

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

**Služby zaměřené na volný čas a animaci
v regionálních produktech turismu**

Bakalářská práce

Autor: Markéta Jiráčková

Obor: Management cestovního ruchu/Německý jazyk

Vedoucí práce: RNDr. Jiří Petera

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 28.4.2015

Markéta Jiráčková

Poděkování

Děkuji vedoucímu bakalářské práce RNDr. Jiřímu Peterovi za cenné rady při psaní práce. Zároveň děkuji všem organizátorům slavností za poskytnutí informací a materiálů. Dále děkuji svým nejbližším za pomoc během dotazníkového šetření.

Anotace:

Bakalářská práce, jejíž název zní „Služby zaměřené na volný čas a animaci v regionálních produktech turismu“, se zaměřuje na animační služby u historických slavností na Kutnohorsku a Kolínsku. V práci jsou vymezeny současné potřeby účastníka cestovního ruchu a jejich uspokojení, které má být zajištěno dostatečným účinkem animace. Na faktory účinnosti animace je pohlíženo z více úhlů pohledu, a to nejen v rámci uspokojení potřeb návštěvníků, ale také dostatečným zabezpečením animace a pozitivním efektem animace na region. Současně práce zkoumá rozsah animačních činností zařazených v programech historických slavností. V závěru práce jsou uvedeny návrhy a doporučení na zlepšení účinnosti animace u vybraných historických slavností.

Klíčová slova:

Volný čas, animace, historické slavnosti, regionální produkt turismu, zážitek, ekonomické efekty v cestovním ruchu, potřeba

Free time and animation services in regional tourism products**Annotation:**

The bachelor thesis, which name is "Free time and animation services in regional tourism products," is focused on animation services at historical celebrations in Kutna Hora and Kolin region. The thesis includes the definition of current needs of a participant in tourist industry and their satisfaction, which is to be secured by sufficient effect on animation. Factors of the effectiveness of animations are seen from several points of view, not only regarding satisfying participants' needs, but also dealing with the sufficient provision of animations and possitive effect of animation on the region. Concurrently, the thesis explores the extent of activities arranged within programmes of historical celebrations. In the end, suggestions and recommendations for improvement of the effectiveness of animations in selected historical celebrations are provided.

Key words:

Free time, animation, historical celebrations, regional products of tourism, experience, economic effects in tourism, need

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl a metodika zpracování.....	2
2.1	Cíle práce.....	2
2.2	Metodika zpracování.....	2
3	Literární rešerše.....	4
4	Teoretická východiska	5
4.1	Vymezení cestovního ruchu a potřeb účastníků cestovního ruchu	5
4.2	Volný čas a animace v cestovním ruchu.....	6
4.2.1	Základní charakteristika volného času	6
4.2.2	Funkce volného času	6
4.2.3	Volnočasové aktivity.....	6
4.2.4	Vztah mezi volným časem a animací.....	7
4.2.5	Základní charakteristika animace.....	7
4.2.6	Potřeby účastníků cestovního ruchu a cíl animace	8
4.2.7	Činnosti volného času a animace v cestovním ruchu.....	8
4.3	Zvolené oblasti účinnosti animace v regionálním produktu turismu.....	11
4.3.1	Zážitek, genius loci	11
4.3.2	Zabezpečení poskytování služeb volného času a animace v cestovním ruchu	13
4.3.3	Ekonomické vlivy animace na regionální i národní ekonomiku	15
4.4	Regionální produkt turismu	18
4.4.1	Vymezení regionálního produktu turismu	19
4.4.2	Stručná charakteristika historie Kutnohorska a Kolínska.....	20
4.4.3	Ilustrativní příklad – bitva u Lipan	20
5	Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky	22
6	Vyhodnocení zjištěných ukazatelů	25
6.1	Vymezení a charakteristika zkoumaných historických slavností.....	25
6.1.1	Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou.....	25
6.1.2	Kříž a kalich.....	26
6.1.3	Císařský den.....	26
6.1.4	Královské stříbření Kutné Hory	27
6.1.5	Hora Lipská: Bitva u Lipan	28
6.1.6	Husitská bitva	28

6.1.7	Dobývání Malešova	29
6.2	Rozsah animací zařazených v programu historických slavností	30
6.3	Zkoumané ukazatele účinnosti animace zvolených historických slavností.....	33
6.3.1	Monitoring návštěvnosti	33
6.3.2	Spokojenost návštěvníků.....	35
6.3.3	Zážitek respondenta ze slavnosti	40
6.3.4	Opakovaná účast návštěvníků.....	41
6.3.5	Zájem organizátorů o potřeby návštěvníků	43
6.3.6	Obměňování animačních činností v rámci slavností	45
6.3.7	Zajištění animací pro nejpočetnější skupinu respondentů	46
6.3.8	Vliv historických slavností na socio-ekonomickou sféru regionu	48
7	Shrnutí výsledků	51
8	Závěry a doporučení	57
9	Seznam použitých zdrojů.....	60
10	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	63
11	Seznam příloh	64

1 Úvod

V současné době se již pomalu dostává do podvědomí přínos animace, a to nejen podnikatelským subjektům, ale i návštěvníkům. Přesto ji využívají v omezené míře a nedostatečně ji zpracovávají. Někteří pořadatelé kulturních akcí si dodnes monitorují návštěvnost povrchně a nerealizují průzkumy pro zefektivnění své činnosti. Přítom zařazení animačních prvků jako doplňkových služeb do programu může zajistit nejen vyšší návštěvnost, ale také zlepšit konkurenceschopnost na trhu.

Kulturní akce jsou dle výzkumu ISSP 2007 Volný čas a sport (Šafr, Patočková, 2010:3) všeobecně málo navštěvované (v porovnání s jinými formami trávení volného času) a je na ně pohlíženo jako na „zbytečně vynaložené náklady“. Z hlediska vypracování studií ekonomického dopadu a komplexnějších studií zahrnující dopady těžko měřitelné uvádí Raabová (2010:31-32), že česká města nejeví zájem o tuto problematiku v porovnání s ostatními státy. To je zarážející, vezme-li se v potaz, že v jejich zájmu je, aby byla kulturní akce prospěšná a efektivní pro rozvoj regionu. Analýza dopadů odpoví na mnohé otázky a může sehrát významnou roli při hledání sponzorského daru.

Problematika účinnosti animaci ve spojitosti s kulturními akcemi je aktuální a pro autorku zajímavá. Jak již bylo zmíněno, kulturní akce nepatří k nejnavštěvovanějším. Animace, jako součást kulturní akce, ale i regionálního produktu turismu, nabízí rozsáhlé uplatnění. Nejen organizátoři a pořadatelé kulturních akcí, ale i města a destinační management mohou ocenit cenné informace v této práci. Toto téma je o to více aktuální, pokud je na animace nahlíženo jako na něco nadbytečného a bezvýznamného.

Dalším důvodem, proč se autorka zajímá o tuto problematiku je skutečnost, že má blízký vztah k historii, která je výrazně znatelná ve městě, ve kterém autorka bydlí, tj. v Kutné Hoře.

Pokud si lidé volí raději jinou formu trávení volného času než návštěvu kulturní akce, nabízí se otázka, proč kulturní akce nemají dostatečnou popularitu? V teoretické části práce jsou diskutovány hlavní aspekty účinnosti, tj. komplexní uspokojení potřeb účastníka cestovního ruchu a s tím související silný zážitek, zabezpečení animačních služeb a ekonomické a sociokulturní dopady akce na region. Tato teoretická východiska poskytují základ pro řešení výzkumného záměru v praktické části práce.

2 Cíl a metodika zpracování

V této kapitole jsou vymezeny cíle a metodika práce, která poukazuje, jakým způsobem autorka zjišťovala, analyzovala a vyhodnotila závěry.

2.1 Cíle práce

Hlavním cílem této práce je zjištění rozsahu a zhodnocení účinnosti animace ve zvolených regionálních produktech turismu. Regionálním produktem turismu byl zvolen určitý typ kulturních akcí, a sice historické slavnosti. Jelikož se autorka rozhodla zhodnotit účinnost animace komplexně, hodnotí se nejen uspokojení potřeb návštěvníka kulturní akce, ale také pozitivní ekonomické efekty vyvolané v regionu. Vzhledem k aspektům účinnosti animace byly stanoveny dílčí přístupy k naplnění cíle:

- 1) vytvořit přehled animačních prvků zařazených v programu historických slavností,
- 2) zhodnotit účinnost historických slavností, jakožto animace z pohledu spokojenosti a naplnění potřeb účastníků cestovního ruchu,
- 3) zhodnotit účinnost historických slavností z pohledu podnikatelských subjektů v regionu přímo související s oborem cestovního ruchu.

2.2 Metodika zpracování

Podpůrným pilířem, jak vyhodnotit účinnost animace a položit si výzkumné otázky pro hledání odpovědí na cíle práce, jsou teoretická východiska. V rámci teoretické části jsou vymezeny nejen odborné termíny cestovního ruchu, ale také specifikovány potřeby účastníka cestovního ruchu a konkretizovány aspekty účinnosti animace (viz kapitola 4.3 Zvolené oblasti účinnosti animace v regionálním produktu turismu).

Hledáním odpovědí na primární cíl této práce si autorka položila následující výzkumné otázky:

- 1) Jaké animační činnosti jsou zařazeny v programu historických slavností?
- 2) Jaké jsou výsledky monitoringu návštěvnosti v letech 2007 – 2014?
- 3) Jaká je spokojenost návštěvníků se zabezpečením, průběhem a programem akce a jaké jsou negativní ohlasy?
- 4) Jaký zážitek poskytla slavnost návštěvníkům?

- 5) Jaký pozitivní ekonomický dopad mělo pořádání kulturní akce na výši tržeb v zařízeních přímo souvisejících s cestovním ruchem? Byli provozovatelé zařízení nuceni navýšit kapacitu pracovních sil?

V návaznosti na výzkumné otázky byly stanoveny následující tři hypotézy, jejichž potvrzení nebo vyvrácení je uvedeno v závěrečné části práce:

- 1) V rámci všech historických slavností jsou nejčteněji zastoupeny společenské a zábavné animace.
- 2) Všechny zkoumané historické slavnosti měly pozitivní ekonomický účinek na růst tržeb podnikatelských subjektů.

V návaznosti na výzkumné otázky bylo nutné si nejprve vytyčit oblast výzkumu. Autorka si zvolila okresy Kutná Hora a Kolín, které mají podobnou historii, jež se stala námětem mnoha tamějších slavností. Pro oblast je zároveň charakteristická dobrá dopravní dostupnost z hlavního města, které využívá řada nejen tuzemských návštěvníků. Základní údaje o pořádání kulturních akcí v regionu poskytla turistická informační centra daných obcí, webové stránky obcí a webové portály Kudy z nudy a Atlas Česka.

Řešení problematiky této práce si žádalo nejprve shromáždit data o přehledu kulturních akcí v regionech. Z vyhotoveného přehledu byly vybrány historické slavnosti, které umožnily zrealizovat dotazníkové šetření mezi návštěvníky vybraných kulturních akcí. Zpětnou vazbu a další doplňující informace poskytl organizátoři během osobních rozhovorů. V rámci práce proběhl druhý kvantitativní výzkum ve formě dotazníkového šetření podnikatelských subjektů v regionu. Metody kvantitativního a kvalitativního výzkumu byly kombinovány za účelem co nejmenšího zkreslení výzkumu. Z následné analýzy dat byly získané údaje vyhodnoceny a vzájemně komparovány. Z výsledných vyhodnocení byly vyvozeny závěry a doporučení pro pořadatele i místní obce či destinační management. Bližší informace o řešení problematiky této práce je uvedeno v kapitole 5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky.

3 Literární rešerše

Nejvýznamnější literární zdroje pro tuto práci jsou:

- FIŠEROVÁ, Věra. Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008, 91 s. ISBN 978-80-86578-87-3. Autorka ve své knize vymezuje spojitost mezi volným časem a animací v cestovním ruchu. Z této publikace bylo využito charakteristik volného času a animace, dále zabezpečení poskytování služeb volného času a animace v cestovním ruchu.
- ORIEŠKA, Ján. Technika služeb cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999, 244 s. ISBN 80-859-7027-9. Autor této knihy klasifikuje a vymezuje služby v cestovním ruchu. Autorka pro svou práci využila kapitoly: Služby cestovního ruchu a Služby volného času a animace v cestovním ruchu.
- 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. Autorky se zpočátku zaměřují na základní charakteristiky cestovního ruchu, většina práce je ale věnována postavení cestovního ruchu a v národní i světové ekonomice z pohledu ekonomických ukazatelů. Pro práci byly stěžejní tyto kapitoly: Nabídka v turismu a Turismus v národní ekonomice.
- ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. *Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011, 164 s. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-114-3. Jak název napovídá, předmětem knihy je zkoumání geopsychologických souvislostí z cestování. Autorka čerpala zejména z podkapitol: Prožitky, Genius loci a Autenticita vs. Inscenovanost.
- ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2. Autorka z uvedeného slovníku čerpala slova blízká volnému času a animace, ale též slova související se sociokulturním dopadem animace na region, tj. demonstrační efekt, folklorizace, transkulturače apod.

4 Teoretická východiska

V teoretické části jsou diskutována tři hlavní témata: volnočasové a animační služby, faktory účinnosti animace a regionální produkt turismu se zaměřením na historické slavnosti. Uvedená témata charakterizují význam animace pro region, který závisí na mnoha faktorech: uspokojení potřeb účastníka cestovního ruchu a poskytnutí nezapomenutelného zážitku (prožít *genia loci*), zabezpečení poskytování služeb volného času a animace a vyvolání pozitivního ekonomického efektu v regionu.

4.1 Vymezení cestovního ruchu a potřeb účastníků cestovního ruchu

Pro objasnění termínu animace, je důležité si vymezení základních rysů cestovního ruchu a potřeby účastníků cestovního ruchu, se kterými animace úzce souvisí.

Cestovní ruch je charakterizován jako soubor činností, který je zaměřen na uspokojování potřeb uskutečněných mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase a za účelem zotavení, poznání, kulturního a sportovního vyžití, společenského kontaktu, ale také lázeňského pobytu a služebních cest. Cestovní ruch nezahrnuje pouze aktivity účastníků cestovního ruchu, ale také aktivity subjektů, které uspokojují potřeby svých zákazníků. (Orieška, 1999:5)

Potřeby účastníků cestovního ruchu mohou být uspokojovány prostřednictvím volných statků (např. slunečný svit, vůně lesa), hmotných statků a služeb. Nezastupitelnost cestovního ruchu spočívá v komplexním uspokojení potřeb, protože uvedené potřeby nevystupují samostatně, ale jako komplex. Tyto potřeby spolu souvisejí a vzájemně se podmiňují, proto musí být i jejich uspokojení vyžadováno komplexně. Z uvedeného vyplývá, že komplexnost služeb je základem pro celkovou spokojenost účastníka cestovního ruchu tehdy, pokud jsou poskytované služby podnikatelských subjektů kvalitní a jejich množství dostačující. Zároveň musí být tyto služby v souladu s vlastnostmi prostoru rekreace, počasím a ročním obdobím. (Orieška, 1999:5 - 13)

Struktura služeb, které uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, je různorodá a klasifikovat ji lze z několika hledisek. Z funkčního hlediska rozlišuje Oriška (1999:8-12) služby dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkovatelské, (...) a animační, které budou dále podrobněji vysvětleny.

4.2 Volný čas a animace v cestovním ruchu

Volný čas a animace hrají v cestovním ruchu důležitou roli. Většina lidí tráví svůj volný čas pasivně a čeká na vnější podnět.

4.2.1 Základní charakteristika volného času

Volným časem rozumí Fišerová (2008:7) časový úsek, který má jedinec pro sebe a může s ním jednat podle vlastního uvážení. Nejlépe volný čas vystihli Zelenka, Pásková (2012:615), kteří volným časem rozumí svobodné rozhodnutí jedince s možností příjemného prožití. V takovém čase se nevykonávají činnosti, během nichž je člověk pod tlakem pracovních závazků nebo by je vykonával z nutnosti, aby si mohl zachovat svůj rodinný či biofyziologický systém. V psychologické rovině vnímají Štýrský, Šípek (2011:79) volný čas jako duševní prostor, jenž pomáhá k nalezení, poznání a růstu vlastní osobnosti.

4.2.2 Funkce volného času

Volný čas lze trávit několika způsoby, podstatou zůstává, jaký užitek takto využitý volný čas přináší. Proto lze upřesnit tři funkce volného času, které vycházejí z potřeb člověka (viz kapitola 4.1 Vymezení cestovního ruchu a potřeb účastníků cestovního ruchu). První funkce je instrumentální, která chápe volný čas jako organizovaný a strukturovaný. Apeluje na možnost si odpočinout a upevnit své zdraví. Další je funkce humanizační, která se zaměřuje na socializační a výchovně vzdělávací možnosti volného času. Tato funkce nabízí v rámci volného času zachování lidových tradic a zvyků, tedy kulturní dědictví. Poslední funkci představuje funkce zábavná, která umožňuje naplnit pocity příjemného prožitku a uspokojení. (Fišerová, 2008:11)

4.2.3 Volnočasové aktivity

Způsoby trávení volného času je mnoho, ale obecně se klasifikuje na aktivní a pasivní. Mezi aktivní formy trávení volného času se řadí činnosti (Fišerová, 2008:15):

- manuální (kutilství, zahradničení, řemeslnické činnosti);
- fyzické - činnosti zaměřené na pohyb a sport (tanec, běh, plavání, ale také táboření, cestování, turistika);
- kulturní (četba, hra na hudební nástroje, malování, návštěva muzea);

- intelektuální - činnosti zaměřené na prohlubování znalostí a vzdělávání (četba vědecké literatury a odborných časopisů);
- sociální (besedování, společenské hry v rámci rodiny, přijímání návštěv).

K pasivní formám trávení volného času patří dle Fišerové (2008:15) „nicnedělání“, hraní počítačových her a sledování televize.

V současnosti se stále více prohlubuje pasivní způsob trávení volného času. Šafr, Patočková (2010:3) poukazují ve svém článku na komparativní výzkum ISSP 2007 Volný čas a sport, který ukázal zajímavé výsledky. Téměř 72 % obyvatel denně tráví svůj volný čas sledováním televize. Alarmující je zjištění, že nejméně zvolenou odpovědí byla návštěva kulturních akcí. Z uvedeného vyplývá, že kulturní akce nejsou dostatečně atraktivní, aby dokázaly své návštěvníky přilákat. Tento problém může částečně vyřešit zabezpečení poskytování služeb animace (viz kapitola 4.3.2 Zabezpečení poskytování služeb volného času a animace v cestovním ruchu). Konkrétní rady pro sestavení kulturní akce jsou uvedeny v kapitole 4.2.7.1 Společenské a zábavní činnosti.

4.2.4 Vztah mezi volným časem a animací

Smyslem animace je oživit a obohatit volný čas účastníka cestovního ruchu. Proto při sestavování animačních aktivit je důležité dodržovat jejich časové zatížení. Účastník by měl mít také dostatek prostoru pro plánování vlastního programu, který může realizovat ve svém volném čase. (Orieška, 2003:34)

4.2.5 Základní charakteristika animace

Výraz animace pochází z latinského slova anima – duch, duše (Fišerová, 2008:61). Animaci v cestovním ruchu rozumí Zelenka, Pásková (2012:37) organizování a stimulaci zábavy návštěvníků, účastníků zájezdu či průvodcovské prohlídky, klientů hotelu nebo cestujících (např. během okružní plavby).

Cílem animace je rozveselovat, povzbuzovat, aktivně využívat volný čas nebo organizovat některé činnosti (Orieška, 1999:160). Proto lze animaci dle Fišerové (2008:60) chápat jako animační péči, která ve volném čase uspokojuje potřeby účastníků cestovního ruchu.

Animaci nevyužívají jen jednotlivá zařízení jako součást svého produktu, ale dle Orišky (1999:161) ji mohou využít jako alternativu v případě nepříznivého počasí či nenadálé změny programu.

4.2.6 Potřeby účastníků cestovního ruchu a cíl animace

Plánování animačních aktivit je založeno na motivech účasti na cestovním ruchu, které směřují k uspokojení potřeb (pohyb a sport, společenská komunikace a zábava, seberealizace, další vzdělávání, poznávání a objevování, dobrodružství, odpočinek a meditace). Nabídka těchto aktivit by měla být dle Orišky (1999:160 - 161) „*nejen standardní (např. výlety do okolí), ale i tradiční (například karneval na lyžích) a příležitostná (například návštěva folklórního festivalu)*“.

Pro naplnění výše zmíněných potřeb je důležité si vytyčit cíle animace. Animace se zaměřuje na uspokojování nároků, povzbuzení vlastní aktivity, navazování kontaktů, zintenzivnění komunikace, zábavu a příjemný zážitek a možnost využití nabytých zkušeností (Oriška, 1999:161). V hlavním cíli animace vidí Fišerová (2008:62) zprostředkování silného zážitku (viz kapitola 4.3.1 Zážitek, genius loci) a hry,

4.2.7 Činnosti volného času a animace v cestovním ruchu

Jak již bylo zmíněno, hlavní motivy účasti na cestovním ruchu vycházejí z požadavků a očekávání návštěvníka (viz kapitola 4.2.3.2 Potřeby účastníků cestovního ruchu a cíl animace). Tyto motivy lze rozdělit do pěti základních skupin: dovolená za zážitky, dovolená za zábavou, dovolená za odpočinkem, rodinná dovolená a zdravotní dovolená. Z těchto pěti skupin lze vymezit jednotlivé animační činnosti (viz tabulka č. 1), které mají naplnit tužby a očekávání účastníků cestovního ruchu. (Oriška, 1999:176).

Tabulka č. 1 Přehled animačních činností dle oboru animace

Obor animačních činností	Příklady
pohybové a sportovní činnosti	sportovní hry
společenské a zábavní činnosti	taneční večer
tvořivé činnosti	kreslení, malování
vzdělávací, poznávací a objevovací činnosti	výlety, krajina a lidé
dobrodružné činnosti	vatra, přenocování v jeskyni
meditativní činnosti (odpočinek, uvolnění)	jóga, rozhovory

Zdroj: převzato dle Orišky (1999:176)

Animační činnosti nelze jednoznačně klasifikovat, protože se vzájemně překrývají. Proto animační aktivitu určuje činnost, která u animace převládá. (Orieška, 1999:176)

Vzhledem k povaze této práce bude zejména vymezena společenská a zábavní činnost.

4.2.7.1 Společenské a zábavní činnosti

Pro společenské a zábavní činnosti je především charakteristická soudržnost. Smysl této činnosti spočívá v navazování kontaktů a komunikaci. Tato animace má navázat atmosféru, kdy lidé mohou dosáhnout úspěchu a uznání, získat lásku, mít sexuální zážitek, radovat se. Jde o specifickou formu „*kulturního odpočinku ve volném čase, která od účastníka vyžaduje určitou dobrovolnou aktivní účast a spolupráci a předpokládá určitý stupeň společenské organizovanosti akce,*“ uvádí Orieška (1999:180 – 181).

Akce tohoto typu musí být pečlivě organizačně i programově připravena. Pomocí níže uvedených zásad budou kulturní a společenské akce dynamické, nevšední, vtipné a zábavné. Při plánování zmíněného typu akcí je nutné vzít dle Oriešky (1999:182) v úvahu:

- prostorové možnosti (potřebné vybavení, osvětlení, zasedací pořádek, nábytek, v uzavřených prostorách, tvar místnosti);
- sestavení týmu pracovníků, jenž dokáže akci zabezpečit z programového, technického, propagačního a pořadatelského hlediska;
- strukturu účastníků (pohlaví, věk, zájmy apod.);
- možnosti neobvyklého oblečení hostů,(maškarní ples, zbrojnický večer);
- možnosti změn obvyklého chování (např. tykání).

Při tvorbě programu se doporučuje dodržovat uvedené zásady (Orieška,1999:183):

- dramaturgicky vypracovat scénář, ke kterému náleží i technický scénář;
- každé číslo programu se má vybrat a sestavit s ohledem na rekreační funkci akce;
- dílčí části programu mají mít vnitřní logiku, být vtipné, zábavné, propojené vhodným doprovodným slovem a krátkými tanečními a hudebními bloky;
- v první třetině či polovině akce je třeba zařadit program, který požaduje zvýšenou pozornost posluchačů;
- program má plnit zábavní i výchovné cíle.

4.2.7.2 *Vzdělávací, poznávací a objevovací činnosti*

Jednou z funkcí cestovního ruchu je i kulturně-poznávací umožňující poznávání, objevování nových míst a rozšiřování znalostí. Cílem těchto činností je obvykle jen povrchně uspokojit potřeby kultury, vzdělání a rozšiřování informačního obzoru. Přesto tyto činnosti musí zahrnovat hravost, překvapivost, radost, dobrovolnost a přístupnost. Předmětem zmíněných činností může být zájem o literaturu, historii, výtvarné a jiné umění, přírodu a mnohé další. Činnosti spjaté se vzděláním a objevováním lze s aktivní či pasivní účastí vykonávat v interiéru (přednášky, divadelní představení) nebo v exteriéru (např. prohlídky míst, kulturních a historických pozoruhodností). (Orieška, 1999:184-185)

4.2.7.3 *Pohybové a sportovní činnosti*

Tento typ animačních činností napomáhá ke sblížení lidí, intenzitě prožitku z dosaženého úspěchu, ale i radosti z fyzické aktivity. Pohybové a sportovní aktivity vyžadují zejména zabezpečení materiálně-technické a personální, protože činnosti musí být uzpůsobeny věku a fyzické zdatnosti účastníků cestovního ruchu. Vhodné je zaměřit se při vytváření animace na přírodní podmínky. Zmíněný typ činností lze klasifikovat dle sportovních her, vytrvalosti, každodenních sportů (aerobik), sportů asijské kultury (např. jóga) a aktivit, které se v současné době spíše nevykonávají (např. žonglování). Činnost lze klasifikovat dle místa výkonu, tj. ve vodě, ve vzduchu a na zemi. (Orieška, 1999:178-179)

4.2.7.4 *Činnosti pro děti a mládež*

Aktivity určené pro děti a mládež se v některých případech liší od činností pro dospělé a žádají si jiný přístup. Též je důležité rozlišovat aktivity pro děti a pro mládež. Obecně má tento typ činností vyvolat zvědavost a vybízet k aktivitě. Přesto vše musí být v zájmu dobrovolnosti a bez udělování sankcí. Předmětem je navazování vztahů, přátelství, hra a zábava. Uplatnění zmiňovaných činností je v programech dobrodružných a tvořivých, které nabízejí nové zkušenosti a uznání ve skupině. (Orieška, 1999:188-189)

4.2.7.5 *Tvořivé činnosti*

Pro tvořivé činnosti je příznačná originalita, fantazie a spontánnost, proto jimi lze shledat různé umělecké a řemeslné aktivity, které účastníka cestovního ruchu uspokojí a seberealizují. Dalším rysem je výsledek z vykonané aktivity, který si mnohdy návštěvník

odnáší jako suvenýr. Tato činnost je náročná z pohledu materiálního a finančního zabezpečení. Výstupem mohou být různé obrazy a malby, rukodělné předměty, písemné projevy a produkty charakteru akustického (např. divadelní představení, poetické a prozaické přednesy) i optického (např. fotografování). (Orieška, 1999:183-184)

4.2.7.6 Meditativní činnosti

Cílem této činnosti je poskytnout odreagování únikem do klidu a ticha nebo naopak do hluku. Předmětem mohou být společné hodiny cvičení jógy, večerní besedy u táboráku nebo krbu, poslech klasické hudby a procházky do přírody za účelem vnímání krajinného rázu, nikoli překonání vzdálenosti a vytrvalosti. Některé meditativní aktivity jsou určeny pro úzkou skupinu lidí, např. četba pohádek pro děti. (Orieška, 1999:187)

4.3 Zvolené oblasti účinnosti animace v regionálním produktu turismu

V této kapitole jsou specifikovány oblasti účinnosti animace. Účinnost animace se odráží ve dvou bodech. Aby byla zajištěna návštěvnost kulturní události, musí být uspokojeny potřeby účastníků cestovního ruchu tak, aby byla animační služba ve všech ohledech dostatečně zajištěna a navíc poskytla návštěvníkovi nezapomenutelný zážitek. Druhý bod účinnosti animace je dán významem pro region, přičemž animace má napomáhat rozvoji destinace z ekonomického a sociokulturního hlediska.

4.3.1 Zážitek, genius loci

Jak již bylo zmíněno, smyslem animace je poskytnout účastníkovi cestovního ruchu silný a intenzivní zážitek (viz kapitola 4.2.3.2 Potřeby účastníků cestovního ruchu a cíl animace). Dle Fišerové (2008:32) se v současné době stále více rozmáhá trend zážitkového turismu, jako je např. gurmánský a adrenalinový cestovní ruch.

Zážitek má mnoho významově podobných výrazů, jako je prožitek, emoce či pocit. Pro turistu je to takové emoční ladění, kvůli kterému absolvuje cestu. Je to jeden ze základních motivů cestování, který se ho snaží vymanit z každodenního stereotypu a starostí, turista touží něco zažít a pak o tom vyprávět a vzpomínat na to. Pro intenzitu prožitku je důležité zapojení více smyslů. Účastník cestovního ruchu nechce být pouze

pozorovatelem, ale chce být vtáhnut do děje. Z toho důvodu je pro konečný prožitek důležité sjednocení smyslů a tělesných pocitů. (Štýrský, Šípek, 2011:59-61)

Významné je si též uvědomit, že turista vnímá zážitek z navštíveného místa komplexně. Palatková, Zichová (2014:66) uvádí, že celkový prožitek z destinace je dán poskytovanými statky, službami, neuchopitelnými prvky destinace, cestou do destinace a zpět a vzpomínkami po návratu zachycené na fotografii.

S intenzitou zážitku velmi úzce souvisí v současné době často používaný termín *genius loci*. Tento termín, v překladu „duch“ místa či oblasti, se vyznačuje atmosférou, kterou turista zaznamená a prožívá. Tento jev je představován přírodní lokalitou, ročním obdobím, podmínkami ovzduší, počasím, kulturním vyobrazením oblasti, ale též i tělesným a duševním stavem člověka. Magičnost takového místa vyvolá v člověku pocit vznešenosti, neopakovatelnosti a tajemnosti. Může též vést k porovnání sebe sama s přírodou, navodit pocit bezcennosti. (Štýrský, Šípek, 2011:68)

Výstižně charakterizuje tento jev Cílek (2007:10) ve své knize *Makom*: „*Asi nejlepší definice „ducha místa“ je to, že je důvodem, který neumíme pojmenovat, ale kvůli kterému se vracíme. Pojem genius loci může působit magicky a prchavě, ale ve skutečnosti je jednou z nejsilnějších esencí celé krajiny.*“

Obdobné definice se nacházejí i ve sborníku *Percepce krajiny a genius loci*. Šípek (2008:160–161) se ve sborníku zmiňuje o *geniu loci* v psychologické rovině, kde uvádí, že duch místa může na pozorovatele zapůsobit také z fotografie, malířského plátna nebo popisem v textu. Pro doplnění popisu tohoto jevu uvádí Šípek (2008:164) tvrzení zkoumaných osob: „... *zvláštní, podivný zážitek, příjemná vzrušující atmosféra, je v tom kouzlo, tajemství, ... něco to připomíná, ale nevím přesně co, je to krásné... kouzelné... majestátné (...)*“.

Závěrem lze shrnout, že zážitek je jednou z hnacích sil, který vyvolává nutkání se opět vrátit na místo prožitku. Toto nutkání může být o to větší, prožil-li turista na místě jev zvaný *genius loci*.

4.3.2 Zabezpečení poskytování služeb volného času a animace v cestovním ruchu

Při sestavování animačních aktivit je důležité věnovat pozornost několika faktorům vymezených v této kapitole, na kterých závisí míra prožitku. Jejich význam je pro animaci důležitý, neboť se od něj odvíjí její úspěšnost.

4.3.2.1 Organizační zabezpečení služeb

Animace musí v první řadě návštěvníka zaujmout. Tento úkol zajistí dobře sestavený, přitažlivý a atraktivní program, který zahrnuje animační aktivity s důrazem na hru. Animační program je programem odpočinku, který má návštěvníkovi nabízet realizaci činností turistických, sportovních, ozdravovacích, kulturních, poznávacích a amatérských. Při sestavování programu musí organizátor určit segment návštěvníků, místo a čas realizace, náplň programu včetně variant, materiální pomůcky a jejich zabezpečení, způsob a včasnost informování animačních aktivit. Součástí zmíněného typu zabezpečení je marketingová komunikace, která informuje návštěvníky o programu. (Fišerová, 2008:68)

Vzhledem k povaze této práce jsou zásady při sestavování programu a organizování animačních aktivit uvedeny v podkapitole 4.2.7.1 Společenské a zábavní činnosti.

4.3.2.2 Personální zabezpečení služeb volného času

K dalšímu významnému aspektu, který ovlivňuje míru prožitku animace, je kvalitní personál. Lidský faktor lze považovat za nejdůležitější předpoklad úspěšnosti animace, jelikož se služby vytvářejí v přímém kontaktu s účastníky cestovního ruchu. Na tvorbě animačních aktivit se zejména podílí organizátor – manažer volného času, organizátor animačních aktivit a animátor. (Orieška, 2003:42)

4.3.2.2.1 Animátor

Animátor je dle Zelenky, Páskové (2012:38) fyzickou osobu, jenž plánuje, dohlíží a organizuje kulturní, sociální a další aktivity volného času motivující k účasti cestujících.

Smyslem činnosti animátora je zpříjemnit a obohatit dovolenou návštěvníkům prostřednictvím animace. Důsledkem úspěšné činnosti animátora je prožívání, ať už z tělesné aktivity spjaté s funkční slastí (např. adrenalinový efekt) či z úspěchu při soutěžích, nebo ze spolupráce vzniklé v kolektivních sportech a hrách. (Fišerová, 2008:64)

Aby mohl animátor docílit maximálního účinku animačních činností, musí disponovat následujícími vlastnostmi, znalostmi a schopnostmi. Fišerová (2008:63-64) považuje za nutné, aby animátor disponoval schopností kontaktu a komunikace, kvalifikačním vzděláním, schopností plánovat a organizovat a byl všeobecně vzdělaný. Důraz také klade na disciplínu, formu vystupování, dobrý vzhled, empatii, znalost dané lokality, znalost cizích jazyků, životní zkušenosti a mnohé další. Oriška (1999:173) vyzdvihuje spíše vlastnosti než schopnosti animátora. Animátor by měl být přátelský, poctivý, spolehlivý, plný fantazie, sympatický, čistotný, diskrétní, abstinent, mít příjemný hlas apod. Obecně by měl profesi animátora vykonávat člověk, který je talentovaný, dobře vzdělaný, zkušený, tělesně a duševně trénovaný a pozitivně orientovaný.

4.3.2.3 Materiální a technické zabezpečení

Charakteristickým znakem materiálního a technického zabezpečení je spojitost s atraktivitami cestovního ruchu. Příkladem může být ubytovací zařízení v horské oblasti, které umožňuje návštěvníkům vypůjčit si lyže a využít vleky. Takové zabezpečení vyžaduje přijatelné a kapacitě postačující prostory jak v exteriéru, tak i v interiéru. (Fišerová, 2008:70)

Materiální zabezpečení se odvíjí od dané animační činnosti. Nejvíce materiálně vytížené jsou aktivity tvořivé, vzdělávací, poznávací a objevovací. Pro jejich zajištění je třeba nejrůznějších pomůcek, např. malířské potřeby, divadelní kulisy, audiovizuální pomůcky. Pro pohybové a sportovní činnosti jsou důležité půjčovny sportovní výstroje. Významné postavení má i technické vybavení střediska cestovního ruchu, např. u ubytovacího zařízení v horských oblastech jsou technickou vybaveností míněny lanovky a vleky. (Oriška, 1999:174–175)

4.3.2.4 Ekonomické zabezpečení

Posledním aspektem zabezpečení poskytování služeb je ekonomické hledisko. Pro zabezpečení animačních aktivit se musí dle Orišky (1999:175) zajistit „*dostatečný objem finančních prostředků nutných k jejich uskutečnění*“. Animační aktivity lze financovat z vlastních zdrojů, sdružených prostředků, sponzorských darů či z příspěvků z rozpočtu obcí a měst. Fišerová (2008:69) dodává, že součástí má být i tvorba plánu návratnosti investovaných prostředků, který nabízí přehled o výtěžnosti či prodělečnosti aktivity.

4.3.3 Ekonomické vlivy animace na regionální i národní ekonomiku

Jak již bylo zmíněno, cestovní ruch je ekonomický jev, jehož je animace součástí. Proto k základním znakům animace patří mimo jiné vytváření a produkování příjmů. Důsledkem této činnosti je vliv na mnoho dalších ekonomických a sociologických oblastí. (Pásková, 2014:17)

V této kapitole jsou vymezeny přímé, nepřímé (tzv. multiplikované) a indukované efekty, které mají pozitivní a negativní dopady na region vyvolané animací.

4.3.3.1 Přímé, nepřímé a indukované efekty cestovního ruchu

Cestovní ruch je otevřená odvětví, a proto se změny vyvolané turismem projeví i v dalších sektorech ekonomiky. Tyto změny mohou být způsobeny přímými, nepřímými a indukovanými efekty turismu. Změny lze vypočítat a zjistit pomocí několika multiplikátorů, závisí na zkoumané oblasti.

Přímé efekty turismu jsou uskutečněny v odvětvích cestovního ruchu, která jsou v přímém kontaktu se spotřebitelem. Jsou to tedy takové efekty, které jsou ve vztahu poskytovatele, popř. zprostředkovatele služeb cestovního ruchu a účastníka cestovního ruchu. Příkladem může být turista, který se rozhodl navštívit pamětihodnosti ve vzdáleném městě. S jeho cestou je spjata koupě vstupného, přenocování v hotelu a jízdenka do města. Tyto výdaje tvoří pro cestovní ruch přímý efekt. (Palatková, Zichová, 2014:106)

Nepřímé efekty cestovního ruchu, zvané též jako vyvolané či multiplikované, jsou realizované v rámci dodavatelsko-odběratelských vazeb, tzn., nejsou v přímém kontaktu s koncovým spotřebitelem. Svou multiplikační funkci udávají prostřednictvím multiplikátoru, který uvádí vzrůst určité veličiny, pokud se změní veličina vstupní o jednu jednotku. V návaznosti na předchozí příklad vyvolá turista svým pobytem v hotelu navýšení stavu zásob potravin, spotřebu vody, daní apod. (Palatková, Zichová, 2014:106)

Pro indukované efekty v cestovním ruchu je charakteristické, že přímé a nepřímé efekty realizují další příjmy pro domácnosti, veřejný a soukromý sektor, který je vynaloží za nákup dalších statků a služeb. Svou činností tak vytvářejí další příjmy, které budou dále vynaloženy. Tento proces vytváří nekonečnou spirálu, a proto generuje multiplikační efekt.

V návaznosti na příklad byla v hotelu navýšena pracovní místa. Tato změna umožnila občanům získat příjem, který vydají za nákup dalšího zboží. (Tribe, 2012:294)

4.3.3.2 Vlivy cestovního ruchu/animace na region

Cestovní ruch, jakožto ekonomický činitel, se zejména podílí na realizaci příjmů, tvorbě pracovních míst, rozvoji podnikání v destinaci, realizaci daňových příjmů a dalších efektů. Důležité je upozornit, že cestovní ruch, jehož je animace součástí, může mít i negativní účinek, a sice dopad na sociokulturní a fyzické prostředí. Z tohoto důvodu jsou uvedeny i negativní dopady, aby byl pozitivní účinek lépe pochopen.

4.3.3.2.1. Vliv animace na socio-ekonomickou sféru v regionu

Při realizaci animačních služeb dochází k přímým, nepřímým a indukovaným vlivům. Tyto efekty vyvolávají řadu změn v regionu a dají se měřit pomocí makroekonomických ukazatelů (tj. HDP, nezaměstnanost, inflace a běžný účet platební bilance v případě zahraničního cestovního ruchu). Dopady změn se projeví ve zmíněných ukazatelích a lze spočítat pomocí několika multiplikátorů (např. input-output multiplikátor, multiplikátor zaměstnanosti, multiplikátor důchodu¹). (Raabová, 2010:5-7)

Pozitivní efekty, které se navzájem doplňují a navazují na sebe, dle Palatkové, Zichové (2014:116 – 119) jsou:

- změny v produkci zboží a služeb v dalším odvětví,
- vliv na veřejný rozpočet (např. navýšení výběru),
- vliv cestovního ruchu na rozvoj destinace (zejména rozvoj infrastruktury, zamezení odlivu místních obyvatel a zachování zvyků, řemesel),
- vliv na životní prostředí (omezení zemědělství či průmyslu, zachování potenciálu kultury, přírody a historického rázu),
- nová pracovní místa² a s tím související růst příjmů pro obyvatele (zejména pro rezidenty, kteří získali práci v regionu),
- příliv investic do regionu.

Negativní efekty způsobené nárůstem návštěvnosti v regionu vymezila Pásková (2014:73-74) jako:

¹ Více informací o výpočtu a využití multiplikátoru v kultuře je uvedeno v práci T. Raabové Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice.

² Dle ČSÚ (2015) byl v roce 2013 podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti vyjádřené počtem zaměstnaných míst 4,59%, tj. 230 786 pracovních pozic.

- investice nevycházející z potřeb rezidentů,
- nedostupnost infrastruktury pro místní obyvatele,
- snížení kvality života rezidentů nedostupnou infrastrukturou,
- zisky z daní plynoucí do místa sídla podnikatelů, které se neshoduje s místem provozovny,
- růst cenové hladiny způsobené sezónností a atraktivitou destinace,
- pracovní místa na částečný úvazek, často vykonávaná cizinci a/nebo nekvalifikovanými lidmi.

4.3.3.2.2 Vliv animace na sociokulturní prostředí

Při realizaci cestovního ruchu v destinaci dochází ke střetu místního obyvatelstva s návštěvníky. Bude-li dopad pozitivní nebo negativní, závisí dle Palatkové, Zichové (2014:124 – 125) na participaci místních obyvatel.

K pozitivním efektům Palatková, Zichová (2014:126) řadí:

- růst příjmů a zlepšení kvality života,
- nárůst konkurence a tím související zkvalitnění zboží, které směřuje ke zlepšení konkurenceschopnosti celého regionu,
- zachování tradic a obyčejů, architektury,
- snaha zachovat místní jazyk a naučit se řeči návštěvníků.

Pokud dle Páskové (2014:38-39) dojde k nadměrnému využívání kulturního dědictví, které bude mít dominantní postavení nabízených služeb podnikatelů, může dojít k nevratnému poškození kulturních hodnot. K negativním efektům cestovního ruchu patří dle Páskové (2014:68-73):

- znehodnocení památkových hodnot a turistický vandalismus,
- inscenování obyčejů a tradic (viz kapitola 4.3.3.2.2.1. Inscenovanost),
- folklorizace,
- transkulturace.

Palatková, Zichová (2014:126) doplňuje negativní efekty o další příklady:

- demonstrační efekt,
- růst populace s možným nárůstem negativních jevů (kriminalita, přelidněnost),
- upřednostňování návštěvníků před rezidenty v rámci využívání místních zařízení.

4.3.3.2.2.1 Inscenovanost

Jedním ze základních rysů a negativních dopadů animace je inscenovanost. Termínem se rozumí pokus o vystižení či napodobení dané doby, události, či děje. Účastník cestovního ruchu je zde na prvním místě a jeho potřeby a představy utváří vzhled daného místa či události. Během inscenování se sestavuje obraz z různých prožitků a jevů, který se v mnoha ohledech může vzdalovat od původní autenticity. Na některé jedince tak může inscenační turismus zapůsobit značně uměle. (Štýrský, Šípek, 2011:90)

Ne vždy je inscenační turismus vítán. Dle Páskové (2014:69) mohou vést dopady inscenace ke ztrátě autenticity prostředí, kultury a tradic z důvodu maximalizace příjmů poskytovatelů služeb cestovního ruchu. Proto by mělo být zachování hmotných i nehmotných prvků prostředí na prvním místě.

4.3.3.3 Význam analýzy a měření ekonomických vlivů

Smyslem ekonomických efektů je zjistit hospodaření organizace a přínos pro region. Pro tento účel slouží studie ekonomických vlivů, která předkládá přehled o toku výdajů generované kulturní organizací, tzn. přehled výdajů účastníků cestovního ruchu, které přispěly k toku investic do regionu, růstu nových pracovních míst, důchodů a přidané hodnoty pro českou ekonomiku. Vyhotovení studií ekonomických vlivů je významné pro poskytovatele sponzorských darů a dotací zejména v oblasti kultury. Některé vyspělé státy dokonce požadují přiložit k žádosti o dotaci přílohu studie ekonomických dopadů, aby lépe porozuměly ekonomické úspěšnosti uchazeče. (Raabová, 2010:31)

4.4 Regionální produkt turismu

Tato kapitola se zpočátku zaměřuje na vymezení regionálního produktu turismu a jeho významu pro region. Ve druhé části kapitoly je zmíněna historie regionů Kutnohorsko a Kolínsko, jejichž významné okamžiky se staly námětem historických slavností, které byly zvoleny regionálním produktem turismu. V závěru kapitoly byla zvolena jako ilustrativní příklad bitva u Lipan. Bližší charakteristika historických slavností je uvedena v praktické části, protože vymezení slavností nevychází z žádných písemných zdrojů, ale z řízených rozhovorů s organizátory a z poznatků osobní účasti autorky (viz kapitola 6.1 Vymezení a charakteristika zkoumaných historických slavností).

4.4.1 Vymezení regionálního produktu turismu

Pro srozumitelnější pochopení výrazu regionální produkt turismu bude nejprve stručně charakterizován produkt cestovního ruchu a regionální produkt.

Produkt cestovního ruchu definuje Zelenka, Pásková (2012:442) jako „*souhrn veškeré nabídky cestovního či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího*“. Dále Zelenka, Pásková (2012:443) doplňují, že je představován zbožím a službami, pro které je charakteristická neskladovatelnost, omezená životnost, pomíjivost, osobní poskytování, vliv činitelů (např. počasí, další účastníci zájezdu) a komplexnost (viz kapitola 4.1 Vymezení cestovního ruchu a potřeb účastníků cestovního ruchu), kdy si návštěvník volí z nabídky jednotlivých služeb přes balíček služeb až po ucelenou nabídku destinace.

Regionální produkt představují statky a služby charakteristické pro daný region, které mají zviditelnit především venkovské regiony a chráněná území. Typickým rysem je vazba na region (např. produkty vyrobené z místních surovin nebo ručně zpracované zdejšími obyvateli). Jejich smyslem je zajistit z ekonomického hlediska oživení ekonomiky regionu, obrat finančních toků v regionu a pracovní příležitosti. Z hlediska sociálního zajišťují rozvoj spolupráce a přispívají ke zvýšení hrdosti. (MAS Moravský kras, 2009:30)

Regionální produkt turismu se především liší od produktu cestovního ruchu tím, že prospívá regionu, nikoliv jen jednomu podnikateli. Každou službu, která je součástí regionálního produktu turismu, by měl poskytovat jiný subjekt. Největší zájem na jeho tvorbě má destinační management, neboť se snaží navýšit přísun kapitálu do regionu prostřednictvím turistů. (Valášek, 2004:35–36)

Destinační management se nesnaží jen o přísun kapitálu do oblasti, ale také zlepšení image regionu, jak uvádí Zelenka (2007:156), a dále rozvíjí, že tok příjmů pomůže místním občanům a podnikatelům například v rozvoji infrastruktury a nárůstu atraktivit. Další pozitivní efekty vyvolané regionálním produktem turismu jsou vymezeny v kapitole 4.3.3.2 Vlivy cestovního ruchu/animace na region.

Z uvedeného vyplývá, že význam regionálního produktu turismu spočívá ve vzájemné spolupráci subjektů uvnitř regionu, v propagaci regionu, v přílivu návštěvníků a investorů do regionu, který spojený s nárůstem toku financí a v navýšení stavu pracovních míst. Uvedený produkt také zajišťuje, že finance zůstávají v destinaci,

nedochází tak k jejich odlivu, což vede k rozvoji regionu. Typickým příkladem regionálního produktu turismu je Rumcajsova stezka z Mladějova do Jičina v Českém ráji.

4.4.2 Stručná charakteristika historie Kutnohorska a Kolínska

Kutnohorsko a Kolínsko se nachází ve východní části Středočeského kraje. První zmínky o osídlení této krajiny pocházejí ze starší doby kamenné, například zemědělské sídliště v Bylanech z mladší doby kamenné a slovanské hradiště Stará Kouřim. Dalším významným obdobím byl zrod královských měst (Kolín, Český Brod, Kouřim) a rozvoj Kutné Hory díky těžbě stříbrné rudy. Rozmach Kutné Hory byl natolik velký, že se v období středověku stala druhým největším městem s 60 000 obyvateli. Během husitských válek byla drancována i tato krajina. Nejvýznamnějším okamžikem se stala bitva u Lipan. Dalšími důležitými mezníky byl rok 1757, kdy byl poražen pruský král Bedřich II. u Kolína a rok 1775 známý porážkou nespokojených sedláků s robotou u Chlumce nad Cidlinou. Ze všech měst je nejvýznamnější Kutná Hora, která si do dnešních dob zachovala historický ráz a byla zapsána na Seznam světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO. K významným pamětihodnostem patří chrám sv. Barbory, klášter v Sedlci, Vlašský dvůr a Hrádek, v okolí Kutné Hory zámek Kačina a Žleby. V Kolíně lze zmínit chrám sv. Bartoloměje, židovský hřbitov a synagogu. (David a kol., 2004:11-14)

4.4.3 Ilustrativní příklad – bitva u Lipan

Rozhodující bitva u Lipan se odehrála dne 30. května 1434 u obce Lipany ležící mezi městy Český Brod a Kouřim. Boj zde svedla vojska umírněných a radikálních husitů. Pro snadnější porozumění budou nejprve připomenuty okolnosti, které bitvě předcházely.

Zárodky nespojenosti s katolickou církví se datují na počátek 15. století. Nejvýznamnějším reformátorem té doby byl Mistr Jan Hus hlásající, že se má církev vrátit k tradičním hodnotám uvedeným v Bibli. Jeho upálení roku 1415 v Kostnici vyvolalo v Čechách pobouření vyústěné v první pražskou defenestraci, která je považována za počátek husitské revoluce. Husité (kališníci), kteří požadovali uznání čtyř artikul pražských, poráželi Zikmundovo vojsko (křižáci). Neúspěchy křižáků vedly ke svolání koncilu v Basileji, kde byly projednávány čtyři artikuly pražské. Protože je církev nepřijala, plenili kališníci české země. S drancováním Čech přestala později souhlasit umírněnější větev husitů – sedláci a česká šlechta, ke které se připojili katolíci. Vznik této

koalice je znám jako panská jednota. Spor mezi husity nakonec uzavřela bitva u Lipan. (E-dějiny, 2014)

V době, kdy byl Český Brod obléhán panskou jednotou, se rozhodl Prokop Holý táhnout se svým vojskem stejným směrem, aby zabránil vniknutí panské jednoty do Brodu. Ke střetu vojsk došlo dne 30. května 1434 mezi Kouřimí a Českým Brodem u obce Lipany. Autoři Rychlík a Penčev (2013:153-154) uvádí: „*Bitva u Lipan měla z čistě vojenského hlediska jednu zvláštnost: obě strany použily vozové hradby a byly stejně vyzbrojeny.*“

Útok zahájilo vojsko panské jednoty v odpoledních hodinách střelbou. Vrchní velitel Diviš Bořek z Miletína věděl, že vozovou hradbu neprolomí, a proto své vojsko rozdělil. První skupina zaútočila, ale později začala předstírat ústup. Spojené táborsko³ Prokopa Holého si skutečně myslelo, že prchají, a proto nechalo otevřít vozovou hradbu a začalo je pronásledovat. Toho využil velitel panské jednoty a dal povel pro druhou částí svého vojska. Část oddílu se rozdělila a vpadla do otevřené vozové hradby, část zezadu pronásledovala vojsko radiálních husitů. Tříhodinová bitva skončila vítězstvím na straně panské jednoty. Smrt na bitevním poli našel i vojevůdce Prokop Holý. Jeho vojsko se rozprchlo ke Kolínu a Českému Brodu. (Jelínek, Helfert, 1990:102-103)

K důsledkům husitských válek patří vymezení pozemkového vlastnictví církve, oslabení pozice katolické církve, vznik nové aristokracie z řad husitských hejtmanů a vzestup měst. Z kulturního hlediska došlo ke zničení kostelů a klášterů, zařazení češtiny do bohoslužeb a její užívání jako úřední jazyk. (Rychlík, Penčev, 2013:155-156)

³ Spojené táborsko tvořila sirotčí a táborská vojska.

5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky

Celá práce se zaměřuje na zjištění rozsahu a zhodnocení účinnosti animace ve zvolených regionálních produktech turismu. V první části práce byla diskutována témata poskytující teoretická východiska pro empirickou část. V praktické části se autorka zaměřuje na hledání informací na výzkumné otázky, s jejichž pomocí vyhodnotí cíl práce a vyvrátí či potvrdí hypotézy. Bližší specifikace cíle práce a obecné vymezení metodiky zpracování jsou charakterizovány v kapitole 2 Cíle práce a metodika zpracování.

Předmětem vyhodnocování animačních aktivit jsou historické slavnosti jako jedna z forem kulturních akcí. Slavnosti byly posuzovány z pohledu regionálního produktu turismu a animace. Zkoumané oblasti Kutná Hora a Kolín byly vybrány nejen na základě historické podobnosti, ale také kvůli dobré dopravní dostupnosti z hlavního města.

Realizace výzkumu si vyžádala nejprve nashromáždit základní informace o kulturních akcích na Kutnohorsku a Kolínsku pořádaných v roce 2014. Pro zmapování slavností byla elektronickou poštou kontaktována následující informační centra: IC Kutná Hora, IC Zruč nad Sázavou, IC Český Brod, KIC Uhlířské Janovice, MK Pečky, MIC Kolín, IC Kouřim, IC Týnec nad Labem, IS Čáslav a TIC Zdechovice. Ta odkazovala na kulturní nabídku dalších obcí. Pro úplné zmapování byly zkoumány portály Kudy z nudy a Atlas Česka. Následovalo kontaktování organizátorů akcí s historickým námětem, kteří se vyjádřili o typu své akce. Na základě poskytnutých informací byl sestaven přehled (viz tabulka č. 4, kapitola 6.1 Vymezení a charakteristika zkoumaných historických slavností). Ve zmíněné kapitole je programová skladba interpretována na základě poznatků získaných z osobní účasti autorky. Šetření bylo cílené a předem připravené.

Komplexní uchopení problematiky práce vyžadovalo využití explorační metody – kvantitativní šetření bylo realizováno ve dvou dotaznících mezi návštěvníky a podnikatelskými subjekty, v rámci kvalitativní části byla zvolena výzkumná metoda strukturovaného rozhovoru. Metody byly kombinovány za účelem co nejmenšího zkreslení výzkumu.

Stěžejní část výzkumu byla realizována ve formě dotazníkového šetření mezi návštěvníky zvolených slavností v časovém horizontu květen – září 2014. Předmětem dotazování byl průzkum spokojenosti a hodnocení návštěvníků vybraných akcí. Jelikož byl

zvolen velmi specifický segment respondentů, bylo nutné osobně oslovit 100 návštěvníků na každé slavnosti. V rámci rozšíření výzkumného vzorku byly dotazníky umístěny v elektronické podobě na webovém portálu www.oursurvey.biz/cs. Celkem bylo shromážděno 732 anonymních dotazníků. Konečné množství respondentů oslovených na každé slavnosti a jejich klasifikace dle věku a pohlaví je zpracováno v tabulce č. 2. V dotazníku byly využity zejména škálovací otázky, uzavřené otázky s výběrem několika odpovědí, zcela otevřené otázky a identifikační otázky. Na konci září 2014 byla realizována editace dat ze získaných dotazníků. Vzor dotazníku lze nalézt v příloze č. 1.

Tabulka č. 2 Přehled respondentů oslovených na historických slavnostech klasifikovaných dle věku a pohlaví

Historická slavnost	Celkové množství dotazníků	Pohlaví		Věk				
		Muž	Žena	do 18 let	18– 26 let	26- 40 let	40 – 65 let	65 let a více
Historické slavnosti ve Zruči n/S	117	56	61	9	25	44	32	7
Císařský den	100	47	53	7	16	25	45	7
Kříž a kalich	104	49	55	8	34	27	30	5
Královské stříbření Kutné Hory	109	68	41	6	41	44	15	3
Hora Lipská: Bitva u Lipan	102	51	51	15	11	45	19	12
Husitská bitva	100	59	41	1	18	33	34	14
Dobývání Malešova	100	52	48	2	28	29	25	16

Zdroj: zpracováno autorkou

Pro vyváženost výzkumné části byly uskutečněny řízené rozhovory s 6 organizátory akcí. Primárním cílem rozhovorů vedených v říjnu 2014 bylo zjistit celkový zájem organizátorů o zařazení animačních prvků v programu a jejich obměnu a zpětnou vazbu na nejčastější negativní ohlasy získané z dotazníkového šetření. Seznam otázek je uveden v příloze č. 3. Níže jsou anonymně uvedeny osoby, s kterými byl pořízen řízený rozhovor:

1. **Respondent č.1** – žena, věk 47 let, hlavní organizátorka Historických slavností ve Zruči nad Sázavou, vedoucí odboru kultury, školství a sportu na MÚ ve Zruči nad Sázavou,
2. **Respondent č.2** – muž, věk 44 let, hlavní organizátor Císařského dnu a Kříže a kalichu v Kolíně, předseda spolku historického šermu a dobové hudby Páni z Kolína,

3. **Respondent č.3** – muž, 35 let, spoluorganizátor Královského stříbrnění Kutné Hory; historik, numismatik a archivář v Českém muzeu stříbra v Kutné Hoře,
4. **Respondent č.4** – muž, 46 let, hlavní organizátor Hory Lipské: Bitva u Lipan a předseda spolku Armitores o.s., podnikatel v oblasti nákupu a prodeje nemovitostí,
5. **Respondent č.5** – žena, věk 42 let, spoluorganizátorka Husitské bitvy v Semtěši a místopředsedkyně spolku historického šermu a dobového tance Beřkovští ze Šebířova; asistentka pedagoga a vychovatelka v ZŠ Bílé Podolí,
6. **Respondent č.6** – muž, věk 40 let, hlavní organizátor Dobývání Malešova, manažer ve finanční instituci pracující přechodně v Číně.

Pro doplnění účinku animace na region bylo v dubnu 2015 realizováno druhé dotazníkové šetření. Zkoumaným segmentem byla kulturní, stravovací a ubytovací zařízení v místě pořádání akce. Průzkum se cíleně zaměřil na nárůst/pokles tržeb v zařízeních. Dotazování nejprve probíhalo v elektronické podobě zasláním odkazu s opakovanou žádostí o vyplnění dotazníku. Návratnost ze 124 oslovených subjektů byla 57%, tj. 71 vyplněných dotazníků. Proto bylo dodatečně realizováno osobní dotazování dalších 30 zařízení. Celkem bylo shromážděno 101 dotazníků. Vzor dotazníku je v příloze č. 2.

Níže v tabulce č. 3 je přehledně zpracován celkový počet oslovených zařízení ve zvolených městech, popř. obcích. Vysvětlením, proč v Semtěši, Viticích a Malešově bylo nashromážděno malé množství dotazníků, je nízký počet zařízení. Obce Semtěš a Vitice mají přibližně 200 stálých obyvatel, Malešov cca 900 obyvatel.

Tabulka č. 3 Přehled celkového počtu oslovených zařízení cestovního ruchu ve zvolených městech/obcích

Město/obec	Typ zařízení		
	Stravovací zařízení	Ubytovací zařízení	Kulturní zařízení (muzea a galerie)
Zruč nad Sázavou	11	3	-
Kolín	23	14	-
Kutná Hora	31	10	4
Semtěš	1	-	-
Vitice	1	-	-
Malešov	2	1	-

Zdroj: zpracováno autorkou

Získané výsledky a jejich vyhodnocení jsou rozepsány v následující kapitole 6 Vyhodnocení zjištěných ukazatelů.

6 Vyhodnocení zjištěných ukazatelů

Předmětem kapitoly je řešení výzkumného záměru prostřednictvím ukazatelů, které vyplývají z výzkumných otázek uvedené v kapitole 2.2 Metodika zpracování. První část kapitoly pojednává o přehledu historických slavností. V druhé části jsou zkoumány, analyzovány, vzájemně komparovány a vyhodnocovány nashromážděná data.

6.1 Vymezení a charakteristika zkoumaných historických slavností

Historické slavnosti pořádané na Kutnohorsku a Kolínsku mají podobný charakter. Jejich historické zařazení pokrývá období od 15. století po století 20. Účelem těchto slavností bylo přiblížit divákovi události, které ovlivnily dějiny obcí, některé z nich i vývoj dějin celého národa. Nejčastějším motivem historických slavností byly rekonstrukce bitev.

6.1.1 Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou

Dne 2. srpna 2014 se konal 14. ročník Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou v zámeckém parku tohoto města. Pořadatelem slavností bylo město Zruč nad Sázavou. Tento ročník byl jedinečný tematicky –věnoval se 100. výročí od vypuknutí 1. světové války. V minulých letech se slavnosti zaměřovaly na období středověku, konkrétně rok 2013 na období renesance. Základní informace o slavnosti poskytl respondent č. 1.

Celodenní program slavností byl započat průvodem účinkujících z náměstí do zámeckého parku. Hlavní náplní programu byla různá taneční a hudební vystoupení (ukázky charlestonu, pavlačové a jarmareční písně). Návštěvníky nejvíce překvapila postava dobrého vojáka Švejka, který na pódiu zpíval a vyprávěl historiky nebo hovořil s návštěvníky. Součástí programu byly ukázky vývoje zbraní a uniforem a vystoupení kejklíře a baviče Thomase Lupína. Návštěvníci měli možnost využít prohlídku zámku za zvýhodněné vstupné, výstavu „Když máme pláčou“ zaměřenou na 1. světovou válku, ukázkou dravců a dobové tržičce nabízející ručně zpracované dekorativní předměty a regionální produkty. Celý program zpestřil flašinetář svou hudbou. Pro děti byla zajištěna zábavně naučná stezka, která jim po splnění úkolů na 9 stanovištích nabídla získaný glejt.

6.1.2 Kříž a kalich

Kulturní akce Kříž a kalich se konala 24. května 2014 v areálu jízdárny v Kolíně. Tuto kulturní akci pořádala skupina historického šermu a dobové hudby Páni z Kolína pod záštitou města Kolín. Páni z Kolína pořádali v tomto roce již 19. ročník bitev, ale každý rok je obměňují. V předešlých letech se uskutečnila například bitva Švédové u Kolína, Válka růží či Valdštejnovi hvězdy. Základní údaje o slavnosti poskytl respondent č. 2.

Tato slavnost poukazuje na jednu z mnoha husitských bitev - obléhání Kolína, které následovalo po porážce táboritů u Lipan v roce 1434. V samotné rekonstrukci bitvy nechyběl ani král Jan Lucemburský a Jan Žižka z Trocnova. Během bitvy se také střídalo z děla, střelných zbraní, ale i z luku. Průběh bitvy byl komentován moderátorem. Program této akce nezajistil pouze ukázkou bitvy mezi panskou jednotou a táborským vojskem, ale také rytířský turnaj na koních, který si oblíbily zejména děti díky vtipnému podání účinkujících. Pro děti byla dále zajištěna střelba z kuše na historické střelnici. Součástí slavností bylo i dobové tržiště, kde kromě mincí, obuvi, oděvu a dalších produktů mohli návštěvníci zhlédnout čajovnu, dílnu kováře nebo stan přadleny s kolovrátkem.

6.1.3 Císařský den

Stejný námět Historických slavností ve Zruči nad Sázavou měl Císařský den, který se konal 16. srpna 2014 v Kolíně. Tuto slavnost opět pořádala skupina historického šermu a dobové hudby Páni z Kolína na Kmochově ostrově. V roce 2014 to byl 2. ročník slavností, které se obměňují. Každý rok je věnován jinému císaři, například v předchozím roce se stal námětem Napoleon Bonaparte. Rok 2014 byl věnován císaři Františku Josefu I. a 100. výročí 1. světové války. Informace o slavnosti poskytl respondent č. 2.

Součástí rozmanitého programu byly ukázky dobových tanců (např. charlestonu, lidových tanců, kankánu), jarmareční písně i historiky a písně Josefa

Obrázek č. 1 Zpestření Císařského dne pánem na velocipedu



Foto: M. Plesinger, fotoarchiv SHŠ Páni z Kolína ze dne 16.8.2014

Švejka. Program byl doplněn módní přehlídkou z 19. století. Vedlejší program zajišťoval kejklíř a bavič Thomas Lupíno, flašinetář a různá vystoupení hudebních skupin. Návštěvníci mohli zhlédnout nejen vývoj zbraní a uniforem a dobové tržiště, ale také polní kuchyni a pekárnu, kde byl k zakoupení čerstvý komisárek. Děti vyzkoušely střelbu z kuše a naučnou stezku, na jejímž konci čekal po splnění úkolů diplom. Drobné detaily ještě více umocnily dobovou atmosféru – například pán na velocipedu (viz obrázek č. 1) a informační sloup s nalepenými zprávami, které se v té době šířily.

6.1.4 Královské stříbření Kutné Hory

Tato slavnost má nejdelší působnost ze všech zmíněných kulturních akcí. V roce 2014 se 21. až 22. června uskutečnil 23. ročník. Každoročně se slavnost koná pod Vlašským dvorem v Pacákových sadech, dříve také na Palackého náměstí. Pořadatelem slavností je občanské sdružení Stříbrná Kutná Hora, z.s., jehož hlavními členy jsou České muzeum stříbra, p. o. a město Kutná Hora. Protože se město každoročně vrací o 600 let zpět do doby, kdy vládl král Václav IV, jsou téměř stejné, pouze se v nich promítají změny zapsané v kronice. Zásadní změna programu nastane v roce 2015, kdy se slavnosti vrací do roku 1395. Kulturní akce přibližuje dobu největší slávy tohoto města, kdy se zde kutalo stříbro, a razily mince. Král Václav IV. se svou chotí Žofií Bavorskou město rád navštěvoval a pobyt v Kutné Hoře často využívali ke kontrole své pokladnice. Obecnou charakteristiku slavností poskytl respondent č. 3.

Obrázek č. 2 Zahájení rytířského turnaje na koních, Královské stříbření Kutné Hory



Foto: M. Jiráčková ze dne 22.6.2014

Program této slavnosti byl nejrozmanitější ze všech, a proto budou zmíněny jen nejzajímavější části programu. Celá slavnost byla započata průvodem do parku pod Vlašským dvorem. Nejzajímavějšími body programu byly rytířské turnaje, turnaj v koulené, královský soud, dvorská slavnost zakončená ohnivou show a královská mše v prostorách chrámu sv. Barbory. Součástí byl i dobový jarmark, kejklíři a různá hudební i taneční vystoupení. Slavnosti nabízely ukázky středověkých řemesel (např. přadlena,

hrnčič a brašnář), lazebnu, výklad a ukázkou dravců. Děti měly možnost vyzkoušet si střelbu z luku. Jako suvenýr si každý návštěvník mohl sám vyrazit a odnést kutnohorský groš. Celou atmosféru utvářeli i samotní návštěvníci, kteří měli slevu na vstupném za podmínky, že přijdou v dobovém oblečení.

6.1.5 Hora Lipská: Bitva u Lipan

Slavnost, která pojednává o jedné z významných bitev české historie, předcházela bitvě u Kolína, která byla v roce 2014 součástí programu Kříže a kalichu. Akce měla dne 31. května 2014 svůj 5. ročník a konala se za obcí Vitice na louce u lipanské mohyly. Tyto slavnosti se jako jediné konají nepravidelně, poprvé byly organizovány v roce 2006. Akci pořádal spolkem Armitores o.s. za podpory města Český Brod. V tomto případě nedochází k obměnám, jako je tomu u jiných slavností. Všechny ročníky mají stejný program, jejich hlavní náplní je rekonstrukce bitvy. Informace zde zmíněné poskytl respondent č. 4.

Program slavnosti začal krátce po poledni. Návštěvníky nejprve přivítalo hudební vystoupení, poté ukázkou střelných zbraní doplněná mluveným slovem. Výklad byl součástí i rekonstrukce samotné bitvy, která začala před 15. hodinou. Po ukázce byl možný přesun k mohyle, kde probíhal další program. Ke zhlédnutí zde byla taneční vystoupení doprovázená dobovou hudbou, po kterých následovalo slosování, neboť si při vstupu mohl každý návštěvník vyplnit přihlášku do soutěže. První cenou byl let balonem. Součástí celé akce bylo i dobové tržiště. Pro děti zde byla zajištěna zábava, například: přetahování lanem. Zakoupit si také mohly dřevěné meče a štíty.

6.1.6 Husitská bitva

Další slavností, která čerpala z období 15. století, je Husitská bitva. Akce, která se konala dne 23. srpna 2014 v Semtěši, měla v tomto roce své první výročí. Organizátorem byla skupina historického šermu a dobových tanců Beřkovští ze Šebířova za podpory obce Semtěš, jak uvedl respondent č. 5.

Tradičně jako u jiných slavností byla i tato akce zahájena průvodem po obci. Slavnost se pořádala na fotbalovém hřišti, kde si návštěvníci prohlíželi dobové tržiště a dílny, ve kterých si mohli vyrazit mince nebo vyrobit předměty z keramické hlíny. Pro děti byl realizován zvláštní program. Kromě možnosti vyzkoušet si chůdy, střelbu lukem nebo srážení naplněné pet lahve cepem, bylo pro ty menší zahráno divadlo, kde herci

prostřednictvím hraček znázorňovali pohádky (O Budulínkovi) nebo lidové písně (Běží liška k táboru). V odpoledních hodinách byla nejprve ukázka katovského řemesla i s doprovodným slovem o významu kata ve společnosti, následovalo představení žongléra a pak zahájení bitvy. Ukázka bitvy byla zpestřena Smrtí s kosou. Další částí programu byla ukázka dravců. Celá slavnost byla po hudebním vystoupení zakončena ohnivou show.

6.1.7 Dobývání Malešova

Poslední slavnost Dobývání Malešova čerpala z doby husitské. 12. ročník akce proběhl 6. září u tvrze v Malešově. První ročníky byly zaměřené na dobývání vycházející z historických pramenů. V pozdějších letech byly doplněny různorodými příběhy. Například rok 2014 byl zpestřen příběhem zamilovaného páru, v přechozích letech to byl příběh retrospektivního charakteru o zrezivělém meči. Každoročně lze zhlédnout odlišný příběh, jehož podstata – bitva – se nemění, jak charakterizoval slavnost respondent č. 6.

Prostor slavnosti byl rozdělen na dvě části. V první části, která byla volně přístupná hned po zahájení, bylo tržiště, divadelní představení formou pantomimy a skákací hrad pro děti. Součástí této části byla také místní hospoda s posezením venku pod stromy. Druhá část byla zpřístupněna krátce po obědě a návštěvníci museli zaplatit vstupné. Program zde byl daleko pestřejší. Nejprve byla ukázka dobových tanců se zapojením návštěvníků a poté následovala bitva, která se později opakovala. Kromě možnosti bezplatně navštívit zdejší tvrz byla pro děti připravena dětská cesta. Celý program byl doprovázen hudebními bloky.

V rámci přehlednosti byla vytvořena tabulka č. 4 o základních informacích historických slavností.

Tabulka č. 4 Přehled základních informací o historických slavnostech

Historická slavnost	Místo	Termín	Ročník	Pořadatel	Dopravní dostupnost
Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou	Zruč nad Sázavou, zámecký park	2.8.2014	14.	Město Zruč nad Sázavou	Vlakem, autem
Císařský den	Kolín, Kmochův ostrov	16.8.2014	2.	SHŠ Páni z Kolína	Vlakem, autobusem, autem
Kříž a kalich	Kolín, areál kolínské jízdárny	24.5.2014	19.	SHŠ Páni z Kolína	Vlakem, autobusem, autem
Královské stříbření Kutné Hory	Kutná Hora, Pacákovy sady pod Vlašským dvorem	21. – 22.6.2014	23.	Stříbrná Kutná Hora, z.s.	Vlakem, autobusem, autem
Hora Lipská: Bitva u Lipan	Vitice, louka za obcí	31.5.2014	5.	Armitores o.s.	Autobusem, autem
Husitská Bitva	Semtěs, fotbalové hřiště	23.8.2014	1.	Turistické centrum u rytíře Brtníka	Autem
Dobývání Malešova	Malešov, prostor pod tvrzí	6.9.2014	12.	Česká korouhev o.s.	Vlakem, autem

Zdroj: vlastní zpracování s využitím poskytnutých informací od organizátorů slavností

6.2 Rozsah animací zařazených v programu historických slavností

Během roku 2014 se v okresech Kutná Hora a Kolín pořádalo 7 historických slavností (historické slavnosti jsou charakterizovány v kapitole 6.1 Vymezení a charakteristika zkoumaných historických slavností). Větší podíl připadá Kutnohorsku, kde byly zaznamenány 4 historické slavnosti. Na Kolínsku se konaly 3 kulturní akce tohoto charakteru. Způsoby vyhledávání a vyhodnocování konkrétního typu kulturní akce jsou uvedené v kapitole 5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky. Rozsah animací se specifikací animační činnosti je uveden v tabulce č. 5.

Tabulka č. 5 Přehled animací zařazených v programu historických slavností na Kutnohorsku a Kolínsku

Historická Slavnost	Animace v hlavním programu	Doprovodné Animace	Druh animační činnosti	
Kutnohorsko				
XIV. Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou	Kejklíř a bavič Thomas Lupíno	-	Společenská, zábavní činnost	
	-	Naučná stezka pro děti	Činnosti pro děti a mládež	
XII. Dobývání Malešova	-	Dětská stezka	Činnosti pro děti a mládež	
	Bitva – Příběh milostný (opakováno)	„Oživlá tvrz“	Vzdělávací, poznávací činnost	
XXIII. Královské stříbření Kutné Hory	Velké turnajové klání na koních (opakováno)	Ukázky středověkých řemesel s možností vyzkoušení	Vzdělávací, poznávací činnost	
	Na ostří meče	Ukázky šermu		
	Stříbrná mše			
	Královský soud	Kejklířská vystoupení	Společenská, zábavní činnost	
	Dvorská slavnost			
	Divadlo a čáry kouzelníka Žita			
	Turnaj v koulené	-	Lazebna	Meditativní činnost
	-	-	Dětská střelnice	Sport., pohyb. činnost
	-	-	Ražba stříbrné mince	Tvořivá činnost
Husitská bitva	Husitská bitva	-	Vzdělávací, poznávací činnost	
	Katovské řemeslo		Tvořivá činnost	
	-	Ražba stříbrňáku	Společenská, zábavní činnost	
	Žonglér	-		
Kolínsko				
Císařský den	-	Naučná stezka	Činnosti pro děti a mládež	
	-	Kejklíř a bavič Thomas Lupíno	Společenská, zábavní činnost	
	-	Lukostřelnice	Pohybová a sportovní činnost	
Kříž a kalich	Turnaj na koních	-	Vzdělávací, poznávací činnost	
	Bitva			
	-	Kovárna	Tvořivá činnost	
	-	Historická střelnice z kuše	Sportovní, pohybová činnost	
Hora Lipská: Bitva u Lipan	Ukázka zbraní	-	Vzdělávací, poznávací činnost	
	Bitva u Lipan l.p. 1434			
	-	Souboj se šermířem	Sportovní a pohybová činnost	

Zdroj: vlastní zpracování s využitím poskytnutých dat od organizátorů slavností

Dle tabulky č. 5 disponuje největším množstvím animačních činností Královské stříbření Kutné Hory, které mělo v hlavním programu 7 animací, velké turnajové klání na koních bylo jednou opakováno. V případě nedostatečného zájmu publika byl zpestřen vedlejší program dalšími 7 doprovodnými animacemi. Je nutné uvést, že zmíněná slavnost se jako jediná konala po celý víkend ve srovnání s dalšími slavnostmi, které byly jednodenní. Zájem vyvolává Husitská bitva, která měla nejméně návštěvníků ze všech slavností, ale svou četností animací se řadí na 2. místo se slavností Kříž a kalich. Srovnatelné množství animací bylo zaznamenáno u Hory Lipské: Bitvy u Lipan, Dobývání Malešova a Císařského dnu, který neměl v hlavním programu zařazenou žádnou animaci. Program této akce byl převážně sestaven z hudebních a tanečních bloků, ačkoliv byly tyto bloky nápaditější v porovnání s ostatními slavnostmi (např. jarmareční písně, secesní tance, charleston). Císařský den a Historické slavnosti ve Zručí n/S se vymykaly ještě v jedné skutečnosti. Ačkoliv nedisponovaly větším množstvím animací, jako jediné měly animátora v podobě Josefa Švejka.

Z tabulky č. 5 je dále patrné, že nejčastěji využívanou animací jsou činnosti vzdělávací a poznávací, které divákovi podávají obraz o historické události či běžném životě té doby dané dobovým oblečením, kulisami, hudbou, mluvou a zvukovými efekty s využitím střelného prachu. Hojně využívanou animací jsou činnosti tvořivé, zejména ražba mincí. V programu byly zařazeny i společenské a zábavní činnosti, nejčastěji v podobě výstupu kejklířů a žonglérů. V programové náplni byly v malém množství zastoupeny činnosti pro děti a mládež, pohybové a meditativní. Naopak zde nejsou zastoupeny dobrodružné činnosti. Klasifikace a charakteristika animačních činností je uvedena v kapitole 4.2.7 Činnosti volného času a animace v cestovním ruchu.

Historické slavnosti lze vnímat jako animaci obce či regionu, protože svou přítomností ožívají prostor. Jelikož vytváří atmosféru pro snadnější sbližování a komunikaci mezi lidmi, lze je klasifikovat jako společenské a zábavní činnosti. Program takové akce musí být vtipný, zábavný, propojen doprovodným slovem, tancem a hudbou (viz kapitola 4.2.7.1 Společenské a zábavní činnosti).

V dotazníkovém šetření mezi návštěvníky slavností uvedli někteří respondenti své poznámky na zlepšení programu. Výpovědi respondentů byly zpracovány do tabulky č. 6. Z přehledu je patrné, že nejvíce poznatků bylo zaznamenáno u Historických slavností ve

Zruči nad Sázavou a Císařského dnu. Zmíněné slavnosti mají všeobecně nejnižší míru spokojenosti, která je charakterizována v kapitole 6.3.2 spokojenost návštěvníků.

Tabulka č. 6 Poznatky respondentů z pohledu zlepšení programu slavnosti

Historická slavnost	Poznámky respondentů	Počet respondentů
Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou	více her a zábavy pro děti	3
	zařadit hrané vystoupení, divadelní scénku	1
	zapojit, vtáhnout do dění	2
	příště zpestření programu	1
Císařský den	málo atrakcí pro děti	3
	Není tu nic k vidění, nic se tu nedá dělat.	2
Kříž a kalich	nějaký program pro děti	1
Královské stříbření Kutné Hory	-	-
Hora Lipská: Bitva u Lipan	zařadit více atrakcí pro děti	1
Husitská bitva	-	-
Dobývání Malešova	-	-

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření mezi návštěvníky slavností.

Dle tabulky č. 6 lze vyčíst, že respondenti nejvíce poukazovali na nedostatek animací pro děti. Vyskytují se ale také výpovědi o nedostatečné zábavě. Poznatky uvedené v tabulce č. 6 přiměly autorku rozšířit skladbu programu o další animace. Návrhy animací v příloze č. 12 budou diskutovány až v závěru práce (viz kapitola 8 Závěry a doporučení).

6.3 Zkoumané ukazatele účinnosti animace zvolených historických slavností

Předmětem kapitoly je vymezení ukazatelů, které poslouží ke zhodnocení účinnosti animace historických slavností.

6.3.1 Monitoring návštěvnosti

Sběr dat o návštěvnosti slavností byl uskutečněn prostřednictvím e-mailové komunikace s organizátory slavností, protože si informační centra neeviduje záznamy. Přesto sestavení přehledu nebylo snadné, protože někteří organizátoři poskytli nedostačující údaje o návštěvnosti. V některých případech záznamy o návštěvnosti chybí nebo nejsou evidovány. Z tohoto důvodu je v přehledu uveden vývoj návštěvnosti během posledních 8 let, který je pro tuto práci postačující.

Tabulka č. 7 Přehled návštěvnosti zkoumaných historických slavností v letech 2007 - 2014

Název historické slavnosti	Návštěvnost v letech							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kříž a kalich	1 800	1 700	1 700	1 800	800	1 700	1 800	1 600
Hora Lipská: Bitva u Lipan	-	-	2 000	5 000	-	-	3 000	2 000
Královské stříbření Kutné Hory	6 094	6 466	7 406	10 500	7 445	6 505	5 992	7 473
Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou	Ztráta dat o návštěvnosti					1 048	704	1 124
Císařský den	-	-	-	-	-	-	1 000	1 000
Husitská bitva	-	-	-	-	-	-	-	380
Dobývání Malešova	700	850	1 000	1 000	700	900	600	1 050

Zdroj: vlastní zpracování s využitím dat poskytnutých od organizátorů zkoumaných historických slavností

Během sběru informací o návštěvnosti bylo dále zjištěno, že někteří organizátoři si evidují své záznamy povrchně. Důvodem, proč v případě slavností Kříže a kalichu a Císařského dnu nebyla poskytnuta konkrétní čísla návštěvnosti, vysvětlil respondent č. 2 (viz příloha č. 5), že není reálné zjistit skutečné množství návštěvníků, protože mnoho vstupenek bylo zdarma rozdáno do soutěží a škol. Volné vstupné bylo také pro příbuzné účinkujících a děti do 6 let. Z tohoto důvodu nelze dle respondenta č. 2 dostatečně monitorovat návštěvnost, a proto ji stanovil pomocí množství prodaných vstupenek a odhadovaného počtu využitých vstupenek rozdaných zdarma. Obdobně určil návštěvnost respondent č. 4 (viz příloha č. 8), který zmíněné argumenty doplňuje o rodinné vstupné, jež celou věc komplikuje. Dalším nedostatek jsou údaje z Historických slavností ve Zruči nad Sázavou. Data o návštěvnosti se do roku 2011 postrádají. Z toho důvodu jsou v tabulce č. 8 uvedena data až od roku 2012.

Z tabulky č. 7 lze vyčíst zejména dvě skutečnosti. Zřetelný pokles návštěvníků je u některých slavností způsobem nepříznivým počasím. Zejména deštivé počasí vyvolalo pokles v roce 2011 u slavnosti Kříž a kalich a v roce 2013 u Historických slavností ve Zruči nad Sázavou. Zcela nepatrně se projevilo u Královského stříbření Kutné Hory v roce 2007. Druhou skutečností je naopak nápadný nárůst návštěvníků. Rok 2010 u slavností Hora lipská: Bitva u Lipan a Královského stříbření Kutné Hory je atypický v porovnání s ostatními ročníky tím, že v tomto roce výrazně slavnost podpořil

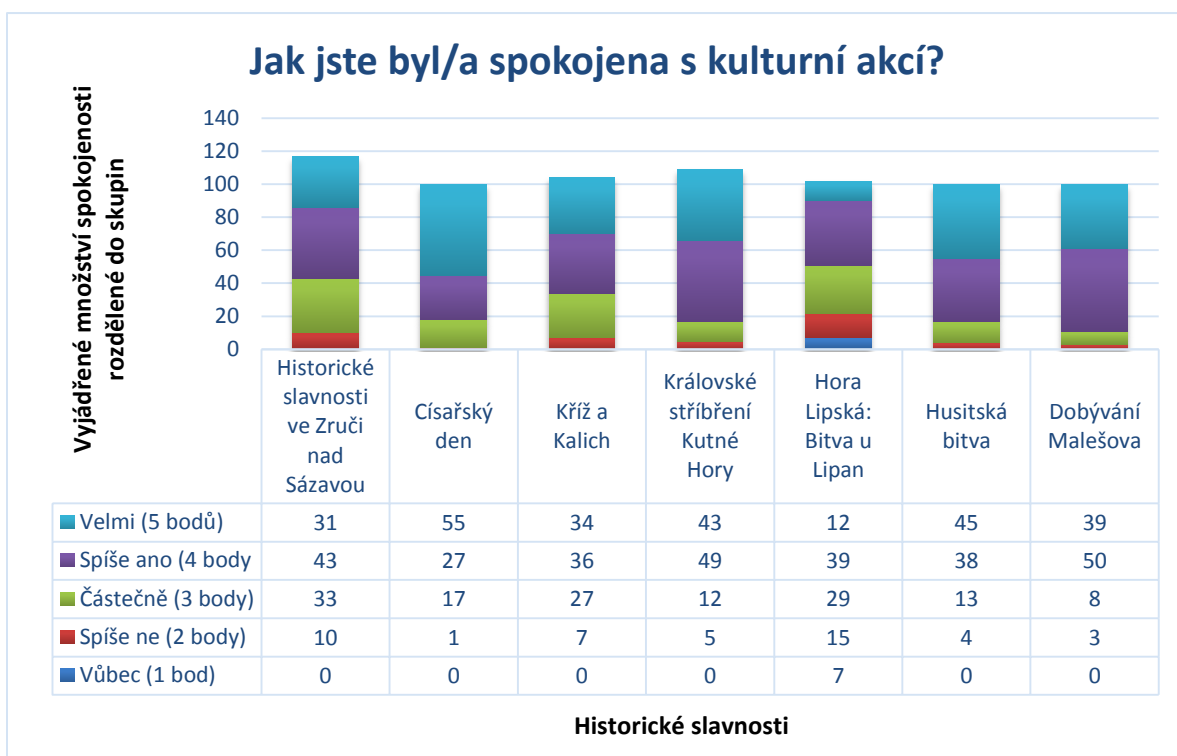
a propagoval tehdejší hejtman Středočeského kraje David Rath. Pestrost akce se u Hory Lipské: Bitvy u Lipan projevila v roce 2010 dvoudenním programem, který byl zabezpečen vyšším počtem účinkujících, řemeslných dílen a divadlem pro děti v porovnání s rokem 2014. Ovšem na výrazném nárůstu návštěvnosti se podílel volný vstup pro každého, o kterém se zmiňuje Regionální muzeum v Kolíně ve své výroční zprávě z roku 2010 (2011:11).

6.3.2 Spokojenost návštěvníků

Dalším měřitelným ukazatelem účinnosti animace je spokojenost. V této kapitole jsou analyzovány a vyhodnoceny informace získané z dotazníkového šetření mezi návštěvníky slavností. Zároveň jsou předloženy nejčastější negativní ohlasy respondentů. K nejčastěji uvedené stížnosti slavností se v závěru kapitoly vyjadřují organizátoři.

V rámci dotazníkového šetření bylo získáno 732 anonymních dotazníků. Přehled o klasifikaci pohlaví a bydliště respondentů jednotlivých slavností nabízí tabulka č. 2 v kapitole 5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky, kde jsou rozvedeny bližší informace o realizaci dotazníkového šetření a řízených rozhovorů. Z dotazníkového šetření vyplynulo následující zjištění o spokojenosti respondentů vyhodnocené pomocí škálové stupnice (viz graf č. 1).

Graf č. 1 Klasifikace spokojenosti respondentů do 5 skupin



Zdroj: dotazníkové šetření mezi návštěvníky slavností

Graf č. 1 znázorňuje spokojenost respondentů klasifikovanou do 5 skupin. Obecně z grafu vyplývá, že návštěvníci jsou spíše spokojení. Výjimkou tvoří Husitská bitva a Císařský den, kde nejvíce respondentů odpovědělo „velmi“ spokojen. U obou zmíněných slavností byla zaznamenána nadprůměrná spokojenost, ačkoliv atmosféru slavností narušily během odpoledne dešťové přeháňky. Nepříznivé počasí narušilo také slavnost Kříž a kalich, kde v porovnání s Císařským dnem vznikl částečně bahnitý terén. Nejvíce se s mírou spokojenosti vymyká 6. sloupec - Hora Lipská: Bitvy u Lipan. Vysvětlení, proč míra spokojenosti je v porovnání s ostatními slavnostmi nižší, nabízí tabulka č. 9.

Graf č. 1 znázorňuje pouze četnost zvolených odpovědí, ale nedokáže zcela určit, na které slavnosti byli respondenti více spokojení. Tento problém byl vyřešen vytvořením přehledu znázorňujícím průměrnou hodnotu spokojenosti klasifikovanou dle slavností a věkových skupin (viz tabulka č. 8).

Tabulka č. 8 Průměrná míra spokojenosti respondentů

Název historické slavnosti	Věková kategorie					Prům. míra spokojenosti se slavností
	do 18 let	18 – 26 let	26 – 40 let	40 – 65 let	65 let a více	
Historické slavnosti ve Zruči nad Sáz.	4,2	3,4	3,8	3,6	4,6	3,69
Císařský den	4,7	4,4	4,0	4,3	4,4	4,11
Kříž a kalich	4,3	4,2	3,7	3,0	3,0	3,99
Královské stříbření Kutné Hory	4,8	4,3	4,1	4,3	3,3	4,06
Hora Lipská: Bitva u Lipan	3,5	2,6	3,1	3,5	3,2	3,27
Husitská bitva	4,0	3,9	4,5	4,5	4,4	4,27
Dobývání Malešova	4,5	4,1	4,2	4,3	4,5	4,12
Průměrná míra spokojenosti věkové skupiny	4,15	4,06	3,88	3,86	4,10	3,93

Zdroj: vlastní zpracování na základě odpovědí z otázky č. 3 dle dotazníkového šetření mezi návštěvníky

Míra spokojenosti byla vyhodnocena pomocí metody váženého aritmetického průměru. Nejprve byly obodovány odpovědi, přičemž body se stoupající spokojeností se

přičítaly, tzn., že odpověď „velmi spokojen“ byla ohodnocena 5 body⁴. Jelikož byl výpočet ztížen klasifikací věkových kategorií, byla každá slavnost rozdělena dle věkové kategorie na 5 skupin vyjadřujících spokojenost respondenta. Průměrné spokojenosti bylo dosaženo dle následujícího vzorce:

$$\bar{X} = [(\sum X_1 * \sum Y_1) + (\sum X_2 * \sum Y_2) + \dots + (\sum X_5 * \sum Y_5)] / \sum Y$$

\bar{X} = průměrná hodnota spokojenosti v rámci jedné věkové skupiny

X_{1-5} = bodová hodnota spokojenosti (např. X_1 vyjadřuje „vůbec nespokojen“, tj. 1 bod, X_2 „spíše nespokojen“, tj. 2 body, atd.)

Y = respondenti určité věkové skupiny (např. respondenti ve věku 26 – 40 let)

Y_{1-5} = respondent určité věkové skupiny, který zvolil odpověď X_{1-5}

Z tabulky č. 9 disponují nejvyšší průměrnou hodnotou spokojenosti děti a mladiství do věku 18 let. S výjimkou Husitské bitvy to je nejvyšší, popř. druhé nejvyšší průměrné hodnocení spokojenosti. V rámci Husitské bitvy je sice průměrná hodnota spokojenosti až na předposledním místě, ale tato skutečnost vyplývá z nedostatečného množství respondentů této věkové skupiny. Skutečností přesto zůstává, že tato slavnost byla přizpůsobena zejména dětem do věku 10 let, čemuž nasvědčuje bohatý doprovodný program pro tuto skupinu, a sice divadlo pro děti, házení kroužků, srážení křížáků cepem a další podobné hry. Druhou věkovou kategorií s vysokým průměrem spokojenosti jsou respondenti starší 65 let. Z uvedeného vyplývá, že slavnost si nejvíce oblíbili děti a senioři.

Tabulka č. 9 dále zobrazuje celkovou průměrnou hodnotu spokojenosti jednotlivých slavností. Důvody, proč slavnost Hora Lipská: Bitva u Lipan, ale také Historické slavnosti ve Zručí nad Sázavou mají v porovnání s ostatními slavnostmi nízkou hodnotu spokojenosti, bude vysvětlen níže (viz tabulka č. 10). Průměrná míra spokojenosti s historickými slavnostmi na Kutnohorsku a Kolínsku činí 3,93 bodů z maximálních 5 bodů, tedy 78,6 %.

⁴ Bodová stupnice spokojenosti je uvedena v grafu č. 1, kapitola 6.3.2 Spokojenost návštěvníků.

Tabulka č. 9 Přehled nejčastějších negativních ohlasů a stížností respondentů

Historická slavnost	Stížnosti a negativní ohlasy respondentů					
	Předmět	Počet	Předmět	Počet	Předmět	Počet
Historické slavnosti ve Zruči n/S	Nudný, nedostatečně zpracovaný program bez zapojení návštěvníka	16	Výše vstupného	6	Absence návaznosti akce na historii města	4
Císařský den	Deštivé počasí	30	Nedostatek stánků	13	Nudný, nezajímavý program bez jakéhokoliv zpestření	7
Kříž a kalich	Deštivé počasí	17	Nedostatek míst k sezení	10	Absence informačních letáčků o průběhu akce	6
Královské stříbření Kutné Hory	Výše vstupného	11	Nedostatek míst k sezení	7	Umístění loga TN. CZ	3
Hora Lipská: Bitva u Lipan	Předčasné zahájení bitvy	38	Parkování	5	Nedostatečně dramatická bitva	2
Husitská bitva	Nezajištěné zásobování místní restaurace	11	Nedostatek stánků	9	Deštivé počasí	5
Dobývání Malešova	Nedostatek stánků	7	Vstupné	5	Nedostatek míst k parkování	4

Zdroj: Dotazníkové šetření autorky mezi návštěvníky slavností.

Tabulka č. 9 zobrazuje nejčastější připomínky respondentů. Důvodem, proč jsou uvedeny pouze tři nejčastější negativní ohlasy, je skutečnost, že další neuvedené připomínky jsou ohlasy jednotlivce, popř. dvou respondentů. Vzhledem ke své velmi nízké četnosti nepovažuje autorka za významné tyto ohlasy uvádět. V tabulce č. 9 je hlavním předmětem nespokojenosti 38 návštěvníků Hory Lipské: Bitvy u Lipan předčasné zahájení hlavní části programu – ukázky bitvy. Bitva byla zahájena už v 14:30, ale většina návštěvníků přijížděla až po třetí hodině odpolední a bitvu zmeškala. Rozhořčení návštěvníků bylo oprávněné, protože vycházelo z volně přístupných informací na internetu i v novinách. Příčinou této skutečnosti dle respondenta č. 4 je, že některá média přejímala údaje o pořádání slavnosti z předchozích ročníků a neověřovala si je u organizátora

(viz příloha č. 8). Doporučením, jak předcházet problémům tohoto typu, je zlepšení marketingové komunikace. To znamená dostatečné zajištění vlastní propagace slavnosti prostřednictvím vylepování a rozdávání informačních plakátů a letáků, prezentace v tisku, rozhlas, placená inzerce v tisku, reklama na internetu apod.

Kromě stížností na nepříznivé počasí, se v tabulce č. 9 vyskytuje nedostatečné zajištění slavností (viz kapitola 4.3.2 Zabezpečení poskytování služeb volného času a animace v cestovním ruchu). Zejména se jedná o nedostatek míst k parkování, nedostatek míst k sezení, nudný program neprovázaný zábavnou vložkou, nedostatek stánků a absence informačních letáků o průběhu slavnosti. Výpadek zásobování byl zaznamenán v průběhu Husitské bitvy. Skutečnost komplikovalo nedostatečné množství stánků s občerstvením a lokalita, ve které se slavnost pořádala. Respondent č. 5 (viz příloha č. 9) tuto stížnost zdůvodnil, že stánků bylo zajištěno více, ale někteří svou neúčast neohlásily.

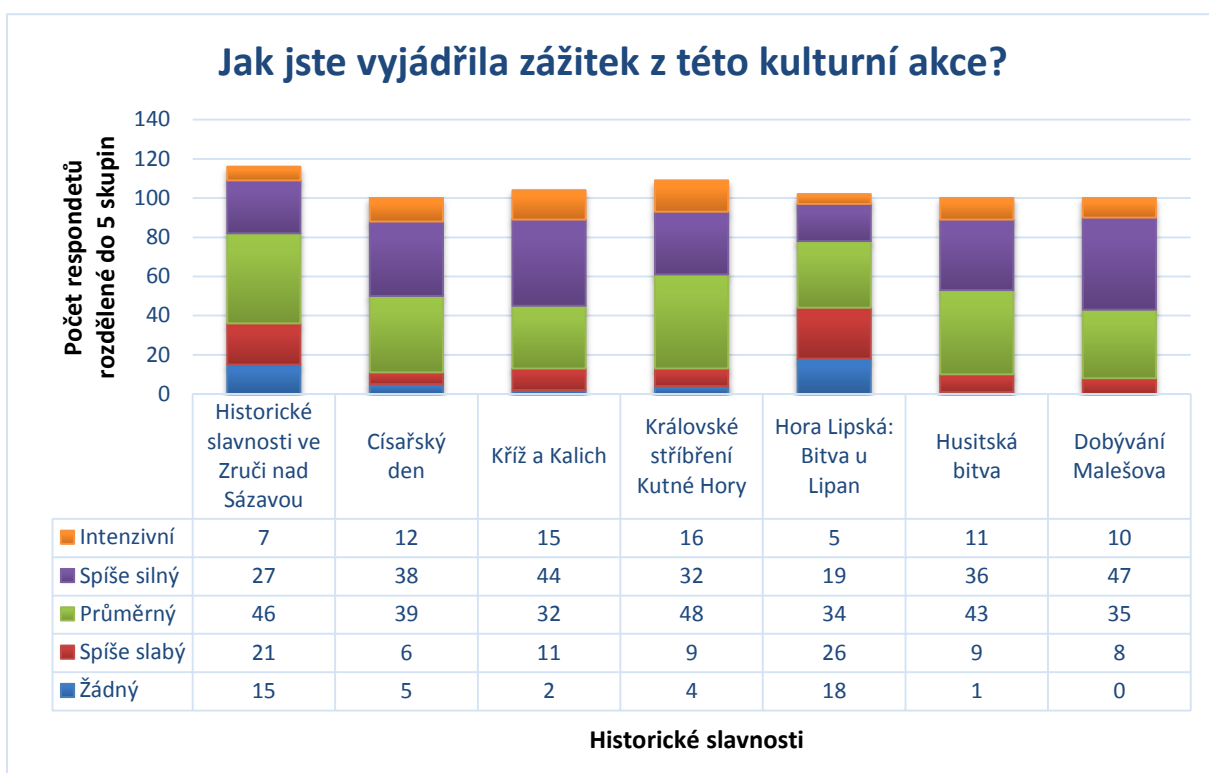
Pozornost si též vyžaduje nudný a nezábavný program Historických slavností ve Zruči n/S. Návštěvníci se v dotazníku zmiňovali, že by rádi uvítali divadelní scénu, více her a zábavy pro děti, zapojení a návaznost slavností na historii města. Tvzení návštěvníků ještě více podporuje skutečnost, že slavnosti nemají zařazené dostatečné množství animačních činností (viz kapitola 4.2.7 Činnosti volného času a animace v cestovním ruchu). Důvodem, proč v roce 2014 nebyly žádné scény zařazené v programu, je dle respondenta č. 1 nezájem návštěvníků o takové prvky (viz příloha č. 4). Jak ale ukázalo dotazníkové šetření, mnozí ze zúčastněných je nakonec postrádali. Návrh animačních činností nejen pro tuto slavnost je uveden v závěru práce (viz kapitola 8 Závěry a doporučení). Výpovědi všech respondentů, s nimiž byl veden řízený rozhovor, jsou uvedeny v přílohách č. 4 – 10, kde jsou nejčastější stížnosti návštěvníků odůvodněny.

V závěru této podkapitoly lze vyhodnotit, že nepříznivé počasí, ale také nedostatečné zabezpečení slavností v ohledu programovém, materiálním, technickém, personálním a finančním může mít za následek nižší míru spokojenosti, která se v případě vážných problémů může projevit i ve výši návštěvnosti. V případě Historických slavností ve Zruči nad Sázavou a Hory Lipské: Bitva u Lipan se nedostatečná marketingová komunikace a nedostatečně zpestřený program projevil v celkové spokojenosti respondentů.

6.3.3 Zážitek respondenta ze slavnosti

Prvotním cílem animace je poskytnout silný a intenzivní zážitek (viz kapitola 4.2.3.2 Potřeby účastníků cestovního ruchu a cíl animace a kapitola 4.3.1 Zážitek, genius loci). Informace získané z dotazníkového šetření hodnotí, jak intenzivní zážitek si respondent odnáší z navštívené slavnosti a co jeho zážitek ovlivnilo. Způsob získávání informací a předmět dotazování je charakterizován v kapitole 5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky. Z dotazníkového šetření vyplynulo následující zjištění o zážitku respondentů hodnoceném prostřednictvím škálové stupnice (viz graf 2).

Graf č. 2 Klasifikace zážitku respondentů do 5 skupin



Zdroj: vlastní zpracování s využitím dat z dotazníkového šetření autorky mezi návštěvníky slavností

Dle grafu č. 2 zaznamenali respondenti spíše průměrný zážitek. Silný zážitek převažoval u slavností, které měly zařazenou animaci v podobě ukázky bitvy. V rámci komplexnosti vyhodnocení zážitku ze slavnosti byly respondentům položeny následující otázky: *Co ve Vás vyvolalo pozitivní zážitek ze slavnosti? Pokuste se odůvodnit, proč jste neměl/a tak intenzivní zážitek.* S využitím odpovědí (příloha č. 11) lze vyhodnotit důvod jejich zážitku.

Z grafu č. 2 lze vyčíst, že zážitky ze slavnosti Hora Lipská: Bitva u Lipan nejsou jednoznačné jako u ostatních akcí. Důvodem je zmíněné předčasné zahájení bitvy (viz příloha č. 11), které mělo za následek, že mnoho návštěvníků nezhlédlo bitvu celou nebo vůbec. Druhá nejvyšší četnost „žádný“ zážitku byla shledána u Historických slavností ve Zruči nad Sázavou, kde většina respondentů argumentovala nedostatečným zpracováním programu (viz příloha č. 11) zmíněném v kapitole 6.3.2 Spokojenost návštěvníků.

Celkový zážitek ze slavností utváří detaily. Organizátor slavností Císařského dnu navodil návštěvníkovi atmosféru tím, že prostorem slavnosti procházel strážník oblečený z dob Rakousko-Uherska, mezi stánky stál flašinetář a další postavy uvedené v kapitole 6.1.3 Císařský den. Pozornost si ještě žádá analyzovat zážitek z Dobývání Malešova. I v tomto případě zapojení návštěvníků do dění a využití animace „oživlá tvrz“⁵ vyvolalo vyšší míru zážitku v porovnání s ostatními slavnostmi. Bližší charakteristika slavností je v kapitole 6.1 Vymezení a charakteristika zkoumaných historických slavností.

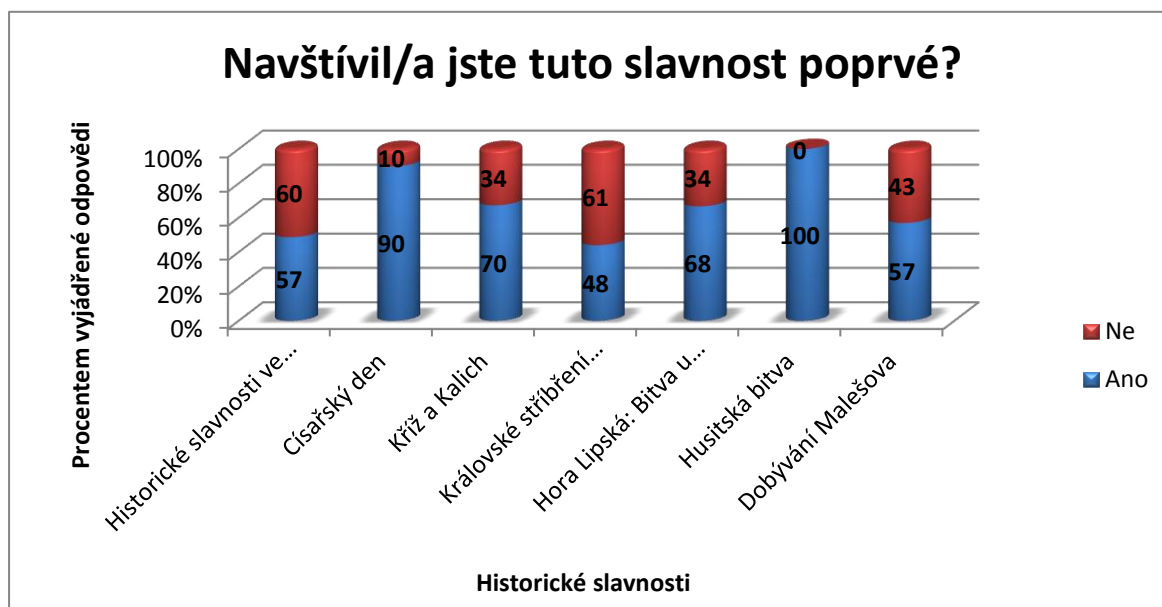
Z dotazníkového šetření mezi návštěvníky slavností vyplynulo, že si respondenti odnáší průměrný až silný zážitek. Dále bylo zjištěno, že míra prožitku je výrazně ovlivněna zabezpečením slavnosti (zejména programovým zabezpečením), zapojením návštěvníků a množstvím animací. Uvedené tvrzení vychází z vyjádření respondentů, kteří uvedli, co v nich vyvolalo pozitivní zážitek a proč jejich zážitek nebyl tak intenzivní (příloha č. 11).

6.3.4 Opakovaná účast návštěvníků

Dalším ukazatelem účinnosti animace je zájem respondenta se znovu zúčastnit slavnosti. Následující kapitola vychází z dotazníkového šetření autorky a zaměřuje se na skutečnost, zda respondent navštěvuje slavnost opakovaně a touží se jí zúčastnit i v dalších letech. Bližší údaje o dotazníkovém šetření mezi návštěvníky slavností jsou vymezeny v kapitole 5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky. Respondentům byly položeny následující otázky: *Navštívil/a jste tuto slavnost poprvé? Navštívil/a byste tuto slavnost i v příštích letech?* Graficky znázorněné odpovědi a jejich výklad je níže (viz graf č. 3 a graf č. 4).

⁵ Návštěvníci v rámci bezplatné prohlídky tvrze, která byla součástí slavností, mohli v kuchyni zhlédnout a vyzkoušet si přípravu některých pokrmů a shlédnout na nádvoří cvičení vojáků.

Graf č. 3 Znázornění první a opakované účasti respondentů

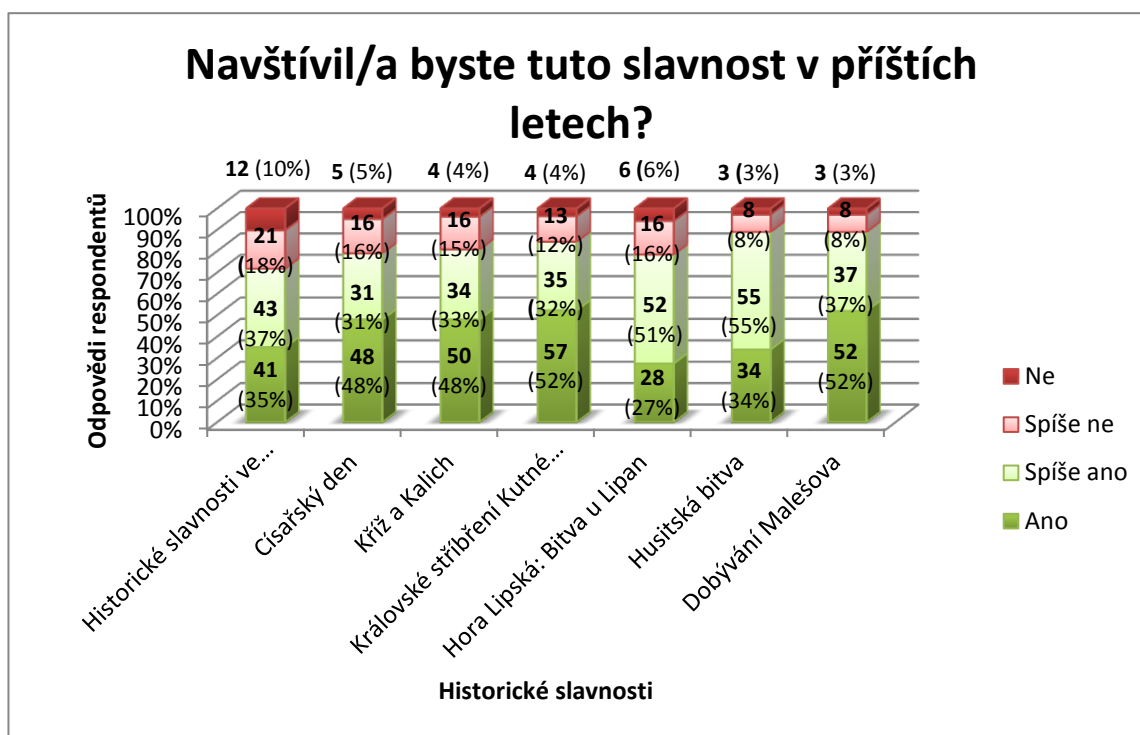


Zdroj: dotazníkové šetření autorky mezi návštěvníky slavností

Z uvedeného grafu č. 3 vyplývá, že většina respondentů navštívila slavnost poprvé s výjimkou Historických slavností ve Zruči nad Sázavou a Královského stříbření Kutné Hory. První návštěva to byla pro přibližně 50 - 70 % respondentů vyjma Císařského dne a Husitské bitvy, které se organizují krátce, a proto jsou pro návštěvníky nové.

Dále bylo zjištěno, že více než 3/4 respondentů v rámci všech slavností chtějí nebo zamýšlejí navštívit slavnost i v příštích letech, jak znázorňuje graf č. 4. Nejvyšší podíl respondentů jevící zájem se zúčastnit v příštích letech je u Husitské bitvy a Dobývání Malešova se stejnou hodnotou 89%. Tyto dvě slavnosti mají společné kromě ukázky bitvy také bohatý doprovodný program. Obě slavnosti se též konají v obci, nikoli ve městě a většina místních uvítá změnu stereotypu a rozptýlení. Výpověď respondenta z Husitské bitvy autorčino tvrzení podporuje: „Jsem rád, že se tu konečně něco děje.“ Naopak nejnižší podíl opakované účasti respondentů je u Historických slavností ve Zruči nad Sázavou vyjádřen 72 %. Vysvětlením nejnižšího podílu v poměru s ostatními slavnostmi byl nedostatečně zpracovaný program (viz kapitola 6.3.2 Spokojenost návštěvníků).

Graf č. 4 Zájem respondentů o opakovanou účast v příštích letech



Zdroj: dotazníkové šetření autorky mezi návštěvníky slavností

Překvapivé, ale příjemné zjištění vysokého podílu opakované účasti je u Hory Lipské: Bitvy u Lipan, kde bylo větší množství respondentů nespokojeno s nedostatečným informováním o průběhu akce (viz kapitola 6.3.2 Spokojenost návštěvníků). Tato slavnost má své *genius loci* (viz kapitola 4.3.1 Zážitek, *genius loci*), které svým kouzlem místa přitahuje návštěvníky i po předchozí negativní zkušenosti s organizací slavnosti.

Ačkoliv bylo v předchozích kapitolách zjištěno, že část respondentů nebyla s průběhem či zabezpečením slavnosti zcela spokojena, přesto by mnozí z nich chtěli navštívit slavnost i v příštích letech. Jedním z důvodů je i funkce společenské a zábavní činnosti animace (viz kapitola 4.2.7.1 Společenské a zábavní činnosti), kterými historické slavnosti jsou. Návštěvníci je vnímají jako příležitost, kde se nejen uvolní a pobaví, ale mohou se potkat se svými známými, sousedy apod. Jedním z jejich přání je i vymanit se z každodenního stereotypu a zažít či poznat něco nového.

6.3.5 Zájem organizátorů o potřeby návštěvníků

Informace diskutované v této kapitole vycházejí z řízených rozhovorů mezi autorkou a 6 organizátory. Přehled otázek, které byly předmětem řízeného rozhovoru, je uveden v příloze č. 3. Všechny získané odpovědi respondentů č. 1 – 6 jsou přehledně

zpracovány do tabulky, viz příloha č 4 - 10. Obecná charakteristika respondentů je uvedena v kapitole 5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky.

Podkapitola se cíleně zaměřuje na zájem organizátorů o realizaci průzkumů spokojenosti a potřeb návštěvníků, protože také touto cestou mohou zlepšit účinnost své slavnosti a animací v ní zařazené. Všem respondentům byla v rámci řízeného rozhovoru položena otázka: *Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?*

Odpovědi respondenta č. 1 bylo, že průzkum spokojenosti nikdy nerealizoval, ale výsledky průzkumu spokojenosti mu byly poskytnuty studentkou vyhotovující diplomovou práci. Respondent č. 1 si nevzpomíná na konkrétní výsledky, nicméně průzkum prý vyhodnotil relativní spokojenost návštěvníků.

Respondent č. 2, který je organizátorem Císařského dnu i Kříže a kalichu, reagoval na zmíněnou otázku podobně. V rámci obou slavností nebyl ani u jedné realizován takový průzkum. Nicméně zpětnou vazbu od návštěvníků má. Ti mu své ohlasy sdělují u vstupu nebo zasílají na e-mailovou adresu.

Respondent č. 3 zodpověděl, že před několika lety jeden průzkum proběhl v rámci průvodcovské prohlídky v Českém muzeu stříbra. Protože byla návratnost dotazníků zanedbatelná a odpovědi nejednoznačné, nebyl dotazník vyhodnocen.

Respondent č. 4 uvedl, že průzkum nebyl nikdy proveden z důvodu vysoké časové a finanční náročnosti. Dle jeho slov je bezúčelné se pokoušet o nějaký průzkum, protože lidé by vyplněné dotazníky vydali za podmínek nějaké odměny, např. v rámci soutěže.

K položené otázce se respondent č. 5 vyjádřil, že nikdy nezamýšlel realizovat takový průzkum, protože vyžaduje vysokou časovou náročnost.

Posledním organizátorem Dobývání Malešova je respondent č. 6, který odpověděl: *„Ne, a ani nás to nikdy nenapadlo.“*

Z výše uvedených výpovědí respondentů bylo zjištěno, že průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka byl realizován pouze u Královského stříbření Kutné Hory, který byl ale nedostatečný k vyhodnocení výsledků. Ostatní organizátoři nerealizovali ani nezamýšleli uskutečnit obdobný průzkum především z důvodu vysoké časové náročnosti. Z uvedeného vyplývá nezájem ze stran organizátorů slavností, a tedy i nezájem o zlepšení podmínek účinnosti animace.

6.3.6 Obměňování animačních činností v rámci slavností

Dalším indikátorem účinnosti je obměna animací. Tento ukazatel je též významný, protože jsou – li změny v rozsahu a programové náplni animačních činností, ale i slavností, nové a nepoznané, motivují návštěvníka k další účasti. Níže uvedené údaje vycházejí z řízených rozhovorů s organizátory slavností (viz příloha č. 4 - 10) V rámci řízeného rozhovoru byla všem organizátorům položena otázka: *Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?*

Respondent č. 1 uvedl, že námět předchozích ročníků se každoročně orientoval na období středověku, ale v roce 2014 se slavnosti zaměřily na téma 1. světové války. Tato změna se promítla v tabulce č. 8 (viz kapitola 6.3.1 Monitoring návštěvnosti), kde byl zaznamenán nepatrný nárůst návštěvnosti v porovnání s ostatními roky.

Respondent č. 2 v rámci Císařského dne a Kříže a kalichu uvedl, že v obou případech se slavností obměňují. Kříž a kalich je součástí rekonstrukce historických bitev a Císařský den se v každém roce zaměřuje na období a vládu jiného císaře.

Na zmíněnou otázku odpověděl respondent č. 3, že koncept jejich slavností zůstává stejný. K nepatrným změnám v rámci jednotlivých činností dochází, ale návštěvník nemá možnost je postřehnout. První větší změna nastane v roce 2015, kdy slavnost nebude reflektovat události, které se staly před 600 lety, ale před 620 lety.

Zda dochází obměně animací v rámci Hory Lipské: Bitvy u Lipan uvedl respondent č. 4, že nikoliv, protože jeho slavnost musí vždy vycházet z událostí místa.

V rámci Husitské bitvy v Semtěši se v roce 2014 konal 1. ročník, a proto na otázku odpověděl respondent č. 5, že nikoliv, přesto má zájem o změnu programu v dalších letech.

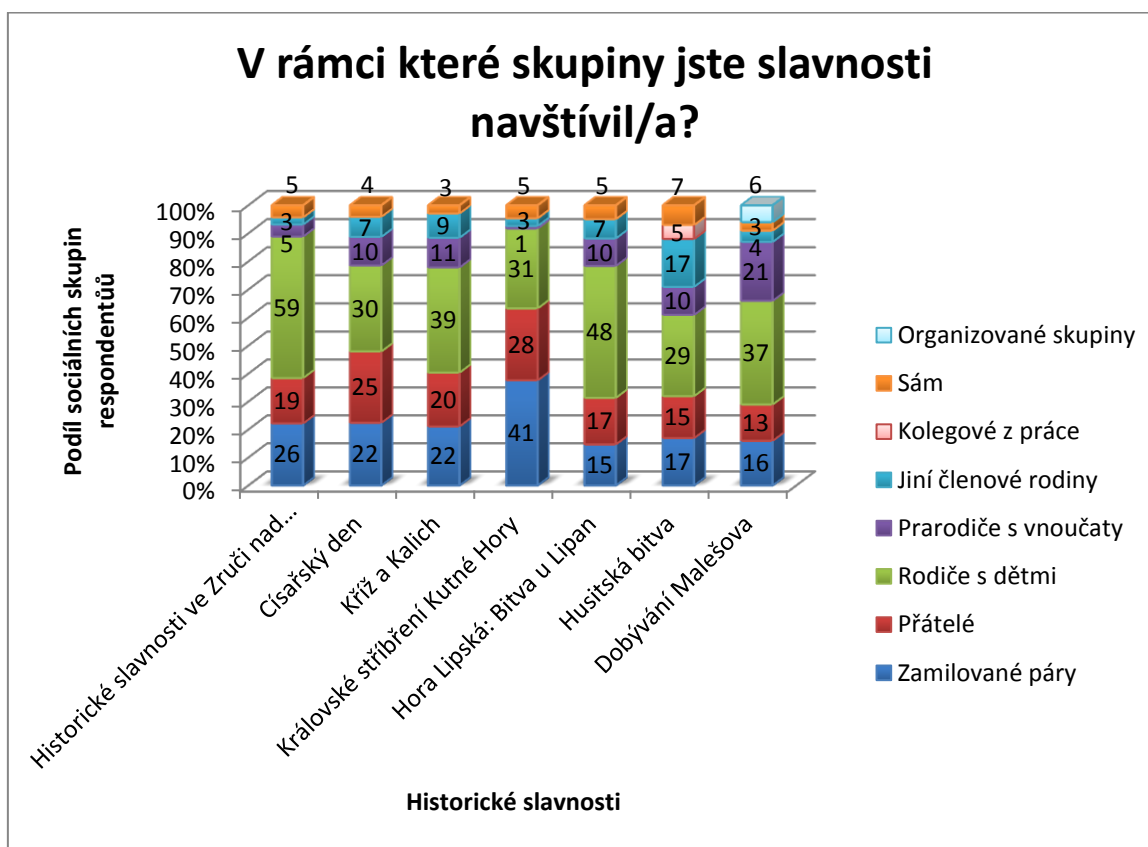
Posledním organizátorem byl respondent č. 6, který uvedl, že hlavní část slavností, tj. bitva, má každý rok jiné zpracování, ačkoliv předmětem je vždy dobývání tvrze.

Z výpovědí organizátorů slavností vyplývá, že změnám v určité míře dochází, pouze u Hory Lipské: Bitvy u Lipan to ve vztahu k místu skutečné bitvy u Lipan není možné. Ostatní slavnosti mění každoročně celý námět slavností s výjimkou Královského stříbření Kutné Hory, která upravuje pouze detaily, které jsou pro běžného návštěvníka spíše nepostřehnutelné.

6.3.7 Zajištění animací pro nejpočetnější skupinu respondentů

V této podkapitole budou zkoumány, analyzovány a vyhodnoceny informace získané z dotazníkového šetření mezi návštěvníky a z řízených rozhovorů s organizátory slavností. Přesné odpovědi z řízených rozhovorů jsou zpracovány v tabulkách (viz přílohy č. 4 – 10). Předmětem této kapitoly je zjistit, která sociální skupina návštěvníků se nejčastěji zúčastní slavnosti. Druhá část podkapitoly zkoumá, zda se organizátoři výrazně orientují na tuto skupinu a nabízejí jí dostatečně uzpůsobený program. Níže je uveden graf č. 5 znázorňující podíl klasifikovaných sociálních skupin návštěvníků.

Graf č. 5 Klasifikace sociálních skupin respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření autorky mezi návštěvníky slavností

Dle grafu č. 5 se slavnosti orientují na rodinu. Dotazníkové šetření vykazuje, že nejpočetnější skupinou jsou rodiče s dětmi. K dalším početným skupinám patří zamilované/manželské páry a přátelé. Vysvětlením, proč zejména tato skupina navštěvuje historické slavnosti, je celková atmosféra slavností působící mnohdy pohádkově, způsob podání a předmět animací. Organizátoři jsou si této skutečnosti vědomi, avšak kolik animací nabízejí k uspokojení potřeb dětských návštěvníků, bude uvedeno níže.

Tabulka č. 10 Přehled animačních činností a dalších volnočasových aktivit pro děti

Historická slavnost	Animace nejen pro dětské diváky	Další dětské hry
Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou	Kejklíř a bavič Thomas Lupíno, zábavně naučná stezka, lukostřelnice	Kuželky, prolézání, souboj mezi dětmi
Císařský den	Kejklíř a bavič Thomas Lupíno, Naučná stezka, lukostřelnice	-
Kříž a kalich	Bitva, Rytířský turnaj na koních, historická střelnice z kuše, kovárna	Malování na sádrové odlitky
Královské stříbření Kutné Hory	Velké turnajové klání královských rytířů na koních, královský soud, Na ostří meče, Kopaná, mezi havíři a minciři, Divadlo a čáry kouzelníka Žita, kejklířská vystoupení, ražba mince u kováře, lazebná, dětská střelnice, Ukázky středověkých řemesel, ukázky šermu	Tvorba obrázku barevným práškem
Hora Lipská: Bitva u Lipan	Bitva, souboj se šermířem, ukázka dobových střelných a palných zbraní	Omalovánky s historickým námětem, závody v pytlích
Husitská bitva	Husitská bitva, dětská lukostřelba, ražba Semtěšského stříbrňáku, žonglér	Chůze na chůdách, chytání rybiček, házení kroužků, srážení křížáků cepem, divadlo pro děti
Dobývání Malešova	Bitva – Příběh milostný, dětská stezka	Skákací hrad

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat z řízených rozhovorů.

Nejpočetnější podíl skupin „rodiče s dětmi a prarodiče s vnoučaty“ byl zaznamenán u Historických slavností ve Zruči n/S. Druhé místo patří Hoře Lipské: Bitva u Lipan. Naopak nejméně dětských návštěvníků v doprovodu svých rodičů, popř. prarodičů bylo zjištěno u Husitské bitvy s podílem 44%, která vykazuje relativně dostačující program pro děti, i když měla nejméně návštěvníků ze všech slavností. Královské stříbření Kutné Hory má nejbohatší program, ovšem podíl dětských návštěvníků činí pouze 54%. Nejvíce pozornosti přitahují zmíněné Historické slavnosti ve Zruči n/S a Hora Lipská: bitva u Lipan. Při vyhodnocování spokojenosti návštěvníků dopadly zmíněné slavnosti nejhůře. Přesto si v nich našlo oblibu nejvíce dětských návštěvníků s rodinami s podílem 66% a 64%, ačkoliv jejich programové zabezpečení není v porovnání s ostatními tak pestré.

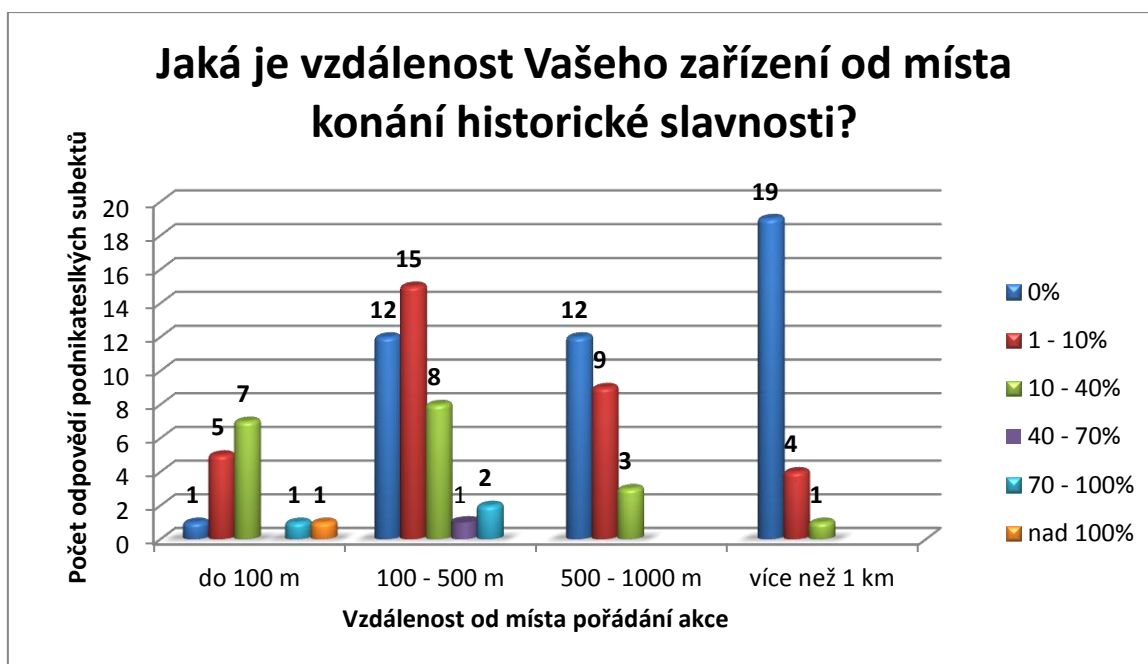
Ačkoliv slavnosti s nejvyšším podílem dětských návštěvníků mají pro děti nejméně přizpůsobený program, organizátoři o tyto návštěvníky pečují a do programu slavnosti každý z nich zařadil několik animací a volnočasových aktivit. Ovšem někteří se výrazně na tuto skupinu neorientují, i když značnou část návštěvníků tvoří právě děti.

6.3.8 Vliv historických slavností na socio-ekonomickou sféru regionu

V teoretické části byly vymezeny ukazatele účinnosti animace, ke kterým patří nejen intenzivní zážitek a zabezpečení poskytování animačních služeb, ale také pozitivní efekty na region. V rámci této kapitoly byly zvoleny pouze dva ukazatele dopadů animace na region, protože problematika vyvolaných efektů je značně rozsáhlá a nelze jí v této práci podrobněji zkoumat. O pozitivních a negativních dopadech pojednává kapitola 4.3.3.2 Vlivy cestovního ruchu/animace na region.

Předmětem této podkapitoly je analýza, komparace a vyhodnocení získaných údajů z dotazníkového šetření, které proběhlo mezi podnikatelskými subjekty. Bližší informace o dotazníkovém šetření jsou uvedeny v kapitole 5 Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky. Autorka zkoumá ekonomický efekt slavnosti na změny v nárůstu tržeb ve zvolených zařízeních cestovního ruchu a sociologický dopad slavností na nárůst pracovních pozic.

Graf č. 6 Růst tržeb podnikatelských subjektů ve vztahu ke vzdálenosti od místa pořádání historických slavností



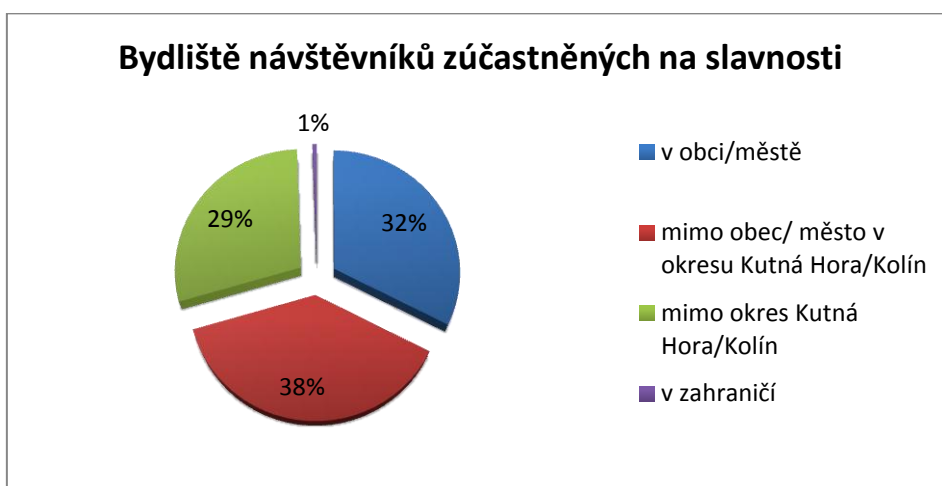
Zdroj: dotazníkové šetření autorky mezi podnikatelskými subjekty

Růst tržeb ve vybraných zařízeních má klesající tendenci ve vztahu ke zvyšující se vzdálenosti od místa pořádání slavnosti, jak uvádí graf č. 6. Z hlediska nárůstu tržeb uvedlo nejvíce podnikatelských subjektů do výše 10%. Výrazné změny v nárůstu příjmů

v rozmezí 10 – 40% byly zjištěny v okolí místa pořádání slavnosti do 500 metrů. Nad 100% byl zaznamenán růst tržeb pouze u jednoho respondenta, který se nacházel v těsné blízkosti slavnosti, tj. do 100 m. Vysvětlením, proč se v těsné blízkosti nacházelo málo podnikatelských subjektů, je skutečnost, že slavnosti neproběhly ve všech případech v centru města a obcí, kde je nejvyšší výskyt zejména stravovacích zařízení.

V grafu č. 6 jsou výrazné modré sloupce vyjadřující podíl 44% subjektů, které nezaznamenaly žádné změny v tržbách. Uvedené množství respondentů je zejména zastoupeno ubytovacími zařízeními, protože slavnosti byly jednodenní (kromě Královského stříbření Kutné Hory). Přesto více než polovina respondentů nárůst tržeb zaznamenala a dotazníkové šetření potvrdilo ekonomický účinek slavnosti na podnikatelské subjekty, ačkoliv není tak výrazný.

Graf č. 7 Bydliště návštěvníků historických slavností



Zdroj: dotazníkové šetření autorky mezi návštěvníky slavností

Nárůst tržeb byl ovlivněn zejména přílivem účastníků cestovního ruchu do města/obce, který je v grafu č. 7 vyjádřen 68% podílem přísunu návštěvníků. Hodnoty zmíněného podílu se téměř shodují s podílem 66% podnikatelských subjektů, které všeobecně zaznamenaly nárůst tržeb. Zmíněný podíl podnikatelských subjektů nemusí vykazovat pouze nárůst tržeb vyvolaných návštěvníky slavností. Zmínění návštěvníci se též nestravovali pouze u zkoumaných stravovacích zařízení, ale také u trhvců na každé slavnosti, kteří nebyly v dotazníkovém šetření zahrnuti.

Pro rozvoj regionu má význam 30% podíl respondentů, kteří vycestovali z jiného okresu a přispěli svým příjezdem a útratou do rozpočtu měst a obcí. Nadnárodní význam představuje 1 procento respondentů, kteří nebydlí v České republice.

Graf č. 8 Nárůst pracovních sil vyvolaných přítomností historických slavností



Zdroj: dotazníkové šetření autorky mezi podnikatelskými subjekty

Dalším faktorem účinnosti je zkoumání nárůstu pracovních pozic z pohledu socio-ekonomického ukazatele. Výsledky nejsou v tomto případě tak pozitivní a výrazné jako u tržeb, přesto byl zaznamenán přírůstek pracovních míst. Graf č. 8 vykazuje zejména vysoký podíl nezájmu podnikatelských subjektů zaměstnat novou pracovní sílu. Přesto téměř 30% navyšuje během letní sezóny svůj stav zaměstnanců. Pozitivní zjištěním je, že situace 3% podnikatelských subjektů si vyžádala navýšit počet zaměstnanců. Tento podíl ale udává, že pozitivní účinek historických slavností je nepatrný.

Zmíněný příliv návštěvníků vyvolal přímý efekt v nárůstu tržeb podnikatelských subjektů ve městě. Tato změna vyvolala i tzv. multiplikační efekt (viz kapitola 4.3.3.1 Přímé, nepřímé a indukované efekty cestovního ruchu) v rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů mezi podnikatelskými subjekty a také v rámci nárůstu pracovních míst. Protože ale mnoho podnikatelských subjektů předpokládá nárůst turistů ve městě, zaměstnává začátkem či v průběhu sezóny nové zaměstnance.

7 Shrnutí výsledků

Výstupy získané z kvantitativního a kvalitativního výzkumu přinesly následující odpovědi na výzkumné otázky. Níže uvedené závěry poskytují podklad pro zhodnocení účinnosti a zjištění rozsahu animací u historických slavností.

1) Jaké animační činnosti jsou zařazeny v programu historických slavností?

Z řízených rozhovorů doplněných o poznatky autorčiny účasti na všech zkoumaných slavnostech bylo zjištěno, že historické slavnosti zařazují do svého programu nejvíce poznávacích a vzdělávacích činností. Tyto činnosti představují různé ukázky bitev a turnajů, královské mše a ukázky s výkladem katovského řemesla a střelných a palných zbraní. Je zcela pochopitelné, že tyto činnosti mají své nadřazené místo v programu, protože prostřednictvím různých nástrojů přibližují návštěvníkovi určitou dobu či událost.

Druhou nejčastěji využívanou animací je společenská a zábavní činnost. Význam četnosti této animace je dán charakterem historických slavností jakožto kulturních akcí, které vytváří prostředí pro navazování kontaktů, vztahů, pobavení a zábavu. V rámci historických slavností lze nalézt zejména vystoupení kejklířů, žonglérů, kouzelníků, ale také dvorskou slavnost zakončenou ohnivou show či souboj mezi havíři a minciři, kde převažuje spíše složka zábavní před vzdělávací a poznávací.

Další animační činnosti nemají takové zastoupení, přesto se u ostatních s výjimkou Historických slavností ve Zruči nad Sázavou nachází alespoň jedna tvořivá činnost a/nebo pohybová, sportovní činnost. Tvořivé činnosti jsou zastoupeny ražbou mincí nebo výrobou šperku u kováře. Z hlediska pohybových aktivit jsou součástí programu souboje dětských návštěvníků s účinkujícími a lukostřelba. V rámci Královského stříbření Kutné Hory se vyskytla také činnost meditativní v podobě koupelí a masáží v lazebně. U Dobývání Malešova, Historických slavností ve Zruči nad Sázavou a Císařského dne byla shledána animační činnost pro děti a mladistvé v podobě naučných stezek. Naopak nejsou zastoupeny dobrodružné činnosti, které ani nejsou vhodné pro tento typ akcí. Přehled všech konkrétních animací i s určením činnosti animace nabízí tabulka č. 5 v kapitole 6.2 Rozsah animací zařazených v programu historických slavností.

Některé slavnosti měly v programu zařazené spíše taneční a hudební bloky, které nebyly tak záživné. Na tuto skutečnost autorku upozornilo několik respondentů, kteří v tabulce č. 6 (viz kapitola 6.2 Rozsah animací zařazených v programu historických

slavností) uvedli své postřehy a návrhy na zlepšení programové skladby historických slavností. Z toho důvodu byl navržen přehled animacemi pro některé slavnosti vymezený v kapitole 8 Závěry a doporučení.

2) Jaké jsou výsledky monitoringu návštěvnosti v letech 2007 – 2014?

Konkrétní údaje o návštěvnosti neposkytli zcela všichni organizátoři. Jejich odůvodnění jsou uvedena v příloze č. 5, č. 6 a č. 8. Bližší informace o monitoringu návštěvnosti a diskuzi dat jsou uvedeny v kapitole 6.3.1 Monitoring návštěvnosti.

Z poskytnutých údajů bylo zjištěno, že s nejvyšším počtem zaznamenaných osob v letech 2007 – 2014 bylo na Královském stříbření Kutné Hory 6 000 – 7 500 návštěvníků. Přesto byl v roce 2010 zaznamenán nadprůměrný nárůst vykazující hodnotu 10 500 návštěvníků. Vliv na výši návštěvníků měla podpora tehdejšího hejtmána Středočeského kraje Davida Ratha. Ačkoliv byla v roce 2014 návštěvnost pouze 7 473 osob, je z tabulky č. 8 patrná značná oblíbenost mezi návštěvníky, čímž zároveň uvedená hodnota vykazuje velmi vysoký účinek animace.

Podpora hejtmána Středočeského kraje byla též výrazná u Hory Lipské: Bitvy u Lipan, kdy výše návštěvnosti činila v roce 2010 cca 5000 osob a byla značně ovlivněna volným vstupem. V dalších ročnících byl monitoring návštěvnosti o polovinu nižší. Tato slavnost se ale koná nepravidelně a během zkoumaných 8 let se pořádala 4x.

Dalším v pořadí je Kříž a kalich, jehož návštěvnost se pohybuje v rozmezí 1000 – 2000 návštěvníků. Nepatrně nižší hodnoty vykazují další slavnosti, které se pořádají též v městském prostředí, tj. Císařský den a Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou. Poslední zmíněná slavnost, jejíž návštěvnost je cca 1000 návštěvníků, postrádá informace o návštěvnosti do roku 2011.

Slavnosti, které ještě nebyly zmíněny, jsou Dobývání Malešova a Husitská bitva. Dobývání Malešova mělo v letech 2007 – 2014 návštěvnost od 600 – 1000 návštěvníků. Husitskou bitvu navštívilo 380 osob, která se pořádala v roce 2014 poprvé.

3) Jaká je spokojenost návštěvníků se zabezpečením, průběhem a programem akce a jaké jsou negativní ohlasy?

Z dotazníkového šetření bylo vyhodnoceno (viz graf č. 1 a tabulka č. 8, kapitola 6.3.2 Spokojenost návštěvníků), že většina respondentů spokojena byla. Autorka v rámci

spokojenosti spočítala průměrnou hodnotu spokojenosti s využitím váženého aritmetického průměru. Všechny slavnosti dle této metody vykazují hodnotu nad 3, 2 bodů z maximálních 5 bodů.

V rámci Královského stříbření Kutné Hory byla průměrná hodnota spokojenosti 4,06 bodů. Tato hodnota odpovídá klasifikační skupině spíše spokojen. Se slavností nebyl nikdo nespokojen a spíše nespokojeno bylo 5 respondentů. Nejčastěji si respondenti stěžovali na výši vstupného (11 respondentů), nedostatek míst k sezení (7 respondentů) a umístění loga sponzora TN.CZ vedle hlavního pódia (3 respondenti), které celkově narušilo pozitivní dojem a zážitek ze slavnosti.

S druhou nejčetnější skupinou respondentů, kteří byli zcela spokojeni, bylo evidováno u Husitské bitvy s nejvyšší průměrnou mírou spokojenosti ze všech slavností s hodnotou 4, 27 bodů. V tomto případě nebyl žádný respondent zcela nespokojen a spíše nespokojené byly 4 osoby. Na základě stížností některých respondentů (viz tabulka č. 9, kapitola 6.3.2 Spokojenost návštěvníků) bylo zjištěno nedostatečné zabezpečení slavností, návštěvníci si nejčastěji stěžovali na nedostatečné zásobování místní restaurace (11 respondentů), která plnila hlavní funkci ve stravování na slavnosti. Další stížnosti poukazovaly na nedostatek stánků (9 respondentů) a deštivé počasí (5 respondentů).

Výrazná spokojenost byla zaznamenána u Dobývání Malešova s průměrnou hodnotou 4,12 bodů. V tomto případě byli pouze 3 respondenti spíše nespokojeni, zcela nespokojen nebyl nikdo. Návštěvníci si na této slavnosti nejčastěji stěžovali na nedostatek stánků (7 respondentů), výši vstupného (5 respondentů) a nedostatek míst k parkování (4 respondenti).

Téměř stejnou průměrnou hodnotu spokojenosti měl Císařský den vyjádřenou v průměru 4,11 body. Tato slavnost zároveň disponuje nejvyšším počtem zcela spokojených návštěvníků. Spíše nespokojený byl pouze 1 respondent, zcela nespokojen nebyl nikdo. Přesto bylo z dotazníkového šetření vyhodnoceno 30 negativních ohlasů na deštivé počasí, 13 na nedostatek stánků a 7 na nudný program. Respondenti ale zdůvodňovali, že organizátor za špatné počasí nemůže, proto není tato stížnost v celkovém vyjádření míry spokojenosti výrazně znatelná.

Na nudný program si též stěžovalo 16 respondentů u Historických slavností ve Zruči nad Sázavou. Další stížnosti byly směřované na výši vstupného (6 respondentů)

a neprovázanost námětu slavností s historií města (4 respondenti). Celková průměrná míra spokojenosti 3,69 bodů je v porovnání s ostatními slavnostmi druhá nejnižší. Důvodem je zejména zmíněný program, který byl nedostatečně uzpůsobený návštěvníkům. O nespokojenosti se vyjádřilo celkem 10 respondentů, kteří byli spíše nespokojeni.

Největší zájem vyvolává Hora Lipská: Bitva u Lipan. Ze 102 oslovených návštěvníků se 38 z nich vyjádřilo o předčasném zahájení hlavního programu, tj. ukázky bitvy u Lipan, kterou viděli jen z části nebo vůbec. Další stížnosti byly směřované na parkování (5 respondentů) a nedostatečnou dramatickост bitvy (2 respondenti). Proto je míra spokojenosti ze všech zkoumaných slavností nejnižší s průměrnou hodnotou 3,27 bodů. Zároveň bylo u této akce evidováno 7 zcela nespokojených respondentů a spíše nespokojených 15 respondentů.

Poslední slavností je Kříž a kalich, jehož průměrná hodnota spokojenosti činí 3,99 bodů. Na této slavnosti 17 návštěvníků uvedlo jako stížnost deštivé počasí, dalších 10 z nich by uvítalo více míst k sezení a 6 respondentů upozornilo na neposkytnuté informační letáky o průběhu slavnosti. Celkem na této slavnosti bylo z dotazníkového šetření zaznamenáno 7 spíše nespokojených respondentů, zcela nespokojen nebyl nikdo.

4) Jaký zážitek poskytla slavnost návštěvníkům?

Z dotazníkového šetření mezi návštěvníky slavností bylo obecně zjištěno, že největší část respondentů zaznamenala průměrný zážitek (viz graf č. 2, kapitola 6.3.3 Zážitek respondenta ze slavnosti). Spíše silný zážitek častěji uvedli respondenti u slavností, v jejichž programu byla zařazena ukázka bitvy. Naopak prožitek negativně ovlivnilo nedostatečné zabezpečení slavnosti, zvláště programové u Historických slavností ve Zručí nad Sázavou (viz příloha 11).

Slavnosti Kříž a kalich, Husitská bitva a Dobývání Malešova vykazují podobné údaje o zážitku. Kříž a kalich a Dobývání Malešova mají ze všech zkoumaných slavností nejvyšší hodnotu odpovědi „spíše silný“ zážitek. Husitská bitva disponuje nejvyšším podílem průměrného zážitku, ale hodnota spíše silný zážitek není o tolik nižší. Intenzita zážitku je u zmiňovaných akcí dána dobrým zpracováním rekonstrukce bitvy a celkovou uvolněnou a zábavnou a atmosférou, která respondenty dle jejich slov „vtáhla do děje“ (viz příloha č. 11). Zároveň mají tyto 3 slavnosti společnou nejmenší četnost odpovědí „žádný“ zážitek.

Z nepatrné části si vede o něco hůře ve vyhodnocení zážitku Královské stříbření Kutné Hory a Císařský den. V tomto případě nejvyšší podíl odpovědí byl zaznamenán ve skupině „průměrný zážitek“. Hodnota spíše silného zážitku přesto není o tolik nižší. V rámci Královského stříbření Kutné Hory byla dokonce zaznamenána nejvyšší četnost odpovědí „intenzivní zážitek“ ze všech slavností. Přesto hodnoty „žádného zážitku“ jsou v tomto případě výraznější, Císařský den zaznamenal 5 odpovědí a Královské stříbření Kutné Hory o jednu odpověď méně.

Poslední dvě slavnosti, Hora Lipská: Bitva u Lipan a Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou, dopadly ve vyhodnocení zážitku nejhůře. V případě první zmíněné slavnosti jsou odpovědi nejednoznačné. Důvodem je rozdělení respondentů na ty, kteří viděli stěžejní část slavnosti (tj. ukázkou bitvy) a ty, kteří ji zmeškali z nedostatečné informovanosti o programu. Proto je v tomto případě hodnota „žádného zážitku“ nejvyšší ze všech zkoumaných slavností, ke které se vyjádřilo 18 respondentů. Spíše slabý zážitek uvedlo 26 oslovených návštěvníků. Přesto nejvyšší podíl, ačkoliv s hodnotou 34 odpovědí, tvoří skupinu průměrného zážitku. Obdobné je to u Historických slavností ve Zruči n/S. Žádný zážitek tato akce nepřinesla 15 tázaných. Spíše slabý uvedlo 21 respondentů. Důvodem je v tomto případě již několikrát zmíněný nedostatečně zpracovaný program, který byl pro mnohé respondenty nudný a nezáživný (viz příloha č. 11).

5) Jaký pozitivní ekonomický dopad mělo pořádání kulturní akce na výši tržeb v zařízeních přímo souvisejících s cestovním ruchem? Byli provozovatelé zařízení nuceni navýšit kapacitu pracovních sil?

Z dotazníkové šetření realizovaného mezi podnikatelskými subjekty bylo vyhodnoceno, že historické slavnosti mají pozitivní ekonomický efekt na podnikání v místě pořádání slavnosti. Z celkového počtu oslovených respondentů zaznamenalo 56% nárůst tržeb (viz graf č. 6, kapitola 6.3.8 Vliv historických slavností na socio-ekonomickou sféru regionu). Výše tržeb se ale odvíjela od vzdálenosti místa konání akce. Podnikatelské subjekty, které byly vzdáleny více než 1 km, nezaznamenaly v tržbách žádnou změnu v porovnání s ostatními dny, ale ubytovací, stravovací a kulturní zařízení, která se nacházela do 500 m, měla navýšení tržeb o 10 – 40%, v některých případech i více. Přesto největší část respondentů ze skupin, které měly vyšší tržby v porovnání s předchozími dny, uvedla, že ve dnech pořádání slavnosti byly jejich tržby navýšeny do 10%.

Z hlediska přírůstu pracovních pozic byl účinek historických slavností ještě méně patrný. Podíl respondentů, kteří v době pořádání slavnosti zaměstnali novou pracovní sílu, byl jen 3%. Přesto 30% podnikatelských subjektů odpovědělo, že na začátku letní sezóny navyšují svůj stav zaměstnanců. Znázornění podílu nárůstu pracovních pozic je uvedeno v grafu č. 7 (viz kapitola 6.3.8 Vliv historických slavností na socio-ekonomickou sféru regionu).

8 Závěry a doporučení

Předmětem této práce bylo zjištění rozsahu a zhodnocení účinnosti animace ve zvolených historických slavnostech. Protože jsou historické slavnosti též animací, bylo primárním cílem zhodnotit zejména účinnost historických slavností. Zjištěné poznatky a informace ocení zejména pořadatelé a organizátoři slavností, prospěšné mohou být i pro destinační management, který může shledat účinek historických slavností zejména v přísunu kapitálu do regionu.

Nejprve byl zjištěn rozsah animace v programech historických slavností a následné zhodnocení účinnosti animace, které bylo v praktické části rozvrženo do několika ukazatelů: návštěvnost, spokojenost, zážitek, opakovaná účast návštěvníků, průzkumy spokojenosti, obměňování animačních činností, zajištění animace pro nejpočetnější sociální skupinu návštěvníků a vliv animace na socio-ekonomickou sféru regionu. Výsledky šetření přinesly jak odpovědi na výzkumné otázky zodpovězené v kapitole 7 Shrnutí výsledků, tak potvrzení či vyvrácení hypotéz.

V rámci šetření byla částečně vyvrácena hypotéza, že historické slavnosti jsou nejčteněji zastoupeny společenskou a zábavní animací. Ačkoliv historické slavnosti jsou společenskou animací, byly u pěti zkoumaných slavností nejčteněji zastoupeny činnosti poznávací a vzdělávací, pouze u Historických slavností ve Zruči nad Sázavou a Císařského dne je množství společenských a vzdělávacích činností shodné.

Druhá hypotéza byla potvrzena. Všechny zkoumané historické slavnosti měly pozitivní ekonomický účinek na růst tržeb podnikatelských subjektů ve dnech pořádání slavností.

Shrnutí výsledků poskytlo odpověď na následující cíle práce. Rozsah animací zařazených v historických slavnostech (viz tabulka č. 5, kapitola 6.2 Rozsah animací zařazených v programu historických slavností) je dán zejména poznávací, vzdělávací a objevovací činností. Tato skupina animačních aktivit je zastoupena rekonstrukcí bitev, ukázkou střelných a palných zbraní, rytířských turnajů na koních, šermu a katovského řemesla. Druhou nejčtenější skupinou jsou činnosti společenské a zábavní. V malé míře se vyskytují též činnosti pohybové, sportovní a tvořivé. Výjimku tvoří meditativní činnosti a činnosti určené dětem. Vůbec nebyly shledány dobrodružné činnosti.

Účinnost animace, resp. historických slavností, byla výrazně ovlivněna nedostatečným zajištěním animace, zejména špatnou marketingovou komunikací a nedostatečným zásobováním stravovacích zařízení v místě slavnosti (viz tabulka č. 9, kapitola 6.3.2 Spokojenost návštěvníků). Dalším aspektem, který vyplývá z autorčinných výsledků, je nepříznivé počasí a nedostatečně zpestřený program o animační činnosti, který byl pro návštěvníky nudný (viz tabulka č. 9). Pokud je z organizačního hlediska znemožněna účast na animaci, též snižuje se účinnost slavnosti.

Naopak bylo prostřednictvím výpovědí respondentů o vlivu na intenzitu zážitku (viz příloha č. 11) vyhodnoceno, že pozitivně účinnost animace, resp. historických slavností ovlivňuje dostatečně zpracovaná a personálně zajištěná animace, volba prostoru (zejména v přírodě) a navození dobové atmosféry hudbou, slovem, zvukovými efekty, dobovým oděvem a kulisami. Dále bylo zjištěno, že ke spokojenosti návštěvníků není vždy potřeba nadměrné množství animací, ale musí být dostatečně zpracovány, např. animace u Dobývání Malešova „oživlá tvrz“ vyvolala zapojením návštěvníků vyšší míru prožitku než u slavností, které tyto prvky zastoupeny neměly (viz kapitola 6.3.3 Zážitek respondenta ze slavnosti). K dalším skutečnostem patří poznatek, že slavnosti, které měly ve svém programu zařazeny ukázky bitev, měly vyhodnoceny vyšší míru zážitku než u ostatních slavností (viz kapitola 6.3.3 Zážitek respondenta ze slavnosti). Efekt animace v regionu je zřejmý v nárůstu pracovních míst a tržeb podnikatelských subjektů (viz graf č. 6 a č. 8).

Z uvedeného vyplývá, že stěžením předpokladem pro účinnost animace je dostatečné zabezpečení z hlediska materiálního, technického, programového, personálního a finančního, které předchází k nedorozumění a z velké části uspokojí potřeby účastníků cestovního ruchu. Cit pro inscenování slavnosti jen podporuje vyšší míru spokojenosti a prožitku. Za uvedených podmínek si lze vybudovat image slavnosti, konkurenceschopnost a zajistit opakovanou účast návštěvníka, jehož tužby byly dostatečně naplněny.

Doporučením pro organizátory je zvážit, zda by bylo výhodné si evidovat návštěvnost a realizovat průzkumy spokojenosti, protože náhodné ohlasy respondentů u vstupů nepodávají komplexní obraz o spokojenosti a zážitku návštěvníka.

Šetření autorky prokázalo, že nejčastěji historické slavnosti navštěvují děti v doprovodu rodičů nebo prarodičů (viz graf č. 5). Přesto autorka shledala nedostatek

animačních aktivit pro tuto věkovou skupinu (tabulka č. 5 a tabulka č. 6, kapitola 6.3.2 Spokojenost návštěvníků) a doporučila skladbu programu rozšířit o další animace.

Autorka by dále jako návštěvník takové slavnosti ocenila, kdyby byl v místě vyvěšen program nebo jí byl předán u vstupu k nahlédnutí. Zejména u Hory Lipské: Bitvy u Lipan autorka do poslední chvíle neznala programové složení slavnosti, pouze byla mylně informována o zahájení programu na webových stránkách města Českého Brodu.

Na základě podnětů některých respondentů (viz tabulka č. 6) byl vypracován návrh animačních prvků, které mohou organizátoři slavností využít pro zlepšení své akce a jejího účinku. Primárním zdrojem pro sestavování přehledu byly odpovědi na otázku č. 6 uvedenou v dotazníku pro návštěvníky slavností (viz. Příloha č. 1). Nejčastější odpovědi jsou zpracovány v tabulce č. 6 (viz kapitola 6.3.2. Spokojenost návštěvníků), která překládá názory a poznatky respondentů ze slavnosti.

Nejvíce poznámek k programu uvedli návštěvníci u Historických slavností ve Zruči nad Sázavou. Autorka navrhuje doplnit hlavní program o divadelní scénku Atentát na Františka Ferdinanda d'Este. Pro děti autorka doporučuje animace formou dobrodružné činnosti v zámeckém parku, kde mohou společně hledat ztracený poklad Žofie Chotkové a Františka Ferdinanda d'Este. Druhou možností je zábavně naučná forma animace, jejíž podstatou je zjistit známou osobnost z 19. a 20. Století. Pro upřesnění poslední zmíněné animace budou děti rozděleny nejprve do skupin a na základě indicií budou hádat ve své skupině 3 nejznámější osobnosti (např. Božena Němcová, Karel Čapek, T. G. Masaryk apod.). Ve druhé části programu předkládají své nápovědy ostatním skupinám. Po skončení animace budou všem rozdány diplomy a vítězi sladká odměna. Protože Císařský den má stejný námět a podobné stížnosti, byly tyto animace navrženy i pro tuto slavnost.

V případě Kříže a kalichu a Hory Lipské: Bitvy u Lipan uvedli respondenti nedostatek her a zábavy pro děti. Autorka navrhuje výrobu jednoduché mošničky ze světlé pytloviny, kterou si děti vystříhnou, svážou a ozdobí korálky a malbou.

Předmět této práce je značně obsáhlý a autorka si je vědoma, že není zcela možné se vyjádřit a zkoumat další oblasti. Z hlediska ekonomických a kulturních efektů by bylo zajímavé provést další šetření, která by zhodnotila dopady na region. Protože výzkum prokázal, že mnohé slavnosti nebyly dostatečně zabezpečeny, jeví se tento úhel pohledu též zajímavým.

9 Seznam použitých zdrojů

Literatura

- [1] CÍLEK, Václav. *Makom: kniha míst. 2.*, doplněné vyd. Praha: Dokořán, 2007, 299 p. ISBN 80-736-3120-2.
- [2] DAVID, Petr a kol. *Kutnohorsko a Kolínsko. 1. vyd.* Praha: S & D, 2004, 159 s. Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku, sv. 40. ISBN 80-860-5076-9.
- [3] FIŠEROVÁ, Věra. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu. Vyd. 1.* Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008, 91 s. ISBN 978-80-86578-87-3.
- [4] JELÍNEK, Zdeněk a Zdeněk HELFERT. *Kolínsko. 1. vyd.* Praha: Středočeské nakladatelství a knihkupectví, 1990, s. 328. ISBN 80-7057-025-3.
- [5] ORIEŠKA, Ján. *Animácia v cestovnom ruchu. 1. vyd.* V Banskej Bystrici: Univerzita Mateja Bela, 2003, 114 s. ISBN 80-805-5858-2.
- [6] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu. 1. vyd.* Praha: Idea Servis, 1999, 244 s. ISBN 80-859-7027-9.
- [7] 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.
- [8] PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost cestovního ruchu. 3. vyd., přeprac.* Hradec Králové: Gaudeamus Univerzita Hradec Králové, 2014, 335 s. ISBN 978-80-7435-329-1.
- [9] RYCHLÍK, Jan a Vladimír PENČEV. *Od minulosti k dnešku: dějiny českých zemí. 1. vyd.* Praha: Vyšehrad, 2013. Kapitola 5, Doba husitská, věk poděbradský a jagelonský, s. 118 - 176. ISBN 8074293874.
- [10] ŠÍPEK, Jiří. Genius loci v psychologické perspektivě. In: ZELENKA, Josef. a kol. *Percepce krajiny a genius loci.* Praha: Gaudeamus Hradec Králové, 2008, s. 160-168. ISBN: 978-80-7041-191-9.
- [11] ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. *Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie. 1. vyd.* Hradec Králové: Gaudeamus, 2011, 164 s. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-114-3.

[12] TRIBE, John. *The economics of recreation, leisure and tourism*. 4th ed. London: Routledge, 2012, 500 s. ISBN 978-008-0890-500.

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

[14] ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007, 212 s. ISBN 978-807-0410-707.

Internetové zdroje:

[15] E-DĚJINY. *Husitská revoluce*. [online]. 15.1.2014, [cit. 2014-10-23]. Dostupné na www: <http://www.edejiny.cz/husitska-revoluce/>

[16] MAS MORAVSKÝ KRAS. *Značení místních produktů, marketing a propagace značky*, [online]. [cit. 2014-08-28]. Dostupné na www: <http://www.spolekmoravskykras.cz/create_file.php?id=296>

[17] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Statistiky: Modul zaměstnanosti cestovního ruchu*. [online]. 21.2.2015 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

[18] PLESINGER, Miloslav. *Fotogalerie: Císařský den v Kolíně. SHŠ Páni z Kolína* [online]. 16. 8. 2014 [cit. 2015-04-29]. Dostupné z: http://www.panizkolina.cz/?page_id=928

[19] RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice* [online]. Praha, 2010, 36 s. [cit. 2014-04-06]. Dostupné na: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gYqbVtmn6zwJ:www.culturenet.cz/res/data/013/001466.pdf+&cd=12&hl=cs&ct=clnk&gl=cz>

[20] REGIONÁLNÍ MUZEUM V KOLÍNĚ. *Zpráva o činnosti za rok 2010* [online]. 2013, 20s. [cit. 2014-04-20]. Dostupné na www: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TXIVMLocf9oJ:www.muzeumkolin.cz/img/clanky_next/VZ_2010.pdf+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz.

[21] ŠAFR, Jiří a Patočková VĚRA. Trávení volného času v České republice ve srovnání s ostatními zeměmi. *Naše společnost: časopis Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR* [online]. Praha: Vydává Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2010, roč. 8, č. 2, 21 - 27 [cit. 2015-04-23]. Dostupné na [www: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a4013/f11/100119s_Traveni%20volneho%20casu.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a4013/f11/100119s_Traveni%20volneho%20casu.pdf)

Ostatní zdroje:

[22] VALÁŠEK, Dean. Regionální turistický produkt. Co to je?. In *COT business*, leden 2004, s. 35–36.

10 SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Obrázek č. 1 Zpestření Císařského dne pánem na velocipedu.....	26
Obrázek č. 2 Zahájení rytířského turnaje na koních, Královské stříbření Kutné Hory.....	27
Tabulka č. 1 Přehled animačních činností dle oboru animace.....	8
Tabulka č. 2 Přehled respondentů oslovených na historických slavnostech klasifikovaných dle věku a pohlaví.....	23
Tabulka č. 3 Přehled celkového počtu oslovených zařízení cestovního ruchu ve zvolených městech/obcích.....	24
Tabulka č. 4 Přehled základních informací o historických slavnostech.....	30
Tabulka č. 5 Přehled animací zařazených v programu historických slavností na Kutnohorsku a Kolínsku.....	31
Tabulka č. 6 Poznatky respondentů z pohledu zlepšení programu slavnosti.....	33
Tabulka č. 7 Přehled návštěvnosti zkoumaných historických slavností v letech 2007 - 2014.....	34
Tabulka č. 8 Průměrná míra spokojenosti respondentů.....	36
Tabulka č. 9 Přehled nejčastějších negativních ohlasů a stížností respondentů.....	38
Tabulka č. 10 Přehled animačních činností a dalších volnočasových aktivit pro děti.....	47
Graf č. 1 Klasifikace spokojenosti respondentů do 5 skupin.....	35
Graf č. 2 Klasifikace zážitku respondentů do 5 skupin.....	40
Graf č. 3 Znázornění první a opakované účasti respondentů.....	42
Graf č. 4 Zájem respondentů o opakovanou účast v příštích letech.....	43
Graf č. 5 Klasifikace sociálních skupin respondentů.....	46
Graf č. 6 Růst tržeb podnikatelských subjektů ve vztahu ke vzdálenosti od místa pořádání historických slavností.....	48
Graf č. 7 Bydliště návštěvníků historických slavností.....	49
Graf č. 8 Nárůst pracovních sil vyvolaných přítomností historických slavností.....	50

11 Seznam příloh

Příloha č. 1: Vzor dotazníku pro návštěvníky historických slavností

Příloha č. 2: Vzor dotazníku pro podnikatelské subjekty ve městě/obci místa pořádání historické slavnosti

Příloha č. 3: Seznam otázek, které byly předmětem řízeného rozhovoru s organizátory, popř. spoluorganizátory slavností

Příloha č. 4: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 1, organizátorem Historických slavností ve Zruči nad Sázavou (říjen 2014)

Příloha č. 5: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 2, organizátorem Císařského dnu v Kolíně (říjen 2014)

Příloha č. 6: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 2, organizátorem Kříže a kalichu v Kolíně (říjen 2014)

Příloha č. 7: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 3, spoluorganizátorem Královského stříbření Kutné Hory (říjen 2014)

Příloha č. 8: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 4, organizátorem Hory Lipské: Bitvy u Lipan (říjen 2014)

Příloha č. 9: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 5, spoluorganizátorem Husitské bitvy v Semtěši (říjen 2014)

Příloha č. 10: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 6, organizátorem Dobývání Malešova (říjen 2014)

Příloha č. 11: Pozitivní a negativní vlivy působící na intenzitu zážitku respondentů

Příloha č. 12: Návrhy animací ke zlepšení účinnosti zvolených historických slavností

Příloha č. 1: Vzor dotazníku pro návštěvníky historických slavností

DOTAZNÍK K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Spokojenost návštěvníků na historických slavnostech

Žena

Muž

Věk:

do 18 let

18 – 26 let

26 – 40 let

40 – 65 let

65 a více let

1. Zvolte historickou slavnost, které jste se zúčastnila:

- a. Královské stříbření Kutné Hory (21. - 22. 6. 2014)
- b. Kříž a kalich (24. 5. 2014)
- c. Císařský den (16. 8. 2014)
- d. Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou (2. 8. 2014)
- e. Hora Lipská: Bitva u Lipan (31. 5. 2014)
- f. Husitská bitva (23. 8. 2014)
- g. Dobývání Malešova (6. 9. 2014)

2. S kým jste dnes navštívil/a tuto akci?

- a. S přítelem/ s přítelkyní
- b. S přáteli
- c. Rodiče s dětmi
- d. Prarodiče s vnoučaty
- e. S nikým
- f. S kolegou/kolegyní z práce
- g. S organizovanou skupinou

3. Kde bydlíte?

- a. V této obci / městě
- b. V okolí obce / města do 15 km
- c. Ve vzdálenosti více než 15 km od města / obce
- d. V zahraničí

4. Jak byste vyjádřil/a spokojenost s touto akcí? Tato akce se Vám

- a. vůbec se nelíbila
- b. spíše se nelíbila.
- c. částečně se líbila
- d. spíše se líbila
- e. velmi se líbila

5. Pokud jste byl/a s něčím na této akci nespokojena, uveďte prosím:

.....

6. Jak byste vyjádřil/a zážitek z této kulturní akce?

- a. žádný
- b. spíše slabý
- c. průměrný
- d. spíše silný
- e. intenzivní

7. Co ve Vás vyvolalo pozitivní zážitek ze slavnosti?

.....

8. Pokuste se odůvodnit, proč jste neměl/a tak intenzivní zážitek?

.....

9. Navštívil/a jste tuto slavnost poprvé?

- a. Ano
- b. Ne

10. Navštívil/a byste tuto slavnost i v příštích letech?

- a. Ano
- b. Asi ano
- c. Asi ne
- d. Ne

Mnohokrát děkuji za vyplnění dotazníku.

Příloha č. 2: Vzor dotazníku pro podnikatelské subjekty ve městě/obci místa pořádání historické slavnosti

Vliv vybraných kulturních akcí na podnikatelské subjekty v regionu

1) V jakém městě nebo obci se nachází Vaše zařízení? (Další otázky se budou vztahovat k odpovědi se zvolenou slavností)

- a. Kolín (pořádání historických slavností Císařský den v termínu 16. 8. 2014 a Kříž a kalich v termínu 24. 5. 2015 na Kmochově ostrově)
- b. Kutná Hora (pořádání Královského stříbření Kutné Hory ve dnech 21. – 22. 6. 2014 v Pacákových sadech pod Vlašským dvorem)
- c. Zruč nad Sázavou (pořádání Historických slavností ve Zručí nad Sázavou v termínu 2. 8. 2014 v zámeckém parku)
- d. Malešov (pořádání Dobývání Malešova v termínu 6. 9. 2014 na nádvoří pod tvrzí)
- e. Vitice (pořádání slavností Hory Lipské: Bitvy u Lipan v termínu 31. 5. 2014 na louce za obcí Vitice)
- f. Semtěš (pořádání slavností Husitská bitva v termínu 23. 8. 2014 na fotbalovém hřišti)

2) V jakém typu zařízení vykonáváte svou podnikatelskou činnost?

- a. restaurace, pohostinství,
- b. kavárna, vinárna, bar, pivnice, hostinec
- c. bufet, občerstvení
- d. hotel
- e. motel
- f. penzion
- g. muzeum
- h. hrad, zámek
- i. kostel, klášter, chrám
- j. galerie
- k. Jiné, prosím, uveďte

3) Velikost Vašeho zařízení je:

- a. do 5 zaměstnanců
- b. 5 – 20 zaměstnanců
- c. více než 20 zaměstnanců

4) V jaké vzdálenosti se Vaše zařízení nachází od místa pořádání slavnosti uvedené ve Vaší odpovědi v otázce č. 1?

- a. do 100 m
- b. 100 – 500 m
- c. 500 – 1000m
- d. více než 1 km

5) Předpokládal/a jste nárůst tržeb ve Vašem zařízení ve dnech uvedených ve Vaší odpovědi v otázce č. 1?

a. Ano

b. Ne

6) Zaznamenal/a jste změny v poklesu/nárůstu příjmů v době pořádání dané slavnosti uvedené ve Vaší odpovědi v otázce č. 1?

a. Ano, nárůst příjmů

b. Ano pokles příjmů

c. Ne, nezaznamenal

7) Vyjádřete procentem změny tržeb vyvolané změnou počtu návštěvníků ve zmíněných dnech (Pouze v případě, že jste zaznamenal nárůst nebo pokles tržeb)

a. 0 – 10%

b. 10 – 40%

c. 40 – 70%

d. 70 – 100%

e. více než 100%

8) Musel/a jste v dnech pořádání slavnosti, uvedené ve Vaší odpovědi v otázce č. 1, zaměstnat novou pracovní sílu?

a. Ano

b. Ne

c. Ne, ale na letní sezónu přijímáme novou pracovní
výpomoc

Mnohokrát děkuji za vyplnění dotazníku ☺

Příloha č. 3: Seznam otázek, které byly předmětem řízeného rozhovoru s organizátory, popř. spoluorganizátory slavností

- 1) Jaká je působnost Vašich slavností?
- 2) Jaké animace mohou využít návštěvníci na Vašich slavnostech?
- 3) Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?
- 4) Realizoval jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?
 - a. Pokud ano, co bylo předmětem a výsledkem Vaše výzkumu?
 - b. Pokud ne, jaký byl důvod nerealizování výzkumu?
- 5) Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?
- 6) Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků bylo ... (Tato otázka se liší u každého rozhovoru. Výsledkem otázky je zjištění, zda organizátor učinil vše, aby byl návštěvník spokojený.)
- 7) V rámci monitoringu slavností jste uvedl příliš obecná čísla. Proč? (Tato otázka byla směřována pouze pro organizátory, kteří neuvedli konkrétní čísla návštěvnosti své slavnosti)

Příloha č. 4: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 1, organizátorem Historických slavností ve Zruči nad Sázavou (říjen 2014)

Otázky	Odpovědi respondenta č. 1 – Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou
Jaká je působnost Vašich slavností?	Letos to bylo 14 let.
Jaké animace mohou návštěvníci využít na Vašich slavnostech?	Děti mohou využít naučnou stezku, pro všechny je v prostorách zámku výstava na téma 1. světové války „Když máme pláčou“ a během slavností je snižené vstupné na prohlídku zámku. Na slavnostech je dále k vidění přehlídka dravců a ukázka vývoje zbraní a uniforem. Zábavnou složku ještě plnil kejklíč.
Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?	Ne, v minulosti jsme vždy slavnosti zaměřovali na období středověku, ale zdálo se nám, že téma se stále opakuje a sto let od vypuknutí 1. světové války se přímo nabízelo.
Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?	Průzkum spokojenosti návštěvníků, my jako odbor kultury neprovádíme. V minulém roce ale dělala diplomovou práci na podobné téma naše průvodkyně a turistů se na spokojenost se slavností ptala. Myslím, že jsme snad dopadli celkem dobře, ale úplně přesné závěry nevím.
Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?	Pro děti byl zajištěn zdarma program v zábavně naučné stezce pro děti. Pokud děti splnily všech devět stanovišť, dostaly v infocentru glejt.
Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků bylo nedostatečné zapojení do děje a nudný program. Přemýšlela jste o nějaké zábavné vložce do programu?	V minulých letech jsme měli zařazené různé scénky, ale přišlo nám, že to lidi moc nebaví, zaujalo to pouze několik dětí. Nicméně nyní přemýšlíme o zlepšení.

Zdroj: vlastní zpracování na základě výpovědi respondenta č. 1

Příloha č. 5: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 2, organizátorem Císařského dnu v Kolíně (říjen 2014)

Otázky	Odpovědi respondenta č. 2 – Císařský den
Jaká je působnost Vašich slavností?	Tento rok to bylo druhé výročí. První ročník se jmenoval jen Císařský den a ty slavnosti byly věnovány císaři Napoleonovi. V té době jsme ještě nevěděli, že z toho bude jednou tradice, takže jsme k tomu nedali dovětek. Až letošní 2. ročník byl nazván Císařský den, aneb poslušně hlásím.
Jaké animace mohou návštěvníci využít na Vašich slavnostech?	Pro děti máme naučnou stezku, kterou tvoří 5 rozmístěných tabel. U každého tabla stojí dobově oblečený lektor a pokládá dětem otázky. Samozřejmě, že stezka je i pro dospělé, kteří si mohou něco přečíst o 1. Světové válce, o Františku Ferdinandu d'Este a tak.
Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?	Císařský den jsou městské slavnosti a každý rok má jiný podtitul, jiný námět. Každý rok je věnován jinému císaři. Takže je obměňujeme.
Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?	Ne, nerealizoval, ale ohlasy nám přichází na e-mail nebo nám je říkají u vstupu, takže nemáme důvod je realizovat.
Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?	Jak už jsem zmínil, měli jsme naučnou stezku o 1. světové válce. Co se týče otázek, závisí na věku dítěte. Pro ty starší nad 10 let jsme měli například vyjmenovat státy Trojdhody a Trojspolku, pro ty nejmenší třeba zabubnovat na buben nebo ukázat prstem, který z předmětů do té doby nepatří a je tam například CD. Děti za splnění úkolů nebo správné odpovědi dostanou razítka. Když mají všechna razítka, dostanou malý diplom a nějakou drobnou sladkost. Dále jeden ze stánkařů zajistil lukostřelnicí, i když to zcela nesouvisí s námětem slavností.
Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků byl nedostatek stánků. Proč nebylo více stánků na Vaší slavnosti?	V letošním roce jsem měl na Císařském dnu 30 stánků. Rád bych jich tam dal více, ale bohužel už na to nezbyl prostor. Kromě hlavního programu byl i vedlejší program, kde vystupovaly další hudební skupiny, kejklíř a flašinetář a já nechci, aby prostor s vedlejším programem tvořily jenom stánky.
V rámci monitoringu slavností jste uvedl příliš obecná čísla. Proč?	Jak jsem uvedl u Kříže a kalichu, darujeme mnoho volných vstupenek. U Císařského dne jsem se pokoušel zjistit, kolik lidí je přibližně na slavnostech, takže jsem si nakrokoval místa v letním divadle na Kmochově ostrově. Jenže během slavností jsem zjistil, že se to odhadnout zcela nedá, protože nikdo nevydrží celou dobu sedět na jednom místě. Lidé se

	neustále přesouvali a na lavičkách u hlavního pódia nebyli všichni.
--	------------------------------------------------------------------------

Zdroj: vlastní zpracování na základě výpovědi respondenta č. 2

Příloha č. 6: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 2, organizátorem Kříže a kalichu v Kolíně (říjen 2014)

Otázky	Odpovědi respondenta č. 2 – Kříž a kalich
Jaká je působnost Vašich slavností?	Bitvy v Kolíně měly letos 19. ročník.
Jaké animace mohou návštěvníci využít na Vašich slavnostech?	Takže stěžejní je bitva, letos tam byl i turnaj. Pokud nám nezbydou peníze, tak nic dalšího nezajišťujeme, protože se snažíme udělat hlavně bitvu co nejzajímavější. Další animace poskytují trhovci, zejména řemeslníci, letos jsme měli kováře a přadlenu. Pak jsme tam měli stánek, kde si děti malovaly na sádrové odlitky.
Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?	Náš spolek dělá rekonstrukce historických bitev a každý ročník má svůj název a zaměřuje se na něco jiného, v předchozích letech bylo téma Válka růží, Lucemburkové, Švédí u Kolína. Například v minulých letech jsme měli také divadlo a katovnu, ale letos nám na to nezbyly finance, protože jsme hodně vynaložili za pořízení koní na bitvu.
Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?	Jak už jsem uvedl u Císařského dne, tak ani tady jsme nikdy nedělali průzkum. Lidé nám své dojmy a pocity často sdělují u východu.
Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?	My v první řadě klademe důraz na bitvu, kde využíváme střelný prach, snažíme se zajistit koně, vyrábíme kulisy apod. Pro děti by mohlo být zajímavé si vyzkoušet některá řemesla na tržišti, například u kováře si mohly dívky vyrobit šperky, pomocí kleštiček nejprve nažhavily kov a pak formovaly z drátku náušnice a přívěsky. Dalším lákadlem byla historická lukostřelnice, kdy byly děti částečně oblečené do dobového oblečení pro lepší pocit.
Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků byl nedostatek míst k sezení. Proč nebylo více laviček na Vaší slavnosti?	Bitvy se konají v prostředí kolínské jízdárny, takže si lidé mohou sednout na trávu. Samotná bitva trvá sice dvě hodiny, ale před bitvou a po ní lidé stejně prochází tržiště. Takže mi přijde zbytečné rozmisťovat lavičky v okolí hlavního programu. Pouze se snažím zajistit dostatek laviček a stolů k hlavnímu stánku s občerstvením.
V rámci monitoringu slavností jste uvedl příliš obecná čísla. Proč?	Není v našich silách přesně zjistit, kolik lidí přišlo na bitvu. Kromě prodaných lístků, které sčítáme, darujeme spoustu lístků do soutěží a škol, volné vstupné je i pro příbuzné účinkujících. Takže stanovíme přibližný odhad návštěvníků.

Zdroj: vlastní zpracování na základě výpovědi respondenta č. 2

Příloha č. 7: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 3, spoluorganizátorem Královského stříbření Kutné Hory (říjen 2014)

Otázky	Respondent č. 3 – Královské stříbření Kutné Hory
Jaká je působnost Vašich slavností?	<p>Letos to byl 23. ročník. Začalo to slavností v roce 1992, kdy byl příchod cisterciánského řádu do Sedlce, který je dnes součástí Kutné Hory. Slavnosti byly jednodenní, dvoudenní, a dokonce dva nebo tři roky třídenní. Slavnosti se nejdříve pořádaly na Palackého náměstí s tím, že turnaje byly vždycky pod Vlašským dvorem. Asi před 10 lety se od toho upustilo a dnes je pořádáme jenom v parku pod Vlašským dvorem, kde si děti mohou hrát, lidé si sednout na trávu a navíc je krásné panorama Jezuitských kolejí, sv. Barbory a Hrádku.</p>
Jaké animace mohou návštěvníci využít na Vašich slavnostech?	<p>Kromě hlavní scény je také Stříbrná mše. To je sice divadlo, ale zároveň bohoslužba, která se konala v 15. Století. Pak máme vedlejší spíše zábavnou scénu, kde vystupují kejklíři. Ti mají k dispozici mimo jiné uvolněný provazový žebřík. Tento žebřík je ale také pro návštěvníky, kteří si mohou vyzkoušet, jestli se dostanou nahoru ke zvonečku. V každém případě jsou jištění ochrannou sítí. Dále vedlejší program tvoří Království Danar, které ve svých stáncích nebo dílničkách předvádí historická řemesla, která si rovněž mohou návštěvníci vyzkoušet. Součástí programu byla i lazebná, kde pro dospělé byly masáže a koupel, pro děti splétání a vplétání korálek do vlasů. Dále byla k dispozici střelnice a ukázka dravců s výkladem. V poslední řadě jsou to trhovci s nějakou přidanou hodnotou. Například v letošním roce si jeden stánkař pro děti připravil lepící šablony. Po strhnutí vrchní části se na lepící část vysypával barevný prášek. Další trhovec umožnil návštěvníkům si vyrazit minci. Ale to není součástí programu, s tím přijeli sami trhovci, aby si přilákali pozornost návštěvníků.</p>
Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?	<p>Určitá obměna tam vždycky je, ale Stříbření se od začátku své působnosti snažilo reflektovat události, které se staly před 600 lety. To znamená, že k nějakému vývoji nebo posunu dochází, ale jsou to drobné změny. Například každý rok se vdává jiná dvorní dáma. Samozřejmě pro běžného diváka je to turnaj, je to královský soud, je to svatba, je to tancování, ale tento rozdíl v tom nepozná. Nicméně se snažíme vycházet z kronik, do kterých každý rok nahlížíme, zda se něco v daném roce neudálo.</p>

	Velká změna nastane v roce 2015, kdy se vrátíme o 620 let zpátky. Zpočátku jsme slavnosti zpestřili známými herci, Václava IV. hrál Václav Vydra a později Ondřej Vetchý. Protože měli tyto herci problémy s naučením textu a dorazit včas do Kutné Hory, tak od 4. nebo 5. ročníku už máme stávajícího krále.
Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?	Ano, jednou jsme se pokoušeli o nějaký průzkum spokojenosti. Ten průzkum byl prováděn během průvodcovské prohlídky v Českém muzeu stříbra, kdy byly návštěvníkům rozdávány dotazníky, ale bohužel jsme se setkali s nízkou návratností, odpovědi nebyly jednoznačné a strohé, takže jsme od něho opustili, protože se nedal prakticky vyhodnotit.
Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?	Nejen pro děti je stěžejní hlavní program, tedy turnaje a královský soud. Kromě hlavní scény funguje i vedlejší scéna, kde vystupují kejklíři, řemeslníci ukazují dobová řemesla a trhovci prodávají s nějakou přidanou hodnotou, jak už jsem zmínil, například kovář či stánkař s vlastním programem pro děti.
Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků bylo umístění loga TN.CZ vedle znaku královského lva u hlavního podia. Proč nebylo logo umístěno někde jinde?	Nova je hlavní mediální partner, který nám výrazně přispívá a sponzoruje akci. Je to záležitost vedení, zda povolí umístění loga vedle hlavního pódia nebo ne. Vedení ale na to přistoupilo, jelikož to byl hlavní partner. Bohužel to ubírá to na atraktivitě celé slavnosti.
Dalším nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků byl nedostatek míst k sezení. Proč nebylo pro slavnost zajištěno více laviček?	V loni a v předchozích letech jsme měli pár vlastních laviček ze špalků a prken, které byly v prvních řadách. Další 50 vyšších laviček nám zapůjčil jeden sponzor. Letos jsme sehnali jiného sponzora, který zapůjčil asi 100 kusů laviček. V porovnání s předchozím rokem byl obrovský nárůst. V mezích možností a kapacity parku jsme udělali maximum, aby tam bylo co nejvíce míst k sezení. Lidé se mohou též dívat z teras. Ale když se koná koňský turnaj a všichni se musí posunout o 10 až 15 metrů dozadu a posunout zároveň 150 laviček, nezbyde žádné volné místo na průchod do druhé části programu. Pokud by tam bylo ještě více míst, tak stejně lidé v zadních řadách nic nevidí. Tento problém by vyřešilo vybudování obrovské zvednuté divácké tribuny, která by zbytečně zabrala mnoho prostoru.

Zdroj: vlastní zpracování na základě vypovědi respondenta č. 3

Příloha č. 8: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 4, organizátorem Hory Lipské: Bitvy u Lipan (říjen 2014)

Otázky	Odpovědi respondenta č. 4 – Hora lipská: Bitva u Lipan
Jaká je působnost Vašich slavností?	Naše bitva se koná nepravidelně. První ročník byl už v roce 2006. Tento rok to se pořádal již 5. ročník.
Jaké animace mohou návštěvníci využít na Vašich slavnostech?	Letos jsme měli dětské hry a soutěže pro děti. Dětský animovaný program je v podobě omalovánek s historickou tematikou pro ty nejmenší děti, závody v pytlích, přetahování a měkčené zbraně, my tomu říkáme „bacátka“, s kterými si děti můžou hrát mezi sebou, případně s námi.
Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?	Bitva je pokusem o historickou rekonstrukci části Bitvy u Lipan – proto je základní scénář v podstatě stále stejný. Drobné změny scénáře a především popis děje moderátorem vychází z různé interpretace této události konkrétním kronikářem. Ale vždycky zde budeme pořádat bitvu u Lipan, protože se vztahuje k tomuto místu, zapůjčuje jí své kouzlo a to je tím důvodem, proč sem lidé přicházejí.
Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?	Ne, protože je to otázka náročnosti a financí. Vlastně bych musel velké množství dotazníků vytisknout, vysvětlit je nějak lidem a nějakým způsobem je vybírat zpátky. Oni by mi je zpátky nevydali, pokud za to něco nedostanou, takže bych musel vymyslet nějakou soutěž.
Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?	Jak jsem už uvedl, pro děti máme různé hry a soutěže. Tento rok to byly závody v pytlích, bojování se šermíři a omalovánky s historickou tematikou.
Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků byl předčasný začátek bitvy, která začala už o hodinu dříve. Můžete to objasnit?	Některá média uváděla neautorizované informace pocházející z propagačních materiálů z předchozího ročníku. Především některé internetové servery, stránky některých měst, ale bohužel i noviny si informace vyhledávají automaticky a neověřují je u pořadatele, čímž zároveň dochází k řetězové reakci.
V rámci monitoringu slavností jste uvedl příliš obecná čísla. Proč?	Protože jsme spoustu lístků rozdali jako bonusové, spoustu dětských lístků jsme rozdávali po školách a do soutěží, takže nemám přehled o tom, kolik lidí přišlo s lístkem, který dostali zdarma nebo vyhráli v soutěži. Celkem bylo tímto způsobem rozdáno asi

	500 lístků. Dalším důvodem je i skutečnost, že jsme prodávali rodinné vstupné maximálně pro 4 osoby, ale nikdo neví, pro kolik lidí to rodinné vstupné nakonec bylo. Z toho důvodu nemůžu přesně vyjádřit, kolik lidí bylo na naší akci.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Zdroj: vlastní zpracování na základě výpovědi respondenta č. 4

Příloha č. 9: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 5, spoluorganizátorem Husitské bitvy v Semtěši (říjen 2014)

Otázky	Odpovědi respondenta č. 5 – Husitská bitva
Jaká je působnost Vašich slavností?	Náš Spolek historického šermu a dobových tanců Beřkovští ze Šebířova existuje od r. 2005. Za tu dobu jsme zorganizovali již více takových oslav, ale v Semtěši se v tomto roce konal 1. ročník.
S jakými subjekty spolupracujete?	V rámci zajištění slavností spolupracujeme s dalšími historickými spolky, divadlem pro děti, žonglérem, sokolnickou skupinou, bigbeatovou kapelou, místní restaurací a trhovci.
Jaké animace mohou návštěvníci využít na Vašich slavnostech?	Kromě zhlédnutí bitvy, která je hlavní náplní programu, jsme měli ukázkou katovského řemesla, ukázkou výcviku dravých ptáků a žongléra. Nejen děti, ale i dospělí si mohli vyzkoušet lukostřelbu a vyrazit Semtěšský stříbrňák. Celý večer byl zakončen ohňostrojem.
Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?	Jelikož byl v Semtěši 1. ročník, nemůžu se k této otázce zcela vyjádřit. Avšak jako skupina máme stejné osvědčené programy, aby si vybrali děti i dospělí. V rámci Husitské bitvy se ale pokusíme v následujících ročnících program obměňovat.
Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?	Na tuto akci jsme žádný výzkum neprováděli, protože v takovém množství lidí a v naplněném programu na to není čas.
Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?	Pro dětské návštěvníky jsme připravili k dispozici středověké hry – chození na chůdách, chytání rybiček, házení kroužků, srážení křížáků cepem, dětskou lukostřelnicí, ruční ražbu Semtěšského stříbrňáku. Kromě her bylo na programu připraveno i divadlo pro děti.
Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků byl nedostatečný počet stánků, zejména s občerstvením. Můžete tuto skutečnost objasnit?	Stánků se přihlásilo 18, počítali jsme se zaplněním plochy od pokladny k fotbalovému hřišti po obou stranách. Bohužel někteří stánkaři nemají ani tolik slušnosti, aby se omluvili. Nestalo se nám to prvně a tito jsou navždy vyřazeni ze seznamu pozvaných. Občerstvení nám slíbila pokrýt restaurace, což se stalo. Dále byl stánek s pečivem, zejména placky a chléb se sádlem. Ale na malé vesnici nelze očekávat větší množství stánků, zejména s občerstvením.

Zdroj: vlastní zpracování na základě výpovědi respondenta č. 5

Příloha č. 10: Výstupy z rozhovoru s respondentem č. 6, organizátorem Dobývání Malešova (říjen 2014)

Otázky	Odpovědi respondenta č. 6 – Dobývání Malešova
Jaká je působnost Vašich slavností?	Tento rok to bylo 12 let, co pořádáme slavnosti.
S jakými subjekty spolupracujete?	Jsou to zejména stánkaři a účinkující. V minulosti jsme spolupracovali i s jednou šermířskou skupinou ze zahraničí, ale letos tomu tak nebylo. Dále to je hospoda, která zajišťuje občerstvení pro všechny.
Jaké animace mohou návštěvníci využít na Vašich slavnostech?	Program je po celý den sestaven z divadelních, šermířských, hudebních vystoupení a hlavního bodu, kterým je bitva. Paralelně je možná individuální prohlídka tvrze, kde jsou i umístěny exponáty z historie, z průběhu rekonstrukce a návštěvník prochází i dobově zařízenými interiéry. Součástí prohlídky je i “oživlá” tvrz, kdy v kuchyni kuchaři vaří jídlo, na nádvoří vojáci cvičí, ve stáncích jsou trhovci se zbožím atd. Dětská cesta zpravidla probíhá formou zastavení, kdy děti musí splnit různé úkoly a na konci dostávají odměnu.
Máte po celou dobu působnosti Vašich slavností stejné animace nebo je obměňujete?	Během slavností se scénář bitvy obměňuje. Každoročně se pokoušíme o jiné pojetí bitvy, ačkoliv jsme se v prvních letech zaměřovali skutečně jen na dobývání. Postupem času jsme ale začali do scénáře vkládat příběhy. Například v minulých letech jsme měli retrospektivní příběh, kdy někdo našel starý zrezivělý meč a začal pátrat po příběhu toho meče nebo příběh starého poustevníka, který před vlastní smrtí vypráví svůj příběh. Letos měl příběh milostný nádech, ale vždycky se snažíme o nějakou změnu.
Realizoval/a jste někdy průzkum spokojenosti a potřeb návštěvníka?	Ne, a ani nás to nikdy nenapadlo.
Jaký program nabízí Vaše slavnost pro děti?	Pro děti máme sestavenou dětskou stezku, kdy plní jednoduché úkoly, například než vytáhnou z pytle určitý kus ovoce nebo zeleniny, tak musí hmatem poznat, o jaké ovoce nebo zeleninu se jedná. Na konci stezky je čeká odměna. Dále zde byl nafukovací skákací hrad, ale ten byl mimo hlavní prostor.
Nejčastějším negativním ohlasem návštěvníků byl nedostatečný počet stánků. Můžete tuto skutečnost objasnit?	Stánkařů bych rád uvítal více, ale získat více stánků není snadné. Protože je akce malá a ne příliš komerční, tak stánkaři mají pocit, že si tam tolik nevydělají a raději to odřeknou.

Zdroj: vlastní zpracování na základě výpovědi respondenta č. 6

Příloha č. 11: Pozitivní a negativní vlivy působící na intenzitu zážitku respondentů

Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou			
Důvod žádného nebo slabého zážitku	Četnost	Důvod silného nebo intenzivního zážitku	Četnost
Nudný, nezábavný program	8	Postava Josefa Švejka	9
Absence zábavy	4	Prostor zámecké zahrady	5
Komorní slavnost, málo lidí	4	Zábavná forma výkladu o První svět. válce	3
Absence divadelní scénky	3	Taneční vystoupení	3
Nezapojení diváků do dění	3	Celková atmosféra slavnosti	3
Celkový vzhled slavnosti, velké množství stánků nesouvisející s námětem slavnosti	3	Průvod	2
Nedostatek stánků	3	Hudební vystoupení	1
Teplé počasí	2	Naučná stezka	1
Absence her a soutěží pro děti	1	-	
Absence zpestření slavnosti	1	-	
Trapné vtipy kejklíře	1	-	
Císařský den			
Důvod žádného nebo slabého zážitku	Četnost	Důvod silného nebo intenzivního zážitku	Četnost
Děšť	23	Postava Josefa Švejka	21
Nudná programová náplň slavnosti	6	Prostředí Kmochova ostrova	12
Absence zábavy	3	Autentičnost	8
Komorní slavnost	1	Dobové kostýmy, účinkující	7
Nezapojení do dění	1	Naučná stezka	3
Absence her po děti	1	Ukázky dobových tanců	3
-		Přehlídka dobového spodního prádla	1
-		Velociped	1
-		Flašinetář	1
-		Dobová hudba	1
Kříž a kalich			
Důvod žádného nebo slabého zážitku	Četnost	Důvod silného nebo intenzivního zážitku	Četnost
Děšť	14	Bitva	15
Příliš hlasitá střelba	9	Celková atmosféra akce	9
Málo dramatická bitva	4	Dobové tržiště	7
Nudný program slavnosti	4	Kostýmy účinkujících	4
Absence programu pro děti	3	Rytířský turnaj	4
Absence zábavy	2	Prostředí	2
Nedostatek stánků	1	Král Zikmund Lucemburský	1
Trapný turnaj	1	Průvod	1
Prostředí kolínské jízdárny	1	Dobová hudba	1
Královské stříbření Kutné Hory			
Důvod žádného nebo slabého zážitku	Četnost	Důvod silného nebo intenzivního zážitku	Četnost

Absence programového zpestření	7	Autentická atmosféra	15
Dlouhé řady u stánků s občerstvením	4	Dobové kostýmy, účinkující, král s královnou	14
Špatný nebo žádný výhled na pódium	4	Programová náplň	10
Nedostatek míst k sezení	3	Vtáhnutí do děje	7
Málo živý, nudný program	2	Tržiště	7
Nedostatek prostoru	1	Prostor pod Vlašským dvorem	3
Chladnější počasí	1	Košský turnaj	2
Zpoždění programu	1	Večerní program	1
Nedostatek hudebních vystoupení	1	Hudební vystoupení	1
Akce značně redukována v porovnání s předchozími ročníky	1	Kostýmový průvod	1
-		Lazebna	1
Hora Lipská: Bitva u Lipan			
Důvod žádného nebo slabého zážitku	Četnost	Důvod silného nebo intenzivního zážitku	Četnost
Předčasné zahájení bitvy	38	Prostor, kde se se kdysi bitva odehrála	23
Nudná, málo dramatická bitva	7	Bitva	12
Teplé počasí	5	Vystoupení účinkujících	3
Dlouhé řady u stánků s občerstvením	3	Dobové tržiště	1
Nedostatek účinkujících, nedostatek rekvizit a koní	3	-	
Žádný výhled na bitvu	1	-	
Nedostatek stánků	1	-	
Husitská bitva			
Důvod žádného nebo slabého zážitku	Četnost	Důvod silného nebo intenzivního zážitku	Četnost
Děšť	11	Ukázka bitvy	24
Nedostatek jídla místní restaurace	7	Celková atmosféra slavnosti	5
Nedostatek stánků	4	Programové zpracování slavnosti	3
Nepropracovaná, dětinská bitva	3	Ohňostroj	2
Dlouhé řady u okénka místní restaurace	2	Ukázka dravců	2
Nepůsobivý program	1	Lukostřelba	1
Zpoždění programu	1	-	
Nedostatek účinkujících	1	-	
Dobývání Malešova			
Důvod slabého nebo žádného zážitku	Četnost	Důvod silného nebo intenzivního zážitku	Četnost
Nedostatek stánků	4	Atmosféra slavnosti	17
Nafukovací skákací hrad	3	Místo pořádání	16
Stánek s cukrovou vatou	1	Bitva	14
Nedostatek míst k sezení	1	Dětské hry	6
Nudný program	1	Dobové kostýmy	5
Teplé počasí	1	Vtáhnutí do děje	5
-		Vaření v tvrzi	2
-		Dobová hudba	1
-		Dobové tržiště	1

Zdroj: vlastní zpracování s využitím dat z dotazníkového šetření mezi návštěvníky

Příloha č. 12: Návrhy animací ke zlepšení účinnosti zvolených historických slavností

Historická Slavnost	Návrhy animačních činností
XIV. Historické slavnosti ve Zruči nad Sázavou	Atentát na Františka Ferdinanda d'Este
	Nejznámější osobnosti a postavy dějin 19. A 20. Století. Vítěz dostane hliněný odznak
	Hledání ztraceného pokladu Žofie Chotkové a Františka Ferdinanda d'Este
XII. Dobývání Malešova	-
XXIII. Královské stříbření Kutné Hory	-
Husitská bitva	-
Císařský den	Hledání ztraceného pokladu Žofie Chotkové a Františka Ferdinanda d'Este
	Atentát na Františka Ferdinanda d'Este
Kříž a kalich	Výroba mošniček z pytloviny
Hora Lipská: Bitva u Lipan	Výroba mošniček z pytloviny

Zdroj: vlastní zpracování na základě informací uvedené v tabulce č. 6



UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ
Fakulta informatiky a managementu
Rokítkanského 62, 500 03 Hradec Králové, tel: 493 331 111, fax: 493 332 235

Zadání k závěrečné práci

Jméno a příjmení studenta: **Markéta Jiráčková**
Obor studia: Management cestovního ruchu
Jméno a příjmení vedoucího práce: **Jiří Petera**

Název práce:
Služby zaměřené na volný čas a animaci v regionálních produktech turismu

Název práce v AJ:
Free time and animation services in regional tourism products

Podtitul práce:
Rozbor služeb zaměřených na volný čas a animaci v regionálních produktech turismu

Podtitul práce v AJ:
Analysis of free time and animation services in regional tourism products

Cíl práce: Zjištění rozsahu a zhodnocení účinnosti animace ve zvolených regionálních produktech turismu.

Osnova práce:

1. Anotace
2. Klíčová slova
3. Úvod
4. Cíl a metodika zpracování
5. Literární rešerše
6. Teoretická východiska
7. Řešení výzkumného záměru dle zvolené metodiky
8. Vyhodnocení zjištěných ukazatelů
9. Shrnutí výsledků
10. Návrhy a doporučení
11. Závěr
12. Seznam použitých zdrojů
13. Přílohy

Projednáno dne: *15. 10. 2013*

Podpis studenta

Podpis vedoucího práce