

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N 6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu ve vybrané oblasti
Šumavského podhůří

Vedoucí bakalářské práce
RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.

Autor
Bc. Andrea Řezanková

2012

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Andrea ŘEZANKOVÁ**
Osobní číslo: **E10680**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu ve vybrané oblasti Šumavského podhůří**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Vypracování projektu rozvoje cestovního ruchu ve vybrané oblasti. Identifikace příležitostí na trhu cestovního ruchu ve vybrané oblasti. Určení optimálního technického a majetkového zajištění projektu. Vymezení variant finančního zajištění projektu.

Metodický postup:

1. Studium literatury
2. Sběr a utřídění sekundárních a primárních dat
3. Analýza trhu
4. Finanční analýza projektu
5. Vypracování studie proveditelnosti

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Cíle práce a metodika. 3. Literární rešerše. 4. Příležitosti na trhu. 5. Návrh projektu. 6. Závěr. 7. Seznam pramenů a použité literatury. 8. Přílohy.

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

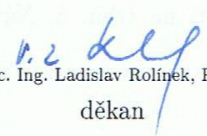
Seznam odborné literatury:

- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th Edition. New York: Wiley, 2008.**
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Moutinho, L. (ed.) *Strategic Management in Tourism*. Oxon: CABI Publishing, 2000.
Němec, V. *Projektový management*. Praha: Grada Publishing, 2002.
Ritchie, J. R. B., Crouch G. I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: CABI Publishing, 2003.
Robinson, M., Picard D. *Tourism, Culture and Sustainable Development*. Paříž: UNESCO, 2006.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2011**

Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2012**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (25)
370 05 České Budějovice


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne 15. 3. 2012

Andrea Řezanková

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce panu RNDr. Josefu Navrátilovi, Ph.D. za přípravu pracovních materiálů a umožnění jejich využití v textu mé diplomové práce a také za ochotu a vstřícnost při jejím zpracování.

OBSAH

1	Úvod.....	8
2	Literární rešerše.....	9
2.1	Heritage tourism – „kulturní cestovní ruch“.....	9
2.2	Cestovní ruch jako rozvojový prvek regionu.....	10
2.3	Marketing a management cestovního ruchu.....	11
2.4	Tvorba projektů a podnikatelských záměrů.....	13
2.5	Možnosti financování projektů.....	15
2.6	Cestovní ruch v oblasti šumavského podhůří.....	17
3	Hlavní a dílčí cíle práce.....	24
3.1	Hlavní cíl práce.....	24
3.2	Dílčí cíle práce.....	24
4	Metodika.....	25
4.1	Studie proveditelnosti.....	25
4.2	Analýza trhu.....	27
4.3	Marketingový mix.....	28
4.4	Finanční analýza.....	30
5	Současná nabídka na trhu kulturního cestovního ruchu v řešené oblasti.....	31
6	Projekt.....	33
6.1	Úvodní informace.....	33
6.2	Stručný popis podstaty projektu a jeho etap.....	33
6.3	Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix.....	41
6.4	Management projektu a řízení lidských zdrojů.....	45
6.5	Technické a technologické aspekty projektu.....	48
6.6	Dopad projektu na životní prostředí.....	51
6.7	Zajištění investičního a oběžného majetku.....	52

6.8	Finanční plán a analýza projektu	54
6.9	Analýza rizik.....	57
6.10	Harmonogram projektu.....	59
6.11	Závěrečné hodnocení projektu.....	61
7	Závěr.....	62
8	Summary	63
9	Seznam pramenů a použité literatury	64
9.1	Odborné publikace	64
9.2	Internetové zdroje	67
10	Seznam tabulek	69
11	Seznam obrázků	70
12	Seznam příloh.....	71
13	Přílohy	72

1 ÚVOD

Česká republika disponuje značným historickým, přírodním a kulturním potenciálem. Díky své výhodné poloze ve středu Evropy a přírodním podmínkám má velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Velkou příležitostí je i množství historických, kulturních a technických památek včetně památek zapsaných do seznamu UNESCO, z čehož vyplývá vysoký potenciál pro vytváření nových produktů městského, kongresového a incentivního cestovního ruchu, sportovní turistiky a cykloturistiky, kulturního cestovního ruchu a dalších produktů šetrných k přírodě (MMR ČR, 2006).

V dnešní době si snad nedokážeme život bez cestování představit. Jedním z hlavních důvodů cestování byly vždy cesty za kulturou a kulturními památkami, které hrají v cestovním ruchu velmi důležitou roli. Cílem cest se stávají nejen nejvýznamnější světové památky, ale i ty nejmenší lokální památky, které jsou součástí místní identity. Existuje hned několik důvodů, proč je kulturní dědictví cestovního ruchu důležité. Má pozitivní sociální a hospodářský dopad, posiluje identitu jednotlivých lidí i celých národů, napomáhá zachovat kulturní dědictví. Ve spojení s kulturou usnadňuje harmonii a porozumění mezi lidmi a pomáhá obnovovat a rozvíjet cestovní ruch (Richards, 1996).

Cílem diplomové práce bude navržení projektu rozvoje cestovního ruchu v oblasti Pošumaví. Projekt rozvoje cestovního ruchu se bude týkat problematiky kulturního cestovního ruchu. Práce bude postavena na historicky významné osobnosti regionu Františku Pravdovi, který zde působil jako vychovatel a spisovatel. Projekt bude vypracován pomocí metodiky studie proveditelnosti Ministerstva pro místní rozvoj. Podle ní bude popsána podstata projektu včetně jeho etap a budou posuzovány marketingové, řídicí, technické a technologické aspekty projektu. V projektové části diplomové práce bude řešeno majetkové zajištění provozu projektu a možnost čerpání finančních prostředků na podporu projektu z dotačních titulů obce a kraje. V této části bude provedeno posouzení realizovatelnosti projektu z hlediska finančního a též zhodnocení efektivnosti využití potencionálně vložených prostředků.

2 LITERÁRNÍ REŠERŠE

2.1 Heritage tourism – „kulturní cestovní ruch“

Cultural Heritage Tourism je podle The National Trust for Historic Preservation definován jako cestování za poznáním míst, artefaktů a aktivit, které autenticky reprezentují příběhy a lidi minulosti i současnosti. Jsou zde zahrnuty kulturní, historické a přírodní zdroje (Heritage Tourism, 2009). Unesco World Heritage Convention zahrnuje pod pojem *cultural heritage*:

- památníky – architektonická díla, díla monumentálního sochařství a malby, základní prvky nebo struktury archeologické povahy, nápisy, jeskynní obydlí a kombinace znaků, jež mají výjimečnou světovou hodnotu z hlediska dějin, umění či vědy,
- skupiny budov – skupiny oddělených či spojených budov, které jsou díky jejich architektuře, stejnorodosti či umístění v krajině výjimečnou světovou hodnotu z hlediska dějin, umění či vědy,
- místa – výtvořky člověka nebo kombinovaná díla přírody a člověka, oblasti zahrnující místa archeologických nálezů mající výjimečnou světovou hodnotu z hlediska historického, estetického, etnologického či antropologického.

Pod pojem *natural heritage* zahrnuje:

- přírodní prvky – tvořené fyzickými a biologickými útvary nebo skupinami takových útvarů, které mají významnou hodnotu z hlediska estetického či vědeckého,
- geologické a fyziografické útvary – přesně vymezené oblasti, které tvoří lokality přirozeného výskytu ohrožených druhů zvířat a rostlin výjimečné světové hodnoty z hlediska vědy a ochrany,
- přírodní lokality – přesně vymezené přírodní oblasti světové hodnoty z hlediska vědy a péče o zachování přírody či její krásy (World Heritage, 2009).

Ted Silberberg (1995) ve svém článku definuje cestovní ruch jako: návštěvy osob, které jsou motivovány zcela nebo z části zájmem o historii, umění, vědu nebo životní styl, které jim nabízí dědictví komunity, regionu, skupiny či instituce. Foret & Foretová (2001) vymezují

kulturně poznávací cestovní ruch jako poznávání historii, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů. Základem jsou sakrální i světské stavební a architektonické památky, umělecká díla, přírodní zajímavosti (jeskyně, vodopády, pralesy, pouště) a společenské události (festivaly, slavnosti).

Klíčovým zdrojem pro odvětví cestovní ruchu jsou globální rozmanitost kultur a jedinečné zážitky, které mohou poskytnout. Tato rozmanitost je podmíněna řadou faktorů: kvalita životního prostředí, politický systém, otázka chudoby a multikulturalismus (Robinson & Pickard, 2006). Kulturní cestovní ruch zaujímá významné místo v systému a struktuře turistického průmyslu, jako specifická forma a produkt turismu. Je důležité jej vnímat i jako sociální a ekonomický jev a situovat do dalšího kontextu, jako součást komplexnějších procesů trávení volného času, masové spotřeby, participace občanů na kultuře, konzumace kulturních statků (Kesner, 2005).

2.2 Cestovní ruch jako rozvojový prvek regionu

Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, a to za účelem pro ně příjemných činností. Tato definice nezahrnuje např. lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nsnadné určit, jak daleko člověk musí cestovat nebo kolik nocí musí být mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje spojitost (Horner & Swarbrooke, 2003).

Odvětví cestovního ruchu je globální. Představuje významné obchodní příležitosti a bude i nadále expandovat. Spojení této expanze s dobrým plánováním a šetrností k životnímu prostředí je výzvou pro plánování celého světa (Goeldner & Ritchie, 2009).

Cestovní ruch lze chápat jako významnou oblast spotřeby obyvatelstva a také jako součást národní ekonomiky. Z těchto poznatků lze odvozovat i postavení cestovního ruchu v národním hospodářství, které lze spatřovat zejména ve vlivu a postavení cestovního ruchu:

- ve spotřebě obyvatelstva,
- ve vztahu cestovního ruchu k odvětvové struktuře národního hospodářství,
- ve vytváření podnikatelských příležitostí a zaměstnanosti,
- ve významném působení na rozvoj územních celků,
- v globálních dopadech na národní hospodářství,

- v multiplikovaných účincích cestovního ruchu na národní ekonomiku (Malá, 2004).

Ve Strategii regionálního rozvoje Ministerstva pro místní rozvoj (2006) cestovní ruch představuje jedno z nejdynamičtěji se rozvíjejících odvětví v České republice a stává se stále významnějším faktorem regionálního rozvoje v řadě českých regionů i celé ekonomiky.

Národní trhy cestovního ruchu zahrnují tři typy cestovního ruchu: trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí (tuzemský) trh. Trh cestovního ruchu v Evropě se skládá z celé řady společně působících organizací:

- prodejci zájezdů (agentury) a cestovní kanceláře (touroperátoři),
- dopravní organizace včetně aerolinií, lodních společností a železnic,
- komerční ubytovací služby (nepatří sem ubytování u přátel, příbuzných, v dalších vlastních bytech, domech, chalupách a chatách),
- stravovací zařízení,
- návštěvnické atraktivity,
- zábavní parky.

Evropský trh cestovního ruchu je ovlivněn relativně dobrou ekonomickou situací obyvatelstva v jednotlivých zemích. Lze usuzovat, že bohatší země budou vykazovat vyšší výdaje na produkty cestovního ruchu a služeb pro využití volného času, protože tyto výdaje úzce závisejí na výši pohotových příjmů. Podle dostupných údajů však motivace pro nákup těchto produktů nemusí nutně souviset s osobním bohatstvím (Horner & Swarbrooke, 2003).

Volný čas a bohatství jsou hlavní hnací silou pro turistiku. Budoucnost cestovního ruchu bude pravděpodobně z velké části založena na těchto faktorech, které mají v globálním prostředí velký vliv. Bude postavena do velké míry na ekonomických a sociálních trendech, ale také se bude soustředit na relativně dobře vzdělané a bohaté jedince, kteří zastávají principy udržitelnosti životního prostředí, lidské rovnosti a kulturní rozmanitosti. Výsledkem bude citlivější generace rekreačních turistů (Chambers, 2009).

2.3 Marketing a management cestovního ruchu

Zabezpečování rozvoje cestovního ruchu souvisí s uplatňováním marketingu v podnicích cestovního ruchu, které má za úkol zabezpečit udržitelný rozvoj a prosperitu podniku na trhu cestovního ruchu (Raši, 2003).

Podle Philipa Kotlera (1998) je marketing společenský a řídicí proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí a potřebují, prostřednictvím vytváření a výměny výrobků a hodnot s druhými.

Cestovní ruch je odvětví s velmi rychlými změnami a marketing v dnešní době sehrává významnou úlohu v přizpůsobování se těmto změnám. Trh se stává stále více komplexní a členitější, konkurence je profesionálnější a dravější. Příčinami jsou změny v ekonomice a technologii a změny v životním stylu obyvatelstva. Z tohoto důvodu je cestovní ruch nucen zavádět nové služby, lépe se seznamovat se zákazníky a lépe volit cílové trhy. Dnešní silná konkurence vyžaduje orientaci na zákazníka, jehož potřeby jsou respektovány jako základní priorita.

Trh cestovního ruchu prošel za poslední léta řadou změn, které vyvolaly příčiny na straně nabídky i na straně poptávky. Mezi trendy, které nejvíce ovlivnily poptávku, patří změny věkové struktury zákazníků, změny struktury domácností a rozdělení rolí v domácnostech. Dále změny společenských a kulturních zvyklostí a životního stylu a také rostoucí specializace v možnostech cestování (Stehlík, 1998).

Destinační marketing představuje významný nástroj pronikání destinací na domácí i mezinárodní trh na regionální, lokální i národní úrovni. Destinační marketing v sobě propojuje strategickou, taktickou a administrativní rovinu s přihlédnutím na změny trhu cestovního ruchu (Palatková, 2006).

Morrison (1995, s. 16) marketing cestovního ruchu jako: „plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovního ruchu plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací.“

V posledních letech učinily viditelný pokrok ve způsobu komunikace s veřejností i česká muzea, galerie a jiné památkové objekty. Bezprostředním cílem marketingu v kulturní organizaci je zajištění co největšího podílu na „trhu“, tedy vytvoření základny spokojených zákazníků, kteří se stanou návštěvníky opakovanými. Musí se brát v úvahu, že marketingové cíle ve vztahu k poslání kulturní instituce jsou komplikovanější než u komerčních produktů, souvisí totiž s přístupy ke kultuře. V moderní společnosti si každý člověk svobodně volí způsob trávení volného času a uspokojování svých zájmů. Jeho volba je částečně ovlivňována jeho kulturní kompetencí, což je schopnost odnést si z návštěvy kulturního objektu nějakou

formu hodnotné a jím oceňované zkušenosti. Tuto schopnost lze získat a rozvíjet jen osobní účastí (Kesner, 2005).

2.4 Tvorba projektů a podnikatelských záměrů

Němec (2002, s. 11) definuje projekt jako: „cílevědomý návrh na uskutečnění určité inovace v daných termínech zahájení a ukončení.“ Z této definice vyplývá záměr s následujícími charakteristickými znaky:

- sleduje konkrétní cíl,
- definuje strategii vedoucí k dosažení daného cíle,
- určuje nezbytně nutné zdroje a náklady včetně očekávaných přínosů z realizace záměru,
- vymezuje jeho začátek a konec.

Projekt je vždy jedinečný – provádí se pouze jednou a jde o něco, co se předtím nedělalo, neopakovatelný – i podobný projekt je v něčem rozdílný, dočasný – má svůj začátek i konec a téměř pokaždé se na jeho realizaci podílí jiný tým projektantů. Projektem proto není periodicky se opakující činnost (Němec, 2002).

Projekt je určité krátkodobě vynakládané úsilí, které doprovází aplikace znalostí a metod, jehož účelem je přeměna materiálních a nemateriálních zdrojů na soubor předmětů, služeb nebo jejich kombinace tak, aby bylo dosaženo vytyčených cílů. Vynaložené úsilí spolu s aplikací znalostí a metod, je představováno působením pěti základních prvků projektového managementu:

- projektová komunikace – prostředí, které slouží k dorozumívání se všech účastníků projektu,
- týmová spolupráce – principy pozitivní kooperace a důvěry ve smyslu dosažení sdílených cílů,
- životní cyklus projektu – logický sled nejobecnějších úseků a fází projektu včetně definovaných stavů a podmínek pro přechod z jedné fáze do druhé,

- vlastní součásti projektového managementu – techniky a nástroje řízení projektů aplikované v průběhu životního cyklu projektu,
- organizační závazek (Svozilová, 2006).

V řízení projektu jsou uvedené manažerské činnosti specifické v tom, že jde o neopakující se proces vylučující rutinní přístup. Management projektu je zvláštní metodikou plánování, tvorby a realizace projektu. Jde o přístup k řízení projektu s jasně stanoveným cílem, který musí být dosažen v požadovaném čase, nákladech a kvalitě. Musí se respektovat určitá strategie, při současném využití specifických projektových postupů, nástrojů a technik (Němec, 2002).

Tři základny projektového managementu, které definují prostor, v němž se podle vytyčených cílů vytváří určitá nová hodnota, jsou:

- čas, který je limitní pro plánování sledu jednotlivých dílčích aktivit projektu,
- dostupnost zdrojů, které jsou projektu přiděleny a budou postupně užívány a čerpány,
- náklady, které jsou finančním projevem užití zdrojů v čase.

Pro úspěšné dokončení projektu platí, že tento dynamický systém musí být udržován v rovnováze. K tomu, aby tento předpoklad byl naplněn, slouží plán projektu (Svozilová, 2006). Každý dobrý plán by měl obsahovat těchto pět kritických prvků:

- cíle projektu a příslušné klíčové požadavky,
- vymezení předmětu projektu,
- hlavní výstupy projektu,
- nezbytné zdroje,
- časový rozvrh projektu s hlavními milníky dodávek (Barker & Cole, 2009).

Časovým plánem projektu se rozumí harmonogram, který vychází z rozdělení projektu na jednotlivé etapy, aktivity a kroky. Plánování je důležité ve všech fázích projektového cyklu. Nesprávně stanoveným harmonogramem může dojít k rozpadu návaznosti jednotlivých aktivit, špatnému rozdělení finančních a lidských zdrojů (Pártlová, P. & Váchal, J, 2010).

Procesní charakter projektového řízení člení projekt do několika fází a etap. Fáze projektu je časově definovaný úsek trvání projektu, který je racionálně rozdělen na časové

úseky, které jsou časově omezené a zahrnují odpovídající činnosti a specifické výsledky pro realizaci předem stanových cílů (Doležal et al., 2009).

Vlastní přípravu a realizaci projektu od identifikace základní myšlenky až po ukončení provozu a jeho likvidaci lze chápat jako určitý sled fází:

- fáze předinvestiční,
- fáze investiční,
- fáze provozní (operační),
- fáze ukončení provozu a likvidace.

Každá tato fáze je důležitá z hlediska úspěšnosti projektu, ale největší pozornost by měla být věnována fázi předinvestiční, protože úspěch či neúspěch daného projektu je ve značné míře závislý na informacích a poznatcích marketingové, technicko-technologické, finanční a ekonomické povahy, které byly získány v rámci zpracování technicko-ekonomické studie projektu (Fotr & Souček, 2005).

2.5 Možnosti financování projektů

Realizace projektu je podmíněna získáním potřebných finančních zdrojů na pokrytí investičních a provozních nákladů projektu. Bez finančních zdrojů nelze projekt realizovat, i když je podle kritérií hodnocen jako výborný. Mezi základní možnosti financování lze zařadit vlastní zdroje, např. u již existujícího podniku ze zisku nebo externí zdroje, kam patří úvěry, akciový kapitál či dotace (Vytlačil, 2008).

2.5.1 Dotační možnosti pro rozvoj cestovního ruchu v Plzeňském kraji

2.5.1.1 Dotační programy Plzeňského kraje

- **Program Podpora činnosti informačních center na území Plzeňského kraje pro rok 2011**

Příjemce: informační centra bez ohledu na právní formu. Je-li zřízeno obcí, je žadatelem obec.

Určen na: propagační materiály, pořízení inventáře.

- **Program podpory spolkové činnosti spojené s prezentací Plzeňského kraje v roce 2011**

Příjemci: neziskové organizace kromě nadací a nadačních fondů, tj. spolky, kluby, společnosti, zájmová sdružení právnických osob, svazy, unie, hnutí a jiná občanská sdružení. Pouze pro žadatele z Plzeňského kraje.

Určen na: podporu spolkové prezentační činnosti v tematických okruzích sport a tělovýchova, kultura, rybářství, myslivost, činnost hasičů.

- **Program podpory cykloturistiky a cyklodopravy v Plzeňském kraji v roce 2011**

Příjemci: města, obce, dobrovolné svazky obcí nebo sdružení obcí, zájmová sdružení právnických osob a občanská sdružení se sídlem na území Plzeňského kraje.

Určen na: výstavbu, rekonstrukci a údržbu cyklostezek, projektovou dokumentaci, značení cyklotras a cyklostezek, max. krytí celkových nákladů 80%.

Cíl programu: podpora zkvalitnění infrastruktury cyklistické dopravy a rozvoj cykloturistiky na území Plzeňského kraje s dosahem za jeho hranice a podpora systému bezpečných neregionálních a regionálních cyklotras.

- **Program podpory rozvoje venkovského cestovního ruchu v Plzeňském kraji pro rok 2011**

Příjemci: žádat o dotaci mohou fyzické nebo právnické osoby s výjimkou příspěvkových organizací zřízených Plzeňským krajem.

Cíl: podpora obnovy a další budování venkovské turistické infrastruktury a vznik regionálních produktů zejména se zaměřením na regionální gastronomické speciality, tradice a tradiční řemeslnou výrobu, turistické informační systémy, ubytovací zařízení, zařízení pro volný čas a sport, agroturistiku, hippoturistiku, vodáctví, adrenalinové sporty, turistiku pro rodiny s dětmi, podpora spolupráce v oblasti tvorby propagačních materiálů.

2.5.1.2 Regionální operační program NUTS II Jihozápad 2007-2013

Finanční prostředky jsou určeny jak pro veřejné, tak pro soukromé subjekty. Obecně platí, že jsou podporovány investice do zařízení podporujících cestovní ruch v dané lokalitě. Dotace se pohybuje v rozmezí 40% - 60% z ceny pořizovaného majetku, kdy konečná výše dotace záleží na místě realizace projektu a velikosti podniku žadatele.

Rozdělení podle cíle a zaměření na 4 prioritní osy:

1. Zlepšení dostupnosti center (např. silniční obchvaty, rekonstrukce silnic atd.).
2. Stabilizace a rozvoj měst a obcí (např. inženýrské sítě, veřejné osvětlení atd.).

3. Rozvoj cestovního ruchu (rekonstrukce rozhleden, společenské akce na podporu CR).
 - 3.1. Oblast podpory – rozvoj infrastruktury cestovního ruchu.
 - 3.2. Oblast podpory – revitalizace památek a využití kulturního dědictví v rozvoji cestovního ruchu.
 - 3.3. Oblast podpory – rozvoj služeb cestovního ruchu, marketingu a produktů cestovního ruchu (Wolf, V., 2011).

2.6 Cestovní ruch v oblasti šumavského podhůří

2.6.1 Vybraná oblast

Vybraná oblast se nachází v podhůří Šumavy v klatovském okrese v okolí měst Sušice a Horažďovice. Klatovsko se rozprostírá na území západní a střední části Šumavy, zabírá její nejrozmanitější část. Najdeme tady vysoké hory – Poledník, Javorná, Jezerní hora, Můstek, Pancíř a také čtyři z pěti jezer na české části Šumavy – Černé, Čertovo, Prášilské a Laka. Narazíme na majestátní hrady – Rabí, Velhartice, Kašperk, Švihov a Klenovou, ale i řadu památkově chráněných měst – Klatovy, Kašperské Hory, Sušice, Horažďovice. V zapadlých vískách překvapí cenné románské, gotické a barokní kostely. Nalezneme zde i řadu příkladů šumavské lidové architektury, ale i nemálo technických památek (Paseo, 2012).

Celým územím protéká řeka Otava, která vzniká soutokem horských říček Křemelné a Vydry pod Čeňkovou pilou na Šumavě. Odtud teče severním směrem k Sušici, kde se postupně přes Horažďovice a Strakonice stáčí k východu. Otava, jako jedna z mála řek u nás, dává širokému okruhu zájemců příležitost k vodní turistice i sportovním výkonům téměř po celý rok (Koutný, 2011). Otavu lemují četné kempy, tábořiště a levné turistické ubytovny, k dispozici jsou i půjčovny lodí a nezbytného vybavení (Obůrková, 2008).

Nedaleko Sušice se nachází Annín, malá osada na břehu řeky Otavy známá dříve výrobou, dnes broušením skla. Annín se rozprostírá pod vrchem Mouřenec na hranici Chráněné krajinné oblasti Šumava. Národní park Šumava je odtud vzdálen 4 km. V blízkosti osady je možnost táboření v autocampu. Je zde jedna z největších pstruháren v České republice. V objektu annínské sklárny si mohou zájemci prohlédnout jednotlivá pracoviště brusírny olovnatého křišťálu a dozvědět se něco o historii sklárny a o současných postupech výroby broušeného skla (Šperl, 2007-2012). Na Mouřenci stojí pozdně románský kostel sv.

Mořice z 1. pol. 13. st., jeden z nejstarších v kraji. Kostel sloužil jako farní pro osady v okolí. Vznik původní svatyně je spojován s rýžováním zlata, stezkou z Podunají a působením poustevníka Vintříře. Kostel sv. Mořice je pozdně románská jednolodní stavba s dvoupatrovou věží nad chórem a apsidou z doby kolem 1230. V jižní stěně lodi se zachoval románský portál s archivoltou vykrojenou obloučky. V roce 1993 v kostele objeveny a následně restaurovány vzácné nástěnné malby ze 14. století. Na hřbitově je kostnice z 18. st. (ŠumavaNet.cz, 2011).

Město Sušice, často též nazývané „Brána Šumavy“, leží v nadmořské výšce 465 m ve Svatoborské vrchovině, v údolí vroubeném zvlněným věncem Kalov. Sušice je jedním z východisek do oblasti centrální Šumavy. Leží v předhůří Šumavy na křižovatce turistických tras a na okraji Národního parku Šumava, který byl zřízen v r. 1991. Bývalé královské město se rozprostírá po obou březích kdysi zlatonosné řeky Otavy. Město nabízí řadu možností kulturního, sportovního i rekreačního vyžití. Velké množství hotelů, penzionů a restaurací v Sušici a okolí je připraveno nabídnout své služby. V části města byla vyhlášena městská památková zóna s mnoha zajímavými stavbami a objekty. Pro okolí Sušice je typická pěší turistika, cykloturistika, vodní turistika a hipoturistika (Město Sušice, odbor cestovní ruchu, 2005).

Na vrchu Stráž nad Sušicí se nachází raně barokní kaple Anděla Strážce z let 1682 – 83, která byla vystavěna na způsob poutnických kaplí kapucínským řádem. Když byla za vlády Josefa II. zrušena řada klášterů a poutnických míst, postihl tento osud i kapli Anděla Strážce. Roku 1799 byla na základě povolení zemského gubernia opět otevřena. V roce 1882 byla pseudorománsky přestavěna a současná podoba pochází z roku 1936. Je otevřena pouze při bohoslužbách konaných každý čtvrtek od června do srpna a o pouti první neděli v září. Dnes je velmi oblíbeným vyhlídkovým místem, odkud je krásný pohled na Sušici a okolí (Město Sušice, odbor cestovního ruchu, 2005).

Svatobor je turisty nejvíce vyhledávaným místem na Sušicku. Bylo zde staré sídliště pohanských předků a místo náboženských obřadů. Je opředen pověstmi o pohanské kněžně Vodolence, která podle pověsti byla lidem milována a také v blízkosti Svatoboru pohřbena. Svatobor s rozhlednou tvoří malebné pozadí města Sušice. Rozhledna je vysoká 31,6 m a celková výška rozhledny nad mořem činí 871 metrů (182 schodů). Odtud je nádherný pohled do kraje a na zahraniční šumavské velikány. Je možno vidět mohutná Ždánidla, hřebeny Plesné i Polední hory a skalnaté temeno velebného Javora. Za příznivého počasí je možno vidět i useknutý kužel malebné Přimdy, na severu se rýsuje hrad Radyně u Plané a na

jihovýchod dohlédneme k hřebenu Boubína, jehož vrchol je zakryt Ždánovem, jemuž sousedí Javorník s rozhlednou (Zdeborský, 2001-2005). V chatě je možnost občerstvení a ubytování.

Rabí je králem mezi hrady jihozápadních Čech a dost možná i králem všech českých hradů – ostatně drží titul největší hradní zříceniny v Čechách a jen celková délka jeho hradeb s dělovými baštami činí neuvěřitelných devět kilometrů. Dostalo se i na stránky řady učebnic dějepisu, a to jako místo, kde při husitském obléhání v roce 1421 přišel o druhé oko slavný vojevůdce Jan Žižka z Trocnova. Dnešní Rabí představuje působivý komplex několika nádvoří, hradních paláců a rozlehlých sklepení s přírodní krápníkovou výzdobou, jehož dominantou je 26 m vysoká vyhlídková věž. Čekání na prohlídky si návštěvníci mohou zpestřit třeba střelbou z kuše, projíždkou na divokém koni Boženě, rýžováním zlata nebo motáním svíček ze včelího vosku. V létě se tu koná řada zajímavých akcí se středověkými soutěžemi pro malé i velké, divadelní a koncertní vystoupení (Obůrková, 2008).

Horažďovice - město, které proslavily otavské perly. Stojí zde jedna z nejstarších dochovaných bran v Čechách – Červená brána z 13. st. V zámku sídlí od r. 1920 městské muzeum s expozicí „dějiny Horažďovic“ a výstavou minerálů z okolí. Na náměstí stojí kostel sv. Petra a Pavla z 13. st. a v klášterním areálu s kostelem Panny Marie bylo v letech 1854-1950 sídlo Školských sester de Notre Dame. Od r. 2000 je zde krytý plavecký bazén s tobogánem a jinými atrakcemi (Město Sušice, odbor cestovního ruchu, 2005).

Nenajdeme v Čechách mnoho hradů, jejichž jméno, ač sídlo samo stojí v rozvalinách, má dosud zvuk někdejší slávy. Jedním z nich je Prácheň, poměrně rozsáhlá zřícenina gotického hradu na vrcholu stejnojmenného kopce nad údolím řeky Otavy asi 1,5 km jihozápadně od Horažďovic. Kdekdo ví, že kámen z Práchně byl použit jako jeden ze základních kamenů při stavbě Národního divadla v Praze (Obůrková, 2008). Na původním hradu sídlili v letech 1148-1264 správci královského kraje Prácheňského, roku 1315 jej získali a záhy přestavěli Bavorové ze Strakonic. V 15. století hrad opuštěn a propadl zkáze. Hrad stojí na stejnojmenném vrchu, spadajícím příkře do Otavy. Na jihozápadním svahu je starodávný kostel sv. Klimenta (Záloha, 1984).

2.6.2 Historie zámku

První písemná zmínka o Hrádku pochází z roku 1298, kdy na tomto místě původně stála gotická tvrz. Nejstarším známým majitelem byl Sezima z Hrádku, který zde žil na počátku 14. století. Prvním významným rodem, žijícím zde v 15. století, byl rod Rýzmbeků. Rozkvět panství byl však přerušen velkým požárem v roce 1479. Význam městečka tak poklesl a nepomohlo ani to, že se stal v roce 1506 součástí majetku jednoho z nejvýznamnějších velmožů země, Zdeňka Lva z Rožmitálu. Zadlužil však celý rodový majetek natolik, že jej jeho syn, Adam Lev z Rožmitálu, musel začít rozprodávat.

V roce 1565 kupuje polovinu Hrádku Kryštof Račín z Račina a Čejkov, jeho dva vnuci, Adam a Kryštof, později kupují druhou polovinu (1588). Byli to právě oni, kdo se po roce 1590 rozhodl, že na základech středověké tvrze vybudují renesanční zámek.

Po období Račínů se majitelé zámku hodně střídají. Začalo tzv. období překupníků. Záchranou pro hrádecké panství se stává v roce 1731 Jan Ferdinand, hrabě Desfours z Montu a Atthienville. Rozhodl se pro citlivou přestavbu hrádeckého renesančního zámku, a to tak, že před starý renesanční zámek nechal vystavět nový, barokní. Součástí barokní přestavby byla i stavba třípatrové věže s mansardovou střechou a hodinami, později jen se zvonem, která bývala dominantou Hrádku. Bohužel se v roce 1976 zřítily. V díle Jana Ferdinanda dále pokračoval jeho synovec Bedřich, který nechal prodloužit křídlo na západní straně a vytvořil v něm rozměrnou kapli sv. Valburgy. Bedřichovou dědičkou se stala teprve šestnáctiletá vnučka Romana Františka Desfoursová. Provdala se za Karla Theodora Sturmfedera. Při porodu mrtvé holčičky však Romana umírá a krátce potom zemřelo i jejich první dítě – syn Bedřich. Majitelem hrádeckého panství se tak stává právě Karel Theodor Sturmfeder. Ten se znovu oženil, a to s Marií z Hornecku. Narodily se jim čtyři děti: Otakar, Otýlie, Karolína a mrtvá holčička. Otakar byl psychicky narušený hoch, na jehož výchovu dohlížel od roku 1847 František Pravda. Otýlie se provdala do rodu Hennebergů, jenž byli v obci velmi oblíbení, jelikož se starali i o obyčejné lidi. V době, kdy pobývali na zámku, nechali postavit v parku barokní kapličku se sochami sv. Václava a sv. Jana Nepomuckého. Panství spravovali do roku 1934. Po roce 1935 se o zámek staral Dr. Josef Windischgrätz, jehož ženou byla Alžběta z Hennebergu.

V roce 1945 byl zámek vyvlastněn a následně jej od státu převzala pražská obec baráčnická, která nechala odvézt veškerý majetek ze zámku. Zámek poté dostala do vlastnictví obec, posléze i družstvo, díky němuž zde byly vytvořeny bytové prostory

k pronájmu. O opravu zámku se však nikdo nestaral, a tak začal chátrat, nájemníci proto byli nuceni se vystěhovat (Šmídová, 2010). V roce 2000 zámek zakoupila místní projekční společnost, která začala se záchrannými pracemi a během 10 let dala zámku dnešní podobu.

2.6.3 Osobnost Františka Pravdy

Buditel a spisovatel, kněz František Pravda, vlastním jménem Vojtěch Hlinka, se narodil 17. dubna 1817 v Nekrasíně u Jindřichova Hradce. Pocházel ze starobylého selského rodu a na selském statku strávil i své dětství a mládí. Když mu bylo šest let, začal chodit do školy v Novém Etyнку (Nové Včelnici).

Nový Etynk byl větší a zajímavější obcí, než jeho rodný Někrasín a pro vnímavého chlapce byl zdrojem nových poznatků i odrazovým můstkem na cestě k dalšímu vzdělání. Příjemnou změnou pro něho byl pobyt u strýce ve Žďáru na Moravě a studium na svitavské škole. Protože studoval s výborným prospěchem, souhlasili rodiče s tím, aby ve studiu pokračoval. Vystudoval tedy šestileté gymnázium v Jindřichově Hradci a od roku 1836 pokračoval studiem filozofie v Praze. Po absolvování filozofie odešel v roce 1838 do Vídně, kde se věnoval studiu teologie. Ve Vídni se v něm probudilo národní vědomí, dosud potlačované německými školami a velice naléhavě si uvědomil, jak mu české vzdělání a znalost českého jazyka schází. Po roce studia proto přešel do pražského semináře, pokračoval zde ve studiu teologie a během studií se zdokonaloval v češtině.

Po vysvěcení na kněze nebylo pro něj zpočátku volné místo. Zůstal proto téměř celý rok ve svém rodném Nekrasíně a vypomáhal duchovnímu v sousedním Jarošově. Zanedlouho nastoupil jako kaplan ve středních Čechách v Kvílicích. V roce 1846 odešel do pražského ústavu pro odrostlé slepce. Setkal se zde se zakladatelem časopisu Blahověst Václavem Štulcem, který ho požádal o přispívání do tohoto časopisu. Tak začal Hlinka psát svou vlastní povídku „Dvě svatby najednou“. Právě pod ní se poprvé objevilo jméno František Pravda, které už mu zůstalo na celý život. Tou dobou Hlinka těžce onemocněl a musel zanechat své práce ve slepeckém ústavu.

Po vyléčení zavál další životní osud mladého kněze na Sušicko. 7. října 1847 přijal místo vychovatele ve šlechtické rodině barona Sturmfedera. Nedlouho před Hlinkových příchodem zemřela druhá žena barona Sturmfedera Marie z Hornecku a baronovi zůstaly dvě

děti Otakar (13 let) a Otýlie (11 let). Syn Otakar byl duševně nemocný, ale už během prvního roku Hlinkova působení se ukázalo, že se podařilo najít metodu, jak v chlapci rozvinout to, co bylo možné. Baron byl za to kaplanovi vděčný, a když se blížila dohodnutá doba odchodu kněze ze svého místa, přála si celá rodina, aby kněz zůstal dál. Dokonce mu dali postavit domek, ve kterém pak všechna další léta žil. Po dalších třech letech se Otýlie provdala za barona Henna a na zámku přibyly postupně čtyři děti. V letech 1865 až 1871 však postupně všichni Sturmfederové zemřeli – mladá Otýlie, starý baron Sturmfeder a nakonec i Hlinkův ošetřovatel a žák Otakar. O panství se pak za své děti staral baron Henn a o děti pečovala nevlastní babička a duchovně i páter Hlinka.

Když p. Vojtěch Hlinka přišel do Hrádku, bylo mu pouhých 30 let a pomýšlel na jinou budoucnost. Na Hrádku chtěl zůstat jako vychovatel jen 6 let, ale nakonec bylo vše jinak a on zde zůstal celých 57 let. Našel zde trvalý domov a žil zde doslova idylickým životem kněze spisovatele.

V literatuře z poloviny minulého století se u řady našich spisovatelů objevuje vesnická tematika. Snahu zobrazit život venkovského lidu, úzce spjatého s přírodou a hledat v něm i obecně národní rysy, spatřujeme u známých autorů, jako byla Božena Němcová, později Karolina Světlá, Vítězslav Hálek a další. Čestné místo mezi nimi zaujímá jihočeský tvůrce venkovské povídky Vojtěch Hlinka – František Pravda.

Pravda byl sice svými velkými vrstevníky zastíněn a neměl ani tolik uměleckého nadání jako oni, jeho ohlas však byl v tehdejší společnosti značný. Pravdovy povídky totiž pronikaly v kalendářích, časopisech a knižních souborech mezi nejširší lidové vrstvy, z nichž sám pocházel a odkud vyrůstaly i jeho příběhy. V jeho díle se zrcadlí dobrá znalost venkovského prostředí, a živý smysl pro jeho svéráznost. Proti hodnotám venkovského světa staví do protikladu velké město s jeho svobodomyšlností, morální nevázaností, citovým chladem. Lék na veškeré sociální neduhy vidí v lásce k bližnímu, v soucitu, spravedlnosti a vůbec v životě řízeném křesťanskými mravními zásadami.

Pravda začal své povídky otiskovat od roku 1848 v různých časopisech (Poutník, Lumír, Posel z Prahy) a přispíval i do almanachů a kalendářů (Perly české, Pečírkův kalendář, Zábavník učitelský). V té době na něj působí i dílo B. Němcové, J. K. Tyla a K. H. Borovského.

Tématem Pravdových prací, které vyšly v letech 1851 až 1853 jako pětisvazkový soubor s názvem "Povídky z kraje", jsou osudy rázovitých postav z vesnice i maloměsta.

Spisovatel detailně líčí život na statku i v čeledníku, v kůlně i v hospodě, vykresluje bohaté sedláky, ale i pacholky a děvečky. Dodnes překvapuje věcná charakteristika a téměř dokumentárnost, s níž autor kreslí postavy hrdinů. Jsou mezi nimi venkované (Dědeček dudák), řemeslníci (Krejčí Fortunát), studenti (Matka studentů) i učitelé (Učitel ze staré školy). Prvním jeho dílem byla kniha "Dvě svatby najednou". Další je úvaha "Slovo o slečnách a k slečnám", kde nekompromisně bojuje za vyšší vzdělání a zrovnoprávnění českých paní a dívek. V díle "Obrázky z vojny" ukazuje odvážný odpor proti válkám. Kladný poměr k továrnímu dělnictvu a k sociální otázce vyjadřuje "Fabrika v Postupově" z roku 1855 a "David a Jonathan" z roku 1861. Mistra Jana Husa zhodnotil jako vzor čistého charakteru ve spisku "Statek Drahybyly" z roku 1870. Úsilí o rozmnožení českého školství a povznesení hmotného zabezpečení učitelstva je skryto v díle "Rozličné školy a studie". Tak by bylo možno jmenovat další a další knihy s náměty, které mu dal venkov. Je to "Sládek a jeho schovanec", "Zralých Jan si hledá nevěstu", "Na výminku". Jeho líčení venkovského posvícení, hospodských zábav, práce ve stodole, na statku a ve škole jsou nezapomenutelná.

Začátkem 70. let nebyl Vojtěch Hlinka jen známým spisovatelem Františkem Pravdou. Byl i arcibiskupským notářem pražským a biskupským notářem budějovickým a královéhradeckým. Stal se čestným občanem Hrádku i královského města Sušice. Čestné občanství mu udělil i Nekrasín a Nová Včelnice. V roce 1874 na přání dr. F. L. Riegra kandidoval a byl zvolen poslancem zemského sněmu za staročeskou stranu na Sušicku a Horažďovicku. Politika jej však příliš roztrpčila a unavila a tak při dalších volbách rezignoval. V říjnu 1890 byl v Hrádku založen hasičský sbor a p. Vojtěch Hlinka patřil mezi jeho zakládající členy. V roce 1893 byl na valné hromadě dokonce jmenován čestným členem hasičského sboru.

O tom jaké úctě a vážnosti se těšil nejen u čtenářů, ale i u významných spisovatelů té doby, svědčí delegace spisovatelů, kteří mu přišli blahopřát v dubnu 1897 k jeho osmdesátinám. Pozdravný list spisovatelů sdružených ve Spolku českých spisovatelů Máj mu osobně předali Karel Václav Rais, Alois Jirásek a Jaroslav Kvapil.

Vojtěch Hlinka zemřel 8. prosince 1904. Pohřben byl za velké účasti obyvatelstva celého sušického kraje na zdounském hřbitově u Sušice. Jeho život v Hrádku připomíná dnes pamětní deska na domě, kde žil. Jeho jméno také nese místní knihovna (Brabcová, 2004).

3 HLAVNÍ A DÍLČÍ CÍLE PRÁCE

Hlavní cíl práce

Hlavním cílem práce je vypracování projektu rozvoje cestovního ruchu v oblasti Šumavského podhůří.

Dílčí cíle práce

- Identifikace příležitostí na trhu cestovního ruchu v oblasti šumavského podhůří
- Určení optimálního technického a majetkového zajištění projektu
- Vymezení variant finančního zajištění projektu

4 METODIKA

Tato diplomová práce navazuje na bakalářskou práci „Cestovní ruch a rekreace ve vybrané oblasti šumavského podhůří“. Pro zpracování práce, zejména pro analýzu poptávky a nabídky na trhu cestovního ruchu, bylo využito některých výsledků vyplývajících z této bakalářské práce. Návrh projektu kulturního cestovního ruchu byl poté zpracován podle metodiky studie proveditelnosti.

4.1 Studie proveditelnosti

Siber (2004) ve své metodické příručce označuje studii proveditelnosti (Feasibility Study) jako technicko-ekonomickou studii, což je dokument, který souhrnně a ze všech realizačně významných hledisek popisuje investiční záměr. Účelem studie je zhodnotit všechny realizační alternativy a posoudit realizovatelnost investičního projektu a také poskytnout veškeré podklady pro samotné investiční rozhodnutí. Studie proveditelnosti je zpracována v předinvestiční fázi projektu a později slouží jako základní nástroj projektového managementu ve fázích investiční a provozní.

Studie proveditelnosti se podle řešené problematiky člení do tematických samostatných kapitol. Obvyklou strukturu řešených problémů respektuje následující osnova:

1. Titulní stránka

2. Obsah

3. Úvodní informace

- V rozsahu zhruba jedné stránky by měl být uveden účel, pro který je studie proveditelnosti zpracována a k jakému datu, identifikační údaje o zadavateli, zpracovateli studie a příslušných kontaktních osobách.

4. Stručné vyhodnocení projektu

- Popsání zásadních závěrů, které vyplývají ze zpracované studie proveditelnosti. Stručně je zde uvedeno finanční zhodnocení projektu a výsledky analýzy rizik.

5. Stručný popis podstaty projektu a jeho etap

- Obsahuje komplexní popis hlavních charakteristik projektu a jeho etap (název, smysl a zaměření projektu, investor, kapacita, lokalizace, etapy projektu a jejich specifika, ...).

6. Analýzy trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix

- Jsou zde řešeny odhady a doporučení týkající se potřeb finálních uživatelů, konkurenceschopnosti výstupů produktu, a to v následující struktuře:
 - i. analýza trhu a odhad poptávky,
 - ii. marketingová strategie,
 - iii. marketingový mix.

7. Management projektu a řízení lidských zdrojů

- Tento pojem zahrnuje veškeré plánování, organizování, řízení kontrolu všech procesů, organizačních jednotek a veškerých lidských zdrojů.

8. Technické a technologické řešení projektu

- Shrnuje podstatné technické a technologické aspekty projektu (zvolená technologie, technické parametry jednotlivých zařízení, technická rizika, potřebné neritické a materiálové toky, ...).

9. Dopad projektu na životní prostředí

- Popis kladných i negativních vlivů, které plynou z realizace projektu.

10. Zajištění investičního majetku

- Vymezení struktury dlouhodobého majetku a určení výše investičních nákladů.

11. Řízení pracovního kapitálu (oběžný majetek)

- Komplexní finanční zohlednění předchozích bodů v následující struktuře:
 - a) Základní kalkulace a analýza bodu zvratu
 - i. Kalkulace
 - ii. Analýza bodu zvratu

b) Finanční plán

- i. plán průběhu nákladů a výnosů,
- ii. plánované stavy majetku a zdrojů krytí,
- iii. plán průběhu cash flow.

12. Finanční plán a analýza projektu

- Vyhodnocení projektu pomocí kritériálních ukazatelů kalkulovaných z finančních toků.

13. Analýza a řízení rizik (citlivostní analýza)

- Vymezení největších zdrojů rizika v projektu a uvedení opatření na jejich snížení.

14. Harmonogram projektu

- Časový plán jednotlivých činností a fází projektu, ze kterého by mělo být patrné, kde jednotlivé činnosti začínají a kdy končí, které činnosti na které navazují a jaké se vzájemně překrývají.

15. Závěrečné shrnující hodnocení projektu

- Závěr by měl zahrnovat výsledné posouzení projektu ze všech uvažovaných hledisek a vyjádření k realizovatelnosti a finanční stabilitě projektu.

16. Přílohy

4.2 Analýza trhu

Pro analýzu poptávky byly využity výsledky z marketingového výzkumu prováděného v rámci bakalářské práce „Cestovní ruchu a rekreace ve vybrané oblasti Šumavského podhůří“. Na třech lokalitách této oblasti bylo prováděno dotazníkové šetření, konkrétně to byly tyto lokality: zřícenina hradu Prácheň, hrad Rabí a Annín. Pro každou lokalitu byla sledována image, kdy respondenti byli vyzváni, aby uvedli jediné slovo nebo slovní spojení, které je napadne ve spojení s navštíveným místem. Dále byla zjišťována emoční složka postojů návštěvníků k navštívenému místu na základně standardizovaných sedmičlenných škál sémantického diferenciálu uváděných Mehrabianem a Russellem (Mehrabian & Russel,

1974). Dalším významným sledovaným konceptem byly motivy k návštěvě daného místa zahrnující jak motivy „pull“, tak motivy „push“. V rámci dotazníku byly také zjišťovány rekreační aktivity, kterým se návštěvníci během aktuálního pobytu věnují. Dotazník byl doplněn dotazy na obvyklá segmentační kritéria rozdělená na: demografické, socioekonomické, geografické, psychografické a behavioristické otázky.

Z celkového počtu 192 oslovených respondentů na dotazník odpovídalo 103 žen a 89 mužů. Převládaly mladší věkové skupiny: 18 až 25 let (odpovídalo 44 respondentů) a 26 až 35 let (odpovídalo 46 respondentů). Nejméně respondentů bylo z věkové skupiny nad 75 let, a to pouze 2 respondenti. Nejvíce respondentů pocházelo z okresu Klatovy (celkem 69 respondentů) a dále z Prahy (26 respondentů). Při výběru dovolené velká většina respondentů, a to 79% preferuje nabídku nejlepšího poměru kvalita/cena. Předpokládaná délka dovolené byla nejčastěji 7 – 14 nocí u 66 respondentů, dále 4 – 6 nocí u 54 respondentů. Značný počet respondentů – 45, byl pouze na výletě z domova a nikde nepřespávali.

4.3 Marketingový mix

Praktická realizace marketingové orientace firmy je spojena s tvorbou a využíváním nástrojů marketingu – s tzv. marketingovým mixem (Zamazalová in Boučková, 2010). Marketingový mix (4P) lze chápat jako souhrn vnitřních činitelů podniku – soubor nástrojů, jenž mu umožňuje ovlivňovat chování spotřebitele. Marketingový mix (4P) tvoří:

- produkt (*Product*),
- cena (*Price*),
- distribuce (*Place*),
- komunikace (*Promotion*).

Tyto marketingové nástroje je nutné vzájemně kombinovat a harmonizovat tak, aby co nejlépe odpovídaly vnějším tržním podmínkám. Teprve pak mohou efektivně plnit svoji funkci a dosahovat synergického efektu (Kotler & Keller, 2007 in Zamazalová 2009). V tabulce xx jsou popsány marketingové nástroje spadající pod jednotlivá 4P.

Tabulka 1. *Nástroje marketingového mixu*

Výrobek	Cena	Místo, distribuce	Komunikace, podpora
Přínos, prospěšnost	Deklarovaná cena	Cesty	Reklama
Vlastnosti	Slevy	Logistika	Public relations
Varianty	Úvěrové podmínky	Sklady	Sponzorování
Kvalita	Platební lhůty	Doprava	Podpora prodeje
Design	Zvýhodnění	Sortiment	Přímý marketing
Značka		Umístění	Prodejní místa
Balení			Výstavy a veletrhy
Služby			Osobní prodej
Záruky			Interaktivní marketing

Zdroj: *Pelsmacker, Geuens & Van Den Bergh, 2003, s. 24*

Kotler specifikuje marketingový mix jako soubor taktických marketingových nástrojů – výrobkové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které umožňují firmě upravit nabídku dle přání zákazníků cílového trhu (Kotler & Keller, 2007 in Zamazalová 2009). Marketingový mix je vlastně takovou kombinací marketingových prvků, která vytváří podmínky pro efektivní podnikání, ale musí být správně nastaven (Cooper & Lane, 1999). Jednotlivé prvky mixu může marketingový manažer namíchat v různé intenzitě a v různém pořadí, aby uspokojil potřeby zákazníků a přinesl organizaci zisk.

- Aplikace marketingové orientace v organizacích poskytujících služby ukázala, že tato 4P pro účinné vytváření marketingových plánů nestačí, proto je nutné připojit další P (Vašítková, 2008). Jako další 5P bývají často zmiňováni lidé (*People*). Pro služby je typický marketingový mix 7P, kde jsou přidány P:
 - zaměstnanci (*Personnel*),
 - proces (*Process*),
 - fyzický důkaz (*Physical evidence*), (Zamazalová, 2009).

V oblasti služeb někteří autoři používají i další prvky. Morrison (1995) uvádí Osm „P“ marketingu pohostinství a cestovního ruchu:

- produkt, výrobek (*Product*),
- lidé (*People*),
- sestavování balíků služeb (*Packaging*),
- programová specifikace packagů (*Programming*),
- místo (*Place*),

- propagace (*Promotion*),
- kooperace (*Partnership*),
- cena (*Pricing*).

Koncepce 4P či 8P se na trh dívá z hlediska prodávajícího a ne z hlediska kupujícího. Zvažuje-li kupující nějakou nabídku, nevidí ji očima prodávajícího. Prodávající pohlíží na 4P jako na disponibilní nástroje prodeje, pomocí kterých působí na zákazníka. Kupující chápe tyto nástroje jako nositele spotřebitelského užitku. Proto každé z uvedených 4P je možné z hlediska kupujícího označit za jedno ze 4C (viz Tabulka 2.), (Jakubíková, 2008).

Tabulka 2. Vztah mezi 4P a 4C.

Čtyři P	Čtyři C
Produkt (<i>Product</i>)	Hodnota z hlediska zákazníka (<i>Customer value</i>)
Cena (<i>Price</i>)	Náklady pro zákazníka (<i>Cost to the customer</i>)
Místo (<i>Place</i>)	Pohodlí (<i>Convenience</i>)
Marketingová komunikace (<i>Promotion</i>)	Komunikace (<i>Communication</i>)

Zdroj: Kotler, 2000, s. 114

4.4 Finanční analýza

Finanční analýza a hodnocení projektů zaujímají ve studii proveditelnosti projektu ústřední postavení, neboť poskytují základní informace pro rozhodnutí o přijetí či zamítnutí projektu. Jsou to informace vhodné pro posuzování výhodnosti více variant projektu a rozhodování o variantě, která by se měla realizovat.

Při hodnocení a výběru projektu je nutné udělat dvě závažná rozhodnutí. První z nich, investiční rozhodnutí, se týká vlastní věcné náplně projektu, která je charakterizována určitým programem služeb. Pokud se firma rozhodne realizovat určitý projekt, pak musí určit také velikost a strukturu finančních zdrojů, které bude realizace projektu vyžadovat. Toto rozhodnutí je pak rozhodnutím finančním a navzájem spolu těsně souvisejí. Jejich společným rysem je to, že základ pro investiční i finanční rozhodnutí tvoří peněžní tok (cash flow) projektu, a to po celou dobu životnosti projektu (Fotr & Souček, 2005).

5 SOUČASNÁ NABÍDKA NA TRHU KULTURNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU V ŘEŠENÉ OBLASTI

Vymezené území v Pootaví tvoří 36 obcí, z nichž největší je město Sušice, následuje město Horažďovice. Z dalších turisticky zajímavých míst bych jmenovala Rabí a Annín. V těchto místech se nachází největší množství atraktivit i ubytovacích zařízení.

Město Sušice leží ve Svatoborské vrchovině na řece Otavě. Výraznou dominantou Sušicka je 32 m vysoká rozhledna Svatobor se dvěma věžemi (mapa KČT, 2008). Velké zastoupení zde nacházejí kulturně-historické památky. Sušice byla v roce 1992 vyhlášena městskou památkovou zónou. Mezi zdejší památky řadíme např. radnici, bývalé gotické měšťanské domy, kostel sv. Felixe a kapucínský klášter, Muzeum Šumavy, Starý židovský hřbitov a kapli Anděla Strážce. Město pořádá každý rok mnoho akcí, pravidelné akce jsou uvedeny v Příloze č. 1. V Sušici existuje celkem 29 ubytovacích možností. Z volnočasových aktivit je možno využít např. tenisový kurt nebo půjčovny lodí.

Druhé největší město jsou Horažďovice. Nad pravým břehem řeky Otavy, asi 1,5 km jihozápadně od Horažďovic, v Prácheňské pahorkatině se nachází národní přírodní rezervace Prácheň (Michálková, 2004). Za zmínku ovšem stojí historie Horažďovic, které je odedávna spjata s nedalekou staroslavnu Práchní. Již v 10. století vzniklo opevněné hradiště a zhruba o dvě století později se stal kamenný hrad Prácheň správním centrem Prácheňského kraje, který ve 13. století zahrnoval přibližně dnešní Horažďovicko, Sušicko, Kašperskohorsko, Strakonicko a Vimpersko. Dnes je možné na Práchni vidět pouze zbytky zříceniny mohutného župního hradu a kostelík sv. Klimenta ze 13. století (ŠumavaNet.CZ., 2009). Ve městě je krytý aquapark s horolezeckou stěnou, kino Otava, které promítá několikrát týdně a pořádají se zde kulturní a sportovní akce. Pravidelné akce uvádí Příloha č. 2. V Horažďovicích si turisté mohou vybrat celkem z 9 možností ubytování. Na výběr mají také relativně velké množství rekreačních aktivit.

Obec Rabí je známá především díky nejrozsáhlejší české hradní zřícenině hradu Rabí, jenž se může pyšnit jedním z nejvyspělejších obranných systémů své doby v Evropě (Novák, 2004-2010a). Podhradí bylo v roce 1992 vyhlášeno městskou památkovou zónou (mapa KČT, 2008). Na hradě Rabí se každoročně během sezóny pořádají koncerty, divadelní představení, šermířská vystoupení, středověká slavnost, festival historických filmů Rabiograf a vánoční večerní prohlídky při svíčkách. Ke zhlédnutí jsou zajímavé výstavy a pro nejmenší se každý

rok připravuje dětský den zvaný Rabijáda (Novák, 2004-2010b). Rabí nabízí turistům k ubytování 6 penzionů, hotel a ubytovnu.

Obec Annín leží na pravém břehu řeky Otavy ve výšce 596 m n. m. pod vrchem Mouřenec. Nachází se asi 6 km jižně od města Sušice na samé hranici CHKO Šumava (Spolek pro popularizaci jižních Čech, 2010). V roce 1796 tu byla založena sklářská huť, která počátkem 19. století poprvé v Rakousku-Uhersku vyrobila rubínové sklo s použitím zlata. Dalším prvenstvím, kterým se Annín může pyšnit, bylo založení prvního autokempinku v tehdejší ČSSR, jenž byl vybudován na pravém břehu Otavy. Na vrchu Mouřenec nad vsí byl vystavěn na přelomu 12. a 13. století románský kostel sv. Mořice, jeden z nejstarších v kraji. V Anníně je několik možností ubytování, a to: hotel, chalupa, kempy, penziony a ubytovna. V horkých letních dnech je na výběr koupání v řece nebo koupalištích.

Ostatní obce již nejsou tak turisticky atraktivní a navštěvované. V každé vesnici je však alespoň nějaká zajímavost jako např. zámeček, kaplička, boží muka nebo alespoň křížek (Řezanková, 2010).

6 PROJEKT

„Návrh projektu je modelem praktické aplikace v předcházejících kapitolách představeného výzkumu. Projekt má sloužit pouze jako součást závěrečné práce a jako doklad pochopení problematiky stanoveného tématu. Vzhledem k tomu, že práce jsou zveřejňovány, je nutné zdůraznit, že návrh projektu je vypracován tak, aby byl reálně proveditelný, nikoliv však s jakýmkoliv úmyslem jej jakkoliv realizovat a nezavazuje nikoho – autorku, vedoucího práce, ani jakoukoliv složku v této práci zmíněnou – k jakékoliv zodpovědnosti související s tímto návrhem“ (Navrátil, 2012).

6.1 Úvodní informace

Tento návrh projektu rozvoje kulturního cestovního ruchu v oblasti Sušicka byl zpracován podle metodické příručky studie proveditelnosti vydané Ministerstvem pro místní rozvoj z roku 2004. Účelem tohoto projektu je popsat investiční záměr a jeho ekonomickou situaci. K tomu je potřeba zhodnocení všech realizačních alternativ a posouzení realizovatelnosti investičního projektu.

6.2 Stručný popis podstaty projektu a jeho etap

6.2.1 Název a realizace projektu

Název projektu: Zámecké kulturní léto

Začátek realizace: říjen prvního roku

Přepokládaný konec realizace: září druhého roku

6.2.2 Identifikační údaje

Zadavatelem projektu je zámek v Pošumaví, který byl před několika lety otevřen veřejnosti po rozsáhlé rekonstrukci. V zámeckém areálu se nachází hotel s restaurací, regionální muzeum, zámecká kaple a park.

Zpracovatelem projektu jsou zaměstnanci zámku. Jedná se především o recepční hotelu a průvodkyně muzea.

Potencionální partneři projektu jsou v odborných záležitostech Muzeum Šumavy v Sušici a Státní oblastní archiv v Plzni – oddělení zemědělsko-lesnických fondů v Klášteře u Nepomuka. Na realizaci projektu se bude spolu se zámek podílet místní sbor dobrovolných hasičů a římskokatolická farnost.

6.2.3 Lokalizace

Země: Česká republika
Region soudržnosti: NUTS II Jihozápad
Kraj: Plzeňský
Okres: Klatovský

6.2.4 Smysl, cíle a zaměření projektu

Zámek byl znovu otevřen veřejnosti jako „Společenské, kulturní a ubytovací centrum“ po desetileté rekonstrukci, která vedla k záchraně tohoto historicky cenného objektu. Projekt se snaží o navrácení života do zámku a jeho otevření se pro návštěvníky, turisty i širokou veřejnost. Projekt má za snahu oživení a rozšíření nabídky cestovního ruchu v obci i celém pošumavském regionu, navázání na tradici „Zámeckého kulturního léta“, které bylo v minulých letech s úspěchem organizováno sborem místních dobrovolných hasičů, a rozšíření prohlídkové trasy zámku s regionálním muzeem a doplnění trasy turistických cílů blízkého okolí – hrad Velhartice, hrad Rabí, tvrz Kašovice, rozhledna Svatobor a jiných.

Hlavním motivem projektu je snaha o vnesení „ducha“ pohádek do kulturního programu, který je tak blízký zámeckému prostředí a ve kterém se odehrává děj pohádkových příběhů.

Projekt je zaměřen na rozvoj kulturního cestovního ruchu. Jeho prvotním cílem je seznámení obyvatel a návštěvníků zámku a celého regionu Sušicka s životem a dílem významné zdejší osobnosti Františka Pravdy. Navazujícím cílem bude přilákat na zámek co nejvíce návštěvníků.

Projekt bude realizován během letní turistické sezony. K realizaci projektu bude využito stávajícího produktu „Zámecké kulturní léto“, jehož doprovodný program bude rozšířený o navrhované aktivity spojené s osobou Františka Pravdy a dalšími historickými osobami vázajícími se k zámku. Program proběhne přímo v prostorách zámku, a to v zámeckém parku, zámecké kapli a v zámeckém regionálním muzeu.

6.2.5 Investor projektu

Zámek v Pošumaví, okres Klatovy

Spoluúcast zadavatele projektu bude činit 90% z celkových nákladů na jeho realizaci.

Plzeňský kraj – Krajský úřad Plzeňského kraje, odbor kultury a památkové péče, Škroupova 18, 306 13 Plzeň

Za účelem finanční podpory projektu bude podána žádost o grant Plzeňského kraje, konkrétně o příspěvek v rámci grantového programu Plzeňského kraje v oblasti kultury. Základní podmínky pro žadatele o poskytnutí dotace dle aktuálních podmínek z roku 2011 jsou následující:

- žadatelé mohou být: fyzické a právnické osoby, jejichž projekt souvisí s předmětem podpory,
- žadatelé nemohou být příspěvkové organizace zřízené Plzeňským krajem,
- žadatelé nemohou být fyzické nebo právnické osoby, které mají závazky po lhůtě splatnosti vůči Plzeňskému kraji nebo jinému veřejnoprávnímu subjektu,
- preferováni budou žadatelé se sídlem v Plzeňském kraji,
- podání úplně a obsahově správně vyplněné žádosti o dotaci včetně všech povinných příloh,

- finanční spoluúčast žadatele, poskytnutí dotace je vždy vázáno na spoluúčast žadatele, která nesmí pocházet z rozpočtu Plzeňského kraje.

Cílem grantového programu je podporovat kulturní projekty v těchto tematických okruzích:

- divadlo,
- hudba, tanec,
- výtvarné umění,
- literatura a publikační činnost,
- audiovize (film, nová informační média) a fotografie,
- kulturní dědictví (projekty rozvíjející a prohlubující historické a kulturní povědomí občanů Plzeňského kraje),
- podpora tradiční lidové kultury (dokumentace, identifikace a prezentace jevů tradiční lidové kultury, prezentace výrobků lidových řemesel, výstavní projekty, dokumentace a záznamy řemeslných technologií, zpravodajská a výzkumná činnost v oblasti tradiční lidové kultury, folklorní přehlídky a festivaly, neziskové tvůrčí dílny),
- postupové přehlídky neprofesionálních uměleckých aktivit (pouze akce pořádané NIPOS – ARTAMA a pořadateli z pověření Ministerstva kultury ČR),
- průřezové a přesahující projekty (projekty zahrnující více tematických okruhů).

Dotace může být příjemci poskytnuta na částečné krytí celkových nákladů spojených s realizací projektu ve výši maximálně 80% celkových nákladů. Minimální výše poskytnuté dotace je 10 000 Kč a maximální výše poskytnuté dotace je 80 000 Kč. Poskytnutou dotaci lze čerpat pouze v roce, kdy byla přidělena. Dotace se převede na účet příjemce po podepsání smlouvy o poskytnutí dotace. Čerpání dotace se řídí podmínkami specifikovanými ve smlouvě (Beránek, 2011).

Místní obecní úřad, okres Klatovy

Bude podána žádost o příspěvek na kulturu, která se projedná na zastupitelstvu obce.

6.2.6 Kapacita projektu

„Zámecké kulturní léto“ bude realizováno v průběhu celého léta v prostorách zámku. Zahrnuje sezónní výstavu historických hraček a loutek, která se bude konat v prostorách před muzeem a bude umístěna do připravených skleněných vitrín. Výstava bude přístupna denně od června do září v čase od 11 hod do 17 hod. Divadelní představení a koncerty se budou konat v odpoledních či večerních hodinách, pouze za příznivého počasí, pod širým nebem v zámeckém parku či na zámeckém nádvoří, taktéž historický víkend na zámku se šermířskou a divadelní společností. Večerní čtení při svíčkách s Františkem Pravdou bude probíhat v jednom ze zámeckých sálů a bude spojeno s ochutnávkou vín, kterou připraví zámecká restaurace.

6.2.7 Specifika projektu

Projekt řeší rozšíření nabídky produktů kulturního cestovního ruchu v oblasti Sušicka. Je zaměřen na osobnost Františka Pravdy, který ve vymezené oblasti žil a psal. Program je vytvořen tak, aby si případní zájemci o produkt mohli vybrat z několika rozdílných aktivit, podle toho, která je pro ně atraktivnější. Každá aktivita by měla přinést účastníkům nový zážitek, představit jim kousek historie, přinést nové informace či je jen potěšit.

6.2.8 Program „Zámeckého kulturního léta“

Červen – září

Sezónní expozice historických hraček a loutek

- zaměřeno na malé i velké návštěvníky,
- otevřeno denně.

Poslední víkend v červnu

Živá swingová show se zpěvem, tancem a magií

- hudební vystoupení pod širým nebem pro všechny milovníky swingu,

- vystoupení se koná od 19 hod na zámeckém nádvoří.

Vítání prázdnin

- dětský den plný her a soutěží s podvečerní dětskou diskotékou,
- začátek ve 14 hod v zámeckém parku.

Červenec – srpen

Víkendové prohlídky zámku s kněžnou Adelaidou

- netradiční prohlídka zámku obohacená o vyprávění ze života zdejších šlechticů,
- určeno pro rodiny s dětmi a pro návštěvníky zajímající se nejen o historii,
- prohlídky se budou konat každý víkend a o svátcích vždy v každou celou hodinu od 11 hod – 17 hod.

Státní svátek – Den slovanských věrozvěstů Cyrila a Metoděje

„S čerty nejsou žerty“

- známá česká pohádka v nastudování ochotnického divadelního spolku,
- odpolední a večerní představení.

Státní svátek – Den upálení mistra Jana Husa

„Slepá babička“

- původní činohra pro děti o třech jednáních od spisovatele Františka Pravdy a nastudování ochotnického divadelního spolku,
- odpolední a večerní představení.

Poslední sobota v červenci

Vystoupení vážné hudby na zámeckém nádvoří

- příjemné posezení s klasickou hudbou,
- začátek od 20 hod.

Druhý víkend v srpnu

Tradiční pouť sv. Vavřince

- v sobotu od 18 hod koncert pěveckého sboru v zámecké kapli,

- v neděli odpoledne taneční zábava v zámeckém parku.

Poslední víkend v srpnu

Historický víkend na zámku

- odpolední vystoupení šermířské a divadelní společnosti, začátek od 14 hod,
- večerní vystoupení kejklíře od 20 hod.

Druhý víkend v září

Čtení při svíčkách s Františkem Pravdou

- posezení u vína při čtení vybraných děl Františka Pravdy.

6.2.9 Etapy projektu

Celý projekt je rozdělen do čtyř fází – předinvestiční, investiční, provozní a likvidační. V každé fázi se realizují činnosti, které jsou nezbytně nutné pro zrealizování projektu.

6.2.9.1 Předinvestiční fáze projektu

Předinvestiční fáze projektu zahrnuje tyto činnosti:

- formulace projektového záměru,
- identifikace cílů projektu,
- analýza trhu kulturního cestovního ruchu a odhad poptávky,
- zpracování studie proveditelnosti,
- oslovení potencionálních partnerů a dodavatelů projektu,
- podání žádosti o finanční podporu z rozpočtu obce,
- podání žádosti o grant Plzeňského kraje v oblasti kultury.

6.2.9.2 Investiční fáze projektu

Investiční fáze projektu zahrnuje tyto činnosti:

- Oslovení sběratelů, kteří vlastní sbírku historických hraček a loutek a následný výběr vhodných exponátů, které budou zapůjčeny pro uspořádání výstavy.
- Výběr vhodných hudebních skupin, divadelních spolků a ostatních účinkujících,
- Uzavření smluv:
 - smlouvy o hudební produkci s hudebními skupinami,
 - smlouvy o dočasném pronájmu uzavřená se sběrateli historických hraček a loutek,
 - smlouva o spolupráci s místním sborem dobrovolných hasičů.
- Zajištění a nastudování divadelních představení.
- Příprava kostýmu hraběnky Adelaidy, který bude určený pro průvodkyně jako převlek na víkendové prohlídky s Adelaidou.
- Příprava kostýmu Františka Pravdy, který bude sloužit při večerním čtení při svíčkách.
- Informativní schůzka mezi zaměstnanci zámku a členy místního hasičského sboru za účelem domluvení akcí, které budou dobrovolní hasiči pořádat v zámecké zahradě, a to konkrétně „Vítání prázdnin“ - Dětský den a pouťovou taneční zábavu. Vyjasnění podmínek, za kterých se budou zmíněné akce konat a uzavření smlouvy o kvalitě poskytovaných služeb.
- Konzultace se šermířskou skupinou a kejklířem ohledně „Historického víkendu na zámku“.
- Spolupráce se Státním oblastním archivem v Plzni, hledání informací ze života šlechticů na zámku, které budou sloužit k výkladu při víkendových prohlídkách s kněžnou Adelaidou.
- Navržení a tisk veškerých propagačních materiálů.
- Propagace připravovaného projektu.

6.2.9.3 Provozní fáze projektu

Provozní fáze projektu potrvá celé léto a zahrnuje tyto činnosti:

- uskutečnění akcí v rámci „Zámeckého kulturního léta“,
- spolupráce se všemi partnery projektu a účinkujícími,
- personální zajištění akcí.

6.2.9.4 Likvidační fáze projektu

Likvidační fáze projektu zahrnuje tyto činnosti:

- odinstalování výstavy historických hraček a loutek a jejich navrácení sběratelům,
- uskladnění veškerého zahradního nábytku,
- úklid prostor, ve kterých se akce konaly.

6.3 Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix

6.3.1 Analýza trhu a odhad poptávky

Výsledky dotazníkového šetření ukazují, že se respondenti na daných lokalitách věnují cykloturistice, zábavě, návštěvě muzeí a galerií a rádi pozorují přírodu a odpočívají. Jako hlavní motivy k návštěvě uvedených lokalit respondenti nejčastěji uváděli možnost být s přáteli, místo spojené se zajímavou historií a návštěva zajímavého místa.

K určení cílové skupiny byl opět použit marketingový výzkum z bakalářské práce. Jelikož projekt zahrnuje více aktivit s cílem zaujmout, co nejširší okruh návštěvníků, měly by být určeny cílové skupiny pro každou aktivitu zvlášť.

Sezónní výstava historických hraček a loutek bude pravděpodobně nejvíce zajímavá pro rodiny s dětmi, prarodiče, ale určitě si najde zájemce i u osob středního věku. Na rodiny s dětmi je zaměřeno i „Vítání prázdnin“ a dvě divadelní představení (Slepá babička, S čerty nejsou žerty). Víkendové prohlídky zámku s kněžnou Adelaidou by měly přilákat návštěvníky všech věkových kategorií, které se zajímají o historii a rádi se dozvědí i něco, co si nemohou přečíst v literatuře. Na všechny věkové kategorie je zaměřen také „Historický víkend na zámku“. Naopak pro osoby středního a vyššího věku je do programu zahrnut swingový koncert, koncert vážné hudby a „Večerní čtení při svíčkách s Františkem Pravdou“. Tradiční pouť sv. Vavřince je připravena převážně pro místní obyvatele a jejich příbuzenstvo.

Lze přepokládat, že cílovou skupinou tohoto projektu se stanou spíše lidé, kteří kulturní atraktivitu cestovního ruchu navštěvují častěji. Zároveň je možné, že potenciální účastníci mohou být i z řad zcela náhodných návštěvníků. Motivem účasti na tomto projektu by měl být

zájem o kulturní vyžití, návštěva kulturních atraktivit oblasti a také poznání zdejší historie a její významné osobnosti.

Další alternativou pro uspokojení potřeby by se mohla stát návštěva některých dalších kulturních atraktivit v okolí, což jsou především hrad Kašperk, Rabí a Velhartice. Účast na aktivitách projektu může být nahrazena také přírodními atraktivitami a zajímavostmi Šumavy.

6.3.2 Poslání projektu

Posláním projektu je doplnit regionální a nadregionální nabídku kulturního vyžití pro širokou veřejnost a současně přispět ke zlepšení přístupu k různým druhům žánrů a umění (divadlo, hudba, tanec, výtvarné umění, kulturní dědictví, tradiční lidová kultura, ...). Projekt významně přispěje ke zvýšení kulturního cestovního ruchu a propagaci Plzeňského kraje. Podstatným momentem je skutečnost, že na projektu budou spolupracovat při jeho organizaci jiné zájmové subjekty – obec, sbor dobrovolných hasičů, římskokatolická farnost, apod.

6.3.3 Hlavní cíle a strategie projektu

Cíl: Zvýšení atraktivity zámku

- Realizace projektu „Zámecké kulturní léto“.

Cíl: Kulturní obohacení programu „Zámecké kulturní léto“ a tím rozšíření jeho nabídky stávajících kulturních aktivit

- Doplnění akcí zaměřených na významné osoby spojované s historií zámku (František Pravda, kněžna Adelaida).

Cíl: Zatraktivnění pobytu pro návštěvníky zámeckého hotelu

- Neomezený vstup na všechny konané akce pro hosty ubytované v zámeckém hotelu.

6.3.4 Marketingový mix

6.3.4.1 Product

Provedením inovace produktu „Zámecké kulturní léto“ proniknou cíloví uživatelé produktu realizovaného projektu hlouběji do historie zámku a seznámí se s jednou z jeho významných osobností, Františkem Pravdou a také s kněžnou Adelaidou Desfoursovou. Pravdova tvorba bude návštěvníkům přiblížena prostřednictvím divadelní hry „Slepá babička“ a také večerním čtením při svíčkách.

Potencionální návštěvníci si díky tomuto produktu uspokojí své kulturní potřeby a rozšíří si své znalosti a vědomosti o historii zámku a jeho obyvatelích i okolí.

6.3.4.2 Price

Cena bude stanovena pro každou aktivitu zvlášť. Ceny budou nastaveny na stejné úrovni jako u akcí a ostatních služeb podobného charakteru v regionu, s ohledem na realizační náklady. Na „Vítání prázdnin“ bude vstup zdarma. Na koncert v zámecké kapli při příležitosti poutě sv. Vavřince bude vstupné dobrovolné a případně římskokatolické farnosti.

Tabulka 3. *Ceny vstupného v okolí*

Místo akce	Vstupné		
	Dospělí	Zlevněné	Rodinné
Hrad Rabí - Prohlídka	80 Kč	50 Kč	180 Kč
Hrad Rabí - Koncert	150 Kč	-	-
Hrad Rabí - Středověká noc	150 Kč	80 Kč	370 Kč
Hrad Velhartice - Prohlídka	70 Kč	50 Kč	170 Kč
Sušice - divadlo	150 Kč	-	-
Sušice - koncert	160 Kč	-	-

Zdroj: vlastní zpracování podle informací z internetových stránek jednotlivých míst

6.3.4.3 Place

Pro distribuci informací o rozšířeném produktu „Zámeckého kulturního léta“ bude využito přímé distribuce, a to internetových stránek zámku, informačního serveru ŠumavaNet.cz a Informačního centra města Sušice. Do přímého styku s tímto produktem se spotřebitelé dostanou na zámku během jeho konání.

6.3.4.4 Promotion

K propagaci rozšířeného produktu „Zámecké kulturní léto“ bude využito několik reklamních prostředků. Budou navrženy a vytištěny jednostranné letáky a plakáty, které budou distribuovány v regionu Sušicka a na okolních hradech a zámcích (Velhartice, Rabí, Kašperk). Díky těmto materiálům by se o produktu měli dozvědět především návštěvníci a obyvatelé oblasti.

Zámek dlouhodobě spolupracuje s Informačním centrem v Sušici, které pravidelně zpracovává všechny akce konané v regionu. Přehled kultury je vždy zveřejněn i na internetových stránkách Šumavanet a také rozeslán do všech ubytovacích, kulturních a turistických zařízení v regionu. Program „Zámeckého kulturního léta“ bude samozřejmě zveřejněn i na oficiálních webových stránkách zámku.

Jako další komunikační kanál bude využívána sociální síť Facebook, kde má již zámek vytvořen svůj profil. Kromě pouhých odkazů zde dochází i k přímé komunikaci, která je samozřejmě lepší a účinnější propagací.

Produkt bude také umístěn jako tip na výlet na internetové portály www.kudyznudy.cz, www.tipynavylet.cz, www.nepropasni.cz, www.kamzajdem.cz, www.kalendaraki.cz, www.atlasceska.cz. V případě přidělení grantu z Plzeňského kraje bude odkaz umístěn také na www.turisturaj.cz, což je jedna z podmínek grantu.

6.4 Management projektu a řízení lidských zdrojů

6.4.1 Informace o zadavateli projektu

Vlastníkem předkládaného projektu je společnost s ručením omezeným provozující v zámeckém areálu hotel, restauraci a muzeum. K areálu zámku patří zámecký park s výhledem do krásné šumavské krajiny, velké uzavřené parkoviště, nádvoří a zámecká kaple, která je součástí zámku.

Hotelové pokoje se nacházejí ve dvou křídlech zámku, a to starším z období renesance, kde jsou vybaveny pokoje ve stylu Tudorovské renesance a Anglického chippendalu. Pokoje v mladším barokním křídle jsou zařízeny ve stylu Ludvíka XV. a Francouzského rokoka. Hotel nabízí ubytování celkem ve 22 pokojích.

V zámku se nachází regionální muzeum, kde jsou v hlavní sezóně každý den konány prohlídky s průvodkyní. Stálá expozice muzea se zaměřuje především na osobu Františka Pravdy, významného autora knížek pro lid 2. poloviny 19. století. Je zde umístěna také expozice liturgických předmětů a ornátů, které mají vztah k zámecké kapli, archeologické vykopávky z nejstaršího období zámku a jeho dobové fotografie.

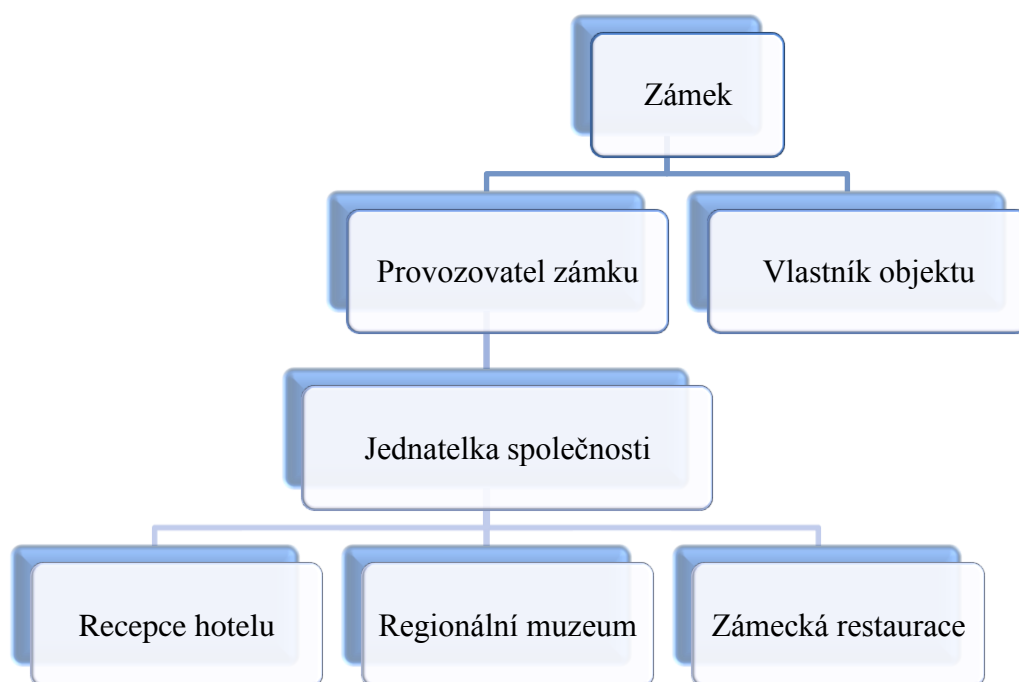
V přízemí hotelu se nachází restaurace s kapacitou pro 100 osob s možností využití salonku pro uzavřenou společnost. V letních měsících je v provozu letní terasa s kapacitou 50 osob. Restaurace nabízí klasickou českou a staročeskou kuchyni.

Společnost zaměstnává 10 stálých zaměstnanců a 9 brigádníků, kteří zde působí v případě potřeby při konání větších akcí.

6.4.2 Organizační struktura

Celý projekt organizuje provozovatel zámku. Na realizaci projektu bude dohlížet jednatelka společnosti. Organizaci projektu ve všech jeho fázích budou mít zaměstnanci společnosti, konkrétně recepce hotelu. Na provozní fázi projektu se budou podílet jeho partneři v zastoupení místního sboru dobrovolných hasičů a ostatní účinkující.

Obrázek 1. Navržená organizační struktura pro projekt “Zámecké kulturní léto”



Zdroj: vlastní zpracování

6.4.3 Realizační tým a mzdové náklady projektu

O úspěšnou realizaci projektu se budou starat především zaměstnanci společnosti, a to konkrétně recepční hotelu a průvodkyně muzea, které má na starosti vedoucí recepce pod vedením jednatelky společnosti. Všichni zaměstnanci již mají s pořádáním akcí tohoto typu zkušenosti. Každý člen týmu by měl rozumět zadanému úkolu a vykonávat ho co nejkvalitněji.

Tabulka 4. *Projektový tým*

Pozice v týmu	Úloha v projektu	Profese
Vedoucí týmu	Formální dohled nad realizací všech etap projektu.	Jednatelka společnosti
	Dohled nad kvalitou projektu a jeho časovým harmonogramem a jeho dodržováním v rámci realizace projektu.	
Organizační pracovník	Vytvoření programu "Zámeckého kulturního léta".	Vedoucí recepce hotelu
	Vyjednávání podmínek spolupráce s účinkujícími.	
	Organizační zajištění celého projektu.	
Propagační pracovníci	Poskytování informací o projektu návštěvníkům a obyvatelům mikroregionu.	Recepční hotelu
	Propagace produktu "Zámecké kulturní léto".	
	Vytvoření a distribuce informačních materiálů.	
Ekonom a účetní	Dohled nad finanční stránkou projektů a čerpáním finančních prostředků.	Účetní (externí firma)

Zdroj: vlastní zpracování

Předpokládá se, že jednatelka a vedoucí recepce se ve své pracovní náplni budou projektu „Zámecké kulturní léto“ věnovat ve všech jeho fázích, tedy 13 měsíců. Zaměstnanci se této činnosti budou věnovat na částečný pracovní úvazek po dobu nezbytně nutnou k přípravě a realizaci. Recepční hotelu se po dobu 2 měsíců dle harmonogramu projektu (Tabulka 11) bude věnovat propagaci a bude pomáhat v provozní fázi projektu. Další náklady na mzdy mohou vzniknout přesčasovými hodinami u zaměstnanců restaurace, kteří budou zajišťovat občerstvení. Mzdové náklady jsou vyčísleny v Tabulce 5, jejich celková výše za dobu trvání projektu je 172 217 Kč.

Tabulka 5. *Mzdové náklady na projekt*

Zaměstnanec	Hrubá mzda	ZP a SP za zaměstnavatele (34%)	Pracovní úvazek	Počet měsíců	Mzdové náklady na zaměstnance na projekt
Jednatelka společnosti	27 000 Kč	9 180 Kč	0,1	13	47 034 Kč
Vedoucí recepce	22 500 Kč	7 650 Kč	0,2	13	78 390 Kč
Recepční	18 000 Kč	6 120 Kč	0,2	4	19 296 Kč
Průvodkyně muzea	16 200 Kč	5 508 Kč	0,3	2	13 025 Kč
Účetní	21 600 Kč	7 344 Kč	0,1	5	14 472 Kč
Náklady celkem	-	-	-	-	172 217 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

6.5 Technické a technologické aspekty projektu

Pro uskutečnění projektu „Zámecké kulturní léto“ je nutné provést následující činnosti s využitím potřebných technologických a technických prostředků.

6.5.1 Prohlídky zámku s kněžnou Adelaidou

Prohlídka zámeckého areálu bude obohacena o průvodkyni převlečenou do historického kostýmu, která bude vyprávět pověsti ze života zdejších šlechticů. K realizaci této aktivity je nutné nechat vyrobit historický kostým.

6.5.2 Výstava historických hraček

Výstava se bude konat v prostorné chodbě před regionálním muzeem, která se využívá pro sezónní výstavy. Pokud se zrovna nepořádá žádná výstava, je zde umístěna sedací souprava sloužící k odpočinku pro hotelové hosty zámku.

Prostor je pro uskutečnění výstavy vhodný a prakticky neustále připravený, nacházejí se zde skleněné vitríny i další místa, která mohou být v případě potřeby využita. Historické hračky a loutky budou zapůjčeny od sběratelů.

O vhodný výběr exponátů se postará vedoucí recepce společně se sběrateli. Uspořádání výstavy bude mít na starosti recepční hotelu, která běžně výstavy připravuje. Výstava bude připravována v předstihu několik dní před zahájením. S přípravou pomohou pokojské hotelu, které v rámci své běžné pracovní doby uklidí a připraví prostory pro instalaci výstavy.

Výstava bude zahájena 1. června a skončí 30. září. V době konání bude expozice součástí prohlídkového okruhu regionálního muzea nebo si ji zájemci budou moci prohlédnout samostatně.

6.5.3 Historický víkend na zámku

Zorganizování této aktivity bude z celého projektu „Zámecké kulturní léto“ zřejmě nejnáročnější. Zaměstnanci zámku nemají s akcí tohoto typu téměř žádné zkušenosti, proto bude využito zkušeností účinkujících s organizací. Přílehlý zámecký park k uskutečnění akce tohoto druhu přímo vybízí, je dostatečně prostorný a pokud návštěvníci budou chtít, naleznou zde i klidná zákoutí.

Zvuková a světelná technika pro všechna představení bude zajištěna účinkujícími. Při večerním představení kejklíře s ohněm zajistí požární dohled sbor místních dobrovolných hasičů.

6.5.4 Divadelní a koncertní představení

Místní divadelníci a hudebníci budou hrát v zámeckém parku či nádvoří pouze za příznivého počasí. V případě nepříznivého počasí bude muset být představení zrušeno, protože vnitřní prostory zámku nejsou na uspořádání divadelního či hudebního představení kapacitně dostačující. Kostýmy a kulisy si přivezou ochotníci vlastní. Budou jim poskytnuty prostory k uskladnění potřebných věcí a převlékání. Ochotníci mají k dispozici vlastní světelnou a zvukovou techniku, kterou jim pomohou připravit zaměstnanci zámku.

6.5.5 Vítání prázdnin – Dětský den

Dětský den bude uskutečněn v zámeckém parku. Tato aktivita bude, dle uzavřené smlouvy o spolupráci, plně v režii místního sboru dobrovolných hasičů, kteří se zavázali, že v předem domluvené kvalitě a za pevně stanovených podmínek akci zajistí. V parku bude připraveno posezení a občerstvení. Místní obecní úřad zapůjčí zdarma k této příležitosti venkovní stan, aby akce mohla být uskutečněna i za deštivého počasí. Den plný her, soutěží a zábavy pro děti zajistí členky ženského družstva sboru dobrovolných hasičů. Zábavné odpoledne bude pokračovat diskotékou pro děti.

6.5.6 Tradiční pout' sv. Vavřince

V sobotu proběhne koncert zdejšího chrámového sboru v zámecké kapli. K této aktivitě není zapotřebí žádná speciální příprava.

Nedělní taneční zábava se uskuteční v režii místního sboru dobrovolných hasičů za stejných podmínek zanesených ve smlouvě o spolupráci jako u akce „Vítání prázdnin“.

6.5.7 Večerní čtení při svíčkách

Čtení při svíčkách bude pořádáno ve večerních hodinách v jednom ze zámeckých sálů. Pro lepší pohodlí a také aby si mohli odložit sklenku s vínem, budou posluchači usazeni ke kulatým stolkům s křesílky. Ochutnávku vína zajistí obsluha zámecké restaurace. Předčítána budou některá z děl Františka Pravdy, např. Povídky z kraje. Předčítající bude oblečen do dobového kostýmu Františka Pravdy.

6.5.8 Zajištění občerstvení

Během všech akcí, kromě těch, které pořádá sbor místních dobrovolných hasičů, bude vždy zajištěno občerstvení. Venkovní stánek s občerstvením nebo roznášení nápojů zajistí zaměstnanci zámecké restaurace ze stávající nabídky zámeckého nápojového a jídelního

lístku. Náklady na nákup občerstvení byly podle dřívějších zkušeností s akcemi podobného typu vyčísleny přibližně na 46 200 Kč.

6.5.9 Vytvoření propagačních materiálů

Grafický návrh letáku a plakátu vytvoří recepční hotelu, protože s touto prací již mají zkušenosti. K práci využívají grafický program CorelDRAW, a proto nebude problém s formátem k tisku v tiskárně.

Obsahově bude leták i plakát zaměřený na program „Zámeckého kulturního léto“. Plakáty budou v barevném provedení s obrázky. Tisknout se bude 18 500 ks jednostranných černobílých letáků ve formátu A5 v ceně 0,25 Kč za kus včetně DPH, dále 20 ks barevných plakátů formátu A3 v ceně 30 Kč za kus včetně DPH. Letáky budou distribuovány na okolní hrady např. Velhartice, Rabí, Kašperk, do muzea v Sušici, Horažďovicích, Kašperských Horách a také do okolních informačních center. Plakáty budou vylepeny rovněž na těchto místech.

6.6 Dopad projektu na životní prostředí

Realizací projektu nedojde k zásadním vlivům na životní prostředí v daném regionu. O negativním vlivu projektu na životní prostředí lze uvažovat pouze v případě, kdy během probíhajících kulturních představení v zámeckém parku může dojít k poškození květinové výsadby, ke zvýšené produkci odpadů a větší než obvyklé hlučnosti. Při návštěvě výstavy hraček by nemělo dojít k poškození ze strany návštěvníků, protože bude neustále přítomen některý ze zaměstnanců.

K omezení těchto vlivů budou provedena následující opatření:

- omezení škod na rostlinách v zámeckém parku – dohled zaměstnanců zámku,
- omezení odpadů – úklid následující okamžitě po konané akci,
- omezení hluku – použití vhodné zvukové techniky,

- omezení poničení zapůjčených exponátů – dozor zaměstnanců během otevírací doby výstavy hraček.

6.7 Zajištění investičního a oběžného majetku

Následující Tabulka 6 je přehledem všech předpokládaných investic a vynaložených nákladů, které budou pro navrhovaný projekt potřebné. Ceny jsou stanoveny na základě běžných ceníků firem, jejichž služeb bude v rámci projektu využito.

Veškerý inventář potřebný k dekoraci výstavy bude zdarma. Lavičky, odpadkové koše, židle a další zahradní nábytek, světla apod. využitě při venkovních akcích jsou ve vlastnictví zámku.

Výstava historických hraček a loutek jako celek nebude pojištěna, stejně tak jako předměty zapůjčené pro tuto výstavu, protože dle získané praxe zaměstnanců zámku to není běžné.

Podle licenční smlouvy s Ochranným svazem autorským je nutné uhradit autorský poplatek pro poskytnutí licence na pořádání koncertu a divadelního vystoupení. U divadelního představení se poplatek počítá jako 1% z hrubé tržby ze vstupného. U vážné a ostatní hudby je poplatek dle sazebníku podle počtu zúčastněných osob a výše vstupného.

Veškeré internetové odkazy a umístění pozvánek na vybrané internetové servery budou vytvořeny zdarma.

Předpokládané náklady na projekt byly vypočítány na částku 178 290 Kč, podrobný rozpis nákladů je v Tabulce 6. K této částce jsou připočteny mzdové náklady (Tabulka 5), které činí 172 217 Kč. Mzdové náklady zaměstnanců zámku byly spočítány na základě jejich běžné hodinové sazby. U každého zaměstnance se počítalo s tím, že se bude projektu účastnit na částečný úvazek. Někteří zaměstnanci se do projektu zapojí až později, a to v provozní fázi. Celkové náklady na projekt jsou ve výši 350 507 Kč.

Tabulka 6. Zajištění investičního majetku a náklady na projekt

Položka	Počet jednotek	Cena za MJ bez DPH	Cena bez DPH	DPH 20%	Cena s DPH
PŘEDINVESTIČNÍ FÁZE					
1. ADMINISTRATIVNÍ PŘÍPRAVA					
Studie proveditelnosti	1	10 000	10 000	2 000	12 000
INVESTIČNÍ FÁZE					
2. PŘÍPRAVA SEZONNÍ VÝSTAVY					
Zapůjčení historických hraček a loutek	x	10 000	10 000	2 000	12 000
Doprava	x	1 000	1 000	200	1 200
3. HISTORICKÉ KOSTÝMY					
Kostým Adelaidy	1	5 000	5 000	1 000	6 000
Kostým Františka Pravdy	1	2 000	2 000	400	2 400
4. PROMOTION					
Grafický návrh letáku	1 návrh	0	0	0	0
Tisk černobílého letáku A5	18 500	0,2108	3 900	780	4 680
Grafický návrh plakátu	1 návrh	0	0	0	0
Tisk plakátu	20	25	500	100	600
Rozvoz a vylepení plakátů	100 km	6 Kč/km	600	120	720
Internetové odkazy	x	0	0	0	0
PROVOZNÍ FÁZE					
5. POTŘEBNÝ INVENTÁŘ					
Odpadkové koše	2	0	0	0	0
Lavičky	30	0	0	0	0
Stoly	10	0	0	0	0
Židle	100	0	0	0	0
6. ENERGIE					
Elektrická energie, voda	7	500	3 500	700	4 200
7. KULTURNÍ PŘEDSTAVENÍ					
Swingové vystoupení	1 vystoupení	5 000	5 000	1 000	6 000
Divadelní představení	4 představení	5 000	20 000	4 000	24 000
Vystoupení vážné hudby	1 vystoupení	6 000	6 000	1 200	7 200
Historický víkend	x	40 000	40 000	8 000	48 000
8. AUTORSKÁ ODMĚNA DLE OSA					
Divadlo	1% z tržeb	206	206	41	247
Koncert vážné hudby	x	1 192	1 192	238	1 430
Koncert	x	1 177	1 177	235	1 412
9. OBČERSTVENÍ					
Nákup občerstvení					46 200
LIKVIDAČNÍ FÁZE					
9. ÚSCHOVA A NAVRÁCENÍ					
Úschova či navrácení potřebného inventáře	x	0	0	0	0
CELKEM BEZ OSOBNÍCH NÁKLADŮ					178 290 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

6.8 Finanční plán a analýza projektu

6.8.1 Výnosy projektu

Regionální muzeum na zámku navštívilo v letní sezóně (během měsíců červenec a srpen) roku 2011, dle hotelového informačního systému Agnis celkem 2 438 osob. Z toho se prodalo 911 vstupenek s plným vstupným, 1 067 vstupenek zlevněných – důchodci, děti od 6 – 18 let a 115 vstupenek rodinných. Průměrná denní návštěvnost je tedy 41 osob. Divadelní představení, které se konalo v červenci 2011, i přes nepříznivé počasí navštívilo cca 80 lidí. Pokud se bude vycházet z údajů o návštěvnosti z roku 2011, mohlo by se „Zámeckého kulturního léta“ zúčastnit cca 3 580 osob.

Tabulka 7. *Návštěvnost a předpokládané výnosy ze vstupného pořádaných akcí*

Typ akce/Návštěvníci	Počet návštěvníků	Vstupné	Příjmy ze vstupného
Výstava hraček			
Děti, důchodci	640	20 Kč	12 800 Kč
Dospělí	680	40 Kč	27 200 Kč
Rodinné vstupné	75	100 Kč	7 500 Kč
Živá swingová show			
Návštěvníci	70	100 Kč	7 000 Kč
Slepá babička (divadelní představení)			
Děti, důchodci	70	60 Kč	4 200 Kč
Dospělí	50	100 Kč	5 000 Kč
S čerty nejsou žerty (divadelní představení)			
Děti, důchodci	90	60 Kč	5 400 Kč
Dospělí	60	100 Kč	6 000 Kč
Vystoupení vážné hudby			
Návštěvníci	60	70 Kč	4 200 Kč
Historický víkend na zámku			
Děti, důchodci	80	60 Kč	4 800 Kč
Dospělí	100	110 Kč	11 000 Kč
Rodinné vstupné	60	280 Kč	16 800 Kč
Víkendové prohlídky zámku s Adelaidou			
Děti, důchodci	320	40 Kč	12 800 Kč
Dospělí	340	80 Kč	27 200 Kč
Rodinné vstupné	120	200 Kč	24 000 Kč
Celkem	3 580		175 900 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

6.8.2 Finanční plán

Ve finančním plánu projektu budeme předpokládat dvě varianty řešení. První varianta financování nastiňuje situaci, kdy by byl celý projekt financován pouze zámkem. V této variantě je vidět, kolik finančních prostředků z rozpočtu zámku by na projekt „Zámecké kulturní léto“ bylo zapotřebí. Druhá varianta počítá s finančním příspěvkem Plzeňského kraje z oblasti kultury pro rok 2011.

Tato dotace je poskytována na částečné krytí celkových nákladů spojených s realizací projektů. Poskytnuta může být maximálně do 80% celkových nákladů, zbytek nákladů hradí příjemce z vlastních zdrojů. Minimální výše této dotace je 10 000 Kč a maximální 80 000 Kč. Zámek jako žadatel se musí ve smlouvě o poskytnutí dotace zavázat, že umístí na veškeré výstupy a propagační materiály související s realizací projektu logo Plzeňského kraje, odkaz na turistický portál Plzeňského kraje www.turisturaj.cz.

U navrhovaného projektu není primárním cílem maximalizace zisku zámku. Příjmy z projektu tvoří pouze vstupné na jednotlivé akce, které nepokryje celkové náklady projektu. Dá se však předpokládat, že zámek bude mít ještě vedlejší příjmy z prodeje suvenýrů a zejména z prodeje občerstvení, které bude při jednotlivých akcích zajišťovat zámecká restaurace. Tento projekt by měl na zámek a do jeho okolí přivést více lidí, kteří zde utratí více peněz. Lze tedy říci, že v projektu „Zámecké kulturní léto“ bude fungovat určitý multiplikační efekt, který přinese zámku a obci dodatečné zisky a zároveň zvýší atraktivitu zámku i regionu.

6.8.2.1 Varianta financování č. 1

V této variantě financování (Tabulka 8.) si zámek jako žadatel projektu poskytne veškeré finanční prostředky k uhrazení nákladů na projekt ze svých vlastních zdrojů. Celkové náklady na projekt činí 350 506 Kč. Předpokládané výnosy z projektu byly vypočítány na 280 900 Kč. Následující tabulka ukazuje, že pokud zámek nezažádá o grant z Plzeňského kraje a o příspěvek od obecního úřadu nebo o ně zažádá, ale nebudou mu poskytnuty, bude muset ze svých nákladů nést ztrátu ve výši 69 606 Kč.

Tabulka 8. *Varianta financování č. 1*

Náklady		Výnosy	
Předinvestiční fáze	12 000 Kč	Prodej vstupenek	175 900 Kč
Investiční fáze	27 600 Kč	Prodej občerstvení	100 000 Kč
Provozní fáze	138 689 Kč	Prodej suvenýrů	5 000 Kč
Mzdové náklady	172 217 Kč		
Náklady celkem	350 506 Kč	Výnosy celkem	280 900 Kč
Hospodářský výsledek -69 606 Kč			

Zdroj: vlastní zpracování

6.8.2.2 Varianta financování č. 2

Zámek si zažádá o grant Plzeňského kraje v oblasti kultury a o příspěvek od obecního úřadu. Budeme předpokládat, že se podaří získat částku blízká se horní hranici – max. 80 000 Kč a také menší příspěvek od obecního úřadu ve výši 15 000 Kč. Pokud by se podařilo získat např. dotaci ve výši 60 000 Kč, hospodářský výsledek celého projektu by měl dosáhnout kladných čísel, a to zisku 5 394 Kč (Tabulka 8.).

Tabulka 9. *Varianta financování č. 2*

Náklady		Výnosy	
Předinvestiční fáze	12 000 Kč	Prodej vstupenek	175 900 Kč
Investiční fáze	27 600 Kč	Grant Plzeňského kraje	60 000 Kč
Provozní fáze	138 689 Kč	Příspěvek obecního úřadu	15 000 Kč
Mzdové náklady	172 217 Kč	Prodej občerstvení	100 000 Kč
		Prodej suvenýrů	5 000 Kč
Náklady celkem	350 506 Kč	Výnosy celkem	355 900 Kč
Hospodářský výsledek 5 394 Kč			

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tabulky 9 vyplývá, že je mnohem výhodnější realizovat projekt i s finanční podporou z Plzeňského kraje. Díky této podpoře by byl méně zatížen rozpočet zámku a bylo by snazší projekt realizovat.

6.9 Analýza rizik

Každý projekt musí mít přesně naplánovanou strukturu jednotlivých činností a také jejich časový harmonogram. Z důvodu omezenosti projektu z hlediska jeho přesného časového vymezení, zdrojů a výstupů je projekt spojen s řadou rizik. Tato rizika musí manažer projektu a další členové realizačního týmu úspěšně zvládat a především se musí snažit těmto rizikům zcela předcházet.

Pro úspěšné zvládnutí předem nadefinovaného projektu je důležité si ujasnit potenciaální rizika, jež mohou průběh daného projektu nějakým způsobem ovlivnit. Také je důležité upřesnit opatření vedoucí k pozdější eliminaci rizik.

Tabulka 10. *Rizika*

Identifikované riziko	Předběžné opatření k eliminaci rizika
Finanční rizika	
nedostatek vlastních finančních prostředků	diverzifikace financování
	kombinace veřejného a soukromého financování
značné odchylky skutečných nákladů od očekávaných	zpracování kvalitní studie proveditelnosti
	konzultace jednotlivých nákladů s odborníky
nezájem o spolufinancování projektu z veřejných zdrojů	integrace projektu (rozvoj cestovního ruchu v regionu, rozšíření nabídky kulturního cestovního ruchu v regionu)
Technická rizika	
nedostatečná kvalita dodávaných služeb	pečlivý výběr dodavatelů na základě referencí
	průběžná kontrola
Tržní rizika	
nízká poptávka po produktu "Zámecké kulturní léto"	vytvoření produktu, který zaujme co nejširší skupinu návštěvníků
	správné nastavení marketingového mixu
mimořádné události makroekonomické povahy	sledování aktuální situace
	zpracování několika ekonomických variant projektu
Organizační rizika	
selhání některého z partnerů projektu	průběžná kontrola
	poradenství u subjektů s většími zkušenostmi
	dostatečná motivace zaměstnanců, kteří se podílejí na projektu
změny v harmonogramu projektu	nastavení časových intervalů jednotlivých etap projektů s určitou prodlevou
Přírodní rizika	
nepříznivé počasí	v případě konání akce pod širým nebem zajistit i vnitřní prostory

Zdroj: vlastní zpracování

6.10 Harmonogram projektu

Následující tabulka ukazuje přehled činností, které budou potřeba při přípravě, realizaci a po ukončení projektu vykonat. Činnosti v jednotlivých fázích jsou podrobněji rozepsány v jednotlivých kapitolách. Začátek a délka uvedených aktivit je určena na základě informací od kompetentních osob, mé vlastní zkušenosti či vlastního úsudku.

Tabulka 11. *Harmonogram projektu*

Fáze projektu	1. rok			2. rok										
	X.	XI.	XII.	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	
PŘEDINVESTIČNÍ FÁZE														
Příprava projektové dokumentace														
Oslovení potencionálních partnerů projektu														
Žádost o grant z Plzeňského kraje														
Žádost o dotaci od obecního úřadu														
INVESTIČNÍ FÁZE														
Uzavření smluv s partnery projektu a navázání spolupráce														
Uzavření smluv s vybranými dodavateli														
Výstava historických hraček a loutek														
Zapůjčení a výběr historických hraček a loutek														
Instalace a naaranžování výstava														
Víkendové prohlídky zámku s Adelaidou														
Spolupráce se Státním oblastním archivem v Plzni														
Příprava a nastudování textu k prohlídkám s Adelaidou														
Příprava historických kostýmů														
Promotion														
Grafický návrh letáku														
Grafický návrh plakátů														
Tisk letáku														
Tisk plakátů														
Rozvoz letáků a vylepení plakátů														
Program "Zámeckého kulturního léta" na www stránky zámku														
Vytvoření internetových odkazů na vybraných serverech														
Zajištění potřebného inventáře														
Umístění odpadkových košů a jejich úklid														
Rozmístění laviček a zahradního nábytku														
PROVOZNÍ FÁZE														
Sezónní expozice historických hraček a loutek														
Živá swingová show														
Vítání prázdnin														
Víkendové prohlídky zámku s Adelaidou														
"S čerty nejsou žerty"														
"Slepá babička"														
Vystoupení vážné hudby														
Tradiční pouť sv. Vavřince														
Historický víkend na zámku														
Večerní čtení při svíčkách s Františkem Pravdou														
LIKVIDAČNÍ FÁZE														
Úklid a úschova inventáře														
Navrácení propůjčených exponátů														

Zdroj: vlastní zpracování

6.11 Závěrečné hodnocení projektu

Projekt rozvoje cestovního ruchu se snaží vyzdvihnout historickou osobnost spojovanou se zámekem, a to se spisovatelem Františkem Pravdou a také se snaží do romantického prostředí zámku vdechnout „pohádkového ducha“. Od typických podnikatelských projektů se liší v tom, že primární cíl není zaměřen na maximalizaci tržeb, nýbrž se pokouší o „probuzení“ zámeckého areálu k životu.

Smyslem projektu je obohatit dosavadní program „Zámeckého kulturního léta“, a to o akce, které doposud nebyly do programu zařazeny. Jedná se o pohádková divadelní představení, koncert klasické hudby, prohlídkovou trasu s oživlou hraběnkou Adelaidou a také čtení z díla Františka Pravdy.

Projekt vyžaduje určitou strukturu investičních nákladů, potřebných především na honorář účinkujících a reklamní kampaň. Všechny tyto náklady budou pokryty především z finančních prostředků, kterými disponuje zámek, dále z příspěvku z rozpočtu obce a z grantu v oblasti kultury Plzeňského kraje.

Výnosy z projektu budou představovat získané finanční prostředky ze vstupného na jednotlivé akce a z prodeje občerstvení. Tento výnos by měl alespoň částečně pokrýt náklady spojené s projektem. Pokud se tak nestane, finanční ztrátu ponese zámek. Jestliže výnosy z projektu převýší náklady, budou tyto finanční prostředky použity na obnovu zámecké kaple, například na opravu varhan, na které by se mohlo hrát při pravidelných měsíčních bohoslužbách.

7 ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo zpracování návrhu projektu rozvoje cestovního ruchu ve vybrané oblasti Šumavského podhůří. Z celé oblasti byl vybrán zámek na Sušicku, protože byl nově zrekonstruován a zpřístupněn veřejnosti a zatím není v přílišném povědomí. Proto v něm vidím relativní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti.

V této diplomové práci jsou využity poznatky a některé dílčí výsledky analýz z bakalářské práce „Cestovní ruch a rekreace ve vybrané oblasti Šumavského podhůří“ (Řezanková, 2010). Bakalářská práce se zabývala problematikou cestovního ruchu a vztahem turistů k navštíveným místům. Bylo zjištěno, že lidé se na svých cestách věnují nejen přírodním památkám, ale zajímá je i historie a kultura navštívených míst. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla pro vypracování projektu na rozvoj kulturního cestovního ruchu ve vybraném regionu.

K vypracování projektu bylo navázáno na stávající produkt „Zámecké kulturní léto“, který byl rozšířen o aktivity spojené s významnými osobnostmi, které působily na zámku. Nejznámější historickou osobností spojenou se zámekem a místním krajem byl spisovatel František Pravda, vlastním jménem Vojtěch Hlinka. Pro vnesení „pohádkového ducha“ na zámek byla použita postava komtesy Adelaidy Desfoursové, která žila na zdejším zámku a byla platonickou láskou studentských let Jana Evangelisty Purkyně.

Projekt byl vypracován s cílem zvýšit atraktivitu zámku a přilákat co nejširší segment návštěvníků. Hlavním cílem projektu nebyla maximalizace tržeb, ale zvýšení povědomí o tomto nově zpřístupněném zámku a jeho zajímavé historii. Z projektu plynou pouze dva výnosy, a to z prodeje vstupenek a občerstvení. Podle finančního plánu (viz. Kapitola 6.8.2. Finanční plán) není předpoklad, že by byl projekt ziskový. Do kladných čísel se dostane pouze v případě získání grantu v oblasti kultury Plzeňského kraje a příspěvku od místního obecního úřadu. Pokud bude dosaženo zisku, bude použit na obnovu zámecké kaple, například na opravu varhan.

Dá se přepokládat, že uskutečněním projektu „Zámecké kulturní léto“ dojde i k určitému multiplikačnímu efektu, který přinese dodatečné zisky nejen zámku, ale zároveň zvýší i atraktivitu celého regionu. Měla by být zaznamenána i vyšší poptávka po dalších nabízených službách a produktech v dané oblasti (např. ubytování a stravování).

8 SUMMARY

The main purpose of this diploma work was to make a project about a development of a tourist trade in the chosen region of the Šumava foothills. This project is situated into the area of the town of Sušice, specifically into a recently beautifully renovated chateau Hrádek u Sušice. It describes cultural tourist trade in connection to Mr. František Pravda. The project is called „The Castle Cultural Summer“. The programme involves some theatre and musical performances, as well as different events for children. We can also visit the museum of Mr. František Pravda, which is situated in the chateau.

This work is built on the partial results from the Bachelor's work „The tourist trade and recreation in the chosen region of the Šumava foothills“, and uses the results from the marketing survey which was realized in summer 2010 in the chosen locality. The work described the tourist trade and tourists relation to the visited places. It was found out that people don't only admire the natural monuments, but they are interested in the history and the culture of the places they had visited. This is the reason I decided to work out a project about the development of a tourist trade in the chosen region.

The project was worked out with the aim to make the chateau more attractive and to attract the broadest segment of the visitors. The main purpose of the project was not only the maximization of the revenues, but also to increase the awareness of this newly accessed chateau and its interesting history.

It is supposed that the realization of the project „ The Castle Cultural Summer“ will have a certain multiplier effect which can bring some further profits to the chateau, and the region could be more famous and attractive. We should also note a higher demand for next provided services and products in the certain area (e. g. accommodation and catering).

9 SEZNAM PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY

9.1 Odborné publikace

- Brabcová, A. (2004). *Z Nekrasína do Hrádku – Životní cesta kněze a vychovatele Vojtěcha Hlinky, spisovatele a vlastence Františka Pravdy*. Jindřichův Hradec: RAIN.
- Cooper, J., & Lane, P. (1999). *Marketingové plánování: praktická příručka manažera*. Praha: Grada Publishing.
- Doležal, J. et al. (2009). *Projektový management podle IPMA*. Praha: Grada Publishing.
- Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing.
- Fotr, J., & Souček, I. (2005). *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing.
- Goeldner, Ch. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken: Wiley.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
- Chambers, E. (2009). *From authenticity to significance: Tourism on the frontier of culture and place*. *Futures*. 6, 353 – 359.
- Jakubíková, D. (2008). *Strategický marketing: Strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing.
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Kesner, L. (2005). *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P. (1998). *Marketing Management: analýza, plánování, využití, kontrola*. Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P. (2000). *Marketing podle Kotlera. – Jak vytvářet a ovládnout trhy*. Praha: Management Press.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2007). *Specifika marketingu v obchodní firmě*. In Zamazalová, M. et al., (2009). *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada Publishing.
- Malá, V. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomica.

- Mapa KČT. (2008). *Pootaví – Sušicko, Horažďovicko a Strakonicko*. Praha: TRASA, spol. s r. o.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge: Cambridge & London: MIT Press.
- Město Sušice, odbor cestovního ruchu. (2005). *Sušice – Brána Šumavy*. Sušice: MATYPO s. r. o.
- Morrison, A. (1995). *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: VICTORIA PUBLISHING, a. s.
- Němec, V. (2002). *Projektový management*. Praha: Grada Publishing.
- Obůrková, E. (2008). *Kam na Šumavě*. (2., aktualiz. vyd.). Brno: Computer Press.
- Palatková, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Pártlová, P. & Váchal, J. (2010). *Základy projektového řízení*. České Budějovice. JČU Ekonomická fakulta.
- Pelsmacker, P., Geuens, M., Van Den Bergh, J. (2003). *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing.
- Raši, Š. (2003). *Marketing podniku cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela.
- Řezanková, A. *Cestovní ruch a rekreace ve vybrané oblasti Šumavy a jejího podhůří: bakalářská práce*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Fakulta ekonomická, 2010. Vedoucí bakalářské práce RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.
- Silberberg, T. (1995). *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*. *Tourism Management*, 5, 361 – 365.
- Stehlík, E., (1998). *Marketingové aplikace*. Praha: Vysoká škola ekonomická.
- Svozilová, A. (2006). *Projektový management*. Praha: Grada Publishing.
- Šmídová, A. (2010). *Historie zámku*.
- Vašítková, M. (2008). *Marketing služeb efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing.
- Vytlačil, D. (2008). *Projektové řízení a řízení projektů*. Praha: nakladatelství ČVUT.

Wolf, V. (2011). *Regionální průvodci a animátoři – nová šance pro cestovní ruch v Pošumaví*. Klatovy: Typos.

Zamazalová, M. (2009). *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada Publishing.

Zamazalová, M. (2010). *Podstata marketingu*. In Boučková, J. et al., *Marketing*. Praha: C. H. Beck.

9.2 Internetové zdroje

- Beránek, F. *Grantový program Plzeňského kraje v oblasti kultury pro rok 2011. Systém pro dotační řízení Plzeňského kraje* [online]. 2011 [cit. 2011-12-02]. Dostupné z: <http://www.kr-plzensky.cz/article.asp?itm=40600>.
- Heritage Tourism. *National Trust for Historic Preservation* [online]. c2009. [cit. 2011-09-15]. Dostupné z: <http://www.preservationnation.org/issues/heritage-tourism/>.
- Koutný, P. *Vítejte na OTAVA.INFO - Půjčovna lodí Otava - Sušice - kánoe, rafty, pádla, vesty, vodácké upomínkové předměty* [online]. 2011 [cit. 2011-10-22]. Dostupné z: <http://www.otava.info/>.
- Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky. *Strategie regionálního rozvoje České republiky. MMR – Strategie regionálního rozvoje České republiky na roky 2007 – 2013* [online]. 2006 [cit. 2011-09-21]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/Regionalni-politika/Koncepce-Strategie/Strategie-regionálního-rozvoje-Ceske-republiky-na>.
- Naglmüllerová, M. *Pravidelné akce v Sušici* [online]. 2011 [cit. 2011-12-10]. Dostupné z: <http://www.sumavanet.cz/susice/fr.asp?tab=snet&id=3957&burl=>.
- Navrátil, J. *Jak psát BP a DP. Studijní opory* [online]. 30. 1 .2012 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: <https://sites.google.com/site/studuji/jak-psat-bp-a-dp>.
- Novák, M. *Hrad Rabí - Akce* [online]. c2004-2010b [cit. 2010-02-28]. Dostupné na: <http://www.rabi.cz/hrad/index.php?kat=akce&str=akce&m=2&jazyk=cs>.
- Novák, M. *Hrad Rabí - Vítejte na Rabí* [online]. c2004-2010a [cit. 2010-02-28]. Dostupné z: <http://www.rabi.cz/hrad/index.php?kat=o-nas&str=o-nas&m=1&jazyk=cs>.
- OSA. *Kina, filmové festivaly a jiné projekce, divadla. OSA – ochranný svaz autorský* [online]. c2011. [cit. 2012-01-16]. Dostupné z: http://www.osa.cz/media/91415/f_sazebnik_osa2012.pdf.
- OSA. *Koncerty a jiná hudební vystoupení do 3000 osob. OSA – ochranný svaz autorský* [online]. c2011. [cit. 2012-01-16]. Dostupné z: http://www.osa.cz/media/91421/m_sazebnik_osa2012.pdf.
- Paseo. *Západní Čechy - Šumava a podhůří – Klatovsko. Výletník.cz* [online]. c2012 [cit. 2012-09-10]. Dostupné z: <http://www.vyletnik.cz/turisticke-oblasti/zapadni-cechy/klatovsko/>.

- Richards, G. *Cultural tourism in Europe. Tourism Research and Marketing consultancy* [online]. CABI: Wallingford, 1996 [cit. 2011-10-13]. Dostupné z: http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF.
- Robinson, M. & Pickard, D. *Tourism, Culture and Sustainable Development* [online]. UNESCO, c2006 [cit. 2009-08-15]. Dostupné z: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578E.pdf>.
- Sieber, P. *Studie proveditelnosti (Feasibility Study) metodická příručka. Strukturální fondy EU* [online]. Duben 2004 [cit. 2011-03-11]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Upload/Programy-2004-2006/priloha-C>.
- Šperl, J. *Šumava - Annín* [online]. c2007-2012 [cit. 2011-10-27]. Dostupné z: <http://www.sumavaregion.cz/index.php?s=87>.
- ŠumavaNet.CZ. *HORAŽŤOVICE A OKOLÍ: Historie Horažďovic* [online]. 2009 [cit. 2011-10-28]. Dostupné z: <http://www.sumavanet.cz/horazdovice/fr.asp?tab=snet&id=5100&burl=&pt=HS>.
- ŠumavaNet.CZ. *HORAŽŤOVICE A OKOLÍ: Každoročně pořádané akce, které nepřehlédněte* [online]. 2011 [cit. 2011-10-28]. Dostupné z: <http://www.sumavanet.cz/horazdovice/fr.asp?tab=snet&id=5103&burl=&pt=KU>.
- ŠumavaNet.CZ. *SUŠICE A OKOLÍ - Kostel sv. Mořice v Mouřenci u Annína* [online]. 2011 [cit. 2011-10-27]. Dostupné na: <http://www.sumavanet.cz/susice/fr.asp?tab=snet&id=3704&burl=>.
- World Heritage. *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. About World Heritage* [online]. 2009. [cit. 2011-09-26]. Dostupné z: <http://whc.unesco.org/en/conventiontext>.
- Zdeborský, A. *Svatobor u Sušice - úvodní stránka* [online]. c2001-2005 [cit. 2009-03-20]. Dostupné z: <http://www.svatobor.cz/index2.html>.

10 SEZNAM TABULEK

Tabulka 1.	Nástroje marketingového mixu	29
Tabulka 2.	Vztah mezi 4P a 4C.	30
Tabulka 3.	Ceny vstupného v okolí	43
Tabulka 4.	Projektový tým	47
Tabulka 5.	Mzdové náklady na projekt	48
Tabulka 6.	Zajištění investičního majetku a náklady na projekt	53
Tabulka 7.	Návštěvnost a předpokládané výnosy ze vstupného pořádaných akcí	54
Tabulka 8.	Varianta financování č. 1	56
Tabulka 9.	Varianta financování č. 2	56
Tabulka 10.	Rizika	58
Tabulka 11.	Harmonogram projektu	60

11 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1. Navržená organizační struktura pro projekt “Zámecké kulturní léto” 46

12 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1	Pravidelně pořádané akce v Sušici.....	72
Příloha 2	Pravidelně pořádané akce v Horažďovicích.....	73

13 PŘÍLOHY

Příloha 1 Pravidelně pořádané akce v Sušici

Název	Pořadatel	Poznámka
Reprezentační ples města Sušice	Město Sušice a MKS Sušice	ples je každý rok zaměřen na určité "historické" období
"Je kraj, kde voní tráva"	Sušický dětský sbor a Sdružení přátel SDS	festival dětských pěveckých sborů
"Slet ježibab"	Gymnázium Sušice	po upálení čarodějnice pokračuje zábava na ostrově Santos
"Sušické slavnosti"	MKS Sušice, Město Sušice a Okrášlovací společnost města Sušice, o.s.	několikadenní celoměstská kulturní akce k zahájení turistické sezóny
"Otava Cup"	TJ Sušice	mezinárodní mládežnický fotbalový turnaj, kde se utká více než 50 mužstev z Evropy
"Majáles"	Gymnázium Sušice	studentský svátek spojený s přehlídkou sušických rockových kapel na Santosu
"Dramasteria"	A-studio Rubín, Praha ve spolupráci s Okrášlovacím spolkem města Sušice, o.s.	divadelní workshop
"Šumava Rocks"	agentura Human Help	open air music festival pomáhá postiženým dětem, sušické nemocnici, ...
Sušická pouť		bohoslužby, trhy, atrakce, výstavy, hudební zábavy
"Svatobor Tour"	Ski klub Sušice	závod horských kol a běžců ze sušického náměstí na vrchol Svatoboru
BOBIKAP	ASTC Sušice	extrémní štafetový závod čtyřčlenných družstev (běžec, paraglidista, cyklista a kajakář)
Vánoce	MKS Sušice, Muzeum Šumavy, Město Sušice	slavnostní rozsvícení vánočního stromku na náměstí, společné zpívání koled, "Vánoce na náměstí"

Zdroj: Naglmüllerová, 2011

Příloha 2 Pravidelně pořádané akce v Horažďovicích

Název	Poznámka
Květnové oslavy	ukázka vojenství bitvy na náměstí, připomínka osvobození města
Slavnosti Kaše	slavnost doprovází bohatý kulturní program, řemeslné trhy, historické skupiny, kašová bitva, vyhlášení nejlepší kaše a krále kaše (největšího jedlíka)
Jmeniny města	slavnosti založení města Horažďovic, bohatý kulturní program
Pouť	pouťové atrakce na Tržšti, pouťová zábava
Den pro dětskou knihu	autorská čtení z knížek, prodej knížek, soutěže, představení loutkových divadel, dražba výrobků pro dětský domov, dětské stánky pro výrobu dekorací, bohatý kulturní program
Západočeská oblastní přehlídka amatérského divadla	soutěž divadelních spolků ze západních Čech o hlavní cenu Horažďovickou perlu a o doporučení na národní přehlídku
Zámecké léto	směs vážné a komorní hudby v prostorách zámku
Horažďovická padesátka	trasy po okolí v pěti délkách 100, 50, 25, 15 a 7 km pro pěší i cyklisty

Zdroj: ŠumavaNet.CZ, 2011