

Projekt na podporu rozvoje poutní turistiky v České republice: Miniveletrh poutních míst ve městě Kroměříži

Bc. Lucie Růžičková

Diplomová práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lucie Růžičková**
Osobní číslo: **M11500**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt na podporu rozvoje poutní turistiky v České republice: Miniveletrh poutních míst ve městě Kroměříži**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Zpracujte odborné literární prameny z oblasti náboženského cestovního ruchu a poutní turistiky.
- Vymezte analytické metody práce.

II. Praktická část

- Charakterizujte význam a proveďte analýzu potenciálu poutní turistiky v České republice.
- Vypracujte projekt na uskutečnění "Miniveletrhu poutních míst 2013" a podrobně jej nákladové a rizikové analýze.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

DIBELKOVÁ, Irena. Navštivte...Poutní místa v Čechách. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004, 208 s. ISBN 80-7033-844-X.

DIBELKOVÁ, Irena. Navštivte...Poutní místa na Moravě, ve Slezsku. 1. vyd. Praha: Olympia, 2005, 112 s. ISBN: 80-7033-875-X.

RAJ, Razaq and Nigel D. MORPETH. Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management – An International Perspective. 1 ed. CABI Publishing, 2007, 227 s. ISBN 978-1-84593-2251.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky

Datum zadání diplomové práce: **21. června 2013**

Termín odevzdání diplomové práce: **12. srpna 2013**

Ve Zlíně dne 21. června 2013

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 9. 8. 2013

..... Lucie Půřáčková

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Těžištěm předkládané diplomové práce je vytvoření projektu na podporu rozvoje poutní turistiky v České republice. Hlavní náplní teoretické části je obeznámit čitatele s pojmy náboženský cestovní ruch a poutní turistika, včetně jejich charakteristik. Literární rešerše je pak uzavřena popisem analytických a projektových metod použitých v práci. V analytické části je prostřednictvím rozboru služeb poskytovaných na vybraných tuzemských poutních místech a dotazníkového šetření, prozkoumán potenciál naší země pro rozvoj tohoto segmentu cestovního ruchu. Náplní projektové části diplomové práce je vypracování návrhu na realizaci specializované akce nesoucí název Miniveletrh poutních míst. Kromě materiálního, personálního a marketingového plánu je projekt doplněn také o nákladovou, časovou a rizikovou analýzu.

Klíčová slova: náboženský cestovní ruch, poutní turistika, pout', poutní místo, miniveletrh, SWOT analýza, dotazníkové šetření, nákladová analýza, riziková analýza

ABSTRACT

The focal point of the presented diploma thesis is creation of the project supporting pilgrimage tourism development in the Czech Republic. The theoretical part is predominantly focused on definition of the terms religious and pilgrimage tourism as well as on its characteristics. Literary overview is concluded by description of analytical and project methods used in the thesis. The analytical part, by assessment of services offered at selected Czech pilgrimage places and questionnaire survey, examines the potential of our country for the pilgrimage tourism development. Finally, the project section contains a proposal for realization of a specialized event called Places of Pilgrimage Minifair. Apart from material, promotional and human resources plan, it includes also cost, progress and risk analysis.

Keywords: religious tourism, pilgrimage tourism, pilgrimage, place of pilgrimage, minifair, SWOT analysis, questionnaire survey, cost analysis, risk analysis

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce doc. Ing. Zuzaně Tučkové, Ph.D., která mi poskytla užitečné rady a připomínky, a která trpělivě zodpovídala všechny mé dotazy. Dále jsem také nesmírně vděčná kastelánovi SZ Arcibiskupského zámku a zahrad v Kroměříži - Ing. Martinu Krčmovi a taktéž jeho zástupci - Ing. Ivo Čečmanovi za možnost podílet se na přípravě akce, která v České republice zatím nemá obdoby. Zapojením do tohoto projektu jsem získala cenné zkušenosti, které zcela určitě využiji i v mém budoucím profesním životě.

Zároveň bych tímto chtěla vyjádřit své díky i všem osloveným zástupcům poutních míst a dalším odborníkům, kteří mi poskytli potřebné informace ke zpracování analytické části.

V neposlední řadě děkuji také své rodině a nejbližším přátelům, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
CÍLE A METODIKA	12
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 NÁBOŽENSKÝ CESTOVNÍ RUCH	14
1.1 HISTORICKÝ VÝVOJ NÁBOŽENSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
1.2 ZAČLENĚNÍ NÁBOŽENSKÉHO TURISMU V RÁMCI CESTOVNÍHO RUCHU.....	15
1.3 VYMEZENÍ NÁBOŽENSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	15
1.3.1 Specifika náboženského cestovního ruchu.....	16
1.3.2 Motivace k účasti na náboženském cestovním ruchu a způsoby jejího naplnění	17
1.3.3 Náboženský cestovní ruch jako odvětví ekonomiky.....	17
1.3.4 Nová éra náboženského cestovního ruchu	18
2 POUTNÍ TURISTIKA	20
2.1 DEFINICE ZÁKLADNÍCH POJMŮ SPOJENÝCH S POUTNÍ TURISTIKOU	20
2.1.1 Pouť.....	20
2.1.2 Poutní místo	21
2.1.2.1 Přehled nejvýznamnějších poutních míst ve světě	23
2.1.3 Poutní cesta	23
2.2 POUTNICTVÍ VERSUS POUTNÍ TURISTIKA.....	24
2.2.1 Poutník versus turista	24
2.2.2 Segmentace návštěvníků náboženské a poutní destinace.....	25
3 ANALYTICKÉ METODY POUŽITÉ V PRÁCI	27
3.1 PRIMÁRNÍ VÝZKUM	27
3.1.1 Členění primárního výzkumu.....	27
3.1.2 Dotazníkové šetření.....	27
3.1.3 Rozhovor	29
3.2 SEKUNDÁRNÍ VÝZKUM	29
3.3 SWOT ANALÝZA	30
4 PROJEKTOVÉ METODY POUŽITÉ V PRÁCI	32
4.1 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ	32
4.1.1 Projekt	32
4.2 SÍŤOVÁ ANALÝZA.....	33
II PRAKTICKÁ ČÁST	35
5 SOUČASNÝ STAV V OBLASTI NÁBOŽENSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	36
5.1 RELIGIÓZNÍ TURISTIKA VE SVĚTOVÉM MĚŘÍTKU.....	36
5.2 RELIGIÓZNÍ TURISTIKA V ČESKÉ REPUBLICE	39
5.2.1 Nestandardizovaný rozhovor	40
6 ANALÝZA POTENCIÁLU POUTNÍ TURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICI	43
6.1 ANALÝZA NABÍDKY.....	43
6.1.1 Analýza vybraných poutních míst v České republice	44

6.1.1.1	Svatá Hora.....	49
6.1.1.2	Velehrad.....	53
6.1.1.3	Teplá	57
6.2	ANALÝZA POPTÁVKY	61
6.2.1	Dotazníkové šetření.....	61
6.2.2	Zájem zahraničních návštěvníků o návštěvu českých poutních míst.....	70
7	SWOT ANALÝZA NÁBOŽENSKÉ A POUTNÍ TURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICCE.....	72
8	ZÁVĚRY PLYNOUCÍ Z ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	75
9	PROJEKT NA PODPORU ROZVOJE POUTNÍ TURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICCE.....	77
9.1	CÍLE PROJEKTU	77
9.2	PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU	78
9.2.1	Historie pořádání akce.....	80
9.3	KONKRÉTNÍ PODOBA AKCE.....	82
9.3.1	Dílčí součásti miniveletrhu	84
9.3.2	Doplňující informace	86
9.4	LOKALIZACE AKCE	87
9.4.1	Kapacita Muzea Kroměřížska	88
9.5	PLÁNOVÁNÍ A REALIZACE PROJEKTU	90
9.5.1	Plánování akce Miniveletrh poutních míst.....	90
9.5.2	Jednotlivé fáze projektu	91
9.6	PERSONÁLNÍ ZABEZPEČENÍ AKCE	93
9.6.1	Projektový tým	94
9.6.2	Personál při samotném průběhu akce.....	95
9.6.3	Účinkující.....	97
9.7	MATERIÁLNĚ – TECHNICKÉ ZABEZPEČENÍ AKCE.....	98
9.7.1	Inventář	99
9.7.1.1	Veletržní část	99
	Zdroj: vlastní zpracování	100
9.7.1.2	Výstava fotografií	100
9.7.1.3	Vystoupení chrámového sboru	101
9.7.1.4	Společenský večer a sobotní pohoštění	101
9.7.2	Propagační a jiné tištěné materiály	102
9.7.3	Občerstvení	102
9.8	MARKETINGOVÁ PROPAGACE MINIVELETRHU	105
9.8.1	Definice cílové skupiny.....	106
9.8.2	Návrh propagace	106
9.8.2.1	Propagace před uskutečněním miniveletrhu	106
9.8.2.2	Propagace v rámci průběhu miniveletrhu	111
9.8.2.3	Propagace po uskutečnění miniveletrhu	111
9.9	ČASOVÝ HARMONOGRAM PRŮBĚHU MINIVELETRHU POUTNÍCH MÍST 2013.....	112
9.10	ČASOVÁ ANALÝZA PROJEKTU.....	114
9.10.1	Zpracování pomocí programu WinQSB	115

9.11	ANALÝZA RIZIK SPOJENÝCH S PROJEKTEM	116
9.11.1	Identifikované rizikové faktory a možná opatření k jejich minimalizaci...	119
9.12	ANALÝZA NÁKLADŮ A PŘÍNOSŮ PROJEKTU	123
9.12.1	Náklady projektu	124
9.12.2	Rozpočet projektu	126
9.12.3	Přínosy projektu	127
ZÁVĚR	129
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	130
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	136
SEZNAM OBRÁZKŮ	137
SEZNAM TABULEK	138
SEZNAM MAP	140
SEZNAM GRAFŮ	141
SEZNAM PŘÍLOH	142

ÚVOD

„Člověk, který cestuje s touhou dozvědět se, cestuje přes všechny dálky, hlavně k sobě samému.“

Jan Werich

Cestování provází život člověka prakticky od nepaměti. Během různých historických období můžeme pozorovat, jak se v závislosti na měnících se potřebách lidstva současně měnila i motivace k uskutečnění cest. Za jeden z nejstarších motivů je považováno náboženství. Tradice návštěvy poutních míst se zachovala až do současnosti, ale v dnešní době již nejde pouze o popud duchovní, ale čím dál častěji se setkáváme s tím, že díky své historické, architektonické a kulturní hodnotě, jsou tato místa hojně vyhledávána i lidmi bez náboženského vyznání.

Cílem předkládané diplomové práce je na základě teoretických poznatků a výstupů analýzy vypracovat projekt, díky němuž by došlo k posílení propagace tuzemských poutních míst a následně i k rozvoji poutní turistiky v České republice. Konkrétně se jedná o projekt nazvaný Miniveletrh poutních míst. Samotné projektové části však předchází několik analýz sloužících ke zhodnocení současného stavu poutní turistiky v České republice a také ke zjištění předpokladů pro její rozvoj. Důležitým bodem je analýza nabídky zaměřená na zhodnocení poutních míst z hlediska jejich počtu, ale především z pohledu služeb, které tyto lokality poutníkům a turistům nabízí. Neméně podstatným krokem je také zjištění, jaká je poptávka české, ale i zahraniční veřejnosti po návštěvě tuzemských poutních míst a jaký je celkově jejich názor na tento specifický segment cestovního ruchu.

Diplomová práce sestává celkem ze tří částí – teoretické, analytické a projektové. Teoretická část obeznámí čtenáře s pojmy náboženský a poutní cestovní ruch, dále také vymezí analytické a projektové metody použité v práci. Výsledkem analytické části je zhodnocení potenciálu České republiky pro rozvoj poutní turistiky a takto získané podklady pak slouží jako základ pro zpracování části projektové. Ta představuje nejvýznamnější sekci celé diplomové práce a její hlavní náplní je stanovení cílů projektu, vytvoření jeho časového harmonogramu a také zabezpečení projektu po stránce materiální a personální. V závěru práce je projekt zhodnocen prostřednictvím analýzy nákladů a přínosů a analýzy rizik.

CÍLE A METODIKA

Cíle práce

- Hlavní cíl:

Vytvoření obsahového a organizačního návrhu na uskutečnění Miniveletrhu poutních míst 2013 a následně i úspěšné zrealizování tohoto projektu ve městě Kroměříži.

- Sekundární cíle:

Na základě studia odborné literatury vypracovat teoretický přehled vztahující se k oblasti náboženského a poutního cestovního ruchu. Dále také popsat metody uplatněné v analytické části práce.

Prostřednictvím zhodnocení současného stavu poutní turistiky v České republice a analýzy nabídky a poptávky charakterizovat význam této formy cestovního ruchu pro Českou republiku.

Metodika práce:

Předkládaná diplomová je tvořena dvěma hlavními částmi – teoretickou a praktickou, přičemž poslední zmíněná se dále větví na část analytickou a část projektovou. Náplní teoretické části, jež je výsledkem studia odborné literatury, je vypracování přehledu vztahujícího se k oblasti náboženského a poutního cestovního ruchu. V této rešerši jsou zároveň charakterizovány i metody uplatněné v analytické a projektové části.

Pro vypracování analytické části jsou použita jednak sekundární data, která slouží ke zhodnocení současné situace v oblasti náboženského a poutního cestovního ruchu v zahraničí. Primární data, vztahující se k poutní turistice v České republice, jsou pak získána prostřednictvím dotazníkového šetření a nestandardizovaného rozhovoru. Na základě těchto poznatků je sestavena také SWOT analýza náboženské a poutní turistiky v České republice. Závěry vyvozené z analytické části slouží jako východisko pro projektovou část.

V projektové části je navržen projekt na uskutečnění Miniveletrhu poutních míst 2013, tedy kulturně – veletržní akce, která má přispět k rozvoji poutní turistiky v České republice.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 NÁBOŽENSKÝ CESTOVNÍ RUCH

„Turismus přispívá ke zdokonalení psychického a morálního profilu člověka. Turismus jako společenská aktivita vzbuzuje pocit lidské sounáležitosti, oslabuje existenci předsudků a podporuje vzájemnou úctu mezi národy. Náboženský turismus pomáhá stírat náboženské rozdíly a nenávist, podporuje vzájemnou lásku a úctu a vytváří objektivní podmínky pro duchovní poznání.“ (Dancák, 2005, s. 11 - 12)

Autorem tohoto citátu je papež Pius XII., který se jako první z papežů začal zabývat otázkou vzájemného vztahu cestovního ruchu s náboženstvím a církví. Důležitost tohoto vztahu si uvědomili a uvědomují i jeho následníci, což dokládá i fakt, že v posledních několika desetiletích bychom nenašli papeže, který by se ve svých projevech k věřícím alespoň okrajově nezmínil o fenoménu cestovního ruchu. Společným rysem všech těchto projevů je, že je v nich turismus chápán jako cesta k vzájemnému porozumění mezi národy a to bez ohledu na to, jakou víru vyznávají. Právě tato skutečnost je v očích církve považována za největší hodnotu, kterou cestovní ruch dnešnímu světu přináší a z toho důvodu je nezbytné usilovat o jeho neustálý rozvoj. (Dancák, 2005, s. 11 - 12)

Velmi podobný názor sdílí i český kardinál a arcibiskup pražský Mons. Dominik Duka. Podle něj má totiž náboženský cestovní ruch nejen význam duchovní, ale důležitou roli sehrává i z hlediska národního, kulturního a ekonomického života. (Šimák, Parlamentní Listy.cz)

1.1 Historický vývoj náboženského cestovního ruchu

Raj a Morpeth (2007, s. 4) uvádí, že samotný cestovní ruch má poměrně nejasný původ, ale je jisté, že jeho počátky jsou spojeny právě s náboženským putováním. Navíc také dodávají, že i přes to, že jde o jednu z nejstarších forem cestovního ruchu, stále je v pozici silného růstu.

Jako kolébkou náboženského cestovního ruchu, nebo lépe řečeno náboženského cestování, můžeme označit starověký Egypt. Ani o dvě tisíciletí později neztratilo náboženské cestování nic ze své důležitosti a často proto slýcháme, že synonymem středověku je poutnictví, respektive návštěva svatých míst. V té době se největší oblibě těšila zejména místa jako Řím, Santiago de Compostela, Canterbury a Jeruzalém. Za pomyslný zlom můžeme považovat devatenácté století, konkrétně rok 1861. Tehdy totiž Thomas Cook, první touroperátor a baptistický kněz z Anglie, zorganizoval první skupinový zájezd do Svaté země – Izra-

ele. Dá se tedy říct, že od této chvíle už náboženský turismus a poutní cesty nebyly pouze záležitostí víry každého člověka, ale v podstatě se staly také součástí světa obchodu a začaly představovat komerční zboží. (Tourism – review.com, © 2013; National Catholic Register, © 2013)

1.2 Začlenění náboženského turismu v rámci cestovního ruchu

V odborné literatuře můžeme k začlenění náboženského cestovního ruchu najít dva různé přístupy. Tradičně je náboženský turismus chápán jako součást kulturně – poznávacího cestovního ruchu, nicméně představuje jeho velmi specifickou oblast, zejména mluvíme – li o poutní turistice. Od této specifčnosti se pak odvíjí i požadavky na služby, jež jsou s turismem tohoto charakteru spjaty. Navíc jeho realizace je i velmi úzce spjata s etickými otázkami. Někteří autoři zase religiózní cestovní ruch vnímají jako jakousi samostatnou jednotku, která je jednou ze specifických forem cestovního ruchu.

1.3 Vymezení náboženského cestovního ruchu

Při vymezení náboženského cestovního ruchu se setkáváme s různými pojetími a názory. Řada autorů tvrdí, že je výlučně záležitostí věřících osob, jiní zase trvají na tom, že o náboženský turismus se jedná pokaždé, když člověk cestuje kvůli návštěvě místa spjatého s náboženstvím, a nezáleží na tom, zda je tato osoba věřící, či nikoliv. Tento duální rozměr se snaží vystihnout Pásková a Zelenka (2012, s. 488), kteří definují náboženský cestovní ruch ze dvou úhlů pohledu. V širším smyslu podle nich jde o formu cestovního ruchu, kdy motivace účastníků pramení v touze navštívit a prohlédnout si nejrůznější religiózní památky, ať už se jedná o kostely, katedrály, kaple, hřbitovy, poutní místa apod. Toto pojetí tedy zahrnuje jak věřící, tak i nevěřící turisty. Pojmenování náboženský cestovní ruch je zde tedy odvozeno od povahy navštěvovaného objektu. V užším slova smyslu je pak náboženský cestovní ruch chápán jako cestování, jehož hlavním cílem je účast na náboženském obřadu nebo pouti na posvátné místo. Vidíme, že takovýto výklad už je zaměřen hlavně na „ryzí“ náboženské turisty, kteří jsou věřící. Zde je termín náboženský cestovní ruch spíše než od povahy objektu odvozen od náboženského zaměření osob.

Kromě označení náboženský cestovní ruch se v praxi velice často setkáváme také se synonymy jako religiózní či církevní cestovní ruch. Někteří autoři vkládají rovnítko mezi výrazy náboženský, sakrální a poutní cestovní ruch, což ale není zcela správně. Klímová (CzechTourism) tvrdí, že sakrální a poutní turismus bychom měli vnímat spíše jako dílčí

součástí náboženského cestovního ruchu. Jde tedy o podmnožiny, přičemž sakrální turismus se týká veškerých náboženských památek, církevních odkazů v kultuře a je silně orientován na bohoslužby. Poutní turismus je zase spjat s návštěvou poutních míst a také dalších míst významných církevních událostí. Je ale pravda, že většinou se všechny tyto pojmy používají jako sobě rovné. Stejně tomu bude i pro potřeby analytické části diplomové práce.

1.3.1 Specifika náboženského cestovního ruchu

Náboženský cestovní ruch představuje specifickou formu turismu a tudíž se i vyznačuje určitými specifickými znaky. Rygllová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 202) uvádí, že pro náboženský cestovní ruch jsou charakteristické následující rysy:

- nejdůležitější roli zde hraje cíl a nezáleží na tom, jak rychle se k němu osoba dostane nebo, jak moc je tento cíl cesty vzdálený;
- nutnost respektování náboženských, společenských a kulturních zvyklostí účastníků;
- vzhledem k tomu, že se této formy turismu často účastní starší osoby, je nutné upravit denní režim právě podle věku účastníků;
- nutnost přípravy a zajištění speciálních ubytovacích, stravovacích, dopravních, průvodcovských a dalších služeb tak, aby byly v souladu s potřebami a požadavky turistů.

Podle Drobné a Morávkové (2004, s. 144) je vhodné mezi typické rysy náboženského turismu zařadit také to, že má často masový charakter. To se týká zejména poutí, kterých se může zúčastnit až několik milionů věřících. Klímová (CzechTourism) ještě dodává, že za specifický znak této formy cestovního ruchu můžeme považovat i velmi vysoké nároky na pracovníky z hlediska etiky. Pro většinu věřících je totiž otázka náboženství velmi osobní a citlivou záležitostí. Je tedy velmi důležité, aby byli zaměstnanci pracující v této oblasti cestovního ruchu důkladně obeznámeni s jednotlivými náboženstvími a náboženskými odlišnostmi, aby se tak předešlo trapným omylům, ale zejména, aby byl zabezpečen citlivý a profesionální přístup k této specifické klientele.

Většina uvedených znaků se vztahuje k cestování věřících turistů. V případě nevěřících účastníků cestovního ruchu tato specifika zpravidla opadají a jde v podstatě o klasický kulturně – poznávací turismus.

1.3.2 Motivace k účasti na náboženském cestovním ruchu a způsoby jejího naplnění

Studnička (CzechTourism) uvádí, že potřeba účasti na náboženském cestovním ruchu je nejčastěji vyvolána následujícími důvody:

- návštěva a prohlídka míst, jež oplývají atraktivitami (společenské, přírodní) spojenými s určitým náboženstvím;
- duchovní rozměr této návštěvy (duchovní prožitek);
- snaha duchovně se přiblížit a komunikovat s vrcholnou církevní autoritou, což se děje především prostřednictvím modlitby;
- potřeba duševního odpočinku, uvolnění se, meditace a načerpání duchovní energie;
- ponoření se do sebe a zamyšlení se nad sebou samým, dosažení pocitu pokory;
- dosažení pocitu úlevy, požehnání a často i odpuštění;
- u poutních lokalit se pak často setkáváme i s motivem zdravotním, kdy lidé do těchto míst míří s nadějí, že jim zde prostřednictvím zázraku bude navraceno ztracené zdraví.

Účast na náboženském cestovním ruchu se však zpravidla neodvíjí pouze od jednoho z těchto motivů, ale většinou vyplývá z jejich kombinace.

Studnička (CzechTourism) dále uvádí, že výše uvedené motivy jsou nejčastěji naplněny:

- návštěvou míst a lokalit, jež mají určitý náboženský význam a zároveň jsou atraktivní i z hlediska kulturního a historického;
- účastí na religiózních akcích a událostech, a to zejména na poutích;
- účastí na náboženských obřadech, jež se konají buď v rámci uvedených akcí, nebo i mimo jejich konání, dále pak také účastí na náboženských obřadech, které se ale uskutečňují na místech, která nejsou spojena s náboženskými událostmi;
- účastí na vzdělávacích akcích, které mají spojitost s náboženstvím.

1.3.3 Náboženský cestovní ruch jako odvětví ekonomiky

Přestože je náboženský cestovní ruch pouze malým článkem v cestovním ruchu, jeho ekonomický význam by se neměl podceňovat. Pro řadu zemí je důležitým zdrojem příjmů a najdeme i takové státy, které jsou na tomto segmentu turismu zcela závislé.

Jako příklad můžeme uvést Izrael, který je historicky spojen se třemi hlavními světovými náboženstvími – judaismem, křesťanstvím a islámem. V roce 2012 navštívilo tuto zemi 3,5 mil. turistů, což oproti předchozímu roku představuje nárůst 5 %. Z průzkumů navíc vy-

plynulo, že 66 % turistů uvedlo jako důvod návštěvy Izraele poutní cestu, rekreaci nebo exkurzi. Izraelský ministr cestovního ruchu dodal, že Izrael není typickou rekreační destinací, protože turisté sem přijíždějí především z náboženských důvodů, ale svůj pobyt v zemi prodlužují kvůli dalším atrakcím. Celkové příjmy z cestovního ruchu za rok 2012 činily asi 36 mld. NIS. Předpokládá se, že nebýt dlouhotrvajícího izraelsko – palestinského konfliktu a z něho plynoucích bezpečnostních opatření, turismus by byl ještě více posílen. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 202; Israel Hayom, © 2013)

Další země, která je neodmyslitelně spjata s náboženstvím, je Itálie. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 202) uvádí, že např. poutě, které se v Itálii konají, generují cca 3,5 mld. EUR ročně, což představuje zhruba 5 % z výnosu celého odvětví cestovního ruchu. Náboženský turismus navíc pomáhá zmírňovat sezónní výkyvy, protože se ho lze zúčastnit prakticky v průběhu všech ročních období. Zároveň jej lze považovat za anticyklickou část cestovního ruchu, která tak snadno nepodléhá ekonomické recesi, a to proto, že účast na něm často plyne z tzv. „vyššího“ důvodu, tedy duchovní motivace.

1.3.4 Nová éra náboženského cestovního ruchu

Zvyšující se množství účastníků církevní turistiky je z velké části podmíněno změnou v pojetí náboženského turismu. Z průzkumů vyplývá, že množství turistů inklinuje k tomu, že si svoji dovolenou namíchá z náboženských, ale i tradičních rekreačních aktivit jako je koupání, opalování nebo sport. Jde o vytvoření rovnováhy mezi religiózním a světským programem cesty. Takto koncipované dovolené jsou nyní velmi populární a odehrávají se zejména v těchto Top 3 destinacích – v Izraeli, Itálii a Řecku, za nimi následuje také Francie a Střední Východ. Znamená to tedy, že základními stavebními kameny trhu náboženského cestovního ruchu i nadále zůstávají návštěvy poutních míst a misijní cesty, ale během posledních pěti až deseti let se tento trh značně rozšířil. Proto je dnes například každoroční lyžařský zájezd farnosti již považován za formu náboženského turismu. Stejně tak je tomu i u tzv. faith-based safari. V tomto případě se jedná o regulérní výlet na safari, který ale zahrnuje bohoslužbu nebo třeba předčítání z Bible. (Saltzman, © 2005 – 2013)

V souvislosti se změnou v pojetí náboženské turistiky mluvíme o přechodu ze „staré“ do „nové“ éry, která je charakteristická především tím, že jednak narůstá podíl mladých lidí, kteří se tohoto typu cestovního ruchu účastní, dalším typickým znakem je pak touha po zážitku, který ale chtějí absolvovat příjemně, pohodlně a hlavně bezpečně. Před třiceti lety lidé vůbec neřešili, jakou třídou poletí nebo kde budou ubytováni. Dnes se otázka způsobu

dopravy a zejména úrovně ubytování klade téměř na první místo. Důležité je i to, že moderní náboženský cestovní ruch poskytuje klientům „multizážitkovou“ zkušenost, protože snoubí duchovní zážitek s relaxací, sportem, kulturou či s čímkoliv dalším, co si zákazník bude přát. (World Religious Travel Association, © 2011)

Tab. 1 Charakteristika „staré“ a „nové“ éry náboženského turismu

Charakteristika „staré“ éry náboženského turismu	Charakteristika „nové“ éry náboženského turismu
<ul style="list-style-type: none"> - nízkorozpočtové cesty - záležitost pouze seniorů - pouze poutní cesty - okrajový segment („niche market“) 	<ul style="list-style-type: none"> - požadavky na kvalitní produkty a služby - záležitost všech věkových kategorií, od dětí přes mládež až po seniory - „multizážitková“ zkušenost (dovolená se skládá z více dimenzí) - dynamický segment („mass market“)
<p>Tímto způsobem je náboženský turismus stále ještě vnímán velkou částí podniků působících v cestovním ruchu a toto zastaralé chápání se samozřejmě odráží i v jejich obchodní strategii. Stejný názor zaujímá značná část veřejnosti.</p>	<p>Průkopníci v oblasti moderního náboženského turismu se naopak snaží řídit podle výše uvedených nových požadavků trhu a zejména podle potřeb a přání svých zákazníků.</p>

Zdroj: vlastní zpracování; World Religious Travel Association, © 2011

2 POUTNÍ TURISTIKA

Poutní turistika, poutní turismus, poutní cestovní ruch nebo i církevní turistika. To všechno jsou výrazy, které se používají k označení specifické formy cestovního ruchu, v rámci které dochází k návštěvě tuzemských či zahraničních poutních míst.

Collins – Kreiner (2009, s. 440) považuje putování na posvátná místa za jeden z nejdůležitějších rysů hlavních světových náboženství. Zároveň také zdůrazňuje, že poutní turistika s sebou nese také významné politické, ekonomické, společenské a kulturní dopady. Navíc pro některé země nebo města je tato forma cestovního ruchu hlavním zdrojem ekonomických příjmů a poutní místo tedy pro danou zemi představuje klíčový „majetek“.

Přestože je poutní turistika, respektive poutnictví stará téměř jako lidstvo samo, v dnešní době je to pro nás tak trochu nový pojem. Poutní turistika zažívá v posledních několika letech velký boom a již dávno není záležitostí pouze věřících, ale dostala se do středu zájmu i u osob, které žádnou víru nevyznávají. Hlavním důvodem je to, že kromě duchovní stránky poutní místo turistovi či poutníkovi poskytuje také možnost poznávat přírodu, krásy umění a samozřejmě i historii. (Arts Lexikon.cz, © 2013)

Olomoucký arcibiskup Mons. Jan Graubner nahlíží na poutní cestovní ruch velmi podobně a tvrdí, že „poutní turista se jde podívat na církevní zajímavost, poznávat historii a souvislosti. Nemusí tam jít s tím, že ho tam vede modlitba a víra, ale samozřejmě má možnost se setkat s duchovním rozměrem a nejedna z nich se tady právě setká i s Božím tajemstvím“. (Arts Lexikon.cz, © 2013) Poutní turistika tedy představuje určité propojení mezi náboženským a sekulárním světem.

2.1 Definice základních pojmů spojených s poutní turistikou

2.1.1 Pout'

Slovo pout' je odvozeno ze staroslověnského výrazu pút, jehož kořeny sahají až ke staroindickému výrazu panthás – cesta. (Ultreia, o.s., © 2013) Pout' je definována jako „putování věřících na svatá místa ve vlastní zemi nebo v zahraničí, často využívající poutních cest. V mnohých místech a při významných příležitostech může mít masový charakter s desítkami až milióny poutníků.“ (Pásková, Zelenka, 2012, s. 434) Smysl pouti zpravidla pozůstává v uctění určitého zázraku, k němuž na daném místě došlo. Lidé se pouti často účastní také proto, aby Boha nebo světce poprosili o uzdravení, případně, aby mu za toto

zázračné uzdravení poděkovali. Někdo zase tuto náročnou cestu bere jako pokání za své pochybení a snaží se tak očistit od své viny a hříchů. (Kučera a kol., 2012, s. 5) V dnešní době ale najdeme i takové lidi, kteří se na pouť vydají ne z náboženských důvodů, ale třeba i proto, že se snaží najít smysl svého života a trávení času na cestách jim přináší radost a vnitřní naplnění.

Základem pro vznik poutí byla víra, že modlitba uskutečněná na určitých posvátných místech je obzvláště účinná. Takovéto cesty jsou známy už i u antických civilizací jako byli Řekové, Římané, Egypťané, Peršané či Indové. (iEncyklopedie.cz, © 2011) Účast na náboženských poutích se během historického vývoje stala součástí prakticky všech světových náboženství. (Dancák, 2005, s. 17) Co se týče poutní tradice na území Česka, její kořeny sahají až do raného středověku. (Kučera a kol., 2012, s. 6) Dibelková (2004, s. 5) uvádí, že poutní místa v Čechách existovala již v 10. Století a patřil mezi ně např. Tetín, tedy místo zavraždění sv. Ludmily. Nejstarší poutní lokality na Moravě jsou zase spojeny s mariánskou tradicí a působením cyrilometodějské mise. (Dibelková, 2005, s. 5)

2.1.2 Poutní místo

Jak již bylo uvedeno, téměř u všech náboženství se setkáváme s místy, které určitým způsobem lákají jeho vyznavače k jejich návštěvě. Raj a Morpeth (2007, s. 18) definují poutní místo jako část zemského povrchu, která je jednotlivci či skupinami považována za významnou lokalitu, jež si zaslouží projevy úcty, oddanosti a loajálnosti. Přestože se jednotlivá posvátná místa navzájem odlišují svojí velikostí, charakterem a významem, sdílejí hned několik společných rysů. Jsou relativně trvalá a podněcují v lidech respekt a zbožnost.

Vezmeme – li v úvahu různá světová náboženství, pak je podle Myry Shackley (2001, s. 2) možné posvátná místa rozdělit do kategorií, jež jsou včetně příkladu uvedeny v tabulce 2. Kromě poutních míst spojených s určitým náboženstvím je zde promítnut i sekulární přístup, který jako poutní označuje místa důležitých historických událostí, etap nebo i místa života a úmrtí slavných osobností. V tomto případě však nejde o poutní místa v pravém slova smyslu.

Tab. 2 Obecná kategorizace poutních a posvátných míst

Typ	Příklad
Pouze jeden církevní objekt	Canterburská katedrála, Hagia Sofia
Pohřebiště	Kalixtovy katakomby

Izolovaná svatyně	Borobudur, Amritsar
Celé město	Jeruzalém, Řím, Assisi, Betlém
Posvátné komplexy	Lalibela, Potala, Klášter sv. Kateřiny
Místo zemské energie	Glastonbury
Posvátná hora	Uluru, Everest
Posvátný ostrov	Iona, Mont Saint-Michel
Poutní cesta do poutního místa	Mekka, Medina, Santiago de Compostela
Světské poutní místo	Místa spojená s holocaustem, Robben Island, dům Anny Frankové

Zdroj: vlastní zpracování podle Shackley, 2001

Pokud se zaměříme pouze na křesťanství, jakožto na nejrozšířenější náboženství na světě, pak je možné česká i zahraniční poutní místa rozdělit do určitých skupin a to podle toho, kdo, či co je na tomto místě uctíváno. Dancák (2005, s. 19 - 25) rozlišuje celkem 4 typy křesťanských poutních míst. Jde o poutní místa, kde jsou pohřbeni světcí nebo část jejich ostatků. Dále jsou to místa, na nichž najdeme milostivé sochy, obrazy a ikony, které souvisí s uctíváním Panny Marie. Právě mariánský kult (tradice) je v České republice, ale i v Evropě velmi silný. Černý (2012) rozděluje kostely a kaple zasvěcené Panně Marii na základě druhu patronie na Nanebevzetí Panny Marie, Navštívení Panny Marie, Narození Panny Marie, Bolestné Panny Marie, Panny Marie Pomocné, Jména Panny Marie, Korunování Panny Marie, Panny Marie Karmelské a Panny Marie Sněžné. Dancák (2005, s. 23 - 25) dále vyčleňuje poutní místa spojená s eucharistickým zázrakem, tedy s viditelným znakem skutečné přítomnosti Ježíše Krista nebo poutní místa spojená s nebeským zjevením. Nejčastěji jde o zjevení Panny Marie, ale také jiných světců. Typologii křesťanských poutních míst včetně příkladů zachycuje tabulka 3.

Tab. 3 Typologie křesťanských poutních míst

Typ	Příklad v ČR	Příklad v zahraničí
Poutní místa, na nichž se nacházejí relikvie či hroby světců	Katedrála sv. Víta, Václava a Vojtěcha, Praha	Santiago de Compostela, Španělsko
Poutní místa, na nichž se nachází milostivé sochy a obrazy	Poutní kostel navštívení Panny Marie, Svätý Kopeček u Olomouce	Lurdy, Francie
Poutní místa spojená s eucharistickým zázrakem	X	Guadalupe, Mexiko
Poutní místa spojená s nebeským zjevením	Bazilika Panny Marie Pomocnice křesťanů,	Fatima, Portugalsko

	Filipov	
--	---------	--

Zdroj: vlastní zpracování podle Dancáka, 2005

Obecně tedy můžeme říct, že v křesťanství se za poutní považuje místo, kde:

- najdeme významný obraz nebo sošku svatých, jejich ostatky či další významné náboženské artefakty;
- se uskutečnil zázrak;
- došlo ke zjevení;
- došlo k zázračnému uzdravení;
- došlo k nálezů posvátného předmětu. (Kučera a kol., 2012, s. 6)

„Místem, k němuž se konají pouti, tedy může být kříž nebo malá kaplička, venkovský kostelík, městský nebo klášterní kostel či mohutná honosná bazilika.“ (Kučera a kol., 2011, s. 23)

2.1.2.1 Přehled nejvýznamnějších poutních míst ve světě

Poutní místa mají své místo ve všech hlavních světových náboženstvích, tzn. v křesťanství, islámu, judaismu a buddhismu.

Mezi nejvýznamnější poutní místa křesťanství jednoznačně patří **Jeruzalém** (Izrael/Palestina), **Řím** (Itálie), **Santiago de Compostela** (Španělsko) a **Lurdy** (Francie). Z mimoevropských poutních míst je pak velmi významné **Guadalupe** (Mexiko). (Bedürftig, 2011)

Muslimové považují za nejvýznamnější pouť do **Mekky** a **Mediny**, tedy do měst, která jsou spojena s životem a působením proroka Mohameda. Na rozdíl od křesťanství a jiných náboženství, islám přímo ukládá povinnost alespoň jednou za život uskutečnit pouť do Mekky. Nejde tedy o záležitost dobrovolnou, nýbrž povinnou. (Bedürftig, 2011)

V rámci judaismu můžeme zmínit především **Jeruzalém** (Izrael/Palestina), **Jericho** a **Kedron**. (Bedürftig, 2011)

Buddhismus zase za nejvýznamnější poutní lokality považuje místa, která jsou spojena s osobou Buddha – **Lumbiní**, **Bódhgaja**, **Sarnáth** a **Kušinagara**. (Bedürftig, 2011)

2.1.3 Poutní cesta

„Poutní cesta nebo také poutní stezka je často po staletí využívaná tradiční cesta, vedoucí ke svatým místům (posvátným místům) různých náboženství, jejíž délka může být až 20

tisíc km.“ (Pásková, Zelenka, 2012, s. 434) V Evropě vznikla většina těchto cest především v období středověku, jako příklad můžeme uvést cestu do Santiaga de Compostela, do Říma nebo do svaté země – Jeruzaléma. Pro dosažení poutních míst nebyly a nejsou využívány pouze cesty suchozemské (včetně karavanních do Mekky), ale také cesty mořské nebo cesty po řekách, což je typické např. pro hinduismus (cesta po Ganze, Nilu). (Pásková, Zelenka, 2012, s. 434)

V dnešní době se čím dál častěji setkáváme s pojmem poutní stezka, která je dle mého názoru jakousi sekularizovanou podobou tradiční poutní cesty. Přestože tyto stezky mají náboženský náboj, jejich podoba je čím dál tím víc uzpůsobována potřebám „obyčejných“ turistů, tzn., že je například vhodná i pro cykloturistiku nebo in – line turistiku.

2.2 Poutnictví versus poutní turistika

Přestože se poutní turismus v současné době používá jako souhrnné označení pro absolvování poutních cest a návštěvu posvátných míst, Giampiero Momo (CzechTourism) tvrdí, že není možné ztotožňovat poutnictví, tedy vykonání poutní cesty z důvodu vnitřního obratu, pokání, duchovního prožitku, a poutní turistiku, která se vyznačuje především kulturními rysy a je chápána jako „spotřební zboží“. Hlavní rozdíl podle něj spočívá v tom, že v rámci poutní turistiky převažuje aspekt poznávací, ale už zde nezbytně nemusí dojít k obratu, tak jak je tomu u poutních cest.

Rozdíl mezi pravým poutnictvím a poutní turistikou velmi dobře vystihuje následující citát. „Výlet se plánuje tak, aby byl pokud možno co nejpříjemnější, s minimálním množstvím problémů, s možností zrušení v případě nepříznivého počasí či jiných komplikací. Na rozdíl od toho pravý poutník jde za svým cílem přes všechny překážky, které mu život přináší, a i když občas umdlévá či mu schází síly na další cestu, po určité době se zvedne a pokračuje až do cíle.“ (Dufek, Hostýn.cz)

2.2.1 Poutník versus turista

Poutní lokality jsou v zásadě navštěvovány dvěma odlišnými segmenty, z nichž každý má jinou motivaci a také jiné požadavky na služby. Jejich přehled zobrazuje tabulka 4.

Tab. 4 Rozdílná motivace a požadavky na služby u poutníků a turistů

	Poutník	Turista
Motivace příjezdu	<ul style="list-style-type: none"> - touha po duchovním odpočinku - potřeba komunikace s Bohem, 	<ul style="list-style-type: none"> - potřeba klidu a odpočinku - potřeba změny prostředí

	<ul style="list-style-type: none"> - potřeba ztišení, potřeba obnovení pocitu pokory - zvláštní prosby, poděkování, pokání 	<ul style="list-style-type: none"> - potřeba komunikace - touha objevit a poznat něco nového, zbavit se stereotypu - individuální zájmy a záliby
Požadavky na služby	<ul style="list-style-type: none"> - malá náročnost na úroveň služeb, skromnost, malá poptávka po doplňkových službách - co nejvíce pobožností, požadavek na duchovní atmosféru - kvalitní průvodce, nejlépe věřící - individuální přístup není důležitý - místo první pomoci (přítomnost starých, nemocných a handicapovaných osob) 	<ul style="list-style-type: none"> - vyšší komfort služeb, vysoké nároky na základní služby, velký výběr služeb doplňkových - bohatá nabídka různých atraktivit (poznávání, pohyb, sportovní vyžití) - individuální přístup

Zdroj: vlastní zpracování podle Kupečkové, 2008 a Momo, CzechTourism

U poutníka naprosto převládá motiv duchovní, tedy zúčastnit se bohoslužby na svatém místě, pomodlit se či poděkovat Bohu. Od toho jsou samozřejmě odvozeny i požadavky na služby. Momo (CzechTourism) tvrdí, že poutníci pochází převážně z řad střední až nižší společenské vrstvy a z toho důvodu se spokojí s jednoduchým, ale důstojným a čistým ubytovacím zařízením, nejlépe v takových, která jsou součástí náboženských struktur, jako např. v kláštorech, hostinských pokojích poutních míst apod. Stejně nenároční jsou i v otázce stravování. Turisté naproti tomu na poutní místo směřují, aby se dozvěděli něco o jeho historii nebo architektonické stránce, případně aby se zúčastnili nějaké kulturní akce pořádané na tomto místě. Na rozdíl od poutníků jsou běžní turisté ochotni akceptovat vyšší cenu za předpokladu, že jim bude nabídnut vyšší komfort ubytovacích a stravovacích služeb, tzn. vyšší úroveň ubytování, rozmanitější nabídka pokrmů a také možnost výběru služeb doplňkových. (Kupečková, 2008)

Z tohoto popisu plyne, že jde vlastně o dvě protikladné skupiny, jejichž rozdílné zájmy a požadavky se dají velmi těžko skloubit. Oba tyto segmenty návštěvníků však poutnímu místu přinášejí finanční prostředky nezbytné na jeho opravy a běžný chod. Snahou správců poutních lokalit by proto mělo být vytvořit takovou nabídku služeb, která bude vyhovovat poutníkům i turistům.

2.2.2 Segmentace návštěvníků náboženské a poutní destinace

Předchozí text uvažoval pouze dvě základní skupiny návštěvníků poutní destinace. Osoby, jež se na poutní místa vydají, ale často není možné označit jen jako poutníky nebo jen jako

turisty, protože se u nich tyto dvě složky prolínají. Finney, Orwig a Spake (2013) návštěvníky dělí následovně:

1. „Seekers“ – tito návštěvníci mají zájem navštívit jak náboženské památky, tak i sekulární, turisticky zajímavá místa
2. „Lotus-eaters“ – přestože si tito návštěvníci vybrali destinaci, která je silně spjata s náboženstvím, mají zájem navštívit pouze památky sekulární, určené pro všechny turisty
3. „Pilgrims“ – tyto návštěvníky už můžeme přímo označit jako poutníky, protože důvodem návštěvy daného místa jsou výlučně náboženské památky
4. „Accidental tourists“ – v tomto případě se jedná o turisty, kteří si danou destinaci zvolili bez toho, aniž by měli vyhraněný určitý cíl návštěvy, tzn. nepřijeli sem ani kvůli náboženským památkám, ani kvůli turistickým atraktivitám.

Collins – Kreiner a Kliot (2000, s. 9) zase navrhují pětiúrovňový model, který návštěvníky posvátných míst třídí do následujících skupin:

1. „ryzí poutník“
2. „spíše poutník než turista“
3. „poutník – turista“ nebo „náboženský turista“
4. „spíše turista než poutník“
5. „sekulární turista“.

3 ANALYTICKÉ METODY POUŽITÉ V PRÁCI

3.1 Primární výzkum

Primární výzkum je založen na získávání primárních, tedy vlastních dat. Jde o zcela nová data, která jsou shromažďována cíleně pouze k určitému projektu, problému nebo oblasti. K získání primárních dat se nejčastěji používá např. anketa, dotazníkové šetření, experiment nebo různé typy rozhovorů. Primární výzkum bývá označován také jako tzv. terénní sběr dat nebo jako vlastní výzkum. (Cetlová, 2007, s. 29)

3.1.1 Členění primárního výzkumu

Primární výzkum může být **kvantitativní**, kdy je snahou postihnout co největší reprezentativní vzorek, aby pak bylo možné výsledky zobecnit na celou populaci. Dále je zde i forma **kvalitativní**, která sice dokáže zahrnout menší soubor respondentů, ale její plus spočívá v tom, že se snaží zachytit motivy chování lidí, vysvětlit příčiny a rozklíčovat vzájemné vztahy mezi určitými jevy. (Karlíček, 2013, s. 85)

Výhodou primárního výzkumu je, že umožňuje přesné zacílení na požadovanou oblast nebo problém, poskytuje aktuální data a v případě, že konkurenti tato data nemají, může být i zdrojem konkurenční výhody. Nevýhodou primárního výzkumu je jeho náročnost na finance, čas a také lidské zdroje. (Karlíček, 2013, s. 83)

3.1.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové neboli anketní šetření patří mezi nejčastěji používané metody zejména kvantitativního výzkumu. Jedná se o velmi efektivní způsob získávání informací, který je rychlý a zároveň relativně levný v porovnání s jinými metodami sběru dat. Klíčovým nástrojem je standardizovaný dotazník. Díky němu je možné kvantifikovat postoje respondentů vztahující se k zadanému tématu, analyzovat jejich názory na zkoumaný jev nebo definovat cílovou skupinu, na kterou bychom se měli v rámci budoucích aktivit soustředit. (Vašítková, 2008, s. 89)

Dotazování může probíhat hned několika způsoby. V zásadě rozlišujeme osobní dotazování, telefonické dotazování a „samovyplňovací“ výzkum.

- Osobní dotazování

Osobní dotazování zpravidla probíhá venku, tzn. oslovení respondentů na ulici nebo může být realizováno i v domácnostech. Tazatelé mohou využít metodu PAPI(Paper-and-Pencil

Interview), kdy se při dotazování využívají papírové dotazníky. Technologický rozvoj způsobuje, že se při těchto šetřeních čím dál častěji využívají notebooky nebo tablety. Pak mluvíme o CAPI(Computer-Assisted Personal Interview), tedy dotazování pomocí počítačů. (Augur Consulting, © 2013)

- Telefonické dotazování

Telefonické dotazování bývá často označováno zkratkou CATI(Computer-Assisted Telephone Interview). Jedná se o telefonický rozhovor, během kterého tazatel vyplňuje dotazník zobrazený na monitoru dle odpovědi respondenta. (Augur Consulting, © 2013)

- Anketa – „samovyplňovací“ výzkum

Anketní šetření zpravidla probíhá tak, že se respondentům dotazník posílá poštou. Někdy však mohou být distribuovány i ve formě přílohy v tisku, tzn. v novinách a časopisech, nebo jsou umístěny na nejrůznějších veřejných místech. Neustálý pokrok v počítačových technologiích způsobil, že velmi oblíbenou formou je internetový výzkum, kdy je dotazník rozepisován e-mailem nebo umístěn na webových stránkách. (Augur Consulting, © 2013)

Typologie otázek v dotazníku

V rámci dotazníkového šetření můžeme využívat dva základní typy otázek. U **otevřených otázek** respondent odpovídá vlastními slovy a tím pádem může lépe specifikovat svůj postoj k dané problematice. Nevýhodou je však časová náročnost zpracování a analýzy takto získaných dat. Naopak u **otázek uzavřených** je respondent nucen zvolit jednu či více předdefinovaných odpovědí. (Zbořil, 1996, s. 48). Moudrý (2008, s. 73 – 74) tyto uzavřené otázky dále člení na:

- **dichotomické** – respondent vybírá pouze ze dvou možností: ano – ne, souhlasím – nesouhlasím;
- **trichotomické** – respondentovi je zde nabídnuta ještě i třetí alternativa pro případ, kdy respondent nezná přesnou odpověď: ano – ne – nevím, souhlasím - nesouhlasím – nevím;
- **polytomické** – respondent zde má možnost výběru z většího množství předem stanovených odpovědí, člení se na:
 - o **výběrové** – respondent z nabízených možností vybere pouze jednu;
 - o **výčtové** – respondent zde volí více alternativ.

Odborná literatura uvádí ještě i možnost využití **polootevřených otázek**, které představují kompromis mezi otázkami otevřenými a uzavřenými. Respondentovi je nabídnuto několik

možných odpovědí s tím, že poslední z nich je otevřená a dotazovaný zde tak může vyjádřit svůj vlastní názor mnohem přesněji. (Karlíček, 2013, s. 93)

3.1.3 Rozhovor

Zelová (2002, s. 71) uvádí, že rozhovor, nebo také interview, je metoda výzkumu, jež je založená na přímém dotazování a vzájemné interakci mezi respondentem a tazatelem. V zásadě rozlišujeme tři základní typy rozhovorů a to podle způsobu jejich vedení: (Zelová, 2002, s. 71 – 72)

Strukturovaný (standardizovaný) rozhovor, u kterého je dopředu dané přesné znění otázek a také je závazně stanoveno jejich pořadí.

Nestrukturovaný (nestandardizovaný, volný) rozhovor poskytuje tazateli určitou volnost v tom, že obsah, přesné znění a pořadí otázek si rozhoduje sám. Takovýto rozhovor je tedy pružný, otevřený a přizpůsobuje se průběhu komunikace a respondentovi. To však neznamená, že volné interview nevyžaduje žádnou přípravu a je nahodilé.

Polostrukturovaný (hybridní) rozhovor pak představuje velmi často používaný kompromis mezi výše uvedenými typy. U této formy rozhovoru se připraví jeho scénář, včetně oblastí, konkrétních otázek apod., a tazatel je pak vybírá podle toho, jak uzná za vhodné.

3.2 Sekundární výzkum

Sekundární výzkum spočívá v získávání, shromažďování a vyhodnocování dat, která již existují. Znamená to, že tyto údaje byly nashromážděny již dříve, pro jiného zadavatele a také pro jiné cíle. Mohou být však opětovně použity a zanalyzovány v nových souvislostech. (Empirica.cz, © 2006 - 2013)

Sekundární data lze získat buď z interních, nebo z externích zdrojů. Údaje z **interních zdrojů** používáme především v případě, kdy analyzujeme činnost a hospodaření určitého podniku nebo jiné organizace. Jde zejména o údaje obchodního charakteru, finanční povahy nebo technického rázu. **Externí zdroje** sekundárních dat pak můžeme rozlišit do čtyř hlavních skupin. Jsou to statistické přehledy, agenturní výzkumy, databáze a ostatní zdroje, které zahrnují např. články v odborných časopisech, prognózy odborníků, webové stránky a další. (Karlíček, 2013, s. 83)

Výhodou sekundárního výzkumu je jeho nízká cena a téměř okamžitý přístup k výsledkům výzkumu. Nevýhodou je pak, že výstupy tohoto výzkumu nemusí přesně odpovídat našim

potřebám, data mohou být již neaktuální a navíc ani přesně nevíme, jakým způsobem byl výzkum proveden a zpracován. (Karlíček, 2013, s. 83)

3.3 SWOT analýza

SWOT analýza je poměrně jednoduchá a velmi často využívaná metoda situační analýzy, která slouží k vyhodnocení veškerých relevantních stránek týkajících se fungování firmy, ale také různých projektů, problémů, návrhů řešení apod. V rámci turismu je tato analýza používána nejčastěji pro zhodnocení určité destinace, produktu nebo také formy cestovního ruchu. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 106)

Název analýzy vznikl spojením počátečních písmen následujících anglických výrazů: (Vašítková, 2008, s. 58)

S = Strengths neboli silné stránky; **W** = Weaknesses neboli slabé stránky;

O = Opportunities neboli příležitosti; **T** = Threats neboli hrozby.

Jednotlivé složky SWOT analýzy jsou blíže charakterizovány na obrázku 1.

Podle Jakubíkové (2008, s. 103) je vhodné začít analýzou příležitostí a hrozeb, které přicházejí z **vnějšího prostředí (analýza OT)** organizace či projektu, a které nelze žádným způsobem ovlivnit. Jedinou možností, jak se bránit, je včas tyto příležitosti a hrozby identifikovat a následně se na ně vhodně připravit a správně zareagovat. Toto externí prostředí je tvořeno dvěma částmi. Jde o **makroprostředí**, jež pozůstává z ekonomického prostředí, přírodního prostředí, technologického prostředí, demografického prostředí, politicko – právního prostředí, sociálně – kulturního prostředí. Druhou částí je analýza **mikroprostředí**, které v podstatě zahrnuje tzv. stakeholdery, tedy zájmové skupiny. Patří mezi ně např. zákazníci, dodavatelé, konkurence, odběratelé, veřejnost apod.

Ve druhém kroku by měla být provedena podrobná analýza silných a slabých stránek, jež se vztahují k **vnitřní situaci (analýza SW)** firmy, respektive k projektu nebo navrhovanému řešení jako takovému. Hodnotí se zde např. cíle firmy, organizační struktura firmy, mezilidské vztahy, systémy a procedury používané ve firmě, firemní zdroje, materiální prostředí a další. (Jakubíková, 2008, s. 103)

	Pozitiva	Negativa
Pohled dovnitř firmy	<p>Silné stránky <i>(Strengths)</i></p> <p>Zde se zaznamenávají skutečnosti, které přinášejí výhody jak zákazníkům, tak firmě.</p>	<p>Slabé stránky <i>(Weaknesses)</i></p> <p>Zde se zaznamenávají ty věci, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe.</p>
Pohled vně firmy	<p>Príležitosti <i>(Opportunities)</i></p> <p>Zde se zaznamenávají ty skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch.</p>	<p>Hrozby <i>(Threats)</i></p> <p>Zde se zaznamenávají ty skutečnosti, trendy, události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků.</p>

Obr. 1 Matice SWOT analýzy

Zdroj: vlastní zpracování podle Jakubíkové, 2008 a Heczkové, 2003

SWOT analýza tedy propojuje a kombinuje výsledky několika dílčích analýz týkajících se jak interního, tak externího prostředí a poskytuje nám tak ucelený pohled na současnou situaci firmy včetně skutečností, které by v budoucnu mohly tuto situaci ovlivnit, ať už v pozitivním či negativním slova smyslu. (Jakubíková, 2012, s. 100) Nevýhodou SWOT analýzy je její statický charakter a také vysoká míra subjektivity. (Jakubíková, 2008, s. 104)

4 PROJEKTOVÉ METODY POUŽITÉ V PRÁCI

4.1 Projektové řízení

Rosenau (2003, s. 15) definuje projektové řízení jako „proces, který je zaměřený na dosažení cílů v jakékoli organizační struktuře bez ohledu na působení protikladných sil. Projektové řízení se tak skládá z pěti manažerských sil – definování, plánování, vedení, sledování a ukončení.“ Tyto manažerské činnosti na sebe navzájem navazují. Nejprve musí být definovány cíle projektu, dále je potřebné vytvořit časový plán projektu a také jeho finanční rozpočet. Následujícím krokem je vedení, tedy uplatnění manažerského stylu řízení lidských zdrojů. Žádný projekt by se neobešel bez soustavného sledování, které zahrnuje kontrolu stavu a postupu práce na projektu, čímž dochází ke zjištění odchylek oproti plánu a může se tak zavčasu přistoupit k jejich odstranění. Poslední částí je pak ukončení projektu, kdy dochází k ověření, že hotový úkol opravdu odpovídá stanoveným cílům a požadavkům. (Rosenau, 2003, s. 16 - 18) „Projektové řízení je tedy aplikací znalostí, dovedností, nástrojů a technik při realizaci projektových aktivit za účelem dosažení požadavků projektu.“ (Schwalbe, 2011, s. 25)

Hrazdilová – Bočková (2010, s. 42) uvádí, že každý projekt má určitý životný cyklus, který lze rozdělit nejčastěji do tří základní fází:

- předprojektová;
- projektová;
- poprojektová.

Toto členění však není závazné a často se používá i jiné pojmenování těchto etap, jako např. přípravná etapa → realizační etapa → etapa průběhu a ukončení → etapa vyhodnocení.

4.1.1 Projekt

Současná projektová praxe vychází z anglosaského pojetí slova „project“, které je používáno ve smyslu celého procesu plánování a řízení rozsáhlých operací. Jde tedy o celý tvůrčí proces. (Němec, 2002, s. 11)

Jasnou a výstižnou definici poskytuje Pitra (2008, s. 173), který projekt vnímá jako „koordinované úsilí skupiny lidí, které směřuje k vytvoření něčeho nového, dosud neexistujícího – ve stanoveném termínu a s přidělenými prostředky“.

Znaky projektu

Podle Schwalbe (2011, str. 22 -23) se od sebe projekty sice navzájem odlišují, najdeme ale několik znaků, které jsou typické pro každý z nich. Jsou jimi:

Trojrozměrný cíl – týká se zajištění souladu mezi třemi protichůdnými cíly – rozsahem, časem a náklady;

Jedinečnost – projekt by měl být určitým způsobem výjimečný a uskutečňuje se pouze jednou;

Dočasnost - projekt musí být vždy časově ohraničený, tedy mít přesně stanovený začátek i konec;

Zdroje – realizace každého projektu vyžaduje zdroje – finanční, lidské a materiální;

Nejistota – u každého projektu je nutné počítat s možností neúspěchu.

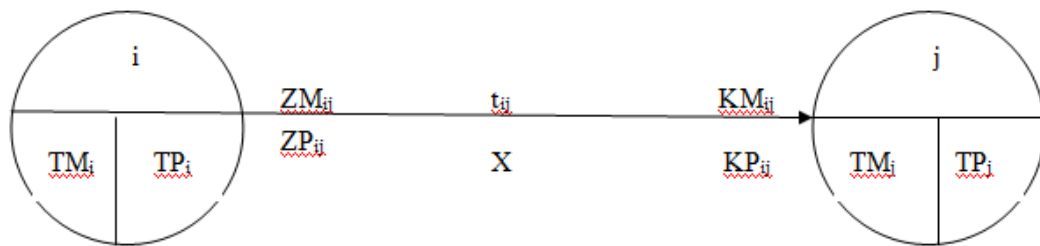
Jako úspěšný můžeme projekt označit v případě, že:

- „splnil zadaný cíl v požadované kvalitě;
- dosáhl cíle v plánovaném čase;
- dodržel stanovený rozpočet;
- realizace ani výsledek projektu nezpůsobují negativní dopady“. (Hošková, 2008, s. 10 – 11)

4.2 Síťová analýza

Síťová analýza je jedna z nejčastěji aplikovaných metod operačního výzkumu, která prostřednictvím grafů umožňuje řešit složité návazné procesy. V rámci této diplomové práce bude využita pouze jedna metoda síťové analýzy a to metoda kritické cesty (CPM). Jde o metodu deterministickou, neboť předpokládá pevně stanovené doby trvání jednotlivých činností projektů a neuvažuje možnost jejich změny. (Kolčavová, 2010, s. 142)

Každá činnost v rámci projektu má čtyři časové charakteristiky, které jsou znázorněny na obrázku č. 2.



Obr. 2 Schéma značení uzlů

Zdroj: vlastní zpracování podle Kolčavové, 2010

X = činnost	ZM_{ij} = nejdříve možný začátek činnosti
i, j = číslo uzlu	KM_{ij} = nejdříve možný konec činnosti
t_{ij} = doba trvání činnosti	ZP_{ij} = nejpozději přípustný začátek činnosti
TM_i = termín nejdříve možný	KP_{ij} = nejpozději přípustný konec činnosti
TP_j = termín nejpozději přípustný	

Po sestavení síťového diagramu zjistíme, které činnosti projektu leží na kritické cestě. Jako kritickou označujeme takovou činnost, jejíž prodloužení zákonitě vede ke zdržení celého projektu. U těchto činností jsou všechny časové rezervy rovny nule. Kritická cesta je tedy tvořena jednotlivými kritickými činnostmi a její délka udává nejkratší možnou dobu realizace projektu. Rozbor kritické cesty nám poskytuje informace potřebné při rozhodování o zkracování doby projektu, což má většinou vliv na zvyšování nákladů. Pokud bychom naopak potřebovali náklady projektu snížit, učiníme tak u činností, které nejsou součástí kritické cesty. (Kolčavová, 2010, s. 144)

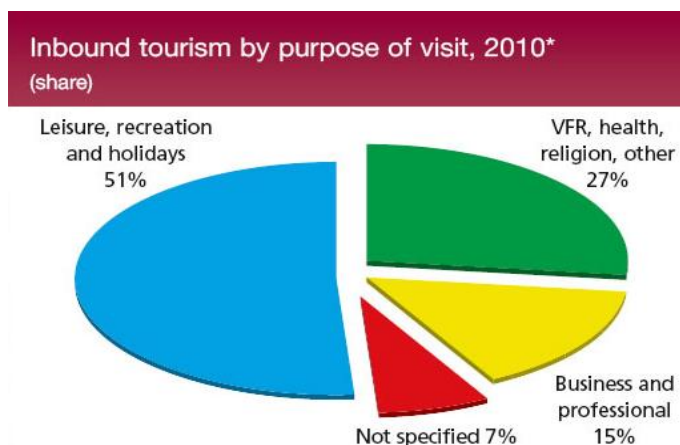
II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 SOUČASNÝ STAV V OBLASTI NÁBOŽENSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Úvodem bych ráda upozornila na fakt, že náboženský turismus, jakožto tržní segment, nebyl nikdy systematicky zkoumán. V současnosti tedy není k dispozici žádná statistika, která by systematickým způsobem zachycovala náboženský cestovní ruch, a která by poskytovala přesné, ucelené a relevantní informace o této oblasti. Následující text proto představuje jakýsi průřez údaji získanými z odborných článků, průzkumů, studií, ale zahrnuje také odhady a očekávání do budoucna.

5.1 Religiózní turistika ve světovém měřítku

Náboženský turismus se podle průzkumů stává jedním z nejrychleji expandujících segmentů cestovního ruchu a roste dokonce rychleji než např. velmi populární adventure tourism. (Tourism – review.com, © 2013) Potvrzuje to i studie UNWTO, podle níž se religiózně orientovaný turismus v rámci klasifikace motivačních důvodů cesty řadí na páté místo.



Graf 1 Příjezdový cestovní ruch podle motivu návštěvy v roce 2010

Zdroj: World Tourism Organization UNWTO, 2011

To, že náboženský a poutní cestovní ruch jsou fenoménem, který je zejména v posledních deseti letech vyhledáván turisty stále intenzivněji, dokladuje i průzkum Světové asociace náboženské turistiky. Podle něj se této formy turismu ročně účastní v průměru 300 mil. turistů. V roce 2008 se tato hodnota vyšplhala až na 330 mil. a výdaje za náboženský cestovní ruch činily zhruba 18 mld. amerických dolarů, což představuje přibližně 2 % všech příjmů z cestovního ruchu. Není proto divu, že americký deník USA Today zařadil religi-

ózní turismus a poutní cesty mezi Top 10 trendů cestovního ruchu za rok 2010. (Tourism – review.com, © 2013; World Religious Travel Association, © 2011)

Vzrůstající obliba návštěvy církevních památek je patrná zejména mezi obyvateli USA. U.S. Office of Travel and Tourism uvádí, že počet Američanů cestujících do zahraničí kvůli návštěvě sakrálních staveb se zvýšil ze 491 tisíc v roce 2002 na 633 tisíc v roce 2005, což znamená nárůst o 30 %. V roce 2008 už se číslo blížilo téměř 900 tisícům turistů. (Saltzman, © 2005 - 2013)

Pokud bychom chtěli zvyšující se oblibu poutní turistiky doložit pomocí zvyšující se návštěvnosti poutních míst, pak příliš neuspějeme. Důvodem je, že na řadě míst se takové záznamy vůbec neevidují. V následující tabulce můžeme alespoň orientačně vidět, jaká je průměrná roční návštěvnost vybraných světových poutních míst. (Alliance of Religions and Conservation, © 2013)

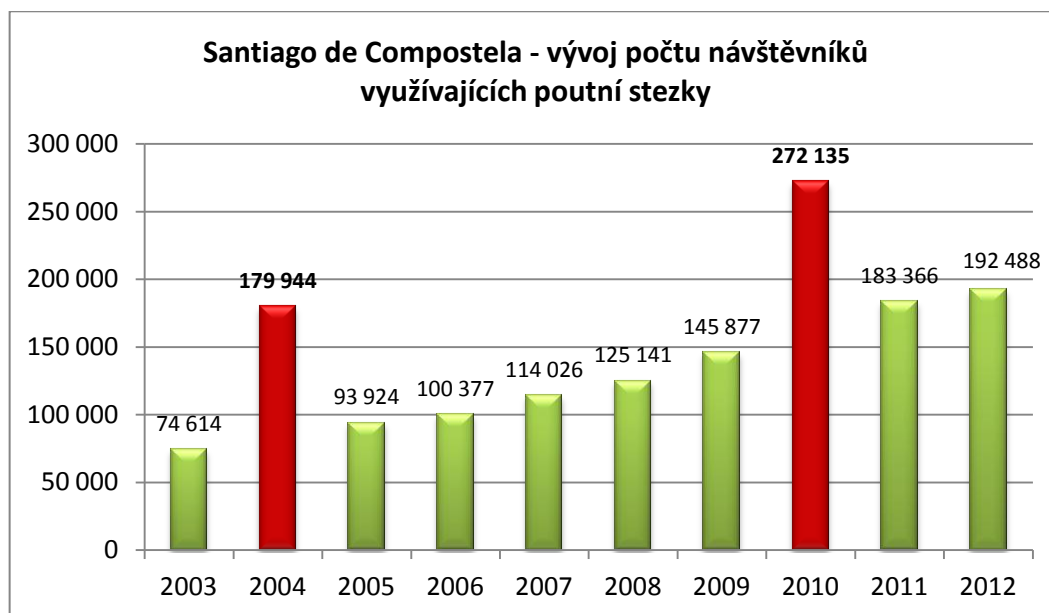
Tab. 5 Průměrná roční návštěvnost vybraných světových poutních míst

Poutní místo	Stát	Náboženství	Počet návštěvníků (poutníci i turisté)
<i>Guadalupe</i>	Mexiko	Křesťanství	<i>20 milionů ročně</i>
<i>Řeka Ganga</i>	Indie	Hinduismus	<i>20 milionů ročně</i>
<i>Zlatý chrám v Amritsaru</i>	Indie	Sikhismus	<i>20 milionů ročně</i>
<i>Mecca</i>	Saudská Arábie	Islám	<i>13 milionů ročně</i>
<i>Santiago de Compostela</i>	Španělsko	Křesťanství	<i>10 milionů ročně</i>
<i>Chrám Vaishno Devi</i>	Indie	Hinduismus	<i>9 milionů ročně</i>
<i>Lurdy</i>	Francie	Křesťanství	<i>7 milionů ročně</i>
<i>Jasná Hora v Čenstochové</i>	Polsko	Křesťanství	<i>5 milionů ročně</i>
<i>Fátima</i>	Portugalsko	Křesťanství	<i>4 – 5 milionů ročně</i>
<i>Vatikán</i>	Vatikán/Řím	Křesťanství	<i>4,2 miliony ročně</i>
<i>Jeruzalém</i>	Izrael	Křesťanství, judaismus, islám	<i>2,5 milionu ročně</i>
<i>Betlém</i>	Palestinská aut.	Křesťanství	<i>1,4 milionu ročně</i>
<i>Strom bódhi v Bódhgaji</i>	Indie	Buddhismus	<i>800 tisíc – 1 milion ročně</i>

Zdroj: vlastní zpracování, Alliance of Religions and Conservation, © 2013

Přesnější údaje o návštěvnosti můžeme uvést alespoň u světově proslulého poutního místa Santiaga de Compostela, kam ročně zavítá asi 10 mil. návštěvníků. Ti z nich, kteří se do města dostali po některé ze šesti hlavních poutních stezek, jsou zachyceni i statisticky. Z grafu 2 je vidět, že dochází k plynulému nárůstu poutníků a turistů. Tato linie je narušena

pouze dvěma výkyvy v letech 2004 a 2010, kdy se konaly jubilejní compostelské roky, kdy se návštěvnost poutního místa zpravidla zdvojnásobí.



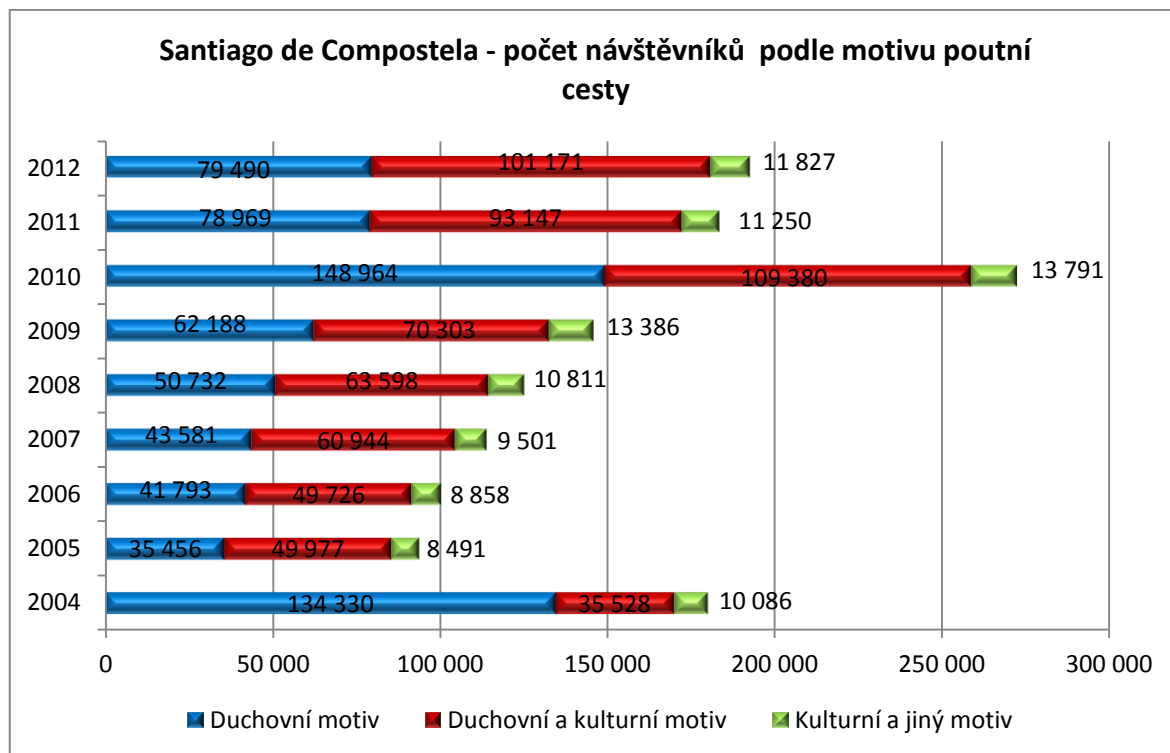
Graf 2 Santiago de Compostela – vývoj počtu návštěvníků využívajících poutní stezky

Zdroj: vlastní zpracování z údajů výročních statistik Oficina del Peregrino

za období 2003 - 2012

Zajímavé jsou také údaje týkající se motivace k uskutečnění cesty. Graf 3 jasně prokazuje, že účast na poutní turistice rozhodně není výsadou pouze „ryzích“ poutníků motivovaných výlučně svojí vírou, ale převažuje kombinace duchovního a kulturního motivu. V průměru 10 tisíc osob do Santiaga míří kvůli kulturním nebo jiným aspektům místa.

Ze statistik poskytnutých z Oficina del Peregrino je dále možné vyčíst, že nejpočetnější skupinou jsou návštěvníci ve věku 30 až 60 let, tedy ekonomicky aktivní osoby. Dokumenty také ukázaly, že nejvíce poutníků a turistů proudí zejména z Německa, Itálie, Portugalska a Francie. (Výroční statistiky Oficina del Peregrino 2003 – 2012)



Graf 3 Santiago de Compostela – počet návštěvníků podle motivu poutní cesty

Zdroj: vlastní zpracování z údajů výročních statistik Oficina del Peregrino
za období 2004 - 2012

Zajímavé poznatky přinesla i studie prezentovaná na italském veletrhu BitRel. Kromě jiného zde bylo vyřčeno i to, že návštěvy církevních památek, ať už z důvodů duchovních či poznávacích, přilákají do Itálie 3,3 mil. zahraničních návštěvníků. Další 2,3 mil. tvoří rezidenti. Ze studie dále vyplynulo, že

- 41,4 % náboženských turistů patří do věkové kategorie 30 až 50 let;
- 44,4 % náboženských turistů využívá služby cestovních kanceláří a agentur;
- 42 % náboženských turistů uvedlo, že hlavním motivem jejich cesty není náboženství, ale kulturní zájem (umělecká a architektonická stránka, místní zvyky a tradice);
- náboženští turisté své cesty uskutečňují především mimo hlavní turistickou sezónu;
- náboženští turisté v průměru denně utratí 59 Euro;
- průměrná doba pobytu činí 3 dny. (Bed and breakfast.it, 2012)

5.2 Religiózní turistika v České republice

Vzhledem k tomu, že ani v České republice nenajdeme žádné statistické údaje, podle kterých by bylo možné náboženský cestovní ruch nějak zhodnotit, rozhodla jsem se pomocí

nestandardizovaného rozhovoru od několika českých odborníků zjistit, jaký je jejich názor na církevní turistiku v České republice, na potenciál jejího rozvoje v naší zemi, případně na překážky a problémy s tím spojené. Výčet těchto osobností je uveden v kapitole 6.1.1. Závěry z jednotlivých rozhovorů shrnuje následující text.

5.2.1 Nestandardizovaný rozhovor

Z jednotlivých rozhovorů vyplynulo, že z pohledu religiózní turistiky je Česká republika dosud v podstatě neobjevenou destinací, zejména ve srovnání s ostatními evropskými státy. Hlavním problémem je nedostatečná propagace tohoto segmentu cestovního ruchu a to nejen na mezinárodní úrovni, ale i na úrovni národní a regionální. Výsledkem pak je, že obyvatelé České republiky tuzemské církevní památky opomíjejí a namísto toho je vyhledávají v zahraničí. Zde právě narážíme na to, že ze strany Čechů nejde o nezáměr o tyto tuzemské památky, ale je to dáno hlavně tím, že o nich většinou nic neví, protože nejsou téměř vůbec propagovány. Negativním jevem je i přehlížení českých poutních míst ze strany cestovních kanceláří a agentur. Níže uvedená tabulka zachycuje přehled tuzemských CK a CA, které se orientují právě na religiózní cestovní ruch. Lze z ní vyčíst, že převážná část z nich se soustřeďuje pouze na zájezdy do zahraničí.

Tab. 6 Přehled českých CK a CA zaměřených na náboženský cestovní ruch

CK/CA	Zájezdy do zahraničí	Zájezdy po České republice
<i>CA Awer Tour</i>	ANO	NE
<i>CA Poutní a jiné zájezdy. cz</i>	ANO	ANO
<i>CK Aleš Kučera</i>	ANO	NE
<i>CK Avetour</i>	ANO	NE
<i>CK Floria</i>	ANO	ANO
<i>CK Hladký</i>	ANO	ANO
<i>CK Křížek</i>	ANO	NE
<i>CK Miklas tour</i>	ANO	ANO
<i>CK Palomino</i>	ANO	NE
<i>CK Veligradtour</i>	ANO	NE
<i>CK Via Petrov</i>	ANO	NE

Zdroj: vlastní zpracování

Propagační aktivity v rámci poutní turistiky by měly být zaměřeny na co nejširší cílovou skupinu. Je jasné, že primární zacílení bude na věřící, ale zároveň je potřeba dokázat k ná-

vštevě poutních míst nadchnout i širokou veřejnost tak, aby do těchto lokalit zamířilo co nejvíce turistů.

Další závěr plynoucí z rozhovorů je ten, že mezi obyvateli ČR stále ještě přetrvává určitý stereotyp, že náplní poutní turistiky je návštěva sakrálních památek pouze věřícími lidmi. Dle oslovených osob není možné poutní turistiku nějak generalizovat, protože každý člověk v ní vidí něco jiného. Hlavní roli zde samozřejmě hraje motivace osoby k návštěvě daného místa. U někoho převažuje motiv duchovní, jinému jde zase spíše o seznámení se s architekturou, historií, uměním apod. Poutní turistiku tedy může provozovat věřící i nevěřící část obyvatelstva.

Mimo jiné mě i velmi zajímalo to, jakým způsobem dotazovaní vnímají potenciál ČR pro rozvoj poutní turistiky. Podle nich je v první řadě zapotřebí vzájemná spolupráce církví, správců sakrálních památek a organizací působících v oblasti cestovního ruchu. Velmi důležitou složkou je pak infrastruktura a vytvoření určitého zázemí pro návštěvníky. To, že v ČR máme stovky sakrálních památek, nemusí nutně znamenat, že to povede k rozvoji poutní turistiky. Samotný objekt je samozřejmě důležitý, ale jeho správci se musí snažit doplnit jej i o další rozměr, např. organizací různých kulturních akcí na tomto místě. Na to vzápětí navazují i možnosti ubytování a stravování. Čím dál tím víc se zde projevuje tendence k využívání ubytování a stravování přímo v poutním areálu, tedy např. v klášteře, poutním domě apod., a to nejen kvůli příznivé ceně, ale také nevšední atmosféře.

Míra přitažlivosti určitého místa je u běžných turistů dána hlavně úrovní poskytovaných služeb. V ČR je velké množství krásných míst, kam se přijedou lidé podívat, ale kromě bohoslužby je zde nečeká už žádný jiný program. Když už člověk někam přijede, tak by se rád o místě něco dozvěděl, pobavil se a pak by se i rád občerstvil. Poutní místa jsou sice primárně spojena s duchovním prožitkem, ale neměla by být přehlížena ani stránka tělesná.

Velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu je spatřován hlavně v poutních lokalitách, které mají podobu kláštera. Jsou vhodné nejen pro rodinnou dovolenou, ale také pro školní výlety, školy v přírodě a nabídka některých z nich dokonce splňuje i požadavky na pořádání kongresových akcí. Poutní místo tedy nemusí být využíváno pouze na pout', ale mělo by být navštěvováno i při jiných příležitostech.

Mezi další poznatky plynoucí z rozhovorů patří, že:

- představitelé církve v ČR vítají každou iniciativu, která nějakým způsobem zdůrazní význam církevních památek, kladný postoj zaujímají i k poutní turistice, podmínkou je však vzájemný respekt mezi duchovními poutníky a turisty;
- někteří správci poutních míst nemají k běžným turistům příliš důvěru a bojí se přílišné komercializace lokality;
- velkým problémem je představit tuzemská poutní místa zahraničním turistům, pokud totiž do ČR vůbec dorazí, tak zpravidla celý svůj pobyt stráví pouze v Praze.

6 ANALÝZA POTENCIÁLU POUTNÍ TURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICE

Tato kapitola si klade za cíl zjistit, zda Česká republika má předpoklady k tomu, aby se z ní stala destinace poutní turistiky, a to nejen z pohledu domácího, ale také příjezdového cestovního ruchu.

Analýze bude nejdříve podrobena strana nabídky. Zde zhodnotím, jakým množstvím církevních staveb Česká republika disponuje a kolik z nich je označováno jako poutní místo. V dalším kroku bude podrobněji rozebráno několik českých a moravských poutních míst, a to zejména z pohledu služeb, které tyto lokality poutníkům a turistům nabízí. Výběr míst k analýze bude proveden jednak na základě stanovených kritérií, jednak na základě konzultace s odborníky, kteří se tématem poutních míst zabývají v rámci svého profesního nebo osobního života. Ráda bych zdůraznila, že cílem této části není vypracovat vyčerpávající přehled o poutních místech České republiky, což samozřejmě ani není možné, ale spíše na vybraných lokalitách ukázat, co všechno jsou tato místa schopna svým návštěvníkům nabídnout.

Ve druhé polovině této kapitoly se zaměřím na rozbor poptávky po poutní turistice v České republice. Zájem o tuto specifickou formu cestovního ruchu mezi zahraničními turisty bude demonstrován pomocí sekundárních dat. Postoj obyvatel České republiky k poutní turistice pak bude zjištěn prostřednictvím dotazníkového šetření.

6.1 Analýza nabídky

Česká republika je země s dlouhou historií, a proto není divu, že se na našem území nachází celá řada architektonických skvostů. Vedle hojně navštěvovaných a popularizovaných profánních památek, jako jsou hrady a zámky, u nás najdeme také velké množství památek sakrálních neboli církevních. U staveb souvisejících s náboženstvím se však poměrně často setkáváme se stereotypem, že jsou určeny výhradně pro věřící osoby. To samozřejmě není pravda, protože tyto objekty nemají výlučně jen význam duchovní, ale spojují v sobě více hodnot, včetně historické, architektonické, umělecké, kulturní a společenské.

Podle údajů zveřejněných agenturou CzechTourism v tuzemsku najdeme: (Mikula, CzechTourism

- 100 pravoslavných kostelů;

- 220 židovských synagog;
- 660 evangelických staveb;
- 7 144 římskokatolických staveb.

Tyto údaje však nezahrnují drobné sakrální stavby jako kříže, sochy svatých, Boží muka apod.

Význam sakrálních staveb podtrhuje i to, že více než 5 800 z nich je součástí Ústředního seznamu kulturních památek ČR. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006) Nejvýznamnější církevní objekty jsou vyznačeny na mapě 1.



Mapa 1 Významné církevní památky v České republice

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006

6.1.1 Analýza vybraných poutních míst v České republice

Nyní přistoupím k výběru poutních míst k analýze. Na území České republiky jich najdeme hned několik stovek a bylo by nemožné je všechna zhodnotit. Z toho důvodu je nutné stanovit si určitá kritéria, podle nichž bude vyselektováno pouze několik míst, a ta budou následně zanalyzována z pohledu nabízených služeb. Vzhledem k vysokému počtu poutních lokalit musí být těchto kritérií vícero, aby se tak zredukoval jejich počet.

Kritéria pro výběr poutních míst k analýze**Kritérium č. 1 – Katolická poutní místa**

Předmětem analýzy byla pouze katolická (římskokatolická) poutní místa, kterých je v Česku nejvíce, a jsou rozmístěna rovnoměrně po celém území republiky. Dalším důvodem pro tento krok byl i fakt, že v České republice je nejsilnější právě katolické vyznání. To samé platí i o našich sousedních státech. Navíc podíváme – li se v rámci cestovního ruchu na zdrojové trhy České republiky, zjistíme, že většina návštěvníků k nám proudí ze země, kde taktéž převládá katolická víra.

Tabulka 7 poskytuje přehled o celkovém počtu katolických církevních staveb v jednotlivých diecézích a arcidiecézích. V dalším kroku bylo zjištěno, u jakého počtu staveb se můžeme setkat s přetrvávající poutní tradicí, tzn. s pravidelným konáním poutí. Pro tento účel jsem využila studii nazvanou „Katolická poutní místa v Česku na počátku 21. století podle konání poutě během kalendářního roku“. Na základě informací z jednotlivých (arci)diecézí byl pak počet lokalit upraven podle toho, které z nich jsou oficiálně označovány jako poutní místa.

Tab. 7 Katolická poutní místa v České republice

(Arci)/diecéze	Počet kostelů a kaplí	Poutní tradice	Poutní místa
Česká církevní provincie	4 141	255	71
Arcidiecéze pražská	913	47	17
Diecéze českobudějovická	511	74	14
Diecéze královéhradecká	1 008	67	18
Diecéze litoměřická	1 135	27	13
Diecéze plzeňská	574	40	9
Moravská církevní provincie	3 003	195	46
Arcidiecéze olomoucká	1 275	63	21
Diecéze brněnská	1 391	89	15
Diecéze ostravsko - opavská	337	43	10
CELKEM	7 144	450	117

Zdroj: vlastní zpracování, Katolická církev v České republice, © 2013;

Kučera a kol., 2012

Kritérium č. 2 – Všeobecný a duchovní význam poutních míst

Přestože poutní místa mají svoji architektonickou či historickou hodnotu, klíčovou roli zde hraje jejich duchovní význam. Podle mého názoru by bylo velmi neobjektivní, pokud bych vybrala několik poutních lokalit pouze na základě vlastních dojmů a uvážení. Z toho důvodu jsem oslovila několik osobností, které se poutní tematice věnují, a požádala je o jejich názor na to, která česká a moravská poutní místa považují ze svého pohledu za nejvýznamnější, a u kterých vidí největší potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Osloveny budou tyto osobnosti:

RNDr. Zdeněk Kučera, Ph.D. – působí na Přírodovědecké fakultě Univerzity Karlovy, zaměřuje se na historickou, kulturní a regionální geografii, výzkum krajiny a dědicství, výzkum osídlení a výzkum regionální identity;

RNDr. Jan Bím – označuje se jako průvodce osobním rozvojem člověka prostřednictvím doprovázených poutí, poradenství a life koučinku; je předsedou Ultreia, o.s., jež je sdružením přátel svatojakubské poutní cesty a putování vůbec;

RNDr. Václav Cílek, CSc. – renomovaný český geolog, klimatolog, filozof, spisovatel, překladatel, znalec poutních míst;

Mons. P. Jan Peňáz – známý také jako poutník Jan, působí jako farář ve Křtinách u Brna;

Ing. Marek Toušek – působí v agentuře HelpTour – Agentura pro rozvoj cestovního ruchu; je iniciátorem projektu Magni – Cesty s příběhem, který se snaží rozšířit povědomí veřejnosti o církevní turistice;

Petr Hirsch – poutník, který v průběhu 31 měsíců pěšky ušel 16 tisíc km a z České republiky doputoval do Santiaga de Compostela, následně do Říma a svoji cestu zakončil v Jeruzalémě; je příkladem toho, že lidé nemusí putovat pouze z náboženských důvodů.

Následující tabulka zobrazuje, která poutní místa byla těmito osobnostmi vybrána a také to, kolik ze šesti osobností jednotlivé lokality uvedlo.

Tab. 8 Významná česká poutní místa dle odborníků

Poutní místo	Četnost	Poutní místo	Četnost
1. Svatý Hostýn u Bystřice pod Hostýnem	6/6	14. Pražská Loreta	1/6
2. Svatá Hora u Příbrami	6/6	15. Zlaté Hory	1/6

3. Velehrad	6/6	16. Stará Boleslav	1/6
4. Svatý Kopeček u Olomouce	5/6	17. Římov	1/6
5. Hora Matky Boží Králíky	5/6	18. Koclířov	1/6
6. Klášter Teplá	5/6	19. Provodov	1/6
7. Klášter Želiv	5/6	20. Skoky u Žlutic	1/6
8. Klášter Kladruby	4/6	21. Neratov	1/6
9. Křtiny u Brna	3/6	22. Lomec u Vodňan	1/6
10. Pražské Jezulátko	3/6	23. Dobrá Voda u Nových Hradů	1/6
11. Jablonné v Podještědí	2/6	24. Žarošice	1/6
12. Hejnice	2/6	25. Chrám sv. Barbory v Kutné Hoře	1/6
13. Zelená hora u Žďáru n. Sázavou	2/6	26. Bazilika sv. Prokopa v Třebíči	1/6

Zdroj: vlastní zpracování

Kritérium č. 3 – Pouze mimopražská poutní místa

Z lokalit uvedených v tabulce 8 byla vyloučena poutní místa situovaná v Praze, neboť snahou je turistům představit památky i v jiných částech naší republiky, ne jen v hlavním městě. Ze seznamu bylo vyškrtnuto Pražské Jezulátko a Pražská Loreta.

Kritérium č. 4 – Nabízené služby

V dalším kroku bylo zkoumáno, zda jsou na těchto místech nabízeny služby a to takové, které odpovídají potřebám a požadavkům poutníků i turistů. Jednotlivé služby představují dílčí kritéria:

- A) pravidelné bohoslužby
- B) oficiální webové stránky poutního místa, které jsou aktualizované
- C) cizojazyčné mutace webových stránek
- D) prohlídky poutního objektu/areálu s průvodcem
- E) prohlídky s průvodcem i v cizím jazyce
- F) propagační a informační materiály alespoň v jednom cizím jazyce (anglický jazyk)
- G) pořádání kulturních akcí, výstavy a další expozice

H) možnost stravování přímo v poutním areálu

I) možnost ubytování přímo v poutním areálu

Tab. 9 Hodnocení českých poutních míst dle stanovených dílčích kritérií

Poutní místo	Dílčí kritéria								
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1. Svatý Hostýn u Bystřice pod Hostýnem	✓	✓	✓	X	X	✓	X	✓	✓
2. Svatá Hora u Příbrami	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. Velehrad	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. Svatý Kopeček u Olomouce	✓	✓	X	✓	X	X	X	X	X
5. Hora Matky Boží Králíky	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. Klášter Teplá	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. Klášter Želiv	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. Klášter Kladruby	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X
9. Křtiny u Brna	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X
10. Jablonné v Podještědí	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	X	X
11. Hejnice	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12. Zelená hora u Žďáru nad Sázavou	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X
13. Zlaté Hory	✓	✓	X	X	X	X	X	X	✓
14. Stará Boleslav	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X
15. Římov	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X
16. Koclířov	✓	✓	X	X	X	✓	X	✓	✓
17. Provodov	✓	X	X	X	X	X	X	X	X
18. Skoky u Žlutic	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X
19. Neratov	✓	✓	X	✓	X	X	✓	X	X
20. Lomec u Vodňan	✓	✓	✓	X	X	✓	X	X	X
21. Dobrá Voda u Nových Hradů	✓	X	X	X	X	X	X	X	X
22. Žarošice	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X
23. Chrám sv. Barbory v Kutné Hoře	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	X	X
24. Bazilika sv. Prokopa v Třebíči	✓	X	X	✓	✓	✓	X	X	X

Zdroj: vlastní zpracování

Všechna dílčí kritéria splňují pouze tři poutní lokality – Svatá Hora u Příbrami, Velehrad a klášter Teplá. Dobře si vede také Hora Matky Boží u Králík a Hejnice, které nesplňují pouze jednu podmínku a to, že jejich webové stránky jsou dostupné pouze v češtině. Časovým jevem je, že poutní místa nenabízejí možnost ubytování a stravování přímo v poutním

areálu, což je sice určité mínus, ale ve většině případů by to nemělo znamenat velkou překážku, protože mohou být využita jiná ubytovací a stravovací zařízení v blízkosti daného poutního místa.

Nyní přistoupím k detailnějšímu rozboru poutních míst, jež splnila všechna stanovená kritéria.

6.1.1.1 Svatá Hora

Tab. 10 Základní informace o poutním místě Svatá Hora

Typ poutního místa, status	Mariánské, Národní kulturní památka
Objekt	Proboštský kostel Nanebevzetí Panny Marie s rezidencí redemptoristů
Příslušnost	Česká církevní provincie, Pražská arcidiecéze, vikariát Příbram, farnost Svatá Hora

Zdroj: vlastní zpracování podle Dibelkové, 2004

Poloha

Barokní klášterní komplex Svatá Hora nalezneme ve Středočeském kraji (turistický region okolí Prahy) na jihovýchodním okraji města Příbrami. Poutní areál je situován na vrcholu kopce a se středem města je spojen krytým schodištěm.

Návštěvnost

Jelikož je poutní místo volně přístupné bez placení vstupného, není možné návštěvnost Svaté Hory přesně vyčíslit. Podle odhadů se však jedná o cca 250 tisíc návštěvníků ročně. (Jechortová, 2013)

Dopravní dostupnost

- **Automobilová a autobusová doprava** – k příjezdu do Příbrami mohou být využity silnice I/4, I/18, I/66 nebo II/118. Vjezd dopravními prostředky do poutního areálu není povolen, ale pro návštěvníky slouží parkoviště v Balbínově ulici vzdálené 200 m. Parkoviště uvnitř areálu je určeno pouze pro ubytované hosty. (Mapy Google, ©2013)
- **Železniční doprava** – město Příbram leží na trati č. 200 (Zdice – Protivín). Železniční stanice Příbram se nachází v centru města v ulici Nádražní a od Svaté Hory je vzdálena asi 1,5 km severozápadním směrem. (České dráhy, © 2009)

- **Městská hromadná doprava** – Svatá Hora leží v dosahu MHD města Příbrami a jedná se tedy o nejlepší způsob dopravy v případě, že k příjezdu do města bylo využito linkového autobusu nebo vlaku. Linky č. 6A a 6B staví přímo u poutního areálu, při využití linek č. 2A, 2B, 3A, 3B, 3C, 7A nebo 10A se návštěvník dostane na zastávku u parkoviště pod Svatou Horou. (Příbram, © 2013)
- **Cyklotrasy a cyklostezky** – přímo ke Svaté Hoře vede pouze cyklotrasa č. 302 (Lochovice – Smolotely). (Turistické informační centrum města Příbram, © 2011 - 2013)

Ubytovací a stravovací služby

Celková ubytovací kapacita poutního areálu činí 85 míst. Popis ubytovacích zařízení na Svaté Hoře poskytuje tabulka 11. Hosté si zde mohou zvolit buď vlastní stravování, nebo využít klášterní jídelnu. Během jarního a letního období je možné si ve venkovních stánkách zakoupit i drobné občerstvení. (Svatá Hora, © 2003-2009)

Tab. 11 Přehled ubytovacích a stravovacích možností v poutním areálu Svatá Hora

Název zařízení	Ubytování	Stravování
<i>Exerciční dům</i>	- kapacita 75 míst v jedno, dvou a trojlůžkových pokojích, soc. zařízení společné na chodbě, kuchyňka (280,- Kč/noc/os)	Ano vlastní/ polopenze/ plná penze
<i>„Domeček“</i>	- kapacita 10 míst v jedno a dvoulůžkových pokojích, soc. zařízení společné, kuchyňka (350,- Kč/noc/os)	Ano vlastní/ polopenze/ plná penze

Zdroj: vlastní zpracování, Svatá Hora, © 2003-2009

Je vidět, že ubytovací kapacita Svaté Hory není zcela dostatečná. Město Příbram však poskytuje řadu dalších ubytovacích možností zahrnující hotely, penziony, turistické ubytovny a kempy.

Další služby pro návštěvníky

- **Prohlídky baziliky a poutního areálu** - pro věřící, poutní výpravy a jednotlivé návštěvníky je objekt poutního místa volně přístupný. Skupiny turistů a zájezdy organizované cestovními kanceláři jej mohou navštívit pouze v doprovodu průvodce ze Svaté Hory. Obsahem prohlídkového okruhu je návštěva jednotlivých ambítů a

kaple, Svatohorských schodů a krápníkové kaple svaté Máří Magdalény. Prohlídka dále prochází kolem křížové cesty na Svatohorském náměstí a je zakončena návštěvou baziliky Nanebevzetí Panny Marie. Návštěvníci si nově mohou svoji prohlídku obohatit i o hudební zážitek, kdy základní prohlídkový okruh je na konci doplněn o půlhodinový koncert nových chórových varhan v bazilice. (Svatá Hora, © 2003-2009) Podrobné informace týkající se komentovaných prohlídek shrnuje následující tabulka.

Tab. 12 Svatá Hora – čas a cena komentovaných prohlídek

Období	Prohlídka	Čas
květen a říjen	pouze o víkendech	9:00 – 16:00
červen a září	každý den	9:00 – 16:00
červenec - srpen	každý den	9:00 – 17:00
- mimo uvedené měsíce a časy je komentovaná prohlídka možná po předchozí domluvě		
- Svatá Hora je živým poutním místem, a proto je nutné respektovat, že v době bohoslužeb je bazilika z prohlídkového okruhu vynechána a návštěvníci ji mohou navštívit až po skončení bohoslužby		
Ceny komentovaných prohlídek		
Dospělí: 70,- Kč Důchodci, děti (6 – 16 let), studenti: 50,- Kč Rodinné vstupné: 190,- Kč Děti do 6 let: zdarma Cizojazyčná prohlídka: příplatek 20,- Kč/osoba		
Délka prohlídkového okruhu: 50 minut		
Cizojazyčná prohlídka: anglický, německý, ruský jazyk (pouze po předchozí rezervaci)		

Zdroj: vlastní zpracování, Svatá Hora, © 2003-2009

- **Svatohorské poutní muzeum** – v tomto muzeu si návštěvníci mohou prohlédnout nejrůznější cenné předměty ze sbírek Svaté Hory, přičemž tyto expozice se každou sezónou obměňují. Během vánočního období jsou v těchto prostorách každoročně vystavovány betlémy, z nichž většina byla vyrobena příbramskými betlemáři. (Svatá Hora, © 2003-2009; Jechortová, 2013)
- **„Svatá Hora v čase i nad časem“** – pod tímto názvem je ukryta sada expozic, v rámci kterých mohou návštěvníci shlédnout film o Svaté Hoře, jež je promítán

v Mníšecké kapli. Následuje prohlídka stálé výstavy na letním kůru a nakonec návštěvníci zavítají do Svatohorského poutního muzea. (Svatá Hora, © 2003-2009)

- **Vzdělávací programy pro žáky mateřských, základních a středních škol** – Svatá Hora nabízí i speciální prohlídky pro školy, v rámci nichž je kombinován výklad a interaktivní práce s výukovými listy, kvízem nebo kreslením obrázků. Děti, ale i dospělí zcela určitě ocení prohlídku s 3D brýlemi. Na Svaté Hoře nezapomínají ani na nevidomé návštěvníky nebo návštěvníky s jiným zrakovým handicapem. Právě pro ně je připraven hmatový model Svaté Hory a jsou jim k dispozici také popisky psané braillovým písmem. (Svatá Hora, © 2003-2009)
- **Prodejna knih a poutního zboží, e-shop** – v poutním areálu je otevřen obchod, kde si návštěvníci mohou zakoupit různé upomínkové předměty, poutní zboží a také knihy, které pochází převážně z Karmelitánského nakladatelství. Veškeré zboží je možné zakoupit také v elektronickém obchodě Svaté Hory. (Svatá Hora, © 2003-2009)
- **Kulturní akce** – Svatá Hora není jen místem duchovním, ale má také výborné podmínky pro pořádání různých kulturních akcí. V poslední době se zde uskutečnil např. koncert s názvem „Johann Sebastian Bach na Svaté Hoře“ nebo historická slavnost „Příbramská svatohorská šalmaj“. (Svatá Hora, © 2003-2009; Jechortová, 2013)

Služby pro poutníky

- **Mše svaté na Svaté Hoře** – rozpis mší svatých zachycuje tabulka 13. Pro skupiny poutníků zde existuje možnost dohodnutí si vlastní mše svaté nebo jiných pobožností, a to i mimo běžné časy bohoslužeb. Kromě mší svatých se na Svaté Hoře konají např. modlitby posvátného růžence, poutě křížovou cestou, ale také kulturně – duchovní akce jako oslavy výročí posvěcení baziliky, koncerty duchovní hudby či duchovní cvičení. (Svatá Hora, © 2003-2009)

Tab. 13 Rozpis mší svatých na Svaté Hoře

Den	Čas
pondělí - sobota	7:00, 9:00 a 17:00 hodin
neděle	7:30, 9:00, 11:00 a 15:30 hodin

Zdroj: vlastní zpracování, Svatá Hora, © 2003-2009

- **Poutě na Svaté Hoře** – hlavní pout' na Svaté Hoře připadá na třetí neděli po Seslání Ducha svatého (výročí korunovace Panny Marie Svatohorské). Další významná

pout' se pak koná v neděli po 15. 8. (Nanebevzetí Panny Marie). (Dibelková, 2004, s. 52)

Propagace Svaté Hory

Svatá Hora patří mezi nejlépe propagovaná poutní místa v České republice. Jednak se o to velmi zasloužilo samotné město Příbram, které Svatou Horu uvádí ve všech svých propagačních materiálech, jednak je to také díky snaze samotné Svaté Hory, která vydává množství informačních materiálů v tištěné i elektronické podobě. Zájemci si mohou také předplatit časopis Svatá Hora, který vychází každý měsíc. Toto periodikum je však možné stáhnout také ve formátu PDF a to zcela zdarma. Velkou chloubou tohoto poutního místa jsou ale jeho webové stránky (www.svata-hora.cz), které jsou velmi dobře zpracované a které obsahují nejen veškeré důležité informace, ale také je zde možnost stáhnout si různé audio a video nahrávky, prohlédnout si fotografie nebo absolvovat virtuální prohlídku svatohorským areálem. Velkým plusem je, že internetové stránky jsou k dispozici celkem v osmi jazykových verzích – české, anglické, německé, polské, španělské, francouzské, italské a ruské. (Svatá Hora, © 2003-2009; Jechortová, 2013)

6.1.1.2 Velehrad

Tab. 14 Základní informace o poutním místě Velehrad

Typ poutního místa, status	Zasvěcené světcům, Národní kulturní památka
Objekt	Konventní kostel Nanebevzetí Panny Marie a sv. Cyrila a Metoděje
Příslušnost	Moravská církevní provincie, Olomoucká arcidiecéze, děkanát velehradský, farnost Velehrad

Zdroj: vlastní zpracování podle Dibelkové, 2005

Poloha

Poutní areál Velehrad nalezneme ve stejnojmenné obci, která se rozkládá mezi výběžky Chřibů a která je vzdálena asi 7 km severozápadně od Uherského Hradiště. Velehrad se tedy nachází v turistickém regionu Jižní Morava.

Návštěvnost

Návštěvnost poutního místa Velehrad je odhadována na 400 tisíc až 500 tisíc návštěvníků ročně. (Ingr, 2013)

Dopravní dostupnost

- **Automobilová a autobusová doprava** – k dopravě na Velehrad mohou být využity silnice II/428 nebo III/4222. Obec disponuje dostatečnou kapacitou parkovacích míst pro osobní automobily i autobusy. Na Velehrad pravidelně jezdí také linkový autobus z autobusového nádraží v Uherském Hradišti a cesta k poutnímu areálu nezabere více než 25 minut. (Mapy Google, ©2013)
- **Železniční doprava** – přímé vlakové spojení na Velehrad neexistuje, je však možné využít železniční dopravu do Starého Města u Uherského Hradiště, které leží na trati č. 330 (Přerov – Břeclav) a č. 341 (Staré Město u Uherského Hradiště – Vlárský průsmyk). Z nádraží se pak dá na Velehrad pokračovat linkovým autobusem (autobusové nádraží je přímo naproti nádraží vlakovému), na kole nebo pěšky. (České dráhy, © 2009)
- **Cyklotrasy a cyklostezky** – Přes Velehrad vede hned několik značených cyklotras. Jde o trasy č. 5018, 5019, 5150 (Velkomoravská poutní cesta), 5157 (naučná stezka Fauna a flóra Chřibů) a v neposlední řadě tudy vede i Moravská vinná stezka. Pěší turisté se pak mohou vypravit po 63 km dlouhé stezce Velehrad – Hostýn, po 11,5 km dlouhé stezce Velehrad – Buchlov nebo po naučné stezce Fauna a flóra Chřibů, která vede z Modré do Králova stolu a je dlouhá 5 km. (Velehrad Info, © 2011)

Ubytovací a stravovací služby

Celková ubytovací kapacita poutního areálu činí 478 míst. Popis ubytovacích zařízení na Velehradě poskytuje tabulka 15. I zde mohou hosté využít možnost stravování v klášterní jídelně a to buď ve formě plné penze, nebo polopenze. Přímo v areálu se nachází i cukrárna, která kromě sladkostí nabízí drobné občerstvení. (Velehrad Info, © 2011)

Tab. 15 Přehled ubytovacích a stravovacích možností v poutním areálu Velehrad

Název zařízení	Ubytování	Stravování
Velehradský dům sv. Cyrila a Metoděje	- 4 dvoulůžkové pokoje s vlastním soc. zařízením (250,- Kč/noc/os) nebo - ubytování na karimatce až pro 100 osob, soc. zařízení společné na chodbě (80,- Kč/noc/os)	Ne
Poutní a exerciční dům Stojanov	- kapacita 120 míst v jedno a dvoulůžkových pokojů, přičemž 20 z nich má vlastní soc. zařízení a zbytek má soc. zařízení společné na patře (250 – 450,- Kč/noc/os)	Ano polopenze/ plná penze

Stojanovo gymnázium – Domov mládeže	- ubytování možné pouze během prázdnin a víkendů a to ve dvou až čtyřlůžkových pokojích se společným soc. zařízením na patře (160 – 190,- Kč/noc/os) - ubytování ve spacáku (60 – 110,- Kč/noc/os)	Ano polopenze/ plná penze
--	---	--

Zdroj: vlastní zpracování, Velehrad Info, © 2011

Kromě těchto ubytovacích a stravovacích zařízení však mohou turisté a poutníci využít i zařízení v obci Velehrad, v přilehlých městech a vesnicích.

Další služby pro návštěvníky

- **Prohlídka baziliky a poutního areálu** – bazilika Nanebevzetí Panny Marie a sv. Cyrila a Metoděje je celoročně volně přístupná, prohlídka baziliky s průvodcem je zpoplatněna. Další možností je absolvování prohlídky nazvané Via Cisterciensis, v rámci níž si návštěvníci projdou všechny hmotné památky, které byly ve velehradském poutním areálu vytvořeny mnichy cisterciáckého řádu. Cena prohlídky baziliky i poutního areálu je shodná. (Velehrad Info, © 2011) Informace ohledně času a ceny prohlídky areálu jsou shrnuty v tabulce 16.

Tab. 16 Velehrad – čas a cena komentovaných prohlídek

Období	Prohlídka	Čas
celoročně	každý den	9:00 – 16:00
- mimo uvedené časy je komentovaná prohlídka možná po předchozí domluvě		
- Velehrad je živým poutním místem, a proto je nutné respektovat, že v době bohoslužeb je bazilika z prohlídkového okruhu vynechána a návštěvníci ji mohou navštívit až po skončení bohoslužby		
Ceny komentovaných prohlídek		
Dospělí: 60,- Kč Důchodci, děti (6 – 16 let), studenti, ZTP: 40,- Kč Děti do 6 let: zdarma Cizojazyčná prohlídka: příplatek 100,- Kč/osoba		
Délka prohlídkového okruhu: 50 minut (bazilika), 60 minut (Via Cisterciensis)		
Cizojazyčná prohlídka: anglický, německý, ruský, polský jazyk (pouze po předchozí rezervaci)		

Zdroj: vlastní zpracování, Velehrad Info, © 2011

- „*Velehrad na křižovatkách evropských dějin*“ a další výstavy – jedná se o novou stálou expozici, která by měla být dokončena těsně před oslavami cyrilometodějského výročí. V současné době najdeme v poutním areálu i řadu jiných výstav, které se vesměs vztahují právě k již zmíněnému cyrilometodějskému výročí. (Ingr, 2013)
- *Vzdělávací programy pro žáky mateřských, základních a středních škol* – od začátku letošního roku jsou na Velehradě nabízeny také interaktivní vzdělávací programy pro školy a školky a je zde možnost výběru celkem ze tří témat – Cyrilometodějská cesta, Příběh baziliky nebo Cisterciácká cesta. Tyto speciální prohlídky si kladou za úkol zábavnou formou seznámit děti s historií poutního areálu a nenásilným a přirozeným způsobem tak prohloubit znalosti, které získaly ve škole. (Velehrad Info, © 2011; Ingr, 2013)
- *Prodejna knih a poutního zboží* – ve velehradském areálu najdou návštěvníci také nově vybudovanou prodejnu, jejíž sortiment zahrnuje např. mešní a košer vína, duchovně zaměřenou literaturu, liturgické pomůcky a předměty a dále také nejrůznější upomínkové a dárkové předměty jako bylinkové čaje a léčivé přírodní sirupy, poutní zboží apod. (Velehrad Info, © 2011)
- *Kulturní akce* – jelikož je Velehrad spojován se zrodem národní kultury, logicky se zde projevuje i to, aby zde tento kulturní aspekt i nadále přetrvával. Výsledkem tohoto snažení je, kromě výše uvedených výstav, také řada zajímavých koncertů. Pro představu můžeme uvést např. Glagolskou mši Leoše Janáčka v podání Moravské filharmonie Olomouc a Českého filharmonického sboru Brno, nebo také vystoupení přední české cimbálové muziky Hradišťan. (Ingr, 2013)

Služby pro poutníky

- *Mše svaté na Velehradě* – mše svaté na Velehradě probíhají pravidelně a přesné dny a časy jejich konání jsou zachyceny v tabulce 17. Kromě těchto bohoslužeb jsou v bazilice udělovány také svátosti jako např. křest, biřmování, smíření, manželství, kněžství, pomazání nemocných apod. Dále jsou zde organizovány i koncerty duchovní hudby, duchovní cvičení, přednášky a kurzy na duchovní témata. (Velehrad Info, © 2011; Farnost Velehrad, © 2013)

Tab. 17 Rozpis mší svatých na Velehradě

Den	Čas
Pondělí - čtvrtek	6:30 nebo 18:00 hodin

Pátek	6:30 a 18:00 hodin
Sobota	9:00 a 18:00 hodin
Neděle	7:30, 10:00 a 15:00 hodin

Zdroj: vlastní zpracování, Farnost Velehrad, © 2013

- **Poutě na Velehradě** – hlavní pout' na Velehradě probíhá vždy 5. července a je svázána s cyrilometodějskými oslavami. Každoročně se této pouti zúčastní tisíce poutníků. Navíc od roku 2000 je její součástí také program nazvaný Dny lidí dobré vůle, jehož základním cílem je sblížení všech lidí dobré vůle bez ohledu na jejich národnost či politické zaměření. Celá akce proto začíná již 4. července. (Dibelková, 2005, s. 63)

Propagace Velehradu

Poutní místo Velehrad je propagováno jak v materiálech Centrály cestovního ruchu Jižní Moravy, tak i Centrály cestovního ruchu Východní Moravy. Dle mého názoru hraje ale hlavní roli mediální reklama tohoto poutního místa a to ve formě přímého televizního přenosu z hlavní poutě. Velmi užitečné informace se dají vyhledat také na webových stránkách této lokality, kterých je hned několik (www.farnostvelehrad.cz, www.velehradinfo.cz nebo www.velehrad.eu). Zde mimo jiné nalezneme také rozsáhlou fotogalerii, dále se prostřednictvím stránek můžeme vypravit na virtuální prohlídku areálu a dokonce můžeme online sledovat dění v bazilice. Webové stránky mají kromě české další čtyři jazykové mutace – anglickou, německou, polskou a ruskou. (Velehrad Info, © 2011)

6.1.1.3 Teplá

Tab. 18 Základní informace o poutním místě Teplá

Typ poutního místa, status	Náboženské zjevení, Národní kulturní památka
Objekt	Opatský kostel Zvěstování Páně
Příslušnost	Česká církevní provincie, Plzeňská diecéze, vikariát Karlovy Vary, farnost Klášter Teplá

Zdroj: vlastní zpracování podle Dibelkové, 2004

Poloha

Klášter premonstrátů Teplá je situován ve stejnojmenném městě, jež náleží do Karlovarského kraje (turistický region Západočeské lázně). Od nejbližšího většího města - Mariánských Lázní ho dělí asi 20 km.

Návštěvnost

Roční odhadovaná návštěvnost poutního místa činí cca 160 tisíc návštěvníků. (Informace z návštěvního provozu, 2013)

Dopravní dostupnost

- **Automobilová a autobusová** doprava – k příjezdu do města Teplá je možné využít pouze jednu silnici a to II/210. Parkoviště pro osobní automobily a autobusy je situováno přímo před vstupem do poutního areálu. (Mapy Google, ©2013)
- **Železniční doprava** – město Teplá leží na trati č. 149 (Karlovy Vary dolní nádraží – Mariánské Lázně). Železniční stanice Teplá se nachází v centru města a od kláštera je vzdálena asi 1,7 km severozápadním směrem. (České dráhy, © 2009)
- **Cyklotrasy a cyklostezky** – přímo k poutnímu místu vede cyklotrasa č. 306, 352, 361 (Klášterní trasa), 362, 2212 a 2233. (Chebsko, © 2008 – 2013)

Ubytovací a stravovací služby

Návštěvníci kláštera se mohou ubytovat a také občerstvit v Hotelu Klášter Teplá. Jeho provozovatelem sice není samotný klášter, ale je součástí poutního areálu. Celková ubytovací kapacita hotelu činí 110 lůžek + možnost přistýlky. Hotelové pokoje jsou rozděleny do tří kategorií – Lux, Business Class a Standard. Nejdražší typ ubytování zde stojí 2 250,- Kč/noc, nejlevnější pak 690,- Kč/noc. Cena přistýlky je 300,- Kč/noc. V těchto cenách je zahrnuta i snídaně. (Hotel Klášter Teplá, © 2012)

Pro účely stravování slouží dvě restaurace o celkové kapacitě 180 míst, v letní sezóně je k dispozici také venkovní terasa s dalšími padesáti místy. Pro potřeby kongresové turistiky jsou využívány historické prostory (80 míst) nebo salónek (70 míst). (Hotel Klášter Teplá, © 2012)

Další služby pro návštěvníky

- **Prohlídky kláštera a poutního areálu** – komentovanou prohlídku klášterního areálu je možné, kromě měsíce ledna, absolvovat celoročně. Její součástí je návštěva kostela, knihovny a výstavy exponátů pocházejících ze sbírek klášterního muzea. Pro letní sezónu 2013 byla připravena prodloužená prohlídková trasa, která návštěvníkům zpřístupňuje i další části kláštera včetně malého a velkého muzejního sálu, pracovny knihovníka a nově je nabízena i možnost pohledu do knihovny shora

z druhé galerie. Naprostou novinkou je i noční prohlídka kláštera, která však probíhá jen v předem stanovené termíny. (Klášter Teplá, © 2011)

Tab. 19 Teplá – čas a cena komentovaných prohlídek

Období	Prohlídka	Čas
1. 1. – 31. 1.	zavřeno	X
1. 2. – 30. 4.	každý den	9:00 – 15:30
1. 5. – 30. 9.	každý den	9:00 – 15:30
1. 10. – 31. 12.	každý den	9:00 – 15:30
- v neděli vychází první komentovaná prohlídka až v 11:00 hodin		
- klášter Teplá je živým poutním místem, a proto je nutné respektovat, že v době bohoslužeb je kostel z prohlídkového okruhu vynechán a návštěvníci jej mohou navštívit až po skončení bohoslužby		
Ceny komentovaných prohlídek		
Dospělí: 100,- Kč		
Důchodci: 100,- Kč		
Děti od 10 do 18 let, studenti, ZTP: 70,- Kč		
Děti do 10 let: zdarma		
Cizojazyčná prohlídka: příplatek 50,- Kč/osoba		
Délka prohlídkového okruhu: 45 minut		
Cizojazyčná prohlídka: anglický, německý jazyk (pouze po předchozí rezervaci)		

Zdroj: vlastní zpracování, Klášter Teplá, © 2011

- **Klášterní muzeum** – v klášterním muzeu se nachází jednak stálá expozice, která se vztahuje k historii kláštera a řádu premonstrátů. Vystaveny jsou zde obrazy, sochy, písemnosti a další mobiliář. Na každou sezónu je však připravována i novinka. V letošním roce je to výstava kompletní sbírky portrétů všech opatů, kteří vedli klášter během 12. až 20. století. (Klášter Teplá, © 2011)
- **Prodejna knih a poutního zboží** – v areálu kláštera se nachází také prodejna knih, poutního zboží, ale také zboží turistického, jako např. pohlednice, turistické známky apod. (Klášter Teplá, © 2011)
- **Kulturní akce** – správci kláštera Teplá pro své návštěvníky pravidelně připravují také kulturní akce. Jednoznačně největší oblibě se těší koncerty, které se konají buď v klášterním kostele Zvěstování Páně, v prostorách prelatury a v letních měsících

také na nádvoří. Cena vstupenky na koncert obvykle činí 100,- Kč. (Klášter Teplá, © 2011)

- **Kongresové služby a služby pro firmy** – areál kláštera není vhodným cílem pouze pro poutníky a výletníky, ale díky dostatečné kapacitě ubytovacího a stravovacího zařízení a přednáškových prostor představuje ideální prostředí pro kongresovou turistiku. Celková kapacita kongresových prostor činí 200 míst. Klášterní areál je také využíván pro uspořádání teambuildingových akcí pro zaměstnance firem či obchodní partnery. Tyto služby však již nejsou v režii správců kláštera, ale zabezpečuje je právě Hotel Klášter Teplá. (Hotel Klášter Teplá, © 2012)

Služby pro poutníky

- **Mše svaté v Teplé** – mše svaté probíhají v klášterním kostele každý den a jejich přesný čas uvádí tabulka 20. Liturgie probíhají v českém jazyce, ale zahraniční návštěvníci si mohou zapůjčit text vysvětlující průběh mše. Kromě toho jsou pro poutníky pravidelně připravovány i koncerty duchovní hudby, duchovní cvičení a exercicie. (Klášter Teplá, © 2011)

Tab. 20 Rozpis mší svatých v Teplé

Den	Čas
Pondělí - pátek	7:30 hodin
Sobota	15:30 hodin
Neděle	10:00 hodin

Zdroj: vlastní zpracování,

Klášter Teplá, © 2011

- **Poutě v Teplé** – hlavní pouť v Teplé probíhá vždy o nejbližší sobotě k 25. 3. (Zvěstování Páně). Další významné poutě pak připadají na 14. 7. (bl. Hroznata) a na nejbližší sobotu k 28. 9. (sv. Václav). (Dibelková, 2004, s. 122)

Propagace kláštera Teplá

Veškeré informace týkající se kláštera a služeb v něm nabízených je možné nalézt na internetových stránkách (www.klastertepla.cz), které jsou dostupné v české a německé verzi. K propagaci dále slouží brožura v českém, německém a anglickém jazyce. Informace o poutním místě jsou zakomponovány také do propagačních materiálů města Teplá, Mariánských Lázní a Chebu. (Klášter Teplá, © 2011)

6.2 Analýza poptávky

6.2.1 Dotazníkové šetření

Cíl dotazníkového šetření

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jakým způsobem obyvatelé České republiky vnímají náboženský, a zejména pak poutní cestovní ruch, a co si pod těmito pojmy vůbec představují. Výsledky šetření by měly přinést informace o tom, zda je poutní turismus ve společnosti považován za atraktivní formu cestovního ruchu a zda má tedy potenciál pro další rozvoj. V rámci dotazníku byla pozornost zaměřena i na to, zda je tato forma cestovního ruchu dostatečně propagována.

Dílčím záměrem výzkumu bylo vysledovat, která tuzemská poutní místa jsou mezi občany nejvíce známá a zda je upřednostňováno využití služeb cestovních kanceláří, tzn. účast na hromadném zájezdu nebo jestli spíše převládá tendence k individuální návštěvě poutní lokality. V neposlední řadě mělo být také zjištěno, jestli je veřejnost obeznámena s tím, že se v Kroměříži koná Miniveletrh poutních míst, co potenciální návštěvníci od akce očekávají a také důvody, proč by se akce zúčastnili či nezúčastnili.

Výsledky dotazníkové šetření by měly ověřit následující hypotézy:

Hypotéza 1 - Náboženská a poutní turistika je atraktivní pro věřící i nevěřící část obyvatelstva České republiky.

Hypotéza 2 – Segment náboženské a poutní turistiky je v České republice nedostatečně marketingově propagován.

Hypotéza 3 - Věřící i nevěřící část obyvatelstva České republiky má zájem o návštěvu akce Miniveletrh poutních míst v Kroměříži.

Cílová skupina

Cílová skupina tohoto dotazníkového šetření byla poměrně široká. Je to způsobeno tím, že poutní turistika je jev, který se může dotknout všech lidí bez ohledu na věkovou kategorii, úroveň vzdělání, ekonomický status či oblast, ve které žijí. Zkoumanou skupinou se tudíž stali občané České republiky. Velmi důležité je i to, že mě zajímal názor jak věřících, tak i nevěřících osob.

Metoda šetření a sběr dat

Pro potřeby výzkumu byla zvolena metoda dotazníkového šetření, které proběhlo ve dvou podobách – elektronické a tištěné. Obě podoby dotazníků jsou shodné a obsahují 23 otázek. Konkrétní podobu dotazníku příkládám v příloze P I.

Online dotazník

- vytvořen a umístěn na portálu vyplnto.cz, dále rozšiřován prostřednictvím sociální sítě Facebook (např. všechny regionální podoby stránek Denik.cz, zájmové skupiny týkající se cestování, výletů, volného času, ale i náboženství a víry
- sběr dat proběhl během měsíce ledna a února 2013
- získaný počet respondentů 131

Tištěný dotazník

- umístěn v pokladně Muzea vesnice jihovýchodní Moravy ve Strážnici
- sběr dat proběhl během měsíce září a října 2012
- získaný počet respondentů 184

Vyhodnocení dotazníkového šetření

V rámci šetření se podařilo získat názor celkem 315 respondentů z různých krajů České republiky.

V prvních pěti otázkách jsem se zaměřila na zjištění socio – demografických charakteristik respondentů. Z nich vyplynulo, že 61 % dotázaných bylo ženského pohlaví, muži tvořili pouze 39 %. Největší zastoupení měli respondenti spadající do věkové kategorie 21 – 30 let (36 %) a dále také do kategorie 31 – 40 let (20 %). V otázce nejvyššího dosaženého vzdělání největší část dotázaných uvedla všeobecnou nebo odbornou maturitu (39 %) a vysokoškolské vzdělání (36 %). Téměř polovina respondentů se z hlediska ekonomického statusu zařadila do skupiny pracující (45 %), početnou skupinu tvořili také studenti (39 %). Poslední otázka zjišťovala, jaký má respondent vztah k víře. 57 % účastníků šetření se označilo za nevěřící, 43 % za věřící. Přesné výsledky podrobně zachycuje následující tabulka.

Tab. 21 Přehled výsledků socio – demografického oddílu dotazníkového šetření

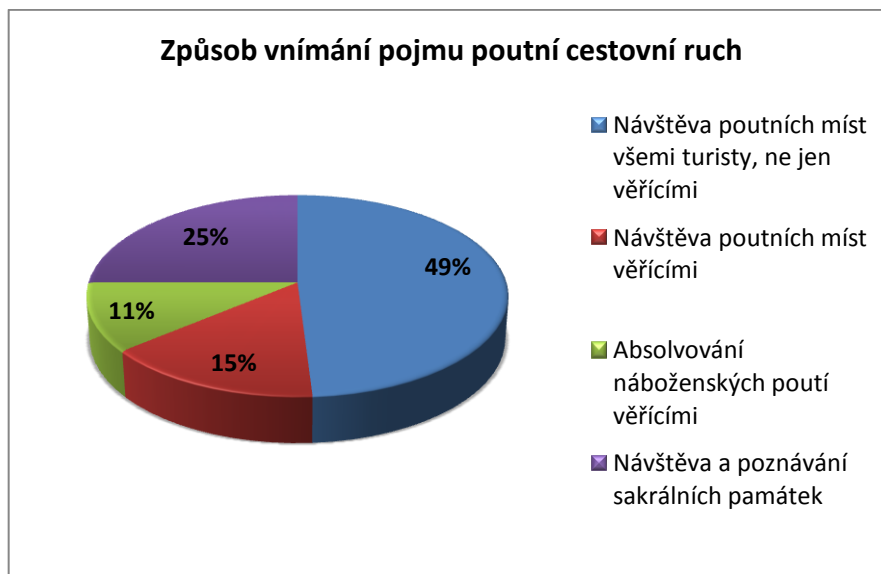
Otázka	Odpověď	Podíl v %
Pohlaví respondentů	Muž	39 %
	Žena	61 %

<i>Věk respondentů</i>	15 – 20 let	11 %
	21 – 30 let	36 %
	31 – 40 let	20 %
	41 – 50 let	17 %
	51 – 60 let	7 %
	Více než 60 let	9 %
<i>Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů</i>	Základní vzdělání	6 %
	Výuční list	8 %
	Všeobecná/odborná maturita	39 %
	Vyšší odborné vzdělání	11 %
	Vysokoškolské vzdělání	36 %
<i>Ekonomický status respondentů</i>	Pracující	45 %
	Nezaměstnaný	5 %
	Student	39 %
	Důchodce	11 %
<i>Víra respondentů</i>	Věřící	43 %
	Nevěřící	57 %

Zdroj: vlastní zpracování

Další otázky dotazníku se již soustředovaly přímo na náboženský a poutní cestovní ruch. Nejdříve mě zajímalo, jaká část respondentů se s těmito pojmy již setkala a kolik z nich je naopak nikdy nezaregistrovalo. Přesně polovina respondentů odpověděla, že tyto pojmy zná, dalších 27 % dotázaných osob uvedlo pouze okrajovou znalost a zbylých 23 % tvoří ti, kteří tyto pojmy nikdy neslyšeli.

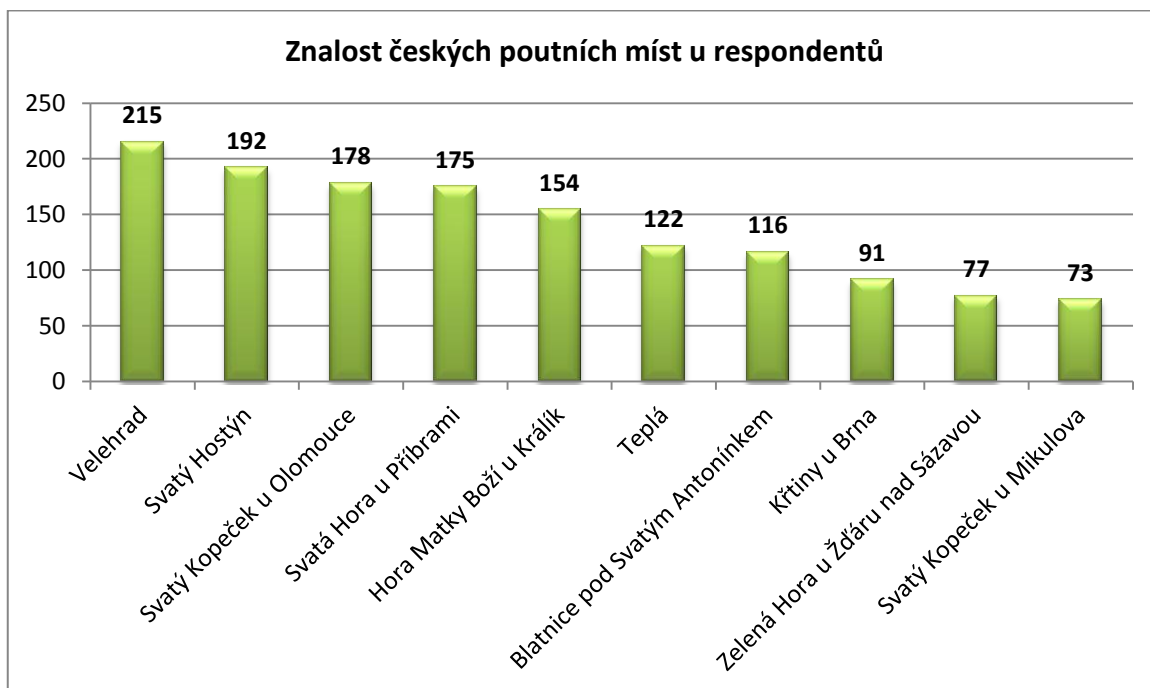
Následujícím dotazem jsem chtěla zjistit, co přesně si respondenti pod pojmem poutní turistika představují. Šetření ukázalo, že pro 49 % dotázaných je poutní turistika synonymem pro návštěvu poutních míst poutníky i běžnými turisty. Dalších 25 % respondentů zastává názor, že jde o návštěvu a poznávání sakrálních památek všeobecně, tedy ne jen poutních míst. Vnímání poutní turistiky jakožto záležitosti určené pouze pro věřící je zde zastoupeno v menšině. Tyto údaje korespondují s novým pojetím definice poutního cestovního ruchu, které nezahrnuje pouze věřící osoby, ale také ty bez náboženského vyznání.



Graf 4 Způsob vnímání pojmu poutní turistika

Zdroj: vlastní zpracování

V dalším kroku jsem chtěla ověřit, jaké je povědomí veřejnosti o českých poutních místech. Každý z respondentů zde mohl uvést libovolný počet lokalit. Graf 5 zobrazuje „top 10“ míst, u nichž byla četnost zmínění nejvyšší.



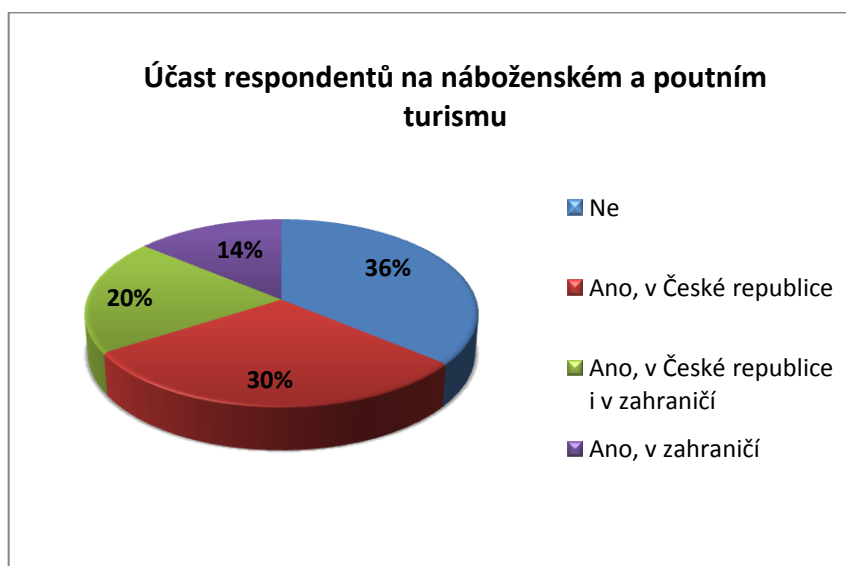
Graf 5 Znalost českých poutních míst u respondentů

Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka však ukázala také to, že respondenti vědí i o méně známých poutních místech, jako např. Žarošice, Jablonné v Podještědí, Hejnice, Lomec u Vodňan, Jiříkov, Neratov, Štípa, Klokoty, Sloup v Moravském krasu atd.

Jedním z cílů šetření bylo také vysledovat, jak dotazovaní na poutní místo nahlíží. Zde jim byla nabídnuta možnost výběru z několika předvolených variant či formulování své vlastní odpovědi. Výsledky zde nelze vyjádřit procentuálně, ale můžeme říct, že zde převažoval názor, že jde především o místo, které má náboženský význam pro věřící a zároveň je z historického a architektonického hlediska zajímavé i pro nevěřící osoby a tudíž jde i o vhodné místo na výlet. Chápání poutní lokality jakožto místa určeného výlučně pro věřící se objevovalo pouze v minimální míře.

Další otázka, zda se respondenti již někdy zúčastnili náboženského nebo přímo poutního turismu, sloužila ke zjištění oblíbenosti této formy cestovního ruchu a zároveň měla poskytnout informace o tom, zda se jej tyto osoby zúčastnili v tuzemsku, v zahraničí nebo se jednalo o kombinaci předchozích variant. Výsledky šetření ukázaly, že 36 % dotázaných se této formy cestovního ruchu nikdy nezúčastnilo, dalších 30 % navštívilo pouze česká poutní místa, 20 % cestovalo do českých i zahraničních poutních lokalit a zbylých 14 % dotázaných zavítalo jen na poutní místa v zahraničí.



Graf 6 Účast respondentů na náboženském a poutním turismu

Zdroj: vlastní zpracování

V návaznosti na předchozí otázku jsem se respondentů dotázala také na to, která poutní místa v České republice již navštívili, z čehož můžeme vyvodit, která místa patří mezi nej-

oblíbenější. Každý respondent opět mohl uvést více lokalit. Prim zde opět hraje Velehrad, který navštívilo 112 z dotázaných osob. Následuje Svatá Hora u Příbrami, kterou uvedlo 95 respondentů. Nejnavštěvovanější trojici pak uzavírá Svatý Hostýn navštívený 73 dotázanými. Figurovalo zde ale i množství méně proslulých poutních lokalit, např. Sloup v Moravském krasu byl uveden 45 krát, Žarošice 30 krát, Zlaté Hory 23 krát.

Nyní se dostáváme ke klíčové otázce, která měla poskytnout odpověď na to, zda respondenti shledávají náboženskou a poutní turistiku jako atraktivní a zajímavou formu kulturně – poznávacího cestovního ruchu. Z grafu 7 jasně vidíme, že naprostá většina dotázaných zaujala kladný postoj a návštěvu církevních památek označila jako přitažlivou či alespoň částečně přitažlivou. Pouze 9 % respondentů tato forma cestovního ruchu neoslovila. Po bližším prozkoumání jsem zjistila, že 63 ze 181 nevěřících respondentů považuje náboženskou a poutní turistiku za zajímavou, dalších 75 pak za částečně zajímavou. Tím tedy došlo k potvrzení hypotézy 1.



Graf 7 Hodnocení atraktivity náboženského a poutního turismu

Zdroj: vlastní zpracování

Údaje týkající se přitažlivosti poutní turistiky jsem dále chtěla podpořit zjištěním, kolik respondentů by mělo zájem v budoucnu navštívit tuzemská poutní místa. Výsledné údaje téměř kopírují hodnoty získané v rámci hodnocení atraktivity poutní turistiky, což znamená, že 62 % dotázaných by v budoucnu rádo zavítalo do některé z českých či moravských poutních lokalit a dalších 20 % respondentů zvolilo odpověď „možná“. Zbýlých 18 % účastníků šetření nemá o návštěvu těchto míst zájem.

Od respondentů, kteří účast na poutní turistice zavrhlí, jsem se snažila zjistit, proč tomu tak je. Tyto osoby nejčastěji uvedli, že návštěvu církevních památek nevyhledávají, protože nejsou věřící nebo také proto, že je nezajímá historie a dávají přednost jinému typu turismu.

Naopak na osoby, zaujímající k návštěvě poutních lokalit kladný nebo částečně kladný postoj, jsem zaměřila otázku týkající se způsobu realizace této návštěvy. 58 % potenciálních návštěvníků by upřednostnilo individuální návštěvu, 42 % by zvolilo hromadný zájezd organizovaný CK nebo CA.

Všech 315 respondentů šetření jsem se dotázala na to, zda je možné se v nabídce českých CK a CA se zájezdy na tuzemská a zahraniční poutní místa vůbec setkat. Ukázalo se, že 47 % dotázaných na takovou nabídku nikdy nenarazilo, 37 % uvedlo, že takovou nabídku zaregistrovalo. Respondenti měli možnost zvolit i odpověď „nevím“, kterou využilo 16 % z nich.



Graf 8 Česká a zahraniční poutní místa v nabídce CK a CA

Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti, kteří uvedli, že tuzemské CK a CA ve své nabídce mají zahrnutu návštěvu poutních lokalit, byli požádáni, aby specifikovali, o jakou nabídku se přesně jednalo. 61 % z nich uvedlo, že šlo o nabídku návštěvy zahraničních poutních míst, 34 % respondentů se setkalo s nabídkou návštěvy tuzemských i zahraničních poutních míst a 5 % dotázaných zaregistrovalo nabídku týkající se návštěvy českých poutních lokalit.

Následující dvě otázky by měly pomoci objasnit, jak je na tom poutní turistika z hlediska její propagace. 68 % respondentů zastává názor, že náboženskému cestovnímu ruchu a

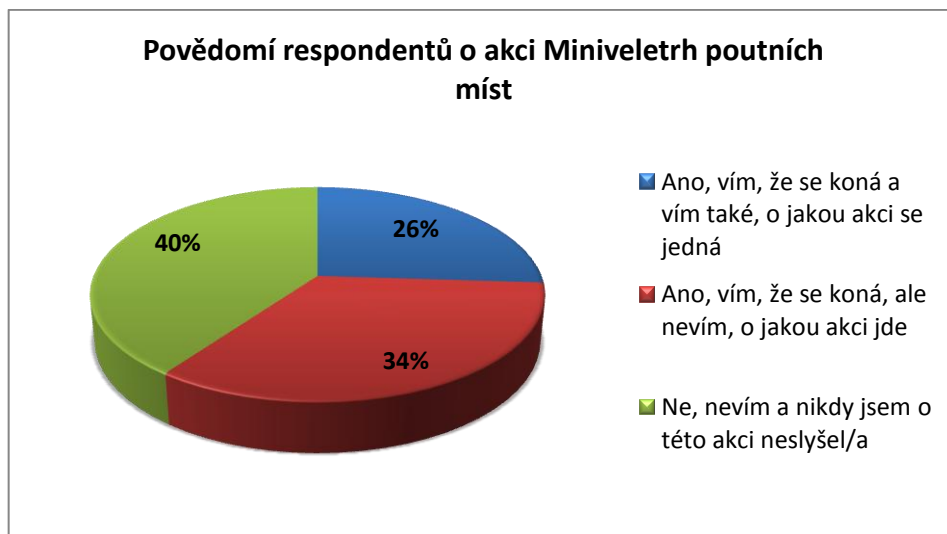
tuzemským poutním místům není z hlediska propagace věnována dostatečná pozornost, 24 % dotázaných na tento dotaz nedokázalo odpovědět a pouze 8 % účastníků šetření si myslí, že je tento segment turismu propagován dostatečně. V dalším kroku měli respondenti vybrat s jakou formou propagace (pokud vůbec s nějakou) poutní turistiky se setkali. Opět zde mohli označit více než jednu možnost. Z grafu 9 vyplývá, že 166 respondentů nezaregistrovalo žádnou formu propagace poutního cestovního ruchu, což je více než polovina z celkového počtu dotázaných. V případě, že respondenti nějaký druh propagace zaznamenali, pak to nejčastěji bylo na internetu, v propagačních materiálech nebo v turistických informačních centrech. Výsledky získané zodpovězením těchto dvou otázek potvrdily hypotézu 2.



Graf 9 Formy propagace náboženského cestovního ruchu a poutních míst

Zdroj: vlastní zpracování

Poslední blok otázek v dotazníku byl zaměřen na akci Miniveletrh poutních míst v Kroměříži. Cílem první otázky bylo zmapovat, do jaké míry jsou respondenti s touto akcí obeznámeni. Výsledkem bylo zjištění, že 40 % dotázaných o této akci neví a ani o ní nikdy neslyšelo, 34 % respondentů o akci sice již slyšelo, ale neví, o co se přesně jedná. Zbýlých 26 % osob o miniveletrhu nejen slyšelo, ale také ví, o jakou akci jde.



Graf 10 Povědomí respondentů o akci Miniveletrh poutních míst

Zdroj: vlastní zpracování

Další otázka měla přinést poznatky o tom, jaká část respondentů by měla zájem miniveletrh navštívit. Ukázalo se, že 64 % dotázaných by bylo pro návštěvu této akce, 36 % o ni zájem neprojevovalo. Při detailnějším pohledu jsem zjistila, že z celkového počtu 181 osob bez náboženského vyznání, by se miniveletrhu chtělo zúčastnit 99 z nich, což znamená potvrzení hypotézy 3.

Jako poslední mne zajímaly důvody, které respondenty vedly k volbě možnosti navštívení akce a také to, co od ní očekávají. Stejně tak jsem chtěla zjistit, co dotazované vede naopak k zavržení návštěvy miniveletrhu. Jejich přehled zobrazuje následující tabulka.

Tab. 22 Přehled nejčastěji uváděných důvodů pro a proti návštěvě Miniveletrhu poutních míst

Důvody PRO návštěvu miniveletrhu, očekávání	Důvody PROTI návštěvě miniveletrhu
<ul style="list-style-type: none"> - získání přehledu a informací o českých poutních místech zajímavou a poutavou formou - zvědavost - poznání dalších méně známých poutních míst a novinky v akcích již známých míst - získání informací týkajících se nabídky služeb na těchto místech, např. kulturní akce, možnosti ubytování a stravování - získání nových tipů na výlety pro rodinu - obdržení propagačních materiálů poutních míst a průvodců popisující dějiny daného poutního místa, rozšíření obzorů - spojení zajímavé akce a návštěvy krásné- 	<ul style="list-style-type: none"> - nejsem věřící - upřednostňují jiný typ cestovního ruchu - nejsem veletrhový typ, informace hledám jinde - informace si můžu vyhledat na internetu - místo konání miniveletrhu je pro mě příliš daleko - komercializace poutních míst se mi nezamlouvá - nemám čas

ho města Kroměříže

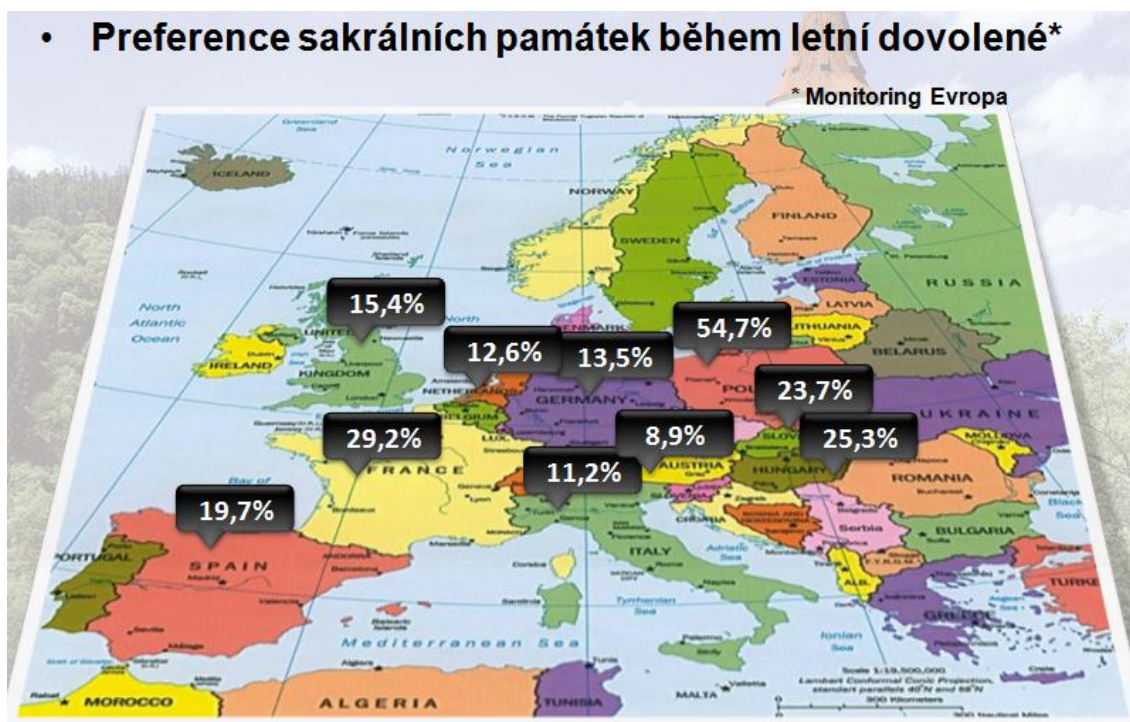
Zdroj: vlastní zpracování

6.2.2 Zájem zahraničních návštěvníků o návštěvu českých poutních míst

Pro analýzu zahraniční poptávky byl využit výzkum agentury CzechTourism nazvaný „Monitoring Evropa“, který v letech 2010 až 2011 realizovala agentura Ipsos Tambor, s.r.o. Respondenti tohoto šetření byli obyvatelé následujících evropských států: Německo, Polsko, Rakousko, Slovensko, Velká Británie, Maďarsko, Itálie, Nizozemí, Francie a Španělsko. (Monitoring zahraničních návštěvníků – Evropa, CzechTourism)

Cílem výzkumu bylo získat informace o tom, jaká je motivace potenciálních turistů z vybraných evropských zemí pro návštěvu Česka a také jejich vztah k naší republice. Výsledné údaje však napovídají i něco o tom, jak se zahraniční návštěvníci staví k alternativě poutní turistiky v České republice. (Monitoring zahraničních návštěvníků – Evropa, CzechTourism)

Následující mapa zobrazuje preference sakrálních památek během letní dovolené. Je z ní patrné, že návštěva církevních památek a poutních míst je nejvíce vyhledávána turisty z Polska, Francie, Maďarska a Slovinska.



Mapa 2 Preference sakrálních památek během letní dovolené

Zdroj: Mikula, CzechTourism

Při zjišťování, jaké aktivity by potenciální zahraniční návštěvníci chtěli v České republice provozovat, vyšlo najevo, že odpověď „poutní turistika“ zvolilo 28,9 % respondentů. Výsledky zároveň ukázaly, že návštěva českých poutních míst a dalších sakrálních staveb nejvíce láká polské (58 %), ruské (57 %), italské (44 %) a rovněž i francouzské (42 %) turisty. (Monitoring zahraničních návštěvníků – Evropa, CzechTourism)

Další bod průzkumu se zaměřil na turisty, kteří Českou republiku v minulosti již navštívili a logicky zde tedy provozovali i nějaké aktivity. 29,2 % dotázaných uvedlo, že v průběhu svého pobytu v České republice tvořila poutní turistika hlavní náplň jejich programu. Během dovolené na území naší republiky poutní turistiku praktikovali nejvíce Francouzi (57 %), Poláci (46 %) a také Španělé (32 %). (Monitoring zahraničních návštěvníků – Evropa, CzechTourism)

7 SWOT ANALÝZA NÁBOŽENSKÉ A POUTNÍ TURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICE

V následujícím textu jsou popsány nejvýznamnější silné a slabé stránky náboženské a poutní turistiky v České republice a zároveň jsou zde identifikovány i její příležitosti a hrozby. Celkový výčet položek SWOT analýzy poskytuje tabulka.

Z identifikovaných *silných stránek* bych zdůraznila především velké množství poutních míst a dalších sakrálních památek, které jsou vcelku rovnoměrně rozptýleny po celé České republice, přičemž u vybraných lokalit se setkáváme s nabídkou širokého spektra kvalitních služeb pro poutníky i turisty. Pozitivně hodnotím i snahu vybraných regionů, které na trh cestovního ruchu přinášejí nové produkty, jako např. obnovené či prodloužené poutní stezky a cyklostezky nebo balíčky a výlety s církevní tematikou. Za průkopníka v této oblasti můžeme označit Centrálu cestovního ruchu Východní Moravy, která nejenže pro návštěvníky tohoto regionu připravila takové produkty jako „Otevřené brány“ nebo „Grand-tour Moravia Orientale“, ale především dokázala Českou republiku zapojit do sítě Evropských poutních stezek – I Cammini d'Europa. Další příznivou stránkou je i postoj hlavních představitelů náboženského života v České republice – kardinála Dominika Duky a arcibiskupa olomouckého Jana Graubnera, kteří sympatizují s myšlenkou přilákat na poutní místa i běžné turisty a této formě cestovního ruchu vyjádřili plnou podporu.

Jako *slabou stránku* vidím zejména nedostatečnou marketingovou propagaci segmentu náboženské a poutní turistiky jako celku. Nepříznivým faktem je i to, že řada tuzemských poutních míst by mohla být zajímavým turistickým cílem, ale překážkou je často špatný technický stav těchto objektů a také žádná nebo nedostatečná infrastruktura, kdy zde chybí ubytovací a stravovací zařízení, místo je z hlediska dopravy špatně dostupné apod. Nepřipravenost na zájem turistů se také projevuje např. absencí propagačních materiálů daného místa. Velkým mínusem je i to, že značná část obyvatel České republiky v současnosti preferuje jiný typ turismu.

Jako jednu z hlavních *příležitostí* vidím návštěvu českých poutních míst poutníky a turisty z okolních států, což je předurčeno tím, že nás spojuje převaha římskokatolické víry, společná historie a velkou výhodou je, že u států, jako je Slovensko nebo Polsko, téměř neexistuje jazyková bariéra. Za naprosto klíčový bod považuji navazování spolupráce mezi poutními místy v ČR, ale také se zahraničními poutními lokalitami a to zejména ve smyslu vzájemné propagace. Díky tomu se mohou navíc správci církevních památek i inspirovat a

vzít si příklad z dobře fungujících poutních míst, jako jsou např. Melk nebo Göttweig v Rakousku. Kromě toho je důležité navazovat partnerství i se subjekty působícími v cestovním ruchu, tedy např. s destinačními managementy nebo cestovními kancelářemi a agenturami. Na tomto místě bych ráda zdůraznila i důležitost zapojení soukromého sektoru, což bylo ilustrováno i na analyzovaném poutním místě Teplá.

Za největší *hrozbu* považuji nedostatek finančních prostředků na rekonstrukci poutních míst a vytvoření příznivého prostředí pro rozvoj církevní turistiky na těchto místech. Jako riziko vnímám také silnou konkurenci ze strany známých a masově propagovaných světových poutních míst, jako jsou např. Lurdy, Santiago de Compostela, Čenstochová apod., které jsou navíc i stálicemi v nabídce českých CK a CA. V neposlední řadě bych zde zmínila i důležitost lidského faktoru. Pokud totiž správci poutních míst nebudou mít zájem zpřístupnit tyto objekty i běžným turistům a zapojit je do cestovního ruchu, jejich potenciál zůstane nevyužit.

Tab. 23 SWOT analýza náboženské a poutní turistiky v České republice

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - ČR disponuje řadou sakrálních staveb a poutních míst - řada turistických stezek a cyklostezek propojující česká poutní místa - široké spektrum a kvalita nabízených služeb u některých českých poutních míst, dobrá infrastruktura, dobrá koncepce - přetrvávající tradice pořádání poutí v ČR - realizace projektů týkajících se rozvoje církevní turistiky (poutní stezky) - zapojení ČR do sítě Evropských poutních stezek - náboženská a poutní turistika pomáhá zmírňovat sezónní výkyvy - náboženská a poutní turistika přispívá k rovnoměrnému rozložení turistů v jednotlivých regionech ČR - náboženská a poutní turistika je relativně odolná vůči recesi - vysoká návštěvnost některých českých poutních míst - podpora poutní turistiky ze strany církevních hodnostářů 	<ul style="list-style-type: none"> - špatný technický stav církevních sakrálních objektů - žádná nebo nedostatečná infrastruktura (realizační faktory) - nízký počet CK a CA nabízejících zájezdy orientované na tuzemská poutní místa - nedostatečná marketingová propagace segmentu religiózního cestovního ruchu v ČR - velké množství sakrálních památek není připraveno na zájem návštěvníků - obyvatelé ČR (ale i účastníci cestovního ruchu všeobecně) dávají přednost jinému typu turismu - převažující podíl obyvatelstva ČR je bez náboženského vyznání - nejvíce tuzemských sakrálních památek a poutních míst spojeno pouze s křesťanstvím

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> - sousední státy ČR jsou silně nábožensky orientované (římskokatolická víra, společná historie, u Polska a Slovenska v podstatě neexistuje jazyková bariéra) - množství států, odkud do ČR proudí nejvíce návštěvníků, je také silně nábožensky založeno - vzrůstající zájem o návštěvu českých poutních míst ze strany zahraničních turistů - ČR bude v následujících letech dějištěm významných náboženských výročí - využití potenciálu sakrálních staveb, které by jinak byly téměř nevyužité (koncerty, výstavy atd.) - možnost čerpání dotací z EU - navazování partnerství mezi poutními místy v ČR, ale i v zahraničí, dále také se subjekty působícími v CR a také zapojení soukromého sektoru - prezentace českých církevních památek na domácích i zahraničních veletrzích CR - dokončení církevních restitucí 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatek finančních prostředků na rekonstrukci sakrálních památek a poutních míst - silná konkurence ze strany věhlasných zahraničních poutních míst - náboženský CR nikdy nebude mainstreamovou masově vyhledávanou záležitostí, z čehož plyne i nezájem CK a CA se tomuto segmentu věnovat - malý segment, který ale vyžaduje vysoké náklady na propagaci - málo průvodců s adekvátní kvalifikací - nezájem, neochota nebo nesouhlas správců sakrálních památek s otevřením těchto míst veřejnosti a jejich využitím pro CR

Zdroj: vlastní zpracování

8 ZÁVĚRY PLYNOUCÍ Z ANALYTICKÉ ČÁSTI

V této kapitole budou shrnuty nejdůležitější informace a poznatky z předchozích analýz.

Nestandardizovaný rozhovor (kapitola 5.2.1)

- V oblasti poutní turistiky je nutné zintenzivnit propagační aktivity a zaměřit je na co nejširší cílovou skupinu.
- Značná část české veřejnosti poutní turistiku stále ještě vnímá pouze jako záležitost věřících.
- Pro rozvoj poutní turistiky nestačí jen samotné památky, ale je nutná infrastruktura, zázemí a služby pro návštěvníky.

Analýza nabídky (kapitola 6.1)

- V ČR najdeme tisíce církevních staveb, největší zastoupení mají objekty svázané s katolickou vírou.
- V ČR je v současnosti 450 lokalit, kde přetrvává tradice pořádání poutí, cca 117 z nich můžeme označit za „plnohodnotné“ poutní místo.
- Rozbor tří vybraných českých poutních míst ukázal, že tyto lokality poskytují služby, které kvalitou a rozsahem odpovídají potřebám poutníků i turistů.

Analýza poptávky (kapitola 6.2)

- Převážná část respondentů považuje poutní turistiku za zajímavou a atraktivní formu cestovního ruchu.
- Dle mínění respondentů poutní turistika v ČR není dostatečně propagována.
- Více než polovina respondentů z řad věřících i nevěřících projevila zájem o návštěvu akce Miniveletrh poutních míst.
- O návštěvu českých sakrálních staveb projevují zájem i zahraniční turisté, a to zejména Poláci, Rusové, Italové a Francouzi.

SWOT analýza (kapitola 7)

- ČR disponuje velkým množstvím sakrálních památek, které jsou vcelku rovnoměrně rozptýlené po celém území státu.
- Vybraná česká poutní místa nabízejí svým návštěvníkům široké spektrum kvalitních služeb, zároveň je zde ale i mnoho míst, která nejsou na příchod návštěvníků vůbec připravena.

- Začíná se projevovat snaha regionů a destinačních managementů o zviditelnění a zatraktivnění poutní turistiky.
- Významnou příležitostí pro rozvoj poutní turistiky v ČR představuje navazování spolupráce a partnerství mezi českými, ale i zahraničními poutními lokalitami, a také s dalšími subjekty působícími v cestovním ruchu.
- Velkou hrozbou je nedostatek finančních prostředků na tvorbu příznivého prostředí pro rozvoj církevní turistiky.

Shrnutí

Z výše uvedeného přehledu je vidět, že v současné době je největším problémem poutní turistiky v ČR její nedostatečná propagace. Na základě tohoto zjištění bude v následující části práce vytvořen návrh na realizaci akce Miniveletrh poutních míst, který by měl české poutní lokality představit široké veřejnosti a zvýšit tak povědomí a zájem obyvatel ČR o tento segment cestovního ruchu.

9 PROJEKT NA PODPORU ROZVOJE POUTNÍ TURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICE

Z analytické části vyplynulo, že v oblasti poutního turismu Česká republika rozhodně má co nabídnout. I na straně poptávky můžeme sledovat pozitivní vývoj, jelikož dotazníkové šetření ukázalo, že je o tuto formu cestovního ruchu mezi Čechy poměrně velký zájem. Ze studie vypracované agenturou CzechTourism zase můžeme vidět, že značná část zahraničních návštěvníků a turistů míří do České republiky především kvůli návštěvě historických památek, mezi něž poutní místa a další sakrální objekty zcela určitě patří. Jako hlavní problém byla v analytické části identifikována nedostatečná propagace tohoto segmentu turismu a právě následující projekt si klade za cíl pokusit se tuto situaci změnit.

Tato část práce bude zaměřena na vytvoření projektu třetího ročníku specializované akce **MINIVELETRH POUTNÍCH MÍST** ve městě Kroměříži. V úvodu kapitoly se nejdříve pokusím charakterizovat projekt a nastínit jeho hlavní cíle. Následně se zaměřím na popis celé realizace této akce, včetně plánování, materiálně-technického zabezpečení a personálního zajištění. Pro ucelenost bude projekt doplněn o nákladovou, rizikovou a také časovou analýzu.

9.1 Cíle projektu

Cílem tohoto projektu je vytvořit akci kulturně - veletržního typu nazvanou „Miniveletrh poutních míst“, která

- přispěje k propagaci a zvýšení povědomí veřejnosti o dynamickém segmentu cestovního ruchu – tzv. náboženském turismu, a zejména pak o poutní turistice a jejích možnostech;
- napomůže ke zvýšení návštěvnosti poutních míst primárně v České republice, ale také na Slovensku a v Polsku;
- představí poutní místa nejenom jako místa určená pro věřící, ale také jako vhodná a především zajímavá místa na výlet, a to i pro osoby, které nejsou nábožensky založené;
- představí poutní místa nejen z pohledu duchovního, ale především se zaměří na prezentaci služeb, které tyto lokality nabízí;
- umožní zástupcům poutních míst a dalším vystavovatelům sdílet mezi sebou užitečné informace a vyměnit si své zkušenosti týkající se celkové koncepce poutního

místa, tzn. jakým způsobem je daná poutní lokalita marketingově propagována, jaké doplňkové služby pro turisty a poutníky nabízí, jaké je zaměření pořádaných kulturních programů apod.;

- v neposlední řadě také návštěvníkům představí Kroměříž jako město, které oplývá významným kulturním a historickým dědictvím, a které se snaží návštěvníkům neustále nabízet nové možnosti kulturního i duchovního vyžití, tzn. zároveň dojde i k propagaci města Kroměříže jako velmi zajímavé destinace České republiky.

Tyto cíle budou naplněny, jestliže

- se vytvoří každoroční tradice pořádání akce, přičemž počet vystavovatelů se bude postupně zvyšovat a do akce se budou zapojovat nové subjekty;
- se napomůže k propagaci sakrálních cílů, poutních míst a stezek v České republice.

Mezi dílčí cíle projektu pak patří zejména naplánování a realizace akce tak, aby byla

- atraktivní jak pro návštěvníky, tak i pro samotné vystavovatele;
- dostatečně zajištěna z pohledu materiálního a technického zabezpečení;
- doprovázena efektivní propagací a
- spojena s přiměřenými finančními výdaji.

9.2 Představení projektu

Miniveletrh poutních míst (dále také jen miniveletrh nebo akce) je jednou z akcí, která se uskuteční v rámci tzv. Květného pátku, kdy se v Kroměříži koná pouť k Bolesné Panně Marii. Ta představuje pomyslné zahájení poutní sezóny v Čechách a na Moravě. Zajímavostí je, že jde o jednu z mála poutí v Evropě, které bylo umožněno, aby se konala ještě před skončením postního období, což je velmi neobvyklé.

Miniveletrh je tedy chápán jako jedna z doprovodných, ale zároveň klíčových akcí poutní slavnosti a je součástí třídenního programu nazvaného **Poutní dny v Kroměříži**. Návštěvníci, kteří během poutního třídenní do města přezdívaného Hanácké Athény zavítají, se mohou těšit i na poutní jarmark lidových řemesel, který se bude konat na Velkém náměstí a který bude doplněn i o kulturní program v podobě hudebních vystoupení. Dalším lákadlem bude zcela jistě vernisáž výstavy pravoslavných ikon bulharského malíře Justiniana Tilova, která proběhne v předsálí Sněmovního sálu Arcibiskupského zámku. Turisté budou mít od pátku do neděle možnost zúčastnit se speciálních prohlídek zámku a zahrad UNESCO a exkluzivně bude umožněna i prohlídka zámecké kaple sv. Šebestiána, která

jinak není součástí prohlídkového okruhu. Taktéž Muzeum Kroměřížska láká na speciální prohlídky expozic. Pro děti, ale i dospělé bude zcela jistě velkým zážitkem zhlédnutí večerní kostýmové přehlídky v ulicích města. Program připraví i pravoslavný kostel sv. Cyrila a Metoděje, kde si návštěvníci budou moci vyslechnout koncert byzantských zpěvů v podání souboru Ensemble Versus. V rámci Poutních dnů v Kroměříži se uskuteční i tisková konference k zahájení turistické sezóny na Arcibiskupském zámku a zahradách. Zároveň zde bude nastíněn plán kulturních akcí v Kroměříži pro nadcházející sezónu, přičemž velká pozornost bude soustředěna na oslavy cyrilometodějského výročí. Na této tiskové konferenci bude prezentován samozřejmě i miniveletrh, jeho cíle a vystavovatelé, jež se ho v roce 2013 zúčastní.

Tab. 24 Základní informace o kulturně – veletržní akci Miniveletrh poutních míst 2013

Základní informace o kulturně – veletržní akci Miniveletrh poutních míst 2013	
Název akce:	Miniveletrh poutních míst 2013
Termín konání akce:	22. 3. – 24. 3. 2013
Pořadatel:	Státní zámek Arcibiskupský zámek a zahrady Kroměříž

Zdroj: vlastní zpracování

Hlavním pořadatelem této akce bude příspěvková organizace Státní zámek Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži (AZZ), který je ve správě Národního památkového ústavu (NPÚ). Jde tedy o subjekt mezinárodního významu, neboť zámek i zahrady jsou od roku 1998 zapsány na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

Partnery miniveletrhu budou:

- Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s. (CCRVM);
- Muzeum Kroměřížska;
- Město Kroměříž, respektive Městský úřad Kroměříž (MěÚ Kroměříž);
- Dům kultury Kroměříž (DK Kroměříž);
- Římskokatolická farnost sv. Mořice;
- Arcibiskupské gymnázium v Kroměříži (AG Kroměříž).

O jedinečnosti a významu akce vypovídá to, že záštitu nad ní převezmou:

- Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism;
- BVV Veletrhy Brno, a.s.;
- Arcibiskupství olomoucké.

Z finančního hlediska akci zajistí Arcibiskupský zámek s tím, že Muzeum Kroměřížska bezplatně poskytne výstavní prostory, DK Kroměříž bezplatně poskytne pódium pro pěvecké vystoupení, AG Kroměříž zdarma zabezpečí ubytování pro vystavovatele, MěÚ Kroměříž uhradí některé z propagačních materiálů a CCRVM bude zase zdarma tuto akci propagovat v rámci různých veletrhů, seminářů a workshopů cestovního ruchu. Na propagaci miniveletrhu se však budou intenzivně podílet všechny uvedené partnerské subjekty a organizace. Záštitu je pak nutné vnímat jako čestnou poctu a z jejího poskytnutí tedy neplyne nárok na finanční či jiné zajištění akce.

Vzhledem k tomu, že finance zámku jsou značně omezené a navíc se jedná o projekt nevýdělečného charakteru, je nutné naplánovat celou akci tak, aby náklady na materiální, technické a personální zabezpečení byly co možná nejnižší. Tyto náklady se budeme snažit minimalizovat především využíváním zdrojů, kterými Arcibiskupský zámek nebo partnerské subjekty již disponují, což se týká např. materiálního a technického vybavení. Přestože na akci může být vyčleněn jen malý objem peněžních prostředků, tato skutečnost v žádném případě nesmí mít vliv na bezproblémový průběh tohoto eventu. Zároveň je potřeba zajistit, aby byl miniveletrh, i přes omezené finanční zdroje, dostatečně a kvalitně propagován, což by neměl být problém právě díky spolupráci a partnerství s výše uvedenými subjekty.

Je také důležité brát v potaz, že připravovaný třetí ročník je představiteli zámku chápán jako jakási poslední testovací verze akce. Pokud se letos ukáže, že je o miniveletrh zájem jak ze strany návštěvníků, tak i ze strany vystavovatelů a potvrdí se tak, že má tento projekt skutečně smysl, je Arcibiskupský zámek a také město Kroměříž ochotno vyčlenit na další ročník miniveletrhu větší objem finančních prostředků. Díky rostoucí popularitě akce by se nám zároveň mohlo případně podařit získat i sponzory či dotace, a tím pádem miniveletrh postupně rozšiřovat a zkvalitňovat jeho úroveň.

9.2.1 Historie pořádání akce

V případě tohoto miniveletrhu se o historii v podstatě ještě hovořit nedá, protože nápad na uspořádání akce se na Arcibiskupském zámku zrodil teprve v roce 2010. Doposud tedy proběhly pouze dva ročníky.

Miniveletrh poutních míst 2011

Pořadatel: Státní zámek Arcibiskupský zámek a zahrady Kroměříž

Partneři: Římskokatolická farnost sv. Mořice; město Kroměříž; Arcibiskupské gymnázium Kroměříž

Termín: 15. – 17. 4. 2011

Místo konání: Státní zámek Arcibiskupský zámek a zahrady Kroměříž, předsálí Sněmovního sálu

Celkový počet návštěvníků: cca 350 osob

Celkové náklady na akci: 6 650 Kč

Počet vystavovatelů byl v tomto roce minimální, ale nízká účast se dala očekávat, jelikož se jednalo o naprosto novou akci. Nikdo přesně nevěděl, co od miniveletrhu očekávat a nebylo ani jisté, jestli o tento počin bude vůbec zájem mezi veřejností. Celkem se na prvním ročníku prezentovalo pět vystavovatelů, přičemž čtyři z nich představovala poutní místa. Pátým subjektem byl Arcibiskupský palác v Olomouci, tedy oficiální sídlo úřadujícího arcibiskupa. Konkrétní přehled vystavovatelů v roce 2011 je uveden v příloze P II.

Podle odhadů se počet návštěvníků miniveletrhu v roce 2011 vyšplhal na 350. Toto číslo sice není příliš vysoké, ale vezmeme – li v úvahu, že propagace miniveletrhu byla minimální, můžeme hovořit o úspěchu. Akce byla zmíněna pouze na webových stránkách města Kroměříže a na stránkách Arcibiskupského zámku. K propagaci byly použity také plakáty formátu A3. (Interní materiály SZ Arcibiskupského zámku a zahrad)

Miniveletrh poutních míst 2012

Pořadatel: Státní zámek Arcibiskupský zámek a zahrady Kroměříž

Partneři: Římskokatolická farnost sv. Mořice; město Kroměříž; Arcibiskupské gymnázium Kroměříž; Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s.

Termín: 30. 3. – 1. 4. 2012

Místo konání: Státní zámek Arcibiskupský zámek a zahrady Kroměříž, předsálí Sněmovního sálu

Celkový počet návštěvníků: cca 500 osob

Celkové náklady na akci: 28 320 Kč

V roce 2012 se ukázalo, že zájem o poutní tematiku se zvyšuje jak na straně samotných vystavovatelů, tak i na straně návštěvníků. Řady vystavovatelů se oproti prvnímu ročníku významně rozrostly. Počet prezentovaných poutních míst se dostal až na číslo 22, přičemž jedenáct z nich vyslalo alespoň na některý ze tří dnů svého zástupce. Zbylá místa se prezentovala pouze prostřednictvím zaslaných propagačních materiálů. Kromě těchto míst se akce zúčastnily ještě čtyři další subjekty – Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, Arcibiskupský palác v Olomouci, dále zde byl představen i mechanický betlém z Horní Lidče a na akci přijel také Ing. František Odehnal, autor knihy Poutní místa Moravy a Slezska, který zároveň zastupoval Kartuziánské nakladatelství a vydavatelství. Konkrétní přehled vystavovatelů v roce 2012 je uveden v příloze P II.

Druhý ročník miniveletrhu byl propagován zejména prostřednictvím internetových stránek Arcibiskupského zámku a zahrad, dále pak také na oficiálním webu města Kroměříž a Centrály cestovního ruchu Východní Moravy. K propagaci byly agenturou M – Ark vytvořeny i plakáty formátu A3, které byly distribuovány jak v tištěné, tak i v elektronické podobě.

Návštěvnost miniveletrhu oproti předchozímu roku celkem výrazně vzrostla. Navíc příjemným překvapením bylo, že velká část ze zhruba pěti set návštěvníků byla tvořena mladými lidmi, kteří se o možnosti církevní turistiky velmi zajímali. (Interní materiály SZ Arcibiskupského zámku a zahrad)

9.3 Konkrétní podoba akce

Jak již napovídá sám název – Miniveletrh poutních míst, bude se jednat o specializovanou akci kulturně - veletržního charakteru, jejímž cílem je seznámit veřejnost s možnostmi poutní turistiky a přispět tak k rozšíření atraktivity tohoto specifického segmentu cestovního ruchu. Tuto prezentaci budou návštěvníci moci shlédnout bez nutnosti zakoupení vstupenky, stejně tak i výstavní plochy budou vystavovatelům poskytnuty zdarma. Miniveletrh má tedy nevýdělečnou povahu.

Během této třídenní přehlídky budou návštěvníkům představena česká a moravská poutní místa. Letos s nabídkou účasti na miniveletrhu oslovíme také vybraná poutní místa Slovenska a Polska. Hlavním důvodem k tomuto kroku je fakt, že v obou případech se jedná o silně nábožensky založené země, které jsou dle našeho názoru v oblasti poutní turistiky již o kus napřed, a to zejména v případě Polska. Jsme proto přesvědčeni, že účast zahraničních vystavovatelů by uvítali i ti tuzemští, neboť by díky tomu mohli získat cenné rady a také

inspiraci pro rozvoj českých poutních lokalit či sakrálních cílů. Zástupci zahraničních poutních lokalit by v tomto případě tedy neměli být vnímáni jako konkurence, ale spíše jako spojenec.

Na začátku projektové části bylo uvedeno, že akce by měla upozornit na možnosti poutní turistiky. Z toho důvodu na miniveletrhu nebude zdůrazňován pouze duchovní význam poutních míst, který je samozřejmě klíčový, ale značná pozornost bude věnována zejména prezentaci turistického zázemí v dané lokalitě. Návštěvníci zde tedy budou moci získat informace týkající se ubytování, stravování, kulturních programů a také dalších doplňkových služeb určených pro poutníky i turisty. Zájemci o tuto formu cestovního ruchu si dále budou moci prohlédnout i zdarma odnést nejrůznější propagační a informační materiály nebo přehledy poutí. Kromě toho zde bude i možnost zakoupení vydaných publikací, CD a DVD, jakož i dárkových nebo upomínkových předmětů. Jsme si vědomi toho, že cestování jako takové je velmi úzce spjato s vizuálním prožitkem. Proto po celou dobu trvání miniveletrhu bude probíhat jednak projekce fotografií z jednotlivých lokalit a dále plánujeme také promítání dokumentárních filmů a spotů s poutní tematikou.

Na miniveletrhu se však nepředstaví výhradně jen poutní místa, ale také řada dalších subjektů. Osloveny budou např. občanská sdružení zaměřená na poutní a církevní turistiku, cestovní kanceláře a agentury orientující se na poutní a církevní turistiku, destinační managementy, kulturní organizace, jejichž činnost souvisí s tématem poutních míst a jiné subjekty.

Celá akce bude, na rozdíl od předchozích ročníků, probíhat ve vytápěných prostorách Muzea Kroměřížska a to ve dnech 22. až 24. března 2013. Přehlídka poutních míst bude během těchto tří dnů pro návštěvníky otevřena vždy od 10:00 do 17:00 hodin. Oficiální zahájení miniveletrhu proběhne v pátek 22. března 2013 v 11:00 hodin a to za účasti představitelů města Kroměříže (starostka města, místostarostka), zástupců Arcibiskupského zámku a zahrad (kastelán zámku, zástupce kastelána), zástupců Muzea Kroměřížska (ředitel muzea), ale především za účasti arcibiskupa olomouckého Mons. Jana Graubnera, který miniveletrh pomyslně otevře návštěvníkům. Důvod, proč oficiální zahájení proběhne až v 11:00 hodin je velmi prostý. V 9:30 hodin totiž začne v chrámu sv. Mořice pontifikální mše svatá, kde hlavním celebrantem bude právě Mons. Jan Graubner. Vzhledem k tomu, že považujeme za velmi důležité, aby akci posvětila tato významná osobnost náboženského života České republiky, zcela se přizpůsobíme jejímu časovému harmonogramu.

Přestože miniveletrh není úplným prototypem plnohodnotného veletrhu, jeho obsahová stránka zčásti kopíruje náplň klasického veletrhu. Stěžejním bodem je „vystavení“ poutních míst na předem rozdělených výstavních plochách. Kromě toho se uskuteční i veřejné prezentace, při kterých bude daná lokalita prezentována ne pouze v rámci výstavního místa, ale prostřednictvím komentované powerpointové prezentace pro širší publikum. Tyto veřejné prezentace jsou dobrovolné a záleží pouze na samotných vystavovatelích, zda tuto možnost využijí.

9.3.1 Dílčí součásti miniveletrhu

Kromě prezentační části, můžeme v rámci miniveletrhu vyčlenit ještě i následující dílčí akce:

Výstava

Prostory Muzea Kroměřížska téměř vybízí k tomu, abychom miniveletrh doplnili i o uměleckou stránku, nejlépe o výstavu. Je důležité, aby nešlo o nahodile zvolenou výstavu, ale aby nějakým způsobem korespondovala s tématem poutních míst, poutí či sakrální architektury. Pro naše účely tedy oslovíme občanské sdružení „Zachraňme dominanty“, které se pomocí putovní výstavy fotografií, nesoucí název „Necháme to tak?“, snaží upozornit na velmi špatný stav některých sakrálních památek v České republice. Tato výstava je dostupná ve čtyřech různých provedeních, přičemž každé z nich je zaměřeno na jinou oblast. Jde o jižní Čechy, Plzeňsko, severní Čechy a sever Moravy. Každé provedení obsahuje deset umělohmotných desek o rozměrech 70 cm x 100 cm, na kterých jsou natištěny fotografie. Jelikož prostory Muzea Kroměřížska, v nichž se bude akce konat, neumožňují, aby zde byla umístěna všechna čtyři provedení, požádáme pouze o kolekci, která se týká severní Moravy a která je nám z geografického hlediska nejbližší.

Zahájení výstavy proběhne současně s oficiálním zahájením miniveletrhu, tedy v pátek 22. března 2013 a stejně tak bude s miniveletrhem i ukončena, tzn. v neděli 24. března 2013. Návštěvníci budou moci tuto výstavu shlédnout vždy od 9:00 do 17:00 hodin.

Vystoupení chrámového sboru

Další dílčí součástí programu miniveletrhu bude vystoupení zlínského pěveckého chrámového sboru Tibi. Tento sbor se nám jeví jako dobrá volba zejména kvůli tomu, že jeho široký repertoár obsahuje také písně zpívané ve staroslověnině, což tematicky ladí s letošním cyrilometodějským jubileem. Výhodou tohoto seskupení je také to, že se jedná o zlín-

ský sbor, tudíž náklady na jeho dopravu do Kroměříže, která je od Zlína vzdálena pouhých 35 km, tedy asi půl hodiny cesty, nebudou příliš vysoké.

Pěvecký sbor Tibi vystoupí v sobotu 23. března 2013 od 13:30 do 15:00 hodin na pódiu na Velkém náměstí. Na tento sbor pak naváže kulturní program připravený Domem kultury Kroměříž.

Doprovodný program pro vystavovatele (páteční společenský večer a sobotní raut)

Je dobrým zvykem, že v rámci veletržních akcí bývá pro vystavovatele připraven také doprovodný program. V našem případě jde sice jenom o miniveletrh, i my ale naše hosty pozveme na zasloužené pohoštění doplněné o kulturní a chuťový zážitek.

- Pátek: *Společenský večer*

Společenský večer proběhne v pátek 22. března 2013 od 18:00 až do cca 22:00 hodin a kromě samotných vystavovatelů na něj budou pozváni také představitelé města Kroměříže a zástupci partnerských institucí miniveletrhu. Pro tento účel využijeme jeden z tzv. Balkonových sálů na Arcibiskupském zámku, který je již vybaven stoly a židlemi k posezení. Nespornou výhodou této prostory je, že je součástí zámku a díky tomu budeme osvobozeni od nutnosti platit nájem.

V průběhu večera se na chvíli přesuneme i do předsálí Sněmovního sálu zámku, kde budou mít naši hosté příležitost shlédnout nově nainstalovanou expozici bulharských ikon. Součástí společenského večera bude i hudební a pěvecké vystoupení žáků Základní umělecké školy Kroměříž.

Občerstvení bude zajištěno formou rautových stolů, k dispozici budou také nealkoholické a alkoholické nápoje, včetně degustace vína z kroměřížských arcibiskupských sklepů (Arcibiskupské zámecké víno Kroměříž, s.r.o.) a ochutnávky čokoládových výrobků ze Zámecké čokoládovny (pralinkárny).

- Sobota a neděle

I během dalších dnů bude pro vystavovatele připraven doplňkový program. Sobotní pohoštění proběhne přímo v Muzeu Kroměřížska a následně si zájemci z řad vystavovatelů mohou vybrat ze dvou variant. Buď se přesunou opět na Arcibiskupský zámek, kde mohou absolvovat speciální komentovanou prohlídku nebo zamíří do kostela sv. Cyrila a Metoděje na koncert byzantských zpěvů v podání souboru Ensemble Versus pod vedením kyper-

ského dirigenta Mariose Christou. Vstupenky na tento koncert nám Dům kultury, jež je organizátorem, poskytne zdarma.

V rámci nedělního veletržního dne již bude připraveno jen drobné občerstvení, protože předpokládáme, že zde fyzicky zůstane jen minimum vystavovatelů. I v tento den si mohou zájemci zdarma zajít na prohlídku Arcibiskupského zámku, tentokrát však již v rámci klasického prohlídkového okruhu.

9.3.2 Doplnující informace

Potenciální vystavovatelé, kteří budou osloveni s nabídkou účasti na miniveletrhu, přijedou z různých koutů České republiky a dokonce i ze zahraničí. Někteří z nich v Kroměříži zůstanou po celou dobu trvání akce a je zcela zřejmé, že pravděpodobně budou chtít využít některé z kroměřížských ubytovacích zařízení.

Vystavovatelé si mohou toto ubytování zařídit buď sami (u této možnosti doporučujeme navštívení webových stránek města Kroměříže – sekce Ubytování, kde je uvedena zhruba čtyřicítka ubytovacích zařízení nejrůznějších kategorií), nebo je možno obrátit se na organizátory miniveletrhu, kteří doporučí a případně i zarezervují takové ubytovací zařízení, které bude vyhovovat požadavkům i finančním možnostem daného zájemce.

Předpokládáme, že většina z vystavovatelů se spokojí i s méně komfortním typem ubytování a proto vyzdvihujeme zejména možnost ubytování na kolejích, resp. Domově mládeže na Arcibiskupském gymnáziu. Toto zařízení nabízí možnost ubytování během víkendu a to v pokojích studentů, kteří zde v té době nejsou přítomni. Arcibiskupské gymnázium vystavovatelům toto ubytování poskytne zdarma. V případě zájmu o přenocování v Domově mládeže stačí, pokud se vystavovatel telefonicky nebo e-mailem obrátí na koordinátora miniveletrhu a ten ubytování zajistí.

O možnostech ubytování v Kroměříži budou potenciální vystavovatelé informováni již v rámci oslovovacího e-mailu.

Ubytování (kromě Domova mládeže), stravu (kromě občerstvení na miniveletrhu a rautů) i dopravu si vystavovatelé hradí sami. V případě, že k dopravě do Kroměříže bude použito osobního automobilu, po předchozí domluvě bude zajištěno vhodné parkovací místo. Vystavovatelé samozřejmě mohou využít také autobusovou nebo železniční dopravu. Obě dvě nádraží jsou situována těsně vedle sebe a od Muzea Kroměřížska jsou vzdálena asi 1 kilometr, tedy necelých 15 minut chůze.

9.4 Lokalizace akce

Třetí ročník Miniveletrhu poutních míst se bude, stejně jako předchozí ročníky, konat ve městě Kroměříži. Hlavním důvodem, proč právě zde, je to, že nápad na pořádání takovéto akce se zrodil právě v tomto městě na Hané. Navíc zde každoročně probíhá pouť k Bolestné Panně Marii a Kroměříž jako taková je i velmi prestižní lokalitou, neboť se zde nachází Arcibiskupský zámek a zahrady, které jsou od roku 1998 zapsány na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

Pro uspořádání miniveletrhu se nám jako vhodné jevily dva objekty – Muzeum Kroměřížska a také Dům kultury Kroměříž. Po důkladném zvážení bylo rozhodnuto, že prezentace jednotlivých poutních míst a dalších subjektů působících v oblasti náboženského cestovního ruchu bude probíhat v přízemních prostorách Muzea Kroměřížska, které je situováno mezi Velkým a Sněmovním náměstím. Z hlediska připravované akce se jedná v podstatě o strategickou polohu, neboť na Velkém náměstí bude v té době probíhat Poutní jarmark lidových řemesel a také kulturní program. Na adrese Sněmovní náměstí 1 zase najdeme Arcibiskupský zámek. V těsné blízkosti muzea je i Stojanovo náměstí, kde stojí chrám sv. Mořice. Právě tam proběhne pontifikální mše svatá.

Do muzea bude možné vstoupit dvěma vchody. První vstup bude přímo z Velkého náměstí, druhý vstup pak bude z ulice Pilařovy, která vede z chrámu sv. Mořice. Předpokládáme tedy, že značná část účastníků mše následně zavítá i na miniveletrh.

S ředitelem Domu kultury Kroměříž jsme se domluvili, že pokud by počet přihlášených vystavovatelů převýšil kapacitní možnosti muzea, bude možné akci přesunout do konferenčního, případně do společenského sálu Domu kultury. Nepředpokládáme však, že tato varianta nastane.

Tab. 25 Porovnání možných míst konání Miniveletrhu poutních míst 2013

Objekt	Klady	Zápory
Muzeum Kroměřížska Velké náměstí 38 767 11 Kroměříž	- velmi výhodná poloha přímo na Velkém náměstí - poskytnutí prostor zdarma - působivá atmosféra historického centra města	- omezená kapacita prostor, která může způsobit komplikace v případě vysokého počtu vystavovatelů
Dům kultury Kroměříž Tovačovského 2828	- větší kapacita a možnost volby z několika různých	- poměrně velká vzdálenost od Velkého náměstí, tzn. centra

767 01 Kroměříž	sálů - modernější audiovizuální technika - poskytnutí prostor zdarma	všech akcí Poutních dnů
-----------------	---	-------------------------

Zdroj: vlastní zpracování

9.4.1 Kapacita Muzea Kroměřížska

Jak již bylo zmíněno, hlavní část miniveletrhu proběhne v přízemní části muzea a to jednak v hale o ploše 72,1 m², dále pak ve dvou menších expozičních prostorách o rozloze 30,6 m² a 36,7 m². V případě příznivého počasí by bylo možné k umístění výstavních stánků a stolů využít také nádvoří muzea, ale vzhledem k tomu, že akce proběhne koncem března, se tato možnost jeví spíše jako nereálná.

Kromě prezentačních prostor bude pro návštěvníky a vystavovatele samozřejmě k dispozici sociální zařízení a dále také kuchyňka pro přípravu drobného občerstvení a teplých nápojů. Na sobotní podvečer nám bude poskytnuto i předsálí konferenčního sálu muzea, které je vhodné k umístění pohoštění.

Jelikož zatím nevíme, jaký bude přesný počet vystavovatelů, není možné ani přesně určit, jaká bude potřeba některých položek materiálně – technického vybavení. To se týká zejména množství výstavních stolů a židlí. Počítáme také s tím, že někteří vystavovatelé si s sebou přivezou své vlastní veletržní stánky.

K tomu, abychom mohli posoudit, jaká je vůbec kapacita přízemních prostor muzea a jaký maximální počet výstavních stolů zde může být umístěn, slouží náčrt na obrázku 3. Tento náčrt je ale potřeba brát s jistou rezervou, protože se jedná pouze o fiktivní dispoziční řešení. Může nám však pomoci k tomu, abychom si vytvořili lepší představu o možnostech, ale i omezeních těchto prostor.

Na první pohled se může zdát, že by zde mohl být umístěn ještě mnohem větší počet stolků, což je pravda. Musíme ale brát v potaz, že je potřeba zajistit volné místo u vstupů do prostor, dále musíme počítat také s tím, že pro každého z vystavovatelů musí být vyčleněn určitý minimální prostor. Při uspořádání musíme myslet i na to, aby byly prostory dobře průchodné i v případě, že se zde najednou sejdou i desítky návštěvníků. Kromě toho počítáme i s tím, že někteří vystavovatelé si s sebou budou chtít přivést různé propagační stojany, roll-upy apod., což jsou předměty, které také vyžadují určitý prostor.



Obr. 3 Možné dispoziční řešení výstavních prostor v Muzeu Kroměřížska

Zdroj: vlastní zpracování

Legenda k Obr. 3

Barva	Účel
	výstavní stoly s obsluhou
	výstavní stoly pouze pro propagační materiály
	stůl pro notebook, stůl pod televizní přístroj, projekční plátno
	výstavní panely

Z nákresu lze vidět, že je zde umístěno celkem 32 stolů o rozměru 80 x 80 cm. Modrou barvou jsou znázorněna stanoviště pro vystavovatele, kteří budou na miniveletrhu osobně přítomni. Červeně jsou pak vyznačeny stoly, kde budou poutní místa a jiné subjekty pre-

zentovány pouze formou zaslaných propagačních materiálů. Poutní lokality a jiné subjekty, která poskytnou méně materiálů, mohou výstavní místo sdílet s dalšími lokalitami. Naopak stane – li se, že některý subjekt bude mít k dispozici větší množství materiálů, může být jeho výstavní prostor rozšířen. Zelenou barvou jsou označeny stoly pod notebook a televizor. Stejnou barvou je vyznačeno také umístění projekčního plátna, a to v místnosti č. 3, neboť v této části nejsou žádná okna, která by mohla způsobit špatnou viditelnost prezentací. Černě jsou pak zobrazeny výstavní panely, na kterých bude umístěna výstava fotografií „Necháme to tak?“.

Přesné rozkreslení prostor a přidělení výstavních ploch jednotlivým účastníkům se bude řešit až v momentě, kdy budeme mít k dispozici konečný seznam vystavovatelů.

9.5 Plánování a realizace projektu

9.5.1 Plánování akce Miniveletrh poutních míst

Uskutečnění Miniveletrhu poutních míst předchází velké množství různých aktivit a úkolů. Ty mohou být realizovány jednotlivě, ale často jsou některé činnosti prováděny i paralelně. Je tedy zřejmé, že s přípravou projektu se musí začít v dostatečném předstihu tak, aby byly přesně rozplánovány a rozděleny všechny úkoly, jakož i odpovědnost za jejich splnění. Tím by měl být zabezpečen hladký průběh samotného miniveletrhu. Ukončení akce ještě zdaleka neznamená ukončení projektu. Následovat bude kritické zhodnocení průběhu celého miniveletrhu, tzn. vyzvednutí jeho přínosů, ale samozřejmě i identifikace slabých stránek. Na základě tohoto rozboru budou předloženy návrhy a opatření pro další ročník akce.

Dostatek času na přípravu miniveletrhu je důležitý i z toho důvodu, že nebude vyčleněn samostatný organizační tým, který by pracoval výlučně jen na projektu, ale veškerá organizace bude ležet na bedrech zaměstnanců Arcibiskupského zámku. Ti však mají na starosti plánování dalších projektů a akcí a jsou tedy poměrně dost pracovně vytíženi. Díky včasnému započítání příprav a vytvoření časové rezervy předejdeme tomu, aby zaměstnanci museli pracovat pod tlakem, byli přetížení a zároveň tak zabráníme vzniku časového skluzu. Ke kontrole plnění úkolů a postupu příprav bude docházet v rámci pravidelných porad.

Aby byl projekt naplánován skutečně přesně, rozhodla jsem se pro tento účel využít program WinQSB. Jde o velmi dobrého pomocníka, protože představuje písemné i grafické znázornění celého projektu. Ukazuje nám, jaké dílčí úkoly musí být v rámci projektu spl-

něny, jak je splnění těchto úkolů časově náročné a také jaké jsou vzájemné vztahy a vazby mezi jednotlivými úkony. Kromě toho zjistíme i jaká bude celková délka projektu a časové rezervy. Využitím programu WinQSB tedy zpracujeme časovou analýzu projektu, která bude detailně popsána v kapitole 9.10.

Při plánování projektu miniveletrhu je nutné mít na paměti, že datum konání akce je stanoveno na 22. března 2013 až 24. března 2013. Jde o pevný termín, který je svázán s konáním poutní slavnosti, tudíž jej nelze změnit a musíme tento termín respektovat. Praxe je taková, že příprava plnohodnotného veletrhu trvá v podstatě celý rok. V případě miniveletrhu se jedná o akci mnohem menšího rozsahu a proto i jeho plánování probíhá v řádech měsíců. Není vyloučeno, že postupem času se miniveletrh rozvine do podoby klasického veletrhu a tím pádem by si vyžádal i mnohem delší přípravu. S plánováním projektu začnu od data zahájení projektu.

9.5.2 Jednotlivé fáze projektu

Každý projekt má svůj životní cyklus, který se skládá z několika etap. V případě miniveletrhu se jedná o čtyři fáze:

- I. Přípravná fáze
- II. Realizační fáze
- III. Průběh a ukončení miniveletrhu
- IV. Vyhodnocení miniveletrhu

Veškeré úkony během všech uvedených fází zabezpečí zaměstnanci Arcibiskupského zámku a to během jejich oficiální pracovní doby, tzn. každý pracovní den od 8:00 do 12:00 a 12:30 do 16:30, což znamená 8 hodin denně a tedy 40 hodin týdně. Na paměti musíme mít, že přípravy mohou být přerušeny volnem v podobě státních svátků, na druhou stranu musejí zaměstnanci zámku počítat i s pracovním víkendem v době konání miniveletrhu.

Přípravná fáze

Hlavní náplní této fáze je vytvoření předběžné koncepce miniveletrhu a také jeho dílčích částí. Jde o rámcovou představu toho, jak by akce měla vypadat a jaké jsou její cíle (viz kapitola 9.1). Dalším důležitým bodem je průzkum potenciálních míst pro realizaci akce a následně výběr nejvhodnějších prostor a jejich zamluvení. V našem případě se jedná o dohodu s Muzeem Kroměřížska a také s Domem kultury Kroměříž, který dá k dispozici pódium a zvukovou techniku. Prostory pro společenský večer poskytne samotný Arcibiskup-

ský zámek. Velmi důležitou součástí této fáze je aktualizace a rozšíření databáze českých, slovenských, polských poutních míst a dále i sestavení seznamu dalších subjektů, které by se mohli miniveletrhu zúčastnit a prezentovat se zde. V této etapě se řeší i to, jakým způsobem se budou jednotliví partneři na akci podílet a v čem tedy bude spočívat spolupráce s těmito subjekty. V průběhu této fáze vznikne i náčrt plánu programu akce a dojde i k předběžnému informování veřejnosti o konání akce.

Přípravná fáze bude zahájena již na začátku listopadu, konkrétně 5. 11. 2012, kdy proběhne první schůze pořadatele akce s partnery.

Realizační fáze

Náplní realizační fáze jsou již konkrétní činnosti, kterými dochází k postupnému „zhmotnění“ miniveletrhu. Jsou to kroky, které přímo souvisí již se samotnou přípravou a zajištěním akce. Jelikož se akce čím dál více upřesňuje, je v této etapě vytvořen časový harmonogram jejího průběhu (viz. kapitola 9.9) a rozjíždí se i marketingové aktivity zahrnující tvorbu, tisk a rozeslání propagačních materiálů, uveřejnění informací týkajících se akce na webových stránkách zámku, partnerských organizací a také na sociální síti Facebook (viz. kapitola 9.8). Klíčovou aktivitou v této fázi je oslovení jednotlivých poutních lokalit a subjektů s nabídkou účasti na miniveletrhu. Následuje sestavení předběžného plánu potřeby materiálního a technického zabezpečení (viz. kapitola 9.7), který bude po zkompletování konečného seznamu vystavovatelů upřesněn. Zároveň vznikne i plán personálního zajištění akce (viz. kapitola 9.6). Nedílnou součástí je i vypracování nákladové (viz. kapitola 9.12) a rizikové analýzy (viz. kapitola 9.11). Vzhledem k tomu, že tato fáze bezprostředně předchází samotnému průběhu miniveletrhu, je velmi důležité, aby všechny výše uvedené aktivity proběhly úspěšně a bez časových prodlev a byl tak zajištěn hladký a bezproblémový průběh akce. Realizační fáze je ze všech fází projektu nejdelší. Důvodem je jednak velké množství úkolů, které musí být splněny, ale zároveň je to dáno i poměrně dlouhým časovým úsekem, který mají potenciální vystavovatelé k dispozici, aby se mohli o účasti rozhodnout. Realizační fáze musí být bezpodmínečně ukončena nejpozději den před zahájením samotného miniveletrhu, tzn. den před zahájením fáze průběhu a ukončení akce.

Tato fáze započne koncem listopadu 2012 a bude ukončena 21. 3. 2013.

Průběh a ukončení miniveletrhu

Fáze průběhu a ukončení akce představuje již samotné uskutečnění miniveletrhu od jeho oficiálního zahájení, přes prezentaci vystavovatelů, výstavu, koncert, společenský večer až po ukončení akce. V průběhu miniveletrhu probíhá i dialog s vystavovateli a návštěvníky týkající se jejich vnímání akce, a takto získané informace poslouží jako východisko pro přípravu dalšího ročníku. V této etapě se již nic neplánuje ani nezajišťuje a celý průběh akce se řídí podle vypracovaného časového harmonogramu. Ukončením akce nemáme na mysli jenom odjezd vystavovatelů ke svým domovům, ale především jde o fázi, kdy probíhají úklidové a dokončovací práce zahrnující např. odvoz výstavních stolů, židlí a techniky zpět do Arcibiskupského zámku, deinstalaci výstavy, odvoz zbylých propagačních materiálů do návštěvnického centra apod.

Začátek této fáze je stanoven na 22. 3. 2013, k jejímu ukončení nedojde současně s ukončením veletrhu, ale až 25. 3. 2013, kdy budou splněny i všechny úklidové práce.

Vyhodnocení miniveletrhu

Poslední fází celého projektu je vyhodnocení uskutečněné akce a to zejména na základě výše její návštěvnosti, zájmu vystavovatelů o účast, názorů vystavovatelů a veřejnosti na akci, zhodnocení, zda byly zdroje vynaloženy efektivně a celkového zhodnocení průběhu akce. Součástí evaluace je také identifikace plusů a nedostatků akce, včetně shromáždění návrhů pro příští ročník miniveletrhu. Právě takovéto zhodnocení je směrodatné pro přijetí rozhodnutí o konání akce v příštím roce. Mezi další činnosti, které jsou v této fázi realizovány, patří vytvoření a rozeslání děkovného dopisu všem vystavovatelům s informacemi o průběhu miniveletrhu a s příloženým odkazem na fotogalerii, dále i vytvoření tiskové zprávy pro média. V rámci této fáze jsou počítány odměny personálu, jež participoval na přípravě i samotném průběhu miniveletrhu, jsou účtovány výdaje a dochází k proplacení použitého materiálu.

Začátek fáze vyhodnocení miniveletrhu je naplánován na 26. 3. 2013. K jejímu ukončení dojde 2. 4. 2013.

9.6 Personální zabezpečení akce

Plánování a realizace žádného projektu se neobejde bez působení lidského faktoru, který, zejména v sektoru služeb, sehrává klíčovou úlohu. Spolu se zajištěním finančních zdrojů představuje personální stránka zásadní bod, který z velké části podmiňuje úspěšnost dané-

ho projektu. Musíme si uvědomit, že právě lidé činí rozhodnutí, řeší nastalé problémy a přenáší plány z jejich papírové podoby do reality. Je tedy nutné zajistit dostatečný počet pracovníků s dostatečnou kvalifikací, a to jak pro fázi přípravnou, kdy se rozhoduje o celkové podobě akce, tak i pro její samotný průběh. Jedině tak se nám podaří vytvořit podmínky pro správný chod a úspěšnost projektu.

9.6.1 Projektový tým

Projektový tým, který zodpovídá za celkové organizační zajištění miniveletrhu, je tvořen především zaměstnanci Arcibiskupského zámku, jelikož z jeho rozpočtu je celá akce financována. Tito zaměstnanci mají bohaté zkušenosti s přípravou a realizací akcí podobného charakteru a mají tudíž v této oblasti dostatečnou průpravu a kvalifikaci. Není tedy již potřeba, aby podstupovali další školení nebo aby museli být najati externí odborní pracovníci. Takovéto personální řešení navíc povede i k výraznému snížení personálních nákladů.

Na přípravu akce Arcibiskupský zámek vyčlení tři zaměstnance. Dva pracovníci se budou věnovat přípravě a realizaci miniveletrhu a veškeré kroky budou konzultovat s kastelánem zámku, kterého lze vnímat jako vedoucího projektu. Projektový tým tedy tvoří:

Vedoucí projektu – přichází se základní ideou projektu a jeho předběžnou koncepcí; určuje personální obsazení projektového týmu; zabezpečuje partnery akce a také záštitu nad akcí; dohlíží na celý průběh přípravy a realizace projektu; podílí se na zahájení akce a má hlavní rozhodovací pravomoc.

Koordinátor projektu – navrhuje a zajišťuje místo pro konání akce; má na starosti materiálovou stránku miniveletrhu (zajištění občerstvení, odpovídajícího technického a materiálního vybavení); navrhuje podobu dílčích částí miniveletrhu; připravuje podklady pro tvorbu propagačních materiálů; vyjednává finanční podmínky s dodavateli.

Asistent koordinátora projektu – aktualizuje a doplňuje databázi poutních míst a dalších subjektů působících v oblasti náboženského a poutního cestovního ruchu; připravuje písemné podklady (oslovovací dopisy, žádosti o záštitu, pozvánky, vizitky vystavovatelů apod.); oslovuje poutní místa a další subjekty s nabídkou účasti na miniveletrhu; navrhuje plán možného uspořádání výstavních prostor; tvoří vybrané propagační materiály (brožura hodnotící průběh akce).

V rámci přípravné fáze se bude tato trojice pracovníků věnovat zejména vytvoření předběžného plánu miniveletrhu, jeho dílčích částí, výběru vhodných prostor a také sestavení předběžného rozpočtu.

Aktivity spadající do realizační fáze budou z větší části zabezpečeny koordinátorem projektu a jeho asistentem. Některé činnosti, zejména týkající se propagace akce, budou prováděny v součinnosti s pracovníky Centrály cestovního ruchu Východní Moravy. Ti budou tyto činnosti provádět v rámci své pracovní náplně a nebudou si za tyto služby nárokovat odměnu. Všechny ostatní úkony zahrnující propagaci akce, zajištění výstavy, účinkujících apod. budou pouze v rukou zaměstnanců Arcibiskupského zámku.

I samotný průběh miniveletrhu, tedy fázi průběhu a ukončení, budou mít na starosti převážně zaměstnanci zámku. Více v kapitole 9.6.2 Personál při samotném průběhu akce.

Průběh, úspěch či případný neúspěch akce je nutné také vyhodnotit, což proběhne v rámci fáze vyhodnocení. Toto zhodnocení bude formou schůze všech subjektů, které se podíleli na organizaci Poutních dnů 2013 a Centrála cestovního ruchu Východní Moravy následně připraví a vydá tiskovou zprávu shrnující celou akci.

Zaměstnanci zámku budou miniveletrh organizovat v rámci své pracovní doby a práce strávená nad přípravou, realizací a vyhodnocením akce bude tedy součástí jejich měsíční mzdy. Jelikož miniveletrh bude probíhat i přes víkend, tato doba bude zaměstnancům započítána formou přesčasu k standardní pracovní době. Výjimkou bude pouze asistent koordinátora projektu, kterého zámek zaměstnal pouze nárazově formou Dohody o provedení práce.

Ráda bych zdůraznila, že obzvláště ve fázi příprav a realizace činností vedoucích k uskutečnění miniveletrhu, je důležité, aby tyto úkoly vykonávali lidé, mezi jejichž vlastnosti patří zejména spolehlivost, zodpovědný přístup a především zkušenosti s pořádáním podobných kulturních akcí.

9.6.2 Personál při samotném průběhu akce

Kromě lidských zdrojů organizujících akcí, musí být zajištěni i pracovníci, kteří se budou fyzicky podílet na miniveletrhu přímo v místě jeho konání. Nespornou výhodou této akce je, že není příliš náročná na personál. Na miniveletrhu budou přítomni všichni tři členové projektového týmu, přičemž vedoucí projektu se bude podílet na oficiálním zahájení akce, koordinátor projektu a jeho asistent pak budou usměrňovat průběh akce, rozmístění vysta-

vovatelů podle plánu, komunikace s médii apod. Dále musí být zajištěni pracovníci, kteří zabezpečí zejména následující funkce:

Technický pracovník – vyvěšení plachtových bannerů a rozmístění směrových tabulí; příprava výstavních prostor; instalace výstavy fotografií; příprava pódia

Hosteska/obsluha – péče o vystavovatele (příprava teplých nápojů a občerstvení); obsluha hostů při společenském večeru

Fotograf – pořízení videozáznamu a především fotografií z průběhu miniveletrhu, které pak budou použity při vyhotovení propagačních materiálů pro příští ročník akce

Zvukař – příprava zvukové techniky pro pěvecké vystoupení; dohled na ozvučení v průběhu vystoupení

Stejně jako členové projektového týmu, i pracovníci při průběhu akce budou zaplaceni stejným způsobem, jelikož se z větší části jedná o zaměstnance zámku.

Tab. 26 Personální zabezpečení v místě konání miniveletrhu

	Činnost/úkol	Počet	Celkem
Veletržní část + výstava	Příprava prostor pro miniveletrh	2	13
	Rozmístění propag. materiálů a směrovek	2	
	Instalace výstavy	2	
	Příprava audiovizuální techniky	1	
	Zahájení akce	1	
	Koordinace akce	2	
	Fotografické dokumentování	1	
	Příprava nápojů a občerstvení	2	
Koncert	Instalace pódia	4	6
	Příprava zvukové techniky a ozvučení	2	
Společenský večer + sobotní raut	Příprava a výzdoba sálu	2	6
	Doprava občerstvení	1	
	Obsluha hostů, nádobí	2	
	Prohlídka zámku	1	
Úklid	Uvedení všech prostor do původního stavu	4	4
CELKEM			29

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky personálního zabezpečení v místě konání miniveletrhu vidíme, že je zde celkem 29 pracovních pozic, které je potřeba obsadit. Jedná se o souhrnný počet za všechny tři dny konání akce. Rozhodně to však neznamená, že pro každou činnost bude přidělen zvláštní pracovník. Některé funkce se totiž opakují a navíc v některých případech může jedna osoba zabezpečovat i více činností.

Téměř veškerý personál podílející se na samotném průběhu miniveletrhu bude opět pocházet z řad Arcibiskupského zámku. Výjimkou je pouze sobotní koncert chrámového sboru, který proběhne na pódiu spadajícím pod Dům kultury Kroměříž. Jeho instalaci, přípravu zvukové techniky a také ozvučení při samotném průběhu koncertu zajistí právě zaměstnanci Domu kultury. Mezi zaměstnance zámku také nepatří čtyři hostesky, z nichž dvě budou mít na starost péči o vystavovatele, tzn. přípravu teplých nápojů a občerstvení, další dvě se pak budou věnovat obsluze hostů v rámci společenského večera. Tyto pozice budou obsazeny studentkami Střední školy hotelové a služeb Kroměříž, které si tak zároveň splní část povinné odborné praxe. Přípravu a průběh společenského večera zajistí opět zaměstnanci Arcibiskupského zámku.

Předpoklad je tedy takový, že výše uvedených 29 pracovních pozic bude rozděleno mezi 17 osob – 7 zaměstnanců Arcibiskupského zámku, 6 pracovníků Domu kultury a 4 studentky SŠ hotelové a služeb Kroměříž.

9.6.3 Účinkující

Účinkující a osoby, které se podílejí na doprovodném programu pro vystavovatele sice nepředstavují personál, ale přesto je můžeme zařadit do lidských zdrojů, které se miniveletrhu zúčastní. V tabulce je dále uveden také honorář těchto osob.

Tab. 27 Přehled účinkujících

Účinkující	Činnost	Počet osob	Honorář celkem
Chrámový sbor Tibi	Pěvecké vystoupení	30	10 500 Kč
Sommeliér	odborný výklad a degustace vína	1	1000 Kč
Prezentace čokolády	prezentace o výrobě čokoládových pralinek	1	0 Kč
Žáci ZUŠ	Hudební a pěvecké vystoupení	6	600 Kč
CELKEM		38	12 100 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

9.7 Materiálně – technické zabezpečení akce

Jako materiální vybavení rozumíme inventář (zejména nábytkové vybavení a techniku), občerstvení, propagační materiály k akci a také další předměty, které jsou v rámci akce potřebné.

Materiální zabezpečení miniveletrhu se odvíjí především od počtu vystavovatelů. Vzhledem k tomu, že v této chvíli ještě neznáme jejich přesný počet (ten se dozvíme až po potvrzení účasti vystavovatele do stanoveného termínu, tedy do 4. března 2013), ale zároveň potřebujeme určité východisko pro předběžné vyjádření potřebného množství vybavení a také předpokládané výše nákladů, musíme se pokusit počet vystavovatelů alespoň odhadnout. K tomu nám poslouží vývoj počtu zúčastněných subjektů v předchozích letech. V momentě, kdy budeme mít k dispozici přesný seznam vystavovatelů, se potřeba materiálního vybavení uzpůsobí.

Predběžný odhad počtu vystavovatelů

V roce 2011 se miniveletrhu zúčastnilo pouhých 5 subjektů. O rok později toto číslo stoupl na 26 vystavovatelů, z nichž 15 se prezentovalo formou osobní účasti. Tento radikální nárůst je přičítán tomu, že nabídka účasti na akci byla rozeslána mnohem více subjektům. U osobní prezentace bylo poměrně častým jevem, že přijeli dva zástupci poutního místa nebo organizace. Je tedy potřeba brát zřetel na to, že jeden vystavovatel se nemusí rovnat pouze jedné osobě. V roce 2012 bylo na miniveletrhu fyzicky přítomno 22 zástupců. Velmi podobný model očekáváme i v roce 2013. Odhadujeme, že na nadcházejícím ročníku miniveletrhu se představí maximálně 40 subjektů, z toho asi polovina formou osobní účasti. Je tedy nutné počítat s tím, že fyzicky může být na miniveletrhu přítomných kolem 35 zástupců. V rámci společenského večera pak musíme přičíst ještě dalších 11 osob z řad vedení města Kroměříže a partnerských organizací.

Tab. 28 Odhad počtu vystavovatelů a fyzicky přítomných osob na Miniveletrhu poutních míst 2013

Rok	Počet vystavovatelů	Forma účasti poutního místa/subjektu na miniveletrhu		Celkový počet fyzicky přítomných vystavovatelů	Počet dalších hostů (týká se pouze společenského večera)
		<i>Pouze propagační materiály</i>	<i>Osobní účast</i>		
2011	5	2	3	5	X
2012	26	11	15	22	X

Odhad 2013	maximálně 40	20	20	35	11
-----------------------	---------------------	-----------	-----------	-----------	-----------

Zdroj: vlastní zpracování; Interní materiály SZ AZZ

9.7.1 Inventář

Inventář zahrnuje veškeré materiální vybavení prostor, ve kterých bude miniveletrh a jeho dílčí součásti probíhat. Do inventáře budou uvedeny a započítány pouze ty položky, které nejsou umístěny přímo v místech konání jednotlivých akcí, tzn. v přízemní části Muzea Kroměřížska, v Balkonovém sálu na Arcibiskupském zámku a týká se to také pódia pro vystoupení sboru. Na tomto místě bych ráda zdůraznila, že nájemné za tyto prostory je nulové, neboť je předmětem partnerské spolupráce.

9.7.1.1 Veletržní část

Hlavními položkami je zajištění výstavní plochy, tzn. stolů a židlí pro vystavovatele a také stoly pro umístění drobného občerstvení. Velmi důležité je i technické vybavení prostor tak, aby se vystavovatelé mohli prezentovat moderním způsobem. Těmito technickými položkami jsou LCD televizor, projekční plátno, dataprojektor, notebooky a také fotoaparát pro zdokumentování celé akce. Jak již bylo řečeno, je potřeba, aby náklady na akci byly co nejnižší, proto budou tyto materiální a technické položky poskytnuty Arcibiskupským zámkem, který tímto vybavením disponuje.

Jak již bylo uvedeno, v minulém roce se miniveletrhu zúčastnilo 26 vystavovatelů, skutečná potřeba výstavních stolů však činila pouze 20, protože propagační materiály některých poutních míst byly umístěny společně na jednom výstavním místě. Židlí bylo zapotřebí 22. Budeme – li se řídit podle odhadu, který byl nastíněn výše a vezmeme – li zároveň v úvahu i to, že někteří vystavovatelé si budou chtít přivést svůj vlastní veletržní stánek, pak můžeme říci, že potřebný počet stolů se bude pohybovat okolo 30. V případě vyšší potřeby však nebude problém další kusy zajistit, ale je otázkou, zda by se vyšší počet stolů do prostor vyčleněných pro miniveletrh vměstnal. Kromě výstavních stolů musíme zajistit také stůl pod televizní přístroj, notebook a další 2 stoly na občerstvení. Počet židlí se taktéž bude odvíjet od počtu fyzicky přítomných vystavovatelů. Arcibiskupský zámek prozatím počítá s poskytnutím čtyřiceti kusů židlí, v případě větší potřeby není problém chybějící kusy doplnit.

Tab. 29 Materiálové zabezpečení akce – inventář
pro veletržní část

Položka	Počet kusů	Vlastník	Cena
Stůl 80 x 80 cm	cca 34	SZ AZZ	0 Kč
Židle	cca 40	SZ AZZ	0 Kč
LCD televizor	1	SZ AZZ	0 Kč
Notebook	2	SZ AZZ	0 Kč
Projekční plátno	1	SZ AZZ	0 Kč
Dataprojektor	1	SZ AZZ	0 Kč
Fotoaparát	1	LR	0 Kč
Prodlužovací šňůra	3	SZ AZZ	0 Kč
Ubrus	4	SZ AZZ	0 Kč
CELKEM			0 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

9.7.1.2 Výstava fotografií

Putovní výstava nesoucí název „Necháme to tak?“ obsahuje celkem 10 fotografií, jejichž součástí jsou již i popisky. Kromě samotných exponátů nám budou zaslány také informační letáčky ve formátu A5 obsahující základní informace o sdružení Zachraňme dominanty, o výstavě a také o způsobech, jakými se lidé mohou zapojit do činnosti související se záchranou našich církevních památek. K dopravě výstavy do Kroměříže a následně i z Kroměříže využijeme službu České pošty – Balík Do ruky.

Tab. 30 Materiálové zabezpečení akce - výstava

Položka	Počet kusů	Cena
Fotografie 70 cm x 100 cm	10	0 Kč
Informační leták k výstavě	300	0 Kč
CELKEM		0 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Cena:

1 ks Balík do ruky při hmotnosti do 12 kg – 139 Kč; $139 \times 2 = 278$ Kč

Cena celkem: **278 Kč**

9.7.1.3 Vystoupení chrámového sboru

Prostory pro pěvecké vystoupení poskytne v rámci partnerství Dům Kultury Kroměříž. Jde o zastřešené pódium na Velkém náměstí. Stejný subjekt zabezpečí také technickou stránku tohoto vystoupení, tedy nejen jednotlivé položky zvukové techniky, ale také její instalaci a ovládání v průběhu vystoupení.

Tab. 31 Materiálové zabezpečení akce –
vystoupení chrámového sboru

Položka	Vlastník	Cena
Zvuková technika	DK Kroměříž	0 Kč
CELKEM		0 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Zajištění chrámového sboru má na starost Arcibiskupský zámek. Kromě honoráře pro členy sboru je nutné zajistit i dopravu do Kroměříže a zpět. K tomu bude využit autobus ISUZU, jeho kapacita je 30 míst plus jedno místo pro řidiče. Cena dopravy se odvíjí jednak od počtu ujetých kilometrů (v našem případě jde o cca $35 \times 2 = 70$ km), jednak od čekací doby řidiče.

Cena:

Honorář chrámového pěveckého sboru Tibi za 90 minutové vystoupení – 10 500 Kč

Autobusová doprava sboru do Kroměříže a zpět (cena činí 21 Kč/km + 21 % DPH)

$21 \times 70 = 1\,470$ Kč; $1\,470 + (0,2 \times 1\,470) = 1\,778,70$ Kč = 1 779 Kč

Čekací doba řidiče 150 Kč/hodina - $150 \times 2,5 = 375,-$ Kč

Cena celkem: $10\,500 + 1\,764 + 375 = \mathbf{12\,654}$ Kč

9.7.1.4 Společenský večer a sobotní pohoštění

Společenský večer proběhne v Balkonovém sále na Arcibiskupském zámku, sobotní pohoštění zase v předsáli konferenčního sálu v Muzeu Kroměřížska. Klíčovým materiálním vybavením pro tyto dvě příležitosti jsou stoly, židle a také ubrusy. Všechny tyto položky jsou již přímo v uvedených prostorách. Jediná věc, kterou musíme zabezpečit, je květinová výzdoba. Tu necháme vyhotovit v kroměřížském květinářství Salvia Dohnal.

Cena:

1 ks květinová dekorace – 300 Kč; $300 \times 2 = 600$ Kč

Cena celkem: 600 Kč

9.7.2 Propagační a jiné tištěné materiály

Mezi propagační materiály řadíme plakáty, jeden se týká pouze miniveletrhu, druhý plakát představuje souhrn všech akcí, které během poutního třídení proběhnou. Dále budeme potřebovat stojany se směrovkami k místu uskutečnění akce. Pro zviditelnění budou také vyrobeny plachtové bannery, z nichž jeden bude umístěn mezi stánky na poutním jarmarku, druhý pak bude umístěn nad vchod do muzea z ulice Pilařovy. Do této části můžeme zařadit také tištěné pozvánky pro představitele města a další partnery akce, vizitky vystavovatelů, návštěvní knihu apod.

Tab. 32 Materiálové zabezpečení akce –
propagační a tištěné materiály

Položka	Počet kusů
Plakát A3	200
Informační leták A5 oboustranný	2 500
„A“ stojany – orientační ukazatele	8
Směrová cedulka na „A“ stojan	16
Plachtový banner	2
Tištěná pozvánka	11
Vizitka vystavovatele	40
Dotazníky	200
Návštěvní kniha	1
Skládaná brožura A4	1 000

Zdroj: vlastní zpracování

9.7.3 Občerstvení

Do občerstvení zahrnujeme pohoštění během společenského večera, sobotní pohoštění a také i drobné občerstvení pro vystavovatele během dne. Přípravu pokrmů zajistí Střední škola hotelová a služeb Kroměříž – Restaurace Alfa.

Tab. 33 Materiálové zabezpečení akce – pohoštění, občerstvení

Občerstvení během dne		
Položka	Počet ks	Poznámka
Moravské koláčky	700	Cena 1 ks krabice na koláčky = 20 Kč

Bake Rolls 70 g	10	
Bohemia tyčinky 85 g	10	
<i>Pohoštění – společenský večer</i>		
Položka	Počet ks	Poznámka
Raut (rautové mísy, pečivo, dezert, zeleninové saláty, ovoce)	–	Nelze přesně vyjádřit počet ks
Čokoládová pralinky 10 g (ochutnávka, různé druhy)	138	Cena za 500 g pralinek = 400 Kč
<i>Sobotní pohoštění</i>		
Položka	Počet ks	Poznámka
Uzeninová mísa 2 kg	2	
Sýrová mísa 2 kg	1	
Zeleninová mísa 2 kg	1	
Pečivo	-	Pečivo v hodnotě cca 250 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

1 ks moravský koláček – 2,50 Kč; $2,50 \times 700 = 1\,750$ Kč + $(7 \times 20) = 1\,890$ Kč

1 ks Bake Rolls 70 g – 16 Kč; $16 \times 10 = 160$ Kč

1 ks Bohemia tyčinky 85 g – 14 Kč; $14 \times 10 = 140$ Kč

1 ks čokoládová pralinka 10 g – 8 Kč; $8 \times 138 = 1\,104$ Kč

1 ks uzeninová mísa 2 kg – 346 Kč; $2 \times 346 = 692$ Kč

1 ks sýrová mísa 2 kg – 315 Kč; $1 \times 315 = 315$ Kč

1 ks zeleninová mísa 2 kg – 239 Kč; $1 \times 239 = 239$ Kč

Občerstvení během společenského večera bude zajištěno ve formě rautu, který bude složen z masových a sýrových mís a zeleninových salátů, které budou doplněny čerstvým pečivem. Součástí bude také dezert a ovoce. Cena za raut se vždy odvíjí od počtu osob. Vedoucí restaurace Alfa doporučuje na každou osobu počítat 250 Kč. Budeme – li vycházet z předpokladu, že fyzicky se miniveletrhu může zúčastnit až 35 osob a připočítáme – li sem dalších 11 pozvaných hostů z řad partnerů akce, pak by se cena rautu mohla pohybovat okolo 11 500 Kč. Následovat bude ochutnávka vína z arcibiskupských sklepů (Arcibiskupské zámecké víno Kroměříž, s.r.o.) a také pralinek ze Zámecké čokoládovny Kroměříž. Ceny vína a pralinek jsou již uvedeny v tabulce, dále sem ale ještě musíme připočítat také

honorář sommeliéra, který činí 1 000 Kč za hodinu. Presentace o výrobě čokolády přednese paní Eva Trubáková a to bez nároku na odměnu. Součástí večera bude i hudební a pěvecké vystoupení celkem šesti žáků Základní umělecké školy. Každý z nich za odměnu dostane balíček sladkostí v hodnotě 100 Kč.

Sobotní občerstvení proběhne v Muzeu Kroměřížska a opět bude mít podobu rautu. Tentokrát se již bude jednat spíše o skromnější pohoštění a to i z toho důvodu, že počet fyzicky přítomných vystavovatelů bude oproti pátku zcela jistě nižší.

V této sekci jsou samozřejmě zahrnuty také veškeré alkoholické a nealkoholické nápoje.

Tab. 34 Materiálové zabezpečení akce - nápoje

Položka	Počet kusů	Poznámka
Voda perlivá 0,75 l	80	
Voda neperlivá s citronem 1,5 l	20	Točená voda ve džbánu; 1ks citronu/1 džbán
Čaj ovocný/černý	150	
Káva espresso	150	
Víno 0,7 l	40	
Výběrové víno 0,7 l (degustace)	12	Pro degustaci se doporučuje minimálně 6 vzorků vína; láhev o objemu 0,7 l vychází pro 25 osob
- Sauvignon	2	
- Tramín červený	2	
- Rulandské bílé	2	
- Ryzlink rýnský	2	
- Frankovka	2	
- Rosé - Frankovka	2	

Zdroj: vlastní zpracování

1 ks voda perlivá 0,75 l – 12 Kč; $12 \times 80 = 960$ Kč

1 ks voda neperlivá s citronem 1,5 l – 4 Kč; $25 \times 4 = 100$ Kč

1 ks čaj ovocný/černý – 4 Kč; $4 \times 150 = 600$ Kč

1 ks káva espresso – 8 Kč; $8 \times 150 = 1\,200$ Kč

1 ks víno 0,7 l – 65 Kč; $65 \times 40 = 2\,600$ Kč

Výběrové víno na degustaci:

1 ks Sauvignon 0,7 l – 110 Kč; $110 \times 2 = 220$ Kč

1 ks Tramín červený 0,7 l – 125 Kč; $125 \times 2 = 250$ Kč

1 ks Rulandské bílé 0,7 l – 125 Kč; $125 \times 2 = 250$ Kč

1 ks Ryzlink rýnský 0,7 l – 110 Kč; $110 \times 2 = 220$ Kč

1 ks Frankovka 0,7 l – 110 Kč; $110 \times 2 = 220$ Kč

1 ks Rosé – Frankovka 0,7 l – 135 Kč; $135 \times 2 = 270$ Kč

Kromě občerstvení jako takového jsem do této části zařadila i potřebné gastronomické vybavení pro servírování pokrmů a nápojů. Nádobí pro společenský večer zapůjčí zámecká Kavárna Sezóna. Pro sobotní pohoštění již nebude nutné půjčovat žádné gastronomické vybavení, protože Muzeum Kroměřížska disponuje jeho dostatečným množstvím.

Tab. 35 Materiálové zabezpečení akce – gastronomické vybavení

Položka	Počet kusů	Vlastník
Talíře, příbory, různé druhy sklenic	Cca 50 ks od každé položky	Kavárna Sezóna
Džbány na vodu	3	AZZ
Balení papírových ubrousků (80 ks)	4	-

Zdroj: vlastní zpracování

1 ks balení papírových ubrousků (80 ks) – 13 Kč; $13 \times 4 = 52$ Kč

9.8 Marketingová propagace miniveletrhu

Propagace projektu představuje další klíčovou činnost. Miniveletrh může být perfektně zajištěn po programové a materiální stránce, ale pokud o jeho konání nikdo neví, pak přijde veškerý čas a práce strávená nad projektem vniveč. Zvolíme – li správný způsob propagace, může to vést k vysoké účasti na akci. Pokud však bude oblast reklamy zanedbána nebo budou – li zvoleny špatné formy marketingové komunikace, je velmi pravděpodobné, že se tato skutečnost negativně odrazí na celkové návštěvnosti akce.

Dále si musíme uvědomit, že propagace často představuje nejnákladnější položku z celého projektu. Vzhledem k tomu, že zviditelnění miniveletrhu je financováno z rozpočtu Arcibiskupského zámku a zároveň s přihlédnutím ke skutečnosti, že tato akce není zpoplatněná (bez nutnosti zakoupení vstupenky) a tudíž nepřinese kompenzaci vynaložených nákladů, je logické, že není možné dovolit si sáhnout po finančně náročných formách propagace. Zároveň je ale nutné zajistit, aby se o miniveletrhu dozvěděl co možná nejširší okruh lidí.

9.8.1 Definice cílové skupiny

Primárním cílem miniveletrhu je prezentovat poutní lokality nejen jako místa duchovní, ale hlavně jako vhodná místa na výlet i pro lidi, kteří nemají žádný vztah k víře či náboženství. Vezmeme – li v potaz hledisko geografické, miniveletrh se sice uskuteční v Kroměříži, ale jde o akci celostátní, na které se budou prezentovat vystavovatelé z celé České republiky a stejně tak bychom chtěli, aby i návštěvníci miniveletrhu pocházeli z různých koutů naší země. I přes to bude propagace akce intenzivnější v samotné Kroměříži a v jejím blízkém okolí.

Cílová skupina:

- Muži i ženy
- Věřící i nevěřící občané
- Studenti, rodiny s dětmi a senioři
- Obyvatelé Kroměřížska a celé České republiky

9.8.2 Návrh propagace

Jak již bylo výše uvedeno, naším úkolem je zajistit takovou formu propagace, která osloví co možná nejširší okruh lidí, ale která zároveň bude odpovídat našim finančním možnostem. Miniveletrh poutních míst bude propagován prostřednictvím webových stránek, sociální sítě Facebook, dále budou připraveny také plakáty a informační letáky, pozvánka na akci v novinách a rádiu, adresované pozvánky a další.

Grafický návrh veškerých propagačních tiskovin (plakátů, informačních letáků) bude vytvořen na zakázku reklamní agenturou m-ARK Marketing a reklama s.r.o. v Olomouci. Tato firma byla zvolena z toho důvodu, že s ní dlouhodobě spolupracuje jak Arcibiskupský zámek, tak i město Kroměříž a Centrála cestovního ruchu Východní Moravy a vždy byly s prací této agentury spokojeni. Tisk propagačních materiálů pak zajistí Tiskárna Twin, s.r.o. v Olomouci, jejíž služby kroměřížský zámek také často využívá. Pro lepší přehlednost jsem propagační nástroje rozdělila podle toho, zda budou použity před uskutečněním miniveletrhu, při jeho průběhu či až po jeho ukončení.

9.8.2.1 *Propagace před uskutečněním miniveletrhu*

Webové stránky

Vlastní webové stránky miniveletrhu prozatím nebudou vytvořeny. Namísto toho doplníme oficiální web Arcibiskupského zámku a zahrad o složku nazvanou Miniveletrh poutních míst, kde budou popsány předchozí ročníky akce včetně fotografií a videa. Dále zde budou samozřejmě umístěny i aktuální informace k připravovanému ročníku. Kromě toho bude miniveletrh propagován také na internetových stránkách všech partnerských subjektů. Tato forma propagace bude zahájena minimálně 3 měsíce před termínem uskutečnění miniveletrhu.

Informace o konání akce budou nejdříve uveřejněny na oficiálním webu Arcibiskupského zámku, města Kroměříže, Muzea Kroměřížska, římskokatolické farnosti sv. Mořice v Kroměříži, Arcibiskupského gymnázia, CCRVM, CzechTourism a BVV Brno. Zpráva o konání miniveletrhu bude také umístěna na internetových stránkách Arcibiskupství olomouckého a díky propojení těchto stránek s jednotlivými farnostmi dojde k rychlému rozšíření této informace.

Dále bude akce propagována na stránkách Poutní místa v ČR (www.poutnimista.cz), Magni – cesty s příběhem (www.magni.cz), Kudy z nudy (www.kudyznudy.cz), na webových stránkách rádia Proglas, rádia Kroměříž, rádia Haná a televizní stanice Noe. Všechna tato uveřejnění jsou zdarma.

Arcibiskupský zámek společně s městem Kroměříž vydají k akci Poutní dny 2013 tiskovou zprávu. Pak už však záleží pouze na jednotlivých médiích, zda se rozhodnou informace o akci publikovat či nikoliv.

Cena: 0 Kč

Sociální síť Facebook

Žijeme v době, kdy již téměř každý z nás používá některou ze sociálních sítí. Je proto vhodné k propagaci využít i virtuální prostředí. Jednak bude pro miniveletrh vytvořena facebooková stránka, která bude obsahově kopírovat webovou stránku akce na oficiálním webu Arcibiskupského zámku.

Dále vytvoříme krátký zvací text, který bude opatřen odkazem na leták k miniveletrhu ve formátu PDF a tuto pozvánku budeme postupně umísťovat, respektive sdílet na vybraných facebookových stránkách a skupinách, které si rozdělíme do tří základních oddílů:

- Facebookové stránky zaměřené na náboženství a víru

Zde se k oslovení nabízí např. Křesťanský magazín; Katolický týdeník; Noc kostelů; Arcibiskupské gymnázium v Kroměříži; Víra.cz; Děti.víra.cz; Pastorační středisko; Karmelitánské nakladatelství; TV Noe; Signály.cz; Tiskové středisko České biskupské konference; Radio Proglas; Biblický impulz; Křesťan Dnes; VKH Brno; VKH Olomouc; VKH Česká republika; Jsem katolík; Magazín Christnet.cz; Dominik Duka; Revue Theofil; Studentský Velehrad; Život víry; Radio Vaticana; Světové dny mládeže; Poutní místa v ČR a další.

- Facebookové stránky zaměřené na turistiku a cestování

V rámci tohoto oddílu můžeme pozvánku umístit např. na Turistika.cz; Turistika; Turistika-výlety; AtlasČeska.cz; Kudy z nudy; České památky; Tipy na výlet; Toulavá kamera; CzechTourism; Cestování, výlety, turistika CZ; Pěší turistika; Česko – výlety, cestování, cyklotrasy; Cestování; Cestování vlakem; Výlety s dětmi; Výlety na kole; Toulejse.cz – ubytování s tipy na výlety; Cyklovýlety a jiné.

- Facebookové stránky médií

Jako nejefektivnější se nám jeví sdílení pozvánky na všech facebookových regionálních mutacích novin Deník. Dále využijeme i facebookové stránky rádia Haná a rádia Kroměříž.

Cena: **0 Kč**

Tištěná propagace formou plakátů

Tyto plakáty budou vyhotoveny ve velikosti A3 a bude na ně použit lesklý ilustrační papír v kvalitě 135 g/m². Pro naše potřeby bude stačit 200 kusů těchto plakátů, přičemž cena za kus činí 15,97 Kč včetně DPH. Grafický návrh plakátů vyjde na 990,- Kč. Kromě minivletrhu bude na plakátech prezentován celý program Poutních dnů 2013 a náklady na jejich výrobu ponese město Kroměříž. Výlep těchto plakátů bude zaměřen především na město Kroměříž, kde budou umístěny na všech veřejných vývěsných plochách, které jsou určeny k prezentaci kulturních a jiných akcí. Část plakátů pak bude rozdělena mezi okolní obce a města. Kromě tištěných plakátů bude využita i jejich elektronická podoba, která bude rozeslána na informační centra po celé České republice, což zabezpečí Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, která má na všechna tato centra kontakty.

Cena: $990 + (15,97 \times 200) = \mathbf{4\ 184\ Kč}$

Tištěná propagace formou informačních letáků

Informační letáky se již týkají pouze samotného miniveletrhu. Budou vyhotoveny ve formátu A5 na lesklém ilustračním papíru v kvalitě 135 g/m² a budou oboustranné. Při objednání 2 500 kusů letáčků bude cena za kus činit 0,90 Kč včetně DPH. Za grafický návrh zaplatíme 1 200,- Kč. Převážná část těchto letáčků bude umístěna do Informačního centra Kroměříž, Kina Nadsklepi a také do Knihovny Kroměřížska. Letáčky budou dále přiloženy i k adresovaným pozvánkám a stejně jako u plakátů bude využita také jejich elektronická podoba, která bude sdílena na facebookových stránkách.

Cena: $1\,200 + (0,90 \times 2\,500) = \mathbf{3\,450\,Kč}$

Inzerce v novinách a rádiu

Miniveletrh bude propagován také prostřednictvím rozhlasového éteru a tisku.

Reklamní spoty odvysílané v rádiu jsou finančně náročné a logicky tedy i nad finanční možnosti Arcibiskupského zámku. Podle představitelů DK Kroměříž je zde velká šance, že se rádio Haná stane mediálním partnerem celé akce Poutní dny v Kroměříži 2013 a v rámci její propagace bude zmíněn i miniveletrh. Další alternativou jak dostat informace o akci do éteru a při tom nemuset platit horentní sumy, je pozvánka na kulturní akci. Takovéto pozvánky jsou zprostředkovány zpravidla zdarma v rámci rubriky, kde jsou posluchačům představovány různé kulturní akce, novinky, tipy na výlet apod. Pro tyto účely oslovíme rádio Kroměříž a rádio Proglas, se kterými město Kroměříž i Arcibiskupský zámek často spolupracuje. Informace o akci zašleme také do redakce Českého rozhlasu a Rádía Impuls, které je nejposlouchanější rozhlasovou stanicí v České republice.

Co se tištěných médií týče, informace, článek a pozvánka na miniveletrh budou uveřejněny v Kroměřížském zpravodaji v sekci s názvem „Nenechte si ujít“. Kroměřížský zpravodaj vychází vždy na začátku měsíce a je zdarma distribuován do všech domácností v Kroměříži včetně místních částí. Kromě toho je k dispozici ke stažení na oficiálních webových stránkách města. Jelikož tento informační měsíčník vydává samo město, které je navíc partnerem miniveletrhu, předpokládáme, že pozvánka i článek o akci budou uveřejněny zdarma a to v rámci vydání 2/2013 a 3/2013, tedy na začátku měsíce února a března. Uvědomujeme si, že bychom měli miniveletrh propagovat i v rámci nějakého celostátního periodika. Náklady na tuto inzerci jsou však tak vysoké, že v současné době není možné o této formě reklamy uvažovat. Díky výše zmíněné tiskové zprávě se ale může stát, že akce zaujme i další média, která o ní budou chtít veřejnost informovat.

Cena: **0 Kč**

Adresované pozvánky

Adresované pozvánky budou rozeslány ve dvou podobách – tištěné a elektronické. Grafický návrh pozvánky zajistí pracovník Arcibiskupského zámku.

- **Tištěné pozvánky**

Pozvánka bude vytištěna na křídovém papíru ve formátu A5 – přeložená karta. Cena za kus je 8,30 Kč včetně DPH. Do nákladů musíme započítat i obálku v ceně 2 Kč a známku na dopis v ceně 10 Kč. Tištěné adresované pozvánky na miniveletrh budou zaslány hlavním představitelům města Kroměříže a také představitelům partnerských a spolupořadatelských organizací. Celkem rozešleme 11 tištěných pozvánek, jejichž přílohou bude letáček obsahující rámcový program miniveletrhu.

- **Elektronické pozvánky**

Potenciální vystavovatelé budou nejprve obesláni oslovovacím dopisem popisujícím, o jakou akci se jedná, co je jejím cílem a jaké jsou podmínky účasti na miniveletrhu. Vystavovatelům, kteří svoji účast na miniveletrhu závazně potvrdí, bude zaslána pozvánka v elektronické podobě a opět k ní bude připojen informační letáček miniveletrhu ve formátu PDF, program celých Poutních dnů v Kroměříži a připojeny budou také informace o možnostech ubytování. Přílohou bude i mapa s vyznačením místa konání a také možnosti parkování.

Cena: $(11 \times 8,30) + (11 \times 2) + (11 \times 10) = \mathbf{223 \text{ Kč}}$

Veletrh GO – REGIONTOUR 2013

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy bude miniveletrh propagovat v rámci veletrhu cestovního ruchu GO – REGIONTOUR 2013, který se uskuteční 17. až 20. ledna 2013 v Brně. Akce bude prezentována jako součást nabídky turistického regionu Východní Moravy a bude vyzdvihnuta také na odborném workshopu, který bude zaměřen právě na církevní cestovní ruch a poutní tematiku. K propagaci bude využita část tištěných informačních letáčků.

Cena: **0 Kč**

9.8.2.2 *Propagace v rámci průběhu miniveletrhu*

Velkoformátová reklama – plachtové bannery s oky

Bannery budou vyhotoveny v kombinaci fuchsiové, šedé a žluté barvy. Tato kombinace by měla odkazovat na Arcibiskupský zámek a město Kroměříž, jejichž loga se nesou právě v těchto odstínech. Nápis bude - Miniveletrh poutních míst v Kroměříži a podtitul - Presentace poutních míst a církevní turistiky. Na tyto bannery nebude natištěno žádné datum ani rok a díky tomu bude možné je použít i v příštích letech. Jeden z nich bude umístěn mezi jarmarkové stánky přímo před budovou Muzea Kroměřížska, druhý pak bude nainstalován před zadním vchodem do muzea, čili z ulice Pilařovy. Cena za m² včetně DPH je 233,70 Kč, cena za kus při rozměrech 2 m x 1 m tedy činí 467,40 Kč.

Cena: $2 \times 467,40 = 934,80 = \mathbf{935 \text{ Kč}}$

„A“ stojany – orientační ukazatele

„A“ stojany nám poslouží jako směrové ukazatele, které povedou od kroměřížského autobusového a železničního nádraží až k Muzeu Kroměřížska. Na této trase bude rozmístěno celkem 8 stojanů, které budou z každé strany opatřeny směrovou šipkou a nápisem Miniveletrh poutních míst v Kroměříži - Presentace poutních míst a církevní turistiky, jež bude natištěn na papír formátu A3. Stojany nám zapůjčí Dům kultury, tisk směrových cedulek si zabezpečíme sami, přičemž cena jednoho listu bude činit 2,50 Kč.

Cena: $1,50 \times 16 = \mathbf{24 \text{ Kč}}$

9.8.2.3 *Propagace po uskutečnění miniveletrhu*

Skládaná brožura

Po skončení a zhodnocení akce bude pracovníkem Arcibiskupského zámku vyhotovena skládaná brožura formátu A4 s informacemi o průběhu ročníku 2013 a charakteristikou dalších akcí, které proběhly v rámci Poutních dnů v Kroměříži. Zároveň bude obsahovat i předběžné informace k dalšímu ročníku miniveletrhu. Tato brožurka pak bude distribuována v elektronické nebo tištěné formě na jednotlivá poutní místa, subjektům církevního cestovního ruchu a na informační centra. Dále bude tato publikace umístěna v návštěvnickém centru Arcibiskupského zámku a zcela jistě bude použita i při prezentaci na veletrzích cestovního ruchu. Předpokládáme, že vytištěno bude 1 000 kusů letáků při ceně 1,10 Kč za kus.

Cena: $1,10 \times 1\,000 = 1\,100$ Kč

Další formy propagace

Mezi další formy „post – propagace“ miniveletrhu můžeme zařadit:

- děkovaný e-mail zúčastněným vystavovatelům i partnerům
- vytvoření fotogalerie a její sdílení na webových stránkách a sociální síti
- vytvoření tiskové zprávy informující o průběhu Poutních dnů 2013, což zahrnuje i miniveletrh
- reportáž z oficiálního zahájení miniveletrhu v TV Noe, TV Slovácko a iTV Kroměříž

9.9 Časový harmonogram průběhu Miniveletrhu poutních míst 2013

Miniveletrh poutních míst je naplánován na březen roku 2013. Již na začátku projektové části bylo osvětleno, že datum konání této akce je svázáno s tzv. Květným pátkem, tedy dnem, kdy se v Kroměříži koná pouť k Bolestné Panně Marii. Tento termín je na jednu stranu plovoucí, protože je odvozen od termínu Velikonoc v daném roce (jde o pátek týden před Velikonocemi), na druhou stranu je pevně zafixován právě k těmto svátkům jara.

Oficiální zahájení akce proběhne 22. 3. 2013 a to za přítomnosti olomouckého arcibiskupa Mons. Jana Graubnera, představitelů města a zástupců Arcibiskupského zámku, jakož i Muzea Kroměřížska a zástupců médií a tisku. Po celé tři dny zde budou prezentovány české, slovenské a polské poutní lokality. Doplní je také další subjekty, které působí nebo jsou nějakým způsobem spojeny s tímto segmentem cestovního ruchu. Paralelně s miniveletrhem si návštěvníci budou moci prohlédnout také výstavu s názvem „Necháme to tak?“. V sobotu bude miniveletrh obohacen také o vystoupení pěveckého chrámového sboru Tibi.

Každý ze tří veletržních dnů bude obsahovat také program pro vystavovatele, který bude vždy zahájen po 17. hodině. Subjekty, jež se na akci představí, se tedy mohou těšit na společenský večer s hudbou a degustací vína a pralinek, VIP prohlídku Arcibiskupského zámku, prohlídku bulharských pravoslavných ikon nebo na koncert byzantských zpěvů. Samozřejmostí je i pohoštění vystavovatelů, které proběhne formou rautu.

Prezentace poutních míst i výstava budou ukončeny 24. 3. 2013 v podvečerních hodinách. Přesný časový harmonogram je rozpracován v tab.

Tab. 36 Časový harmonogram průběhu Miniveletrhu poutních míst 2013

Den, datum a čas	Náplň dne	Místo konání
Pátek 22. 3. 2013		
10:00 – 17:00	- Prezentace poutních míst a dalších subjektů působících v tomto segmentu cestovního ruchu. - Veřejná prezentace. - Expozice „Necháme to tak?“.	Muzeum Kroměřížska
11:00	- Oficiální zahájení akce olomouckým arcibiskupem Mons. Janem Graubnerem, představiteli města a zástupci AZZ a Muzea Kroměřížska.	Muzeum Kroměřížska
18:00 – 22:00	- Společenský večer pro vystavovatele, pořadatele a partnery akce spojený s rautem, ochutnávkou vína a pralinek, hudebním vystoupením a prohlídkou výstavy bulharských pravoslavných ikon a prezentací čokoládovny.	AZZ
Sobota 23. 3. 2013		
10:00 – 17:00	- Prezentace poutních míst a dalších subjektů působících v tomto segmentu cestovního ruchu. - Veřejná prezentace. - Expozice „Necháme to tak?“	Muzeum Kroměřížska
13:30 – 15:00	- Vystoupení pěveckého chrámového sboru Tibi ze Zlína.	Velké náměstí - pódium
17:00 – 18:00	- Raut pro vystavovatele.	Muzeum Kroměřížska
18:00	- Prohlídka arcibiskupského zámku/Koncert Ensemble Versus	AZZ/Kostel sv. Cyrila a Metoděje
Neděle 24. 3. 2013		
10:00 – 17:00	- Zakončení III. ročníku miniveletrhu poutních míst. - Zakončení expozice „Necháme to tak?“	Muzeum Kroměřížska

Zdroj: vlastní zpracování

9.10 Časová analýza projektu

Příprava miniveletrhu zahrnuje 20 nejdůležitějších činností. Aby byl zabezpečen hladký průběh celé akce, je potřeba vědět, v jakém předstihu a s jakou návazností musíme začít s přípravami, abychom byli schopní dodržet pevný termín konání miniveletrhu. Doba trvání jednotlivých činností ve dnech a taktéž jejich logická návaznost je uvedena v následující tabulce.

Tab. 37 Přehled hlavních činností vedoucích k uskutečnění Miniveletrhu poutních míst

2013

Činnost	Popis činnosti	Doba trvání činnosti (dny)	Předcházející činnost
A	Návrh koncepce a obsahové náplně akce	21	~
B	Schválení navržené podoby akce	1	A
C	Dohoda o partnerství a převzetí záštity nad akcí	7	B
D	Návrh rozpočtu akce	2	B, C
E	Výběr vhodných prostor	2	B
F	Schválení navrženého rozpočtu	1	D
G	Aktualizace a rozšíření databáze poutních míst a dalších subjektů	15	A
H	Oslovení potenciálních vystavovatelů	4	G
I	Potvrzení účasti/neúčasti vystavovatelů	44	H
J	Tvorba propagačních materiálů	14	B, C, E, F
K	Distribuce propagačních materiálů	8	J
L	Sestavení oslovovacího dopisu a tvorba pozvánky	2	B, C, E, F
M	Rozměření prostor a vytvoření nákresu jejich možného dispozičního uspořádání	2	E
N	Výběr a zajištění vhodné výstavy a pěveckého sboru	7	B, F
O	Zajištění pohoštění, degustace a hudebního vystoupení žáků ZUŠ	9	B, F, I
P	Vytvoření stránky na webu AZZ a facebookové stránky	2	B, E
Q	Příprava prostor, instalace výstavy a techniky, dekorace	1	I, M, N
R	Vlastní průběh akce	3	Q

S	Úklidové práce, zrušení výstavy	1	R
T	Vyhodnocení průběhu akce	8	S

Zdroj: vlastní zpracování

9.10.1 Zpracování pomocí programu WinQSB

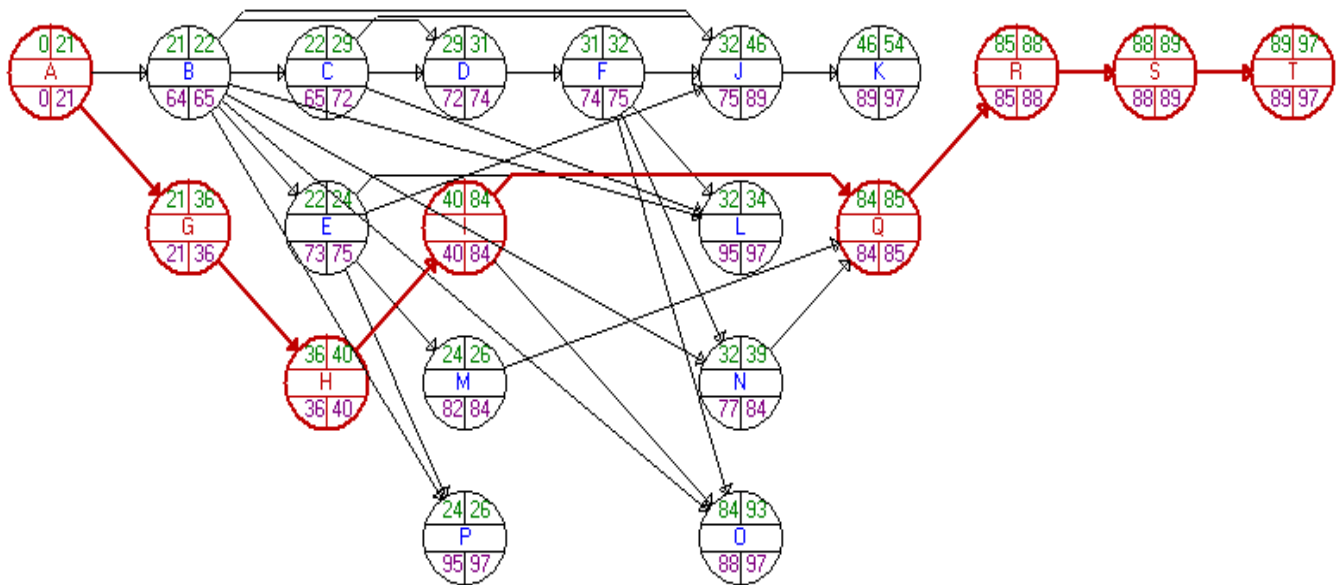
Ke zpracování projektu miniveletrhu z hlediska časového využití jednu z metod síťové analýzy. Konkrétně jde o metodu CPM, tedy o metodu kritické cesty. Tato část práce bude zpracována s pomocí programu WinQSB, což je softwarová podpora pro plánování projektů.

Po zadefinování jednotlivých činností a jejich charakteristik do programu sestrojím síťový graf a pomocí metody CPM tak zjistím, jaká je nejkratší možná doba realizace projektu a které činnosti se nachází na kritické cestě.

07-27-2013 22:02:27	Activity Name	On Critical Path	Activity Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)
1	A	Yes	21	0	21	0	21	0
2	B	no	1	21	22	64	65	43
3	C	no	7	22	29	65	72	43
4	D	no	2	29	31	72	74	43
5	E	no	2	22	24	73	75	51
6	F	no	1	31	32	74	75	43
7	G	Yes	15	21	36	21	36	0
8	H	Yes	4	36	40	36	40	0
9	I	Yes	44	40	84	40	84	0
10	J	no	14	32	46	75	89	43
11	K	no	8	46	54	89	97	43
12	L	no	2	32	34	95	97	63
13	M	no	2	24	26	82	84	58
14	N	no	7	32	39	77	84	45
15	O	no	9	84	93	88	97	4
16	P	no	2	24	26	95	97	71
17	Q	Yes	1	84	85	84	85	0
18	R	Yes	3	85	88	85	88	0
19	S	Yes	1	88	89	88	89	0
20	T	Yes	8	89	97	89	97	0
	Project	Completion	Time	=	97	days		
	Number of	Critical	Path(s)	=	1			

Obr. 4 Výsledek programu WinQSB při použití metody CPM

Zdroj: vlastní zpracování pomocí programu WinQSB



Obr. 5 Uzlové znázornění síťového grafu

Zdroj: vlastní zpracování pomocí programu WinQSB

Z podkladů vygenerovaných programem WinQSB je vidět, že nejkratší možná doba realizace projektu Miniveletrh poutních míst 2013 bude 97 dní. Dalším zjištěním je, že v tomto projektu najdeme pouze jedinou kritickou cestu a to: **A → G → H → I → Q → R → S → T**. U těchto osmi činností musí být bezpodmínečně dodržena délka jejich trvání, jinak by totiž došlo k prodloužení trvání realizace projektu a vyústilo by to v nedodržení termínu konání akce. Tento fakt potvrzují i údaje na obrázku 4, kde můžeme vidět, že časová rezerva je u kritických činností rovna nule. Naopak u zbylých činností, které nejsou součástí kritické cesty, může dojít ke zpoždění, aniž by to mělo negativní vliv na délku trvání realizace projektu. Časové rezervy u jednotlivých činností jsou uvedeny na obrázku 4. Grafické znázornění jednotlivých činností, včetně vzájemné návaznosti a vyznačené kritické cesty, poskytuje síťový graf na obrázku 5.

9.11 Analýza rizik spojených s projektem

Každý projekt je zákonitě spojen s různými riziky a nepříznivými vlivy. Výjimkou tedy není ani Miniveletrh poutních míst 2013. Aby bylo zajištěno, že akce proběhne bez komplikací a neočekávaných problémů, bude provedena analýza, díky níž bychom měli identifikovat všechna možná rizika a problémy, které mohou nastat a projekt nějakým způsobem ohrožit. Následně by měla být přijata taková opatření, která pravděpodobnost výskytu určitého nežádoucího jevu zcela eliminují nebo alespoň minimalizují.

	projektového týmu s organizací akce veletržního typu									
3	Nepřízeň počasí									4
4	Nízký až nedostatečný počet vystavovatelů									15
5	Příliš vysoký počet vystavovatelů									6
6	Nízká návštěvnost minivletrhu									15
7	Navržená podoba akce nevede ke splnění stanovených cílů									15
8	Média akci nevěnují dostatečnou nebo žádnou pozornost									15
9	Nedostatek financí									8
10	Narušení časového harmonogramu projektu									20

Zdroj: vlastní zpracování

Číselně ohodnocené rizikové faktory nyní budou na základě výsledných hodnot zaneseny do matice rizik (Tab. 41), díky níž můžeme sledovat vzájemný vztah mezi pravděpodobností výskytu a mírou dopadu rizika u jednotlivých rizikových faktorů.

Tab. 41 Matice rizik

Hodnotící stupeň		Pravděpodobnost výskytu rizika →				
		1	2	3	4	5
Míra dopadu rizika ↑	1				3	
	2					
	3		1; 5			
	4		9			

	5	2		4; 6 7; 8	10	
--	---	---	--	--------------	----	--

Zdroj: vlastní zpracování

Legenda k Tab. 37

Barva	Status rizika	Číselné hodnoty
	Nízké riziko (u hodnoty = 1 může být toto riziko označeno jako zanedbatelné)	1; 2; 3; 4
	Střední riziko	5; 6; 8; 9; 10; 12
	Vysoké riziko (u hodnoty = 25 může být toto riziko označeno jako kritické)	15; 16; 20; 25

Na základě rizikové analýzy jsme zjistili, že pouze jeden z deseti identifikovaných rizikových faktorů představuje nízkou hrozbu. Další čtyři můžeme označit jako rizika střední a zbylá pětice rizik pak spadá do oblasti vysokého rizika. Potěšující zprávou je, že žádné z identifikovaných rizik není kritické, na druhou stranu žádné z nich není ani zcela zanedbatelné.

9.11.1 Identifikované rizikové faktory a možná opatření k jejich minimalizaci

1) Oslovení nesprávné cílové skupiny a tedy nevhodně zvolený způsob propagace

Oslovením nesprávné cílové skupiny máme na mysli nevhodně zvolený způsob marketingové propagace akce. V zásadě jde o to, že pro zviditelnění miniveletrhu použijeme takové formy propagace, které osloví jinou cílovou skupinu, než pro kterou je akce určena. Předpokládáme, že miniveletrh bude nejpřitažlivější pro věřící občany. Zároveň však máme zacíleno i na širokou veřejnost, neboť cílem miniveletrhu není představit nabídku poutních míst pouze nábožensky založeným lidem, ale také těm, kteří nehledají duchovní zážitek, nýbrž rádi poznávají nová místa, která mají kulturní, historickou a také architektonickou hodnotu.

Opatření

Riziko nevhodně zvolených prostředků propagace může být zmírněno provedením důkladné analýzy cílové skupiny, na kterou jsou jednotlivé propagační nástroje zaměřeny a díky tomu je možné verifikovat, kteří potenciální návštěvníci mohou spatřit nebo se setkat s propagačními materiály této akce. Následně lze propagaci modifikovat, tzn. upravit stá-

vající způsoby propagace nebo zvolit úplně jiné, popřípadě ponechat stávající podobu propagace akce.

2) Nedostatečné zkušenosti projektového týmu s organizací akce veletržního charakteru

Plánování a organizace miniveletrhu zahrnuje řadu úkonů a je proto vhodné, aby ji měli na starosti osoby, které mají s podobnými akcemi již nějaké zkušenosti. V případě, že jsou organizací akce pověřeny osoby, které nejsou dostatečně kvalifikované, je v zájmu zdárného průběhu akce, aby tyto osoby měly alespoň možnost konzultace se např. se zkušenějším kolegou nebo s někým, kdo má v této oblasti již zkušenosti.

Opatření

Projektový tým miniveletrhu je tvořen zaměstnanci Arcibiskupského zámku, kteří mají s pořádáním akcí podobného rázu mnohaleté zkušenosti, čímž by se tedy mělo předejít případným problémům.

3) Nepřízeň počasí

Přestože se celý průběh miniveletrhu bude odehrávat v prostorách Muzea Kroměřížska, měli bychom brát v potaz i počasí. Termín akce je stanovený na konec března, kdy je počasí zpravidla velmi nepředvídatelné a často i velmi mrazivé. Meteorologické podmínky tedy nemají vliv na samotný průběh miniveletrhu, ale spíše na jeho návštěvnost.

Opatření

Faktor počasí se bohužel nedá ovlivnit a nepomůže zde ani sledování dlouhodobé předpovědi počasí, jelikož termín konání miniveletrhu je pevně svázan s konáním poutě a není ho tedy možné posunout či přeložit.

4) Nízký až nedostatečný počet vystavovatelů

Hrozba nízkého počtu vystavovatelů je jedním z největších rizik a kamenů úrazu celého projektu, protože náplň a nabídka akce by v tomto případě byla návštěvníky shledána jako nedostatečná a nezajímavá. Tato skutečnost by se pak zcela určitě odrazila na dobrém jménu akce a mohla by dokonce zamezit jejímu pokračování v následujících letech.

Opatření

Abychom zjistili, jaký bude skutečný počet vyslaných osob z jednotlivých poutních míst a organizací, bude v pozvánce stanoveno nejzazší datum, do kterého musí být závazně potvrzena účast na akci a také způsob účasti, tzn. osobní účast, účast formou zaslání propa-

gačních materiálů nebo obojí. Touto cestou dostaneme přesný počet osob a od toho se pak bude odvíjet i celková potřeba materiálního a technického zajištění miniveletrhu. Může se samozřejmě stát, že některý z vystavovatelů svoji účast kvůli neodkladným důvodům na poslední chvíli odřekne nebo zruší, což je pro obsahovou stránku miniveletrhu velké mínus, ale akci by to ohrozit nemělo. Zcela jistě zde však bude snaha toto uvolněné místo zaplnit jiným subjektem.

5) Příliš vysoký počet vystavovatelů

Vysoký počet vystavovatelů je spíše pozitivním jevem, než něčím nežádoucím. Záměrem akce je jakási osvěta v oblasti náboženského cestovního ruchu, což je mnohem účinnější při vyšším počtu prezentujících se subjektů. Tato přednost se do podoby rizikového faktoru transformuje ve chvíli, kdy počet vystavovatelů přesáhne kapacitu prostor Muzea Kroměřížska.

Opatření

V tomto případě bychom museli zajistit dodatečné prostory v Muzeu Kroměřížska, případně by se akce musela přesunout do prostor Domu kultury v Kroměříži, který ale nemá tak výhodnou polohu jako muzeum. Tato varianta by navíc byla spojena se zvýšenými náklady. Pravděpodobnost, že tato situace nastane, však není příliš vysoká.

6) Nízká návštěvnost miniveletrhu

Přestože je miniveletrh nevýdělečnou akcí bez nutnosti platit vstupné, úroveň návštěvnosti hraje důležitou roli, hlavně z toho hlediska, aby akce vůbec splnila svůj účel a tedy informovala veřejnost o možnostech poutní turistiky. Množství návštěvníků zároveň něco vypovídá i o kvalitě dané akce. Nízký počet návštěvníků na miniveletrhu 2013 by mohl nepříznivě ovlivnit i návštěvnost dalšího ročníku, protože akce by zkrátka získala špatné jméno. Arcibiskupský zámek se uvolil profinancovat tuto akci, neboť v poutní turistice vidí velký potenciál a cítí potřebu ji nějakým způsobem propagovat a přiblížit veřejnosti. V případě nízké návštěvnosti by tedy tyto vynaložené peněžní prostředky přišly vniveč. Důležitou roli z hlediska návštěvnosti sehrává např. počasí, marketingová propagace akce, program akce a také zájem veřejnosti o tento druh akce.

Opatření

Jak už bylo řečeno, jedná se o akci s volným vstupem a návštěvnost se tedy dá odhadnout jen stěží. V podstatě můžeme vycházet z průběhu předchozích dvou ročníků a do tohoto odhadu se snažit promítnout faktor počasí, propagace atd.

7) Navržená podoba akce nevede ke splnění stanovených cílů

Realizace každého projektu či akce je neodmyslitelně spojena s vytyčením jednoho nebo i více cílů, kterých má být prostřednictvím uskutečnění dané akce dosaženo. Může se však stát, že výsledná podoba akce zkrátka ke stanoveným cílům nepovede a tím pádem tedy nesplní svůj účel. U miniveletrhu je hodnocení splnění či nesplnění vytyčených cílů poměrně problematické, neboť očekáváme, že jeho účinky se projeví až v delším časovém období.

Opatření

Nejúčinnějším opatřením je zde neustálý dialog mezi členy projektového týmu a usměrňování navržené koncepce tak, aby nakonec vedla ke kýženým výsledkům.

8) Média akci nevěnují dostatečnou nebo žádnou pozornost

Pro každou akci je plusem, když se ocitne v hledáčku médií. Pokud se o ni totiž zajímají sdělovací prostředky, vypovídá to něco o její kvalitě, významu, zajímavosti nebo jedinečnosti. V případě, že budou média miniveletrh přehlížet, zcela určitě to bude mít dopad na počet návštěvníků a stejně tak i na pořádání dalšího ročníku.

Opatření

Toto riziko může být sníženo tak, že s akcí obeznámíme zástupce regionálního tisku, média, která se zabývají náboženskou tematikou jako např. rádio Proglas a TV Noe. Velké naděje pak vkládáme zejména do tiskové zprávy, kterou vydá Arcibiskupský zámek. Díky jeho napojení na Českou tiskovou kancelář by mělo dojít k účinnému rozšíření informací o miniveletrhu.

9) Nedostatek financí

Celý projekt může být vážně ohrožen, pokud by byl Arcibiskupský zámek schopen uvolnit méně peněz, než jaká je potřebná výše, respektive méně finančních prostředků než přislíbil poskytnout. Nedostatek financí by se pak promítl do jednotlivých součástí miniveletrhu, např. by bylo přikročeno k omezení propagačních aktivit, což by ale mohlo negativně ovlivnit návštěvnost. Nedostatečný objem peněz se dále může odrazit na rozsahu občerstvení pro vysta-

vovatele nebo také na dílčích akcích v rámci miniveletrhu, např. by muselo být zrušeno vystoupení chrámového sboru nebo by tento sbor musel být nahrazen levnější alternativou.

Chybějící finanční prostředky mohou být také dílem nečekaného zvýšení nákladů, což je spojeno zejména s již uvedeným rizikem vysokého počtu vystavovatelů.

Opatření

Nejlepším způsobem, jak situaci nedostatku financí předejít, je neustálá komunikace s kastelánem Arcibiskupského zámku, který má ve své kompetenci veškeré finanční záležitosti. Nad komplikacemi plynoucími z náhlého zvýšení nákladů můžeme vyzrát pouze vytvořením finanční rezervy.

10) Narušení časového harmonogramu projektu

Narušení časového harmonogramu projektu plyne z nedodržení termínu některé z činností vykonávaných v rámci projektu. V nejhorším případě by toto zdržení mohlo mít za následek nedodržení termínu konání miniveletrhu, což by znamenalo velký problém, protože akce je pevně svázána s určitým datem – tzv. Květným pátkem.

Opatření

Narušení časového harmonogramu projektu lze předejít realistickým odhadem délky jeho trvání. V rámci projektu je vykonáván bezpočet rozličných činností, z nichž každá ke svému splnění vyžaduje různě dlouhou dobu. Při přípravě projektu je tedy vhodné identifikovat potřebné činnosti a ke každé z nich přiřadit délku jejího trvání. Zjistíme tak, jaký čas budeme na celý projekt potřebovat. Délky trvání činností by měly být odhadnuty co nejobektivněji tak, aby časový interval nebyl příliš dlouhý, ale ani krátký. Musíme zde také rozhodně zohlednit fakt, že pracovníci Arcibiskupského zámku se nevěnují pouze miniveletrhu, ale mají na starost přípravu dalších akcí a především se zabývají řízením správného chodu zámku.

9.12 Analýza nákladů a přínosů projektu

Důležitou součástí projektu je také jeho zhodnocení po ekonomické stránce, tedy vyčíslení předpokládaných nákladů, předpokládaných výnosů a následně zjištění, zda realizace projektu přinese zisk nebo naopak ztrátu. Existují však i takové projekty, u nichž se klasická ekonomická analýza provést nedá, neboť mají nevýdělečnou povahu. Tak je tomu i v případě Miniveletrhu poutních míst. Jeho primárním cílem totiž není dosažení zisku, ale určitého celospolečenského užitku. Vzhledem k tomu, že efekty plynoucí z realizace tohoto

projektu jsou nefinanční, řekněme až nehmotné povahy, nelze zde vyjádřit peněžní výnosy, a proto namísto ekonomické analýzy použijí analýzu nákladů a přínosů.

9.12.1 Náklady projektu

Realizace miniveletrhu je, stejně jako jiné projekty, neodmyslitelně spjata s nutností vynaložení určitých finančních nákladů. Přestože je akce realizována za pomoci několika partnerů, úhrada většiny nákladů bude ležet na jejím pořadateli – Arcibiskupském zámku. Dále sem musíme promítnout i fakt, že vynaložené náklady nebudou kompenzovány přímými peněžními výnosy. Při plánování akce je tedy důležité přihlídnout k omezeným finančním možnostem zámku a snažit se aby celkové náklady na projekt byly co nejnižší nebo alespoň přiměřené rozsahu a významu akce. Uplatnění strategie minimalizace nákladů si ale vyžaduje pečlivé zvážení, u kterých položek ke snižování přistoupíme. V některých případech by to totiž mohlo vyvolat prodloužení doby potřebné k přípravě a realizaci akce a tím pádem ohrozit uskutečnění miniveletrhu.

Již několikrát bylo uvedeno, že Arcibiskupský zámek je jediným zdrojem financí pro tuto akci. Díky partnerství s dalšími subjekty a institucemi však dokáže ušetřit velké množství finančních prostředků. Jedná se především o nájemné za prezentační prostory a pódium. Zbytečnému plýtvání finančních prostředků předejde zámek také tím, že se bude snažit využívat vlastní zdroje a to co v největší možné míře. To se týká především položek inventáře.

Veškeré náklady, které nám při organizaci miniveletrhu vzniknou, mohou být podle různých kritérií rozděleny do skupin. U tohoto projektu shledávám jako nejefektivnější náklady rozdělit podle druhů, tzn. že využijí tzv. druhové členění nákladů, které nám odpovídá na otázku, co bylo spotřebováno.

Náklady podle druhového členění:

1) Spotřeba materiálu

voda perlivá 0,75 l: 80 ks x 12 Kč = 960 Kč

čaj ovocný/černý: 150 ks x 4 Kč = 600 Kč

káva espresso: 150 ks x 8 Kč = 1 200 Kč

víno 0,7 l: 40 ks x 65 Kč = 2 600 Kč

degustační víno 0,7 l = 1 430 Kč

Sauvignon 0,7 l: 2 ks x 110 Kč = 220 Kč

Tramín červený 0,7 l: 2 ks x 125 Kč = 250 Kč

Rulandské bílé 0,7 l: 2 ks x 125 Kč = 250 Kč

Ryzlink rýnský 0,7 l: 2 ks x 110 Kč = 220 Kč

Frankovka 0,7 l: 2 ks x 110 Kč = 220 Kč

Rosé – Frankovka 0,7 l: 2 ks x 135 Kč = 270 Kč

Bake Rolls 70 g: 10 ks x 16 Kč = 160 Kč

Bohemia Tyčinky 85 g: 10 ks x 14 Kč = 140 Kč

sladký balíček: 6 ks x 100 Kč = 600 Kč

citron: 25 ks x 4 Kč = 100 Kč

papírové ubrousky 80 ks/1 balení: 4 ks x 13 Kč = 52 Kč

plakát A3: 200 ks x 15,97 Kč = 3 194 Kč (uhradí město Kroměříž)

informační leták A5: 2 500 ks x 0,90 Kč = 2 250 Kč

směrové cedule na „A“ stojan: 16 ks x 1,50 Kč = 24 Kč

plachtový banner s oky 2 m x 1 m: 2 ks x 467,40 Kč = 934,80 Kč

tištěná pozvánka s obálkou: 11 ks x (8,30 Kč + 2 Kč) = 113,3 Kč = 113 Kč

vizitky vystavovatelů: 40 ks x 1,50 Kč = 60 Kč

skládaná brožura A4: 1000 ks x 1,10 Kč = 1 100 Kč

2) Spotřeba energie

spotřeba pohonných hmot = 1 500 Kč

3) Spotřeba služeb

poštovné = 388 Kč

grafický návrh plakátu A3 = 990 Kč (uhradí město Kroměříž)

grafický návrh informačního letáku A5 = 1 200 Kč

květinová dekorace = 600 Kč

Moravské koláčky = 1 890 Kč

čokoládové pralinky = 1 104 Kč

pohoštění během společenského večera = 11 500 Kč

rautové mísy = 1 246 Kč

pečivo k rautovým mísám = 250 Kč

sommeliér = 1 000 Kč

chrámový pěvecký sbor Tibi = 10 500 Kč

doprava sboru Tibi = 2 154 Kč

4) Osobní náklady

Dohoda o provedení práce: 4 x 500 Kč (hostesky) + 3 500 Kč (asistent koordinátora projektu) = 5 500 Kč

Při bližším prozkoumání identifikovaných nákladů je vidět, že v rámci tohoto projektu neexistují náklady, jejichž snížení by mělo za následek prodloužení přípravy či doby trvání miniveletrhu. Na druhou stranu, pokud bychom potřebovali některou z fází projektu urychlit (vyjma samotného průběhu miniveletrhu), náklady se nezvýší.

Zaměříme – li se na ovlivnitelnost nákladů, pak můžeme říci, že téměř všechny uvedené náklady lze určitým způsobem regulovat. Nejméně flexibilní položku, která by se dala snížit pouze stěží, představuje spotřeba služeb a také spotřeba energií. Naproti tomu spotřebu materiálu nebo osobní náklady můžeme snížit vcelku snadno. Případná redukce nákladů ale vyžaduje velmi dobré uvážení. Pokud by totiž došlo k radikálnímu snížení u některé nákladové položky, mohlo by to přinést negativní důsledky na hladký průběh miniveletrhu, účinnost jeho propagace apod.

9.12.2 Rozpočet projektu

Pro sestavení rozpočtu musí být nejprve vyčísleny všechny náklady, které jsou s miniveletrhem spojeny od jeho přípravy, přes realizaci, až po vyhodnocení. Návrh rozpočtu bude následně předložen kastelánovi Arcibiskupského zámku a zahrad ke schválení. Po odsouhlasení bude postupně uvolňován potřebný objem finančních prostředků z rozpočtu Arcibiskupského zámku.

Obsahem rozpočtu bude vyčíslení jednotlivých nákladů a to dle materiálního a personálního zabezpečení. Zahrnutý zde budou samozřejmě i všechny další náklady spojené s realizací miniveletrhu. Návrh rozpočtu je uveden v příloze P III.

Celkové předpokládané náklady na Miniveletrh poutních míst 2013 činí **51 411 Kč**. Tato suma odpovídá 35 fyzicky přítomným vystavovatelům a dalším 11 zástupcům partnerských organizací. Vzhledem k tomu, že přesný počet vystavovatelů v současné době ještě není známý, musí pořadatel akce počítat i s finanční rezervou, jejíž výše by se měla pohybovat nejméně v rozmezí 10 % - 15 % z předpokládaných celkových nákladů. Znamená to tedy dodatečných 5 141 Kč – 7 712 Kč.

9.12.3 Přínosy projektu

Miniveletrh poutních míst 2013 je neziskový projekt, jenž by měl přinést určitý společenský užitek. Projekty realizované v komerční sféře, kde středobodem zájmu je zisk, jsou hodnoceny na základě finančních toků, jež z nich plynou. U nevýdělečné akce toto však nelze, a proto zde budou místo výnosů vyjádřeny přínosy projektu.

Nejvýznamnější přínos miniveletrhu spočívá ve zviditelnění náboženské a poutní turistiky v České republice, která byla doposud spíše přehlížena. Tato forma propagace by se následně měla odrazit na návštěvnosti českých a moravských poutních míst, využívání poutních stezek, ale i na návštěvnosti sakrálních památek všeobecně. To jde samozřejmě ruku v ruce i s ekonomickými užitky pro danou lokalitu a její okolí.

Další přínos pak souvisí s rozvojem služeb v poutních lokalitách. Přestože je v České republice velké množství poutních míst, řada z nich neumí svůj potenciál využít a neví, jaké služby turistům nabídnout. Právě v tomto bodě může být miniveletrh velmi nápomocný a užitečný, protože se zde setkají zástupci z proslulých, ale i téměř neznámých poutních míst a bude zde vytvořen prostor k tomu, aby si mohli předat své zkušenosti a rady ohledně možných způsobů, jakými dané místo rozvíjet pro potřeby cestovního ruchu, či případně navázat i nějakou formu spolupráce. Klíčová je také účast cestovních kanceláří a agentur, které jednak mohou některá z poutních míst zařadit do své nabídky a díky přehledu o požadavcích svých klientů mohou být pro poutní místa cenným zdrojem informací k tomu, aby si určila, na poskytování jakých služeb se v budoucnu zaměřit, případně jakou zvolit propagaci. Miniveletrh tedy představuje „živnou půdu“ pro vytváření profesních vazeb mezi různými subjekty působícími v oblasti poutní turistiky a tím pádem i pro vznik synergických efektů.

V neposlední řadě tato mimořádná kulturní a duchovní událost, která v České republice nemá obdoby, vede ke zviditelnění a propagaci i samotného města Kroměříže, jakožto destinace cestovního ruchu, která svým návštěvníkům celoročně nabízí bohatý kulturní program, a která se snaží přispět k rozvoji turismu i v jiných oblastech. Kromě publicity přinese miniveletrh městu i ekonomické efekty, protože pokud tato akce naláká do Kroměříže návštěvníky, zcela jistě na tom vyteží i zdejší prodejci zboží a poskytovatelé služeb. Vyjma samotného města miniveletrh rovněž přispěje i k propagaci jeho pořadatele - Arcibiskupského zámku a zahrad Kroměříž, jakož i všech partnerů, kteří na akci nějakým způsobem participovali.

ZÁVĚR

V *teoretické části* práce jsem se věnovala vymezení náboženského cestovního ruchu, a především pak poutní turistiky. Kromě různých přístupů k chápání těchto pojmů jsem zde uvedla také jejich specifické znaky a motivy, které lidi vedou k návštěvě poutních míst a sakrálních památek všeobecně. Dále jsem se pokusila také nastínit, jaký dopad má tato forma turismu na ekonomiku států, které jsou tradičně označovány jako destinace poutní turistiky. Značnou pozornost jsem věnovala i vysvětlení vztahu mezi poutnictvím a poutní turistikou.

Analytická část práce je složena ze dvou základních kroků. V prvním kroku jsem provedla analýzu nabídky, ze které vyplynulo, že na území České republiky se nachází velké množství církevních památek, přičemž značná část z nich je spojena s katolickým vyznáním. Podrobným rozbořením tří vybraných poutních míst jsem zjistila, že poutníci a turisté se v těchto lokalitách mohou setkat s širokou nabídkou kvalitních služeb, zahrnující např. možnost ubytování a stravování přímo v poutním areálu, absolvování komentované prohlídky, návštěvu různých expozic, koncertů a dalších kulturních akcí. Ve druhém kroku jsem prostřednictvím dotazníkového šetření zjistila, že věřící i nevěřící část české veřejnosti považuje poutní turistiku za atraktivní formu cestovního ruchu a ráda by v budoucnu některá tuzemská poutní místa navštívila. Mimo jiné z analytické části vyplynulo i to, že poutní turistice v České republice není věnována dostatečná propagace, což bylo klíčové zjištění pro projektovou část.

Výstupem *projektové části* a stěžejním bodem celé diplomové práce bylo vytvoření obsahového a organizačního návrhu na uskutečnění Miniveletrhu poutních míst 2013. Hlavní efekt, který tato akce přinese, bude zvýšení povědomí veřejnosti o segmentu poutní turistiky a následně i zvýšení návštěvnosti českých poutních míst. Sekundárním, ale neméně důležitým přínosem je i propagace města Kroměříže.

Přestože se jednalo o projekt menšího rozsahu, práce na přípravě návrhu miniveletrhu a následně i na jeho realizaci mi přinesla nejen velmi cennou pracovní zkušenost, ale zároveň mi i otevřela dveře k další spolupráci s Arcibiskupským zámkem. Nejvíce oceňuji to, že se mi poštěstilo pracovat na reálném projektu, který je navíc v České republice jediným svého druhu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knížní publikace

- CETLOVÁ, Helena. *Marketing služeb*. 4. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, a.s., 2007, 212 s. ISBN 978-80-7265-127-6.
- BEDŮRFTIG, Friedemann. *Obrazový atlas – Poutní a svatá místa*. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 2011, 304 s. ISBN 978-80-242-2984-3.
- DANČÁK, František. *Náboženský turizmus: Turistika, náboženská turistika, púte – história a súčasnosť*. Prešov: Petra, n.o., 2005, 38 s. ISBN 80-89007-65-1.
- DIBELKOVÁ, Irena. *Navštivte poutní místa na Moravě, ve Slezsku*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2005, 107 s. ISBN 80-7033-875-X.
- DIBELKOVÁ, Irena. *Navštivte poutní místa v Čechách*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004, 205 s. ISBN 80-7033-844-X.
- DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004, 205 s. ISBN 80-7168-901-7.
- HECZKOVÁ, Miroslava. *Marketing*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta, 2004, 282 s. ISBN 80-7248-239-4.
- HRAZDILOVÁ – BOČKOVÁ, Kateřina. *Firemní inovační politika*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010, 243 s. ISBN 978-80-7318-968-6.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: Strategie a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 256 s. ISBN 978-80-247-4208-3.
- KOLČAVOVÁ, Alena. *Kvantitativní metody v rozhodování. Studijní pomůcka pro distanční studium*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010, 194 s. ISBN: 978-80-7318-950-1.
- KUČERA, Zdeněk a kol. *Katolická poutní místa v Česku na počátku 21. století podle konání poutě během kalendářního roku*. Praha: P3K, 2012, 22 s. ISBN 78-80-87343-10-4.
- MOUDRÝ, Marek. *Základy marketingu*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media, s.r.o., 2008, 80 s. ISBN 978-80-7402-000-1.
- NĚMEC, Vladimír. *Projektový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2002, 184 s. ISBN 80-247-0392-0.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

PITRA, Zbyněk. *Podnikový management*. 1. vyd. Praha: ASPI, 2008, 295 s. ISBN 978-80-7357-372-0.

RAJ, Razaq and Nigel MORPETH. *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. 1st ed. Reading, 2007, 227 s. ISBN 978-1-84593-225-1.

ROSENAU, Milton D. *Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich řízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení*. 2. vyd. Praha: Computer Press, 2003, 344 s. ISBN 80-7226-218-1.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SHACKLEY, Myra. *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience*. 1st ed. Cornwall: TJI Digital, 2001, 207 s. ISBN 1-84480-107-1.

SCHWALBE, Kathy. *Řízení projektů v IT: kompletní průvodce*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2011, 632 s. ISBN 978-80-251-2882-4.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

ZBOŘIL, Kamil. *Marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: VŠE, 1996, 106 s. ISBN 80-7079-389-9.

Závěrečné práce

HOŠKOVÁ, M. *Teorie a praxe projektového řízení*. Brno, 2008. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko – správní fakulta, Katedra veřejné ekonomie. Vedoucí bakalářské práce Ing. Marek Pavlík.

KUPEČKOVÁ, V. *Postavení českých poutních míst v mezinárodním cestovním ruchu*. Praha, 2008. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jarmila Netková.

Internetové zdroje

ALLIANCE OF RELIGIONS AND CONSERVATION ARC. Pilgrim Numbers. *Arcworld.org* [online]. © 2013 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.arcworld.org/projects.asp?projectID=500>

AUGUR CONSULTING, s.r.o. Kvantitativní výzkum. *Augur – consulting.cz* [online]. © 2013 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.augur-consulting.cz/metody/kvantitativni-vyzkum.html#cawi-dotazovani>

Citáty. *AZcitaty.cz* [online]. © 2009 - 2013 [cit. 2013-01-06]. Dostupné z: <http://azcitaty.cz/jan-werich/31193/>

COLLINS – KREINER, Noga a Nurit KLIOT. Pilgrimage tourism in the Holy Land: The behavioural characteristics of Christian pilgrims. Department of Geography and Environmental Studies, University of Haifa, Israel. [online]. 2000 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: http://www.academia.edu/259760/Pilgrimage_Tourism_In_the_Holy_Land_The_Behavioural_Characteristics_of_Christian_Pilgrims

Cyklotrasy podle oblastí. *Chebsko.com* [online]. 2012 [cit. 2013-03-11]. Dostupné z: <http://www.chebsko.com/cyklo/cyklotrasy-podle-parametru/>

ČERNÝ, Jiří. Poutní místa a milostné obrazy na česko-rakouském pomezí. *Katolická kultura.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <http://katolicka-kultura.sweb.cz/cesko-rak/cesko-rak.html>

ČESKÉ DRÁHY. *Detail vyhledané stanice*. [online]. © 2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/cd-online/staniceinfo.php?nazev=76904>

ČESKÉ DRÁHY. *Detail vyhledané stanice*. [online]. © 2009 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/cd-online/staniceinfo.php?nazev=36145>

ČESKÉ DRÁHY. *Detail vyhledané stanice*. [online]. © 2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/cd-online/staniceinfo.php?nazev=74465>

Diecéze v ČR. *Katolická církev v České republice* [online]. © 2013 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: <http://www.cirkev.cz/cirkev-v-cr/dieceze-v-cr/>

DUFEK, Aleš. Poutní cesta Velehrad – Svatý Hostýn. *Hostýn.cz* [online]. 2008 [cit. 2013-02-02]. Dostupné z: http://www.hostyn.cz/pout_cesta_velehrad.htm

EMPIRICA RESEARCH &CONSULTING, s.r.o. Sběr dat. *Empirica.cz* [online]. © 2006 - 2013 [cit. 2013-01-26]. Dostupné z: <http://www.empirica.cz/data.html>

Faith Tourism - Big Business. *Tourism-review.com* [online]. © 2013 [cit. 2013-01-06]. Dostupné z: <http://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-ethical-religious-faith-tourism-big-business-category694>

Faith Tourism: One of the Fastest Growing Industries. *Tourism-review.com* [online]. © 2013 [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.tourism-review.com/faith-tourism-one-of-the-most-expansive-industries-news3083>

FARNOST VELEHRAD. *Bohoslužby, prohlídky*. [online]. © 2013 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.farnostvelehrad.cz/dokument/Bohosluzby-prohlidky-40/>

- FINNEY, R.Zachary, A.Orwig Robert a F.Spake Deborah. *Lotus-Eaters, Pilgrims, Seekers and Accidental Tourists: How Different Travelers Consume the Sacred and the Profane*. Taylor Francis Group. [online]. © 2013 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.scribd.com/doc/78425182/Travelers-Consume-the-Sacred>
- HOTEL KLÁŠTER TEPLÁ. *Kongresy*. [online]. © 2012 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.hotelklastertepla.cz/kongresy/>
- HOTEL KLÁŠTER TEPLÁ. *Restaurace*. [online]. © 2012 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.hotelklastertepla.cz/restaurace/>
- HOTEL KLÁŠTER TEPLÁ. *Ubytování*. [online]. © 2012 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.hotelklastertepla.cz/ubytovani/>
- ISRAEL HAYOM. Number of tourists visiting Israel rises 5% in 2012. *Israelhayom.com* [online]. © 2013 [cit. 2013-01-21]. Dostupné z: http://www.israelhayom.com/site/newsletter_article.php?id=7006
- KLÁŠTER TEPLÁ. [online]. © 2011 [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: http://www.klastertepla.cz/cz_index.html
- KLÍMOVÁ, Monika. Etické problémy v příjezdovém náboženském cestovním ruchu Prahy s ohledem na kulturní odlišnosti turistů. *Czechtourism.cz* [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=k1%C3%ADmov%C3%A1%20monika&source=web&cd=7&ved=0CE8QFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.forum.czechtourism.cz%2Fdownload%2F2011%2F25_Klimova.doc&ei=9MEFUrOzMobOOZ7MgLgK&usg=AFQjCNG1MzOPnKetAYfNwc3IrQoBBPRmvg&bvm=bv.50500085,d.Yms
- KUČERA, Zdeněk a kol. Poutní místa v kulturním dědictví české společnosti. Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy v Praze. [online]. [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: http://web.natur.cuni.cz/~kuldova1/texty/Kucerova_Kucera_Reeves_Hupkova2011.pdf
- Mapy Google. [online]. © 2013 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <https://maps.google.cz/>
- MIKULA, Mojmír. Náboženský cestovní ruch. *Czechtourism.cz* [online]. 2011 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: http://www.forum.czechtourism.cz/download/2011/7_Mikula.ppt
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Atlas cestovního ruchu České republiky* [online]. 2006 [cit. 2013-03-07]. ISBN 80-239-7256-1. Dostupné z: <http://www.uloz.to/xasjfw2b/atlas-cestovniho-ruchu-cr-2006-pdf>
- MOMO, Giampiero. Náboženský cestovní ruch. *Czechtourism.cz* [online]. [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/zz/italie/09_01_12_nabozensky_cestovni_ruch.pdf

- NATIONAL CATHOLIC REGISTER. Pilgrims Prosper: Faith – Based Travel Proves Recession – Resistant. *NRegister.com* [online]. © 2013 [cit. 2013-01-15]. Dostupné z: http://www.ncregister.com/site/article/pilgrims_prosper
- Pout'. *iEncyklopedie.cz* [online]. © 2011 [cit. 2013-01-07]. Dostupné z: <http://www.iencyklopedie.cz/pout/>
- PŘÍBRAM. *Platné jízdní řády*. [online]. © 2013 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://www.pribram-city.cz/index.php?vid=1409>
- Religious Tourism continues to grow. *Bed and Breakfast.it* [online]. 2012 [cit. 2013-03-11]. Dostupné z: <http://www.bed-and-breakfast-in-italy.com/news2.cfm?id=970>
- SALTZMAN, Dori. Faith – Based, Religious Travel Strong and Growing. [online] © 2005 - 2013 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.travelmarketreport.com/leisure?articleID=4545&LP=1>
- STUDNIČKA, Petr. Náboženský a poutní cestovní ruch – terminologie. *Czechtourism.cz* [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=studni%C4%8Dka%20n%C3%A1bo%C5%BEensk%C3%BD&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.forum.czechtou-rism.cz%2Fdownload%2F2011%2Fstudnicka.ppt&ei=ncMFUr7EIdHCtAbj74GYDw&usg=AFQjCNH-apxHo0LpRJZ7_ePxzXL3wDqT6g&bvm=bv.50500085,d.Yms
- SVATÁ HORA. *Kulturní akce*. [online]. © 2003-2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://svata-hora.cz/cz/70/kulturni-akce>
- SVATÁ HORA. *Nabídka vzdělávacích programů pro školy*. [online]. © 2003-2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://svata-hora.cz/cz/212/nabidka-pro-skoly>
- SVATÁ HORA. *Pravidelné bohoslužby*. [online]. © 2003-2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://svata-hora.cz/cz/29/bohosluzby-svata-hora>
- SVATÁ HORA. *Průvodcovská služba*. [online]. © 2003-2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://svata-hora.cz/cz/11/pruvodcovska-sluzba>
- SVATÁ HORA. *Svatohorské poutní muzeum*. [online]. © 2003-2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://svata-hora.cz/cz/178/svatohorske-poutni-muzeum>
- SVATÁ HORA. *Ubytování na Svaté Hoře*. [online]. © 2003-2009 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://svata-hora.cz/cz/56/pobyty>
- ŠIMÁK, Martin. Církevní turistika je zlatý důl. Ví to už i Duka. *Parlamentní Listy.cz* [online]. 2012, č. 1 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/Cirkevni-turistika-je-zlaty-dul-Vi-to-uz-i-Duka-219532>

Turismus církevní. *Arts Lexikon.cz* [online]. © 2013 [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/Turismus_c%C3%ADrkevn%C3%AD

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM MĚSTA PŘÍBRAM. *Cyklotrasy*. [online]. © 2011 - 2013 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://infocentrum.pribram.eu/cz/cyklotrasy/>

ULTREIA. Svatojanská pouť – cesta do Santiaga de Compostela a další poutě. Jak se zrodila pouť a putování. *Ultreia.cz* [online]. © 2013 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.ultreia.cz/uvod/jak-vznikla-pout/>

VELEHRAD INFO. *Prohlídkové okruhy Velehrad*. [online]. © 2011 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.velehradinfo.cz/prohlidky-pamatek/>

VELEHRAD INFO. *Sportovní vyžití Velehrad*. [online]. © 2011 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.velehradinfo.cz/sportovni-vyziti/>

VELEHRAD INFO. *Ubytování Velehrad*. [online]. © 2011 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.velehradinfo.cz/ubytovani/>

VELEHRAD INFO. *Vzdělávací programy Velehrad*. [online]. © 2011 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.velehradinfo.cz/vzdelavaci-programy/>

WORLD RELIGIOUS TRAVEL ASSOCIATION. An Overview. *Worldreligioustravelassociation.com* [online]. © 2011 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/WRTA/arabian-travel-marketkevin-j-wrightdubai>

WORLD TOURISM ORGANIZATION UNWTO. UNWTO Tourism Highlights. 2011 Edition. *Unwto.org* [online]. [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr_1.pdf

ZELOVÁ, Alena. Rozhovor a dotazník. Manažerstvo kvality na vysokých školách. Technická univerzita v Košiciach. [online]. 2002 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: http://web.tuke.sk/kip/download/rozhovor_dotaznik.pdf

Interní zdroje

Informace z návštěvního provozu Teplá, 2013

INGR, František. Konzultace, 2013

Interní materiály SZ Arcibiskupského zámku a zahrad

JECHORTOVÁ, Martina. Konzultace, 2013

Monitoring zahraničních návštěvníků – Evropa. CzechTourism

Výroční statistiky Oficina del Peregrino 2003 – 2012. Santiago de Compostela

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AG	Arcibiskupské gymnázium
CCRVM	Centrála cestovního ruchu Východní Moravy
CPM	Metoda kritické cesty
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
DK	Dům kultury
DPH	Daň z přidané hodnoty
EUR	Euro
iTV	Internetová televize
LR	Lucie Růžičková
MěÚ	Městský úřad
MHD	Městská hromadná doprava
NIS	Nový izraelský šekel
NPÚ	Národní památkový ústav
PDF	Přenosný formát dokumentů
SZ AZZ	Státní zámek Arcibiskupský zámek a zahrady
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
USA	Spojené státy americké
VKH	Vysokoškolské katolické hnutí
ZUŠ	Základní umělecká škola

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1 Matice SWOT analýzy</i>	<i>31</i>
<i>Obr. 2 Schéma značení uzlů.....</i>	<i>34</i>
<i>Obr. 3 Možné dispoziční řešení výstavních prostor v Muzeu Kroměřížska.....</i>	<i>89</i>
<i>Obr. 4 Výsledek programu WinQSB při použití metody CPM</i>	<i>115</i>
<i>Obr. 5 Uzlové znázornění síťového grafu</i>	<i>116</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1</i> Charakteristika „staré“ a „nové“ éry náboženského turismu	19
<i>Tab. 2</i> Obecná kategorizace poutních a posvátných míst.....	21
<i>Tab. 3</i> Typologie křesťanských poutních míst.....	22
<i>Tab. 4</i> Rozdílná motivace a požadavky na služby u poutníků a turistů	24
<i>Tab. 5</i> Průměrná roční návštěvnost vybraných světových poutních míst	37
<i>Tab. 6</i> Přehled českých CK a CA zaměřených na náboženský cestovní ruch.....	40
<i>Tab. 7</i> Katolická poutní místa v České republice	45
<i>Tab. 8</i> Významná česká poutní místa dle odborníků	46
<i>Tab. 9</i> Hodnocení českých poutních míst dle stanovených dílčích kritérií	48
<i>Tab. 10</i> Základní informace o poutním místě Svatá Hora	49
<i>Tab. 11</i> Přehled ubytovacích a stravovacích možností v poutním areálu Svatá Hora	50
<i>Tab. 12</i> Svatá Hora – čas a cena komentovaných prohlídek.....	51
<i>Tab. 13</i> Rozpis mší svatých na Svaté Hoře	52
<i>Tab. 14</i> Základní informace o poutním místě Velehrad.....	53
<i>Tab. 15</i> Přehled ubytovacích a stravovacích možností v poutním areálu Velehrad.....	54
<i>Tab. 16</i> Velehrad – čas a cena komentovaných prohlídek	55
<i>Tab. 17</i> Rozpis mší svatých na Velehradě.....	56
<i>Tab. 18</i> Základní informace o poutním místě Teplá	57
<i>Tab. 19</i> Teplá – čas a cena komentovaných prohlídek	59
<i>Tab. 20</i> Rozpis mší svatých v Teplé	60
<i>Tab. 21</i> Přehled výsledků socio – demografického oddílu dotazníkového šetření	62
<i>Tab. 22</i> Přehled nejčastěji uváděných důvodů pro a proti návštěvě Miniveletrhu poutních míst	69
<i>Tab. 23</i> SWOT analýza náboženské a poutní turistiky v České republice	73
<i>Tab. 24</i> Základní informace o kulturně – veletržní akci Miniveletrh poutních míst 2013	79
<i>Tab. 25</i> Porovnání možných míst konání Miniveletrhu poutních míst 2013	87
<i>Tab. 26</i> Personální zabezpečení v místě konání miniveletrhu	96
<i>Tab. 27</i> Přehled účinkujících	97
<i>Tab. 28</i> Odhad počtu vystavovatelů a fyzicky přítomných osob na Miniveletrhu poutních míst 2013	98
<i>Tab. 29</i> Materiálové zabezpečení akce – inventář.....	100

<i>Tab. 30 Materiálové zabezpečení akce - výstava.....</i>	100
<i>Tab. 31 Materiálové zabezpečení akce –</i>	101
<i>Tab. 32 Materiálové zabezpečení akce –</i>	102
<i>Tab. 33 Materiálové zabezpečení akce – pohoštění, občerstvení</i>	102
<i>Tab. 34 Materiálové zabezpečení akce - nápoje.....</i>	104
<i>Tab. 35 Materiálové zabezpečení akce – gastronomické vybavení</i>	105
<i>Tab. 36 Časový harmonogram průběhu Miniveletrhu poutních míst 2013.....</i>	113
<i>Tab. 37 Přehled hlavních činností vedoucích k uskutečnění Miniveletrhu poutních míst 2013</i>	114
<i>Tab. 38 Pravděpodobnost výskytu rizika</i>	117
<i>Tab. 39 Míra dopadu/závažnosti rizika</i>	117
<i>Tab. 40 Analýza rizik spojených s projektem.....</i>	117
<i>Tab. 41 Matice rizik</i>	118

SEZNAM MAP

<i>Mapa 1 Významné církevní památky v České republice</i>	44
<i>Mapa 2 Preference sakrálních památek během letní dovolené</i>	70

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1 Příjezdový cestovní ruch podle motivu návštěvy v roce 2010</i>	<i>36</i>
<i>Graf 2 Santiago de Compostela – vývoj počtu návštěvníků využívajících poutní stezky</i>	<i>38</i>
<i>Graf 3 Santiago de Compostela – počet návštěvníků podle motivu poutní cesty</i>	<i>39</i>
<i>Graf 4 Způsob vnímání pojmu poutní turistika</i>	<i>64</i>
<i>Graf 5 Znalost českých poutních míst u respondentů</i>	<i>64</i>
<i>Graf 6 Účast respondentů na náboženském a poutním turismu</i>	<i>65</i>
<i>Graf 7 Hodnocení atraktivity náboženského a poutního turismu</i>	<i>66</i>
<i>Graf 8 Česká a zahraniční poutní místa v nabídce CK a CA</i>	<i>67</i>
<i>Graf 9 Formy propagace náboženského cestovního ruchu a poutních míst</i>	<i>68</i>
<i>Graf 10 Povědomí respondentů o akci Miniveletrh poutních míst</i>	<i>69</i>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

Příloha P II: Miniveletrh poutních míst 2011 a 2012 – přehled vystavovatelů

Příloha P III: Miniveletrh poutních míst 2013 - rozpočet

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Potenciál poutní turistiky v České republice

Dobrý den,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku týkajícího se náboženské a poutní turistiky. Výsledky budou použity jako podklad pro moji diplomovou práci, jejímž předmětem je analýza potenciálu poutní turistiky v České republice. Dotazník je zcela anonymní.

Předem děkuji za provádné odpovědi a za Váš čas, který jste strávili nad vyplňováním dotazníku.

Bc. Lucie Růžičková

U každé otázky prosím křížkem označte hodici se odpověď.

Otázka	Odpověď	Zvolená odpověď
1. Pohlaví	Muž Žena	
2. Věk	15 – 20 let	
	21 – 30 let	
	31 – 40 let	
	41 – 50 let	
	51 – 60 let	
3. Nejvyšší dosažené vzdělání	Více než 60 let	
	Základní vzdělání	
	Vyuční list	
	Všeobecná/odborná maturita	
4. Status	Vyšší odborné vzdělání	
	Vysokoškolské vzdělání	
	Pracující	
	Nezaměstnaný	
	Student	
5. Víra	Důchodce	
	Věřící	
	Nevěřící	

6. Setkal/a jste se již s pojmy náboženský a poutní cestovní ruch?

Ano

Ne

Pouze okrajově

7. Co si představujete pod pojmem poutní turistika?

Absolvování náboženských poutí věřícími

Návštěva poutních míst všemi turisty, ne jen věřícími

Návštěva poutních míst věřícími

Návštěva poutních míst věřícími

8. Uvedte, která česká poutní místa znáte:

9. Poutní místo vnímáte jako:

Místo, které je určeno pouze pro věřící

Architektonicky zajímavé místo

Vhodné místo pro výlet

Místo, které má historický význam a hodnotu

10. Byl/a jste někdy účastníkem poutního turismu?

Ano, v zahraničí

Ano, v České republice

Ne

11. Uvedte, která poutní místa v České republice jste již navštívil/a:

12. Shledáváte poutní turistiku jako atraktivní a zajímavou formu kulturně-poznávacího cestovního ruchu?

Ano

Ne

Jen částečně

13. Měl/a byste v budoucnu zájem zúčastnit se poutního turismu, respektive navštívit některá poutní místa v České republice?

Ano (dotazník pokračuje otázkou č. 15)

Ne (dotazník pokračuje otázkou č. 14)

14. Napište prosím důvod, proč o tomto typ turismu nemáte zájem:

15. Podnik/a byste tuto cestu individuálně nebo byste raději zvolil/a hromadný zájezd organizovaný cestovní kanceláří či agenturou?

Uprřednostňuji hromadný zájezd organizovaný CK nebo CA

Uprřednostňuji individuální návštěvu poutního místa

16. Zaregistroval/a jste v nabídce cestovních kanceláří a agentur zájezdy orientované na náboženský turismus a návštěvu poutních míst?

Ano (dotazník pokračuje otázkou č. 17)

Ne (dotazník pokračuje otázkou č. 18)

17. Uvedte prosím, o jakou nabídku se jednalo:

Návštěva poutních míst v zahraničí

Návštěva poutních míst v České republice

Návštěva poutních míst v České republice

18. Myslíte si, že je náboženský cestovní ruch a českým poutním místům věnována dostatečná pozornost z hlediska propagace?

Ano

Ne

Nevím

19. Určitou formu propagace náboženského cestovního ruchu a poutních míst jsem zaregistroval/a: (zvolte alespoň jednu možnost)

V televizním vysílání

V propagačních materiálech

- V rozhlasovém vysílání
- V novinách a v časopisech
- Na internetu
- V turistických informačních centrech
- Na veletrhu
- Nezaregistroval/a jsem žádnou propagaci tohoto typu cestovního ruchu

20. Víte, že se v Kroměříži koná akce Mini veletrh poutních míst?

- Ano, vím, že se koná a vím také, o jakou akci se jedná
- Ano, vím, že se koná, ale nevím, o jakou akci jde
- Ne, nevím a nikdy jsem o této akci neslyšel/a

21. Mě/a byste zájem tento minivletrh navštívit?

- Ano (dotazník pokračuje otázkou č. 22)
- Ne (dotazník pokračuje otázkou č. 23)

22. Uvedte prosím důvod, proč byste chtěl/a minivletrh navštívit a co od této akce očekáváte:

23. Uvedte prosím důvod, proč nemáte zájem se minivletrhu zúčastnit:

- Místo konání je pro mě příliš daleko
- Nejsm věřící a nábožensky orientované akce mě nezajímají
- Vlastní odpověď:
- Dávám přednost jinému druhu cestovního ruchu

Ještě jednou Vám děkuji za vyplnění.

Zdroj: vlastní zpracování

**PŘÍLOHA P II: MINIVELETRH POUTNÍCH MÍST 2011 A 2012 –
PŘEHLED VYSTAVOVATELŮ**

2011					
Poutní Místo	(Arci)diecéze	Kraj	Okres	Způsob prezentace	
				Osobní účast	Propagační materiály
1. Dub nad Moravou	Olomoucká	Olomoucký	Olomouc	✓	✓
2. Svatá Hora	Pražská	Středočeský	Příbram	✗	✓
3. Svatý Hostýn	Olomoucká	Zlínský	Kroměříž	✗	✓
4. Vranov u Brna	Brněnská	Jihomoravský	Brno - venkov	✓	✓
Další vystavovatelé	Typ subjektu	Sídlo	Způsob prezentace		
			Osobní účast	Propagační materiály	
1. Arcibiskupský palác v Olomouci	Sídlo úřadů olomouckého arcibiskupství	Olomouc	✓	✓	

2012					
Poutní místo	(Arci)diecéze	Kraj	Okres	Způsob prezentace	
				Osobní účast	Propagační materiály
1. Hluboké Mašůvky	Brněnská	Jihomoravský	Znojmo	✗	✓
2. Křtiny	Brněnská	Jihomoravský	Blansko	✗	✓
3. Slavkovice	Brněnská	Vysočina	Žďár nad Sázavou	✓	✓
4. Vranov u Brna	Brněnská	Jihomoravský	Brno - venkov	✗	✓
5. Dobrá Voda u Českých Budějovic	Českobudějovická	Jihočeský	České Budějovice	✗	✓
6. Koclířov	Královéhradecká	Pardubický	Svitavy	✓	✓
7. Kutná Hora	Královéhradecká	Středočeský	Kutná Hora	✓	✓
8. Malé Svatoňovice	Královéhradecká	Královéhradecký	Trutnov	✗	✓
9. Neratov	Královéhradecká	Pardubický	Pardubice	✗	✓
10. Želiv	Královéhradecká	Vysočina	Pelhřimov	✓	✗
11. Blatnice pod Svatým Antonínkem	Olomoucká	Jihomoravský	Hodonín	✗	✓

12. Dub Nad Moravou	Olomoucká	Olomoucký	Olomouc	✓	✓
13. Jaroměřice u Jevíčka	Olomoucká	Pardubický	Svitavy	✓	✓
14. Nezamyslice na Hané	Olomoucká	Olomoucký	Prostějov	✓	✓
15. Provodov	Olomoucká	Zlínský	Zlín	✗	✓
16. Suchdol u Prostějova	Olomoucká	Olomoucký	Prostějov	✗	✓
17. Svatý Hostýn	Olomoucká	Zlínský	Kroměříž	✓	✗
18. Svatý kopeček u Olomouce	Olomoucká	Olomoucký	Olomouc	✓	✗
19. Velehrad	Olomoucká	Zlínský	Uherské Hradiště	✗	✓
20. Zlaté Hory	Ostravsko - opavská	Olomoucký	Jeseník	✓	✗
21. Klášter Teplá	Plzeňská	Karlovarský	Cheb	✓	✗
22. Svatá Hora	Pražská	Středočeský	Příbram	✗	✓
Další vystavovatelé	Typ subjektu	Sídlo	Způsob prezentace		
			Osobní účast	Propagační materiály	
1. Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s.	Destinační management pro oblast Východní Moravy	Zlín	✓	✓	
2. Betlém Horní Lideč	Mechanický betlém	Horní Lideč	✓	✓	
3. Ing. František Odehnal + Kartuziánské nakladatelství a vydavatelství	Nakladatelství a vydavatelství specializované na metodické a pracovní pomůcky pro výuku náboženství	Brno	✓	✓	
4. Arcibiskupský palác v Olomouci	Sídlo úřadů olomouckého arcibiskupství	Olomouc	✓	✓	

Zdroj: vlastní zpracování, Interní materiály SZ Arcibiskupského zámku a zahrad

**PŘÍLOHA P III: MINIVELETRH POUTNÍCH MÍST 2013 -
ROZPOČET**

Název akce: Miniveletrh poutních míst v Kroměříži 2013		
Pořadatel/Nositel: SZ Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži		
Datum pořádání akce: 22. – 24. 3. 2013		
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY		
<i>Číslo položky</i>	<i>Druh nákladů</i>	<i>Částka v Kč</i>
A	Materiálové náklady celkem	12 579 Kč
1	Nápoje:	
a	Voda perlivá 0,75 l	960 Kč
b	Čaj ovocný/černý	600 Kč
c	Káva espresso	1 200 Kč
d	Víno 0,7 l	2 600 Kč
e	Degustační víno 0,7 l	1 430 Kč
2	Propagační materiály a další tiskoviny:	
a	Plakáty A3	0 Kč
b	Informační letáky A5	2 250 Kč
c	Popisky na „A“ stojany	24 Kč
d	Plachtové bannery s oky	935 Kč
e	Tištěná pozvánka v obálce	113 Kč
f	Vizitky vystavovatelů	60 Kč
g	Dotazníky	200 Kč
h	Skládaná brožura A4	1 100 Kč
i	Návštěvní kniha	55 Kč
3	Drobné občerstvení:	
a	Bake Rolls 70 g	160 Kč
b	Bohemia tyčinky 85 g	140 Kč
c	citrony	100 Kč
4	Ostatní materiál:	
a	Sladké balíčky pro účinkující ze ZUŠ	600 Kč
b	Ubrousky	52 Kč
B	Energie celkem	0 Kč
5	Elektřina	0 Kč

6	Plyn	0 Kč
7	Vodné/stočné	0 Kč
C	Služby celkem	29 678 Kč
8	Nájemné:	
a	Výstavní prostory Muzeum Kroměřížska	0 Kč
b	Pódium na Velkém náměstí	0 Kč
c	Balkonový sál na Arcibiskupském zámku	0 Kč
9	Poštovné	388 Kč
10	Telefon, fax	0 Kč
11	Grafické zpracování	
a	Grafický návrh plakát A3	0 Kč
b	Grafický návrh informační leták A5	1 200 Kč
12	Dodání květinové dekorace	600 Kč
13	Dodání pohoštění:	
a	Moravské koláčky	1 890 Kč
b	Čokoládové pralinky	1 104 Kč
c	Pohoštění během společenského večera (celý rautový stůl)	11 500 Kč
d	Rautové mísy	1 246 Kč
e	Pečivo k rautovým mísám	250 Kč
14	Doprovodný a zábavný program:	
a	Sommeliér	1 000 Kč
b	Prezentace o výrobě čokoládových pralinek	0 Kč
c	Chrámový pěvecký sbor Tibi	10 500 Kč
15	Inzerce:	
a	Kroměřížský zpravodaj	0 Kč
b	Rádio Haná	0 Kč
D	Cestovní náklady celkem	3 654 Kč
16	Benzín/nafta	1 500 Kč
17	Doprava sboru Tibi	2 154 Kč
E	Personální náklady celkem	5 500 Kč
18	Dohoda o provedení práce	5 500 Kč
	Předpokládané náklady celkem	51 411 Kč

Zdroj: vlastní zpracování