

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor



Vliv kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova

Vedoucí bakalářské práce
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor
Hana Škarvadová

2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Vliv kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českém Krumlově 14.4. 2008

Hana Škarvadová

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi a současně Libuši Smolíkové, MBA za poskytnutý odborný dohled.

Abstrakt

Dílčími cíly práce bylo provedení analýzy kulturních akcí v Českém Krumlově, následně realizace terénního šetření, které zahrnovalo pozorování, dotazování a rozhovor a jeho vyhodnocení. Na základě tohoto vyhodnocení byl posouzen cíl hlavní - vliv kulturních akcí na návštěvnost destinace a přijaty návrhy opatření pro zlepšení nabídky kulturních akcí.

Data z dotazníkového šetření poskytla informace pro sestavení profilu účastníka kulturního cestovního ruchu, který zahrnoval i šetření v oblasti kvality poskytovaných služeb. Z toho poté vycházelo i odhalení příležitostí a nedostatků v koordinaci kulturních akcí.

Byla navrhována některá opatření pro zásadní zkvalitnění poskytovaných služeb, snadnější orientaci účastníka a zlepšení celkového zážitku z návštěvy kulturní akce.

Nemalý důraz byl kladen na rozvoj internetových sítí, který by mohl vést k prodloužení pobytů ve městě Český Krumlov.

Klíčová slova:

- kulturní cestovní ruch, kulturní akce, atraktivita, destinace, návštěvník, terénní šetření, příležitosti, nedostatky, koordinace.

Obsah

1.	Úvod	4
2.	Literární rešerše	6
2.1.	Cestovní ruch	6
2.1.1.	Potřeba – obecné vymezení	6
2.1.2.	Pojetí cestovního ruchu	6
2.1.3.	Systém cestovního ruchu	8
2.1.3.1.	Subjekt cestovního ruchu	8
2.1.3.2.	Objekt cestovního ruchu	9
2.1.3.3.	Okolí systému	10
2.1.4.	Typologie cestovního ruchu	11
2.1.4.1.	Formy cestovního ruchu	11
2.1.4.2.	Druhy cestovního ruchu	12
2.1.5.	Trh cestovního ruchu	14
2.1.5.1.	Typologie účastníků	14
2.1.5.2.	Motivace klientů	15
2.1.6.	Vývoj v trendech cestovního ruchu	16
2.1.6.1.	Mezinárodní cestovní ruch	16
2.1.6.2.	Evropský cestovní ruch	16
2.1.6.3.	Trendy v České republice	17
3.	Použitá metodika	18
3.1.	Metody a techniky	18
3.2.	Cíl práce	18
3.3.	Pracovní hypotézy	19
4.	Provedení analýzy kulturních akcí v Českém Krumlově	20
4.1.	STEP analýza	20
4.1.1.	Teoretická východiska	20
4.1.2.	Společenské (sociální) faktory	21
4.1.3.	Technické (technicko-technologické) faktory	22
4.1.4.	Ekonomické faktory	23
4.1.5.	Politicko-právní faktory	24
4.2.	Situační analýza	25
4.2.1.	Jaro 2007	25
4.2.1.1.	Kouzelný Krumlov	25
4.2.1.2.	Egon Schiele Art centrum	26
4.2.1.3.	International Art Gallery	26
4.2.2.	Léto 2007	27
4.2.2.1.	Slavnosti pětilisté růže	27
4.2.2.2.	Festival komorní hudby	28
4.2.2.3.	Festival staré hudby	29
4.2.2.4.	Mezinárodní hudební festival	29
4.2.2.5.	Otáčivé hlediště	29
4.2.3.	Podzim 2007	30
4.2.3.1.	Jazz na konci léta	30
4.2.3.2.	Den s handicapem – den bez bariér 2007	31
4.2.3.3.	Dny evropského dědictví	31

4.2.3.4.	Svatováclavské slavnosti	32
4.2.3.5.	EKOFILM	32
4.2.3.6.	Mezinárodní divadelní festival MIRACULUM	33
4.2.4.	Zima 2007	33
4.2.4.1.	Advent v Českém Krumlově	33
4.3.	Shrnutí	34
5.	Terénní šetření	35
5.1.	Teoretická východiska	35
5.2.	Marketingový výzkum	35
5.2.1.	Vymezení problematiky	35
5.2.2.	Terénní šetření	36
5.2.3.	Výběr vzorku	37
5.3.	Přípravná část	37
5.3.1.	Cíl práce	37
5.3.2.	Stanovení pracovních hypotéz	38
5.3.3.	Metody a techniky výzkumu	38
5.4.	Realizační část	38
5.4.1.	Terénní šetření	38
5.4.2.	Pozorování	39
5.4.3.	Dotazování	40
5.4.3.1.	Rozhovor	40
5.4.3.2.	Výzkum veřejného mínění	40
6.	Posouzení vlivu kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova	44
6.1.	Profilace návštěvníka kulturních akcí	44
6.2.	Statistiky návštěvnosti Českého Krumlova	45
6.2.1.	Obsahové statistiky	46
6.2.2.	Statistiky návštěvnosti kulturních akcí	47
6.2.2.1.	Návštěvnost Slavností pětileté růže	47
6.2.2.2.	Návštěvnost Mezinárodního hudebního festivalu	48
6.2.2.3.	Návštěvnost Festivalu komorní hudby	48
6.2.2.4.	Návštěvnost festivalu Jihočeské divadelní léto – otáčivé hlediště	48
6.2.2.5.	Návštěvnost Svatováclavských slavností	49
6.2.2.6.	Návštěvnost Dnů evropského historického dědictví	49
6.2.2.7.	Návštěvnost Dne s handicapem	49
6.2.2.8.	Návštěvnost Egon Schiele Art centra	49
6.2.2.9.	Shrnutí statistik návštěvnosti kulturních akcí v Českém Krumlově	50
6.3.	Ověření pracovních hypotéz	51
6.3.1.	Ověření vedlejší hypotézy	51
6.3.1.1.	Vyhodnocení na základě statistik Destinačního managementu	51
6.3.1.2.	Vyhodnocení na základě marketingového výzkumu	52
6.3.1.3.	Shrnutí	52
6.3.2.	Ověření hlavní hypotézy	53

7.	<u>Návrh opatření ke zlepšení nabídky kulturních akcí</u>	<u>54</u>
7.1.	<u>Spokojenost návštěvníků kulturních akcí</u>	<u>54</u>
7.1.1.	Hodnocení služeb cestovního ruchu	54
7.1.2.	Hodnocení rozvoje cestovního ruchu	55
7.2.	Ověření poslední hypotézy	56
7.3.	<u>Nedostatky a příležitosti v koordinaci kulturních akcí</u>	<u>57</u>
7.3.1.	Nedostatky	57
7.3.2.	Příležitosti	59
8.	<u>Závěr</u>	<u>61</u>
9.	<u>Summary</u>	<u>62</u>
10.	<u>Přehled použité literatury</u>	<u>64</u>

1. Úvod

Město Český Krumlov je nesporně dominantou Jihočeského kraje a jedním z měst, které po celém světě reprezentují krásy České republiky. Samotné město je malým skvostem mezi městskou architekturou jižních Čech. Dokonale zachovalé tu můžeme najít klasické periody jako baroko, či vrcholnou renesanci, avšak ani mnohem starší gotika není ošizená moderními úpravami, na které nyní doplácí mnohá krásná města po celé naší vlasti.

Českému Krumlovu se říká malé muzeum světové architektury. Na několika metrech čtverečních vnitřního města je možné denně nalézt poklady, které zde zanechali mistři svého umění. Vliv italských umělců zanechává ve vzpomínkách svěžest a živočišnost jižních krajů, propracovaná renesance pak zase dávné doby velkého Viléma z Rožmberka.

Zámek, který se tyčí na skalním ostrohu a město umístěné do klikatých meandrů matičky řek – Vltavy, přímo vybízí k návštěvě. Nejen turista už vábení Krumlova podlehl a bezděčně se sem každoročně vrací. Příliv návštěvníků ze všech možných konců světa dává městu kosmopolitní nádech a atraktivnost.

Není to však jen jeho skvostnost, co se týče architektury, která přitahuje turisty. Český Krumlov je umístěn v krásné krajině, jen nedaleko od vodní nádrže Lipno a lze odtud zahlédnout i vršky zelené Šumavy.

Samotné město velmi dbá na svoji prezentaci a stará se o své turisty. Za tímto účelem zde vzniklo mnoho informačních center a pro správné řízení příjezdů a pohybů zahraničních návštěvníků byl při Českokrumlovském rozvojovém fondu zřízen i Destinační management ČK, který se stará o koordinaci cestovního ruchu v tomto městě.

Právě velká péče a neustálý pokrok nutí odborné pracovníky hledat nové a nové cesty spolupráce, jak s turisty, tak i se zahraničními partnery. V dnešní době existuje několik přeshraničních kontaktů, které pomáhají návštěvníkům zorientovat se a přinášejí jim i nesporné výhody.

Nejen přeshraniční spolupráce činí Český Krumlov tak významným. Jsou to i sami občané, kteří se velmi často zasazují o lepší život ve městě. A to jak na poli ekonomickém, politickém, sociálním, ale především na poli kulturním a společenském.

Právě kulturními akcemi, které v průběhu roku Český Krumlov pořádá, se značně liší od jiných historických měst. Kromě hlavních slavností a letní sezóny se v Českém

Krumlově pořádají kulturní programy téměř denně. Včetně podzimu a zimy, kdy je v ostatních částech Jihočeského kraje patrný mimosezónní výkyv.

A jsou to právě kulturní akce, jejichž problematika mě velice zaujala a ráda bych zhodnotila její vliv na celkovou návštěvnost. Ať už kladný, či záporný.

Loňský rok 2007 byl v tomto oboru pro Český Krumlov významný. Přesně 4. prosince 2007 tomu bylo patnáct let, kdy se městské centrum a Státní hrad a zámek ocitli na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Ve spojitosti s tímto jubileem, si nechaly veškeré orgány, činné v oboru cestovního ruchu, záležet na programu, který mohli návštěvníci shlédnout. Tyto oslavy však nebyly orientované pouze na dobu skutečného výročí, nýbrž na celý rok 2007. Již od ledna bylo možné sledovat některé programy připomínající den zapsání a řádně jej oslavující.

Toto téma mě oslovilo i z dalšího důvodu. Celý život v tomto nádherném městě žiji a i já se aktivně zapojuji do pořádání některých kulturních akcí, nebo při nich případně účinkuji. Právě jejich vlivu na spokojenost návštěvníka přisuzuji velkou důležitost a budu se snažit zhodnotit veškeré aspekty, které i mě samotnou vedou k zvelebování našeho města a spokojenějšího života v něm.

2. Literární rešerše

2.1. Cestovní ruch

2.1.1. Potřeba – obecné vymezení

Každá vědomá činnost člověka je spojená s nějakou potřebou. Člověk touží své potřeby uspokojovat a jednou z možností je i cestovní ruch.

Ján Oriška se ve své publikaci zabýval také přesnějším určením lidské potřeby, či přání: „...chápaní potřeby jako pocitu nedostatku něčeho, co je pro život člověka důležité a nezbytné a co ho nutí k určitému chování. Potřeby však nevznikají jako určitý stav vědomí, ale dostávají se do vědomí jako odraz pocitu, že člověk považuje něco za potřebné pro svůj život. Potřeby jsou historickou kategorií a jsou vymezovány a formovány vývojem společnosti, tradicemi, etickými i právními normami.“ (Oriška, J., 1999, s 5). Aplikováno na cestovní ruch, je pak možno konstatovat, že potřeby týkající se tohoto oboru jsou uspokojovány jednak působením vlastností rekreačního prostoru (sluneční svit, čistý vzduch, moře, klid atp.) a jednak také hmotnými statky a službami.

2.1.2. Pojetí cestovního ruchu

Dříve než se zaměříme na jednotlivé informace a zhodnocení je nutné přesněji určit, co je vlastně možné si pod pojmem cestovní ruch představit. V množství dostupné literatury nalezneme velké množství definic, které se snaží vystihnout cestovní ruch co nejpřesněji. Ve většině z nich najdeme shodné myšlenky, které se však liší svou interpretací.

Z historického hlediska je možné nalézt různá pojetí, které se snaží především o oddělení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování, později je možné spatřit tendence vklíčení ekonomických aspektů do cestování: „...cestovní ruch se považoval za soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt nebo pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu.“ (Hesková a kol., 2006, s 10).

V dalších letech autoři více akcentovali ekonomické, geografické, dopravní a sociologické aspekty, cestovního ruchu. Významným mezníkem se však stalo publikování Všeobecné nauky cestovního ruchu, která byla zpracována švýcarskými autory. Ta položila

stavební kámen pro tzv. švýcarskou školu cestovního ruchu a jeho praxi. Cestovní ruch definovali jako: „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti.“ (Hesková a kol., 2006, s 10).

Co se týče vývoje samotné definice, přístupy se značně různily. S cílem sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu přišla Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) v roce 1991. Účastníci konference v kanadské Ottawě přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí: „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“ (Hesková a kol., 2006, s 11). Onou stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu je to pak šest měsíců. UNWTO vylučuje z definice navíc i cestování v rámci místa trvalého pobytu, dále pak cesty do zahraničí pravidelného charakteru a dočasnou migraci.

Definice cestovního ruchu je ukotvena i v jedné z českých technických norem: „Pod cestováním a cestovním ruchem se rozumí činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí, anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů.“ (Hesková a kol., 2006, s 11).

Dalším, kdo se snažil o výstižné vyhodnocení cestovního ruchu byli Horner a Swarbrooke. Ti si cestovní ruch vysvětlují takto: „Definice cestovního ruchu mívají několik složek. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.“ (Horner, Swarbrooke, 2003, s 53). Tato definice sice zní jednoduše, není však plně výstižná. Nezahrnuje v sobě oblast služebních cest, jejichž smyslem je také cestování, ale hlavně práce, nikoli však zábava. Není zde specifikováno ani hledisko kolik nocí je nutné strávit mimo domov, nebo jak daleko cestovat, abychom mohli účastníka považovat za turistu. Bylo by tedy nutné zohlednit i spojitost mezi cestovním ruchem a samotným cestováním. Definice, která zaujala mě osobně je použita v publikaci Orišky: „Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest.“ (Oriška, 1999, s 5). Z mého pohledu výtečně vystihuje podstatu potřeby lidí cestovat, vyjmenovává činnosti, které osobně považuji za základní kámen touhy po cestování. Je jasné, že některé potřeby lze uspokojit i mimo cestovní ruch, ale

samotný cestovní ruch představuje jakýsi vyšší stupeň jejich uspokojení a naplnění požadavků, které vycházejí ze skutečných přání a potřeb, která se týkají cestování.

Ani v současnosti není cestovní ruch ušetřen různého zkoumání. A to dokonce několika vědních oborů, mezi něž patří např. ekonomie, geografie, sociologie, psychologie, pedagogika a některé další. V každé z těchto disciplín můžeme najít osobitý přístup ke zkoumání a různé pohledy a metodiky zpracování. Jediné, co je spojuje, je zkoumaný předmět, tedy cestovní ruch.

2.1.3. Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch jako takový je zkoumán formální vědou o struktuře, vazbách a chování určitého systému. „Systémem se přitom rozumí jednota různých prvků, mezi kterými jsou určité vztahy, nebo mezi kterými je možné takovéto vztahy vytvořit.“ (Hesková a kol., 2006, s 12).

Samotný cestovní ruch tvoří dva podsystémy. Tím jsou subjekt a objekt cestovního ruchu. Založeny jsou na bázi vzájemných vazeb, které se prolínají i do jiných systému a ty pak tvoří jeho okolí, tedy vnější prostředí. Jeho schéma definoval C. Kaspar a do vnějšího prostředí zahrnul ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.

2.1.3.1. Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu, neboli tourist subjektem rozumíme každého účastníka cestovního ruchu. Tento účastník se stává nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Na mezinárodní konferenci v Ottawě, 1991 byli z hlediska statistiky rozlišeni subjekty cestovního ruchu a svého samostatného pojmu se dočkal i stálý obyvatel. Do statistiky cestovního ruchu se tak zahrnují základní kategorie subjektu – stálý obyvatel a návštěvník: „...osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty je v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti.“ (Hesková a kol., 2006, s 14). Přičemž návštěvník se dále dělí podle charakteru návštěvy:

- turista (tourist) – osoba, která v domácím, resp. zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka a jeho návštěva je spojená s minimálně jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se dá rozlišit na:
 - turistu na dovolené (holiday maker) – pobývá na daném místě více než určitý počet nocí nebo dní a
 - krátkodobě pobývajícím turistu (short-term tourist) – cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.
- výletník (excursionist) – návštěvník, který necestuje na kratší dobu než 24 hodin s tím, že přenocuje v navštíveném místě.

Základní charakteristikou je změna místa běžného životního prostředí, dočasnost cestování a nevýdělečná činnost během účasti na cestovním ruchu.

2.1.3.2. Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu (object of tourism), se rozumí vše, co se může stát cílem změny místa pobytu cestovního ruchu. Je to především příroda, kultura, hospodářství atd. Objekt tvoří nabídku cestovního ruchu, která zahrnuje cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu.

Jako ekvivalent objektu cestovního ruchu se používá i pojem destinace cestovního ruchu (tourism destination; tourist area), který se častěji zkracuje na pojem destinace.

Samotné cílové místo je pro cestovní ruch nedostačující. Podmínky pro hostitelství turistů poskytuje primární a sekundární nabídka.

- primární nabídka zahrnuje přírodní a kulturní potenciál. Právě motiv spojený s pobytem v přírodě, či návštěvou některých kulturních akcí je pro klientelu některých států rozhodující. V dnešní době je velká potřeba trávit aktivní dovolenou, kterou mohou zajistit právě tyto potenciály.
- sekundární nabídka je prostředkem k dosažení motivů účasti na cestovním ruchu, a tou je právě různorodá infrastrukturní vybavenost. „Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch.“ (Hesková a kol., 2006, s 15). Tato

infrastruktura je závislá na vybavenosti jednotlivých cílových míst a také značně diferencovaná, v některých případech i podle různých specifik dané oblasti.

Co se týká funkcí, je pro tuto práci důležité specifikovat hlavně městská střediska cestovního ruchu: „...ve kterých jsou soustředěné kulturně-historické památky, administrativně správní orgány, obchody a průmysl.“ (Hesková a kol., 2006, s 15)

A samotně, pod pojmem region cestovního ruchu je možné představit si určitý celek, který má společné vlastnosti. Do určité míry jej charakterizují a navíc se od jiných celků určitým způsobem liší. Musí taktéž splňovat určité předpoklady:

- primární nabídku – kvalitní, přitažlivá, vyvolává návštěvnost;
- komunikační dostupnost – přístup a pohyb mezi jednotlivými atraktivitami;
- infrastrukturní vybavenost – pobyt a využívání atraktivit.

2.1.3.3. Okolí systému

Vlivy okolního prostředí nelze z cestovního ruchu vyloučit a ve velké míře jej taktéž ovlivňují. Stejně tak je tomu i naopak. V potaz musíme brát i vliv cestovního ruchu na své okolí. I samotná kooperace ovlivňuje síly jednotlivých vazeb.

- ekonomické prostředí – pozitivní, nebo negativní vlivy ekonomického růstu, nezaměstnanosti, inflace, stability měny a úrokové míry;
- politické prostředí – ve velké míře ovlivňuje samotný rozvoj cestovního ruchu. Mír označujeme jako nevyhnutelnou podmínku pro uskutečňování cestovního ruchu. Závisí i na společenském zřízení každého státu a dalších bariérách, které je nutné v určitém časovém horizontu odstraňovat. Jsou to především různé cestovní formalities, či vízová povinnost. 21. prosince 2007 však Česká republika přistupuje k Schengenskému prostoru, proto bude cestování po zemích EU takřka bez problémů a náš cestovní ruch, ve vztahu k evropskému, odstraní další z problémů;
- sociální prostředí – společenské zřízení ovlivňuje zvyklosti státu při rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní a mimopracovní podmínky, dále i sociální politiku státu;
- technicko-technologické prostředí – dopravní infrastruktura, technická a informačně-technologická vybavenost umožňující rozvoj cestovního ruchu, důležité jsou moderní technologie, jež se zasazují o zjednodušování a zkvalitňování služeb, patří k nim především různé rezervační systémy (Galileo, Amadeus);

- ekologické prostředí – „Cestovní ruch je závislý na přirozené tvorbě atraktivního prostředí. Rozvíjí se tam, kde existují vhodné přírodní a kulturně-historické zdroje rozmístěné v zemi.“ (Hesková a kol., 2006, s 19), nutno však respektovat rovnováhu mezi blahobytem a volným časem, rozvoj ekologicky šetrného cestovního ruchu.

2.1.4. Typologie cestovního ruchu

Obecně rozlišujeme druhy a formy cestovního ruchu. Mluvíme-li o motivaci účastníků, tedy o účelu, pro který cestují, jde o druhy cestovního ruchu. Formy zohledňují různé příčiny, které cestovní ruchu ovlivňují a důsledky, které přináší.

2.1.4.1. Formy cestovního ruchu

O formách cestovního ruchu hovoříme v případě, kdy jako základ posuzování bereme různé příčiny, které cestovní ruch ovlivňují a důsledky, jež přináší.

Formy se dělí z několika hledisek:

- geografické hledisko – rozdělení zaměřené na oddělení domácího, zahraničního a mezinárodního cestovního ruchu;
- podle počtu účastníků – individuální a skupinový cestovní ruch, dále pak je možno rozdělovat ještě na cestovní ruch ekologický a masový;
- podle způsobu organizování – individuální a organizované cestování;
- podle věku účastníků – do něj zahrnujeme cestovní ruch dětí, mládežnický, rodinný a stále se rozvíjející šedý (seniorský) turismus;
- z hlediska délky účasti – rozlišujeme výletní, krátkodobý, dlouhodobý, či víkendový cestovní ruch, závisí na počtu přenocování v cílovém místě, délka pobytu však bývá v jednotlivých zemích diferencovaná;
- podle převažujícího místa pobytu – důležitou formou je městský cestovní ruch (urban tourism) – „forma pobytu ve městě, jehož hlavním cílem je celkový zážitek z návštěvy města bez ohledu na to, jestli je pobyt spojený s přenocováním nebo bez přenocování.“ (Hesková a kol., 2006, s 32). Pro mou práci je nutné zhodnotit všechny atraktivitu, které lákají návštěvníky do měst. Je to nejen návštěva

pamětihodností, poznání architektonických, stavebních, výtvarných a uměleckých děl, ale především i zapojení se do současného života v nich.

Podmínky pro rozvoj městského cestovního ruchu mají téměř všechna města, však za předpokladu, že jsou dopravně dostupná, mají kulturní infrastrukturu, nákupní stravovací a ubytovací možnosti a organizované akce různých charakterů. Velká pozornost by měla být také věnována nejen estetice a originalitě, ale i praktickým věcem jako je budování parkovišť, prostorovému označení a provozním dobám muzeí, divadel, galerií, atp. Nutností je také zapojení organizovaných informačních kanceláří, které musejí být kdykoliv k dispozici a poskytovat kvalitní informace i služby. K dalším formám pak patří příměstský, venkovský, přímořský, horský a vysokohorský cestovní ruch, nebo také ekoagroturistika;

- podle ročního období – hovoříme o sezónním, mimosezónním a celoročním cestovním ruchu, samotná sezónnost je určitou nepravidelností, a to působením různých vnějších příčin v průběhu roku;
- podle používaného dopravního prostředku – rozeznáváme motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch;
- z hlediska dynamiky – rozlišujeme pobytový (statický), či putovní (dynamický) cestovní ruch;
- ze sociálního hlediska – lze cestovní ruch rozdělit na návštěvy příbuzných a známých, sociální cestovní ruch (handicapovaní, sociální skupiny), či etnický cestovní ruch.

2.1.4.2. Druhy cestovního ruchu

Z hlediska mé práce je nutné rozlišit jednotlivé druhy cestovního ruchu, které je možno v určité destinaci provozovat. Jednotlivé druhy taktéž obvykle nepozorujeme samostatně, ale v určité vzájemné kombinaci, která dodává komplexnost. Základem pro posuzování druhů cestovního ruchu je především motivace účastníků, tedy účel pro který cestují.

- rekreační cestovní ruch – pasivní i aktivní odpočinek spojený s regenerací psychických i fyzických sil. Má podobu individuální nebo rodinné rekreace, kterou je možné realizovat ve vlastních nebo pronajatých zařízeních a organizovaně pak ve veřejně přístupných zařízeních. Součástí je i tematický cestovní ruch. Je

specifikovaný podle zájmů a potřeb jednotlivých zákazníků, kdy se jedná o komplexní zážitek v relativně krátkém čase;

- sportovní cestovní ruch – aktivní vykonávání různých sportovních činností, lze jej také provozovat pasivně ve formě sportovních diváků;
- dobrodružný cestovní ruch – spojen s určitou touhou po objevování, či po zážitku z dobrodružství a rizika, lze zařadit i adrenalinové sporty;
- myslivecký cestovní ruch;
- rybářský cestovní ruch;
- kulturní cestovní ruch – uspokojení duchovních potřeb, které jsou spojeny s poznáváním kulturního dědictví, kultury a způsobu života lidí v navštívených cílových místech. „V praxi má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, archeologických nalezišť, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí.“ (Hesková a kol., 2006, s 24). Jde o kombinaci vzdělávání a účelného trávení volného času, jednou z forem je i aktuálně oblíbené studium v zahraničí, letní univerzitní kurzy, odborné stáže atd. Zaměřuje se na zvyšování kvalifikace, či odborné úrovně lidí, jež využívají jeho služby. Velmi často také v kombinaci s jinými druhy cestovního ruchu;
- náboženský cestovní ruch – neboli také poutní, je spojen s náboženskými motivy a samotní jeho účastníci odmítají označení turista;
- lázeňský cestovní ruch – je podmíněn existencí přírodních léčivých zdrojů;
- zdravotní cestovní ruch – pokračující trend wellness, fitness, beauty;
- kongresový cestovní ruch – organizace kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Nejedná se jen o samotné pořádání kongresových akcí, ale i další doprovodný program. Zahrnuje také služební cesty a stimulační cestovní ruch. Velmi rychle se rozvíjející druh cestovního ruchu, který vyniká především mimosezóností a nadprůměrnými příjmy svých účastníků;
- stimulační cestovní ruch – pojem, který označuje: „cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu.“ (Hesková a kol., 2006, s 26). Vyžaduje však perfektní organizaci a obsahovou náročnost programu.

2.1.5. Trh cestovního ruchu

Velmi důležité je zaměřit na aspekty, které ovlivňují trh cestovního ruchu. Obecně lze říci, že si pod tímto pojmem představíme podniky cestovního ruchu, diferencované podle velikosti.

Skládá se ze společně působících organizací:

- prodejci zájezdů (CK, CA, touroperátoři);
- dopravní společnosti;
- komerční ubytovací zařízení;
- stravovací zařízení;
- návštěvnické atraktivity;
- zábavní parky (Hesková a kol., 2006, s 62).

Specifikem je jeho velká dynamičnost v oboru změn, které ovlivňuje řada faktorů, mezi něž je třeba zahrnout nejen ekonomickou situaci, ale například i politické a společenské změny, které je možné pocítit v každodenním životě.

Co se týče poptávky, je trh značně diferencován. Segmentace se provádí podle řady kritérií, z nichž za zmínku stojí především hledisko demografické (věk, pohlaví, atd.), či podle motivace a potřeb zákazníků.

2.1.5.1. Typologie účastníků

Z hlediska trhu je také důležité rozlišit jednotlivé klienty podle motivace, chování, či návyků. Každý z účastníků má jiné motivy spojené s cestováním. Právě na základě těchto zvyklostí je možné v dostupné literatuře nalézt mnoho rozdělení klientů z hlediska typologie.

Nejčastěji se setkáváme s tímto rozdělením účastníků cestovního ruchu:

- turisté – objevitelé – hledají znalosti a objevy, důležitá je i komunikace s místní společností, obvykle dlouhodobé cestování;
- elitní turisté – taktéž dlouhodoběji, avšak hledají zážitky neobvyklého charakteru;
- neobvyklí turisté – nedokáží se vzdát civilizace, přesto je inspiruje jakési primitivno;
- individuální turisté – vyžadují vysoký standard, jsou ochotni zaplatit;

- masoví turisté – mají přehnaná očekávání, vyžadují splnění každého přání;
- charteroví turisté – minimální zájem o kulturu s krátkou dobou pobytu.

Segmentace trhu se dočkává neustálého inovování, jiné pohledy nabízí i množství autorů, mezi něž patří i tento: „V současné době se provádí segmentace méně často podle klasických třídicích mechanismů a naopak je patrná snaha uplatňovat nové přístupy zaměřené na tzv. multiopčního klienta. U něj není možné jednoznačně vymezit homogenní skupiny, jelikož klient konzumuje služby příležitostně podle situace a bez dodržení norem a struktur.“ (Palatková, 2006, s 92).

Další segmentace je možné nalézt i u Vosoby, či Hornera a Swarbrookea.

2.1.5.2. Motivace klientů

Velmi zajímavé je i rozlišení podle Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., ve kterém můžeme nalézt nejčastější motivy k cestování:

- motiv – zážitek (nové dojmy 47%);
- motiv – svoboda (pryč od všedního dne 62%);
- motiv – sociální (čas pro sebe 44 %);
- motiv – zotavení (únik z všednodennosti 71%).

Aplikováno na Českou republiku, je možné nalézt v literatuře i jednotlivé důvody k návštěvě (Hesková a kol., 2006, s 68):

- historie a architektura (55%) – hrady, zámky, historická města;
- relaxace, příroda (25%) – pobyty na horách, v lázních;
- spotřební zábava (20%) – nákupy, zábava, jídlo.

Marketing se v poslední době zaměřuje především na propagaci tzv. národních produktů, které v sobě zahrnují vše, co turisté očekávají, spojené s návštěvou nejkrásnějších míst v České republice. Avšak jejich prosazování je prováděno v několika vlnách a bude trvat ještě dlouhou dobu, než bude naše země plně a především kvalitně propagována v evropském, či mezinárodním měřítku.

2.1.6. Vývoj v trendech cestovního ruchu

Cestovní ruch jako takový je odvětví, které se spojuje s obrovským rozvojem a rozkvětem. Služby jsou stále kvalitnější a ve větší kvantitě. Klienti se stávají náročnějšími, hledají nové destinace, preferují aktivní dovolenou. I proto je nutné zabývat se rozvojovými trendy cestovního ruchu nejen v regionálním, ale i celosvětovém měřítku.

2.1.6.1. Mezinárodní cestovní ruch

„Mezinárodní cestovní ruch je v poslední době charakteristický expanzí do celého světa. V minulosti se koncentrovaly cesty návštěvníků do několika vybraných států, postupně se však mapa turisticky zajímavých regionů rozšířila a tento trend pokračuje.“ (Hesková a kol., 2006, s 184)

Z této definice je jasné, že rozvoj neustále pokračuje a z dlouhodobého hlediska je možné zařadit do nově se rozvíjejících destinací i naši republiku. Vlivem globalizace, a s ní spojenou bezpečností a jistotou je cestovní ruch ovlivňován řadou událostí. Mezi situace, které ovlivnily cestovní ruch negativně a v celosvětovém měřítku, lze zařadit například útok na americká Dvojčata v roce 2001. Od té doby silně ovlivňuje cestovní ruch potřeba jistoty a míru navštívených zemí. Mezi další negativní ovlivňovatele patří například nemoci a epidemie, které znamenají snížení příjezdů do inkriminovaných destinací. Proto je důležité průběžně zvyšovat preventivní opatření každého státu a zlepšovat péči a pomoc turistům. I tomu slouží nové revitalizační programy jednotlivých destinací.

2.1.6.2. Evropský cestovní ruch

„Trendy cestovního ruchu v Evropě jsou odrazem společenských změn, které Evropa prožívá v rámci ekonomických, sociálních podmínek a životního stylu“ (Hesková a kol., 2006, s 192). Odlišné názory můžeme najít i v jiné literatuře. Z definic je patrná rozdílnost jednotlivých regionů a odlišení přístupů v jednotlivých destinacích.

V současné době navíc vede trh poptávka, nikoli nabídka. Zvyšuje se počet spotřebitelů s potřebou být nezávislý a samostatný. To vede ke kompletaci produktů šitých na míru, vzhledem ke zvyšování příjmů a volného času a jistou nestabilitu na straně konkurence.

Co se týče zvyšování kvalifikace se dá očekávat:

- zvyšování poptávky po specifických produktech;
- zvyšování poptávky po kultuře, historii a umění;
- zvyšování potřeby kreativní a efektivní komunikace;
- zvyšování poptávky po nových destinacích (Hesková a kol., 2006, s 193).

Každý z těchto trendů je nutno sledovat z časového hlediska. Pro střední a východní Evropu je cestování jakousi zkouškou spojenou s hospodářskými změnami, kterými prošly jednotlivé země. V okamžiku, kdy si začínají jednotlivé podniky konkurovat znamenají hlavní překážku v rozvoji cestovního ruchu špatné služby a nedostatečné kapacity, jak ubytovací, tak i stravovací. „Proto se zde vynakládá značné úsilí na zlepšení, například v oblasti péče o zákazníka.“ (Horner, Swarbrooke, 2003, s 56)

2.1.6.3. Trendy v České republice

Podle uskutečněných výzkumu je jasné, že je Česká republika velmi zajímavou destinací pro mnohé zahraniční klienty. Navíc i místní obyvatelé vidí v cestovním ruchu velké naděje. Je pro ně novým zdrojem příjmů, pracovních příležitostí, či možností jak zlepšit prostředí, ve kterém žijí.

V mezinárodním měřítku je nutné postupovat podle určitých dokumentů. A tímto dokumentem je Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2002 – 2007. Některé evropské instituce mají také zájem na ovlivňování cestovního ruchu. Například Evropská komise stanovila v roce 2002 pět klíčových oblastí (Hesková a kol., 2006, s 197):

- informace;
- vzdělávání;
- kvalita;
- udržitelný rozvoj;
- nové technologie.

O jejich podporu by se měly členské země skutečně zajímat a koordinovat je státní politikou cestovního ruchu. Zda se bude v České republice postupovat v souladu s těmito klíčovými oblastmi, ukáže čas. Vzhledem k tomu, že je cestovní ruch v některých regionech vymezen jako odvětví budoucnosti, dá se očekávat striktní dodržování určitých pravidel, které budou mít příznivý vliv na ekonomický rozvoj.

3. Použitá metodika

3.1. Metody a techniky

Práce byla započata studiem odborné literatury. Na základě literárního přehledu byly stanoveny potřebné definice cestovního ruchu, které ovlivnily výzkumné části práce.

Pro stanovení vnějších skutečností ovlivňujících kulturní cestovní ruch v Českém Krumlově byla sestavena STEP analýza, která zahrnovala sociální, technicko-technologické, ekonomické a politicko-právní faktory. Dále byla provedena situační analýza s cílem přiblížit a osvětlit jednotlivé kulturní akce.

Dalším krokem bylo provedení terénního šetření, jehož údaje byly dále vyhodnocovány v dalších kapitolách. Dílčími kroky při provádění terénního šetření byly:

- řízený rozhovor (s organizátory kulturních akcí);
- dotazníkové šetření (s účastníky kulturních akcí);
- aktivní účast na jednotlivých kulturních akcích (pozorování).

Získané údaje, spolu s oficiálními sekundárními daty, napomohly posouzení vlivu kulturních akcí na návštěvnost destinace.

Na základě vyhodnocení vlivu byly stanoveny návrhy opatření pro zlepšení nabídky kulturních akcí, a to formou odhalení nedostatků a příležitostí v koordinaci kulturního cestovního ruchu ve městě Český Krumlov.

3.2. Cíl práce

Vymezení cíle bylo prvotní záležitostí tvorby této práce. Jako hlavní cíl bylo stanoveno posouzení vlivu kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova.

Pro potřeby komplexního pohledu na problematiku byly stanoveny ještě cíle vedlejší, jež zahrnovaly především provedení analýzy kulturních akcí, provedení a vyhodnocení marketingového výzkumu a návrhy opatření pro koordinaci kulturních akcí.

Tyto cíle byly stanoveny na základě studia odborné literatury.

3.3. Pracovní hypotézy

Stanovení pracovních hypotéz bylo nutné pro vlastní výzkum v průběhu práce. Hlavní hypotéza, jež zahrnuje cíl práce zní:

„Kulturní akce mají podstatný vliv na návštěvnost Českého Krumlova.“

Pro účely celkového vyhodnocení marketingového výzkumu a odhalení příležitostí a nedostatků v koordinaci kulturních akcí byly stanoveny ještě hypotézy vedlejší.

„Nejvíce návštěvníků přijíždí tradičně na Slavnosti pětileté růže.“

„Návštěvníci kulturních akcí jsou převážně velmi spokojeni.“

Tyto hypotézy byly v průběhu práce potvrzeny, či vyvráceny.

4. Provedení analýzy kulturních akcí v Českém Krumlově

Cílem analýzy kulturních akcí je představit jednotlivé kulturní akce a nastínit jejich organizační zázemí.

Vzhledem k tomu, že v období letní turistické sezóny je možné téměř každý den navštívit nějakou kulturní akci, musel být jejich výběr zúžen tak, aby vyjadřoval hlavní tendence návštěvnosti Českého Krumlova.

Pro tyto účely sestavuje každoročně Destinační management Český Krumlov propagační materiál s názvem Highlights, ve kterém je možno nalézt bližší informace o termínu a programu těch nejvýznamnějších kulturních akcí.

I pro tuto práci bude výběr Destinačního managementu do jisté míry určující. O vhodnosti zařazení jednotlivých kulturních akcí svědčí nejen ověřená data návštěvnosti, ale i vlastní provedený marketingový výzkum, jež bude vyhodnocen v dalších kapitolách.

Pro tyto účely je tedy nutné představit právě ty kulturní akce, které budou v průběhu práce dále zkoumány.

4.1. STEP analýza

4.1.1. Teoretická východiska

STEP analýza spočívá v hodnocení vlivu pouze vnějších faktorů (faktorů globálního prostředí), a to v následujících segmentech:

- S – společenské (sociální) faktory – zahrnují faktory související se způsobem života lidí včetně životních hodnot – demografická křivka, průměrná délka života, hustota obyvatelstva, rodinné faktory, migrace obyvatelstva, dopravní obslužnost, úroveň vzdělávání a vzdělanosti, životní styl v regionu, podmínky pro rekreaci a využití volného času, masmédiá, vývoj oborů v regionu, atd;
- T - technické (technicko-technologické) faktory - zahrnují faktory, které souvisejí s vývojem výrobních prostředků, materiálů, procesů, know-how a nových technologií v regionu, s vývojem a výzkumem;

- E - ekonomické faktory - Zahrnující faktory, které souvisí s vývojem ekonomických procesů - toky peněz, zboží, služeb, informací a energií, jež mohou ovlivňovat existenci subjektu, a to včetně problematiky (ne)zaměstnanosti, trhu práce, platových podmínek, konkurence, podílů na trhu, nebo možností sponzoringu;
- P - politicko-právní faktory - jde o faktory, které souvisí s výkonem politické moci (od úrovně státu až po samosprávu v obci), správou a samosprávou, s politickou situací, legislativou a stavem právního vědomí.

Při hodnocení jednotlivých faktorů je potřeba vycházet ze skutečnosti, že některé z nich působí na celonárodní úrovni, dnes možná i na úrovni nadnárodní, mnohé na úrovni regionální či místní. Podle toho je nutné k nim při STEP analýze přistupovat.

4.1.2. Společenské (sociální) faktory

Jedná se o analýzu sociální, tedy skupinovou. Jednotlivé podmínky a životní úroveň obyvatelstva je totiž jedním z hlavních faktorů ovlivňujícím návštěvnost kulturních akcí.

Významné kulturní akce v Českém Krumlově je v tomto případě nutné posuzovat jako celek a analyzovat sociální faktory, které na ně působí, jako celistvý soubor informací tak, aby dosáhly určité úrovně vypovídající schopnosti založené na základě demografických údajů.

Co se týče Českého Krumlova jako celkové atraktivity, nejvíce jej ovlivňuje migrace obyvatelstva. Vzhledem k příhodným kulturním i přírodním podmínkám se stává jednou z nejoblíbenějších destinací v rámci nejen domácího, ale i zahraničního cestovního ruchu. To se značně dotýká i problematiky kulturních akcí. Ačkoli lze u některých akcí pozorovat vysoký podíl návštěvníků z dané destinace, u kulturních akcí většího rozsahu, jako jsou například hlavní městské slavnosti, se jedná o zvýšený pohyb obyvatelstva bližších i vzdálenějších regionů, a to právě za účelem návštěvy této atraktivity. Migrace obyvatelstva významně ovlivňuje organizaci a plánování kulturních akcí, protože bez dostatečného přísunu návštěvníků, by dané kulturní akce postrádaly svůj smysl.

Dalším faktorem, jež ovlivňuje pořádání kulturních akcí je dopravní obslužnost. Vzhledem k převládající orientaci akcí do středu města, kde jsou dopravní podmínky

značně ztíženy, je nutné zajistit parkovací plochy pro odstavení aut návštěvníků, cesty pro zásobování prodejen a převozu materiálu nutného k zajištění akce a především systém orientačního značení. To vše lze nalézt u naváděcího systému, který v Českém Krumlově kvalitně funguje již několik let.

Pro dobrou návštěvnost akcí je nutné zabezpečit i samotnou dopravní dostupnost města, jež je zajišťována prostředky hromadné dopravy. Do města je možné se dopravit jak autobusem, tak i vlakem, a to ve vyhovujících intervalech. V době velkého vytížení hromadných dopravních prostředků (sezóna, významná akce), se navíc posiluje doprava i mimořádnými spoji.

Pro pohyb po centru města je možné využít služeb taxi dopravy.

Životní styl a vývoj oboru v podmínkách regionu je stále diskutovanějším tématem. Český Krumlov a jeho okolí je hojně navštěvovaným turistickým regionem a zohledníme-li i Jihočeský kraj, dojdeme k názoru, že na základě životního stylu a vývoje se jedná o velmi atraktivní lokalitu se stále se zvyšující kvalitou nabízených služeb. Celý Jihočeský kraj vidí do budoucna v kulturních akcích a programech velký potenciál. Vznikají nové turistické balíčky zahrnující účast na některých významných akcích, nebo se snaží o vybudování nové, či obnovení staré tradice pořádání kulturních akcí. Jinak na tom není ani Český Krumlov.

O podmínkách k rekreaci není nutné se obsáhle vyjadřovat, ačkoliv i ty určují realizovatelnost kulturních akcí. Je nutné mít k dispozici ubytovací a stravovací kapacity, plochy pro konání koncertů, divadel a jiných kulturních akcí. Vzhledem k velké turistické vytíženosti Českého Krumlova jsou tyto podmínky naplněny nejen v době konání akcí, ale i mimo kulturní sezónu.

Posledním bodem, který je nutné zhodnotit jsou masmédiá. Médiem, které nejvíce ovlivňuje cestovní ruch ve městě je v každém případě internet. Miliony přístupů internetových uživatelů svědčí o informovanosti v oblasti nabídek kulturního cestovního ruchu. K těmto účelům slouží Oficiální informační systém Český Krumlov.

4.1.3. Technické (technicko-technologické) faktory

Ve spojitosti s kulturními akcemi se může zdát, že tyto faktory nejsou určující. Opak je však pravdou. Bez kvalitního vývoje v oblasti organizace a programového uspořádání kulturního cestovního ruchu, by zájem o jednotlivé akce mohl po několika letech klesat, či při zavedení nové akce nemusel vůbec vzniknout. V tomto ohledu se

Český Krumlov snaží dodržovat trendy zážitkového cestovního ruchu tak, aby naplnil veškerá očekávání návštěvníků kulturních akcí.

To, čím se Český Krumlov značně odlišuje od jiných měst pořádajících kulturní akce je jeho originální know-how. Veškeré akce mají čitelnou linku, kterou si divák už navždy spojí právě s tímto městem. Navíc se organizátoři snaží o stále striktnější dodržování účelu a kontinuity jednotlivých akcí tak, aby přesně vystihovaly událost na jejímž základě se daná akce koná. To vše, ve spojení s kvalitními službami, nabízí Český Krumlov jako atraktivní lokalitu pro návštěvu kulturní akce.

Důležitým technickým faktorem je také existence dvou téměř světových rarit, které výrazně podporují renomé Českého Krumlova. Tou první je rekonstruované, plně funkční Barokní divadlo, které se řadí k naprostým světovým unikátům, srovnatelné pouze se švédským královským divadlem v Drottningholmu u Stockholmu z roku 1766. Každoročně je v něm uváděna nová hra určitého barokního autora a jedná se o skutečně luxusní kulturní akci.

Druhou raritou je otáčivé hlediště, díky němuž se do Českého Krumlova sjíždí každoročně davy turistů. Jedná se o unikátní přírodní scénu, jež není možné najít v žádné jiné lokalitě.

Do těchto faktorů je možné zařadit i image destinace, jež propůjčuje městu UNESCO. Roku 1992 bylo do seznamu světového a kulturního dědictví zapsáno 300 památkově chráněných objektů v historickém centru, spolu s druhým největším hradním a zámeckým komplexem v České republice. V loňském roce město velkolepě oslavilo 15. výročí zapsání a tato čest, jež mu byla udělena organizací UNESCO, jej činí světově uznávaným kulturním dědictvím.

4.1.4. Ekonomické faktory

Ekonomické faktory se dají zařadit jako vůbec nejdůležitější okolnosti vzniku kulturních akcí. Bez kvalitního ekonomického zázemí je snaha organizovat jakýkoli kulturní cestovní ruch bezpředmětná.

Český Krumlov vydává ročně nemalé částky zajištění cestovního ruchu ve městě. Část z nich připadá právě i na odvětví organizace kulturních akcí. Některé akce jsou navíc zajišťovány pomocí grantů, financováním soukromých agentur, či formou sponzoringu. Celkové výdaje města na podporu kultury činí zhruba 16 milionů korun.

Většina atraktivit také bývá zpoplatněna tak, aby bylo možné pokrýt náklady a případně ještě investovat do dalšího rozvoje.

Negativním faktorem je jistě vůbec nejvyšší nezaměstnanost v podmínkách Jihočeského kraje, zhruba 6,8 % (údaje k 31.12.2007), která je však zapříčiněna nízkým zastoupením průmyslu, protože cestovní ruch, na něj je město především orientováno, má určitou omezenou kapacitu zaměstnanosti.

4.1.5. Politicko-právní faktory

Co se týče organizace kulturních akcí, není možné ji posuzovat z národního hlediska. Vrcholné subjekty legislativní moci totiž ovlivňují pořádání kulturních akcí pouze z hlediska vydávání příslušných zákonů a nařízení, které musejí organizátoři akcí dodržovat.

Mnohem více je tato oblast ovlivňována místní samosprávou, jejíž přístup ke kulturnímu cestovnímu ruchu by se dal hodnotit jako velmi kladný. Město samo má velký zájem na příjezdu turistů, čemuž velkou měrou dopomáhají právě pořádané kulturní akce. Proto vystupuje při některých akcích i v pozici hlavního organizátora. Navíc jsou patrné i tendence zajistit lepší propagaci, informovanost, úroveň služeb nebo bezpečnost návštěvníků.

Politická situace je tedy také určujícím faktorem návštěvnosti. Podpory cestovního ruchu se tedy dočkáváme jak ze strany nejvyšších státních orgánů, tak i ze strany krajských a místních samosprávných subjektů.

Co se týče bezpečnosti, je Český Krumlov (celá Česká republika) hodnocen jako bezpečná lokalita. Krádežím a kapsářství se však bohužel kompletně zabránit nedá. I díky tomu vznikají občasné negativní reakce návštěvníků. Snahou města však je těmto situacím předcházet, a to formou instalace nového kamerového systému na několika frekventovaných místech, posílením policejní ostrahy, nebo i školením policistů tak, aby byli schopni lépe komunikovat se zahraničními návštěvníky.

Přesto se však celková politicko-právní situace jeví jako příznivá pro příjezd domácích i zahraničních turistů.

4.2. Situační analýza

Dříve než bude možné v dalších kapitolách hodnotit vliv jednotlivých kulturních akcí, je nutné provést jejich základní charakteristiky. Pro účely této analýzy tedy byly zvoleny kulturní akce, zařazené do programu Highlights, jako nejvýznamnější kulturní události Českého Krumlova.

Pro lepší přehlednost budou v průběhu celé práce rozřazeny kulturní akce dle ročního období, do něhož jednotlivé události spadají. Jedná se tedy o kulturní akce pořádané na území Českého Krumlova v průběhu roku 2007, jež byl významný především svým 15. výročím zapsání města na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO.

4.2.1. Jaro 2007

Jarní období bývá v cestovním ruchu využíváno pro přestavby a investice, protože je každoročně zaznamenáván nižší příjezd turistů, než v jiných ročních obdobích. Snahou subjektů cestovního ruchu však je rozšířit sezónu i do těchto měsíců a právě kulturní akce plní důležitou funkci podpory cestovního ruchu. Ačkoli jejich frekvence ani zdaleka nedosahuje frekvence hlavní sezóny, i v jarních měsících je nabízený program poměrně bohatý.

4.2.1.1 Kouzelný Krumlov

Každoročně se poslední duben nese v duchu programů pro děti. V tento den se také českokrumlovské náměstí Svornosti přejmenovalo na jeden měsíc na „náměstí Lásky“ ve spojitosti se slavnostním vztyčením Máje, kterému předcházelo společné zdobení. Pro obdivovatele žakovského umění byl připraven také veletrh, na němž se prezentovaly umělecké školy, základní školy, ale i spolky a neziskové organizace. To vše doplňovaly různé koncerty ZUŠ.

1. květen byl oslavován jako výročí konce II. světové války a v pozdním odpolední návštěvníky přivítal „Májový podvečer otevřených muzeí a galerií“, který zahrnoval volný vstup do Galerie české kultury, Mezinárodní galerie současného umění, Muzea stavebních dějin a řemesel, Pohádkového domu a Regionálního muzea v Českém Krumlově.

Hlavním partnerem akce se stalo Schwan-STABILO ČR, s. r. o., ve spolupráci s mnoha subjekty města, za mediální podpory rádia Faktor, Českého rozhlasu a Oficiálního informačního systému města Český Krumlov.

4.2.1.1. Egon Schiele Art Centrum

I když se jedná o celoročně provozovanou atraktivitu, byla zařazena do jarních měsíců, protože významnou měrou přispívá právě ke zvýšení návštěvnosti mimo sezónu.

Výjimečná galerie světového významu se nachází v prostorách bývalého městského pivovaru. Na svých 5000 m² zpřístupňuje unikátní expozice a vedle výstavních ploch zde můžeme najít ateliéry s apartmány pro studijní a pracovní pobyty současných umělců. Tyto apartmány jsou pronajímány ministerstvům kultury, nebo uměleckým institucím různých zemí.

Vznik ESAC – 1992/3 je dílem soukromé iniciativy tří osob, které se po pádu železné opony zasadily o realizaci myšlenky mezinárodního kulturního centra v jednom z nejkrásnějších renesančních měst Evropy.

V prostorách mají návštěvníci jedinečnou možnost prohlédnout si originální grafiky Egona Schieleho, ale též mnoho artefaktů z jeho osobního života – dopisy, vizitky, fotografie a především rozsáhlou expozici zabývající se vztahem Egona Schieleho k Českému Krumlovu a motivy na jeho obrazech a kresbách.

V roce 2007 si mohli návštěvníci vychutnat mimo jiné výstavy Keitha Haringa, jehož „graffiti“ s politickým podtextem si získaly oblibu po celém světě. Dále pak díla mladých umělců z New Yorku, kteří tvořili v prostorách ESAC, abstraktní malbu Petra Kvíčaly, či slavnostní odhalení Maddony Veroniky Bromové.

Od ledna do dubna byl však provoz přerušen úpravami a renovací výstavních prostor a přípravami výstav na nadcházející sezónu.

4.2.1.2. International Art Gallery

Agentura zajišťující provoz galerie je jedinou uměleckou organizací v České republice, která ve svých galeriích celoročně prezentuje keramickou tvorbu profesionálních umělců Čech a Moravy. Tuto tvorbu představuje formou společných výstav (salonů), výběrovými prestižními a autorskými výstavami. Spolu se Státním hradem a zámek Český Krumlov a Ministerstvem kultury České republiky je pořadatelem každoročních

Mezinárodních výstav keramické tvorby pořádaných na území Českého Krumlova.

Vedle výstavní činnosti věnované keramické tvorbě provozuje Galerii české kultury, která v dvouměsíčních výstavních cyklech představuje veřejnosti formou autorských výstav tvorbu předních umělců ČR.

Účast na výstavách, jež je možné shlédnout na IV. nádvoří Státního hradu a zámku, v prostorách Václavských sklepů, je umožněna veškerým výtvarným umělcům všech národností.

V roce 2007 se uskutečnila výstava s podtitulem Socha a šperk. Expozice měla za cíl představit veřejnosti současnou autorskou tvorbu českého šperku v kontextu 14. ročníku mezinárodní výstavy současného sochařství.

4.2.2. Léto 2007

Letní sezóna je z hlediska příjezdu hostů nejvytíženější částí roku. Tomu odpovídá i nabízený kulturní program, který zahrnuje denní koncerty, divadelní představení a mnoho jiného.

4.2.2.1. Slavnosti pětileté růže

Slavnosti pětileté růže se dají chápat jako určité započetí klasické kulturní sezóny, ovšem monumentálním způsobem. Jedná se o největší a nejrozsáhlejší městské slavnosti, které navrátí celý Český Krumlov do doby svého největšího rozkvětu, do éry posledních Rožmberků.

Tématem posledního ročníku, který se uskutečnil ve dnech 22. – 24. června 2007 byla, v pořadí již čtvrtá, velkolepá svatba Viléma z Rožmberka s Polyxenou z Pernštejna, L.P. 1587.

Po celé tři dny byl připraven bohatý program v čele s hlavní scénou na náměstí Svornosti, kde byly uskutečňovány i zahajovací a ukončovací ceremonie.

Sobotní den oslavoval sňatek vladaře, jemuž se přišel poklonit průvod čítající několik stovek kostýmovaných osob. Téměř na každém místě historického centra byl připraven hudební, taneční, či divadelní program.

Pro milovníky suvenýrů a historických předmětů se konal jarmark na I. nádvoří Státního hradu a zámku Český Krumlov, doplněný odpovídajícím kulturním programem.

Občerstvení ve městě bylo zajištěno množstvím občerstvovacích stánků, ale především celodenní hostinou pod širým nebem v Široké ulici.

Vyvrcholením sobotního dne je každoročně půlnoční ohňostroj.

Komorní neděle přinesla především očekávaný šachový duel s živými figurami na obrovské šachovnici, jež se nacházela v prostorách Zámecké zahrady. Alegorický průvod poté dovedl vladaře na náměstí Svornosti, kde byly Slavnosti pětilisté růže slavnostně zakončeny.

Pořadatelem je každoročně Městské divadlo a hlavním partnerem akce Schwan STABILO ČR, s. r. o., Schwan Cosmetics CR, s. r. o. a VAK JČ, s. r. o., za mediální podpory RTA Jižní Čechy, rádia Faktor, Českého rozhlasu a Oficiálního informačního systému města Český Krumlov.

4.2.2.2. Festival komorní hudby

Festival, který na přelomu června a července každoročně zahajuje zdejší hudební sezónu, je ve městě Český Krumlov festivalem klasické hudby s nejdelsí tradicí. Zrodil se již před 21 lety, kdy se v květnu 1987, uskutečnil jeho první ročník.

Zhruba v polovině 90. let, po zapsání Českého Krumlova do seznamu UNESCO, se zásadně zkvalitnila umělecká nabídka, což souviselo i s definováním nového profilu a image akce.

Počínaje XII. ročníkem v roce 1998 se v dramaturgii FKH začala vedle domácích hudebníků pravidelně objevovat i významná jména zahraniční hudební scény, což celou akci pozvedlo na úroveň kulturního podniku s mezinárodním renomé. K významné podpoře a zvýšení prestiže festivalu přispěl i mistr českého a světového houslového umění – Mistr Josef Suk, když přijal funkci jeho čestného prezidenta.

Festival komorní hudby Český Krumlov, navzdory vysoké konkurenci, zůstává i nadále prvořadým mezinárodním hudebním setkáním evropské úrovně.

Jeho součástí je i originální BAROKNÍ NOC na zámku Český Krumlov®, oslavující hudbu, tanec a operu v interiérech a exteriérech českokrumlovského zámku, s ojedinělou možností navštívit prostory Barokního divadla a každoročně shlédnout obnovenou premiéru klasických barokních oper.

4.2.2.3. Festival staré hudby

Festival s podtitulem „České kulturní slavnosti“ pořádaný ve spolupráci s Českou kulturou, s. r. o., pod záštitou Ministerstva kultury a ARTECO - B.M.

Od 12. – 19. 7. 2007 se zde představilo množství českých i zahraničních hudebníků. Jedná se o středověkou, renesanční a barokní hudbu hranou autenticky na historické hudební nástroje, dle původních hudebních pramenů a zvyklostí v památkových objektech Českého Krumlova i blízkého okolí. Zařazeny jsou i koncerty alternativní a rituální hudby, world music, taneční a divadelní vystoupení.

4.2.2.4. Mezinárodní hudební festival

Tento festival se prezentuje sloganem – „Krásná hudba v inspirujícím prostředí“ a v průběhu 16. ročníku, jež se konal od 20. 7. 2007 do 25.8. 2007 to bylo jistě beze zbytku naplněno.

V průběhu čtyřadvaceti koncertů festivalu vystoupili přední umělci z desítky států světa i z domova. Zazněla hudba z období gotiky až po 21. století. Koncerty z klasického hudebního repertoáru, dalších hudebních žánrů, jazz, folk a lidové hudbu Irska a Francie doplňovaly ochutnávky národních specialit. Koncerty, recitály a představení se uskutečnila ve dvanácti různých prostředích v Českém Krumlově a jeho okolí. Jako každoročně byly uvedeny i novodobé premiéry.

Festival zahájilo ztvárnění klasického díla Carla Orffů – Carmina Burana, na Jižních terasách zámku. V dalších koncertech se poté v průběhu představili významní tuzemští interpreti např. Pavel Šporcl, Jiří Hudeček, či Gabriela Demeterová.

Součástí festivalu byly i tématické večery, jež se těší stále vzrůstající oblíbenosti. Letos se návštěvníci ocitli na pařížském Montmartru a vychutnali si hudbu a speciality „sladké“ Francie. Irská noc poté překvapila typickou hudbou, folklórem a zlatavou whiskey.

Hlavním pořadatelem akce je agentura Auvieux.

4.2.2.5. Otáčivé hlediště

Otáčivé hlediště, prezentované jako festival Jihočeské divadelní léto, je bezesporu významnou kulturní atraktivitou Českého Krumlova.

Již v roce 1947 se v rámci 1. ročníku Jihočeského divadelního festivalu hrála v zámecké zahradě před letohrádkem Bellarií divadelní představení, a to hra A.Hoffmeistera " Zpívající Benátky" a hra W.Shakespeara "Večer tříkrálový", jejichž režisérem byl tehdejší ředitel Jihočeského divadla Karel Konstantin a scénografem Joan Brehms. Již tehdy zřejmě začala klíčit myšlenka experimentálního otáčivého hlediště. A tak se po více jak deseti letech uskutečnilo první experimentální představení na otáčivém hledišti.

Dne 9. června 1958 se poprvé roztočila točna otáčivého hlediště. Točna však tehdy uvezla pouze šedesát diváků. Ale už v následujícím roce je zbudováno otáčivé hlediště pro 400 diváků, poháněné lidskou silou. Do útroby točny se muselo vejít dobrých 40 lidí, kteří ji poháněli tam a zpět.

Následná zvýšená poptávka po představeních si vynutila zvýšení počtu sedadel na 550 a točna již byla poháněna elektromotorem. Provoz otáčivého hlediště v tomto stavu narušila až generální rekonstrukce, která proběhla v letech 1989-1993. Dnešní podobu otáčivému hledišti dalo hned několik projektantů. Nová točna s oboustranně plynulým pohybem, který zajišťují čtyři elektromotory a hmotností 650 tun, má kapacitu 658 diváků.

Od roku 1994 je provozovatelem otáčivého hlediště Jihočeské divadlo, zařízení točny je v majetku Úřadu města České Budějovice. Od roku 1998 je otáčivé hlediště uznáno jako majetek státu a hledá se optimální forma jeho provozu, vyhovující potřebám památkově chráněné zámecké zahrady.

4.2.3. Podzim 2007

Podzimní kulturní program bývá především ve znamení lidových a folkových oslav, spojených s dobrou hudbou. Tomu odpovídá i programová skladba kulturních akcí, jež oslavuje odchod hektického léta a sezóny.

4.2.3.1. Jazz na konci léta

Dalším z alternativních počinů je i festival Jazz na konci léta. Jedná se o celoroční akci, přičemž čtyřdenní festival se koná vždy na konci léta.

Programem festivalu byla žánrově rozmanitá nabídka, od jazzových standardů přes popjazz, funky a latinojazz, až po velkolepé podání původní romské tvorby.

Spolupořadatelem závěrečného koncertu byl Kiwanis klub Český Krumlov, jež jej volně zpřístupnil i účastníkům Dne bez bariér.

4.2.3.2. Den s handicapem – den bez bariér 2007

Akce, která se snaží zpřístupnit součást světového kulturního dědictví UNESCO - město Český Krumlov a jeho vybrané kulturní památky návštěvníkům s tělesným, zrakovým, sluchovým i jiným postižením a umožnit jim podívat se tam, kam se běžně dostanou jen s obtížemi nebo vůbec.

V rámci této akce byla zpřístupněna také část II. prohlídkové trasy zámku, barokní divadlo, Muzeum stavebních dějin a řemesel, bezbariérově se účastníci dostali i do Egon Schiele Art Centra, či do Muzea útrpného práva a mnoha dalších. Pro mnohé však byla největším zážitkem vyhlídková plavba na voru po řece Vltavě.

Akce si nedává za cíl oslovit jen handicapované osoby a poukazovat na překážky, jež na ně na každém kroku čekají, ale především motivovat širokou veřejnost k zamyšlení nad tím, co je možné pro handicapované udělat.

Pořadatelem akce je Kiwanis klub Český Krumlov, spolu s městem Český Krumlov a Českokrumlovským rozvojovým fondem, s. r. o., za mediální podpory TV Gimi, či Českého rozhlasu.

4.2.3.3. Dny evropského dědictví (EHD)

V polovině září se v Českém Krumlově uskutečnila významná kulturně poznávací a výchovná akce, mající za cíl zlepšování informovanosti, ochranu kulturního dědictví a respektování všech kultur.

V rámci EHD byly zpřístupněny například prostory bývalé prelatury s cennými gotickými malbami z 1. poloviny 14. století, prostory v klášteře Rytířského řádu križovníků s červenou hvězdou, zámecké lapidárium, jehož sklepy, spolu s pražskými, jsou raritou v celé střední Evropě, či Renesanční dům s rozsáhlou expozicí věnující se historii a současnosti barokního divadla. Všechny tyto atraktivity a mnoho dalších bylo možné navštívit zdarma.

V České republice se EHD konají pravidelně od roku 1991 v první polovině měsíce září. Od roku 1998 je jejich hlavním garantem Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, které vždy ve spolupráci s jedním z členských měst pořádá národní zahájení. Partnery hlavního garanta jsou Ministerstvo kultury ČR a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

4.2.3.4. Svatováclavské slavnosti

Svatováclavské slavnosti každoročně vzdávají hold sv. Václavovi, patronu české země a města Český Krumlov, patronu vinařů a pivovarníků, ve spojení s oslavou státního svátku České republiky.

Letošní 6. ročník navíc oslavil i 1100 výročí narození svatého Václava (r. 907) a poprvé zařadil Mezinárodní folklórní festival.

Slavnosti nabízely bohatý světský i církevní program, zastoupený například slavnostním koncertem k oslavě svátku sv. Václava v kostele sv. Víta, či Svatováclavskou mší svatou.

Účastníci Mezinárodního folklórního festivalu oživili svým tanečním uměním ulice a zákoutí historického centra Českého Krumlova a v místním infocentru se uspořádalo setkání Václavů a Václavek, kteří připojili svůj podpis do Pamětní knihy Svatováclavských slavností.

Součástí byla i „Svatováclavská noc otevřených muzeí a galerií“ s bohatým doprovodným programem a „Den otevřených srdcí“ pro dětské účastníky, kterým Pohádkový šek umožňoval vstup do expozic zdarma

4.2.3.5. EKOFILM

V říjnu 2007 se uskutečnil 33. Mezinárodní filmový festival o životním prostředí, přírodním a kulturním dědictví EKOFILM, jež se každoročně odehrává na několika místech Jihočeského kraje. EKOFILM je nejstarší evropskou mezinárodní soutěží filmů o životním prostředí.

Kromě promítání filmů festival doprovázejí besedy, semináře i zajímavá společenská setkání. Festival byl soutěžní, přihlášeno bylo více než 140 filmů z celého světa, z toho je přes 40 filmů českých. Do vlastní soutěže se dostala přibližně třetina přihlášených snímků, které hodnotí mezinárodní odborná porota.

Tradiční nabídkou návštěvníkům jsou individuální projekce všech přihlášených filmů v projekčních místnostech zámecké Mincovny, kde v neděli 14. 10. dopoledne proběhlo promítání vítězných snímků, „To nejlepší z Ekofilmu 2007“. Festival mohl navštívit kdokoliv a zdarma.

Vyvrcholením festivalu je pokaždé slavnostní vyhlásování a předávání cen vítězným filmům, které proběhlo v sobotu 13. října v krásném prostředí zámecké Jízdárny v Českém Krumlově.

Hlavním vyhlášovatelem festivalu je Ministerstvo životního prostředí a veškerou organizaci zajišťovala agentura Auvix, s.r.o..

4.2.3.6. Mezinárodní divadelní festival MIRACULUM

Český Krumlov se již po třetí stal dějištěm mezinárodního divadelního festivalu MIRACULUM. Koncept mezinárodního divadelního festivalu MIRACULUM vychází z mimořádné malebnosti Českého Krumlova, umožňující vnímat město je celek, jako divadelní město, které se tak podílí na umocnění zážitků.

Festival MIRACULUM respektuje přirozené a mezinárodně stále silnější kulturně-historické priority lokality, kterými jsou zámecké Barokní divadlo, zámek, včetně zahrady a soubor historických budov města. Konkrétní festivalový repertoár se proto orientuje k tradičnějším divadelním druhům, typům a formám, které umožňují posílit kulturně-historický potenciál destinace..

Podstatným cílem je také rozvoj dlouhodobé příhraniční spolupráce - zejména s divadelními a uměleckými institucemi a soubory sousedního Rakouska a Bavorska.

4.2.4. Zima 2007

Ačkoli toto roční období zahrnuje i měsíce leden a únor, největší pozornost bude věnována tradičně prosinci. Měsíci spojenému s křesťanskými oslavami narození Ježíše Krista i světskými lidovými obyčeji.

4.2.4.1. Advent v Českém Krumlově

Bohatý adventní program jako každoročně zahajovala první adventní neděle. Celodenní vánoční jarmark na náměstí Svornosti střídal večerní program, který vrcholil slavnostním rozsvícením vánočního stromu. O ekumenické zahájení adventu se postarali českokrumlovští církevní hodnostáři.

5. prosince do města zavítal i svatý Mikuláš se svými pomocníky andělem a čertem, jež potěšil hodné děti různými soutěžemi, čertovskými hrami a odměnami v podobě sladkých pozorností.

Bronzová adventní neděle se nesla ve znamení společného tvoření svatoluciánského plstěného obrazu, který byl posléze vydražen a výnos věnován nově vznikajícímu chráněnému pracovišti.

Zlatá adventní neděle přilákala na náměstí Svornosti tradičně nejvíce návštěvníků, jež se přišli poklonit samotnému Jezulátku. Biblický živý obraz se zpěvy vánočních koled totiž spolehlivě navodil tu pravou vánoční atmosféru.

Štědrý den si poté nejvíce užili medvědi v příkopě českokrumlovského zámku. Tradiční medvědí vánoce pro ně totiž znamenají především pořádnou hostinu.

Konec roku město přivítalo bujarým veselím opět na hlavním náměstí, půlnočním ohňostrojem a oslavou příchodu nového roku.

Advent byl slavnostně zakončen již v následujícím roce, na Tři krále, kdy se uskutečnil příchod Tří králů, tříkrálová sbírka české katolické charity a důstojnou tečkou se stalo slavnostní sfouknutí vánočního stromu.

4.3. Shrnutí

Ze situační analýzy vyplývá, že Český Krumlov je skutečně kosmopolitní město s bohatým kulturním programem, ze kterého si vybere téměř každý.

Možnost realizace zde nachází odborná i laická veřejnost, v podobě festivalů, slavností, či divadelních představení.

V průběhu celého roku mají tedy návštěvníci možnost navštívit rozmanitou paletu kulturních akcí, z nichž každá nabízí vždy něco navíc.

5. Terénní šetření

Pro zhodnocení vlivu kulturních akcí na vlastní návštěvnost a služby poskytované v Českém Krumlově, bylo nutné v praktické části bakalářské práce realizovat marketingový výzkum.

5.1. Teoretická východiska

Marketingový výzkum spočívá ve specifikaci, shromažďování, analýze a interpretaci informací, které slouží jako podklad pro rozhodování v procesu marketingového řízení, kdy o specifikaci mluvíme v případě vymezení, o jaké informace se bude jednat. Shromažďování vyjadřuje samotný sběr dat, analýza jejich statistiky a interpretace samotné zhodnocení jednotlivých výsledků.

Marketingový výzkum je také funkce, která spojuje veřejnost s pracovníkem, provádějícím průzkum, v prostředí poskytovaných informací.

5.2. Marketingový výzkum

5.2.1. Vymezení problematiky

Proces výzkumu se skládá ze dvou důležitých částí. V části přípravné je nutné problém specifikovat, stanovit určité hypotézy, cíle a metodiku vypracování projektu. Část realizační zahrnuje konkrétní shromažďování dat formou terénního šetření.

Co se týče forem marketingového výzkumu, je možné zvolit statický, či dynamický přístup. Statistickým přístupem rozumíme průzkum trhu, kdy jde o jednorázové zjišťování dat a poskytuje určitý obrázek o situaci v daném okamžiku. A přístup dynamický zohledňuje výzkum trhu, jež je permanentní činností, která se snaží podchytit zejména různé změny v chování veřejnosti, či trhu.

Každý přístup se opírá o určitá data, jež je možná získat primárním, či sekundárním způsobem. Data primární jsou výsledkem výzkumu přímo u zdroje informací, jedná se o

data originální, zatímco k sekundárním datům již máme určitou možnost přístupu z jiných zdrojů.

Systémově členíme metody výzkumu na deskriptivní, jež využívají statistických prostředků, diagnostické, které zkoumají příčiny způsobu chování jednotlivých subjektů a prognostické, opírající se o úsudkové a kvantitativní hypotézy pro zjištění budoucího vývoje.

Při provádění výzkumu je nutné stanovit si také hlediska rozsahu a hloubky šetření. Určit, zda bude šetření zaměřeno spíše na menší skupinu dat a tedy na kvalitnější informace, relevantní s chováním subjektu, či na kvantitu dat, tedy velký rozsah výzkumu pro detailní popsání chování celé populace.

5.2.2. Terénní šetření

Techniky sběru dat optimalizují dvě metody, z nichž každá se vyznačuje určitou specifikací.

Průzkum od stolu je rychlý, levný a má vysoký záběr otázek, jeho nevýhodou však jistá nespecifičnost, neunikátnost a používání starších dat.

Průzkum v terénu, tedy terénní šetření, se vyznačuje vysokou specifičností a unikátností. Důležitou výhodou je práce se současnými údaji, avšak bývá časově náročný, dražší a záběr otázek není tak široký, jako u průzkumu od stolu. Tento průzkum má za úkol získat referenční údaje a údaje o chování, jež se týkají ekonomických a společenských záležitostí vztahených na jednotlivé subjekty výzkumu.

Základní metody terénního šetření jsou obecně tři.

Pozorování zahrnuje získávání primárních dat, bez vědomí účastníka výzkumu. Je realizováno buď skrytě, nebo neskrytě, v přirozeném, či uměle vyvolaném prostředí a přímo, či nepřímo.

Experiment se provádí za účelem zjištění faktorů chování subjektů změnou jednotlivé části zkoumaného prostředí. Rozlišujeme experiment přirozený, v klasickém prostředí, či uměle vyvolaný v laboratorním prostředí.

Poslední, avšak neméně důležitou metodou, je dotazování, které zahrnuje dvě základní složky – výzkum veřejného mínění a rozhovor. Výzkum veřejného mínění je možné uskutečňovat ústně, písemně, či telefonicky ve formě rozhovoru, či diskuze. Bývá více strukturovaný a kvantifikovaný. Dotazovaný vzorek vybíráme buď jednorázově

(nahodile), či průběžně s ohledem na cíle výzkumu. Rozhovor bývá obvykle veden odborníkem na výzkum a přibližuje se optimálnímu kvalitativnímu hledisku.

5.2.3. Výběr vzorku

Proces výběru vzorku je ovlivněn časem, financemi a organizací schopností výzkumníka. Velikost vzorku velmi výrazně ovlivní vlastnosti získaných dat, které získáme při výzkumu, a tím vzniká určitý význam těchto informací. Výběr vzorku vychází ze statistických požadavků a rozdělení.

Nutností výběru je jeho reprezentativnost, tedy přizpůsobení se skutečné situaci, spolehlivost, přesnost, jež vyjadřuje statisticky stanovená standardní odchylka a validita, neboli platnost, která vyjadřuje skutečný stav.

Výběr vzorku můžeme provést slepým odhadem, kdy je rozsah souboru pouze na intuici řešitele, či statistickým způsobem na základě základních, výběrových a reprezentativních souborů, nebo aselektivním výběrem jež je založen na náhodném výběru subjektů souboru.

5.3. Přípravná část

Část přípravná se týkala samotného nadefinování jednotlivých okolností a cílů výzkumu. Práce se věnuje vlivu kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova. Přípravné práce byly zaměřeny na stanovení hlavních a vedlejších cílů, určení hypotéz a jejich potvrzení, či vyvrácení.

5.3.1. Cíl práce

Jako hlavní cíl bylo stanoveno posouzení vlivu kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova, které vychází z výzkumu sekundárních dat i vlastního terénního šetření. Pro zhodnocení marketingového výzkumu byly stanoveny ještě cíle vedlejší, které se zabývají především spokojeností návštěvníků s organizací a službami v době konání kulturních akcí.

5.3.2. Stanovení pracovních hypotéz

Na základě výše zmíněných cílů bylo nutné stanovit i pracovní hypotézy, které mají potvrdit, či vyvrátit vlastní domněnky o jednotlivých kulturních akcích. Dominující hypotézou, jež zahrnuje hlavní cíl práce je:

„Kulturní akce mají podstatný vliv na návštěvnost Českého Krumlova.“

Další hypotézy podstatně ovlivňující bakalářskou práci:

„Nejvíce návštěvníků přijíždí tradičně na Slavnosti pětilisté růže.“

„Návštěvníci kulturních akcí jsou převážně velmi spokojeni.“

5.3.3. Metody a techniky výzkumu

Technikou výzkumu bylo zvoleno terénní šetření, vyznačující se vysokou originalitou, unikátností a použitím aktuálních dat.

Zvolená metodika odráží účel výzkumu a zjišťované skutečnosti. Dotazování zahrnovalo dotazníkové šetření s účastníky kulturních akcí a řízený rozhovor s organizátory. Aktivní účast na jednotlivých kulturních akcích lze zařadit do oblasti pozorování zkoumaných subjektů.

5.4. Realizační část

Realizační část zahrnovala vlastní sběr a vyhodnocování jednotlivých dat. Byl zvolen statický přístup pro zohlednění konkrétní situace v konkrétním časovém okamžiku.

5.4.1. Terénní šetření

Výzkum byl zaměřen především na sběr primárních dat, jež byl realizován pozorováním a dotazováním.

Výběr vzorku byl založen na aselektivním způsobu, kdy se zohledňoval náhodný výběr vzorků ze souboru, přičemž rozsah byl stanoven na základě optimálních podmínek pro marketingový výzkum tohoto typu.

5.4.2. Pozorování

Metodou pozorování bylo dosaženo subjektivního hodnocení a potvrzení stanovených hypotéz. Samotné pozorování bylo prováděno bez vědomí účastníků výzkumu, avšak neskrytě přímo v přirozeném prostředí. Jednalo se rovněž o sběr primárních dat o účastnících kulturních akcí.

V této části bylo prováděno subjektivní ověření vedlejších hypotéz, týkajících se spokojenosti účastníků s organizací a zajištěním kulturní akce a příjezdu účastníků na hlavní českokrumlovské slavnosti.

Samotná aktivní účast byla důležitým a přínosným faktorem ve vyhodnocování hypotéz. Avšak na základě subjektivního hodnocení je nebylo možné s jistotou potvrdit, či vyvrátit. Tyto hypotézy byly posléze potvrzeny dotazníkovým šetřením a výzkumem sekundárních dat.

Ohledně příjezdů účastníků na jednotlivé slavnosti, byla pozorováním potvrzena domněnka, že Slavnosti pětilisté růže v počtu účastníků jednoznačně dominují. Žádná jiná kulturní akce nepřiláká svojí atraktivitou takové množství tuzemských i zahraničních turistů jako tyto slavnosti, kdy je téměř celé město zaplněno množstvím kostýmovaných i přihlížející lidí. V některých městských částech je kapacita pro uspokojení všech účastníků téměř nedostatečná. Lze tedy skutečně říci, že tato hypotéza je pozorováním jednoznačně potvrzena.

Zhodnocen byl také velmi kladný názor jednotlivých účastníků, soudě podle nabídnutého programu, doprovodných aktivit i možností občerstvování. Nebyly shledány žádné výrazné problémy, komplikující průběh slavností, jež by mohly ovlivnit chování účastníků a jejich spokojenost. Na základě subjektivního pozorování tedy můžeme potvrdit všeobecnou spokojenost účastníků s organizací, programovou složkou a průběhem Slavností pětilisté růže.

Co se týče dalších kulturních akcí, kterých jsem se aktivně účastnila v podobě pozorovatele či účastníka, je možné říci, že splňují předešlé závěry. Jednalo se především o festivaly (Mezinárodní hudební festival, Festival komorní hudby, Mezinárodní divadelní festival MIRACULUM), kde byla zjevná spokojenost i v řadách odborné veřejnosti, či o kulturní a zábavní akce zahrnující Otáčivé hlediště, rytířské turnaje, nebo například Advent v Českém Krumlově.

5.4.3. Dotazování

Dotazování se realizovalo ve dvou rovinách. Tou první byl řízený strukturovaný rozhovor s organizátory kulturních akcí. Druhou kvantifikovaný výzkum veřejného mínění.

5.4.3.1. Rozhovor

Řízený rozhovor byl veden s organizátory významných kulturních akcí v Českém Krumlově. Jeho cílem bylo posoudit jednotlivé hypotézy. Rozhovor byl přesně strukturovaný s ohledem na cíle práce a výzkumu.

5.4.3.2. Výzkum veřejného mínění

Tento výzkum byl prováděn nahodile, založen na náhodném výběru subjektů ze zkoumaného souboru. Zkoumaným souborem byli stanoveni veškerí účastníci cestovního ruchu v Českém Krumlově. Rozsah šetření byl stanoven na základě vlastního rozhodnutí s přihlédnutím k optimálním a ověřeným metodám.

V průběhu roku 2007 bylo provedeno dotazníkové šetření, a to jak písemnou, tak i ústní formou. Celkový rozsah souboru byl stanoven na 120 jednotek. Rozdělení bylo optimalizováno tak, aby prokazatelně nezvýhodňovalo žádnou část kalendářního roku 2007. Dvanáct klasických měsíců bylo rozděleno na kvartály, odpovídající ročním obdobím, z nichž každý zahrnoval 30 zkoumaných jednotek.

Sběr informací byl realizován vždy za přítomnosti tazatele, který mohl v případě nejasností poskytnout doprovodný komentář, či instrukce pro vyplňovatele. V případě zahraničních turistů byl k dispozici dotazník v anglickém jazyce a částečně i možnost ústního doplnění.

Samotné dotazníkové šetření nebylo zaměřeno pouze na hodnocení kulturních akcí, ale i na částečnou profilaci návštěvníka Českého Krumlova, a to s ohledem na jeho požadavky a přání, jež je samozřejmě nutné zahrnout i do posuzování celkového dojmu z našeho města. Zmíněna byla i spokojenost s jednotlivými službami nabízenými ve městě, jejich vliv na chování zákazníka a taktéž vyhodnocení z hlediska kulturních akcí. Šetření prokázalo i určité rozdíly a změny v chování účastníků v době trvání kulturních akcí i mimo ně.

Snahou výzkumu bylo ověření stanovených hypotéz, odhalení nedostatků a příležitostí cestovního ruchu a současně byla studována okrajová profilace turistů navštěvujících město Český Krumlov.

dotazník viz příloha 5.4.3.2.

Vyhodnocení výzkumu – profilace návštěvníka:

Pro profilaci návštěvníka sloužila celková interpretace dat složená ze všech subjektů, jež se účastnily dotazníkového šetření.

Na základě získaných dat byly vyhodnoceny následující skutečnosti:

- častěji přijíždějí ženy;
- nejsilnější věkovou skupinou je 35 – 49 let (29%), kterou těsně následuje mládež do 25 let (27%), naopak nejméně častí jsou senioři ve věku 60-ti a více let (5%);
- až 49 % z celkového počtu návštěvníků pochází z Jihočeského kraje, další významnou skupinou jsou turisté z Prahy, Středočeského a Plzeňského kraje;
- nejvíce dotazovaných zahraničních turistů pocházelo z Rakouska a Ruska, což v celkovém počtu představuje zhruba 12% všech návštěvníků;
- největší množství návštěvníků cestuje do našeho města ze vzdálenosti přesahující 100 km (37%) a 25% z nich preferuje krátkou dojížděkovou vzdálenost (do 50 km);
- turisté se většinou zdržují bez noclehu (51%), dvě přenocování volí 35% dotazovaných;
- 43% návštěvníků nebylo žádným nováčkem v Českém Krumlově, naše město navštívili totiž více jak 3x, avšak poprvé jej navštívilo 24% účastníků cestovního ruchu;
- nejčastější příjezd byl realizován za přítomnosti partnera (partnerky), nebo manžela, (manželky) (48%), následovaly rodiny s dětmi (23%), nejméně návštěvníků (14%) přijelo s organizovanou skupinou;
- návštěvou kulturní akce, jako účelem své návštěvy Českého Krumlova se pochlubilo celkem 38% návštěvníků, za jiným účelem přijelo 62% turistů a

v této kategorii jednoznačně vede poznávání a rekreace (obojí zhruba 30%) následována zábavou;

- ubytování odráželo trend tranzitních návštěv, 49% hostů tedy ubytováno nebylo, 16% dotazovaných bydlelo v hotelu, 14% v penzionu, významným ubytovacím zařízením je i pronajatý pokoj s 11%;
- návštěvníci se nejčastěji stravují v restauracích (52%), využívají rychlého stravování (18%), ve 20% pak vlastního stravování;
- ubytovací služby byly nejčastěji hodnoceny jako velmi dobré (41%), stravovací služby rovněž, a to celými 59%;
- služby pro cykloturisty byly nejčastěji hodnoceny jako dobré (36%), 8% návštěvníků je však označilo jako špatné;
- programová vybavenost byla v 72% hodnocena jako velmi dobrá a cenová úroveň ve 47 % jako dobrá;
- péče o památky byla dokonce 100% respondentů hodnocena jako velmi dobrá;
- 60% návštěvníků bylo velmi spokojeno s poskytovanými informacemi o našem městě;
- orientační značení zahrnuje polovinu velmi dobrého a polovinu dobrého hodnocení;
- péče o životní prostředí byla hodnocena vesměs jako dobrá (42%), 8% dotazovaných ji však označilo jako špatnou (především návštěvníci z Rakouska)
- turisté se zde cítí velmi bezpečně až ze 43%;
- programy pro volný čas byly v 82% procentech velmi uspokojivě hodnoceny;
- obchodní služby (prodej suvenýrů, občerstvení) velmi zaujaly až 57% návštěvníků, vztah rezidentů k návštěvníkům byl z 58% velmi dobrý;
- nejčastějšími informačními zdroji byli vyhodnoceni příbuzní a známí (31%), následovaní internetem (22%) a médii (18%);

Vyhodnocení výzkumu – ověření hypotéz

Vzhledem k tomu, že je obsahově vhodnější zařadit výsledky tohoto výzkumu až do vlastního posouzení vlivu kulturních akcí na návštěvnost, bude tato problematika dále řešena a rozvíjena v následující kapitole.

Vyhodnocení výzkumu – odhalení nedostatků a příležitostí

Tato část výzkumu bude vyhodnocena v kapitole sedmé – Návrh opatření ke zlepšení nabídky kulturních akcí, a to z důvodu lepší projekce a zhodnocení výsledných informací.

6. Posouzení vlivu kulturních akcí na návštěvnost destinace

Stěžejní kapitola bakalářské práce byla pojata především z praktického pohledu. Opírám se v ní především o výsledky vlastního marketingového výzkumu a další sekundární data, k nimž patří především jednotlivé statistiky a analýzy cestovního ruchu v Českém Krumlově.

Nejdůležitější částí je vyhodnocení jednotlivých pracovních hypotéz a jejich aplikace v podmínkách Českého Krumlova.

6.1. Profilace návštěvníka kulturních akcí

Ještě než přistoupíme ke zkoumání sekundárních zdrojů a ověřování hypotéz poslouží k lepšímu úvodu do kapitoly vyčlenění profilu návštěvníka kulturních akcí v Českém Krumlově. Jedná se o profilaci na základě provedeného marketingového výzkumu, jež byl rozčleněn na část návštěvníků přijíždějících za účelem návštěvy kulturní akce a část návštěvníků ostatních. Uvedená data se tedy týkají účastníka kulturní akce.

- věková struktura návštěvníků kulturních akcí byla zhruba vyrovnaná, přesto měla největší zastoupení kategorie 35 – 49 let (34%), následována kategorií 26 – 34 let (28%), nejméně zastoupeni byli senioři 60 a více let (4%);
- kulturní akce častěji navštěvovaly ženy, jež převyšovaly muže o 14%;
- nadpoloviční většina návštěvníků (66%) pocházela z Jihočeského kraje, z kraje Středočeského (11%) a Prahy (9%); zahraniční klientela byla zastoupena rakouskými turisty (4%);
- tomu odpovídá i příjezdová vzdálenost, 37% návštěvníků přijíždí ze vzdálenosti do 30 km (toto číslo je ovlivněno především lokální návštěvností kulturních akcí na jaře a podzimu) a 23% návštěvníků ze vzdálenosti do 50 km, dojezdová vzdálenost nad 100 km, zahrnující v sobě Prahu a část Středočeského kraje, dosahuje 19%;
- vysoká koncentrace návštěvníků z Jihočeského kraje ovlivňuje taktéž délku pobytu, 57% všech výjezdů je tedy realizováno bez noclehu, návštěvníci ze vzdálenějších míst se zdržují povětšinou do 2 dnů (43%);

- 53% návštěvníků již v Českém Krumlově bylo více jak 3x, poprvé jej navštívilo 9% účastníků kulturních akcí;
- nejoblíbenějším doprovodem je podle šetření partner/ka, (manžel/ka) (53%), s rodinou a dětmi přijíždí 36% zúčastněných, nejméně účastníků (2%) se zúčastňuje kulturních akcí s organizovanou skupinou;
- nejnavštěvovanější kulturní akcí byly vyhodnoceny Slavnosti pětilisté růže s 28%, následovány festivalem Jihočeského divadelního léta (13%) a Svatováclavskými slavnostmi (12%);
- organizátoři kulturních akcí byli oceněni za své schopnosti 77% velmi spokojených účastníků, žádný z účastníků nevyjádřil zklamání nad organizací kulturních akcí;
- na základě svých zkušeností a zážitků rozhodlo 60% návštěvníků o opakované návštěvě dané kulturní akce, jako o možné variantě uvažovalo 40% respondentů;
- údaje týkající se ubytování v jednotlivých ubytovacích zařízeních potvrzují převahu návštěv bez přenocování (56%), služeb penzionů využilo 15% návštěvníků, 13% se ubytovalo u příbuzných a známých a 10% dalo přednost ubytování v soukromí;
- většina účastníků (51%) neodolala posezení v některé z útulných českokrumlovských hospůdek, 21% konzumovalo vlastní stravu a rychlého občerstvení využilo 15% návštěvníků;
- převládajícími informačními zdroji, které hosté využili pro získání potřebných instrukcí, se stali příbuzní a známí (31%), jimž obratně sekunduje internet (30%), u něhož můžeme počítat s dalším růstem významnosti;

6.2. Statistiky návštěvnosti Českého Krumlova

Pro návaznost na vlastní terénní šetření je nutné nejdříve zhodnotit kulturní akce z pohledu oficiálních statistik návštěvnosti, jež jsou každoročně publikovány Destinačním managementem Český Krumlov.

Zahrnují nejen data každoroční návštěvnosti, ale i určité predikce vývoje, jež slouží pro dotvoření celkového odrazu významných kulturních akcí na návštěvnosti Českého Krumlova.

6.2.1. Obecné statistiky roku 2007

Kvalifikovaný odhad návštěvníků Českého Krumlova v loňském roce opět mírně vzrostl a dosahuje zhruba 1.200.000. Tento údaj je tvořen jednotlivými ukazateli, jako je návštěvnost stálých expozic, kulturních akcí, poplatků z ubytování, či počtu parkujících aut a autobusů.

Z jedné třetiny se jedná o skupinově přijíždějící návštěvníky, zbytek tvoří malé skupiny a individuální hosté.

Procentně se zvýšila celková návštěvnost zhruba o 4%, přičemž přibližně stejný nárůst vykazují i statistiky počtu přenocování. Ačkoliv na základě poplatků z ubytování počet přenocování mírně klesl, poplatky odvedené za lázeňské a rekreační poplatky vykazovaly 4% nárůst.

Aby mohl růst návštěvnosti pokračovat ve své stále stoupající tendenci, je každoročně navyšována i ubytovací kapacita. Až 3 % nárůst kapacit nyní tedy nabízí celkem 3 324 lůžek, z toho 400 lůžek v *****/***** hotelích, 700 lůžek ve *** hotelích a zbytek se dělí mezi penziony, apartmány a ubytování v soukromí.

Co se týče dopravy, její nárůst byl především za 1. čtvrtletí roku 2007 obrovský. Počty parkujících aut na sledovaných parkovištích se zvýšily o 50%, počty autobusů pak o 20%. V celkovém součtu hovoříme o 176 121 zaparkovaných automobilech, což představuje o 6 000 více než v roce minulém.

Rozpočet města uvolnil v roce 2007 1 100 000 Kč na podporu cestovního ruchu v Českém Krumlově. Stejná částka bude vyčleněna i v roce letošním.

Největším lákadlem tradičně zůstává Státní hrad a zámek Český Krumlov, jež se může pochlubit růstem ve výši cca 10 000 hostů. Jeho návštěvnost se dá dokonce označit jako rekordní. Od dubna do konce října jej navštívilo 349 608 osob.

Další rekord zaznamenalo v loňském roce i otáčivé hlediště, které přivítalo na svých 84 představeních 53 856 diváků.

Mimo jiné obrovský zájem zaznamenal i Mezinárodní hudební festival, jehož 24 koncertů přilákalo 12 500 milovníků hudby.

Znovu otevřenou prohlídkovou trasu českokrumlovského grafitového dolu navštívilo od června do konce září 5 000 návštěvníků.

Výhledy do budoucna naznačují, že se zájem subjektů činných v cestovním ruchu obrátí především k tvorbě balíčků a programů pro individuální klientelu, u níž lze očekávat stálý růst. Pro zkvalitnění veškerých služeb a prodloužení doby pobytu se město bude snažit dále rozvíjet internetový informační systém, lépe využívat statutu památky UNESCO, vytvářet pobytové balíčky a podporovat aktivní turistiku.

Další možností rozvoje je tzv. virtuální turistika, jež v se v poslední době stává stále důležitější. Internet vystupuje jako hlavní informační médium a má obrovský potenciál v možnosti oslovení konkrétního klienta přímou nabídkou tzv. „na tělo“. Tuto predikci potvrzuje i 2 534 885 návštěv Oficiálního informačního systému Český Krumlov, s domovskou stránkou www.ckrumlov.cz, přičemž na den jich připadá zhruba 7 000.

(Čerpáno ze zveřejněných statistik Destinačního managementu ČR pro rok 2007)

6.2.2. Statistiky návštěvnosti kulturních akcí

Analýza kulturních akcí v Českém Krumlově již nastínila jakým kulturním akcím je nutné věnovat zvýšenou pozornost. Obecně lze říci, že se jedná o kulturní akce, které lákají největší množství turistů a významně tak ovlivňují cestovní ruch ve městě.

Na základě dotazníkového šetření jsem se také rozhodla zahrnout do výčtu pouze ty kulturní akce, jež dotazovaní turisté uváděli jako účel svého příjezdu do Českého Krumlova.

6.2.2.1. Návštěvnost Slavností pětileté růže

Každoročně se jeden víkend v červnu sjede do Českého Krumlova úctyhodné množství turistů, aby shlédli tyto jedinečné městské slavnosti. Za 22. ročníků jejich pořádání se návštěvnost v jednotlivých letech značně měnila – rostla.

Zatímco v roce 1993 se městských slavností účastnilo 5 800 návštěvníků o pět let později jich bylo již dvakrát tolik (11 761). Téměř sedmitisícový vzestup zaznamenal ročník 2003, kdy se do města sjelo 24 434 turistů. Z grafu je dále zřejmý následující mírný pokles a následná stagnace počtu návštěvníků ve výši zhruba 22 000 návštěvníků. Od roku 1993 hlavní městské slavnosti navštívilo celkem 207 096 milovníků historie.

viz příloha 6.2.2.1.

6.2.2.2. Návštěvnost Mezinárodního hudebního festivalu

Mezinárodní hudební festival jako jedna z nejdůležitějších kulturních akcí hraje nezastupitelnou roli v kulturním cestovním ruchu Českého Krumlova. Za 14 ročníku ji navštívilo dohromady zhruba 110 421 návštěvníků.

Počet koncertů samozřejmě ovlivňuje i návštěvnost v jednotlivých letech. První ročník se svými 12-ti koncerty přivítal 2 715 účastníků, rok 2005 se svými 28 koncerty pak 15 200 milovníků hudby. Největší posun je zaznamenán od roku 2002 do roku 2004, kdy se návštěvnost zvýšila o 10 360 hostů. V roce 2007 připadá na 24 koncertů 12 500 návštěvníků, což je i přes mírný pokles úctyhodné číslo.

viz příloha 6.2.2.2.

6.2.2.3. Návštěvnost Festivalu komorní hudby

Největší motivací tohoto festivalu je originální Barokní noc na zámku Český Krumlov. Podle dostupných statistik jej za celou dobu svého konání navštívilo celkem 27 579 účastníků. V roce 1993 jej navštívilo 1 055 účastníků, kteří si vyposlechli celkem 7 představení. Nejsilnějším ročníkem byl rok 1999, jehož 14 koncertů uvítalo 3 148 návštěvníků.

Pokles zúčastněných v roce 2005 byl zapříčiněn i tím, že se nekonaly hudební prohlídky zámku „Hudba v proměnách času“.

viz příloha 6.2.2.3.

6.2.2.4. Návštěvnost festivalu Jihočeské divadelní léto – otáčivé hlediště

Otáčivé hlediště je jistě bezesporu jedna z nejvýznamnějších kulturních atraktivit v Českém Krumlově. Ačkoli je jeho další existence stále ještě nejasná, obrovský příjezd účastníků na neopakovatelná představení velkou měrou ovlivňuje cestovní ruch v našem městě.

Dostupné statistiky zaznamenávají v době od roku 1994 do roku 2007 neuvěřitelných 500 757 divadelních nadšenců, jež se zúčastnili celkem 843 představení otáčivého hlediště. Statistika z roku 1994 hovoří o 28 představeních, které shlédlo 17 281

návštěvníků. O rok později již bylo uvedeno 45 představení, na které zavítalo o 8 tisíc účastníků více. Počty představení i milovníků přírodní scény se neustále zvyšovaly, až dosáhly, v roce 2007, svého zatímního maxima. Po 86 divadelních představení zaplňovalo sedadla otáčivého hlediště 53 856 tuzemských i zahraničních návštěvníků.

viz příloha 6.2.2.4.

6.2.2.5. Návštěvnost Svatováclavských slavností

Poměrně mladé městské slavnosti přilákaly nejvíce turistů ve svém prvním ročníku. Ten si nenechalo ujít 7 636 turistů. Ročník třetí byl již poněkud slabší, přijelo „pouze“ 4 057 návštěvníků. V roce 2006 a 2007 přilákaly tyto městské slavnosti zhruba 5000 návštěvníků.

6.2.2.6. Návštěvnost Dnů Evropského historického dědictví

První ročník, jež se konal v roce 2003 navštívilo 792 osob a o rok později se přijelo pokochat historickým dědictvím již 1 991 návštěvníků. Atraktivitou těchto dnů je jistě „Noc otevřených muzeí a galerií“.

6.2.2.7. Návštěvnost Dne s handicapem

Atraktivní zpřístupnění prostor Českého Krumlova především pro tělesně postižené spoluobčany navštívilo hned v prvním ročníku 510 handicapovaných a jejich doprovodných osob. Další ročníky si drží návštěvnost okolo 300 – 400 osob.

6.2.2.8. Návštěvnost Egon Schiele Art centra

Egon Schiele byl významným umělcem, jehož odkaz dal vzniknout v Českém Krumlově významné Art centrum. Od roku 1993, kdy jsou dostupné první statistiky návštěvnosti, jej navštívilo celých 853 586 milovníků umění.

Za tři měsíce fungování v roce 1993 zavítalo do Art centra 7 428 návštěvníků. O rok později jich však bylo ohromujících 80 027. V roce 1995 dosáhla návštěvnost svého

maxima. 89 318 návštěvníků shlédlo věhlasná díla Pabla Picassa a dalších neméně zajímavých umělců, jako Feininger, Trčka, či Zoubek.

Následný mírný pokles návštěvnosti byl zapříčiněn omezením provozní doby centra, nicméně právem lze říci, že Egon Schiele Art centrum dodává Českému Krumlovu na věhlasu mezi světovými uměleckými galeriemi.

viz příloha 6.2.2.8.

6.2.2.9. Shrnutí statistik návštěvnosti kulturních akcí v Českém Krumlově

Předchozích několik bodů nastínilo důležitost jednotlivých kulturních akcí, pořádaných v Českém Krumlově. Čísla vyjadřující návštěvnost, ukazují Český Krumlov jako vysoce atraktivní město s širokou škálou nabídky kulturních, společenských a zábavních programů, které každoročně lákají nesčetné množství turistů, aby zde strávili několik nezapomenutelných chvil odpočinku v každodenním stresu života.

Pro lepší představitelnost a souhrnnost jednotlivých statistik návštěvnosti je nutné sumarizovat počty účastníků a podat je v přehledné podobě.

Tabulka č. 1: Návštěvnost kulturních akcí v Českém Krumlově

Rok	Slavnosti pětilisté růže	Mez. hudební festival	Festival komorní hudby	Festival Jihočeské div. léto	Svatováclav- ské slavnosti	Dny evropského dědictví	Den s handicapem	Egon Schiele Art Centrum
1994	6 400	2 715	1 055	17 281	x	x	x	80 027
1995	8 500	3 480	951	26 001	x	x	x	89 318
1996	7 200	4 890	2 390	25 093	x	x	x	74 551
1997	10 126	5 280	2 256	27 260	x	x	x	71 462
1998	11 761	5 436	2 580	31 458	x	x	x	71 259
1999	14 730	5 114	3 148	35 841	x	x	x	70 184
2000	15 369	8 303	2 435	30 512	x	x	x	69 758
2001	19 431	7 980	2 678	39 000	x	x	x	71 863
2002	17 791	3 440	2 787	36 317	7 636	x	x	56 030
2003	24 434	7 083	2 920	35 735	x	792	x	70 800
2004	20 314	13 800	2 459	44 226	4 054	1991	510	70 000
2005	22 741	15 200	1 920	47 135	x	x	300	50 906
2006	22 499	15 200	2 570	51 042	5 406	x	300	45 393
2007	22 302	12 500	x	53 856	5 095	1 980	x	50 478

(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČK)

Z této tabulky je zřejmá návštěvnost kulturních akcí v jednotlivých letech se zvýrazněním nejsilnějších ročníků. Celkový součet návštěvníků vybraných kulturních akcí za sledovaná období činí **1 835 068**. Téměř dva miliony účastníků zavítaly za 14 let do Českého Krumlova za účelem návštěvy kulturně – společenské atraktivity.

6.3. Ověření pracovních hypotéz

Toto ověření bude probíhat nejprve vyhodnocením primárních dat z vlastního marketingového výzkumu a poté porovnáním s výsledky oficiálních statistik a šetření v oblasti návštěvnosti kulturních akcí v Českém Krumlově.

Jednotlivé hypotézy budou posuzovány jak z početního, tak i procentuálního hlediska, pro naprostou prokazatelnost výsledků.

6.3.1. Ověření vedlejší hypotézy

Na základě předešlých informací a vyhodnocení marketingového výzkumu jsem se rozhodla nejprve ověřit hypotézu, jež zní:

„Nejvíce návštěvníků přijíždí tradičně na Slavnosti pětilisté růže.“

Je patrný jistý rozdíl mezi interpretací sekundárních dat a vyhodnocením terénního šetření bude přehlednější postupovat v několika krocích, které pomohou objasnění hypotézy jak na základě marketingového výzkumu, tak i pomocí oficiálních dat.

6.3.1.1. Vyhodnocení na základě statistických informací Destinačního managementu

Předešlé přehledy návštěvnosti nyní poslouží k vyjádření závěrů o hypotéze. Na základě jednoduchého procentního výpočtu se dospělo k následujícím výsledkům.

Tabulka č. 2: Procentní zastoupení návštěvnosti kulturních akcí

Slavnosti pětilisté růže	Mez. hudební festival	Festival komorní hudby	Festival Jihočeské div. léto	Svatováclavské slavnosti	Dny evropského dědictví	Den s handicapem	Egon Schiele Art Centrum
12,18%	6,02%	1,64%	27,29%	1,21%	0,26%	0,06%	51,33%

(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČR)

Z tabulky je patrné, jakou procentní důležitost zaujímá každá z hodnocených kulturních aktivit. Egon Schiele Art Centrum s přehledem zaujímá první místo v návštěvnosti. Se 30% mu přibližuje Festival Jihočeské divadelní léto a 12% se mohou pochlubit Slavnosti pětileté růže.

Na základě tohoto výpočtu je zřejmé, že by byla hypotéza o největším příjezdu návštěvníků na Slavnosti pětileté růže vyvrácena.

6.3.1.2. Vyhodnocení na základě marketingového výzkumu

Terénní šetření bylo prováděno pouze v roce 2007, tudíž se budou dosažené výsledky týkat právě tohoto roku. Na základě šetření byla sestavena následující tabulka.

Tabulka č. 3: Procentní výsledky marketingového výzkumu

divadlo	4,26%
návštěva výstavy, či galerie	2,13%
Egon Schiele Art Centrum	2,13%
koncert	2,13%
Kouzelný Krumlov	8,51%
Slavnosti pětileté růže	21,28%
Festival komorní hudby	2,13%
Dny evropského dědictví	4,26%
Mezinárodní divadelní festival MIRACULUM	4,26%
Svatováclavské slavnosti	10,64%
Den s handicapem	2,13%
Mezinárodní hudební festival Český Krumlov	4,26%
Festival Jihočeské divadelní léto – otáčivé hlediště	10,64%
rytířský turnaj	4,26%
Advent v Českém Krumlově	17,02%

(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČK)

Zhruba 21% dotazovaných se zúčastnilo Slavností pětileté růže, 17% zavítalo zpříjemnit si vánoční čas a 11% oslavit svátek svatého Václava či navštívit jedno z představení Otáčivého hlediště. Z marketingového výzkumu tedy vyplývá, že hypotéza o nejčastějším příjezdu návštěvníků na Slavnosti pětileté růže je korektní a tedy potvrzena.

6.3.1.3. Shrnutí

Oba pokusy o ověření hypotézy vykázaly rozdílné výsledky. Zatímco při použití pouze primárních dat získaných terénním šetřením by se daná hypotéza potvrdila.

Na základě oficiálních statistických dat by byla hypotéza vyvrácena.

Vzhledem k tomu, že vlastní pokus o ověření hypotézy založený na primárních datech byl sledován pouze po dobu jednoho roku a nemá tedy takovou vypovídací schopnost jako hlavní statistiky Destinačního managementu Český Krumlov, je nutné brát ohled v závěrečném shrnutí právě na jednoznačné a schválené sekundární informace.

Na základě výzkumů Destinačního managementu, které potvrdily třetí nejvyšší návštěvnost Slavností pětilisté růže v komparaci s ostatními kulturními akcemi byla pracovní hypotéza jednoznačně vyvrácena.

6.3.2. Ověření hlavní hypotézy

Hlavní a zároveň stěžejní hypotézou práce byla stanovena tato domněnka:

„Kulturní akce mají podstatný vliv na návštěvnost Českého Krumlova.“

Jejím prokázáním by se ověřil podstatný vliv kultury a zábavy na cestovní ruch v našem městě. Míra tohoto ovlivnění záleží taktéž na faktorech jako jsou služby, nebo výsledný dojem turisty z kulturní akce, jež budou samozřejmě v celkovém hodnocení zahrnuty.

Z celkového počtu 120 dotazovaných subjektů uvádělo kulturní akci jako účel návštěvy našeho města celých 38%. Na toto číslo má velký vliv i sezónnost. Například v létě je počet účastníků kulturních akcí mnohem vyšší, a to až 61% a naopak v zimě pouhých 21%. Ačkoliv jsou sezónní výkyvy skutečně znatelné, je nutné posuzovat nabídku kulturních akcí jako celek. V letních měsících by se jednoduchým procentním vyjádřením hypotéza o podstatném vlivu potvrdila, v zimních naopak vyvrátila.

S pomocí softwaru STATISTICA verze 7. a na základě dotazníkového šetření byl uskutečněn pokus o ověření hypotézy. Počet pozorování se rovnal 120-ti a jako jednotlivé proměnné byly stanoveny počty pozorování v jednotlivých ročních obdobích. Pro ověření byl použit t-test na základě závislých proměnných a hladina významnosti stanovena $\alpha = 0,05$. Interpretace výsledné hodnoty p-value a testového kritéria nezamítla nulovou hypotézu, jež v sobě zahrnovala ověření vlivu kulturních akcí.

S pomocí softwaru tedy byla domněnka o vlivu kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova potvrzena.

7. Návrh opatření ke zlepšení nabídky kulturních akcí

V závěrečné kapitole je nutné shrnout všechny výsledky jednotlivých šetření a vyvodit určité návrhy pro zlepšení koordinace kulturních akcí, a to především odhalením nedostatků a příležitostí, jež se naskýtají v průběhu organizace, či v celkové spokojenosti návštěvníků kulturních aktivit města Český Krumlov.

7.1. Spokojenost návštěvníků kulturních akcí

Jak již bylo zmíněno v kapitole páté, v úvodu této části zbývá vyhodnotit poslední část terénního šetření, která se zabývá spokojeností klientů se službami poskytovanými podnikatelskými subjekty a celkové hodnocení spokojenosti s rozvojem cestovního ruchu v Českém Krumlově. Jedná se tedy o vyhodnocení spokojenosti se službami, a to návštěvníky kulturních akcí.

7.1.1. Hodnocení služeb cestovního ruchu

Rozmanité služby zcela jistě patří ke stavebnímu kamenu spokojenosti návštěvníků. Během kulturních akcí to platí dvojnásob, protože účastníci obvykle očekávají jakýsi nadstandard spojený s trávením volného času při návštěvě divadla, festivalu, či slavností. Zhodnocení kvality služeb tedy odráží provedený marketingový výzkum. Uvedené údaje jsou pouze obecným shrnutím výsledků. Jejich objasnění a doplnění bude řešeno v dalších bodech práce.

- jak již bylo konstatováno, mnoho dotazovaných pocházelo z Jihočeského kraje, tudíž obvykle ve městě nenocovali (44%), přesto však celých 30% návštěvníků hodnotilo ubytovací služby jako velmi kvalitní a 26% jako kvalitní, což je skutečně potěšitelné, a to z hlediska občasné velmi vytížené kapacity ubytovacích zařízení během některých kulturních akcí;
- stravovací zařízení byla hodnocena ještě lépe – celých 62% dotazovaných vyjádřilo svou spokojenost nejlepší známkou, zbytek hodnotil konstatováním dobré;

- služby pro motoristy byly jako velmi dobré označeny pouze v 15% případů, dobrého hodnocení se jim dostalo od 42% a špatného dokonce od 9% dotazovaných;
- programová vybavenost Českého Krumlova velmi imponovala celým 89% návštěvníkům kulturních akcí, výrazně nespokojen nebyl nikdo, 11% jí hodnotilo jako dobrou;
- cenová úroveň služeb, v průběhu kulturních akcí, byla překvapivě hodnocena ve 49% jako dobrá, 45% uvádělo částečnou spokojenost s cenovou hladinou, výrazně draho bylo pouze pro 2% návštěvníků;

Zde je tedy základní přehled výzkumů terénního šetření, z nichž je již na první pohled zřejmá odpovídající spokojenost návštěvníků kulturních atraktivit.

7.1.2. Hodnocení rozvoje cestovního ruchu

Spojením zvyšujícího počtu příjezdějících hostů a vyššího množství pořádaných akcí dochází k samovolné potřebě neustálého rozvoje cestovního ruchu. Uspokojení veškerých potřeb vyžaduje velkou koordinaci a snahu hledat nové cesty přístupu. Svou spokojenost se stávajícím rozvojem města vyjádřili i respondenti marketingového výzkumu.

- péče o historické památky v Českém Krumlově byla, všemi 120 dotazovanými, hodnocena nejvyšší možnou známkou, 100% spokojenost je jistě obdivuhodným výsledkem práce odborných restaurátorů a architektů ;
- poskytované informace velmi vyhovovaly nadpoloviční většině dotazovaných (56%), jako dobré je hodnotilo 27%, nespokojen nebyl nikdo;
- orientace ve městě a značení nedělalo žádný problém 49% návštěvníků, najít se zde ale nemohla 2% dotazovaných;
- péče o životní prostředí však byla nejčastěji hodnocena jako dobrá (40%), velmi dobře ji hodnotilo 38%, avšak jisté výhrady mělo dokonce 11% účastníků kulturních akcí;

- během trvání kulturních akcí je nutné k větší spokojenosti cítit se naprosto bezpečně, to se povedlo 47% dotazovaných a jen o 11% méně hodnotilo bezpečnost jako dobrou;
- programy pro volný čas velmi vyhovovaly 89% návštěvníků, kteří si zaručeně vybrali z nabídky nepřeborných představení, koncertů a jiných zábavních akcí;
- obchodní služby byly také hodnoceny velmi kladně (62%) a 38% respondentů je hodnotilo o pouhý stupeň hůře;
- a nakonec, důležitým faktorem je i vztah místního obyvatelstva k návštěvníkům, jako velmi vřelý jej ohodnotilo 66% hostů, 32% jako vřelý, nespokojen s chováním místních obyvatel nebyl nikdo;

Na základě výše uvedených dat vidíme jednotlivé výsledky spokojenosti s rozvojem cestovního ruchu v Českém Krumlově. I v tomto hodnocení je patrná velká míra spokojenosti návštěvníků s kulturním programem města.

7.2. Ověření poslední hypotézy

Poslední řešená hypotéza zněla - „Návštěvníci kulturních akcí jsou převážně velmi spokojeni.“

K jejímu vyhodnocení bylo nutné znát výsledky průzkumu o spokojenosti s organizací kulturních akcí. Zde jsou uvedeny výsledky.

Tabulka č. 4: Spokojenost účastníků

ano, velmi	77%
vcelku ano	23%
ne	0%
vůbec ne	0%

(Zdroj: terénní šetření)

Je zřejmé, že nadpoloviční většina návštěvníků byla s organizací kulturních akcí velmi spokojena. Naopak výrazně nespokojen nebyl nikdo, což je jistě velkou pochvalou pro organizátory programu.

Na spokojenost má návaznost také úvaha o opakované návštěvě dané akce, jež ovlivňuje návštěvnost v dalších obdobích. Jak na to pohlížejí dotazovaní hosté je vidět v následující tabulce.

Tabulka č. 5: Opakovanost návštěv kulturních akcí

ano	60%
ne	0%
možná	40%

(Zdroj: terénní šetření)

Ani v tomto případě nebyl uveden žádný názor negující opakovanou návštěvu kulturní akce. V 60% případů by se účastníci velmi rádi zúčastnili atraktivity znovu, 40% o účasti uvažuje jako o možné alternativě.

Není proto pochyb, že v tomto případě je daná hypotéza jednoznačně potvrzena. Návštěvníci kulturních akcí jsou skutečně převážně velmi spokojeni.

7.3. Nedostatky a příležitosti v koordinaci kulturních akcí

V této části se budeme podrobněji věnovat obecným charakteristikám spokojenosti návštěvníků s kulturními akcemi pořádanými v Českém Krumlově. Pro přehlednost se pro nedostatky a příležitosti vyčlení jednotlivé body, v nichž budou řešeny a následně podány návrhy pro koordinaci.

7.3.1. Nedostatky

Ačkoliv byla situace ohledně spokojenosti se službami a rozvojem cestovního ruchu většinou hodnocena kladně, naskytá se v šetření několik momentů, jež mohou být vnímány jako nedostatky. Pro jejich zaznamenání se blíže zaměříme na informace získané terénním šetřením.

Kulturní akce a účast na nich velmi ovlivňují celkové pocity návštěvníka Českého Krumlova. Je proto nutné se věnovat především negativním hodnocením.

Při hodnocení ubytovacích kapacit k žádnému negativnímu vnímání nedošlo, v oblasti stravování také ne, avšak se službami pro motoristy už účastníci kulturních akcí tolik spokojeni nebyli.

Pouze 15% dotazovaných je ohodnotilo nejlepší známkou a hned 9% spokojeno nebylo. Podle údajů z dotazníkového šetření vyjádřili nespokojenost se službami účastníci

hlavních slavností pořádaných v Českém Krumlově. Vzhledem k velkému příjezdu návštěvníků (zhruba 22 000) a omezené kapacitě parkovišť a parkovacích míst ve městě, je tato nespokojenost pochopitelná. Parkovací plochy bývají vytíženy i v době, kdy se žádné kulturní akce nepořádají. V době zvýšeného zájmu o parkování může docházet k negativním reakcím na nedostatečné kapacity, či přílišnou docházkovou vzdálenost do centra města.

Podle dalších informací získaných osobním rozhovorem s dotazovanými vyplývá, že největším problémem je, dle jejich názoru, malá parkovací kapacita, nemožnost parkovat přímo v místě ubytování, vysoká cena pohonných hmot a parkovacích poplatků ve městě a malé zastoupení renomovaných autoservisů a autopartnerů.

Dalším bodem, kdy byla zjištěna určitá nespokojenost hostů je cenová úroveň služeb. Ačkoli zastoupení negativních reakcí je pouze 2%, je nutné jej zde také zmínit. Špatné hodnocení se týkalo věkové skupiny 60 a více, návštěvníků přijíždějících z krátké dojezdové vzdálenosti, kteří navštívili představení festivalu Jihočeské divadelní léto. Z toho lze usuzovat, že pro některé seniory může být návštěva takové kulturní akce poměrně nákladná, nicméně z dalších odpovědí v dotazníku je zřejmé, že ani tito si v dalších letech nenechají danou kulturní akci ujít a znovu navštíví Český Krumlov.

V hodnocení rozvoje byli účastníci velmi vstřícní k památkové péči našeho města, k níž nenašli výhrad. Poskytované informace také splňovaly svůj účel, především s využitím propracované a rozsáhlé databáze Oficiálního informačního systému Českého Krumlova.

První nedostatek byl zaznamenán v oblasti orientace ve městě a značení. 2% dotazovaných měli pocit nedostatečného zabezpečení pohybu po městě. Byli to hosté z dojezdové vzdálenosti do 100 km, jež byli v Českém Krumlově jen jednou, a to před mnoha lety. Ačkoli svým uskupením se Český Krumlov samozřejmě nezměnil, záporně hodnotili především orientaci v okrajových částech města, naopak vyzdvihli promyšlený a fungující systém značení parkovišť.

Péče o životní prostředí je samostatnou kapitolou našeho města. Ačkoliv je obvyklým standardem čistota, v době trvání kulturních akcí je občas obtížné zachovat pořádek a právě tato, někdy omezená, možnost vede k určitému negativnímu vnímání.

Většina nespokojených byla účastníkem hromadných akcí, jako jsou Slavnosti pětilisté růže, Svatováclavské slavnosti, či oslavy Adventu. Tyto kulturní akce se vyznačují velkým počtem návštěvníků a určitá rozjařenost z programu slavností vede ke zvýšené konzumaci jídla a pití z prodejen rychlého občerstvení. Velké množství odpadu poté zcela zahltí, jinak plně dostačující, plochy pro odkládání odpadu a není v silách úklidových čet, zajistit okamžité zpracování a odvoz. Přesto však je nutné brát tuto výtku vážně.

V ostatních případech, jako byla obchodní vybavenost, spokojenost s programem, bezpečnost návštěvníků, či vztah obyvatelstva k účastníkům kulturních akcí, město v hodnocení skutečně obstálo s většinovou velkou spokojeností.

7.3.2. Příležitosti

Spatřit příležitosti ke koordinaci kulturních akcí není jednoduchou záležitostí. Z uvedeného hodnocení je patrné, že organizátoři již oplývají velkou znalostí svých klientů a jejich potřeb a přání. Přesto však lze najít několik možností, v nichž lze najít určitou možnost ještě většího zhodnocení.

Hlavní příležitosti vyplývají samozřejmě z negativního hodnocení. Vždy se najde něco, co lze ještě zlepšovat. Ať už se jedná o nevyhovující systém úklidu v době programů hromadných akcí, či určitých opatření pro koordinaci parkování. Bohužel řešení těchto situací není nejlehčím úkolem, jež zatěžuje jak ekonomické, tak i sociální aspekty života ve městě.

Pro zabezpečení kvalitnějších služeb jsou však velkým přínosem znalosti a zkušenosti pracovníků v cestovním ruchu, jež mohou pomoci, v určitém časovém horizontu, odstranit veškeré momenty, ve kterých má město stále rezervy.

Další příležitostí, jež vyplývá z objektivního i subjektivního hodnocení služeb cestovního ruchu je stálá inovace a rozšiřování nabídky stravovacích zařízení. Ačkoliv se může zdát, že si v jejich nabídce vybere skutečně každý, není možné stagnovat na jediném bodu a nabízet stále stejné služby.

Stejně tak lze posuzovat i zařízení ubytovací. Ačkoli je možné označit kapacitu jako dostačující, je nutné stále zvyšovat kvalitu nabízených služeb. Ať už se jedná o vybavení pokojů a apartmánu, rozšíření sortimentu doplňkového stravování, či umožnění bezplatného přístupu k internetovým sítím.

Z mého vlastního pohledu se jeví největší příležitostí rozvoj informačních sítí. Internet je v dnešní době fenoménem, jež zasáhne téměř každého z nás. Oficiální informační systém Český Krumlov pokrývá téměř úplnou potřebu získávání informací o historii, současnosti, kulturním programu i obyčejném životě v našem městě.

O jeho atraktivitě svědčí i jednotlivé statistiky návštěvnosti webových stránek. Například za první tři čtvrtletí roku 2007 je navštívilo 2 130 930 osob, pro zajímavost za rok 2006 to byl 1 245 628 návštěvníků. Počet stažených stránek se pohybuje v desítkách milionů, což je rozhodně přesvědčivý argument o důležitosti tohoto serveru.

Jediné negativum, které bych informačnímu systému vytkla je jeho částečná nepřehlednost pro nové uživatele. Orientace začátečníků v něm není úplně jednoduchá, proto bych viděla jako jednu z dalších příležitostí podstatné zpřehlednění a zlepšení navigace. Fulltextový vyhledávač také občas nepracuje podle představ uživatele, to poté vede k mnohem složitějšímu získávání informací. Jakmile se ale člověk naučí korektně orientovat, je možné na oficiálním systému nalézt téměř vše, co se o našem městě dozvědět dá a přispívá tak k perfektní informovanosti přijíždějících turistů, občanů města i odborné veřejnosti.

Částečná uživatelská složitost je zapříčiněna také postupnou transformací encyklopedických informací serveru do nového formátu, jež probíhá od začátku roku 2007. Po jejím ukončení by již měla být orientace na informačním serveru zcela korektní.

Rozvoj internetu přináší příležitosti i v sektoru služeb cestovního ruchu. Několik kliknutí nyní umožní zajistit si veškeré služby pro bezproblémový pobyt v našem městě. Toto pohodlí by mohlo být jedním z faktorů, který ovlivní například i návštěvníky z Jihočeského kraje, aby si užili atmosféru Českého Krumlova se vším všudy, tedy i s ubytováním v historickém centru a posezením ve stylové hospůdce, což by mohlo přispět k celkovému prodloužení pobytů v našem městě.

8. Závěr

Na závěr je nutné shrnout celkový přínos práce. Na základě metodických pravidel byly stanoveny cíle, jejichž naplnění provázelo veškeré výzkumy v bakalářské práci.

Literární přehled stanovil jednotlivá vymezení cestovního ruchu, ze kterých vycházela některá hodnocení kulturních akcí. Na základě analýzy kulturních akcí byly stanoveny nejvýznamnější kulturní atraktivity a zhodnoceny jejich ekonomické, sociální, technicko-technologické a politicko-právní přínosy městu.

Stěžejní částí byl vlastní výzkum, prováděný za účelem zjištění návštěvnosti kulturních akcí a zhodnocení jejich pozitiv a negativ.

Marketingový výzkum byl prováděn pomocí dotazníkového šetření, řízenými rozhovory a subjektivním pozorováním. Vyhodnocení bylo uskutečněno v několika krocích. Profilace návštěvníka Českého Krumlova, bez ohledu na účel příjezdu, připravila podklady pro odhad působení cestovního ruchu v Českém Krumlově. Následné vydělení návštěvníků kulturních akcí přineslo údaje nutné pro zhodnocení vlivu jednotlivých akcí na návštěvnost destinace. Na základě dotazníkového šetření byly vyhodnoceny i příležitosti a nedostatky Českého Krumlova, a to v době konání kulturních akcí.

Právě ověření, či zamítnutí hypotéz lze považovat za jeden z hlavních účelů práce. Vedlejší hypotézy odrážely skutečnou situaci v kulturním cestovním ruchu Českého Krumlova. Hypotéza o nejvyšším příjezdu návštěvníků na Slavnosti pětilisté růže byla vyvrácena ve prospěch věhlasného Egon Schiele Art Centra. Zato spokojenost s organizací a nabízenými službami byla návštěvníky kulturních akcí jednoznačně potvrzena.

Největší důraz byl přikládán hlavní hypotéze, která byla taktéž potvrzena. Byl zjištěn podstatný vliv kulturních akcí na návštěvnost města, jež do značné míry ovlivnil vyhodnocené příležitosti a nedostatky kulturního cestovního ruchu.

Účelem práce bylo zhodnotit vliv kulturních akcí na návštěvnost destinace Český Krumlov. Tento cíl byl naplněn a na základě výzkumů byly stanoveny i návrhy a opatření pro koordinaci kulturního cestovního ruchu ve městě Český Krumlov.

9. Summary

In the conclusion is necessary to summarize the general contribution of this work. On the basis of methodical rules were defined the aims, which fulfilled every research of this bachelor work.

The literature survey appointed individual definition of the tourism, from which some evaluations of the cultural events were issued. On the basis of these event's analysis were defined the most considerable cultural activities. Their economical, social, technical-technological and political benefits related to the town were evaluated.

Pivotal part was a self research managed to find out the visit rate of cultural events and the estimation of the positive and negative impact.

The marketing research was provided by questionnaire investigation, controlled interviews and individual monitoring. The interpretation was realized in a few steps. The profiling of the visitor of Český Krumlov, without of the arrival purpose, prepared the data for the estimation of visit rate in Český Krumlov. Resolution of visitor's cultural events brought the information necessary for the estimation of the effect on the particular cultural actions towards to the visit rate of destination. On the basis of questionnaire investigation the opportunities and deficiencies in Český Krumlov were evaluated during the cultural events.

Each information was examined in compliance with the official statistics of Český Krumlov, which published the Destination management Český Krumlov on the yearly basis. This comparison affected the verification of defined hypothesis. Verification of these hypotheses was realized in a few steps with a view of the absolute cogency.

The verification or rejection can be considered as the one of the main purposes of this work. Additional hypotheses highlighted the real situation of the tourism in Český Krumlov. The hypothesis related to the highest arrival of visitors at the Five-Petaled Rose Celebration was refuted in the aid of renowned Egon Schiele Art Centre. The satisfaction with the organization and facility was verified by the visitors.

The biggest accent was attached to the main hypothesis, which was also verified. The substantial effect of the cultural events on the visit rate in Český Krumlov was identified. This effect influenced the evaluated opportunities and deficiencies of the cultural tourism.

The purpose of this work was to evaluate the cultural events effect on the visit rate in destination Český Krumlov. This aim was impletioned. On the basis of the research the suggestions and actions of the cultural tourism co-ordination in Český Krumlov were designated.

10. Přehled použité literatury

1. Čertík, M. a kol.: *Cestovní ruch - Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, s.r.o., 2001.
 2. Hesková, M. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.
 3. Hloušek, P.: *Českokrumlovsko, Novohradské hory*. Praha: Kartografie Praha, 2004.
 4. Horner, S., Swarbrooke, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003.
 5. Horáková, H.: *Strategický marketing*. Praha: Grada, 2001.
 6. Morrison, A. P.: *Marketing pohostinství a cestovní ruch*. Praha: Victoria Publishing, 1998.
 7. Oriška, J.: *Technika služeb CR*. Praha: Idea Servis, 1999.
 8. Palatková, M.: *Marketingová strategie destinace CR*. Praha: Grada, 2006.
 9. Pavelka, P.: *Český Krumlov - kouzelné město uprostřed Evropy*. Pavelka, 2001.
 10. Zelenka, J., Pásková, M.: *Výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.
-
1. Dostupný na <<http://www.ckrumlov.cz/>>
 2. Dostupný na <<http://www.virtual-gallery.cz/>> (2008-03-01)
 3. Dostupný na <<http://www.earlymusic.cz.cz/>> (2008-03-02)
 4. Dostupný na <<http://www.festivalkrumlov.cz/>> (2008-03-02)
 5. Dostupný na <<http://www.abpcenter.cz/>> (2008-03-02)
 6. Dostupný na <<http://www.ehd.cz/>> (2008-03-03)
 7. Dostupný na <<http://www.ekofilm.cz/>> (2008-03-03)
 8. Dostupný na <<http://www.theatrecentre.cz/>> (2008-03-04)

Přílohy

Příloha 5.4.3.2.

Dotazník pro návštěvníky Českého Krumlova léto 2007

Dobrý den, jsem tazatel/ka provádějící průzkum návštěvníků v rámci své bakalářské práce nazvané „Vliv kulturních akcí na návštěvnost Českého Krumlova“. Získané informace budou použity výhradně pro vypracování bakalářské práce.

Účelem dotazů je monitorovat stav a změny týkající se cestovního ruchu z Vašeho pohledu. Můžete mi prosím věnovat několik minut času? Ráda bych Vám položila několik otázek týkajících se Vás a Vašich postřehů z pobytu v Českém Krumlově. Pokud dotazník vyplníte sami, odpovídejte **zakroužkováním** čísla té možnosti, která nejlépe vystihuje Vaši situaci nebo Váš názor.

1) Věk:

- 1) do 25 let
- 2) 26 – 34 let
- 3) 35 – 49 let
- 4) 50 – 59 let
- 5) 60 a více let

2) Pohlaví:

- 1) muž
- 2) žena

3) Z jaké části České republiky přijíždíte ?

4) Kolik km jste cestovali do našeho města?

- 1) do 30 km
- 2) do 50 km
- 3) do 100 km
- 4) nad 100 km

5) Jak dlouhý pobyt plánujete?

- 1) bez noclehu
- 2) do 2 přenocování
- 3) do 7 přenocování
- 4) delší pobyt než 7 přenocování

6) Navštívili jste už někdy Český Krumlov?

- 1) poprvé
- 2) 1 – 3x
- 3) více jak 3x

7) S kým přijíždíte?

- 1) sám
- 2) s manželem/manželkou , partnerem/partnerkou
- 3) s rodinou a dětmi
- 4) s organizovanou skupinou

8) Účel vaší cesty?

- 1) poznávací
- 2) rekreace
- 3) kongresový cestovní ruch (incentivní cest. ruch)
- 4) práce
- 5) zábava
- 6) nákupy
- 7) sport
- 8) návštěva kulturní akce
- 9) tranzit (projíždím)
- 10) jiný – vypište:

9) Je-li účelem vaší cesty návštěva kulturní akce, kterou z nabídnutých jste navštívili?

- 1) divadlo
- 2) kino
- 3) návštěva výstavy, či galerie
- 4) Egon Schiele Art Centrum
- 5) koncert
- 6) Slavnosti pětilisté růže
- 7) Festival komorní hudby
- 8) Festival staré hudby
- 9) Mezinárodní hudební festival Český Krumlov
- 10) otáčivé hlediště
- 11) rytířský turnaj
- 12) jiná – vypište:

10) Byli jste spokojeni s organizací této kulturní akce?

- 1) ano, velmi
- 2) vcelku ano
- 3) ne
- 4) vůbec ne

11) Uvažujete o opakované návštěvě této kulturní akce?

- 1) ano
- 2) ne
- 3) možná

12) Kde jste ubytováni?

- 1) hotel * * * * ; * * *
- 2) motel, hotel garni
- 3) penzion
- 4) kemp, tábořiště
- 5) apartmán, pronajatý pokoj
- 6) u příbuzných a známých
- 7) bez ubytování

13) Kde využíváte stravovacích služeb?

- 1) restaurace
- 2) rychlé občerstvení
- 3) vlastní stravování
- 4) nestravuji se tady

14) Jak hodnotíte služby v Českém Krumlově? Obodujte:

- 1) ubytovací služby
- 2) stravovací služby
- 3) služby pro motoristy
- 4) služby pro cykloturisty
- 5) programová vybavenost
- 6) cenová úroveň služeb

velmi dobře – 1 dobře – 2 špatně – 3 velmi špatně – 4 nemohu posoudit - 5

15) Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v Č. Krumlově? Obodujte:

- 1) péče o památky
- 2) poskytované informace o regionu
- 3) orientační značení
- 4) péče o životní prostředí
- 5) bezpečnost návštěvníků
- 6) programy pro volný čas
- 7) obchodní služby (občerstvení , suvenýry...)
- 8) vztah místních obyvatel k návštěvníkům

velmi dobře – 1 dobře – 2 špatně – 3 velmi špatně – 4 nemohu posoudit - 5

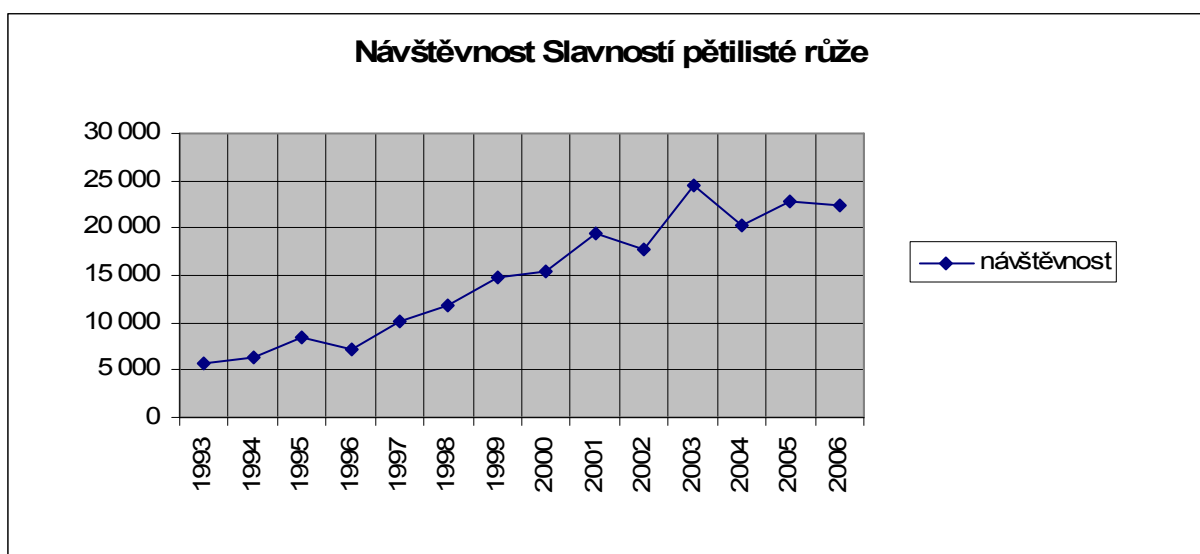
16) Jak jste se dozvěděli o našem městě? Z kterých informačních zdrojů?

(max.3 možnosti zaškrtnout)

- 1) turistická informační centra
- 2) cestovní kanceláře, cestovní agentury
- 3) média
- 4) propagační materiály
- 5) internetové zdroje
- 6) informace od pracovníků ve službách
- 7) informace od příbuzných a známých

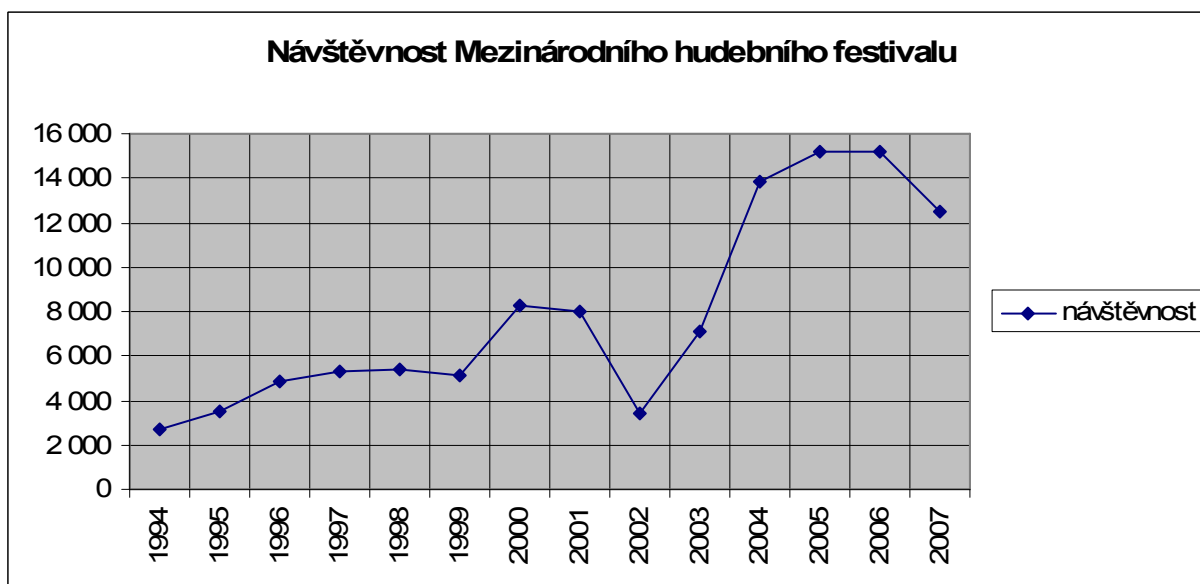
Děkuji za spolupráci.

Příloha 6.2.2.1.



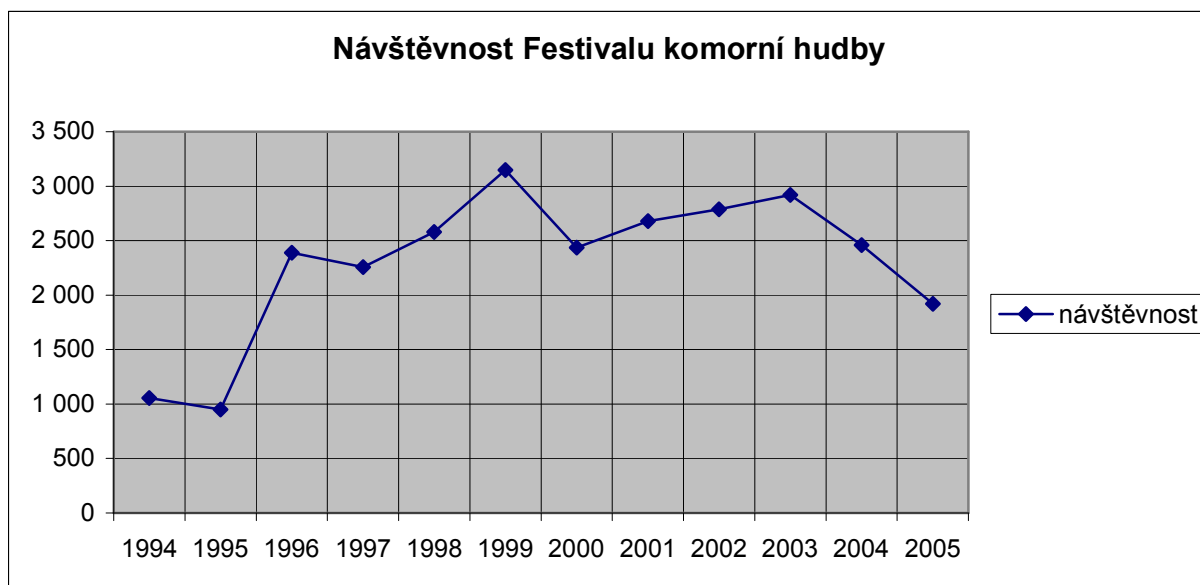
(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČK)

Příloha 6.2.2.2.



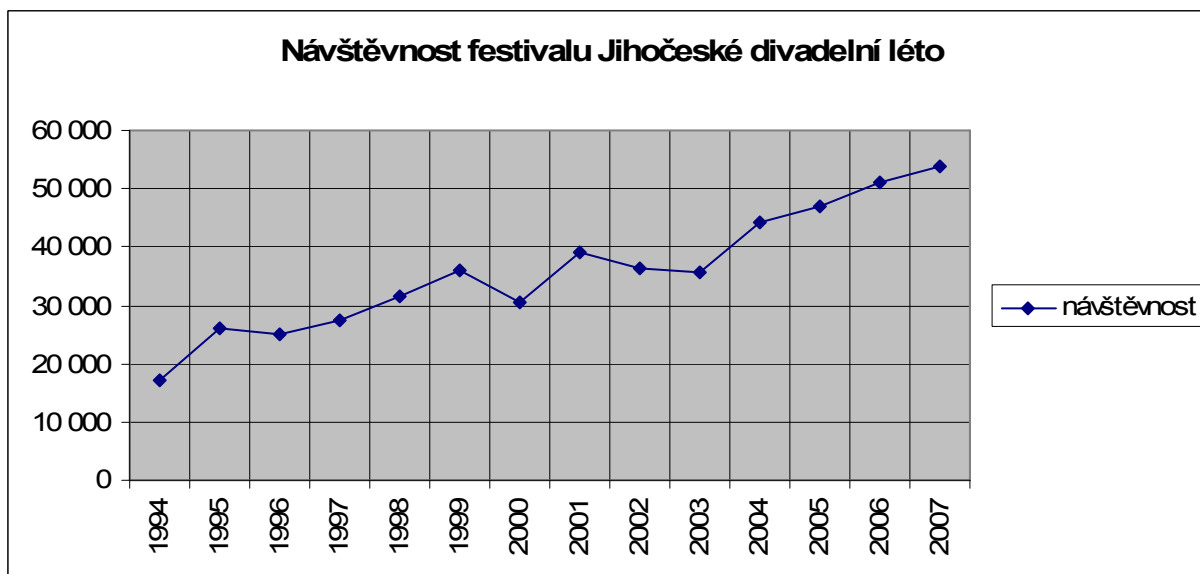
(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČK)

Příloha 6.2.2.3.



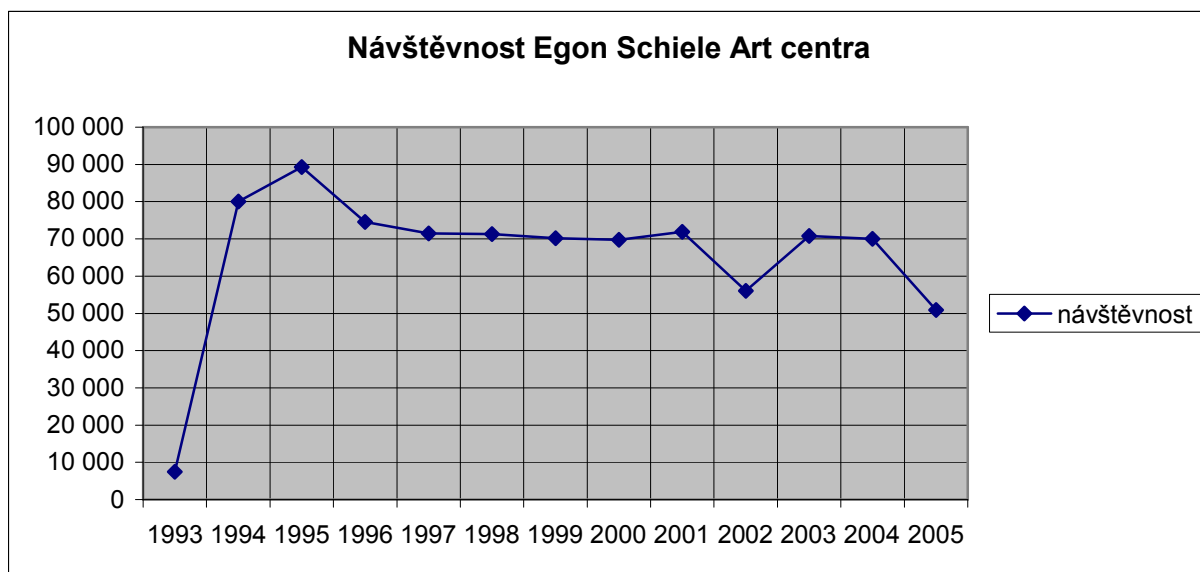
(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČR)

Příloha 6.2.2.4.



(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČR)

Příloha 6.2.2.8.



(Zdroj: Statistické přehledy návštěvnosti města Český Krumlov, Destinační management ČK)