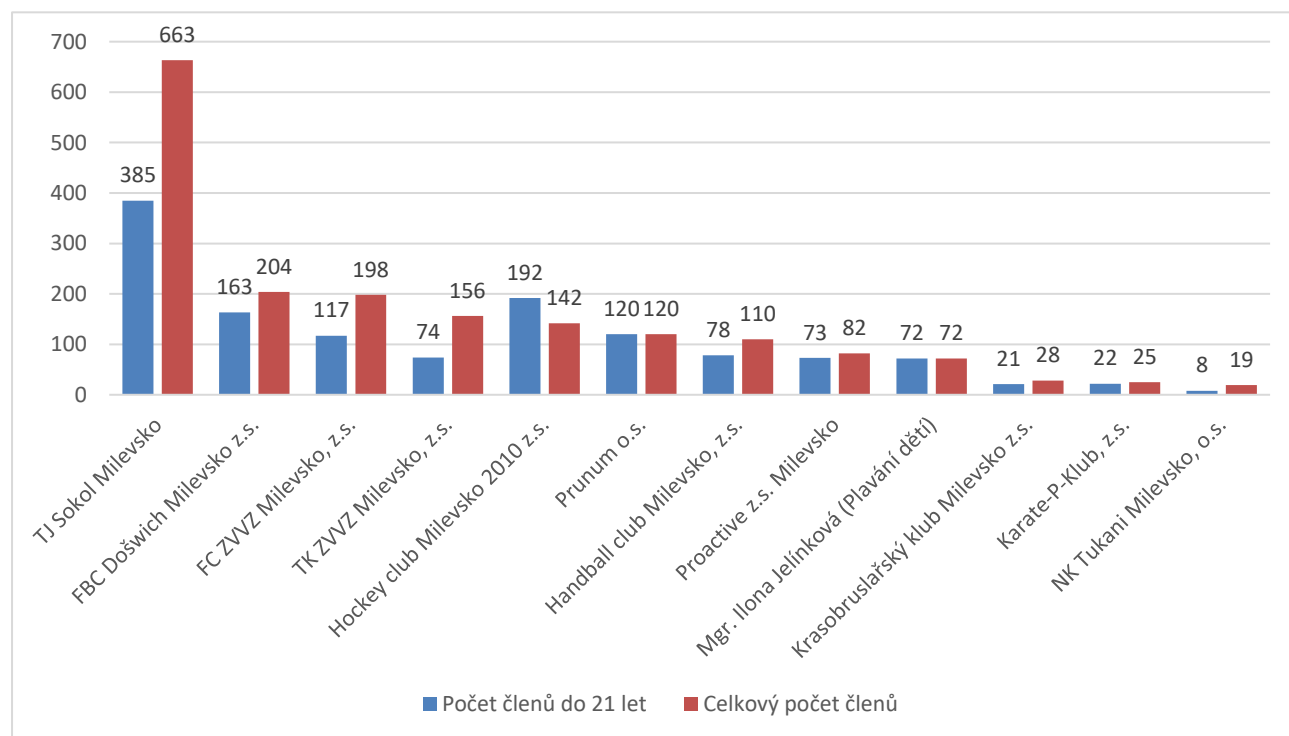
Tabulka S1: Přehled sportovních spolků

Spolek/pobočný spolek	Adresa	IČ	sport
2N Aerobic club Milevsko, z.s.	Sažinova 763, 399 01 Milevsko	8445354	aerobik
AUTOMOTO KLUB MILEVSKO	Šumavská 908, 399 01 Milevsko	26658496	moto sport
BALINERISTAS MILEVSKO	Milevsko, Svobodové 308 /Vít Kučera/	63263980	cyklistika
Billiard Club STADION – MILEVSKO	Komenského 1034, Milevsko	69093164	billiard
Český rybářský svaz, z. s., místní organizace Milevsko	U Stříbrného 1373, Milevsko	00475866	rybaření
FBC DOŠWICH MILEVSKO z.s.	R. Svobodové 1444, 39901, 399 01 Milevsko	22608150	florbal
FC ZVVZ Milevsko, z.s.	Kpt. Nálepky 1549, 399 01 Milevsko	60869992	fotbal
Handball club Milevsko, z.s.	E. Destinové 1031, 399 01 Milevsko	22689273	házená
HC MILEVSKO 2010 s.r.o	J. A. Komenského 1034	28123999	lední hokej
Hockey club Milevsko 2010, z.s.*	J. A. Komenského 1034, 399 01 Milevsko	22875158	lední hokej
Hockey club ZVVZ Milevsko	J. A. Komenského 1034, 399 01 Milevsko	60869526	lední hokej

Klub Kulturistiky Milevsko z. s.	J. A. Komenského 1034, Milevsko	22693149	kulturistika
Klub orientačního běhu DJ Tesil Milevsko	E. Destinové 1030, 399 01 Milevsko	22825827	orientační běh
Klub vysokohorských sportů Milevsko	J. A. Komenského 1127, 399 01 Milevsko	63299402	turistika
Krasobruslařský klub MILEVSKO z.s.	č.p. 96, 261 01 Trhové Dušníky	4303318	krasobruslení
MOTOCUB MILEVSKO o.s.	Milevsko, Fr. Kudláčka 1291	26655055	moto sport
NK TUKANI Milevsko o.s.	Lidická 1324, 399 01 Milevsko	22688854	nohejbal
Proactive z.s. Milevsko	J. A. Komenského 1034, 399 01 Milevsko	22671048	moderní gymnastika, aerobik
Ski team ALCEDO Milevsko z.s.	Št. Dvořáka 722, 399 01 Milevsko	3172341	lyžování, snowboarding
ŠIPKAŘSKÝ KLUB Milevsko o. s.	Milevsko, J. A. Komenského 1034	22852212	šipky
T.J. Amatér Milevsko	Milevsko	1920928	fotbal
Tělocvičná jednota Sokol Milevsko	Tyršovo nám. 616, 399 01 Milevsko	63299062	více sportů
TJ ZVVZ Milevsko	Milevsko	12895989	více sportů
TK ZVVZ Milevsko, z.s.	Petrovická 1568, 399 01 Milevsko	60869739	tenis
YACHT CLUB MILEVSKO z.s.	Št. Dvořáka 722, 399 01 Milevsko	26596857	jachting

Graf S12 vychází z podkladů městského úřadu a zachycuje členskou základnu milevských sportovních spolků, data náleží k roku 2019.

Graf S12: Členská základna členů ČUS



5. 4. 4. Hlavní poznatky z rozhovorů s aktéry sportovního hnutí

V průběhu srpna až října bylo uskutečněno 17 rozhovorů s aktéry sportovního hnutí v Milevsku. Z rozhovorů v délce 30–40 minut vzešly zejména následující poznatky:

- absence cyklostezek
- kladné hodnocení spolupráce se SPOS
- nedostatečná infrastruktura pro neorganizované sporty mládeže
- potenciál dalšího rozvoje koupaliště
- návrh řešit cyklodopravu formou jednosměrek
- chybí návaznost služeb Sporthotelu a restaurace (pro potřeby sportovních soustředění)
- potenciál rybářské turistiky
- absence sportovních tříd
- nedostatečná spolupráce mezi sportovními spolky
- nedostatečná kapacita haly
- potenciál zapojení okolních obcí do podpory a rozvoje sportu
- existence objektivních bariér při rozvoji cyklostezek (vlastnictví pozemků)
- potenciál propojování Milevska s dalšími obcemi formou cyklostezek
- vysoké náklady na zimním stadionu a sportovní hale
- potenciál sportovních akcí nadregionálního významu
- nízká motivace či neochota zapojení občanů do trenérské činnosti
- výrazný potenciál sportovních soustředění v Milevsku
- omezená působnost DDM z důvodu absence tělocvičny odpovídajících parametrů
- město by se mělo zaměřit na podporu rekreačního sportu
- velmi nízké zapojení soukromých subjektů do rozvoje sportu formou partnerství či sponzoringu
- absence odpočinkové zóny pro starší obyvatele
- roztržitost propagace produktů města
- oblíbenost elektrokol mezi veřejností
- dostatek sportovních zařízení
- existující spolupráce mezi HC Milevsko a školami ve správním obvodu ORP
- nedostatečné parkovací kapacity v okolí zimního stadionu
- existence center talentované mládeže
- návrh na transformaci SPOS na příspěvkovou organizaci
- absence zázemí pro nohejbal
- nutnost klást důraz na podporu dobrovolníků

5. 5. Analýza financování sportu z rozpočtu města

Cílem následujícího textu je charakterizovat principy financování sportu v rámci dotačních programů z rozpočtu města Milevska. V roce 2018 činila předpokládaná výše peněžních prostředků 4 550 000 Kč. Dotace byly rozděleny do následujících oblastí:

1. Podpora systematického sportování mládeže	4 300 000 Kč
2. Podpora sportovních akcí	150 000 Kč
3. Nákup sportovního vybavení pro mládež	100 000 Kč

Maximální výše dotace byla stanovena následovně:

1. Podpora systematického sportování mládeže na 2 000 000 Kč.
2. Podpora sportovních akcí na 50 000 Kč.

3. Nákup sportovního vybavení pro mládež na 20 000 Kč.

V letošním roce (2019) byla struktura dotačních programů následující:

1. Podpora systematického sportování mládeže	4 315 000 Kč
2. Podpora sportovních akcí	165 000 Kč
3. Nákup sportovního vybavení pro mládež	120 000 Kč

Maximální výše dotace byla stanovena následovně:

1. Podpora systematického sportování mládeže na:	2 000 000 Kč.
2. Podpora sportovních akcí na:	50 000 Kč.
3. Nákup sportovního vybavení pro mládež na:	20 000 Kč

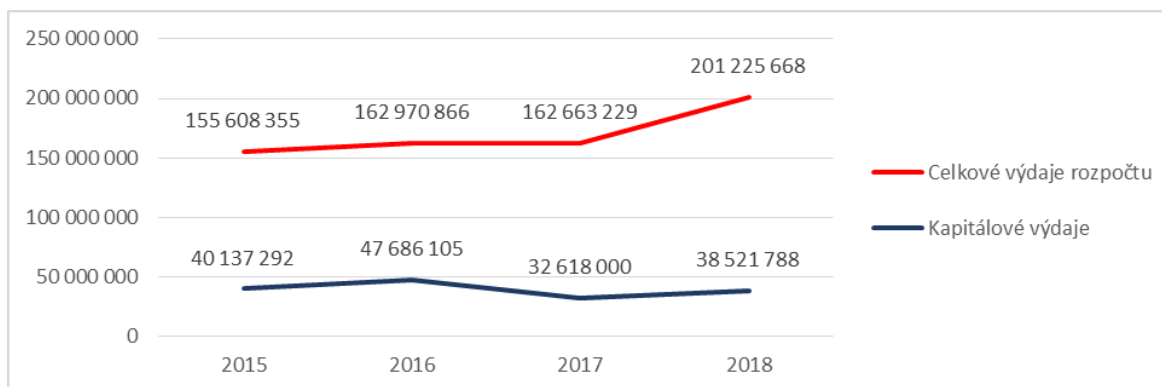
5. 5. 1. Vývoj financování z rozpočtu města

Na základě výkazů města o plnění rozpočtů (FIN 2-12) jsme se zabývali vývojem financování sportu, přičemž jsme sledovali tři základní složky prostředků, které plynou na podporu sportu:

- a) dotace v rámci dotačních programů
- b) výdaje na provoz sportovních zařízení
- c) sportovní investice

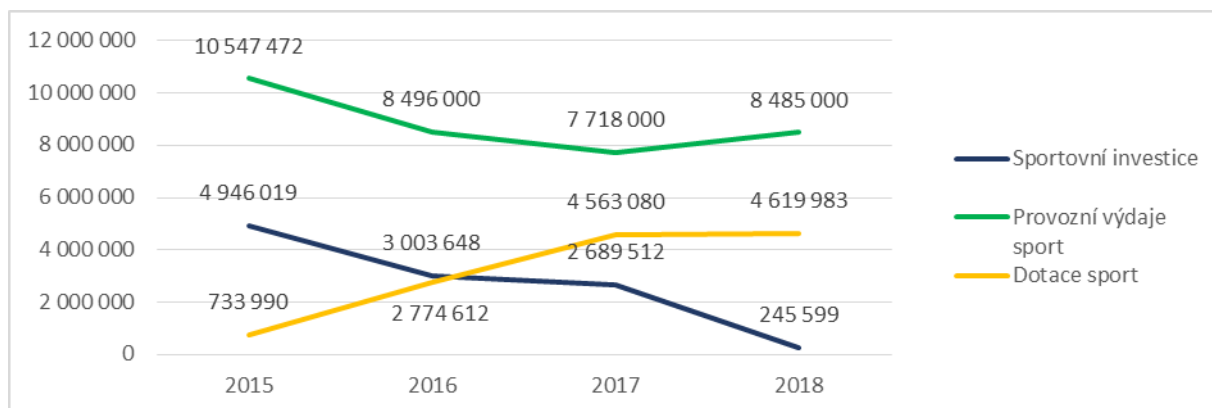
Graf S13 sleduje vývoj celkových výdajů rozpočtu a kapitálových výdajů.

Graf 5.13 Vývoj základních charakteristik rozpočtu města (Kč)



Na následujícím grafu (Graf S14) se dále věnujeme samotnému financování sportu z rozpočtu města od roku 2015.

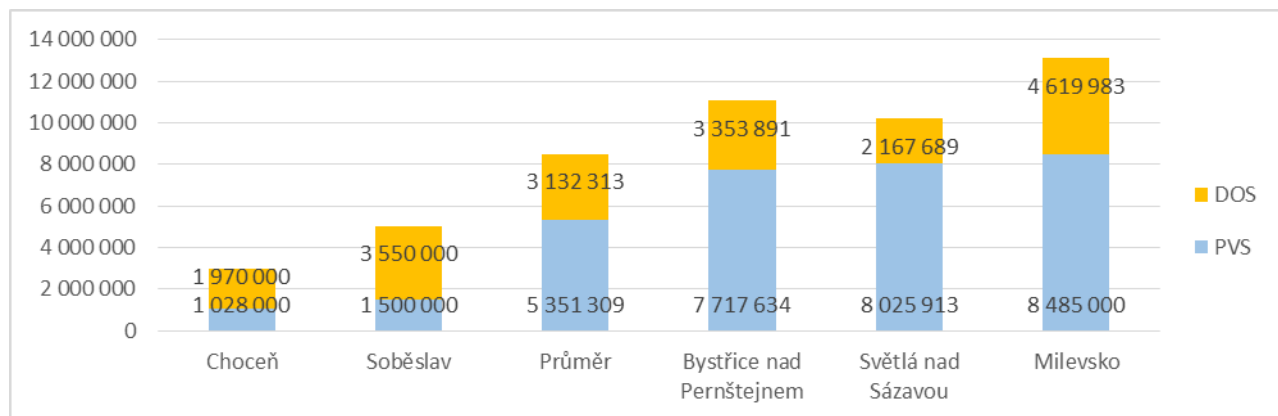
Graf S14 Vývoj objemu prostředků do oblasti sportu (Kč)



Z *Grafu S14* vyplývá, že se prostředky na podporu sportu navyšují. Zejména v případě dotací je nárůst markantní. Zatímco programové dotace v roce 2015 nedosahovaly ani 1 % z běžných výdajů rozpočtu, v roce 2017 byly již na úrovni 3,5 % z běžných výdajů, což je relativně vysoký podíl i v kontextu celého Česka.

Je však třeba věnovat pozornost také relativně vysokým nákladům na provoz sportovních zařízení, což je dáno zejména vysokými výdaji na provoz zimního stadionu a sportovní haly. Pozitivně lze hodnotit pravidelné investiční výdaje, které v posledních 3 letech vždy přesahovaly úroveň 3 mil. Kč.

Graf S15: Komparace financování sportu s dalšími městy (Kč)



5. 5. 2. Komparace s dalšími městy

Abychom byli schopni data lépe interpretovat, rozhodli jsme se srovnat objem financování s dalšími městy, přičemž hlavními kritérii výběru byly počet obyvatel, přítomnost zimního stadionu a sportovní haly a naopak absence krytého plaveckého bazénu, jehož provozní výdaje by analýzu významně ovlivnily. Výsledky zachycuje *Graf S15*, z něhož jednoznačně vyplývá, že podpora sportu formou sportovních dotací (DOS) je na absolutně nejvyšší úrovni v kontextu dalších měst. Zároveň došlo k potvrzení předpokladu, že provozní výdaje na sportovní zařízení (PVS) jsou v Milevsku relativně vysoké.

Tabulka S2 Poměrové ukazatele financování sportu (Kč, %)

Město	DOS/POB	DOS/BV	PVS/BV
Milevsko	558	2,8%	5,2%
Soběslav	509	2,8%	1,2%
Bystřice nad Pernštejnem	414	2,5%	5,7%
Průměr	408	2,3%	3,9%
Světlá nad Sázavou	330	1,7%	6,2%
Choceň	228	1,5%	0,8%

5. 6. Sportovní infrastruktura

Předmětem následující části jsou sportovní zařízení, která se nacházejí na území města. Sportovní infrastrukturu jsme rozdělili do několika skupin podle provozovatele.

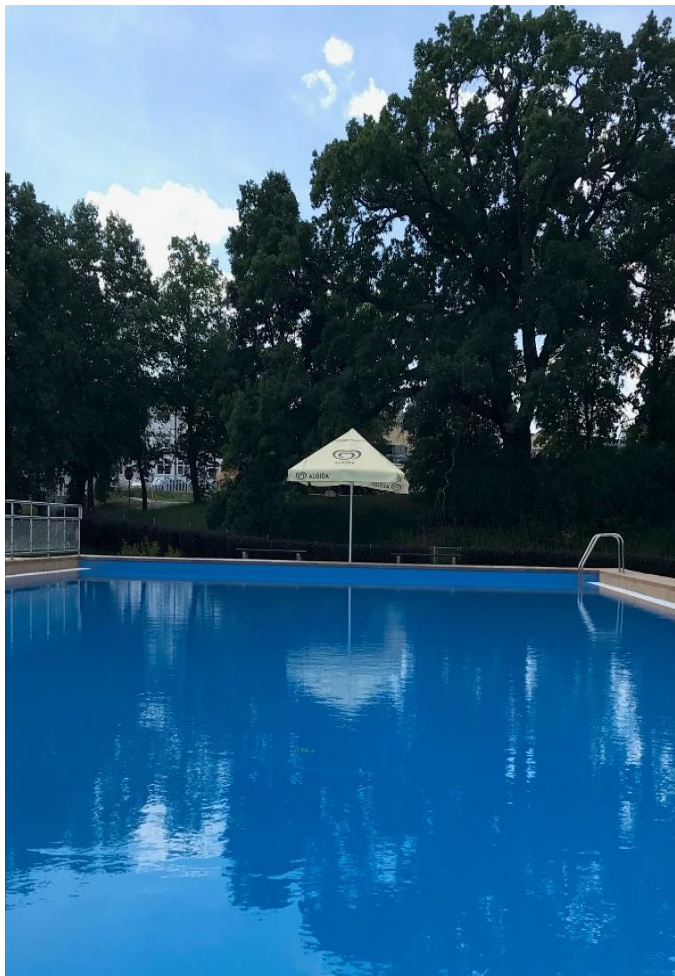
5. 6. 1. Sportovní zařízení

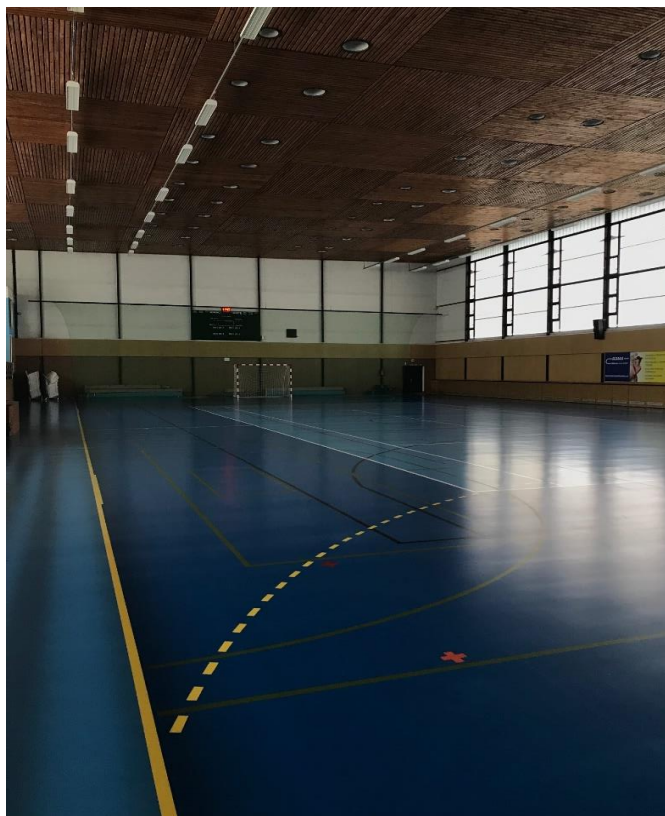
Tabulka S3: Sportovní zařízení provozovaná SPOS

Sportoviště	Adresa	Účel	Parametry	Vytíženost	Stav	Potenciál rozvoje
Atletický stadion	Kpt. Nálepky 1550	atletika, fotbal	400m antukový ovál, fotbalové hřiště s přír. trávníkem 105 x 85 m, tribuna, zázemí se sociálním zařízením, restaurace	průměrná	částečně vyhovující	výměna povrchu dráhy, sektory pro technické disciplíny, in-line stezka
Fotbalové hřiště s umělým trávníkem	J.A.Komenského 1034	fotbal	fotbalové hřiště s umělým trávníkem a umělým osvětlením 100 x 75 m	průměrná	Vyhovující Do roku 2022 nutná výměna povrchu	Mistrovská utkání po splnění výměny povrchu
Víceúčelové hřiště s umělým trávníkem	J.A.Komenského 1034	fotbal	fotbalové hřiště s umělým trávníkem a umělým osvětlením 38 x 18 m	průměrná	vyhovující	
Víceúčelové hřiště s umělým povrchem	J.A.Komenského 1034	tenis	tenisový kurt 36 x 18 s umělým povrchem	nízká	nevyhovující	
Zimní stadion	J.A.Komenského 1034	lední hokej, krasobruslení, veřejnosti	ledová plocha 56 x 26 m, 3 500 sedících diváků	vysoká	částečně vyhovující	
Sportovní hala	J.A.Komenského 1034	míčové hry, gymnastika	40 x 20 m s umělým povrchem, 300 sedících diváků	vysoká	vyhovující	
Fitness sál	J.A.Komenského 1034	gymnastika, Aerobik, Zumba, pilates, jóga	fitness sál	vysoká	vyhovující	
Spinning centrum	J.A.Komenského 1034	spinning		průměrná	vyhovující	
Posilovna	J.A.Komenského 1034				vyhovující	
Koupaliště	Petrovická	plavání, aktivity pro širokou veřejnost a návštěvníky města	2 bazény (25 x 12 m, 21,5 x 7,5 m), brouzdaliště, hřiště beachvolejbal, nohejbal	sezónní, nízká	vyhovující	

Tenisové kurty	U bažantnice	tenis	8 antukových kurtů, minihřiště, zázemí	sezónní	částečně vyhovující	rozvoj zázemí
----------------	--------------	-------	--	---------	---------------------	---------------







Tabulka S4 veřejná sportoviště na území města

Sportoviště	Adresa	Účel	Parametry	Vytíženost	Stav	Potenciál rozvoje
Asfaltové hřiště Pod Stadionem	Pod Stadionem	míčové hry	asfaltové hřiště 24 x 12 m	nízká	vyhovující	
Workout stadion	Blechova	workout	soustava prvků pro workout	vysoká	nové	

Tabulka S5 Sportovní zařízení škol

Sportoviště	Adresa	Účel	Parametry	Vytíženost	Stav	Potenciál rozvoje
Tělocvična ZŠ Komenského	Komenské ho 1023	míčové hry, cvičení, gymnastika	29 x 17,5 m, umělý povrch, basketbalové koše, branky, gymnastické nářadí	vysoká	vyhovující	zateplení budovy
Malá tělocvična ZŠ Komenského	Komenské ho 1023	míčové hry, cvičení, gymnastika	18 x 11 m, umělý povrch	vysoká	vyhovující	zateplení budovy
Venkovní hřiště ZŠ Komenského	Komenské ho 1023	atletika, míčové hry	70 x 5m atletická dráha s pískovým doskočištěm, travnatá plocha 42 x 25 m	nízká	vyhovující	

Tělocvična ZŠ T.G. Masaryka	Jeřábkova 690	míčové hry	18 x 9 m,	vysoká	vyhovující	
Gymnastický sál, ZŠ T.G. Masaryka	Jeřábkova 690	gymnastika, cvičení, tanec	18 x 8 m, umělý povrch			
Venkovní hřiště, ZŠ T.G. Masaryka	Jeřábkova 690	Na jaře 2020 nový atletický ovál, dvě víceúčelová hřiště, fotbalové hřiště a zázemí sportovišť. Cena rekonstrukce 8,2 mil. Kč, dotace MMR 4,9 mil. Kč.				
Lezecká stěna Gymnázium Milevsko	Masarykov a 183/11	horolezectví	9 x 7,5 m	nízká	vyhovující	

5. 6. 2. Sportovní akce

Důležitým nástrojem rozvoje sportu jsou sportovní akce, které se konají během roku. Předmětem následující tabulky jsou akce s aktivním zapojením veřejnosti nebo akce překračující svým významem hranice města. Kromě těchto se samozřejmě konají pravidelné zápasy a soutěže, o kterých město pravidelně informuje nejen prostřednictvím měsíčního informačního kalendáře Kultura a sport v Milevsku.

Tabulka S6 Sportovní akce konané v Milevsku za posledních 12 měsíců

Měsíc	Název akce	Zaměření
Říjen 2018	S mapou v ruce skrz Vinice	žáci základních škol
Listopad 2018	Oblastní přebor ve společných skladbách pro rok 2018	moderní gymnastika
Prosinec 2018	FC ZVVZ – Vánoční turnaj	fotbalový turnaj
	Mikulášská na ledě	sportovní exhibice
	Vánoční turnaj ve střelbě ze vzduchovky	turnaj pro děti od 6 do 15 let
	Sportovní dopoledne DDM	sportovní hry pro veřejnost
	Okresní finále mládežnického florbalu ČEPS cup	florbalový turnaj
	Sportovní představení pro seniory	cvičení a jóga
Leden 2019	Turnaj v házené mini	házená
Únor 2019	Tělocvičná akademie 2019 - Sokol Milevsko	představení činnosti Sokola
Březen 2019	Proactive – Milevský pohár	moderní gymnastika
	Sportovní dopoledne	cvičení pro veřejnost
	Turnaj Milevských novin	malá kopaná
Duben 2019	Branný závod pro žáky základních škol z ORP Milevsko	žáci základních škol z ORP
Květen 2019	Sportovní odpoledne	cvičení pro veřejnost
	Kroky k dobrému skutku	druhý ročník benefiční akce – orientační běh pro dobrou věc
	RG Proactive Milevský pohárek	gymnastika
	Dragon Florbal Cup 2019	florbalový turnaj
Červen 2019	Milevsko sobě	sportovní exhibice na náměstí
	Rybářské závody pro děti a mládež	veřejné závody pro děti a mládež
	Střelecký víceboj mládeže	soutěž pro děti

	Milevské kolečko	otevření nového okruhu
	Hasičská soutěž v požárním útoku	požární sport
	Hasičská soutěž okresu Písek	požární sport
	Cykloakce na Hajdě	jízda po nových trasách pro rodiny
	Pětidenní cykloputování po obou stranách hranice	sportovní výlet
	Milevským krajem	třetí ročník turistického pochodu
	Turnaj v ping-pongu	sportovní turnaj
Srpen 2019	ČEZ Motor České Budějovice – HC Škoda Plzeň	přípravný zápas extraligových týmů
	Sportovní odpoledne v rámci Milevských slavností 2019	sportovní aktivity pro veřejnost

5. 7. Aktéři rozvoje sportu v Milevsku

Cílem následující části bylo poskytnout přehled aktérů, kteří se přímo či nepřímo podílejí na rozvoje sportu, nebo mají potenciál se na rozvoji sportu podílet v budoucnu. Konkrétní působnost těchto aktérů se promítá v návrhové a implementační části.

VEŘEJNÁ SPRÁVA	SPOLKOVÝ/NEZISK. SEKTOR	SOUKROMÝ SEKTOR
Vedení města Rada Zastupitelstvo	Milevské sportovní spolky	SPOS Milevsko
Odbory městského úřadu	Spolky s jiným zaměřením	Služby Města Milevska, spol. s r.o.
Komise sportovní	OS ČUS PÍSEK	Sportovní a relaxační služby
Živé Milevsko	Toulava, o.p.s.	Sportovní obchody
Svazek obcí Milevska		Soukromá média
Dům kultury Milevsko, p.o.		
DDM Milevsko		
Sociální služby města Milevska, p.o.		

5. 8. Shrnutí analytické části

Hlavní poznatky z jednotlivých analýz se v naprosté většině shodují, představitelé sportovního hnutí, vedení města, veřejnost i žáci ve školách vnímají potřeby města velice podobně. Potřeby města zároveň zapadají do potenciálu, který sport Milevsku nabízí v kontextu současných trendů.

Základní sportovní vybavenost města je na velmi dobré úrovni, prostorově velkorysý je sportovní areál, jemuž dominuje zimní stadion s atletickým stadionem. Hlavní předností areálu jsou nadstandardní ubytovací kapacity, oba hotely čítají dohromady 130 lůžek, což město předurčuje nejen k poskytování zázemí sportovním soustředěním a sportovním (turistickým) zájezdům, ale také k pořádání školení či seminářů v oblasti sportu. V rámci sportovního areálu je však třeba počítat s nutnou rekonstrukcí střechy zimního stadionu, zateplením sportovní haly, položením nového umělého povrchu na atletickém oválu či rekonstrukcí Hotelu Stadion.

Město je naopak nedostatečně vybaveno infrastrukturou pro neformální sporty a pohybové aktivity, jak naznačují nejen výsledky dotazníkových šetření. Výrazná část dětí i dospělých preferuje sportovní aktivity mimo prostředí organizovaného sportu, proto části obyvatel chybí sportoviště, jako jsou cyklostezky, skate park, pumptrack či parkour. Tato sportoviště mají navíc potenciál zasáhnout cílovou skupinu od 15 let, u které se stále výrazněji projevuje zanechání sportovních aktivit v nízkém věku. Dospělí obyvatelé rovněž projevují vysoký zájem o in-line stezku, v tomto případě se jedná zejména o ženy.

Objem finanční podpory sportovních organizací z rozpočtu města je na velmi vysoké úrovni, což potvrdilo také srovnání s dalšími městy. Relativně vysoké provozní náklady na sportovní zařízení provozované SPOS jsou do značné míry ovlivněné rozsahem a technickým stavem. Nutné rekonstrukce povedou ke zvýšení atraktivity lokality a k efektivnějšímu provozu.

Je třeba zdůraznit roli spolkového sektoru při rozvoji sportu, který má v Milevsku mnohaletou tradici. Sportovní spolky vyvíjejí také činnost směrem k veřejnosti, což dokládá vysoký počet sportovních akcí, právě užší spolupráce napříč sportovním hnutím a zapojení dalších institucí by mohlo vést k efektivnějšímu využití sportu nejen pro obyvatele města, ale také pro jeho spádovou oblast a potenciální návštěvníky Milevska.

Dílí poznatky jsou dále předmětem analýzy SWOT v následující části.

5.9. SWOT Analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> Silné a tradiční zastoupení spolkové sektoru 	<ul style="list-style-type: none"> Klesající počet sportovních spolků
<ul style="list-style-type: none"> Relativně nízké rozdíly mezi frekvencí sportovních aktivit mezi muži a ženami (dívkami a chlapci) 	<ul style="list-style-type: none"> Absence sportovních zařízení pro neformální sporty teenagerů
<ul style="list-style-type: none"> Přítomnost dvou ubytovacích zařízení ve sportovním areálu 	<ul style="list-style-type: none"> Absence atletického oválu s tartanovým povrchem
<ul style="list-style-type: none"> Přítomnost zimního stadionu 	<ul style="list-style-type: none"> Absence in-line oválu
<ul style="list-style-type: none"> Relativně vysoká podpora sportovních spolků 	<ul style="list-style-type: none"> Nevyhovující stav povrchu některých cyklotras a dalších stezek
<ul style="list-style-type: none"> Finanční podpora trenérů a dalších dobrovolníků v rámci dotačních programů města 	<ul style="list-style-type: none"> Horší bezmotorové napojení na železniční stanici
<ul style="list-style-type: none"> Rostoucí trend objemu finanční podpory sportovních spolků z rozpočtu města 	<ul style="list-style-type: none"> Absence zařízení pro regeneraci a rekondici
<ul style="list-style-type: none"> Tradice sokolského hnutí v Milevsku 	<ul style="list-style-type: none"> Nevyhovující stav zimního stadionu a relativně vysoké náklady na jeho provoz
<ul style="list-style-type: none"> Relativně vysoký podíl spolků a dalších organizací orientovaných na sportovní aktivity dívek a žen 	<ul style="list-style-type: none"> Nevyhovující zázemí pro některá sportovní odvětví
<ul style="list-style-type: none"> Přítomnost Senior klubu ZVVZ, z.s. 	<ul style="list-style-type: none"> Nevyhovující příjezd a přístup na koupaliště s vysokým stupněm nebezpečí pro návštěvníky
<ul style="list-style-type: none"> Škola bruslení pro mateřské školy pod vedením trenérů 	<ul style="list-style-type: none"> Nespokojenost některých skupin dětí s náplní a efektivností tělesné výchovy na školách
<ul style="list-style-type: none"> Vysoká úroveň a oblíbenost atletiky mezi dětmi a mládeží 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatečné parkovací kapacity v areálu zimního stadionu
<ul style="list-style-type: none"> Sportovní nabídka škol v rámci kroužků a sportovních akcí 	<ul style="list-style-type: none"> Absence parku či prostoru pro aktivní trávení volného času rodin s dětmi
<ul style="list-style-type: none"> Dostatečná nabídka posiloven a fitness 	<ul style="list-style-type: none"> Roztříštěná komunikace města směrem k potenciálním návštěvníkům města
<ul style="list-style-type: none"> Zájem některých skupin milevských obyvatel o dění ve městě 	<ul style="list-style-type: none"> Dotační program nestimuluje rozvoj menších sportů a nových sportovních odvětví

PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> Efektivnější využití letního stadionu 	<ul style="list-style-type: none"> Pokračující pokles počtu sportovních spolků
<ul style="list-style-type: none"> Motivace osob pro zapojení do sportovního hnutí 	<ul style="list-style-type: none"> Odchod významných zaměstnavatelů z regionu a hrozba dalšího poklesu počtu obyvatel
<ul style="list-style-type: none"> Intenzivnější spolupráce napříč sportovním hnutím 	<ul style="list-style-type: none"> Neochota spolupráce napříč sportovním hnutím
<ul style="list-style-type: none"> Využití sportu jako nástroje cestovního ruchu se zaměřením na specifické cílové skupiny (senioři, zdravotně znevýhodněné osoby) 	<ul style="list-style-type: none"> Roztříštěnost strategických dokumentů města a horší komunikace směrem k veřejnosti
<ul style="list-style-type: none"> Efektivnější využití ubytovacích zařízení pro pořádání soustředění a dalších sportovních akcí 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatek finančních prostředků pro implementaci Strategie rozvoje sportu
<ul style="list-style-type: none"> Potenciál využití specifických sportovních akcí s návazností na Milevsko a okolní krajinu. Využití sportovních akcí jako nástroje rozvoje CR 	<ul style="list-style-type: none"> Vysoké náklady na rekonstrukci zimního stadionu s negativním dopadem na další rozvoj sportu v Milevsku
<ul style="list-style-type: none"> Návaznost rozvoje sportu na další rozvojové oblasti v dalších strategických dokumentech měst 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení konkurenčního prostředí ze strany dalších lokalit v regionu
<ul style="list-style-type: none"> Využití klidného prostředí a přírodních podmínek jako „sportovního balíčku“ města 	<ul style="list-style-type: none"> Jednostranné zaměření finanční podpory sportu
<ul style="list-style-type: none"> Oblíbenost cyklistiky jako dopravního prostředku u obyvatel Milevska 	<ul style="list-style-type: none"> Zvyšující se požadavky sportovních spolků na finanční podporu z rozpočtu města
<ul style="list-style-type: none"> Intenzivnější spolupráce v rámci správního obvodu ORP při rozvoji sportu 	<ul style="list-style-type: none"> Prohlubující se negativní trendy v oblasti životního stylu obyvatel
<ul style="list-style-type: none"> Další rozvoj koupaliště s důrazem na multifunkční využití areálu a návaznost na přilehlé části 	<ul style="list-style-type: none"> Roztříštěnost oblasti rozvoje sportu na úrovni MÚ
<ul style="list-style-type: none"> Intenzivnější zapojení soukromého sektoru do rozvoje sportu v Milevsku 	<ul style="list-style-type: none"> Zvyšující se rizika kolizí mezi cyklisty a automobily
<ul style="list-style-type: none"> Využití revitalizace centra města pro sportovní aktivity 	<ul style="list-style-type: none"> Zhoršující se kvalita ovzduší
<ul style="list-style-type: none"> Efektivnější využití zimního stadionu 	



NÁVRHOVÁ ČÁST (Sport)

5. 10. Východiska vize rozvoje sportu v Milevsku

Vize rozvoje sportu vychází především z analýzy současného stavu, potenciálu města, identifikace potřeb sportovního hnutí a současných trendů ve sportu, které může Milevsko efektivně využít nejen k uspokojení potřeb místních obyvatel, ale zároveň k potvrzení úlohy Milevska jako spádového centra regionu a posílení společenské soudržnosti obyvatel. Nezanedbatelný je také potenciál sportu v oblasti cestovního ruchu. Dalšími východisky při formulování vize jsou následující aspekty:

- dlouholetá sportovní tradice města,
- silné postavení spolkového sektoru,
- specifická vybavenost města,
- okolní krajina.

Vzhledem k velikosti města jsme se snažili, aby byla vize, související strategické cíle a opatření nejen srozumitelné, ale především realistické, s ohledem na potřeby města a jeho možnosti.

Sportovní infrastruktura

Současný stav rozvoje sportu v Milevsku je odrazem dlouhodobého vývoje a tradice organizovaného sportu. Na dobré úrovni je také sportovní vybavenost škol. Vzhledem k tomu má Milevsko dostatečnou vybavenost tradičními sportovními zařízeními, což je pozitivně vnímáno jak mezi veřejností, tak z pohledu zástupců sportovního hnutí. Vzhledem k počtu obyvatel je relativně naddimenzovaný zimní stadion a ubytovací kapacity, což je dobrou příležitostí pro město tohoto potenciálu využít. Pozitivně lze hodnotit také přítomnost organizace SPOS, která zastřešuje nejvýznamnější sportovní zařízení a může s nabídkou pracovat koncepčně. Negativní stránkou je stav sportovních zařízení, zejména nedokončené zastřešení zimního stadionu, absence tartanového povrchu na atletickém stadionu nebo nevyhovující stav Hotelu Stadion. Naopak po rekonstrukci je Hotel Sport, který nabízí plnohodnotné služby odpovídající současným potřebám a nárokům nejen sportovních organizací.

Město naopak postrádá adekvátní podmínky pro děti a dospělé, kteří preferují individuální sporty v neformálním prostředí, zároveň je v Milevsku citelná absence zóny, která by sloužila jako centrum aktivního odpočinku a relaxace pro starší obyvatele, kterých je v Milevsku více než dva tisíce a lze očekávat, že jejich počet nadále poroste.

Institucionální zabezpečení sportu

Jednoznačně pozitivně lze hodnotit objem dotací sportovním organizacím, což potvrdilo také srovnání s dalšími městy. Kladně je třeba hodnotit také fakt, že účel dotací reflektuje současné trendy a potřeby sportovních spolků (podpora akcí, podpora trenérů, kurzů, dotace na nákup sportovního vybavení). Město také pravidelně investuje do sportovní infrastruktury, investiční záměry jsou konzultovány s ředitelem SPOS.

V rámci dotačních programů je však nutné poukázat na fakt, že podpora systematického sportování mládeže nemá stanovená jasná kritéria, což může být pro některé subjekty značně demotivující, tento stav zároveň vytváří negativní vztahy mezi preferovanými sporty a ostatními organizacemi. Město zároveň nedisponuje odborem, oddělením či specializovaným pracovníkem pro oblast sportu. Činnost úřadu je tak omezena na administraci dotačních programů. Marketingově-organizační dimenze rozvoje sportu je tak částečně nahrazována organizací SPOS. Pozitivní je užší napojení organizace na sportoviště, problémem však může být nedostatek kapacit a nutná orientace na provozní problémy pracovníků SPOS.

Vizi rozvoje sportu jsme se pokusili nastínit na scénáři Milevska v roce 2025 v následujícím textu.

5. 11. Vize rozvoje sportu

SPORTOVNÍM MILEVSKEM V ROCE 2025

Letní stadion – centrum organizovaného sportu s atraktivním zázemím

Letní stadion disponuje tartanovou dráhou a sektory pro technické disciplíny, kolem oválu vede in-line stezka. Po rekonstrukci Hotelu Stadion a dokončení zastřešení zimního stadionu je areál atraktivní destinací jak pro obyvatele města a spádové oblasti, tak pro sportovní organizace, které využívají areál k pořádání soustředění, výjimkou nejsou ani kluby ze zahraničí. Ubytovací kapacity jsou vzhledem k dalším službám (wellness) vyhledávané také mezi aktivními turisty z celého Česka, kteří navštěvují Milevsko nejen díky turistickým atraktivitám, ale také pestrým trasám, které prochází Milevskem a dalšími obcemi. Volně přístupný sportovní areál zároveň využívají nejen sportovní organizace, ale také místní obyvatelé k pořádání sportovních akcí pro veřejnost. Hotely disponují půjčovnou kol, elektrokol a dalšího sportovního vybavení, čímž potvrzují své názvy a jsou stěžejní součástí sportovního zázemí města.

Areál koupaliště – centrum neorganizovaných sportovních aktivit

Areál v atraktivní lokalitě u parku Bažantnice se stává centrem neformálních aktivit, vzhledem k bezpečnému napojení na centrum města je efektivněji využíváno také koupaliště. Multifunkční park s asfaltovým pumptrackem a skateparkem je ozdobou města, slouží zejména teenagerům a mladším rodinám, které v areálu tráví volný čas. Součástí propojeného areálu jsou tenisové kurty, antukové hřiště na nohejbal a beachvolejbalové hřiště.

Areál Hajda – centrum aktivního odpočinku

Zejména starší obyvatelé mají v oblibě areál Hajda, který plynule navazuje na Milevský vyhlídkový okruh. Areál nabízí podmínky pro pohybové aktivity a setkávání místních obyvatel. Součástí areálu je menší hřiště na petanque, posezení či ohniště.

5. 12. Definování prioritních oblastí, strategických cílů a opatření v oblasti sportu

Kód PO	Prioritní oblast pro kulturu	Strategické cíle vztahující se k prioritní oblasti	Opatření k jednotlivým prioritním oblastem
S1	Sportovní infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> → Rekonstrukce a rozvoj areálu sportovišť → Rozvoj lokality sportovních pro neorganizované aktivity a aktivní trávení volného času → Vznik zóny pohybových aktivit a aktivního odpočinku → Rozvoj cyklostezek a cyklotras 	S1.1 Efektivita provozu zimního stadionu S1.2 Zateplení sportovní haly S1.3 Nová sportovní hala (tělocvična) S1.4 Rozvoj atletického stadionu S1.5 Realizace multifunkční sportovní lokality u koupaliště S1.6 Vznik zóny pro aktivní odpočinek obyvatel S1.7 Doprovodná infrastruktura S1.8 Rozvoj wellness služeb v Areálu sportovišť S1.9 Rekonstrukce tenisových kurtů včetně zázemí S1.10 Rozvoj cyklostezek a cyklotras
S2	Organizační zabezpečení sportu	<ul style="list-style-type: none"> → Motivující a transparentní finanční podpora → Jednoznačné vymezení kompetencí při podpoře a rozvoji sportu → Spolupráce škol a sportovního hnutí → Podpora sportovních akcí a iniciativ pro veřejnost → Nastavení spolupráce napříč sportovními hnutími 	S2.1 Finanční podpora sportovních akcí pro širokou veřejnost S2.2 Pravidelné setkání představitelů sportovních spolků S2.3 Provéřit možnosti vzniku sportovních tříd S2.4 Zapojení trenérů do výuky tělesné výchovy
S3	Sport jako efektivní nástroj rozvoje města	<ul style="list-style-type: none"> → Milevsko – cíl sportovních soustředění → Sport a sounáležitost obyvatel → Milevsko – město aktivních turistů 	S3.1 Efektivní propagace Milevska jako atraktivního zázemí pro sportovní soustředění S3.2 Zapojení starších skupin obyvatel při pořádání sportovních soutěží a akcí S3.3 Nastavení spolupráce mezi KČT a městem

5. 13. Programová část

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.1 Efektivita provozu zimního stadionu
Zdůvodnění / popis opatření	Vysoká energetická náročnost provozu zimního stadionu, nízký komfort pro sportovce a diváky, výsledky šetření. Realizace se pozitivně projeví na atraktivitě zimního stadionu nejen pro místní obyvatele, ale i potenciální uživatele z řad sportovních a komerčních organizací. Pozitivní dopad na efektivnost provozu SPOS.
Aktivity (zásobník)	S1.1.1 Dokončení uzavření zimního stadionu S1.1.2 Odvlhčování a klimatizování zimního stadionu (vzduchotechnika)

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.2 Zateplení sportovní haly
Zdůvodnění / popis opatření	Vysoká energetická náročnost provozu sportovní haly a stížnosti sportovního hnutí na nevyhovující podmínky pro sportovní činnost. Zvýšení komfortu pro sportovní organizace a velmi pozitivní dopad na efektivnost provozu SPOS. Již byly započaté aktivity města směrem k realizaci. Vysoký potenciál pro získání dotace.
Aktivity (zásobník)	S1.2.1 Zateplení sportovní haly

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.3 Nová sportovní hala (tělocvična)
Zdůvodnění / popis opatření	Zkvalitnění výuky tělesné výchovy, rozšíření kapacit pro míčové sporty. Rozšíření sportovních možností pro širokou veřejnost.
Aktivity (zásobník)	S1.3.1 Rozhodnutí o vhodné lokalitě S1.3.2 Stavba sportovní haly

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.4 Rozvoj atletického stadionu
Zdůvodnění / popis opatření	Vysoký potenciál areálu a potřeby sportovního hnutí. Mezi sportovními spolky i veřejností je velmi oblíbený běh, rozvíjí se oddíl atletiky. Realizací tartanové dráhy a sektorů pro technické disciplíny dojde k rozšíření sportovní nabídky, čímž budou osloveni i další potenciální uživatelé z řad dětí i dospělých.
Aktivity (zásobník)	S1.4.1 Rekonstrukce atletické dráhy se sektory pro technické disciplíny

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
-------------------------	------------------------------------

Opatření	S1.5 Realizace multifunkční sportovní lokality
Zdůvodnění / popis opatření	Absence sportovních zařízení pro neformální aktivity starších dětí a mladých rodin. Město rozšíří podmínky pro tyto cílové skupiny, dojde ke zvýšení atraktivity města také v regionálním kontextu.
Aktivity (zásobník)	S1.5.1 Realizace celobetonového skate parku S1.5.2 Zatraktivnění koupaliště o prvky pro děti S1.5.3 Realizace asfaltového pumptracku S1.5.5 Parkour park

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.6 Vznik zóny pro aktivní odpočinek obyvatel
Zdůvodnění / popis opatření	Absence podobné zóny, současné trendy v oblasti aktivního trávení volného času, vysoký průměrný věk obyvatel. Dojde k dalšímu rozšíření sportovní infrastruktury a zacílení na nejstarší skupiny obyvatel. Realizace má přesah do sociální oblasti, dojde ke zvýšení pocitu sounáležitosti u seniorů. Vysoký potenciál získání dotací z EU.
Aktivity (zásobník)	S1.6.1. Vytvoření zóny v návaznosti na další opatření (zadržování vody v krajině) S1.6.2 Cvičební prvky pro seniory

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.7 Doprovodná infrastruktura
Zdůvodnění / popis opatření	Nedostatečné parkovací kapacity u Areálu sportovišť. Nízký komfort pro návštěvníky i sportovní oddíly. Možnost řešení v návaznosti na Plán udržitelné městské mobility. Nevýhovující přístup k areálu koupaliště, potřeba parkovacích kapacit v návaznosti na rozvoj areálu U Bažantnice.
Aktivity (zásobník)	S1.7.1 Parkoviště u zimního stadionu S1.7.2 Bezpečný přístup k areálu koupaliště S1.7.3 Společné parkoviště u areálu koupaliště a U Bažantnice

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.8 Rozvoj wellness služeb v Areálu sportovišť
Zdůvodnění / popis opatření	Rozšíření služeb v souladu se současnými trendy, požadavky a nároky sportovních organizací při pořádání sportovních soustředění a vyšší komfort pro návštěvníky města, zejména turisty. Předpokladem efektivního využití je rovněž poskytování wellness služeb obyvatelům Milevska a jeho okolí za zvýhodněných podmínek formou programů, permanentek atp.
Aktivity (zásobník)	S1.8.1 Zpracování studie rozvoje objektu Hotelu Stadion S1.8.2 Rozhodnutí o rozsahu rekonstrukce (rozvoje) Hotelu Stadionu či změně účelu objektu

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
-------------------------	------------------------------------

Opatření	S1.9 Rekonstrukce tenisových kurtů včetně zázemí
Zdůvodnění / popis opatření	Nevyhovující stav tenisových kurtů, nutná celková rekonstrukce tenisového areálu včetně jeho zázemí. Zkvalitnění služeb v návaznosti na rozvoj přílehlých lokalit U Bažantnice a koupaliště.
Aktivity (zásobník)	S1.9.1 Rekonstrukce areálu

Prioritní oblast	S1 Sportovní infrastruktura
Opatření	S1.10 Rozvoj cyklostezek a cyklotras
Zdůvodnění / popis opatření	Absence cyklostezek, nedostatečná návaznost na okolní obce, vysoký potenciál cyklistiky pro region a oblíbenost jízdních kol jako dopravního prostředku mezi milevskými obyvateli. Opatření se projeví také ve zvýšení bezpečnosti obyvatel a v dalším nárůstu preference cyklistické dopravy u veřejnosti. Město zároveň disponuje půjčovnou elektrokol.
Aktivity (zásobník)	S1.10.1. Realizace nových cyklostezek a cyklotras

Prioritní oblast	S2 Organizační zabezpečení sportu
Opatření	S2.1 Finanční podpora sportovních akcí pro širokou veřejnost
Zdůvodnění / popis opatření	Vysoký potenciál a oblíbenost sportovních akcí. Návaznost na další opatření. Zvýšení sounáležitosti s Milevskem. Návaznost na realizaci nových sportovních zařízení a jejich efektivní využití.
Aktivity (zásobník)	S2.1.1 Navýšení dotací na podporu sportovních akcí S2.1.2 Motivace k pořádání sportovních akcí pro specifické skupiny obyvatel

Prioritní oblast	S2 Organizační zabezpečení sportu
Opatření	S2.2 Pravidelné setkání představitelů sportovních spolků
Zdůvodnění / popis opatření	Absence užší spolupráce napříč sportovním hnutím, efektivnější využití potenciálu sportu a dobrovolníků. Zapojení sportovního hnutí do rozhodovacích procesů.
Aktivity (zásobník)	S2.2.1 Uspořádání setkání sportovních spolků

Prioritní oblast	S2 Organizační zabezpečení sportu
-------------------------	--

Opatření	S2.3 Prověřit možnosti vzniku sportovních tříd
Zdůvodnění / popis opatření	Řada měst se vrací k tehdejšímu systému sportovních tříd. Vznikem hokejových sportovních tříd by došlo k uvolnění časů na zimním stadionu pro další zájemce. Nutnost jednání s řediteli škol z celé spádové oblasti.
Aktivita (zásobník)	S2.3.1 Jednání s řediteli škol S2.3.2 Vytvoření sportovních tříd

Prioritní oblast	S2 Organizační zabezpečení sportu
Opatření	S2.4 Zapojení trenérů do výuky tělesné výchovy
Zdůvodnění / popis opatření	Výsledky dotazníkového šetření, poukázaly na nespokojenost mnohých chlapců a dívek s jednostranným zaměřením tělesné výchovy. Současné trendy směřují k užší spolupráci mezi spolky a školami
Aktivita (zásobník)	S2.4.1 Zapojení trenérů do výuky tělesné výchovy
Prioritní oblast	S3 Sport jako efektivní nástroj rozvoje města
Opatření	S3.1 Efektivní propagace Milevska jako atraktivního zázemí pro sportovní soustředění
Zdůvodnění / popis opatření	Vysoký potenciál ubytovacích kapacit ve sportovním areálu, zvýšení atraktivity města. Město disponuje dvěma hotely ve vlastním sportovním areálu, což je v kontextu ČR rarita. Zvýšení využití bude mít výrazný ekonomický přínos nejen pro organizaci SPOS, ale pro město jako celek.
Aktivita (zásobník)	S3.1.1 Vytvoření unikátní nabídky pro sportovní organizace S3.1.2 Pořádání sportovních seminářů a školení

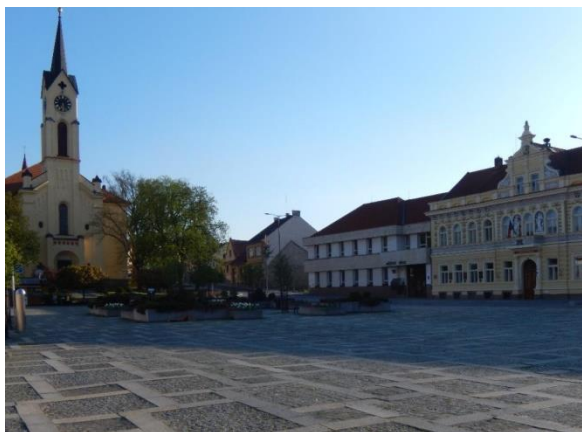
Prioritní oblast	S3 Sport jako efektivní nástroj rozvoje města
Opatření	S3.2 Zapojení starších skupin obyvatel při pořádání sportovních soutěží a akcí
Zdůvodnění / popis opatření	Vysoký počet obyvatel ve vyšším věku, organizační náročnost při pořádání sportovních akcí. Dojde k zapojení a aktivizaci starších obyvatel a efektivnějšímu využití sportovních akcí.
Aktivita (zásobník)	S3.3.1 Vytvoření databáze dobrovolníků S3.3.2 Zapojení starších obyvatel do pořádání akcí S3.3.3 Finanční i nefinanční odměňování

Prioritní oblast	S3 Sport jako efektivní nástroj rozvoje města
Opatření	S3.3 Nastavení spolupráce mezi KČT a městem



Zdůvodnění / popis opatření	Využití přítomnosti a aktivit KČT Milevsko při rozvoji města. Město má vysoký potenciál pro další rozvoj turistických tras. Právě vysoká provázanost s dalšími částmi města a okolními obcemi bude mít pozitivní dopad jak na obyvatele, tak na potenciální návštěvníky z řad turistických spolků. Dojde zároveň k oživení dalších částí a obcí. Potenciál rozvoje má rovněž sportovní rybolov.
Aktivity (zásobník)	S3.4.1 Značení nových turistických tras S3.4.2 Vytvoření specifické nabídky pro turistické spolky v ČR

Strategie rozvoje cestovního ruchu



ÚVOD DO OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

6. Prolog – Aktuální trendy v oblasti cestovního ruchu

Podle řady prací (např. Goeldner a Ritchie 2014, Bieger 2008, Zelenka a Pásková 2012, Palatková 2006, Kirařová a Straka 2013) jsou aktuálními trendy v cestovním ruchu zejména:

- rostoucí životní a ekonomická úroveň,
- růst úrovně vzdělání (lepší znalost cizích jazyků, lepší povědomí o světě atd.),
- změna věkové skladby obyvatelstva (ve vyspělém světě kvalitativní proměny, zejména stárnutí, v rozvojovém světě dynamický, ale již zvolna klesající růst počtu obyvatel),
- předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu se přesouvají od základní infrastruktury (jíž dnes disponují téměř všechny destinace) k širší nabídce kvalitních služeb a ke kvalitnější marketingové komunikaci,
- růst informačních technologií, který má zásadní vliv na marketing i na organizaci cestovního ruchu v destinace (klesající jazyková bariéra, možnost online nákupu služeb, existence virtuálních zprostředkovatelů služeb, mapové a navigační služby, sociální sítě atd.),
- rostoucí dopravní mobilita lidí, zejména pak zpřístupnění letecké přepravy širšímu okruhu lidí,
- v důsledku předchozích dvou trendů také růst počtu návštěvníků, kteří jsou schopni a ochotni si svou cestu plánovat a realizovat sami,
- proměna stylu cestování od tradiční poznávací či pěší turistiky k autentickým zážitkům, lokálním specifikům a autenticitě, dobrodružnému cestovnímu ruchu (avšak při rostoucích nárocích na základní bezpečnost destinace, což v posledních letech při destabilizované situaci ve Středomoří vede k růstu zájmu o domácí a „vnitroeurospý“ cestovní ruch), gastronomickému cestovnímu ruchu, propojení cestovního ruchu s kulturou a sportem atd.,
- rostoucí počet lidí ve vyspělém světě vyhledávajících šetrnější formy cestovního ruchu (menší zátěž životního prostředí), ale také kvantitativní růst nejatraktivnějších destinací spojený s jejich nadměrnou sociální a/nebo environmentální zátěží,
- rostoucí počet lidí ve vyspělém světě propojujících cestovní ruch s péčí o vlastní fyzické a duševní zdraví (lázeňství, wellness, venkovský cestovní ruch),
- růst významu marketingu a efektivní organizace cestovního ruchu na „trhu destinací“,
- rostoucí význam hodnocení, standardizace a klasifikace turistických cílů a služeb od globálních značek typu památek světového dědictví UNESCO přes lokální a národní certifikace (regionální produkt, Cyklisté vítání apod.) až po uživatelská hodnocení služeb na webových portálech.

6.1. Strategické cíle koncepce cestovního ruchu

Tato část dokumentu, stejně jako i dvě ostatní, vychází ze strategických dokumentů města, zejména ze Strategického plánu rozvoje města Milevsko. Koresponduje s jeho nosnou vizí: **„Město Milevsko, charakteristické koncentrací ekonomické síly, technického umu a kulturních tradic, bude při respektování místních podmínek vytvářet zázemí pro rozvoj podnikání, lidských zdrojů a cestovního ruchu. S cílem zastavit a obrátit trend poklesu počtu obyvatel, se chce ve všech směrech přiblížit tomu, čemu se říká „dobré místo pro život“.**

Kromě vize města je východiskem pro tuto strategii jeho plán: „**Město bude trvale klást velký důraz na existenci velmi komfortní nabídky pro využití volného času obyvatel (s důrazem na mladou generaci) i návštěvníků, intenzivně a systematicky proto podporuje společenský život, kulturu, sport a turismus.**“
(Zdroj: Strategický plán rozvoje města Milevsko, 2015)

Účelem této dílčí koncepce zaměřené na oblast kultury města Milevsko je zaznamenat současný stav a určit další směr vývoje oblasti cestovního ruchu. Ve vazbě na Strategický plán rozvoje města Milevska se jedná o zpřesnění, aktualizaci a podrobnější rozpracování rozvojové strategie cestovního ruchu.

Vzhledem k faktu, že tento dokument navazuje na Strategický plán rozvoje města Milevska (dále SPRMM), je jeho nadstavbou, jsou zde uvedeny **strategické cíle v oblasti cestovního ruchu** obsažené ve SPRMM jako nosné pilíře pro naplnění výše uvedeného plánu města.

Strategický cíl 1	Podpora rozvoje turistické infrastruktury
Strategický cíl 2	Vytvořit společnou marketingovou strategii a nabídku turistických produktů
Strategický cíl 3	Využití památek pro rozvoj cestovního ruchu
Strategický cíl 4	Vytvářet kvalitní kulturní nabídku pro občany i návštěvníky města, rozvíjet vnější vztahy

Zdroj: Strategický plán rozvoje města Milevsko, 2015

ANALYTICKÁ ČÁST (cestovní ruch)

7. Východiska analytické části strategie v oblasti cestovního ruchu

Cílem této části je analyzovat současný stav města Milevsko, jako cíle návštěvníků v cestovním ruchu. V tomto kontextu je nutno připomenout, že Milevsko je tradičně průmyslové město s venkovským zemědělským zázemím, kde se zvolna probouzí kulturní a duchovní život (muzeum, akce, klášter) a ve vazbě na to i cestovní ruch. Cestovní ruch tedy není a v nejbližší době jistě ani nebude pro město zásadním ekonomickým odvětvím. Na druhou stranu rozvoj cestovního ruchu může:

- sehrát pozitivní roli v diverzifikaci, a tím i vyšší stabilitě místní ekonomiky v dlouhodobé perspektivě,
- stimulovat rozvoj služeb, vybavenosti a infrastruktury, která následně bude sloužit i místním obyvatelům, což zvýší kvalitu jejich života a atraktivitu města pro bydlení,
- zlepšit image města i jeho obecnou známost mezi veřejností, což může dlouhodobě podpořit rozvoj dalších hospodářských odvětví, objem investic apod.

Pro naplnění cíle obsahuje analytická část několik dílčích analýz:

- Analýza strategických dokumentů města v relevantní oblasti. *(Tato analýza prostupuje napříč celou touto částí)*
- Analýza stakeholderů pro oblast cestovního ruchu. *(Tato analýza prostupuje napříč celou touto částí)*
- Analýza poptávky, která v sobě zahrnuje dílčí analýzy: počet návštěvníků a jeho vývoj, skladba návštěvníků
- Analýza cestovní preference návštěvníků
- Analýza nabídky s dílčími analýzami: Lokalizační předpoklady cestovního ruchu a infrastruktura cestovního ruchu
- Institucionální analýza
- SWOT analýza – analýza silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

V rámci této části bylo využito několik metod, které jsou shrnuty v přehledné tabulce níže:

METODA	POPIS
Studium analyticko-strategických dokumentů	<p>Aby strategie byla provázána s ostatními relevantními strategiemi a koncepčními dokumenty, bylo zapotřebí udělat rozbor pro oblast cestovního ruchu následujících dokumentů:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Milevska 2015 • Strategie území správního obvodu ORP Milevsko v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství a cestovního ruchu 2015 • Strategický rozvojový dokument rozvoj Smart city v Milevsku: Živé Milevsko - Smart region, 2018 • Marketingová strategie pro období 2018 – 2019, Bc. Lada Šetinová, Dis., Živé Milevsko – Smart Region • Strategie rozvoje podnikatelského parku Milevsko současně se strategií podpory malého a středního podnikání v Milevsku a strategie inkubačního a akceleračního programu v Milevsku • Strategický plán rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava (2014). Tábor, Toulava o.p.s. • Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015–2020 (2015). České Budějovice, Jihočeská centrála cestovního ruchu. • Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020 (2014). Praha, MMR. • Analytický podklad k přípravě Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+ (2018). Praha, MMR. • Okrajově ostatní strategické dokumenty (Územní plán, Záměry města v oblasti dopravy, sociální oblast apod.) <p>V rámci této metody sběru dat byly analyzovány i webové stránky města / jednotlivých kulturních zařízení, propagační materiály, mapové portály, sociální sítě (např. Facebook) a jiné komunikační kanály.</p>
Dotazníkové šetření pomocí nástroje Google	<p>Během tvorby této strategie bylo provedeno mezi místními obyvateli dotazníkové šetření, které bylo uchopeno komplexně, tudíž i včetně dotazů na oblast sportu a kultury. Návratnost byla 65 dotazníků, přičemž respondenty bylo 28 žen a 37 mužů. Z hlediska věku byli nejvíce početní respondenti ve věku 30 – 39 lety, následně mladí do 29 let a v těsném závěsu věková struktura 40 – 49 let. Pouze dva respondenti byli ve věku 60+. Dotazník byl distribuován online, na webu města a prostřednictvím sociálních sítí.</p>
Workshopy se stakeholdery	<p>Ve spolupráci s vedením Města Milevska byl identifikován okruh významných stakeholderů zahrnující zástupce městské samosprávy, městského úřadu, informačního centra, Domu kultury Milevsko a podnikatelské sféry. V tomto okruhu osob byl uspořádán workshop k analytickým závěrům a návrhu celkové koncepce rozvoje cestovního ruchu a k návrhu opatření rozvoje cestovního ruchu.</p>
Terénní šetření	<p>Bylo provedeno i terénní šetření, ať již formou pozorování či dotazování. V rámci tohoto šetření zpracovatel navštívil hlavní památky města a některé další atraktivity ve městě a okolí.</p>

**Ostatní metody:
syntéza, dedukce,
analýza**

Syntéza sjednocuje dílčí informace, vstupy, do komplexního celku. Analýza je metoda zkoumání pomocí rozkladu složitých dat. Dedukce se využívá při formulování návrhů řešení a doporučení.

7. 1. Analýza poptávky

7. 1. 1. Počet návštěvníků a jeho vývoj

Ročně se v registrovaných hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) v Milevsku ubytují cca 2 tisíce hostů, v celém SO ORP Milevsko pak cca 18 tisíc hostů. Z hlediska **počtu hostů (nocujících návštěvníků)** je tedy zázemí Milevska naprosto zásadní – navštíví je cca 8x více hostů než samotné Milevsko. Je třeba zdůraznit, že se jedná o registrovaná HUZ evidovaná Českým statistickým úřadem a že tedy skutečný počet nocujících návštěvníků (tedy včetně těch, kteří nocují v neregistrovaných HUZ) je velmi pravděpodobně vyšší. Nicméně porovnání proporcí mezi různými územími nebo v časových řadách určitý obrázek o situaci poskytuje.

V okolí Milevska stráví nocující hosté nepřekvapivě delší čas (3 noci) než v samotném Milevsku (2 noci). Je pravděpodobné, že delší **průměrná doba pobytu** v okolí Milevska je důsledkem rozvinuté venkovské turistiky, pobytů na prodloužené víkendy či celé týdny atd. ve venkovských penzionech. Oproti tomu ubytování v Milevsku využívají častěji návštěvníci v rámci pracovních cest, seminářů či jiných akcí apod. Počet přenocování v zázemí Milevska je tak téměř 10násobný oproti samotnému Milevsku.

Počet hostů i počet přenocování v posledních letech spíše mírně rostou (časová řada je však dosti rozkolísaná, protože se pohybujeme v relativně nízkých hodnotách). Růst je markantnější spíše v zázemí Milevska než v samotném městě, zejména v případě počtu přenocování. Tento předpoklad založený na datech ČSÚ (s výše uvedenými omezeními) potvrzují také údaje z míst, která v Milevsku sledují počet návštěvníků (TIC, klášter). Růst však nevybočuje z růstového trendu v celém Česku, resp. v případě samotného Milevska se jedná v rámci Česka spíše o podprůměrný růst.

Uvedenému závěru nahrává také průměrná **obsazenost lůžek**. Na 1 lůžko připadá v Milevsku cca 25 přenocování ročně (tj. jen cca 7 % nocí), v celém SO ORP Milevsko pak asi 40 přenocování ročně (cca 11 % nocí). Je pravděpodobné, že ubytování v Milevsku pokrývá častěji noclehy při jednorázových akcích a pracovních cestách, mimo Milevsko se naopak častěji odehrávají vícedenní pobyty v rámci volného času.

Data Jihočeské centrály cestovního ruchu z roku 2019 založená na analýze velkých dat mobilních operátorů ukazují výraznou míru **sezónnosti cestovního ruchu** v jižních Čechách. Nejvíce návštěvníků přijíždí na jih Čech v červenci, dále v srpnu, červnu a září, nejméně jich je v listopadu a lednu. Rozdíl mezi počtem návštěvníků mezi červencem a listopadem či lednem je přibližně čtyřnásobný, mezi vícedenním návštěvníky dokonce více než pětinašobný, mezi jednodenními návštěvníky pak zhruba 2,5násobný. V létě je tedy vyšší počet návštěvníků způsoben v první řadě nocujícími návštěvníky, zima se vyznačuje nízkou obsazeností lůžek, případně i sezónním provozem části ubytovacích zařízení. Jižní Čechy jako celek (Milevsko nevyjímaje) proto patří mezi typické **destinace s výraznou dominancí letní sezóny** a slabou sezónou zimní (na rozdíl například od horských oblastí, kde jsou během roku obvykle dva vrcholy návštěvnosti – hlavní zimní a vedlejší letní). Je pravděpodobné, že samotné **Milevsko má relativně menší výkyvy počtu návštěvníků během roku** (nižší míru sezónnosti), protože jednotlivé akce a zejména pracovní cesty se jsou během rozloženy relativně rovnoměrněji. Naopak lze předpokládat, že **okolí Milevska se vyznačuje vyšší mírou sezónnosti cestovního ruchu** s výraznou dominancí léta. Některá ubytovací zařízení fungují pouze v sezónním režimu, což rovněž částečně vysvětluje relativně nízkou obsazenost lůžek v přepočtu na rok. Z hlediska marketingových aktivit je možné sledovat buď jistější strategii zvýšení letní návštěvnosti („ukrojení větší části koláče“ návštěvníků jižních Čech) za cenu

extenzivního rozvoje, obtíží s vytižením kapacit mimo léto, růstu sezónnosti a hrozby dočasného lokálního přetížení, nebo méně jistou, náročnější a z hlediska absolutního růstu příjmů méně výhodnou strategii prodloužení sezóny intenzifikací aktivit cestovního ruchu a lepším využitím kapacit mimo hlavní sezónu.

7. 1. 2. Skladba návštěvníků

Klíčovými zdrojovými oblastmi **domácích návštěvníků** turistického regionu Jižní Čechy jsou obecně urbanizované a industrializované oblasti (Praha, Ostravsko aj.) Oproti dříve převažující domněnce, že důležitou skupinou návštěvníků jižních Čech jsou obyvatelé Moravskoslezského kraje, jsou dnes jako klíčové vnímáni obyvatelé Prahy a jejího zázemí, byť jsou často původem odjinud, například právě ze severu Moravy (analýza CE-Traffic a KPMG provedená v roce 2015 na základě velkých dat mobilních operátorů a na podobných datech založená analýza Jihočeské centrály cestovního ruchu z roku 2019). Vzhledem ke geografické poloze toto tvrzení platí pro Milevsko ještě více než pro jiné části jižních Čech. V marketingu je proto možné/vhodné uplatňovat polaritu „ze znečištěných a rušných měst na klidný venkov“, samozřejmě s odpovídajícím vybavením a infrastrukturou. Zmíněná analýza CE-Traffic a KPMG z roku 2015 uvádí také značný podíl **návštěvníků, kteří cestují v rámci jižních Čech**. Marketing je tedy vhodné směřovat i na nejbližší zdrojové oblasti (České Budějovice, Tábořsko, Písecko...) s cílem „udržet návštěvníka na dovolené doma“.

Zahraniční návštěvníci tvoří v Milevsku i v celém SO ORP Milevsko cca 10 % hostů v HUZ (v dílčích výkyvech v jednotlivých letech nelze vysledovat pravidelnost). Směrem k marketingu CR jsou proto **klíčovou cílovou skupinou domácí návštěvníci**, mezi zahraničními pak především **Němci následovaní Slováky a Rakušany** (data nejsou k dispozici, jde o odhad na základě údajů za Česko a za Jihočeský kraj). Pro jižní Čechy jako celek jsou v posledních letech velmi významní také **asijské turisty** (Čína, Tchaj-wan, Jižní Korea, Japonsko). Je však velmi pravděpodobné, že se jedná především o návštěvníky nejatraktivnějších měst (zejména Českého Krumlova) a že se z pohledu převážně venkovského regionu Milevska bez výraznějších turistických cílů nadnárodního významu (památky UNESCO, národní parky apod.) **nejedná o perspektivní skupinu návštěvníků**.

Podíl nocujících zahraničních návštěvníků je vyšší než u návštěvníků domácích (mezi zahraničním nejsou prakticky žádní jednodenní návštěvníci), na druhou stranu počet přenocování je vyšší u domácích návštěvníků. **Domácí návštěvníci tedy cestují buď na 1 den, nebo absolvují delší pobyty. Zahraniční návštěvníci naopak typicky nocují 1–3x a poté přejíždějí na jiné místo pobytu** (třeba i jinde v Česku).

Nejdéle v jižních Čechách nocují návštěvníci ze zemí Beneluxu, Izraele, Německa a Dánska. Obecně stráví na jednom místě více nocí návštěvníci z geograficky bližších zemí a naopak méně nocí mimoevropští návštěvníci.

Jednodenní návštěvníci tvoří v Česku dlouhodobě 80–90 % celkového počtu návštěvníků, a to jak dle šetření agentury CzechTourism a některých destinačních agentur, tak na základě analýzy návštěvnosti na základě velkých dat mobilních operátorů (CE-Traffic a KPMG, 2015), která regionu Jižní Čechy přisuzuje téměř osminásobek návštěvníků oproti údajům ČSÚ na základě noclehů v hromadných ubytovacích zařízeních. (Data mobilních operátorů však naznačují nižší podíl, což je patrně způsobeno jak ne zcela přesnou evidencí ubytovacích zařízení, tak i možnou různou definicí jednodenního výletníka.) Mezi jednodenními návštěvníky nejsou prakticky žádní cizinci, a tak je při jejich započítání dominance domácích návštěvníků ještě výraznější (kolem 98 – 99 % všech jedno- i vícedenních návštěvníků). V marketingu CR je vhodné pracovat s cílovou skupinou zahraničních návštěvníků velmi selektivně jak z hlediska zdrojové oblasti, tak z pohledu forem cestovního ruchu a turistických cílů.

Tabulka CR1: Vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) v Milevsku v 2012–18.

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování	Obsazenost lůžek
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti		
2012	2 062	1 839	223	4 052	3 510	542	2,0	24
2013	1 642	1 412	230	3 697	3 143	554	2,3	22
2014	1 625	1 421	204	3 561	2 987	574	2,2	21
2015	1 360	1 265	95	2 985	2 683	302	2,2	17
2016	2 225	1 938	287	5 313	4 498	815	2,4	30
2017	1 819	1 619	200	4 269	3 166	1 103	2,3	25
2018	2 282	2 110	172	4 413	3 695	718	1,9	26
Index změny	111	115	77	109	105	132	98	107

Pozn.: Index změny je podíl hodnot za roky 2018 a 2012 vyjádřený v %.

Průměrný počet přenocování je podílem počtu přenocování a počtu hostů.

Obsazenost lůžek je podílem počtu přenocování a počtu lůžek.

Rezidenti = domácí návštěvníci, nerezidenti = zahraniční návštěvníci.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

Tabulka CR2: Vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) v SO ORP Milevsko v letech 2012–18

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování	Obsazenost lůžek
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti		
2012	15 295	14 411	884	39 604	37 670	1 934	2,6	30
2013	16 208	15 172	1 036	40 716	38 200	2 516	2,5	29
2014	21 543	20 771	772	56 074	53 853	2 221	2,6	39
2015	11 480	10 480	1 000	30 955	28 844	2 111	2,7	26
2016	16 547	14 908	1 639	47 703	44 225	3 478	2,9	33
2017	17 542	15 873	1 669	45 255	41 745	3 510	2,6	34
2018	18 159	16 784	1 375	51 128	48 484	2 644	2,8	40
Index změny	119	116	156	129	129	137	109	132

Pozn.: Index změny je podíl hodnot za roky 2018 a 2012 vyjádřený v %.

Průměrný počet přenocování je podílem počtu přenocování a počtu hostů.

Obsazenost lůžek je podílem počtu přenocování a počtu lůžek.

Rezidenti = domácí návštěvníci, nerezidenti = zahraniční návštěvníci.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

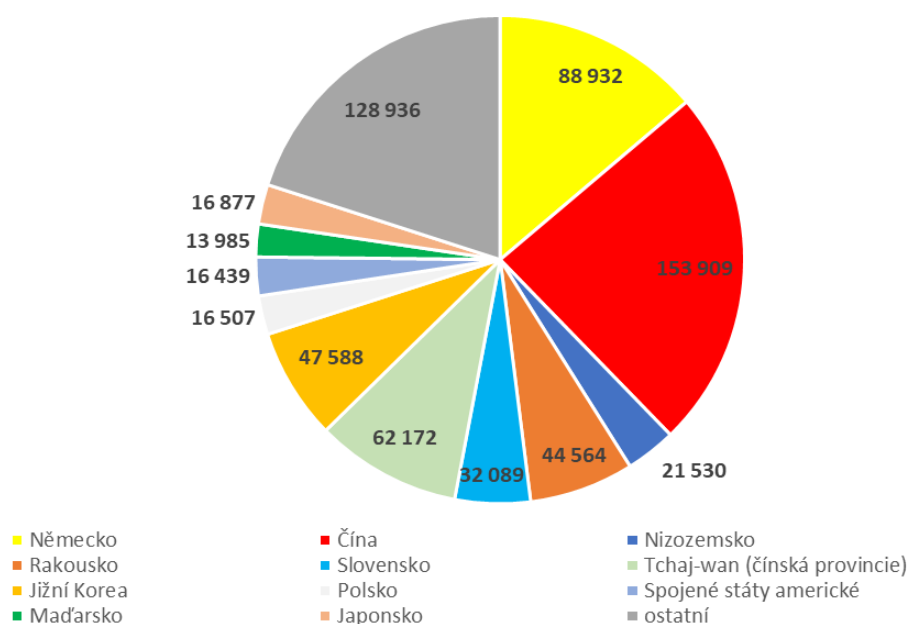
Tabulka CR3: Počet hostů a přenocování domácích a zahraničních návštěvníků v HUZ v Jihočeském kraji (2018)

	Hosté celkem	Přenocování celkem	Průměrný počet přenocování
Hosté celkem	1 726 991	4 350 666	2,5
Domácí hosté	1 083 463	3 245 614	3,0
Zahraniční hosté	643 528	1 105 052	1,7

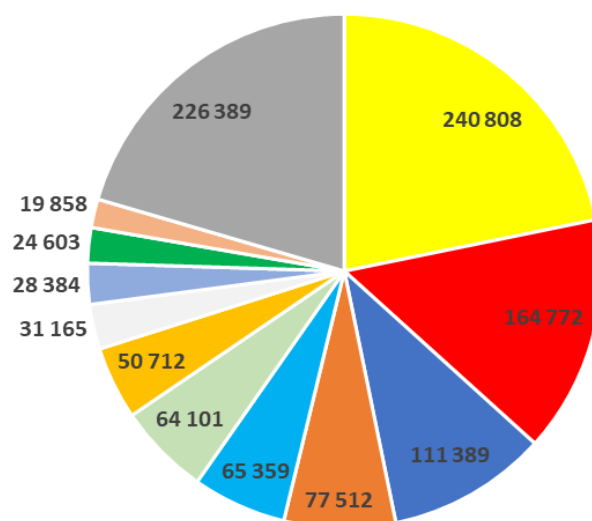
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

Graf CR1: Počet zahraničních hostů a přenocování v HUZ v Jihočeském kraji podle zdrojových zemí (2018)

počet hostů

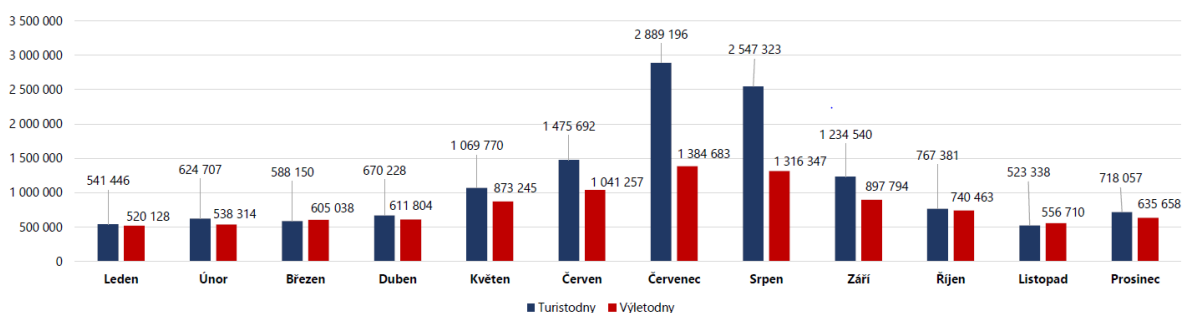


počet přenocování



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

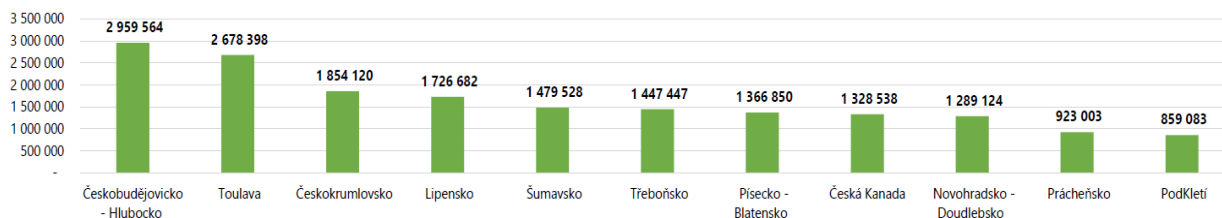
Graf CR2: Rozložení návštěvnosti regionu Jižní Čechy během roku (2018)



Zdroj: Převzato od Jihočeské centrály cestovního ruchu (<https://www.jccr.cz/aktuality/144-nejvyznamnejsimi-navstevniky-jiznich-cech-jsou-domaci-turiste>)

Pozn.: Údaje vycházejí z dat mobilních operátorů zpracovaných společnostmi T-Mobile CR a CE-Traffic pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu v roce 2018.

Graf CR3: Návštěvnost turistických oblastí regionu Jižní Čechy (2018)



Zdroj: Převzato od Jihočeské centrály cestovního ruchu (<https://www.jccr.cz/aktuality/144-nejvyznamnejsimi-navstevniky-jiznich-cech-jsou-domaci-turiste>)

Pozn.: Údaje vycházejí z dat mobilních operátorů zpracovaných společnostmi T-Mobile CR a CE-Traffic pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu v roce 2018.

Lze konstatovat, že monitoring návštěvnosti cestovního ruchu je dosud málo koordinovaný a málo podrobný. Data, která existují, nejsou propojována a regionu tak chybí přesnější představa o struktuře návštěvníků. Monitoring návštěvnosti se daří realizovat jen u konkrétních cílů (akce, muzeum, TIC...), což samo o sobě poskytuje velmi kusé informace a omezenou představu. Obtížně se údaje o počtu, příp. struktuře návštěvníků dohledávají u ubytovatelů (spolehlivost dat ČSÚ je rovněž velmi omezená).

7. 2. Cestovní preference návštěvníků

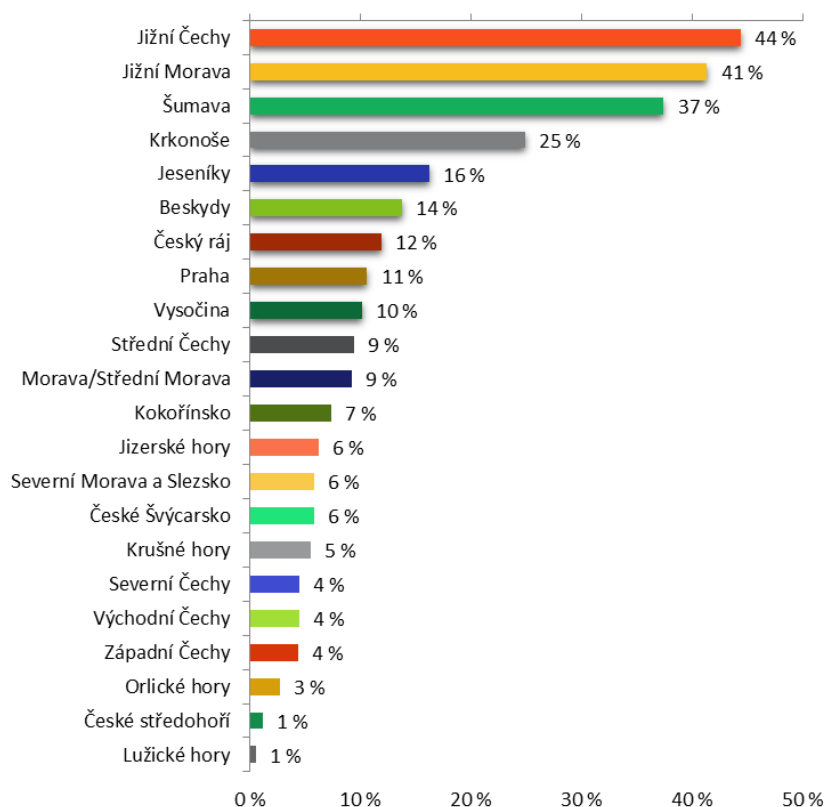
Jižní Čechy jako celek patří mezi regiony s nejpříznivější image turistické destinace. Z hlediska spontánně vnímané atraktivity regionu pro letní dovolenou se dokonce podle reprezentativního šetření z roku 2018 (viz následující graf) jedná o nejméně atraktivní region. Jako atraktivní destinaci letního cestovního ruchu jej spontánně uvedla téměř polovina české populace! V rámci zimního cestovního ruchu obsadil v témž šetření 8. místo mezi destinacemi, přičemž mezi „nehorskými“ destinacemi je znovu první, když Jižní Čechy spontánně uvedlo jako atraktivní pro zimní dovolenou 8 % obyvatel Česka. (Nejen) v rámci jižních Čech se v posledních letech objevuje trend **růstu destinací nabízejících v první řadě klid, příjemnou venkovskou krajinu a kvalitní služby** spíše než výrazné atraktivity a atrakce. Data Jihočeské centrály cestovního ruchu z roku 2019 (zpracovateli jsou T-Mobile CR a CE-Traffic) založená na analýze velkých dat mobilních operátorů dokonce ukazují, že **největší růst (zejména domácích) návštěvníků** v rámci jižních Čech v posledních letech **zažívá oblast Toulava** a Českobudějovicko-Hlubocko, nikoli „tradiční“ destinace Lipenska a Českokrumlovsko. Podle těchto údajů navštívilo v roce 2019 region Toulavy (zhruba Tábořsko

a střední Povltaví, vč. Milevska) téměř 2,7 mil. návštěvníků (včetně jednodenních výletníků), což je o více než 800 tisíc návštěvníků více než na Českokrumlovsku a také o zhruba 300 tisíc méně než na Českobudějovicku-Hlubocku. V případě zahraničních návštěvníků je situace jiná a pozice Toulavy je výrazně slabší.

Milevsko a okolní region má tedy **značný návštěvnický potenciál**, resp. může se v případě efektivního a dobře cíleného marketingu ucházet o značný absolutní objem návštěvníků v letní sezóně a o relativně velký počet návštěvníků i v zimě. Marketingově je velmi vhodné posilovat vnímání regionu jako součástí značky/produktu Jižních Čech, což je víceméně v souladu se stávajícím systémem řízení a marketingu CR v regionu. V rámci zimního CR je možné kombinovat přiřazení Milevska a okolí v rámci značky/produktu Jižních Čech se Středními Čechami, resp. oblastí Monínce.

Čtvrtina obyvatel Česka preferuje při letní dovolené ubytování v hotelu (nejčastěji v tříhvězdičkovém). Pětina respondentů preferuje v létě **penziony**, 18 % pronájem chaty či chalupy. **Při zimní dovolené** obyvatelé Česka naopak nejčastěji preferují **ubytování v penzionu** (29 %). Obecně v čase roste preference hotelů a obecně kvalitního ubytování (zejména v zimní sezóně), a to na úkor levnějších typů ubytování (ubytovny, levné penziony). Nezanedbatelný je podíl obyvatel, kteří preferují pronájem chaty či chalupy (v létě téměř pětina, v zimě dokonce téměř čtvrtina).

Graf CR4: Spontánně uvedené nejatraktivnější regiony v Česku pro letní dovolenou mezi populací Česka (2018)

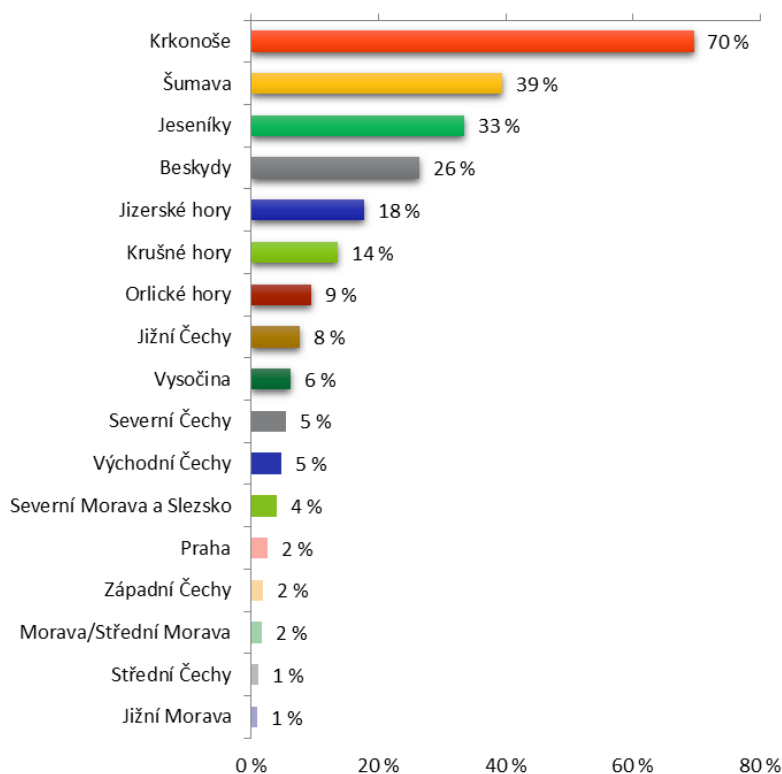


Pozn.: Graf vyjadřuje odpovědi na otázku „napište 3 konkrétní turistické regiony v ČR, které Vám připadají pro letní dovolenou v ČR nejatraktivnější“.

Výzkum byl proveden na reprezentativním vzorku 700 respondentů v rámci celé populace Česka.

Zdroj: Převzato z „Image Ústeckého kraje jako turistického regionu – výzkum mezi obyvateli ČR (2018), Ústecký kraj a SPF Group.“

Graf CR5: Spontánně uvedené nejatraktivnější regiony v Česku pro zimní dovolenou mezi populací Česka (2018)

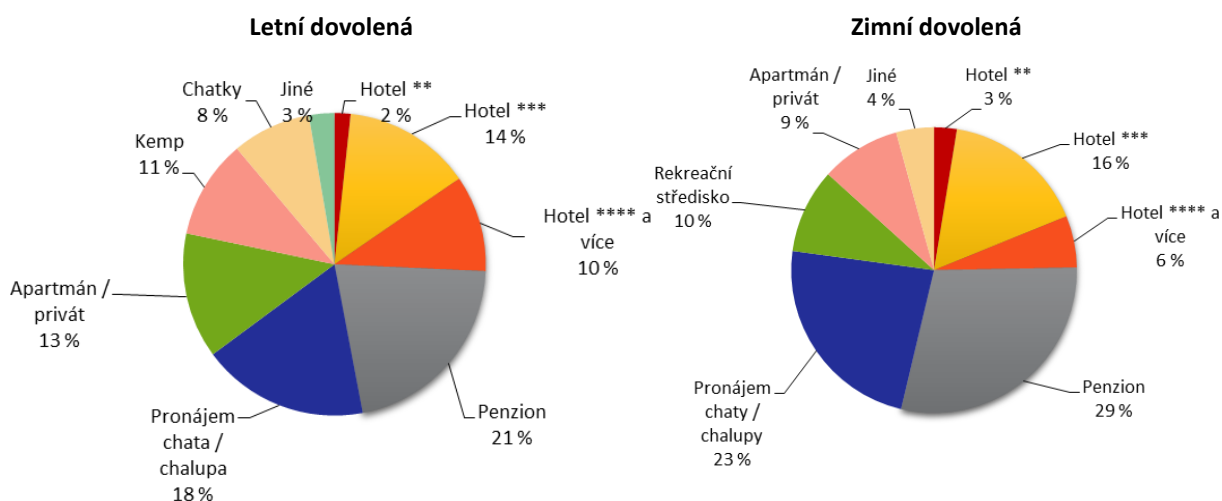


Pozn.: Graf vyjadřuje odpovědi na otázku „napište 3 konkrétní turistické regiony v ČR, které Vám připadají pro zimní dovolenou v ČR nejatraktivnější“.

Výzkum byl proveden na reprezentativním vzorku 700 respondentů v rámci celé populace Česka.

Zdroj: Převzato z „Image Ústeckého kraje jako turistického regionu – výzkum mezi obyvateli ČR (2018), Ústecký kraj a SPF Group.“

Graf CR6: Preferované ubytování při letní a zimní dovolené mezi populací Česka (2018)



Pozn.: Výzkum byl proveden na reprezentativním vzorku 700 respondentů v rámci celé populace Česka.

Zdroj: Převzato z „Image Ústeckého kraje jako turistického regionu – výzkum mezi obyvateli ČR (2018), Ústecký kraj a SPF Group.“

7. 3. Analýza nabídky

7. 3. 1. Lokalizační předpoklady cestovního ruchu

Lokalizační předpoklady velmi podrobně na úrovni turistické oblasti Toulava hodnotí strategie rozvoje cestovního ruchu této oblasti z roku 2014 Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji z roku 2015. Dále bylo provedeno místní terénní šetření. Kombinací těchto zdrojů je možné dospět k výčtu **klíčových forem rozvoje cestovního ruchu** v Milevsku a jeho okolí:

- Kulturně-poznávací a historicko-poznávací cestovní ruch (historické, církevní i technické památky, stopy významných historických osobností) – významnou památkou nadregionálního významu je milevský klášter s okolím (regionální muzeum, přírodní galerie žulových soch; marketingově se ale dosud daří tuto památku pro cestovní ruch využít jen částečně), celostátním unikátem je Muzeum milevských maškar, další památky mají spíše místní či regionální charakter: železniční viadukt východně od města, židovské památky (bývalá synagoga, židovský hřbitov), četné sakrální památky ve městě i v okolí venkovských obcí
- Přírodně-poznávací cestovní ruch (geomorfologicky i biosfericky pestrá krajina s řadou lokálních dominant)
- Pěší turistika, hustá síť středně frekventovaných tras pro pěší turistiku
- Cykloturistika, hustá síť cyklistických tras místního a regionálního významu
- Sportovní cestovní ruch (velmi nadstandardní vybavenost Milevska pro sport: letní stadion, zimní stadion, sportovní hala, tenisové kurty, koupaliště)
- Vodácká turistika (zejména řeka Lužnice)
- Cestovní ruch vázaných na pobyt u vodních ploch (vltavská kaskáda – nádrž Orlík, lokálně též rybníky severně od města a koupaliště Milevsko)
- Cestovní ruch vázaný na pořádání společenských, kulturních a sportovních akcí (pro cestovní ruch významné zejména Milevské maškary počátkem března, červnový Open Air Music Festival Přeštěnice, Milevské slavnosti koncem srpna a některé akce vázané na místní muzea a atrakce, zbývající akce jsou navštěvovány dominantně místními obyvateli)
- Venkovský cestovní ruch, eko- a agroturistika a na ně vázané venkovské atrakce (Zeměráj Kovářov, Muzeum mlynářství, pekařství a zemědělství v Božeticích)

Doplňkově (z důvodu nižších předpokladů nebo výrazné specifičnosti a úzkého trhu) je vhodné rozvíjet tyto **formy cestovního ruchu**:

- Cestovní ruch „MICE“ (vázaný na konference, semináře, pracovní jednání a další události nesouvisející primárně s turismem)
- Hipoturistika
- Běžecké lyžování (avšak s velmi krátkou sezónou), případně zázemí pro sjezdové lyžování na Monínci
- Gastronomický cestovní ruch

S ohledem na převažující místní a regionální význam jednotlivých míst a akcí je **zásadním předpokladem jejich širšího uplatnění v cestovním ruchu marketing** navázaný na regionální, krajské nebo národní produkty, nabídku cestovních kanceláří. Vhodné je rovněž rozšíření okruhu turistických cílů o objekty typu naučných stezek, rozhledem, volnočasových areálů apod. a intenzifikace jejich marketingu. Image města z hlediska potenciálních návštěvníků je v důsledku absence výraznějších turistických cílů a forem cestovního ruchu dosud nevýrazná infrastruktura cestovního ruchu.

Ve městě jsou dlouhodobě 3 registrovaná **hromadná ubytovací zařízení** (HUZ). V SO ORP Milevsko se jejich počet pohybuje kolem 20. Na základě terénního šetření je však zjevné, že skutečný počet ubytovacích zařízení je vyšší zejména o menší penziony, ubytování v soukromí apod.

Lůžková kapacita registrovaných HUZ ve městě se pohybuje kolem 170 při počtu pokojů kolem 60–65. V celém SO ORP Milevsko je to pak cca 1 300 lůžek v cca 350 pokojích. Při započítání menších zařízení, která nejsou evidována statistickými údaji, lze lůžkovou kapacitu ve městě odhadnout na 200 – 250, v SO ORP Milevsko na 1 500 – 1 650.

Lůžková kapacita a počet pokojů je v čase relativně stabilní. V samotném Milevsku spíše mírně roste, v zázemí Milevska pak dochází k mírnému poklesu lůžkové kapacity.

Lůžková kapacita HUZ umožňuje i ubytování středně velkých skupin (např. organizovaná skupina přijíždějící 1 autobusem, menší konference). Platí to jak pro samotné Milevsko (průměrný počet cca 57 lůžek na 1 HUZ), tak zejména pro jeho zázemí (cca 67 lůžek na 1 HUZ). Nedostatečná ubytovací kapacita se objevuje krátkodobě v některých exponovaných částech letní sezóny, což je však jev běžný i v jiných turistických oblastech. Při stávajícím využití lůžkové kapacity není možné s ohledem na ekonomickou návratnost očekávat její zásadní navýšení.

Kvalita ubytovacích a také stravovacích služeb jako celku je v Milevsku a okolí průměrná až nižší. Město a okolí postrádá širší nabídku kvalitnějších ubytovacích zařízení (penziony a hotely vyšší kvality) jak z hlediska samotné úrovně ubytování, tak z hlediska doplňkových služeb, která lze v ubytovacích zařízeních využít. Tato konkurenční nevýhoda představuje významnou bariéru rozvoje cestovního ruchu.

Z pohledu cestovního ruchu se převážně nižší kvalita služeb a také nízká kvalita veřejného prostoru v centrální části města projevuje také na image města, která je pro stávající návštěvníky pravděpodobně rovněž spíše nízká.

Tabulka CR4 Vývoj kapacit hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) v letech 2012–18

	Město Milevsko					SO ORP Milevsko				
	Počet HUZ	Pokoje	Lůžka	Lůžek na 1 zařízení	Místa pro stany	Počet HUZ	Pokoje	Lůžka	Lůžek na 1 zařízení	Místa pro stany
2012	3	61	167	55,7	i.d.	21	374	1 305	62,1	215
2013	3	61	166	55,3	i.d.	22	390	1 395	63,4	225
2014	3	63	172	57,3	i.d.	21	410	1 438	68,5	225
2015	3	64	174	58,0	i.d.	19	346	1 172	61,7	227
2016	3	64	177	59,0	i.d.	21	412	1 445	68,8	236
2017	3	64	171	57,0	i.d.	20	356	1 313	65,7	i.d.
2018	3	64	170	56,7	i.d.	19	343	1 281	67,4	293
Index změny	100	105	102	102	i.d.	90	92	98	108	136

Pozn.: Místa pro stany jsou vč. míst pro karavany.

Index změny je podíl hodnot za roky 2018 a 2012 vyjádřený v %.

HUZ = hromadné ubytovací zařízení

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

Lůžková kapacita Milevska i jeho okolí víceméně odpovídá obvyklým hodnotám regionů se středně významným potenciálem cestovního ruchu. Nebude postačovat v případě, pokud by Milevsko chtělo být významným infrastrukturním zázemím pro okolní turistické cíle (region Toulava, střední Povltaví, Monínec

apod.) při zachování stávající sezónnosti. Pokud by k nárůstu docházelo mimo hlavní sezónu, pak by naopak kapacita postačovala. V každém případě plně postačuje pro případ, kdy lůžková kapacita Milevska a okolí tvoří infrastrukturu pouze pro místní turistické cíle.

V Milevsku není žádné registrované **ubytovací zařízení pro stany a karavany**, ve skutečnosti se však na severním okraji katastru města takové zařízení nachází (kapacita řádově desítky stanů či karavanů). V celém SO ORP je pak registrovaná kapacita cca 300 míst pro stany a karavany. Odhadem lze kapacitu pro stany a karavany v SO ORP Milevsko odhadnout na přibližně 400.

Vybavenost oblasti kolem Milevska silniční a železniční sítí je adekvátní potřebám cestovního ruchu. Specifikem je vltavská vodní cesta se sezónním provozem turistických lodí. Unikátem je železnice Tábor – Bechyně, první elektrizovaná trať v Česku.

Region disponuje poměrně **hustou sítí cyklistických tras vhodných spíše pro středně či více fyzicky zdatné cyklisty**. V okolí Milevska je minimum úseků vedených po samostatných cyklostezkách. S ohledem na relativně nízkou frekvenci cyklistické dopravy (danou i zmíněným tvarem reliéfu, který je spíše nepříznivý pro cykloturistiku rodin s dětmi či seniorů) je třeba se budování cyklistických stezek soustředit především na odstranění dopravně konfliktních míst (kolize s automobilovou dopravou apod.).

Turistické informační středisko se nachází v Milevsku na nám. E. Beneše. Určitou slabou stránkou je otevírací doba centra (mimo sezónu omezený provoz v sobotu, zavřeno v neděli).

7. 4. Institucionální analýza

7. 4. 1. Koncepční dokumenty

Rozvoje cestovního ruchu v Milevsku se týkají příslušné koncepční dokumenty na různých úrovních:

- národní (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020 z roku 2014, na niž naváže aktuálně zpracovávané koncepte pro období 2021–27),
- krajská (Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015–2020 z roku 2015),
- regionální (Strategický plán rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava z roku 2014).

S ohledem na charakter dokumentů jsou národní i krajská koncepte pro Milevsko významné zejména z hlediska organizace rozvoje cestovního ruchu (definice turistického regionu Jižní Čechy a turistické oblasti Toulava), méně z hlediska marketingu a rozvoje produktové nabídky.

Regionální strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava obsahuje především velmi podrobný analytický materiál a dále podrobně rozpracovaný koncept rozvoje marketingové značky/produktu Toulava, včetně uvedení vhodných komunikačních nástrojů, distribučních kanálů a produktové řady. Přestože jednotlivá navržená opatření jsou plněna jen částečně, jedná se o materiál mající pro Milevsko široké využití.

7. 4. 2. Územní členění a organizace

V členění agentury CzechTourism je Milevsko zařazeno do **turistického regionu Jižní Čechy**. V rámci nich je pak součástí **turistické oblasti Toulava**. Tato oblast představuje poměrně rozsáhlé, z velké části venkovské území severní části jižních Čech. Strategický plán rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava pracuje se 6 subregiony, v rámci nichž je Milevsko řazeno do Středního Povltaví.

Vnitřní členění turistické oblasti Toulava



Zdroj: Převzato ze Strategického plánu rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava (2014)

7.4.3. Organizace a řízení rozvoje cestovního ruchu

Analogicky k existenci koncepčních dokumentů rozvoje cestovního ruchu je možné identifikovat příslušné nositele těchto koncepcí, které tvoří klíčové aktéry koordinace, řízení a marketingu v cestovním ruchu.

Vedle státní agentury CzechTourism je to na krajské úrovni **Jihočeská centrála cestovního ruchu (JCCR)**. Mezi regionálními destinačními agenturami se jedná o jednu z nejdéle etablovaných. Zajišťuje především (částečně převzato z www.jccr.cz):

- implementaci krajské Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015–2020;
- budování značky Jižní Čechy, tvorbu a implementaci manuálu značky (brand manuálu) Jižní Čechy;
- koordinaci a metodické vedení činnosti jednotlivých destinačních organizací turistických oblastí Jižních Čech a turistických informačních center;
- výkon krajské destinační společnosti ve vazbě na turistický region Jižní Čechy;
- spolupráci v rámci aktivit subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru, komunikace s obchodními partnery a turisty za region, včetně návštěvnického managementu;
- komunikaci se Svazem měst a obcí Jihočeského kraje a „Euroregiony“, s jednotlivými obcemi a městy v oblasti cestovního ruchu;
- komunikaci a spolupráci s agenturou CzechTourism vč. jejích zahraničních zastoupení;
- komunikaci a spolupráci se zahraničními partnery v oblasti cestovního ruchu, zejména při tvorbě a realizaci přeshraničních projektů;
- organizaci konferencí a odborných seminářů přispívajících k rozvoji cestovního ruchu v Jihočeském kraji, vzdělávání v oblasti cestovního ruchu;
- organizaci jednání pracovních skupin složených z odborníků a pracovníků v oblasti cestovního ruchu;
- PR aktivity - prezentace jižních Čech v tuzemsku i zahraničí prostřednictvím vymezených témat (výstavy, veletrhy, média) směrem k laické i odborné veřejnosti;

- organizaci famtripů, tj. motivačních cest pro zástupce cestovních kanceláří a agentur, presstripů pro zástupce médií a pro odbornou veřejnost, organizace studijních cest pro odborníky v cestovním ruchu;
- shromažďování informací o turistickém potenciálu regionu, zajišťování jejich průběžné aktualizace a jejich zpracovávání pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů;
- tvorbu produktových linií, které povedou ke zviditelnění destinace Jižní Čechy, včetně sledování a vyhodnocení zpětných vazeb;
- ediční činnost – vydávání tištěných propagačních materiálů obecných či tematicky zaměřených s přihlédnutím k předem vymezeným a doporučeným okruhům, které stanovuje odbor kanceláře hejtmanky Krajského úřadu Jihočeského kraje, vzhledem k celkové strategii, cílovým trhům, nebo ročnímu období;
- provoz informačního portálu Jihočeského kraje na www.jiznicechy.cz;
- přípravu a realizaci projektů pro získávání prostředků z grantových, dotačních a jiných programů na rozvoj cestovního ruchu;
- získávání statistických a analytických dat potřebných pro efektivní rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Na regionální úrovni působí **destinační organizace Toulava, o.p.s.** Jedná se opět o etablovanou značku (byť založenou až v roce 2013) pokrývající značně rozsáhlé území, díky čemuž je možno marketingovými aktivitami redistribuovat návštěvnost mezi Píseckem, středním Povltavím, Tábořskem atd. z lokalit s koncentrací návštěvníků (Tábor, Písek, Monínec...).

V rámci destinačních organizací v Česku má nadprůměrné renomé. Věnuje se zejména marketingové, částečně také koordinační činnosti:

- rozvoj turistických produktů a slevové karty Toulavka
 - certifikaci regionálních výrobků Toulava a regionálních služeb Toulava
 - tvorbě a propagaci turistických balíčků (shodou okolností všechny 3 balíčky zahrnují Milevsko: Milevské maškary, Milevsko na 4 dny, Milevsko na 5 dní)
- Určitou roli při koordinaci cestovního ruchu v oblasti Milevska má také Svazek obcí Milevsko.

Na místní úrovni spadá agenda rozvoje cestovního ruchu pod několik organizací:

- **Dům kultury Milevsko**, příspěvkovou organizaci města (organizace též provozuje městské informační centrum, půjčovnu elektrokol a webový portál milevskem.cz),
- obchodní společnost **Milevskem, s.r.o.**,
- **Milevský kraj, o.p.s.**

Tyto organizace jsou v oblasti cestovního ruchu významné především při komunikaci s návštěvníky, kteří již v destinaci jsou nebo jsou rozhodnutí do ní přijet, při zprostředkování konkrétních informací a služeb.

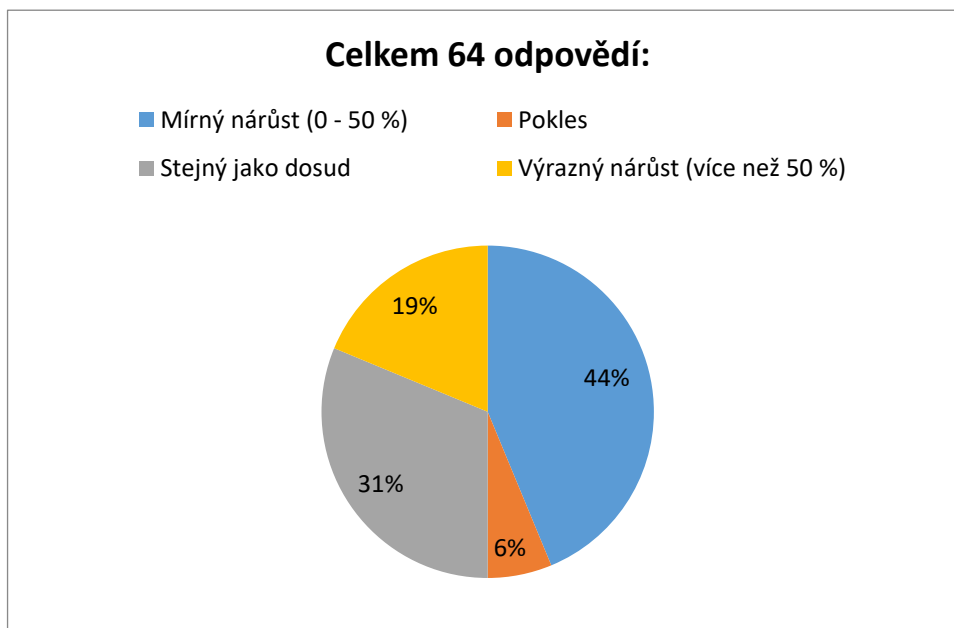
Částečně do rozvoje cestovního ruchu v Milevsku promlouvá také značka **Živé Milevsko**, orientovaná na rozvoj konceptu SMART Cities v Milevsku. Jedním ze tří směrů rozvoje Živého Milevska je kultura, sport a cestovní ruch – cílem je modernizace informačních a komunikačních technologií ve městě, především směrem ke zlepšení komunikace mezi Městským úřadem a občany, turisty a dalšími cílovými skupinami.

S ohledem na charakter Milevska jako území, které samo o sobě není nadregionálně významným turistickým cílem, ale současně je/může být zázemím (ubytovacím, sportovním, kulturním, volnočasovým...) pro řadu jiných turistických cílů, je ekonomicky výhodné a důležité **zahrnutí pod marketingové značky a produkty pokrývající širší území**. V oblasti marketingu produktů (obchodní marketing) je to především Toulava, v oblasti formování značky (brand marketing) pak značka Jižní Čechy.

7. 4. 4. Místní obyvatelstvo

Jak ukazují výsledky provedeného dotazníkového šetření, mezi místními obyvateli převládá názor, že růst objemu cestovního ruchu je pro město žádoucí. Tento názor sdílí téměř 2/3 obyvatel s tím, že velká část z nich preferuje mírnější nárůst. Zbývající třetina obyvatel vesměs inklinuje k tomu, aby objem cestovního ruchu zůstal na stávající úrovni. Pokles objemu cestovního ruchu preferuje minimum obyvatel. Z hlediska místní komunity je tedy možné počítat s tím, že spíše ocení přínosy rozvoje cestovního ruchu (více pracovních příležitostí, širší nabídka služeb, kultivace služeb a veřejného prostoru) než negativní dopady (lokální růst dopravní intenzity, hluk, vyšší nároky na infrastrukturu a vybavenost).

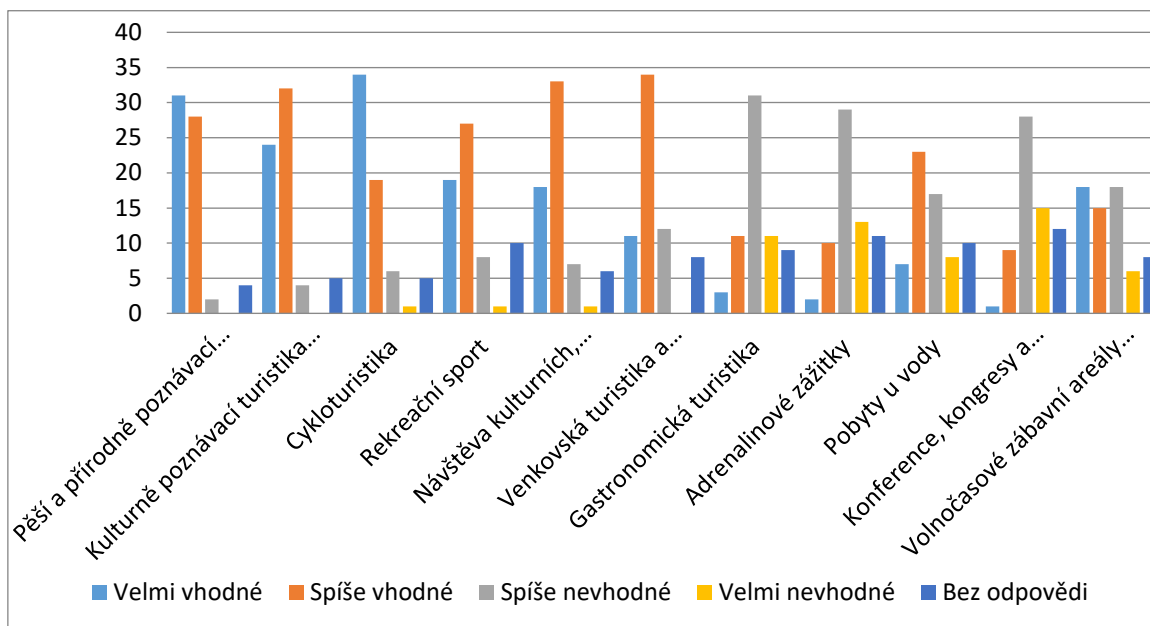
Graf CR7: Odpovědi místních obyvatel na otázku „Jaký je podle vás pro Milevsko a jeho okolí ideální scénář vývoje objemu cestovního ruchu?“



Zdroj: vlastní šetření

Obyvatelé Milevska nepřekvapivě preferují rozvoj spíše tradičních forem a typů cestovního ruchu, které asociují s klidem, šetrností vůči místnímu prostředí, využitím stávající infrastruktury a určitým konzervatismem trávení volného času. Jako nejvhodnější pro Milevsko vycházejí pěší a přírodně poznávací turistika, kulturně poznávací turistika a návštěva památek a cykloturistika. Vhodnými formami cestovního ruchu pro Milevsko (tj. stále více „hlasů pro“) jsou podle místních obyvatel také rekreační sport, návštěva kulturních, volnočasových a společenských akcí, venkovská turistika, agroturistika a volnočasové zábavní areály pro rodiny. Naopak jako spíše nevhodné (více „hlasů proti“) vycházejí gastronomická turistika, adrenalinové zážitky, pobyty u vody a konference, kongresy a semináře.

Graf CR8: Odpovědi místních obyvatel na otázku „Které typy cestovního ruchu (tj. aktivit návštěvníků Milevska a okolí) jsou podle vašeho názoru vhodné pro Milevsko a okolí?“



Zdroj: vlastní šetření

7.5. Stručná analýza současného marketingového mixu v oblasti cestovního ruchu

Produkt	<p>Produktová nabídka zahrnuje převážně jednotlivé atrakce a akce, které nejsou provázané do komplexnějších produktů. Každý jednotlivý produkt tak má víceméně svou vlastní distribuci a marketingovou komunikaci k cílovému zákazníkovi. Tato komunikace je navíc z velké části plošná, necílená. V Milevsku nicméně existují komplexnější produkty (a je třeba poznamenat, že je to mezi okolními konkurenčními destinacemi spíše výjimečné), které jsou distribuovány a komunikovány k cílovým skupinám cíleněji. Jedná se o:</p> <ul style="list-style-type: none"> • turistické balíčky, tj. nabídku zlevněného vstupného do několika místních turistických cílů a atrakcí (blíže viz níže „tvorba balíčků služeb“), • geolokační výletní hra Geofun s tematikou milevských maškar, • mobilní průvodce milevským regionem (dostupný i v offline verzi), • konkrétní akce pořádané v Milevsku (relativně komplexní propagace).
Cena	<p>Turistická nabídka Milevska a jeho okolí dosud nemá jednoznačnou „cenovou politiku“. Obecně lze konstatovat, že nabízené služby s ohledem na svou kvalitu, na dosavadní spektrum návštěvníků a na koupěschopnost místních obyvatel (kteří z menší či větší části rovněž využívají tytéž služby jako návštěvníci města) spadají cenově převážně do kategorie „nižší střední třídy“.</p>
Distribuce	<ul style="list-style-type: none"> • Webové portály (milevskem.cz, toulava.cz, jiznicechy.cz kudyznudy.cz, turistika.cz apod. • Facebook (v rámci cestovního ruchu je však jeho využití relativně malé) • Billboardy, velkoplošná reklama • Masmédia (zejména rozhlas) • Tištěné informační materiály (letáky, brožury)



	<ul style="list-style-type: none">• Spolupráce s regionálními TIC i Asociací TIC ČR• Veletrhy cestovního ruchu (RegionTour Brno, HolidayWorld Praha, veletrh CR v Českých Budějovicích• Nabídky pro školy
Marketingová komunikace	<ul style="list-style-type: none">• Regionální webové portály milevskem.cz a toulava.cz, částečně také jiznicechy.cz (podrobné informace o turistických cílech a akcích, distribuce balíčků služeb)• Celostátní webové portály typu kudyznudy.cz, turistika.cz apod. (základní informace o turistických cílech a akcích, distribuce balíčků služeb)• Facebook (informace jsou dosud relativně roztříštěné mezi jednotlivé provozovatele a poskytovatele služeb)• Celostátní billboardová kampaň• Klipy a pořady vysílané v rozhlasu• Informace na letáčích distribuovaných v místních TIC a na veletrzích cestovního ruchu• Komunikace s touroperátory na veletrzích cestovního ruchu RegionTour, HolidayWorld, veletrh CR v Českých Budějovicích• Přímá komunikace se zákazníky na veletrzích cestovního ruchu RegionTour, HolidayWorld, veletrh CR v Českých Budějovicích – zahrnuje početné zastoupení včetně stylizované komunikace v kostýmech (maškary)• Školní zájezdy na téma maškar + „něco navíc“ (Zvíkov, Orlík, Tábor...)
Lidé	<p>Hlavními cílovými skupinami dosud jsou (na základě vyhodnocení turistické nabídky a rozhovorů s místními aktéry):</p> <ul style="list-style-type: none">• rodiny s dětmi přijíždějící převážně jednotlivě (relativně široká nabídka poznávací, pěší turistiky, cykloturistiky apod. doplněné o atrakce typu parníků na vodní nádrži Orlík, koupání, téma masopustních maškary...),• mladší i starší páry přijíždějící převážně samostatně. <p>Je zřejmé, že cílové skupiny jsou dosud vesměs určené relativně široce a že tudíž ani marketingová komunikace vůči nim není úžeji zacílena. Výhodou tohoto přístupu je možnost oslovit velmi rozsáhlý soubor potenciálních návštěvníků. Nevýhodou je obrovská konkurence jiných destinací usilujících o téhož návštěvníka (tím spíše v rámci velmi populárních jižních Čech), které často nabízejí známější a výraznější produkty. Dosud se příliš marketingově nepracuje se specifickými skupinami návštěvníků, kteří do regionu přijíždějí nebo mohou přijíždět s méně obvyklými motivy (tj. kteří v regionu a jeho okolí jsou a jedná se o to přilákat je do Milevska, nabídnout jim další služby, dosáhnout delších a opakovaných pobytů apod.). Příkladem jsou:</p> <ul style="list-style-type: none">• návštěvníci v rámci církevní turistiky (starší obyvatelé, organizované skupiny i jednotlivci),• návštěvníci kempů na vodní nádrži Orlík a u okolních rybníků,• návštěvníci hradů a zámků jižních Čech,• cykloturisté,• rekreační sportovci,• lyžaři na Monínci,• návštěvníci místních akcí (Milevské maškary, Open Air Music Festival Přeštěnice...) apod.

Tvorba balíčků služeb	Aktuálně nabízené balíčky služeb zahrnují několikadenní cenově výhodné vstupy do místních turistických cílů (klášter, Milevské muzeum, Muzeum milevských maškar, Zeměráj, koupaliště, případně také plavba lodí po vodní nádrži Orlík) doplněné o slevu na ubytování v některém z vybraných penzionů. Určitým nedostatkem je to, že balíčky jsou postavené na návštěvě turistických cílů a ubytování je v nich zahrnuto pouze doplňkově. Balíčky jsou distribuovány poměrně rozmanitě (webové portály typu slevomat.cz, regionální weby Toulava.cz a Milevskem.cz, veletrhy cestovního ruchu...).
Spolupráce	Institucionální zabezpečení rozvoje cestovního ruchu je v případě Milevska na dobré úrovni. Koordinační, metodická a částečně i marketingová role (brand marketing) přísluší Jihočeské centrále cestovního ruchu, příp. České centrále cestovního ruchu. Prostřednictvím ní probíhá také čerpání některých grantů, účast na veletrzích cestovního ruchu a press-tripy. Na regionální úrovni probíhá marketingová činnost (zejména obchodní marketing) ve spolupráci s několika partnery, např. Městem Sedlčany, Monínem a komplexněji pak s destinační organizací Toulava. Omezená je spolupráce se soukromými subjekty, např. s poskytovateli ubytovacích a dalších služeb.

Detailní zpracování s ohledem na navrhované zlepšení: viz další (Návrhová) část dokumentu

7. 6. Shrnutí analytické části

Milevsko se nachází v turistickém regionu Jižní Čechy, který je zejména pro letní období vnímán jako destinace cestovního ruchu mimořádně pozitivně. Potenciálně tedy Milevsko na „trhu destinací“ může usilovat o značný počet návštěvníků. Rozvoj regionu má na české poměry nadstandardní institucionální zabezpečení v podobě dlouhodobě fungující Jihočeské centrály cestovního ruchu, pod níž se postupně etablojí (často formou „bottom-up“, tedy zdola) destinační organizace jednotlivých turistických oblastí.

Na druhé straně se Milevsko nachází geograficky i mentálně na periferii atraktivního regionu Jižních Čechy a v současné době tedy z hlediska objemu návštěvnosti a pravděpodobně i příjmů z cestovního ruchu za jinými částmi regionu zaostává. Souvisejícími slabými stránkami jsou zejména převážně nízká kvalita služeb v cestovním ruchu a nedostatek nosných, veřejnosti široce známých atraktivit cestovního ruchu. Podstatnou slabinou je také dosud nejednoznačně zaměřený, strategicky nepříliš jasně cílený marketing cestovního ruchu.

Současné trendy rozvoje cestovního ruchu ukazují, že vedle zjevného (převážně kvantitativního) růstu již dříve přetížených TOP destinací dochází také k (převážně kvalitativnímu) růstu destinací s horšími primárními předpoklady (méně přírodních a kulturně-historických atraktivit), často též v periferní geografické poloze. V tomto případě se cestovní ruch stává také reálnou alternativou hospodářského rozvoje příslušného regionu. Data z posledních let ukazují, že se tímto regionem může stát nebo se již stává také oblast na rozhraní středních a jižních Čech, rozvíjená v rámci marketingové značky „Toulava“. Podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu v těchto regionech je dostatečné množství atrakcí, tj. turistických akcí a cílů vytvořených primárně za účelem cestovního ruchu, které motivují návštěvníka k cestě. Přínosem takové formy cestovního ruchu je její udržitelnost a šetrnost vůči přírodnímu a sociálnímu prostředí, nižší míra sezónnosti (tj. vyrovnanější počet návštěvníků v jednotlivých částech roku) a citlivější propojení cestovního ruchu s jinými obory v místě (zemědělství, sport, kultura, doprava aj.).

Milevsko má pro rozvoj cestovního ruchu několik silných stránek, na nichž je možné rozvoj stavět. Oblast má kapacitně postačující ubytovací kapacitu (to není v rozporu s krátkodobým přetížením v části letní sezóny), nadstandardní vybavenost pro kulturu, sport a společenský život, dostatečně kapacitní dopravní

sít i adekvátní institucionální zabezpečení včetně funkční spolupráce na různých úrovních. Mezi regionální známými produkty cestovního ruchu se postupně objevují ty, které mají při vhodném dovybavení a doplnění marketingových aktivit potenciál stát se produkty nadregionálními (klášter, Zeměráj, Milevské maškary aj.).

7. 7. SWOT analýza pro oblast cestovního ruchu

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> Robustní organizační zabezpečení rozvoje cestovního ruchu v Milevsku 	<ul style="list-style-type: none"> Výrazná převaha jednodenních návštěvníků s omezenou útratou v destinaci
<ul style="list-style-type: none"> Postačující ubytovací kapacity ve městě a okolí (mimo hlavní letní sezónu velmi nízká vytiženost ubytovacích kapacit) 	<ul style="list-style-type: none"> Málo výraznějších nadregionálních atraktivit cestovního ruchu zařazených do některé renomované sítě značek (UNESCO, národní park apod.)
<ul style="list-style-type: none"> Adekvátní síť doplňkových služeb v území (půjčovny kol, stravovací služby atd.) 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatek nosných atraktivit a produktů pro zimní (ale i podzimní a jarní) sezónu
<ul style="list-style-type: none"> Zkušenost s balíčky služeb a nabídkou komplexnějších produktů cílených na specifičtější skupiny návštěvníků (přes omezenou nabídku a marketingovou komunikaci je ve srovnání s mnohými konkurenčními destinacemi Milevsko „o krok dále“) 	<ul style="list-style-type: none"> Nepříliš vhodná provozní doba informačního centra, zvláště mimo letní sezónu
<ul style="list-style-type: none"> Existence několika málo jedinečných cílů a akcí, na nichž je možné budovat rozvoj návštěvnosti (klášter, muzeum milevských maškar, Zeměráj, akce Milevské maškary a Milevské slavnosti) 	<ul style="list-style-type: none"> Omezený potenciál území pro rozvoj cestovního ruchu spojeného se služebními cestami
<ul style="list-style-type: none"> Nadstandardní vybavenost území pro sportovní aktivity a pro venkovský cestovní ruch 	<ul style="list-style-type: none"> Převažující nižší kvalita ubytovacích služeb
<ul style="list-style-type: none"> Hustá dopravní síť vyhovující potřebám cestovního ruchu 	<ul style="list-style-type: none"> Omezená nabídka komplexních turistických produktů
<ul style="list-style-type: none"> Kvalitní webové informační portály týkající se Milevska 	<ul style="list-style-type: none"> Málo koordinovaný a málo podrobný monitoring návštěvnosti města a regionu
	<ul style="list-style-type: none"> Nevýrazná, případně zhoršená image CR

PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> Dlouhodobý i krátkodobý růst cestovního ruchu v Česku i v Evropě, růst kupní síly 	<ul style="list-style-type: none"> Trend zkracování délky pobytu – nutnost přizpůsobení nabídky a marketingu

<ul style="list-style-type: none"> Dynamický růst návštěvnosti Česka, jižních Čech i oblasti Toulava 	<ul style="list-style-type: none"> Stagnace počtu dětí a rodin s dětmi a tím i omezený potenciál této sociální kategorie z hlediska cestování (růstu je možné dosáhnout jen redistribucí mezi destinacemi)
<ul style="list-style-type: none"> Trend většího počtu krátkých dovolených umožňující částečné rozšíření sezóny i mimo letní měsíce 	<ul style="list-style-type: none"> Růst nároků účastníků cestovního ruchu na kvalitu služeb, který může vést k nekonkurenceschopnosti části provozoven
<ul style="list-style-type: none"> Rostoucí požadavky návštěvníků na bezpečnost destinace a současně snížení bezpečnosti v některých středomořských destinacích 	<ul style="list-style-type: none"> Časté změny koncepce na národní úrovni, nedostatek dlouhodobého plánování
<ul style="list-style-type: none"> Rozvoj informačních technologií a sociálních umožňující komunikaci se zákazníkem „na dálku“ 	<ul style="list-style-type: none"> Nedůsledná implementace národní koncepce rozvoje cestovního ruchu
<ul style="list-style-type: none"> Boom šetrných forem turismu a cestovního ruchu spojeného s péčí o zdraví (wellness...) lokalizovatelných téměř v kterékoli venkovské oblasti Česka 	<ul style="list-style-type: none"> Omezený objem vnějších finančních zdrojů využitelných na rozvoj cestovního ruchu
<ul style="list-style-type: none"> Klesající vazba turistických cest na konkrétní tradiční lokality v domácím cestovním ruchu 	<ul style="list-style-type: none"> Snížená účinnost tradičních kampaní v cestovním ruchu, která je navíc v rozporu s tím, že tyto kampaně jsou dosud v Česku často využívány
<ul style="list-style-type: none"> Růst počtu seniorů v Česku spojený s růstem zájmu této věkové kategorie o cestování 	<ul style="list-style-type: none"> Relativně nízký potenciál zahraniční návštěvnosti v důsledku geografické polohy a struktury atraktivit cestovního ruchu
<ul style="list-style-type: none"> Velmi příznivá image jižních Čech v cestovním ruchu 	
<ul style="list-style-type: none"> Značný potenciál rozvoje domácí návštěvnosti díky geografické poloze a struktuře atraktivit cestovního ruchu 	
<ul style="list-style-type: none"> Etablovaná hierarchie institucí koordinujících rozvoj cestovního ruchu (JCCR, Toulava) 	
<ul style="list-style-type: none"> Ambiciózní cíle nadřazených (státní, krajský) strategických dokumentů rozvoje cestovního ruchu 	

NÁVRHOVÁ ČÁST (cestovní ruch)

Tato část se člení na dvě hlavní podkapitoly: „Strategickou část“ a „Programovou část“. V té první části je vytvořena strategická vize rozvoje cestovního ruchu na pět let. Následuje na základě analýz a diskuzí vytipování prioritních oblastí v cestovním ruchu. Každá prioritní oblast má definované strategické cíle a návrhy na opatření. Tato opatření budou průběžně rozpracovávána do jednotlivých aktivit akčních plánů.

Programová část je zaměřena na bližší popis opatření včetně vytvoření zásobníku aktivit, který bude sloužit pro další část strategického dokumentu (implementační část).

7. 8. Strategická část

7. 8. 1. Strategická vize rozvoje cestovního ruchu pro období 2020-2025

Milevsko bude městem, pro něž bude cestovní ruch představovat důležité, stabilizující (nikoli však klíčové) odvětví z hlediska výkonnosti místní ekonomiky a zaměstnanosti.

Produkty cestovního ruchu a jejich marketing budou součástí marketingových aktivit širšího regionu. Milevsko bude těžit ze své pozice součásti marketingově atraktivní značky Jižní Čechy, pod níž bude prezentováno v rámci formování značky. Město bude dále těžit z geografické polohy v etablované turistické oblasti Toulava a v zázemí významných turistických cílů (Písek, Tábor, vodní nádrž Orlík, Monínec apod.). Pro tyto destinace bude město nabízet atraktivní vyžití a doplňkovou nabídku (kultura, sport, doplňkové služby cestovního ruchu) a stane se důležitou součástí jejich produktové nabídky. Město samo o sobě bude nabízet několik málo vlastních nosných produktů pro specifické skupiny návštěvníků.

Ve vazbě na nabídku cestovního ruchu budou Milevsko navštěvovat jednodenní návštěvníci vyhledávající atrakce a služby doplňkové vůči nabídce okolních destinací. Tyto skupiny návštěvníků budou mít tudíž relativně pestrrou skladbu z hlediska věku, sociálního statusu apod. a budou přijíždět relativně vyrovnaně po celý rok. Mimoto budou Milevsko navštěvovat také specifické skupiny návštěvníků jedno- i vícedenních, které budou přijíždět za několika málo unikátními produkty nabízenými přímo v Milevsku. Tyto skupiny návštěvníků budou do Milevska přijíždět zčásti nerovnoměrně během roku a budou mít specifické složení podle věku a sociálního statusu.

7. 8. 2. Definování prioritních oblastí (PO) včetně strategických cílů z oblasti cestovního ruchu

Kód PO	Prioritní oblast pro cestovní ruch	Strategické cíle vztahující se k prioritní oblasti	Opatření k jednotlivým prioritním oblastem
C1	Milevsko jako součást destinace a marketingové značky Jižní Čechy	<ul style="list-style-type: none"> → Vytvoření mentálního propojení Jižní Čechy – Milevsko u potenciálních návštěvníků → Využití pozitivní image Jižních Čech a širokého povědomí o Jižních Čechách v české populaci ke zvýšení návštěvnosti Milevska → Zlepšení image Milevska → Růst počtu návštěvníků Milevska → Růst příjmů z cestovního ruchu 	<p>C1.1 Prohloubení spolupráce s destinací Jižní Čechy a jejich turistickými oblastmi</p> <p>C1.2 Realizace mediálních kampaní a jejich věcná modifikace</p> <p>C1.3 Organizační a personální posílení</p>
C2	Milevsko jako součást produktové nabídky okolních turistických cílů	<ul style="list-style-type: none"> → Provázání turistické nabídky Milevska a jeho širšího okolí → Zanesení Milevska do povědomí návštěvníků s cílem opakovaných návštěv → Růst počtu návštěvníků Milevska → Růst příjmů z cestovního ruchu 	<p>C2.1 Definice a rozšíření produktů nabízených v okolním regionu a možnosti navázání turistické nabídky Milevska na tyto produkty</p> <p>C2.2 Přiřazení konkrétních cílových skupin, distribučních kanálů a komunikačních nástrojů ve vztahu k okolním produktům</p>
C3	Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska	<ul style="list-style-type: none"> → Vytvoření vlastního okruhu návštěvníků vydávajících se do Milevska a jeho okolí za volným časem → Zvýšení četnosti opakovaných návštěv Milevska a okolí → Růst počtu návštěvníků Milevska → Prodloužení průměrné délky pobytu návštěvníků Milevska a okolí → Růst příjmů z cestovního ruchu → Rozšíření hlavní sezóny cestovního ruchu 	<p>C3.1 Identifikace nosných produktů Milevska v cestovním ruchu</p> <p>C3.2 Přiřazení konkrétních cílových skupin, distribučních kanálů a komunikačních nástrojů jednotlivým produktům Milevska</p> <p>C3.3 Infrastrukturní dovybavení Milevska a jeho okolí pro potřeby cestovního ruchu</p> <p>C3.4 Organizace, řízení a monitoring cestovního ruchu</p>

7. 9. Programová část - Popis jednotlivých opatření s ohledem na PO

Následuje přehled opatření a aktivit. Součástí je i zdůvodnění potřeby opatření včetně popisu. Na tento přehled navazuje implementační část, kde jsou aktivity zahrnuty do akčního plánu. Pro lepší přehlednost jsou dané aktivity v následujícím přehledu zvýrazněny červenou barvou.

Prioritní oblast	C1 Milevsko jako součást destinace a marketingové značky Jižní Čechy
Opatření	C1.1 Prohloubení spolupráce s destinací Jižní Čechy a jejich turistickými oblastmi
Zdůvodnění / popis opatření	Jižní Čechy jsou u české veřejnosti velmi oblíbenou, spontánně nejčastěji zmiňovanou destinací pro dovolenou a mají v oblasti cestovního ruchu velmi pozitivní image. Na druhou stranu je Milevsko geograficky i mentálně okrajovou částí tohoto turistického regionu. Smyslem opatření je vytvoření mentálního propojení Jižní Čechy – Milevsko u potenciálních návštěvníků a využití zmíněných pozitiv Jižních Čech tak, aby z množství návštěvníků Jižních Čech Milevsko dokázalo získat větší podíl. Tento přístup je prověřený a výhodný, jak ukazují příklady z jiných regionů (např. zařazení okrajových a okolních oblastí Českého Švýcarska, Českého ráje, Krkonoš či Pálavy příslušnou značkou).
Aktivity (zásobník)	C1.1.1 Příprava kvalitních textových a fotografických podkladů Milevska pro marketingové akce a mediální aktivity regionu Jižní Čechy C1.1.2 Realizace pravidelných porad se zástupci Jihočeské centrály cestovního ruchu C1.1.3 Systematizace výměny informací týkajících se návštěvnosti a vývoje cestovního ruchu mezi Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a Městem Milevskem C1.1.4 Pokračující participace Milevska na promo akcích, přes stripech, veletrzích cestovního ruchu apod. pořádaných Jihočeskou centrálou cestovního ruchu

Prioritní oblast	C1 Milevsko jako součást destinace a marketingové značky Jižní Čechy
Opatření	C1.2 Realizace mediálních kampaní a jejich věcná modifikace
Zdůvodnění / popis opatření	Pro využití příležitosti vyplývající z existence pozitivní, široce známé značky Jižní Čechy je nezbytná především důsledná mediální kampaň, resp. věcná modifikace kampaní stávajících. Zahrnutí důsledné využití celokoli pozitivního z Milevska (fotografie, články, novinka...), včetně jiných hospodářských a společenských oblastí (kultura, sport průmysl apod.), v médiích působících pod značkou Jižních Čech i na celostátní úrovni. V mediální sféře se dále jedná o důsledné zdůrazňování příslušnosti Milevska k Jižním Čechům (opět i mimo cestovní ruch).
Aktivity (zásobník)	C1.2.1 Redefinice hlavních principů mediální prezentace Milevska (klíčová slova, vizuální stránka, logotyp apod.) C1.2.2 Definice prioritních regionálních a celostátních médií pro účinnou mediální prezentaci Milevska C1.2.3 Realizace konkrétních mediálních kampaní upozorňujících na jedinečnosti Milevska v oblasti cestovního ruchu v kontextu značky Jižní Čechy C1.2.4 Systematická průběžná mediální komunikace Milevska v ostatních oblastech

Prioritní oblast	C1 Milevsko jako součást destinace a marketingové značky Jižní Čech
Opatření	C1.3 Organizační a personální posílení
Zdůvodnění / popis opatření	Zabezpečení marketingu značky, tj. posílení pozice Milevska jako součásti značky Jižní Čechy, je podmíněno adekvátním personálním a organizačním zabezpečením. V této souvislosti je vhodné personální posílení, resp. úprava pracovní náplně některé osoby či osob, a posílení spolupráce institucí, které se v Milevsku věnují cestovnímu ruchu.



Aktivity (zásobník)	<p>C1.3.1. Zavedení agendy referenta mediální komunikace do některé z pracovních pozic, příp. na novou pracovní pozici na Městském úřadě Milevsko, případně do jiné organizace založené nebo zřízené Městem Milevskem</p> <p>C1.3.2 Pokračování a další posílení institucionální spolupráce při budování značky a mediální komunikaci mezi subjekty v Milevsku v oblasti cestovního ruchu (vazba na opatření C3.4.5)</p>
----------------------------	---

Prioritní oblast	C2 Milevsko jako součást produktové nabídky okolních turistických cílů
Opatření	C2.1 Definice a rozšíření produktů nabízených v okolním regionu a možnosti navázání turistické nabídky Milevska na tyto produkty
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Součástí opatření je především identifikace produktů, které představují reálnou možnost propojení s turistickou nabídkou Milevska. Opatření zahrnuje indikativní výčet těchto produktů, mezi nimiž jsou mj.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • historické město Tábor • historické město Písek • region Toulava se svou produktovou nabídkou a slevovými systémy • lyžařský a rekreační areál Monínec • vodní nádrž Orlík a související rekreační nabídka • Lužnice • volnočasový areál Zeměráj <p>U jednotlivých produktů je nezbytné prověření možností k zavedení či prohloubení turistické nabídky Milevska v rámci daného produktu, včetně projednání věci s příslušným nositelem produktu.</p>
Aktivity (zásobník)	<p>C2.1.1. Prověření možností uplatnění sportovní nabídky Milevska (blíže viz část věnovaná sportu) v rámci okolních turistických produktů (mj. Toulava, Monínec, Zeměráj, Orlík)</p> <p>C2.1.2 Prověření možnosti uplatnění nabídky v oblasti cykloturistiky v rámci okolních turistických produktů (mj. Toulava, Zeměráj)</p> <p>C2.1.3 Prověření možnosti uplatnění nabídky Muzea milevských maškar a souvisejících tradic a akcí v rámci okolních, případně nadregionálních turistických produktů (téměř všechny okolní produkty)</p> <p>C2.1.4 Prověření možností uplatnění nabídky milevského kláštera v rámci okolních, případně nadregionálních turistických produktů (historická města Tábor a Písek, Toulava)</p> <p>C2.1.5 Prověření možností uplatnění významných kulturních a společenských akcí (viz též část věnovaná kultuře) v rámci okolních turistických produktů (Tábor, Písek, Toulava, Monínec)</p> <p>C2.1.6 Vytvoření doplňkové nabídky služeb (doprava, nákupy apod.) pro návštěvníky Orlické přehrady a pro vodáky při sjíždění Lužnice</p>

Prioritní oblast	C2 Milevsko jako součást produktové nabídky okolních turistických cílů
Opatření	C2.2 Přiřazení konkrétních cílových skupin, distribučních kanálů a komunikačních nástrojů ve vztahu k okolním produktům
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Jednotlivé turistické produkty mají zcela odlišný způsob nabízení a prodeje, tedy jiné distribuční kanály a komunikační nástroje směrem k zákazníkům/návštěvníkům. Pro každý produkt je nezbytná definice jasné marketingové koncepce. Řada těchto distribučních kanálů a komunikačních nástrojů vyžaduje spolupráci se subjekty v širším území.</p>
Aktivity (zásobník)	<p>C2.2.1 Pokračování distribuce tiskovin do příslušných míst v okolí, případně revize, rozšíření a zefektivnění této distribuce</p> <p>C2.2.2 Inzerce v dopravních prostředcích veřejné hromadné dopravy</p>

	<p>C2.2.3 Prověření možností inzerce na webových stránkách příslušných míst a na sociálních sítích (stránky, skupiny, inzerce) prezentujících tato místa</p> <p>C2.2.4 Využití webu milevskem.cz, případně dalších místních webů k propojení s nabídkami okolních regionů</p> <p>C2.2.5 Navázání spolupráce s touroperátory v domácím a příjezdovém cestovním ruchu, kteří organizují turistické cesty do jižních Čech, ohledně zařazení vybraných částí nabídky Milevska do programů</p>
--	---

Prioritní oblast	C3 Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska
Opatření	C3.1 Identifikace nosných produktů Milevska v cestovním ruchu
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Milevsko disponuje několika atraktivitami, atrakcemi a akcemi, jejichž využitelnost pro cestovní ruch umožňuje realizovat je jako samostatné produkty s vlastní propagací. Těchto produktů je omezený počet. Žádoucí je zejména rozvoj nabídky mimo hlavní turistickou sezónu ve vazbě na existující či rozvíjené akce a turistické cíle, jejichž návštěvnost není podmíněna letní sezónou (muzea, sportoviště, klášter apod.).</p>
Aktivita (zásobník)	<p>C3.1.1 Prověření možnosti rozvoje sportovních pobytů vázaných na sportovní zařízení v Milevsku (pro sportovní kluby, rekondiční pobyty, wellness apod.)</p> <p>C3.1.2 Rozvoj produktové nabídky vázané na milevské maškary a Muzeum maškar (pro širokou veřejnost, zejména rodiny s dětmi)</p> <p>C3.1.3 Rozšíření produktové nabídky milevského kláštera (pro širokou veřejnost s důrazem na zájemce o církevní turistiku, spolky seniorů apod.)</p> <p>C3.1.4 Hlubší provázání nabídky Zeměráje s turistickou nabídkou města Milevska (pro širokou veřejnost s důrazem na rodiny s dětmi)</p> <p>C3.1.5 Prověření možnosti rozvoje komplexnější produktové nabídky v oblasti venkovské dovolené „na farmě“, zemědělství a řemesel (pro širokou veřejnost s důrazem na rodiny s dětmi)</p> <p>C3.1.6 Rozšíření nabídky pro cyklisty (pro fyzicky zdatnější cyklisty, s rozvojem elektrokol i pro ostatní skupiny cyklistů vč. rodin s dětmi)</p>

Prioritní oblast	C3 Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska
Opatření	C3.2 Přiřazení konkrétních cílových skupin, distribučních kanálů a komunikačních nástrojů jednotlivým produktům Milevska
Zdůvodnění / popis opatření	<p>Smyslem opatření je realizace konkrétních komunikačních kampaní směrem k cílovým skupinám. Tyto kampaně budou využívat mix různých komunikačních nástrojů podle typu produktu, který prezentují (viz předchozí opatření).</p>
Aktivita (zásobník)	<p>C3.2.1. Realizace mediálních kampaní (články, klipy a reportáže ve specializovaných médiích, tj. na webových portálech, v tematických časopisech...)</p> <p>C3.2.2 Prověření možností rozvoje webu milevskem.cz směrem k prezentaci jednotlivých produktů konkrétním cílovým skupinám</p> <p>C3.2.3 Navázání spolupráce s incomingovými CK, s CK v rámci domácího CR</p> <p>C3.2.4 Realizace přímého, adresného marketingu produktů ke konkrétním organizacím (pořadatelé konferencí a seminářů, sportovní kluby, zřizovatelé škol, spolky seniorů apod.)</p> <p>C3.2.5 Rozšíření „certifikací“ a „značek“ pro některé místní produkty (maškary, klášter, sportoviště...)</p> <p>C3.2.6 Prezentace atraktivit a produktů pro širokou veřejnost (zejména pro rodiny s dětmi bez přesnějšího vymezení) ve společenských a lifestyleových časopisech a na obdobných webových portálech</p>



Prioritní oblast	C3 Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska
Opatření	C3.3 Infrastrukturní dovybavení Milevska a jeho okolí pro potřeby cestovního ruchu
Zdůvodnění / popis opatření	Rozvoj cestovního ruchu v Milevsku vyžaduje doplnění či rekonstrukci infrastruktury. Ta je v mnoha směrech kvantitativně vyhovující až nadstandardní (sport, volný čas...), ale zastarávající. Některé prvky infrastruktury v Milevsku chybí a představují bariéru pro rozvoj cestovního ruchu.
Aktivity (zásobník)	C3.3.1. Příprava a postupná realizace úseků cyklistických stezek (jako samostatných pozemních komunikací) v místech výrazného konfliktu s automobilovou dopravou C3.3.2 Revitalizace sportovních zařízení v Milevsku (bližší viz část věnovaná sportu) C3.3.3 Revitalizace a modernizace vybavení kulturních zařízení v Milevsku (bližší viz část věnovaná kultuře) C3.3.4 Transformace části prostor kláštera na ubytování, případně další funkce podporující rozvoj cestovního ruchu (zázemí pro rodiny s dětmi, výstavní prostory, prostory pro konference a semináře, prostory pro samostatnou tvůrčí činnost apod.) – příkladem dobré praxe jsou například kláštery Želiv nebo Broumov C3.3.5 Zdokonalení navigačního systému v terénu uvnitř města (informační tabule a směrovky) C3.3.6 Rekonstrukce části městských ubytovacích kapacit na ubytování vyšší kategorie C3.3.7 Dovybavení městských sportovišť wellnessovými službami (ve vazbě na část věnovanou sportu)

Prioritní oblast	C3 Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska
Opatření	C3.4 Organizace, řízení a monitoring cestovního ruchu
Zdůvodnění / popis opatření	Pro rozvoj cestovního ruchu v Milevsku je nezbytné posílit nástroje jeho řízení. Týká se to jak úzce cestovního ruchu (management a monitoring cestovního ruchu), tak i souvisejících oblastí života (např. oblast kultury, sportu, urbanismu, územního plánování...).
Aktivity (zásobník)	C3.4.1. Zavedení systému koordinovaného monitoringu cestovního ruchu (zejména návštěvnosti) zahrnujícího kombinaci a propojení dostupných datových zdrojů (data ČSÚ, agentury CzechTourism, Jihočeské centrály cestovního ruchu, turistických cílů v Milevsku a okolí, dopravců atd.) C3.4.2 Realizace pravidelných šetření (cca 1x za 3-5 let) spokojenosti návštěvníků Milevska a okolí C3.4.3 Ochrana přírodně a kulturně cenných lokalit v Milevsku a okolí před neuváženou výstavbou pomocí nástrojů územního plánování atd. C3.4.4 Postupná revitalizace centrálních částí města směřující k zatraktivnění veřejného prostoru (zklidnění dopravy, bezpečnost pěších a cyklistů, odstranění vizuálního smogu atd.) C3.4.5 Pokračování a další posílení institucionální spolupráce při řízení a organizaci rozvoje cestovního ruchu mezi subjekty v Milevsku (vazba na opatření C1.3.2) C3.4.6 Integrace kalendáře kulturních, sportovních a společenských akcí do jediného nástroje s možností zobrazení na různých webech, aplikacích apod. (ve vazbě na část kultúra a sport), vč. důsledného jednání s organizátory všech akcí v okolním regionu



IMLEMENTAČNÍ ČÁST a MONITOROVÁNÍ (e-Culture, sport, cestovní ruch)

8. Projektové listy naplňování Strategie

Následující tabulky s aktivitami, které jsou provázané s navrženými opatřeními a prioritními oblastmi, vytvářejí akční plán pro rozvoj kultury, sportu a cestovního ruchu v Milevsku. Každá aktivita je zevrubně popsána pomocí několika charakteristik:

- Návrh opatření
- Aktivita
- Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)
- Priorita
- Doba realizace projektu (časová náročnost)
- Územní dopad opatření
- Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)
- Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)
- Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)
- Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město
- Odhadované náklady na projekt
- Náklady na přípravnou fázi
- Náklady na realizační fázi
- Možné finanční zdroje
- Příklady dobré praxe (pokud se vyskytují)

V tabulce je uvedena i priorita opatření, což následně slouží jako podklad pro tvorbu projektových karet v Implementační části. Pro vyšší přehlednost jsou priority rozděleny dle barev, konkrétně na:




Vysoká priorita




Střední priorita




PRIORITNÍ OBLAST	K1: Kultura jako významná a dostupná součást života občanů		
OPATŘENÍ	K1.2 Definování potřeb v oblasti vzdělávání v kulturním managementu a nastavení flexibilního vzdělávacího modelu v oblasti kultury		
AKTIVITA	K1.2.1. Vytvoření e-learningu pro aktéry v oblasti kultury		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Město Milevsko Ve spolupráci s kulturními organizacemi Externí dodavatel	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	6 – 12 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko (popř. okolní obce)		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
V současné době městu chybí ucelený model flexibilní vzdělávání pro organizátory kulturních akcí ve městě. Každý se vzdělává samostatně, bez jasného směru a strategie.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Ředitelé, propagátoři, technici či administrativní pracovníci v kulturních organizacích (popř. spolcích) zodpovídají za úroveň a kvalitu kulturního vyžití ve městě. Proto je nezbytné, aby ve městě fungovaly procesy flexibilního vzdělávání. Moderní vzdělání zainteresovaných skupin napomůže i k rozvoji kultury v celém městě.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Vytvoření e-learningového portálu včetně obsahu (interaktivní formou). Tento vzdělávací program by tvořila témata např. moderní pojetí kultury, komunikace s občany, marketing v 21. Století, projektový management apod. Tento nástroj by se mohl kombinovat i s workshopy, které by byly 1-2x / rok. <p>Měřitelným výstupem může být počet registrovaných uživatelů, počet absolvovaných kurzů, počet vydaných online certifikátů.</p>			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Zvýšení informovanosti občanů o kulturním dění díky kvalitnější marketingové komunikaceEfektivní organizace akcíKulturní rozvoj města			
Odhadované náklady na projekt		400	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		350	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		50	tis. Kč
Možné finanční zdroje	Z rozpočtu města, dotační projekty na podporu vzdělávání úředníků a zaměstnanců PO zřízené městem		





PRIORITNÍ OBLAST	K1: Kultura jako významná a dostupná součást života občanů		
OPATŘENÍ	K1.4 Péče o tradice a folklór, péče o historické dědictví a památky		
AKTIVITA	K1.4.1. Rekonstrukce Domu kultury (DK)		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Město Milevsko Ve spolupráci s DK	Priorita	
Doba realizace projektu	12 – 24 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Město Milevsko nabízí mnoho kulturních akcí, přičemž větší část se koná v DK. Avšak tyto prostory nejsou reprezentativní, mohou být i v budoucnu pro návštěvníky nebezpečné.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Je zřejmé, že pro kvalitní nabídku kulturních akcí je zapotřebí mít i kvalitní zázemí. DK toto zázemí může po rekonstrukci nabídnout.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Rekonstrukce by měla zahrnovat především rekonstrukce DK zahrnující např. celkové zateplení, nové kotle, řešení ohřevu TUV, sedačky na balkóně, terénní úpravy v okolí DK.			
Mezi indikátory může být i počet nově konaných reprezentativních akcí (např. se zahraniční delegací) či zvýšení počtu návštěvníků.			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">• Zvýšení bezpečnosti pro návštěvníky kulturní akcí v DK• Zvýšení reprezentativnosti (image) města			
Odhadované náklady na projekt		54 000	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		1 000	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		53 000	tis. Kč
Možné finanční zdroje	Z rozpočtu města (54 milionů korun), 13 milionů by bylo hrazeno z dotací a darů		



PRIORITNÍ OBLAST	K2: eCulture a kreativní průmysl		
OPATŘENÍ	K2.1 Využívání moderních technologií a inovací pro rozvoj eCulture		
AKTIVITA	K2.1.1. Vytvoření společného online nástroje (platformy) pro kulturní dění v Milevsku (vč. sdíleného kalendáře)		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Město Milevsko (Kulturní komise) Ve spolupráci s kulturními organizacemi a organizační složkou Živé Milevsko	Priorita	
Doba realizace projektu	8 - 12 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko (popř. okolní obce)		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Město Milevsko nabízí mnoho kulturních akcí, ale pro občany chybí sdílený kalendář ve spolupráci se všemi kulturními organizacemi. Platforma by neposkytovala „jen kalendář“, jde o první krok směrem k modernizaci kultury při využití moderní technologie. Platforma by nabízela komunikační základnu jak mezi organizacemi, tak i mezi občany. Zefektivnilo by to komunikaci, organizaci akcí a vzájemnou spolupráci. Rovněž tato platforma může přinést nové podněty od občanů i motivaci, aby se do kulturního dění zapojovalo více aktérů.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Hlavním důvodem je zvýšení spolupráce mezi kulturními organizacemi, lepší informování občanů a možnost s nimi komunikovat. Nedublování akcí díky sdílenému kalendáři a vytvoření základů pro zavádění eCulture ve městě.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Vytvořená integrační platforma, která by se skládala z několika modulů<ul style="list-style-type: none">Sdílený kalendář akcí (indikátor: množství akcí v kalendáři)Komunikační modul pro náměty a dotazy občanů – kde vidí proces řešení (indikátor: počet vyřešených dotazů a námětů od občanů)Modul pro mezinárodní kulturní projekty (indikátor: počet nadnárodních projektů)Modul, který by byl propojený s e-learningem a dalšími vzdělávacími aktivitami pro aktéry na kulturní scéně (např. rozvoj individuální kreativity)Modul k rezervaci a hrazení (online) poplatků za kulturní akce a volnočasové aktivityModul pro sponzory a investory (přihlášení se ke sponzoringu)Anketní modul (indikátor: počet zapojených respondentů)Zavedení participativního rozpočtu v oblasti kultury (v budoucnu)			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Zvýšení informovanosti občanů o kulturním děníRozvoj eCulture ve městě + vyšší spolupráce kulturních organizací			
Odhadované náklady na projekt		200 – 950 /dle množství modulů/	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		100	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		100 - 850	tis. Kč
Možné finanční zdroje	Z rozpočtu města, dotační projekty na podporu eCulture od Ministerstva kultury, IROP		




PRIORITNÍ OBLAST	K4: Kultura jako důležitý aspekt pro rozvoj města		
OPATŘENÍ	K4.1. Optimalizovat stávající systém kulturní grantové politiky města		
AKTIVITA	K4.1.1. Zvýšení finanční podpory malým kulturním organizacím		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Město Milevsko (RMM) Ve spolupráci s kulturními organizacemi	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	3 měsíce		
Územní dopad opatření	Město Milevsko (popř. okolní obce)		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
<p>Rada města 6. února 2019 rozhodovala o rozdělení částky 200 tisíc korun z dotačního programu Kultura 2019. Městu došlo 24 žádostí (2 byly zamítnuté) od dvaceti žadatelů a celkové požadavky představovaly částku převyšující 450 000 korun. Radní neměnili rozdělení peněz, Kulturní komise však navrhla pro další rok zvýšení dotací v rámci Kultura 2020 na 300 000 Kč.</p> <p>Je potřeba dodat, že došlo téměř u všech žadatelů ke krácení finančních prostředků (více Příloha 5).</p>			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
<p>Je potřeba podporovat multižánrovou kulturu a nové umělce či malé spolky. Proto vznikl program Kultura, který ale neuspokojuje poptávku ani z poloviny. Navýšení prostředků (např. při stanovení max. hranice pro jednoho žadatele) by podpořilo aktivity alternativních (kreativních) umělců.</p>			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Fungující dotační program Kultura 2020 <p>Jako měřitelný výstup lze kvantifikovat aktivity, které byly realizovány s pomocí tohoto programu.</p>			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Podpora malých spolků, umělců, skupinVytvoření podmínek pro multižánrovou kulturuKulturní rozvoj města			
Odhadované náklady na projekt		300	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		0	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		300	tis. Kč
Možné finanční zdroje	Z rozpočtu města		

PRIORITNÍ OBLAST	K4: Kultura jako důležitý aspekt pro rozvoj města		
OPATŘENÍ	K4.2 Zvýšení interní spolupráce na MěÚ pro podporu kulturního dění		
AKTIVITA	Zvolit si „předsedu – kulturního leadera“ z Kulturní komise, který bude zodpovědný za vzájemnou spolupráci města s ostatními kulturními aktéry.		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Kulturní komise města Milevsko	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	3 - 6 měsíce		
Územní dopad opatření	Město Milevsko (popř. okolní obce)		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
<p>Kulturní komise má v současnosti sedm členů a předsedu komise. Schází se zhruba o měsíc (i když to s určitostí nelze tvrdit vzhledem k absenci zápisů z jednání na webových stránkách Milevska. Jsou zde uvedena jednání z ledna a začátku dubna tohoto roku. Plánované červnové či jiné zápisy zveřejněny nejsou). Ve městě však chybí, ať již z řad komise, či zaměstnanec MěÚ / nebo organizační složky Živé Milevsko, mentor a kulturní leader, který by dokázal být neutrální a napomáhat k rozvoji kultury ve městě následujícím způsobem:</p> <ul style="list-style-type: none">• Koordinovat vzájemná setkání kulturních organizací, města a občanů• Podporovat pozitivní vztahy mezi kulturními aktéry, jejich spolupráci, minimalizovat konflikty• Obhajovat projekty z oblasti kultury před Radou města (pro schválení)• Vytvářet prostředí pro zavádění eCulture• Dohlížet na efektivní využívání finančních prostředků + využívání příležitostí čerpat z dotačních fondů EU• Zasazovat se o realizaci mezinárodních projektů• Podporovat informování obyvatel z hlediska kulturních a volnočasových aktivit různými kanály• Rozšiřování zázemí pro tvorbu akcí (např. využití zázemí u Milevského kláštera)			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
<p>Jestli se má město stát kulturním centrem při naplňování vize a cílů, je zapotřebí, aby vznikla pozice „kulturního leadera“ – schopného pracovníka, který je neutrální a zároveň osobností pro město. Který město a její kulturu zná a díky svým dovednostem dokáže koordinovat plnění strategického plánu.</p>			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">• Existence kulturního leadera s komunikačními, organizačními a projektovými dovednostmi. <p>Indikátorem u tohoto projektu je počet akcí, na kterých organizace vzájemně spolupracují nebo rozsah využívání sdíleného kalendáře.</p>			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">• Efektivní a koncepční naplňování strategie kultury• Přátelská atmosféra mezi kulturními organizacemi, městem a případně i jinými zainteresovanými skupiny• Rozvoj kultury, rozvoj spolupráce, rozvoj eCulture• V konečném důsledku úspora financí – díky vzájemné spolupráci a sdílení akcí			




Odhadované náklady na projekt		750 / rok (jedná se o mzdu pro pracovníka – na zkrácený úvazek) + vícenáklady (pohoštění při společných akcích, výpomoc administrativní pracovnice, marketingový výzkum apod.)	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		50	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		700	tis. Kč
Možné finanční zdroje	Z rozpočtu města		




PRIORITNÍ OBLAST	K5: Spolupráce a marketingová komunikace		
OPATŘENÍ	K5.2 Prioritizace významných atraktivit a akcí, jejich harmonizace a cílená koordinovaná propagace (kampaně) podporovaná městem		
AKTIVITA	K5.2.3. Vytvoření spojené akce „Milevské Vánoce“		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Město Milevsko Ve spolupráci s kulturními organizacemi	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	6 měsíců, na příští rok (12/2020)		
Územní dopad opatření	Město Milevsko (popř. okolní obce)		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
V současné době každá větší kulturní organizace vytváří program oslav Vánoc po svém.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Vánoce jsou vhodným časem pro spolupráci a navozování přátelské atmosféry. Z ekonomických, z rozvojových i z marketingových důvodů by se oslava Vánoc měla spojit do jednoho víkendu. To podpoří i komunitní rozvoj ve městě.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
V Milevsku vznikne kulturní akce, kdy v duchu Vánoc budou spolupracovat všechny hlavní kulturní organizace (muzeum, knihovna, dům kultury, klášter). Na akci budou trhy, jarmark, vánoční čtení, zpívání koled apod. Jednalo by se o jeden společný víkend, pro navození vánoční atmosféry s respektem k duchovní stránce (místo by mohlo být park Bažantice u kláštera).			
Měřitelným výstupem může být počet návštěvníků, či by se dala akce spojit i s charitou např. pro děti a indikátorem by bylo množství vybraných finančních prostředků.			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">• Zvýšení sounáležitosti občanů i kulturních organizací• Propojení tradičních i atraktivních oslav Vánoc• Ušetření nákladů na organizaci a realizaci akcí, pokud bude spojena na jeden víkend			
Odhadované náklady na projekt	100 – 150 (odhad na víkendovou akci) <i>Pro ilustraci: Náklady Milevské maškary – cca 0,8 – 1,2 mil. Kč</i>	tis. Kč	
Náklady na přípravnou fázi	50	tis. Kč	
Náklady na realizační fázi	100	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	Z rozpočtu města		




PRIORITNÍ OBLAST	S1 Sportovní infrastruktura		
OPATŘENÍ	S1.1 Efektivita provozu zimního stadionu		
AKTIVITA	S1.1.1 Dokončení uzavření zimního stadionu		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	SPOS, vedení města, odbor investic a správy majetku	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	8 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, spádová oblast, ČR		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Nevyhovující technický stav, střecha stadionu není uzavřena.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zvýšení komfortu pro uživatele zařízení, zvýšení ekonomické i společenské efektivnosti využití. Celkový rozvoj sportovního zařízení. Sportovní organizace budou moci využívat sportovní zařízení za výhodnějších finančních podmínek a zároveň budou motivovány k pořádání sportovních akcí.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Celkové uzavření zimního stadionu.			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zatraktivnění sportovního zařízení a zvýšení komfortu.			
Vyšší zájem potenciálních návštěvníků města.			
Zvýšení atraktivity města.			
Odhadované náklady na projekt	9 500	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	500	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	9 000	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města, MŠMT/Národní sportovní agentura, fondy EU, Jihočeský kraj		




PRIORITNÍ OBLAST	S1 Sportovní infrastruktura		
OPATŘENÍ	S1.1 Efektivita provozu zimního stadionu		
AKTIVITA	S1.1.2 Odvlhčování a klimatizování zimního stadionu (vzduchotechnika)		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	SPOS, vedení města, odbor investic a správy majetku	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	1 rok		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, spádová oblast, ČR		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Vysoká ekonomická náročnost provozu zimního stadionu, která se negativně promítá v celkovém financování sportu a podmínkách, které jsou vytvářeny sportovními organizacím.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zvýšení komfortu pro uživatele zařízení, zvýšení ekonomické i společenské efektivnosti využití. Celkový rozvoj sportovního zařízení. Sportovní organizace budu moci využívat sportovní zařízení za výhodnějších finančních podmínek a zároveň budou motivovány k pořádání sportovních akcí.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Snížení provozních výdajů zimního stadionu (Kč) a snížení nákladů sportovních organizací na úhradu nájemného.			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zatraktivnění sportovního zařízení a zvýšení komfortu pro návštěvníky i sportovce.			
Vyšší zájem potenciálních návštěvníků města.			
Zvýšení atraktivity města.			
Odhadované náklady na projekt	2 500	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	300	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	2 200	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města, MŠMT/Národní sportovní agentura, fondy EU, Jihočeský kraj		




PRIORITNÍ OBLAST	S1 Sportovní infrastruktura		
OPATŘENÍ	S1.2 Zateplení sportovní haly		
AKTIVITA	S1.2.1 Zateplení sportovní haly		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	SPOS, vedení města, odbor investic a správy majetku	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	4 měsíce		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, spádová oblast		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Vysoká ekonomická náročnost provozu sportovní haly, nízký komfort pro uživatele sportovní haly v zimních měsících.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zvýšení ekonomické efektivity provozu sportovní haly a zvýšení komfortu pro uživatele. Snížení ekonomické náročnosti se pozitivně promítne ve snížení výdajů sportovních organizací za pronájem sportovní haly.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Snížení provozních výdajů sportovní haly (Kč).			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zvýšení uživatelského komfortu pro sportovní organizace, zvýšení atraktivity města v návaznosti na možnost pořádat sportovní soustředění.			
Odhadované náklady na projekt	12 000	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	400	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	11 600	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města, MŠMT/Národní sportovní agentura, fondy EU, Jihočeský kraj		




PRIORITNÍ OBLAST	S1 Sportovní infrastruktura		
OPATŘENÍ	S1.4 Rozvoj atletického stadionu		
AKTIVITA	S1.4.1 Rekonstrukce atletické dráhy se sektory pro technické disciplíny		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	SPOS, vedení města, odbor investic a správy majetku	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	10 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, spádová oblast, ČR		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Nevyhovující povrch a zázemí pro technické disciplíny lehké atletiky.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zvýšení atraktivity pro obyvatele i návštěvníky města, potenciál pro využití ke sportovním soustředěním. Rozšíření funkce atletického stadionu a vysoký potenciál pro pořádání sportovních závodů a soutěží. Zvýšení kvality výuky tělesné výchovy ve školách.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Zvýšení využití atletického stadionu (počet členů atletického oddílu).			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zapojení vyššího počtu dětí i dospělých do sportovních aktivit.			
Odhadované náklady na projekt	20 000 – 40 000	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	1 000	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	19 000 – 39 000	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města, MŠMT/Národní sportovní agentura, fondy EU, Jihočeský kraj		




PRIORITNÍ OBLAST	S1 Sportovní infrastruktura		
OPATŘENÍ	S1.6 Vznik zóny pro aktivní odpočinek obyvatel		
AKTIVITA	S1.6.1. Vytvoření zóny v návaznosti na další opatření (zadržování vody v krajině)		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Vedení města, Živé Milevsko, odbor investic a správy majetku, odbor regionální rozvoje.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	18 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, spádová oblast.		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Absence lokality pro aktivní trávení volného času, zejména pro starší obyvatele. Nutnost reagovat na současné trendy v oblasti aktivního trávení volného času a fenomén stárnutí populace.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zlepšení náplně volného času obyvatel s pozitivními dopady v oblasti zdravotní a sociální. Zvýšení spokojenosti obyvatel s vybaveností města, vytvoření nové lokality pro setkávání občanů a aktivní trávení volného času.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Vznik nové lokality.			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zlepšení zdravotního stavu obyvatel, utužování vztahů mezi obyvateli.			
Odhadované náklady na projekt	16 000	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	1 500	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	14 500	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	státní rozpočet, fondy EU, rozpočet města, Jihočeský kraj		




PRIORITNÍ OBLAST	S1 Sportovní infrastruktura		
OPATŘENÍ	S1.7 Doprovodná infrastruktura		
AKTIVITA	S1.7.2 Bezpečný přístup k areálu koupaliště		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Vedení města, Živé Milevsko, odbor investic a správy majetku, odbor regionální rozvoje.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	6 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, spádová oblast.		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Nevyhovující přístup k areálu koupaliště, který je příčinou nízké návštěvnosti zařízení. Přístup ke koupališti představuje vysoké bezpečnostní riziko pro potenciálního návštěvníka.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Nevyhovující stav. Zvýšení bezpečnosti a komfortu pro uživatele s přímou návazností na ekonomicky i společensky efektivnější provoz koupaliště. Reakce na vysokou popularitu cyklistické dopravy mezi obyvateli města.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Alternativní přístup ke koupališti vhodný pro chodce a cyklisty. Snížení			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zvýšení spokojenosti obyvatel s dostupností služeb. Zvýšení komfortu a bezpečnosti pro obyvatele města i jeho návštěvníky.			
Odhadované náklady na projekt	6 000	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	800	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	5 200	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	státní rozpočet, fondy EU, rozpočet města, Jihočeský kraj		




PRIORITNÍ OBLAST	S1 Sportovní infrastruktura		
OPATŘENÍ	S1.8 Rozvoj wellness služeb v Areálu sportovišť		
AKTIVITA	S1.8.1 Zpracování studie rozvoje objektu Hotelu Stadion		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	SPOS, odbor investic a správy majetku, odbor regionální rozvoje.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	3 měsíce		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, spádová oblast, ČR.		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Nevyhovující stav objektu Hotelu, potenciál využití v návaznosti na formulovanou vizi rozvoje sportu i další investice v areálu sportovišť. Rekonstrukcí hotelu dojde ke zvýšení kvality a rozšíření kapacit ubytovacích služeb v Milevsku.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Efektivní využití majetku města, snížení provozních nákladů objektu a potenciál využití ubytovacích kapacit v oblasti sportovních soustředění i z hlediska dalších aktivit v oblasti cestovního ruchu. Využití bezprostřední blízkosti hotelu a sportovních zařízení.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Zpracování studie.			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Koncepční přístup k rozvoji vlastní infrastruktury.			
Odhadované náklady na projekt	150	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	-	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	150	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města, státní rozpočet.		




PRIORITNÍ OBLAST	S2 Organizační zabezpečení sportu		
OPATŘENÍ	S2.2 Pravidelné setkání představitelů sportovních spolků		
AKTIVITA	S2.2.1 Uspořádání setkání sportovních spolků		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Sportovní komise, sportovní spolky, vedení města.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	průběžně každý rok		
Územní dopad opatření	Město Milevsko.		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Nízká úroveň komunikace napříč sportovním hnutím. Zástupci sportovních organizací vyjádřili zájem o zlepšení komunikace mezi sportovními organizacemi. Existuje pnutí mezi zástupci tradičních sportu a nových sportovních odvětví.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zlepšení atmosféry ve sportovním hnutí, iniciování projektů a spolupráce ve sportovním hnutí, efektivnější využití potenciálu sportu. Sportovní organizace by se neměly vzájemně chápat jako konkurenti.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Každoroční setkání zástupců sportovních spolků.			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zlepšení atmosféry ve sportovním hnutí, iniciování projektů a spolupráce. Zapojení sportovních spolků do rozhodovacích procesů.			
Odhadované náklady na projekt	15	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	-	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	15	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města		




PRIORITNÍ OBLAST	S3 Sport jako efektivní nástroj rozvoje města		
OPATŘENÍ	S3.1 Efektivní propagace Milevska jako atraktivního zázemí pro sportovní soustředění		
AKTIVITA	S3.1.1 Vytvoření unikátní nabídky pro sportovní organizace		
Subjekty zapojeny do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	SPOS, Milevský kraj o. p. s., odbor regionální rozvoje,	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	1 rok		
Územní dopad opatření	ČR + zahraničí		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Neexistující nabídka cílená na formulované cílové skupiny návštěvníků města. Nabídka města je roztržštěná do několika kanálů, pro potenciálního zájemce nejsou informace shromážděny na jednom místě, nedostatek informací může odradit potenciální zájemce.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zvýšení efektivnosti využití sportovní infrastruktury a ubytovacích kapacit. Zvýšení návštěvnosti města a efektivní využití potenciálu sportu. Profilování Milevska jako města vhodného pro sportovní soustředění.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
Zvýšení návštěvnosti Milevska (počet návštěvníků/rok).			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
Zvýšení atraktivity Milevska jako destinace pro sportovní soustředění a lehkou turistiku.			
Odhadované náklady na projekt	250	tis. Kč	
Odhadované náklady na přípravnou fázi	-	tis. Kč	
Odhadované náklady na realizační fázi	250	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města, fondy EU.		




PRIORITNÍ OBLAST	C1 Milevsko jako součást destinace a marketingové značky Jižní Čechy		
OPATŘENÍ	C1.2 Realizace mediálních kampaní a jejich věcná modifikace		
AKTIVITA	C1.2.1 Redefinice hlavních principů mediální prezentace Milevska (klíčová slova, vizuální stránka, logotyp apod.)		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Město Milevsko (vč. značky Živé Milevsko) Spolupracující subjekty: Dům kultury Milevsko, Milevský kraj, o.p.s., Milevskem s.r.o.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	8 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, částečně okolní obce v SO ORP Milevsko		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Vizuální a mediální prezentace Milevska je v současné době málo koordinovaná. Nejsou provázána jednotlivá užívaná loga a grafické styly mezi realizovanými projekty a existujícími organizacemi. Městu chybí grafický manuál a související koncepce mediální prezentace města.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Pro rozvoj cestovního ruchu (ale i pro lákání investorů, rozvoj kultury apod.) je nezbytné zázemí v podobě silného, jednoznačného grafického, vizuálního stylu, sloganů atd., a to napříč milevskými organizacemi, projekty a obory činnosti města a partnerských organizací.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">• Zpracovaný grafický a vizuální manuál• Zpracovaná koncepce mediální prezentace města• Růst počtu návštěvníků města			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">• Růst povědomí široké veřejnosti o Milevsku a růst pozitivních asociací s tímto městem• Růst místní identity a místního vědomí obyvatel a dalších subjektů ve městě			
Odhadované náklady na projekt		150	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		100	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		50	tis. Kč
Možné finanční zdroje	rozpočet města, případně organizací s účastí města ESIF (OP Zaměstnanost, resp. navazující OP v období 2021-27)		




PRIORITNÍ OBLAST	C1 Milevsko jako součást destinace a marketingové značky Jižní Čech		
OPATŘENÍ	C1.3 Organizační a personální posílení		
AKTIVITA	C1.3.1. Zavedení agendy referenta mediální komunikace do některé z pracovních pozic, příp. na novou pracovní pozici na Městském úřadě Milevsko, případně do jiné organizace založené nebo zřízené Městem Milevskem		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Město Milevsko Spolupracující subjekty: Dům kultury Milevsko, Milevský kraj, o.p.s.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	3 měsíce		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, částečně okolní obce v SO ORP Milevsko		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Agenda týkající se marketingu, zejména pak marketingu a mediální komunikace v oblasti cestovního ruchu je ve městě částečně personálně poddimenzovaná a částečně málo koordinovaná.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Pro účinnější marketing cestovního ruchu je potřebné provést personální posílení či reorganizaci.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Zavedená pozice referenta mediální komunikace			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Efektivnější marketing a mediální komunikace městaVyšší intenzita aktivit města v oblasti PR, médií a sociálních sítíRůst povědomí široké veřejnosti o městě a růst pozitivních asociací s tímto městem			
Odhadované náklady na projekt	0 (tj. náklady jen v rámci mzdových nákladů na stávající pracovní pozice; v případě nové pracovní pozice cca 500 tis. Kč ročně)	tis. Kč	
Náklady na přípravnou fázi	0	tis. Kč	
Náklady na realizační fázi	0 (resp. v případě nové pracovní pozice cca 500 tis. Kč ročně)	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města pro iniciační fázi ESIF (OP Zaměstnanost, resp. navazující OP v období 2021-27)		




PRIORITNÍ OBLAST	C2 Milevsko jako součást produktové nabídky okolních turistických cílů		
OPATŘENÍ	C2.1 Definice a rozšíření produktů nabízených v okolním regionu a možnosti navázání turistické nabídky Milevska na tyto produkty		
AKTIVITA	C2.1.1. Prověření možností uplatnění sportovní nabídky Milevska (blíže viz část věnovaná sportu) v rámci okolních turistických produktů (mj. Toulava, Monínec, Zeměráj, Orlík)		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Město Milevsko Spolupracující subjekty: SPOS Milevsko, s.r.o., Toulava o.p.s., Milevskem s.r.o., provozovatelé dalších okolních turistických cílů	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	12 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, případně další obce, na jejichž území zasahují regionální turistické produkty		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Město disponuje dobrou vybaveností v oblasti sportovních zařízení. Infrastrukturu pro sport dnes využívají především místní obyvatelé. V odvětví cestovního ruchu může přitom velmi dobře sloužit jako doplňková infrastruktura řady regionálních turistických produktů.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Zapojení sportovišť povede k větší atraktivitě regionálních produktů cestovního ruchu, pro něž sportoviště mohou sloužit jako doplňková aktivita pro návštěvníky. Širší využití infrastruktury pro sport v cestovním ruchu zlepší ekonomiku jejich provozu (větší využití hlavně o víkendech či prázdninách).			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Sportoviště jako součást turistické nabídky Milevska a širšího okolíRůst počtu návštěvníků městaVyšší návštěvnost sportovišť v MilevskuLepší ekonomická bilance provozu sportovišť v Milevsku			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Vyšší využití místních sportovišť			
Odhadované náklady na projekt	50	tis. Kč	
Náklady na přípravnou fázi	50	tis. Kč	
Náklady na realizační fázi	0	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města		




PRIORITNÍ OBLAST	C2 Milevsko jako součást produktové nabídky okolních turistických cílů		
OPATŘENÍ	C2.1 Definice a rozšíření produktů nabízených v okolním regionu a možnosti navázání turistické nabídky Milevska na tyto produkty		
AKTIVITA	C2.1.3 Prověření možnosti uplatnění nabídky Muzea milevských maškar a souvisejících tradic a akcí v rámci okolních, případně nadregionálních turistických produktů (téměř všechny okolní produkty)		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Město Milevsko (vč. značky Živé Milevsko) Spolupracující subjekty: Dům kultury Milevsko, Muzeum milevských maškar, Milevský kraj, o.p.s., Milevskem s.r.o., provozovatelé dalších okolních turistických cílů	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	12 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, případně další obce, na jejichž území zasahují regionální turistické produkty		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Jednou z hlavních nosných atrakcí a témat cestovního ruchu v Milevsku je tradice masopustních oslav s tradičními maškarami a související tematické muzeum. Téma je možné dále rozvíjet v marketingu cestovního ruchu.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Rozvoj cestovního ruchu a produktové nabídky Milevska a okolního regionu se neobejde bez širšího využití hlavních silných stránek regionu. Mezi ně patří několik málo nosných témat a atrakcí, z nichž pravděpodobně nejvýznamnější je tradice masopustních oslav patřící mezi nejvýznamnější v celostátním měřítku. Tuto tradici je možné využít šířeji nejen v oblasti kultury, ale i cestovního ruchu.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Vyšší počet produktů cestovního ruchu využívajících tradici masopustních oslav a Muzeum milevských maškarRůst počtu návštěvníků města			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Posílení tradice masopustních oslavPozitivní medializace městaBližší propojení a sepětí návštěvníků s městem a jeho specifiky			
Odhadované náklady na projekt		0 (pouze mzdové náklady na stávající pracovní místa)	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		0	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		0	tis. Kč
Možné finanční zdroje	---		





PRIORITNÍ OBLAST	C2 Milevsko jako součást produktové nabídky okolních turistických cílů		
OPATŘENÍ	C2.1 Definice a rozšíření produktů nabízených v okolním regionu a možnosti navázání turistické nabídky Milevska na tyto produkty		
AKTIVITA	C2.1.4 Prověření možností uplatnění nabídky milevského kláštera v rámci okolních, případně nadregionálních turistických produktů (historická města Tábor a Písek, Toulava)		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Město Milevsko (vč. značky Živé Milevsko) Spolupracující subjekty: Milevskem s.r.o., Milevský klášter bratří premonstrátů, Město Písek, Město Tábor, Toulava o.p.s., provozovatelé dalších okolních turistických cílů	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	12 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko, případně další obce, na jejichž území zasahují regionální turistické produkty		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Jednou z hlavních atraktivit Milevska je klášter bratří premonstrátů, nejstarší v jižních Čechách. Ten představuje důležitý prvek rozvoje některých forem cestovního ruchu (kulturní, religiozní, poznávací turistika). Klášter je možné šířeji využít v marketingu cestovního ruchu v rámci regionálních produktů.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Rozvoj cestovního ruchu a produktové nabídky Milevska a okolního regionu se neobejde bez širšího využití hlavních silných stránek regionu. Mezi ně patří několik málo nosných atraktivit, z nichž nejvýznamnější a pravděpodobně jediná nadmístního významu je milevský klášter. Existenci kláštera a na něj vázaných aktivit (zahrady, obchod apod., výhledově například i ubytování) je možné využít šířeji nejen v oblasti kultury a duchovního života, ale i cestovního ruchu.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Vyšší počet produktů cestovního ruchu, jejich součástí je milevský klášterRůst počtu návštěvníků města			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Posílení pozice kláštera jako duchovního, kulturního a společenského centra města a regionuPozitivní medializace městaBližší propojení a sepětí návštěvníků s městem, jeho historií, identitou a specifiky			
Odhadované náklady na projekt		0 (pouze mzdové náklady na stávající pracovní místa)	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		0	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		0	tis. Kč
Možné finanční zdroje	---		



PRIORITNÍ OBLAST	C3 Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska		
OPATŘENÍ	C3.2 Přiřazení konkrétních cílových skupin, distribučních kanálů a komunikačních nástrojů jednotlivým produktům Milevska		
AKTIVITA	C3.2.2 Prověření možností rozvoje webu milevskem.cz směrem k prezentaci jednotlivých produktů konkrétním cílovým skupinám		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Milevskem s.r.o. Spolupracující subjekty: Město Milevsko, Milevský kraj o.p.s.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	8 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko a okolní obce (přibližně SO ORP Milevsko)		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Milevsko se v oblasti cestovního ruchu prezentuje relativně podrobným webovým portálem milevskem.cz. Tento portál má potenciál pro další rozvoj v marketingu cestovního ruchu.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Pro marketing cestovního ruchu je web zásadním nástrojem jak z hlediska atrakce návštěvníků, tak i jejich informovanosti. Rozvoj portálu milevskem.cz je tak nezbytným předpokladem rozvoje cestovního ruchu ve městě.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Rozšířená produktová nabídka na portálu milevskem.cz vč. zohlednění produktů okolí MilevskaRozvoj portálu v sekcích prezentujících turistickou nabídku konkrétním cílovým skupinám návštěvníkůRůst počtu návštěvníků města			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Systematizace turistické nabídky města			
Odhadované náklady na projekt		100	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		100	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		0	tis. Kč
Možné finanční zdroje	rozpočet města		



PRIORITNÍ OBLAST	C3 Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska		
OPATŘENÍ	C3.3 Infrastrukturní dovybavení Milevska a jeho okolí pro potřeby cestovního ruchu		
AKTIVITA	C3.3.1. Příprava a postupná realizace úseků cyklistických stezek (jako samostatných pozemních komunikací) v místech výrazného konfliktu s automobilovou dopravou		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Město Milevsko Spolupracující subjekty: Klub českých turistů, SÚS Jihočeského kraje, SPOS Milevsko, s.r.o., Toulava o.p.s., Milevskem s.r.o.	Priorita	
Doba realizace projektu (časová náročnost)	4 roky		
Územní dopad opatření	Město Milevsko a obce v SO ORP Milevsko		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Okolí Milevska disponuje relativně hustou sítí cyklistických tras. Na řadě úseků jsou vedené po místních komunikacích a cestách, případně po silnicích nižších tříd, kde s ohledem na nízkou intenzitu cyklistické a automobilové dopravy nevzniká dopravní konflikt. V některých úsecích je však vedení cyklotrasy po silnici konfliktní a vyžaduje vybudování stezky pro cyklisty jako samostatné dopravní komunikace.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Realizace cyklistických stezek v místech konfliktu cyklistické dopravy s dopravou automobilovou je nezbytná z důvodu dopravního provozu a bezpečnosti. Současně se jedná o aktivitu podporující cykloturistiku jako významnou formu cestovního ruchu v oblasti Milevska.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Identifikované úseky prioritní výstavby cyklistických stezek v okolí MilevskaRůst délky cyklistických stezek v okolí Milevska			
Plánovaný nepeněžitý přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Vyšší bezpečnost v dopravěRůst environmentálně šetrnějších druhů dopravy turistů i místních obyvatel			
Odhadované náklady na projekt		10 500 (zahrnují 2-3 km cyklostezek)	tis. Kč
Náklady na přípravnou fázi		500	tis. Kč
Náklady na realizační fázi		10 000	tis. Kč
Možné finanční zdroje	rozpočet města (spolufinancování) ESIF (IROP, resp. navazující program v období 2021-27) Státní fond dopravní infrastruktury		

PRIORITNÍ OBLAST	C3 Rozvoj vlastní produktové nabídky Milevska		
OPATŘENÍ	C3.4 Organizace, řízení a monitoring cestovního ruchu		
AKTIVITA	C3.4.1. Zavedení systému koordinovaného monitoringu cestovního ruchu (zejména návštěvnosti) zahrnujícího kombinaci a propojení dostupných datových zdrojů (data ČSÚ, agentury CzechTourism, Jihočeské centrály cestovního ruchu, turistických cílů v Milevsku a okolí, dopravců atd.)		
Subjekty zapojení do naplňování cíle opatření (jejich odpovědnost)	Garant: Město Milevsko (vč. značky Živé Milevsko) Spolupracující subjekty: Jihočeská centrála cestovního ruchu, Klub českých turistů, SPOS Milevsko, s.r.o., Milevský kraj o.p.s., Toulava o.p.s., Milevskem s.r.o., ubytovatelé, provozovatelé turistických cílů, operátoři mobilních telefonních sítí	Priorita	
Doba realizace projektu	12 měsíců		
Územní dopad opatření	Město Milevsko a okolní obce (přibližně SO ORP Milevsko)		
Popis stávajícího stavu (charakteristika stávající situace)			
Údaje o návštěvnosti Milevska jsou v současné době kusé a navzájem nepropojené. Jejich shromažďování a vyhodnocování neprobíhá systematicky.			
Zdůvodnění projektu (důvody pro realizaci)			
Údaje o návštěvnosti Milevska a struktuře návštěvníků jsou nezbytné pro realizaci rozhodnutí a místní „politiky“ rozvoje cestovního ruchu, tedy pro správnou volbu marketingových aktivit, pro rozvoj infrastruktury a organizační zabezpečení cestovního ruchu. Současně platí, že dat a datových zdrojů o návštěvnosti je relativně velké množství (data mobilních operátorů, ČSÚ, Jihočeské centrály cestovního ruchu, TIC Milevsko, sportovišť a ubytovacích zařízení ve vlastnictví města, turistických cílů, pořadatelů akcí) a že se tedy jedná spíše o jejich důsledné shromažďování a vyhodnocování než o zabezpečení dat nových. Z hlediska nákladů jsou výjimkou pouze případná data od mobilních operátorů a dotazníková šetření mezi návštěvníky (náklady v řádu stovek tisíc Kč za každou z těchto položek, které však stačí vynaložit jednou za cca 3-5 let). Projekt je v souladu s aplikací konceptu SMART Cities v místním rozvoji Milevska.			
Popis cílového stavu vč. indikátorů (měřitelné výstupy projektu)			
<ul style="list-style-type: none">Vytvořená stručná koncepce sběru a vyhodnocování dat o návštěvnosti MilevskaZavedený systém pravidelného sběru a vyhodnocování dat o návštěvnosti Milevska			
Plánovaný nepeněžní přínos - benefity pro město			
<ul style="list-style-type: none">Snadnější a účinnější plánování rozvoje cestovního ruchuMožnost usměrnění návštěvníků a optimalizace nabídky cestovního ruchu			
Odhadované náklady na projekt	500	tis. Kč	
Náklady na příprav. fázi	0	tis. Kč	
Náklady na realizační fázi	500 (vždy jednou za cca 5 let)	tis. Kč	
Možné finanční zdroje	rozpočet města ESIF (OP Zaměstnanost, resp. navazující program v období 2021-27)		

8.1. 5G a možnosti jeho využití pro rozvoj města s důrazem na oblast kultury, sportu a cestovního ruchu.

Úvod – obecné přednosti 5G sítí

Mezi hlavní vlastnosti 5G sítí patří 3 aspekty:

- Vysoká kapacita/přenosové rychlosti.
- Nízká latence a vysoká spolehlivost.
- Možnost připojit velké množství bodů současně.

Z těchto vlastností 5G sítí se potom odvíjí uživatelské scénáře, kterými se liší od starších generací mobilních/bezdrátových sítí. Některé z těchto scénářů jsou relevantní pro využití v rámci města, případně přímo městským úřadem či organizacemi provozovanými městem.

Využití 5G sítí pro podporu cestovního ruchu

5G sítě díky své kapacitě a nízké latenci umožňují rozvoj virtuální (VR) a rozšířené reality (AR) i pro mobilní použití. Právě VR a AR mohou být s úspěchem použity v oblasti cestovního ruchu:

- Možnost asistovaných prohlídek významných památek/bodů zájmu města s využitím AR.
- Virtuální prohlídka města.

Využití 5G pro podporu kultury a sportu

Díky vysokým kapacitám 5G sítí fungují rychlé datové přenosy i v místech s vysokou koncentrací uživatelů. Návštěvníci sportovních či kulturních akcí tak mohou klidně streamovat své zážitky, případně mohou být vytvořeny přímo služby pro ně určené, tzv. „stadium services“ – díky nim vidí návštěvníci dění z kamer dle svého výběru, mohou získávat doplňkové informace či opakované záběry přímo ve svém mobilu.

Nabídka těchto pokročilých služeb přinese návštěvníkům sportovních zápasů a kulturních představení novou zkušenost, kdy si užívají emocí spojených s návštěvou akce a přitom mají veškerý komfort jako při sledování doma.

5G podporuje i podnikání a kvalitu života ve městě. Město může podpořit vznik průmyslového areálu pokrytého privátní (5G) sítí. Tyto sítě jsou považovány za jeden z opěrných bodů průmyslu 4.0. Jejich dostupnost v rámci městem zřízených či podporovaných areálů bude konkurenční výhodou podporující příliv investic do města.

Vysoká spolehlivost 5G sítí může být využita pro medicínské účely a tedy i pro lepší kvalitu a dostupnost lékařské péče – příkladem je vzdálená diagnostika, připojené ambulance atd. Možnost využití v městské nemocnici či záchranou službou provozovanou městem.

Díky 5G sítím není problém s datovým přenosem i ve vysoké koncentraci typické pro centra měst. Proto mohou být 5G sítě využity pro masivní IoT: síť sloužící k připojení čidel všeho druhu, s možností opravdu velkého množství čidel na km². Ať již jde o čidla sledující životní prostředí, dopravu či energetiku.

9. Monitorování a evaluace dopadů navržených opatření

Je potřeba hodnotit a měřit naplňování každého strategického plánu. Naplňování této koncepce by mělo být hodnoceno v pravidelných intervalech, nejlépe na začátku každého roku. Každá aktivita by měla mít nastavené indikátory a vyhodnocení by následně mohlo být postaveno na průběžném sledování plnění a vývoje těchto hodnot indikátorů.

Kromě tohoto vyhodnocení je potřeba brát v potaz i naplňování cílů, které jsou stanovené pro danou aktivitu. Díky tomu se změní hodnocení na kvalitativní ráz, neboť se bude tvořit zpráva, se slovními komentáři, jak je cíl naplněn, případně, co je příčinou nenaplňování a jaké jsou návrhy na operativní změny.

Proto by evaluační zpráva měla vždy obsahovat informace:

- a) Kvantitativní hodnocení plnění stanovených indikátorů
- b) Kvalitativní hodnocení plnění cíle opatření (projektů) v jednotlivých etapách
- c) Součástí hodnotící zprávy je i finanční analýza – vyhodnocení vydaných finančních prostředků z pohledu návratnosti (rentability) a celkového rozpočtu na danou aktivitu
- d) Doporučení a návrhy plynoucí z předchozích třech bodů – pro provozní, popř. operativní změnu

Tato strategická koncepce navrhuje opatření – projekty – na základě výchozí situace zkoumané v analytické části a rovněž na základě dotazníkového šetření pro hodnocení námětů v návrhové části. Tyto výchozí podmínky se však objektivně v průběhu času budou měnit, proto je důležité nastavit takové procesy, pomocí nichž bude město schopno řídit operativní změny v akčním plánu. Může také dojít i k zásadnějším úpravám v akčním plánu s ohledem na vývoj technologií.

Operativní změny, či dílčí změny indikátorů nebo upřesnění popisu aktivit je možno projednat v orgánech města společně, při projednávání evaluační zprávy. Pokud budou změny zásadního charakteru (jako je např. změna opatření či cíle), bude zapotřebí vypracovat středně dlouhou evaluační zprávu včetně predikcí nového nastavení aktivity. Následně, na základě zformulované evaluační zprávy s doporučení, mohou být přijatá opatření k úpravě opatření. Proces zpracování vyplývajících z evaluace musí probíhat stejným postupem, jakým Strategie rozvoje eCulture, sportu a cestovního ruchu vznikala, to znamená, Zastupitelstvo vezme na vědomí tuto evaluační zprávu, následně projednání s vedením města a poté se zapracují relevantní změny do dané Strategie. Poté změny projdou schvalováním s možností veřejného projednání (či projednání se zainteresovanými zájmovými skupinami), kde by se diskutovalo o navrhovaných změnách včetně důvodů jejich provedení.

Tento dokument je „živý“, mění se v závislosti na změně doby a vývoje cestovního ruchu, kultury a sportu ve městě a je zapotřebí, aby byl na městském úřadě zaměstnanec, který by se aktivně touto problematikou zabýval z hlediska projektového řízení a kontroloval by vzájemnou synergii a propojenost jednotlivých projektů, aby nedocházelo k implementaci ad hoc řešení bez datové a strukturní propojenosti.

9.1.1. Stanovení kvantitativních a kvalitativních indikátorů pro evaluaci opatření z oblasti eCulture

- Počet kulturních akcí ve městě
- Počet návštěvníků jednotlivých akcí
- Vyšší účast mládeže a rodin s dětmi na kulturních akcích
- Relativní pokles výdajů na kulturu³

³ Financování kultury je zajištěno v optimální míře její udržitelnosti a rozvoje, např. pomocí využívání vícezdrojového financování (se zaměřením na evropské fondy, popř. sponzoring)

- Růst počtu realizovaných opatření z tohoto strategického dokumentu
- Růst návštěvnosti akcí, které nejsou zřízené městem (popř. příspěvkovými organizacemi, kde je město zřizovatelem).
- Existence platformy pro komunikaci města a veřejnosti v oblasti kultury, pro vzájemnou komunikaci kulturních organizací, škol a stakeholderů kulturního rozvoje
- Míra zapojení města a kulturních institucí do celonárodních / mezinárodních kulturních projektů
- Velikost četnosti využívání prostranství u kláštera pro kulturní akce
- Růst počtu komunitních akcí pořádaných školami

9. 1. 2. Stanovení kvantitativních a kvalitativních indikátorů pro evaluaci opatření z oblasti sportu

- Snížení výdajů na provoz sportovních zařízení
- Podíl objemu sportovních dotací na běžných výdajích rozpočtu
- Počet sportovních akcí za rok
- Objem investičních výdajů do sportovních zařízení
- Počet soustředění za rok
- Efektivnost využití sportovních zařízení
- Počet nových sportovních zařízení

9. 1. 3. Stanovení kvantitativních a kvalitativních indikátorů pro evaluaci opatření z oblasti cestovního ruchu

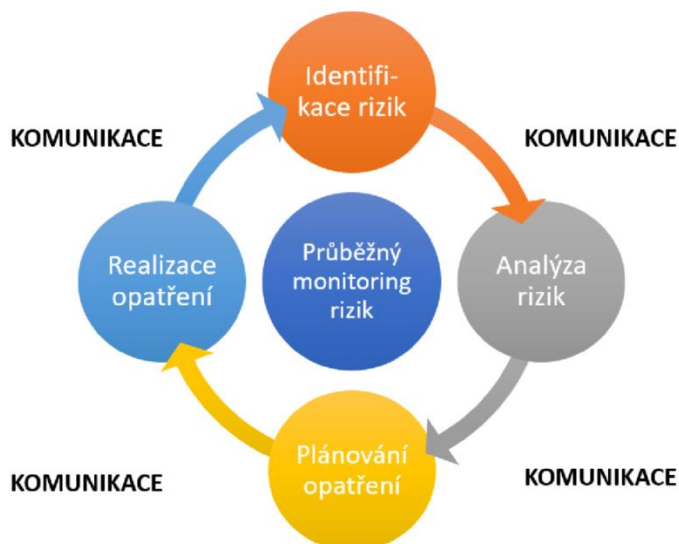
- Počet nabízených produktů cestovního ruchu
- Počet návštěvníků města
- Počet návštěvníků společenských, kulturních a sportovních akcí
- Délka cyklistických stezek
- Ubytovací kapacita ve městě

9. 2. Plán řízení rizik

Riziko můžeme definovat jako potenciální vznik události, která může negativně ovlivnit naplnění stanoveného cíle pro danou aktivitu. Při každém projektu je vhodné znát rizika a opatření na jejich minimalizaci. Tím se zvýší pravděpodobnost, že vše proběhne s co nejmenšími problematickými odchylkami.

V první fázi při řízení rizik je jejich identifikace. Rizika se dají členit do několika skupin: technická, právní, personální, organizační, finanční apod. Následuje analýza, kdy zjišťujete velikost možného rizika a následně důsledků. Ve třetí fázi se plánuje opatření na zmírnění těchto rizik, tedy jakým způsobem se k riziku postavit, abychom minimalizovali či plně eliminovali dopady rizika či pravděpodobnost jeho vzniku. Zde je nutné podotknout, že zcela legitimním „opatřením“ pro řízení rizika je přístup „nedělám nic“. V tomto případě aktivně nedělám žádné protiopatření, pouze monitoruji, zda se nezměnila pravděpodobnost či dopad. Poslední fáze je realizace naplánovaných opatření.

Jednotlivé fáze nám ukazují níže obrázek:



Zdroj: tesena.com

Navrhujeme, aby se organizační struktura pro řízení rizik v oblasti projektů cestovního ruchu, sportu a kultury členila na tři úrovně:

- 1) Garant (s vedením města), který byl ustanoven pro dozor nad psaní této koncepce – plnil by dohledovou roli, případně by schvaloval plán řízení rizik, včetně navržených opatření
- 2) Nová funkce: referent pro oblast kultury, sportu a cestovního ruchu – mohl by ji plnit současný garant projektu, nesl by hlavní odpovědnost za řízení rizik tvorby strategie. Koordinoval by činnosti jednotlivých relevantních organizací města při tvorbě plánu řízení rizik a následně předkládal ke schválení vedení města. Dále by měl na starosti monitoring jeho plnění.
- 3) Jednotliví vedoucí pracovníci kulturních a sportovních organizací - zodpovídali by za efektivní implementaci opatření v rámci svých kompetencí. Rovněž by i identifikovali potencionální nové hrozby.

Riziko lze měřit dle možných následků, pravděpodobnosti vzniku, či míry narušení chodu projektu. Lze využít bodovací škálu, kdy se výše uvedené faktory obodují (pravděpodobnost a dopad) a vzájemně vynásobí. Tím vznikne koeficient významnosti a podle jeho výše lze následně vytvářet opatření.

9. 2. 1. Identifikace možných rizik v oblasti eCulture a návrh na jejich zmírnění

Tabulka K1: Identifikace možných rizik v oblasti kultury a návrh na jejich zmírnění

Potenciální riziko	Návrh eliminace rizika
Nedostatečné znalosti a dovednosti organizátorů kulturních akcí	Vytvoření vzdělávacího programu pro zvýšení kvalifikace aktérů kulturního dění. Program může být formou e-learningu, nebo i formou workshopu. Je zapotřebí kvalitní personální zabezpečení.
Nedostatek financí pro realizaci akcí a podporu kreativního umění	Důsledně monitorovat dotační možnosti a podávat relevantní žádosti. Následně je důležité kvalitní personální obsazení v podobě projekt manažera. Zásadní je průběžná evaluace výdajů finančních prostředků v oblasti kultury.

Nízká informovanost občanů ohledně kulturního dění ve městě, a s tím spojená nízká motivace k participaci	Vytvoření funkčních komunikačních kanálů pro různé cílové skupiny, včetně online kanálu – sdílené eCulture platformy.
Chaos v konání akcí, překryv akcí, nespolupráce jednotlivých kulturních organizací a města	Vytvoření integrační platformy pro jasné strukturování informací o typu a času konané akce vč. „dozoru“ kompetentní osoby nad spoluprací a komunikací kulturních aktérů.
Nízká účast občanů na kulturních akcích z důvodu havarijního stavu historických či kulturních budov	Postupná rekonstrukce jednotlivých objektů. Péče o historické památky a folklór.

9. 2. 2. Identifikace možných rizik v oblasti sportu a návrh na jejich zmírnění

Tabulka S7: Identifikace možných rizik v oblasti sportu a návrh na jejich zmírnění

Potenciální riziko	Návrh eliminace rizika
Nízká důvěra v koncepční směřování oblasti podpory a rozvoje sportu	Pořádání diskusí s občany, pravidelná informovanost o zamýšlených krocích a jejich návaznosti na rozvoj sportu v Milevsku. Zástupci sportovních organizací se budou podílet na rozhodovacích procesech týkajících se investičních výdajů.
Nedostatek externích zdrojů / nepřidělení dotace	Monitoring dalších potenciálních zdrojů, zvážení financování sportovní infrastruktury formou úvěru.
Nízký zájem organizací o pořádání sportovních soustředění v Milevsku	Komunikace s milevskými organizacemi a oslovování spřátelených organizací.
Nedostatečná informovanost o možnostech sportovního využití pro obyvatele i návštěvníky města	Vytvoření pozice pracovníka odpovědného za oblast sportu na úrovni městského úřadu.
Pokles počtu dobrovolníků ve sportovních spolcích a snížení kvality tréninkového procesu.	Finanční odměňování dobrovolníků a jejich pravidelné vzdělávání.

9. 2. 3. Identifikace možných rizik v oblasti cestovního ruchu a návrh na jejich zmírnění

Tabulka CR5: Identifikace možných rizik v oblasti cestovního ruchu a návrh na jejich zmírnění

Potenciální riziko	Návrh eliminace rizika
Nedostatek finančních prostředků na větší infrastrukturní, případně i neinvestiční projekty	Důsledný monitoring dotačních příležitostí, kvalitní personální zabezpečení přípravy žádostí o finanční podporu (vlastními pracovníky nebo zkušeným dodavatelem)
Malý zájem nositelů turistických produktů v širším okolí o zahrnutí turistické nabídky Milevska	Přesné, konkrétní propojení jednotlivých prvků turistické nabídky Milevska k jednotlivým turistickým produktům

Nedostatek dostatečně kvalifikovaných a zkušených profesionálů v oblasti managementu a marketingu cestovního ruchu	Adekvátní finanční ohodnocení, případné krátkodobé projektové financování některých pozic, další vzdělávání pracovníků MěÚ Milevsko a spolupracujících organizací v oblasti managementu a marketingu cestovního ruchu
Periferní poloha Milevska znesnadňující dopravní dostupnost pro jeho návštěvníky	Intenzifikace marketingových aktivit, prezentace turistické nabídky pro vícedenní návštěvy města
Nepříznivá ekonomika provozu turistických cílů a dlouhá ekonomická návratnost projektů v důsledku nižší návštěvnosti a pomalého růstu návštěvnosti	Úsilí o získání finančních prostředků z vnějších zdrojů (zkrácení ekonomické návratnosti investic), koordinace aktivit s cílem jejich maximální efektivity

10. Závěr

Zpracovaná strategie se věnuje rozvoji kultury (eCulture), sportu a cestovního ruchu ve vzájemné provázanosti a synergii. Analytická část vychází z existujících koncepčních dokumentů, z rozboru dostupných statistických a jiných údajů a z realizace vlastních šetření (dotazníková šetření, zúčastněné pozorování). Návrhová část definuje pro každou ze tří oblastí vizi, následně návrh opatření a posléze výčet záměrů určených k realizaci v nejbližší době. Implementační část se zabývá způsobem realizace strategie, evaluace pokroku v plnění strategie a riziky, která mohou realizaci strategie ovlivnit.

Lze konstatovat, že město má obecně poměrně široké infrastrukturní zázemí a vybavenost. Ve městě se koná velký počet tematických akcí, funguje zde a v okolí adekvátní množství institucí. Problémy se soustřeďují (a strategie na to reaguje návrhem opatření) především v nízké míře koordinace některých činností mezi subjekty, v technickém stavu části infrastruktury, v rezervách ve využití části vybavení, dosud nedotažených či polovičitých rozvojových opatřeních či ve spíše periferní geografické poloze znesnadňující rozvoj cestovního ruchu.

Právě specifická poloha města může být efektivně využita při propojování řešených oblastí kultury, sportu a cestovního ruchu. Město by se tak mělo soustředit na formulování unikátní nabídky zaměřené na konkrétní cílové skupiny, kterým může nabídnout volnočasové, sportovní i kulturní vyžití. Zároveň je třeba klást důraz na potřeby místních obyvatel, zejména zvelebováním současných zařízení a realizací chybějící infrastruktury. V kontextu ČR je v současné době zřejmý trend vytváření podmínek pro aktivní trávení volného času, čímž dochází k propojování služeb pro místní obyvatele i návštěvníky města. Právě to je směr, jakým by se mohlo ubírat také Milevsko.

Pevně věříme, že tento dokument přispěje k efektivnímu využití kultury, sportu i cestovního ruchu a jejich synergických efektů k celkovému rozvoji města a Milevsko se stane destinací s kvalitními službami pro občany i návštěvníky města.

Za autorský kolektiv, Ing. Daniela Spiesová, Ph.D.
Akademie digitální ekonomiky, s.r.o.

*„Kultura a společné dobro jsou
stejně základní jako voda:
divadla, knihovny, muzea, kina
jsou tolik co akvadukty.“*

Claudio Abbado, italský dirigent
1933 - 2014

11. Použité zdroje

- BIEGER, T. *Management von Destinationen*. München: Oldenbourg, Wissenschaftsverlag, 2008, cit. 11.11.2019, ISBN 978-3-486-58628-2.
- CzechTourism/Institut turismu, *Přínosy cestovního ruchu pro ekonomiku ČR – základní ukazatele*, Praha, 2019, cit. 14.11.2019
- ČSU, *Data Českého statistického úřadu*, cit. 15.11.2019, dostupné na: <https://www.czso.cz/>
- GOELDNER CH.R., RITCHIE J.R.B., *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. BizBooks, Brno, IX/2014, cit. 12.11.2019, ISBN: 978-80-251-2595-3
- JCCR, *Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015–2020*, Jihočeská centrála cestovního ruchu, České Budějovice, 2015, cit. 12.11.2019, dostupné na: <https://www.jccr.cz/znacka-jizni-cechy/koncepce-rozvoje-cestovniho-ruchu>
- JCCR, *Data Jihočeské centrály cestovního ruchu*, cit. 15.11.2019, dostupné na: <https://www.jccr.cz/>
- KIRAĽOVÁ A., STRAKA I., *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*, Ekopress, Praha, XI/2013, cit. 12.11.2019, ISBN: 978-80-86929-99-6
- MILLINGTON, R., & DARNELL, S. C. (2020). *Sport, development and environmental sustainability*. <https://www.taylorfrancis.com/books/9781351128629>.
- MMR, *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020*, Praha, 2014, cit. 12.11.2019, dostupné na: [https://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-\(1\)](https://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-(1))
- MMR, *Analytický podklad k přípravě Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+*, Praha, 2018, cit. 11.11.2019, dostupné na: <https://mmr.cz/cs/Microsites/Uzemni-dimenze/Nova-SRR-21>
- PALATKOVÁ M., *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*, Grada Publishing, Praha, 2006, cit. 13.11.2019, ISBN 8024710145
- ROBSON, S., SIMPSON, K., & TUCKER, L. (2013). *Strategic sport development*. London, Routledge.
- OŠK, KKV, *Koncepce rozvoje kultury*, Vsetín, III.-VIII./2011, cit. 14.11.2019, dostupné na <https://www.mestovsetin.cz/koncepce-rozvoje-kultury/d-502617>
- VANÍČEK J., ŠÍP J., *Strategický plán rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava. Tábor, Toulava o.p.s.*, Toulava, 2014, aktualizace 2017, cit. 13.11.2019, dostupné na: <http://www.toulava.cz/epe-download/Strategie-Toulava-aktualizace-2017>
- Ústecký kraj, SPF Group, *Image Ústeckého kraje jako turistického regionu – výzkum mezi obyvateli ČR*, Ústí nad Labem, 2018, cit. 11.11.2019
- ZELENKA J., PÁSKOVÁ M., *Výkladový slovník cestovního ruchu*, Linde, Praha, V./2012, cit. 14.11.2019, ISBN: 978-80-7201-880-2

12. Přílohy

12. 1. Příloha 1



TURISTICKÝ BALÍČEK DO MILEVSKA A JEHO NEJBLIŽŠÍHO OKOLÍ PRO CELOU RODINU NA 3 DNY V DOBĚ OD 1. 6. do 30. 9. 2019

Čtyřdenní pobyt pro 1-2 dospělé osoby s dětmi do 15 let v malebném regionu Milevsko. Přijďte nás navštívit a zažít nezapomenutelné chvíle v nádherně zachovalé přírodě jižních Čech! Nabízíme vám nepřeberné množství aktivit pro celou rodinu.

TURISTICKÝ BALÍČEK ZAHRAUJE 5 AKTIVIT

- 1* prohlídka **Milevského kláštera** pro celou rodinu (na výběr 1. nebo 2. prohlídkový okruh) a k tomu ZDARMA omalovánky pro děti do 6 let a zábavná brožurka pro děti ve věku 6-15 let
- 1* vstup pro celou rodinu do **Milevského muzea**
- 1* prohlídka unikátního **Muzea milevských mášek** pro celou rodinu (jediné muzeum svého druhu v ČR)
- 1* vstup pro celou rodinu do zážitkového parku **Zeměráj** + k tomu pro děti ZDARMA mapa k cestě za pokladem a výroba amuletu a pro každého člena rodiny ZDARMA hra fotbalgolf a cvrnání kuliček
- 1* vstup pro celou rodinu na **Koupaliště Milevsko**

Cena balíčku od 505 Kč

1 dospělý + 1 dítě	505 Kč
1 dospělý + 2 děti	690 Kč
2 dospělí	570 Kč
2 dospělí + 1 dítě	755 Kč
2 dospělí + 2 děti	940 Kč

Děti do 3 let ZDARMA.



K BALÍČKU VÁM NAVÍC NA VAŠE PŘÁNÍ ZAREZERVUJEME UBYTOVÁNÍ ZA VELMI VÝHODNÉ CENY

ubytování se snídaní v komfortně zařízených pokojích s vlastním sociálním zázemím

+ **BONUS NAVÍC: DĚTI DO 6 LET MAJÍ CELÝ POBYT VE VŠECH PENZIONECH ZDARMA**

Penzion U Broučka v Milevsku

CENA ZA 2 OSOBY
893 Kč/noc vč. snídaně
(SLEVA 25 % oproti běžné ceně 1190 Kč)

CENA ZA 3 OSOBY
1193 Kč/noc vč. snídaně
(SLEVA 25 % oproti běžné ceně 1590 Kč)

CENA ZA 4 OSOBY
1493 Kč/noc vč. snídaně
(SLEVA 25 % oproti běžné ceně 1990 Kč)

www.penzionubroucka.cz

Penzion Stodola v Milevsku

CENA ZA OSOBU
400 Kč/noc vč. snídaně
(SLEVA 25 % oproti běžné ceně 500 Kč)

DÍTĚ (6-15 let)
300 Kč/noc vč. snídaně
(SLEVA 40 % oproti běžné ceně 500 Kč)

www.penzionstodola.cz

Penzion Statek Hrejkovice

CENA ZA OSOBU
240 Kč/noc bez snídaně
(SLEVA 20 % oproti běžné ceně 300 Kč)

www.hrejkovice.cz/ubytovani-v-obci

Kontaktujte TIC Milevsko na emailu infocentrum@milevskem.cz
Přijďte zažít jedinečnou dovolenou! Těšíme se na vás!

Milevský kraj o. p. s.
www.milevskem.cz





12. 2. Příloha 2 – Detailní informace o dotačním program „Kultura 2019“

VYHODNOCENÍ - DOTAČNÍ PROGRAM MĚSTA MILEVSKA - „KULTURA 2019“ - 200.000,00 Kč									
Poř.	Žadatel	Název projektu	Náklady projektu	Požadavek na dotaci	Požadovaná dotace kryje % nákladů projektu	Návrh komise	Zřizovatel návrhu komise	Schváleno RMM	Dotace kryje % nákladů projektu
1.	Spolek Kašpar	VLKSICE KAŠPAR 2019 (divadelní představení)	103 120	20 000	19%	7 000	A	7 000	7%
2.	Michela Neumannová	Taneční skupina Farida (taneční kostýmy a pomůcky)	26 360	13 180	50%	8 000	A	8 000	30%
3.	Klub českých turistů	Turistické besedy, organizované KČT - Odb. Milevsko	6 200	4 000	65%	4 000		4 000	65%
4.	Zdeněk Klásek	Jihočeské pohádky (vydání knihy)	197 000	30 000	15%	10 000	A	10 000	5%
5.	Jaromír Kašpar - studio Lavadero	Oběžná dráha 2019 (pěvecká soutěž)	101 900	20 000	20%	9 000	A	9 000	9%
6a.	ČMMJ - Okresní myslivecký spolek Písek o.s.	Sřelecká soutěž jednotlivců a smíšených dvojic o pohár starosty města Milevska	7 000	4 000	57%	-	B	-	-
6b.	ČMMJ - Okresní myslivecký spolek Písek o.s.	Svato Hubertská mše svatá troubená	27 000	15 000	56%	9 000	A	9 000	33%
6c.	ČMMJ - Okresní myslivecký spolek Písek o.s.	Přírodovědná soutěž 3 člených družstev žáků 5. tříd	6 000	6 000	100%	3 000	A	3 000	50%
6d.	ČMMJ - Okresní myslivecký spolek Písek o.s.	Den sv. Huberta - XIV. ročník Mysliveckých slavností v Milevsku	23 000	20 000	87%	-	C	-	-
7.	Rímskokatolická farnost Milevsko	Velikonoční pásmo - zpěvy renesanční a barokní	25 000	12 500	50%	8 000	A	8 000	32%
8.	Spolek pro rozvoj kultury v Milevsku	Univerzita třetího věku 2019	140 000	22 000	16%	13 000	A	13 000	9%
9.	Komenského	Podpora talentovaných žáků - veřejná vystoupení dramatického kroužku	8 000	8 000	100%	4 000	A	4 000	50%
10.	MVDr. Vladimír Kotrba	Fotografická výstava "Cvaky cvak za vodou"	11 000	10 000	91%	4 000	A	4 000	36%
11.	Zdeněk Kolka	Mejdan pro faunu 2019	160 000	30 000	19%	14 000	A	14 000	9%
12.	Jiří Hladký	Všechno z kamene na Milevsku a Písecku (vydání knihy)	198 500	50 000	25%	12 000	A	12 000	6%
13.	Klub českých turistů	Vydání publikace o historii KČT Milevsko k výročí 100 let od založení	27 100	14 000	52%	7 000	A	7 000	26%
14.	Milevské muzeum	Koncert Andělské přátelství. Duchovní hudba starých časů	25 000	12 000	48%	7 000	A	7 000	28%
15.	I. ZŠ T. G. Masaryka Milevsko	Pěvecký sbor I. ZŠ Milevsko - nástroj pro hudební doprovod (elektronické klávesy)	10 000	10 000	100%	5 000	A	5 000	50%
16.	Milevský smíšený sbor, z.s.	Sborový festival Feuer&Stimme (St. Michael v Lurgau, Rakousko)	257 190	30 000	12%	12 000	A	12 000	5%
17a.	Městská knihovna v Milevsku	Listování v Milevsku	31 200	7 000	22%	4 000	A	4 000	13%
17b.	Městská knihovna v Milevsku	Spisovatelé do škol	39 200	15 000	38%	9 000	A	9 000	23%
18.	Český svaz chovatelů z.s. základní organizace Milevsko I	Okresní výstava drobných zvířat	72 000	15 600	22%	9 000	A	9 000	13%
19.	Český svaz chovatelů z.s. základní organizace Milevsko I	Dětský den s chovateli	23 000	20 000	87%	7 000	A	7 000	30%
20.	Racing Rescue z.s.	"Pytlák žije" 2019	108 580	27 145	25%	9 000	A	9 000	8%
21.	Farní charita Milevsko	Dětský soubor - MUSICA MARCATO	15 000	13 000	87%	7 000	A	7 000	47%
22.	Farní charita Milevsko	Vídný písničkář - Pavel Helan	22 000	20 000	91%	9 000	A	9 000	41%
23.	Farní charita Milevsko	Jiří Smrž a Ben Lovet	11 000	10 000	91%	4 000	A	4 000	36%
24.	Farní charita Milevsko	Posní koncert - Musica Podberdensis	17 000	15 000	88%	6 000	A	6 000	35%
Celkem			1 698 350	473 425	28%	200 000	-	200 000	12%
Zřizovatel A - Není možné vyhovět v plné výši - požadavky výrazně překročily sumu určenou na dotační program, B - jedná se o aktivitu spíše sportovní, C - požadovaná částka na akci je již zahrnuta v jiné části rozpočtu města									

12. 3. Příloha 3 - Analýza stávajícího stavu a identifikace potřeb (Fáze I.) pro projekt 26. výzvy IROP v oblasti eCulture pro Město Písek

3 ÚVODNÍ INFORMACE

Tato informace slouží jako podklad pro rozhodnutí o realizaci a případné variantě řešení projektu. Součástí zadání úkolu je informace o předpokládaném využití Evropských investičních a strukturálních fondů prostřednictvím Integrovaného regionálního operačního programu (IROP). Konkrétně se jedná o výzvu 26 - EGOVERNMENT I. Zpracovatel vycházel při zpracování analýzy zejména z informací poskytnutých při jednání pracovní skupiny složené ze zástupců zadavatele a kulturních organizací zřizovaných městem Písek.

Protože projekt je zvažován pro financování z 26. výzvy Integrovaného regionálního operačního programu se zaměřením do oblast eCulture zpracovatel využil také strategické dokumenty, které se váží k této výzvě (Strategický rámec rozvoje veřejné správy ČR, INTEGROVANA STRATEGIE PODPORY KULTURY DO ROKU 2020, Strategie digitalizace kulturního obsahu na léta 2013 – 2020, Program rozvoje Jihočeského kraje. V případě kladného rozhodnutí o realizaci projektu bude ve fázi zpracování studie proveditelnosti a žádosti o finanční podporu dále využito strategických dokumentů zadavatel (Strategie rozvoje kultury) nebo Místní akční skupiny (MAS) Písecko.

4 DEFINICE ECULTURE

Dotační titul je zaměřen na zpřístupnění digitalizovaného kulturního obsahu – eCulture. Předmětem podporovaných aktivit je vytvoření Informačních systémů veřejné správy, které budou zpřístupňovat cílové skupině digitálně pořízený nebo do digitální podoby převedený kulturní obsah. Protože výzva a programový dokument IROP se odkazují na Strategický rámec rozvoje veřejné správy jeho Projektové okruhy a Implementační plány a nadřazenou resortní strategii, tedy Integrovanou strategii podpory kultury do roku 2020, je nutné vycházet z těchto vstupních podmínek. Tyto dva dokumenty zejména počítají s digitalizací knihovních a obdobných fondů a rozšířenou evidencí památek.

5 CHARAKTERISTIKA PROJEKTU

Cíle projektu

Cílem projektu je prezentace kulturních památek, kulturního dědictví a zpřístupnění kulturního obsahu v digitální podobě jak odborné tak i široké laické veřejnosti. Prezentace bude sloužit k informování členů cílové skupiny o kulturním obsahu, který je dostupný na Písecku. Příjemci výstupů projektu budou mít dostupné informace v definovaném rozsahu, které by sloužily představení kulturních památek Písecka, rozšíření vědomostí příjemců projektu a v neposlední řadě také propagaci památek a kultury Písecka a posílení cestovního ruchu.

Výstupy projektu

Výstupem projektu je vytvořit technický nástroj, který bude podporovat prezentaci památek a dalších aktivit na Písecku. Nástroj se skládá z robustní databáze, obsahující data kulturního obsahu, webového portálu, který slouží k prezentaci vybraných dat cílové skupině, aplikace pro mobilní zařízení, administrátorského rozhraní pro správu dat a datových nástrojů, které zajistí automatické aktualizace prezentovaných dat (např. provázání na portál Czechiana, automatické procházení vybraných webových prezentací a získávání předem definovaného obsahu) a pořízení specializované skenovací linky.



Robustní databáze obsahuje veškeré údaje, které jsou v rámci mobilní aplikace a webového portálu prezentovány. Webový portál je určen k prezentaci dat kulturního obsahu. Portál bude umožňovat vyhledávání a filtrování a třídění. Na konkrétní památku může být odkázáno pomocí vhodného markeru (např. QR kódu) umístěného u dané památky. Mobilní aplikace umožní obdobné prezentování dat jako webový portál, ale přinese další interaktivní obsah pro její uživatele. Skenovací linka bude sloužit k digitalizaci písemných materiálů informačního charakteru (např. kroniky) a digitalizaci regionálních děl s proběhlou dobou autorské ochrany nebo osiřelých děl¹.

Realizátor projektu

Realizátorem projektu je Město Písek. Výstupy projektu budou svěřeny do správy městem zřizované organizace - společnosti Píseckem s.r.o.

Popis cílových skupin projektu

Cílovou skupinou projektu je veřejnost, kterou můžeme rozdělit do několika skupin.

- Odborná veřejnost – badatelé v oblasti historie, archiválií
Tato část cílové skupiny využívá možnosti přistupovat k prezentovaným údajům online bez nutnosti informace vyhledávat a cestovat za nimi
- Odborná veřejnost – pedagogičtí pracovníci, žáci a studenti
Vyučující na základě podkladů dostupných v systému, může využívat portál a aplikaci jako podporu při výuce.
- Široká veřejnost

Partneři projektu

Realizaci projektu je možné rozdělit do dvou částí. Za prvé do technického řešení a za druhé do věcného naplnění prezentovanými údaji. V projektu je uvažováno o automatických a technických nástrojích získávání obsahu a pak o manuálním zadávání obsahu.

Právě pro manuální vstup dat do projektu je vhodné uvažovat o rozsáhlé síti partnerů. Jako vhodné (a pro kvalitní obsah v zásadě nutné) se jeví zapojení jako spolutvůrce obsahu těchto institucí a organizací:

- Zakládané a zřizované organizace Města Písek činné v oblasti kultury
- Prácheňské muzeum
- Jihočeská univerzita
- Další obce a města v regionu

Více partnerů zapojených do realizace projektu znamená vyšší šanci na rozsáhlejší obsah a tím vyšší atraktivitu výstupů projektu a následně vyšší pravděpodobnost dosažení cílů projektu.

Po dokončení realizace projektu je vhodné v rámci udržitelnosti projektu zachovat zapojení partnerů do provozu systému a zajistit tak další aktualizaci a doplňování obsahu

6.2 Předpokládané výstupy projektu

Při přípravě projektu a analýze současného stavu byly identifikovány následující předpokládané výstupy projektu.

Webový portál

Webový portál představuje výstup projektu, který je dostupný pro veřejnost a představuje hlavní informační zdroj o památkách. Přístup do portálu může být řízen přístupovými údaji. Pro běžného uživatele budou dostupné běžné funkce (oblíbené, zasílání novinek apod.), pro uživatele se speciálním oprávněním budou dostupné funkce odpovídající jejich roli (např. pro učitele možnost připravovat a sdílet interaktivní studijní "programy", nebo získání přístupu k scénářům a podkladům související s programem Sladovny)

Obrázek 1 - Ilustrační obrázek QR kód



Důležitou součástí je vazba s fyzickou lokalitou a konkrétní památkou. Památka na portálu bude přesně geograficky lokalizována a umožněno tak její fyzické nalezení. Na druhou stranu bude u památky umístěn vhodný marker (např. QR kód), který identifikuje památku a umožní navigovat (obsahuje zakódovaný URL odkaz) na portálu nebo v aplikaci.

Mobilní aplikace

Mobilní aplikace nabídne stejné informační zdroje jako webový portál. Hlavní přidanou hodnotou mobilní aplikace je možnost využít moderních technologií pro prezentaci obsahu přímo v místě. Pro prezentaci památek lze využít tzv. rozšířenou realitu (Augmented reality). Při využití fotoaparátu mobilního zařízení se na displeji objeví aktuální

obraz z fotoaparátu doplněný o další informace z databáze. Jako příklad rozšířené reality je možné uvést aplikaci Google Goggles a v posledních týdnech populární hru Pokémon Go. Pro využití v projektu se nabízí využít zobrazování doplňujících informací k obrazu památky nebo vytvoření hry na principu objevitelské hry, kde by uživatel byl aplikací navigován po vybraných památkách a místech, plnil přidělené úkoly a tak se nenásilnou formou seznamoval s historií a kulturou Písecka.

Zdroj: Naviga 4, s.r.o.

dostupné na [www: http://www.mesto-pisek.cz/assets/File.ashx?id_org=12075&id_dokumenty=13802](http://www.mesto-pisek.cz/assets/File.ashx?id_org=12075&id_dokumenty=13802)

12. 4. Příloha 4: Možné zdroje pro financování projektů z oblasti eCulture, sportu a cestovního ruchu

12. 4. 1. Finanční zdroje v oblasti kultury

Přehled dotačních programů ze státního rozpočtu pro rok 2020 z oblasti kultury (obvykle byly žádosti přijímány do poloviny října 2019, ale je pravděpodobné, že se výzvy budou opakovat).

Poskytovatel dotace	Název dotačního programu	Oprávnění žadatelé	Odhad objemu finančních prostředků 2020	Podporované aktivity
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Program 133 710 – Investiční rozvoj materiálně technické základny mimoškolních aktivit	SP, ÚS, OPS, které mají ve svých stanovách zakotvenu práci s dětmi a mládeží	25 194 100 Kč	Zkvalitnění a rozvoj materiálně technického zázemí NNO dětí a mládeže a NNO pracujících s dětmi a mládeží.
Ministerstvo zemědělství	Zájmová a další volnočasová činnost pro děti a mládež	SP, ÚS, OPS, CPO, NaNF, ZSPO, dále PO a FO	1 470 000 Kč	Podpora zabezpečování široké nabídky volnočasových aktivit pro organizované i neorganizované děti a mládež. Podpora rozvoje mobility a mezinárodní spolupráce dětí a mládeže včetně účasti dětí a mládeže v mezinárodních soutěžích – YPEF (Mladí lidé v evropských lesích), IMYB (International Meeting of Young Beekeepers - Mezinárodní setkání včelařské mládeže).
Ministerstvo kultury	Aktivity spolků, které zvyšují informovanost a zájem o náboženskou oblast vymezenou činností církví a náboženských společností registrovaných v ČR.	SP	220 000 Kč	Podpora akcí jako např. koncert, výstava, setkání na poutních místech, nebo činnosti jako např. koncertní či přednáškové cykly, pravidelná setkání duchovně-kulturního charakteru, které zvyšují informovanost a zájem o náboženskou oblast vymezenou činností registrovaných církví a náboženských společností.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti památkové péče	SP, OPS	1 272 000 Kč	Veřejně prospěšné projekty, které napomáhají k ochraně památkového fondu v ČR a popularizaci péče o něj. Projekty zaměřené na památkovou péči: sborníky, periodika, konference, sympozia, semináře, přednášky, veřejné soutěže, přehlídky a výstavy, ostatní

				vlastní projekty zaměřené na památkovou péči.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity církví a náboženských společností registrovaných v ČR s nadregionální a celostátní působností	CPO	2 220 000 Kč	Kulturní aktivity jak např. ekumenická setkání, výstavy, oslavy významných výročí, koncerty duchovní a současné křesťanské hudby, celonárodní poutě apod.
Ministerstvo obrany	Rozvoj vojenských tradic	SP, ÚS, OPS, CPO, NaNF	21 000 000 Kč	Prezentace přínosu ozbrojených sil pro vznik a rozvoj České republiky. Organizace besed, přednášek, seminářů, výstav, tematických dnů, pietních aktů k uctění památky padlých vojáků, soutěží a ukázek spojených s vojenskými tradicemi.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory profesionálních kulturních aktivit vysílaných do zahraničí	FO s živnostenským oprávněním a PO, poskytující veřejné kulturní služby	13 514 000 Kč	Projekty z oblasti živého umění a literární projekty vysílané do zahraničí. Projekty z oblasti kulturního dědictví vysílané do zahraničí. Projekty z oblasti současného výtvarného umění, architektury a designu vysílané do zahraničí. Projekty vysílané do zahraničí, obsahově zaměřené na významná česká kulturní nebo historická výročí.
Ministerstvo kultury	Dotační program MK ke komunitárnímu programu Kreativní Evropa (2014 – 2020); Dotační program MK na podporu trvalé udržitelnosti projektu Evropské hlavní město kultury	PO a FO včetně SP	4 551 000 Kč	Veřejné kulturní služby.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory zahraničních kontaktů v oblasti neprofesionálních uměleckých aktivit	PO a FO, které zabezpečují konkrétní kulturní činnost v regionu či obci nejméně jeden rok	2 530 000 Kč	Oblasti: Amaterské divadlo všech druhů, včetně dětského, Taneční umění všech druhů s výjimkou folkloru, Dechové, symfonické a komorní orchestry, Dětské a dospělé folklorní soubory, Dětské a dospělé pěvecké soubory.

Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory kulturních aktivit v oblasti divadla, tance, hudby a výtvarného umění.	PO a FO	392 000 000 Kč	Podpora se týká veřejných kulturních služeb (§ 2 zákona č. 203/2006 Sb.). Je určena na profesionální umění hudební (oblast klasické i tzv. alternativní hudby), výtvarné, divadelní a taneční. Podpora je poskytována na jednotlivé kulturní akce (např. koncerty, výstavy, symposia apod.) a také na průběžnou (celoroční) činnost např. galerií, orchestrů, divadel). Rovněž je podporováno vydávání odborných publikací, včetně periodik.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory projektů v oblasti literatury	PO a FO činné v oblasti kultury, obce a města, příspěvkové organizace s výjimkou příspěvkových organizací MK.	78 000 000 Kč	Vydávání české a překladové literatury + původní ilustrované literatury pro děti a mládež, literárních periodik a sborníků, další literární aktivity jako přednášky, semináře, soutěže, festivaly.
Ministerstvo kultury	Knihovna 21. století – podpora nadstandardních projektů oblasti knihoven	Knihovny evidované podle zákona č. 257/2001 Sb., SP, jejichž hlavním účelem je knihovnická a informační činnost či jejich podpora, s výjimkou příspěvkových organizací MK, ZSPO	3 490 000 Kč	Podpora práce s národnostními menšinami a integrace cizinců, podpora všeobecné dostupnosti knihovnických služeb pro občany se zdravotním postižením, kulturní, výchovná a vzdělávací činnost.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory kulturních aktivit zdravotně postižených občanů a seniorů	PO a FO s výjimkou příspěvkových organizací MK.	6 528 000 Kč	Podpora projektů s regionálním nebo národním dopadem, kulturní aktivity zaměřené především na realizaci Národního plánu podpory rovných příležitostí pro osoby se zdravotním postižením na období 2015-2020, zvláště tyto aktivity: využití terapeutické funkce kultury ke kompenzaci znevýhodnění zdravotním postižením, arteterapeutické programy, prezentace umělecké tvorby jako cesta k ovlivňování veřejnosti, tvorba zdravotně postižených profesionální umělců.

Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory tradiční lidové kultury v České republice	PO a FO s výjimkou příspěvkových organizací MK.	5 422 000 Kč	Podpora projektů, které plní úkoly Koncepce účinnější péče o tradiční lidovou kulturu. Podpora regionálních odborných pracovišť pro péči o tradiční lidovou kulturu, pověřená krajskými úřady. Podpora nositelů tradice lidových řemesel a projektů zaměřených na podporu a uchování statků zapsaných do Seznamu nemateriálních statků tradiční lidové kultury ČR.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory rozvoje zájmových kulturních – mimouměleckých aktivit	PO a FO s výjimkou příspěvkových organizací MK.	234 000 Kč	Projekty zaměřené na: Vzdělávání dětí, mládeže i dospělých prostřednictvím kulturních aktivit, Rozvoj nových a inspirativních metod a forem mimoškolního vzdělávání, Projekty na celoživotní vzdělávání, Komponované kulturně-vzdělávací aktivity, Kulturně-vzdělávací aktivity pro nezaměstnané a rizikové skupiny obyvatel.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory neprofesionálních uměleckých aktivit	PO a FO s výjimkou příspěvkových organizací MK.	14 511 000 Kč	Akce celostátního rozsahu (přehlídky, festivaly a jiné otevřené akce, kterým předchází celorepublikový výběr a dále dílny s ucelenou koncepcí), a kce a přehlídky s prokazatelným a nezastupitelným významem pro českou kulturu s dosahem na území minimálně dvou krajů. Postupové přehlídky.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory regionálních kulturních tradic v České republice na rok 2020	PO a FO, které zabezpečují konkrétní kulturní činnost v regionu či obci nejméně jeden rok. Obce a města	1 383 000 Kč	Kulturní aktivity spojené s významným výročím měst a obcí, s významným výročím kulturně-historických událostí a s významným výročím významných osobností českého původu působících v oblasti kultury, jejichž význam (působení) překračuje rámec regionu.
Ministerstvo kultury	Kulturní aktivity v oblasti podpory kulturních aktivit napomáhajících integraci cizinců žijících v ČR	PO (muzea, galerie, knihovny a další kulturní instituce), s výjimkou příspěvkových organizací MK.	500 000 Kč	Podpora projektů zaměřených na následující oblasti: Integrace a její význam. Zprostředkování české kultury cizincům.



				Zprostředkování informací o cizích kulturách Čechům.
Ministerstvo kultury	Podpora projektů spolků a pobočných spolků (včetně zvláštních organizací pro zastoupení zájmů ČR v mezinárodních nevládních organizacích) podporující kulturní aktivity v oblasti movitého kulturního dědictví, muzeí a galerií.	SP, obce, města, FO a PO	9 058 000 Kč	Prezentace, popularizace a ochrana movitého kulturního dědictví, muzeí a galerií včetně aktivit určených na podporu hendikepovaných. Zajišťování informačního servisu a komunikace. Dokumentace historie spolkového života s vazbou k regionu. Zajišťování důstojného průběhu slavnostních shromáždění a pietních aktů.
Ministerstvo kultury	Program státní podpory stálých profesionálních divadel a profesionálních symfonických orchestrů a pěveckých sborů	Všechny subjekty profesionálního divadla, profesionálního symfonického orchestru a pěveckého sboru, s výjimkou příspěvkových organizací zřizovaných státem nebo hlavním městem Prahou.	190 000 000 Kč	Podpora profesionální divadelní a koncertní tvorby, která má význam z hlediska celého státu, zejména podpora nové tvorby, mladých umělců, podpora programů pro děti a mládež.
Ministerstvo kultury	Výběrové dotační řízení Odboru médií a audiovize pro oblast kinematografie a médií	PO a FO, poskytující služby v oblasti kultury	85 092 000 Kč	Podpora filmových festivalů, přehlídek zaměřených na prezentaci filmové a audiovizuální tvorby. Popularizace mediální tvorby a profesionalizace médií. Profesní vzdělávání, odborné konference a semináře; odborné publikace; propagace kinematografie a audiovize. Diverzifikace programu kin a práce s publikem. Podpora akcí v oblasti kinematografie a médií v ČR s odpovídající prestiží na národní i mezinárodní úrovni.
Ministerstvo kultury	Program na podporu kulturních aktivit příslušníků národnostních menšin	PO a FO, které prokazatelně vykonávají činnost ve prospěch příslušníků národnostních	10 500 000 Kč	Umělecké aktivity, kulturně vzdělávací a výchovné aktivity, studium a rozborů národnostní kultury a lidových tradic, multietnické kulturní akce, ediční činnost (neperiodické publikace),



		menšin nejméně jeden rok		dokumentace národnostní kultury.
Ministerstvo kultury	Veřejné informační služby knihoven	Knihovny evidované podle zákona č. 257/2001 Sb. SP, jejichž hlavním účelem je knihovnická a informační činnost či jejich podpora. Dále ZSPO.	38 206 000 Kč	Vzdělávání knihovníků v oblasti informačních a komunikačních technologií, šíření a poskytování informací občanům prostřednictvím knihoven s využitím ICT (zejména prostřednictvím internetu).
Česká rozvojová agentura	Globální rozvojové vzdělávání a osvěta veřejnosti	SP, ÚS, OPS, CPO, NaNF a další oprávnění příjemci činní v rozvojové spolupráci nebo vzdělávání a osvětě o globálních souvislostech	8 000 000 Kč	Školní i mimoškolní (neformální) vzdělávání s cílem posílit výuku témat souvisejících s rozvojovou problematikou, zvyšování povědomí veřejnosti o rozvojové problematice. Projektové aktivity a výstupy, které směřují k naplňování priorit zahraniční rozvojové spolupráce.
Česká rozvojová agentura	Posilování kapacit platform nestátních subjektů pro rozvojovou spolupráci (včetně posilování kapacit a partnerství NNO)	SP, ÚS, OPS, CPO, NaNF a další oprávnění příjemci (zejména zastřešující organizace nestátních subjektů) činní v rozvojové spolupráci	5 000 000 Kč	Podpora kapacit nestátních subjektů a jejich zastřešujících sdružení / organizací působících v rozvojové spolupráci, vzdělávání a osvětě. Projektové aktivity a výstupy, které směřují k naplňování priorit zahraniční rozvojové spolupráce.

Vysvětlení zkratk:

CPO
NaNF
NNO
OPS
PO
SP
US
USC
ÚV
VŠ
ZSPO

*Církevní právnické osoby
Nadace a nadační fondy
Nestátní neziskové organizace
Obecně prospěšné společnosti
Právnické osoby
Zapsané spolky, včetně pobočných spolků
Zapsané ústavy
Územní samosprávné celky
Úřad vlády České republiky
Vysoké školy
Zájmová sdružení právnických osob*



Kontinuálně se během roku 2019 vyhlašovaly výzvy z oblasti kultury dotované přes Integrovaný regionální operační program (IROP), které jsou však regionálního charakteru. Integrovaný regionální operační program bude pokračovat i v programovém období 2021-2027. Zde budou zveřejňovány postupně informace: <https://www.irop.mmr.cz/cs/IROP-2021>

Příklady možných zdrojů z evropských fondů

Projekty ve větší míře končí příští rok, ale je pravděpodobné, že se budou opakovat (ve stejné či podobné podobě) v následujícím dotačním období:

Kreativní Evropa je program EU na podporu kinematografie a kulturních a kreativních odvětví, plánovaný na období let 2014–2020.

Cílem programu Kreativní Evropa je vytvořit jednotný rámec pro financování projektů v oblasti scénických umění, výtvarného umění, nakladatelství a literatury, filmu, televize, hudby, mezioborového umění, kulturního dědictví a videoher, maximálně využít synergii mezi různými sektory a zvýšit tak účinnost poskytované podpory. Program Kreativní Evropa se skládá ze dvou dílčích programů a mezioborové části.

- **dílčí program MEDIA – podpora evropské kinematografie a audiovizuálního průmyslu**
- **dílčí program KULTURA – podpora mezinárodních projektů v oblasti kulturních a kreativních odvětví**

Celkový rozpočet programu Kreativní Evropa na období 2014–2020 je 1,462 mld. eur. Na dílčí program MEDIA připadá 56 % (818 720 tis. eur), na dílčí program Kultura 31 % (453 220 tis. eur). Zbytek připadá na půjčky ziskových projektů v oblasti kulturních a kreativních odvětví.

Více na: <https://www.kreativnievropa.cz/o-programu/>

Tyto dotace jsou poskytovány ve spolupráci s norskými fondy. Dne 26. 11. 2019 vyhlásilo Ministerstvo financí, jako Zprostředkovatel programu, ve spolupráci s Ministerstvem kultury - Partnerem programu a Norwegian Directorate for Cultural Heritage a Icelandic Centre for Research - partnery programu z donorských států, otevřené výzvy v programu Kultura 2014 – 2021 se zaměřením na: současné umění, profesionální kulturní a umělecká kritika, posilování kapacit oborových zastřešujících asociací a platform. Více na: <https://www.eeagrants.cz/cs/programy/kultura/vyzvy>

12. 4. 2. Finanční zdroje v oblasti sportu

- Státní fond životního prostředí České republiky
- Ministerstvo zemědělství (MZe)
- Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR)
- **Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT)**
- Rozpočet města
- Rozpočet Jihočeského kraje

Celkem by mělo být do oblasti sportu v roce 2020 alokováno z rozpočtu MŠMT 7,25 mld. Kč. Výzva V5 cílí na podporu sportovní infrastruktury v majetku spolků, výzva V6 je určena územním samosprávným celkům (ÚSC).

VÝZVA V5 Sport, investice 2020 pro SK a TJ

Alokace pro výzvu:	1,4 mld. Kč
Limity poskytnuté dotace:	min. 4 mil. Kč – max. 30 mil. Kč.
Podíl vlastních zdrojů žadatele o dotaci:	minimálně 30 % z celkových způsobilých výdajů akce.



VÝZVA V6 Sport, investice 2020 pro ÚSC

Alokace pro výzvu:	500 mil. Kč
Limity poskytnuté dotace:	min. 15 mil. Kč – max. 40 mil. Kč.
Podíl vlastních zdrojů žadatele o dotaci:	minimálně 50 % z celkových způsobilých výdajů akce.

Dále se jedná o následující dotační programy ze státního rozpočtu:

Poskytovatel dotace	Název dotačního programu	Oprávnění žadatelé	Odhad objemu finančních prostředků 2020	Podporované aktivity
Ministerstvo obrany	Podpora branně-sportovních a technických aktivit obyvatelstva	SP, ÚS, OPS, CPO, NaNF	3 700 000 Kč	Organizace praktických branně-sportovních a technických cvičení, outdoorových aktivit s branně-sportovním a technickým zaměřením využitelných při zvládnutí krizových situací vojenského i nevojenského charakteru.
Ministerstvo dopravy	Zajištění vybraných regulačních činností, zejména přenesený výkon státní správy ve specifikovaných kategoriích sportovních létajících zařízení, vyrobených a určených k létání ve vzduchu výhradně za účelem vzdělávání, sportu nebo rekreace jeho uživatele.	SP	8 300 000 Kč	Podpora provozování sportovního a rekreačního létání.
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Sportovní reprezentace a talentovaná mládež	SP (Sportovní svazy, Český olympijský výbor)	1 600 000 000 Kč	Zajištění státní sportovní reprezentace, podpora výchovy sportovně talentované mládeže.
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Můj klub	SP na úrovni sportovních klubů a tělovýchovných jednot (cca 8000)	1 500 000 000 Kč	Podpora činnosti sportovních klubů a tělovýchovných jednot, které organizují sportovní činnost dětí a mládeže do 23 let.
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Organizace sportu	SP (Sportovní svazy, zastřešující sportovní organizace, organizace zastřešující olympijské a paralympijské hnutí, SP s celostátní působností zajišťující organizaci	1 200 000 000 Kč	Podpora činnosti sportovních svazů, zastřešujících sportovních organizací a SP působících v oblasti univerzitního sportu.



		univerzitního sportu)		
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Významné sportovní akce	SP (Sportovní svazy a další SP, které jsou organizátorem takovýchto akcí.)	200 000 000 Kč	Podpora významných sportovních akcí mimořádné důležitosti a vybraných významných sportovních akcí v oblasti sportu.
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Sportování bez bariér	SP, které organizují sportovní činnost handicapovaných sportovců	105 000 000 Kč	Podpora sportu handicapovaných.
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Pohyb a zdraví	SP s regionální a celostátní působností zajišťující organizaci sportu pro všechny	100 000 000 Kč	Podpora SP působících v oblasti sportu pro všechny.
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	Podpora ústředních a mezinárodních kol soutěží a přehlídek v zájmovém vzdělávání a rozvojový program Podpora okresních a krajských kol soutěží a přehlídek v zájmovém vzdělávání	SP, OPS, CPO, ÚS, NaNF, dále PO vykonávající činnost školy nebo školského zařízení zapsané v rejstříku škol a školských zařízení, ÚS v samostatné působnosti a krajské úřady v přenesené působnosti, ostatní PO.	24 000 000 Kč	Oproti roku 2018 dochází nově i k podpoře sportovních soutěží.

Vysvětlení zkratk:

<i>CPO</i>	<i>Církevní právnické osoby</i>
<i>NaNF</i>	<i>Nadace a nadační fondy</i>
<i>NNO</i>	<i>Nestátní neziskové organizace</i>
<i>OPS</i>	<i>Obecně prospěšné společnosti</i>
<i>PO</i>	<i>Právnické osoby</i>
<i>SP</i>	<i>Zapsané spolky, včetně pobočných spolků</i>
<i>US</i>	<i>Zapsané ústavy</i>
<i>USC</i>	<i>Územní samosprávné celky</i>

12. 4. 3. Finanční zdroje v oblasti cestovního ruchu

Pro oblast cestovního ruchu se nabízí několik dotačních titulů evropských, národních, případně krajských. Objem prostředků, které jsou k dispozici pro rozvoj cestovního ruchu, je v posledních letech výrazně menší než před rokem 2015, kdy byla oblast cestovního ruchu poměrně masivně podporována z ESIF. Z evropských zdrojů jsou nyní k dispozici zejména programy, které se cestovního ruchu dotýkají okrajově převážně v oblasti neinvestičních („měkkých“) aktivit, a to v následujících tématech:

- odborné vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu (OP Zaměstnanost; určeno pro široké spektrum příjemců);
- tvorba marketingových a dalších koncepcí, průzkumů, analýz (nejen) v oblasti cestovního ruchu (OP Zaměstnanost; určeno pro místní a regionální samosprávu);
- návštěvnická infrastruktura v chráněných územích (OP Životní prostředí);
- modernizace prostorově a technicky nevyhovujících objektů a areálů pro potřeby využití v oblasti cestovního ruchu (OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost);
- budování infrastruktury pro cyklistickou dopravu, především však pro neturistické účely (Integrovaný regionální OP);
- drobné projekty v obcích pro rozvoj cestovního ruchu (orientační systémy, doplňková infrastruktura apod.; nástroj CLLD financovaný z Integrovaného regionálního OP a Programu rozvoje venkova prostřednictvím místních akčních skupin).

Mezi národními zdroji jsou k dispozici:

- Národní program podpory cestovního ruchu v regionech (program realizovaný MMR ČR v letech 2015-20, z něhož lze podpořit rozvoj infrastruktury cestovního ruchu a návštěvnické infrastruktury, v minulých letech též marketingové aktivity v cestovním ruchu, je určen primárně pro místní a regionální samosprávy, ale vybrané aktivity též pro podnikatelské subjekty, spolky, destinační organizace a některé další subjekty; pro rok 2020 jsou na program alokovány prostředky ve výši 90 mil. Kč, z nichž u většiny jsou předem určené částky pro jednotlivé kraje – pro Jihočeský kraj činí alokace 3,7 mil. Kč na projekty veřejné infrastruktury a 3,7 mil. Kč na projekty doprovodné infrastruktury; dotace činí 50 % celkových způsobilých výdajů
- Udržitelný rozvoj cestovního ruchu na celostátní úrovni (program realizovaný MMR ČR a určený pro Klub českých turistů, v roce 2020 však program nebude realizován a nebudou na něj tedy ze státního rozpočtu alokovány žádné finanční prostředky)
- Přiměřeně jsou pro cestovní ruch platné také některé programy určené na rozvoj kultury, památkové péče nebo sportu (viz informace v předchozích podkapitolách)

Jihočeský kraj podporuje rozvoj cestovního ruchu prostřednictvím programu Podpora cestovního ruchu. Podporovány jsou produkty cestovního ruchu, marketing cestovního ruchu a tematického roku, vybavení informačních center, činnost a provoz infrastruktury cestovního ruchu v Jihočeském kraji a start-up projekty. Pro rok 2019 byla na program alokována částka 6 mil. Kč, dotace činí 30 % celkových způsobilých výdajů, způsobilými příjemci jsou obce, svazky obcí, spolky a další typy subjektů.

12. 5. Příloha 5: Rozdělení finančních prostředků z programu města: Kultura 2019

Zdroj: KOLÁŘOVÁ L., *Na kulturu bylo rozděleno 200 tisíc. Žádosti zněly na téměř půlmilion*, 2/2019, online, dostupné na [www: https://www.jcted.cz/na-kulturu-bylo-rozdeleno-200-tisic-zadosti-znely-na-temer-pulmilion/](https://www.jcted.cz/na-kulturu-bylo-rozdeleno-200-tisic-zadosti-znely-na-temer-pulmilion/)

Spolek Kašpar žádal na letošní divadelní představení ve Vlksicích o příspěvek 20 000 korun, obdrží 7000. Taneční skupina Farida žádala o příspěvek na taneční kostýmy a pomůcky ve výši 13 180 korun, dostane 8000. Plně byl pokryt požadavek Klubu českých turistů, který chtěl 4000 korun na pořádání turistických besed. Částkou 10 000 město přispěje Zdeňku Kláskovi na vydání další knihy pohádek, požadavek zněl na 30 000 korun.

Studio Lavadero Jaromíra Kašpara dostane 9000 Kč na pořádání pěvecké soutěže Oběžná dráha, zde byla žádost o 20 000 korun. Částkou 9000 korun město podpoří Svatohubertskou trubenou mši pořadatele Okresního mysliveckého spolku, požadavek byl na 15 000 Kč. Na přírodovědnou soutěž dětí při Mysliveckých slavnostech bylo přiznáno 3000 korun, požadavek je pokryt z poloviny. Částku 8000 Kč obdrží Římskokatolická farnost Milevsko na velikonoční renesanční a barokní zpěvy, žádost zněla na 12 500 Kč. Spolek pro rozvoj kultury v Milevsku dostane 13 000 korun na Univerzitu třetího věku, požadoval 22 000 Kč.

Z programu Kultura město přispěje také oběma školám – 2. základní škole 4000 korun na veřejná vystoupení dramatického kroužku a 1. základní škole 5000 korun na nákup kláves pro doprovod školního pěveckého sboru. Oba požadavky byly kráceny na polovinu. Částku 4000 Kč dostane fotoklub Cvaky cvak na letošní výstavu, žádost zněla na 10 000 Kč.

Mejdan pro faunu 2019 podpoří město 14 000 korunami z 30 tisícové žádosti a 12 000 Kč obdrží Jiří Hladký na vydání knihy Všechno z kamene na Milevsku a Písecku. Jeho požadavek byl na dotaci 50 000 Kč. Další podpora knihy se týká Klubu českých turistů, který se chystá vydat publikaci ke 100. výročí založení. Dostane na ni polovinu z požadované částky 14 000 korun.

Následuje dvakrát hudba – Milevské muzeum žádalo o 12 000 Kč na koncert duchovní hudby Andělské přátelství, obdrží 7000 korun. Milevskému smíšenému sboru náleží na účast na sborovém festivalu v Rakousku příspěvek 12 000 korun, žádal o 30 000 Kč. Městská knihovna dostane 4000 na akce cyklu scénického čtení Listování a 9000 na projekt Spisovatelé do škol. V prvním případě žádost zněla na 7000 a v druhém na 15 000 korun.

Částkou 9000 Kč přispěje město z tohoto fondu svazu chovatelů na uspořádání okresní výstavy. Požadavek zde zněl na 15 600 korun. Dalších 7000 Kč obdrží tato organizace na Den s chovateli, kde žádala o 20 000 Kč. Následuje ještě částka 9000 Kč pro spolek Racing rescue na letní akci Pytlák žije, kterou spolek žádal podpořit částkou 27 145 korun. Poslední čtyři žádosti podala Farní charita Milevsko. Město podpoří částkou 7000 Kč dětský soubor Musica Marcato (požadavek 13 000 Kč), částkou 9000 Kč koncert písničkáře Pavla Helana (požadavek 20 000 Kč), dále 4000 korun koncert Jiřího Smrže a Bena Loveta (požadavek 11 000 Kč) a ještě 6000 korunami posní koncert souboru Musica Podberdensis (požadavek 15 000 Kč).

Všechny subjekty přitom žádaly jen o část peněz na realizaci svých projektů – celkové náklady uváděly v některých případech podstatně vyšší. Například Univerzita třetího věku Spolku pro rozvoj kultury uvedla



celkové náklady cyklu 140 000 korun, knihy Zdeňka Kláska a Jiřího Hladkého konstatují pořizovací náklady každá téměř 200 000 korun, zatímco turisté uvádějí celkové náklady na chystanou publikaci 27 100 Kč. Jediné divadelní představení ve Vlksicích má vyčísleny náklady 103 120 korun a akce Pytlák žije je rozpočtována na víc než 108 tisíc. Z uváděných nákladů příspěvky města pokryjí v průměru 28 procent.