

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

Analýza udržitelnosti eventů cestovního ruchu
Bakalářská práce

Autor: Nikola Hrádková
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

Hradec Králové

Duben 2020

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 30.4.2020

Nikola Hrádková

Poděkování:

Děkuji vedoucí své bakalářské práce Mgr. Pavlíně Chaloupské, Ph.D. za odbornou pomoc, cenné rady, a hlavně ochotu při konzultacích. Dále děkuji organizátorům Dočesné, kteří si na mě udělali čas a pomohli mi při sepsání této bakalářské práce. Můj dík patří i všem respondentům, kteří se zúčastnili výzkumného šetření.

Anotace

Tato bakalářská práce na téma „Analýza udržitelnosti eventů cestovního ruchu“ se zabývá udržitelností eventů Dočesná – slavnosti chmele a piva v Žatci. Cílem této práce je zanalyzovat udržitelnost těchto tradičních oslav dočesání chmele, popsat kladné a záporné dopady eventů na danou destinaci a zjistit v jaké fázi životního cyklu se event nachází. Teoretická část je věnována pojmům týkajících se problematik udržitelnosti, dopadů cestovního ruchu a životního cyklu produktu a destinace. Praktická část je zaměřena na zjištění odpovědí na stanovené výzkumné otázky prostřednictvím rozhovorů s organizátory a návštěvníky eventů a dotazníkového šetření. Na základě získaných výsledků je vypracováno několik doporučení pro organizátory eventů, která by mohla pomoci ke zvýšení udržitelnosti těchto oslav.

Klíčová slova: event, udržitelnost, dopady cestovního ruchu, životní cyklus produktu cestovního ruchu

Annotation

Title: Analysis of sustainability of tourism event

This bachelor thesis “Analysis of sustainability of tourism event” deals with sustainability of tourism event Dočesná – slavnosti chmele a piva in Žatec. Its aim is to analyze sustainability of this traditional event, describe its positive and negative impacts on analyzed destination and determine the life cycle phase of the event. Theoretical part of the thesis is dedicated to terms related to the topics of sustainability, tourism impacts and product and destination of life cycle. Practical part focuses on finding the answers to research questions, using answers from interviews with organizers and questionnaire and individual interviews with event visitors. Based on the obtained results, several recommendations are made for event organizers that will help increase the sustainability of these celebrations.

Key words: event, sustainability, tourism impacts, tourism product life cycle

Obsah

1	Úvod.....	9
2	Cíl práce.....	10
3	Metodika zpracování.....	11
4	Teoretická část.....	13
4.1	Udržitelnost cestovního ruchu.....	13
4.2	Event cestovního ruchu.....	13
4.2.1	Event turismus.....	15
4.3	Dopady cestovního ruchu.....	15
4.3.1	Enviromentální dopady cestovního ruchu.....	16
4.3.2	Ekonomické dopady cestovního ruchu.....	17
4.3.3	Socio-kulturní dopady cestovního ruchu.....	18
4.4	Životní cyklus produktu cestovního ruchu.....	21
4.4.1	Životní cyklus destinace.....	24
5	Praktická část.....	25
5.1	Dočesná, slavnosti chmele a piva.....	25
5.2	Dotazníkové šetření.....	27
5.2.1	Výsledky dotazníkového šetření.....	27
5.2.2	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření.....	41
5.3	Rozhovory.....	42
5.3.1	Rozhovory s organizátory.....	42
5.3.2	Výsledky rozhovorů s organizátory.....	42
5.3.3	Rozhovory s návštěvníky eventu.....	45
5.3.4	Výsledky rozhovorů s návštěvníky eventu.....	45
5.3.5	Shrnutí výsledků rozhovorů.....	47
5.4	Určení fáze životního cyklu.....	48

6	<i>Shrnutí výsledků</i>	51
7	<i>Závěry a doporučení</i>	56
8	<i>Seznam zdrojů</i>	58
9	<i>Přílohy</i>	60

Seznam obrázků

<i>Obrázek 1: Životní cyklus produktu.....</i>	<i>22</i>
<i>Obrázek 2: Životní cyklus destinace s vyznačením převažujícího typu návštěvníků....</i>	<i>24</i>
<i>Obrázek 3: Dočesná slavnosti chmele a piva.....</i>	<i>26</i>
<i>Obrázek 4: Dočesná logo.....</i>	<i>26</i>
<i>Obrázek 5: Program Dočesná.....</i>	<i>60</i>

Seznam grafů

<i>Graf 1: Věk respondentů?.....</i>	<i>27</i>
<i>Graf 2: Z jaké vzdálenosti na Dočesnou jezdíte?.....</i>	<i>28</i>
<i>Graf 3: S kým na Dočesnou chodíte?.....</i>	<i>29</i>
<i>Graf 4: Kolikrát jste se již účastnil/a?.....</i>	<i>29</i>
<i>Graf 5: Na co se na Dočesné těšíte?.....</i>	<i>30</i>
<i>Graf 6: Uspokojuje Vás množství pivovarů?.....</i>	<i>31</i>
<i>Graf 7: Chybí Vám něco v programu Dočesné?.....</i>	<i>31</i>
<i>Graf 8: Co Vám vadí na konceptu Dočesné?.....</i>	<i>32</i>
<i>Graf 9: Jako co vnímáte Dočesnou?.....</i>	<i>33</i>
<i>Graf 10: Jak jako obyvatel Žatce vnímáte účastníky Dočesné?.....</i>	<i>33</i>
<i>Graf 11: Jak se díváte na čistotu a hygienu během Dočesné?.....</i>	<i>34</i>
<i>Graf 12: Jaký se Vám zdá úklid po slavnostech?.....</i>	<i>35</i>
<i>Graf 13: Jaký vidíte pozitivní přínos Dočesné pro Žatec a okolí?.....</i>	<i>36</i>
<i>Graf 14: Jaký má pro Vás osobně Dočesná přínos?.....</i>	<i>37</i>
<i>Graf 15: Vnímáte Dočesnou jako žateckou tradici?.....</i>	<i>38</i>
<i>Graf 16: Jak se podle Vás vyvíjí návštěvnost Dočesné?.....</i>	<i>38</i>
<i>Graf 17: Vnímáte nějaké pozitivní změny ve vývoji Dočesné za minulá léta?.....</i>	<i>39</i>
<i>Graf 18: Jakou má podle Vás Dočesná budoucnost?.....</i>	<i>40</i>

Seznam tabulek

<i>Tabulka 1: Vyhodnocení jednotlivých ukazatelů pro určení fáze životního cyklu eventů.....</i>	<i>50</i>
--	-----------

1 Úvod

Česká republika se může pyšnit svou bohatou historií a s ní spojenými tradicemi. Mnoho regionů si postupem let vybudovalo své vlastní zvyky charakteristické pouze pro danou oblast. Pro Žatecko se touto typickou tradicí stala Dočesná. Tyto slavnosti chmele a piva zde mají své místo již po staletí a jsou každoročně vyhledávány desítkami tisíc návštěvníků. Pro samotné obyvatele města Žatec je Dočesná jednou z nejvýznamnějších oslav celého regionu.

Stejně tak jako pro autorku této bakalářské práce, která se pro toto téma rozhodla hned z několika důvodů. Jako žatecká rodačka se slavností účastnila již od raného dětství a vždy tento event považovala za vyvrcholení konce prázdnin. Dočesnou vždy považovala za letitou tradici předávanou z generace na generaci. Přeci jenom, když se řekne Žatec, většině lidí se mimo jiné vybaví chmelové brigády, které tu prožili. Jako žatecká patriotka by se autorka ráda zasadila o udržení této historicky významné regionální tradice.

Po několikátém navštívení Dočesné si začala autorka všimnout jistých problematik, se kterými se musí organizátoři eventu každoročně potýkat a začala uvažovat nad otázkami: Je skutečně možné, že se návštěvníci Dočesné zdají stále víc a více náročnější? Stává se z tradice dočesání chmele jen vedlejší program, který je nyní nahrazen kulturní scénou a slavnými účinkujícími? Je tato tradice pro rezidenty města stále atraktivní? Záměrem této práce se stalo zjištění odpovědí na tyto otázky. Zjištěné výsledky budou spolu s doporučeními předány organizátorům Dočesné.

2 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je zanalyzovat udržitelnost eventů „Dočesná – slavnosti chmele a piva“ v Žatci, z pohledu návštěvníků a organizátorů eventů, následně popsat kladné a záporné dopady eventů na lokalitu a v neposlední řadě zjistit v jaké fázi životního cyklu se event aktuálně nachází.

Výzkumné otázky vycházející ze stanovených cílů bakalářské práce:

- *Mají účastníci Dočesné o slavnosti stále zájem?*
- *Jaký má Dočesná přínos pro návštěvníky a město Žatec?*
- *Jaké socio-kulturní, enviromentální a ekonomické dopady má event na destinaci?*
- *Jaké jsou podle organizátorů hlavní problematiky Dočesné a jak jsou řešeny?*
- *Převládá stále hlavní myšlenka slavností chmele a piva před komerční stránkou eventů?*
- *Jaký mají pohled na udržitelnost eventů do budoucna návštěvníci a organizátoři Dočesné?*
- *V jaké fázi životního cyklu se Dočesná aktuálně nachází?*

3 Metodika zpracování

Teoretická část byla zpracována analýzou sekundárních zdrojů. Autorka čerpala z odborné literatury a internetových zdrojů tematicky souvisejících se zaměřením práce. Na základě dat, informací a poznatků této literatury byly shromážděny a podány informace o udržitelnosti eventů cestovního ruchu, životním cyklu produktů a destinací. V neposlední řadě se teoretická část zabývá dopady cestovního ruchu na destinaci.

Praktická část je rozdělena na čtyři části. První část popisuje zvolený event cestovního ruchu, Dočesná – slavnosti chmele a piva, na který je tato práce zaměřena. Zdroje informací využité v této části, byly především čerpány z internetových stránek eventů. Dalším významným zdrojem se staly novinové články Žateckého a Lounského deníku, či literatura zabývající se historií města Žatec a jeho okolí.

Druhá část je tvořena kvantitativním výzkumem, který byl proveden prostřednictvím dotazníkového šetření. Šetření probíhalo od listopadu 2019 do prosince 2019 a bylo zaměřeno na účastníky eventů Dočesná. Kvantitativní výzkum byl proveden tištěnou a elektronickou formou, a to prostřednictvím sociálních sítí a emailů. Celkem se šetření účastnilo 152 návštěvníků eventů, z nichž 117 respondentů jsou rezidenty města Žatec a jeho blízkého okolí. Dotazníkovým šetřením byla zjišťována především motivace návštěvníků se eventem účastnit, jejich pohled na zvolené problematiku, se kterými se každoročně Dočesná setkává, či jejich vize pro event do budoucna. Byly vytvořeny dva dotazníky. První byl zaměřen čistě na účastníky eventů a druhý na rezidenty města, kteří se záměrně eventem neúčastní. Bohužel z důvodu nedostatku získaných dat druhého dotazníku od rezidentů města Žatec, kteří se Dočesné neúčastní, nebyla data do výzkumu zahrnuta.

Třetí část se zabývá kvalitativním výzkumem uskutečněným formou polostrukturovaných rozhovorů se dvěma organizátory eventů Dočesná. První rozhovor s paní Hanou Zeleňákovou proběhl v roce 2018. Na svolení dotazované, byl

rozhovor nahráván s příslibem nepublikování záznamu rozhovoru. Rozhovor trval zhruba 30 minut. Kladené otázky byly zaměřeny více na technické problémy eventu a jejich řešení. Druhý rozhovor s ředitelem Městského divadla Žatec Martinem „Vítou“ Veselým proběhl v roce 2019. Rozhovor trval 3 hodiny. Kladené otázky byly zaměřeny především na organizační a propagační problémy eventu, či na jeho historický a budoucí vývoj. Otázky kladené během rozhovorů byly zaměřeny tak, aby buďto doplnily, či vysvětlily odpovědi získané z dotazníkového šetření od účastníků eventu a tím upřesnily odpovědi na výzkumné otázky.

Čtvrtá a poslední část se zabývá kvalitativním výzkumem formou polostrukturovaných rozhovorů se třemi pravidelnými návštěvníky eventu Dočesná. Rozhovory proběhly ve stejný den po skončení 62. ročníku Dočesné v roce 2019. Rozhovory trvaly okolo 10ti minut. Kladené otázky byly zaměřeny tak, aby doplnily odpovědi získané z rozhovorů s organizátory akce. Respondenti odpovídali anonymně z důvodu větší pravdivosti a upřímnosti při odpovídání na kladené otázky.

K zodpovězení výzkumných otázek bakalářské práce byla použita kombinace všech použitých metod kvalitativního a kvantitativního výzkumu.

4 Teoretická část

4.1 Udržitelnost cestovního ruchu

Cestovní ruch, tak jak ho ve svém výkladovém slovníku definuje Pásková a Zelenka (2002, 45), je dočasné přemístování osob mimo své obvyklé prostředí na kratší dobu než jeden rok, za účelem rekreace, zábavy, vzdělávání a mnoha dalších aspektů. Je motivován uspokojením lidské potřeby bavit se, poznávat nové věci a odpočinout si od všedního života. Podle Zelenky, Těšitele et al. (2013, 61) v posledních letech cestovní ruch roste jak kvantitativně, tak kvalitativně. Tyto změny mnohdy nelze jednoznačně považovat za pozitivní či negativní. Pásková Zelenka (2018, 50-51) ve své knize uvádí tzv. „efekt turistické pasti“, který popisují jako neúnosnou dlouhodobou zátěž přílišnou kvantitou a neuspokojivou kvalitou sekundárních zdrojů cestovního ruchu. Tato zátěž nevratně působí na primární zdroje destinace a tím poškozuje přírodní, kulturní a sociální prostředí dané destinace. Tyto dopady na přírodní, kulturní a sociální prostředí v rámci udržitelnosti cestovního ruchu reguluje destinační management (Pásková, 2009).

Zelenka, Těšitel et al. (2013, 61) ve své knize uvádí, že v nejbližších letech je na místě očekávat další nárůst cestovního ruchu spojený s ekonomickými a politickými příčinami i změnami životního stylu. Podle Zelenky, Těšitel et al. (2013, 61) „cestovní ruch svými toky návštěvníků, rozvojem své infrastruktury a jejím provozováním nevyhnutelně mění přírodu i krajinu i sociální a kulturní prostředí.“ Dopady v takovém rozsahu mohou mít různou intenzitu, žádoucí či nežádoucí příčiny, rozdílný časový průběh a jejich následky mohou být vratné i nevratné.

4.2 Event cestovního ruchu

Podle Kotíkové a Schwartzhoffové (2008, 9) můžeme event cestovního ruchu přeložit do češtiny jako akci nebo událost. Jedná se o jedinečné, dočasné, řízené, speciálně naplánované a organizačně zabezpečené akce, či události s dopadem na cestovní ruch. Event je dále charakterizován jako jedinečný a originální, vymezený v určitém čase, spojen s konkrétním místem, má místní přesah, je činitelem zvyšujícím poptávku, čímž dochází k zvýšení návštěvnosti dané destinace, vyžaduje osobní

přítomnost návštěvníků, je spojen se silným zážitkem, má pevný harmonogram a předem stanovený rozpočet (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, 9).

Kotíková a Schwartzhoffová (2008, 11) eventy rozdělují podle následujících hledisek:

Podle obsahového zaměření (tematické)

- *Kulturní*
- *Sportovní*
- *Eventy zaměřené na místní zvyky a tradice*
- *Společenské a zábavní eventy*
- *Náboženské eventy*
- *Specifické eventy v cestovním ruchu (konference, kongresy, veletrhy a výstavy, incentivní akce)*
- *Ostatní eventy (svatební, politické, vzdělávací a jiné)*

Podle cílových skupin

- *Otevřené*
- *Uzavřené*

Podle místa konání

- *Outdoor (venkovní)*
- *Indoor (pod střechou)*

Podle velikosti

- *Malé eventy – méně než 10 000 účastníků*
- *Střední eventy – 10 000 – 100 000 účastníků*
- *Velké eventy – 100 000 – 500 000 účastníků*
- *Mega eventy – nad 500 000 účastníků*

Podle doby trvání

- *Krátkodobé (1 den)*
- *Střednědobé (několik dní)*
- *Dlouhodobé (delší než týden)*

Podle významu

- *Mezinárodní (až globální)*
- *„značkové“ eventy (dotvářejí image destinace)*
- *Regionální*

- *Místní (návštěvníci dané destinace a blízkého okolí)*

4.2.1 Event turismus

Event turismus je do češtiny těžko přeložitelný. Kotíková a Schwartzhoffová (2008, 10) používají termín „cestovní ruch události“. Tento termín ve své knize vysvětluje Pásková a Zelenka (2002, 14) jako formu cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni velkou událostí (olympijské hry). Zrod event turismu je zapříčiněn rostoucím zájmem o zážitky jako nezbytné součásti cestovního ruchu. Pro event turismus je charakteristické, že hlavním motivem účasti cestovního ruchu je návštěva konkrétní, předem zvolené události (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, 10).

4.3 Dopady cestovního ruchu

Zelenka et al. (2013) ve své knize uvádí, že výrazné dopady cestovního ruchu začaly být sledovány již od 70. let 20. století, a to zejména ze strany ekonomů, sociologů a geografů. V odborných kruzích začaly být diskutovány nejprve dopady enviromentální. Následně od 90-tých let minulého století začaly být enviromentální dopady studovány ve vzájemných souvislostech i s dopady socio-kulturními a ekonomickými.

„Cestovní ruch se stal v posledních desetiletích významným celosvětovým fenoménem, zejména jako důležitá součást tzv. průmyslu volného času. Jeho ekonomické, ekologické, sociální, politické, kulturní a mnohé další dopady jsou neoddiskutovatelnou součástí proměn dnešního světa“ (Foret a Turčínková, 2005, 3). Podle Páskové (2009) dopady cestovního ruchu rozdělujeme podle mnoha měřítek. Obecně můžeme dopady cestovního ruchu rozdělit na přímé a nepřímé, pozitivní a negativní, či dle dalších kritérií například; dle charakteru změny (vratné, nevratné), dle geografického měřítka (globální, národní, regionální a lokální) či dle časového měřítka (dlouhodobé, krátkodobé). Pro přehlednost je možné na vlivy působící na cestovní ruch, ať v pozitivním nebo negativním smyslu, nahlížet z hlediska dimenzí, ve kterých na ně můžeme narazit a ve kterých se tedy také promítají. Podle Páskové (2009) se nejčastěji setkáváme s rozdělením na socio-kulturní, ekonomickou a enviromentální oblast.

4.3.1 Enviromentální dopady cestovního ruchu

Jakákoli lidská aktivita, související s cestovním ruchem i mimo něj, jistým způsobem ovlivňuje životní prostředí v určitém rozsahu a intenzitě. To má za následek jak pozitivní, tak negativní důsledky (Trnková a kol., 1993). Je nutné si stále připomínat, že hlavní atraktivitou pro návštěvníky v dané destinaci je přirozené a kvalitní prostředí. Z tohoto důvodu je každoročně vydávána celá řada nových zákonných nařízení na státní i mezinárodní úrovni. Tyto ustanovení omezují negativní působení člověka na přírodu (Trnková a kol., 1993).

Jak již bylo zmíněno, pro existenci cestovního ruchu je velice podstatný atribut atraktivity krajiny, její autenticita. Pásková a Zelenka (2007) ve svém článku uvádí, že jestliže se cestovní ruch v destinaci nerozvíjí v souladu s tradicemi a způsobem života místní komunity, musí být nevyhnutelně menší, či větší část místní identity a krajiny obětována jeho rozvoji. Na základě takovéto činnosti dochází ke ztrátě autenticity krajiny, její původnosti a přírodních, civilizací doposud nenarušených lokalit. Nedotčené prostředí je pozvolným vlivem turistifikace vytlačováno až nakonec zcela přirozeně vymizí (Pásková, Zelenka 2002). Poté v krajině mohou nastat dva zcela odlišné extrémní procesy. Prvním procesem je univerzalizace krajiny (disneylandizace, mcdonaldizace) způsobená nadnárodními korporacemi. Druhým procesem je snaha krajinu zakonzervovat neboli skanzenizovat. (Pásková, Zelenka, 2007).

Podle Ryglové (2009) jsou v takzvaném „průmyslu cestovního ruchu“ výrazně měněny mnohé destinace k obrazu potřeb, či předpokládaných potřeb návštěvníků. Takováto činnost nevyhnutelně působí na region a s tím přináší i své negativní dopady. V případě, že počet návštěvníků regionu překročí míru únosnosti, životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním, to může vést k jeho oslabení a znehodnocení. Nejvíce se v této souvislosti setkáváme s neúměrným využíváním přírodních zdrojů, či znečišťováním přírodního a fyzického prostředí. Ryglová (2009) dále uvádí, že cestovní ruch přináší i své pozitivní aspekty, které mohou být při kvalitním a profesionálním managementu destinace přínosem pro daný region.

Mezi takovéto přínosy řadí:

- příjmy ze vstupného do národních parků, jeskyní apod. použity na financování ochrany přírody,
- jsou zdrojem daní a poplatků (například daň z příjmu, poplatky za rybářský a lovecký lístek, lázeňské poplatky, pronájem rekreačních zařízení apod.), které pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů,
- přispívají k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel,
- jsou důsledkem atraktivity přírodního prostředí a přírodních zdrojů pro cestovní ruch vytvářeny národní parky, přírodní rezervace apod.,
- vytváří pracovní příležitosti a tím pomáhá zabraňovat devastování přírodního prostředí místním obyvatelstvem,
- regulují počty návštěvníků v chráněných územích.

Mezi další enviromentální dopady patří například:

- **Světelné znečištění.** „Světelné znečištění jako důsledek ne hospodářského nakládání se světlem ruší přirozenou noční tmou a biorytmy všech živých organismů (včetně člověka), které tmou potřebují k efektivnímu spánku.“ (Astronomický ústav AV ČR, 2008).
- **Znečištění odpadky.** Též jde o takzvané „odpadové hospodářství“, které Zelenka a Pásková (2002) popisují jako činnosti zaměřené na omezování vzniku odpadů cestovního ruchu a na nakládání s odpady (zaměřuje se na minimalizaci vlivů odpadů na životní prostředí). Znečištění odpady může mít zásadní vliv na zážitek návštěvníka z dané destinace cestovního ruchu.
- **Znečištění ovzduší.**
- **Znečištění půdy.**

4.3.2 Ekonomické dopady cestovního ruchu

Podle A. Hakeem a H. Khan (2018) se cestovní ruch stal moderním globálním fenoménem a v mnoha aspektech přispívá k rozvoji společnosti a jejímu blahobytu. V důsledku všech ekonomických výhod, které cestovní ruch přináší, získal velmi důležité a významné postavení v novodobé společnosti a je současně uznáván jako jeden z nejvýznamnějších přínosů v ekonomickém rozvoji států a regionů.

Jak ve své knize uvádí Pásková (2009) bývají ekonomické dopady cestovního ruchu vnímány vesměs pozitivně. Mezi tyto pozitivní dopady řadíme růst příjmů a zaměstnanosti, růst investic a zkvalitnění infrastruktury. Ryglová (2009) popisuje pozitivní vliv cestovního ruchu především:

- *Ve zlepšení platební bilance státu prostřednictvím příjezdového cestovního ruchu,*
- *Prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy do místních i státních rozpočtů,*
- *V oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání,*
- *Ve zvyšování zaměstnanosti,*
- *V oblasti stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, telekomunikace, silniční a železniční síť, kanalizace, elektrifikace apod.)*

Ekonomické dopady nebývají ale vždy jen pozitivní (Pásková, 2009). Negativní dopady rozvoje cestovního ruchu se v daném regionu často projevují prostřednictvím skrytých nákladů. Tyto náklady vznikají jako následek rozvoje cestovního ruchu, ekonomické závislosti lokální komunity na cestovním ruchu, ekonomické krize, či sezónního charakteru práce. V případě nekvalitního a neprofesionálního managementu destinace cestovního ruchu mohou negativní dopady převládnout nad kladnými a ohrozit tak další rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci (Ryglová, 2009).

4.3.3 Socio-kulturní dopady cestovního ruchu

Pásková (2009) ve své knize uvádí, že socio-kulturní dopady se v dané destinaci z pravidla neprojevují tak zřetelně jako například dopady na přírodní prostředí. Socio-kulturní dopady jsou hůře identifikovatelné a měřitelné a zatím i méně zkoumané. Jedná se o vlivy subjektivního charakteru, a proto jsou z hlediska okamžitého pozorování obtížně monitorovatelné. Popisuje je jako souhrn žádoucích a nežádoucích vlivů, působících na přírodní a sociální prostředí hostitelské komunity. Podle Ryglové (2009) jde zejména o změnu systému hodnot a chování rezidentů,

která ohrožuje jejich původní způsob života. (Změny jsou často viditelné ve struktuře komunity, v tradičním životním stylu či morálce a rodinných vztazích.)

Mezi pozitivní působení cestovního ruchu v socio-kulturní oblasti považuje Ryglová (2009):

- *Vytváření pracovních míst a podpory sociálního rozvoje, přerozdělování příjmů a zmírňování chudoby – což rovněž přispívá v posilování místní komunity,*
- *Kulturně výchovnou funkci cestovního ruchu, kdy se lidé kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, více si rozumí a ztrácejí předsudky,*
- *Funkce cestovního ruchu jako mírotvorného činitele,*
- *Zvyšování životního standardu místních obyvatel, kteří následně mohou využívat zařízení vybudovaná pro návštěvníky regionu,*
- *Záchranu kulturních tradic, historie a tradičních řemesel,*
- *Zainteresování místních obyvatel na ochraně přírodních a kulturních hodnot, stimulaci jejich pocitu hrdosti v oblasti tradic a historie.*

Souhrn všech nežádoucích vlivů cestovního ruchu, a to zejména vlivů spojených s návštěvníky hostitelské komunity, které působí na přírodní a sociální prostředí je podle Páskové (2009) označován jako „turistické znečištění“. Mezi „turistické znečištění“ řadíme zejména fyzické znečištění životního prostředí, akulturace či stres místních obyvatel vyvolaný přítomností nadměrného množství návštěvníků (Pásková, 2009).

4.3.3.1 Kulturní efekty

*Mezi kulturní efekty cestovního ruchu patří již zmíněná **akulturace**. „Jde o proces změn kultury a společnosti vůbec v důsledku dlouhodobějšího či opakovaného styku kulturně odlišných společenských skupin, v němž jedna skupina má výrazně nižší úroveň „vyspělosti“ (Pásková, 2009). Akulturace se „projevuje tím, že rezidenti přijímají prvky kultury návštěvníků z více vyspělých zemí, zatímco prvky jejich vlastní kultury jsou postupně vytěsňovány (Jakubíková a Křikač, 1995, 79). Podle Páskové (2009) může mít akulturace kladné i záporné dopady. Může rychle a výrazně změnit*

životní styl komunity v dané destinaci a tím přispět ke snižování místní kulturní identity. Takovéto počínání snižuje atraktivitu dané destinace pro návštěvníky, současně ale může vést ke zvýšení životní úrovně komunity (zvyšování znalostí cizích jazyků, hygienické návyky, motivace pro rozvoj aj.) Značně méně intenzivní je naopak ovlivňování návštěvníků destinace kulturou místních obyvatel.

Jako další kulturní jev je považována **inscenizace**. Tento pojem lze chápat jako „tematicky laděné a komerčně motivované záměrné předvádění jevů, které si žádá publikum. Může to být také záměrné předvádění takových jevů, které v rámci procesu animace zvyšují atraktivitu a tím i návštěvnost určitého prostoru. V některých případech se pak jedná i o narušení přirozeného průběhu některých tradičních činností, či slavností v důsledku intenzivního cestovního ruchu, které však nebylo primárně zamýšleno“ (Jakubíková a Křikač, 1995, 81). Podle Páskové (2009) se jedná o tzv. falzifikaci prostoru a času, či falešnou kulturu. Ve své knize popisuje, že jde zejména o komerčně motivované předvádění tradic a obyčejů kultury daného etnika, či specifické destinace. Ve snaze maximalizovat příjmy dochází k narušení autenticity místní kultury a dané destinace, či komerčně orientovanému ožívání již neprovozovaných obyčejů, označovaných termínem „pseudoudalosti“, „pseudoatraktivitu“, či „předstíraná realita“. Tato skutečnost rozděluje destinaci na dva rozdílné světy – inscenizovaný svět pro návštěvníky a reálný svět místní komunity.

Zvláštní formu inscenizace představuje **folklorizace**. Jde o nepřiměřené zdůrazňování a ožívání prvků lidové kultury a obyčejů, které jsou zpravidla motivovány vžitými představami návštěvníků o kultuře daného etnika, či destinaci (Zelenka a Pásková, 2002). Pásková (2009) ve své knize uvádí jako příklady folklorizace například lidové tance v krojích, lidové slavnosti vytržené z tradičních a časoprostorových souvislostí, které jsou vytržené z reálného života místní komunity. Dalším z projevů folklorizace je podle Páskové (2009) tzv. fasádismus, kdy je upraven vzhled exteriéru bloků budov, celých ulic, či jiných veřejných prostorů, za účelem

vytvoření sjednoceného designu, který vychází z historizující funkce městské „krajiny“. Jde tedy o takzvané „vizuální znečištění“.

4.3.3.2 Sociální efekty

Za jeden z nejčastějších sociálních efektů je považován podle Zelenky a Páskové (2002) tzv. **demonstrační efekt**. Ten ve své knize popisují jako: „napodobování vzorců chování návštěvníků a jejich kultury rezidenty jako součást akulturace, také napodobování produktů CR, investic, způsobů využívání atraktivit CR, zájmu o destinaci CR“ Projevuje se zejména účastí místních obyvatel na konzumaci služeb cestovního ruchu v dané destinaci. Demonstrační efekt lze považovat za jistou formu procesu akulturace, přičemž její další modifikací je tzv. **efekt módnosti**, který se projevuje zájmem o turistickou destinaci jak ze strany návštěvníků, tak ze strany investorů (Pásková, 2009).

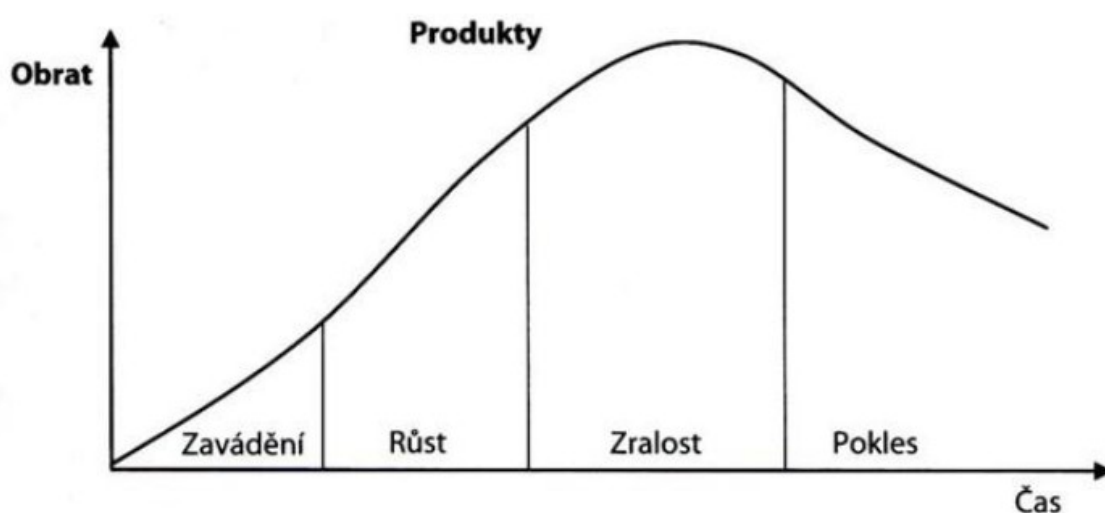
Turistická iritace je označována jako míra nevraživosti místních obyvatel k cestovnímu ruchu v dané destinaci. Jde veskrze o negativní vývoj vztahu rezidentů k návštěvníkům destinace. Jako ukazatel tohoto vztahu mezi rezidenty a návštěvníky destinace se používá empiricky odvozená čtyřstupňová škála tzv. Doxeyho (1975) „iritační index“, který sestává z následujících postojů místních obyvatel: euforie, apatie, znechucení a antagonismus. Postoj rezidentů k návštěvníkům destinace se v průběhu životního cyklu destinace zpravidla mění. Vše závisí na intenzitě kontaktu místních obyvatel s návštěvníky a na měnící se segmentační struktuře cestovního ruchu (Pásková, 2009).

4.4 Životní cyklus produktu cestovního ruchu

Z hlediska cestovního ruchu je produkt vnímán jako souhrn veškeré nabídky veřejného i soukromého sektoru, který v cestovním ruchu podniká nebo cestovní ruch koordinuje. (Jakubíková, 2012, 192) „Produkt destinace cestovního ruchu se skládá z primární nabídky (příroda, primární antropogenní nabídka a organizované eventy) a sekundární nabídky (infrastruktura cestovního ruchu a všeobecná infrastruktura).“ (Jakubíková, 2012, 192) V určitém kontextu může být za produkt cestovního ruchu

považována prohlídka hradu, ubytování se snídaní, koupání v moři či víkendový pobyt (Palatková, 2011, 48-49). Autorka považuje za produkt cestovního ruchu také festivaly, či jiné tematické slavnosti. Ryglová (2009, 102) ve své knize zmiňuje, že produkt cestovního ruchu je přímo závislý na přítomnosti a zájmu spotřebitele cestovního ruchu (návštěvníka). Proces výroby je tedy zároveň procesem spotřeby, jelikož probíhají časově i prostorově současně.

Jakubíková (2012, 206-210) uvádí, že každý produkt má i svůj životní cyklus, ve kterém prochází různými etapami, „narodí se, žije a umírá“. Během svého životního cyklu produkt prochází čtyřmi etapami, a to etapou zavádění, růstu, zralosti a úpadku (viz Obrázek 1). Jednotlivé fáze jsou jinak dlouhé, podle čehož se mění i křivka průběhu životního cyklu produktu. Hlavním důvodem různorodosti průběhu životního cyklu jsou výkyvy v poptávce a obracech.



Obrázek 1: Životní cyklus produktu

Zdroj: Jakubíková (2012:210)

Fáze zavádění se zaměřuje na marketingové distribuční kanály. V této fázi se začíná na nulovém zisku a je proto potřeba nastavit jednotlivé prvky marketingového mixu. V této fázi se jedná o selektivní distribuci výrobku směrem k zákazníkovi, který se v tomto případě stává takzvaným inovátorem. (Reid a Bojanic, 2010, 285)

Fáze růstu se projevuje tím, že prodej produktu roste a náklady se snižují. Prodeje tedy exponenciálně narůstají a produkt uspokojuje poptávku zákazníků. Zákazníci reagují tak, že kolem sebe šíří povědomí o produktu, či opakovaně produkt nakupují. Díky tomu narůstá počet zákazníků, kteří o produkt mají zájem. Hlavním bodem této fáze jsou strategie, intenzivní budování distribuce, proniknutí do povědomí a vyvolávání zájmu na hromadném trhu. (Reid a Bojanic, 2010, 286) Na nový produkt na trhu reagují také konkurenti, kterých začíná rychle přibývat. (Jakubíková, 2012, 211)

Fáze zralosti je charakteristická nejvyššími tržbami v celém životním cyklu produktu. Zisky jsou vysoké a náklady na zákazníka nízké (Jakubíková, 2012, 211). Dalo by se vyjádřit, že produkt je na trhu již dostatečně zaveden do povědomí. Produkt si na trhu našel své místo a dalo by se říci, že je jeho prodej i poptávka stabilní. (Reid a Bojanic, 2010, 286)

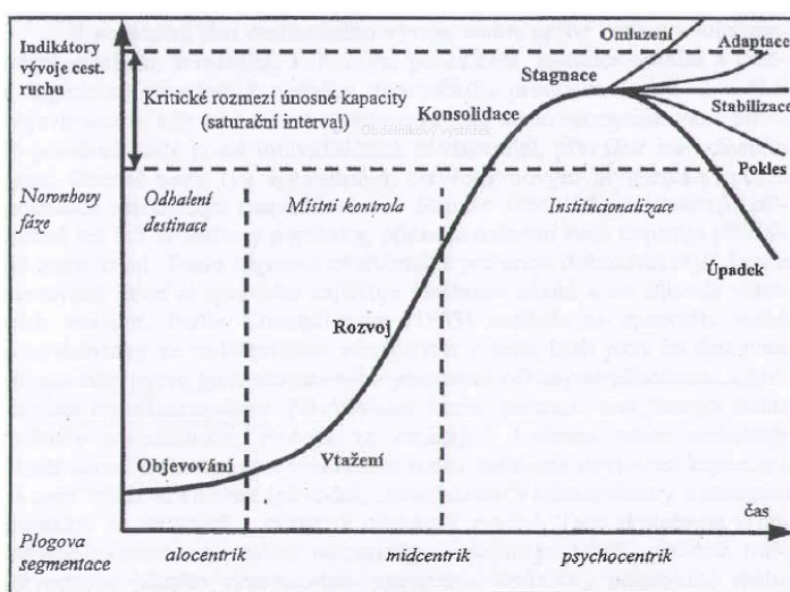
Fáze poklesu, jinak také nazývána fází úpadku, je charakteristická poklesem tržeb z prodeje produktu a snižováním zájmu zákazníků o něj. Snižování tržeb je v tomto případě dlouhotrvající. (Reid a Bojanic, 2010, 288). Trh již byl produktem přesycen a již o něj nejeví zájem. Za hlavní strategie v této fázi považujeme vyřazení slabých produktů z nabídky, snížení ceny a snižování výdajů a „sklizení“ značky. (Jakubíková, 2012, 211)

V některých zdrojích se dále objevuje **fáze inovace**, která je většinou zaváděna již ve fázi zralosti. Jedná se o fázi, kdy je současný produkt „vylepšen“ například změnou designu, materiálu či změnou provedení. Pojem inovace je chápán jako cokoliv, co je pozorovatelem (návštěvníkem) vyhodnoceno jako nové (Novotný a Suchánek, 2007).

4.4.1 Životní cyklus destinace

Pásková a Zelenka (2002) vysvětlují ve své knize životní cyklus destinace takto: Jde o „aplikaci klasického ekonomického a marketingového modelu „životního cyklu produktu“ na složený produkt – destinaci, která se skládá z mnoha rozdílných produktů (ubytování, provoz turistických atraktivit, aj.) s odlišným průběhem a

délkou životního cyklu. Pomocí vhodně zvolených indikátorů a s nutnou korekcí na působení dalších jevů a procesů – globalizace, urbanizace atd. lze sledovat kvantitativní, ale i kvalitativní změny v destinaci vlivem rozvoje cestovního ruchu.“ Ve své knize také uvádí, že odvozováním životního cyklu destinace pomocí dat z minulých období, získáme velmi významný nástroj pro destinační management. Pásková (2009) také ve své knize uvádí, že nejpoužívanějším konceptem životního cyklu se stal tzv. Butlerův (1980) koncept životního cyklu destinace (viz Obrázek 2), který zahrnuje vývoj destinace cestovního ruchu v šesti fázích: objevení, vtažení, rozvoj, konsolidace, stagnace a poststagnace.



Obrázek 2: Životní cyklus destinace s vyznačením převažujícího typu návštěvníků

Zdroj: Pásková (2009:73)

Jak již bylo zmíněno, Butlerův model podle Páskové (2009) popisuje vývoj životního cyklu destinace. Mezi hlavní indikátory ve vývoji cestovního ruchu je zde hlavně poukazováno na růst počtu návštěvníků, průměrné výdaje návštěvníků, růst podílu přenocujících návštěvníků či změnu v segmentační struktuře.

5 Praktická část

5.1 Dočesná, slavnosti chmele a piva

Žatecká Dočesná je již po mnoho desetiletí známá v širokém okolí jako slavnost chmele a piva. Tato víkendová akce s tradicí více jak 700 let je na Žatecku proslulá především díky slavnému žateckému chmelu, poloranému červeňáku. Dočesná, tak jak jí známe dnes, si postupem let prošla mnoha změnami.

Vše začalo již v roce 1265, kdy byl Žatci udělen status města a s ním i právo vařit pivo. Obyvatelé města se tehdy každoročně sešli a oslavovali dočesání posledního chmelového štoky. Tehdy oslavy probíhaly pouze v rodinném kruhu. První historická zmínka o Dočesné, podobající se oslavám tak, jak je známe dnes, byla již v 19. století. Tehdy se oslavám říkalo tzv. „Hopfenkranzfest“ neboli slavnosti chmelového věnce (Holodňák a Ebelová, 2004). Krausová (2018) uvádí, že na počátku 20. století byl součástí slavností i průvod s „žebříňákem“ a později s vozem, který vezl sud piva. Za první republiky seděl na voze král Gambrinus a tehdy celá slavnost vyvrcholila předáním chmelového věnce starostovi města před radnicí. Oslavy neprobíhaly pouze v centru města, ale i v okolních vesnicích (Krausová, 2018). V roce 1957 se Dočesná proslavila a stala se hlavní slavností chmele v Československu. Od této chvíle se také začala číslovat. V té době ale Dočesná byla pouze jednodenní oslavou, která začala časně z rána (Krausová, 2018).

Slavnosti v dnešní podobě začínají již v pátek odpoledne, kdy na hlavní scéně v centru Žatce zahájí Dočesnou zastupitelé města. Tradičně při zahájení oslav probíhají také chmelové a pivní soutěže. Mezi nejoblíbenější soutěže patří ruční česání chmele, či tanec s korbelem piva na hlavě. Následuje bohatý kulturní program na čtyřech hudebních scénách. Nechybí program pro děti, pro které je v centru města rozestavěno mnoho zábavních a pouťových atrakcí. Ostatní návštěvníci si mohou pochutnat na široké nabídce piv všech zastoupených pivovarů nebo občerstvení z mnohajiných stánků. Dočesná pokračuje ve stejném duchu i celou sobotu a je ukončena kolem 23 hodiny. Program slavností (viz příloha 1) je přizpůsoben všemožným hudebním preferencím návštěvníků, tudíž si na Dočesné každý najde „to své“. V minulosti na slavnostech vystupovali i osobnosti jako Karel Gott, Lucie Bílá,

Helena Vondráčková, Michal David, skupina Chinaski, Mandrage, Olympic, a mnoho dalších.



Obrázek 3: Dočesná slavnosti chmele a piva

Zdroj: Trnka (2018)

Velice důležitou roli na Dočesné hraje pivo, toho je zde skutečně dostatek. Každoročně se zde můžeme setkat s více než 60-ti pivovary a 100–120-ti druhy piva. Najít na Dočesné můžeme nejen české značky, ale i piva zahraniční, a to hlavně z Německa a Japonska.

Na Dočesnou se každoročně první víkend v září sjedou desetitisíce návštěvníků z širokého okolí. Není tedy divu proč se tato slavnost chmele a piva tak hluboce zakořenila v srdcích rezidentů města Žatec.



Obrázek 4: Dočesná logo

Zdroj: Žatecký a Lounský deník (2015)

5.2 Dotazníkové šetření

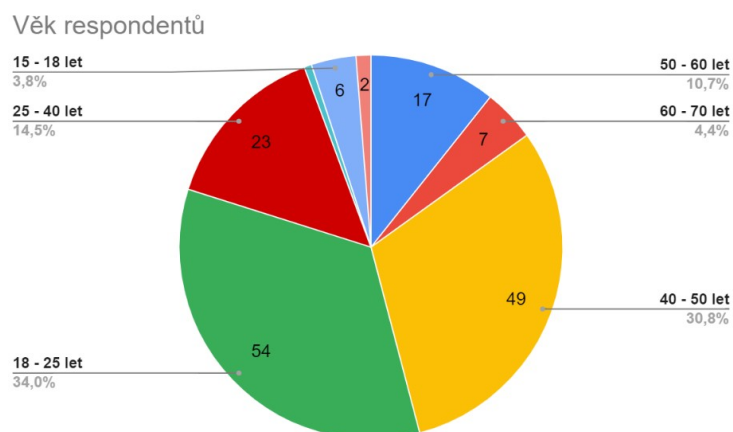
Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na účastníky zkoumaného eventu cestovního ruchu Dočesná. Šetření probíhalo od listopadu 2019 do prosince 2019. Vyplnění dotazníku trvalo přibližně 5–10 minut a skládalo se z otázek uzavřených a otevřených, aby bylo respondentům umožněno volné vyjádření. Kvantitativní výzkum byl proveden tištěnou a elektronickou formou, a to prostřednictvím sociálních sítí a emailu. Kladené otázky byly předem schváleny vedoucím práce. Celkem se šetření účastnilo 152 návštěvníků eventu. Zaznamenaná data, získaná skrze dotazníkové šetření, byla zpracována, následně vyhodnocena a níže popsána. U otevřených otázek bylo nutné vytvořit příslušné kategorie z důvodu velkého množství různorodých odpovědí.

5.2.1 Výsledky dotazníkového šetření

5.2.1.1 Charakteristika účastníků

První tři otázky se soustředí na osobní informace respondentů. Cílem těchto otázek je získat určité povědomí o typologii účastníků tohoto eventu cestovního ruchu. Otázky se zaměřují především na věk respondentů, na vzdálenost, z jaké musí na žateckou Dočesnou dojíždět a s jakou společností osob se na event vydávají? V dotazníku byly tyto otázky označeny za povinné.

Otázka 1: Kolik Vám je let?

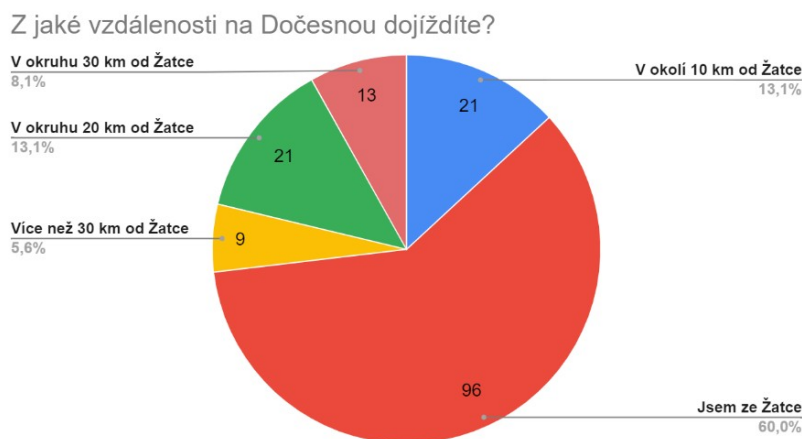


Graf 1: Věk respondentů?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

V zastoupení podle věku má největší převahu kategorie 18–25 let. Do této kategorie spadá celá třetina hlasů všech respondentů (54). Ke druhé nejpočetnější kategorii účastníků s téměř třetinovým obsazením respondentů patří věk mezi 40-50 lety (49). Nejmenší zastoupení mají věkové kategorie 15-18 let, 60-70 let, a 70 a více let.

Otázka 2: Z jaké vzdálenosti na Dočesnou jezdíte?

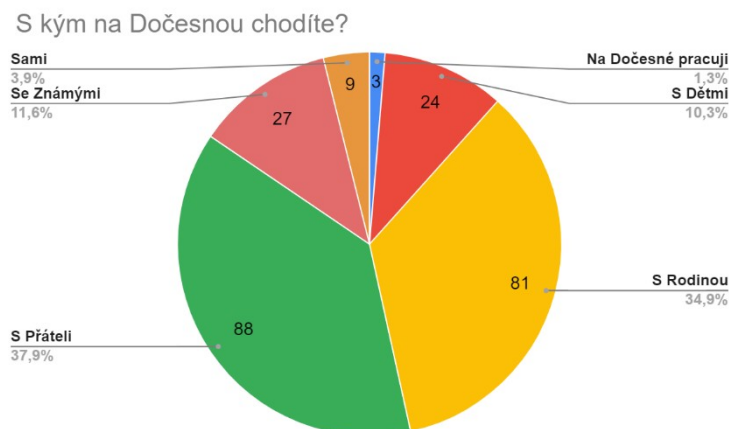


Graf 2: Z jaké vzdálenosti na Dočesnou jezdíte?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Převážná většina účastníků eventu jsou též rezidenty města Žatec, což vyplývá z odpovědí na druhou otázku, která zjišťuje, z jaké vzdálenosti musí účastníci na Dočesnou dojíždět. Více jak dvě třetiny respondentů na tuto otázku odpovědělo, že bydlí buďto přímo v Žatci (96) nebo v okolí 10-ti kilometrů od Žatce (21). Následně 21 respondentů bydlí v okruhu 20 km od Žatce a 13 respondentů v okruhu 30-ti km. Tyto kategorie zahrnují obyvatele celého Lounského okresu a okolních větších měst. Nakonec 9 respondentů dojíždí na Dočesnou z větší vzdálenosti než 30 km.

Otázka 3: S kým na Dočesnou chodíte?



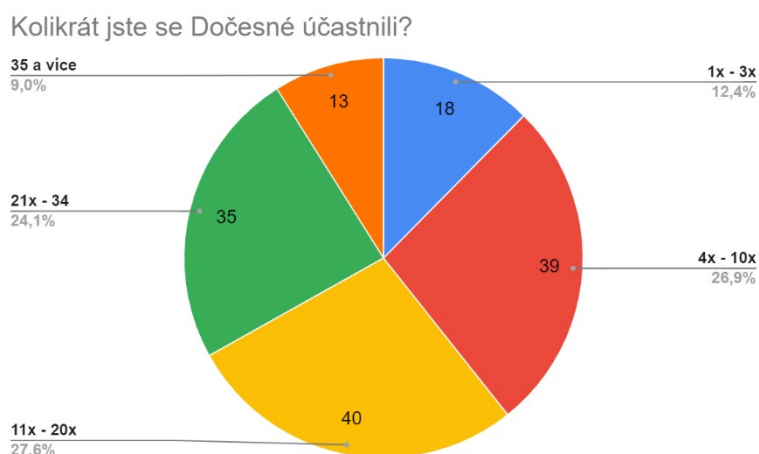
Graf 3: S kým na Dočesnou chodíte?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na tuto otázku, respondenti mohli označit více než jednu odpověď. Z nichž jich 88 odpovědělo, že chodí s přáteli. Dalších 81 dotazovaných odpovědělo, že na Dočesnou chodí s rodinou a 27 jich zvolilo odpověď se známými. 3 respondenti uvedli, že během Dočesné pracují, a to jako brigádníci u stánků nebo jako dobrovolná záchranářka.

5.2.1.2 Účast na Dočesné

Otázka 4: Kolikrát jste se již účastnil/a?



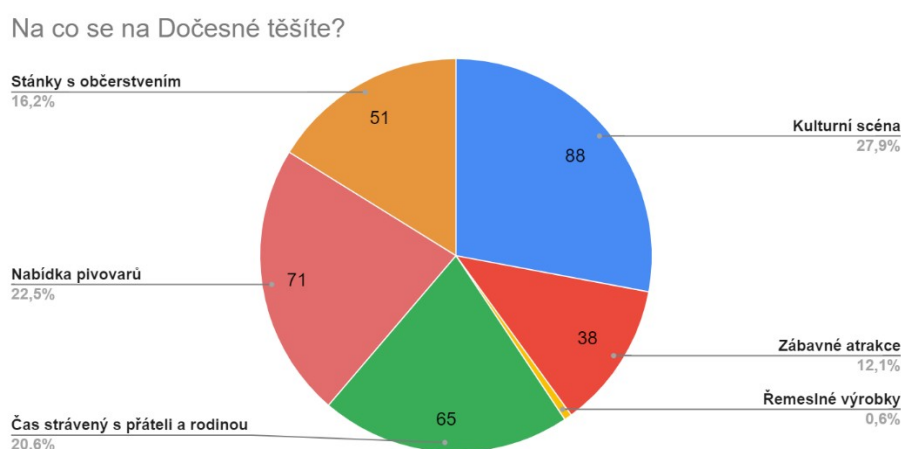
Graf 4: Kolikrát jste se již účastnil/a?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Další otázka zjišťovala kolikrát se již respondenti Dočesné účastnili. Odpovědi na tuto otázku byly výrazně různorodé, přičemž většina respondentů odpověděla přesným číslem. Z následujícího grafu 4. vyplývá, že nejvíce dotazovaných (40) se eventu

účastnilo 11–20krát. Další v pořadí nejčastěji volenou odpovědí, se stala odpověď 4–10krát (39). Následovala odpověď 21–34krát s 35-ti odpověďmi. Odpověď 1–3x zvolilo 18 respondentů, při čemž jedna z odpovědí od rezidenta města Žatec byla „za posledních dvacet let jsem se účastnil dvakrát“. Nejméně zastoupená kategorie byla odpověď 35 a vícekrát (13), přičemž jedna z odpovědí v této kategorii byla odpověď „Dočesnou jsem navštívil již 52krát“. Z tohoto grafu tedy plyne, že je více než běžné, že se návštěvníci akce účastní opakovaně.

Otázka 5: Na co se na Dočesné těšíte?



Graf 5: Na co se na Dočesné těšíte?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

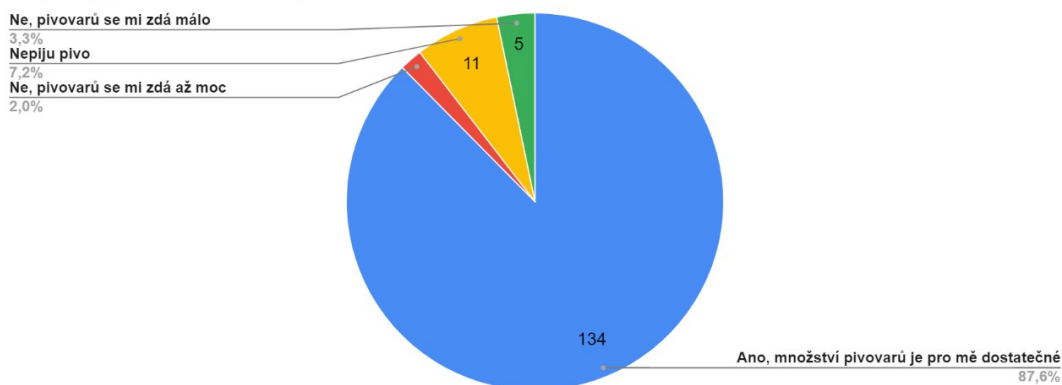
Následující otázka zkoumá motivaci účastníků event navštívit. U této otázky mohli respondenti zaškrtnout více odpovědí. Na tuto otázku získali nejvíce odpovědí kategorie na kulturní scénu (88) a na nabídku pivovarů (71). V četnosti odpovědí následovala odpověď na čas strávený s přáteli a rodinou (65) a na stánky s občerstvením (51).

5.2.1.3 Hodnocení eventu účastníkem

Cílem následujících otázek je získat názory návštěvníků eventu na hlavní oblasti konceptu Dočesné.

Otázka 6: Uspokojuje Vás množství pivovarů?

Uspokojuje Vás množství pivovarů?



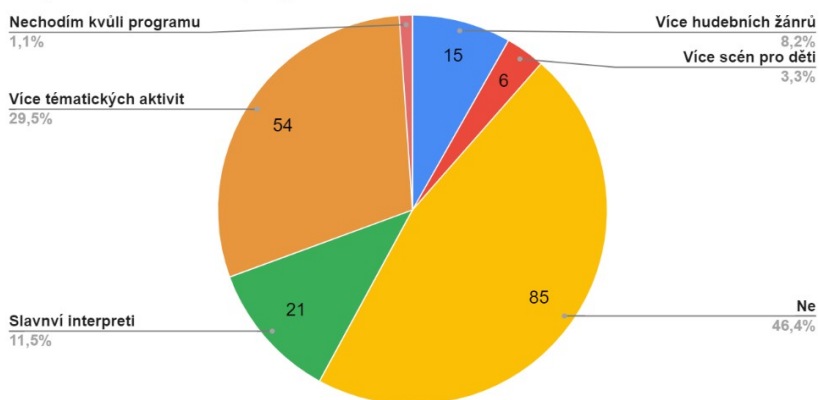
Graf 6: Uspokojuje Vás množství pivovarů?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

První otázkou této podkapitoly je otázka mířená na množství pivovarů na slavnostech. Na tuto otázku odpovědělo 134 respondentů – Ano, množství pivovarů je pro mě dostatečné. 11 respondentů odpovědělo, že pivo nepijí a 5 respondentů zvolilo odpověď – Ne, pivovarů se mi zdá málo.

Otázka 7: Chybí Vám něco v programu Dočesné?

Chybí Vám něco na programu Dočesné?

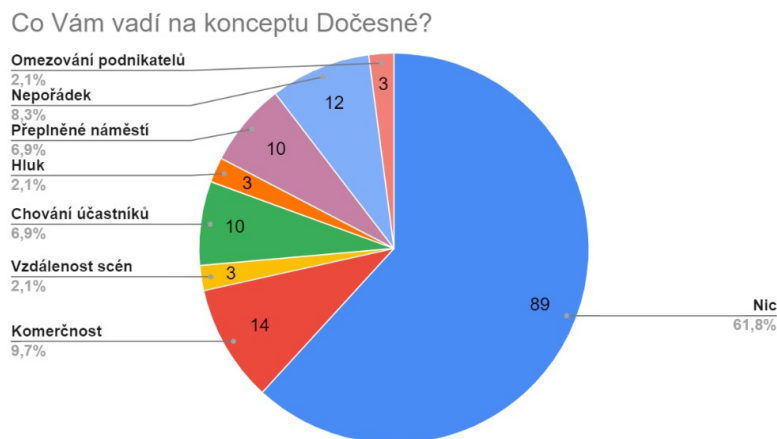


Graf 7: Chybí Vám něco v programu Dočesné?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Cílem další otázky bylo zjistit, zda by návštěvníci eventu něco změnili na stanoveném programu Dočesné. Z výsledků se ukázalo, že 46% účastníků (85), by na programu nic neměnili neboli jak bylo zmíněno – „vždyť už se do programu více kapel ani nevejde“, „Nic mi v programu nechybí. Program je vymyšlen pro všechny věkové i zájmové kategorie. Každý si může vybrat“, či „Myslím, že každý zde najde něco svého, co ho zajímá a baví“. 54 respondentů se shodlo, že Dočesné chybí více tematických aktivit v rámci oslav chmele a piva, z čehož padly návrhy například na vytvoření simulace historických postupů vaření piva, či prezentování tradic Dočesné u specifických stánků. Jeden z respondentů, však reagoval takto: „Bohužel zájem lidí o více tradiční pojetí eventu opadá a například tzv. tanec s korbelem na hlavě nebo další tematické aktivity se stávají „nutným zlem“ a lidé o ně ztrácejí zájem“. 15 respondentů zmínilo, že na eventu chybí více alternativní hudby nebo dalších oblíbených hudebních žánrů. Další často zmíněnou kategorií byl zájem návštěvníků o více slavné české i zahraniční hudební interprety (21).

Otázka 8: Co Vám vadí na konceptu Dočesné?



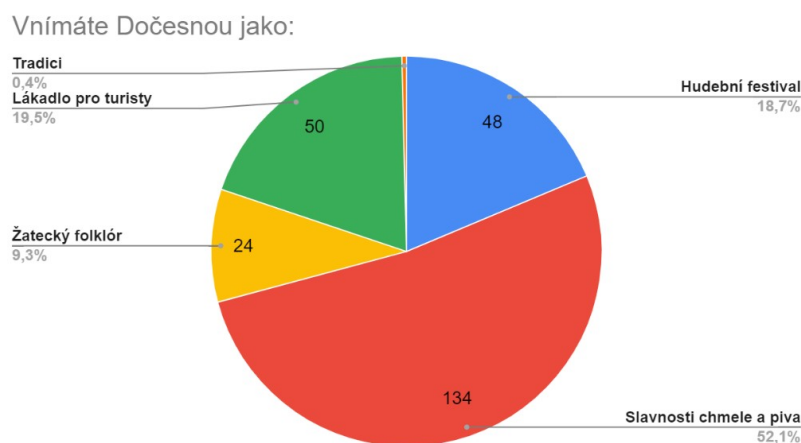
Graf 8: Co Vám vadí na konceptu Dočesné?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na otázku, co Vám vadí na konceptu Dočesné, bylo nasbíráno poměrně mnoho různorodých odpovědí. Nejvíce volenou odpovědí byla odpověď – nic (89). Druhou nejvíce zmíněnou odpovědí, byla přílišná komerčnost Dočesné (14). Zmíněny byly

názory typu: „Z Dočesné se stal hudební festival s občerstvením“, „Z Dočesné se stala spíše komerční zábava“, „Komerce začíná převládat před tradicí“, „Už to není o Dočesné, nyní je to jen velké množství lidí, kteří se přišli podívat na hudební kapely a komedianty“, „Vadí mi hluk. Z Dočesné se stala oslava alkoholu ne chmele, jako to bylo kdysi“ nebo například „Vadí mi naprostá podřízenost všech potřeb rezidentů k Dočesné – omezení podnikání bez jakékoliv kompenzace“. Jako další početné kategorie byly zmíněny – nepořádek (12), chování účastníků (10) a přeplněné náměstí (10).

Otázka 9: Jako co vnímáte Dočesnou?

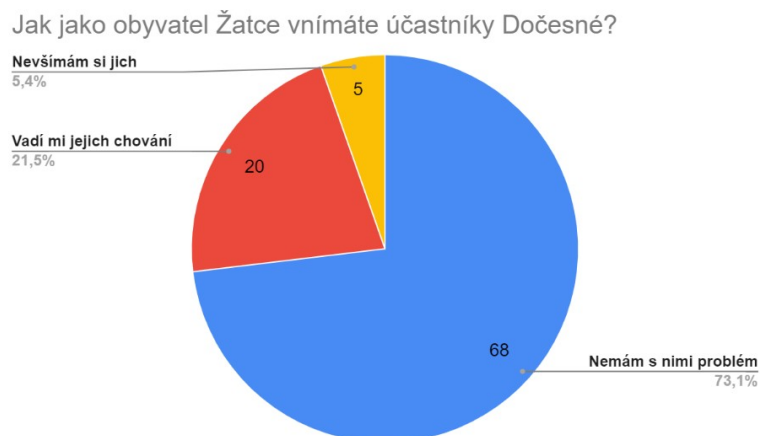


Graf 9: Jako co vnímáte Dočesnou?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Účastníci event vnímají převážně jako Slavnosti chmele a piva (134), jak bylo z odpovědí na tuto otázku zjištěno. Druhou nejčetnější odpovědí s 50-ti hlasy byla Dočesná popsána jako – lákadlo pro turisty, čímž respondenti poukazovali na veliký přínos eventu k cestovnímu ruchu města Žatec. Se 48 hlasy byla volena odpověď – hudební festival. Následovala odpověď – Žatecký folklór s 24 hlasy. Na tuto otázku bylo možné zaškrtnout více odpovědí.

Otázka 10: Jak jako obyvatel Žatce vnímáte účastníky Dočesné?



Graf 10: Jak jako obyvatel Žatce vnímáte účastníky Dočesné?

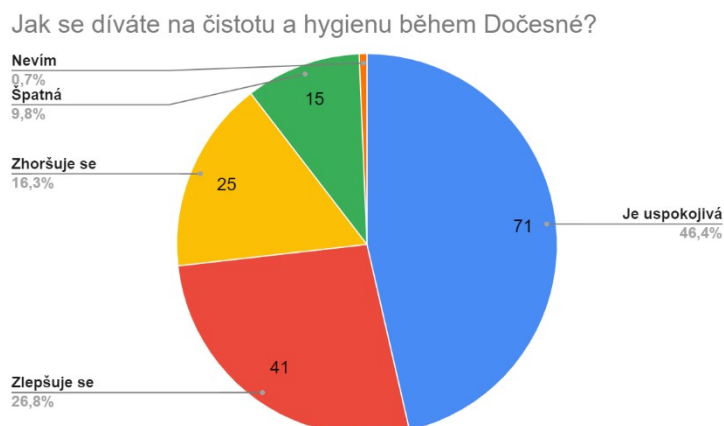
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Následující otázka, jak obyvatelé města Žatec vnímají účastníky Dočesné, byla určena pouze obyvatelům města Žatec. 73% dotazovaných na tuto otázku odpovědělo – nemám s nimi problém (68). Následovala odpověď – vadí mi jejich chování (20) s podílem 21% odpovědí. 5 respondentů odpovědělo – nevšímám si jich. Cílem otázky bylo zjistit možnou iritaci residentů města návštěvníky eventu. Dále zde respondenti odpovídali následovně – „V dopoledních a odpoledních hodinách se chovají návštěvníci dobře a není s nimi problém, večer se však začínají chovat divoce a opile“, „S přibývajícím věkem mi davy lidí vadí, ale snažím se být tolerantní.“ či „v pozdějších hodinách začíná být město plné „opilců“ – bojím se jít sama domů, může to být nebezpečné.“

5.2.1.4 Čistota a úklid na Dočesné

Cílem následujících otázek je zjistit pohled návštěvníků eventu jak na úklid a hygienu během eventu, tak na finální úklid po ukončení Dočesné.

Otázka 11: Jak se díváte na čistotu a hygienu během Dočesné?



Graf 11: Jak se díváte na čistotu a hygienu během Dočesné?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na první otázku této sekce, odpověděla téměř polovina dotazovaných, že je úklid uspokojivý (71). Druhou početnou kategorií odpovědí byla odpověď „Zlepšuje se“ (41), která poukazuje na pozitivní vývoj úklidu během Dočesné komparací minulých ročníků s Dočesnou, tak jak jí známe dnes. Následovala odpověď „Zhoršuje se“ (25), kde návštěvníci opět poukázali na vývoj úklidu Dočesné, tentokrát ovšem negativním směrem. V pořadí následovala odpověď „špatná“ s 15 hlasy.

Otázka 12: Jaký se Vám zdá úklid po slavnostech?



Graf 12: Jaký se Vám zdá úklid po slavnostech?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Z následujícího grafu 12. vyplývá, že úklid po skončení eventu je pro převážnou většinu návštěvníků i rezidentů uspokojivý (134), na této odpovědi se shodlo 83 % respondentů. 9 respondentů uvedlo, že úklid je pomalý a 7 respondentů, že úklid je nedostatečný.

5.2.1.5 Přínos eventů

Tato sekce se zabývá přínosem eventů pro město z pohledu návštěvníků a zároveň i přínosem pro návštěvníky samotné. Cílem otázek je zjistit, zda návštěvníci event vnímají jako důležitou akci pro město Žatec a zda si jsou vědomi užítku, který s sebou Dočesná přináší.

Otázka 13: Jaký vidíte pozitivní přínos Dočesné pro Žatec a okolí?



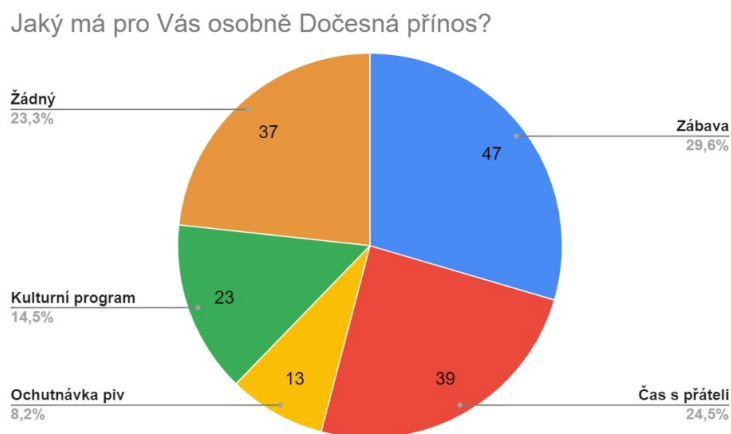
Graf 13: Jaký vidíte pozitivní přínos Dočesné pro Žatec a okolí?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Odpovědi na otázku, zda vidí návštěvníci nějaký pozitivní přínos Dočesné pro město Žatec a okolí, jsou skutečně různorodé. Nejvíce hlasů získala odpověď „propagace města“ (52) – „Přínos vidím především v možnosti města se prezentovat v kladném světle, což je důležité pro cestovní ruch“. Druhou nejčastější odpovědí se stala odpověď „turismus“ (39), která úzce souvisí s propagací města – Dočesná napomáhá turismu ve městě a tím i zvýšení tržeb malých podnikatelů“. Dále byly zmíněny tyto pozitivní přínosy: Podpora kultury ve městě (22), finanční přínos pro město (18),

podpora tradice (8) a oživení centra města (4). 21 respondentů se však shodlo, že Dočesná pro město Žatec nemá přínos žádný.

Otázka 14: Jaký má pro Vás osobně Dočesná přínos?



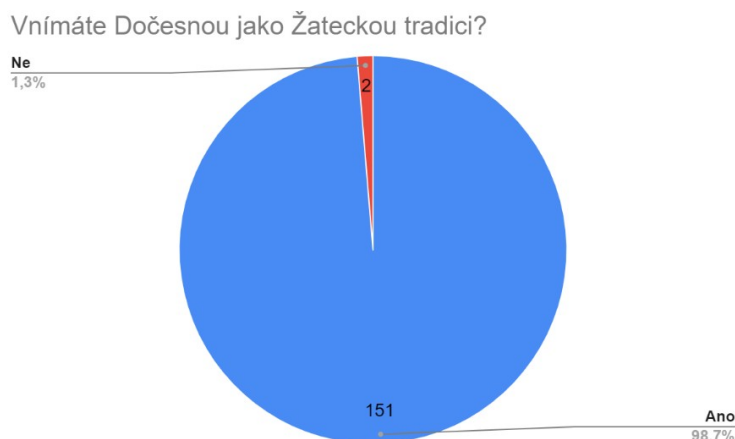
Graf 14: Jaký má pro Vás osobně Dočesná přínos?
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Následující otázka, jaký má pro návštěvníky event osobní přínos, čítala nejvíce odpovědí v kategorii – zábava (47). Další četnou kategorií se stala odpověď „čas s přáteli“ s 39 hlasy. Následovali odpovědi „kulturní program“ (23) a „ochutnávka pív“ (13). 23 % respondentů uvedlo, že Dočesná pro ně žádný přínos nemá (37). Další odpovědi na tuto otázku jsou – „Dočesná má pozitivní přínos pro můj podnik na náměstí díky vyšší návštěvnosti“, „Na Dočesné se vždy setkám s přáteli, které jsem roky neviděla“, „Největší přínos pro mě má kulturní scéna – vždy si rozšířím obzory a objevím plno skvělých hudebních skupin“ a „Dočesná je pro mne důvod vracet se do Žatce a setkat se s přáteli“.

5.2.1.6 Vývoj eventu

Cílem této sekce otázek bylo zjistit, zda si je návštěvník eventu vědom změn, kterými Dočesná v posledních ročnících prošla a také jak vnímá její budoucnost. Je o tuto akci z řad návštěvníků ještě zájem?

Otázka 15: Vnímáte Dočesnou jako žateckou tradici?

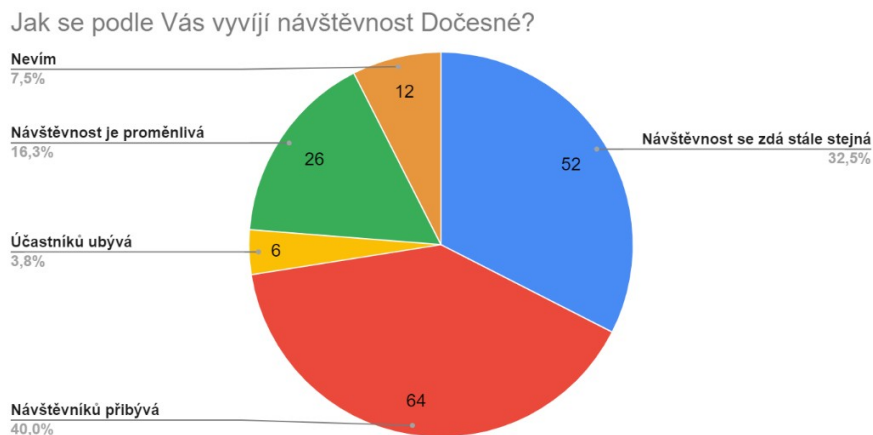


Graf 15: Vnímáte Dočesnou jako žateckou tradici?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

První otázkou v této sekci je, zda návštěvníci vnímají Dočesnou jako tradici města Žatec, přičemž odpovědí bylo téměř jednohlasné „Ano“ se 151 hlasy (98,7 %). 2 hlasy odpověděli „Ne“.

Otázka 16: Jak se podle Vás vyvíjí návštěvnost Dočesné?



Graf 16: Jak se podle Vás vyvíjí návštěvnost Dočesné?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Následovala otázka sledující vývoj návštěvnosti eventu. Cílem této otázky bylo zjistit zájem návštěvníků o event v minulých letech, protože o počtech návštěvníků neexistují žádné přesné údaje a návštěvnost se vždy jen odhaduje. Na tuto otázku

odpovědělo 40 % respondentů – Návštěvníků přibývá (64) a 32,5 % - Návštěvnost se zdá být stále stejná (52). Díky těmto údajům usuzujeme, že změny v počtu účastníků eventu nejsou postupem let nijak rapidně rozdílné. 26 respondentů uvedlo, že „Návštěvnost se zdá být proměnlivá“ a 6 respondentů zvolilo možnost „Návštěvníků ubývá“. Jeden z respondentů uvedl – „Všímám si především nárůstu návštěvnosti cizinců a lidí ze vzdálenějších koutů ČR“.

Otázka 17: Vnímáte nějaké pozitivní změny ve vývoji Dočesné za minulá léta?

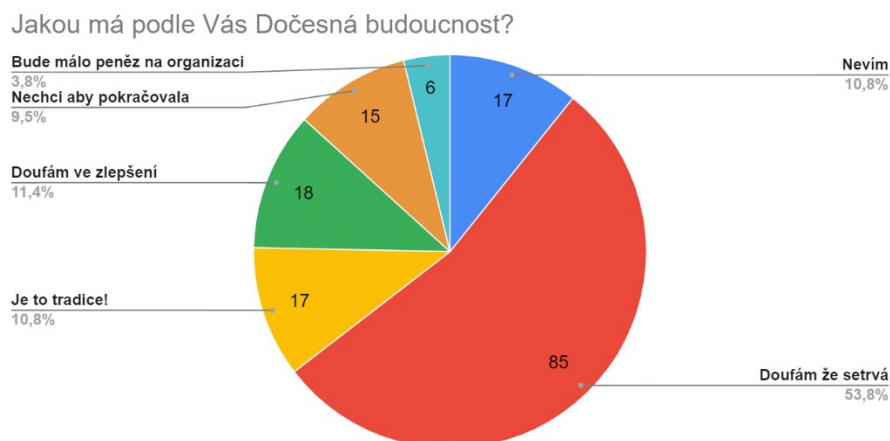


Graf 17: Vnímáte nějaké pozitivní změny ve vývoji Dočesné za minulá léta?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Další otázka se týkala pozitivních změn eventu za poslední léta, kde 43 % respondentů odpovědělo, že si nejsou vědomi žádných pozitivních změn (68). V ostatních odpovědích byly zmíněny pozitivní změny hlavně v: organizaci eventu (6), více hudebních scén (21), více stánků a pivovarů (14), lepší čistota a úklid (11), zrušení vstupného (6) či lepší program eventu (13). Mezi další odpovědi patří: „Pozitivní změnou je zrušení vstupného“, „Kulturní scéna v posledních letech končí dříve, a to již ve 23:00“, „přibýlo více odpadkových košů“, „v posledních ročnících byl bohatší program“, „v posledních letech přibyla scéna v letním kině“, „v posledních letech je více policejních hlídek v okolí Žatce, kteří kontrolují řidiče v nočních hodinách“.

Otázka 18: Jakou má podle Vás Dočesná budoucnost?



Graf 18: Jakou má podle Vás Dočesná budoucnost?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Poslední otázka dotazníkového šetření se týká budoucnosti Dočesné. Cílem otázky bylo zjistit, zda mají návštěvníci o Dočesnou stále zájem a současně zjistit jejich pohled na budoucnost tohoto eventu cestovního ruchu. Na tuto otázku odpovědělo 53,8 % respondentů – Doufám, že Dočesná setrvá (85). Jednou z uvedených odpovědí bylo respondentem uvedeno „Cítím Dočesnou jako „rodinné stříbro“ spjaté s českými kořeny“. Následně 18 respondentů odpovědělo, že doufají ve zlepšení (11,4 %). 15 respondentů uvedlo, že již „Nechtělí, aby pokračovala“ (9,5 %). Jako další početná kategorie odpovědí se umístila odpověď „Je to tradice!“ se 17 hlasy.

5.2.2 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Z výsledků dotazníkového šetření, vyplývají tyto závěry:

- Účastníka eventu cestovního ruchu Dočesná, lze popsat jako: osobu ve věku **18-25 let**, pocházející z města Žatec nebo jeho okolí, který/á event navštěvuje převážně s přáteli či rodinou.
- Event účastníci navštěvují **opakovaně**. Je více než běžné, že účastníci Dočesnou navštěvují již od svého mládí a nevynechají jediný ročník.
- Motivací účastníků přijít na Dočesnou se stala **kulturní scéna** s různorodou nabídkou pivovarů a atmosféra k setkání se s přáteli, které dlouho neviděli.
- Výsledky ukázaly, že účastníci Dočesné by převážně na **programu eventu či konceptu celé akce nic neměnili**. Jako nedostatky Dočesné respondenti zmínili hlavně: počínající **komerčnost** eventu, **nepořádek** ve frekventovaných částech města, **přeplněné náměstí**, **hluk**, **nedostatek tematických aktivit v rámci oslav**, **nedostatek slavných hudebních interpretů** či **alternativních hudebních žánrů**.
- Dočesnou vnímají účastníci převážně jako **Slavnosti chmele a piva**.
- Ukázalo se, že obyvatelé města Žatec převážně **nemají problém s chováním účastníků eventu**.
- Jako hlavní pozitivní přínos eventu pro město Žatec je podle návštěvníků **propagace města** a s tím spojený **přínos pro cestovní ruch lokality**. Následně účastníci zmínili **finanční přínos** pro město Žatec a **podporu kultury** ve městě spojenou s **oživením centra města**.
- Úklid během a po oslavách účastníci hodnotili převážně jako **uspokojivý**.
- Celkem 98,7 % respondentů se shodlo, že **Dočesná je tradicí města Žatec**.
- Na otázku zaměřující se na budoucnost Dočesné odpověděly pozitivně téměř **dvě třetiny respondentů**, které se shodly, že **Dočesná je a bude žateckou tradicí** a **doufají v její setrvání**. S negativním ohlasem ohledně budoucnosti eventu odpovědělo celkem **25 % dotazovaných**.

5.3 Rozhovory

5.3.1 Rozhovory s organizátory

*Další formou výzkumu použitého autorkou práce se stal **polostrukturovaný rozhovor s organizátory eventu**. V rámci výzkumu proběhly formální rozhovory se dvěma organizátory Dočesné. Konkrétně s paní Hanou Zeleňákovou (dále jako R1) v roce 2018 a následně s ředitelem Městského divadla Žatec Martinem Veselým (dále jako R2) v roce 2019. Cílem kvalitativního výzkumu je částečně si ověřit názory návštěvníků eventu získané z kvantitativního šetření a zároveň získat pohled na event ze „zákulisí“. Jelikož oba organizátoři Dočesnou pořádají již po mnoho let, je možné skrze jejich odpovědi vyvrátit domněnky některých návštěvníků a tím i získat validní pohled na vývoj eventu do budoucna.*

5.3.2 Výsledky rozhovorů s organizátory

První otázka rozhovorů zjišťovala, jak dlouho respondenti event organizují a jaká je jejich role. Respondentka R1 uvádí: „v roce 2018 jsem spoluorganizovala již 25. ročník Dočesné. Mou náplní práce je především spravovat peníze na Dočesnou a také se potýkat s technickou stránkou eventu“. Na stejnou otázku odpověděl respondent R2: „První Dočesnou jsem organizoval v roce 2005. Tento rok to již tedy bude můj 15. ročník. Má role se dá popsat jako tzv. „správce Dočesné“, dohlížím na celý průběh eventu“.

U druhé otázky bylo zjišťováno kolik organizátorů je na Dočesnou potřeba. R2 na otázku uvádí: „Již po mnoho let Dočesnou organizuje pouze 5 zaměstnanců Městského divadla Žatec. Ačkoliv je hlavním pořadatelem Dočesné Město Žatec, byla celá organizace eventu předána nám. Náš tým je tedy rozdělen na 5 částí: jednání se stánkaři, propagace, hledání sponzorů, spravování peněz a celková organizace, do které spadá i práce s kapelami, na kterou dohlížím já.“ K organizaci tak veliké akce je potřeba mnoho pomocníků, ty má na starost respondentka R1: „Na pomoc potřebujeme nejméně 80 brigádníků, kteří jsou rozděleni do mnoha oblastí. Jen k postavení hlavního pódia potřebujeme 30 brigádníků. Ostatní brigádníci dohlíží

během Dočesné na pořádek, starají se o čistotu na slavnostech a dalších 10 brigádníků je potřeba k práci u pódia (osvětlení, zvuk atd.)“.

Další otázka se zabývala pohledem organizátorů na Dočesnou jako takovou. R2 uvádí: „Dočesná podle mě má být o pivu! Kulturní scéna Dočesné by měla být pouze doprovodnou činností. Bohužel návštěvníci eventu to tak nevidí. Návštěvníci očekávají, že na Dočesnou každý rok přijede slavná celebrita a pokud se ta na slavnostech neobjeví, konstatují, že program pro tento rok se jim nelíbí a že kvalita Dočesné klesá.“ Stejně odpovídá i R1: „Bohužel z technických ani finančních důvodů na Dočesnou již nemůžeme zvát žádné slavné osobnosti. V roce 2007 byl na Dočesnou pozván Karel Gott, tehdy se do Žatce sjelo několik autobusů plných německých turistů, kteří zaplavili náměstí, takže se většina návštěvníků ani k blízkosti pódia nedostala.“ Respondent R2 dodává: „Po této zkušenosti jsme se rozhodli, že podobné osobnosti na Dočesnou zvát již nebudeme. Žatecké náměstí není na takové množství návštěvníků připravené. Hlavně tím Dočesná ztrácí hlavní myšlenku a ze slavností dočesání chmele, které dříve bylo slaveno hlavně v kruhu rodiny, se dostává do komerční sféry, kdy lidé chtějí pořad víc a víc zábavy.“

Čtvrtá otázka byla zaměřená na rozmístění scén a změny během posledních let. Na toto téma reagoval respondent R2: „Aktuálně fungují na Dočesné čtyři hudební scény, z nichž každá je zaměřená na jiný hudební styl. Během minulých let jsme byli schopni založit dvě nové hudební scény, a to v Letním kině a v Kapucínské zahradě, kterou jsme bohužel museli po 2 letech zavřít.“ Respondentka R1 dodává: „Dříve, když ještě nebyla tak vyvinutá zvukařská technologie, jsme mohli rozmístit všechny čtyři pódia do různých koutů hlavního náměstí, nyní toto bohužel díky hlasitosti reproduktorů není možné. Proto jsme byli nuceni rozmístit hlavní scény v centru města daleko od sebe.“

Následující otázka se zabývá financemi Dočesné. Na tuto otázku oba respondenti odpověděli, že se ceny na provoz eventu značně zvýšily. Respondent R2 odpovídá: „Dnes si kapela řekne za vystoupení někdy až 50x více než by si řekla před 15-ti lety. A dokonce kapely, které by si normálně řekly o odměnu 30 000 Kč, si jen na Dočesnou

řeknou o trojnásobek ceny. Myslí si totiž, že je Dočesná zcela financována městem Žatec. To je naneštěstí omyl. Příspěvek města Žatec pokrývá pouze nepatrnou část nákladů. Zbytek financí musí být získán skrze poplatky stánkařů a dary od sponzorů.“

Otázka číslo šest byla zaměřena na některé odpovědi získané z dotazníkového šetření, kdy se několik respondentů zmínilo o znovu zavedení vstupného. Otázka tedy zněla, zda se organizátoři o tuto problematiku zajímali a zda plánují vstupné znovu zavést. Respondentka R1 odpověděla: „Vstupné na Dočesnou dříve fungovalo zcela běžně. Před několika lety jsme ho však museli zrušit. Event se koná na hlavním náměstí města Žatec a je tudíž téměř nemožné ohlídat vstup rezidentů, kteří by vstupné zaplatit nechtěli. Abychom měli všechny vstupy pod kontrolou, museli bychom celé náměstí uzavřít již ve čtvrtek večer a nechat ho hlídat dalšími nejméně 100 brigádníky.“ Respondent R2 dodává: „Samotné zavedení vstupného by bylo velice finančně nákladné. Dále je zde ale otázka ceny – aby se vstupné vyplatilo musela by cena být až 300Kč na osobu. Za tuto cenu by myslím na Dočesnou nikdo nechodil. V minulých letech jsem dokonce projednával systém čipových náramků s jednou firmou. Po dlouhém propočítávání jsme však zjistili, že by se tento systém z finančního a technického hlediska nevyplatil.“

Otázka číslo sedm byla zaměřena na pivo a pivovary na Dočesné. Na otázku, kolik pivovarů můžeme zhruba na Dočesné objevit, odpověděl respondent R2: „Když jsem Dočesnou začínal pořádat, bylo zde něco okolo 13 pivovarů, nyní v roce 2018 čítala Dočesná až rekordních 60 pivovarů. Zájem o pivo je zde skutečně veliký. Nejvíce se zde vytočilo až 1600 sudů piva. Bohužel v posledních letech toto číslo kleslo na pouhých 1050 sudů piva. Tato změna je zapříčiněna tím, že mladí lidé nechtějí utrácet za pivo u stánků a raději si za pár korun koupí pivo v pet láhvi.“

Otázka osmá se týkala úklidu a čistoty během eventu na, kterou si stěžovalo několik respondentů v dotazníkovém šetření. Na toto téma odpověděla respondentka R1 takto: „Dočesná se již 9 let pyšní oceněním „Čistý festival“. Brigádníci (4-5 párů) chodí s pytli na odpad mezi účastníky slavností a dělají jakousi osvětovou činnost,

tím, že sbírají od lidí prázdné kelímky, aby je neházeli na zem. Dále zde probíhá například stavění hada z kelímků, kde za každých 20 kelímků, které návštěvníci přinesou, dostanou poukázku na pivo zdarma. Během Dočesné se vždy odváží až 3 plné kontejnery odpadků. Úklid eventu mají vždy na starost Technické služby Města Žatec. Ty vždy po Dočesné musí nejdříve počkat, až se náměstí vyprázdní od všech kamionů s atrakcemi, stánků a pivovarů a poté mohou náměstí skutečně vyčistit.“

Na poslední otázku ohledně budoucnosti Dočesné odpověděli oba organizátoři téměř stejně. Respondentka R1 uvádí: „Myslím si, že už není možné, aby se mohla Žatecká Dočesná více vyvíjet, rozhodně tedy ne pouze v pěti organizátorech.“ Podobně zareagoval respondent R2: „Každý rok si pro sebe dělám poznámky co vylepšit v dalším ročníku. Změny ale neplánuji dělat nijak veliké, vše záleží na vedení Města Žatec, pod které Dočesná spadá.“

5.3.3 Rozhovory s návštěvníky eventů

Další formou výzkumu byly autorkou práce použity **polostrukurované** rozhovory s návštěvníky eventů. V rámci výzkumu proběhly tři rozhovory s pravidelnými návštěvníky eventů Dočesná. Respondenti R3, R4 a R5 zodpovídali na všechny otázky pod příslibem anonymity.

5.3.4 Výsledky rozhovorů s návštěvníky eventů

První otázka zjišťovala, kolikrát se již návštěvníci eventů účastnili a odkud pocházejí. Respondent R3 na tuto otázku reaguje takto: „Letos jsem se již zúčastnil 21. Dočesné. Pocházím ze Žatce, proto cítím jakousi vnitřní povinnost se eventů účastnit. Přeci jenom je to Žatecká tradice!“. Respondent R4 uvádí: „Dočesné se účastním každoročně, a to již od svého mládí, letos jsem se již účastnila mé 35. Dočesné.“ Respondent R5 uvádí: „Dočesné jsem se letos účastnila po páté. Často cestuji, proto jsem moc šancí event navštívit neměla.“

Druhá otázka byla zaměřena na vývoj eventů. Na otázku, zda si jako rezident města všímá respondent nějakých významných změn v konceptu Dočesné odpovídá R3 takto: „Od prvního roku, kterého jsem se účastnil, do současnosti pozoruji rozhodně

pozitivní vývoj. Ze začátku pro mě Dočesná byla pouze pivním festivalem, bez hlubšího smyslu. Postupem času se ale začala velmi zlepšovat například kulturní scéna slavností. Každý rok si zde najdu alespoň 2 kapely či zpěváky, jejichž vystoupení se cíleně účastním.“ Respondent R4 uvádí: „Opravdu velikou změnu charakteru Dočesné jsem vyzorovala zhruba před deseti lety. Do té doby se mi oslavy zdály poměrně divoké a neuspořádané. Nyní se mi velmi líbí kulturní scéna i výběr kapel. Ještě do nedávna byla na náměstí vystavěna část s trávničkem. Během oslav byla oblast trávničku neskutečně znečištěná. Lidé zde i během noci spávali. To mi myslím, velmi kazilo celý zážitek z oslav. Pokaždé, když jsem kolem trávničku prošla, jsem cítila neskutečný zápach.“ Respondent R5 odpovídá: „Oslav se neúčastním natolik dlouho, abych byla schopna popsat změny v konceptu eventu. Na své první Dočesné se mi velice líbila historická tržnice. Pamatuji si na ukázky dobových řemesel, či na vystoupení šermířů. Co pozoruji jako velmi pozitivní vývoj, je pravděpodobně množství pivovarů, které se každoročně zvyšuje.“

Na následující otázku „Jaká vidíte pozitiva Dočesné?“ mluvili respondenti velice kladně o kulturní scéně, o rozsahu výběru piva a čistotě. Respondent R3 uvádí: „Na Dočesné se mi velice líbí, že každoročně přibývá více a více pivovarů. Rád ochutnávám nové pivní tuzemské i zahraniční speciály. Také se mi líbí, že se akce účastní mnoho mých známých i z jiných měst, které vždy někde náhodou potkám.“ Respondent R4: „Velikým pozitivem Dočesné je, že do Žatce každoročně přijede mnoho umělců, na jejichž vystoupení bych se účelně pravděpodobně nejela podívat. Vždy jsem poté velmi příjemně překvapena, kolik nadaných hudebních skupin k nám do Žatce přivítá.“ Respondent R5 odpověděl: „Největší z pozitiv akce je čistota v posledních letech. Technické služby odvádí opravdu výbornou práci. Také se mi moc líbí značka „Čistého festivalu“, kterou event nedávno získal. Děti vždy běhají po celém náměstí a sbírají prázdné kelímky, aby za ně získaly limonádu či jiné ceny. Dále se mi líbí výběr kapel a široký program pro děti.“

Na poslední otázku „Jaká vidíte negativa Dočesné?“ zmínili respondenti davy návštěvníků a přelidněnost na malém náměstí, hlučnou muziku u kolotočů a pochybné menšiny, které se u nich scházejí. Respondent R4 popisuje: „Nejvíce mi na

Dočesné vadí davy návštěvníků. Během koncertu Karla Gotta se na náměstí sešlo neskutečně mnoho lidí, tudíž jsem neměla šanci si koncert užít. Náměstí bylo tehdy úplně neprůchodné.“ Respondent R3 odpověděl: „Nejvíce mi vadí občasná přelidněnost a hluk u části s kolotoči. Každá atrakce pouští velice nahlas nahrávku muziky. Atrakce jsou velmi blízko od sebe tudíž se někdy nahrávky navzájem přerušují. Ve stejné oblasti se i schází velice pochybné obyvatelstvo města. Mám potě velice smíšený pocit pouštět mezi tento kolektiv mé děti.“ Respondent R5 na otázku odpovídá následovně: „Největším negativem Dočesné je podle mého názoru hluk a davy lidí. V některých částech náměstí je velice těžké projít a některé jsou dokonce neprůchozí.“

5.3.5 Shrnutí výsledků rozhovorů

Z výsledků rozhovorů vyplývají tyto závěry:

- *Dočesnou organizuje **pětičlenný tým. Rozdělení rolí: jednání se stánkaři, propagace, hledání sponzorů, spravování peněz a celková organizace + práce s účinkujícími. Dále pomáhá 80 brigádníků.***
- *Organizátoři se snaží **udržet myšlenku Dočesné jako slavností piva a chmele. Návštěvníci ale stále požadují slavné interprety a pokud se neobjeví, stěžují si, že se jim program nelíbí.***
- *Dočesná se koná v **centru města Žatec, které má pouze jeden hlavní vjezd. Z toho důvodu je náměstí často velice přelidněné a v případě populárních koncertů díky vysoké návštěvnosti i naprosto neprůchodné.** (viz koncert Karla Gotta)*
- ***Dříve byly všechny scény umístěny na hlavním náměstí, nyní jsou rozprostřené po celém centru města. Za posledních pár let přibyly dvě nové scény v Letním kině a Kapucínské zahradě (nakonec zrušena po dvou letech).***
- *Dočesná **není zcela financována Městem Žatec. Město pouze přispívá, zbytek financí získán skrze poplatky stánkařů a dary od sponzorů.***

- *Dříve fungovalo vstupné, které bylo nakonec zrušeno. Jeho znovuoobnovení vyžaduje vysoký počáteční kapitál, který organizátoři nemají. **Vstupné tedy nebude znovu zavedeno.***
- *V roce 2005 se eventu účastnilo 13 pivovarů. V roce 2018 až **60 pivovarů.***
- *Dočasná získala ocenění „Čistý festival“. Úklid mají na starost Technické služby města.*
- *Organizátoři neplánují žádné velké změny do budoucna.*
- *Za posledních **10 let se Dočasná velice rozvíjela.** Program eventu je nyní velice promyšlený a každý návštěvník si zde najde „to své“.*

5.4 Určení fáze životního cyklu

Informace použité k určení životního cyklu eventu Dočasná byly především získané pomocí odpovědí z dotazníkového šetření, z rozhovorů s organizátory akce a z tiskových zpráv získaných z webových stránek eventu Dočasná. Na základě zvolených ukazatelů jsou odvozeny fáze životního cyklu zvoleného eventu cestovního ruchu. Odhadované fáze vývoje eventu budou pojmenovány podle Jakubíkové (2012). Celkové vyhodnocení fáze životního cyklu bude uvedeno v kapitole shrnutí výsledků.

Ukazatel	Komentář	Odhad fáze životního cyklu eventů pro daný stav ukazatele
<i>Počet vytočených sudů piva</i>	<i>Nejvíce vytočených sudů piva na Dočasně bylo v roce 2007 a to až rekordních 1600 sudů. V roce 2014 bylo vytočeno 1320 sudů. V roce 2015 1400 sudů. V roce 2016 1500 sudů piva. V roce 2017 byla díky špatnému a deštivému počasí malá návštěvnost a bylo vytočeno pouze 1250 sudů piva. Stejně tak v roce 2018, bylo díky malé návštěvnosti</i>	<i>Pokles</i>

	<i>vytočeno 1150 sudů piv. A nakonec v roce 2019 pouze 1050 sudů piva. Z těchto dat můžeme předpokládat, že návštěvnost za poslední 3 roky velice klesla. Vzhledem k nedostatku dat návštěvnosti eventu, jsou tato data jediným ukazatelem návštěvnosti.</i>	
<i>Počet pivovarů</i>	<i>Počet pivovarů účastnících se Dočesné v roce 2005 byl pouhých 13. V roce 2014 zde bylo 43 pivovarů. V roce 2015 a 2016 se účastnilo 45 pivovarů. V roce 2017 zde bylo možné najít 53 pivovarů. V roce 2018 počet činil 60 pivovarů a bylo zde možné ochutnat až 170 druhů piv. Nakonec v roce 2019 spadl počet pivovarů na 54. Z těchto dat je vyvozeno, že počet pivovarů za posledních 6 let velice vzrostl.</i>	<i>Zralost, pokles</i>
<i>Hygiena a čistota</i>	<i>V roce 2010 získala Dočesná titul „Čistý festival“, díky kterému zde probíhá sběr použitých kelímků. V roce 2014 zde bylo odevzdáno 4490 ks použitých kelímků a vytríděno celkem 1548 kilogramů plastů a papíru. V roce 2015 se na Dočesné povedlo vytrídit 1400 kilogramů odpadů. V roce 2016 2 800 kilogramů odpadů a bylo odevzdáno 16 944 ks půllitrových kelímků. V roce 2017 bylo vytríděno až 2 950 kilogramů papírů a plastu a bylo odevzdáno až 17 500 ks kelímků. V roce 2018 bylo vytríděno 1 365 kilogramů odpadu.</i>	<i>Zralost, pokles</i>
<i>Počet pracovníků</i>	<i>Počet pracovníků pořádajících Dočesnou se dělí na hlavní organizátory, kterých je 5 (počet se v podstatě nemění) a brigádníky. V roce 2014 bylo na pomoc s organizací potřeba 67 pomocníků a dále 20 pracovníků bezpečnostní služby. V roce 2015 zde bylo potřeba 68 pomocníků a 20 pracovníků bezpečnosti. V roce 2016 pomáhalo 72 brigádníků a 22 pracovníků security. V roce 2017 bylo potřeba 60 brigádníků, 18 pomocníků na stavbu a provoz podíí a 25 pracovníků bezpečnosti. V roce 2018 pomáhalo 68 brigádníků, 30 stagehands a 25 pracovníků security. V roce 2019 byl potřeba stejný počet pracovníků security i stagehands a počet brigádníků stoupl na 72 pracovníků.</i>	<i>Zralost</i>

	<i>Z těchto dat můžeme vyvodit, že na organizaci Dočasné je potřeba stále více pomocníků, což ale znamená i větší celkové výdaje na provoz eventu.</i>	
<i>Počet účinkujících</i>	<i>V roce 2014 na Dočasné vystupovalo 40 účinkujících všech žánrů. V roce 2015 zde vystupovalo 35 interpretů. V roce 2016 na eventu účinkovalo 31 vystupujících. V roce 2017 38 účinkujících. V roce 2018 35 interpretů. Nakonec v roce 2019 zde vystupovalo 38 účinkujících. Vývoj v počtu vystoupení se v podstatě příliš nemění.</i>	<i>Zralost</i>
<i>Názor rezidentů na návštěvníky</i>	<i>Na tuto otázku odpovědělo 73 % respondentů, že s návštěvníky nemají problém a nevadí jim. Dalších 21 % respondentů odpovědělo – vadí mi jejich chování.</i>	<i>Zralost</i>
<i>Rozvoj eventu</i>	<i>Jak vyplynulo z rozhovoru s organizátory eventu, do budoucna pořadatelé neplánují žádné velké změny.</i>	<i>Pokles</i>
<i>Co se nejvíce líbí návštěvníkům</i>	<i>Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se návštěvníkům nejvíce líbí kulturní scéna, nabídka pivovarů, stánky s občerstvením, čas strávený s rodinou a přáteli a celkový zážitek, který si nakonec s sebou odnesou.</i>	<i>Zralost</i>
<i>Co nejvíce vadí návštěvníkům</i>	<i>Z dotazníkového šetření vyplynulo, že návštěvníkům nejvíce na Dočasné vadí nepořádek, přeplněné náměstí, chování účastníků, komerčnost eventu a hluk.</i>	<i>Pokles</i>

Tabulka 1: Vyhodnocení jednotlivých ukazatelů pro určení fáze životního cyklu eventu

(Zdroj: vlastní zpracování)

6 Shrnutí výsledků

Eventy cestovního ruchu se často setkávají s problémem nezájmu účastníků o událost samotnou, či převahou negativních dopadů eventu před těmi pozitivními. Aby se těmto problematikám předešlo, je důležité, aby se event neustále vyvíjel, inovoval a sledoval poptávku návštěvníků události. Pokud se má tedy event (neboli produkt cestovního ruchu) pozitivně udržet v povědomí veřejnosti, je důležité získávat zpětnou vazbu od návštěvníků akce. Tato kapitola obsahuje syntézu všech výsledků získaných výzkumnými metodami a tím přináší odpovědi na stanovené výzkumné otázky této bakalářské práce. Práce se opírá o provedené rozhovory s pořadateli a návštěvníky eventu a výsledky dotazníkového šetření.

Z přesného charakterizování eventu Dočesná vyplývá, že se jedná o středně veliký, střednědobý venkovní event vycházející z místních zvyků a tradic, otevřený pro širokou veřejnost regionálního významu. Z šetření vyplývá, že nejvíce zúčastněnou skupinou jsou účastníci ve věku 18–50 let, kteří jsou též rezidenty města Žatec nebo bydlí v blízkém okruhu města. Na Dočesnou chodí buď s přáteli či rodinou. Eventu se návštěvníci účastní opakovaně, často již od dětství a každoročně. Hlavní motivací návštěvníků se eventu účastnit je dobrá kulturní scéna, která je vymyšlena tak, aby zaujala všechny věkové a zájmové kategorie, vysoká nabídka pivovarů, která v posledních letech činí až rekordních 60 pivovarů a kvalitně strávený čas s přáteli a rodinou.

Hlavní změny ve vývoji eventu nastaly zhruba před 10ti lety. Během těchto let přibýlo velké množství pivovarů, byly postaveny dvě nové scény – v Letním kině a Kapucínské zahradě (zrušeny), bylo zrušeno vstupné, narostla kvalita programu eventu, zlepšila se čistota a úklid během i po eventu (získáno ocenění Čistý festival).

Respondenti se téměř jednohlasně shodli, že Žatecká Dočesná se stala tradicí města a proto očekávají, že setrvá ještě dlouho.

- **Mají účastníci Dočesné o slavnosti stále zájem?**

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že 98,7 % respondentů vnímá Dočesnou jako žateckou tradici. 76 % respondentů si přeje, aby Dočesná v budoucnu pokračovala, z nichž 11,4 % doufá v drobná zlepšení v organizaci, či změně programu. Z výsledků dotazníků bylo též zjištěno, že se účastníci eventu účastní opakovaně, často každoročně, tudíž je možné předpokládat stejnou míru návštěvnosti na eventu i v budoucnu.

Z výše zmíněných poznatků tedy vyplývá, že návštěvníci a rezidenti města Žatec o Dočesnou mají stále zájem a doufají, že bude i nadále pokračovat.

- **Jaký má Dočesná přínos pro návštěvníky a město Žatec?**

Při analýze výsledků odpovědí na tuto otázku bylo zjištěno, že největším přínosem eventu pro návštěvníky je samotný zážitek z účasti. Návštěvníci mají možnost si zdarma poslechnout nepřeborné množství hudebních interpretů a strávit kvalitní čas s přáteli a rodinou v historickém centru města a vychutnat si bohatý výběr z nejlepších českých druhů pív.

Mezi hlavní přínosy eventu pro město Žatec patří především kladná propagace města, která úzce souvisí se zvýšením turismu v destinaci a tím i zvýšením tržeb malých podnikatelů. Dalšími pozitivními přínosy eventu pro destinaci je podpora kulturního života ve městě a oživení jeho centra.

- **Jaké socio-kulturní, enviromentální a ekonomické dopady má event na destinaci?**

*Z provedeného výzkumu bylo zjištěno několik aspektů **enviromentálního znečištění** destinace zapříčiněného vysokou návštěvností města a jeho okolí v době průběhu eventu. Mezi tyto aspekty patří světelné znečištění, které je zapříčiněno několika pódii se silným osvětlením na poměrně malé rozloze. Dále hluk, který je nejen zapříčiněn koncerty hudebních interpretů, ale i*

hudbou znějící z dětských atrakcí. Hluk organizátoři akce vyřešili ukončením celé kulturní scény ve 23:00 hodin, dětských atrakcí se však omezení hluku netýká. Největší znečištění na Dočesné je však znečištění odpadky, které je i přes velikou pozornost organizátorů o redukování tohoto znečištění nadále velkým problémem. Z důvodu vysoké návštěvnosti a přeplněného náměstí není možné odpadky v průběhu slavností vyvážet. Organizátoři se tento problém ale aktivně snaží vyřešit.

Dle odpovědí respondentů dotazníkového šetření a rozhovorů s organizátory eventu vyplynulo, že Dočesná nese skutečně pozitivní **ekonomické dopady** na destinaci. Takto velká akce má velmi pozitivní přínos v rámci propagace města pro cestovní ruch. Díky popularitě Dočesné se do města sjedou nejen obyvatelé blízkého okolí, ale i zahraniční návštěvníci a obyvatelé vzdálenějších měst. Cestovní ruch nakonec velice pomáhá ekonomice drobných podnikatelů i provozovatelům historických památek ve městě.

Mezi pozitivní **socio-kulturní dopady** eventu na destinaci zjištěné dle kvantitativního a kvalitativního šetření patří například vytváření nových pracovních pozic a možností příjmu pro místní obyvatelstvo, kdy je každoročně zapotřebí nejméně 80 brigádníků, kteří se starají o hladký průběh eventu. Velikým pozitivem Dočesné je také sjednocení obyvatelstva a posilování místní komunity za účelem záchrany místních tradic a tím vyvolání pocitu hrdosti v oblasti historie města. Negativní socio-kulturní dopady zatím nebyly respondenty šetření vyzorovány v nevrtné míře, a to z důvodu, že event je pouze krátkodobá záležitost, tudíž socio-kulturní znečištění neprobíhá v takovém rozsahu. Pomalu se však v programu eventu začínají projevovat prvky inscenizace, kdy za účelem maximalizace příjmů a vyšší návštěvnosti dochází k tzv. „pseudoatraktivitě“ a dochází k nucenému ožívání obyčejů. Další hrozbou je zde tzv. „turistická iritace“, kdy díky přemíře návštěvníků ze zahraničí a celkově vysoké návštěvnosti slavností na malém náměstí města Žatec, může dojít k negativnímu vývoji vztahu rezidentů města vůči návštěvníkům eventu.

- **Jaké jsou podle organizátorů hlavní problematiky Dočesné a jak jsou řešeny?**

Aktuálně největším problémem eventu je přílišné delegování zodpovědností v rámci organizace eventu vedení Města Žatec na pětičlenný organizační tým zaměstnanců Městského divadla Žatec, kteří jsou sami o sobě zodpovědní za provoz celého divadla a kina a nyní i za organizaci středně velkého eventu cestovního ruchu Dočesná. Tento problém zatím není nijak řešen a ze strany zastupitelů Města Žatec doposud nebyla projevována žádná iniciativa se s problémem potýkat.

- **Převládá stále hlavní myšlenka slavností chmele a piva před komerční stránkou eventu?**

Díky poznatkům získaných z provedeného šetření bylo zjištěno, že se do popředí postupně dostává přílišná komercializace akce, kdy se tradiční tematické aktivity stávají tzv. „nutným zlem“ a ze slavností se pomalu stává hudební festival s atrakcemi a občerstvením. Jako možné vylepšení kulturní stránky eventu je navrženo znovu navrácení Dočesné k tradicím a obnovení některých folklórních zvyků, které se již po desetiletí nekonají. Návštěvníci v programu stále vyžadují slavné hudební interprety, které z technických a finančních důvodů organizátoři nejsou schopni a ani nechtějí zajistit.

- **Jaký mají pohled na udržitelnost eventu do budoucna návštěvníci a organizátoři Dočesné?**

Z provedeného výzkumu bylo zjištěno, že návštěvníci o event mají stále velký zájem, avšak bylo vyzorováno, že každoročně očekávají více než jsou jim organizátoři eventu schopni dodat. Tato skutečnost byla potvrzena při rozhovoru s hlavním organizátorem Dočesné, který dodal, že neplánuje do budoucna dělat žádné výrazné změny v konceptu eventu. Hrozba by tedy mohla nastat, pokud poptávka návštěvníků bude dále růst, ale nebude uspokojena organizátory eventu.

- **V jaké fázi životního cyklu se Dočasná aktuálně nachází?**

Podle Jakubíkové (2012) a jejího životního cyklu produktu cestovního ruchu lze konstatovat, že se event cestovního ruchu aktuálně nachází na konci fáze zralosti a pomalu se dostává do fáze poklesu. Usuzováno je tak z dlouhodobého pozorování a výsledků provedeného kvantitativního a kvalitativního šetření.

7 Závěry a doporučení

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zanalyzovat udržitelnost eventů cestovního ruchu „Dočesná – slavnosti chmele a piva“ v Žatci z pohledu návštěvníků a organizátorů eventů. Na počátku bylo stanoveno sedm výzkumných otázek, na které byly pomocí kvantitativního a kvalitativního šetření hledány odpovědi. Odpovědi byly nalezeny na všechny výzkumné otázky.

Tato bakalářská práce převážně naplnila cíl, který pro ni byl stanoven. Dotazníkové šetření, které v rámci výzkumu proběhlo, pomohlo zodpovědět veliké množství otázek týkajících se pohledu návštěvníků na event samotný. Bylo zjištěno, že mezi rezidenty města, organizátory Dočesné a zastupiteli Žatce aktuálně existuje mnoho nezodpovězených otázek a nedorozumění v oblasti organizace a vývoje tohoto eventů cestovního ruchu. Co se týče udržitelnosti eventů bylo zjištěno, že jak návštěvníci, tak organizátoři mají o Dočesnou skutečně velký zájem a očekávají i její setrvání do budoucna. Z výsledků šetření dále vyplynulo, že je podstatné věnovat větší pozornost negativním dopadům na destinaci, které s sebou přináší cestovní ruch. Díky výzkumu jich bylo hned několik rozpoznáno. Pro detailnější analýzu těchto dopadů, by ale bylo potřeba získat více dat a realizovat rozsáhlejší výzkum.

Kombinací výsledků odpovědí provedeného šetření, bylo autorkou práce navrženo několik doporučení pro organizátory eventů. Tato doporučení mají za cíl pomoci organizátorům s rozvojem udržitelnosti eventů do budoucna a nabídnout případná řešení hlavních problematik vycházejících z provedeného výzkumu. Zjištěné výsledky a doporučení budou předány organizátorům Dočesné.

Prvním doporučením je začít zpracovávat statistiky návštěvnosti a efektivněji sledovat data, která ze statistik vycházejí. Z rozhovoru s organizátory bylo zjištěno, že v předchozích ročnících zatím neproběhly žádné průzkumy návštěvnosti ani jiné sběry dat. Pro plánování rozvoje eventů do budoucna je důležité získat přehled těchto statistik a aktivně s nimi pracovat. Autorka práce tedy organizátorům doporučuje

provést anonymní měření návštěvnosti prostřednictvím zbytkových dat mobilních operátorů, či jiných sběrů dat pomocí dotazníkových šetření.

Druhým doporučením je rozšířit organizační tým, který aktuálně pracuje pod velkým tlakem. Z poznatků získaných z rozhovorů s organizátory eventu vyplynulo, že sami organizátoři pociťují velké stresové zatížení už několik měsíců před započtím Dočesné. To je zapříčiněno tím, že každý z organizátorů má na starosti hned několik důležitých a časově náročných úloh. Pokud se má Dočesná pozitivně rozvíjet, je důležité, aby organizační tým měl čas i energii zabývat se novými inovacemi.

Posledním doporučením organizátorům je aktivně získávat zpětnou vazbu v průběhu i po skončení Dočesné. Nashromážděná data mohou efektivně pomoci organizátorům zjišťovat spokojenost/nespokojenost návštěvníků eventu. Mohou také fungovat jako rychlý komunikační prostředek mezi návštěvníky a organizátory. Údaje je možné sbírat pomocí mobilní aplikace, či dotazníkového šetření. Takovéto šetření pomůže organizátorům zlepšit kontakt s návštěvníky (zákazníky) eventu, a tudíž i zajistit jejich spokojenost.

8 Seznam zdrojů

- [1] ASTRONOMICKÝ ÚSTAV AV ČR. *Světelné znečištění*. [online]. 2008 [cit. 15. 3. 2020]. Dostupné z: <http://www.asu.cas.cz/svetelne-znecisteni>
- [2] ČISTÝ FESTIVAL. *Domovská stránka organizace Čistý festival*. [online]. 2018 [cit. 29.3. 2020]. Dostupné z: <http://www.cistyfestival.cz/informace-o-cistem-festivalu/>
- [3] DOČESNÁ. *Domovská stránka*. [online]. 2020 [cit. 29.3. 2020]. Dostupné z: <https://www.docesna.cz/>
- [4] FORET, Miroslav a TURČÍNKOVÁ, Jana. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2005. 106 s. ISBN: 80-7157-838-X.
- [5] HAKEEM, Sheikh. M. A., & KHAN, M. YUSUF. (2018). *Urban tourism: the perspective on tourism impacts in Cambridge, United Kingdom. Marketing and Management of Innovations*, 3, 268-275. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-24>
- [6] HOLODŇÁK, Petr, EBELOVÁ, Ivana. *Žatec*. 1. vyd. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2004. 516 s. ISBN: 80-7106-443-2.
- [7] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar a KŘIKAČ, Karel. *Základy marketingu*. 2. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, 1995. 326 s. ISBN: 80-7082-113-2.
- [8] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [9] KINŠT, Petr. *Žatecký a Lounský deník* [online]. 2015 [cit. 29.3. 2020]. Dostupné z: https://zatecky.denik.cz/zpravy_region/docesna_zatec_20150903.html
- [10] KOTÍKOVÁ, Halina a SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008. 100 s. ISBN: 978-80-87147-05-4.

- [11]** KRAUSOVÁ, Milada, vedoucí společensko-vědního oddělení Regionální muzeum K. A. Polánka Žatec.[ústní sdělení]. Žatec, 17.10. 2018.
- [12]** Návštěvníci Dočesné. [polostrukturované rozhovory]. Žatec, 07.09. 2019.
- [13]** NOVOTNÝ, Jiří a SUCHÁNEK, Petr. *Nauka o podniku II: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 172 s. ISBN: 978-80-210-4496-8.
- [14]** PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 207 s. ISBN: 9788024737492.
- [15]** PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelný rozvoj cestovního ruchu*. 2.vyd. Praha: Gaudeamus, 2009. 298 s. ISBN: 978-80-7435-006-1.
- [16]** PÁSKOVÁ, Martina a ZELENKA, Josef. *Krajina vyhledávaná, konzumovaná, či tvořená cestovním ruchem?: V zorném poli geografů. Geografické rozhledy*. Praha: Kartografie Praha, 2007, 06-07(4), 4. ISSN 1210-3004
- [17]** PÁSKOVÁ, Martina a ZELENKA, Josef. *Společensky odpovědný cestovní ruch*. Praha: Idea servis, 2018. 192 s. ISBN: 978-80-85970-91-3.
- [18]** PÁSKOVÁ, Martina a ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN: 80-239-0152-4.
- [19]** PIVOMOL. 60. *Ročník slavností chmele a piva v Žatci - Žatecká Dočesná 2017*. [online]. 2017 [cit. 28.3. 2020]. Dostupné z: <https://www.pivomol.cz/60-rocnik-slavnosti-chmele-piva-v-zatci-zatecka-docesna-2017>
- [20]** PLACHÝ, Zdeněk. *Žatecký a Lounský deník*. [online]. 2008 [cit. 28.3. 2020]. Dostupné z: https://zatecky.denik.cz/zpravy_region/ln_srpen_1968_noviny_20080818.html
- [21]** REID, Robert a BOJANIC David C. *Hospitality marketing management*. 5. vyd. Hoboken: Wiley, 2010. 656 s. ISBN: 978-0-470-08858-6.

- [22]** RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: Soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009. 187 s. ISBN: 978-80-7418-028-6.
- [23]** TRNKA, Jiří. *Festival Dočesná*. | In: *MusicGate: Brána do světa hudby*. [online]. 2018 [cit. 28.3. 2020]. Dostupné z: <http://musicgate.cz/clanek/docesna-2018-61-rocnik-slavnosti-chmele-a-piva/2869/>
- [24]** TRNKOVÁ, Olga a TURČÍNKOVÁ, Jana. *Území a cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1993. 95 s. ISBN: 80-707-9123-3.
- [25]** VESELÝ, Martin. Ředitel Městského divadla Žatec. [polostrukturovaný rozhovor]. Žatec, 13.12. 2019.
- [26]** ZELENÁKOVÁ, Hana. Zástupce ředitele Městského divadla Žatec. [polostrukturovaný rozhovor]. Žatec, listopad 2018.
- [27]** ZELENKA, Josef, TĚŠITEL, Jan, PÁSKOVÁ, Martina, KUŠOVÁ, Drahomíra. *Udržitelný cestovní ruch: Management cestovního ruchu v chráněných územích*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. 327 s. ISBN: 978-80-7435-244-7.

9 Přílohy

Program Dočesná 2017

Příloha 1

60. Žatecké slavnosti chmele 2017

DOČESNÁ

Generální partner slavností


NEXEN STAGE (NÁMĚSTÍ SVOBODY)	SOLAR TURBINES STAGE (NÁMĚSTÍ PROKOPA VELKÉHO)	INNOGY STAGE (LETNÍ KINO - VRCHLUCKÉHO ULICE)
1. 9. PÁTEK	1. 9. PÁTEK	1. 9. PÁTEK
18:00-18:40 Slavnostní zahájení (fanfáry, Chmelobrana, moderuje Radek Jirgl a Radka Mašková)	18:00-18:20 Slavnostní zahájení (fanfáry, seznámení s programem a sponzory. Moderuje Milan Hořejší.)	18:00-18:20 Slavnostní zahájení (fanfáry, seznámení s programem a sponzory. Moderuje Karel Fiala.)
18:40-19:10 Děti městu	18:20-19:20 Průvan	18:20-19:30 Mandrage
19:10-20:10 The Little Bit Band	19:50-20:50 Zrní	20:00-21:00 Circus Brothers
20:30-21:30 Guns 'n' Roses Tribute	21:20-22:30 Věra Martinová	21:40-22:40 Citron, Křížek, Tanja
22:10-23:30 Vojta Dyk B Side Band 	23:00-24:00 Jelen	23:00-24:00 Debustrol
2. 9. SOBOTA	2. 9. SOBOTA	2. 9. SOBOTA
12:30-13:00 Žatečanka Jaroslava Filipka	10:30-11:00 Jítěnka Žatec s pohádkou	14:00-15:00 Voxel
13:00-13:25 Slavnostní zahájení (fanfáry, seznámení s programem a sponzory, užitní delegaci. Moderuje Dalibor Gondík a Radek Jirgl.)	11:30-13:30 Dívaldo Koňmo	15:30-16:30 Hlahol 
13:25-13:35 Vyhodnocení degustace pív	14:00-15:00 Eva a Vašek	17:00-18:00 Jakší Taksí
13:35-14:50 Žatečanka Jaroslava Filipka (během vystoupení soutěže o hodnotné ceny v tančí s korbelem piva na hlavě a ruční česání chmele)	15:30-16:30 Pepa Fousek 	18:40-19:40 Skyline
14:50-15:05 NEXEN generální partner - soutěž	17:00-18:00 Ivan Mládek 	20:20-21:20 Vypsaná Fixa 
15:40-16:50 Hana Zagorová	18:40-19:40 Švihadlo	22:00-23:00 Jegr
17:40-18:50 CBC Big Band,  Galakonzert k 60. Dočesné	20:20-21:20 Coda	
19:40-20:50 Petr Bende band a Grajcar	22:00-23:00 N.O.H.A. 	
21:40-23:00 Ivan Král 	YANFENG STAGE HISTORICKÉ TRŽIŠTĚ (DVOŘÁKOVA ULICE) Pá 1. 9. 18:00 - 24:00 So 2. 9. 11:00 - 22:00 Dobové prodejní stánky, dobová Femesta, soutěže pro děti a rodiče. Každou hodinu historický program (turnaje pro děti, rytířské souboje, alchymista atd.)	KLÁŠTERNÍ ZAHRADA (TŘ. OBRÁNCŮ MÍRU) Odpočívková zóna s doprovodným programem pro dříve narozené a odpoledne s dětským programem s prezentací žateckých zájmových organizací a spolků. So 2. 9. 10:00 - 17:00 10:00-11:30 A léta běží - program především pro starší generaci 11:30-12:00 Veselá Sedma Jana Sedlářka (dechová hudba z Vysočiny) 12:00-13:30 Prague Dolls (vokální instrumentální kvintet) 13:00-17:00 Prezentace žateckých zájmových spolků a organizací 14:00-17:00 Každou celou hodinu program pro rodiče s dětmi (soutěže, tanec, kouzelník, hudba, balíková show)






Záhlaví nad akcí převzal
 ministerstvo zemědělství







www.divadlozatec.cz **VSTUP ZDARMA** www.docesna.cz

Všechny časy jsou pouze orientační a může dojít k časovému posunu. Změna programu vyhrazena. Děkujeme za pochopení.

Generální partner


Hlavní partneři




Partneři











Mediální partneři









Obrázek 5: Program Dočesná

Zdroj: Pivomol.cz (2017)

Dočesná, slavnosti chmele a piva

Účastním se

*Povinné pole

1. Účastnil/a jste se někdy festivalu Dočesná? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

2. Kolikrát jste se již účastnil/a? *

3. Z jaké vzdálenosti na Dočesnou jezdíte? *

Označte jen jednu elipsu.

Jsem ze Žatce

V okolí 10 km od Žatce

V okruhu 20 km od Žatce

V okruhu 30 km od Žatce

Více než 30 km od Žatce

Jiné: _____

4. Do jaké věkové kategorie patříte? *

Označte jen jednu elipsu.

- 15 - 18 let
 18 - 25 let
 25 - 40 let
 40 - 50 let
 50 - 60 let
 60 - 70 let
 70 více
 Jiné: _____

5. S kým obvykle na Dočesnou chodíte? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- S dětmi
 S rodinou
 S přáteli
 Se známými
 Sami
Jiné: _____

6. Na co se na Dočesné těšíte? *

Je možno vybrat více možností.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Kulturní scéna
 Zábavné atrakce
 Čas strávený s přáteli a rodinou
 Nabídka pivovarů
 Stánky s občerstvením
Jiné: _____

7. Jak jako obyvatel města Žatec vnímáte účastníky Dočesné? *

(Otázka pro Žatečáky)

8. Vidíte ve festivalu Dočesná nějaký pozitivní přínos pro Žatec a okolí? *

9. Vnímáte nějaké pozitivní změny ve vývoji Dočesné za minulá léta? *

10. Jak se vyvíjí návštěvnost festivalu? *

Označte jen jednu elipsu.

Návštěvníků přibývá

Návštěvnost se zdá stále stejná

Účastníků ubývá

Návštěvnost je proměnlivá

Jiné: _____

11. Chybí Vám něco v programu Dočesné? *

12. Je něco co Vám na konceptu Dočesné vadí? *

13. Uspokojuje Vás množství pivovarů? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano, množství pivovarů je pro mě dostatečné
- Ne, pivovarů se mi zdá málo
- Ne, pivovarů se mi zdá až moc
- Jiné: _____

14. Vnímáte Dočesnou jako Žateckou tradici? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
- Ne
- Jiné: _____

15. Jaký má Dočesná pro Vás osobně přínos? *

16. Vnímáte Dočesnou jako: *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Hudební festival
 Slavnosti chmele a piva
 Žátecký folklór
 Lákadlo pro turisty

Jiné: _____

17. Jak se díváte na čistotu a hygienu během festivalu? *

Označte jen jednu elipsu.

- Zlepšuje se
 Zhoršuje se
 Je uspokojivá
 Jiné: _____

18. Jak vidíte úklid po festivalu? *

Označte jen jednu elipsu.

- Je uspokojivý
 Je nedostatečný
 Je pomalý
 Jiné: _____

19. Jak vidíte budoucnost Dočesné? *

Příloha 3

Otázky polostrukturovaných rozhovorů s organizátory eventů

1. *Mohl/a byste se prosím představit a popsat svoji roli jako organizátora Dočesné? Jak dlouho tuto práci děláte?*
2. *S kolika dalšími organizátory Dočesné spolupracujete? Kolik lidí se na přípravách a v průběhu Dočesné angažuje?*
3. *Jak byste chtěl/a aby byla Dočesná vnímaná veřejností? Jak jste spokojen/a s konceptem Dočesné, jakou jí teď známe?*
4. *Kolik hudebních scén na Dočesné funguje? Plánujete jich vytvořit více?*
5. *Jak funguje finanční stránka Dočesné? Je dotovaná v plné výši městem Žatec?*
6. *Plánujete znovu zavést vstupné? Zvažovali jste někdy tuto alternativu?*
7. *Kolik pivovarů můžeme na Dočesné najít? Jaká je zhruba spotřeba pív?*
8. *Jak řešíte problém s odpady během Dočesné?*
9. *Jakou máte pro Dočesnou vizi do budoucna? Plánujete nějaké změny?*

Příloha 4

Otázky polostrukturovaných rozhovorů s návštěvníky eventů

1. *Kolikrát jste se Dočesné účastnil/a?*
2. *Všimáte si v průběhu let nějakých významných změn v konceptu slavností?*
3. *Jaká vidíte pozitiva Dočesné?*
4. *Jaká vidíte negativa Dočesné?*



Zadání bakalářské práce

Autor: Nikola Hrádková

Studium: I1700218

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Název bakalářské práce: **Analýza udržitelnosti eventů cestovního ruchu**

Název bakalářské práce AJ: Analysis of sustainability of tourism event

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cíl práce: Hlavním cílem práce je analyzovat udržitelnost eventů cestovního ruchu, festivalu Dočesná ? slavností chmele a piva Žatci a zjistit v jaké fázi životního cyklu se event nachází. Osnova: 1.Úvod 2.Cíl práce 3.Metodika 3.1.Popis a průběh šetření 3.2.Charakteristika destinace 3.3.Charakteristika zkoumaného eventu 3.4.Použité metody 4.Teoretická část 4.1.Vymezení pojmů 4.2.Životní cyklus destinace (eventu) 4.3.Udržitelnost cestovního ruchu 4.4.Dopady eventů na destinaci 4.4.1.Socio-kulturní dopady 4.4.2.Enviromentální dopady 4.4.3.Ekonomické dopady 5.Praktická část 5.1.Analýza udržitelnosti eventů 5.1.1.Rozhovory 5.2.Analýza životního cyklu eventů 5.2.1.Dotazníkové šetření 6.Shrnutí a diskuse výsledků 7.Závěry a doporučení 8.Seznam použitých zdrojů 9.Přílohy

ZELENKA, J., TĚŠITEL, J., PÁSKOVÁ, M. a KUŠOVÁ, D. (2013): *Udržitelný cestovní ruch. Management cestovního ruchu v chráněných územích*. Gaudeamus Hradec Králové, ISBN 978-80-7435-244-7

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. (2012): *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Linde Praha, 2., kompletně přepracované a rozšířené vydání, 768 stran, ISBN 978-80-7201-880-2.

TROUSIL, Michal a Veronika JAŠÍKOVÁ. *Úvod do tvorby odborných prací*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN: 978-80-7435-542-4.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management, aneb, Jak řídit turistickou destinaci*. Brno: Masaryková Univerzita, 2007. ISBN:978-70-210-4500-2(brož.)

BERÁNEK, Jan, EBELOVÁ, Ivana a Petr HOLODŇÁK (2004). *Dějiny českých měst*. Praha, Nakladatelství Lidové noviny, ISBN 80-710-6443-2

BRADÁČ, Václav (2008). *Chmelařství a pivovarnictví na Žatecku*. Louny: Digon pro město Žatec a Královský pivovar Krušovice, ISBN 978-80-87019-11-5

HENDL, J. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, ISBN 80-736-7040-2

Garantující pracoviště: Katedra rekreologie a cestovního ruchu,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

Oponent: Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 16.3.2015