

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – Cestovní ruch

DIPLOMOVÁ PRÁCE

**Poutní cestovní ruch jako součást produktu
cestovního ruchu ve zvolené oblasti**

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor diplomové práce:

Bc. Michal Kučera

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Michal KUČERA**
Osobní číslo: **E11869**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Poutní cestovní ruch jako součást produktu cestovního ruchu ve zvolené oblasti**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Prostřednictvím analýzy sledovat možnosti uplatnění poutního cestovního ruchu v produktovém portfoliu cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Na základě terénního šetření připravit projekt využití poutního cestovního ruchu ve zkoumané oblasti.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Analýza poutního cestovního ruchu ve zvolené oblasti
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy a inovace
5. Projekt využití poutního cestovního ruchu

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

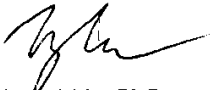
Černý, J. *Poutní místa jižních Čech*. České Budějovice: Veduta, 2006.
Foret, M., Foretová, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001.
Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th edition. Hoboken: John Willey a Sons, 2009.
Horáková, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Palatková, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2013**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOCESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
L.S. 12 08
STUD. ČÍSLO: 1201 12


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Prohlášení

Čestně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Poutní cestovní ruch jako součást produktu cestovního ruchu ve zvolené oblasti“ vypracoval samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které jsou uvedeny v seznamu použité literatury, pod odborným vedením Mgr. Vladimíra Dvořáka.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Č. Budějovicích, 22. 4. 2013

.....
Bc. Michal Kučera

Poděkování

Tímto odstavcem bych rád poděkoval všem, kteří mi byli nápomocni při řešení této diplomové práce. Zvláště bych chtěl poděkovat mému odbornému vedoucímu diplomové práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi a všem, se kterými jsem téma mohl zkonzultovat. Poskytli mi cenné informace a rady, které mi dopomohli ke zdárnému vypracování této diplomové práce.

Obsah

1 Úvod	4
2 Literární rešerše	7
2.1 Cestovní ruch	7
2.2 Typologie cestovního ruchu	8
2.3 Náboženský, církevní, poutní cestovní ruch	8
2.4 Specifika náboženského cestovního ruchu	9
2.5 Průvodcovská činnost	10
2.6 Trh cestovního ruchu	11
2.7 Destinace cestovního ruchu	12
2.8 Organizace cestovního ruchu v destinaci	13
2.9 Marketing	14
2.9.1 Marketing služeb	14
2.9.2 Marketing destinace cestovního ruchu	15
2.9.3 Marketingový mix cestovního ruchu	15
2.10 Produkt cestovního ruchu	18
2.10.1 Tvorba produktu cestovního ruchu	18
2.11 Marketingový výzkum	19
2.11.1 Segmentace trhu	20
2.11.2 Řízené rozhovory	21
2.12 Terminologie poutního cestovního ruchu	22
2.12.1 Náboženství	22
2.12.2 Pout', poutník	22
2.12.3 Poutní místo	23

2.12.4	Sakrální umění	23
3	Metodika.....	24
3.1	Analytická část	24
3.2	Syntetická část	25
3.4	Aplikační část	25
4	Situační analýza	26
4.1	Vymezení zkoumaného území	26
4.1.1	Turistické regiony České republiky	27
4.2	Kulturně-historické předpoklady regionu	28
4.2.1	Historie Jižních Čech	28
4.2.2	Památky Jižních Čech	29
4.3	Poutní cestovní ruch v České republice	31
4.4	Poutní cestovní ruch v regionu Jižní Čechy	35
4.4.1	Přehled vybraných církevních památek	35
4.4.2	Subjekty v oblasti poutního cestovního ruchu	49
4.4.3	Významné akce, události	51
4.4.4	Projekty rozvoje církevní turistiky	54
5	Terénní šetření	57
5.1	Vyhodnocení řízených rozhovorů	57
5.2	Vyhodnocení hypotéz	63
6	Návrhy a opatření.....	64
7	Projekty	69
7.1	Projekt Otevřené brány.....	69
7.1.1	Východní Morava	70

7.1.2	Aplikace na Jihočeský kraj	71
7.2	Obnova pašijové cesty v obci Římov	73
7.2.1	Financování projektu	75
7.2.2	Finanční kalkulace projektu.....	76
7.2.3	Granty	80
8	Závěr.....	81
9	Summary.....	83
9.1	Abstract.....	84
9.2	Keywords.....	84
10	Zdroje	85
10.1	Literární zdroje	85
10.2	Internetové zdroje	87

1 Úvod

Cestovní ruch je jedním z nejvíce se rozvíjejících hospodářských odvětví světa a je považován za progresivní odvětví i s predikcí do budoucnosti. Představuje komplexní hospodářské odvětví, které významně pozitivně ovlivňuje zaměstnanost, platební bilanci, podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, zvyšuje všeobecnou vzdělanost, jeho rozvoj podporuje investiční aktivity a tvoří příjmy státního a místních rozpočtů. Tím vším ovlivňuje ekonomický i sociální rozvoj regionů.

Jedním z druhů cestovního ruchu je poutní cestovní ruch. Poutě a návštěvy sakrálních památek patří mezi nejstarší formy cestování, které se rozvíjejí už přes tisíc let. Poutním cestovním ruchem se v užším pojetí rozumí cestování za účelem návštěvy posvátného místa v době, kdy se na něm koná jedna z řady specifických náboženských událostí neboli poutí. V širším výkladu jde o synonymum k pojmu náboženský, religiózní nebo také církevní cestovní ruch.

Uvedené téma bylo vybráno zejména kvůli jeho zatím neobjevenému potenciálu, které v sobě nepochybně skýtá. V současné době nestojí poutní cestovní ruch v ústraní, ale je druhem cestovního ruchu, který je na vzestupu a nabízí nové možnosti a příležitosti. Není náhodou, že rok 2012 byl Českou centrálou cestovního ruchu označen rokem církevní turistiky. Náboženský cestovní ruch se dostává do popředí zájmu v celosvětovém turistickém průmyslu. To dokazují nejen počty poutníků, kteří se účastní každoročně náboženské turistiky, ale i vzrůstajícím objemem jimi vynaložených finančních prostředků.

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) řadí náboženský (religion), respektive poutní (pilgrimages) cestovní ruch v klasifikaci motivačních důvodů na páté místo.

1. Volný čas, rekreace, dovolená
2. Návštěva známých a příbuzných
3. Obchod a profesionální zájmy
4. Zdravotní cestovní ruch
5. **Náboženský (poutní) cestovní ruch**
6. Ostatní důvody

Pro rozvoj poutního cestovního ruchu na svém území má **Česká republika** výborné předpoklady. S její historií souvisejí význačné osobnosti jako Jan Amos Komenský, Jan Hus nebo svatý Jan Nepomucký. Dále se zde nachází velké množství církevních památek, od chrámů, kostelů, klášterů a synagog přes kaple, kapličky a zvonice až k sochám, křížům a hřbitovům. Hned několik z těchto objektů je považováno za evropské architektonické skvosty. To vše je historický odkaz předchozích generací a značný potenciál pro náboženský cestovní ruch, který však v našich podmínkách není až na výjimky příliš rozvinut.

V současné době jsou úzkou cílovou skupinou poutního cestovního ruchu převážně věřící lidé. Je známo, že na našem území je nejčastěji zastoupena římskokatolická církev, protestantská církev, pravoslavná církev a judaismus. Tematické zájezdy, a to hlavně do zahraničí (Izrael, Polsko, Lurdy) pořádá jen několik specializovaných cestovních kanceláří a farností.

Pro porovnání - církevní turistika zažívá v posledních letech v západní Evropě velký rozmach, a to zdaleka nejen u věřících turistů. Pro většinu turistů je návštěva kostela pouze jedna součást jejich cesty. Jejich další aktivity mohou být například klasická prohlídka středu města, procházka po okolí, návštěva muzea, koncertu či restaurace.

V práci byla vybrána jako zkoumaná oblast turistický region **Jižní Čechy**. V jižních Čechách se pro církevní turisty do budoucna naskýtá možnost tvorby konkrétních tematických okruhů pro jednodenní ale i několikadenní pobyty, během kterých budou moci cestovat od jedné památky ke druhé. Jižní Čechy mohou nabídnout svým návštěvníkům prohlídky mnoha sakrálních staveb, různé slavnosti, akce, výstavy. Prohlídku sakrálních staveb, například kláštera Zlatá Koruna, svatyně v Lomci na Strakonicku, nově zrekonstruované židovské synagogy v Českém Krumlově, poutního areálu v obci Římov u Českých Budějovic nebo Klokot na Tábořsku, lze navíc spojit s doprovodnými aktivitami, kterými mohou být např. cyklistický výlet, prohlídka zámku nebo návštěva místních pivovarů.

Na poutní cestovní ruch by nemělo být nahlíženo pouze jako na druh cestovního ruchu, který je vnímán jen jako součást církevní společnosti, ale měl by být možným zájemcům o víru, historii, architekturu a ostatních aspektů z řad široké veřejnosti představován jako důležitá a významná část daného území jako celku.

Hlavním cílem diplomové práce je sledování možnosti uplatnění poutního cestovního ruchu v turistickém regionu Jižní Čechy a prostřednictvím analýzy poodhalit problémy a nedostatky v oblasti poutního cestovního ruchu ve zvolené oblasti.

Vedlejším cílem je tedy analýza infrastruktury religiózního cestovního ruchu dané lokality. Na základě terénního šetření zjistit aktuální problémy jednotlivých subjektů, které se zabývají oblastí poutního cestovního ruchu. Dalším navazujícím cílem je návrh a příprava projektů využití poutního cestovního ruchu ve zkoumané oblasti.

Níže jsou uvedeny testované hypotézy, které budou následně v dalších kapitolách potvrzeny, či vyvráceny:

H1: O produkty spojené s poutním cestovním ruchem v turistickém regionu Jižní Čechy mají zájem pouze věřící.

H2: Účastníci poutního CR v jižních Čechách upřednostňují jednodenní výlety před vícedenními.

2 Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

Vymezení samotného pojmu „cestovní ruch“ není jednoznačné. Označujeme jím pohyb osob, odvětví národního hospodářství, ale také služby poskytované účastníkům cestovního ruchu. Existuje tedy mnoho odlišných definic.

Nejčastěji zmiňovanou mezi všemi je definice Světové organizace cestovního ruchu (World Tourism Organization - UNWTO), která cestovní ruch definuje jako souhrn aktivit osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok, za účelem trávení volného času, podnikání, či jiným účelem.

Podle Heskové a kol. (2011, s. 3) je cestovní ruch významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace nejen za účelem rekreace, ale i poznávání. Je pozoruhodnou součástí spotřeby a způsobu života obyvatel, zejména ekonomicky vyspělých zemí. Cestovní ruch zaujímá téměř stejně významné postavení ve světovém vývozu jako telekomunikace, ropný, chemický a automobilový průmysl.

Naproti tomu Hornerová a Swarbrooke (2003, s. 53) chápou cestovní ruch jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například služební cesty, kde hlavním smyslem cestování není zábava, nýbrž práce.

Podobný názor mají také Foret a Foretová (2001, s. 9-10). Ti uvádějí, že se cestovní ruch stal v posledních desetiletích významným celosvětovým fenoménem, zejména jako důležitá součást tzv. průmyslu volného času. Jeho ekonomické, ekologické, sociální, politické, kulturní a mnohé další dopady jsou neoddiskutovatelnou součástí proměn dnešního světa. Je nepochybné, že cestovní ruch přispívá k rozvoji místa (vytváří pracovní a podnikatelské příležitosti, přináší potřebné zejména zahraniční investice, zvyšuje životní úroveň). Na druhé straně však také vyžaduje určitou úroveň služeb, zejména pro volný čas. Neobejde se bez kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení, bez potřebné infrastruktury (komunikace, dopravní dostupnost). Představuje i určité sociální a ekologické hrozby. A právě v koordinaci místních aktivit, v iniciování

podpůrných projektů i preventivní ochraně podmínek života spatřujeme základní přínos a úlohu místní veřejné správy a samosprávy.

2.2 Typologie cestovního ruchu

Hesková a kol. (2011, s. 21-27) uvádějí, že specifikovat cestovní ruch jen ve všeobecné rovině by bylo nedostačující z důvodu, že v každodenní praxi se projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických možnostech nabídky.

O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, pokud za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. Jedná se především o rekreační, sportovní, dobrodružný, myslivecký a rybářský cestovní ruch, **náboženský (poutní)**, lázeňský, zdravotní, obchodní, kongresový či stimulační cestovní ruch.

O formách cestovního ruchu mluvíme, jestliže za základ posuzování cestovního ruchu budeme považovat různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Toto poznání dovoluje lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu. Rozlišujeme např. cestovní ruch z geografického hlediska, podle počtu účastníků, podle způsobu organizování, podle délky účasti nebo podle ročního období.

2.3 Náboženský, církevní, poutní cestovní ruch

Náboženský (religiózní) cestovní ruch je v širším smyslu: forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni návštěvami a prohlídkami religiózních památek – kostelů, katedrál, hřbitovů, poutních míst aj. V užším smyslu: cestování, jehož hlavním důvodem jsou náboženské obřady a poutě. Vedle tohoto pojmu používáme i označení

náboženský cestovní ruch, náboženská turistika či poutní turistika. (Pásková a Zelenka, 2002, s. 250)

Podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 202) je náboženský cestovní ruch (církevní turistika) založen na návštěvách poutních míst, míst církevních slavností a míst návštěvy významných církevních osobností věřícími. Lze použít také termín poutní turistika. Cílem účastníků je posílení víry prostřednictvím cesty do vzdálenějšího místa kultu, k určitému kultovnímu objektu, které je širokými vrstvami věřících uznáváno jako místo výjimečné, vzniklé na základě nadpřirozeného jevu, zázraku. Mezi známá evropská a světová poutní místa patří Vatikán, Nazaret, Mekka, Medina a další. Církevní turistika tvoří v některých zemích důležité odvětví ekonomiky. Jiný autor uvádí, že náboženská turistika, někdy také označovaná jako poutní turistika, je druhem cestovního ruchu, při kterém účastníci navštěvují místa s náboženským významem či aktivity spjaté s náboženskými obřady.

K základním motivům náboženské turistiky podle Čertíka (2000, s. 266) patří:

- Účast na náboženských obřadech, slavnostech, bohoslužbách, poutích a jim podobných akcích.
- Návštěva míst spjatých s náboženstvím a majících náboženský, kulturní nebo národní význam.
- Vzdělávání a účast na seminářích, kongresech, meditativních setkáních a dalších typech akcí s náboženským programem.
- Zdravotní motivy, spojené s vírou v léčebný účinek přírodních látek a samotných míst.

2.4 Specifika náboženského cestovního ruchu

Typickými znaky církevní turistiky jsou:

- Podstatný je cíl, nikoliv rychlost přepravy nebo vzdálenost.
- Nezbytnost respektu k náboženským, společenským a kulturním zvyklostem.
- Věku účastníků (často jde o starší osoby) je třeba upravit denní režim.

- Nezbytnost zajistit speciální stravovací, ubytovací, dopravní a průvodcovské služby. (Rygllová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 202)

Podle Čertíka (2000, s. 267) k charakteristickým rysům náboženské turistiky, vyžadující od organizátorů zvláštní pozornost při přípravě a zajištění jednotlivých akcí, patří:

- Masový charakter řady akcí.
- Respektování náboženských, společenských a kulturních zvyklostí účastníků.
- Úprava denního režimu podle zvyklostí a potřeb turistů.
- Příprava a zajištění speciálních stravovacích, ubytovacích, průvodcovských a dalších služeb v souladu s požadavky turistů.

2.5 Průvodcovská činnost

Každoročně se cestovního ruchu v České republice, v Evropě i na světě účastní miliony návštěvníků. Část jich cestuje individuálně, část prostřednictvím cestovních kanceláří. Všichni ale mají během účasti na cestovním ruchu potenciální možnost využívat služby průvodců – průvodcovskou činnost, která je součástí produktu cestovního ruchu. Všeobecně je předmětem služeb průvodců opakované doprovázení skupin návštěvníků cestovního ruchu nebo jednotlivých návštěvníků, péče o dodržování dohodnutého programu a standardu služeb a poskytování informací za úplatu. (Orieška, 2007, s. 5-6)

Průvodcovské a asistenční služby poskytuje více kategorií pracovníků. Jejich tradiční členění je na průvodce cestovního ruchu, označované i jako průvodce cestovních kanceláří, průvodce místní – vlastivědné, průvodce po kulturně-historických památkách (hradech, zámcích a jiných objektech), horské průvodce a průvodce po zpřístupněných jeskyních. Jedná o tzv. uzanční (zvyklostní) klasifikaci, která nemusí mít vždy oporu v platné legislativě. Přehledné rozdělení klasifikace:

- Průvodce cestovního ruchu
- Technický průvodce
- Odborný průvodce

- Delegát
- Průvodce při lovecké turistice
- Jiný (např. průvodce garantované trasy, ekoprůvodce, geoprůvodce)
- Místní (vlastivědný) průvodce
- Průvodce po kulturně-historické památce
- Horský průvodce (vůdce)
- Průvodce po zpřístupněné jeskyni

Průvodce cestovního ruchu je osobnost, kterou charakterizuje souhrn duševních vlastností a schopností nezbytných pro práci v cestovním ruchu. Nezbytná je jeho odborná připravenost, potřebné jsou i přiměřené fyzické dispozice. (Hesková a kol., 2011, s. 118; Oriška, 2007, s. 7-15)

2.6 Trh cestovního ruchu

Z pohledu ekonomů je trh interakcí mezi nabízejícími a kupujícími; místem vzájemného střetávání nabídky a poptávky. Základní úlohou dokonale fungujícího trhu kromě zprostředkování směny je efektivní alokace zdrojů. Selhání trhu vyvolává potřebu ochrany a korekce trhu ze strany vlády různými formami vládní hospodářské politiky. Zvláštností trhu cestovního ruchu je, že se na něm uskutečňuje prodej zboží i prodej služeb. Jedna část prodeje se realizuje výlučně na trhu cestovního ruchu a nabízejí ji specializované podniky cestovního ruchu (cestovní kanceláře, cestovní agentury, hotely, turistická střediska aj.). Druhá část prodeje je předmětem realizace trhu jako celku (obchody, banky, pojišťovny atd.).

Subjekty trhu cestovního ruchu:

- prodávající
- kupující
- mezičlánky (prostředníci a zprostředkovatelé)

Objekty trhu cestovního ruchu:

- služby
- zboží

- volné statky (přírodní, místa apod.)
(Jakubíková, 2009, s. 54)

Podle Heskové a kol. (2011, s. 62-63) se trh cestovního ruchu skládá z podniků cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu.

Sestává se z celé řady společně působících organizací, jako jsou:

- Prodejci zájezdů
- Dopravní společnosti
- Komerční ubytovací zařízení
- Stravovací zařízení
- Návštěvnické atraktivity
- Zábavní parky

Je to trh, který se velmi dynamicky mění. Působí na něj řada objektivních i subjektivních faktorů. Z hlediska poptávky je trh cestovního ruchu výrazně diferencován.

2.7 Destinace cestovního ruchu

Podle UNWTO představuje destinace „místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh“.

Podle D. Buhalise je destinace charakterizována šesti složkami: attractions (atraktivity), accessibility (dostupnost), amenities (suprastruktura cestovního ruchu), available packages (připravené produktové balíčky), activities (aktivity), ancillary services (doplňkové služby). (Kirářová, 2003, s. 15-16)

Palatková (2006, s. 16) ve své knize udává, že destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivity) místa nebo oblasti. Atraktivity destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti

destinace. Podle Hegera i definice UNWTO je destinace chápána jako „geografický prostor (stát, místo, region), který si návštěvník (segment) vybírá jako svůj cíl cesty“.

Dwyer, Forsyth a Dwyer (2010, s. 778) tvrdí, že velikost přínosu destinace z turismu se odvíjí od zámožnosti turistů a jejich ochoty utracet v dané destinaci.

2.8 Organizace cestovního ruchu v destinaci

Podle Királ'ové (2003, s. 18-19) je nutno v zájmu jednotného postupu při nabízení destinace na trhu cestovního ruchu vytvořit takovou organizaci cestovního ruchu, která bude efektivně koordinovat činnosti všech zainteresovaných subjektů působících v destinaci, bude schopna přizpůsobit se změnám na trhu a její odpovědnost za dosažené výsledky bude korespondovat s možností tyto výsledky ovlivnit.

V organizaci cestovního ruchu by v této souvislosti měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé destinace.

Koordinace zájmů všech zainteresovaných stran je jednou z podmínek nekonfliktního rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Předpokladem úspěšné koordinace je:

- Systematická a kontinuální spolupráce všech zainteresovaných subjektů
- Podnikatelské myšlení zainteresovaných subjektů
- Vypracování a realizace koncepce rozvoje cestovního ruchu v destinaci
- Znalost společných zájmů
- Stanovení společných cílů
- Vytvoření organizačních předpokladů pro realizaci společných zájmů a dosažení společných cílů.

2.9 Marketing

Marketing se zabývá vztahy mezi kupujícími a prodávajícími a činnostmi, které mají tyto vztahy dovést k uspokojivému závěru. Na rozdíl od ekonomiky, která se soustřeďuje na vztah mezi nabídkou a poptávkou, marketing vychází z myšlenky, že ústředním zájmem všech lidí pracujících v organizacích je zákazník. (Horner a Swarbrooke, 2003, s. 28).

Podstatou marketingu je snaha nalézt rovnováhu mezi zájmy zákazníka a podnikatelského subjektu (Boučková, 2003, s. 3). Autorka dále dodává, že marketing lze například definovat jako proces, v němž jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby a směny produktů a hodnot to, co požadují.

Oficiální definice marketingu přijatá Americkou marketingovou asociací na konci roku 2004 zní: Marketing je jednou z činností vykonávaných organizacemi a sadou procesů pro vytváření, sdělení a poskytnutí hodnoty zákazníkům a pro řízení vztahů se zákazníky takovým způsobem, z něhož má prospěch organizace a zájmové skupiny s ní spojené (Jakubíková, 2009, s. 44).

Kotler a Armstrong (2004, s. 30) definují marketing jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

2.9.1 Marketing služeb

V současné době vysvětlují podstatu služeb nejlépe američtí autoři Kotler a Armstrong: Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem. (Vašítková, 2008, s. 13)

Payne (1996, s. 33) uvádí, že marketing přišel do odvětví služeb poměrně pozdě. Částečně to lze vysvětlit slabou konkurencí v dřívějších službách, komplexní povahou produktu a určitou omezeností tradičního mixu 4P v marketingu služeb.

Oproti tomu Michalová (1999, s. 44) říká, že kvalita služeb je definována jako stupeň splnění očekávání zákazníků poskytnutou službou, anebo disproporce (nesoulad) mezi očekáváním a vnímáním.

2.9.2 Marketing destinace cestovního ruchu

Marketing destinace podle Palatkové (2006, s. 76) představuje významný nástroj pronikání destinací na mezinárodní i domácí trh turismu na regionální, lokální i národní úrovni. Marketing destinace v sobě propojuje strategickou, taktickou a administrativní rovinu s přihlédnutím k potřebám transformace na nové podmínky trhu cestovního ruchu.

Morrison (1995, s. 16) definuje marketing destinace cestovního ruchu jako plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznickových potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit, či snížit činností dalších komplementárních organizací.

2.9.3 Marketingový mix cestovního ruchu

Produkt je všeobecný termín pro všechno, co sdružení cestovního ruchu nabízí současným i potencionálním návštěvníkům. Z hlediska návštěvníka, který destinaci chápe jako komplex vhodný, nebo nevhodný na uspokojení svých potřeb a požadavků, je produktem to, co si po návštěvě destinace může odnést do místa svého bydliště, tj. splnění tužeb, zážitek, zkušenost. (Királ'ová, 2003, s. 86)

Podle Kotlera a Foxe (1985, s. 221) je produkt cokoliv, co je možné nabízet na trhu k pozornosti, na získání, používání nebo na spotřebu a co může uspokojit potřebu nebo požadavek. Patří sem fyzické předměty, služby, lidé, místa, organizace a myšlenky.

Podle vymezení Americké marketingové asociace se za produkt považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí. Proto sem řadíme jak fyzické předměty a služby, tak také osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoř apod.

V analytickém pohledu rozlišujeme na produktu následující tři úrovně:

1. Jádno – obecné vyjádření očekávání, proč si jako zákazníci produkt kupujeme. Je to základní užitek, který nám produkt přináší. Můžeme říci, že to jsou vlastnosti produktu vyjádřené jednoduše z hlediska zákazníka.

2. Vlastní, skutečný nebo někdy také reálný produkt, potom zahrnuje následujících pět charakteristických znaků: kvalitu, provedení, styl a jemu nadřazený design, značku, případně i obal.

3. Rozšířený, širší produkt, obsahuje například dodatečné služby či výhody jako jsou delší záruční lhůty, garanční a propagační opravy, odbornou instruktáž, leasing, platbu na splátky, pojištění.

(Foret a Foretová, 2001, s. 66)

Další části marketingového mixu vysvětluje Hesková a kol. (2011, s. 141-147)

Cena a cenová tvorba je chápána jako finální část marketingového mixu. Cena plní dvě funkce. Jednak je přímým determinantem rentability, jednak působí jako magnet, který zákazníky přitahuje, nebo odrazuje. Cena obecně má informativní a obchodní dimenze.

Místo – distribuce. Pomocí tohoto nástroje marketingu hledáme odpověď na otázku: Jaký způsob dodání služeb cestovního ruchu a pohostinství bude nejefektivnější? Klasický distribuční systém fyzicky existuje pouze v případě dodávky jídel do domácnosti (na objednávku).

Marketingová komunikace (Promotion). Komunikační mix je kombinací následujících nástrojů: reklamy, osobního prodeje, podpory prodeje a public relations. Záměrem celého komunikačního mixu je ovlivňovat spotřební chování zákazníka.

Lidé. Tato část marketingového mixu je velmi významná pro všechny obory cestovního ruchu. Člověk vystupuje ve dvou podobách, a to jako zaměstnanec a jako zákazník (klient).

Spolupráce (Partnership). V produktech cestovního ruchu bez vzájemné spolupráce organizací by nebylo možné realizovat některé typy produktů na trhu (například tvorba zájezdu, služby hotelových rezortů). Typy kooperací mohou být ve formě horizontální a vertikální.

Nabídka balíků služeb (Packaging). Pod pojmem „balíček“ tedy v marketingovém mixu cestovního ruchu rozumíme něco víc než jen obvyklou kompenzaci předplaceného stravování při odjezdu z rekreace.

Atraktivnost naší nabídky má vícerozměrnou podobu. Málokdy je jedna složka (přírodní úkaz, kulturní památka) sama o sobě tak jedinečná, že dokáže dlouhodobě přitahovat zájemce a návštěvníky. Obvykle se turistům nabízejí stovky a tisíce více či méně podobných možností. Proto, abychom zvýšili zajímavost a případně vytvořili něco jedinečného, musíme svoji nabídku pojmut jako komplex služeb, v němž se vzájemně doplňují, rozšiřují a posilují jednotlivé body. Jedná se o komplex služeb, který vzniká ze spolupráce a partnerství více organizací, které své dobré služby (například neobvyklý způsob dopravy, nevšední ubytování) prezentují společně.

Balíček znamená pro klienta možnost výběru. Nesnažíme se mu vnutit právě jen jedno místo, jeden hotel či jedno muzeum. Nabízíme celý komplex možností svobodné volby, komplex, s jehož pomocí si můžeme vytvořit program pro víkendové či týdenní putování a který jej ponuká vrátit se znovu a využít další nabízené možnosti.

Programová specifikace služeb (Programming). Úzce navazuje na tvorbu balíku služeb. Nástroje jsou propojené, mají za cíl vyvolat zájem o mimosezonní období u zákazníků, kdy účastníkům ve střediscích cestovního ruchu je poskytován další servis. Ne vždy je program vázán na balík služeb. Tvorba balíku služeb a programování má za cíl:

- eliminovat působení faktoru času a místa
- zlepšovat rentabilitu poskytovaných služeb
- využívat segmentační strategii
- iniciovat kooperaci subjektů

2.10 Produkt cestovního ruchu

Produktem rozumíme jakýkoli statek, který může být nabídnut na trhu, aby uspokojil potřebu, touhu nebo přání. Podrobněji definováno, produkty rozumíme fyzické předměty, služby, události, ale i zkušenosti, osoby, místa, organizace, informace a myšlenky či různé kombinace těchto prvků, tj. vše, co se může stát předmětem směny, použití či spotřeby, co může uspokojit potřeby a přání. (Kotler a Armstrong, 2004, s. 32). Kirařová (2003, s. 33) doplňuje, že produkt je nejdůležitější z nástrojů marketingu.

Orieška (2010, s. 7) uvádí, že potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány prostřednictvím volných statků, služeb, zboží a veřejných statků. Stejně vymezení uvádí i Hesková a kol. (2011, s. 96-97) a dodává, že produkt cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se hlavně o soubor služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Dále je v této publikaci napsáno, že rozhodující součástí produktu cestovního ruchu jsou služby. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, tj. produkují je nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru.

2.10.1 Tvorba produktu cestovního ruchu

Tvorba nového produktu/produktové řady vychází z výsledků analýzy možností destinace, potřeb a požadavků segmentů trhu a finanční náročnosti zavedení nového produktu/produktové řady na trh. V této souvislosti sdružení cestovního ruchu posuzuje ekonomickou náročnost, sociální kompatibilitu, fyzickou atraktivnost, komplementaritu a prodejnost nového produktu/produktové řady v rámci produktového mixu.

Při hodnocení ekonomické náročnosti nového produktu/produktové řady je třeba brát v úvahu finanční zdroje na krytí nákladů a jejich návratnost, při hodnocení sociální kompatibility tvorbu nových pracovních míst, dále vliv na kulturní památky

a strukturu destinace, při hodnocení fyzické atraktivity konkurenční schopnost destinace, z hlediska komplementarity existující infrastrukturu a z hlediska prodejnosti trendy na trhu cestovního ruchu, potřeby a požadavky nových trhů, reakci trhu na nový produkt/produktovou řadu, kritéria segmentace a výběr cílového segmentu pro produktovou řadu. (Királ'ová, 2003, s. 100)

Podle Urbana a Hausera (1980, s. 33) lze proces tvorby nového produktu/produktové řady rozdělit na čtyři kroky, a to:

1. Identifikaci možností na trhu
2. Tvorbu produktové řady
3. Testování
4. Zavedení na trh cestovního ruchu

2.11 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum definovali Aaker a Day (1990, s. 17) jako kontinuální proces specifikace, sběru, analýzy a interpretace dat o prostředí, v němž se daný subjekt nachází, s cílem lepšího porozumění prostředí a dalšího rozvoje subjektu.

Podle Palatkové (2006, s. 84) je výzkum nezbytnou a v určitém ohledu nejvýznamnější součástí marketingu destinace. V současném marketingu se stává rozhodující spíše vlastnictví informací než vlastnictví jiných zdrojů. Konkurenti mohou okopírovat produkty nebo postupy, složitě však okopírují intelektuální kapitál.

Další zdroj uvádí, že marketingový výzkum je proces, při kterém zkoumáme jednotlivé jevy na trhu a jejich vzájemné vztahy a vlivy marketingových nástrojů na ně.

Zahrnuje následující kroky:

Definování problému, který má být řešen. V této fázi se stanoví cíl, jehož má být marketingovým výzkumem dosaženo, je stanoven způsob zpracování informací, termíny jednotlivých fází výzkumu a cena

Určení zdrojů informací. Na základě znalostí musíme určit, které z informačních zdrojů budeme pro výzkum používat. Jedná se o sekundární a primární zdroje nebo jejich kombinaci.

Výběr vzorku a sběr dat. Výběrem vzorku rozumíme určení skupin respondentů, které mají být zahrnuty do výzkumu a také určení velikosti zkoumaného vzorku.

Analýza a interpretace dat. Získaná data je nutné zpracovat pomocí statistických metod tak, aby byla pro marketingový výzkum použitelná.

Závěrečná zpráva. Ta obsahuje rekapitulaci cíle a předmětu výzkumu, použitých metod, shrnutí základních poznatků, kterých bylo výzkumem dosaženo, formulaci závěrů a doporučení. (Čertík, 2000, s. 66-67)

2.11.1 Segmentace trhu

Segmentace trhu znamená rozdělení zdrojového trhu destinace do relativně homogenních skupin (cílových trhů destinace) podle společných charakteristik (věk, vzdělání, národnost, zájem o určitý produkt, zájmy, názory,...). V současné době se provádí segmentace méně často podle klasických třídících mechanismů, a naopak je patrná snaha uplatňovat nové přístupy zaměřené na tzv. multiopčního klienta. U něj není možné zcela jednoznačně vymezit homogenní skupiny, jelikož klient konzumuje služby příležitostně podle situace a bez dodržení norem a struktur. (Palatková, 2006, s. 92)

Čertík (2000, s. 62) vyzdvihuje to, že je zřejmé, že pro většinu subjektů na trhu cestovního ruchu je nemyslitelné oslovovat všechny potenciaální zákazníky. Abychom oslovili ty správné, je potřeba provést výběr vhodných zákazníků na základě předem určených kritérií, neboli provést segmentaci trhu. Segmentací trhu rozumíme členění trhu na různé skupiny zákazníků, které mají společné charakteristiky. Jednotlivé segmenty trhu potom vytvářejí cílové trhy, na které se podniky zaměřují. Abychom mohli určit jednotlivé segmenty trhu, musíme stanovit segmentační základny, tj. kritéria, podle kterých budeme skupiny zákazníků vybírat.

Királová (2003, s. 60) ve své publikaci uvádí, že existuje jen málo destinací, které vyhovují všem návštěvníkům. Úspěšnost destinace na trhu cestovního ruchu předpokládá neustále zkoumat, co návštěvníci potřebují a požadují, proč to potřebují a požadují, jak, kde, jak často a kdy to, co vyžadují a potřebují, kupují. Na základě relativně homogenních znaků může sdružení cestovního ruchu současné i potenciaální návštěvníky destinace rozdělit na skupiny – segmenty. Různé segmenty trhu mají různé

potřeby a požadavky, různý stupeň současné i budoucí spotřeby, různá očekávání ohledně produktu, vyžadují různý způsob komunikace a různě se na trhu chovají.

2.11.2 Řízené rozhovory

Individuální interview neboli řízený rozhovor lze definovat jako sondážní nestandardizovaný osobní rozhovor, umožňující individuálnímu respondentovi volně hovořit a podrobně vyjádřit své názory a pocity k předmětu výzkumu. Cílem hloubkového rozhovoru je odhalit často hluboce zakořeněné příčiny určitých názorů nebo určitého chování, které si respondent sám často vůbec neuvědomuje. Při individuálním interview je důležité vytvoření kontaktu s explorovanou osobou. Je podmínkou pro pravdivou výpověď, dobrý kontakt se projeví ve spontánní komunikaci explorované osoby.

Úspěch hloubkového rozhovoru závisí:

- Na vytvoření uvolněného a sympatického vztahu mezi tazatelem a respondentem v prostředí, v němž by respondent mohl v pohodě a volně prezentovat své názory a pocity bez obav z kritiky nebo nedostatku porozumění.
- Schopnosti tazatele sondovat zajímavé a pravdivé odpovědi.
- Na umění tazatele usměrňovat diskuzi k sondovanému námětu.

Scénář interview vyžaduje postup od jednodušších otázek k hlubším problémům. Sleduje nejen verbální odpověď, ale i celkové reakce, mimiku, spontánnost vyjadřování (signálem uvědomovaných i neuvědomovaných zábran je snížení spontánnosti, potíže ve vyjadřování, zadržávání) apod.

Rozlišují se dva typy hloubkových rozhovorů:

- *volný (neřízený) rozhovor* – při volném rozhovoru ponechává tazatel konverzaci v určitých mezích maximálně volný průběh;

- *cílený (řízený) rozhovor* – při cíleném rozhovoru má tazatel k dispozici specifický seznam témat, která mají být prodiskutována, přičemž pořadí a průběh projednávání jednotlivých témat a formulování otázek je ponecháno na tazateli. (Boučková, 2003, s. 76-77; Zbořil, 1998, s. 97-98).

2.12 Terminologie poutního cestovního ruchu

2.12.1 Náboženství

Z možné etymologie latinského termínu pro náboženství „religio“ (re-ligare – vzájemně se vázat) lze chápat náboženství jako vzájemnou vazbu mezi člověkem a skutečností, jež ho přesahuje. (Říčan 2007, s. 35)

Zjednodušeně můžeme říci, že náboženství je moderní souhrnný pojem pro velmi rozmanité soustavy jednání, symbolů a představ, jimiž různá společenství vyjadřují reálný, životní, osobní vztah k transcendentní (skutečnost přesahování, překračování) zkušenosti. Každé náboženství má společné rituály nebo bohoslužby, určité představy o světě a místě člověka v něm a mnoho náboženství vyžaduje i určitou morálku.

2.12.2 Pout', poutník

Pout' je putování věřících na posvátná místa ve vlastní zemi nebo do zahraničí. Věřící putují na místa posvátná pro jejich náboženství, na místa církevních slavností a událostí a na místa návštěvy významných církevních osobností. Smyslem pouti je zpravidla uctít stopy zázraku, který se zde udál, poprosit Boha či světce o uzdravení (pokud bylo zázrakem uzdravení), případně za takové zázračné uzdravení poděkovat nebo skrze namáhavou cestu provést pokání či obětovat tuto námahu Bohu. Tradiční je putování do poutních míst pěšky, kdy se putuje i několik dní. (Pásková a Zelenka, 2002, s. 221)

2.12.3 Poutní místo

Poutní místo je místo, které je širokými vrstvami obyvatelstva uznáváno jako místo výjimečné, vzniklé na základě zásahu nadpřirozené bytosti, tj. zázraku. Je zpravidla opatřeno kostelem, kaplí či určitým kultovním objektem (soška apod.). (Pásková a Zelenka, 2002, s. 258)

Poutní místa jsou místa spojená s určitou náboženskou tradicí. Např. narozením (popř. smrtí) světců, legendami o zázracích (zjevení), uložení relikvií. Mezi nejznámější poutní místa, k nimž putují křesťané, patří četné lokality v Palestině spojené s působením i smrtí Ježíše, jeho matky Marie a apoštolů. V katolické církvi získala světovou proslulost mariánská poutní místa, kde se podle legend měla zjevit Panna Maria. V judaismu jsou to místa, kde se podle Starého zákona zjevil Bůh, či která nějak s Bohem souvisejí.

2.12.4 Sakrální umění

Sakrální umění je umění vázané k náboženskému kultu. Kromě „tradiční“ sakrální architektury jakou jsou chrámy, kláštery, kostely, katedrály, boží muka atd., jde mimo jiné i o chrámy a pyramidy Inků a Aztéků v Americe, v Egyptě o pyramidy, stély aj. V Evropě se výrazně rozvinulo v pozdní antice a mělo výsostné postavení v Byzanci.

(Pásková, Zelenka, 2002: 259)

3 Metodika

Práce je rozdělena na dvanáct kapitol a ty jsou dále děleny na podkapitoly. Informace v jednotlivých kapitolách a podkapitolách jsou členěny do odstavců. Jednotlivé kapitoly na sebe navazují a společně tvoří kompaktní celek.

V úvodu práce se lze seznámit s obecnými souvislostmi, cíli práce a stanovenými hypotézami. V třetí kapitole - Metodika práce - jsou čtenáři zasvěceni do problémů, které se pokusí kvalifikační práce vyřešit a také do postupů, které byly použity.

Závěrečné kapitoly osm a devět slouží ke shrnutí celé práce a jednotlivých cílů, a to jak v českém tak i anglickém jazyce. V kapitole deset jsou uvedeny použité literární a elektronické zdroje, ze kterých bylo při psaní práce čerpáno. Celou práci uzavírají kapitoly jedenáct a dvanáct. Zde jsou seznamy použitých map a tabulek a také přílohy práce, kde jsou k zhlédnutí fotografie jednotlivých památek, výzva Regionálního operačního programu Jihozápad a náhledy vybavení křížové cesty.

3.1 Analytická část

Nejprve bylo provedeno studium odborné literatury, a to jak z oblasti cestovního ruchu, tak publikace týkající se náboženství, poutních cest a sakrálních staveb. Knižní publikace byly získávány v univerzitní knihovně Jihočeské univerzity a také ve Vědecké knihovně v Českých Budějovicích. Získané poznatky byly nápomocny k osvojení si problematiky související s daným tématem. Nalezená teoretická východiska jsou uvedena v literární rešerži a slouží jako základ k dosaženým závěrům.

Poté následovalo provedení tzv. situační analýzy. Ta vycházela ze shromážděných informací o zkoumaném území, nalezených na internetových stránkách a z vlastního průzkumu oblasti. Situační analýza obsahuje vymezení zkoumaného území, jeho charakteristiku a informace o poutním cestovním ruchu na území celé České republiky a v oblasti vybrané destinace.

3.2 Syntetická část

Tato část vychází z analytické části a její náplní je následné potvrzení, či zamítnutí stanovených hypotéz na základě provedeného terénního šetření. Jako nejefektivnější vzhledem ke specifickému segmentu cílové skupiny byla stanovena metoda kvalitativního průzkumu, konkrétněji řízených rozhovorů s členy organizací zabývajících se poutním cestovním ruchem. Ty posloužily k získání primárních dat. Terénní šetření posloužilo také k nalezení problémů a jejich řešení v oblasti církevní turistiky.

3.3 Aplikační část

Po získání primárních a sekundárních dat následuje aplikační část, kde je kladen důraz na samotné řešení práce a přípravu projektů, který by měl dopomoci k lepší propagaci, zkvalitnění služeb a lepšímu využití poutního cestovního ruchu. Konkrétně je to kapitola 7 Návrhy a opatření, která má za úkol nastítnit řešení nalezených problémů a převést tak teorii do praxe. Další kapitola 8 Projekty popisuje a vyčísluje z ekonomického hlediska navrhované projekty, které povedou k dosažení cílů diplomové práce.

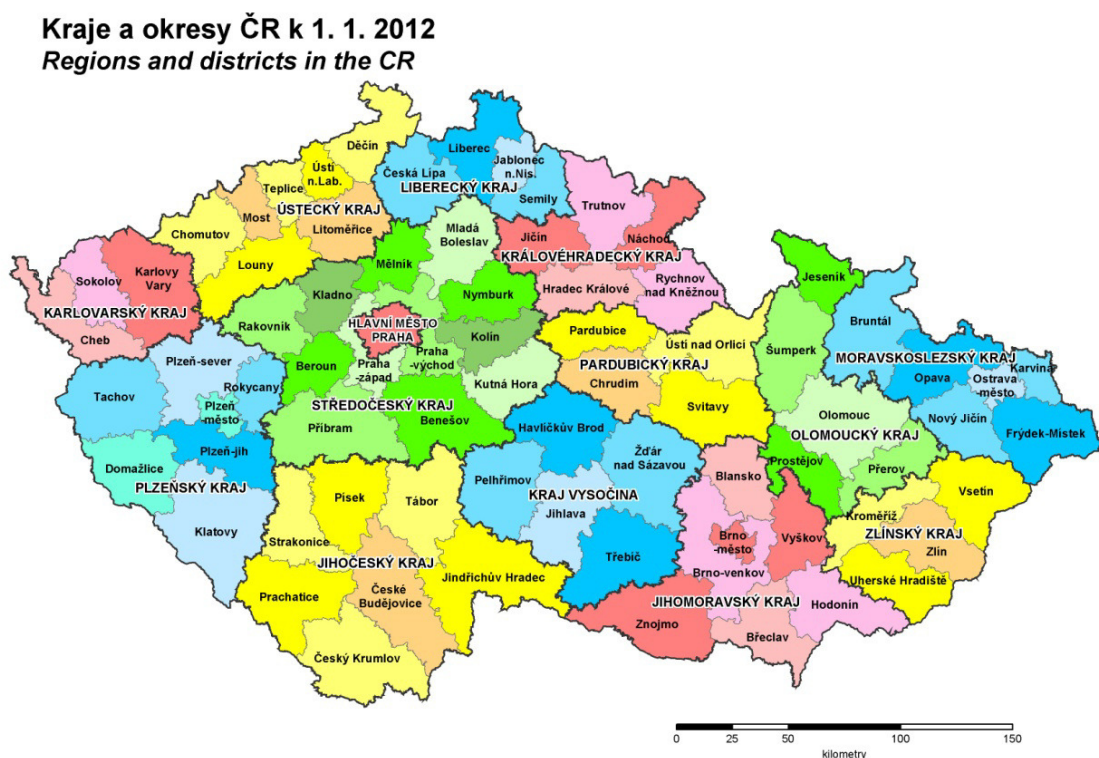
4 Situační analýza

Nejprve je vymezeno zkoumané území a následuje jeho popis a charakteristika. Ta je zaměřena na předpoklady rozvoje poutního cestovního ruchu. Dále je analyzován poutní cestovní ruch obecně na území celé České republiky a poté konkrétněji ve zkoumaném území.

4.1 Vymezení zkoumaného území

Česká republika se v současnosti dělí na 14 vyšších územních samosprávních celků neboli krajů. V jihozápadní části České republiky se nachází **Jihočeský kraj**.

Mapa 1: Kraje a okresy ČR k 1.1.2012



Zdroj: Statistická ročenka Jihočeského kraje

4.1.1 Turistické regiony České republiky

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism v roce 2010 zveřejnila vymezení turistických regionů na základě schválení Asociací krajů České republiky. Rozdělení turistického potenciálu České republiky se opírá o sedmnáct regionů a čtyřicet oblastí. Hlavním významem je ucelená prezentace země, která nabízí souhrn turistických produktů reprezentovaných jednotlivými turistickými regiony. Mají sloužit především k prezentaci Česka v zahraničí, ale významná je i podpora domácího cestovního ruchu.

Regiony cestovního ruchu pokrývají celé území České republiky a nesouhlasí s aktuálním administrativním členěním. Na území Jihočeského kraje jsou podle vymezení české centrály cestovního ruchu - CzechTourism dva turistické regiony, a to **JIŽNÍ ČECHY** a Šumava.

Region **Jižní Čechy** byl vybrán pro výzkumnou a aplikační část této práce hlavně pro svou bohatou historii a také pro velké množství kulturně-historických památek, které jsou základním předpokladem pro rozvoj poutního cestovního ruchu.

Mapa 2: Turistické regiony ČR

Turistické regiony České republiky



Zdroj: www.czechtourism.cz

Jižní Čechy jsou dále rozděleny na jedenáct dílčích turistických mikroregionů. Jsou jimi mikroregiony Českobudějovicko, Českokrumlovsko, Dačicko-Slavonicko, Jindřichohradecko, Lipensko, Novohradsko, Písecko, Třeboňsko, Tábořsko, Strakonicko a Prachaticko.

4.2 Kulturně-historické předpoklady regionu

4.2.1 Historie Jižních Čech

Nejstarší doklady o přítomnosti člověka na tomto území jsou z doby 250 000 let před naším letopočtem; souvisle byl kraj osídlen asi před čtyřmi tisíci lety. Do regionu přišli nejprve Keltové, poté Germáni, v 6. století našeho letopočtu Slované. Ti se zde usídlili natrvalo. V této době vznikla na jihu Čech síť opevněných hradišť. Díky výhodné poloze území protínaly oblast četné obchodní cesty, po nichž se ze severu na jih vozilo vzácné zboží – výrobky z bronzu, drahé látky, masti, koření, sůl. Mezi nejznámější patří Zlatá stezka, která vedla z bavorského Pasova.

Relativně poklidná a romanticky vyhlížející krajina s unikátním množstvím historických památek navozuje dojem klidného vývoje území. Opak je však pravdou - jižní Čechy mnohokrát sehrály rozhodující úlohu ve vývoji českého státu a místní dění mělo často vliv i na dějiny střední Evropy. Poprvé se tak stalo ve 12. století, kdy území jižních Čech ovládli Vítkovci. Tento rod se stal soupeřem přemyslovských panovníků. Spory o upevnování královské moci se projevily založením řady jihočeských měst (královská města Písek, České Budějovice či poddanská Český Krumlov, Třeboň) a vznikem celé sítě středověkých hradů, menších měst i vesnic. Počátky mnoha zdejších sídel tak spadají již do 13. a 14. století. Tehdy narůstal význam panských rodů, například Rožmberků. Jejich rodové državy se nacházely téměř ve všech částech jižních Čech.

V 15. století zasáhlo do života celé střední Evropy husitství. Jeho centrem se staly právě jižní Čechy, respektive město Tábor, které je spojováno se jmény Jan Hus, Jan Žižka z Trocnova a Petr Chelčický. Středověké boje za reformu katolické církve přinesly na jedné straně narušení hospodářských a sociálních vztahů, ničení klášterů

a kulturních statků, ale na straně druhé se staly základem počátku reforem a pozdějšího kulturního rozmachu střední Evropy.

V 16. století došlo v rámci zavádění nových způsobů hospodaření k zásadnímu rozvoji jihočeského pivovarnictví a rybníkářství. Zásahu na tom měli především páni z Hradce a Rožmberkové, rody s erbem pětিলisté růže, která se dodnes dochovala ve znaku řady jihočeských měst i v erbu dnešního Jihočeského kraje. V souvislosti s těmito událostmi, respektive s budováním třeboňské rybníční soustavy, jsou známa jména rožmberských regentů Štěpánka Netolického a Jakuba Krčína z Jelčan. Po třicetileté válce byl zdejší kraj postupně spjat s činností šlechtických rodů Buquoyů, Eggenberků a Schwarzenberků.

V následujících letech Jihočeši až na ojedinělé výjimky do chodu českých dějin již významněji nezasáhli, přesto jsou s tímto územím spjaty osudy mnohých schopných Čechů i Němců: podnikatel Adalbert Lanna, stavitel Josef Rosenauer, elektrotechnik František Křížík, spisovatel Karel Klostermann, básník Adalbert Stifter a mnozí další.

Odsun Němců a spuštění železné opony po roce 1945 na hranicích s Rakouskem a Německem se stalo velkou překážkou v dalším rozvoji jižních Čech. Nejvíce postižené byly příhraniční a horské části kraje - průmysl zde měl malý podíl na prosperitě, ale jihočeská krajina tak zůstala dodnes jednou z nejzachovalejších, nejčistších a nejkrásnějších oblastí České republiky. Zdroj: www.jiznicechy.cz

4.2.2 Památky Jižních Čech

Dávnou minulost připomínají monumentální stavby románské (klášter v Milevsku) a především gotické (kláštery ve Vyšším Brodě a Zlaté Koruně, řada hradů, tvrzí i městských center). Velkolepé jsou památky z období renesance, doby vlády Rožmberků a pánů z Hradce. Stopy této epochy najdete u jednotlivých sídel i celých městských komplexů - Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Prachatice, Slavonice, Třeboň a další. Typickým prvkem jihočeské lidové architektury je od 18. století tak zvané selské baroko. Nejkrásnější ukázkou je obec Holašovice nedaleko Českých Budějovic. Tento unikát byl roku 1998 zařazen na seznam světového kulturního dědictví UNESCO. Za návštěvu stojí ale i vesničky v oblasti Hlubockých a Soběslavských blat.

Oporou králů byla v jižních Čechách především města České Budějovice, Písek a Tábor. Písek byl založen již kolem roku 1240 králem Václavem I. k ochraně rozsáhlých rýžovišť na řece Otavě. Hlavním budovatelem hradu a města byl však až jeho nástupce Přemysl Otakar II. Ten také založil přibližně o 25 let později České Budějovice jako oporu proti rozpínavosti Vítkovců, mocného jihočeského feudálního rodu. Založení města Tábor je spojeno s husity, kteří zde v blízkosti bývalého zpustlého hradu vybudovali opevněné město. Je příznačným důkazem složitosti doby, že právě král Zikmund, nejvýznamnější odpůrce husitů, povýšil poté, co byli husité definitivně poraženi, Tábor na královské město.

Z gotické doby se zachovalo světských staveb velmi málo. Gotické domy s pozdějšími úpravami můžeme najít v Českých Budějovicích na náměstí Přemysla Otakara II., na Žižkově náměstí v Táboře i v Jindřichově Hradci. Původně gotická je řada domů v Českém Krumlově. Zachovaly se také některé gotické radnice, např. v Táboře, Jindřichově Hradci a Písku. V Českých Budějovicích se zachovaly části hradeb z 1. poloviny 14. století a hradební ochozy z 15. století. Zbytky opevnění a hradební brány najdeme také v Třeboni, Písku, Prachaticích, Jindřichově Hradci a Táboře. V Písku se nachází nejstarší dochovaný most v Čechách, vystavěný patrně ještě před koncem 13. století, jehož délka je 111 metrů. Původně byl most na obou březích zakončen obrannými věžemi, ty se však do dnešních dob nedochovaly. Most je vyzdoben barokními plastikami s náboženskou tematikou. Je chráněn jako národní kulturní památka.

Renesance zanechala na tváři většiny jihočeských měst svou nesmazatelnou stopu, která je na první pohled patrná zejména na krásné výzdobě sgrafity, ornamenty a figurami. Cenné renesanční památky se tak zachovaly například v Třeboni, Písku, Prachaticích, Českém Krumlově, Českých Budějovicích, Jindřichově Hradci, Slavonicích, Táboře, Soběslavi, Bechyni, Veselí nad Lužnicí. Obdivovat tak dnes můžeme měšťanské domy, radnice, brány, vodárny, kašny, zbrojnice, jejichž renesanční vzhled je pečlivě udržován i v dnešní době. Pozdější barokní a klasicistní přestavby městských objektů již ovlivnily tvář jihočeských měst v poněkud menší míře, jejich krása však vypovídá o vkusu a řemeslné dovednosti našich předků stejně jako památky renesanční. Zdroj: www.jiznicechy.cz

4.3 Poutní cestovní ruch v České republice

Česká republika disponuje řadou sakrálních staveb. Podle údajů "CzechTourismu" je to 100 pravoslavných kostelů, 200 židovských synagog, 660 evangelických staveb a 6 683 římskokatolických staveb.

Lze říci, že náboženský cestovní ruch pomáhá zmírňovat sezónní výkyvy a vede k rovnoměrnému rozložení turistů v regionech. Díky němu můžeme prezentovat kulturní a historické hodnoty našeho státu nejen zahraničním turistům. Pokud docílíme plného využití potenciálu sakrálních staveb a poutních míst, mohlo by dojít k záchraně a živení hmotného i nehmotného kulturního dědictví ČR.

Z údajů Světové asociace náboženské turistiky lze konstatovat, že jde o segment s velkým potenciálem. Roční obrat církevních turistů v roce 2012 byl 18 mld. USD. Za náboženskými cíli cestuje ročně v celosvětovém měřítku 330 milionů turistů a 57% respondentů z Ruska zajímá Česká republika z pohledu množství církevních památek a poutních míst. Zdroj: World Religious Travel Association

Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism realizovala několik výzkumů, které se týkají oblasti poutního cestovního ruchu. Jedním z nich byl výzkum **Segmentace domácího cestovního ruchu**, který v roce 2012 pro CzechTourism realizovala agentura Aspectio a.s. Počet respondentů průzkumu byl 3049. Cílem tohoto výzkumu bylo identifikovat základní skupiny potencionálních účastníků domácího cestovního ruchu a identifikovat jejich rozhodovací procesy a informační zdroje pro lepší zacílení marketingových aktivit.

Z výsledků uvedeného výzkumu můžeme konstatovat tyto **charakteristiky domácího účastníka poutního cestovního ruchu**. Mezi církevními turisty lehce převažují ženy. Většinu tvoří starší lidé nad 45 let, 42% je starších 60 let. Spadají sem spíše lidé s nižším vzděláním – církevních turistů se základním vzděláním je 25%, s vysokoškolským 11%. Třetina církevních turistů žije v nejmenších obcích do 5 000 obyvatel, další třetina v obcích s 5 001 – 50 000 obyvateli. Dle ekonomického statusu je 42% církevních turistů již v důchodu.

Církevní turisté jednoznačně nejvíce ze všech segmentů preferují dovolenou v České republice (64%). Mezi nejdůležitější aspekty výběru ČR před zahraničím patří pocit bezpečí a neexistence jazykové bariéry, ale také nižší výdaje. Církevní turisté také

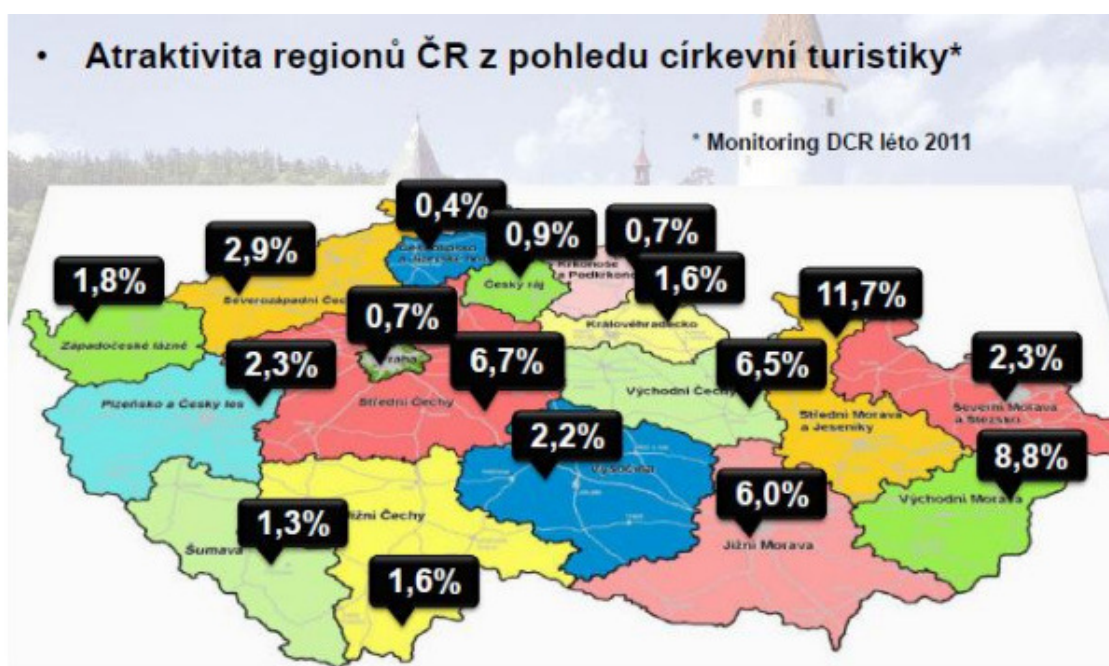
nejčastěji jezdí s partnerem či partnerkou, ale poměrně často také sami. To je také důvodem vysokého podílu těch, kteří o cestování a cílové destinaci rozhodují sami (40%). Převažují jednodenní cesty bez ubytování. Ti, kteří se ubytovávají, preferují ubytování u známých nebo penzion. Nejméně z nich využívá hotely, především pak vícehvězdičkové. Při výběru ubytování je pro osoby z tohoto segmentu rozhodující cena a lokalita. Čtvrtina církevních turistů si ubytování dopředu nikdy nerezervuje; ti, kteří tak činí, v naprosté většině (62% případů) využívají telefonickou rezervaci. 10% dává přednost osobnímu zarezervování.

Při cestování po ČR je nejvyužívanějším dopravním prostředkem u církevních turistů automobil. Na druhém místě je vlak. Pro církevní turisty je v cílové destinaci nejdůležitější péče o čistotu a celkový vzhled místa, ale také cenová úroveň služeb. Mezi další důležité aspekty patří bezpečí, možnosti a kvalita ubytování, a také dostupné památky. Církevní turisté využívají obecně méně doplňkových služeb, ale pokud ano, využívají nejvíce možnosti relaxace a průvodcovskou službu.

Nejčastěji se o jednotlivých památkách dozvěděli z doporučení příbuzných a známých, následují pořady o cestování v televizi, tištěné katalogy a časopisy o cestování.

Česká centrála cestovního ruchu v rámci "**Monitoringu domácího cestovního ruchu**" v roce 2011 dále vypracovala mapu (viz. Mapa 3), ze které lze vyčíst atraktivitu turistických regionů České republiky z pohledu církevní turistiky. Jižní Čechy se dělí s potenciálem o hodnotě 1,6 % s regionem Královehradecko o 12. místo z celkových 17 regionů.

Mapa 3: Atraktivita regionů ČR z pohledu církevní turistiky



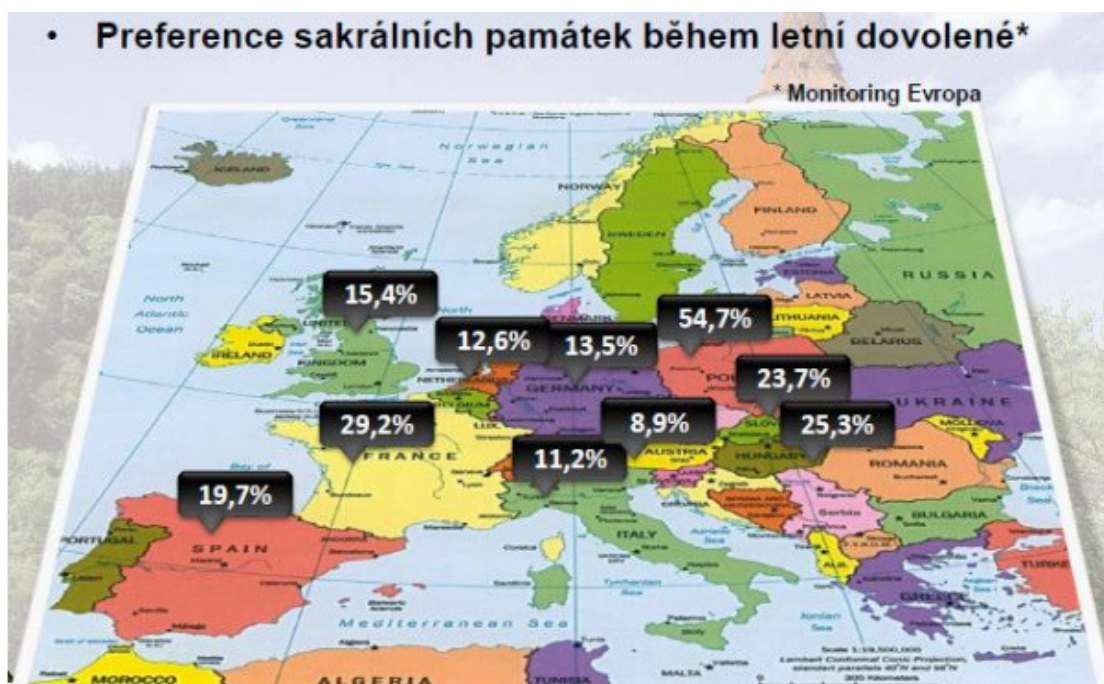
Zdroj: www.czechtourism.cz

Dalším z prováděných výzkumů, který pro CzechTourism realizovala v letech 2010 a 2011 agentura Ipsos Tambor, byl výzkum s názvem "**Monitoring Evropa**".

Výzkum byl zaměřen na motivaci potenciálních turistů z vybraných evropských zemí pro cestování a jejich vztah k České republice. Jednalo se o země: Francie, Itálie, Maďarsko, Německo, Nizozemí, Polsko, Rakousko, Slovensko, Španělsko, Velká Británie. Průzkum také zjišťoval potenciál náboženského cestovního ruchu (pozn. ve výzkumu používán obrat „církevní turistika“) u těchto zahraničních turistů. Cílem tedy bylo zjistit skladbu návštěvníků, způsob trávení dovolené a volného času a především jejich povědomí o České republice a zájem o ni.

Z mapy preferencí sakrálních památek během letní dovolené (viz. Mapa 4) lze vyčíst, že nejvíce vyhledávají tyto památky polští, francouzští a slovinští turisté.

Mapa 4: Preference sakrálních památek během letní dovolené



Zdroj: www.czechtourism.cz

Výzkum se dále zabýval aktivitami, které chtějí potenciální zahraniční turisté provozovat v České republice. Zde označilo odpověď církevní turistiku 28,9 % z oslovených turistů. Pokud se zaměříme na již provozované aktivity zahraničních turistů, tak 29,2 % z nich odpovědělo, že na našem území během své cesty provozovali právě církevní turistiku.

Z podrobných výsledků výzkumu „**Monitoring Evropa**“, kterého se celkem zúčastnilo 25 663 respondentů, můžeme konstatovat, že díky svým církevním památkám a poutním místům je ČR největším lákadlem pro polské (58%), ruské (57%) a francouzské turisty (42%).

Zjištěna byla také data vztahující se ke způsobu trávení dovolené. Nejvíce církevní turistiku během své dovolené na našem území provozovali občané Francie (57%), Polska (46%) a Španělska (32%). Zdroj: monitoringevropa.czechtourism.cz

4.4 Poutní cestovní ruch v regionu Jižní Čechy

Nelze uvést a popsat všechny sakrální památky a poutní cesty, kterých je na území jižních Čech velké množství. Je uveden pouze výčet nejvýznamnějších klášterů, kostelů, kaplí a ostatních církevních památek. U vybraných památek jsou uvedeny časy, ve kterých jsou turistům zpřístupněny, prohlídky, památky v okolí a další relevantní ukazatele pro potenciálního návštěvníka oblasti. Uvedeny jsou také národní organizace, které se podílejí na organizaci, propagaci a celkový rozvoj poutního cestovního ruchu v České republice (CzechTourism, Národní památkový ústav, agentura Helptour) a regionální organizace, které jsou spojené s církevní turistikou zkoumaného území (regionální centrála cestovního ruchu, církevní organizace). Dále jsou v této kapitole popsány akce, události a existující projekty spojené s církevní turistikou.

4.4.1 Přehled vybraných církevních památek

Františkánský klášter s kostelem Nanebevzetí Panny Marie

Město: *Bechyně*

Klášter nad řekou Lužnicí ukrývá gotický architektonický klenot, je jím největší soubor sklípkových kleneb v ČR. Součástí areálu je i kostel Nanebevzetí Panny Marie se třemi zázračnými sochami, které se za války dokázaly „ubránit“ vojákům a v dobách míru zázračně uzdravovaly věřící nemocné. Jednu z nejvýznamnějších středověkých architektonických památek Bechyně lze najít nedaleko náměstí, na skále nad řekou Lužnicí. Zdroj: www.kudyznudy.cz

Památky v okolí: kostel sv. Matěje, zámek

Kláster Borovany

Město: *Borovany*

Bývalý augustiniánský klášter, ve kterém je zpřístupněno Klášterní muzeum. Klášter byl založen roku 1455 Petrem z Lindy, za působení Rožmberků byl klášter zrušen, znovu obnoven byl v roce 1663 péčí císaře Ferdinanda III. V polovině 18. století byla přistavena Škapulířová kaple a reprezentační prelatura. V roce 1785 byl klášter zrušen císařem Josefem II., objekt zámku vlastnili do roku 1939 Schwarzenbergové.

Prohlídkové trasy: Středověký borovanský klášter – dějiny, architektura, umění, Poutní místa v okolí s plastikami z křížové cesty v Římově, Lapidárium barokních soch v křížové chodbě rajského dvora, Expozice církevních oděvů, Kostel Navštívení Panny Marie, Barokní zbožnost – škapulířové bratrstvo a Škapulířová kaple, Obrazy ze sbírek Jihočeské Alšovy galerie, nová expozice církevních ornátů

Otevírací doba: Květen a říjen: dle telefonické objednávky – minim. 5 osob, Červen a září: úterý – sobota 9 – 16 hod. - minim. 5 osob, Červenec a srpen: úterý – neděle 9 – 17 hod. Zdroj: www.borovany-cb.cz

Památky v okolí: radnice, kamenný most

Dominikánský klášter s kostelem obětování Panny Marie

Město: *České Budějovice*

Klášterní kostel Obětování Panny Marie je nejcennější umělecko-historickou památkou v Českých Budějovicích. Byl založen současně s městem v r. 1265 a budován po dobu několika desetiletí. Významným momentem v dějinách klášterního kostela je tradice mariánské úcty, která se váže k obrazu Budějovické Panny Marie, jenž je v klášterním kostele uchován od počátku 15. století. Na jihu ke kostelu Obětování Panny Marie přiléhá klášterní budova s gotickým ambitem, který je zaklenutý žebrovými klenbami. Při klášteře se nachází i věž (tzv. Bílá věž), která je pozdně gotická a má barokní bání z roku 1772. Od roku 2005 do roku 2011 prošla křížová chodba kláštera rekonstrukcí. Veřejnost si tak může vůbec poprvé v novodobé historii prohlédnout tuto vzácnou historickou památku. Zdroj: www.kudyznudy.cz

Památky v okolí: Černá věž, radnice, náměstí Přemysla Otakara II.

Minoritský klášter a klášter klarisek s kostelem Božího Těla

Město: *Český Krumlov*

Oba kláštery byly založeny zhruba v polovině 14. století. Jako první byl založen minoritský konvent, o něco málo později pak ženská část rožmberského rodu založila klášter klarisek. Nejdříve se stavěl kostel jako ústřední část celého klášterišť. Obytné budovy byly v první fázi pouze jako hrázdná provizoria. Za husitských bouří byly práce zastaveny a areál byl i poškozen. Objekt byl pak následně zásadně přestavěn na konci 15. století a také v době baroka. Areál obou klášterů s kostelem stojí v severovýchodní části Latránu, východně od zámku. S ním je spojen krytou chodbou. Budovy jsou seskupeny kolem tří nestejně velkých dvorů. Zdroj: www.atlasceska.cz

Památky v okolí: Státní hrad a zámek Český Krumlov, městské jádro s mnoha gotickými, renesančními i barokními domy (UNESCO), kostel sv. Víta, kostel sv. Jošta, židovská synagoga

Kostel sv. Víta

Město: *Český Krumlov*

Římskokatolický kostel sv. Víta v Českém Krumlově je vedle zámku druhou architektonickou dominantou města. Kostel dal na místě starší stavby vybudovat v době po roce 1400 krumlovský farář Hostislav z Bílska. Veřejně přístupný kostel sv. Víta se může pyšnit tím, že má ze všech krumlovských svatostánek nejdelší historii. Dnešní kostel vznikl přestavbou kostela staršího postaveného Petrem z Rožmberka.

Zdroj: www.kudyznudy.cz

Památky v okolí: Státní hrad a zámek Český Krumlov

Kostel Panny Marie Bolestné na Dobré Vodě u Českých Budějovic

Obec: *Dobrá Voda u Českých Budějovic*

Vrcholně barokní poutní kostel Panny Marie Bolestné v Dobré Vodě u Českých Budějovic je dílem známého, především pražského a východočeského stavitele Kiliána Ignáce Dienzenhofera. Byl postaven mezi lety 1733-35 a je jednou z nejvýznamnějších barokních staveb v jižních Čechách. Má oválnou loď, konkávně prohnuté západní průčelí s hranolovou věží, presbytář obdélníkového půdorysu a dvě mělké boční kaple. Hlavní loď je kryta zajímavou zvonovitou kupolí. Vnitřní výzdoba je velmi bohatá a práce na ní probíhaly ještě mnoho let po dostavění kostela. Pokud budete chtít vidět kostel zevnitř, musíte přijít v době, kdy se zde koná bohoslužba, jinak můžete nakouknout pouze přes mříže. Zdroj: www.turistik.cz

Poutní kostel Nanebevzetí Panny Marie

Obec: *Dobrá Voda u Nových Hradů*

Letovisko a poutní místo Dobrá Voda leží na severním úbočí Novohradských hor v nadmořské výšce 695 m. Ves vzdálená 7 km jihozápadně od Nových Hradů spadá do okresu České Budějovice. Dominantou vsi je poutní kostel Nanebevzetí Panny Marie, hodnotná vrcholně barokní stavba vystavěná na terásce nad mírně radioaktivním pramenem. Kostel, harmonicky začleněný do okolní krajiny, byl postaven v letech 1708 - 1715 podle plánů neznámého autora. Léčivé účinky vody z radioaktivního pramene byly objeveny již v 16. století a ves byla vyhledávána jako lázeňské místo. Z terasy kostela je dobrý výhled na Novohradsko a na část Třeboňské pánve. U kostela je také jedno ze zastavení naučné stezky Paměti Novohradska. Zdroj: <http://www.jiznicechy.org>

Farní kostel svatého Jiljí

Město: *Dolní Dvořiště*

Kostel se v Dolním Dvořišti připomíná poprvé roku 1279. Od roku 1367 zde sídlila farnost. Kolem roku 1400 zahájil Petr z Rožmberka stavbu nového velkolepého chrámu, který svou velikostí dokládá ambice na rozvoj městečka ve významné centrum. Nedlouho po vypuknutí husitské války byly tyto ambice překaženy a stavbu kostela prodloužily až do závěru 15. století (1488 dokončena klenba presbytáře, až 1507 svěceno trojlodí). Síňové trojlodí i presbytář uzavírají síťové klenby, blízké současně budovanému farnímu kostelu v Prachaticích. Interiér zdobí řada kamenických prvků, v kontrastu s ním je poměrně prostý, i když monumentální exteriér stavby. Kostel je bezvěžový, nad vítězným obloukem je na vysokém štítě osazen jezdec. Kolem kostela se nachází bývalý hřbitov, západně fara. Gotický vzhled stavby nezasáhly žádné významnější přestavby až do puristické rekonstrukce roku 1891, která ho ochudila o barokní vnitřní zařízení a vedla k nevhodným zásahům i v exteriéru (zejména tvar jezdece, odstranění omítek a podobně). Po roce 1945 se nucenou výměnou obyvatelstva městečka utlumilo využívání kostela, který značně zchátral. Zdroj: <http://www.hrady.cz>

Rodný dům Mistra Jana Husa

Místo: *Husinec*

Rodný domek Mistra Jana Husa na hlavní ulici městečka Husinec se nachází pod číslem popisným 36, jde o původně gotický domek, zřejmě vystavený kolem roku 1616. Od roku 1873 je domek oficiálně přístupný. Nad vchodem do domku je situován medailon od B. Schnircha z roku 1869. Dům byl prohlášen Národní kulturní památkou. V roce 1952 byl v jádru tohoto renesančního domku otevřen Památník Mistra Jana Husa. Zdroj: kultura.infocesko.cz

Památky v okolí: radnice ze 16. století, kostely Povýšení sv. Kříže a sv. Cyrila a Metoděje

Minoritský klášter

Město: *Jindřichův Hradec*

Budova minoritského kláštera přiléhá k severní straně kostela sv. Jana Křtitele. Centrální rajský dvůr obepíná křížová chodba, zaklenutá žebrovými klenbami pozdně gotického původu. Klášterní ambit vypadal zpočátku méně výstavně, neboť měl, podobně jako hlavní chrámová loď, jen plochý trémový strop. Na konci dvacátých a prvních letech nynějšího století prošel celý komplex nákladnou rekonstrukcí, v současné době slouží Muzeu Jindřichohradecka. Zdroj: www.portaljindrichuvhradec.cz

Památky v okolí: Kaple sv. Ducha, zámek, Krýzovy jesličky, kostel sv. Jana Křtitele, kostel sv. Máří Magdaleny, proboštský kostel Nanebevzetí Panny Marie, kostel sv. Kateřiny s františkánským klášteřem

Kostel Nanebevzetí Panny Marie

Město: *Jindřichův Hradec*

Gotická stavba kostela Nanebevzetí Panny Marie pochází z doby kolem roku 1370. V letech 1489 - 1506 byla k severní lodi kostela přistavěna tzv. Špulířská kaple, sklenutá vzácnou krouženou žebrovou klenbou s figurálními svorníky. Po požáru v roce 1801 byl chrám přestavěn v letech 1808 - 1828 J. Schafferem. Tehdy byla přistavěna také hranolová věž zakončená zajímavě tvarovanou bání. Vybavení kostela je většinou pseudogotické. Kostelem prochází poledník 15° východní délky, který je naznačen na dlažbě za kostelem.

Zdroj: www.jiznicechy.org

Památky v okolí: Státní hrad a zámek, kostel sv. Jana Křtitele, minoritský klášter, kostel sv. Kateřiny s františkánským klášteřem, kaple sv. Ducha, zámek, Krýzovy jesličky, kostel sv. Jana Křtitele

Kostel Nanebevzetí Panny Marie

Obec: *Kájov*

Areál kostela Nanebevzetí panny Marie je jedním z nejstarších mariánských poutních míst u nás. Poutní místo najdeme v obci Kájov, 4 km západním směrem od města Český Krumlov. Kostel stojí na mírném návrší. Areál kostela Nanebevzetí panny Marie společně s kaplí Smrti panny Marie, farou a hospicem byl v roce 1995 vyhlášen Národní kulturní památkou. Nejstarší stavbou v areálu je původně raně gotická kaple Smrti panny Marie pocházející z druhé poloviny 13. století. Hlavní budovou areálu je kostel Nanebevzetí panny Marie, postavený ve 14. století. Jeho dnešní podoba je po přestavbě v pozdně gotickém stylu v roce 1471 až 1483. Interiér kostela je většinou barokní, dochovalo se tu několik původních gotických částí. Zdroj: www.turistik.cz

Poutní kostel Nanebevzetí Panny Marie

Místo: *Klokoty*

V příměstské části Tábora, v Klokotech, se nachází poutní areál s chrámem. Klokoty představují cíl oblíbených vycházek. Z Kotnova přes Holečkovy sady, pojmenované na počest významného spisovatele a překladatele Josefa Holečka (1853-1929), který v Táboře studoval, sem vede křížová cesta. Tento malebný architektonický celek vystavěli benediktýni v letech 1701 - 1730. Jeho centru dominuje jednolodní kostel Panny Marie, dokončený roku 1708. Později byla pod kostelem zřízena krypta a ještě přibýly kaple sv. Václava a sv. Josefa. Jedna z nejcennějších kulturních památek v regionu právem snese srovnání s největšími skvosty architektury evropského baroka. Poutní kostel stále slouží i původnímu účelu. Na konci léta se zde konají bohoslužby za účasti velkého počtu návštěvníků z blízkého i vzdáleného okolí.

Zdroj: www.kudyznudy.cz

Památky v okolí: věž Kotnov, Husitské muzeum, klášterní kostel Narození Panny Marie

Poutní areál Kostelní Vydří

Obec: *Kostelní Vydří*

Barokní poutní areál Kostelní Vydří se nachází zhruba 3 km severně od Dačic. V roce 1694 koupil zdejší panství Gerhard Jindřich Butz z Rolsbergů. V té době se vyprávělo, že na kopci nad vsí se občas objevuje pozoruhodná záře. Na radu Felixe Karla Slavaty vystavěl roku 1709 baron Butz na místě Božích muk kapli a umístil do ní obraz Panny Marie Karmelské. Od té doby sem začínají přicházet poutníci. Po 30 letech přestavuje kapli zakladatelův synovec Matěj Jindřich Butz. V druhé polovině 18. století se střídají majitelé panství. I noví majitelé o toto místo pečují a tak v letech 1787-1789 zde vzniká barokní poutní areál. Postupně byla vystavěna budova kláštera, loď kostela, ambity, ohradní zeď se třemi branami. Původní kapli dnes tvoří presbytář kostela. Za éry socialismu poutní areál chátrá. Po nucené odmlce se sem v roce 1990 karmelitáni vracejí a vrací tomuto místu opět jeho původní obraz a vystavěna byla nová budova kláštera. Interiér kostela je přizpůsoben řádu karmelitánů. Strop byl vymalován obrazy s mariánskou a karmelitánskou tematikou. Ze staršího vybavení pochází křtitelnice, kazatelna a boční oltáře sv. Kříže a sv. Jana Nepomuckého. V areálu funguje karmelitánské knihkupectví, které prodává nejen církevní literaturu, ale běžnou beletrii, průvodce a hlavně klášterní bio produkty jako bylinné sirupy, zavařeniny, víno, pivo apod. Zdroj: www.atlasceska.cz

Poutní kostel Jména Panny Marie

Místo: *Lomec*

Severně od Netolic v okrese Strakonice se nachází Lomec, který je řazen mezi nejproslulejší poutní místa v jižních Čechách. Poutní kostel Jména Panny Marie patří k významným dílům vrcholného baroka ve střední Evropě. Místo je významnou křižovatkou cyklotras a jedním ze zastavení na naučné cyklostezce Historická krajina Netolicka. Kostel byl vystavěn v letech 1692 až 1702 hrabětem Buquoyem, pro zázračnou sošku Panny Marie s Ježíškem. Unikátní je také centrální oltář s bohatými řezbami, který je zmenšenou napodobeninou Berniniho papežského oltáře z chrámu sv. Petra v Římě. Na Lomci stojí také původně buquoyský lovecký

zámeček z roku 1709-1710, který sloužil později jako fara a škola. Dnes zde působí Kongregace šedých sester III. řádu sv. Františka. Každou první sobotu v měsíci se zde pravidelně konají poutě a mše. Nově je zde vybudována i meditační zahrada.

<http://www.kudyznudy.cz>

Premonstratský klášter

Město: *Milevsko*

V areálu kláštera máte možnost navštívit i Městské muzeum Milevsko. Klášter Milevsko je nejstarším klášterem jižních Čech. Nese stopy od románského období přes gotiku až po baroko. Od měsíce června během letní sezóny je možnost prohlídky Milevského kláštera s výkladem. Leží v malebném prostředí asi dvacet kilometrů východně od řeky Vltavy a 25 kilometrů na západ od města Tábor. Je domovem společenství bratří z řádu premonstrátů a je závislým řeholním domem Královské kanonie premonstrátů na Strahově. V rámci prohlídky s průvodcem se mimo jiné seznámíte s pohnutou historií kláštera a získáte základní informace o dějinách i současnosti premonstrátského řádu. Budete se moci vydat na fascinující cestu po stopách vývoje architektury. V jednom areálu budete moci obdivovat románské architektonické skvosty, majestátní gotiku či pompézní baroko.

Prohlídková trasy: Latinská škola, Klášterní bazilika

Památky v okolí: kostel sv. Bartoloměje, kostel sv. Jiljí, kostel Navštívení Panny Marie, židovský hřbitov a synagoga

Zdroj: www.kudyznudy.cz

Kostel Narození Panny Marie

Město: *Písek*

Děkanský kostel narození Panny Marie byl postaven v 1. polovině 13. století jako raně gotická trojlodní pseudobazilika. Loď je zakončena pětiboce uzavřeným presbytářem. Západní průčelí chrámu zdobí hodnotný portál z roku 1489. Původně měl kostel dvojici stejných věží, po roce 1489 však byla jižní věž zvýšena na 74 metrů. Dnes

je ukončena barokním ochozem s cibulovou bání z 18. století, jsou na ní věžní hodiny a čtyři nové zvony, sv. Václav, sv. Cyril a Metoděj, Panna Maria a Mistr Jan Hus z let 1991–2. Jejich autorkou je Marie Tomášková-Dytrychová z Brodku u Přerova. V 16. století byly přistavěny renesanční štíty severní lodi. V letech 1741–1743 byla k jižní lodi přistavěna barokní kaple svatého Jana Nepomuckého. V roce 1886 byla stavba částečně regotizována. Zdroj: www.hrady.cz

Památky v okolí: Kostel sv. Václava, kostel Povýšení svatého kříže, kamenný most ze 13. století, hrad s královskou mincovnou

Kostel sv. Jakuba

Město: *Prachatice*

Stavba původně plánovaných dvou věží probíhala od poloviny 14. století, ale dokončena byla pouze jedna z věží, a to jižní věž. 53 m vysoká věž gotického kostela sv. Jakuba v Prachaticích začala sloužit turistům jako vyhlídková věž od 1. června 2006. Dendrologický průzkum unikátního krovu ukázal, že byl postaven ze dřeva skáceného v letech 1474–75 a naštěstí nebyl poškozen žádným z velkých požárů, které řádily ve městě v letech 1507 a 1832. Jednou ze zajímavostí je i hodinový stroj z konce 18. století. Stroj věžních hodin z kostela sv. Jakuba v Prachaticích byl objeven ve věži kostela v roce 1990, kam byl zřejmě odsunut při instalaci nového stroje v roce 1898 a téměř sto let tu stál stranou pod nánosem prachu a holubího trusu. U krovu najdete informační tabule o historii kostela a další zajímavosti. Ke krovu vedou původní dřevěné schody, které město nechalo opravit, a místy podél nich postavilo zábradlí. Zdroj: <http://www.kudyznudy.cz>

Památky v okolí: Hřbitovní kostel sv. Petra a Pavla, klášter sv. Karla Boromejského, kaple sv. Jana Nepomuckého

Poutní areál v Římově

Obec: *Římov*

Římov je velice známým poutním místem, kde se nachází unikátní křížová cesta ze 2. poloviny 17. století. Založil jí jezuitský lékárník Jan Gurre. Její jedinečnost spočívá jednak v citlivém umístění do krajiny (jedinečná ukázka tzv. barokní krajiny) a jednak v tom, že je co do vzdáleností a umístění skutečnou kopií pravé křížové cesty v Jeruzalémě. Na 5 kilometrovém okruhu stojí celkem 25 kapliček (původně s dřevěnými sochami). Centrálním bodem celé křížové cesty je poutní kostel sv. Ducha s ambity a zvonící. Za pozornost stojí před ním stojící Gurreho lípa, která byla vyhlášena stromem roku 2008. Její stáří se odhaduje na 650 let. Zdroj: www.turistika.cz

Kostel Panny Marie Sněžné v obci Svatý Kámen

Obec: *Svatý Kámen*

Vznik poutního místa sahá do první poloviny 16. století. Tehdy se objevily legendy vážící se k balvanu rozdělenému na dvě části. Prý se tu zjevila pastýřům Panna Maria obklopená nebeskou září doprovázená anděly. Ti prý také rozdělili kámen na dvě části a mezera se prý zvětšuje. Až ji projede vůz se senem, nastane podle legendy konec světa. Tyto a další legendy vedly v 17. století k založení zdejšího poutního místa. Kostel je barokní, jednolodní s trojboce zakončeným kněžištěm. Na východní straně se nachází sakristie a dále pak trojboká kaple s posvátným kamenem. Na západní straně je situována hranolová věž. Vnitřní prostor je sklenut valenou klenbou s výsečemi. Původní barokní zařízení se bohužel nedochovalo. Kousek dál od kostela se nachází kaple s pramenem, který má podle legendy léčivé účinky. Zdroj: www.atlasceska.cz

Děkanský kostel Proměnění Páně na hoře Tábor

Město: *Tábor*

Název hlavního táborského kostela odkazuje na biblickou symboliku, tolik důležitou pro zakladatele města. Na vrchu Tábor nedaleko Genezaretského jezera v Palestině byla podle evangelia před zraky jeho učedníků proměněna Ježíšova podoba na znamení, že je Synem božím. Na místě dnešního děkanského chrámu stával do poloviny 15. století dřevěný kostel, jenž připomínal dobovým zahraničním návštěvníkům spíš stodolu. Ke stavbě nové důstojnější svatyně se přistoupilo někdy koncem 15. století. Táborští povolali kamenického mistra Staňka z Menšího města Pražského, aby vypracoval projekt a řídil výstavbu chrámu. Kolem roku 1512 dokončil interiér kostela v podobě síňového trojlodí se síťovou klenbou, nesenou osmibokými sloupy. Presbytář zaklenuje vzácná sklípková klenba. V sezóně je možno vystoupat na kostelní věž, ze které je krásný pohled na město i okolí.

Věž je otevřena: květen - srpen, po - ne 10.00 - 17.00

Vstupné: dospělí 25 Kč, studenti se studentským průkazem do 26 let a důchodci 20 Kč, děti od 5 do 15 let a držitelé průkazu ZTP 10 Kč, děti do 5 let zdarma

Zdroj: www.taborcz.eu

Památky v okolí: Husitské muzeum, kostel Nanebevzetí Panny Marie, Žižkovo náměstí, radnice, klášterní kostel Narození Panny Marie

Kostel Nejsvětější trojice u Trhových Svinů

Město: *Trhové Svině*

Asi 1 km jižně od Trhových Svinů stojí poutní kostel Nejsvětější Trojice, který ve volné krajině působí impozantním dojmem. Byl vybudován podle návrhů zřejmě neznámého autora v letech 1705 - 1709. Barokní stavba je postavena na půdorysu šesticípé hvězdy, v jejíž vrcholech jsou výklenky (3 půlkruhové a 3 pravoúhlé) s věžičkami. Kostel je obklopen víceúhelníkovým ambitem z let 1712-1719 se třemi jednopatrovými věžovými branami uprostřed křídel. Zdroj: <http://www.jiznicechy.org>

Památky v okolí: kostel nanebevzetí Panny Marie, Buškův Hamr

Kostel Sv. Jakuba

Město: *Týn nad Vltavou*

Kostel sv. Jakuba pochází z druhé poloviny 13. století. Původně byl zasvěcen sv. Christoforovi, ochránci brodů a cest, v roce 1569 došlo k jeho rozšíření a převěcení na sv. Jakuba. V roce 1719 byly instalovány varhany, jsou jedním z nejzachovalejších barokních nástrojů v Čechách. Po roce 1753 došlo k barokizaci kostela, rozšíření kostelní lodi a přístavbě věže. Každoročně se zejména v letních měsících v kostele sv. Jakuba uskutečňují tradiční varhanní koncerty vážné hudby. Nachází se v centru města Týn nad Vltavou, na náměstí Míru. Zdroj: www.tnv.cz

Památky v okolí: Hřbitovní kostel sv. Víta, Kaple Panny Marie Karlovské, Malovaná boží muka v Havlíčkově ulici

Kláster Vyšší Brod

Město: *Vyšší Brod*

Cisterciácký klášter byl založen Rožmberky v roce 1259 a dávno už není určen jen pro mnichy žijící podle řehole sv. Benedikta. Návštěvníkům je přístupný klášterní kostel Nanebevzetí Panny Marie, mnišský chór, hlavní oltář, kaple, filosofický či teologický sál. Klášter leží asi 30 km jižně od Českého Krumlova. Stavba kláštera trvala přes 100 let. Prohlídka cisterciáckého kláštera zahrnuje klášterní kostel, mnišský chór, hlavní oltář, kapli sv. Benedikta, kapli sv. Bernarda, kapli Panny Marie, galerii soch, obrazovou galerii či knihovni chodbu. Cisterciácký klášter byl založený Vokem z Rožmberka roku 1259. Klášterní knihovna čítající 70 tisíc svazků je třetí největší knihovnou v republice. Mezi památkami vyniká zvláště Vyšebrodská madona a Závišův kříž. Prohlídky kláštera jsou možné jen s průvodcem a začínají minimálně každou hodinu od začátku otevírací doby, nebo podle množství turistů. Aktuální informace v otevírací době v klášterní prodejně v návštěvnickém centru v dolní části areálu.

Zdroj: www.kudyznudy.cz

Cisterciácký klášter s kostelem P. Marie

Obec: *Zlatá Koruna*

Několik kilometrů od Českého Krumlova stojí na ostrohu, obtékaném ze tří stran řekou Vltavou, půvabný cisterciácký klášter, jeden z nejcennějších komplexů gotické architektury ve střední Evropě. Místo vyzařuje zvláštní poklidnou atmosféru, tolik odlišnou od hektického tempa dnešního světa. Klášter cisterciáků ve Zlaté koruně je dnes pokládán za jeden z nejcennějších komplexů gotické architektury ve střední Evropě. Díky své poloze v hlubokém vltavském údolí si udržel mnoho z původní atmosféry i po odchodu řádu. Tato národní kulturní památka nabízí dva prohlídkové okruhy. Klášter získal roku 2012 také jedinečný klavírní nástroj, koncertní křídlo renomované berlínské firmy Carl Bechstein. Tento nástroj je jediným svého druhu na světě a původně byl vyroben na objednávku petrohradského carského paláce. Klavír obohacuje hudební produkci při koncertech v areálu kláštera

Prohlídky: Prohlídka bývalého kláštera, Místa setkávání v literatuře z jižních Čech a východní Šumavy. Zdroj: www.kudyznudy.cz

Otevírací doba: duben, květen, září, říjen: 9:00-12:00, 13:00-16:00 hodin (poslední prohlídka před polední pauzou ve 12:00, poslední prohlídka dne v 15:30 hodin). Červen až srpen: 9:00-12:00, 13:00-17:00 hodin (poslední prohlídka před polední pauzou ve 12:00, poslední prohlídka dne v 16:30 hodin).

4.4.2 Subjekty v oblasti poutního cestovního ruchu

CzechTourism

Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism propaguje Českou republiku doma i ve světě jako atraktivní turistickou destinaci. Jejími partnery jsou představitelé krajských institucí, zástupci turistických regionů, destinační managementy, města, obce a podnikatelská veřejnost. Veškerými svými aktivitami se snaží podnítit zájem zahraniční veřejnosti o jedinečnost České republiky a inspirovat ji k návštěvě. Jejím cílem je neustálé zvyšování příjezdů turistů a systematická podpora a rozvoj domácího cestovního ruchu.

Agentura Helptour

Agentura pro rozvoj cestovního ruchu byla založena v roce 1995. Činnost agentury je zaměřena na podporu rozvoje cestovního ruchu. Sdružuje právnické a fyzické osoby zainteresované na vzdělání v oblasti kontroly jakosti a rozvoje cestovního ruchu a s tím souvisejících služeb; realizací, marketingem a propagací konkrétních projektů.

Národní památkový ústav - NPÚ

Národní památkový ústav spravuje největší soubor nemovitého kulturního dědictví ČR. Stará se celkem o 104 památkových objektů. Patří mezi ně hrady, zámky, kostely, kláštery, skanzeny či technické památky. V regionu Jižní Čechy jde o klášter ve Zlaté Koruně, kostel sv. Víta v České Krumlově, klášter ve Vyšším Brodě, kostel Nanebevzetí Panny Marie v Kájově, klášter augustiánů v Třeboni a také klášter v Milevsku. Jednou z činností NPÚ je prezentace památkových objektů široké veřejnosti formou zpřístupněných prohlídkových tras.

Jihočeská centrála cestovního ruchu - JCCR

Regionální příspěvková organizace pro koordinaci, management a marketing cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Její hlavní náplní je vydávání souhrnných propagačních a informačních tiskovin, zajišťování účasti členských měst JCCR na domácích i zahraničních veletrzích, inzerce v odborných časopisech, aktualizace webových stránek www.jiznicechy.cz, spolupráce s Českou centrálou cestovního ruchu a se

subjekty cestovního ruchu na úrovni kraje a státu. JCCR využívá dotace, příspěvky a granty z nejrůznějších zdrojů na podporu cestovního ruchu, pomocí nichž např. vytváří produkty cestovního ruchu, rozvíjí infrastrukturu CR, kulturu v regionu a spolupráci s příhraničními regiony.

Biskupství českobudějovické

Dělí se na několik oddělení. S poutním cestovním ruchem souvisí zejména oddělení péče o církevní památky, které se zabývá ochranou movitého kulturního dědictví církve. Má na starosti stálý kontakt se státními institucemi (pracovišti NPÚ), dokumentaci a centrální evidenci církevních památek. Dalšími činnostmi jsou ochrana movitých církevních památek, evidence krádeží, koordinace programu ISO ve spolupráci se státními institucemi, poradenství ve věci ochrany mobiliáře, správa centrálních depozitářů. Zjišťují také informace o grantech a možnostech dotací a o vhodné prezentaci křesťanského umění.

Děkanát, vikariát, farnosti

Děkanát a vikariát jsou v Římskokatolické církvi územní jednotky menší než diecéze a větší než farnost, obvykle sestávají z několika farností. V čele děkanátu je děkan (u vikariátu je to vikář), který je do tohoto úřadu jmenován na pět let. Je pomocníkem biskupa v řízení diecéze na území svého děkanátu, svolává kněze na pravidelná setkání, má právo vizitace, a další práva a povinnosti vůči kněžím a farnostem svého děkanátu. Děkanát je totiž tvořen několika farnostmi, v jejichž čele stojí farář. Děkan tyto farnosti vizituje – to znamená, že zjišťuje jménem místního biskupa stav pastorační, administrativní a ekonomický jednotlivých farností a pomáhá, aby vše bylo v pořádku dle směrnic církve. **Farnosti** jsou místní církevní obce patřící většinou do určité diecéze či biskupství v katolické církvi, pravoslavné církvi, starokatolické církvi, anglikánské církvi a několika dalších církvích. Farnosti mají na starosti denní provoz jednotlivých církevních památek. Starají se o výuku náboženství, bohoslužby, ochranu movitého majetku, kontakt s věřícími a charitativní činnosti.

4.4.3 Významné akce, události

Uvedené události jsou významné nejen pro účastníky poutního cestovního ruchu. Neboť je poutní cestovní ruch blízky tématu poznávacího a kulturního cestovního ruchu je podle toho upraven i tento seznam významných událostí na území jižních Čech.

Cyril a Metoděj

Tato mezinárodní událost sice nesouvisí s vymezeným zkoumaným územím Jihočeského kraje, ale bezesporu má největší význam pro zahraniční i domácí účastníky poutního cestovního ruchu. Letos jde o celoroční oslavy 1150. výročí příchodu Cyrila a Metoděje na Velkou Moravu. Hlavní slavnosti se budou konat ve svátečních dnech 4. a 5. července. Dá se předpokládat, že tato událost přiláká spousty zahraničních poutníků. Jedním z hlavních koordinátorů cyrilometodějských oslav je Zlínský kraj. V rámci oslav bude realizováno velké množství projektů - výstavy, konference, přednášky, semináře, koncerty, bohoslužby, vzdělávací a interaktivní programy pro děti a mládež, vydávání publikací, soutěže a spousta dalších. Součástí oslav by měla být i červencová návštěva papeže Františka I.

Zlatokorunský rok

V roce 2013 bude v areálu ve Zlaté Koruně probíhat oslava 750 let od založení zdejšího kláštera. Hlavní slavnost proběhla již 21. dubna (Slavnost k 750. výročí). 18. srpna je možnost navštívit každoročně konanou Mariánskou pouť. Na programu celoročních oslav jsou různé výstavy, koncerty a přednášky. Také Královský hudební festival v srpnu nabídne mnoho kapel a zábavy. Všechny tyto aktivity budou ještě doplněny o speciální prohlídky kláštera a např. Zlatokorunské divadelní léto. Organizátoři této akce jsou NPÚ, obec Zlatá Koruna, Sancta Spinea Corona - společnost přátel Zlaté Koruny, Římskokatolická farnost Zlatá Koruna a Jihočeská vědecká knihovna v Českých Budějovicích.

Zemská výstava jižní Čechy- Horní Rakousko

S cílem představit prolínající se osudy dvou národů a přispět k upevnění vzájemných vazeb, bude na území Jihočeského kraje zahájena historicky první přeshraniční zemská výstava. Již 26. dubna začne ve čtyřech městech výstava, která návštěvníkům nabídne

dosud nepřístupné prostory i vzácné památky. Na jihočeské straně se do akce zapojují Vyšší Brod a Český Krumlov, v Rakousku pak Bad Leonfelden a Freistadt. Ve Vyšším Brodě bude dominantou Závišův kříž vystavený v cisterciáckém klášteře, v Českém Krumlově pak nově zpřístupněná židovská synagoga i výstava v Regionálním muzeu o neuskutečněných přeshraničních projektech. V rakouském Freistadtu si návštěvníci prohlédnou zrekonstruovaný pivovar. V Bad Leonfeldenu zpřístupní například bývalý městský špitál.

Římovské poutě

Hlavní poutě v Římově mají název po různých ročních obdobích a každoročně se konají v měsících květen, červen a září. Dále se zde mohou návštěvníci zapojit do akce s názvem Křížová cesta - zpívané Římovské pašije. I rodiny si zde přijdou na své u speciálního Mariánského modlení, které je zaměřeno právě na ně. V nabídce lze dále nalézt akci s názvem Mariánská pobožnost Fatimský den, která se koná pravidelně 13. den v měsíci v 18:00 hod a Mariánské večeradlo, konané první sobotu v měsíci od 8:00 hod. Zúčastnit se lze i pravidelně konaných bohoslužeb.

Dotkni se Písku

Každoročně konané slavnosti ve městě Písek. Součástí je bohatý a různorodý hudební program, ohňostroj, nové atrakce. Svým dílem přispějí k programu také partnerská města. A nebudou chybět ani výstavy, ochutnávky, autogramiády, soutěže jednotlivců i škol. Jde o slavnost, která oslovuje všechny věkové kategorie.

Slavnosti Zlaté solné stezky

Každoročně je historie a rozkvět města Prachatic ze 14. a 16. století připomínán na Slavnostech Zlaté solné stezky, kde je v posledním týdnu měsíce června ukázkami dobových řemesel, kulturním programem, trhy a průvody v historických kostýmech přiblížena sláva města.

Husovy oslavy

V Husově rodné vesnici Husinec se každoročně konají v červnu a červenci oslavy na jeho počest. V programu můžeme nalézt například mše, bohoslužby, pietní

vzpomínku, trhy, sportovní zápasy, divadelní a hudební vystoupení, různé akce pro děti, předtančení, různé tematické výstavy atd.

Táborská setkání

Festival inspirovaný středověkou historií, který vychází z tradic města Tábor. Jednou ročně se centrum Tábora promění na několik dní ve středověké město se svými trhovci, řemeslníky, rytířskými souboji, kejklíři, tanečnicemi a muzikanty. Nenapodobitelnou atmosféru podtrhuje slavnostní, velkolepý ohňostroj a další doprovodné kulturní akce.

Svatomartinský podvečer

Českobudějovické biskupství je spolu s římskokatolickou farností Římov organizátorem akce se jménem Svatomartinský večer. Místem konání je lokalita "Pod lípami" v obci Římov a datum je stanoven na svátek sv. Martina 11.11.

4.4.4 Projekty rozvoje církevní turistiky

MAGNI, Cesty s příběhem

Tento národní projekt vznikl za podpory Ministerstva pro místní rozvoj, Integrovaného operačního programu, agentury Czechtourism a HelpTour. Cílem je přiblížit českou historii a vtáhnout turisty co nejtěsněji po bok dějin, ale také představit nový pojem církevního turistu. Tímto projektem se o místech, kde se psaly dějiny, mohou dozvědět více, pohlédnout ke svým kořenům a navštívit mnohá slavná místa. Ředitelem projektu je Ing. Marek Toušek, se kterým byl pořízen řízený rozhovor viz. kapitola 6 Terénní šetření.

Hlavním výstupem projektu jsou internetové stránky dostupné na adrese: www.magni.cz. Stránky jsou v českém jazyce a mohou být přeloženy do dalších pěti jazykových mutací. Do angličtiny, němčiny, španělštiny, italštiny a polštiny. Byly vytištěny i podpurné propagační materiály, které jsou přiloženy v příloze práce.

Na *Úvodní straně* webových stránek projektu nalezneme seznam zajímavých akcí a výstav, které se budou konat a mají význam pro účastníky poutního cestovního ruchu. Dále zde nalezneme novinky a také žebříček dvaceti nejnavštěvovanějších církevních památek České republiky.

V sekci *Objevujte – nechte se inspirovat*, se nachází interaktivní mapa, kde je celá Česká republika rozdělena na 8 dílčích území. Na levém dolním okraji mapy se nachází oblast jihozápadních Čech. Spojení dvou krajů - Jižních Čech a Západních Čech je zapříčiněno jejich společnou historií a vzájemnou provázaností.

Projekt podpořený z grantu Jihočeského kraje naplnil cíl vytvoření nabídky turistických produktů pro individuální i skupinové návštěvníky z tuzemska a zahraničí v segmentu tzv. církevní turistiky. Základem pro vytvoření produktů jsou jednotlivé památky a tematické turistické trasy.

Památky

Na internetových stránkách projektu jsou na interaktivní mapě vymezeného území jižních Čech uvedeny některé církevní památky a jejich stručný popis. Jde o tyto památky: Husinec, Chelčice u Vodňan, Klášter Zlatá Koruna, Dobrá Voda u Nových Hradů, Klášter Milevsko, Kozí hrádek a město Tábor.

Trasy

Další možností, kterou lze vybrat na stránkách projektu, je seznam tras. Zde je na výběr z pěti tras, které jsou jednotlivě tematicky provázány a vedou napříč celým krajem.

Trasou č. 1 jsou Poutní místa Českobudějovicka. Tato trasa má tři zastávky - Římov, Svatý Kámen a Dobrou Vodu u Nových Hradů.

Trasa č. 2 má název Po stopách české reformace a je zde pět zastávek - Tábor, Kostel Proměnění Páně na hoře Tábor, Sezimovo Ústí, Kozí hrádek, Chýnov.

Trasou č. 3 je Velký okruh jižními Čechami po stopách reformace. Zde je dvanáct zastávek - Tábor, Kaple sv. Filipa a Jakuba (Tábor), Poutní kostel v Klokotech, Chýnov, Sezimovo Ústí, Kozí hrádek, Klášterní kostel Povýšení sv. Kříže (Písek), Filiální kostel sv. Václava (Písek), Prachatice, Husinec, Chelčice u Vodňan, Památník Jana Žižky (Trocnov).

Trasa č. 4 má název Gotika na Písecku a nabízí pět zastávek - Písek, Klášterní kostel Povýšení sv. Kříže (Písek), Děkanský kostel narození Panny Marie (Písek), Zvíkov, Klášter Milevsko.

Trasou č. 5 jsou Královská města jižních Čech a jsou zde zastoupena tři města - České Budějovice, Vodňany a Prachatice.

Zdroj: www.magni.cz

Noc kostelů

Noc kostelů probíhá jednou za rok a prezentuje významné rysy křesťanských církví. Noc kostelů umožňuje návštěvníkům prožít rozmanitost křesťanských církví a náboženského vyjadřování. Spolu s katolickou církví se jí účastní křesťanské církve, které jsou členy Ekumenické rady církví ČR.

Během Noci kostelů jsou otevřené kostely a nabízené programy pro všechny návštěvníky zdarma. Je možné zdarma navštívit kostely, zúčastnit se koncertů, komentovaných prohlídek a všech dalších programů probíhajících během Noci kostelů.

Noc kostelů je otevřena všem dalším farnostem, sborům, církevním obcím, řádům a křesťanským církevním společenstvím, která se mohou připojit a tak dát této akci příležitost rozrůst se na širší úroveň a stát se v budoucnu nedílnou součástí života křesťanských církví u nás a ve světě. Noc kostelů je založena na dobrovolné spolupráci farností, sborů, církevních obcí, řádů a dalších křesťanských církevních společenství. Noc kostelů je propojena jednotným vizuálním stylem a termínem. Úkol zajistit koordinaci Noci kostelů přijalo biskupství.

5 Terénní šetření

Východiskem pro terénní šetření byla provedená situační analýza Jihočeského kraje. Ta poodhalila nedostatky a problémy v oblasti poutního cestovního ruchu. Spolu s teoretickými východisky uvedených v literární rešerži vytvořila základ pro jednotlivé řízené rozhovory. Již dříve byly stanoveny hypotézy, které budou díky výsledkům terénního šetření potvrzeny, či vyvráceny. Provedené terénní šetření navazuje přímo na cíle kvalifikační práce a výzkumné otázky, které jsou stanoveny vzhledem k definovanému problému.

Výzkum byl prováděn v listopadu a prosinci roku 2012 a dále v lednu a únoru roku 2013. Osobní setkání byla domluvena pomocí elektronické pošty po vzájemné dohodě. Ve dvou případech byly odpovědi upřesněny, a to telefonicky a prostřednictvím elektronické pošty. Pro řízené rozhovory byli vybráni lidé pracující anebo působící v organizacích, které mají co dočinění s poutním cestovním ruchem. Cílem bylo z každé organizace vybrat alespoň jednu kompetentní osobu. Dohromady bylo uskutečněno celkem 7 řízených rozhovorů. Odpovědi respondentů nevyjadřovaly pouze jejich soukromý názor, ale často reflektovaly mínění a stanoviska osob z jejich okolí.

5.1 Vyhodnocení řízených rozhovorů

K řízeným rozhovorům bylo přistoupeno vzhledem k specifickému segmentu cílové skupiny, která na druhu poutního cestovního ruchu participuje. Bylo by obtížné oslovit účastníky, kteří se poutního cestovního ruchu přímo účastní. Proto bylo přistoupeno ke kvalitativnímu výzkumu, a to k řízeným rozhovorům s osobami z organizací zabývajících se církevní turistikou. Postupně byly osloveny osoby pracující v národních a regionálních organizacích cestovního ruchu a osoby, pracující v biskupství a místních farnostech, kostelech a kláštrech.

Z České centrály cestovního ruchu - **CzechTourism** byla kontaktována Ing. Patricie Kočicová, která zde zastává pozici vedoucí oddělení inovací a trendů. Ta poskytla všechny provedené analýzy, týkající se církevní turistiky z pohledu zahraničních a domácích účastníků cestovního ruchu. Analýzy a data jsou uvedeny v situační analýze.

Další z řízených rozhovorů byl pořízen v Praze s ředitelem agentury **Helptour** inženýrem Markem Touškem. Z tohoto rozhovoru vyplynulo, že jsou již vytvořeny a připraveny produkty církevní turistiky pro region Jižní Čechy pod značkou Magni. Uvedené produkty by měly být v nejbližší době zveřejněny na portálu magni.cz a na stránkách Jihočeské centrály cestovního ruchu. Právě komplikované uvedení na české a zahraniční trhy označil za největší problém.

Na základě řízeného rozhovoru s ředitelkou **Jihočeské centrály cestovního ruchu** inženýrkou Petrou Jánskou lze konstatovat, že v minulosti zatím nebyla Jihočeská centrála CR zapojena do žádného projektu souvisejícího s poutním cestovním ruchem. Nyní vstupuje ve spolupráci s agenturou CzechTourism do projektu Magni, cesty s příběhem a tak je oblast církevní turistiky ve fázi příprav a rozpracovanosti jednotlivých produktů.

Podle jejího názoru by produkty církevní turistiky měly být zaměřeny na co nejširší cílovou skupinu tak, aby přilákaly co největší počet turistů. Primární cílovou skupinou u těchto produktů budou jistě věřící, ale tematické produkty by měly nadchnout i širokou veřejnost. Například produkty zaměřené na církevní architekturu a historii mají potenciál přilákat i ateisty.

Hlavním problémem souvisejícím s tvorbou produktů je špatná komunikace s jednotlivými provozovateli památek. Způsobuje ji nedůvěra a strach z komerční stránky nabízení památek. Do budoucna by centrála chtěla zprovoznit kompletní nabídku církevních památek na svých stránkách a také nalákat co nejvíc turistů, kteří by přijeli právě za těmito objekty.

Největší potenciál pro církevní turistiku mají podle paní ředitelky v Jihočeském kraji bezesporu místní kláštery pro svou jedinečnou architektonickou stránku a bohatou historii.

Při tvorbě produktů je možnost inspirovat se regionem Východní Morava, kde již podobné projekty běží. Lze předpokládat, že tento projekt vzbudí určitý zájem ze strany

turistů. Můžeme vycházet z analýz, průzkumů a predikcí agentury CzechTourism a také ze zkušeností u zahraničních zemí, kde tyto produkty sklízí nemalé úspěchy. Nelze však očekávat masivní zájem, a to že by tyto produkty byly hlavním motivem pro návštěvu Jihočeského kraje. Církevní turistika by z tohoto pohledu měla pouze doplňkový charakter. Využíváno by bylo při nabídce církevních produktů primárně internetu jako hlavního komunikačního nástroje. Pro starší občany, které tyto produkty zajímají, by pak byly připraveny jednoduché letáky, se stručnými informacemi o jednotlivých památkách v kraji.

Další rozhovor byl pořízen s Mgr. Ing. Jiřím Černým, který zastává pozici diecézního konzervátora v **Českobudějovickém biskupství** na oddělení péče o církevní movité památky. Vystudoval historii umění a napsal mimo jiné publikace: Poutní místa Českobudějovicka a Novohradska (2004), Poutní místa jihozápadní Moravy (2005), Poutní místa jižních Čech (2006) a Poutní místa Soběslavska a Třeboňska s přílehlou částí Dolních Rakous (2009).

Z pořízeného rozhovoru je zřejmé, že biskupství nemá bohužel oddělení, které by se zaměřovalo na cestovní ruch, a tudíž všechny aktivity s cestovním ruchem spojené nemá kdo vykonávat. Českobudějovické biskupství tak neorganizuje cestovní ruch, ale především pečuje o všechny církevní památky v rámci diecéze. Ačkoliv je agenda činností biskupství velmi obsáhlá a týká se celého území Jihočeského kraje, pracuje na ní omezený počet lidí. S Národním památkovým ústavem nespolupracuje. NPÚ se zabývá památkami z hlediska státní památkové péče.

I on se domnívá, že Jihočeský kraj má co nabídnout v oblasti poutního cestovního ruchu. Nicméně je důležité rozlišovat mezi náboženskou poutí a turistikou. Potenciál pro církevní cestovní ruch mají všechna známá poutní místa českobudějovické diecéze. Nejnavštěvovanějšími poutními místy jsou Dobrá Voda u Nových Hradů, Kájov, Klokoty, Nepomuk, Římov a Vyšší Brod. Biskupství také zamýšlí obnovit církevní muzeum v Nepomuku sv. Jana Nepomuckého, kterého by chtělo tímto způsobem více zpopularizovat. Problémem je degradace poutního areálu v Římově po poslední vlně krádeží v roce 2009 a řada vydrancovaných kostelů po roce 1989, např. poutní kostel Nejsv. Trojice u Trhových Svinů, kostely v Červené Řečici, Klení, Krabonoši, Pacelicích, Pohorské Vsi aj.

Zpřístupnit církevní památky v Jihočeském kraji turistům v pravidelném návštěvnickém režimu je možné jen u vybraných církevních subjektů, které jsou personálně vybaveny, mají finanční prostředky na provoz a jsou dostatečně zabezpečeny před vykradením nebo ničením. Zpřístupnit vybrané církevní památky by bylo možné obdobným způsobem, jako je tomu ve Zlínském kraji, kde probíhá projekt „Otevřené brány“. Aplikace tohoto projektu na Jihočeský kraj se ukazuje jako problematická. Hlavním důvodem je absence politické vůle uskutečnit spolupráci mezi krajem, obcemi, farnostmi a biskupstvím. Samotné farnosti nejsou schopny takový projekt zajistit.

Pravidelné zpřístupňování církevních objektů probíhá většinou ve městech, kde farnosti spolupracují s městem, určitou státní institucí (např. NPÚ) nebo s občanským sdružením. Některé městské kostely jsou přístupné čistě v režii farnosti (např. klášterní kostel a katedrála v Českých Budějovicích). Turisté mohou navštívit také některé kláštery, například Milevsko, Nové Hradky nebo Vyšší Brod. Podpora kraje je však minimální.

Církevní památky v Jihočeském kraji jsou zajímavé nejen pro věřící turisty. Křesťanské umění by mělo být prezentováno veřejnosti s ohledem na jeho podstatu. Zájem o církevní turistiku je a bude vždy spojován s obecnou památkovou turistikou. Se zájmem veřejnosti o církevní památky se především setkávají jejich správci, kteří jsou často žádáni o umožnění vstupu do uzavřených objektů.

Produkty zaměřené na poutní cestovní ruch v jižních Čechách určitě mají potenciál, a to především v církevních objektech. Poutní cestovní ruch je ovšem do jisté míry umělým termínem, neboť cestovní a poutní ruch jsou rozdílné kategorie. Je však nutné zohlednit úbytek českých věřících. Turistický ruch by však neměl nahradit původní poutnictví. Nábožensky založení lidé mají zájem o dobře zorganizovanou pouť do poutního místa, která má náboženský charakter a také o zpřístupnění kostela či kaple.

Pojem „poutní cestovní ruch“ je významově problematický z důvodu, že je spojován s davy v památkových objektech, konzumací obědů a nákupem upomínkových předmětů. Komerční stránka poutního cestovního ruchu by mohla poutním místům ublížit.

V pořadí pátý řízený rozhovor byl uskutečněn s PhDr. Zdeňkou Prokopovou, která pracuje jako vedoucí oddělení dokumentačních fondů a knihovny v pobočce **Národního památkového ústavu** (dále jen **NPÚ**) v Českých Budějovicích. První otázka směřovala na to, zda existovaly v historii nějaké důležité poutní cesty, které vedly územím Jihočeského kraje. Byl jsem obeznámen s tím, že speciální poutní cesty v JČ kraji nikdy nebyly, poutníci obvykle chodili po komunikacích určených pro spojení se zahraničím, pro obchodní účely.

NPÚ má ve správě na území Jihočeského kraje 11 hradů a zámků a 1 klášter, které má NPÚ ÚPS v Českých Budějovicích v přímé správě. Stará se také o ostatní památky, jako jsou domy, usedlosti, tvrze, zámky, archeologická naleziště, kostely, kaple, kapličky, které jsou prohlášeny za kulturní památku ve smyslu zákona č. 20/1987 Sb. o státní památkové péči.

Pro poutní cestovní ruch je k využití v jižních Čechách jediná sakrální památka. Je to cisterciácký klášter Zlatá Koruna, vše ostatní jsou hrady a zámky. Na nich se ovšem nalézají většinou hradní nebo zámecké kaple, které by mohly být pro poutníky zajímavé.

V jižních Čechách se nalézají velké množství poutních míst různého významu – poutní místa nadregionálního významu a věhlasu (Římov, Kájov, Dobrá Voda u Nových Hradů), tak i poutní místa lokálního charakteru, přesto však velmi zajímavá a půvabná. Potenciál zde určitě je.

Na Moravě celkem koncept poutního cestovního ruchu funguje i díky větší religiozitě, v Čechách se pomalu dostává do povědomí téma svatojakubské poutní cesty a světově proslulé je Pražské Jezulátko v kostele P. Marie Vítězné v Praze, kam směřuje mnoho cizinců. Velký potenciál tady je, ale vzhledem k menší religiozitě a omezeným znalostem o souvislostech poutního ruchu nebude rozvoj poutního cestovního ruchu v ČR asi příliš dynamický jako v zemích, kde je kontinuita zbožných poutí nepřerušovaná a přináší významné ekonomické zisky (zejména Itálie, Izrael).

Z řad **jednotlivých provozovatelů církevních památek** byl nejprve kontaktován pracovník vztahů s veřejností Dis. Jan Bouček z **kláštera Zlatá Koruna**.

Klášter Zlatá Koruna nabízí dva prohlídkové okruhy, které jsou zpoplatněny. Jeden z nich je možný pouze s výkladem průvodce. Nejvíce návštěvníků tvoří dospělé osoby a senioři nad 60 let. Nejméně klášter navštěvují rodiny s dětmi. Především se jedná

o turisty, kteří tráví dovolenou v okolí Českého Krumlova, Lipenska a Třeboňska. V létě převládá vodácká klientela. Do Zlaté Koruny přijíždí také zahraniční turisté z Německa, Rakouska, Polska, Maďarska a v létě dokonce i z Holandska. Přijíždí sem individuální turisté i organizované skupiny.

Propagace blízkých církevních objektů, které má ve správě Národního památkového ústavu, probíhá na konci každé prohlídky. Nejčastěji dále navštěvují Český Krumlov, Hlubokou, Kratochvíli, Třeboň, Nové Hrady, Rožmberk, Dívčí Kámen.

Mezi návštěvníky je velice těžké odhadnout zastoupení věřících a ateistů. Nicméně věřící určitě netvoří většinu. Zlatá Koruna chce rozšířit spolupráci s dalšími organizacemi pro zviditelnění a větší návštěvnost objektu. V současné době v klášteře probíhají koncerty, výstavy, speciální prohlídky exteriérů kláštera, večerní a školní prohlídky. Velký zájem je o večerní prohlídky, divadelní představení a některé koncerty. Vedení klášter se nebrání novinkám. Pro letošní rok se například připravuje speciální program pro školy a cyklus přednášek. Budoucím potencionálním projektem by mohlo být propojení církevních památek stejného řádu se sousedními státy.

Za **Římskokatolickou farnost Římov** mluvil její představitel P. Tomáš Koňářík O.Cr. Za největší problém rozvoje místního poutního areálu označil komplikované vztahy s představiteli obce. Dále se zmínil o krádeži soch pašijové cesty a projektu jejich obnovení, o který se dva roky snaží ve spolupráci s Českobudějovickým biskupstvím. Na podporu poutního cestovního ruchu pořádá několik akcí během roku, na které přijíždějí poutníci jak z okolí, tak i ze zahraničí. Při organizování zájezdů je využíváno i dobrých vztahů s rakouskými farnostmi. Z jeho odpovědi je zřejmé, že je důležitá vzájemná komunikace se subjekty cestovního ruchu ještě před tím, než by se produkty a projekty připravovaly a pořádaly.

Doplňující informace poskytl také **starosta obce Římov**. Ten chce podporovat místní římskokatolickou farnost. Zatím se obec hlavně stará o udržování cesty, která vede kolem jednotlivých zastavení místní křížové cesty. Do budoucna uvažuje o umístění informačních tabulí, laviček, odpadkových košů pro podporu návštěvníků této oblasti. Bojí se ale útoků vandalů. Ti se již zle podepsali na stavu celé cesty a jejího blízkého okolí. Výše podpory záleží na hodnotě požadované finanční částky. Obec disponuje pouze omezenými finančními prostředky a podpora cestovního ruchu není

rozhodně prioritou. Další překážkou se zdá být i komplikovaná komunikace se zdejší farností.

Poslední řízený rozhovor byl pořízen v Olomouci s **vedoucím Odboru kultury a památkové péče z Krajského úřadu Zlínského kraje** Mgr. Pavlem Macurou. S ním byl konzultován projekt Otevřené brány. Otázky směřovaly na podmínky implementace projektu, na jakém principu projekt funguje a jak vůbec vznikl. Poskytnuté informace jsou využity v kapitole osm - Projekty.

5.2 Vyhodnocení hypotéz

Z výše uvedených odpovědí lze vyvodit několik závěrů, které pomohou dosáhnout hlavních a dílčích cílů diplomové práce. Individuální řízené rozhovory vyvrátily fakt, že o produkty spojené s poutním cestovním ruchem v regionu Jižní Čechy mají zájem pouze věřící. Všichni dotázaní z řad vybraných provozovatelů sakrálních památek se shodli na tom, že mezi návštěvníky jsou jak věřící, tak i ateisté, což tedy **vyvrací první hypotézu H1**, která zněla – „O produkty spojené s poutním cestovním ruchem v turistickém regionu Jižní Čechy mají zájem pouze věřící.“

Z pořízených interviu dále vyplynulo, že účastníci poutního cestovního ruchu v jižních Čechách upřednostňují jednodenní návštěvy sakrálních památek, kde se zdrží pouze v nutnou dobu prohlídky a pokračují za poznáváním jiných památek. Tímto se **potvrzuje druhá stanovená hypotéza H2** – „Účastníci poutního cestovního ruchu v Jižních Čechách upřednostňují vícedenní výlety před jednodenními.“

6 Návrhy a opatření

Na základě provedené situační analýzy a terénního šetření byly sepsány návrhy a opatření. Ty by měly pomoci ke zlepšení situace v oblasti poutního cestovního ruchu ve zkoumaném území a budou zohledněny během přípravy projektů poutního cestovního ruchu. Pomocí sekundárně zjištěných dat byly naplněny hlavní a vedlejší cíle diplomové práce, vlastní terénní šetření poskytlo odpovědi na stanovené hypotézy.

Produkty poutního cestovního ruchu

V současné době v jižních Čechách existuje minimální množství produktů poutního cestovního ruchu. Při jejich tvorbě se musí brát ohled na specifické vlastnosti a potřeby cílové skupiny. Obecná pravidla pro jejich tvorbu jsou shrnuta v následujícím textu.

Produkty poutního cestovního ruchu (balíčky) by měly být navrhované pro co nejširší cílovou skupinu. Inspirovat se lze z marketingové strategie národní značky Magni, která se snaží zaměřit na co nejširší okruh potencionálních turistů. Produkty by také měly nabízet co nejvíce přidaných hodnot pro zákazníky.

Každý produkt by měl mít svůj specifický program a měl by vyvolávat jedinečný zážitek. Spojovacím prvkem mohou být významné osobnosti, architektura a historie. Tyto prvky by vytvářely samotné téma produktu. Významnost produktů by měla být diverzifikována na mezinárodní, národní nebo jen lokální trhy.

Všechny připravené produkty se samozřejmě musí uvést na trh s dostatečnou rezervou. Z důvodu, aby se zahraniční (němečtí, američtí) turisté nebo také dlouhodobě žijící cizinci v České republice, kteří by o tento produkt měli zájem, mohli seznámit s předstihem s jednotlivými připravovanými akcemi a také s historií, která se k uvedenému produktu pojí.

Dalším řešením problému komplikovaného uvedení produktů poutního cestovního ruchu na trh by mohla být kombinace s ostatními druhy cestovního ruchu. Například kongresový cestovní ruch by byl doplněn o návštěvu místního kostela, kláštera, poutního místa, kde by se například konal koncert a účastníci kongresu by si zde mohli odpočinout a relaxovat.

Produkt by byl samozřejmě i pro využití v domácím cestovním ruchu. Tuzemští turisté by mohli podnikat jednodenní výlety, kde by na jednotlivých zastávkách byli odkázáni na další související plánované akce, přednášky, výstavy. Příkladem může být i oslava výročí příchodu Cyrila a Metoděje na území Velké Moravy. Tyto produkty různých výročí by měly být využity celoročně a ne pouze jen jako jednorázové akce.

Turista požaduje služby na úrovni svého postavení či kupní síly. Co se týče hotelů, restaurací a doprovodných služeb, musí být proto nabídka umístěna na střední nebo vyšší úrovni. Církevní turistika může být záležitostí jak velkých, tak malých skupin či jednotlivců. V tomto ohledu se musí zvážit kapacita ubytovacích a stravovacích zařízení.

Musí se klást také důraz na zážitkovost a autentičnost jednotlivých produktů. Produkty by měly mít 3 úrovně zážitkovosti: turistickou (odpočinek, krajina, zážitky), kulturní (muzea, archeologické oblasti, historická města, umění, atd.) a náboženskou (poutní a kultovní místa, náboženská a lidová jubilea).

Cílem všech vytvořených produktů by mělo být nabídnout novou alternativu, kulturně hodnotnou a bohatou na náboženský obsah s dobrou úrovní služeb za konkurenceschopné ceny.

Značky

Velké množství značek na našem trhu působí kontraproduktivně a značky tak nesplňují svoji funkci. U některých značek nelze zjistit, zda se jedná o národní značku, či pouze regionální. Dochází tak k matení zahraničních i domácích účastníků cestovního ruchu a používání jednotlivých značek se stalo spíše ambivalentní záležitostí. Cílem by tedy měla být snaha o jednotnost značek církevní turistiky. Přednost by vždy měla mít národní značka před regionální atd. Obě značky by také mohly fungovat současně, čímž by zvýšily svůj účinek.

Propagace

Zatím neexistuje jednotná propagace poutního cestovního ruchu. Na českém trhu existuje celá řada regionálních značek, které si ale navzájem konkurují a vzájemně nespolečně spolupracují. Tato konkurence neprospívá České republice jako celku. Jednotlivé

destinace se nevyhraňují a podle jejich slov nabízejí všechno. Nesnaží se o propagaci svých předností.

Řešením by mohlo být uvedení projektu Magni na domácí i zahraniční trh cestovního ruchu. Důležitý by zde byl návrh marketingové kampaně. Problémem je implementace již navržených produktů na území jednotlivých turistických regionů. Důvodem je již zmíněná konkurence a nedostatek finančních prostředků. Ty čerpají jako veřejné organizace většinou pouze z různých grantů a výzev.

Jednotná propagace a spolupráce by vedla k větší efektivitě a rozvoji poutní turistiky na území regionu Jižních Čech a celé České republiky.

Průvodci

U většiny zkoumaných sakrálních objektů chybí možnost objednávky vyškolených kvalifikovaných průvodců. To vede k tomu, že památky jsou sice něčím unikátní, ale návštěvníci o tom ani nevědí. Každé poutní místo disponuje určitým poselstvím, jedinečnou architekturou, historií a okolními zajímavými atraktivitami, se kterými se návštěvníci nemají možnost seznámit.

V tomto případě je naprosto zásadní přítomnost profesionálních průvodců připravených čelit tématu církevního umění, aby tak mohl být umělecký výtvar v podobě plátna či sochy po všech stránkách pochopen a přijat. Náklady na vyškolení průvodců by se mohly snížit zapojením místních provozovatelů do průvodcovské činnosti. Navíc rozprava s farářem je vždy více autentická a tvoří určitý zážitek spojený s místem.

Kvalifikování průvodců anebo jen spolupráce s jednotlivými provozovateli sakrálních objektů, kteří by prováděli turisty, by prospělo rozvoji poutního cestovního ruchu.

Technický stav památek

Sakrální stavby jsou staré historické budovy, které byly vybudovány leckdy i v 13. století. Stav některých z nich je v dnešní době havarijní. Opravy jsou ale nákladné a vzhledem k jejich vysokému počtu nemá biskupství na tyto opravy prostředky. Pomoci se získáním těchto prostředků by mohl být výběr dobrovolného

vstupného anebo poplatků za průvodcování. Příchozí turisté by také v dané obci, městě utratily další finanční prostředky, které by poté obec mohla přerozdělit a část poskytnout na opravy památek.

Otevírací doba památek

Mimo doby pravidelných církevních obřadů je řada sakrálních staveb uzavřena široké veřejnosti. Mohou za to časté krádeže a obava z nich a také malé personální obsazení ze stran farností. Většina provozovatelů má na starosti více památek najednou a nestíhají se o všechny starat a hlídat jejich vybavení. Důležitá by v tomto ohledu byla spolupráce s místními organizacemi, které by mohly pomáhat s otvíráním sakrálních památek a průvodcováním příchozích turistů. Uvedený problém řeší projekt Otevřené brány.

Cestovní kanceláře

Cestovní kanceláře zaměřené na klientelu vyhledávající poutní místa nabízejí zájezdy pouze do zahraničních destinací a v nabídce chybí podpora domácího cestovního ruchu. Pro zahraniční klientelu je zase výhodnější objednávka zájezdů po poutních místech v České republice v jejich rodné zemi a nevyhledávají služby českých cestovních kanceláří. Za zájezdy jsou tedy vybrány finanční prostředky v zahraničí a zde zůstanou pouze příjmy ze vstupného a doplňkových služeb poskytovaných na místě. Řešením tohoto problému by bylo vytvoření vícedenních produktů poutního cestovního ruchu a jejich nabízení českými cestovními kancelářemi a spolupráce se zahraničními cestovními kancelářemi.

Problém s komunikací

Zásadní otázkou zůstává, zda církevní organizace vůbec stojí o návštěvníky ve svých objektech. Bojí se komerčního využívání svých památek a přívalu davů turistů a prezentaci a propagaci poutních míst berou jako pozvánku pro zloděje. Naproti tomu organizace zabývající se cestovním ruchem nekomunikují se zástupci církevních organizací a vznikají tak různá nedorozumění.

Návrhem na zlepšení situace je efektivní komunikace mezi organizacemi cestovního ruchu a jednotlivými církvemi. Podepsány by mohly být i memoranda o spolupráci na rozvoji poutního cestovního ruchu s představiteli jednotlivých církví.

Infrastruktura poutního cestovního ruchu

U převážné většiny poutních objektů chybí stravovací a ubytovací zařízení uzpůsobené potřebám poutníků. Jelikož poutníci pocházejí převážně ze střední společenské vrstvy, jsou zapotřebí jednoduchá ubytovací zařízení. Pokud možno ubytování v náboženských strukturách, klášterech. Důležitá by byla i přítomnost personálu hovořícího jazyky poutníků k usnadnění komunikace v případě potřeby.

Na většině poutních míst chybí také jakákoliv doprovodná infrastruktura, jako jsou informační tabule, lavičky, odpadkové koše. Příchozí návštěvníci tak někdy ani nevědí o místní památce anebo ji nemohou najít.

7 Projekty

V rámci aplikační části práce jsou vytvořeny dva návrhy projektů včetně možností jejich financování, které navazují na informace zjištěné během situační analýzy, výsledky terénního šetření a na navrhovaná opatření v oblasti poutního cestovního ruchu jižních Čech.

Prvním projektem je projekt s názvem **Otevřené brány jihočeských církevních památek**. Ten je aplikací úspěšného a zavedeného projektu Otevřené brány, který funguje v regionu Východní Morava.

Druhým více specifickým projektem je **Obnova římovské pašijové cesty**. Konkrétně se jedná o návrh zlepšení technického stavu pašijové cesty, která prochází obcí Římov a výstavby doprovodné infrastruktury cestovního ruchu.

7.1 Projekt Otevřené brány

Tento projekt je inspirován regionem Východní Morava, kde již funguje od roku 2009 a je velmi úspěšný. Na základě terénního šetření a situační analýzy je zřejmé, že tento projekt po jeho aplikaci bude úspěšný i v regionu Jižní Čechy a jeho realizace by prospěla rozvoji poutního cestovního ruchu této oblasti.

Projekt Otevřené brány by zpřístupňoval vybrané důležité sakrální památky Jihočeského kraje. V hlavní turistické sezóně, tedy od začátku května do konce září, by školení průvodci nebo místní provozovatelé církevních objektů prováděli zájemce ze stran veřejnosti po všech význačných kláštorech, kostelech a ostatních církevních památkách regionu. Do projektu by byl zapojen Jihočeský kraj, Jihočeská centrála cestovního ruchu, Biskupství českobudějovické, jednotlivé farnosti, města a obce. Důležitá je spolupráce všech zainteresovaných stran v projektu.

Cílem projektu je zpřístupnit veřejnosti jihočeské církevní památky, které mají obrovskou historickou, duchovní a architektonickou hodnotu s poskytnutím odborné průvodcovské služby.

V hlavní turistické sezóně by byl provoz zajištěn v každodenním, víkendovém nebo smíšeném provozu. Absolvovat by zde bylo možné prohlídku s vyškolenými průvodci nebo místními správci. Do projektu se mohou zapojit i studenti Teologické fakulty Jihočeské univerzity, kteří by pomáhali s propagací a průvodcovskou činností vybraných sakrálních staveb.

Režimy prohlídek

1. varianta, plný režim:

květen – září (včetně), úterý – sobota 9 -12 a 13 – 17 hodin, v neděli 13 -17 hodin

2. varianta, víkendový režim:

květen – září (včetně), soboty a státní svátky – 9 – 12 a 13 – 17 hodin, v neděli 13 – 17 hodin

3. varianta, smíšený režim:

květen a září – víkendový režim, červen – srpen plný režim, př. květen – víkendový režim a červen – září plný režim

7.1.1 Východní Morava

Zde je nastíněno, jak celý projekt funguje a jak je financován v regionu Východní Morava.

Na financování projektu se podílí Zlínský kraj, města, obce a farnosti. V roce 2013 je plánována dotace Zlínského kraje 430 000 Kč a dotace obcí či měst 620 000 Kč, další finance zajišťují farnosti, jejich výše je zcela individuální, dle možností jednotlivých subjektů.

Zlínský kraj mimo podílu na honorářích průvodců zajišťuje metodickou, odbornou a marketingovou činnost; administrativu projektu, odborné vyškolení průvodců a vydání aktualizovaného informačního letáku o zapojených památkách.

V rámci této aktivity jsou zajištěny propagační tiskoviny: leták Brány vydávají svá tajemství, leták Otevřené brány v 5 mutacích, volné listy v 5 mutacích se složkami Otevřené brány, kalendáře na rok 2013 a vytvořena grafika jmenovek pro průvodce.

Brožury, letáky a další tiskoviny jsou k dispozici v kostelích, informačních centrech a na veletrzích cestovního ruchu.

Školení zajišťuje Zlínský kraj ve spolupráci s Cyrilometodějskou teologickou fakultou Univerzity Palackého v Olomouci, probíhá ve 2 termínech: duben a květen. Nejpočetnější skupinou zájemců o možnost provádět jsou aktivní senioři, matky na mateřské dovolené a studenti. (Školení je povinné jednou za 2 roky). Zdroj: Zlínský kraj

7.1.2 Aplikace na Jihočeský kraj

Na získání finančních prostředků pro tento projekt by se po vzoru Zlínského kraje spolupodílely: Jihočeský kraj, města a obce, popřípadě Biskupství českobudějovické a jednotlivé farnosti. Jihočeský kraj by garantoval školení průvodců a vydávání propagačních materiálů.

Výdaje na projekt tvoří propagace projektu formou propagační materiálů, tiskovin, letáků a reklamních spotů v rozhlasu. Další položku výdajů je odborné vyškolení průvodců, kteří seznamují návštěvníky se všemi zajímavostmi památky a poutního místa. Výše výdajů by závisela na počtu zapojených památek do projektu a na stupni zapojení místních provozovatelů, kteří by pomáhali s výkladem. Nejprve by bylo nutné oslovení všech provozovatelů církevních objektů, které by se chtěli připojit a otevřít své brány návštěvníkům. S těmi by byly vyjednány podmínky. Dále by následovalo odborné vyškolení průvodců, kteří by v daných objektech zajišťovali průvodcovskou činnost v různých režimech podle charakteru památky. Na každý objekt by byl přidělen právě jeden z výše uvedených průvodců. Průvodci by zajišťovali průvodcování v českém jazyce a po domluvě (např. u organizovaných zájezdů) i v jiných světových jazycích. Připraveny by byly i listy pro zahraniční návštěvníky, které by jim podaly stručné informace o navštívené památce v jejich rodném jazyce.

Cílem projektu není ze sakrálních objektů udělat turistické atrakce, ale zpřístupnit je lidem i mimo doby pravidelných bohoslužeb, aby zde mohli například soukromě meditovat.

Výdaje na publicitu projektu

Uvedené ceny (viz. Tabulka 1) jsou pouze orientační a vycházejí z údajů poskytnutých zlínským krajským úřadem.

Tabulka 1: Výdaje na publicitu projektu

Činnost	Částka
Webová prezentace	15 000 Kč
Prezentace na veletrzích cestovního ruchu	20 000 Kč
Propagace formou letáků	30 000 Kč
Celkem	65 000 Kč

Zdroj: Vlastní šetření

Přínosy projektu

Příjmovou složku projektu tvoří vstupné a útrata účastníků v cílové destinaci za doplňkové služby (propagační materiály). Každý příchozí návštěvník s sebou přinese určitý finanční obnos a záleží jen na kvalitě infrastruktury cestovního ruchu, zda tyto prostředky utratí na daném místě. Velký ekonomický a sociální přínos je i ve tvorbě nových pracovních míst (průvodců). Funguje zde i tzv. multiplikační efekt.

V roce 2012 navštívilo ve Zlínském kraji církevní památky v rámci Otevřených bran 80 859 turistů (viz. Tabulka 2), z toho desetinu tvořili zahraniční hosté. Pokud by se tento projekt aplikoval i na region Jižní Čechy, lze očekávat podobné počty návštěvníků a příjmová složka by předčila nepatrné náklady vynaložené na projekt.

Tabulka 2: Fungování projektu Otevřené brány

rok	počet zařazených kostelů	počet návštěvníků	počet vyškolených průvodců
2009	9	40 000	Neevidováno
2010	18	76 000	102
2011	21	95 271	145
2012	20	80 859	57 (zavedeno 2leté období)
2013	22		

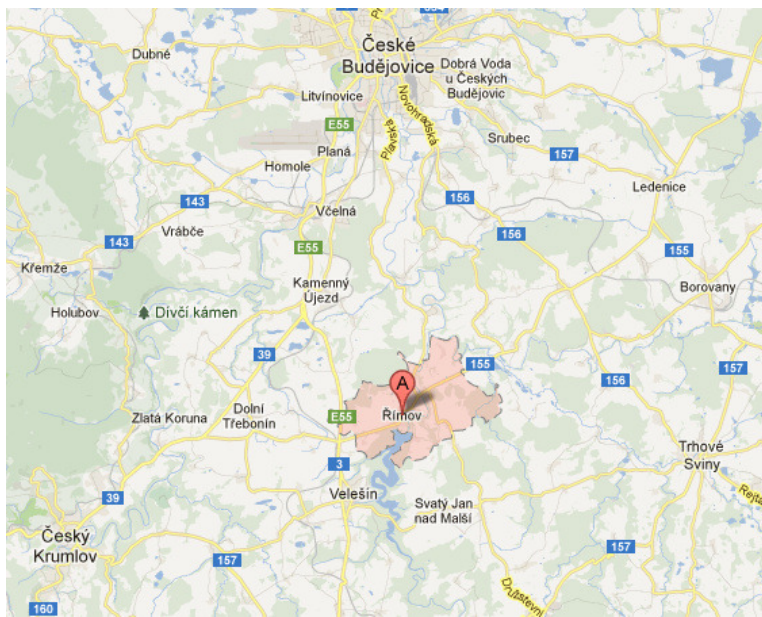
Zdroj: Projekt Otevřené brány - Zlínský kraj

7.2 Obnova pašijové cesty v obci Římov

Obec Římov se nachází 14 km jižně od Českých Budějovic a 10 km od města Český Krumlov. V povědomí lidí je díky místní vodní nádrži, která dodává pitnou vodu pro zmiňované krajské město a také díky místnímu poutnímu areálu. Poutní areál se skládá z Loretánské kaple, kostelu sv. Ducha a pašijové křížové cesty. Mezi pašijovými cestami v Čechách jde o naprostý unikát - věrnou topografickou kopii jeruzalémského originálu. Vlastníkem a zároveň provozovatelem kostela, lorety a křížové cesty je římskokatolická farnost Římov

Navrhovaný projekt počítá s obnovou jednotlivých zastavení pašijové cesty. Navrhuje revitalizaci vybraných kaplí, znovuoobnovení ukradených soch a se zrestaurováním vnitřního vybavení kaplí. Další součástí projektu je vybudování doprovodné infrastruktury (lavičky, odpadkové koše, informační tabule a ukazatele) pro poutníky a další návštěvníky této lokality a propagace celého projektu.

Mapa 5: Obec Římov



Zdroj: www.google.com

Součástí přípravy projektu je zpracování žádosti o dotaci z Regionálního operačního programu Jihozápad konkrétně z oblasti podpory revitalizace památek a využití kulturního dědictví v rozvoji cestovního ruchu. Projekt je předložen v rámci 25. výzvy ROP NUTS II. Jihozápad.

Smyslem projektu je zlepšit stav kulturně historického dědictví v podobě revitalizace pašijové cesty a současné vybudování infrastruktury pro rozvoj cestovního ruchu této destinace.

Výsledkem realizace projektu je navrácení bývalé podoby pašijové cesty, která byla vlivem krádeží a vandalismu poničena. Navrženo je zrestaurování fresek, plastik a ostatních uměleckých děl, která se nacházejí uvnitř jednotlivých zastavení. Součástí obnovy je zhotovení a zpětně navrácení ukradených soch pašijové cesty. Zvelebení vnitřních prostor kaplí přispěje k lepší atmosféře při pravidelně konaných společenských akcích.

Revitalizace vybraných zastávek pašijové cesty je zaměřena na celkovou obnovu fasády kaplí a bran i obnovu místních plastik, které jsou vlivem klimatických podmínek a různých způsobů vandalismu značně poškozeny. Úpravy zcela jednoznačně prodlouží jejich životnost a zatraktivní je pro poutníky, domácí i zahraniční návštěvníky oblasti a veřejnost.

Pro místní obyvatele a návštěvníky oblasti je navrženo vybudování míst pro odpočinek (lavičky, odpadkové koše), umístění informačních tabulí, se základními informacemi o jednotlivých zastaveních a ukazatele pro lepší orientaci v prostoru. Uvedené informace budou v anglickém a německém jazyce pro potřeby zahraničních turistů.

Veškeré stavební úpravy jsou provedeny ve smyslu návratu k původnímu vzhledu objektů a je brán i zřetel na zachování přírodního rázu krajiny. Celkově můžeme předpokládat, že tento projekt zvýší atraktivitu oblasti jak pro domácí, tak zahraniční turisty.

Uzavření partnerských smluv s obcí Římov, Biskupstvím českobudějovickým a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu může následně zvýšit využití celé destinace. Součástí projektu je i propagace na veletrzích cestovního ruchu a výtisk 3000 kusů tištěných letáků. Cílovou skupinou projektu jsou poutníci, místní obyvatelé, domácí a zahraniční návštěvníci.

V příloze práce jsou umístěny fotografie současného stavu kaplí, vnitřního vybavení a jednotlivých částí technického vybavení. Z doprovodného technického vybavení to jsou obrázky navrhovaných dřevěných laviček, odpadkových košů, informačních tabulí a směrovek.

7.2.1 Financování projektu

Jednou z možností financování projektu je financování za pomoci dotace z Regionálního operačního programu NUTS II. Jihozápad a spoluúčast žadatele. Žadatelem je církevní organizace římskokatolická farnost Římov. Předložena je žádost o tuto dotaci pod názvem: „**Obnova římovské pašijové cesty**”

Cílem projektu je rekonstrukce a revitalizace kostela a jednotlivých 25 zastavení křížové cesty. Umístění informačních tabulí, ukazatelů, laviček a odpadkových košů u této poutní cesty.

Možnosti financování a finanční kalkulace byla konzultována se zástupcem vlastníka objektů a také se zástupci Oddělení péče o církevní památky z Českobudějovického biskupství.

Číslo výzvy: 04/2013/3.2

Program: Regionální operační program NUTS II Jihozápad

Prioritní osa: 3 – Rozvoj cestovního ruchu

Oblast podpory: 3.2 Revitalizace památek a využití kulturního dědictví v rozvoji cestovního ruchu

Minimální přípustná výše celkových způsobilých výdajů na 1 projekt: 500 000,- Kč

Maximální přípustná výše dotace na 1 projekt: 15 000 000,- Kč

Specifickým cílem oblasti podpory je zachování kulturního a historického dědictví včetně zlepšení jeho stavu pro rozšíření nabídky cestovního ruchu v regionu a také zlepšení využití kulturně-historického potenciálu. V rámci oblasti podpory 3.2 je možno podporovat projekty zaměřené na následující aktivity:

- Stavební rekonstrukce kulturních, historických a technických památek
- Restaurování movitých kulturních památek
- Pořízení vybavení na podporu nového využití památkově chráněných objektů

Neboť je žadatelem projektu místní farnost (soukromoprávní nestátní nezisková organizace), jsou zdroje alokovány následovně: 87% financováno z evropských fondů a

13% finanční spoluúčast žadatele. Spoluúčast byla konzultována s českobudějovickým biskupstvím, starostou obce Římov a farářem z místní římskokatolické farnosti.

Finanční kalkulace se podle příručky pro žadatele skládá z hlavních a vedlejších způsobilých výdajů. Z toho vedlejší způsobilé výdaje mohou činit maximálně 10% z celkových způsobilých výdajů. Podpora v rámci oblasti podpory 3.2 je plošná, tj. dostupná na celém území regionu NUTS II Jihozápad. V oblasti zachování kulturního dědictví podporuje ROP NUTS II Jihozápad pouze projekty v obcích nad 500 obyvatel. Římov má podle údajů Ministerstva vnitra 805 obyvatel (údaje zjištěné k 1.1.2012) a splňuje tak všechny uvedené podmínky.

7.2.2 Finanční kalkulace projektu

Hlavní způsobilé výdaje

Ty se skládají z:

- Výdajů na přípravu projektové žádosti a jejich příloh
- Výdaje na kompletní revitalizaci zastávek křížové cest
- Výdaje na doprovodné technické prvky
- Výdaje na publicitu

Výdaje na přípravu projektové žádosti a jejich příloh

Tyto výdaje mohou činit maximálně 5% z celkových způsobilých výdajů a obsahují:

- Vytvoření projektové dokumentace projektu včetně stavebního povolení
- Výdaje na zpracování žádosti projektu
- Výdaje spojené s výběrovým řízením na rekonstrukci kulturních památek

Tabulka 3: Výdaje na přípravu projektové žádosti a jejich příloh

Činnost	Částka
Vytvoření projektové dokumentace	50 000 Kč
Odborné a znalecké posudky	20 000 Kč
Studie související s přípravou dokumentace k žádosti	17 000 Kč
Zpracování žádosti o podporu projektu	35 000 Kč
Výběrové řízení	25 000 Kč
Celkem	147 000 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

Výdaje na kompletní revitalizaci jednotlivých zastávek pašijové cesty

Uvedené náklady jsou pouze hrubé odhady a zahrnují náklady na obnovu původního stavu jednotlivých zastavení pašijové cesty (výroba ukradených soch, oprava fasády), náklady spojené s nákupem informačních tabulí, informačních směrovek, odpadkových košů, laviček. Dále také náklady na instalaci a montáž zařízení.

Tabulka 4: Celkové výdaje za revitalizaci zastávek křížové cesty

Činnost	Částka
Výroba a umístění ukradených soch	9 000 000 Kč
Revitalizace vybraných zastávek křížové cesty (fasáda)	3 500 000 Kč
Restaurace vnitřního vybavení kaplí	1 000 000 Kč
Celkem	13 500 000 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

Tabulka 5: Celkové výdaje za nákup a instalaci technického vybavení

Položka	Počet	Cena za kus	Cena instalace
Lavička	8	5 554 Kč	30 000 Kč
Informační tabule	8	8 828 Kč	30 000 Kč
Odpadkový koš	8	2 892 Kč	25 000 Kč
Informační směrovka	4	1 785 Kč	2 000 Kč
Celková částka		232 332 Kč	

Zdroj: Vlastní kalkulace

Náklady na publicitu

Uvedené výdaje zahrnují výdaje spojené s propagací projektu na výstavách cestovního ruchu a výdaje za výtisk propagačních materiálů.

Tabulka 6: Celkové výdaje za publicitu projektu

Činnost	Částka
Propagační materiály	48 000 Kč
Veletrhy cestovního ruchu	15 000 Kč
Celkem	63 000 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

Tabulka 7: Celkové hlavní způsobilé výdaje

Činnost	Výdaje
Výdaje na přípravu projektové žádosti a jejích příloh	147 000 Kč
Výdaje za revitalizaci zastávek křížové cesty	13 500 000 Kč
Výdaje za nákup tech. vybavení	232 332 Kč
Výdaje na publicitu	63 000 Kč
Celkem	13 942 332 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

Vedlejší způsobilé výdaje

Vedlejší způsobilé výdaje mohou činit podle podmínek maximálně 10% z celkových způsobilých výdajů projektu. Zahrnují:

- Osobní náklady spojené s řízením projektu
- Výdaje spojené s realizací projektu

Osobní náklady spojené s řízením projektu

Jedná se o náklady spojené s pracovními smlouvami manažera, asistenta projektu a účetní. Smlouvy budou uzavřeny na dobu určitou po dobu trvání realizace projektu.

Tabulka 8: Osobní náklady

Pozice	Mzda	Trvání	Částka
Manažer projektu	5 000 Kč	6 měsíců	30 000 Kč
Asistent projektu	2 500 Kč	6 měsíců	15 000 Kč
Celkem			45 000 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

Tabulka. 9: Výdaje spojené s realizací projektu

Pozice	Částka
Autorský dozor	18 000 Kč
Stavební dozor	60 000 Kč
Celkem	78 000 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

Tabulka 10: Celkové vedlejší způsobilé výdaje

Výdaje	Částka
Osobní náklady	45 000 Kč
Výdaje spojené s realizací projektu	78 000 Kč
Výdaje za účetní	12 000 Kč
Celkem	135 000 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

Tabulka 11: Celkové způsobilé výdaje

Výdaje	Částka
Celkové hlavní způsobilé výdaje	13 942 332 Kč
Celkové vedlejší způsobilé výdaje	135 000 Kč
Celkem	14 077 332 Kč

Zdroj: Vlastní kalkulace

7.2.3 Granty

Další možností financování projektu jsou granty vypsané Jihočeským krajem.

Aktuální výzvy:

1. Grantový program Předprojektová příprava obnovy kulturních památek
2. Grantový program Obnova drobné sakrální architektury v krajině
3. Grantový program Movité kulturní dědictví
4. Grantový program Zvýšené náklady obnovy památkově chráněných staveb

8 Závěr

Cílem diplomové práce bylo najít možnosti uplatnění poutního cestovního ruchu v turistickém regionu Jižní Čechy a prostřednictvím analýzy podhalit problémy a nedostatky v oblasti poutního cestovního ruchu a nastínit v dalších částech práce jejich řešení.

V průběhu práce byly stanoveny dvě hypotézy. První z nich konstatovala, že o produkt spojený s poutním cestovním ruchem Jihočeského kraje mají zájem pouze věřící. Uvedená hypotéza se mi povedla **vyvrátit** díky odpovědím jednotlivých provozovatelů církevních památek. Všichni se shodli, že mezi jejich návštěvníky jsou jak věřící lidé, tak i ateisté. Druhá hypotéza předpokládala, že účastníci poutního cestovního ruchu v Jihočeském kraji upřednostňují jednodenní výlety před vícedenními. Z odpovědí řízených rozhovorů je patrné, že mezi účastníky poutního cestovního ruchu v regionu Jižní Čechy převažují turisté, kteří se rozhodnou cestovat bez přenocování. Tudíž je druhá hypotéza **potvrzena**.

Pro úspěšné splnění cílů a hypotéz bylo nejprve provedeno podrobné studium odborné literatury týkající se tématu cestovního ruchu a náboženství, které posloužilo jako základ pro psaní celé práce. Jako zásadní se ukázalo správné používání pojmů poutnictví a poutní cestovní ruch, které jsou často zaměňovány.

Na základě analýzy a řízených rozhovorů se zástupci organizací zabývajících se oblastí poutního cestovního ruchu byly zjištěny aktuální problémy. Metoda řízených rozhovorů byla zvolena z důvodu specifčnosti poutního cestovního ruchu a jeho účastníků. Pomocí rozhovorů bylo možné danou problematiku zanalyzovat více do hloubky.

Mezi hlavní problémy patří obtížná spolupráce církevních organizací, organizací cestovního ruchu a zástupců jednotlivých měst a obcí. Dále se jedná o problémy spojené například s uzamčenými kostely, technickým stavem církevních památek, častými krádežemi a vandalismem, specifickými produkty a jejich uvedením na trh. S ohledem na zjištěná fakta byla navržena opatření a projekty, které slouží k jejich vyřešení.

První projekt s názvem Otevřené brány je zaměřen na rozvoj poutního cestovního ruchu v celém regionu a je přejat od Zlínského kraje. Primárně se zabývá zpřístupněním vybraných sakrálních staveb, které jsou potencionálním návštěvníkům uzavřeny.

Součástí projektu jsou komentované prohlídky církevních staveb, které jsou zprostředkovány odborně vyškolenými průvodci. Možnosti financování tohoto projektu byly konzultovány s jedním z jeho tvůrců a také s krajským úřadem. Druhý projekt je už více specifický a řeší stav pašijové cesty v Římově. Ten byl navržen tak, aby znovu navrátil ukradené sochy z jednotlivých zastavení tamní křížové cesty a vytvořil lepší prostředí pro návštěvníky a poutníky. Částečně financován by mohl být z peněz čerpaných z ROP Jihozápad.

Obtížná je spoluúčasť na financování uvedených projektů. Oblast církevní turistiky se vzhledem k celosvětové ekonomické krizi a neznalosti zatím bohužel potýká s nedostatkem finančních prostředků a je často zcela opomíjena, což brzdí její rozvoj. Její ekonomický přínos je přitom závislý na organizaci a propagaci poutního cestovního ruchu v regionu.

Součástí práce je také databáze nejvýznamnějších poutních míst na území turistického regionu Jižní Čechy. Ta může posloužit potencionálním návštěvníkům, aby se předem seznámili s jednotlivými památkami.

Práce má tedy určitý přínos pro všechny, kteří se o tuto problematiku zajímají. Přínosná byla i pro mne vzhledem k aplikaci nabytých poznatků a zkušeností získaných během studia do praxe.

9 Summary

The aim of this thesis was to find possibilities of pilgrimage tourism in the tourist region of South Bohemia, and through analyzes reveal problems and deficiencies in the area of tourism and pilgrimage outline work in other parts of their solutions.

During the operation, set up three hypotheses. The first one stated that the product associated with the pilgrimage tourism South Bohemia are interested only believers. The hypothesis I succeeded thanks to refute responses of individual operators religious monuments. All agreed that among their visitors are both religious people and atheists. The second hypothesis assumed that the participating pilgrimage tourism in South Bohemia prefer day before the multiple-day trips. The answers structured interviews it is clear that the participants of the pilgrimage tourism in the region of South Bohemia prevail tourists who decide to travel without an overnight stay. Thus, the second hypothesis is confirmed.

To successfully meet the objectives and hypotheses was first a detailed study of literature on a topic of tourism and religion, which served as the basis for writing the thesis. As a critical proved correct use of terms pilgrimage and pilgrimage tourism, which are often used interchangeably.

Based on the analysis and structured interviews with representatives of organizations engaged in pilgrimage tourism areas were identified current problems. The method of structured interviews was chosen because of the specificity of pilgrimage tourism and its participants. Using interviews to analyze the issue in more depth.

The main problems include difficulty cooperation church organizations, tourism organizations and representatives of the cities and municipalities. Furthermore, there are problems such as locked churches, the technical condition of religious monuments, frequent theft and vandalism, specific products and their commercialization. In view of the established facts were proposed measures and projects that serve to solve them.

The first project, called Open Gate aims to develop pilgrimage tourism in the region and is inherited from the Zlín Region. Primarily deals with the disclosure of selected religious structures that are potential visitors closed. The project includes guided tours of the church buildings, which are mediated by professionally trained guides. Financing options for this project were consulted with one of its creators and also with the regional

office. The second project is already more specific and addresses the state of the Passion journey Římov. The program was designed so that once again returned the stolen statues from each local stop cross paths and created a better environment for visitors and pilgrims. Partially funded by the money could be drawn from the ROP Southwest.

Difficult is participation in the financing of these projects. Area religious tourism due to the global economic crisis and ignorance still unfortunately struggling with a lack of funds and is often completely neglected, which hinders its development. Economic benefits is yet dependent on the organization and promotion of pilgrimage tourism in the region.

The work also includes a database most important pilgrimage sites in the tourist region of South Bohemia. This may serve to potential attendees to familiarize themselves in advance with individual monuments.

Theses thus has some benefit for everyone who is interested in the issue. Was beneficial for me due to the application of acquired knowledge and experience gained during their studies into practice.

9.1 Abstract

The aim of this thesis is to find possibilities of pilgrimage tourism in the tourist region of South Bohemia. Due to analyzes reveal problems and definition in the area of pilgrimage tourism. Subsequently the work outlines solutions of the problems. The part of the work states database of the most important pilgrimage sites in the tourist region of South Bohemia. Found problems solved proposals and measures. Outcome of this work is two developing projects of pilgrimage tourism in the study area.

9.2 Keywords

Tourism, Religion, Pilgrimage, Destination, South Bohemia, Czech Republic, Sacral, Sights

10 Zdroje

10.1 Literární zdroje

1. AAKER, David A., DAY, George S., 1990. *Marketing Research*. New York: J. Wiley. ISBN 0-471-61351-7.
2. BOUČKOVÁ, Jana a kol., 2003. *Marketing*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck. ISBN 80-717-9577-1.
3. ČERTÍK, Miroslav a kol., 2000. *Cestovní ruch. Vývoj, organizace a řízení*. 1. vydání. Praha: OFF. ISBN 80-238-6275-8.
4. DWYER, L., FORSYTH, P. J., DWYER, W., 2010. *Tourism economics and policy*. Bristol: Channel View Publications. ISBN 18-454-1204-4.
5. FORET, Miroslav, FORETOVÁ, Věra, 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0207-X.
6. HESKOVÁ, Marie a kol., 2011. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vydání. Praha: Fortuna. ISBN 80-737-3107-X.
7. HORNER, Susan, SWARBROOKE, John, 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing. ISBN 8024702029.
8. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2009. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 8024732475.
9. KIRÁLOVÁ, Alžběta, 2003. *Destinace cestovního ruchu*. Č. Budějovice: Ekopress. ISBN 80-86119-56-4.

10. KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, 2004. *Marketing*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0513-3.
11. KOTLER, Philip, FOX, Karen F. A., 1985. *Strategic Marketing for Educational Institutions*. New Jersey: Englewood Cliffs Prentice Hall.
12. MICHALOVÁ, Valéria, 1999. *Manažment a marketing v trhových službách*. 1. vyd. Bratislava: SPRINT. ISBN 80-88848-53-9.
13. MORRISON, Alastair M., 1995. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-90-2.
14. ORIEŠKA, Ján, 2007. *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu*. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-8590-57-9.
15. ORIEŠKA, Ján, 2010. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-68-5.
16. PALATKOVÁ, Monika, 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-1014-5.
17. PÁSKOVÁ, Martina, ZELENKA, Josef, 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj. ISBN 80-239-0152-4.
18. PAYNE, Adrian, 1996. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-276-X.

19. RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I., 2011. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4039-3.
20. ŘÍČAN, Pavel, 2007. *Psychologie náboženství a spirituality*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-312-3.
21. URBAN, G. L., HAUSER, J. R., 1980. *Designing and Marketing of New Products*. New Jersey: Englewood Cliffs Prentice Hall.
22. VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2008. *Marketing služeb. Efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2721-9.
23. ZBOŘIL, Kamil, 1998. *Marketingový výzkum. Metodologie a aplikace*. Praha: Vysoká škola ekonomická. ISBN 80-7079-394-5.

10.2 Internetové zdroje

1. Areál kostela Nanebevzetí panny Marie - Kájov. *Turistik* [online]. [cit. 2012-09-14]. Dostupné z: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-cesky-krumlov/kajov/areal-kostela-nanebevzet%C3%AD-panny-marie/>
2. Bechyňský klášter. *Mestobechyne* [online]. [cit. 2012-07-27]. Dostupné z: <http://www.mestobechyne.cz/cz/turistika/pametihodnosti/klaster/>
3. Cisterciácký klášter ve Vyšším Brodě. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-08-09]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Cisterciacky-klaster-ve-Vyssim-Brode.aspx>

4. Děkaný kostel Proměnění Páně na hoře Tábor. *Taborcz* [online]. [cit. 2012-08-28]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/dekansky-kostel-promeneni-pane-na-hore-tabor/os-1566/p1=1060>
5. Dobrá voda u Nových Hradů. *Jiznicechy* [online]. [cit. 2012-10-09]. Dostupné z: <http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=mest/dobra2.htm>
6. Dominikánský klášter v Českých Budějovicích. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-07-05]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Dominikansky-klaster-v-Ceskyh-Budejovicich.aspx>
7. Historie. *Jiznicechy* [online]. [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.jiznicechy.cz/cs-CZ/jizni-cechy/o-kraji/historie.html>
8. Jindřichův Hradec - kostel Nanebevzetí Panny Marie. *Jiznicechy* [online]. [cit. 2012-07-15]. Dostupné z: <http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=mest/jhradec3.htm>
9. Kde najdete Jeruzalém v Česku. *Cestovani.idnes* [online]. [cit. 2012-11-09]. Dostupné z: http://cestovani.idnes.cz/kde-najdete-jeruzalem-v-cesku-dja-/tipy-na-vylet.aspx?c=A080529_151417_igcechy_tom
10. Klášter Borovany. *Borovany-cb* [online]. [cit. 2012-06-05]. Dostupné z: <http://www.borovany-cb.cz/klaster-borovany/ds-8685/p1=15687>
11. Klášter františkánů v Bechyni s kostelem Nanebevzetí Panny Marie. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-08-18]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Klaster-frantiskanu-v-Bechyni-s-kostelem-Nanebevze.aspx>
12. Klášter Kostelní Vydří. *Atlasceska* [online]. [cit. 2012-09-13]. Dostupné z: <http://www.atlasceska.cz/jihocesky-kraj/klaster-kostelni-vydri/>

13. Klášter premonstrátů Milevsko. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-09-01]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Prohlidka-klastera-premonstratu-Milevsko.aspx>
14. Klášter Zlatá Koruna. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-06-12]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Historie-na-vas-dychne-v-klastere-ve-Zlate-Korune.aspx>
15. Kostel Narození Panny Marie. *Hrady* [online]. [cit. 2012-08-21]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=7849>
16. Kostel Panny Marie Bolestné. *Kostelycz* [online]. [cit. 2012-10-24]. Dostupné z: <http://www.kostelycz.cz/okresy/budejice.htm>
17. Kostel Panny Marie Bolestné v Dobré Vodě. *Turistik* [online]. [cit. 2012-08-06]. Dostupné z: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-ceske-budejovice/dobra-voda-u-ceskych-budejovic/kostel-panny-marie-bolestne-dobra-voda/>
18. Kostel Panny Marie Sněžné - Svatý Kámen. *Atlasceska* [online]. [cit. 2012-07-06]. Dostupné z: <http://www.atlasceska.cz/jihocesky-kraj/kostel-panny-marie-snezne-svaty-kamen/>
19. Kostel sv. Jakuba. *Tnv* [online]. [cit. 2012-07-15]. Dostupné z: <http://www.tnv.cz/cz/turisticke-informace/turisticke-cile/>
20. Kostel sv. Jakuba. *Tnv* [online]. [cit. 2012-08-10]. Dostupné z: <http://www.tnv.cz/cz/tyn-nad-vltavou/fotogalerie/fotogalerie/227/kostel-sv-jakuba.html>

21. Kostel sv. Jiljí. *Hrady* [online]. [cit. 2012-07-18]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=9082>
22. Kostel sv. Víta v Českém Krumlově. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-10-17]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Kostel-sv--Vita-v-Ceskem-Krumlove.aspx>
23. Kraje a okresy ČR k 1.1.2012. *Czso* [online]. [cit. 2013-01-20]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D00034E6ED/\\$File/130212m01.jpg](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D00034E6ED/$File/130212m01.jpg)
24. Mapa turistických regionů a oblastí. *Czechtourism* [online]. [cit. 2012-06-05]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/regiony/mapa-turisticky-ch-regionu-a-oblasti/>
25. Minoritský klášter. *Portaljindrichuvhradec* [online]. [cit. 2012-05-22]. Dostupné z: <http://www.portaljindrichuvhradec.cz/minoritsky-klaster-2/?schranka=pridej>
26. Minoritský klášter a klášter klarisek s kostelem Božího Těla - Český Krumlov. *Atlasceska* [online]. [cit. 2012-07-09]. Dostupné z: <http://www.atlasceska.cz/jihocesky-kraj/minoritsky-klaster-a-klaster-klarisek-s-kostelem-boziho-tela-cesky-krumlov/>
27. Památky. *Jiznicechy* [online]. [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.jiznicechy.cz/cs-CZ/jizni-cechy/o-kraji/pamatky.html>
28. Památník Mistra Jana Husa v Husinci. *Kultura.infocesko* [online]. [cit. 2012-07-15]. Dostupné z: <http://kultura.infocesko.cz/content/sumava-kultura-muzea-pamatnik-mistra-jana-husa-v-husinci-nkp.aspx>

29. Poutní kostel Jména Panny Marie Lomec. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-09-13].
Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Poutni-kostel-Lomec.aspx>
30. Poutní kostel Klokoty. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-06-15]. Dostupné z:
<http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Poutni-kostel-Klokoty.aspx>
31. Regionální operační program Jihozápad. *Rr-jihozapad* [online]. [cit. 2013-03-29].
Dostupné z: <http://www.rr-jihozapad.cz/?menu=pro-zadatele>
32. Římov - křížová cesta. *Turistika* [online]. [cit. 2012-06-12]. Dostupné z:
<http://www.turistika.cz/vylety/rimov-krizova-cesta>
33. Trhové Sviny - kostel Nejsvětější Trojice. *Jiznicechy* [online]. [cit. 2012-08-12].
Dostupné z: <http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=mest/sviny2.htm>
34. Věž kostela sv. Jakuba v Prachaticích. *Kudyznudy* [online]. [cit. 2012-12-12].
Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Vez-kostela-sv--Jakuba-v-Prachaticich.aspx>

11 Seznam map a tabulek

11.1 Seznam map

Mapa 1: Kraje a okresy ČR, s. 26

Mapa 2: Turistické regiony ČR, s. 27

Mapa 3: Atraktivita regionů ČR z pohledu církevní turistiky, s. 33

Mapa 4: Preference sakrálních památek během letní dovolené, s. 34

Mapa 5: Obec Římov, s. 73

11.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Výdaje na publicitu projektu, s. 72

Tabulka 2: Fungování projektu Otevřené brány, s. 72

Tabulka 3: Výdaje na přípravu projektové žádosti a jejich příloh, s. 77

Tabulka 4: Celkové výdaje za revitalizaci zastávek křížové cesty, s. 77

Tabulka 5: Celkové výdaje za nákup a instalaci technického vybavení, s. 78

Tabulka 6: Celkové výdaje za publicitu projektu, s. 78

Tabulka 7: Celkové hlavní způsobilé výdaje, s. 78

Tabulka 8: Osobní náklady, s. 79

Tabulka 9: Výdaje spojené s realizací projektu, s. 79

Tabulka 10: Celkové vedlejší způsobilé výdaje, s. 80

Tabulka 11: Celkové způsobilé výdaje, s. 80

12 Přílohy

12.1 Seznam příloh

Příloha 1: Výzva - ROP Jihozápad

Příloha 2: Sakrální památky v regionu Jižní Čechy

Příloha 3: Vybavení křižové cesty

12.2 Výzva - ROP Jihozápad

Číslo výzvy: 04/2013/3.2

Program: Regionální operační program NUTS II Jihozápad

Prioritní osa: 3 – Rozvoj cestovního ruchu

Oblast podpory: 3.2 Revitalizace památek a využití kulturního dědictví v rozvoji cestovního ruchu

Alokace výzvy: 65 240 000,- Kč

Alokace je přepočtena kurzem 28 Kč/1€.

Tuto procentní strukturu je povinen žadatel dodržet jako minimální. Podíl žadatele může přesáhnout doporučenou mez, avšak dotace RR nesmí tuto hranici přesáhnout.

Procentní struktura financování projektů dle jednotlivých zdrojů:

A. Projekty nezakládající veřejnou podporu:

a) projekty krajů a obcí, projekty organizací zřizovaných/zakládaných kraji a obcemi, projekty dobrovolných svazků obcí a veřejnoprávních NNO

RR = 85 %; žadatel = 15 %

b) projekty soukromoprávních NNO a projekty malých a středních podniků

RR = 87 %; žadatel = 13 %

B. Projekty zakládající veřejnou podporu v režimu regionální investiční podpory:

a) *projekty krajů a obcí, projekty organizací zřizovaných/zakládaných kraji a obcemi, projekty dobrovolných svazků obcí, veřejnoprávní NNO a soukromoprávní NNO (jsou-li velkým podnikem)*

žadatel = 70 %; RR = 30 %

b) *projekty středních podniků a soukromoprávní NNO (jsou-li středním podnikem)*

žadatel = 60 %; RR = 40 %

c) *projekty malých podniků a soukromoprávní NNO (jsou-li malým podnikem)*

žadatel = 50 %; RR = 50 %

C. Projekty zakládající veřejnou podporu v režimu podpory de minimis:

a) *projekty krajů a obcí, projekty organizací zřizovaných/zakládaných kraji a obcemi, projekty dobrovolných svazků obcí a veřejnoprávní NNO*

žadatel = 15 %; RR = 85 %

b) *projekty soukromoprávních NNO*

žadatel = 13 %; RR = 87 %

Minimální přípustná výše celkových způsobilých výdajů na 1 projekt: 500 000,- Kč

Maximální přípustná výše dotace na 1 projekt: 15 000 000,- Kč

Termíny výzvy:

Datum vyhlášení výzvy: 29. 3. 2013

Zahájení příjmu žádosti: 29. 3. 2013

Ukončení příjmu žádostí: 18. 6. 2013 12:00 hod

Všechny žádosti doručené po tomto termínu nebudou přijaty.

Předběžný termín zveřejnění výsledků na webových stránkách RRRSJ: říjen 2013

Nejzazší datum ukončení fyzické realizace projektu: 31. 3. 2015

Vymezení způsobilých žadatelů:

Kraje podle zákona č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení), ve znění pozdějších předpisů

- Obce podle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů
- Dobrovolné svazky obcí podle § 46 a dalších zákona č. 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů
- Organizace zřizované nebo zakládané kraji a obcemi podle § 23 a dalších zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů

- Nestátní neziskové organizace podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů ve znění pozdějších předpisů (občanská sdružení), zákona č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (obecně prospěšné společnosti), zákona č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů (zákon o církvích a náboženských společnostech), ve znění pozdějších předpisů (církevní právnické osoby) a zákona č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů (zákon o nadacích a nadačních fondech), ve znění pozdějších předpisů (nadace)

Malé a střední podniky (MSP) podle definice Nařízení Komise (ES) č. 70/2001 ve znění Nařízení Komise (ES) č. 364/2004, o použití článků 87 a 88 Smlouvy o ES u státní podpory malého a středního podnikání - pouze subjekty podnikající minimálně dva roky

- Zájmová sdružení právnických osob podle § 20f až § 20i občanského zákoníku s tím, že podnikají minimálně 2 roky

Zaměření kola výzvy:

Specifickým cílem oblasti podpory je zachování kulturního a historického dědictví včetně zlepšení jeho stavu pro rozšíření nabídky cestovního ruchu v regionu a také zlepšení využití kulturně-historického potenciálu.

V rámci oblasti podpory 3.2 je možno podporovat projekty zaměřené na následující aktivity:

- Stavební rekonstrukce kulturních, historických a technických památek
- Restaurování movitých kulturních památek
- Pořízení vybavení na podporu nového využití památkově chráněných objektů

Místo předkládání žádostí:

Žádost musí být doručena osobně v zapečetěné obálce na příslušný územní odbor implementace programu:

Územní odbor implementace programu České Budějovice

Oddělení administrace žádostí

Jeronýmova 1750/21

370 01 České Budějovice

Obálka s žádostí musí obsahovat:

1. 2 x tištěnou verzi žádosti (výtisk Benefit7); tištěný výstup elektronické verze žádosti bude pevně spojen, poslední strana podepsána žadatelem nebo jeho oprávněným

zástupcem (v tomto případě musí být přiložena ověřená plná moc žadatele tomuto oprávněnému zástupci);

2. 2 x přílohy žádosti (viz. Příručka pro žadatele 3.2, obsahující podrobnosti k jednotlivým přílohám); přílohy musí být očíslované podle seznamu příloh uvedeného v žádosti a podle tohoto seznamu seřazené, pokud mají přílohy více než 1 list musí být tyto listy pevně spojeny, na seznamu příloh musí být uveden počet stran jednotlivých příloh. Přílohy jsou v jednom vyhotovení originálem nebo ověřenou kopií, v druhém vyhotovení postačují prosté kopie. Vlastní obálka musí být řádně zalepena, s přelepením spoje samolepkou s podpisem, případně i razítkem žadatele přes spoj a výrazným nápisem „neotvírat“. Na obálce musí být připevněn identifikační štítek generovaný spolu s výtiskem žádosti z Benefit7. Současně s žádostí přinese žadatel předávací protokol ve 2 pare (vzor ke stažení na www.rrjihozapad.cz). Předávací protokol není přiložen do obálky, žadatel jej předkládá samostatně.

Další informace:

Eliminační hranice v rámci věcného hodnocení pro projekty, které mohou být podpořeny, je 60 %. Součástí Usnesení o schválení výběru projektů k realizaci Výborem Regionální rady regionu soudržnosti Jihozápad může být také seznam náhradních projektů. Finanční alokace může být v průběhu výzvy navýšena o případné disponibilní prostředky. Všechny náležitosti vztahující se k realizaci programu či přípravě projektů včetně dokumentace k výzvě jsou blíže uvedeny na internetové stránce www.rr-jihozapad.cz.

Zdroj: www.rr-jihozapad.cz.

12.3 Sakrální památky v jižních Čechách

Obrázek 1: Bechyňský klášter



Zdroj: <http://www.mestobechyne.cz>

Obrázek 2: Klášter Borovany



Zdroj: www.borovany-cb.cz

Obrázek 3: Dominikánský klášter v Českých Budějovicích



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Obrázek 4: Minoritský klášter a klášter klarisek s kostelem Božího Těla - Č. Krumlov



Zdroj: www.atlasceska.cz

Obrázek 5: Kostel sv. Víta v Českém Krumlově



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Obrázek 6: Kostel Panny Marie Bolestné v Dobré Vodě



Zdroj: www.kostely.cz.cz

Obrázek 7: Dobrá Voda u Nových Hradů



Zdroj: <http://www.jiznicechy.org>

Obrázek 8: Kostel sv. Jiljí - Dolní Dvořiště



Zdroj: www.hrady.cz

Obrázek 9: Památník Mistra Jana Husa v Husinci



Zdroj: www.husinec.cz

Obrázek 10: Minoritský klášter - Jindřichův Hradec



Zdroj: <http://www.portaljindrichuvhradec.cz>

Obrázek 11: Jindřichův Hradec - kostel Nanebevzetí Panny Marie



Zdroj: www.jiznicechy.org

Obrázek 12: Areál kostela Nanebevzetí panny Marie - Kájov



Zdroj: <http://www.turistik.cz>

Obrázek 13: Poutní kostel Klokoty



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Obrázek 14: Klášter Kostelní Vydří



Zdroj: www.atlasceska.cz

Obrázek 15: Poutní kostel Jména Panny Marie Lomec



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Obrázek 16: Klášter Milevsko



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Obrázek 17: Kostel Narození Panny Marie - Písek



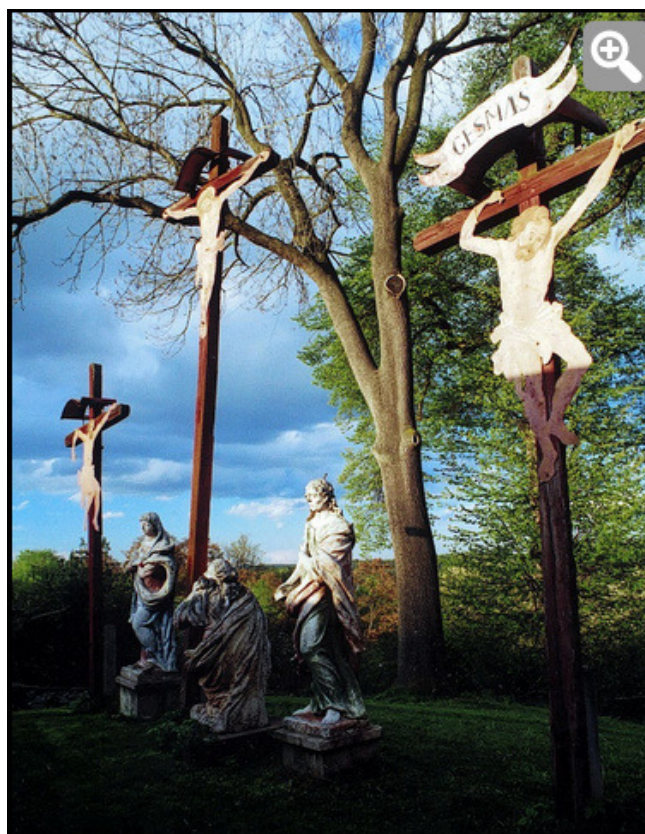
Zdroj: www.hrady.cz

Obrázek 18: Kostel sv. Jakuba - Prachaticice



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Obrázek 19: Římov - křížová cesta



Zdroj: <http://cestovani.idnes.cz>

Obrázek 20: Kostel Panny Marie Sněžné - Svatý Kámen



Zdroj: www.atlasceska.cz

Obrázek 21: Děkanský kostel Proměnění Páně na hoře Tábor



Zdroj: <http://www.taborcz.eu>

Obrázek 22: Trhové Sviny - kostel Nejsvětější Trojice



Zdroj: <http://www.jiznicechy.org>

Obrázek 23: Týn nad Vltavou



Zdroj: www.tnv.cz

Obrázek 24: Cisterciácký klášter ve Vyšším Brodě



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Obrázek 25: Klášter Zlatá Koruna



Zdroj: www.kudyznudy.cz

12.4 Vybavení křížové cesty

Obrázek 26: Litinová lavička



Zdroj: <http://www.lavicky-kose.com>

Obrázek 27: Venkovní koš beton-dřevo



Zdroj: <http://www.lavicky-kose.com>

Obrázek 28: Informační tabule



Zdroj: <http://www.zahradaspecial.cz>

Obrázek 29: Směrovka



Zdroj: <http://www.urbania.cz>