

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

**Kulturní akce jako faktor rozvoje
cestovního ruchu v regionu**

Jaromíra Červenková

© 2016 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jaromíra Červenková

Evropská agrární diplomacie

Název práce

Kulturní akce jako faktor rozvoje cestovního ruchu v regionu

Název anglicky

Cultural event as a factor of tourism development in a region

Cíle práce

Cílem diplomové práce je, na základě provedené analýzy vybrané kulturní akce, navrhnout možnosti pro rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Metodika

V diplomové práci budou využity metody analýzy a syntézy. Vymezeného cíle práce bude dosaženo na základě analýzy kulturní akce – Bitvy u Kolína. V analýze budou využita sekundární i primární data, která budou získána dotazníkovým šetřením. Na základě analýzy budou navržena konkrétní opatření sloužící k rozvoji cestovního ruchu v regionu i práce organizátorů akce.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Kulturní akce; cestovní ruch; region; Kolín.

Doporučené zdroje informací

- KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-80-7478-593-1.
- RICHARDS, Greg. Cultural tourism: Global and Local Perspectives. New York: Haworth Hospitality Press, 2007, 347 s. ISBN 978-0-7890-3116-7.
- ŠINDLER, Petr. Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 236 s. Manažer. ISBN 80-247-0646-6.
- WOKOUN, René a Pavel MATES. Management regionální politiky a reforma veřejné správy. Praha: Linde, 2006, 351 s. ISBN 80-720-1608-3.

Předběžný termín obhajoby

2015/16 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Michaela Havlíková, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 20. 11. 2015

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 20. 11. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 26. 03. 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Kulturní akce jako faktor rozvoje cestovního ruchu v regionu" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí práce Ing. Michaele Havlíkové Ph.D. za odborné vedení práce, cenné připomínky a ochotu. Dále bych chtěla poděkovat Ing. Miloslavu Zapletalovi za poskytnuté informace při zpracování práce.

Kulturní akce jako faktor rozvoje cestovního ruchu v regionu

Souhrn

Diplomová práce se zabývá vymezením kulturní akce oslavy výročí Bitvy u Kolína, která je důležitým faktorem pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Podlipansko. Teoretická část práce je zaměřena na definování pojmů v oblasti cestovního ruchu, kulturního cestovního ruchu, regionu a kulturní akce. V praktické části je provedena metoda analýzy a syntézy. Na základě sběru primárních a sekundárních dat je zhodnoceno konání kulturní akce 258. výročí oslav Bitvy u Kolína. Vlastní výzkum byl proveden pomocí dotazníkového šetření, kterého se zúčastnili návštěvníci a účinkující na akci. Konání akce zhodnotil i starosta obce Nová Ves I. Dle zjištěných poznatků jsou v závěru práce navržena konkrétní opatření pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Podlipansko.

Klíčová slova: kulturní akce, cestovní ruch, kulturní cestovní ruch, region, Kolín, Bitva u Kolína

Cultural event as a factor of tourism development in a region

Summary

The diploma thesis deals with a definition of the cultural event called anniversary celebration of the Battle of Kolín, which is an important factor of tourism development in a region Podlipansko. The theoretical part is focused on defining terms in the field of tourism, cultural tourism, region and cultural event. The practical part consists of analysis and synthesis. The cultural event 258th anniversary celebration of the Battle of Kolín is evaluated on the basis of primary and secondary data gathering. The research was gathered by questionnaire survey, which was completed by visitors and performers on the event. The event organization was also evaluated by the mayor of the village Nová Ves I. According to the findings particular motions are proposed in conclusion for tourism development in a region Podlipansko.

Keywords: cultural event, tourism, cultural tourism, region, Kolín, The Battle of Kolín

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce.....	12
2.2 Metodika	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Cestovní ruch	13
3.2 Kulturní cestovní ruch	16
3.2.1 Kulturní cestovní ruch ve 21. století.....	18
3.3 Regionální rozvoj.....	19
3.3.1 Regionální politika.....	19
3.4 Region	22
3.4.1 Region Podlipansko	26
3.5 Kulturní akce.....	29
4 Bitva u Kolína.....	34
4.1 Historický vývoj Bitvy u Kolína.....	34
4.2 Místa vojenských památek.....	36
4.3 Tradice Bitvy u Kolína	37
4.4 Organizace 258. výročí oslav Bitvy u Kolína.....	38
4.4.1 Program akce	38
4.4.2 Financování akce	40
4.4.3 Propagace akce	41
5 Vlastní výzkum	42
5.1 Dotazník pro návštěvníka akce	42
5.1.1 Informace týkající se návštěvnosti akce	42
5.1.2 Informace týkající se programu a organizace akce.....	47
5.1.3 Charakteristika respondentů	50
5.1.4 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření	51
5.2 Dotazník pro účinkujícího na akci	51
5.2.1 Informace týkající se účasti na akci.....	51
5.2.2 Informace týkající se programu a organizace akce.....	55
5.2.3 Charakteristika respondentů	56

5.2.4 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření	57
5.3 Rozhovor se starostou obce Nová Ves I	58
6 Návrh možností pro rozvoj cestovního ruchu v regionu.....	59
6.1 Možnosti rozvoje akce	59
6.1.1 Programové složení akce	59
6.1.2 Povědomí o akci v jiných regionech a v zahraničí	61
6.1.3 Propagace akce	62
6.1.4 Zastřešení akce.....	63
6.1.5 Možnosti financování akce	64
6.2 Produkty cestovního ruchu	64
6.2.1 Zážitkový balíček na akci Bitva u Kolína.....	65
6.2.2 Víkendový balíček v regionu Podlipansko	67
7 Závěr	70
8 Seznam použitých zdrojů.....	72
9 Přílohy.....	76

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Turistické regiony České republiky	25
Obrázek č. 2: Turistické oblasti České republiky	26
Obrázek č. 3: Svazky obcí na území Podlipanska	27
Obrázek č. 4: Památník Bitvy u Kolína	36
Obrázek č. 5: Rakouská vojska.....	39
Obrázek č. 6: Vojska u památníku Bitvy u Kolína	40

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Rozdělení administrativních jednotek v České republice.....	23
Tabulka č. 2: Rozdělení administrativních jednotek podle počtu obyvatel.....	24
Tabulka č. 3: Financování akce	41
Tabulka č. 4: Celkové náklady na rozvoj akce	64
Tabulka č. 5: Cenová kalkulace zážitkového balíčku.....	66
Tabulka č. 6: Cenová kalkulace víkendového balíčku	68

Seznam grafů

Graf č. 1: Účast na minulých ročnících akce	42
Graf č. 2: Účast na jednotlivých dnech akce	43
Graf č. 3: Trávení času na akci	43
Graf č. 4: Způsob dopravy na akci.....	44
Graf č. 5: Využití ubytovacích zařízení	45
Graf č. 6: Zdroje informací o akci	46
Graf č. 7: Návštěva jiných atraktivit v regionu.....	46
Graf č. 8: Nejzajímavější část programu akce	47
Graf č. 9: Dostatečná nabídka kulturního programu v případě nepřízně počasí.....	48
Graf č. 10: Spokojenost se službami.....	49
Graf č. 11: Plánovaná účast na dalších ročnících akce	50
Graf č. 12: Věkové složení respondentů	50
Graf č. 13: Počet vystoupení na minulých ročnících akce.....	52
Graf č. 14: Zdroje informací o akci	52
Graf č. 15: Účinkování na jednotlivých dnech akce.....	53
Graf č. 16: Způsob dopravy na akci.....	54
Graf č. 17: Využití ubytovacích zařízení	54
Graf č. 18: Dostatečná nabídka kulturního programu v případě nepřízně počasí.....	55
Graf č. 19: Spokojenost se službami.....	56
Graf č. 20: Věkové složení respondentů	57

1 Úvod

Cestovní ruch je nedílnou součástí života moderní společnosti. Podílí se na rozvoji národních ekonomik a zvyšuje životní úroveň obyvatel. Hlavním motivem pro cestování je záměrná změna prostředí, která vede k uspokojení potřeb a získání nových zážitků.

Na cestovní ruch lze pohlížet dvojím způsobem. Mezi pozitivní přínosy patří zlepšení ekonomické situace v určité destinaci, například tvorbou nových pracovních příležitostí pro kvalifikované pracovníky. Dále podporuje sociální a kulturní rozvoj a ochraňuje kulturního dědictví a tradice. Oproti tomu negativně působí na životní prostředí a místní obyvatelstvo. Proto je důležité dbát na trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu v destinaci a dosahovat správného vyvážení pozitivních a negativních stránek.

Také oblast kulturního cestovního ruchu nabývá na důležitosti. Návštěvníci mají zájem o kulturu a historii v dané destinaci, čímž naplňují své potřeby vzdělávat se a účelně trávit volný čas. Své potřeby uspokojují tím, že poznávají kulturní dědictví a získávají informace o způsobu života rezidentů v navštíveném místě. Kromě zájmu o kulturu a historii, mají snahu zjišťovat i přehled o sociální a ekonomické situaci. Cílem jejich návštěv jsou především kulturní pamětihodnosti, muzea, výstavy, festivaly, archeologická naleziště nebo společenské a náboženské akce.

Pořádání kulturních akcí má zásadní vliv na rozvoj regionu, jelikož zvyšuje zájem návštěvníků o danou lokalitu a do oblasti přiláká i nové investory. V současné době mají kulturní akce stále větší význam v cestovním ruchu, což dokládá růst poptávky po kulturních událostech. Hlavním důvodem pro návštěvu určité destinace se stávají právě kulturní akce, protože návštěvníci jedou hlavně tam, kde se něco děje. Cestování do destinace, ve které by bylo navštívení kulturní akce pouze zpestřením nabídky v cestovním ruchu, je spíše výjimečná.

Vymezením kulturní akce, která je důležitým faktorem pro rozvoj cestovního ruchu v regionu, se zabývá následující diplomová práce.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je, na základě analýzy kulturní akce 258. výročí oslav Bitvy u Kolína, navrhnout možnosti pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Podlipansko.

2.2 Metodika

V teoretické části diplomové práce je definován pojem kulturní cestovní ruch a popsán vliv kulturních akcí na rozvoj regionu. Jsou zde vymezeny principy trvalé udržitelnosti cestovního ruchu a charakterizován regionální rozvoj a regiony cestovního ruchu v České republice. V této části práce bylo čerpáno především z odborné literatury v českém i anglickém jazyce. Poznatky z teoretické části jsou využity v praktické části práce.

V praktické části diplomové práce je použita metoda analýzy na základě sekundárních a primárních dat a metoda syntézy. Výzkum byl proveden pomocí dotazníkového šetření, kterého se zúčastnili respondenti z řad návštěvníků a účinkujících na akci. Data byla získána během konání 258. výročí oslav Bitvy u Kolína od 26. do 28. června 2015. Cílem výzkumu bylo zjistit informace od návštěvníků a účinkujících a vyhodnotit jejich postoje ke konání akce. Dotazník pro návštěvníky akce obsahoval 17 uzavřených i otevřených otázek a šetření se zúčastnilo 264 respondentů (viz příloha č. 1). V dotazníku pro účinkující na akci bylo 14 uzavřených i otevřených otázek a svůj názor zde vyjádřilo 41 respondentů (viz příloha č. 2). Výsledky šetření jsou znázorněny pomocí výsečových grafů a doplněny komentářem. Názor na vliv kulturní akce Bitvy u Kolína na rozvoj regionu vyjádřil během rozhovoru také Ing. Miloslav Zapletal, starosta obce Nová Ves I, který se podílel na organizaci akce. Na základě zpracování dat z dotazníkového šetření a rozhovoru se starostou obce Nová Ves I byly stanoveny návrhy na zlepšení celkové organizace, poskytnutých služeb, programu a propagace v jiných regionech i zahraničí.

V závěru práce byla navržena opatření, která povedou k rozvoji cestovního ruchu v regionu Podlipansko a pomohou organizátorům akce při přípravě dalších ročníků akce Bitvy u Kolína.

3 Teoretická východiska

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je významnou součástí dnešní společnosti. Lidé jsou motivováni změnit prostředí a vycestovat, aby uspokojili své potřeby, mezi které patří především: poznání, kulturní zážitek, změna místa, odpočinek, pohyb nebo seberealizace. Jelikož tyto potřeby nemohou uspokojit v dostatečné kvalitě v běžném životním prostředí, opouštějí dočasně místa jejich stálého bydliště a záměrně cestují do jiných prostředí. Ve vyspělých státech je účast na cestovním ruchu běžnou součástí spotřeby obyvatelstva, což způsobuje fakt, že se cestovní ruch stal důležitým faktorem rozvoje národních i světových ekonomik. Kromě oblasti ekonomické má vliv i na další vědní disciplíny jako jsou: ekologie, geografie, sociologie a psychologie. (Indrová, 2004)

Cestovní ruch neboli turismus je podle Indrové (2004, s. 12) definován jako *činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo místo bydliště na dobu kratší než je stanovena (v mezinárodním cestovním ruchu je tato doba 1 rok, v domácím cestovním ruchu 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*

Typologie cestovního ruchu je velice rozmanitá a v praxi dochází k nejrůznějšímu pojetí. V odborné literatuře jsou často zohledňovány různé formy a druhy cestovního ruchu.

Podle Indrové (2004) se cestovní ruch vymezuje podle těchto kritérií:

- převažující motivace účasti na cestovním ruchu (rekreační, kulturní, s náboženskou orientací, se vzdělávacími motivy, se společenskými motivy, zdravotně orientovaný, sportovně orientovaný, orientovaný na poznání přírodního prostředí, s dobrodružnými motivy, s profesními motivy, specificky orientovaný)
- místo realizace (domácí, zahraniční, mezinárodní, světový)
- vztah k platební bilanci státu (zahraniční aktivní, zahraniční pasivní)
- délka pobytu (krátkodobý, dlouhodobý)
- způsob zabezpečení cesty a pobytu (organizovaný, neorganizovaný)
- počet účastníků (individuální, skupinový)
- způsob financování (komerční, sociální)

- věk účastníků (dětí, mládeže, seniorů, rodin s dětmi, věkové skupině mezi 40 – 50 rokem)
- převažující prostředí pobytu (městský, venkovní, lázeňský, ve střediscích)
- ostatní kritéria (dle ročního období, způsobu ubytování, použitého dopravního prostředku).

Výhody a nevýhody spojené s cestovním ruchem

Cestovní ruch přináší ekonomické i mimoekonomické výhody a nevýhody. Aby bylo dosaženo nejlepšího možného poměru mezi pozitivy a negativy cestovního ruchu, je zapotřebí je vybalancovat. Správného vyvážení je možné dosáhnout, pokud pozitivní stránky převáží ty negativní. Rozvoj cestovního ruchu musí být prováděn trvale udržitelným způsobem a zároveň být součástí celkového ekonomického rozvoje. (Goeldner, Ritchie, 2014)

Mezi hlavní výhody spojené s cestovním ruchem patří možnosti pracovních příležitostí pro kvalifikované i nekvalifikované pracovníky. Cestovní ruch je totiž odvětvím, které je náročné na pracovní síly. Pracovníkům rozšiřuje kulturní a vzdělanostní obzory a zvyšuje jejich kvalitu života ve vztahu ke zvýšené příjmové a životní úrovni. Další pozitivum jsou spojena s ekonomickou situací, jelikož cestovní ruch zvyšuje příjmy a hrubý národní produkt, vytváří rezervy potřebných cizích měn, zvyšuje státní příjmy, diverzifikuje ekonomiku a doplňuje ostatní ekonomické aktivity. Také vytváří multiplikační efekt, který podněcuje rozvoj i zlepšuje kvalitu životního prostředí a podporuje ochranu kulturního dědictví a tradic. Ruší jazykové, sociokulturní, náboženské, politické a rasové bariéry a přispívá k mezinárodnímu porozumění a míru. Vybudovaná turistická a rekreační zařízení mohou být využívána i místními občany. (Goeldner, Ritchie, 2014)

Problémy, které mohou být způsobeny cestovním ruchem, například při jeho nadměrném rozvoji, vyvolávají zvýšenou poptávku po zdrojích, inflaci a nerovnoměrný ekonomický vývoj. Pracovníci v cestovním ruchu mají problémy se sezonní zaměstnaností, což vytváří sociální problémy. Kulturní prostředí je degradováno, přírodní prostředí znečišťováno a dochází ke globálnímu oteplování. Negativní stránkou je i zvyšování kriminality, vytváření

konfliktů v hostitelské komunitě a komercializace kultury, víry a umění. (Goeldner, Ritchie, 2014)

Trh cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu má svá specifika, která vyplývají z charakteru cestovního ruchu. Převážně se jedná o trh služeb, které jsou místně vázány v závislosti na přírodních a kulturně-historických atraktivitách. Trh je ovlivňován sezonností, kterou určují klimatické podmínky a rozložení fondu volného času během roku. Dalším specifikem je komplexnost zážitků, které účastník cestovního ruchu požaduje. Musí tedy docházet ke kooperaci komplexního řetězce služeb, který zajišťuje produkty. Mezinárodní charakter služeb je ovlivňován liberalizací trhu a rozvojem moderních technologií. Kritéria vymezení trhu cestovního ruchu z pohledu nabídky a poptávky tvoří prostorový, sezonní, věcný a personální aspekt. Tržními subjekty, které jsou nositeli nabídky a poptávky na trhu jsou domácnosti (návštěvníci), firmy (poskytovatelé služeb) a stát (veřejná správa). Směnu mezi subjekty zajišťují tržní objekty cestovního ruchu. Mezi objekty patří nehmotné statky (služby) a hmotné statky (zboží). (Palatková, Zichová, 2014)

Řízení cestovního ruchu

Plánování a řízení cestovního ruchu hraje klíčovou roli v rozvoji udržitelného turismu. Aby bylo možné dosáhnout celkového výsledku organizovanosti cestovního ruchu, je nutné začlenit turismus do ostatních ekonomických sektorů a aktivně propagovat marketing v destinaci. Vedení a regulace systému rozvoje zabezpečí ochranu vzácných zdrojů a vytvoří harmonické sociální i kulturní vztahy mezi turisty a místním obyvatelstvem. Plánování cestovního ruchu má velký potenciál k tomu, aby byly minimalizovány negativní efekty, maximalizována ekonomická návratnost investic v destinaci a vybudován pozitivní přístup místního obyvatelstva k cestovnímu ruchu. V případě, že by cestovní ruch nebyl vhodně plánován, docházelo by k neřízenému a neefektivnímu rozvoji, který by způsobil negativní sociální a ekologické dopady. (Williams, Lew, 2015)

3.2 Kulturní cestovní ruch

Kulturní cestovní ruch je významnou formou cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni poznáváním kulturního dědictví a kultury dané země. Cílem návštěvníků jsou kulturní aktivity, především historické stavby. (Pásková, Zelenka, 2002)

Podle Světové organizace cestovního ruchu (2005) je kulturní cestovní ruch definován jako pohyb osob za kulturními atrakcemi mimo místo trvalého bydliště s cílem uspokojit potřeby spojené se získáním nových informací a zážitků.

Kulturní cestovní ruch umožňuje uspokojování potřeb lidí, které motivuje poznávání kulturního dědictví a způsob života rezidentů v navštíveném místě. Cílem návštěv jsou kulturní pamětihodnosti, muzea, galerie, výstavy, hudební, divadelní a filmové festivaly, archeologická naleziště, společenské nebo náboženské akce. Mezi další formy se řadí i studium v zahraničí, odborné stáže nebo letní univerzitní kurzy.

Účastníci kulturního cestovního ruchu získávají informace o historii a kultuře daného místa, ale i přehled o sociální a ekonomické situaci, čímž naplňují své potřeby vzdělávat se, ale i účelně trávit svůj volný čas. (Hesková, 2006)

I když existuje mnoho různých definic pro pojem kulturní cestovní ruch, je možné najít i znaky, které jsou společné. Všichni účastníci mají zájem o kulturu a navštěvují kulturní události a kulturní zařízení. Informace získávají od kvalifikovaných průvodců nebo z médií. Účastníky kulturního cestovního ruchu je možné specifikovat do dvou kategorií. Prvním typem je specifický účastník, jehož hlavním motivem k cestování je kultura v širším pojetí. Druhým typem je obecný účastník, pro kterého kultura představuje pouze doplněk k dalším aktivitám během cestování. (Tittelbachová, 2011)

Kulturní turismus lze rozdělit podle tří kritérií, které ovlivňují tvorbu nabídky.

Kulturní zdroje

Mezi kulturně-historické objekty, zařízení a kulturní scény se řadí: hrady, zámky, kostely, synagogy, parky, zahrady, bitevní pole, vojenské objekty, pomníky, hřbitovy, muzea nebo výstavní prostory. (Tittelbachová, 2011)

Kulturní prostor/region

V daném prostoru v rámci města, krajiny nebo průmyslového území je možné poskytovat služby spojené s kulturními atraktivitami. (Tittelbachová, 2011)

Organizační formy

Organizační rámec tvoří formy kulturního turismu jako například: průvodcovské služby, média, nabídka, poptávka nebo studijní cesty. (Tittelbachová, 2011)

Aby byl kulturní cestovní ruch trvale udržitelný, je nutné průběžně pozorovat a hodnotit pozitivní i negativní dopady turismu. Příliv turistů do daného regionu posiluje soudržnost komunity a obnovuje tradice a řemesla. Města a obce prochází revitalizací a příliv turistů zajistí finance na obnovu nebo rekonstrukce kulturního dědictví. Také dochází k podpoře zaměstnanosti v daném regionu a ke vzdělávání mladších generací. Oproti tomu je nutné věnovat pozornost negativním dopadům, které mohou kulturní cestovní ruch ohrozit. Neřízený způsob organizace cestovního ruchu způsobí poškozování kulturních památek a ztrátu historické pravdivosti. Narušení sociálně-ekonomických vazeb místních obyvatel může vyvolat až přemísťování tradičních rezidentů. Negativním jevem je i nedostatečné plánování rozvoje kulturní turistiky, které vyvolá konflikty mezi správci kulturních památek a podnikatelským sektorem. (Lord Culture Consulting, 2002)

Kulturní globalizace

Kulturní cestovní ruch byl v minulosti spojován především s tzv. vysokou kulturou, o kterou se zajímali pouze kulturně vzdělaní lidé. V dnešní době kulturní cestovní ruch zahrnuje mnoho populárních kulturních zajímavostí, sportovní aktivity, kulturní dědictví, odkaz na minulost a také zachycuje každodenní život místních obyvatel v destinaci. Zdroje kulturního cestovního ruchu, které v minulosti představovalo stálé hmotné kulturní dědictví, se rozšířilo na nehmotné a snadno přemístitelné produkty dnešní moderní doby. S těmito změnami souvisí globalizace, při které dochází ke zvýšení integrace mezi ekonomickými, sociálními a kulturními systémy a cestovní ruch je vnímán jako výsledek globalizačních procesů. Rychlé změny kulturních znaků společnosti v celosvětovém měřítku vedou ke změnám místních kultur a identit. Tento proces je nazýván jako kulturní globalizace. (Richards, 2007)

3.2.1 Kulturní cestovní ruch ve 21. století

Formy kulturního cestovního ruchu se neustále vyvíjí. Na základě všeobecných trendů cestovního ruchu dochází ke změnám preferencí a chování lidí, což ovlivňuje nabídku cestování. Na trhu také dochází ke změnám ve společnosti, ekonomice nebo životním stylu, což způsobuje vytváření nových směrů a trendů v kulturním cestovním ruchu. Jelikož se cestování stává běžnou součástí života, je nutné se novým trendům přizpůsobovat a vytvářet vhodnou nabídku služeb a produktů cestovního ruchu. (Kesner a kol., 2008)

Proces demografie zobrazuje nárůst osob ve vyšším věku s vyššími příjmy, jehož důsledkem pro kulturní cestovní ruch je rostoucí poptávka po kvalitě, pohodlí a specializaci na jednotlivce. Poptávka seniorů se zaměřuje na vzdálenější destinace, spíše mimo hlavní sezonu, ale částečně i na kratší víkendové pobyty. Faktor zdraví ovlivňuje rozhodování při volbě cílové destinace a chování během pobytu v zahraničí. Roste popularita aktivní dovolené. Trend zvýšené průměrné úrovně vzdělanosti se v kulturním cestovním ruchu projevuje velkým zájmem o umění, historii, kulturu a výchovné a duchovní hodnoty. (Kesner a kol., 2008)

Organizace volného času znamená nárůst krátkodobých dovolených a zkušenosti s cestováním umožňují opakované návštěvy destinací. V rámci kulturního turismu je kladen větší důraz na poměr kvality a ceny i specializaci produktů dle životního stylu turistů. (Kesner a kol., 2008)

Dalším trendem 21. století je využívání informačních technologií. Nákup turistických produktů a služeb na internetu roste a způsobuje vyšší konkurenci na trhu cestovního ruchu. Dopravní situace se vyvíjí ve prospěch využívání rychlostních vlaků a nízkonákladových leteckých přepravců z důvodu vysoké koncentrace na silničních komunikacích. Lepší dostupnost vlakových a leteckých spojení znamená stimulaci poptávky po krátkodobějších pobytech. Uvědomování si významu kvality života a udržitelnost životního prostředí vyzdvihuje destinace, které mají podporu místního obyvatelstva. (Kesner a kol., 2008)

Dle statistických údajů Evropské komise (2015) byly v rámci Evropské unie a České republiky zjištěny hlavní důvody pro cestování v roce 2014. Kultura byla významným motivem pro 27% respondentů v rámci EU 28 a pro 26% respondentů v rámci České republiky. V celkovém hodnocení byla kultura jako motiv pro cestování na 4. místě. Z výzkumu vyplynulo, že na předních příčkách hodnocení důvodů pro dovolenou bylo: slunce nebo pláž, návštěva rodiny, přátel či příbuzných a příroda. Dalšími méně důležitými motivy byly: městské výlety, wellness, lázně či zdravotní péče, sportovní aktivity a specifické akce. Z průzkumu také bylo zjištěno, že více než polovina respondentů si dovolenou zařídila s využitím internetu, dále prostřednictvím známých, v cestovní kanceláři, telefonicky nebo přímo v místě dovolené.

Kultura byla v roce 2014 nejdůležitějším motivem pro cestování pro obyvatele Malty (34%). Také respondenti z těchto států: Belgie (42%), Rakousko (38%), Estonsko (37%), Lucembursko (36%) a Nizozemí (35%) uvedli kulturu jako významný důvod cestování. Oproti tomu nejmenší roli hraje kultura při cestování pro státy: Řecko (12%), Slovinsko (13%), Bulharsko (14%) a Moldavsko (14%). (Evropská komise, 2015)

3.3 Regionální rozvoj

Regionální rozvoj je vědní disciplína, která zkoumá prostorová, sociální, politická, ekonomická a další hlediska při vývoji určitých území. Tato konkrétní území, nazývané jako regiony, mají odlišnou polohu, velikost, povahu a význam. Region je nejen hlavním předmětem zkoumání regionálního rozvoje, ale i územím, ve kterém se realizuje regionální politika. (Krejčí a kol., 2013)

3.3.1 Regionální politika

Regionální politika je definována jako *soubor cílů, opatření a nástrojů vedoucí ke snižování příliš velkých rozdílů v socioekonomické úrovni jednotlivých regionů*. (Wokoun a kol., 2008, s. 29)

Cílem regionální politiky je dosažení ekonomického růstu a zlepšení sociálního rozdělení ekonomických efektů. Tyto dva cíle jsou na sobě vzájemně závislé. (Wokoun a kol., 2008)

Wokoun a kol. (2008) se domnívá, že regionální politika tvoří všechny veřejné intervence, které vedou k lepšímu geografickému rozdělení ekonomických činností a probíhají v následujících pěti fázích:

- definování regionálních problémů, včetně jejich původu,
- definování kvantifikovatelných cílů,
- definování strategie,
- identifikace nástrojů, které budou použity,
- vyhodnocení použité politiky.

Je tedy patrné, že regionální politika ovlivňuje hospodářskou strukturu v regionech s cílem zlepšit efektivnost hospodářské politiky. Ve snaze redukovat mezinárodní odlišnosti je podporován rozvoj problémových regionů. Problémy mohou být způsobeny některým z faktorů ekonomické i neekonomické povahy. Konkrétně se jedná například o relativně nízkou mobilitu pracovních sil a kapitálu, geografickou odlehlost, nedostatečné přírodní zdroje, nevyhovující ekonomickou strukturu či psychologické faktory. Příliš velké rozdíly mezi regiony jsou nežádoucí, protože způsobují závažné sociální a politické nerovnosti. Snižování disparit a efektivní alokaci regionálních zdrojů mají na starost veřejné autority (místní i regionální orgány a vláda). (Wokoun a kol., 2008)

Nástroje regionální politiky

Z cílů regionální politiky jsou odvozovány nástroje regionální politiky. Nástroje se zaměřují na získání kapitálu a podnikatelských aktivit do regionu a využití vnitřních rozvojových zdrojů či stabilizaci obyvatelstva v regionu. Rozdělují se na dvě hlavní skupiny: makroekonomické nástroje a mikroekonomické nástroje. Makroekonomické nástroje jsou značně omezeny inflací, vyrovnaností platební bilance či realizací cílů agrární politiky. Prostřednictvím fiskální politiky dochází k meziregionální redistribuci systému daní a odvodů i struktury výdajů státního rozpočtu. Vyspělé regiony do státního rozpočtu přispívají nadprůměrně, zatímco méně vyspělé regiony s nízkými příjmy obyvatelstva i firem přispívají se sníženou daňovou sazbou. Monetární politika usnadňuje přístup k úvěrům ve vybraných regionech a protekcionismus ovlivňuje dovoz prostřednictvím dovozních cel a limitů v upadajících regionech. Mikroekonomické nástroje mají vliv při rozhodování ekonomických subjektů o jejich prostorové lokalizaci. Nástroje jsou

rozděleny podle pohybu pracovních sil a kapitálu v prostoru. Realokace pracovních sil probíhá na principu úhrady nákladů na stěhování, výkup nemovitostí či podpoře při nákupu nového bytu. Realokace kapitálu se týká levných půjček, snížení daní nebo subvencí na pracovní sílu. (Wokoun, Mates, 2006)

Podpora rozvoje cestovního ruchu jako specifický nástroj regionální politiky

Důležitým nástrojem na podporu rozvoje cestovního ruchu v rámci regionální politiky je spolupráce soukromého, veřejného a neziskového sektoru společně s občany regionu. Toto partnerství reprezentuje právnické a fyzické osoby s místní správou a jejich kooperaci při dosahování společných cílů, případně i k řešení společných problémů. Aby byla spolupráce efektivní, je zapotřebí stanovit systém řízení cestovního ruchu ve více rozhodovacích úrovních. Na základě legislativních norem a vhodně stanovených odpovědností za dané úrovně všech sektorů je možné kvalitně řídit dané území. Pro rozvoj cestovního ruchu je také podstatné, aby měla destinace vhodné přírodní a kulturní předpoklady, infrastrukturu a systém služeb pro cestovní ruch. Pokud jsou tyto předpoklady splněny, je možné do této destinace nalákat návštěvníky, které využijí i ubytovací, stravovací, dopravní nebo průvodcovské služby. (Wokoun, Mates, 2006)

Mezi další atraktivitu, které zajistí destinaci výjimečnost, mohou být kulturní památky, přírodní jedinečnosti, ale i pořádání kulturních nebo sportovních akcí. Tímto vznikne nový produkt destinace, který je v regionu nabízen. Aby všechny subjekty spolupracovaly a spoluvytvářely nabídku, je nutné řídit se zásadami destinačního managementu. V regionech je tento systém řízení uplatňován hlavně v programech na rozvoj regionálního cestovního ruchu České republiky. (Wokoun, Mates, 2006)

Destinační management je definován jako *soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci*. (Pásková, Zelenka, 2002, s. 60) Produkty cestovního ruchu, které vzniknou jako výsledek z těchto činností, jsou udržitelné a společně sdílí značku kvality, logo, informační systém, sběr statistických dat a vytváří partnerství všech sektorů cestovního ruchu.

Aby byla spolupráce v rámci destinačního managementu efektivní, musí být zvoleny relativně jednoduché cíle pro určitý omezený počet subjektů. Za úspěšnou kooperací také stojí budování vzájemné důvěry mezi subjekty, což je většinou dlouhodobý proces. Řízení destinací může probíhat na třech úrovních. Prvním typem je spolupráce mezi podnikatelskými subjekty, které je typické pro vyspělé destinace na národní úrovni. Druhou úroveň tvoří spolupráce mezi veřejnoprávními subjekty, při které kooperují kraje a obce na lokální nebo regionální úrovni. Třetí možností je partnerství veřejné a soukromé. (Wokoun, Mates, 2006)

3.4 Region

Region je charakterizován jako územní celek, který je možné vyčlenit z širšího území podle jednoho či více kritérií. Kritéria jsou určena podle toho, zda se jedná o ekonomický, informační nebo administrativní účel, případně zda danému území přísluší určitá funkce. Pojem region může být používán i jako synonymum pro lokalitu, okrsek nebo jinou dále nedělitelnou územní jednotku. V rámci regionální politiky je cílem každého regionu dosahovat vyšší efektivity při jeho řízení a podílet se na rozvoji regionu. Odpovědnost za přidělování pravomocí pro řízení regionální politiky mají regionální územní samosprávy. V Evropské unii se pro rozdělení území používá tzv. nomenklatura územních statistických jednotek (NUTS). Každý členský stát Evropské unie tvoří tyto jednotky podle své rozlohy. Vyšší územní jednotky se skládají z určitého počtu nižších územních jednotek. (Lacina, 2007)

Klasifikace jednotek NUTS slouží pro harmonizaci regionálních statistik Evropské unie, vymezení regionálních politik a pro zpracování ekonomických analýz regionů. Obecně jsou jednotky NUTS v České republice vymezeny ve škále NUTS 0 až NUTS 3. Jednotce NUTS 0 odpovídá administrativní jednotka Česká republika, NUTS 1 celé území České republiky, NUTS 2 sdružené kraje (regiony soudržnosti) a NUTS 3 kraje. Do roku 2007 existovaly také jednotky NUTS 4, které reprezentovaly okresy a NUTS 5, které byly vedeny jako obce. Tyto jednotky však byly v roce 2008 přejmenovány na jednotky LAU 1 a LAU 2. Zkratka LAU označuje místní samosprávné jednotky. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014)

V tabulce č. 1 lze vidět počet administrativních jednotek v České republice. Najdeme zde v rámci 1 státu a 1 území celkem 8 regionů soudržnosti, 14 krajů, 76 okresů + 15 pražských obvodů a 6249 obcí.

Tabulka č. 1: Rozdělení administrativních jednotek v České republice

Úroveň	Název	Počet jednotek v České republice
NUTS 0	Stát	1
NUTS 1	Území	1
NUTS 2	Regiony soudržnosti	8
NUTS 3	Kraje	14
LAU 1	Okresy	76 + 15 pražských obvodů
LAU 2	Obce	6249

Zdroj: Vlastní zpracování podle Ministerstva pro místní rozvoj, 2016

Tabulka č. 2 přibližuje minimální a maximální počet obyvatel dle administrativních jednotek NUTS. V úrovni NUTS 1 byl počet obyvatel stanoven v rozmezí 3 000 000 – 7 000 000, v úrovni NUTS 2 v rozmezí 800 000 – 3 000 000 obyvatel a v úrovni NUTS 3 v rozmezí 150 000 – 800 000 obyvatel.

Tabulka č. 2: Rozdělení administrativních jednotek podle počtu obyvatel

Úroveň	Minimální počet obyvatel	Maximální počet obyvatel
NUTS 1	3 000 000	7 000 000
NUTS 2	800 000	3 000 000
NUTS 3	150 000	800 000

Zdroj: Vlastní zpracování podle Ministerstva pro místní rozvoj, 2016

Regiony lze vymezovat podle přírodních podmínek, ekonomických struktur, demografického hlediska, nízkých mobilít pracovních sil a kapitálu nebo politických a psychologických faktorů. Podle účelového vymezení existují administrativní a účelové regiony. Na celém území státu jsou vymezeny administrativní regiony, ve kterých fungují vztahy podřízenosti a nadřízenosti. Tyto regiony musí být časově stabilní. Oproti tomu účelové regiony řeší problémy kvality životního prostředí nebo problémy ekonomické zaostalosti a jsou řízeny specifickým orgánem. Tvoří je například: chráněné krajinné oblasti, národní parky, přírodní rezervace nebo hospodářské zóny. Oba typy regionů mohou být homogenní regiony s totožnými znaky nebo heterogenní regiony, které vytváří vzájemně propojené jednotky různých velikostí. (Lacina, 2007)

Podle ekonomické výkonnosti se regiony označují jako růstové, které mají ideální podmínky pro rozvoj malých a středních podniků, stagnující a problémové, jejichž ekonomická výkonnost je velice nízká. (Lacina, 2007)

Regiony cestovního ruchu v České republice

Pro rozvoj cestovního ruchu v regionu byly v České republice vymezeny administrativně správní regiony a regiony cestovního ruchu. Rozloha a hranice administrativně správních regionů byla stanovena politickým rozhodnutím. Oproti tomu regiony cestovního ruchu nemají vymezené hranice a nevznikly na základě politického rozhodnutí. Mají však danou minimální rozlohu, vybavenost a zároveň lokalizační, realizační a selektivní předpoklady cestovního ruchu. Tyto územní celky jsou charakterizovány přirozeně vytvořenou hranicí v horské krajině nebo prochází přes vodní toky. V tomto území se také nachází historické památky a umělecké artefakty. Pro racionální rozvoj cestovního ruchu je důležitá

spolupráce obou typu regionů. Nutno však podotknout, že administrativní regiony mají větší odpovědnost a přístup k finančním zdrojům na podporu cestovního ruchu. Proto jsou považovány za důležitější územní celky. (Plzáková, Studnička, 2014)

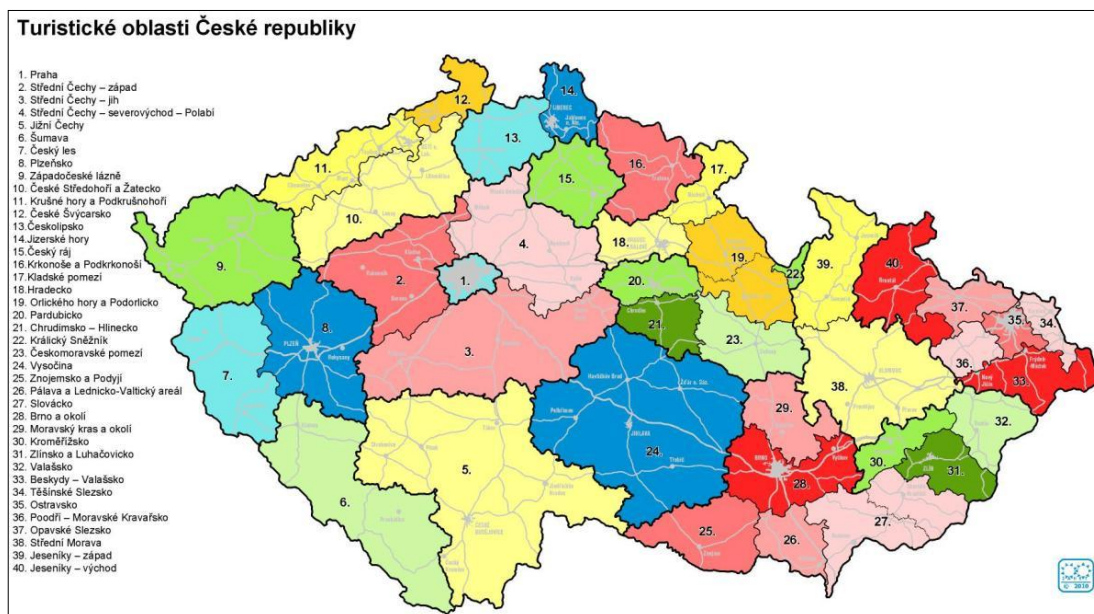
Regiony cestovního ruchu mají význam i pro marketingové účely. V České republice byly turistické regiony vymezeny Českou centrálou cestovního ruchu v roce 1999. Území bylo rozděleno do 15 turistických regionů a 43 turistických oblastí pro domácí cestovní ruch. V roce 2010 spolupracovala Česká centrála cestovního ruchu s Asociací krajů ČR a počet turistických regionů vzrostl na 17 (viz obrázek č. 1). Oproti tomu turistické oblasti byly sníženy na celkový počet 40 (viz obrázek č. 2). (Plzáková, Studnička, 2014)

Obrázek č. 1: Turistické regiony České republiky



Zdroj: CzechTourism, 2016

Obrázek č. 2: Turistické oblasti České republiky



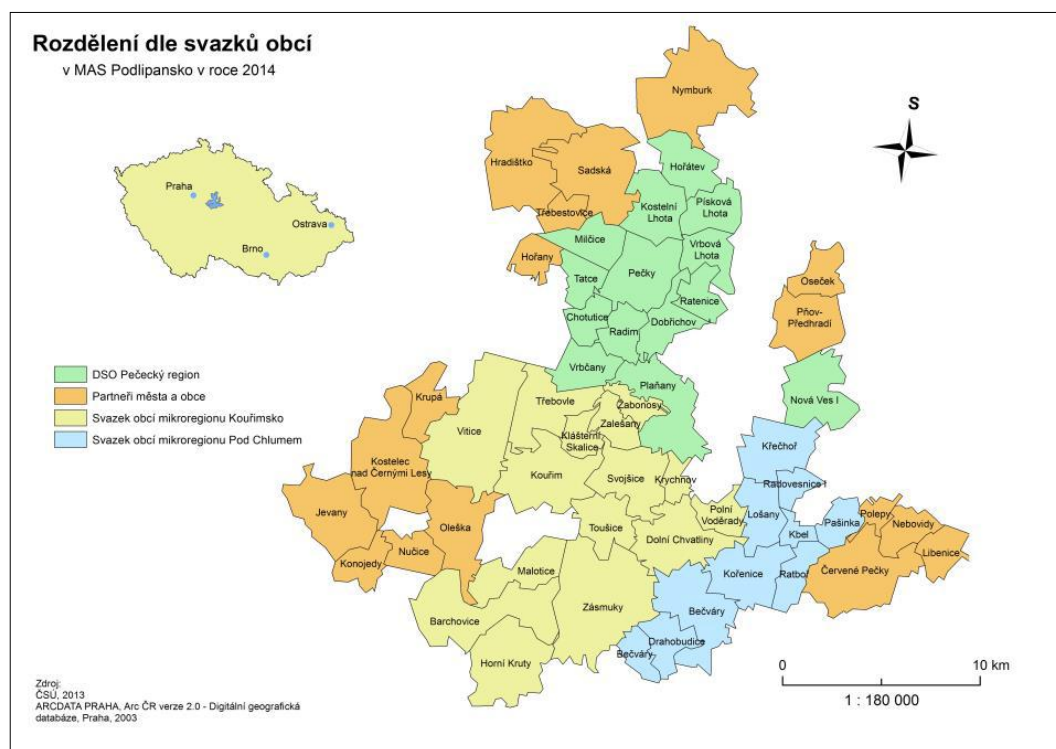
Zdroj: CzechTourism, 2016

3.4.1 Region Podlipansko

Region Podlipansko se nachází ve Středočeském kraji a zahrnuje území okresů Kolín a Nymburk. Z hlediska členění do turistických oblastí patří do oblasti Střední Čechy - severovýchod - Polabí. Území tvoří úrodná venkovská oblast, která je hojně zemědělsky využívána a vytváří tzv. most mezi oblastmi Polabí a Posázaví. Jelikož se zde nevyskytují žádné velké průmyslové lokality, je tato venkovská krajina ekologicky hodnotná a turisticky atraktivní. Historické památky se nacházejí hlavně v jižní části regionu. (MAS Podlipansko, 2014)

Region tvoří převážně středně velké venkovské obce s počtem méně než 1000 obyvatel a pouze pět obcí má počet obyvatel více než 1000. Podlipansko se skládá z dobrovolného svazku obcí Pečecký region, svazku obcí mikroregionu Kouřimsko, svazku obcí mikroregionu Pod Chlumem a partnerských měst a obcí - Sadská, Kostelec nad Černými Lesy a Červené Pečky (viz obrázek č. 3). Do regionu patří i pět statutárních měst: Kolín, Nymburk, Říčany, Poděbrady a Český Brod. Rozloha regionu je 485 km² a v roce 2013 zde žilo 56 776 obyvatel. (MAS Podlipansko, 2014)

Obrázek č. 3: Svazky obcí na území Podlipanska



Zdroj: Strategie komunitně vedeného místního rozvoje území MAS Podlipansko, 2014

Podle ekonomického i přírodního potenciálu se region Podlipansko rozděluje na dvě části. Severní část je typickou průmyslovou oblastí s intenzivní zemědělskou produkcí. Pro jižní část regionu, kterou tvoří lesy a rybníky, je charakteristická extenzivní zemědělská výroba. Tato část regionu slouží především pro rekreaci, neboť se zde nachází turistické atraktivity. V této oblasti by bylo vhodné vytvářet nabídku turistických víkendových balíčků, které by do této části regionu přilákaly návštěvníky. (MAS Podlipansko, 2014)

Rozvoj cestovního ruchu v regionu Podlipansko

V regionu Podlipansko působí Místní akční skupina Podlipansko od roku 2005. Na založení se podíleli zástupci veřejné správy, neziskové organizace, podnikatelé, ale i dobrovolníci. Cílem místní akční skupiny je podpora partnerství, spolupráce, rozvoj regionu a propagace cestovního ruchu. Skupina spolupracuje i se sousedními regiony Pošembeří a Zlatý pluh Polabí a s podnikateli. Místní akční skupina se podílela na realizaci mnoha projektů. Vznikla například Středočeská naučná ovocná cyklostezka nebo cyklostezky mezi obcemi Ratenice a Pečky či mezi obcemi Kostelní Lhota a Písková

Lhota. Mezi další činnosti skupiny patří publikace propagačních materiálů, map, průvodců a pohlednic. Region propagují prostřednictvím médií a na svých internetových stránkách www.mas.podlipansko.cz. (MAS Podlipansko, 2014)

Na území Podlipanska je možné najít dvě turistická informační centra, která splňují kritéria agentury CzechTourism. Jedná se o informační centrum v Nymburce a Kouřimi. Další dvě turistická informační centra, bez certifikace CzechTourism, se nacházejí v Kostelci nad Černými Lesy a Pečkách. V regionu je i dalších 19 míst s nabídkou informačních materiálů o Podlipansku. Počet ubytovacích a stravovacích zařízení odpovídá typickému venkovskému osídlení. V roce 2013 bylo v regionu 456 poskytovatelů stravovacích služeb a pohostinství a 18 subjektů poskytující ubytovací zařízení. V regionu je možné najít téměř 500 nemovitých památek. Také jsou zde evidovány technická zařízení a památky a historická muzea s archeologickými sbírkami. Památkové zóny Podlipanska se nalézají ve městech: Kouřim, Kostelec nad Černými lesy a Nymburk. Jedinou národní kulturní památku regionu, což je městské opevnění, najdeme v Kouřimi. (MAS Podlipansko, 2014)

Na území Podlipanska se nachází několik turistických a cyklistických tras, která prochází přes historická a přírodní památky. Konkrétně se jedná o dvě cyklotrasy na Nymbursku, šest cyklotras na Kolínsku a pět cyklotras na Říčansku. Cílem budování cyklostezek je zabezpečení dopravy obyvatel za službami a propojení jednotlivých obcí. Tento způsob dopravy je i ekologicky šetrný k životnímu prostředí. V neposlední řadě jsou značené trasy, které vedou kolem kulturních a přírodních památek, předpokladem pro zatraktivnění a propagaci oblasti. Cyklostezky v Podlipansku vedou převážně po polních cestách a po silničních komunikacích nižších tříd, což zabezpečuje minimalizaci nebezpečí kolize. Nejvíce cyklostezek vede v okolí obou břehů řeky Labe. Vyznačené turistické trasy se vyskytují v okolí Sadské, Hradištka, Kolína a Kouřimi. (MAS Podlipansko, 2014)

V roce 2008 byla v Podlipansku zavedena Regionální značka Polabí – regionální produkt. Toto specifické označení pro místní výrobky dokazuje, že v regionu vznikají certifikované produkty. Turisté si v regionu mohou tyto produkty zakoupit a podpořit tím výrobce v regionu. Cílem certifikace výrobků je zviditelnění regionu a vytvoření typických

suvenýrů pro tuto oblast. Specifické označení výrobků také zamezí případnému zneužití názvů nebo symbolů regionu Polabí. (MAS Podlipansko, 2014)

3.5 Kulturní akce

České označení pro událost s kulturní tematikou, nazývané jako kulturní akce, pochází z anglického slova event. Tento anglický pojem je podle Šindlera (2003) velmi obtížné interpretovat a převést do jiného jazyka, ale domnívá se, že podle Bertranda Russela a Alfreda Whiteheada je ve filozofickém pojetí možné použít definici: „*Obecně je jako event označováno to, co se odehrává v určitém čase na určitém místě.*“ (Šindler, 2003, s. 21) Jako synonyma pro pojem event se podle německého výkladového slovníku Landgenscheidt nebo podle anglicko-českých slovníků používají slova: událost, zážitek, prožitek, příhoda, případ nebo představení. Šindler (2003) také pojem event interpretuje podle Bruhna a Indena, kteří event popisují jako zvláštní představení (událost) nebo výjimečný zážitek prožívaný všemi smyslovými orgány vybraných příjemců v určitém místě.

Mnoho autorů používá pojem event také v souvislosti s event marketingem. Společné znaky pro event marketing a event jsou: zvláštní představení, výjimečná událost, prožitek vnímaný více smysly a komunikované sdělení. Tyto pojmy se podle Šindlera (2003) dají i oddělit. Event je popisován jako komunikační nástroj, oproti tomu event marketing se používá jako forma dlouhodobě trvající formy komunikace, která se využívá v průběhu času. Oficiálně je event marketing charakterizován jako plánování, organizace a inscenace zážitků v rámci firemní komunikace. Zážitky mají vyvolat psychické a emocionální podněty, které podpoří image firmy a její produkty.

Eventy neboli akce se řadí k antropogenním (člověkem vytvořeným) podmínkám cestovního ruchu, které zvyšují potenciál cestovního ruchu. V některých destinacích jsou eventy hlavním motivem pro cestování. (Kotíková, 2013)

Kotíková (2013, podle Kotíková, Schwartzhoffová, 2008) uvádí, že každý event je:

- jedinečný, originální
- vymezený v určitém čase

- spojený s místem konání
- dopředu naplánovaný
- spojen se silným zážitkem
- činitelem, který zvyšuje poptávku a návštěvnost destinace

a má tyto charakteristické znaky:

- místní přesah
- pevný program s přípravnou, realizační a vyhodnocovací fází
- předem stanovený rozpočet
- vyžaduje přítomnost návštěvníků
- na financování a pořádání se v případě větších eventů podílí více subjektů.

V cestovním ruchu mají eventy stále větší význam. Důvodem pro návštěvu dané destinace jsou v současné době eventy jako součást nabídky cestovního ruchu. Eventy mohou být hlavním cílem návštěvníků, kteří vycestují, aby se zúčastnili konkrétní akce nebo navštěvovány turisty, kteří se v dané lokalitě přímo nachází a účast na akci jim pouze rozšiřuje nabídku. (Kotíková, 2013)

Novodobým trendem cestovního ruchu je používat pojem event tourism. Do českého jazyka by se dal přeložit jako cestovní ruch událostí. V zahraniční literatuře je tento pojem běžný, u nás se používá varianta event turismus. Definice event turismu je podle Kotíkové (2013, s. 93, podle Getz, 1997) označována jako *systematické plánování a rozvoj faktorů budujících image atraktivit a destinací*. Účastníci cestovního ruchu jsou motivováni k návštěvě události mimo domov.

Typologie kulturních akcí

Typologie kulturních akcí je velice pestrá. Akce se od sebe odlišují podle obsahu, délky trvání nebo organizace. Nabídka cílového produktu cestovního ruchu je proto zaměřena na různé způsoby pojetí pořádání a průběhu akce.

Podle Kotíkové (2013) je nejdůležitější klasifikovat eventy podle obsahového zaměření.

Kulturní eventy

Základem pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je kultura. Akce spojené s kulturou patří mezi tradiční eventy, kterých se účastní nejen návštěvníci, ale i místní obyvatelstvo. Mezi kulturní eventy se řadí především: festivaly, přehlídky, koncerty, muzikály, divadelní představení nebo akce na hradech a zámcích.

Sportovní eventy

Sportovní fanoušci preferují různé druhy akcí spojené s vrcholovým či rekreačním sportem. Tyto akce mohou být orientovány na návštěvníky nebo účastníky. Jedná se například o mezinárodní nebo reprezentační utkání fotbalu, hokeje, tenisu, dále také maratonské běhy a snowboardové exhibice.

Eventy vycházející z místních zvyků, tradic a historie

Zájem o tuto kategorii eventů výrazně roste. Řadí se sem rekonstrukce bitev, vojenských událostí a historických představení. Zážitkový cestovní ruch je pro diváky zajímavý nejen díky historickým kostýmům účinkujících, ale i připomenutí dějin a uctění památky. Kromě eventů spojených s historickou tematikou sem patří i folklorní akce, festivaly, přehlídky, karnevaly, gastronomické akce nebo události spojené s legendární postavou a mýtem.

Zábavní a společenské eventy

Akce s cílem pobavení bývají divácky atraktivní. Zábavné parky či společenské události nabízí velké množství vyžití pro účastníky všech věkových kategorií.

Náboženské eventy

Církevní svátky, pouti, návštěvy církevních představitelů a setkání věřících probíhaly nejen v dávné minulosti, ale dochovaly se i do doby současné. Cestování spojené s náboženstvím je specifické z pohledu motivace a využití volného času. Avšak patří ke kulturně cestovnímu ruchu a náboženská setkání v evropské kultuře ovlivňují i nevěřící.

Přírodní eventy

Tématem těchto akcí je příroda nebo významný přírodní úkaz.

Specifické eventy

Dalšími typy akcí mohou být specifické eventy v oblasti hotelnictví a gastronomie, například: press trip, fam trip, road show nebo street show. Tyto akce jsou organizovány pro novináře a zástupce touroperátorů s cílem informovat a prezentovat určitý produkt nebo destinaci cestovního ruchu. (Kotíková, 2013)

Kulturní akce je možné členit podle dalších kritérií. Akce se mohou konat uvnitř objektu (indoor) nebo ve venkovním prostoru (outdoor). Pro návštěvníky je hledisko místa konání důležité, jelikož například netradiční místo konání zajistí velkou návštěvnost akce. Eventy konané na hradech, u vodních ploch nebo v zahradách zámků vyzdvihnou běžnou akci na výjimečný zážitek ve specifickém prostředí. Pořadatelskou činnost zajišťuje veřejná správa, neziskové organizace, obchodní společnosti nebo fyzické osoby. Při konání větších akcí většinou dochází ke spolupráci více subjektů a na financování se podílí i sponzoři. (Kotíková, 2013)

Počet návštěvníků je další zásadní hledisko v rámci členění eventů. Mega eventy přilákají více než 500 000 účastníků, velké eventy 100 000 až 500 000 účastníků, střední eventy 10 000 až 100 000 účastníků a malé eventy méně než 10 000 účastníků. Návštěvnost ovlivňuje také to, zda musí účastník uhradit vstupní poplatek nebo má vstup volný. Eventy, na kterých je nutné zaplatit vstupné, se definují jako otevřené (např. koncerty, sportovní akce) nebo uzavřené (např. konference, kongresy). V případě bezplatného vstupu na akci je příkladem otevřeného eventu veřejná oslava Silvestra na náměstí a jako uzavřený event svatba nebo firemní akce. Jak již z daných příkladů vyplývá, otevřený event je určen pro jakéhokoli účastníka, oproti tomu uzavřený event je pouze pro pozvané účastníky. Pro marketingovou komunikaci se zohledňuje členění akcí i podle věku, zájmů nebo odborného zaměření. (Kotíková, 2013)

Dalším kritériem je doba trvání akce. Krátkodobé akce trvají 1 den, střednědobé několik dní a dlouhodobé více než týden. Akce mimořádného významu může trvat i několik týdnů nebo měsíců. Pokud se event koná dlouhodobě, účast na akci je proměnlivá, dochází k opakovaným návštěvám místa, ale i k účasti pouze na několik hodin. Pro rozvoj cestovního ruchu je optimální doba trvání akce několik dní s účastí během celé doby

trvání. Rozdělení podle významu a dopadu na destinaci cestovního ruchu se eventy člení na mezinárodní, regionální, místní nebo značkové. V neposlední řadě je klasifikace možná i podle periodicity realizace, což znamená, že se akce konají každoročně, vícekrát za rok nebo v jiných specifických intervalech. (Kotíková, 2013)

Pořádání kulturních akcí má mnoho pozitivních dopadů na rozvoj destinace. Pokud se významná akce koná během vedlejší sezony cestovního ruchu, stále je návštěvnost destinace zaručena. V případě pravidelně se opakující akce dochází k pozitivnímu ovlivnění image destinace. Při organizaci kulturních akcí je nutné zmenšovat vlivy negativních dopadů, které se mohou projevit vyššími cenami při zásobování, zátěží v dopravní infrastruktuře nebo nadměrné tvorbě odpadů. (Kotíková, 2013)

4 Bitva u Kolína

4.1 Historický vývoj Bitvy u Kolína

Sedmiletá válka je označována jako jeden z významných zlomů v dějinách lidstva. V letech 1756-1763 došlo k 1. celosvětovému válečnému střetnutí v Evropě, Americe, Asii a na oceánech. Ve válce bojovala nejen vojska Rakouska a Pruska, ale i Británie, Francie, Švédsko a Rusko. Důležitou bitvou, která se během sedmileté války odehrála na našem území, byla Bitva u Kolína. (Stellner, 2000)

Na počátku roku 1757 vpadla pruská vojska v čele s králem Fridrichem II. do Saska, což vyvolalo odpor mnoha zemí kontinentální Evropy. Vojenské pluky Rakouska, Francie, Ruska, Švédska a Římsko-německé říše se spojily proti Prusku. Fridrich II. však nečekal na jejich útok a rozhodl se začít postupně bojovat se všemi jeho protivníky. První boj zahájil útokem na Rakousko, které chtělo zpět získat území Slezska ztraceného během slezských válek. V dubnu roku 1757 napadl Fridrich II. rakouská vojska císařovny Marie Terezie a zaútočil na Prahu. Zde došlo k bitvě u Štěrbohol, ve které Prusko porazilo Rakousko a oblehlo Prahu. V této nepříznivé situaci pro Rakousko se císařovna Marie Terezie rozhodla jednat a pověřila do vedení jednoho ze svých nejlepších vojevůdců maršála Leopolda Dauna. Jeho úkolem bylo osvobodit Prahu. Leopold Daun byl zkušený vojevůdce a jako místo střetu s Fridrichem II. nezvolil Prahu, ale oblast u Kolína, kde dříve prováděl svá vojenská cvičení. (Dvořáček, 2011)

Dne 18. června 1757 v 5 hodin ráno zaútočil Fridrich II. na obec Plaňany u Kolína a porazil rakouský předvoj. Leopold Daun proto posílil pravé křídlo jezdeckem a v průběhu dalších bojů vojenské síly postupně přeskupoval. Fridrich II. následně obsadil obec Křečhoř a nápor Pruska kolem 19. hodiny vrcholil. Po chvíli však pruský nápor polevil, proto Leopold Daun neváhal, využil situace a začal protiútokem. Pruská vojska neudržela linie a začala ustupovat, což znamenalo konec bitvy ve prospěch Leopolda Dauna a jeho rakouské armády. Fridrich II. po porážce přestal obléhat Prahu a z Čech ustoupil. Ačkoli Rakousko bitvu vyhrálo, v bitvě padlo 8 629 vojáků a 359 důstojníků. Prusko ztratilo 13 398 vojáků a 396 důstojníků. (Dvořáček, 2011)

Velitelé bojujících stran

V Bitvě u Kolína bojovala vojska rakouské armády proti vojskům pruské armády. Za vlády Marie Terezie bojovala rakouská vojska pod vedením polního maršála Leopolda Josefa Maria hrabě von Dauna a pruským vojskům velel Fridrich II., král pruský a kurfiřt braniborský. Zatímco rakouská armáda byla po slezských válkách reorganizována a slabší velitelé byli nahrazeni mladšími a schopnějšími důstojníky, Prusové byli zastoupeni staršími důstojníky, kteří bojovali i ve slezských válkách. (Millar, 2007)

Marie Terezie (1717-1780)

Marie Terezie začala vládnout habsburské říši v roce 1740 jako česká a uherská královna. Po korunovaci jejím manželem císařem Svaté říše římské Františkem Štěpánem Lotrinským se stala císařovnou v roce 1745. I když během sedmileté války vojskům na bitevním poli nevelela osobně, podílela se na organizaci tažení habsburské armády. Ve slezských válkách musela čelit porážkám Fridricha II., proto se v období mezi dvěma válečnými střetnutími rozhodla jmenovat nové rádce a rozdrobené země habsburské říše sjednotila reformami. Marie Terezie měla celkový přehled o vojenských záležitostech a svým vojskem byla respektována. Válka pro ni znamenala boj její katolické říše proti vojskům vedeným bezbožným králem Fridrichem II. (Millar, 2007)

Leopold Josef Maria hrabě von Daun (1705-1766)

Leopold Daun byl významný reformátor vojenského systému. Sepsal mnoho nových předpisů pro výcvik rakouské armády a stal se ředitelem Vojenské akademie ve Vídni. V roce 1754 povýšil na polního maršála a o tři roky později se stal vrchním velitelem císařské armády Marie Terezie. Leopold Daun byl schopný velitel, který zvládl účinně manévrovat a zhodnotit terén. V bitvě u Kolína zajistil první vítězství Marie Terezie nad Fridrichem II. (Millar, 2007)

Fridrich II., král pruský a kurfiřt braniborský (1712-1786)

Fridrich II. začal Prusku vládnout v roce 1740. Během slezských válek získal vojenskou převahu nad Rakouskem a zvítězil v bitvách u Molvic, Chotusic, Hohenfriedbergu a Žďáru. Nicméně o několik let později byl naopak rakouskými vojsky poražen v Bitvě u Kolína. (Millar, 2007)

4.2 Místa vojenských památek

V místech, kde se odehrála Bitva u Kolína, můžeme najít mnoho pomníků, obelisků, křížů a pamětních desek. Největší památník byl vybudován v roce 1899 a nachází se na návrší u obce Křechoř. Na tomto místě se během války odehrály nejprudší boje. Tento památník byl navržen architektem Václavem Weinzettelem a výzdobu zajistil sochař Mořic Černil. Na vrcholku památníku je umístěna socha říšského dvouhlavého orla jako symbol vítězství Rakouska. Na předním reliéfu památníku je vyobrazena bitevní scéna, která připomíná vojenské nasazení rakouských pluků. Zadní část reliéfu tvoří vyobrazení zbrojnice a výzbroje rakouského vojska. (Dvořáček, 2011) (Millar, 2007)

Obrázek č. 4: Památník Bitvy u Kolína



Zdroj: Obec Křechoř, 2015

Dalším významným památníkem je kamenný obelisk na návrší Bedřichov u Nové Vsi I, který byl pojmenován podle pruského krále Fridricha II. V poslední fázi bitvy bylo toto místo velitelským stanovištěm Fridricha II. a shromaždiště jezdeckta před jejich ústupem. Obelisk byl navržen Václavem Veithem v roce 1840. (Bělina, 1997)

V obci Lošany se nachází hromadný hrob vojáků padlých v bitvě a Kolowratův pomník. Další hromadný hrob pruských vojáků je umístěn v Červených Pečkách. (Plch, Plch, 2014)

4.3 Tradice Bitvy u Kolína

V místech bojiště se každoročně konají vzpomínkové akce a rekonstrukce bitvy, které mají připomenout důležité vítězství Rakouska nad Pruskem během sedmileté války. Zároveň je uctěna památka padlých vojáků, kteří ve válce bojovali. (Dvořáček, 2011)

Kromě každoročních červnových oslav Bitvy u Kolína, je možné v Kolíně celoročně navštívit i expozici bitvy nebo zavítat do míst, kde se bitva odehrála v rámci turistické trasy s názvem Krajem Bitvy u Kolína.

Expozice v Regionálním muzeu Kolín

Regionální muzeum Kolín připravilo v budově Staré farní školy expozici s názvem Bitva u Kolína. V expozici jsou vystaveny portréty historických osobností, obrazy bojových scén, kopie plánů bitvy, palné a chladné zbraně z výzbroje rakouských i pruských vojsk. (Regionální muzeum v Kolíně, 2015)

Turistická trasa Krajem Bitvy u Kolína

Turistická trasa Krajem Bitvy u Kolína vznikla v oblasti, kde se bitva odehrála. Trasa je dlouhá přibližně 20 kilometrů a vede z města Kolín přes obce Křečhoř, Vítězov a Nová Ves I. Cesta směřuje kolem památek, které byly postaveny na počest bitvy. Na návrší obce Křečhoř vede trasa kolem památníku Bitvy u Kolína a pokračuje na vrch Bedřichov u Nové Vsi I, ze kterého pruský král Fridrich II. velel. Nakonec se napojuje na turistickou trasu zpět do Kolína. (Královské město Kolín, 2012)

Po celé délce trasy jsou umístěny informační tabule s historickými popisky průběhu bitvy, mapa trasy a dobové obrázky bitvy. Turistická trasa byla spolufinancována z fondů Evropské unie.

4.4 Organizace 258. výročí oslav Bitvy u Kolína

Na konci června roku 2015 se uskutečnila vzpomínková akce u příležitosti 258. výročí bitvy u Kolína. Pro návštěvníky byl připraven bohatý program v několika obcích, kde se bitva odehrála. Hlavním organizátorem akce byla Iniciativa Sedmiletka, což je sdružení představitelů vojenských jednotek z období sedmileté války. Toto sdružení akci organizovalo poprvé, jelikož v minulých letech byla iniciována nespokojenost s dřívějším pořadatelem.

V letošním roce byla snaha navrátit této významné akci prestiž. Nový pořadatel také akci nazval novým názvem Válka v krajkách – bitva u Kolína 1757, aby bylo možné odlišení od původního pořadatele. Tento název zvolil organizátor také z historického hlediska, protože v minulosti byla sedmiletá válka nazývána jako válka v krajkách. Bitva se totiž odehrála v 18. století, které bylo zdobeno krajkami. Na organizaci se, jako již každoročně, podílely i obce Křechoř, Nová Ves I, Radovesnice I a Lošany. Na akci vystoupilo přibližně 130 účinkujících z 15 vojensko-historických jednotek a klubů vojenské historie. (Kolínský pres, 2015)

4.4.1 Program akce

Vzpomínková akce u příležitosti 258. výročí bitvy se uskutečnila během tří dnů 26. – 28. června 2015. Do programu byly zapojeny všechny obce, které byly bitvou v roce 1757 nějak zasaženy.

V pátek byla akce zahájena v obci Nová Ves I. Zde proběhla názorná ukázka nočního střetu předsunutých stráží. Vojáci se představili v dobových uniformách, které v bitvě oblékli rakouští a prušští vojáci. Páteční program akce obohatily hudebním vystoupením kapely Starostova Dvanáctka a Unikát.

V sobotu dopoledne mohli návštěvníci v obci Radovesnice I shlédnout představení „Jak se žilo pod žezlem Jejího Veličenstva císařovny Marie Terezie.“ Ukázka ze života v 18. století byla doprovázena hudebním vystoupením. Hlavní část sobotního programu se konala v odpoledních hodinách na návrší obce Křechoř. Po 14. hodině se začaly řadit

vojenské jednotky na slavnostní průvod obcí. Po příchodu vojáků k památníku Bitvy u Kolína zazněly projevy hostů a proběhl pietní akt. Poté následovaly velmi hlasité dělostřelecké salvy. Po slavnostním průvodu mohli diváci shlédnout komentované ukázky výcviku vojska doby rokoka „Braniboři v Čechách - umění pruského důstojníka“ a ukázky sokolnictví jakožto vznešeného umění lovu. V 17. hodin bylo možné vidět rekonstrukci bitvy u Kolína. Vojenské jednotky Rakouska se střetly s Pruskem a předvedly hodinovou ukázkou, při které bojovaly o dubový lesík. Názorné představení vojáků v dobových uniformách bylo zakončeno střelbou z děla. Tato část programu byla divácky nejméně atraktivní. Během celého odpoledne také bylo možné zavítat na historické tržiště a navštívit dobové vojenské ležení. Sobotní program byl zakončen lidovou zábavou a zazněly i noční dělostřelecké salvy. V neděli dopoledne se konal pietní akt u hrobu padlých v obci Lošany. (Kolínský pres, 2015)

Obrázek č. 5: Rakouská vojska



Zdroj: Vlastní dokumentace, 2015

Obrázek č. 6: Vojska u památníku Bitvy u Kolína



Zdroj: Vlastní dokumentace, 2015

4.4.2 Financování akce

Na financování akce se podílelo město Kolín a obce, ve kterých se akce konala (Křečhoř, Lošany, Nová Ves I a Radovesnice I). Výše finančního příspěvku byla stanovena podle velikosti obce. Na akci byl vstup zdarma pro veškeré publikum ve všech obcích. V tabulce č. 3 lze vidět, že město Kolín přispělo 50 000 Kč, obec Křečhoř 20 000 Kč a obce Lošany, Nová Ves I a Radovesnice I 10 000 Kč.

Tabulka č. 3: Financování akce

Název města/obce	Finanční příspěvek
Kolín	50 000 Kč
Křečhoř	20 000 Kč
Lošany	10 000 Kč
Nová Ves I	10 000 Kč
Radovesnice I	10 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle OÚ Křečhoř, 2015

4.4.3 Propagace akce

Poslední ročník výročí bitvy u Kolína byl propagován především v tištěných médiích, na internetových stránkách a umístěním venkovní reklamy na tištěné plakáty (viz příloha č. 3). Ve dvou hlavních regionálních novinách (Kolínský deník a Kolínský zpravodaj) byly publikovány články o konání akce. Také na internetových stránkách města Kolín a všech obcí, kde se akce uskutečnila, byly zveřejněny informace o akci a umístěny plakáty. Obyvatelé regionu Kolínsko mohli akci zaznamenat i v pravidelně vydávaných regionálních zpravodajích.

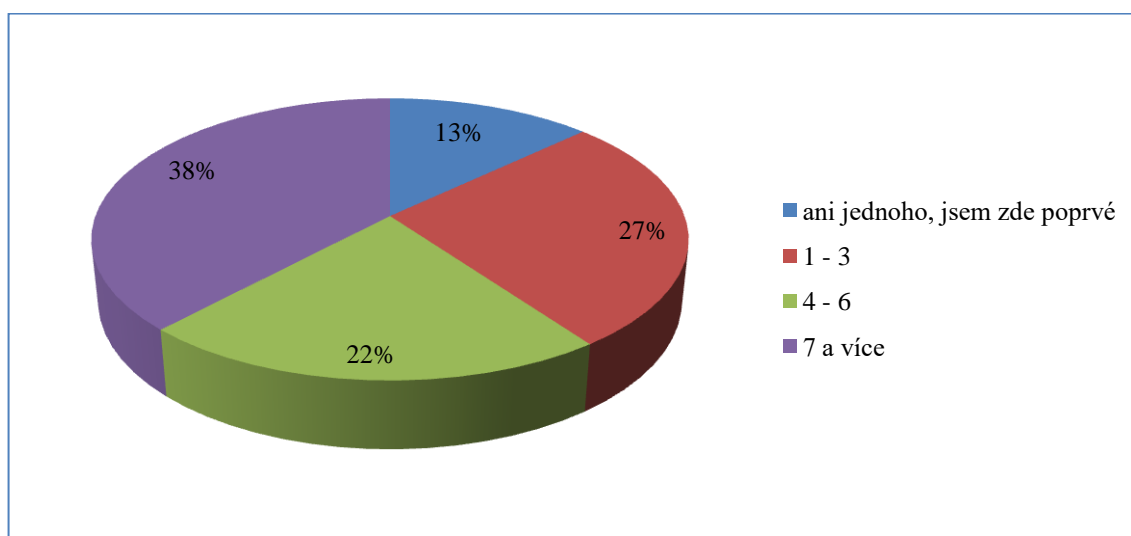
5 Vlastní výzkum

5.1 Dotazník pro návštěvníka akce

5.1.1 Informace týkající se návštěvnosti akce

V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že většina respondentů (38%) je pravidelným návštěvníkem akce a zúčastnili se již 7 a vícekrát. Předchozí ročníky akce navštívilo 27% diváků 1 až 3 krát a 22% diváků 4 až 6 krát. Poprvé se akce zúčastnilo pouze 13% diváků.

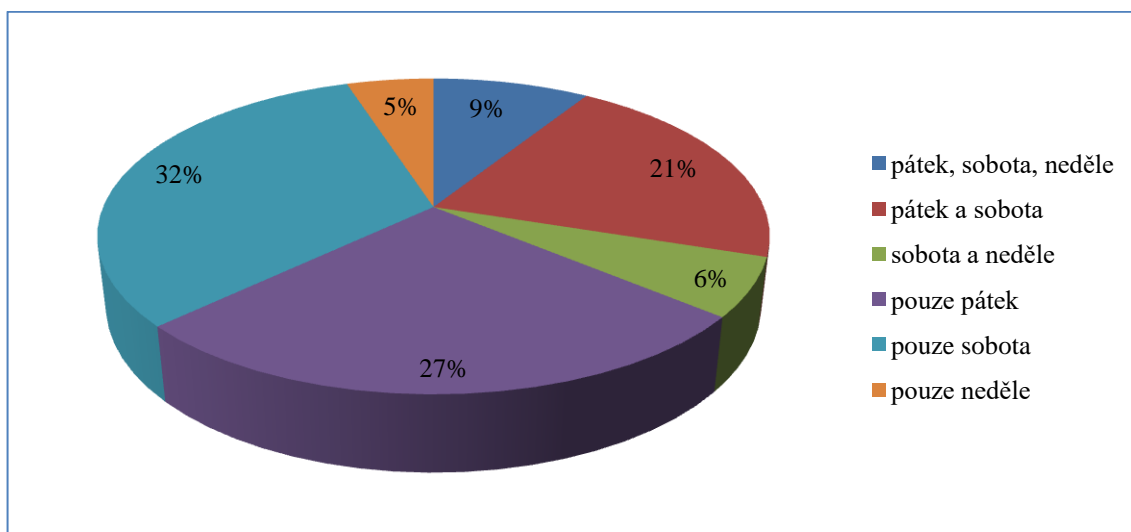
Graf č. 1: Účast na minulých ročnících akce



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Nejvíce respondentů se akce zúčastnilo pouze v sobotu (32%), pouze v pátek (27%) nebo obou dvou dnů (21%). Účast pouze na nedělním programu akce byla velmi malá (5%) a účast zároveň v sobotu a v neděli nepatrně vyšší (6%). Program všech tří dnů akce vidělo 9% z dotazovaných respondentů. Z tohoto zjištění vyplývá, že diváci měli největší zájem o sobotní a páteční program akce.

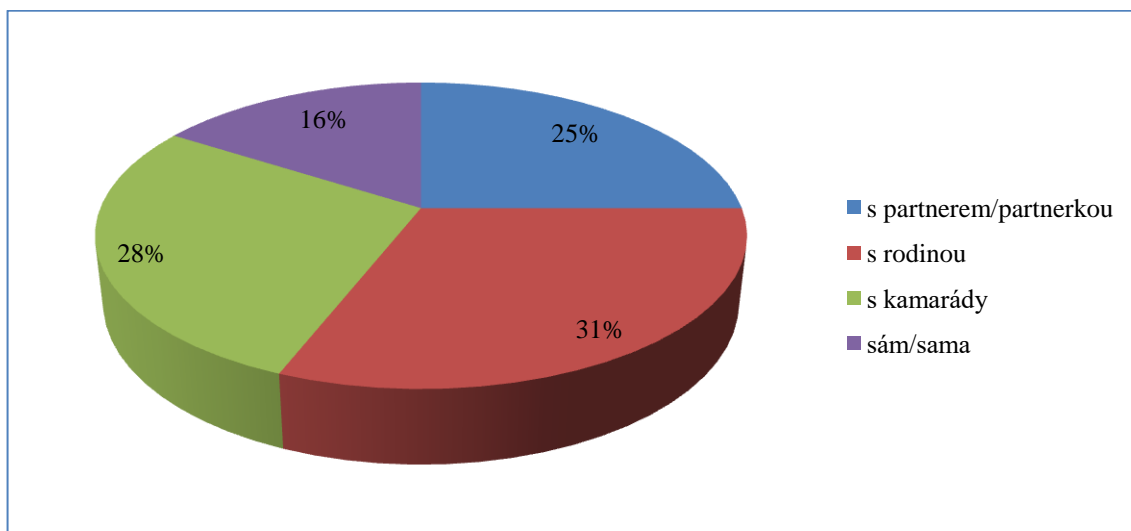
Graf č. 2: Účast na jednotlivých dnech akce



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Z šetření bylo patrné, že na akci dotazovaní přijeli nejčastěji s rodinou (31%), poté s kamarády (28%) a partnery/partnerkami (25%). V šetřeném vzorku přijelo 16% dotazovaných bez doprovodu.

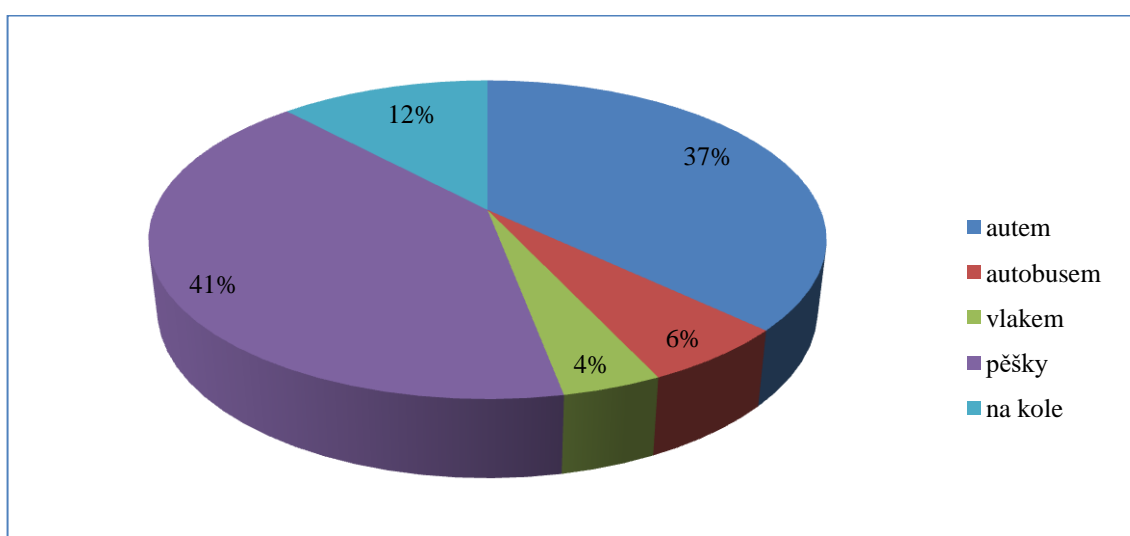
Graf č. 3: Trávení času na akci



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Lze konstatovat, že návštěvníci akce mají trvalé bydliště v okolí akce, jelikož většina z nich dorazila na akci pěšky (41%), případně několik z nich na kole (12%). Autem přijelo 37% respondentů, autobusem 6% respondentů a vlakem pouze 4% respondentů. Pro obyvatele města Kolín byla možnost využít speciální autobusovou linku, která v sobotu ve 13 hodin odvezla kolínské publikum z náměstí Republiky v Kolíně do obce Křečhoř, kde se konal hlavní sobotní program akce. V grafu č. 4 je možné vidět, že tuto možnost využilo 6% z celkového počtu dotazovaných.

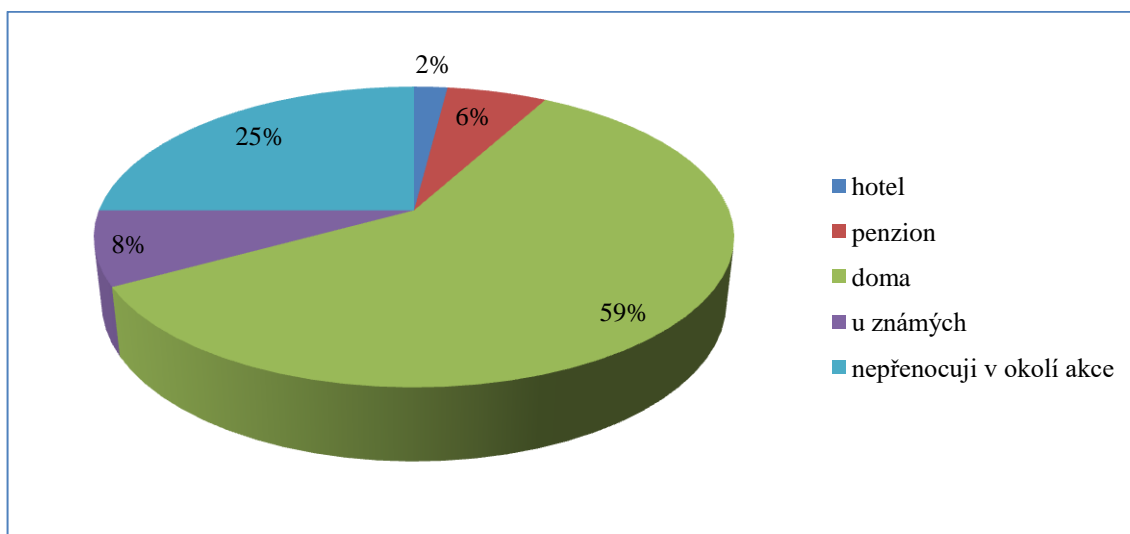
Graf č. 4: Způsob dopravy na akci



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Z výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 59% respondentů přenocovalo doma, 8% u známých, 6% využilo ubytovacích služeb v penzionu a 2% v hotelu. V okolí akce nepřenocovalo 25% respondentů. Z šetření vyplynulo, že ubytovacích zařízení v okolí akce využilo pouze 10% z dotazovaných respondentů. Je tedy zřejmé, že více než polovina dotazovaných bydlí v blízkém okolí akce.

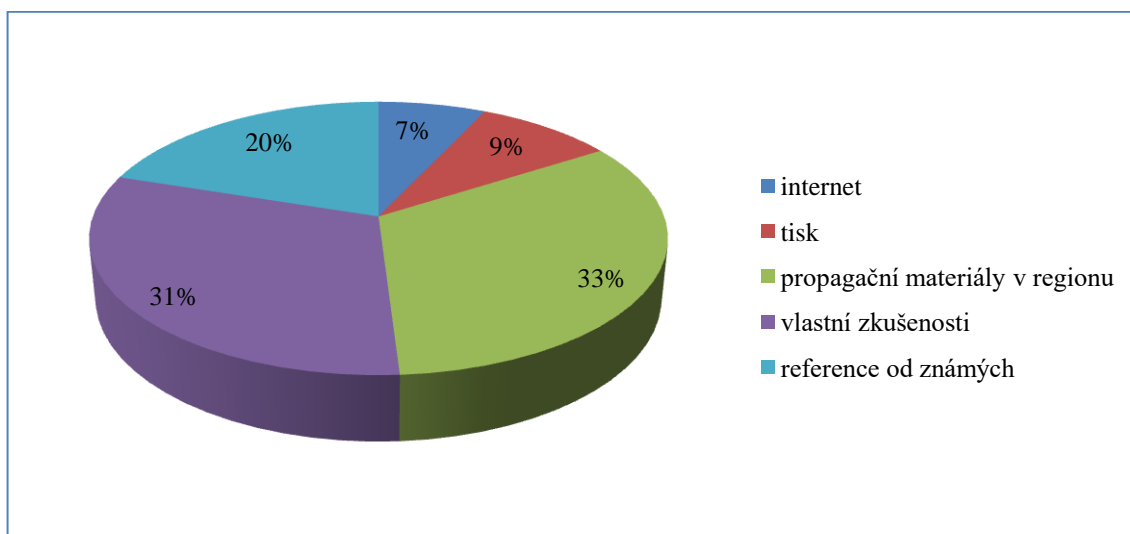
Graf č. 5: Využití ubytovacích zařízení



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

V grafu č. 6 je znázorněno, kde respondenti získali informace o konání akce. Z propagačních materiálů v regionu se o akci dozvědělo 33% respondentů, vlastní zkušenosti o konání akce mělo z předešlých ročníků 31% respondentů a 20% respondentů přijalo reference od známých. Pouze 9% respondentů zjistilo informace o akci z tisku a 7% z internetu. O konání akce bylo možné zjistit informace v regionálních zpravodajích, které byly rozeslány do domovních schránek, v regionálních novinách, internetových stránkách obcí či na tištěných plakátech, které byly umístěny pouze v místech, kde se akce konala.

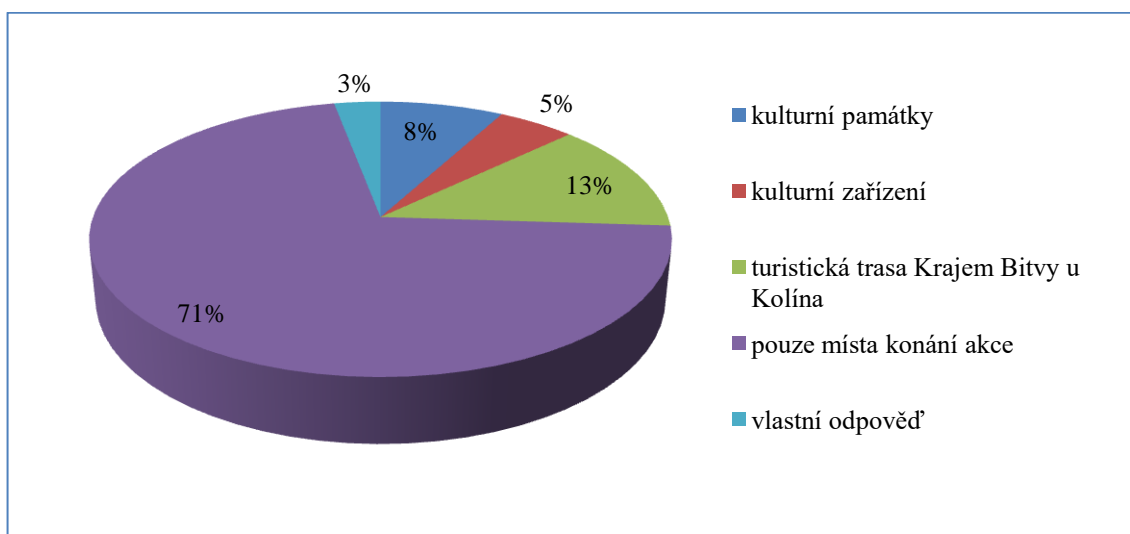
Graf č. 6: Zdroje informací o akci



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Nejvíce respondentů (71%) uvedlo, že během akce navštíví pouze místa, kde se samotná akce koná. Dále respondenti jako svou odpověď označili, že se během akce vydají na turistickou trasu Krajem Bitvy u Kolína (13%), navštíví kulturní památky (8%) nebo kulturní zařízení (5%). 3% respondentů uvedlo, že během akce navštíví kulturní památky, kulturní zařízení i turistickou trasu.

Graf č. 7: Návštěva jiných atraktivit v regionu

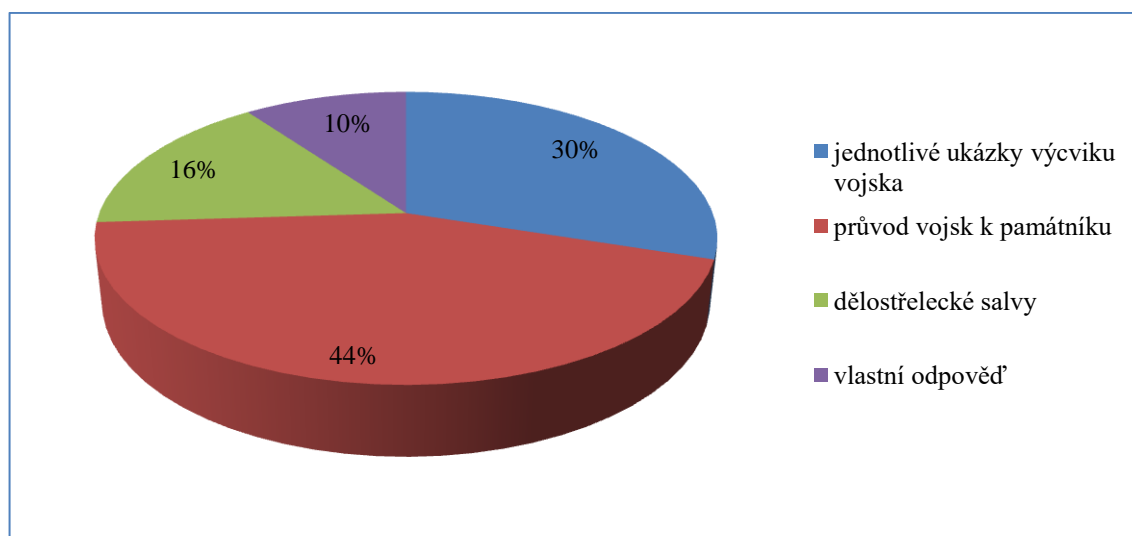


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

5.1.2 Informace týkající se programu a organizace akce

Z hlavního programu akce byl v dotazníkovém šetření nejlépe hodnocen průvod vojsk k památníku (44%). Dále respondenty nejvíce zaujaly jednotlivé ukázky výcviku vojska (30%) a dělostřelecké salvy (16%). V rámci vlastních odpovědí respondenti uváděli, že se jim líbilo dodržování tradice oslav Bitvy u Kolína, atmosféra akce, doprovodné vystoupení dechové hudby nebo vysoká úroveň účinkujících v dobových kostýmech.

Graf č. 8: Nejzajímavější část programu akce

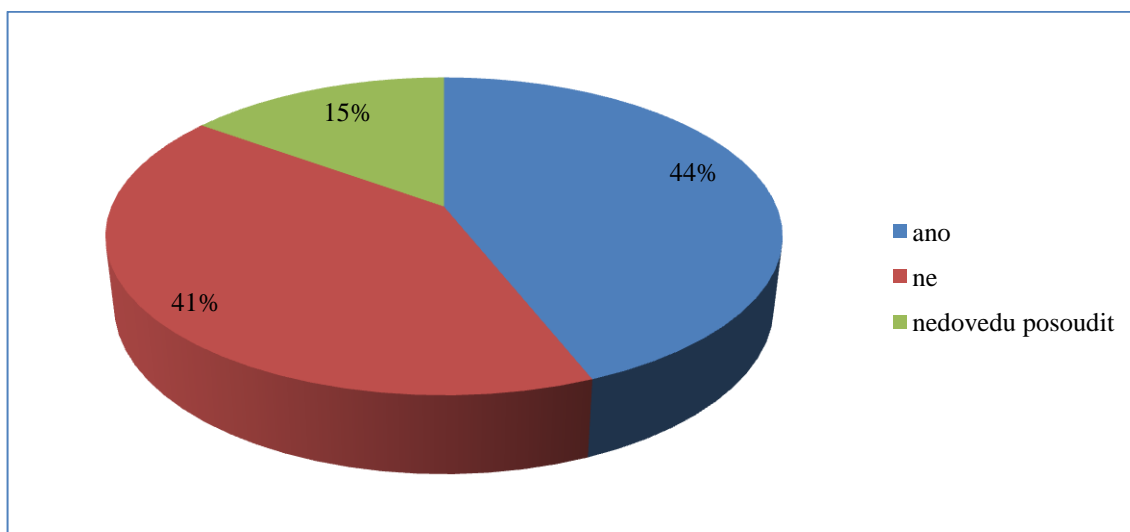


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

V dotazníkovém šetření bylo následně zjišťováno, co se účastníkům na akci naopak nelíbí. Respondenti nebyli spokojeni například s hudebním vystoupením v rámci programu akce, cenami občerstvení, také si stěžovali na nedostatečný počet stánků s občerstvením a čekání ve frontě.

Graf č. 9 znázorňuje, zda je podle respondentů na akci dostatečná nabídka kulturního programu i v případě nepřízně počasí. 44% respondentů uvedlo jako svou odpověď ano, 41% respondentů si myslelo, že není a 15% respondentů nedovedlo situaci posoudit.

Graf č. 9: Dostatečná nabídka kulturního programu v případě nepřízně počasí

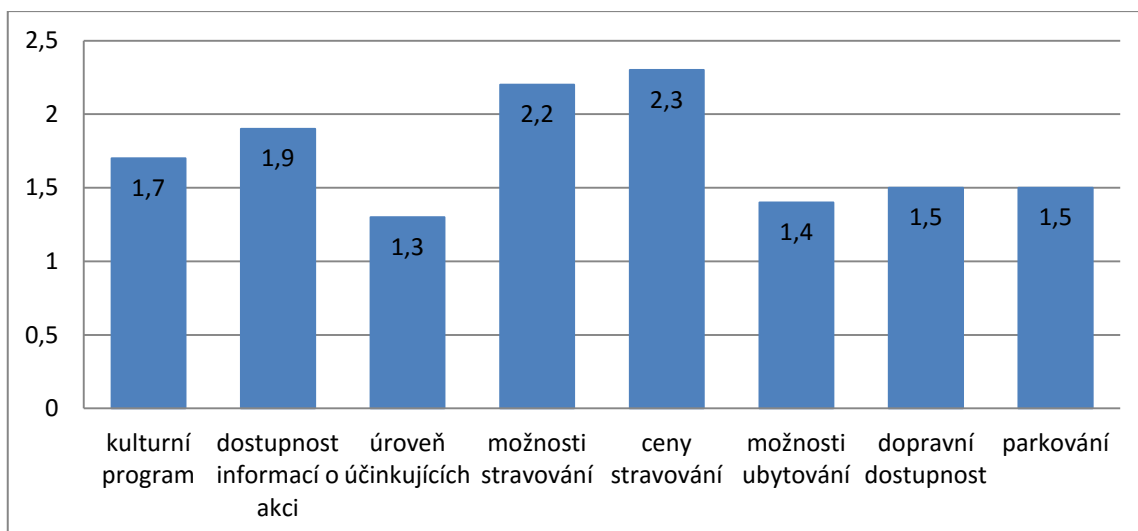


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Dalším zjištěním bylo, že v celkovém programu akce chybí program pro určitou věkovou kategorii, konkrétně pro děti a mládež. Tuto odpověď uvedla přibližně třetina respondentů (36%), kteří by uvítali program pro věkové kategorie návštěvníků ve věku od 3 do 15 let. 64% respondentů souhlasilo s názorem, že je akce přizpůsobena pro všechny věkové kategorie.

Spokojenost se službami, které účastníci využívali během akce, byly hodnoceny ve škále 1 (nejlepší) až 5 (nejhorší). Veškeré služby byly hodnoceny velmi pozitivně. Respondenti nejlépe průměrně hodnotili úroveň účinkujících, možnosti ubytování, dopravní dostupnost a parkování. Méně spokojeni byli s kulturním programem a dostupností informací o akci. Nejhůře byly hodnoceny ceny stravování a možnosti stravování.

Graf č. 10: Spokojenost se službami

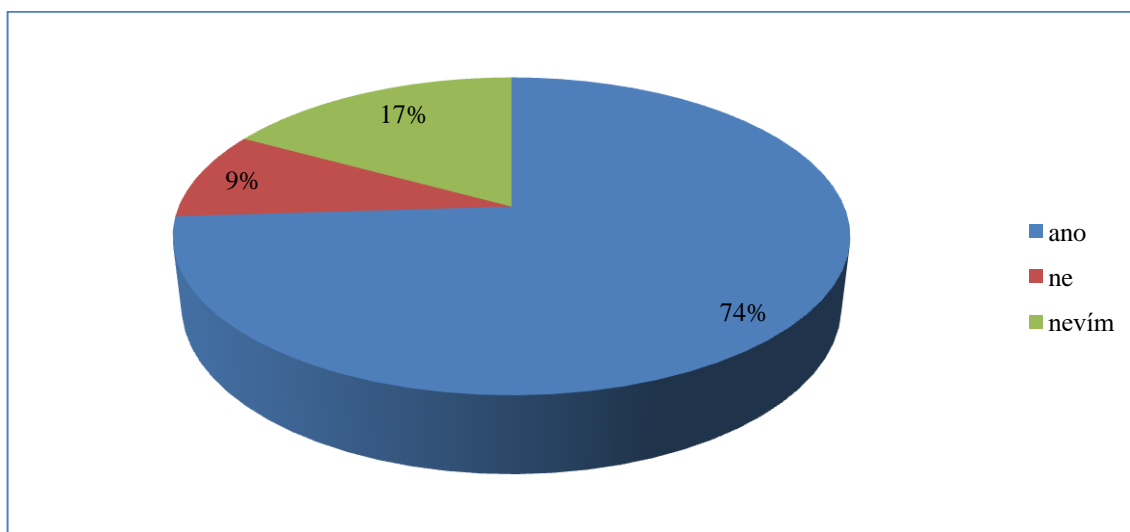


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Respondenti v rámci návrhů na zlepšení do budoucích ročníků akce uváděli, že by přivítali rozmanitější program, větší počet účinkujících, více stánků s občerstvením, stolů a laviček. V místech, kde se akce koná, by měly být umístěny atrakce pro děti. V případě nepříznivého počasí by v místě akce mělo být umístěno dostatečné množství stanů a přístřeší. Také by doporučili větší propagaci akce v širším okolí. V neposlední řadě by měl být na akci zkušený moderátor, který by organizoval jednotlivé části programu a seznámil účinkující s historickými souvislostmi Bitvy u Kolína.

Dalších ročníků akce se plánuje zúčastnit 74% respondentů, naopak 9% respondentů účast neplánuje a 17% respondentů označilo odpověď nevím.

Graf č. 11: Plánovaná účast na dalších ročnících akce

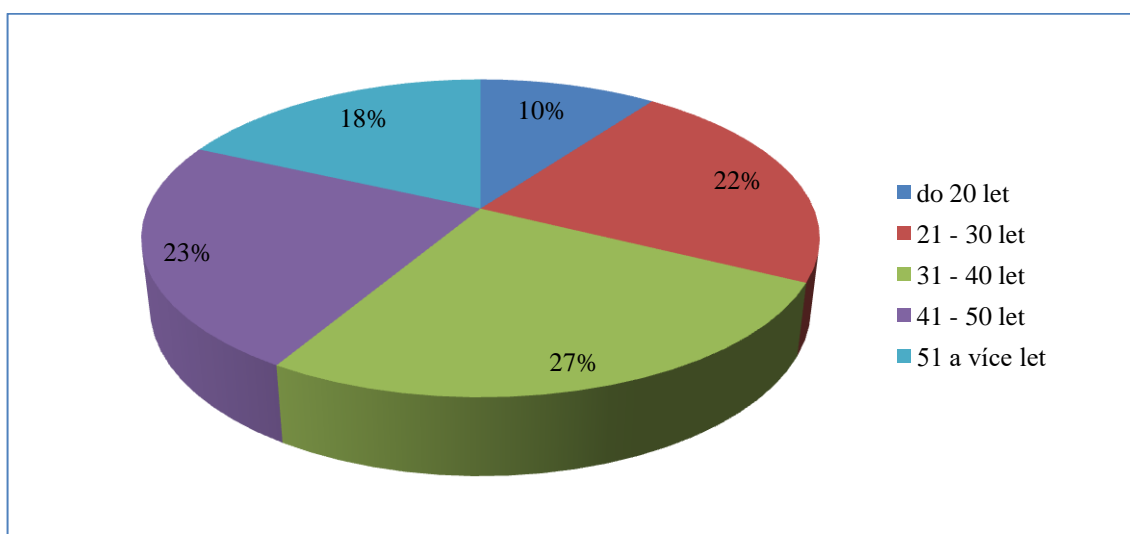


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

5.1.3 Charakteristika respondentů

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 37% mužů a 63% žen. Mezi dotazovanými byly zastoupeny všechny věkové kategorie. Nejvíce respondentů bylo ve věku 31 – 40 let (26%) a 41 – 50 let (23%). Dále byli respondenti ve věku 21 – 30 let (22%), 51 a více let (18%) a kategorie do 20 let tvořila 10%.

Graf č. 12: Věkové složení respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Trvalé bydliště v okrese Kolín potvrdilo 89% respondentů. Zbýlých 11% respondentů pocházelo z dalších okresů ve Středočeském kraji, Pardubickém kraji a kraji Vysočina.

5.1.4 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

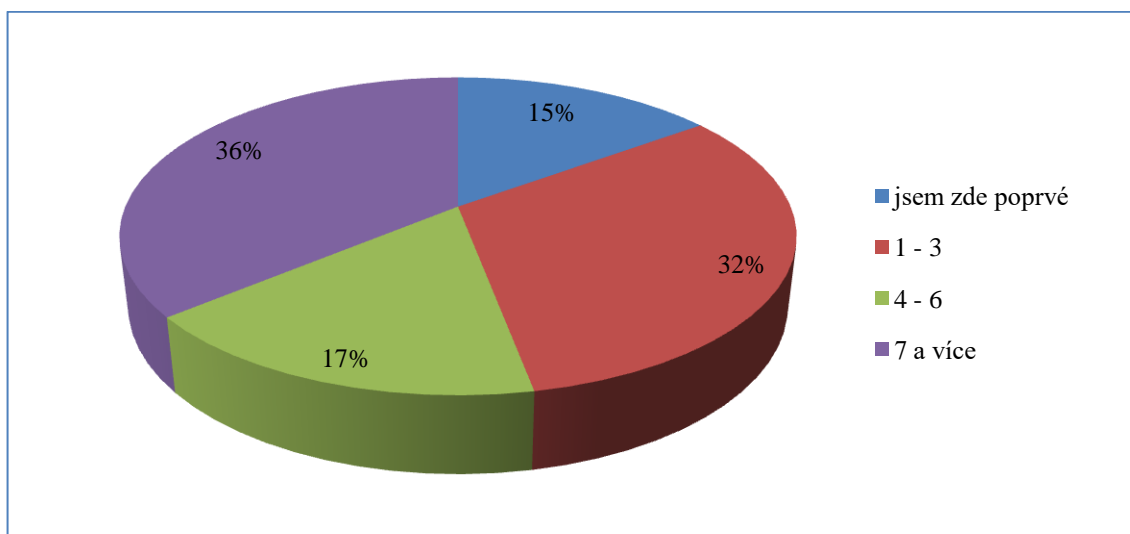
Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že akce má lokální charakter, jelikož se jí účastnilo převážně místní obyvatelstvo, které trvale bydlí v okolí obcí, kde se akce konala. V blízkém okolí akce tedy nebyly využity služby ubytovacích zařízení. Místní obyvatelé se akce účastní pravidelně, především v sobotu a v pátek. Programové složení akce bylo hodnoceno pozitivně, nicméně podle názoru respondentů chyběl program pro děti a mládež. Propagace akce byla v pořadatelských obcích dostatečně naplánována a realizována. V širším okolí akce již akce propagována ani distribuována nebyla. Návštěvníci se zajímali pouze o samotnou akci a nenavštívili žádné další památky ani zařízení v regionu. Dalším nedostatkem bylo nezastřešení akce v případě nepřízně počasí a vysoké ceny stravování. Chybí i webové stránky samotné akce. Respondenti se plánovali zúčastnit akce i v dalších letech a dostupné služby na akci hodnotili velice pozitivně. Do příštích ročníků akce by uvítali rozšíření kulturního programu s větším počtem účinkujících na akci.

5.2 Dotazník pro účinkujícího na akci

5.2.1 Informace týkající se účasti na akci

Většina z řad účinkujících měla zkušenosti s vystupováním na akci z minulých let. Konkrétně 36% respondentů na akci vystoupilo 7 a více krát, 32% respondentů 1 – 3 krát a 17% respondentů 4 – 6 krát. Poprvé se akce účastnilo pouze 15% respondentů. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se účinkující na akci pravidelně vrací a byli schopni zhodnotit program a organizaci akce v roce 2015 v porovnání s předchozími ročníky.

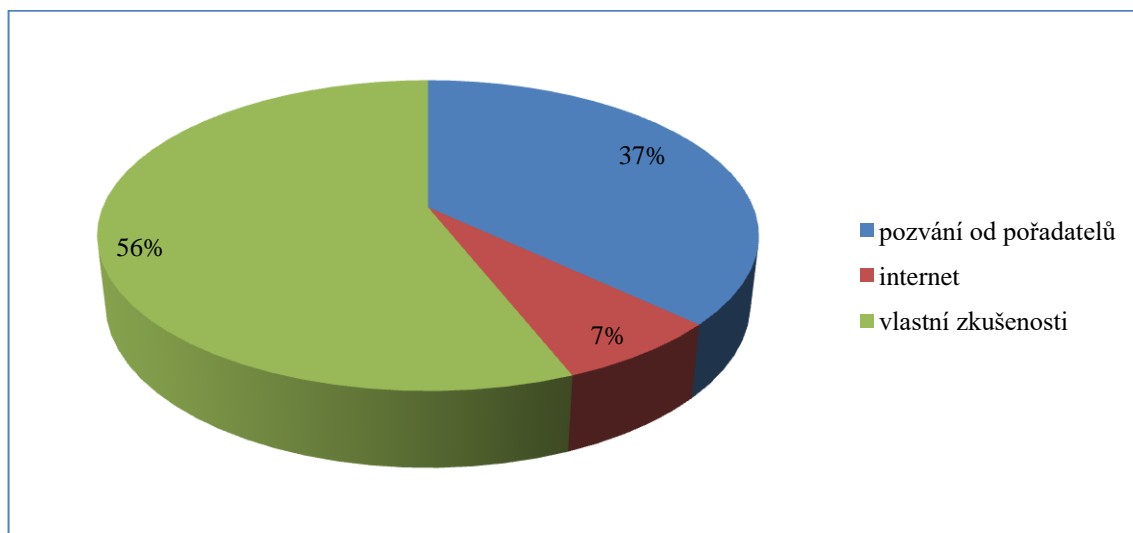
Graf č. 13: Počet vystoupení na minulých ročnících akce



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

V grafu č. 14 lze vidět, že nejvíce respondentů (56%) tvořili účastníci akce, kteří měli vlastní zkušenosti z minulých let nebo přijali pozvání od pořadatelů (37%). Informace o akci hledalo na internetu pouze 7% respondentů.

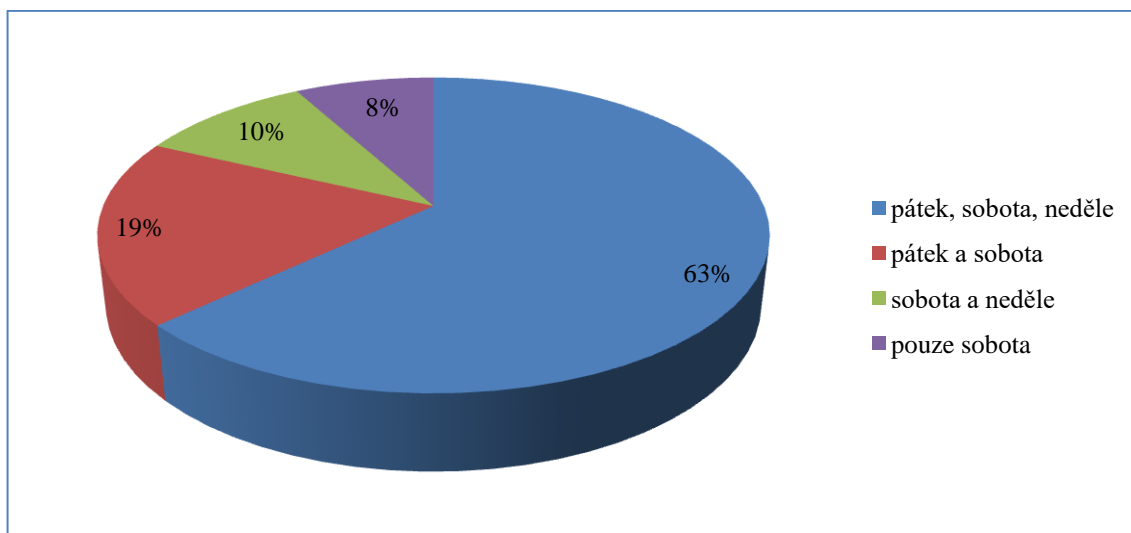
Graf č. 14: Zdroje informací o akci



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Z hlediska účinkování na jednotlivých dnech akce bylo nejvíce respondentů (63%) přítomno na všech třech dnech akce. V pátek a sobotu vystoupilo 19% respondentů a v sobotu a neděli 10% respondentů. Pouze v sobotu účinkovalo 8% z dotázaných respondentů.

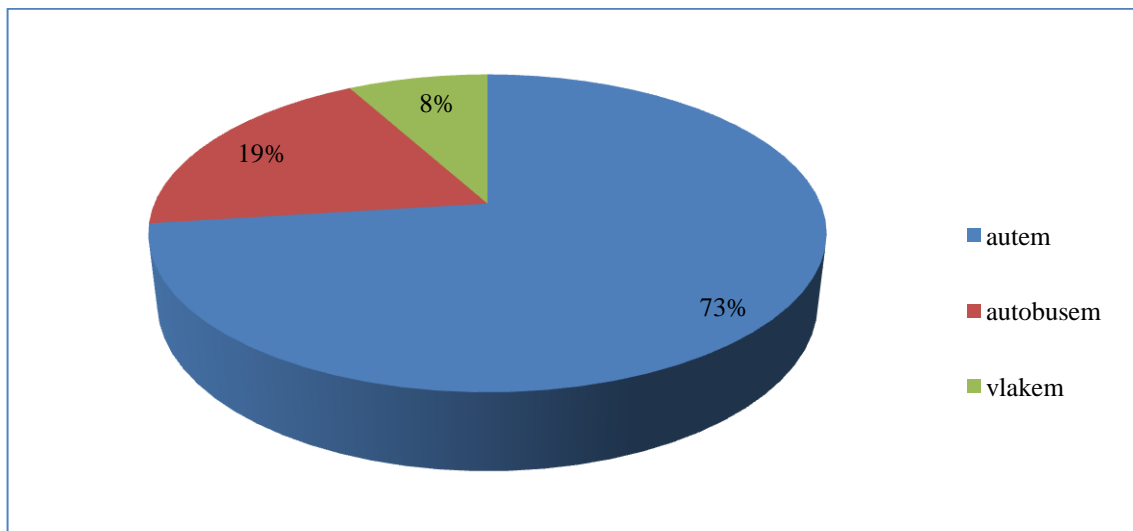
Graf č. 15: Účinkování na jednotlivých dnech akce



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Z šetření bylo zřejmé, že 73% respondentů na akci přijelo autem, 19% autobusem a 8% vlakem. Nikdo z dotazovaných na akci nepřišel pěšky ani nepřišel na kole.

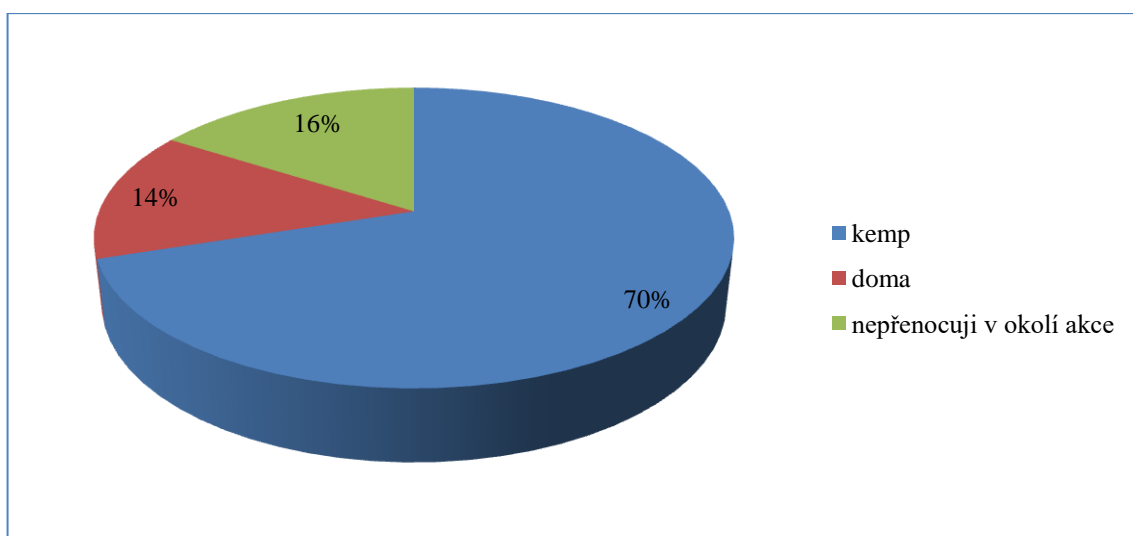
Graf č. 16: Způsob dopravy na akci



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Dále bylo zjištěno, v jakém ubytovacím zařízení účinkující během akce přenocovali. 70% respondentů uvedlo odpověď v kempu, který se nacházel v obci Křečhoř a byl určen pouze pro účinkující. Dalších 14% respondentů přenocovalo doma a 16% respondentů v okolí akce nepřenocovalo. Nikdo z respondentů nevyužil ubytovacích služeb v penzionu nebo v hotelu v okolí akce.

Graf č. 17: Využití ubytovacích zařízení

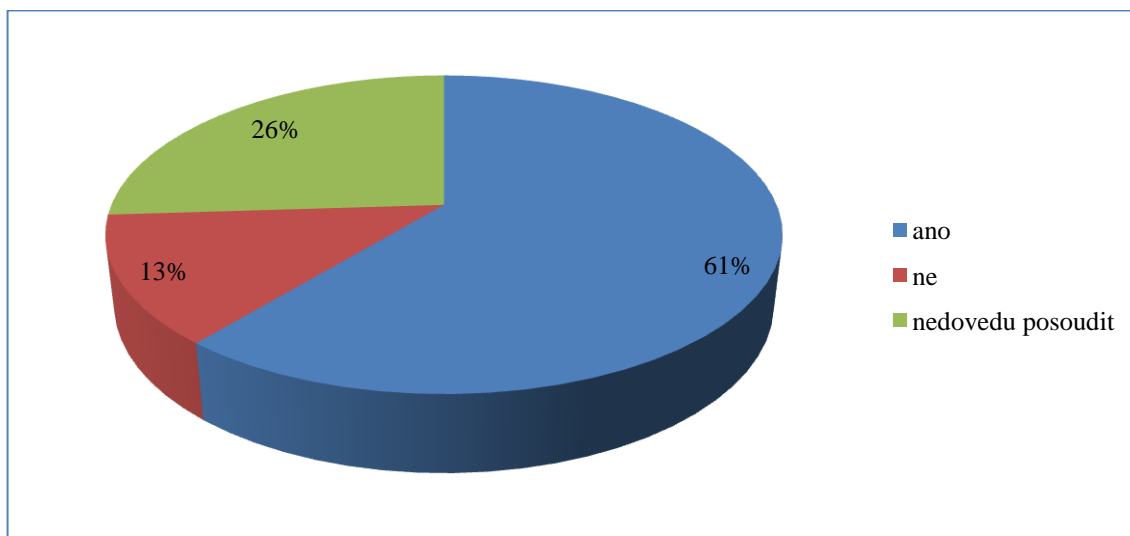


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

5.2.2 Informace týkající se programu a organizace akce

Z šetření bylo zřejmé, že se 61% respondentů domnívalo, že nabídka kulturního programu byla dostatečná i v případě nepřízně počasí a naopak 13% respondentů si myslelo, že není. Zbývajících 26% situaci nedovedlo posoudit.

Graf č. 18: Dostatečná nabídka kulturního programu v případě nepřízně počasí

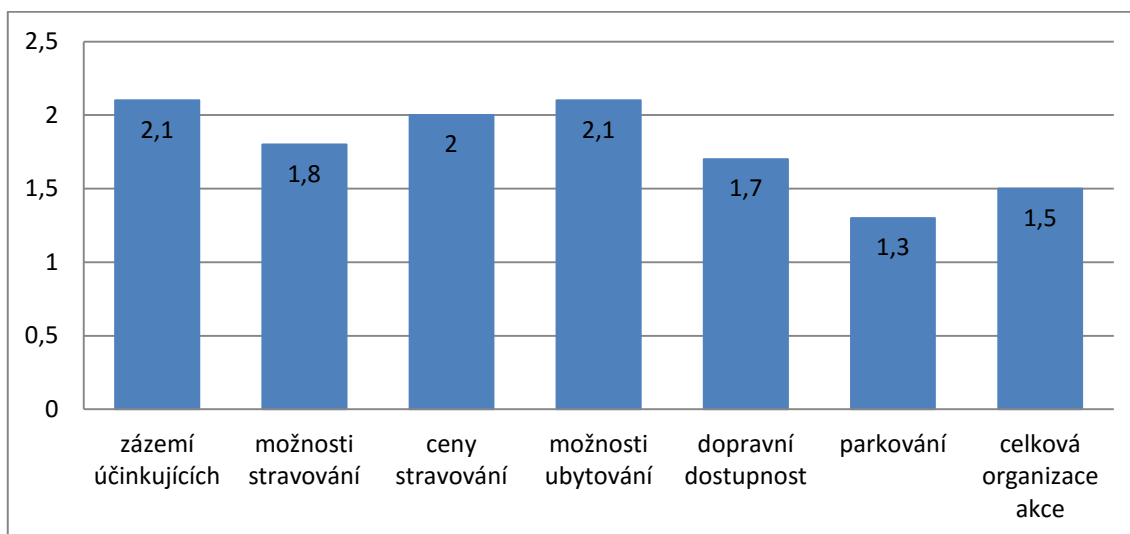


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Program akce byl přizpůsoben všem věkovým kategoriím podle 75% respondentů. 25% respondentů z řad účinkujících zmínili, že by bylo vhodné doplnit program pro děti.

Graf č. 19 znázorňuje spokojenost účinkujících se službami, které na akci využili. Hodnocení bylo ve škále 1 (nejlepší) až 5 (nejhorší). Respondenti hodnotili veškeré služby velice pozitivně. Nejvíce byli spokojeni s parkováním a celkovou organizací akce. Méně byli spokojeni s dopravní dostupností a možnostmi stravování. Nejhůře respondenti hodnotili možnosti ubytování, zázemí účinkujících a ceny stravování.

Graf č. 19: Spokojenost se službami



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Respondenti z řad účinkujících také navrhli, co by se dle jejich názoru mělo zlepšit v následujících ročnících akce. Mezi nejčastější odpovědi respondentů patřilo: pozvání zahraničních souborů na akci a zvýšení finančního rozpočtu akce, například ve formě dotací. Dále by respondenti v případě několikadenní akce uvítali v kempu sprchy.

5.2.3 Charakteristika respondentů

Z dotazníkového šetření bylo patrné, že se většina vojenských pluků (88%) pravidelně účastní i dalších akcí, které jsou spojeny s tematikou oslav historických bitev. Jednalo se například o oslavy výročí bitev u Terezína, Slavkova, Hradce Králové, Bílé hory nebo Slavnosti pětileté rúže. Někteří vojáci se zúčastnili i zahraničních akcí, například bitvy u Waterloo. 12% respondentů z řad účinkujících se jiných akcí s historickou tematikou zatím nezúčastnilo.

Mezi vojenské pluky, které na akci vystoupily, patří:

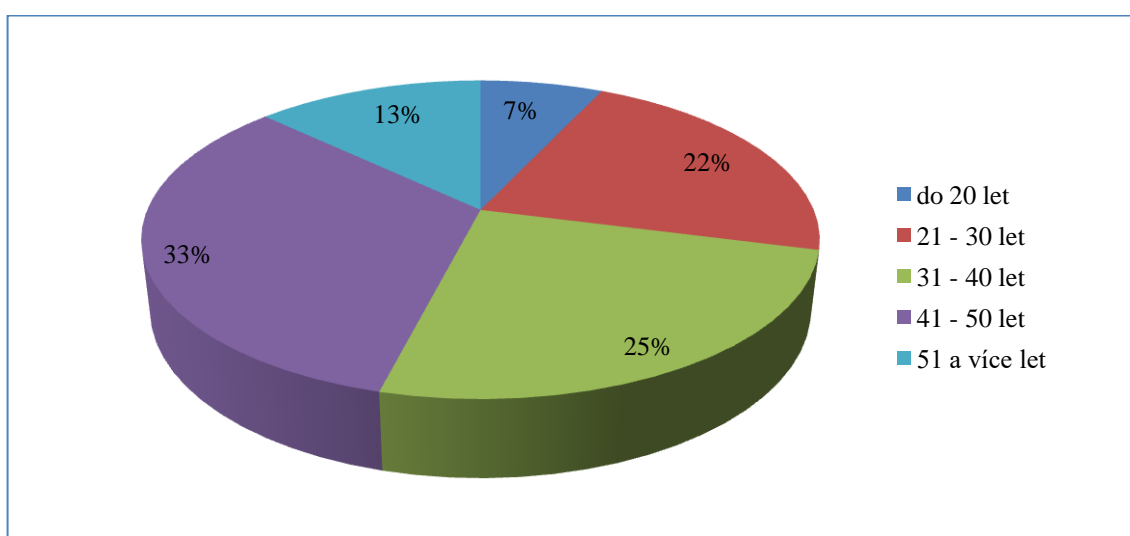
- Infanterie Regiment Fürst zu Salm-Salm
- Infanterie Regiment Teutschmeister
- Infanterie Regiment Joseph Reichsgraf Browne de Camus
- Infanterie Regiment Graf von Wied-Runkel
- Sappeur-Corps

- Páni z Kolína.

O opakovaném účinkování v rámci dalších ročníků akce uvažovalo 85% dotazovaných. 6% dotazovaných o opakované účasti na akci nepřemýšlelo a 9% dotazovaných nevědělo.

Vzhledem k tomu, že většina účinkujících byli muži, tvořili 91% dotazovaných. Zbýlých 9% respondentů byly ženy. Nejvíce respondentů bylo ve věku 41 – 50 let (33%), následovala věková kategorie 31 – 40 let (25%) a věková kategorie 21 – 30 let (22%). Dále byli respondenti ve věku 51 a více let (13%) a ve věku do 20 let (7%).

Graf č. 20: Věkové složení respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

5.2.4 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že měli účinkující zkušenosti s vystupováním na akci z minulých ročníků. Účastnili se programu během celého víkendu a přenocovali v kempu. Dostupné služby na akci hodnotili pozitivně a byli spokojeni i s celkovou organizací akce. Také ocenili vyhrazené parkování pro účinkující v blízkosti kempu. Do dalších ročníků akce by přivítali pozvání zahraničních souborů a sprchy v kempu. Respondenti z řad účinkujících plánovali na akci vystoupit i na dalších ročnících akce.

5.3 Rozhovor se starostou obce Nová Ves I

V rámci diplomové práce byl osloven pan Ing. Miloslav Zapletal, starosta obce Nová Ves I, který velmi ochotně vyjádřil svůj názor na konání akce Bitvy u Kolína. Pan starosta se akce účastní pravidelně mnoho let a podílel se na organizaci akce v obci Nová Ves I, kde se v roce 2015 konal páteční program akce. Podle jeho názoru byla Bitva u Kolína zásadní bitvou v regionu, která ovlivnila dějiny. Kdyby totiž v bitvě vyhrál Fridrich II., byla by dnes na tomto území úředním jazykem němčina.

Minulé ročníky akce byly dle jeho názoru hlavní událostí roku v obci a do budoucna má akce potenciál oslovit větší škálu návštěvníků. Pan starosta ocenil dodržování tradice oslav Bitvy u Kolína a spolupráci s novým organizátorem během 258. ročníku akce. Pro obec je důležité, aby byl program akce dobře propracovaný a přizpůsoben všem věkovým kategoriím. Pokud bude mít akce rozmanitý program, občané to ocení a budoucích ročníků se opět zúčastní. Případně se i o své pozitivní zážitky z akce podělí se známými a zvýší tak povědomí o akci do budoucna. Právě zvýšení návštěvnosti do budoucích ročníků je jedním z cílů organizátorů. Pravidelné konání této akce je pro region velkým přínosem pro rozvoj cestovního ruchu a do budoucna by bylo vhodné zvýšit povědomí o akci i v jiných regionech České republiky a v zahraničí.

6 Návrh možností pro rozvoj cestovního ruchu v regionu

6.1 Možnosti rozvoje akce

Návrh možností na zlepšení organizace akce Bitva u Kolína byly stanoveny na základě výstupů z primárních a sekundárních dat a rozhovoru se starostou obce Nová Ves I. Pravidelné konání kulturní akce je předpokladem pro budoucí udržitelný rozvoj cestovního ruchu v regionu Podlipansko, který zabezpečí zvýšení návštěvnosti na akci a rozšíří povědomí o daném území. Akce má v současné době lokální význam, který by bylo vhodné povznést na národní nebo mezinárodní úroveň.

6.1.1 Programové složení akce

V rámci programového složení akce by bylo vhodné, aby byl program přizpůsoben všem věkovým kategoriím. Na základě dobře připraveného programu akce, který zaujme nejen rodiny s dětmi, ale i mládež, dospělé a seniory, je možné zvyšovat návštěvnost akce. Hlavním nedostatkem na akci v roce 2015 byl nedostatečně připravený program pro věkovou kategorii dětí a mládeže.

Návrhy a doporučení

Keramická dílna

V obci Nová Ves I, kde se koná páteční program akce, byla již v roce 2009 zřízena keramická dílna. Pro děti je výroba keramických produktů oblíbenou aktivitou, proto by nyní mohla být keramická dílna využita i v rámci konání akce. V den konání akce v Nové Vsi I by se organizátorům zapůjčilo vybavení keramické dílny do prostorů Václavského náměstí, kde samotná akce probíhá. Pro děti by zde byla příležitost vytvořit si pamětní turistickou známku v keramické podobě, na které by byl název a symbolika akce. Děti by zde mohly projevit své výtvarné nadání a domů si odnést keramický výrobek, který by jim akci připomínal i v budoucnu.

Náklady na zapůjčení keramické dílny a materiál pod dohledem odborného instruktora:

8 500 Kč

Lukostřelba, skákací hrad

V obci Křečhoř by měl být připraven doprovodný odpolední program pro děti a mládež. Možnost vyzkoušet si lukostřelbu by byla vhodným doplňujícím programem pro děti starší 10 let. Střelba by byla zajištěna pod dohledem odborného instruktora. Pro děti mladší 10 let by měl být na akci umístěn nafukovací skákací hrad se skluzavkou, případně i jiné atrakce.

Náklady na zajištění lukostřelby pod dohledem odborného instruktora: 2 500 Kč

Náklady na pronájem skákacího hradu: 2 000 Kč.

Celkové náklady: 4 500 Kč

Fotografie v historických kostýmech

Jelikož se jedná o akci s historickou tematikou, neměla by chybět možnost vyfotografovat se v historických kostýmech a s historickými rekvizitami. Pro děti by bylo vyzkoušení si historických kostýmů zpestřením akce. V obci Křečhoř by mohl být umístěný fotokoutek, ve kterém by bylo možné vytvořit si rodinné fotografie, ihned je vytisknout a odnést si z akce jedinečné fotografie.

Náklady na zajištění fotokoutku a mzdové ohodnocení fotografa: 6 500 Kč

Moderátor komentující průběh akce

Program na akci v roce 2015 byl velice rozmanitý. Nicméně návštěvníci akce by měli být seznámeni s historickými souvislostmi a významem Bitvy u Kolína pro region. Připomínáním si důležitosti konání oslav výročí akce a vítězství vojsk Marie Terezie bylo zásadním okamžikem v dějinách, proto by se tato informace měla divákům akce zdůrazňovat.

Mezi jednotlivými vystoupeními účinkujících by měl na akci vystupovat zkušený moderátor, který by návštěvníkům během celého průběhu konání akce představoval jednotlivá vystoupení a uvedl názvy vystupujících vojenských pluků. V neposlední řadě také vysvětlil, kdo v rámci výcviku ukázek vojsk bojuje na straně Rakouska a kdo na straně Pruska a jaké mají vojáci hodnosti.

Náklady na mzdové ohodnocení moderátora (3 dny moderování na akci): 5 000 Kč

6.1.2 Povědomí o akci v jiných regionech a v zahraničí

Akce má lokální význam a účastní se jí hlavně obyvatelstvo obcí, které v okolí akce žije. Ke zvýšení návštěvnosti akce a přílivu návštěvníků do regionu, je zapotřebí, aby organizátoři rozšířili povědomí o konání akce i do jiných regionů České republiky a do zahraničí.

Návrhy a doporučení

Záštita významné osobnosti

Akce by byla povznesena na vyšší úroveň, pokud se konala pod záštitou významné osobnosti z regionu, kraje nebo zástupce vlády. Organizátoři by měli na akci pozvat některého z vysokých představitelů kraje, například hejtmana Středočeského kraje nebo vysokého zástupce vlády, například ministra kultury. Díky účasti známé osobnosti, pod jejíž záštitou by akce proběhla, by akce získala větší význam.

Pozvání zahraničních účinkujících

Pro rozvoj regionu by bylo přínosné, aby se o jeho existenci a o konání akce samotné dozvěděli také v zahraničí. Pozváním vojenských pluků ze zahraničí, které by na akci vystoupily a zapojily se do ukázky bitvy a průvodu vojsk k památníku, by se povědomí o akci rozšířilo do zahraničí. Se zástupci vojenských pluků by do regionu zavítaly například i jejich rodiny. Tím by se zvýšila nejen návštěvnost akce, ale byla by obohacena i struktura účinkujících o zahraniční vojenské pluky.

Pozvání zahraničních návštěvníků

Nejen pozváním zahraničních účinkujících, ale také přilákáním zahraničních návštěvníků do regionu, by akce získala mezinárodní charakter. V bitvě v roce 1757 bojovali předkové Lichtenštejnců, kteří se zásadním způsobem zasloužili o vítězství Marie Terezie. Proto by bylo vhodné pozvat obyvatele Lichtenštejnska, kteří mají povědomí o této skutečnosti, avšak o konání oslav výročí Bitvy u Kolína nemají přehled. Také by bylo možné na akci pozvat velvyslankyni Lichtenštejnska v České republice nebo členy královské rodiny Lichtenštejnců. V kapitole 6.2 Produkty cestovního ruchu je pro obyvatele Lichtenštejnska navržen konkrétní balíček, který zahrnuje navštívení akce a památných míst bitvy.

6.1.3 Propagace akce

Akce je propagována v obcích, kde se akce koná, prostřednictvím mnoha médií a místní obyvatelstvo, které zde trvale bydlí, má o akci dostatek informací. Akce by však měla být propagována také na jiných místech České republiky, aby na akci přijeli i návštěvníci ze vzdálenějších regionů.

Návrhy a doporučení

Propagace akce v rámci celé České republiky

Cílem propagace je zvýšení návštěvnosti na akci. Informace o akci by měly být umístěny na internetové stránky zaměřené na konání kulturních akcí v celé České republice. Jedná se například o:

www.kudyznudy.cz

www.kdykde.cz

www.informuji.cz

www.akce.cz

www.akcevesku.cz

Propagace na internetových stránkách by mohla být zajištěna i vložením informace o konání akce na sociální síť, například na www.facebook.com. Především mladší zástupci z návštěvníků by tak mohli zjistit informace o akci prostřednictvím jejich oblíbené sociální sítě.

Dále by měly být umístěny tištěné plakáty s popisem akce i do sousedních regionů Podlipanska: Pošembeří, Svatojiřský les, Vyhlídky, Lípa pro venkov, Zálabí, Polabí, Nymbursko, DSO Střední Polabí. Tištěné letáky s popisem akce by měly být distribuovány do vzdálenějších informačních center v rámci regionu: Nymburk, Kouřim, Kostelec nad Černými Lesy, Pečky a do informačních center větších měst ve Středočeském kraji: Kolín, Kutná Hora, Mladá Boleslav, Rakovník, Příbram, Mělník, Beroun, Benešov a Kladno.

Na propagaci akce by se mohla více podílet i Místní akční skupina Podlipansko, která v regionu působí. Tato skupina spolupracuje s řadou podnikatelů, neziskových organizací a veřejnou správou. Na internetových stránkách akční skupiny www.mas.podlipansko.cz by mělo být informováno o konání akce.

V zahraničí by akce mohla být propagována prostřednictvím cestovních kanceláří, cestovních agentur a kanceláří zastupující Českou republiku v zahraničí.

Náklady na 300 ks tištěných plakátů: 6 000 Kč

Náklady na 1 000 ks tištěných letáků: 10 000 Kč

Celkové náklady na propagaci akce: 16 000 Kč

Vytvoření webových stránek akce

Na webové stránky samotné akce by bylo možné umístit veškeré informace o akci. Návštěvník webové stránky by zde našel informace o programu akce, možnostech ubytování v okolí, dopravní umístění akce i historický přehled o dějinách bitvy. Webové stránky by měly být přeloženy i do anglického nebo německého jazyka, aby byly informace dostupné i zahraničním zájemcům o akci.

Náklady na vytvoření webových stránek akce: 15 000 Kč

6.1.4 Zastřešení akce

Jelikož je akce outdoorová, koná se veškerý program na otevřeném venkovním prostoru. Pro případ nepříznivého počasí by akce měla být dostatečně zastřešena. Zabezpečení přístřeší by bylo vhodné hlavně v rámci pátečního programu v obci Nová Ves I a sobotního programu v obci Křečhoř, jelikož tyto obce navštíví nejvíce diváků akce.

Návrhy a doporučení

Pronájem stanů

Umístění stanů do prostoru akce by bylo vhodným řešením pro případnou nepřízeň počasí během akce. Stany jsou odolné proti větru, vodovzdorné a zároveň ochrání i před sluncem. Uvnitř stanů by byly umístěny stoly a lavice. Pláště stanů by bylo možné využít i jako plochu pro jména a loga sponzorů.

Náklady na pronájem stanů včetně montáže, demontáže a dopravy (3 stany o velikosti 10x20 metrů, pronájem na 2 dny): 72 000 Kč

Náklady na pronájem stolů a lavic včetně montáže, demontáže a dopravy (60 setů stolů a lavic, pronájem na 2 dny): 15 000 Kč

Celkové náklady na zastřešení: 87 000 Kč

6.1.5 Možnosti financování akce

Celkové náklady na rozvoj akce činily v předběžné kalkulaci 142 500 Kč.

Tabulka č. 4: Celkové náklady na rozvoj akce

Návrhy na rozvoj akce	Cena celkem v Kč
Keramická dílna	8 500 Kč
Lukostřelba, skákací hrad	4 500 Kč
Fotokoutek	6 500 Kč
Moderátor	5 000 Kč
Propagace akce	16 000 Kč
Webové stránky akce	15 000 Kč
Pronájem stanů	87 000 Kč
Cena celkem bez DPH	142 500 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování, 2016

Finanční prostředky na rozvoj akce by mohly být čerpány ze soukromých zdrojů v podobě sponzorských darů od regionálních společností či soukromých podnikatelů. Jména a loga sponzorů by byly umístěny na tištěných plakátech a letácích. K financování by také bylo možné využít dotační programy na rozvoj cestovního ruchu, operační programy, regionální operační programy nebo granty. Konkrétně by mohlo být čerpáno například z Programu rozvoje venkova v rámci Národního strategického programu LEADER 2014 – 2020.

6.2 Produkty cestovního ruchu

Produkty cestovního ruchu jsou navrženy pro účastníky cestovního ruchu, kteří by do regionu přijeli nejméně na 3 dny. V rámci prvního zážitkového balíčku by se návštěvníci zúčastnili třídního programu oslav výročí Bitvy u Kolína. Balíček služeb, který je výsledným produktem cestovního ruchu, obsahuje nejen návštěvu akce, ale i poznání

dalších atraktivit regionu Podlipansko. Cílem navrhnutého balíčku je zvýšit návštěvnost akce i regionu a využít místní ubytovací a stravovací služby.

Území regionu Podlipansko tvoří úrodná venkovská oblast, která je hojně zemědělsky využívána. Venkovská krajina je turisticky atraktivní a má potenciál k rozvoji agroturistiky. Motivací pro budování agroturistiky je také dobrá dopravní dostupnost z hlavního města Prahy. Realizací víkendového balíčku v regionu Podlipansko by bylo možné poznat kulturní a přírodní památky v regionu. Ubytování na venkovském statku by bylo netradičním zážitkem a zpestřením víkendového pobytu.

6.2.1 Zážitkový balíček na akci Bitva u Kolína

Návrh produktu: Návštěva třídní kulturní akce oslavy výročí Bitvy u Kolína a strávení volného času ve venkovském prostředí.

Popis zážitkového balíčku: Balíček je určen pro všechny věkové kategorie návštěvníků, kteří mají zájem o historii a kulturu. Program kulturní akce je připraven pro děti, dospělé i seniory. Zážitkový balíček by mohl být určen i pro zahraniční diváky, například z Lichtenštejnska, kteří by akcí navštívili. Balíček by mohl být realizován pravidelně každý rok v červnu v době konání akce.

Ubytovací zařízení: Ubytování by bylo zajištěno v penzionu Na statku v Nové Vsi I. Penzion nabízí i doplňkové služby, jako je například: půjčovna kol, finská sauna, biosauna, stolní tenis a hřiště na míčové hry, které by bylo možné individuálně využít.

Program:

1. den – Příjezd a ubytování v penzionu Na statku. Prohlídka statku a kulturních památek obce (kostela sv. Václava a sochy sv. Jana Nepomuckého). V odpoledních hodinách bude v obci zahájen program oslav výročí Bitvy u Kolína – ukázky střetu vojsk, hudební program a pro děti bude zajištěna výroba památečních keramických předmětů.

2. den – Přeprava autobusem do obce Radovesnice, kde bude probíhat představení o životě císařovny Marie Terezie. Odtud přesun autobusem do obce Křečhoř, kde se bude konat hlavní odpolední program akce – slavnostní průvod vojsk obcí, dělostřelecké salvy, rekonstrukce bitvy u Kolína a večerní lidová zábava. Ve večerních hodinách bude zajištěn odvoz zpět do penzionu.

3. den – Návštěva obce Lošany, kde bude akce slavnostně zakončena. Odtud bude zajištěna doprava do obce Křečhoř, odkud vede turistická trasa Bitvy u Kolína. Stezka vede kolem památných míst bitvy a jsou na ní umístěny informační tabule s popisem památek. Je také možné zapůjčit si v penzionu kola a turistickou trasu projet na kole.

Tabulka č. 5: Cenová kalkulace zážitkového balíčku

Náklady	Cena
Ubytování na 2 noci	700 Kč
Snídaně 2x	160 Kč
Doprava autobusem	350 Kč
Zapůjčení kola	100 Kč
Celkem	1 310 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle ceníku penzionu Na statku, 2016

Propagace a distribuce balíčku: Zážitkový balíček by byl propagován na webových stránkách akce a na webových stránkách obcí, kde se akce koná. Také by byl leták s nabídkou balíčku umístěn na webových stránkách penzionu Na statku. Tištěné letáky by byly umístěny v informačních centrech především ve Středočeském kraji. Balíček by byl distribuován také prostřednictvím cestovních kanceláří a cestovních agentur se zaměřením na víkendové kulturně-poznávací výlety a zážitkové balíčky. Propagace by byla zajištěna i v zahraničí, konkrétně přes distribuci cestovních kanceláří v Lichtenštejnsku. Organizaci zážitkového balíčku by zajišťovali hlavní organizátoři akce.

6.2.2 Víkendový balíček v regionu Podlipansko

Návrh produktu: Návštěva přírodních a kulturních památek v regionu Podlipansko s možností trávit volný čas na venkovském statku.

Popis víkendového balíčku: Balíček je určen především pro rodiny s dětmi. Také je možné balíček specifikovat pro rodiny s dětmi ze Slovenské republiky, které by navštívily i kulturní a přírodní památky v rámci Česko-slovenského projektu „Cesty vody – cesty k sebe,“ které byly v regionu Podlipansko vytvořeny slovenskými výtvarníky. Využití služeb v rámci víkendového balíčku by bylo možné během celého roku.

Projekt „Cesty vody – cesty k sebe“ byl dokončen v roce 2015 na základě mezinárodní spolupráce mezi Místní akční skupinou Podlipansko, o. p. s., Místní akční skupinou Lípa pro venkov, o. s., zastupující Českou republiku a Občanského sdružení Radošinka z Nitranského kraje ve Slovenské republice. V těchto regionech vznikla výtvarná díla, na kterých se podíleli čeští a slovenští umělci. V regionu Podlipansko a Lípa pro venkov bylo umístěno celkem 8 památek od slovenských výtvarníků a v regionu Radošinka 6 památek od českých výtvarníků. Ve všech regionech protéká větší potok a v jeho okolí se nachází originální přírodní a kulturní památky. Na základě tohoto projektu vznikla cyklotrasa, která propojuje všechny památky umělců a oživuje dříve zapomenutá zákoutí regionů. Do budoucna se plánuje počet uměleckých děl navyšovat. (MAS Lípa pro venkov z.s., 2015)

Ubytovací zařízení: Ubytování by bylo poskytnuto na Českém statku Hořátev, který se nachází v okrese Nymburk. V areálu statku je možné se ubytovat v penzionu v selském stylu nebo ve westernovém městečku a najdeme zde i tradiční hospůdku. Statek se specializuje na agroturistiku, chov koní a hospodářských zvířat.

Program:

1. den – Příjezd na statek, ubytování v penzionu nebo ve westernovém městečku. Následuje prohlídka statku a všech hospodářských a exotických zvířat (mufloni, kamerunské kozy, romanovské ovce, jerseyká kráva, poníci, pštrosi a další). Odpoledne bude možnost projet se na koních a ponících nebo v kočáru taženém poníky. Poté bude probíhat návštěva westernového městečka a vyzkoušení si zábavných atrakcí.

2. den – Přeprava autobusem do města Poděbrady, prohlídka historických památek – zámku, pomníku Jiřího z Poděbrad a lázeňského parku s kolonádou s doprovodem průvodce. Zde bude možné zapůjčit si kola a cyklistické vybavení pro odpolední cyklistický výlet po přírodních a kulturních památkách na trase Cesty vody – cesty k sebe. Ve večerních hodinách bude zajištěn odvoz z Poděbrad zpět na statek.

3. den – Přeprava autobusem na zámek Loučeň, kde bude zajištěna prohlídka zámku s průvodcem a zábavný program pro děti v labyrintáriu, které se nachází v zámeckém parku. Odpoledne bude následovat přesun do města Kouřim, návštěva muzea lidových staveb (skanzenu) a historických památek města – kostela Nejsvětější Trojice a zvonici u sv. Štěpána.

Tabulka č. 6: Cenová kalkulace víkendového balíčku

Náklady	Cena
Ubytování na 2 noci	800 Kč
Snídaně 2x	180 Kč
Vyjíždka na koních za doprovodu instruktora	250 Kč
Doprava autobusem	420 Kč
Zapůjčení kola	150 Kč
Vstup do zámku a labyrintária	190 Kč
Vstup do skanzenu	60 Kč
Celkem	2 050 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle ceníku Českého statku Hořátev, zámku Loučeň a skanzenu v Kouřimi, 2016

Propagace a distribuce balíčku: Propagační leták v elektronické podobě by byl umístěn na webových stránkách penzionu Na statku. Leták v tištěné podobě by byl distribuován v informačních centrech v Nitranském kraji, v regionu Radošinka a v informačních

centrech větších měst v České republice, především ve Středočeském kraji. Balíček služeb by mohly nabízet i cestovní agentury a cestovní kanceláře zaměřené na poznávací pobyty na venkově, agroturistiku a cykloturistiku. Organizaci víkendového balíčku by zajišťovala Místní akční skupina Podlipansko.

7 Závěr

Cílem diplomové práce bylo, na základě analýzy významné kulturní akce 258. výročí oslav Bitvy u Kolína, navrhnout možnosti pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Podlipansko.

Oslavy výročí Bitvy u Kolína je jedinečná kulturní akce připomínající historickou bitvu, která se odehrála v 18. století. Akce se koná na několika místech v turisticky atraktivním venkovském prostředí, které má potenciál k dalšímu budoucímu udržitelnému rozvoji. V místech, kde se Bitva u Kolína odehrála, se nachází přírodní a kulturní památky i turistické trasy a cyklotrasy. Pravidelné konání akce v turisticky atraktivním prostředí je základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu v regionu. Pořádáním akce se také rozšiřuje povědomí o existenci regionu.

Analýza kulturní akce Bitva u Kolína byla provedena na základě dotazníkového šetření, které bylo určeno zvláště pro návštěvníky akce a pro účinkující na akci. Výzkumu se zúčastnilo 264 respondentů z řad návštěvníků a 41 respondentů zastupující účinkující na 258. výročí akce, které se konalo od 26. do 28. června 2015. Názor na pořádání akce poskytl během rozhovoru také Ing. Miloslav Zapletal, starosta obce Nová Ves I a organizátor pátečního programu akce. Na základě vyhodnocení dat z dotazníkového šetření a rozhovoru s panem starostou byly definovány návrhy nových možností na zlepšení organizace akce Bitva u Kolína a na rozvoj cestovního ruchu v regionu Podlipansko.

V rámci rozvoje samotného konání akce bylo navrženo rozšířit povědomí o akci i do jiných regionů České republiky a do zahraničí. Tím by se z akce se současným lokálním významem stala událost na mezinárodní úrovni. Akce by se měla konat pod záštitou významné osobnosti z kraje nebo vlády a organizátoři by na akci měli pozvat zahraniční účinkující. Propagace akce v zahraničí prostřednictvím cestovních kanceláří nebo kanceláří zastupující Českou republiku v jiných státech by pomohla zvýšit návštěvnost zahraničního publika. Vytvořením webových stránek akce s překladem do anglického nebo německého jazyka by umožnilo shromáždit veškeré informace o akci a distribuovat nabídku navržených víkendových balíčků.

Dále bylo doporučeno přizpůsobit program akce všem věkovým kategoriím a zařadit program pro děti a mládež. Zastřešení akce by bylo vhodným řešením pro případnou nepřízeň počasí během akce. Byly navrženy i možnosti financování akce ze soukromých nebo veřejných zdrojů a konkrétní produkty cestovního ruchu. Pro účastníky cestovního ruchu se zájmem o historii a kulturu byl připraven zážitkový balíček, který zahrnoval třídní účast na akci Bitva u Kolína a strávení volného času ve venkovském prostředí. Zážitkový balíček byl určen pro všechny věkové kategorie návštěvníků z České republiky i ze zahraničí, například pro obyvatele Lichtenštejnska, kteří jsou s Bitvou u Kolína spjati. Druhý navržený balíček pro rodiny s dětmi obsahoval návštěvu přírodních a kulturních památek v Podlipansku v rámci mezinárodního projektu Cesty vody – cesty k sebe a trávení volného času na venkovském statku.

V diplomové práci byly stanoveny konkrétní návrhy, které povedou k rozvoji cestovního ruchu v regionu Podlipansko a pomohou organizátorům akce zlepšovat pořádání dalších ročníků akce Bitva u Kolína.

8 Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

BĚLINA, Pavel. *Kolín 18.6.1757*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 1997, 91 s. Bojiště českých dějin. ISBN 80-718-5121-3.

CMS/LORD CULTURE CONSULTING. *Strategie rozvoje kulturního cestovního ruchu v České republice*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002, 125 s.

DVOŘÁČEK, Petr. *Místa české historie: toulky po stopách historických událostí*. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 2011, 157 s. Naše země. ISBN 978-80-7346-124-9.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014, xviii, 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006, 223 s. ISBN 80-716-8948-3.

INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch I*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2004, 113 s. ISBN 80-245-0799-4.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

KREJČÍ, Tomáš a kol. *Regionální rozvoj: teorie, aplikace, regionalizace*. Vyd. 2., Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013. 155 s. ISBN 978-80-7375-914-8.

LACINA, Karel. *Regionální rozvoj a veřejná správa*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2007, 69 s. ISBN 978-80-86754-74-1.

MILLAR, Simon. *Kolín 1757: první porážka Fridricha Velikého*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 96 s. Válečná tažení. ISBN 978-80-247-1888-0.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

PLCH, Milan a Roman PLCH. *Kam za vojenskými památkami*. 1. vyd. Brno: CPress, 2014, 152 s. Kam v České republice (CPress). ISBN 978-80-264-0433-0.

PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. *Řízení cestovního ruchu v České republice - minulost, současnost, budoucnost*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-80-7478-593-1.

RICHARDS, Greg. *Cultural tourism: Global and Local Perspectives*. New York: Haworth Hospitality Press, 2007, 347 s. ISBN 978-0-7890-3116-7.

STELLNER, František. *Sedmiletá válka v Evropě*. 1. vyd. Praha: Libri, 2000, 407 s. Historická řada (Libri). ISBN 80-727-7010-1.

ŠINDLER, Petr. *Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 236 s. Manažer. ISBN 80-247-0646-6.

TITTELBACHOVÁ, Šárka. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance : státní politika turismu České republiky : systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

WILLIAMS, Stephen a Alan A. LEW. *Tourism geography: Critical understandings of place, space and experience*. Third edition. New York, NY: Routledge, 2015, 327 s. ISBN 978-041-5854-443.

WOKOUN, René a kol. *Regionální rozvoj: Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Praha: Linde, 2008, 475 s. ISBN 978-80-7201-699-0.

WOKOUN, René a Pavel MATES. *Management regionální politiky a reforma veřejné správy*. Praha: Linde, 2006, 351 s. ISBN 80-720-1608-3.

Internetové zdroje

Cesty vody - cesty k sebe. *MAS Lípa pro venkov, z.s.* [online]. 2015 [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.lipaprovenkov.cz/projekty/projekty-spoluprace/cesty-vody-cesty-k-sebe/cesty-vody-cesty-k-sebe-257cs.html>

Ceník. *Rodinný statek Zapletalových* [online]. 2015 [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <http://www.zapletal.biz/ceny.htm>

Český statek Hořátev. *Oficiální stránky obce Hořátev* [online]. 2016 [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <http://www.horatev.cz/obec-89/turisticke-informace/cesky-statek-horatev/>

EUROPEAN COMMISSION. *Preferences of Europeans towards tourism 2015: Flash Eurobarometer 414* [online]. 2015 [cit. 2015-08-14]. ISBN 978-92-79-45838-5. Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_en.pdf

KESNER, Ladislav a kol. *Management kulturního cestovního ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008 [cit. 2015-07-02]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf

Mapa turistických regionů a oblastí, kontakty. *CzechTourism* [online]. 2013 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/podpora-subjektu-v-cestovnim-ruchu/spoluprace-s-regiony/mapa-turisticky-ch-regionu-a-oblasti,-kontakty/>

MAS PODLIPANSKO, o.p.s. *Strategie komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD) území MAS Podlipansko pro období 2014 – 2020* [online]. 2014 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/cb156287-5264-4b83-bb0c-d4515bc787bd/Strategie-KVMR-Podlipansko.pdf>

Návštěvník: Krajem bitvy u Kolína. *Královské město Kolín: oficiální portál* [online]. 2012 [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.mukolin.cz/cz/navstevnik/vylety-do-okoli/kolinskem-na-kole/krajem-bitvy-u-kolina/>

O muzeu: expozice. *Regionální muzeum v Kolíně* [online]. 2015 [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.muzeumkolin.cz/o-muzeu/expozice/>

World Tourism Organization. *City tourism: the European experience* [online]. Madrid: World Tourism Organization, 2005 [cit. 2015-07-17]. ISBN 92-844-0779-6. Dostupné z: http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/133_ETC_CityTourism%26Culture_LR.pdf/0832e724-2301-4fed-99d0-1d563e6e17a3

Památník Bitvy u Kolína. *Obec Křečhoř* [online]. Křečhoř, 2015 [cit. 2016-02-23]. Dostupné z: <http://www.krechor.cz/index.php?nid=1371&lid=cs&oid=1890411>

Public opinion: Flash Eurobarometer reports. *European Commission* [online]. 2015 [cit. 2015-08-14]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_fact_cz_cz1.pdf

Region Podlipansko interaktivně. *MAS Podlipansko* [online]. 2014 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://mas.podlipansko.cz/o-nas/interaktivni-mapa-podlipanska>

Regiony regionální politiky. *Ministerstvo pro místní rozvoj: Evropské strukturální a investiční fondy* [online]. 2012 [cit. 2016-02-27]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Informace-o-fondech-EU/Regiony-regionalni-politiky-EU>

Správní uspořádání ČR, orgány územního plánování: NUTS. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 2002–2015 [cit. 2015-08-19]. Dostupné z: <http://portal.uur.cz/spravni-usporadani-cr-organy-uzemniho-planovani/nuts.asp>

Válka v krajích v režii Sedmiletky. Bitva u Kolína letos s patnácti vojenskohistorickými jednotkami. SLÁDEK, Vladimír. *Kolínský týdeník Pres* [online]. 2015 [cit. 2015-07-10]. Dostupné z: <http://www.kolinskypres.cz/clanek-valka-v-krajkach-v-rezii-sedmiletky-bitva-u-kolina-letos-s-patnacti-vojenskohistorickymi-jednotkami>

9 Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník pro návštěvníka vzpomínkové akce u příležitosti 258. výročí Bitvy u Kolína

1. Kolika ročníků kulturní akce výročí Bitvy u Kolína jste se již zúčastnil/a v minulých letech?

- ani jednoho, jsem zde poprvé
- 1 – 3
- 4 – 6
- 7 a více

2. Kterých dnů akce se účastníte?

- pátek, sobota, neděle
- pátek a sobota
- sobota a neděle
- pouze pátek
- pouze sobota
- pouze neděle

3. S kým jste na akci přijel/a?

- s partnerem/partnerkou
- s rodinou
- s kamarády
- sám/sama

4. Jakým dopravním prostředkem jste na akci přijel/a?

- autem
- autobusem
- vlakem
- pěšky
- na kole

5. Pokud během akce přenocujete, v jakém zařízení to bude?

- hotel
- penzion
- doma
- u známých
- nepřenocuji v okolí akce

6. Kde jste získal/a informace o této akci?

- internet
- tisk
- propagační materiály v regionu
- vlastní zkušenosti
- reference od známých

7. Navštívíte během akce i jiné atraktivity regionu Kolínsko?

- kulturní památky
- kulturní zařízení
- turistickou trasu Krajem Bitvy u Kolína
- pouze místa konání akce
- vlastní odpověď: _____

8. Co se Vám na akci nejvíce líbí?

- jednotlivé ukázky výcviku vojska
- průvod vojsk k památníku
- dělostřelecké salvy
- vlastní odpověď: _____

9. Je něco, co se Vám na akci naopak nelíbí?

10. Myslíte si, že je nabídka kulturního programu dostatečná i v případě nepřízně počasí?

- ano
- ne
- nedovedu posoudit

11. Myslíte si, že je program akce přizpůsoben všem věkovým kategoriím?

- ano
- ne*

*Prosím uveďte, pro jakou věkovou kategorii chybí program:

12. Jak jste spokojený/á se službami, které jste během akce využil/a?

(škála: 1 – nejlepší, 5 – nejhorší)

kulturní program	1	2	3	4	5
dostupnost informací o akci	1	2	3	4	5
úroveň účinkujících	1	2	3	4	5
možnosti stravování	1	2	3	4	5
ceny stravování	1	2	3	4	5
možnosti ubytování	1	2	3	4	5
dopravní dostupnost	1	2	3	4	5
parkování	1	2	3	4	5

13. Máte nějaký návrh, co by se mělo zlepšit do budoucích ročníků akce?

14. Plánujete se zúčastnit i dalších ročníků akce?

- ano
- ne
- nevím

15. Jaké je Vaše pohlaví?

- muž
- žena

16. Jaký je Váš věk?

- do 20 let
- 21 – 30 let
- 31 – 40 let
- 41 – 50 let
- 51 a více let

17. Máte trvalé bydliště v okrese Kolín?

- ano
- ne*

*Prosím uveďte Vaše trvalé bydliště: _____

Příloha č. 2: Dotazník pro účinkujícího na vzpomínkové akci u příležitosti 258. výročí Bitvy u Kolína

1. Na kolika ročnících kulturní akce výročí Bitvy u Kolína jste již účinkoval/a v minulých letech?

- na žádném, jsem zde poprvé
- 1 – 3
- 4 – 6
- 7 a více

2. Kde Váš vojenský pluk získal informace o této akci?

- pozvání od pořadatelů
- tisk
- internet
- vlastní zkušenosti

3. V jaké dny akce účinkujete?

- pátek, sobota, neděle
- pátek a sobota
- sobota a neděle
- pouze pátek
- pouze sobota
- pouze neděle

4. Jakým dopravním prostředkem jste na akci přijel/a?

- autem
- autobusem
- vlakem
- pěšky
- na kole

5. Pokud během akce přenocujete, v jakém zařízení to bude?

- kemp
- hotel
- penzion
- doma
- u známých
- nepřenocuji v okolí akce

6. Myslíte si, že je nabídka kulturního programu dostatečná i v případě nepřízně počasí?

- ano
- ne
- nedovedu posoudit

7. Domníváte se, že je program akce přizpůsoben všem věkovým kategoriím?

- ano
 ne*

*Prosím uveďte, pro jakou věkovou kategorii chybí program:

8. Jak jste spokojený/á se službami, které jste během akce využil/a?

(škála: 1 – nejlepší, 5 – nejhorší)

zázemí účinkujících	1	2	3	4	5
možnosti stravování	1	2	3	4	5
ceny stravování	1	2	3	4	5
možnosti ubytování	1	2	3	4	5
dopravní dostupnost	1	2	3	4	5
parkování	1	2	3	4	5
celková organizace akce	1	2	3	4	5

9. Máte nějaký návrh, co by se mělo zlepšit do budoucích ročníků akce?

10. Zúčastňuje se Váš vojenský pluk i dalších akcí spojených s tematikou oslav historických bitev?

- ano*
 ne

* Prosím uveďte název akcí, kterých se Váš pluk již zúčastnil:

11. Můžete uvést název Vašeho vojenského pluku?

12. Uvažujete o opakovaném účinkování i v rámci dalších let konání této akce?

- ano
 ne
 nevím

13. Jaké je Vaše pohlaví?

- muž
- žena

14. Jaký je Váš věk?

- do 20 let
- 21 – 30 let
- 31 – 40 let
- 41 – 50 let
- 51 a více let

Válka v krajkách

bitva u Kolína 1757

Program vzpomínkových akcí u příležitosti 258. výročí bitvy u Kolína

Pátek 26. června 2015 - Nová Ves I
20:30 ukázka nočního střetu předsunutých stráží

Sobota 27. června 2015 - Radovesnice I
10:00 ukázka "Jak se žilo pod žezlem Jeho Veličenstva císařovny Marie Terezie"

Sobota 27. června 2015 - Křečhoř
14:00 - 15:00 průvod, pietní akt u památníku, projevy hostů, slavnostní salvy
15:00 - 17:00 doprovodný program:
- komentované ukázky výcviku vojska doby rokoka
- "Braniboři v Čechách - umění pruského důstojníka"
- sokolnictví - vznešené umění lovu
17:00 - 18:00 bitevní ukázka - "Boj o dubový lesík"
20:00 taneční zábava s živou hudbou
22:00 noční dělostřelecké salvy

Neděle 28. června 2015 - Lošany
10:00 pietní akt u hrobů padlých

pořádá
"Iniciativa Sedmiletka"



 **VODOS Kolín**  **Obec Radovesnice I**  **Obec Nová Ves I**  **Obec Křečhoř**  **PLANANY**  **Středočeský kraj**