



STRATEGIE CÍRKEVNÍ TURISTIKY

Biskupství ostravsko-opavské
2017
Dokument A

Použité zkratky	3
Úvod	4
I. POPISOVÁ ČÁST	5
1. Definice pojmu církevní turistika	5
2. Cíle církevní turistiky	5
3. Teze církevní turistiky	6
4. Tematické oblasti církevní turistiky	7
4.1 Památky a zajímavosti	7
4.2 Poutní místa	7
4.3 Poutní trasy	7
4.4 Ubytování a stravování	7
II. ANALYTICKÁ ČÁST	8
1. Vymezení území	8
1.1 Základní charakteristika území ostravsko-opavské diecéze	8
1.2 Členění území dle turistického významu jednotlivých oblastí ČR	9
2. Instituce zajišťující koordinaci cestovního ruchu v ČR	10
2.1 Hlavní subjekty v oblasti koordinace cestovního ruchu v České republice	10
2.2 Hlavní subjekty cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji	10
3. Strategické dokumenty v oblasti cestovního ruchu v České republice a Moravskoslezském kraji	12
3.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020	12
3.2 Marketingová koncepce cestovního ruchu agentury CzechTourism	12
3.3 Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji (verze 2015)	13
4. Analýza vzniku a vývoje církevní turistiky v ČR	14
4.1 Vznik církevní turistiky v České republice	14
4.2 Vznik církevní turistiky na Biskupství ostravsko-opavském	14
4.3 Pojem církevní turistika v cestovním ruchu na území České republiky	15
5. Analýza tematických oblastí církevní turistiky řešených ostravsko-opavskou diecí	16
5.1 Analýza tématu „Poutní místa“	16
5.2 Analýza tématu „Ubytování“	16
5.3 Analýza tématu „Zajímavosti“	20
5.4 Analýza tématu „Poutní trasy“	22
6. Analýza nástrojů pro koordinaci církevní turistiky	23
6.1 Lidské zdroje	23
6.2 Aktéři cestovního ruchu	23
6.3 www.cirkevnuturistika.cz	23
6.4 www.facebook.com/cirkevni.turistika (on-line reklama)	24
6.5 Mobilní aplikace	24
6.6 Koordinační jednání koordinátorů církevní turistiky	24
6.7 Média	24
6.8 Veletrhy a lokální kulturní akce	24
7. Analýza projektu „Otevřené chrámy“ v ostravsko-opavské diecí	25
8. SWOT Analýza	26
8.1 SWOT analýza tématu Církevní turistika	26
8.2 SWOT analýza oblasti Ubytování	29
III. NÁVRHOVÁ ČÁST	31
1. Návrhová část pro tematické oblasti církevní turistiky jako celku	31
2. Návrhy pro tematické oblasti církevní turistiky řešené Biskupstvím ostravsko-opavským	33
3. Návrhy spolupráce církevní turistiky s jinými odbory/odděleními na Biskupství ostravsko-opavském a vybranými spolupracujícími subjekty	38
Závěr	38
Závěrečné slovo	39

BOO	Biskupství ostravsko-opavské
CT	Církevní turistika
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
KDS	Krajská destinační společnost
KLACR	Klastr cestovního ruchu České republiky
MSK	Moravskoslezský kraj



Dokument vznikl na Biskupství ostravsko-opavském na základě dohody a spolupráce s koordinátory církevní turistiky z České republiky a Opolského biskupství v Polsku. Jeho tvorba byla spolufinancována z dotace EU z programu Interreg V-A, Česká republika – Polsko v rámci projektu „Církevní turistika“.

Doposud neexistoval oficiální dokument, který by se snažil souhrnně popsat oblast církevní turistiky, nastavit směr jejího dalšího rozvoje a současně zaznamenat fungování v příhraniční oblasti. S ohledem na rozdíly na Polské a české straně byl dokument rozdělen do dvou samostatných částí.

Dokument A: Strategie Církevní turistiky v Ostravsko-opavské diecézi

Dokument B: Strategie Církevní turistiky v Opolské diecézi

Oba dokumenty mají podobnou strukturu, a je tak možné provést jejich srovnání. Při posuzování je nutné přijmout fakt, že na polské straně neexistuje pracovní pozice koordinátora CT.

Soubor níže uvedených informací se snaží upozornit na možnosti využití disponibilních zdrojů církve s respektem ke stanoveným tezím a cílům církevní turistiky. Církev tak projevuje zájem stát se aktérem cestovního ruchu, který je součástí terciární sféry národního hospodářství.

Strategický dokument si klade za cíl:

1. Definovat pojem církevní turistika a její cíle.
2. Popsat vývoj činnosti církevní turistiky v ČR.
3. Popsat oblasti, na které se církevní turistika zaměřuje.
4. Identifikovat hlavní aktéry cestovního ruchu v Ostravsko-opavské diecézi a návazně v České republice.
5. Podrobně analyzovat všechny oblasti činnosti církevní turistiky na příkladu Ostravsko-opavské diecéze.
6. Poznat silné a slabé stránky církevní turistiky a zároveň její příležitosti a ohrožení.
7. Popsat systém a možnosti spolupráce v oblasti církevní turistiky na Biskupství ostravsko-opavském.
8. Vybrat nejzajímavější témata pro rozvoj církevní turistiky v Ostravsko-opavské diecézi.
9. Navrhnout další postup pro rozvoj církevní turistiky v Ostravsko-opavské diecézi a České republice.
10. Sestavit doporučení pro rozvoj církevní turistiky v Ostravsko-opavské diecézi.

Hodnocení naplnění stanovených cílů je uvedeno v závěrečné části dokumentu.

1. DEFINICE POJMU CÍRKEVNÍ TURISTIKA

Církevní turistika je segment turistiky rozvíjený křesťanskými církvemi¹.

Církevní turistika prezentuje křesťanské církevní památky a zajímavosti, poutní místa, poutní trasy a doplňkové služby poskytované církevními subjekty.

Pojem turistiky v církevním prostředí popisuje podrobněji Poselství papežské rady pro pastoreci migrantů a cestujících vydanou ke světovému dni turismu dne 27.10.2015 (příloha č.1 strategie).

2. CÍLE CÍRKEVNÍ TURISTIKY

Představení křesťanství

Církevní turistika nabízí možnost nezávazného přiblížení se a setkání s křesťanstvím. Církevní turistika prezentuje nejširší veřejnosti poutní místa, křesťanské církevní památky a další zajímavosti, které mají křesťanskou víru jako společného jmenovatele. Zároveň představuje nové možnosti využití církevních objektů a propojuje křesťanské církevní památky s ostatními doprovodnými aktivitami, které přispívají k obnově duchovních, duševních i fyzických sil.

Prostor setkání

Církevní turistika vytváří prostor pro setkání. Návštěvníci mají možnost setkat se s křesťanstvím prostřednictvím duchovního prožitku, rozhovoru, svědectví místního společenství, hudby, umění, ...

Nízkoprahově

Církevní turistika je určena pro nejširší veřejnost. Cílem je vytvořit „nízkoprahovou“ nabídku k setkání pro všechny bez ohledu na jejich náboženské smýšlení. Návštěva poutních míst, církevních objektů, architektonických a uměleckých zajímavostí a doprovodných programů, spolu s atmosférou dovolené a odpočinku, dávají příležitost oslovit co nejširší veřejnost.

Společenský a kulturní dosah

Církevní turistika chce vzbudit zájem o společenskou a kulturní hodnotu kostelů. Církevní turistika prezentuje poutní místa, církevní objekty a křesťanské zajímavosti jako důležitou součást společenského života obyvatel a poukazuje také na jejich kulturní hodnotu, na kořeny a tradice, ze kterých náš národ vychází a které jsou stále živé.

Přesah

Na církevní turistiku navazuje další nabídka. Nabídka, jejímž prostřednictvím se křesťanství v církevní turistice představí, poskytuje možnost celoroční návaznosti. Ti, kdo byli osloveni, mají příležitost využít nabídku církevní turistiky účastí na dalších doprovodných programech.

¹Pojem začala používat katolická církev v ČR a je otevřena další spolupráci se členy a pozorovateli Ekumenické rady církví v České republice

1. TEZE CÍRKEVNÍ TURISTIKY

Ekumenicky

Církevní turistika prezentuje rozmanitost křesťanských církví. Církevní turistika umožňuje návštěvníkům prožít rozmanitost křesťanských církví a náboženského života. Spolu s katolickou církví se jí účastní i další křesťanské církve, které jsou členy Ekumenické rady církví v České republice.

Příležitost k rozvoji

Církevní turistika je otevřena všem farnostem, sborům, církevním obcím, řádům a křesťanským církevním společenstvím, která se mohou k akci připojit a dát jí tak příležitost stát se v budoucnu nedílnou součástí života křesťanských církví u nás a ve světě.

Dobrovolně

Církevní turistika je založena na dobrovolné spolupráci farností, sborů, církevních obcí, řádů a dalších křesťanských církevních společenství (dále jen křesťanská společenství). Je na rozhodnutí jednotlivých křesťanských společenství, zda se chtějí k církevní turistice připojit.

Zapojení místního společenství

Podoba nabídky církevní turistiky je plně v kompetenci jednotlivých křesťanských společenství. To zaručuje tvořivost a zároveň prezentuje celou šíři křesťanského života a kultury, protože nabídka církevní turistiky odpovídá charakteru jednotlivých společenství.

Motivace organizátorů

Budou vytvořeny příležitosti k získání informací důležitých pro rozvinutí schopností a dovedností křesťanů pečujících o poutníky a účastníky církevního cestovního ruchu a jejich motivaci. K tomu mohou pomoci informační setkání, semináře, vzdělávací kurzy a osobní kontakty.

Ekonomická udržitelnost

Církevní turistika podporuje dosažení ekonomického užitku z cestovního ruchu pro všechny části místního společenství. Rozvoj cestovního ruchu poskytuje možnost prospívat zapojeným křesťanským společenstvím, rodinám i jednotlivcům, a naplno využívat místní lidské zdroje.

Koordinace

Církevní turistika je propojena jednotným vizuálním stylem a prezentací na www.cirkevnuturistika.cz. Úkol zajistit koordinaci přijalo Biskupství brněnské. V součinnosti se zapojenými křesťanskými společenstvími zajišťuje společnou propagaci a vzájemnou návaznost jednotlivých prezentací a nabídek.

1. TEMATICKÉ OBLASTI CÍRKEVNÍ TURISTIKY

Církevní turistika se věnuje čtyřem oblastem. V analytické části dokumentu jsou pak pro jednotlivé oblasti uvedeny konkrétní příklady.



4.1 Památky a zajímavosti

Jedná se o památky a zajímavosti duchovního nebo historického významu např. památkově nebo architektonicky zajímavé kostely, malby, sochy, obrazy, církevní zvyklosti a tradice, křížové cesty, krypty, klášterní zahrady, kláštery, věže, muzea aj. S touto oblastí se pojí rovněž doprovodné společenské akce a události (koncerty, muzikály, divadelní představení), které jsou tematicky propojeny s křesťanstvím.



4.2 Poutní místa

Poutní místa jsou důležitou součástí duchovního života věřících, kteří je často navštěvují a prosí zde o vyslyšení. Poutním místem se ve většině případů stala lokalita, kde došlo nebo dochází k mimořádným událostem (zázrakům). Za poděkování vyslyšení svých proseb, zde věřící přinášejí dary, tzv. votivní předměty (anebo si je z tohoto místa odnášejí domů).



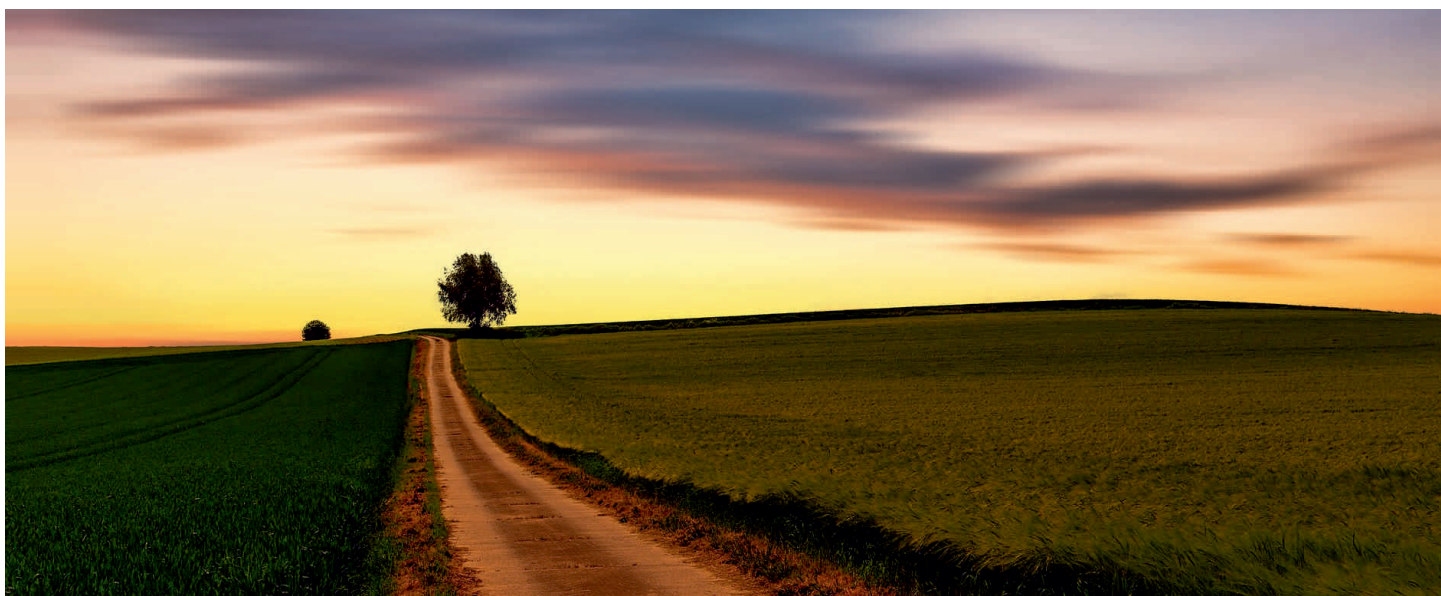
4.3 Poutní trasy

Poutními trasami jsou myšleny historicky známé trasy a stezky spojené se jmény významných světců, ale také poutní trasy lokální, které mají význam zejména pro místní obyvatele. Nejznámější poutní trasou je stezka Sv. Jakuba, směřující k jeho hrobu ve španělském městě Santiago de Compostela. Dnešní doba zažívá rozvoj tematických poutních tras, které propojují několik významných duchovních míst navzájem. Poutnictví se v historii lidstva vyskytuje od nepaměti. V průběhu tisíciletí prošly poutě a poutníci velkou proměnou.



4.4 Ubytování a stravování

Tato část si klade za úkol zabývat se rozvojem ubytování a stravování v církevních objektech (fary, kláštery, zámky, školy, hospodářské objekty aj.).



Úvodní část analýzy je zaměřena na vymezení zájmového území Ostravsko-opavské diecéze a seznámení se s regionálním členěním území ČR pro potřeby cestovního ruchu. Dále je přistoupeno k analýze institucí a strategických dokumentů, které se zabývají koordinací cestovního ruchu v ČR a v Moravskoslezském kraji. Hlavní část analýzy je rozdělena do tří menších oddílů. První popisuje vznik a vývoj církevní turistiky v ČR a na Biskupství ostravsko-opavském. Druhý oddíl je zaměřen na podrobný rozbor jednotlivých zájmových oblastí církevní turistiky. V závěrečném oddílu je provedena SWOT analýza církevní turistiky jako celku a podoblasti „ubytování“.

1. VYMEZENÍ ÚZEMÍ

1.1 Základní charakteristika území Ostravsko-opavské diecéze

Ostravsko-opavská diecéze existující od roku 1996 se rozkládá na území dvou historických zemí, Moravy a Slezska (dnešní Moravskoslezský kraj a část Olomouckého kraje). Podrobný historický popis zachycuje příloha č. 13 s názvem *Historický vývoj církve - 4 příběhy*². Diecéze se nachází v severovýchodní části České republiky a hraničí s Polskem a Slovenskem. V rámci Moravskoslezského kraje zahrnuje okresy Bruntál, Frýdek-Místek, Karviná, Nový Jičín, Opava a Ostrava-město. Z Olomouckého kraje do diecéze náleží okres Jeseník a okrajová část okresu Olomouc (Huzová, Nové Valteřice a Moravský Beroun). Počet obyvatel v území je cca 1,3 mil. Počet věřících v diecézi, kteří se pravidelně účastní nedělních bohoslužeb, je dle statistických údajů cca 53 tis., což odpovídá cca 5% ze všech obyvatel území diecéze. Území diecéze navštívilo v r. 2016 přes 811 tis. turistů. Z toho 39 tis. turistů ze Slovenska a 38 tis. turistů z Polska, kteří zde stráví v průměru 2,5 dne a utratí cca 1000 Kč/os./den. Příhraniční poloha diecéze umožňuje spolupráci se sousedními státy s možností získání dotačních prostředků z EU. Tuto příležitost nabízí existence čtyř Euroregionů (Beskydy, Praděd, Silesia a Těšínské Slezsko). Z uvědomění si své lokality lze stanovit okruh cílových skupin a jejich dobu dojezdové vzdálenosti.

Mapa diecézí ČR



²Historický vývoj církve je přílohou č.13 strategie a popisuje 4 příběhy: osídlování, osvěta, reformace a solidarita. V textu přílohy je uvedena řada příkladů sakrálních památek a podpůrných informací pro úvahy o tvorbě turistických produktů na území Ostravsko-opavské diecéze.

Mapa diecézí ČR (příloha č. 11 strategie). Mapa Ostravsko-opavské diecéze s uvedenými výletními tipy je přílohou č.12 strategie.

1.2 Členění území dle turistického významu jednotlivých oblastí ČR

ČR se dělí na turistické regiony, které jsou dále členěny na turistické oblasti. Hlavním účelem členění je propagace, marketing a koordinace cestovního ruchu. Velkou roli při členění hraje geografická poloha a historie daného území.

Na území Ostravsko-opavské diecéze se nachází turistické oblasti Beskydy-Valašsko, Jeseníky-východ, Poodří-Moravské Kravařsko, Opavské Slezsko, Ostravsko a Těšínské Slezsko. Z části Olomouckého kraje je zde turistická oblast Jeseníky-západ.



Mapa turistických regionů; Zdroj dat: <http://www.mapy.geodezieonline.cz>

1. Západočeské lázně
2. Severozápadní Čechy (2.1 Krušné hory a Podkrkonoší, 2.2 České středohoří a Žatecko, 2.3 České Švýcarsko)
3. Českolipsko a Jizerské hory (3.1 Českolipsko, 3.2 Jizerské hory),
4. Český ráj
5. Krkonoše a Podkrkonoší
6. Královéhradecko (6.1 Hradecko, 6.2 Kladské pomezí, 6.3 Orlické hory)
7. Plzeňsko a Český les (7.1 Český les, 7.2 Plzeňsko)
8. Střední Čechy (8.1 Střední Čechy - západ, 8.2 Střední Čechy - jih, 8.3 Střední Čechy - severovýchod - Polabí)
9. Praha
10. Východní Čechy (10.1 Pardubicko, 10.2 Podorlicko, 10.3 Králický Sněžník, 10.4 Chrudimsko - Hlinecko, 10.5 Českomoravské pomezí)
11. Střední Morava a Jeseníky - západ (11.1 Jeseníky - západ, 11.2 Střední Morava)
12. Severní Morava a Slezsko (12.1 Jeseníky - východ, 12.2 Opavské Slezsko, 12.3 Poodří - Moravské Kravařsko, 12.4 Těšínské Slezsko, 12.5 Ostravsko, 12.6 Beskydy - Valašsko)
13. Šumava
14. Jižní Čechy
15. Vysočina
16. Jižní Morava (16.1 Moravský kras, 16.2 Brno a okolí, 16.3 Znojemsko a Podýjí, 16.4 Pálava a Lednicko-valtický areál, 16.5 Slovácko I.)
17. Východní Morava (17.1 Kroměřížsko, 17.2 Valašsko, 17.3 Zlínsko a Luhačovicko, 17.4 Slovácko II.)

2. INSTITUTE ZAJIŠŤUJÍCÍ KOORDINACI CESTOVNÍHO RUCHU V ČR

2.1 Hlavní subjekty v oblasti koordinace cestovního ruchu v České republice.

2.1.1 Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (dále MMR)

MMR hlavním metodickým a koordinačním orgánem pro všechny subjekty působící v oblasti cestovního ruchu. Cílem ministerstva je využít legislativní nástroje při vytváření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v České republice, a pomoci jasných pravidel dosáhnout lepší ochrany spotřebitele a stanovit pravidla pro provoz cestovních kanceláří a agentur.

2.1.2 CzechTourism

Jedná se o státní příspěvkovou organizaci zařazenou pod správu MMR. Základním cílem této agentury je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v samotné České republice. K dosažení tohoto cíle plní specifické úkoly uvedené v příloze č. 5 strategie. V rámci svého poslání koordinuje státní propagaci cestovního ruchu s aktivitami prováděnými podnikatelskými a regionálními subjekty a rozvíjí střednědobou a aktuální strategii pro marketing cestovního ruchu na domácím a zahraničním trhu. Kontakt a komunikaci agentury s regiony a oblastmi cestovního ruchu v ČR zajišťuje Odbor regionální partnerství a vztahy B2B. Základním prvkem spolupráce je zajištění efektivní vzájemné komunikace mezi regionem a CzechTourism.

2.2 Hlavní subjekty cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji

Struktura koordinace je ve většině krajů ČR stejná (popř. velmi podobná), a je tak možné na příkladu koordinace cestovního ruchu v MSK postupovat i v jiných částech ČR.

2.2.1 Krajský úřad Moravskoslezského kraje

Krajský úřad prostřednictvím odboru regionálního rozvoje a cestovního ruchu koordinuje dění cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. Úřad úzce spolupracuje s krajskou destinační společností Moravian-Silesian Tourism, s.r.o. Prostřednictvím odboru jsou ke schválení předkládány radě a zastupitelstvu kraje návrhy pro další činnosti v této oblasti.

2.2.2 Krajská destinační společnost - Moravian-Silesian Tourism, s.r.o.

Moravian-Silesian Tourism, s.r.o., (KDS) je založená Moravskoslezským krajem. Hlavním úkolem je koordinace destinačního managementu a realizace marketingových aktivit v České republice i zahraničí za účelem posílení povědomí o turistickém regionu severní Morava a Slezsko jako atraktivní destinaci pro trávení dovolené i kongresovou turistiku.

Spolupráce krajské destinační společnosti s ostatními subjekty cestovního ruchu se odehrává prostřednictvím „Poradního orgánu“, který je složen z jedenácti stálých členů.

Poradní orgán se schází min 6x ročně (svolován zástupci Krajského úřadu), tvoří jej:

1. Manažéři turistických oblastí (6x)
2. Zástupce Ostravsko-opavské diecéze
3. Zástupce KLACR (Klastr cestovního ruchu České republiky)
4. Zástupce Letiště Ostrava, a.s.
5. Náměstek hejtmána Moravskoslezského kraje pro cestovní ruch
6. Zástupce Krajského úřadu Moravskoslezského kraje (vedoucí odboru regionálního rozvoje a cestovního ruchu, či jeho zástupce)

Začlenění Ostravsko-opavské diecéze jako stálého člena Poradního orgánu KDS proběhlo v rámci aktualizace „Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji na léta 2015-2020. Takto aktualizace byla usnesením rady kraje č. 14/1158 ze dne 30. 5. 2017 doporučena zastupitelstvu kraje ke sválení. Schválení proběhlo 15. 6. 2017.

Zástupce Ostravsko-opavské diecéze se jako plnohodnotný člen Poradního orgánu MSK automaticky účastní veškerých aktivit krajské destinační společnosti a spolupodílí se na tvorbě plánu aktivit. Rovněž se spolupodílí na všech marketingových aktivitách a aktivitách na podporu cestovního ruchu. Zároveň KDS považuje církevní turistiku za součást všech marketingových aktivit turistického regionu Severní Moravy a Slezska.

Marketingové aktivity zahrnují:

Vzdělávací a osvětová činnost (produktové workshopy – spolupráce na přípravě celokrajského produktu v souvislosti s komunikačními tématy CzechTourism; realizace statistických šetření – Analýza profilu návštěvníka turistického regionu Severní Morava a Slezsko, spoluúčast na tvorbě plánu aktivit.

Tvorba produktů v cestovním ruchu v souvislosti komunikačních tématem CzechTourism a hlavními produktovými řadami turistického regionu Severní Morava a Slezsko (kulturní turismus, letní a zimní aktivity)

Aktivity podpory prodeje (účast na veletrzích, výstavách a prezentačních akcích, spoluorganizace fam&press tripů, spoluúčast v inzertních kampaních)

On-line media (oficiální turistický portál Severní Morava a Slezsko, sociální sítě, on-line kampaně),

2.2.3 Lokální destinační managementy

Jedná se o vymezenou část regionu, která je základní „konkurenční“ jednotkou v cestovním ruchu. Na námi zkoumaném území MSK fungují tyto destinační managementy:

1. Destinační management turistické oblasti Beskydy-Valaško, o.p.s.
2. Euroregion Praděd
3. Destinační management turistické oblasti Těšínské Slezsko
4. Turistická oblast Opavské Slezsko, z.s.
5. Statutární město Ostrava
6. Destinační management Turistická oblast Poodří – Moravské Kravařsko.

3. STRATEGICKÉ DOKUMENTY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE A MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI

Rozhodnutí o spolupráci se shora uvedenými subjekty vyžaduje znalost jimi vytvořených strategií či akčních plánů koordinujících činnosti v cestovním ruchu. Za účelem sestavení této strategie došlo k prostudování níže uvedených dokumentů.

3.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020

Nezbytný nástroj pro činnost Ministerstva pro místní rozvoj v oblasti koordinace cestovního ruchu. Koncepce³ představuje střednědobý strategický dokument a vychází především z rozvojových možností cestovního ruchu v České republice.

Jejím hlavním cílem je zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržení jeho ekonomické výkonnosti i jeho pozitivních dopadů na socio-kulturní a environmentální rozvoj České republiky. Za pomoci zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu chce MMR podpořit a stabilizovat regionální spolupráci mezi veřejným, privátním a neziskovým sektorem na principech destinačního managementu.

Koncepce je propojená s realizací národního marketingu, který je popsán a specifikován ve schválené Marketingové koncepci cestovního ruchu agentury CzechTourism. Oba materiály byly připravovány současně a jsou tedy vzájemně provázané. Z uvedených materiálů opět vychází samotná Marketingová strategie cestovního ruchu 2013+, která bývá v několikaletých intervalech aktualizována a je základem pro konkrétní marketingové plány CzT na daný rok.

Průsečíky koncepce státní politiky s církevní turistikou:

- v části 3.1.2. Nosné typy cestovního ruchu, str. 11 – Městský a kulturní cestovní ruch: „Městský a kulturní cestovní ruch je základním prvkem všech poznávacích forem cestovního ruchu“
- v části 6.2 Strategické vize a cíle koncepce, Globální cíle koncepce, str. 31, odrážka 4: „Podporu využívání kulturního a přírodního dědictví pro rozvoj cestovního ruchu, avšak s garancemi zachování jejich kvality“
- v části Cíle koncepce, str. 35 Priorita č.1, č.2, č.3, č.4. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
- v části Přeshraniční kontext podpory cestovního ruchu, str. 60

3.2 Marketingová koncepce cestovního ruchu agentury CzechTourism

V marketingové koncepci⁴ je podrobněji specifikována oblast náboženského turismu.

Průsečíky koncepce státní politiky s církevní turistikou:

- v části 5, str. 81 - str. 86 Produkt - Česko spirituální a mystické
- v dokumentu „Příloha marketingové koncepce cestovního ruchu“ část I. Kulturní produkt, str. 45

³Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2017-2020 - Příloha č. 2 strategie

⁴Marketingová koncepce cestovního ruchu agentury CzechTourism – Příloha č. 3 strategie
Příloha marketingové koncepce cestovního ruchu je přílohou č. 4 této strategie.

3.3 Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji (verze 2015)

Strategie církevní turistiky v Ostravsko-opavské diecézi bude navazovat na níže uvedené priority stanovené ve strategii pro řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji⁵.

Strategický cíl C: Optimalizace nabídky produktů cestovního ruchu.

Průsečíky koncepce státní politiky s církevní turistikou:

- P_C2: Podpora poznávacího, přírodně a kulturně orientovaného cestovního ruchu

Využitím vnitřního potenciálu Moravskoslezského kraje, zejména oblastí Beskyd a Jeseníků, podporou zážitkového cestovního ruchu, poznávání kulturních a přírodních památek se zaměřením na venkovský cestovní ruch ve spojení s místními originálními rukodělnými výrobky se kraj může odlišit od ostatních krajů a vytvářet si tak konkurenční výhodu v území. Priorita rozvoje je uvedena na str. 92 strategie⁸.

- P_C4: Podpora nosných témat cestovního ruchu jednotlivých turistických oblastí

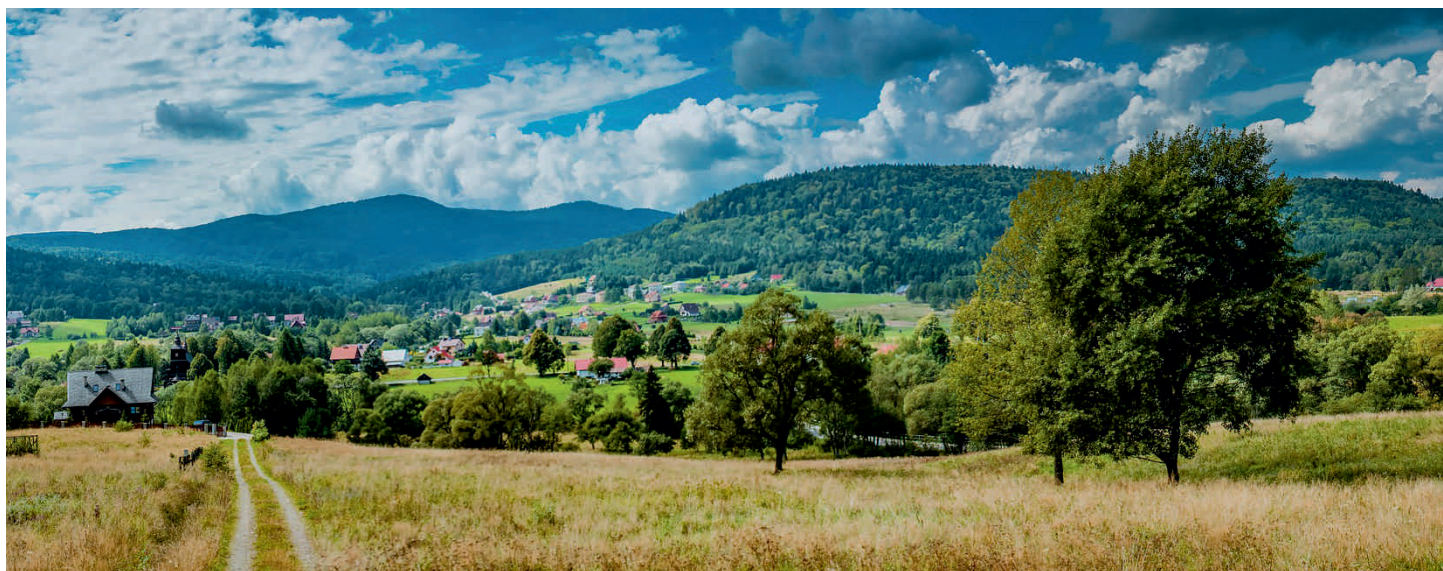
V rámci implementační části strategie budou jasně stanovená nosná témata jednotlivých turistických oblastí, jež budou dále realizována prostřednictvím akčních plánů kraje (krajské destinační společnosti) a turistických oblastí. Cílem je tak podpora rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých turistických oblastech. Podporována budou zejména nosná témata cestovního ruchu, jež budou přispívat k naplnění a podpoře krajských nosných témat rozvoje cestovního ruchu. Priorita rozvoje je uvedena na str. 92 strategie⁸.

3.3.1 Akční plán rozvoje cestovního ruchu pro rok 2017

Plán stanovuje priority rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji a je schvalován zastupitelstvem.

V akčním plánu (příloha č. 7 strategie) je již nově zanesen rozvoj spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji a Biskupstvím ostravsko-opavským. Biskupství ostravsko-opavské se tak stává oficiálním partnerem aktérů cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji a může tak přímo ovlivňovat obsah jednotlivých témat.

Dalšími podpůrnými dokumenty jsou: Strategie regionálního rozvoje ČR a Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy.



⁵Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji (verze 2015) - Příloha č. 6 strategie

⁸Strategie řízení cestovního ruchu Moravskoslezského kraje_2015

4. ANALÝZA VZNIKU A VÝVOJE CÍRKEVNÍ TURISTIKY V ČR

4.1 Vznik církevní turistiky v České republice

Činnost v oblasti církevní turistiky započalo v r. 2013 Biskupství brněnské. To vymezilo základní směr činnosti a zahájilo spolupráci s dalšími biskupstvími v ČR. Byly vybrány čtyři oblasti, kterými se bude církevní turistika zabývat (ubytování, poutní místa, zajímavosti, poutní trasy). Centrem pro shromažďování informací o jednotlivých oblastech se stal internetový portál www.cirkevnuturistika.cz. Po dvou letech příprav bylo rozhodnuto o první prezentaci církevní turistiky veřejnosti, která proběhla v roce 2015 na veletrhu cestovního ruchu Regiontour v Brně.

V roce 2016 začala systematicky fungovat síť koordinátorů v celé ČR. V současné době existuje v každé diecézi minimálně jedna osoba, která se této oblasti věnuje. Koordinátoři se účastní celostátních setkání, na kterých je konzultován aktuální stav a možnosti rozvoje církevní turistiky. Ochota spolupráce byla projevována také ze strany ženských řeholních řádů, které se na veletrzích cestovního ruchu prezentovaly v následujících letech pod názvem „Klášterní turistika“^A.

4.2 Vznik církevní turistiky na Biskupství ostravsko-opavském

V r. 2015 byl na plný úvazek zaměstnán koordinátor pro tuto oblast a byl začleněn pod oddělení strategických projektů.

Pracovní náplň zahrnuje níže uvedené činnosti:

- prezentace církevní turistiky veřejnosti (komunikace s mediálními partnery)
- monitorování a využívání dotačních možností na podporu této oblasti činnosti
- zajišťování zpřístupňování památek
- vzdělávání průvodců v oblasti církevní turistiky
- podpora farností v prezentaci a využití aktivit cestovního ruchu a církevní turistiky
- propagace objektů a ubytovacích zařízení, jejichž provozovatelem je Biskupství ostravsko-opavské nebo farnosti s cílem zajistit jejich maximální obsazenost
- odborný i praktický dohled nad úrovní ubytovacích kapacit farností diecéze prezentovaných na webu církevní turistiky
- příprava tematických turistických tras po památkách diecéze (dřevěné kostely, barokní skvosty, nástěnné malby apod.)
- tvorba produktů a podpora prodeje produktů a služeb
- metodická podpora a prezentace poutních míst
- spolupráce s diecézemi v ČR i v zahraničí a hledání způsobu čerpání dotačních programů na uvažované projekty se zaměřením na cestovní ruch.
- sestavování návrhů pro rozvoj jednotlivých oblastí církevní turistiky
- účast na jednáních akterů cestovního ruchu Moravskoslezského kraje

^Aklášterní turistika: součást církevní turistiky. Jedná se o odlišení činností, které provozují řeholní řády

V prvních šesti měsících jeho činnosti byl sestavován plán činnosti a došlo k několika schůzkám s koordinátory církevní turistiky z Brněnské diecéze. V lednu 2016 využilo Biskupství ostravsko-opavské první příležitost k propagaci svých církevních památek na veletrhu Regiontour v Brně. V červenci 2016 se podařilo získat dotaci z programu Interreg V-A na projekt „Církevní turistika“. Míra spolufinancování projektu o celkových nákladech cca 1,2 mil Kč činila 64,8 %. Projekt, v rámci něhož se podařilo vytvořit strategii církevní turistiky a zajistit propagaci církevních památek Ostravsko-opavské diecéze, trval 12 měsíců. V průběhu jeho realizace došlo k upevnění partnerské spolupráce s Opolským biskupstvím, které si vypracovalo svou vlastní strategii církevní turistiky. Koordinátor církevní turistiky provedl podrobnou analýzu provázanosti své činnosti s činnostmi jednotlivých odborů Ostravsko-opavského biskupství.

4.3 Pojem církevní turistika v cestovním ruchu na území České republiky

Pojem církevní turistika se v oblasti obecného cestovního ruchu v době zpracování této strategie oficiálně nepoužíval. V cestovním ruchu a strategických dokumentech jsou uváděny a užívány pojmy jako náboženský cestovní ruch, spirituální turismus, sakrální turistika či náboženská turistika.

Přijetí církevní turistiky, akceptace její definice a následná spolupráce s církví je na zvážení každého z aktérů cestovního ruchu. Stejně tak je na zvážení jednotlivých diecézí a koordinátorů církevní turistiky zda budou chtít využít některou z nabídek spolupráce sektoru cestovního ruchu.

V rámci církevní turistiky mohou vznikat samostatně pojmenované produkty cestovního ruchu, které budou mít svou vlastní strategii své existence a mohou být nabízeny turistům. Při tvorbě produktu musí být zohledněno prostředí, v němž se produkt tvoří a charakter cílových uživatelů. Pro ČR je specifické nízké procento osob hlásících se k některé z registrovaných církví a náboženských společností. S opačnou situací se setkáváme v příhraničním Polsku, kde se k římskokatolické církvi hlásí přes 90% obyvatel. Poloha diecéze tak vybízí k cílení svých aktivit rovněž na obyvatele blízkého polského příhraničí.



5. ANALÝZA TEMATICKÝCH OBLASTÍ CÍRKEVNÍ TURISTIKY ŘEŠENÝCH OSTRAVSKO-OPAVSKOU DIECÉZÍ

Tato část strategie je souborem informací o existujících disponibilních zdrojích Ostravsko-opavské diecéze s možností využití v jednotlivých oblastech činnosti církevní turistiky. Uvedené informace vychází z praktických zkušeností a doposud aplikovaných postupů v jednotlivých řešených oblastech.

5.1 Analýza tématu „Poutní místa“

V Ostravsko-opavské diecézi se nachází několik desítek poutních míst, která jsou navštěvována v průběhu celého roku a lze je rozdělit do dvou skupin.

Rozdělení poutních míst:

- s duchovní správou na místě – na místě je přítomen kněz a jsou zde pravidelné bohoslužby
- s duchovní správou z jiného místa – navštěvovaná jen u příležitosti svátků, nebo navštěvovaná jen výjimečně osamělými poutníky

Na poutních místech se ve většině případů nachází kaplička nebo kostel. Na místech menšího významu je pak buď samostatný kříž, socha nebo obraz osoby, jemuž je místo zasvěceno. Jednotlivá místa jsou vyznačena na Mapě poutních míst v příloze č. 11 strategie).

Hlavními poutními místy jsou:

- Krnov-Cvilín – Poutní chrám Sedmiboletné Panny Marie
Lokalizace: Moravskoslezský kraj – okres Bruntál.
Návštěvnost poutních bohoslužeb cca: 4.200 osob ročně
Návštěvnost běžných bohoslužeb cca: 5.400 osob ročně
Návštěvnost v rámci projektu Otevřené chrámy 2017: 21.000 osob ročně
- Frýdek-Místek, Frýdek – Bazilika Navštívení Panny Marie
Lokalizace: Moravskoslezský kraj – okres Frýdek-Místek
Návštěvnost poutních bohoslužeb cca: 8.000 osob ročně
Návštěvnost běžných bohoslužeb cca: 42.000 osob ročně
Návštěvnost v rámci projektu Otevřené chrámy 2017: 6.200 osob ročně
- Zlaté Hory – Poutní kostel Panny Marie Pomocné - „Maria Hilf“
Lokalizace: Olomoucký kraj – okres Jeseník
Návštěvnost poutních bohoslužeb cca: 7.000 osob ročně
Návštěvnost běžných bohoslužeb cca: 3.000 osob ročně
Návštěvnost mimo bohoslužby cca: 10.000 osob ročně

S každým poutním místem se pojí poutě (hlavní a vedlejší). K těm nejvýznamnějším patří Poutí národů, pořádaná každé září k poutnímu kostelu Panny Marie Pomocné „Maria Hilf“ (cca 2.000 osob). Slabou stránkou všech míst je nemožnost ubytování poutníků.

5.2 Analýza tématu „Ubytování“

Ubytování na farách a jejich zřizování se musí řídit řadou předpisů. Níže je uveden soupis informací z živnostenského zákona, soupis objektů s ubytovacím potenciálem v Ostravsko-opavské diecézi a dosavadní zkušenosti s řízením již fungujících ubytovacích zařízení v jiných diecézích. Biskupství ostravsko-opavské je na počátku rozvoje této oblasti a vychází z tzv. bodu „0“.

Rozhodnutí o využití objektu k ubytování sebou nese potřebu vypracování podnikatelského záměru s podrobnou finanční analýzou návratnosti investice. Na rozhodnutí o investicích má vliv i řada dalších faktorů jako jsou:

lokalizace objektu, dostupnost, infrastruktura, rozsah poskytovaných služeb, priority rozvoje subjektu, disponibilní finanční prostředky a jiné.

Každý objekt vyžaduje osobu správce, který zajišťuje každodenní provoz (příprava zázemí, rezervace, vítání hostů, kontroly plateb atp.). V případě poskytování stravování je požadavek na zajištění osob vyšší. Jedná se tak o nemalé finanční náklady, které by měly být kryty z příjmů z následného pronajímání zařízení.

5.2.1 Členění objektů s možností využití jako ubytovací zařízení

Existující základna ubytovacích zařízení v Ostravsko-opavské diecézi je rozdělena dle dvou kritérií:

Členění objektů dle vlastnictví

- Objekty ve vlastnictví biskupství
- Objekty ve vlastnictví farností
- Objekty ve vlastnictví řeholních řádů

Uvědomění si tohoto rozdělení má zásadní vliv na způsob zajištění financování investice a na způsob jejího personálního zajištění.

Členění ubytovacích zařízení dle typu poskytovaných služeb

Podkladem pro členění bylo stanovisko⁷ vydané Živnostenským úřadem města Brna dne 1.6.2015. V případě změny zákona je nezbytné níže uvedené členění zaktualizovat.

1. Pronájem objektu a areálu bez poskytování služeb a plateb za zapůjčení movitých věcí - není potřeba zřizovat živnostenské oprávnění (ŽO).

Příklad: tábornické skupiny se spacáky, které si zajišťují přípravu stravování svépomocí.

2. Pronájem se službami přímo pojící se s ubytováním a nepřekračující jeho rámec (např. úklid a výměna ložního prádla během pobytu) – je potřeba vyřídit ŽO (živnost volná – ubytovací služby).

Příklad: Pronájem jednoho pokoje na faře rodině s dětmi. Správce objektu zajišťuje výměnu ložního prádla.

3. Pronájem se službami přímo pojící se s ubytováním a nepřekračující jeho rámec v kombinaci s pronájmem věcí movitých (kolo, koloběžky, sportovní potřeby aj. – je potřeba vyřídit ŽO (živnost volná – ubytovací služby + ŽO Pronájem a půjčování věcí movitých)

Příklad: Pronájem jednoho pokoje na faře rodině s dětmi. Správce objektu zajišťuje výměnu ložního prádla a pronajímá této rodině sportovní potřeby.

4. Pronájem objektu a areálu s poskytováním snídaně pro skupiny do 10 osob (vč. přistýlek) - je potřeba vyřídit ŽO (živnost volná – ubytovací služby). U počtu 11 osob je potřeba vyřídit ŽO na Hostinskou činnost.

Příklad: Společenství mladých v počtu 10 osob přijede na faru a každé ráno mají připravenou snídani.

5. Pronájem objektu a areálu s poskytováním celodenního stravování (snídaně, oběd, večeře) tzn. Tzv. plné penze, případné polopenze (snídaně, večeře). Je potřeba vyřídit ŽO (živnost volná – ubytovací služby + ŽO hostinská činnost). V případě pronájmu sportovních potřeb je nutné vyřídit ŽO Pronájem a půjčování věcí movitých.

Příklad: Pronájem jednoho pokoje na faře rodině s dětmi. Správce objektu zajišťuje výměnu ložního prádla, v objektu si rodina objedná polopenzi.

⁷Podrobněji specifikuje Příloha 10 Stanovisko živnostenského úřadu Brno

5.2.2 Analýza objektů s ubytovacím potenciálem v Ostravsko-opavské diecézi

Biskupství ostravsko-opavské a farnosti jsou vlastníkem níže uvedených objektů, pro které se nabízí možnost využití jako ubytovací zařízení. Biskupství zajišťuje informační servis pro jednotlivé farnosti se zájmem využití far pro ubytování a je nápomocno s jejich následnou propagací.

Tabulka č.1: Objekty s možností využití za účelem ubytování

Okres	Obec	Vlastník	Typ objektu	Potenciální kapacita lůžek
Bruntál	Stará Ves u Rýmařova	BOO	fara	30
Bruntál	Ruda u Rýmařova - Tvrdkov	ŘKF	fara	20
Bruntál	Andělská Hora	ŘKF	fara	40
Bruntál	Krnov - Cvilín	ŘKF	poutní dům	20
Jeseník	Domašov	BOO	fara	27
Jeseník	Zlaté Hory	DS	poutní místo	20
Nový Jičín	Štramberk	ŘKF	fara	16
Celková potencionální kapacita místa				173

Tabulka č.2: Objekty využívané za účelem ubytování

Okres	Obec	Vlastník objektu	Typ objektu	Zahájení propagace	Správce objektu	Kapacita lůžek
Bruntál	Bohušov	ŘKF	fara	2017	kněz	24
Bruntál	Třemešná	ŘKF	fara	2017	kněz	25
Nový Jičín	Spálov	ŘKF	fara	2017	kněz	6
Frýdek-Místek	Rychaltice	ŘKF	fara	2017	kněz	30
Karviná	Český Těšín	ŘKF	exerciční dům	2016	kněz	35
Frýdek-Místek	Frýdlant nad Ostravicí	BOO	chalupa	2017	zaměstnanec BOO	29
Celková kapacita míst						149

U objektů vlastněných farnostmi, které jsou využívány za účelem ubytování, je vždy do správy rezervací a řízení zapojen kněz. U objektu vlastněných biskupství se jedná o osobu zaměstnance. Pro propagaci zprovozněných objektů budou mimo jiné využity www.cirkevnuturistika.cz. V přehledu není uveden např. objekt Dům sv. Josefa na Gruni, který je provozován křesťanským sdružením. Tento subjekt sám projevil zájem o spolupráci s církevní turistikou. Církevní turistika je spoluprací otevřená pokud daný subjekt naplňuje některé ze stanovených cílů a tezí.

5.2.3 Zkušenosti s řízením provozu ubytovacích zařízení

Zkušenosti s řízením ubytovacího zařízení v Ostravsko-opavské diecézi

Prvním úspěšným projektem ubytování řešeným pod hlavičkou církevní turistiky byl objekt fary v obci Bohušov na Osoblažsku (na které působil Kardinál Tomášek). Fara v Bohušově je ve vlastnictví farnosti. Ta si na stavební úpravy a dovybavení zapůjčila finanční prostředky. Kněz zde plní funkci manažera ubytování. K dispozici má v obci jednu osobu, která mu dobrovolně pomáhá s údržbou objektu. Jedná se o příklad dobré praxe, kdy došlo ke spolupráci kněze a koordinátora církevní turistiky. Kněz tuto činnost vykonává souběžně se svým pastoračním posláním. Tento způsob je velmi podobný systému používanému v Polsku.

Zkušenosti s řízením ubytovacího zařízení z Brněnské diecéze

Ubytovací zařízení jsou realizována z objektů původních far, které jsou umístěny v turisticky zajímavých destinacích. Praxe vedla k vývoji třístupňového systému řízení oblasti ubytování.

Personální zajištění provozu:

- I. Stupeň = Koordinátor Církevní turistiky: (zaměstnanec biskupství). Řeší napříč všechna témata církevní turistiky. Předává informace nadřízeným a řeší případné potřeby a problémy spojené s jednotlivými tématy. Předává informace zaměstnancům na II. a III. stupni.
- II. Stupeň = Manažer ubytování: (zaměstnanec biskupství)
Koordinuje chod objektů ve vlastnictví biskupství (rezervační systém, komunikace se zájemci o ubytování, zajišťování nákupů, administrativní záležitosti spojené s chodem všech ubytovacích zařízení aj.)
- III. Stupeň Zaměstnanci provozu a údržby: (zaměstnanec biskupství) na dohody o provedení práce, zaměstnanec bydlí v blízkosti objektu a v případě potřeby je ihned na místě. Je pořízen manažerovi ubytování. Komunikuje s technickými správci budov, v případě, že je potřeba zajistit nějakou údržbu.

Kněží se v těchto případech nezapojují do činnosti ubytovacího zařízení. Tento typ je odlišný od opolské diecéze (v Polsku), kde funkci manažera ubytování (ředitele) vykonávají kněží a mají své přímé podřízené.

Správa rezervací ubytovacích zařízení

Správa rezervací probíhá pomocí elektronického systému, který nahradil vlastní osobní kalendáře. Osobní kalendáře neumožňují opětovné využití oslovení návštěvníků a v případě jejich ztráty dochází k nenávratné ztrátě dat a také zákazníka, což je nežádoucí. Data z elektronické evidence jsou výhodnější i z důvodů řešení případných problémů a získávání statistických údajů. Hosté dnes předpokládají možnost platby bankovní kartou a ubytovatelé by měli být na tento způsob plateb připraveni.

5.3 Analýza tématu „Zajímavosti“

Na území Ostravsko-opavské diecéze se nachází celá řada zajímavostí, které lze uspořádat do tematických celků a lze je dále nabídnout veřejnosti a cestovnímu ruchu k využití. Řadíme sem pozoruhodné kostely, malby, sochy, obrazy, církevní zvyklosti a tradice, křížové cesty, krypty, klášterní zahrady, kláštery a různé další zajímavosti.

Okruhy zajímavostí v Ostravsko-opavské diecézi

Uvedené příklady jsou výsledkem dlouhodobého analýzy území a existujících publikací o památkách diecéze a dělí disponibilní zajímavosti do několika oblastí s uvedením konkrétních příkladů. Širší výčet zajímavostí pro okruhy 1,2,3 a 5 je uveden v příloze č. 15 strategie.

Okruh zajímavosti č.1

Dřevěná architektura severní Moravy a Slezska

Nejbohatší oblastí výskytu dřevěných kostelů je Pobeskydí a Těšínské Slezsko. Ještě ve 30. letech 20. století bylo Těšínsko díky svému hustému zalesnění oblastí s dominantní dřevěnou architekturou. Kostely se stavěly stejnou technikou roubení jako obytné stavby, se základním věncem z dubového dřeva, někdy umístěným na kamenné podezdívce. Převážná většina dřevěných kostelů v kraji patří k tzv. západoslovanskému typu, stojí zde však i kostel karpatského typu (v Kunčicích pod Ondřejníkem) a kostel norského typu (v Bílé).

Příklady:

- | | |
|----------------------|---------------------------------|
| • Sedliště | Kostel Všem svatých |
| • Ostrava-Hrabová | Kostel sv. Kateřiny |
| • Prašivá | Kostel sv. Antonína Paduánského |
| • Radhošť | Kaple sv. Cyrila a Metoděje |
| • Rybí | Kostel Nalezení sv. Kříže |
| • Štramberk-Tamovice | Kostel sv. Kateřiny |



Okruh zajímavosti č.2

Slezská cihlová architektura

Jedná se o specifický styl, který v českých zemích není příliš běžný. Navazuje na tradici staveb z pálených či režných cihel, slezské, tzv. „backstein gotiky“, jejíž vznik se datuje od počátku 13. století. Díky historické, zeměpisné a generační rozmanitosti podléhala slezská architektura četným vlivům – nejvýrazněji z německých zemí. Ve slezském příhraničí se stavby tohoto typu nacházejí od města Opavy přes Ostravu až k Českému Těšínu. Podobné varianty staveb lze najít v celé velké oblasti polského Slezska i v Německu. Mezi nejvýznamnější slezské stavitele patří: Ludwig Schneider, Josef Holuscha a Josef Seyfried.

Příklady:

- | | |
|---------------|--------------------------------------|
| • Opava | Konkatedrála Nanebevzetí Panny Marie |
| • Kravaře | Kostel sv. Bartoloměje |
| • Ludgeřovice | Kostel sv. Mikuláše |
| • Sudice | Kostel sv. Jana Křtitele |



Okruh zajímavosti č.3

Nástěnné malby severní Moravy a Slezska

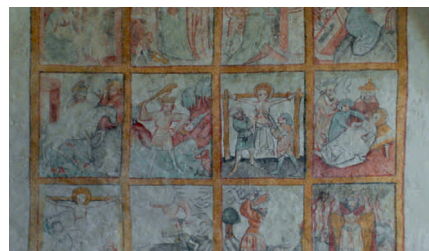
Dochované nástěnné malby v několika kostelech Ostravsko-opavské diecéze patří k nejstarším projevům nástěnného malířství u nás. Ke středověkým freskám evropského významu patří objev z roku 2013 v Hrozové s výjevy sv. Archanděla Michaela, trůnícího Krista a čtyř evangelistů a také malby v sakristii kostela sv. Benedikta v Krnově-Kostelci, jejichž restaurování bylo dokončeno v roce 2009.

Gotické nástěnné malby na území české části těšínského Slezska reprezentuje nález z Karviné z r. 2011. Ty znázorňují umučení sv. Kateřiny a sv. Barbory. Soubor výjevů ze života sv. Kateřiny je dokonce nejstarším dochovaným freskovým příběhem této světice v České republice.

Barokní tvorbu reprezentují například rozsáhlé nástěnné malby v kostele Nejsvětější Trojice ve Fulneku nebo nádherná iluzivní výmalba kaple v Lipkách v Rýmařově.

Příklady:

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| • Javorník | Kostel sv. Kříže |
| • Karviná-Fryštát | Kostel Povýšení sv. Kříže |
| • Krnov-Kostelec | Kostel sv. Benedikta |
| • Ostrava-Moravská Ostrava | Kostel sv. Václava |
| • Rusín-Hrozová | Kostel sv. Michaela Archanděla |



Jako příklad dobré spolupráce města a církve uvádíme průvodcovské okruhy v Krnově, Fulneku, Opavě, Ostravě či Frýdku-Místku. Tato města využívají komunikaci s koordinátorem církevní turistiky a zapojují památky do své nabídky.

Okruh zajímavosti č.4

Varhanářství

Varhanářství má na území Ostravsko-opavské diecéze velkou tradici. Společnost RIEGER-KLOSS ORGELBAU, s.r.o. patřila k největším světovým výrobcům píšťalových varhan a se svou tradicí, trvající více než 140 let, patřila donedávna i k nejstarším světovým výrobcům tohoto královského nástroje vůbec.

Příklady:

- Kravaře - Kostel sv. Bartoloměje - Varhany z r. 1896 – reprezentativní nástroj s 30 rejstříky a s ojediněle dochovanou tzv. Barkerovou pákou.
- Fulnek - Kostel Nejsvětější Trojice s bývalým augustiniánským klášterem ve Fulneku - Ve skříni od libavského varhanáře Johanna Georga Schwarze z r. 1766 stojí třímanuálový nástroj krnovského Riegera z r. 1955 s 33 rejstříky.
- Ludgeřovice - Varhany ve skříni dle návrhu arch. Georga Schreinerera – asi největší dvoumanuálové varhany ČR s 45 rejstříky, dílo krnovského Riegera z r. 1931.

Okruh zajímavosti č.5

Zpřístupněné kostelní věže

Věže není možné zpřístupnit bez dohledu. Přístupy na vrchol věže jsou mnohdy i žebříkové. Před zahájením provozu musí být věž posouzena hasiči z požárního hlediska.

Příklady:

- | | |
|----------------------|--|
| • Bílovec | Kostel sv. Mikuláše |
| • Frýdek-Místek | Kostel sv. Jana Křtitele |
| • Karviná | Kostel Povýšení sv. Kříže v Karviné-Fryštátě |
| • Krnov | Kostel sv. Martina |
| • Opava | Kostel sv. Hedviky |
| • Vrbno pod Pradědem | Kostel sv. Archanděla Michaela |



Okruh zajímavosti č.6

Památky gotické architektury

Ostravsko-opavská diecéze je územím s malým výskytem objektů, o kterých lze říci, že jsou typickými „čistými“ představiteli gotického slohu. Častějším případem je uchování částí gotických staveb ve stavbách, které byly později přestavěny.

Příklady:

- | | |
|------------|---|
| • Fulnek | Gotická křížová chodba u kostela Nejsvětější Trojice ve Fulneku |
| • Ostrava | Kostel sv. Václava |
| • Javorník | Kostel sv. Kříže |
| • Opava | Kaple sv. Kříže |

Další zajímavé objekty a území s možností využití v cestovním ruchu

Mezi zdroji Ostravsko-opavské diecéze se nachází řada zajímavých objektů, pro které lze, v kombinaci s bezprostředním okolím, nalézt zajímavé, ekonomicky návratné využití. Mezi příklady patří:

- Hukvaldy: bývalý arcibiskupský zámek s parkem a oborou. S místem se pojí život Leoše Janáčka a jeho dílo (např. opera Liška Bystrouška)
- Štramberk: objekt farní zahrady s amfiteátr
- Rejvíz: objekt bývalé fary využívaný dnes jako malé muzeum tkalcovství, rašelinová jezírka, příroda, běžecké trasy

Další zajímavosti s turistickým potenciálem jiných církví a náboženských společností

Na území diecéze se nachází řada památek jiných církví, které lze po projednání rovněž využít pro tvorbu turistických balíčků cestovního ruchu.

- Židovské památky a zajímavosti
 - Synagoga v Krnově a „Schomre Schabos“ v Českém Těšíně – v řadové zástavbě, netradiční karmínová barva, dnes sídlo Polského kulturně osvětového centra
 - Židovský hřbitov v Ostravě, Opavě, Osoblaze, Bílovci, Bohumíně, Frýdku, Hlučíně, Klimkovicích, Frýdku
- Evangelické památky
 - Evangelický Kristův kostel v Ostravě
 - Evangelický kostel Slezské evangelické církve augsburského vyznání v Bohumíně
 - Červený evangelický kostel v Opavě
 - Evangelický kostel v Hlučíně

5.4 Analýza tématu „Poutní trasy“

Územím Ostravsko-opavské diecéze procházejí tři významné poutní trasy, Svatojakubská stezka, Cyrilo-Methodějská stezka a Via Exulantis.

Svatojakubská stezka

Trasa etapy Opava - Olomouc je vedena po cyklotrasách a značených turistických stezkách. Výchozím bodem etapy je poutní kostel sv. Vojtěcha v Opavě. Cesta směřuje do Hradce nad Moravicí, odtud vede údolím řeky Moravice až do Podhradí. Následuje úsek vedený členitou krajinou přes Budišov nad Budišovkou. Trasa protíná u Domašova nad Bystřicí Přírodní park Údolí Bystřice. Zbývající převážně lesnatý úsek prochází obcí Jívová s poutním kostelem sv. Bartoloměje a zelená turistická značka vede až do cíle, kterým je poutní místo Svatý Kopeček u Olomouce. Následně je možné se vydat po značené trase až k hrobu sv. Jakuba v Compostele. Značení trasy zajistil v roce 2016 spolek ULTREIA, který je pověřen značením na celém území ČR. Biskupství ostravsko-opavské se dohodlo se spolkem ULTREIA na vzájemné spolupráci a propagaci poutnictví.

Cyrilo-Methodějská stezka

Jedná se o druhou nejznámější poutní stezku v území Ostravsko-opavské diecéze. Trasa o délce 72,9 km propojuje město Český Těšín a Pustevny. Biskupství ostravsko-opavské bylo na počátku roku 2017 Moravskoslezským krajem přizváno k projednávání trasy stezky na území Moravskoslezského kraje. Biskupství nabídlo spolku Evropské kulturní stezky pomoc při spolupráci s Polskými partnery.

Via Exulantis

Jedná se o příklad novodobé poutní trasy, připomínající složité lidské osudy. V 18. století ze Suchdolu nad Odrou a okolí před pronásledováním uprchlo asi 550 obyvatel Kravařska (dnešní Novojičínsko) - evangelíků (známých také pod pojmenováním Moravští bratři). Jejich útočištěm bylo městečko Herrnhut, česky Ochranov v Sasku. „Via exulantis“. Začíná v Suchdole nad Odrou, vede přes Fulnek, na Krnov, Nisu, dále polským Slezskem přes Pilawu Górnu, Svídnici, Jelení Goru, do Herrnhutu.

6. ANALÝZA NÁSTROJŮ PRO KOORDINACI CÍRKEVNÍ TURISTIKY

Církevní turistika je rozsáhlou oblastí s potřebou zajištění co nejlepšího využití všech prostředků, pomocí kterých se může dostat do podvědomí lidí a být konkurenceschopnou ve sféře cestovního ruchu. Níže jsou uvedeny některé z nich.

6.1 Lidské zdroje

Do této skupiny lze zařadit osoby s přímou možností ovlivňovat vztah k církvi v souvislosti s církevními památkami, zajímavostmi, kulturními a společenskými akcemi a v souvislosti s ubytováním v církevních objektech. Jedná se o kněze, jáhny a další laické zaměstnance církve angažující se v církevní turistice, kteří svým vystupováním v kontaktu s lidmi nehlásícími se k žádnému vyznání reprezentují církev. Oslovení nejmladších skupin církevní turistikou je možný přes církevní školy. Seznam církevních škol Ostravsko-opavského biskupství je přílohou č. 14 strategie.

Jednotlivá biskupství mají příležitost stát se organizací s vysokou úrovní poskytovaných služeb veřejnosti, prostřednictvím integrálního vzdělávání svých zaměstnanců. Např. dobře připravená průvodcovská služba v kostelích může svým vřelým přístupem oslovit i návštěvníky nehlásící se k církvi natolik, že změní své hodnocení církve a otevřou se tomu, co církev nabízí v první řadě – tedy radostné zvěsti Evangelia. Opačný přístup bude mít opačný dopad.

Specifickým okruhem lidských zdrojů jsou historické osobnosti, které přispěly nejen k duchovnímu rozvoji v území. Příběhy jejich života lze využít pro tvorbu nebo podporu vzniku produktu cestovního ruchu^B.

6.2 Aktéři cestovního ruchu

- informační centra velkých měst
- destinační společnosti
- obecní a městské úřady
- turistické organizace

6.3 www.cirkevniturstika.cz

V rámci webových stránek jsou propagovány oblasti činnosti církevní i klášterní turistiky (zajímavosti, poutní místa, poutní trasy, ubytování). Stránky propagují současně tyto čtyři spřátelené projekty:

- Noc kostelů
- Nikodémova noc
- Vánoce
- iBohoslužby

Průměrná roční návštěvnost stránek církevní turistiky je cca 500 tis. návštěvníků.

^B Mezi významné osobnosti BOO patří např. František Tomášek - kardinál, Leopold Bauer, Josef Seyfried, Josef Holuscha - architekti, Valentin Držkovic – kněz, malíř, kreslíř, Jan Kryštof Handke – barokní malíř. Mezi významné patrony zdejšího území patří sv. Hedvika Slezská, sv. Jan Sarkander a sv. Melichar Grodecký. Výše uvedený výčet uvádí jen některé příklady.

6.4 www.facebook.com/cirkevni.turistika (on-line reklama)

Slouží hlavně k propagaci církevních a kulturně společenských událostí (poutě, výstavy, koncerty aj.). Stránky mají cca 1100 příznivců.

6.5 Mobilní aplikace

Mobilní aplikace je možné využívat např. pro správu rezervací ubytovacích zařízení a vytváření tematických průvodců. V současné době tyto aplikace využívány nejsou.

6.6 Koordinační jednání koordinátorů církevní turistiky

Výměna zkušeností mezi diecézemi je zajišťována prostřednictvím celostátního setkání všech koordinátorů církevní turistiky (2x za rok). Na setkání jsou projednávány základní postupy v nejbližších obdobích a bude sledován dlouhodobý cíl integrálního růstu účastníků této oblasti. Koordinátoři se soustředí na činnosti ve svém území s vědomím možnosti využití společné propagace. Koordinátoři vytváří síť spolupracujících aktérů v cestovním ruchu – atributem síťování je dobrovolnost. Je ve výhledu, že k jednáním budou po dohodě přizývány i zahraniční partneři, aby získali představu o způsobu fungování církevní turistiky v Česku. Pro komunikaci s CzechTourism byl zmocněn koordinátor Arcibiskupství pražského. V roce 2016 se podařilo koordinační skupině dojednat spolupráci se spolkem Člověk a Víra, kdy je možné využívat služeb fotografů v případě potřeby pořízení fotografií. Tato služba bude v prvních dvou letech zdarma tj. (do konce roku 2018). Dále je potřeba myslet na finanční ohodnocení za poskytnutou službu.

Zástupci z řad koordinátorů církevní turistiky mohou v případě potřeby představit své záměry či potřeby prostřednictvím svého biskupa na Plenárním zasedání biskupské konference či zasedání generálních vikářů.

6.7 Media

Biskupství ostravsko-opavské nejčastěji spolupracuje s těmito subjekty: TV NOE, Rádio Proglas, Katolický týdeník, diecézní a farní tiskoviny, Turistický magazín – KAM po Česku, OPEN, Tim, Auto a cykloatlas Joma Travel. S dalšími subjekty v mediální sféře spolupracuje biskupství podle jimi projeveného zájmu o konkrétní nabízené téma.

6.8 Veletrhy a lokální kulturní akce

Společná propagace Církevní turistiky na veletrzích v ČR (Praha, Brno, Ostrava) a v zahraničí (Německo, Polsko, Slovensko). Při vytváření propagačních materiálů je nezbytné dodržovat jednotný grafický manuál.



7. ANALÝZA PROJEKTU „OTEVŘENÉ CHRÁMY“ V OSTRAVSKO-OPAVSKÉ DIECÉZI

Biskupství ostravsko-opavské rozhodlo na počátku r. 2017, za přispění dotace z Moravskoslezského kraje, o zahájení realizace projektu s názvem Otevřené chrámy. Cílem bylo zajištění většího zpřístupnění kostelů na území Moravskoslezského kraje pro všechny (věřící i nevěřící, obyvatelé kraje, turisty, zájemce o kulturní dědictví, školy). Prostředkem k dosažení cíle se stala síť otevřených kostelů mimo bohoslužby se stálou přítomností průvodcovské služby. Propagace projektu probíhala na <http://www.doo.cz/otevrenechramy>, www.cirkevnuturistika.cz a v regionálních rádiích a tiskovinách.

Priority a parametry pro výběr kostelů k zařazení do projektu byly stanoveny následovně:

- Alespoň jeden celoročně otevřený kostel v největších městech kraje (min. 6 dní v týdnu).
- V letní sezóně otevřené nejvýznamnější poutní chrámy (min. 6 dní v týdnu).
- V letní sezóně o víkendech otevřené historicky pozoruhodné a turisticky atraktivní kostely.

Celkem se v prvním roce do projektu zapojilo 29 kostelů. Seznam zapojených kostelů do projektu uvádí příloha č. 16. Seznam kostelů zapojených do projektu Otevřené chrámy. Statistika návštěvnosti během prvních 4 měsíců vykazala hodnotu cca 93 tisíc návštěvníků.

Parametry projektu:

Dotace Moravskoslezského kraje je určena na financování mzdových nákladů zaměstnanců, kteří budou ve vybraných kostelech poskytovat průvodcovské služby a na propagaci. Průvodcem může být osoba starší 18 let např. student, důchodce, aj. Biskupství ostravsko-opavské zajišťuje krytí některých výdajových položek z vlastních či farních prostředků. Předpokládá se, že projekt bude dlouhodobý a bude probíhat každoročně.

Organizační a finanční zajištění průvodcovské služby:

Průvodce vybere a doporučí kněz, jenž má ve správě daný kostel. S vybranými průvodci uzavře na základě doporučení kněze dohodu o provedení práce Biskupství ostravsko-opavské, které bude také vyplácet průvodcům mzdy. Průvodce se musí účastnit školení průvodců organizovaných Biskupstvím ostravsko-opavským. Neproškolený průvodce nesmí v kostele provádět. Průvodci budou mít před zahájením školení připravený průvodcovský výklad poskytovaný návštěvníkům. Důraz bude kladen na obsahovou správnost, přiměřené množství informací poskytovaných ve výkladu a přizpůsobení výkladu prováděné věkové skupině.



8. SWOT ANALÝZA

8.1 SWOT analýza tématu Církevní turistika

Analytická část pokračuje SWOT analýzou⁹, která se zaměřuje na Církevní turistiku jako celek a následně na část ubytování. Oblasti „Poutní místa“, „Zajímavosti“ a „Poutní trasy“ lze považovat za silné stránky a současně jako příležitosti pro další rozvoj (v případě potřeby je možné analýzu aplikovat i na ně). Proto nebyly analýzy provedeny. Zdrojem dat pro tuto SWOT analýzu byly jak informace získané ze strany koordinátorů církevní turistiky ze všech diecézí ČR, tak i zkušenosti Ostravsko-opavské diecéze z působení v této oblasti a výsledky Analýzy katechetické činnosti v diecézi Ostravsko-opavské prováděné v r. 2016. Zjištěné informace a výsledky analýzy lze aplikovat na území celé ČR.

SWOT - CÍRKEVNÍ TURISTIKA

A SILNÉ STRÁNKY	B SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> • Zdroje (chrámy, poutní místa, drobné sakrální památky, atd.) • Ticho kostelů, klášterů, zahrad • Tradiční poutě a slavnosti • Poutnictví - jedna z nejstarších forem cestování • Příběhy svatých, mučedníků a jiná témata (Jan Nepomucký, Jan Sarkander, sv. Hedvika, Cyril a Metoděj, Jan Pavel II, sv. Rita) • Památky = příběhy, architektura, umění (=> více cílových skupin) celorepublikový zájem o CT a potenciál pro CR • Vlastní cílové skupiny (věřících) zastoupené všemi věkovými kategoriemi s největším podílem věkové skupiny 40–60 let • Provázanost na jiné církve – komunikace a výměna zkušeností • Příhraničí – spolupráce s farnostmi a diecézemi v příhraničí. • Ucelená databáze informací na www.cirkevnuturistika.cz • Společný webový prostor k propagaci (www.cirkevnuturistika.cz a facebook k propagaci kulturních a společenských akcí) • Rezistence vůči ekonomickým výkyvům (poptávka je vázána na silnou motivaci a přesvědčení turisty) 	<ul style="list-style-type: none"> • Vnímání církve českou společností (historie, současnost) • Pojem „Církev“ v názvu – předsudky potenciálních uživatelů • Malé povědomí zaměstnanců církve o fungování oblasti CR - je nezbytné se vzdělávat • Dostupnost a nízká kvalita doplňkových služeb • Přetíženost duchovních – nemožnost spolupráce • Nemožnost ovlivnění způsobu prezentace památek • Nemožnost prodeje drobných upomínek, aniž by bylo zřízeno prodejní místo
C PŘÍLEŽITOSTI	D HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> • Předání informací o existenci strategie českým biskupům a České biskupské konferenci • Zdroje: lidé v církvi a zájemci o spolupráci (vč. kněží, řeholníků) • Zaměstnávání mladých průvodců v přístupných památkách 	<ul style="list-style-type: none"> • Nepřijetí tématu CT všemi diecézemi • Přiřazení malého významu CT ze strany biskupství • Nezáměr zástupců CR o spolupráci • Špatně připravené produkty pro CR z důvodu neznalosti, okolního prostředí a potřeb trhu • Nterní nepochopení potřeby moderních přístupů k propagaci víry a církve

⁹SWOT analýza se využívá k zjištění silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb. Touto cestou lze vyhodnotit jak vnější, tak vnitřní prostředí a využít ho v rozhodování o dalším postupování. Cílem tedy je zjištěné informace zhodnotit, vyhnout se problémům a naopak zaměřit se na silné stránky a nové příležitosti.

- Vzdělávání a nastavení systematického rozvoje osobnosti (vystupování a prezentace na veřejnosti, způsoby komunikace)
- Zdroje: nevyužité fary, kláštery, zahrady aj.
- Lokalita, v níž se zdroje nacházejí: hory, jezera, vinařství, města
- Stanovení vize a cílů pro oblast CT v jednotlivých diecézích.
- Práce s existujícím dokumentem „Strategie CT
- Zpřístupňování kostelů; Otevřené brány (Zlínský kraj), Otevřené chrámy (Moravskoslezský kraj),
- Spolupráce s diecézními centry pro mládež a mládežnickými skupinami, seniory
- Moderní způsoby využívání duchovního, kulturního a přírodního vlastnictví pro tvorbu eventu – (3D vizualizace, virtuální prohlídky, pobyty v klášteře např. pro manažery, výtvarné kompozice např. expozice modlících se osob v Lukové <http://lukova-kostel.cz/>)
- Příběhy a osoby světic, světců, patronů a dalších, které mohou být vhodným motivem pro vytvoření produktu cestovního ruchu
- Partnerská spolupráce (lze propojit se skutečností, že CT se rozvíjí i v dalších zemích Evropy – hlavně západní)
- Zvýšení zájmu veřejnosti o církevní památky => zvýšení zájmu o jejich záchranu
- Zahraniční návštěvníci – většina území ČR je neobjevenou destinací
- Spolupráce se samosprávnými celky (kraje, obce), spolky, školami, kulturními organizacemi a dalšími nestátními neziskovými organizacemi
- Mezinárodní projekty – Via Sacra, Svatojanská cesta, Cyrilo-Methodějská stezka (spolek Ultreia, spolek Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje aj.)
- Vhodná témata pro oslovení sekulární části české společnosti (hudba, umění aj.)
- Zlepšení způsobu komunikace s veřejností a úspěšně realizované projekty cílené na veřejnost. Toto může mít dopad na zlepšení vnímání církve veřejností
- Spolupráce s institucemi působícími v ČR (destinační managementy, krajské centrály ČR, cestovní kanceláře, agentury apod.)
- Tvorba zajímavých tematických stezek (architektura, umění)
- Partnerské diecéze v Německu, Polsku, Rakousku, Slovensku
- Tematické přednášky pro veřejnost
- Spolupráce s Klubem českých turistů
- Propagace na veletrzích ČR, u zahraničních cestovních kanceláří (propagace hotových produktů)
- Organizování press tripů a fam tripů
- Komunikace s médii (TV, rozhlas, noviny aj.)
- Touha lidí po „duchovnu“, a objevování kořenů
- Propojení církevních památek s církevním ubytováním a zajímavostmi v okolí (vzájemná propagace, kombinace slev, balíčky, ...)
- Ochota laických spolupracovníků, a to spolků i jednotlivců, praktikujících i neprovozujeících, se zapojit do rozvoje
- Rozvoj duchovně-kulturní a vzdělávací nabídky
- Oslovení společnosti s tématem CT prostřednictvím známých osob
- Nezájem ze strany farností o spolupráci
- Nezačlenění Církevní turistiky mezi partnery oblasti cestovního ruchu
- „Přesítování“ poutních tras – přehlacení trhu názvy a tématy, jež budou vznikat
- Nedostatek lidských zdrojů (lidí schopných a ochotných působit v této specifické oblasti)
- Nedostatek financí (především počáteční investice)
- Ekonomická situace obyvatel a demografický vývoj
- Změny v duchovní správě dotčených míst
- Zánik duchovní památky či místa (vliv na provoz okolních zařízení)
- Stav a bezpečnost stavby pro návštěvníky (v případě chátrajících kostelů)
- Krádeže a vandalismus
- Špatná prezentace záměrů církve stranou komunikačních médií (TV, rozhlas, noviny aj)
- Legislativa a náročné podmínky pro zřizování ubytování, zaměstnávání lidí, prodeje aj.

Závěry pro část SWOT analýzy tématu Církevní turistika

Z první části provedené SWOT analýzy je patrné, že mezi vším převažují „příležitosti“, které potvrzují skutečnost doposud neprobádané oblasti církevní turistiky. Využití příležitostí může vést ke zvýšení šancí na větší využitelnost zdrojů v cestovním ruchu. S využitím příležitosti dojde k oslovení široké veřejnosti, zvýšení poptávky po navštěvování sakrálních památek a využívání ubytovacích zařízení. S tím souvisí vytvoření nových pracovních míst a stabilizace oblasti církevní turistiky ve sféře cestovního ruchu. Dobrou spoluprací bude docházet k upevnění a posílení vnitřních vazeb farností a skupin laických spolupracovníků při práci směřující ke společnému cíli. Návštěvy církevních památek přispívají k pochopení křesťanské kultury. Setkání s věřícím personálem může modifikovat postoj vnímavých jedinců vůči věřícím i církvi obecně. Často to bývá první setkání s tímto prostředím vůbec.

V neposlední řadě by mělo dojít ke generování finančních prostředků pro dané objekty (ať již ze vstupného, pronájmu či darů). Mezi příležitostmi je zmíněna změna názvu z církevní turistiky na sakrální turistiky. Jedná se hlavně o marketingové pojmenování, které má velký vliv při oslovování a prezentování na veřejnosti. Jednotlivá biskupství se postupně seznamují s fungováním cestovního ruchu a je nezbytné se v ní vzdělávat. Každé biskupství může rozvoj církevní turistiky podpořit pomocí zvyšování kvalifikace zaměstnanců v této oblasti, aby bylo možné udržet tempo s ostatními subjekty. Zaměření se na kvalitu poskytovaných služeb přispěje k vytvoření konkurenční výhody a kvalita služeb církve se tak stane předpokladem pro další návštěvu. Stejného efektu bude dosaženo v případě dobře vytvořených turistických produktů a vhodně zvoleného způsobu propagace. Služby nabízené v produktu musí být kvalitní a pestré.



8.2 SWOT analýza oblasti Ubytování

Druhou částí SWOT analýzy je oblast ubytování. Ubytováním jsou myšleny všechny fary, kláštery, chalupy, horské chaty a jiné objekty ve vlastnictví jednotlivých biskupství a farností, které mohou být, nebo již jsou využívány k ubytování turistů. V této části jsou rovněž uvedeny informace a zkušenosti všech koordinátorů církevní turistiky z celé ČR.

SWOT - UBYTOVÁNÍ

A.1 SILNÉ STRÁNKY	B.1 SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> Jedinečnost objektů Blízkost kostela jako přidaná hodnota Ubytování „s příběhem“ Často výhodná poloha v centru obce (doprava, obchod) V případě zájmu biskupství realizovat větší projekt je jednodušší možnost odkupu nemovitostí od farností Vlastní cílové skupiny (mládež, rodiny s dětmi, senioři) Často výhodné, „family friendly“ a vhodné pro všechny věkové skupiny Vlastní propagační nástroje (media, tisk, www stránky, facebook) 	<ul style="list-style-type: none"> Chybí metodika výběru objektů pro zařazení do CT a prezentace na www stránkách Chybí metodika kategorizace objektů určených k ubytování (úroveň kvality) Ubytování kněze a s tím související střet provozů (provoz fary a ubytování hostů v jednom objektu) Špatný technický stav objektů Velké investiční náklady na úpravy objektů (podřezávání, změna dispozic) Obavy správců farností z legislativních požadavků, ze zaměstnávání lidí,... Nepřípravenost na možnost placení bankovní kartou V některých oblastech pouze sezónní zájem Chybějící vhodný a proškolený personál Špatná zkušenost s pobytem na farách z dřívější doby (studené, neuklizené fary, spíše nouzové pobyty pro nenáročné hosty)
C.1 PŘÍLEŽITOSTI	D.1 HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> Čistota a pořádek Alespoň jedno ubytovací zařízení v diecézi s kapacitou pro 45 osob = kapacita autobusu Kvalitní zázemí pro trávení volného času v okolí ubytovacího zařízení (průlezký, houpací, přístroje na cvičení) Zaměstnání osoby, která se bude věnovat pouze ubytovacím zařízením (rezervace, administrativa, komunikace s klienty) Zaměstnání osob na dohodu o provedení práce na zajištění údržby objektu a jeho okolí Ubytování se vzděláváním či duchovním prožitkem (duchovní obnovy) Tvorba nových pracovních míst Generování finančních prostředků Školení: ekonomické a manažerské Propojení ubytování a zajímavostí v okolí (vzájemná propagace, kombinace slev) Vzájemná a jednotná propagace církevních ubytovacích zařízení navzájem (Líbilo se vám u nás? Můžete využít další církevní zařízení!) Propagace ubytování prostřednictvím destinačních managementů 	<ul style="list-style-type: none"> Špatně vypracovaný podnikatelský záměr a finanční analýza Nepořádek a špína v ubytovacích zařízeních Legislativa: podmínky ubytování, EET atd. Nevyjasněné zajištění provozu (kněz nebude schopen zajistit chod objektu – vliv na kvalitu služeb a na dojem zákazníka). Konkurenční ubytovací zařízení s širší nabídkou služeb Špatný dohled nad přestavbou objektu Změna trendů v cestovním ruchu Změna zákonů a norem v oblasti služeb (poskytování ubytování, stravování aj.) Změna hygienických norem bude mít vliv na většinu objektů Zánik církevní památky, místa či tradice (vliv na provoz penzionu, změna vedení apod.) Nepochopení rozdílů mezi kvalitou a luxusem, kdy luxus je nežádoucí

Z veškerých zjištěných informací v průběhu získávání dat a následně provedené analýzy byla sestavena níže uvedená doporučení rozdělena do několika částí.

1. Návrhy pro oblast církevní turistiky jako celku
2. Návrhy pro tematické oblasti církevní turistiky řešené Biskupstvím ostravsko-opavským
3. Návrhy spolupráce církevní turistiky s jinými odděleními a odbory na Biskupství ostravsko-opavském a vybranými spolupracujícími subjekty

1. NÁVRHOVÁ ČÁST PRO TEMATICKÉ OBLASTI CÍRKEVNÍ TURISTIKY JAKO CELKU

Tematická oblast	Návrhy
Církevní turistika	<p>1.1 Představit dosavadní výsledky činností církevní turistiky všem koordinátorům církevní turistiky a biskupům v ČR (poměr nákladů a dosažených výsledků):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vytvoření sítě koordinátorů - Každoroční prezentace na veletrzích cestovního ruchu (od roku 2015) - Vznik internetového portálu www.cirkevnuturistika.cz a facebookového profilu (centrální databáze informací) - Zahájení spolupráce s Rakouskem a Polskem - Vznik Strategie pro církevní turistiku - Systematické prověřování disponibilních zdrojů diecézí - Zpřístupnění církevních památek - Vznik edukační deskové hry - Spolupráce s fotografií Člověk a Víra - Účelný vznik objektů (přestavby far) pro ubytování - Spolupráce s aktéry cestovního ruchu CzechTourism, destinační managementy - Návštěvnost webových stránek www.cirkevnuturistika.cz <p>1.2 Nastavit konkrétní způsob spolupráce s CzechTourism a koordinátory destinačních managementu.</p> <p>Církevní turistika představuje součást cestovního ruchu, která může prostřednictvím oddělení Produkt managementu (kulturní turismus) spadajícího do odboru Regionálního partnerství a vztahů B2B vytvořit samostatnou produktovou řadu v Marketingové strategii cestovního ruchu. Koordinátoři církevní turistiky mohou oslovit manažery destinačních oblastí o spolupráci a požádat o začlenění konkrétních oblastí strategie CT do jejich strategických dokumentů.</p> <p>1.3 Nastavit systém a metriku měření přínosů církevní turistiky</p> <p>Nastavení systému měření a evidence návštěvnosti kulturních památek a ubytovacích zařízení (počty rezervací, počet přenocování, sledování typů návštěvníků aj.). Nastavení elektronického počítadla návštěv internetových stránek. Porovnávání příjmů a výdajů provozovaného objektu. Celkové hodnocení efektivnosti daných objektů.</p>
Logo	<p>1.4 Projednat možnost úpravy loga církevní turistiky</p> <p>Doplnit do oranžového čtverce o slovo „památky“ aby oranžový čtverec zahrnoval „památky a zajímavosti“</p> <p>Provéřit možnost výměny větrného mlýna za siluetu kostela nebo kříže v oranžovém čtverci</p> <p>Z modrého pole umazat slovo fary a ponechat pouze „ubytování“ případně rozšířit na „ubytování a stravování“</p> 

Ubytování	<p>1.5 Projednat kategorizaci nabízeného ubytování</p> <p>Cílem je postupné dosažení kategorizace, která pomůže zájemcům vybrat si ubytování podle svých představ.</p> <p>Návrh kategorizace je uveden v části 2 (v návrzích pro Biskupství ostravsko-opavské).</p>
Zajímavosti	<p>1.6. Projednat obsah oblasti „zajímavosti“ („památky a zajímavosti“)</p> <p>Dosáhnout shody mezi biskupstvími, zda do této kategorie budou zařazovány rovněž doprovodné akce charakteru: koncert, umělecké vystoupení, přednášky, divadelní představení, kulturní křesťanské tradice aj.? Projednat způsob propagace těchto akcí v rámci církevní turistiky.</p>
Poutní trasy	<p>1.7 Na webových stránkách doplnit možnost definování poutní trasy</p> <p>Poutní trasou by neměly být tematické okruhy, poutní trasy směřují k významným poutním místům.</p>
Poutní místa	<p>1.8. Projednat znaky poutního místa, na základě kterých bude poutní místo zařazeno do propagace na webu církevní turistiky</p> <p>Je důležité, aby pro uživatele webových stránek bylo zřejmé, co mohou pod pojmem poutní místo očekávat.</p>
<p>Závěr</p> <p>Biskupství budou nadále spolupracovat v oblasti církevní turistiky. Spolupráce se viditelně bude projevovat především prostřednictvím společného webu a společného loga církevní turistiky. Bude postupně docházet k umisťování informací na www.cirkevneturistika.cz, facebook atd.</p>	



Závěry pro část SWOT Ubytování

Biskupství a farnosti vlastní zajímavé objekty, které jsou využité jen z části nebo vůbec. Jedinečnost ubytování v objektu s příběhem, je velkou konkurenční výhodou. V případě zaměření propagace na vlastní cílové skupiny, s využitím vlastních nástrojů, bude možné zajistit větší využitelnost objektu. Z analýzy vyplývá, že v současné době chybí jasná kategorizace ubytovacích zařízení a metodika pro výběr propagovaných objektů na portál www.cirkevnuturistika.cz. Špatná zkušenost může vést k celkové ztrátě potenciálních návštěvníků. Koordinátor CT by měl být nápomocen při rozhodování se o způsobu využití objektů a měl by zajistit koordinaci při zajišťování nezbytných povolení pro ubytovávání na farách.



2. NÁVRHY PRO TEMATICKÉ OBLASTI CÍRKEVNÍ TURISTIKY ŘEŠENÉ BISKUPSTVÍM OSTRAVSKO-OPAVSKÝM

Tematická oblast	Návrhy
Poutní místa	<p>2.1 Systematizovat propagaci poutních míst Společná systematická propagace poutí a poutních míst může rozvíjet a aktualizovat fenomén poutnictví.</p> <p>2.2 Na významných poutních místech zajistit možnost ubytování Zahájit jednání se správou významných poutních míst Cvilín a Maria Hilf o provedení reklaudace objektů za účelem provozování ubytování.</p>
Ubytování	<p>2.3 Vyhledávat objekty vhodné pro ubytování Průběžně monitorovat potenciál a navrhovat objekty vhodné pro ubytování, v závislosti na vývoji trhu ubytování.</p> <p>2.4 Projednat a schválit návrh kategorizace ubytovacích zařízení Podpůrnými dokumenty pro kategorizaci se staly přílohy č.8 a č.9 této strategie. Kategorie 1 First Class a Luxury: objekty dle klasifikace ubytovacích zařízení (hvězdičkový systém * až *****) <i>Kategorie 2 Standard:</i> Postel s peřinou a povlečením, vlastní kuchyň, WC, sprcha. Ubytování nabízí možnost stravování popř. možnost pronájmu movitých věcí (kola, běžky, koloběžky a jiné sportovní nářadí a potřeby). <i>Kategorie 3 Ekonomy:</i> Postel s peřinou a povlečením (společná kuchyň, WC, sprcha) Ubytování nenabízí možnost stravování, ale může nabízet pronájem movitých věcí. <i>Kategorie 4 Tourist / Spacák</i> (k dispozici je postel, či matrace, spacák s sebou) Ubytování nenabízí možnost stravování. <i>Kategorie 5 Tourist / Karimatka</i> (nutno vzít karimatku a spacák) Ubytování nenabízí možnost stravování)</p> <p>2.5 Nastavit centrální řízení sítě církevních ubytovacích zařízení Pro centrální řízení a koordinaci sítě ubytovacích zařízení se inspirovat zkušenostmi Brněnského biskupství a Pražského arcibiskupství.</p> <p>2.6 Využívat a doplňovat manuál pro kněze, kteří hledají způsob využití fary či objekt v jejich vlastnictví Návrh manuálu je uveden v příloze č. 18 strategie.</p>



Zajímavosti	<p>2.7 Rozvíjet projekt „Otevřené chrámy“ Díky projektu realizovanému od roku 2017 s podporou Moravskoslezského kraje bylo v prvním roce zpřístupněno 29 kostelů s průvodcovskou službou. Záměrem je pokračovat a rozšiřovat zpřístupňování kostelů. Návrhy a doporučení pro rozvoj Otevřených chrámů jsou přílohou č. 17 strategie.</p> <p>2.8 Pracovat na tvorbě tematických stezek Stezka dřevěných sakrálních staveb severní Moravy a Slezska Stezka Slezské cihlové architektury Varhanářská stezka severní Moravy i Slezska Stezka nástěnných maleb v chrámech severní Moravy a Slezska Stezka vyhlídkových věží kostelů Ostravsko-opavské diecéze Stezka gotických památek Stezka židovských památek a zajímavostí severní Moravy a Slezska Portály pohraničí, Víkend s Nepomuckým aj.</p> <p>2.9 Hledat efektivní využití míst s velkým turistickým potenciálem Hukvaldy: hledání využití pro objekt bývalého arcibiskupského zámku s parkem a oborou. Štramberk: hledání využití farní zahrady s amfiteátre a přilehlou budovou fary (např. odpočinková zóna pro turisty a obyvatele města). Rejvíz: hledání využití pro vlastněné nemovitosti v bezprostřední blízkosti rašelinových jezírek a panenské přírody Jeseníků</p> <p>2.10 Vyhledávat a propagovat kulturní a společenské akce s křesťanskou tradicí Akce pojící se se zajímavostmi, poutními místy či trasami (jízda okolo osení v obci Lukavec apod.)</p>
Poutní trasy	<p>2.11 Podporovat rozvoj poutních tras Udržovat aktivní kontakt se spolky ULTREIA a Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje, spolupracovat na značení tras, popř. tvoření nových stezek, projednávat návrhy s Klubem českých turistů.</p>
Závěr	
Biskupství Ostravsko-opavské má zájem na rozvoji popsaných segmentů církevní turistiky. Pro úspěšný rozvoj všech uvedených záměrů je nezbytná kvalitní a systematická propagace.	



3. NÁVRHY SPOLUPRÁCE CÍRKEVNÍ TURISTIKY S JINÝMI ODBORY/ODDĚLENÍMI NA BISKUPSTVÍ OSTRAVSKO-OPAVSKÉM A VYBRANÝMI SPOLUPRACUJÍCÍMI SUBJEKTY

Spolupráce s odbory a odděleními Biskupství ostravsko-opavského	
Odbor / Oddělení	Návrhy
A. Biskupské lesy	<ol style="list-style-type: none"> Konzultace možnosti spolupráce v oblasti cestovního ruchu. V případě projevení zájmu soukromých subjektů o využití lesních ploch s cílem využití v cestovním ruchu bude docházet ke vzájemnému předávání informací. V případě konání velkých kulturních akcí pořádaných biskupstvím a koordinovaných stranou církevní turistiky bude zajištěna propagace Biskupských lesů. Bude docházet ke společnému využití propagačních materiálů a prvků pro propagaci (stany, letáky, produkty (med) aj.). Spolupráce na zavedení a využívání elektronického rezervačního systému pro ubytovací zařízení ve správě Biskupských lesů. Zajištění propagace činnosti Biskupských lesů na veletrzích.
B. Ekonomický	<ol style="list-style-type: none"> Předávání informací o připravovaných projektech v oblasti církevní turistiky a předkládání hodnotících analýz. Nastavení systému hodnocení ekonomických přínosů církevní turistiky. Dodržování zásad pro snadnou evidenci účetních operací souvisejícími s jednotlivými projekty. Projednávání finančních otázek týkajících se farností se zájmem aktivně se zapojit do oblasti církevní turistiky.
C. Kancléřství	<ol style="list-style-type: none"> Spolupráce na šíření informací napříč diecézí prostřednictvím informačníku Acta Curiae. Spolupráce při umísťování informací na internetových stránkách biskupství. Řešení otázek o způsobu propagace a užívání znaku biskupství, biskupů a loga.
D. Majetkový	<ol style="list-style-type: none"> Komunikace ve věcech majetkových, pojišťovacích aj., které souvisí s projekty církevní turistiky. Řešení smluvních závazků týkajících se využívání hodnotných církevních exponátů zapůjčených pro účely prezentace na veletrzích.
E. Právní	<ol style="list-style-type: none"> Využití konzultací pro problematické okruhy v rámci uvažovaných a realizovaných projektů církevní turistiky (např. projekt Otevřené chrámy; řešení majetkových práv u vývoje deskové hry).
F. Odd. Public Relations	<ol style="list-style-type: none"> Zřízení pravidelných porad mezi koordinátorem církevní turistiky a oddělením PR (předávání informací o plánovaných akcích). Koordinátor bude včas informovat odbor o připravovaných prezentacích a významných událostech spojených s církevní turistikou. Spolupráce na přípravě propagačních materiálů (brožur, letáků, plakátů) a na prezentacích na veletrzích či menších akcích lokálního charakteru. Zajištění bezchybné přípravy a průběhu organizovaných tiskových konferencí. Nastavení systému zveřejňování informací na internetovém portálu biskupství, facebookovém profilu biskupství a ve farních časopisech.

G. Odd. Strategických projektů	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spolupráce při koordinaci činností spojených s církevní turistikou. 2. Sestavování návrhů a doporučení pro rozvoj církevní turistiky. 3. Hledání finančních zdrojů pro projekty církevní turistiky.
H. Stavební	<ol style="list-style-type: none"> 1. Předávání informací o realizovaných aktivitách a zjištěných významných archeologických nálezech. 2. Předávání informací o plánovaných záměrech církevní turistiky. 3. Účast na společných jednáních se zástupci farností, kteří mají zájem o účast v církevní turistice.
Spolupracující subjekty	
I. Diecézní centrum mládeže	<ol style="list-style-type: none"> 1. Využití aktivit centra pro propagaci církevní turistiky. 2. Využívání ubytovacích kapacit na farách k pořádání aktivit pro mládež. 3. Aktualizace seznamu far a chalup v Ostravsko-opavské diecézi 4. Pořádání sportovních aktivit spojených s církevní turistikou (např. běžecká štafeta po poutních místech, či do Říma; extrémní či tematická křížová cesta aj.). 5. Spolupráce na šíření prodeje deskové hry Poutník.
J. Katechetické a pedagogické centrum	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nabídka edukační hry Poutník školám Moravskoslezského kraje, využití navázaných kontaktů se školami prostřednictvím nabídky vstupů do výuky s křesťanskými tématy (Služba školám) 2. Nabídka edukační hry Poutník vyučujícím náboženství a katechetům prostřednictvím děkanátních setkání a informačníku – jako vhodná nabídka do výuky na konci školního roku (možnost vybrat jen určitou část a s ní pracovat), na víkendech s dětmi, při farních aktivitách apod. 3. Nabídka edukační hry Poutník rodinám – centrum upozorní na nabídku v rámci rodinné katecheze 4. Centrum má zájem o každoroční zapojení církevní turistiky do programu na Prašivé (Diecézní setkání dětí s otcem biskupem) formou stánku s nabídkou a interaktivním programem 5. Centrum bude informovat vyučující náboženství a katechety o dalších projektech církevní turistiky, zvláště u příležitosti semináře Kostel v naší obci
K. Centrum pro rodinu a sociální péči	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vzájemná propagace. 2. Nabídka ubytování a tipu na výlet pro účastníky programů pořádaných centrem.
Spolupráce se zahraničními partnery	
L. Polské a slovenské diecéze	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rozvíjení dosavadní spolupráce s Opolským biskupstvím v oblasti církevní turistiky. <ul style="list-style-type: none"> - Projednání témat církevní turistiky s opolskými biskupy - Představit rozšíření www.cirkeniturstika.cz o polské území, kde je možné propagovat polské církevní památky. Propagace památek na www.turystyka-sakralna.pl - Pokračovat ve společné propagaci církevní turistiky na polském území. - Spolupracovat na distribuci společně vytvořené edukační hry Poutník. 2. Rozvoj spolupráce s dalšími příhraničními diecézemi v Polsku. 3. Rozvoj spolupráce s dalšími příhraničními diecézemi na Slovensku.

Závěrečná doporučení

Doporučení pro rozšíření činností zajišťovaných koordinátorem církevní turistiky

1. Koordinace projektu Otevřené chrámy a školení průvodců v přístupných kostelích.
2. Plnění doporučení a návrhů k projektu Otevřené chrámy uvedených v příloze č. 17 strategie.
3. Hledání dalších možností spolupráce s církevními školami a institucemi uvedenými v příloze č. 14 strategie.
4. Využívání dotačních příležitostí pro krytí nákladů církevní turistiky.
 - Národní program rozvoje cestovního ruchu (Ministerstvo pro místní rozvoj)
 - Přeshraniční spolupráce – Česko - Polsko, Interreg V - A (fond investičních projektů a fond mikroprojektů)
 - Přeshraniční spolupráce – Česko - Slovensko
 - Dotační programy Moravskoslezského kraje
 - Dotační programy měst a obcí
5. Zajišťování rezervací v ubytovacích zařízeních vlastněných Biskupstvím ostravsko-opavským.
6. Udržování a rozvíjení spolupráce se zástupci destinačních oblastí a koordinátory církevní turistiky.
7. Předávání informací o existenci strategie spolupracujícím partnerům a aktérům cestovního ruchu.
8. Účast na školeních v oblastech: náboženství, cestovní ruch, propagace, marketing aj.

Závěr

Přijetí tématu církevní turistiky jako důležité oblasti činnosti Biskupství ostravsko-opavského umožňuje jeho komplexní rozvoj napříč diecézí. Při koordinaci církevní turistiky je možné spolupracovat s vysokoškolskými kaplany, diecézním konzervátorem, historiky, diecézním fotografem, kněžími, jáhny a katechety. Pro lepší informovanost kněží připraví koordinátor plán přednášek na děkanských schůzích, kde bude prezentovat dosavadní zkušenosti a uvažovaný směr rozvoje církevní turistiky. Biskupství bude rozvíjet spolupráci s vysokými školami a jejich studenty.

Prostřednictvím produktu kulturního turismu – církevní turistiky v dané turistické oblasti, či produktem napříč několika oblastmi je možné zapojení Ostravsko-opavského biskupství do jednotlivých akčních plánů destinačních managementů konkrétních oblastí. Zástupce biskupství se může, v případě vytvoření produktu církevní turistiky, účastnit jednání „řídících subjektů – rady pro cestovní ruch“ daných destinačním managementem turistických oblastí.

V případě vytvoření unikátního a konkurenceschopného církevního produktu či produktů se tak může tento produkt stát jedním z hlavních či vedlejších komunikačních témat turistického regionu Severní Moravy a Slezska.

Pro oblast financování církevní turistiky byly nastaveny tyto cíle:

Krátkodobý finanční cíl

- stabilizovat roční výdaje
- zahájit prodej edukační deskové hry Poutník

Dlouhodobý finanční cíl

- zajištění návratnosti vynaložených prostředků prostřednictvím provozu ubytovacích zařízení

Oblast církevní turistiky je doposud málo popsaným tématem s velkým potenciálem využití v cestovním ruchu. Byly nastaveny základní cíle a teze, jimiž by se církevní turistika měla řídit. Historické souvislosti a informace vytvářejí velmi dobré zázemí pro tvorbu zajímavých produktů v každé ze čtyř tematických oblastí církevní turistiky.

Strategie je nejen mapou informací a dlouhodobým rozvojovým dokumentem. Jedná se současně o nástroj, díky němuž se podařilo nalézt průsečíky se strategickými dokumenty dalších subjektů cestovního ruchu.

V diskusích nad označením „církevní turistika“ zaznělo, že toto označení může být aktéry cestovního ruchu hůře přijímáno než pojem „sakrační turistika“. Pod pojem „sakrační turistika“ však není možné terminologicky správně včlenit některé z oblastí, které naopak lze zařadit pod pojem „církevní turistika“ (například ubytování). Pojem „církevní turistika“ dobře vystihuje, že se jedná o segment turistiky rozvíjený křesťanskými církvemi. Církevní turistika má dva rozměry, a sice duchovní a ekonomický. Duchovní rozměr nelze jednoduše popsat ani kvantifikovat, ale je nezbytné na něj pamatovat.

Koordinátoři církevní turistiky musí znát systém fungování spolupráce v cestovním ruchu, rozhodnou-li se pro propagaci a prodej svých produktů prostřednictvím dalších aktérů. Rozhodnutí nespolupracovat sebou přináší např. větší riziko neúspěchu v naplňování ubytovacích kapacit. Doba návratnosti výdajů se tak může značně prodloužit.

Stanovení hlavní rozvojových cílů pro činnosti v církevní turistice

- Starat se o využití disponibilních zdrojů a integrální růst osobností.
- Rozvíjet spolupráci s dalšími diecézemi na polském a českém území.
- Spolupracovat s diecézemi a subjekty, které již mají zkušenosti s provozem ubytovacích zařízení.
- Starat se o rozvoj spolupráce s partnery církevní turistiky.
- Spolupracovat s vytipovanými subjekty zapojenými do cestovního ruchu.
- Spolupracovat s Polskou turistickou organizací a CzechTourism.
- Pracovat na rozvoji marketingu a způsobu propagace činností církevní turistiky.
- Vyhodnocovat nastavené cíle a provádět jejich revizi.

Biskupství ostravsko-opavské má zájem plnit stanovené cíle a teze. Bude se snažit udržovat dlouhodobou spolupráci s koordinátory církevní turistiky z celé ČR, s aktéry destinačního managementu a zástupci Moravskoslezského kraje. Zároveň má zájem rozvíjet spolupráci s příhraničními partnery, vytvářet produkty cestovního ruchu a vyhledávat finanční zdroje, které umožní krytí souvisejících nákladů

Oblast cestovního ruchu chápe církev odedávna jako důležitý prostředek svého pastoračního působení. Patří k staleté tradici církve věnovat se poutníkům a těm, kteří jsou na cestách, a kromě starosti o tělo ve formě ubytování, nabídnout také duchovní pokrm jejich duším například formou prožitku krásy, jež je ukryta v monumentálních stavbách chrámů, které církev po celá staletí spravuje.

Na tuto tradici církve chce navázat i projekt Církevní turistika a zprostředkovat širokou škálu výše uvedené nabídky, kterou dnes poskytují farnosti, diecéze a další církevní subjekty v naší zemi i v zahraničí. Tento projekt tak mj. naplňuje cíl vytyčený Papežskou radou pro pastoraaci migrantů a lidí mimo domov v Poselství ke světovému dni cestovního ruchu 2014, kde se říká, že prospěch z turismu nelze redukovat výlučně na ekonomický aspekt, ale má se odrážet také v jiných „stejně důležitých nebo důležitějších dimenzích: jako např. kulturní obohacení, příležitost k lidskému setkávání, vytváření vztahů, prosazování vzájemného respektu a tolerance, spolupráce mezi veřejnými a soukromými sektory, umocnění sociálního tkaniva, zlepšení sociální situace společnosti a podněcování udržitelného ekonomického a sociálního rozvoje“.

To vše s odkazem na místní společenství a společenství církve, z jehož tradice tato nabídka vyrůstá. Jak se píše ve výše uvedeném Poselství: „Je potřeba prosazovat takový cestovní ruch, který se bude rozvíjet v harmonii s místním společenstvím, životním prostředím a kulturním odkazem. Místní společnost má zakoušet pozvání k pěstování vlastního přírodního a kulturního odkazu, poznat jej a být na něj hrdá, respektovat jej a doceňovat, aby jej mohla sdílet spolu s turisty a předávat budoucím generacím.“

Mons. Martin David
Pomocný biskup ostravsko-opavský





Autorský kolektiv:

Ing. Martin Hiltavský, Ing. Mgr. Miroslav Přikryl a kolektiv.

Zdroje dat: archiv Biskupství ostravsko-opavského, Biskupství brněnského a Biskupství opolského.

Fotografie:

Pavel Zuchnický, Bc. Petra Dolíhalová, archiv Biskupství ostravsko-opavského, archiv Biskupství opolského, STUDIO 4 Andrzej Nowak, Pixabay.

Grafické zpracování a tisk:

Bc. Petra Dolíhalová,

Tiskárna Kleinwächter, Frýdek-Místek

Publikace byla vydána jako součást projektu „Církevní turistika“, spolufinancovaného z programu Interreg V-A Česká republika – Polsko.

Vydalo:

Biskupství ostravsko-opavské

Kostelní náměstí 3172/1

728 02 Ostrava

www.doo.cz

Ostrava 2017