

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2021/36122163607081220

**HUDOBNÝ FESTIVAL AKO PRODUKT CESTOVNÉHO
RUCHU**

Bakalárska práca

2021

Karolína Csenkeyová

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2021/36122163607081220

**HUDOBNÝ FESTIVAL AKO PRODUKT CESTOVNÉHO
RUCHU**

Bakalárska práca

Študijný program: Podnikanie v cestovnom ruchu a v službách

Študijný odbor: Cestovný ruch

Školiace pracovisko: Katedra služieb a cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Iveta Fodranová, PhD.

Bratislava 2021

Karolína Csenkeyová

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne, a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

Karolína Csenkeyová

Pod'akovanie

Touto cestou by som chcela veľmi pekne poďakovať za ochotu, ústretovosť a rady vedúcej mojej bakalárskej práce Ing. Ivete Fodranovej, PhD. pri vypracovaní záverečnej práce. Vďaka patrí aj mojej rodine – najmä mojej maminke, ktorá vždy vo mne verila a tento rok odišla na druhý svet, tiež aj ocinkovi, sestričke a tiež priateľovi, ktorí ma vždy podporovali.

ABSTRAKT

CSENKEYOVÁ, Karolína: Hudobný festival ako produkt cestovného ruchu. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra služieb a cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Iveta Fodranová, PhD. – Bratislava: OF EU, 2021, 61 s.

Cieľom záverečnej práce je analyzovať hudobný festival ako produkt cestovného ruchu. Práca je rozdelená do troch kapitol. Obsahuje 23 grafov, 5 tabuliek, 1 obrázok a 1 prílohu. Prvá kapitola je venovaná súčasnej problematike doma i v zahraničí. Definuje základné pojmy ako je hudobný festival, produkt alebo cestovný ruch. Druhá kapitola sa zaoberá hlavným cieľom a vymedzenými parciálnymi cieľmi záverečnej práce. Okrem nich, druhá kapitola obsahuje popísanú metodiku, postup práce a metódy skúmania. Tretia kapitola je venovaná praktickej časti, resp. výsledkom skúmanej práce a diskusii k nim. Výsledkom práce je zobrazenie hudobného festivalu ako produktu cestovného ruchu. Výsledky záverečnej práce sme získali na základe zobrazenia ekonomických prínosov hudobných festivalov pomocou identifikácie miery vnímania ekonomických výdavkov účastníkov a prostredníctvom porovnania sociálnych a ekonomických prínosov organizáciou hudobného festivalu.

Kľúčové slová:

hudobný festival, cestovný ruch, ekonomické prínosy, sociálne prínosy, environmentálne prínosy

ABSTRACT

CSENKEYOVÁ, Karolína: Music Festival as a Product of Tourism. University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Services and Tourism. Supervisor of final thesis: Ing. Iveta Fodranová, PhD., Bratislava: OF EU, 2021, 61 p.

The aim of the bachelor thesis is to analyse a music festival as a product of tourism. The thesis is divided into three chapters and includes 23 graphs, 5 tables, 1 picture, and 1 appendix. The first chapter is focused on current problems in Slovakia and also foreign countries regarding festivals. The basic terms, e.g., a music festival, a product and tourism, are defined in this chapter. The second chapter describes the main and partial aims of the thesis. Besides, it also includes the methods of research used in the bachelor thesis. The third chapter is the practical part of the thesis. It focuses on the results of the research and discussion of these results. The outcome of the thesis is to describe the music festival as the product of tourism. The results of the thesis were obtained by researching the economic contributions of the music festivals through the identification of perception of the economic expenses of the attendees. The results were also obtained by the comparison of the social and economic contributions when a music festival is organised.

Key words:

music festival, tourism, economic contributions, social contributions, environmental contributions

Obsah

Zoznam tabuliek, grafov, obrázkov a schém.....	8
Zoznam tabuliek	8
Zoznam grafov	8
Zoznam obrázkov	9
Úvod	10
1 Súčasný stav danej problematiky doma a v zahraničí	11
1.1 Teoretické vymedzenie základných pojmov a definícií	12
1.2 Špecifiká hudobných festivalov	15
1.3 Vplyvy, účinky a dopady hudobného festivalu	18
1.3.1 Ekonomický dopad hudobného festivalu.....	18
1.3.2 Sociálny dopad hudobného festivalu	20
1.3.3 Environmentálne aspekty hudobného festivalu	22
1.3.4 Zhrnutie dopadov	24
2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania	27
2.1 Cieľ práce.....	27
2.2 Metodika práce a metódy skúmania	27
3 Výsledky práce a diskusia	29
Záver	51
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	52
ELEKTRONICKÉ ZDROJE	53
Prílohy.....	58

Zoznam tabuliek, grafov, obrázkov a schém

Zoznam tabuliek

Tabuľka č. 1 Typológia festivalov	13
Tabuľka č. 2 Postupná štruktúra festivalových udalostí	17
Tabuľka č. 3 Ciele a merania ekonomických dopadov festivalov	19
Tabuľka č. 4 Pozitívne a negatívne dopady festivalov	24
Tabuľka č. 5 Komparácia výdavkov na služby a produkty hudobného festivalu	48

Zoznam grafov

Graf 1 Segmentácia podľa pohlavia.....	29
Graf 2 Segmentácia podľa veku respondentov	30
Graf 3 Priemerný čas na internete k 1. štvrťroku 2019 podľa vekovej štruktúry a zariadenia	31
Graf 4 Priemerný čas na internete k 1. štvrťroku 2019 podľa vekovej štruktúry	31
Graf 5 Segmentácia podľa najvyššieho dosiahnutého stupňa vzdelania	32
Graf 6 Segmentácia podľa priemerného mesačného príjmu respondentov	32
Graf 7 Preferencia obsahu a formy hudobného festivalu u slovenských spotrebiteľov	33
Graf 8 Frekvencia návštevy hudobného festivalu do roka.....	34
Graf 9 Štruktúra výdavkov respondentov podľa tovarov a služieb	35
Graf 10 Štruktúra respondentov podľa vynaložených výdavkov na občerstvenie v EUR ..	36
Graf 11 Štruktúra respondentov podľa vynaložených výdavkov na stravovanie v EUR	37
Graf 12 Preferencie typu prepravy na dostavenie sa na hudobný festival	38
Graf 13 Výdavky respondentov na prepravu na hudobný festival.....	39
Graf 14 Výdavky respondentov na zakúpenie si vstupenky na hudobný festival	40
Graf 15 Preferencie ubytovania sa na festivale.....	41
Graf 16 Výdavky respondentov na ubytovanie.....	41
Graf 17 Komparácia výdavkov na občerstvenie vzhľadom na pohlavie	42
Graf 18 Komparácia výdavkov na stravovanie podľa pohlavia.....	43
Graf 19 Komparácia preferencie typu prepravy na hudobný festival podľa pohlavia.....	44
Graf 20 Komparácia výdavkov na prepravu podľa pohlavia.....	44

Graf 21 Komparácia výdavkov na zakúpenie si vstupenky vzhľadom na pohlavie.....	45
Graf 22 Komparácia preferencie ubytovania sa vzhľadom na pohlavie.....	46
Graf 23 Komparácia výdavkov na ubytovanie sa vzhľadom na pohlavie	46

Zoznam obrázkov

Obrázok 1 Štruktúra posudzovania životného cyklu	23
--	----

Úvod

Hudobné festivaly každým rokom zažívajú čoraz väčší úspech nielen medzi mladými ľuďmi, ale aj medzi staršími obyvateľmi. Sú príjemnou skúsenosťou, ktorá je spájaná so zážitkami sprevádzanými hudbou, neopísateľnou atmosférou, programom, zoznamovaním sa s novými ľuďmi a stretávaním sa so starými známymi. Preto si hudobnými festivalmi návštevníci obohacujú svoj kultúrny a sociálny život. Mnohokrát sú ľudia ochotní pre spomínané obohatenie cestovať do iných miest, regiónov, či krajov, a tým podporujú cestovný ruch krajiny, v ktorej sa hudobný festival organizuje.

Pod pojmom hudobné festivaly rozumieme organizované podujatia, ktoré väčšinou trvajú niekoľko dní a sú zamerané na vystúpenia rôznych hudobných skupín, umelcov a spevákov. Pre mestá, obce a regióny, v ktorých sa hudobné festivaly konajú, sú hudobné festivaly veľkým prínosom do ich pokladnice, a zároveň zvyšujú ich atraktivitu a návštevnosť.

Téma záverečnej práce nás zaujala, nakoľko sme sa už niekoľkokrát zúčastnili hudobných festivalov, ale len ako návštevníci, nikdy nie ako organizátori. Zároveň sme sa nezamýšľali nad tým, aký prínos môže mať hudobný festival ako produkt pre cestovný ruch, a preto v nás táto téma vzbudila zvedavosť.

1 Súčasný stav danej problematiky doma a v zahraničí

História hudobných festivalov je veľmi bohatá a siaha až do 6. storočia pred naším letopočtom. Za úplne prvý uskutočnený festival môžeme považovať Pýtické hry, ktoré sa konali v Delfách. Pýtické hry patria k Panhelénskym hrám a sú považované za jedny zo štyroch najväčších hier, ktoré sa realizovali v starovekom Grécku na počesť boha Apolóna. Organizovali sa každý tretí rok počas augusta tak, aby bolo dodržané štvorročné rozpätie medzi olympijskými hrami. Neskladali sa iba zo súťažných vystúpení, ktoré si vyžadovali výkon, ale aj z hudobných súťaží. Postupom času sa hudobné súťaže rozvíjali a vznikli z nich hudobné festivaly.

Autor Falassi (1987) hovorí, že podľa neho festivaly regulárne obnovujú prúd života komunity a možno ich považovať za spoločenský fenomén a udalosť, s ktorou sa môžeme stretnúť vo všetkých kultúrach ľudstva. Vďaka festivalom sa spájajú etnické, náboženské, kultúrne, historické a jazykové väzby. Podľa McKaya (2015) sú festivaly hlboko zakorenené do tradícii karnevalov, ktoré majú zobrazit' presný opak bežného a zaužívaného správania, ktoré sa od ľudí očakáva. Podľa neho majú byť hudobné festivaly miestom, kde môžeme utiecť od reality a môžeme porušiť pravidlá bez ohľadu na náš vek. Majú byť miestom, kde sa môžeme voľne prejavovať bez toho, aby sme mysleli na to, čo sa patrí a čo sa nepatrí. Majú byť miestom sebarealizácie, bez akýchkoľvek obmedzení. Podľa Douglasa (2001) sa festivaly a podujatia organizujú pre ľudí za účelom toho, aby sa mohli stretávať, oslavovať, ctíť, pamätať, demonštrovať a socializovať sa, lebo človek je sociálny tvor, ktorý potrebuje interakciu s ľuďmi. Tá prebieha počas hudobných festivalov v uvoľnenej atmosfére. Autor Janiskee (1980) sa pozerá na hudobné festivaly ako na formálne obdobia alebo programy a udalosti, ktoré sú spojené s príjemnými aktivitami a zábavou. Súčasne majú hudobné festivaly aj charakter slávností a oslavujú nejaké významné udalosti, či skutočnosti. Organizácia festivalov a podujatí vplýva nielen pozitívne, ale aj negatívne. Negatívny vplyv sa môže objavovať vo forme narušenia nočného kl'udu alebo v znečistení životného prostredia. Negatívny pohľad na usporiadanie hudobných festivalov mal aj autor Gothman (2006). Podľa neho festivaly a podujatia, ktoré sú súčasťou cestovného ruchu, sú silným nástrojom propagácie síl ekonomiky, avšak môžu nepriaznivo pôsobiť a narušiť miestne tradície. Môže dôjsť k prepojeniu a zmiešaniu viacerých tradícií. Podľa autora Orišku (1998) môžeme hudobné festivaly považovať za kultúrno-spoločenské služby, ktoré

umožňujú návštevníkom objavovať a spoznávať prírodu, pamiatky a tiež súvisia s motívom kultúrneho, náboženského a mestského cestovného ruchu. Podľa Gibsona a Conella (2005) môžeme hudobné festivaly pokladať za najbežnejšie formy hudobného cestovného ruchu, ktoré majú sociálny a ekonomický dopad. Okrem toho poukazujú vo svojej knihe na dôležitosť tanca sprevádzaného hudbou na festivaloch a jej vplyvom na cestovný ruch. Podľa nich sú festivaly prostriedkom, ktorý vylepšuje obraz, resp. imidž daného miesta organizovania. Súčasne hudobné festivaly pôsobia spolu s interakciou hudby na tvorbu novej komunity, na tvorbu skupín pozostávajúcich z účastníkov väčšej kultúry, a tiež na poskytnutie príležitostí zapojiť sa do spoločenských aktivít. Tak, ako sme predtým spomínali, festivaly vyvolávajú záujem ľudí spoločne sa zúčastňovať na aktivitách, atmosfére, či spoločenskej udalosti, ktoré so sebou prinášajú hudobné festivaly. Podľa Bowena a Danielsa (2005) sú hudobné festivaly predstavenia, pri ktorých je najdôležitejší prvok hudba. Tá je šíriteľom kultúrnych hodnôt a je sprevádzaná aj ďalšími činnosťami, ktoré nadväzujú na tému celého podujatia, ako napr. divadlo, pouličné trhy, či účasť muzikantov.

Hudobné festivaly sa vyvíjali prostredníctvom Pýtických hier, náboženských rituálov, či tradičných osláv. Sú súčasťou nehmotnej kultúry, pretože predstavujú zvyky, tradície, či symboliku určitej národnej kultúry. Môžeme ich považovať za jeden z najdôležitejších kultúrnych prvkov. Festivaly sa kontinuálne vyvíjajú a zvyšuje sa ich význam v oblasti kultúry. Preto môžeme pokladať hudobné festivaly ako fenomény pochádzajúce zo západu prinášajúce účastníkom priestor na sebarealizáciu a prezentovanie sa.

1.1 Teoretické vymedzenie základných pojmov a definícií

Autori Chambers a Donald (1874) vo svojom etymologickom slovníku anglického jazyka vysvetľujú pojem „festival“ ako pomenovanie sviatočného dňa, radostnej slávnosti, či hostiny. Je pomenovaním pre deň neobvyklej radosti, sprevádzaný bohatými pochutinami a radosťou pre myseľ alebo srdce. Pojem pochádza z francúzskeho „feste“ a vyvinul sa zo stredovekého latinského slova „festivalis“. Toto latinské slovo bolo odvodené z latinského slova „festum“, ktoré v preklade znamená hostina/hodovanie.

Podľa autora Falassiho (1987) pojem festival pochádza z etymologického hľadiska z latinského slova „festum“, no latinčina má dva zaužívané termíny pre pojem festivalové udalosti. Prvý používaný termín zo slova „festum“ sa považuje za označenie verejnej zábavy, radosti a hodovania. Druhý latinský termín „feriae“, ktorý tiež označuje pojem festival, ho charakterizuje ako zdržiavanie sa od práce na preukázanie cti bohom. Ďalej autor vysvetľuje sekundárny význam slov „festum“ a „feriae“. Podľa neho majú tieto pojmy v rôznych jazykoch najčastejší význam na označenie sviatočného správania alebo tiež môžu predstavovať rôzne segmenty, ako napr. slávnosti sprevádzané bohatým jedlom. Španielsky pojem „fiesta“ sa prvotne používal na označenie verejných rytierskych bojov, rumunský pojem „festa“ sa používa pri označení žartu a francúzsky pojem „fête“ slúži na označenie narodeninovej oslavy alebo ako výraz na vrele privítanie.

Tabuľka č. 1 Typológia festivalov podľa autorov

Kritérium typológie festivalov podľa Falassiho (1987):
- svetské festivaly – sú zamerané na pozemský život,
- sakrálne festivaly – sú zamerané na náboženstvo.
Kritériá typológie festivalov podľa Cudny (2014):
1. miesto konania,
2. sezóna organizovania,
3. postoj k náboženstvu,
4. štruktúry sociálnych tried a rolí a deľba moci,
5. rozsah a dôležitosť,
6. periodicita festivalov,
7. témy,
8. dôležité osobné životné okamihy,
9. organizačná forma a financovanie podujatia,
10. geografická udalosť,
11. historická udalosť.
Klasifikácia festivalov podľa miesta konania (Cudny, 2014):
- festivaly organizované na vidieku,
- festivaly organizované v mestách,
- festivaly organizované pod holým nebom,

- festivaly organizované pod zastrešenými zariadeniami.

Klasifikácia festivalov podľa štruktúry hostí a divákov (Cudny, 2014):

- národné festivaly – hosťami sú umelci alebo cestovatelia, ktorých pozvali organizátori z danej krajiny, prezentujúci svoje úspechy,
- medzinárodné festivaly – hostia sú pozvaní z danej krajiny i zo zahraničia alebo iba zo zahraničia.

Klasifikácia festivalov podľa kritéria tém (Cudny, 2014):

- ľudové festivaly,
- umelecké festivaly,
- festivaly zamerané na jedlo a víno,
- festivaly vedy a techniky,
- multikultúrne festivaly,
- festivaly venované etnickým menšinám (najčastejšie venované tým, ktorí obývajú danú oblasť),
- módné festivaly,
- dobrodružné festivaly,
- festivaly venované sexuálnym menšinám – napr. lesbické festivaly.

Klasifikácia festivalov podľa ročnej sezóny (Aldskogius, 1993):

- jarné – v mesiacoch od marca do mája,
- letné – od júna do augusta,
- jesenné – od septembra do novembra,
- zimné – od decembra do februára.

Klasifikácia festivalov podľa rozsahu a veľkosti (Jago a Shaw, 1998):

- menšie podujatia,
- významné podujatia,
- puncové podujatia,
- mega podujatia,
- festivaly.

Klasifikácia špeciálnych podujatí (Getz, 2008):

- kultúrne slávnosti – sem okrem hudobného festivalu zaraďuje karnevaly, oslavy pamiatky a náboženské slávnosti,

- politické a štátne slávnosti – politické udalosti, samity, kráľovské príležitosti a pod.,
- umenie a zábava – koncerty a udeľovanie ocenení,
- obchodné – obchodné výstavy a veľtrhy,
- vzdelávacie a vedecké slávnosti – konferencie a semináre,
- rekreačné slávnosti – zábavné organizovanie hier a športu,
- súkromné slávnosti – večierky, spoločenské akcie a pod.
Klasifikácia festivalov podľa pôsobenia (Getz, 2008):
- malé miestne festivaly – inak nazývané aj susedské festivaly,
- regionálne festivaly,
- veľké podujatia – inak spomínané mega udalosti.

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Cudny, 2016

Spomínaný autor Getz (2008) považuje festivaly za typ podujatia, ktoré by sme mohli zaradiť do každej kategórie/typu podujatia, ak by sme ich chceli rozdeliť na základe rozsahu a dôležitosti.

Vo všeobecnosti môžeme definovať hudobné festivaly ako udalosti, ktoré nás sprevádzajú procesom sebarealizácie a výnimočných zážitkov. Každý zo spomínaných autorov sa snaží definovať a rozčleniť hudobné podujatia podľa svojho postoja k nim. Existuje niekoľko rozdielnych delení festivalov. Tieto delenia sa líšia na základe kritérií a štúdií od rôznych autorov. Vo všeobecnosti festivaly patria medzi kultúrne slávnosti najčastejšie organizované počas leta. Môžu mať národný, ale aj medzinárodný charakter a môžu byť organizované na vidieku, ale aj v meste – v závislosti od rozsahu a veľkosti. Najčastejšie bývajú organizované v exteriéri, no najväčší úspech zažívajú medzi mladými ľuďmi veľké podujatia, t.j. mega udalosti, a u starších ľudí regionálne festivaly so zreteľom tradovania miestnej tradície.

1.2 Špecifiká hudobných festivalov

Hudobný festival je jedným z druhov festivalov (okrem neho poznáme ešte filmové festivaly, art festivaly či divadelné festivaly), väčšinou organizovaný v exteriéri, počas ktorého sa prezentujú série interpretov so svojou hudbou vo forme koncertov, avšak všetky koncerty spĺňajú jednu a tú istú spoločnú tému. Festivaly bývajú obohatené

stánkovým predajom jedál či iných produktov, workshopov, či diskusií – program závisí od typu festivalu. Môžu sa konať každoročne, v pravidelných intervaloch alebo neperiodicky.

Hudobný festival zaraďujeme medzi nehmotnú kultúru, ktorá je súčasťou konceptu kreatívnej a kultúrnej ekonomiky zaraďujúcu sa medzi kultúrne odvetvie. Ekonomickým prejavom festivalov je stimulácia kultúrnej spotreby vo forme napr. kúpy kultúrnych produktov umelcov, či reklamných produktov a pod. Autori Sava a Badulescu (2018) približujú tento pojem k rôznym kultúrnym a kreatívnym odvetviam, ktorých aktivita pozostáva z kultúrnych, umeleckých a iných prejavov a hodnôt. Medzi tieto aktivity patria konkrétne produkcia, rozvoj, šírenie a zachovávanie takých objektov, ktoré predstavujú spomínané umelecké, kreatívne a iné prejavy. Kreatívna ekonomika podporuje rozvoj, rešpektuje hodnoty iných, ktoré môžu prospešne zasahovať do cudzích kultúr a oblastí. Okrem toho, autori považujú festivaly za kultúrne podujatia, ktoré sú predovšetkým zameriavané práve na rozvoj a prezentovanie sa. Od festivalov sa vyžaduje mať pripravený harmonogram a balík programov, ktoré organizátori predstavia v určitom časovom období na jasne definovanom mieste.

Súčasťou každého hudobného festivalu je predstavenie, najčastejšie hudobné. Autor Bauman (1992) považuje festivaly za kolektívne javy poskytujúce mnoho predstavení. Tie slúžia ako príležitosť na spoznanie rôznych kultúr a sú definované ako fenomén, rozsiahla nápaditá kultúrna produkcia typická pre modernú spoločnosť. Zahrňuje dialógy, viachlasnú a polytematickú komunikáciu. Zámerom hudobného predstavenia je zábava, odpútanie sa a zapojenie každého jednotlivca do rovnakej akcie, najmä tancom. Tanec môže byť predvádzaný pre náboženský účel, ďalej ako súčasť folklórnej tradície alebo tiež ako súčasť sociálneho aktu. V dnešnej dobe tanec na festivaloch predstavuje spoločný sociálny akt, ktorý ľudí spája a predstavuje niečo spoločné. Ďalším účelom festivalu a jeho hudobných predstavení je podľa autora prejav identity hudobnej skupiny, a to prostredníctvom svojho talentu a zručností, ktoré počas predstavenia predvádzajú. Súčasťou dobrého festivalu je tzv. festivalová komunikácia, ktorá je úzko spätá s každým účastníkom. Za festivalovú komunikáciu autor považuje interakciu medzi hudobnou skupinou a jednotlivcom. Festival pomáha k regenerácii, usporadúva spoločenský život, upevňuje identitu hudobnej skupiny, prispieva k formulácii spoločenských otázok a motivuje návštevníkov k opätovnej návšteve.

Tak ako sme spomínali, súčasťou hudobných vystúpení na festivaloch je interakcia hudobnej skupiny s jedincami. V spojitosti so sociálnou interakciou, autorka Kuutma (1998) zastávala názor, že festival ponúka mnoho komunikačných príležitostí. Hoci sa na festivale nachádza veľké množstvo menších skupiniek jednotlivcov, dochádza k spoločenskej interakčnej komunikácii, predovšetkým k tej v tvárou tvár. Autorka taktiež zosumarizovala štruktúru festivalových udalostí:

Tabuľka č. 2 Postupná štruktúra festivalových udalostí

1. Otvárací ceremoniál – zahájenie začiatku festivalu obohatený vlastným rituálnym aktom,
2. slávnostný sprievod,
3. vystúpenia,
4. súťaže, workshopy, diskusie,
5. hostina vo forme občerstvenia,
6. záverečné podujatie,
7. záverečný ceremoniál – ukončenie festivalu.

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kuutma, 1998

Hudobný festival je osobitným typom cestového ruchu, t.j. festivalový turizmus, ktorý sa podľa Cudny (2016) nazýva festivalový cestovný ruch, skrátene festivalový turizmus. Radí sa medzi kultúrne odvetvie, konkrétne medzi nehmotnú kultúru. Ak by sme chceli zosumarizovať špecifiká hudobného festivalu, patrí sem predovšetkým festivalová štruktúra, ktorá ovplyvňuje celkovú príťažlivosť festivalu. Každý festival by mal začínať oficiálnym zahájením a predstavením svojho programu. Môže byť doplnený o svoj originálny rituál, no nie je to podmienkou. Program by mal pozostávať predovšetkým z hudobných predstavení, súťaží, workshopov, či diskusií, ktoré by mali prispieť k vzájomnej spoločenskej interakcii nielen medzi umelcami a návštevníkmi, ale aj medzi návštevníkmi navzájom. Blížiaci sa koniec festivalu by mal byť predstavený formou záverečných podujatí a nakoniec záverečným ceremoniálom, ktorý oficiálne ukončí festival, a teda aj jeho program.

Hudobné podujatia sú kultúrnou aktivitou, ktorá podporuje imidž destinácie. Ak je kultúrne podujatie kvalitne pripravené a návštevníci týchto kultúrnych podujatí sú spokojní, pozitívna odozva vytvára zároveň pozitívny imidž destinácie a opačne. Kvalita, atmosféra,

program, organizácia a jedinečnosť festivalu majú veľký vplyv na rozvoj úspešného festivalového turizmu.

1.3 Vplyvy, účinky a dopady hudobného festivalu

Výskumy zaoberajúce sa vplyvmi a dopadmi festivalov sa až do posledných dvoch desaťročí zameriavali hlavne na ekonomické aspekty festivalov. Posledné dve desaťročia prispeli k novým štúdiám zaoberajúcim sa aj sociálnym dopadom organizácie festivalov a podujatí. Vo všeobecnosti sa vplyvy festivalu zoskupujú do ekonomických, environmentálnych, sociálno-kultúrnych a politických kategórii. V našej práci sa im detailnejšie venujeme v nasledujúcich podkapitolách.

1.3.1 Ekonomický dopad hudobného festivalu

Autor Getz (2008) sa vo svojom diele venoval ekonomickej podstate festivalov. Podľa jeho slov festivaly a podujatia majú tendenciu pôsobiť na cestovný ruch a na ekonomický dopad s cieľom preukázať svoju hodnotu v ekonomike. Cestovný ruch napomáha zachovať prostredníctvom festivalov a kultúrnych podujatí tradície a ich význam. Na druhej strane zvyšujú atraktivitu daného regiónu, príťažlivosť a návštevnosť, a tým pádom podporujú cestovný ruch. Autor Dwyer (2000) upozorňoval na dôležitosť organizovania festivalov z ekonomického aspektu. Podľa neho sú festivaly uskutočnené aktivity vo voľnom čase, ktoré môžu mať veľmi silné dôsledky na vytváranie nových pracovných miest a tiež na zvýšenie spomínanej návštevnosti na cieľovom mieste. Podobný názor na ekonomický prínos hudobných festivalov mal aj autor Schuster (2001). Ten sa vyjadril, že festivaly a podujatia, ktoré sa konajú ako mestské vystúpenie, ekonomicky prispievajú mestu, zvýrazňujú jeho profil, lákajú viac turistov, prinášajú viac kapitálu a interných investícií do mesta.

Podľa autorov Janeczko, Mules a Ritchie (2002) sú prístupy hodnotenia ekonomický dopadov nasledovné:

Tabuľka č. 3 Ciele a merania ekonomických dopadov festivalov

Dopady	Ciele hodnotenia	Spôsob merania
Zisk/ strata	- hodnotenie finančnej efektívnosti alebo solventnosti z krátkodobého hľadiska	- meranie priamych nákladov a výnosov organizátorov, čím sa určí prebytok alebo strata
Návratnosť investícií	- vypočítanie rentability investovaného kapitálu (ROI) pre súkromných investorov/vlastníkov	- použiť štandardný vzorec účtovania $ROI = \frac{\text{výnosy} - \text{náklady z investície}}{\text{náklady na investíciu}}$
Ekonomický rozsah	- určiť ekonomický rozsah organizovania festivalu	- zmerať celkovú návštevnosť, výdavky spotrebiteľov a výdavky organizátorov
Náklady a výnosy	- vyhodnotiť náklady a prínosy zo strany hostiteľov a prostredia	- komparácia hmotných a nehmotných nákladov a výnosov z krátkodobého a dlhodobého hľadiska, - posúdiť investičné náklady príležitosti, - preskúmať rozloženie dopadov - zhodnotiť čisté imanie
Ekonomický dopad	- zhodnotiť makroekonomické prínosy pre cieľovú destináciu	- odhadnúť priame a nepriame príjmy a zamestnanecké výhody, - používať ekonomické ekonometrické modely

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Janeczko a kol., 2002

Základnými nástrojmi hodnotenia ekonomického dopadu sú hodnotenia finančnej efektívnosti, čím sa zistí vykazovanie zisku alebo straty zo strany organizátorov festivalu. Ďalej sú nástrojmi rentabilita investovaného kapitálu, zmeranie ekonomických rozsahov, ktoré majú vplyv na zisk/stratu festivalu, náklady a výnosy spojené s organizovaním festivalu a nakoniec sú to ekonometrické modely, ktoré zhodnotia makroekonomické prínosy. Celkovo zastávame názor, že zmerať ekonomické prínosy festivalu nie je vôbec ľahké.

1.3.2 Sociálny dopad hudobného festivalu

Do 20. storočia sa štúdiá podrobne venovali najmä ekonomickým dopadom, avšak miestna atmosféra destinácie je tvorená prevažne miestnym obyvateľstvom, ich postojom k zveľaďovaniu alebo udržiavaniu si pozitívneho imidžu svojej destinácie.

Autori Wallstam, Ioannides a Pettersson (2018) vymedzujú pojem sociálne dopady ako každú pozitívnu či negatívnu životnú zmenu u ľudí, ktorá je rozlíšiteľná istými činiteľmi. Medzi tieto dopady autori považujú všetko, čo sa týka podmienok spôsobu našej existencie, šťastia, kvality nášho života a blahobytu. Bližšie definujú sociálne dopady plánovaných udalostí, a teda aj festivalov ako prostriedky, ktoré do značnej miery ovplyvňujú zmeny v živote ľuďstva.

Typickou črtou festivalov je sociálna interakcia. Človek je bytosť predurčená k ľudskému kontaktu, k interakcii, k zábave, k vyjadrovaniu svojich emócií, k spoznávaniu sa a k seberealizácii. Aj preto je hudobný festival jedným z miest, ktoré poskytujú ľuďom možnosť uskutočňovať vyššie spomínané aktivity. Autorky Lee a Arcodia (2012) zistili, že festivaly nielenže zahŕňajú, ale aj vytvárajú určitú formu sociálneho prepojenia. Podľa nich sociálna interakcia nastáva na makroúrovni, t.j. keď sa stretne jedna skupina alebo niekoľko skupín jednotlivcov v časopriestore. Po určitom čase medzi skupinami vznikajú príbuzenstvá, priateľstvá, či profesionálne prepojenia.

Podľa Yozukman, Bertan a Alkaya (2020) festivaly posilňujú subkultúry a vytvárajú jednotu medzi ľuďmi v spoločnom priestore. Spoločenské kultúrne podujatia, medzi ktoré patria aj festivaly, zohrávajú významnú úlohu v modernej globálnej a národnej identite miest, obcí a cieľových destinácií, v ktorých sa podujatia organizujú. Sociálne vplyvy miestneho festivalu sa z hľadiska ekonomického hodnotenia všeobecne považujú

za vonkajšie nehmotnejšie dopady v porovnaní s ekonomickými dopadmi. Stanovenie, meranie a pochopenie sociálnych dopadov je rovnako dôležité ako v prípade ekonomických dopadov. Najbežnejšou formou merania sociálnych dopadov v cestovnom ruchu je meranie vnímania miestneho obyvateľstva. Akékoľvek meranie sociálnych dopadov nazývajú autori indikátormi sociálnych dopadov. Práve indikátory môžu priamo poukazovať na sociálne dopady, ako napr. vnímanie organizovania udalostí u miestnych obyvateľov, alebo nepriamo, napr. vnímanie úrovne kriminality. Medzi konkrétne javy, ktoré možno považovať za sociálne dopady patria:

1. kvalita života – vnímanie podmienok, ktoré vplyvajú na život človeka,
2. subjektívna pohoda – meranie vnímaného šťastia,
3. sociálny kapitál – medziľudské vzťahy a kontakty, ako aj vzájomná dôvera.

Z hľadiska sociálnych dopadov majú festivaly sociálne výhody aj sociálne náklady. Uvedomenie si sociálnych dopadov a postoja miestnych obyvateľov k týmto dopadom môže pomôcť minimalizovať nežiaduce situácie v živote miestnych obyvateľov. Môže sa tak obnoviť rovnováha medzi faktormi sociálneho a ekonomického rozvoja v komunite. Medzi spomínané sociálne výhody zaraďujú autori Pavluković, Armenski a Alcántara-Pilar (2017):

- oživenie destinácie,
- posilnenie imidžu destinácie,
- zvyšovanie sociálneho rozvoja.

Medzi sociálne náklady zaraďujú:

- zmeny spoločenských hodnôt,
- xenofóbiu,
- využívanie kultúry a tradičného života.

Sociálne dopady hudobných festivalov môžu vplyvať pozitívne, ale aj negatívne. Človek je sociálny tvor, ktorý potrebuje interakciu s inými ľuďmi. Tú vie nájsť aj na hudobných festivaloch. Na nich prebieha sociálna interakcia nielen medzi návštevníkmi navzájom, ale taktiež aj medzi vystupujúcimi umelcami a návštevníkmi. V prípade, že sa návštevník festivalu rozhodne spoznať miestnu kultúru, sociálna interakcia nastáva aj medzi miestnym obyvateľstvom, resp. ich kultúrnym dedičstvom, a návštevníkmi.

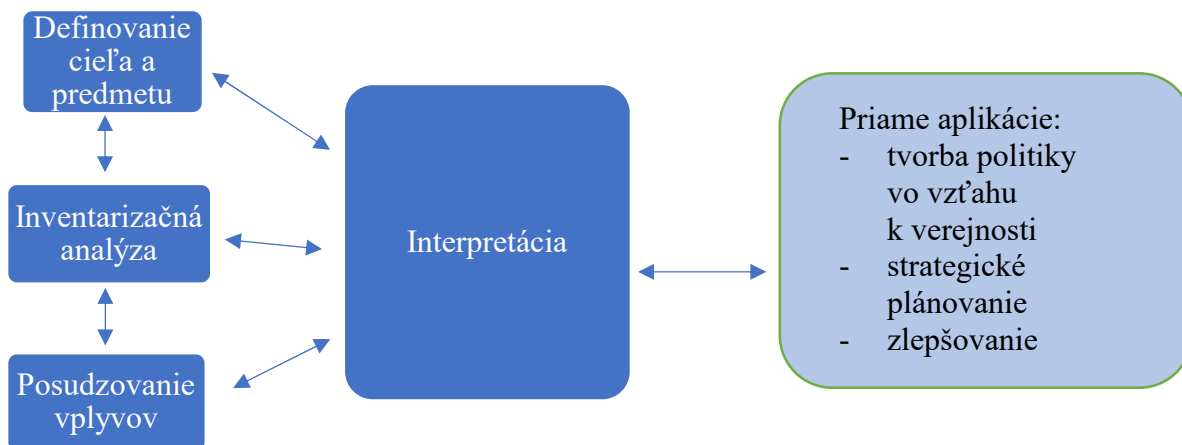
V spomínaných prípadoch však išlo o pozitívny sociálny dopad festivalu. V prípade negatívneho sociálneho dopadu sú jeho prejavy vo forme zmeny hodnôt spoločnosti. Miestni obyvatelia môžu trpieť strachom, aké následky bude mať organizovanie festivalu v ich blízkosti, t.j. xenofóbia z cudzích javov a pod. (Pavluković, Armenski a Alcántara-Pilar, 2017)

1.3.3 Environmentálne aspekty hudobného festivalu

Za posledných 10 rokov sa zvýšil záujem o environmentálne porozumenie organizovaniu rôznych podujatí, medzi ktoré zaraďujeme aj hudobné festivaly. Organizovanie festivalov, ktoré sú šetrné k životnému prostrediu a môžeme ich označiť za trvalo udržateľné, majú hlbší význam. Organizovanie udržateľných a zodpovedných festivalov k životnému prostrediu malo význam aj pri formovaní normy ISO 20121, ktorá ponúka postupy organizovania akéhokoľvek podujatia so zámerom zvládnutia ekonomických, sociálnych a environmentálnych dopadov. Norma je flexibilná, takže možno ju použiť nezávisle od typu podujatia.

Podľa autorov Pavlukovićovej, Armenskej a Alcántara-Pilariho (2017) sú negatívnymi environmentálnymi vplyvmi hudobného festivalu najmä ničenie životného prostredia, znehodnocovanie zelených plôch a zvýšený hluk, ktorý môže odplasiť miestnu faunu. Pozitívum festivalov, z hľadiska dopadu na prostredie, je prispievanie k obnove organizovania festivalov predovšetkým v priemyselných mestách, rekonštrukcii alebo prestavbe zanedbaných, nevyužitých, či starých budov. V dôsledku organizovania festivalov sa miestna samospráva snaží zveľaďovať okolie, t.j. budovanie lepšej infraštruktúry. Jedným z hlavných nástrojov posudzovania vplyvov na životné prostredie je nástroj medzinárodnej environmentálnej politiky na uskutočňovanie trvalo udržateľného rozvoja, t.j. posudzovanie priamych a nepriamych vplyvov zámeru na verejné zdravie, prírodné zdroje, životné prostredie, majetok a kultúrne podujatia. Bližší proces posudzovania vplyvov na životné prostredie na území Slovenskej republiky upravuje zákon č. 24/2006 Z. z. o posudzovaní vplyvov na životné prostredie a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov. Ďalším nástrojom na meranie environmentálneho dopadu je posudzovanie životného cyklu, (ďalej len „LCA“).

Obrázok 1 Štruktúra posudzovania životného cyklu



Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://kei.tuzvo.sk/>

Štúdium LCA, ktoré berie do úvahy celý životný cyklus, pozostáva zo 4 hlavných fáz:

1. definovanie cieľa a predmetu – čiže určiť si, čo chceme dosiahnuť a akými objektmi,
2. inventarizačná analýza – postupné zisťovanie prostriedkov,
3. posudzovanie vplyvov – zhodnotenie konečných vplyvov, ktoré majú dopad na životné prostredie,
4. interpretácia – zhrnutie záťaží na životné prostredie.

Posudzovanie environmentálnych vplyvov hudobného festivalu môžeme považovať z hľadiska postupov merania za najnáročnejšie. Neexistuje toľko nástrojov merania ako napríklad pri ekonomických vplyvoch. Okrem toho, vyhodnotenie environmentálnych dopadov je komplikovanejšie z toho dôvodu, že ak by sme chceli použiť niektoré indikátory, ako napr. používanie energie počas festivalu, meranie uhlíkovej stopy, či objem recyklovaného odpadu, všetky indikátory sa počítajú s inými jednotkami. Tým však nechceme povedať, že organizovanie festivalu, ktorý kladie dôraz na šetrnosť k životnému prostrediu nemá zmysel. Práve naopak. Pri taktom dedukovaní je väčšia pravdepodobnosť udržania festivalu a zabezpečenia jeho kontinuity.

1.3.4 Zhrnutie dopadov

Vo väčšine platí, že hudobné festivaly sú reakciou na aktuálnu ekonomickú, politickú a sociálnu transformáciu. Tie môžu byť pozitívne, ale aj negatívne. V našej tabuľke bližšie kategorizujeme pozitívne a negatívne dopady ekonomické, environmentálne, sociálne, obchodné, psychologické a politické.

Tabuľka č. 4 Pozitívne a negatívne dopady festivalov

Typ dopadu	Pozitíva	Negatíva
Ekonomické dopady:	Zvýšenia výdavkov, ktoré sa prejavujú: <ul style="list-style-type: none"> - v tvorbe pracovných miest, - vo zvýšení pracovných ponúk, - vo zvýšení kvality života. 	<ul style="list-style-type: none"> - zvyšovanie cien počas konania podujatia, - špekulácie s nehnuteľnosťami, - nedostatok kapitálu, - zlý odhad nákladov, - zlyhávanie v prilákaní turistov.
Cestovný ruch/ Obchodné dopady:	<ul style="list-style-type: none"> - zvýšenie povedomia cieľového miesta cestovného ruchu, - zvýšenie prístupnosti k daným oblastiam, - tvorba nových ubytovacích zariadení, - tvorba nových turistických atrakcií, - skvalitnenie poznatkov o potenciáli investícií a komerčných aktivít v danom mieste. 	<ul style="list-style-type: none"> - slabá reputácia v dôsledku vysokých cien/nesprávnych postupov organizácie, - negatívne reakcie existujúcich podnikov z dôvodu novej súťaže o pracovnú silu.
Environmentálne dopady:	<ul style="list-style-type: none"> - výstavba nových zariadení, - zachovanie dedičstva, 	<ul style="list-style-type: none"> - ekologické škody, - zmeny v procesoch prírody, - ničenie dedičstva,

	<ul style="list-style-type: none"> - skvalitnenie/ posilnenie miestnej štruktúry, 	<ul style="list-style-type: none"> - znečistenie, - vysoká koncentrácia ľudí vedúca k preľudneniu.
Sociálne dopady:	<ul style="list-style-type: none"> - posilňovanie miestnych hodnôt, zvykov a tradícií, - zvyšovanie stálej úrovne záujmov miestneho obyvateľstva a ich účasti na organizovaní podujatí a festivalov. 	<ul style="list-style-type: none"> - komercializácia činností osobného/súkromného charakteru, - potenciálny nárast kriminality, - zmeny v štruktúre miestnych, - sociálna dislokácia.
Psychologické dopady:	<ul style="list-style-type: none"> - pozdvihnutie miestnej hrdosti, - pozdvihnutie povedomia o miestnom konaní. 	<ul style="list-style-type: none"> - kultúrny šok, - tendencia vedúca k obranným postojom regiónu/miestnych, - nedorozumenia vedúce k nepriateľstvám hostiteľa/návštevníka.
Politické dopady:	<ul style="list-style-type: none"> - posilnenie medzinárodného uznania hodnôt cieľovej destinácie, - rozvoj zručností organizátorov. 	<ul style="list-style-type: none"> - neschopnosť dosiahnutia stanovených cieľov, - skreslenie skutočností za účelom prezentácie elitných hodnôt, - zvýšenie administratívnych nákladov.

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Janeczko a kol., 2002

Pri konkretizovaní spomínaných dopadov vyplýva, že akýkoľvek nepremyslený krok organizovania hudobného festivalu môže niesť so sebou negatívne dôsledky. Pri organizácii musia organizátori zohľadňovať viacero faktorov, ktoré v konečnom dôsledku vplývajú nielen na atmosféru festivalu, ale aj na imidž miesta konania. Nie vždy platí, že čím viac investícií sa vkladá do organizovania, tým viac je zabezpečený úspech festivalu, najmä

v očiach návštevníkov. Hlavným pravidlom je minimalizovať negatívne externality a maximalizovať tie pozitívne.

2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania

2.1 Cieľ práce

Cieľom bakalárskej záverečnej práce je kvantifikovať ekonomické prínosy organizovaného hudobného festivalu a vytvoriť segmentačné profily návštevníkov hudobných festivalov v závislosti od zvolených segmentačných kritérií.

Pre naplnenie hlavného cieľa bolo potrebné vykonať čiastkové ciele, ktoré sme si stanovili nasledovne:

- kvantifikácia výdavkov respondentov na jednotlivé produkty v súvislosti s návštevou hudobného festivalu,
- identifikácia preferencií slovenských spotrebiteľov v súvislosti s obsahom a formou hudobného festivalu,
- identifikácia rozdielu preferencií návštevy podujatia z hľadiska pohlavia,
- vytvorenie segmentačného profilu návštevníkov hudobného festivalu v závislosti od zvolených segmentačných kritérií.

2.2 Metodika práce a metódy skúmania

V našej práci sme využili viaceré metódy skúmania. V teoretickej časti práce sme na základe prác domácich a zahraničných autorov vymedzili obsah základných pojmov týkajúcich sa problematiky hudobného festivalu doma a v zahraničí prostredníctvom abstrakcie. Skúmanú problematiku sme rozčlenili prostredníctvom analýzy a syntézu sme využili v našej práci na spájanie vzájomných vzťahov vplývajúcich na hudobný festival ako na produkt cestovného ruchu. Našimi zdrojmi bola predovšetkým zahraničná literatúra, zahraničné elektronické články a taktiež zahraničné elektronické databázy. Výslednými údajmi sme prostredníctvom indukcie vyvodili záver z jednotlivých meraných prínosov.

Na zrealizovanie hlavného cieľa našej záverečnej práce sme si položili nasledovné výskumné otázky:

VO1: Aké sú výdavky respondentov na jednotlivé produkty v súvislosti s návštevou hudobného festivalu?

VO2: Akú formu a obsah (tému) hudobného festivalu preferujú slovenskí spotrebiteľia?

VO3: Aké sú rozdiely vo vnímaní hudobného festivalu z hľadiska pohlavia?

Objektom výskumu bolo 159 respondentov. 3 zo 159 respondentov nespĺňali podmienku účasti na hudobnom festivale, a teda 156 respondentov vyhovel prvej filtračnej otázke týkajúcej sa participácie na hudobnom festivale. Z celkového počtu vyhovujúcich respondentov bolo 103 žien a 53 mužov. 65 respondentov patrilo do vekovej skupiny od 19 do 25 rokov, 31 respondentov do vekovej skupiny od 25 do 29 rokov, 31 respondentov do vekovej skupiny od 30 do 34 rokov a 29 respondentov patrilo do vekovej skupiny 35 a viac rokov. Praktická časť našej práce pozostávala z prieskumu. Zber údajov sme uskutočnili formou elektronického dotazníka prostredníctvom Google stránky, ktorý sme zverejnili na sociálnej sieti Facebook. Zber údajov prebiehal 10 dní, t.j. od 8.2.2021 do 18.2.2021. Prieskum pozostával z 15 otázok. 4 otázky boli socio-demografického charakteru – respondentov sme sa pýtali na vek, pohlavie, priemerný mesačný príjem a na najvyššie dosiahnuté vzdelanie. Z celkového počtu otázok bolo 14 uzavretých a 1 otvorená otázka.

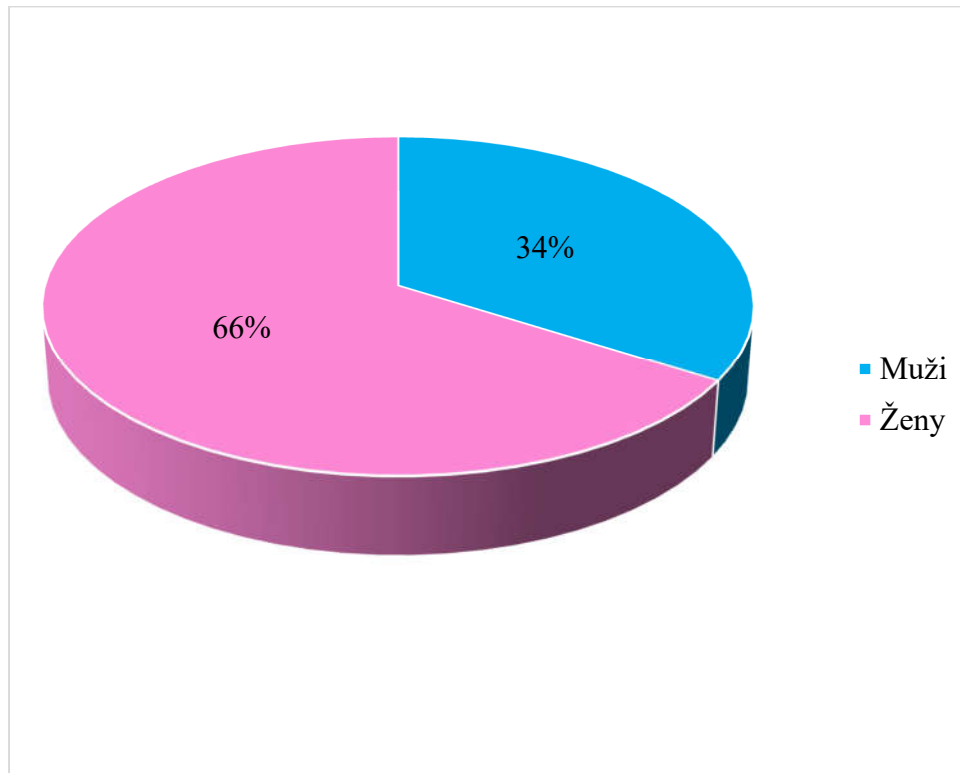
Údaje sme spracovali v štatistickom programe Excel. Na porovnanie výsledkov sme použili metódu komparácie. Pri formulácii výsledkov sme využili syntézu sumarizácie dosiahnutých zistení, ich vzájomnú súvislosť a dané výsledky sme zobrazili prostredníctvom grafických vyobrazení. Na záver sme grafické zobrazenia popísali a interpretovali dosiahnuté výsledky. Tie boli potrebné na dosiahnutie zvolených čiastkových cieľov.

3 Výsledky práce a diskusia

V tejto kapitole sú zobrazené výsledky nášho prieskumu týkajúceho sa kvantifikácie ekonomických prínosov organizovaného hudobného festivalu.

Skúmaná vzorka respondentov mala nasledujúce charakteristiky:

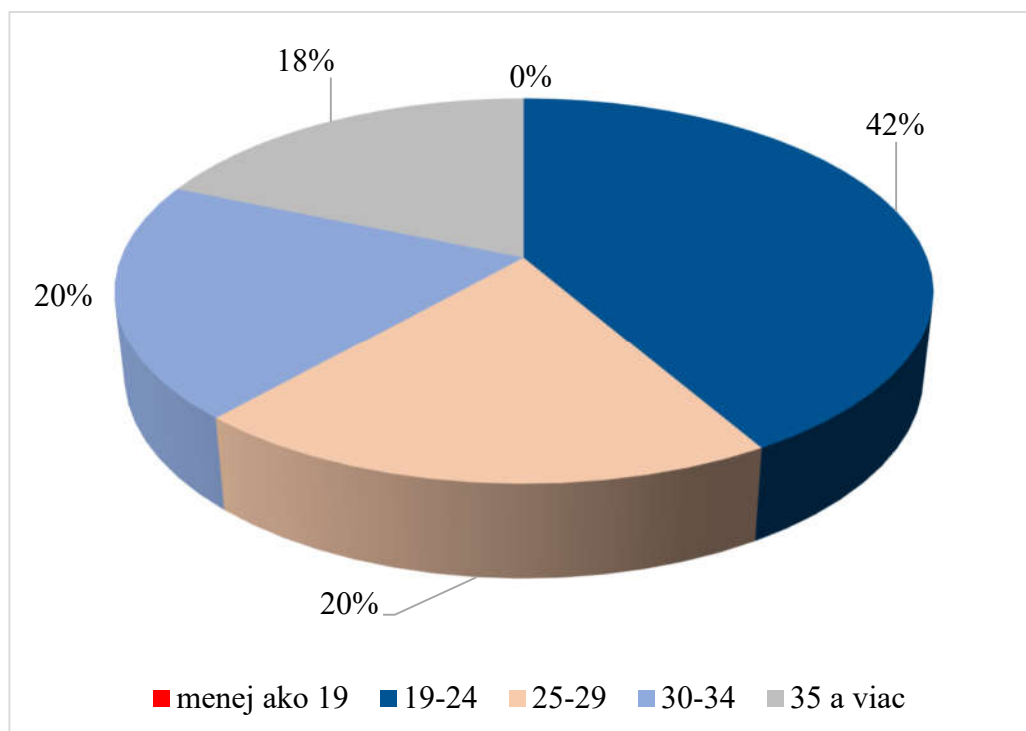
Graf 1 Segmentácia podľa pohlavia



Zdroj: vlastné spracovanie

Prieskumu sa zúčastnilo 156 respondentov, z ktorých podľa Grafu 1 tvorilo 66 % žien a 34 % mužov. Tento percentuálny pomer zobrazuje skutočnosť, že pri oslovovaní so žiadosťou o vyplnenie dotazníka boli ženy v porovnaní s mužmi ochotnejšie zúčastniť sa prieskumu. Taktiež to môže poukazovať na skutočnosť, že hudobných festivalov sa zúčastňuje viac žien ako mužov.

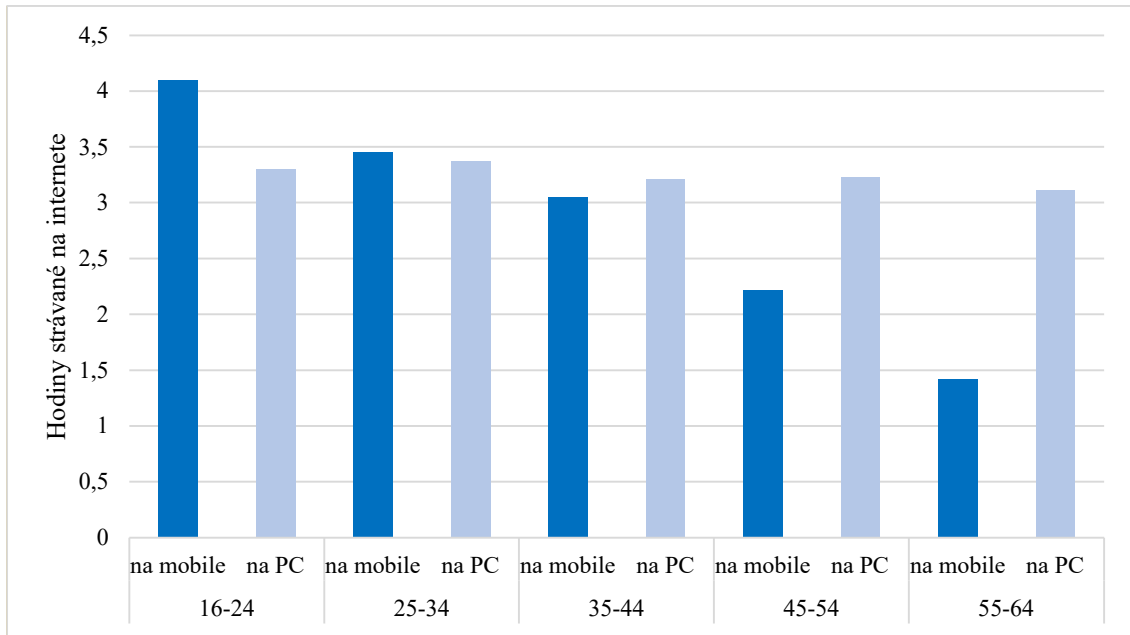
Graf 2 Segmentácia podľa veku respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie

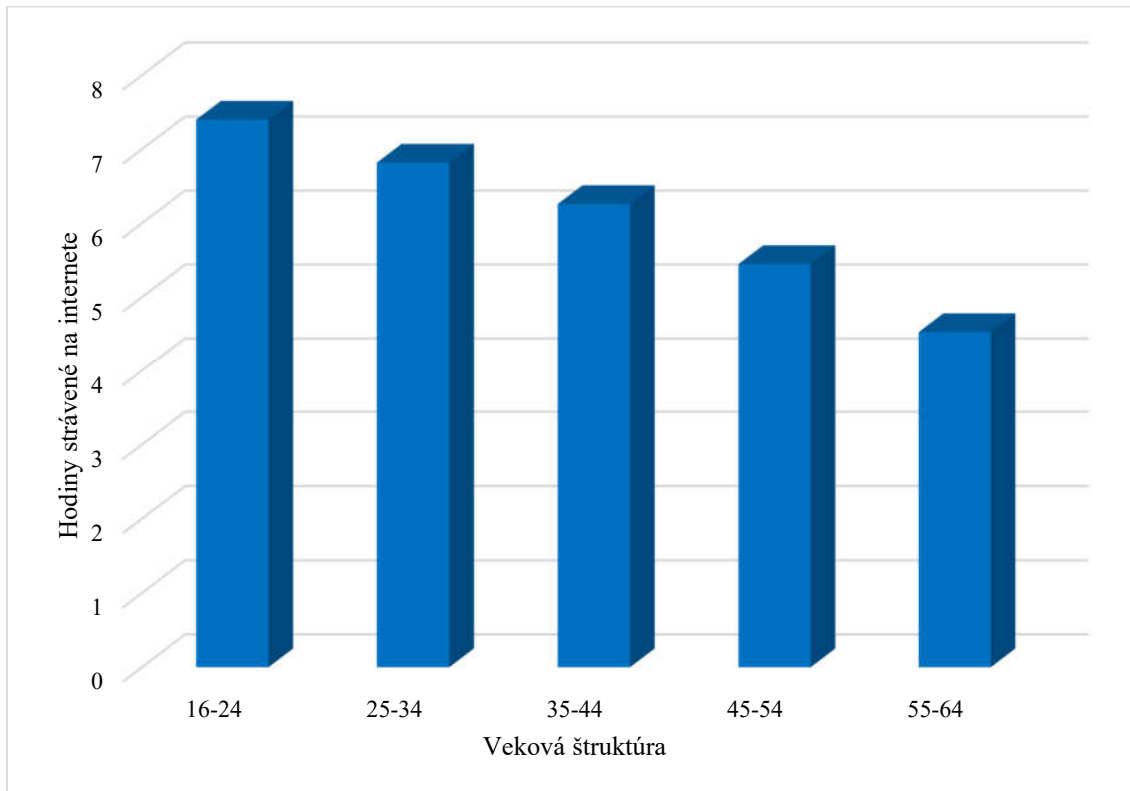
Graf 2 znázorňuje rozdelenie respondentov do piatich vekových kategórií. Vekovú škálu sme si zvolili podľa Štatistického úradu Slovenskej republiky. Z daného grafu vyplýva, že celkový záujem navštíviť hudobné festivaly prejavuje veková skupina od 19 do 24 rokov a za ňou v menšej miere vekové skupiny patriace do vekových kategórií od 25 do 29 rokov a od 30 do 34 rokov. Pre pandémiu sme náš dotazník rozposielali iba cez sociálnu sieť Facebook a nevykonali sme ho prostredníctvom dotazníka v printovej forme. Absencia tejto formy dotazníka podľa nášho názoru zapríčinila, že sa nášho prieskumu nezúčastnili respondenti patriaci do vyššej vekovej kategórie. Náš záver podporuje aj prieskum, podľa ktorého ľudia patriaci do vyššej vekovej skupiny 40 rokov a viac, trávia málo času na internete, na sociálnych sieťach, majú rodinné, pracovné a iné povinnosti, zúčastňujú sa pomenej na prieskumoch, ale aj na hudobných festivaloch. Prieskum týkajúci sa merania priemerného denného času na internete cez mobil alebo cez počítač podľa vekovej štruktúry uskutočňovala nemecká spoločnosť Statista k 1. štvrtroku 2019. Jeho bližšie výsledky môžeme vidieť v Grafe 3 a Grafe 4. V Grafe 4 môžeme vidieť sumárny čas strávený na internete bez ohľadu na typ elektronického zariadenia.

Graf 3 Priemerný čas na internete k 1. štvrtroku 2019 podľa vekovej štruktúry a zariadenia



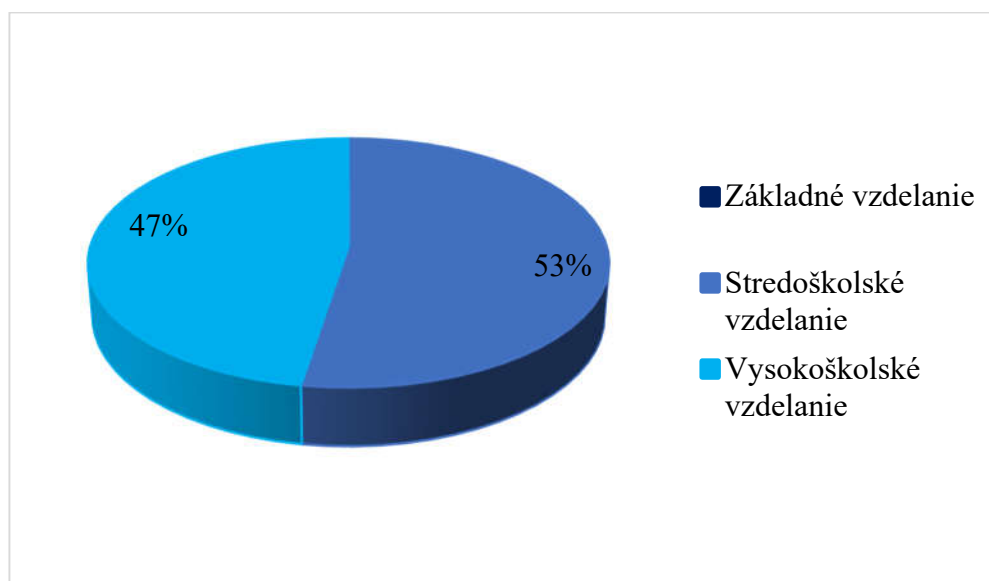
Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.statista.com/statistics/416850/average-duration-of-internet-use-age-device/>

Graf 4 Priemerný čas na internete k 1. štvrtroku 2019 podľa vekovej štruktúry



Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.statista.com/statistics/416850/average-duration-of-internet-use-age-device/>

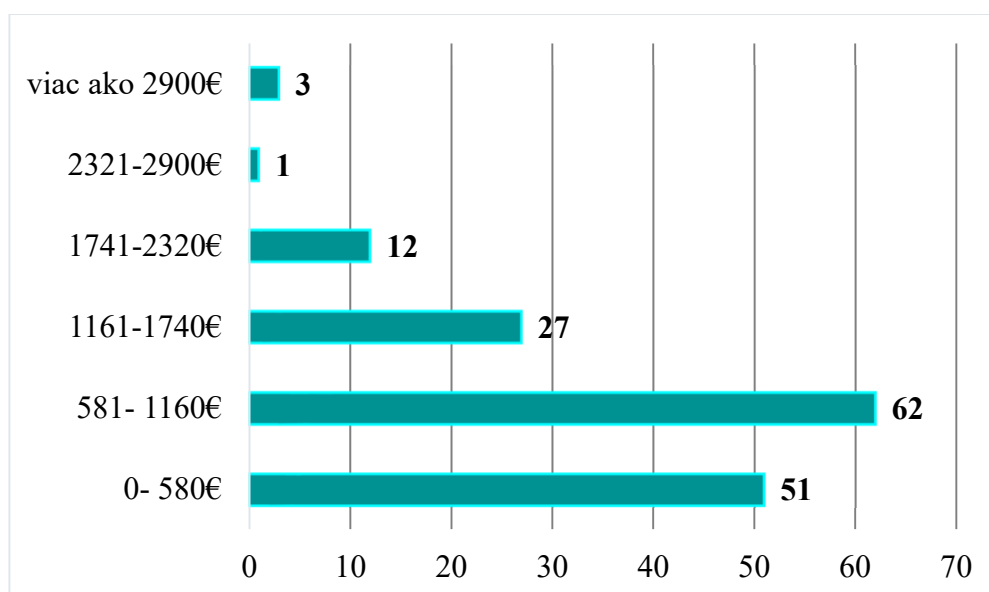
Graf 5 Segmentácia podľa najvyššieho dosiahnutého stupňa vzdelania



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 5 znázorňuje percentuálne vyjadrenie najvyššieho dosiahnutého vzdelania opýtaných respondentov. Žiadny z opýtaných respondentov neuviedol najvyššie dosiahnuté základné vzdelanie, a teda táto kategória nemá percentuálne zastúpenie. Najväčší podiel na našej vzorke tvoria respondenti stredoškolského vzdelania. Dôvodom môže byť fakt, že nášho prieskumu sa v najväčšej miere zúčastnili respondenti vo vekovej skupine od 19 do 24 rokov, teda tí, ktorí ukončili strednú školu alebo ešte nedosiahli vysokoškolské vzdelanie.

Graf 6 Segmentácia podľa priemerného mesačného príjmu respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie

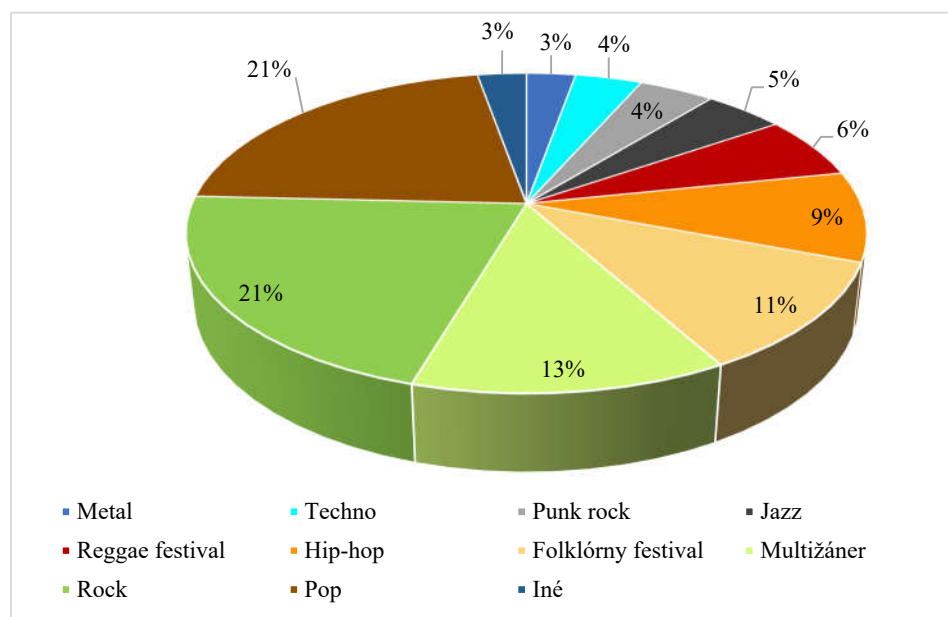
Graf 6 znázorňuje štruktúru respondentov podľa priemerného mesačného príjmu. Najväčšie zastúpenie malo rozmedzie priemerného mesačného príjmu od 581 € do 1160 €. Je spôsobený tým, že nášho prieskumu sa v najväčšej miere zúčastnili respondenti vo vekovej štruktúre od 19 do 24 rokov, čiže buď respondenti, ktorí ukončili strednú školu a sú pracujúci, čiastočne pracujúci popri škole alebo študujúci.

Otázka 1 v našom dotazníku slúžila na selekciu vhodných a nevhodných respondentov, čiže sme sa ich pýtali, či v minulosti navštívili hudobný festival.

Otázka 2: Aké typy hudobných žánrov preferujete na hudobnom festivale?

V druhej otázke bolo naším cieľom zistiť, akú formu hudobného festivalu preferujú slovenskí spotrebiteľia.

Graf 7 Preferencia obsahu a formy hudobného festivalu u slovenských spotrebiteľov



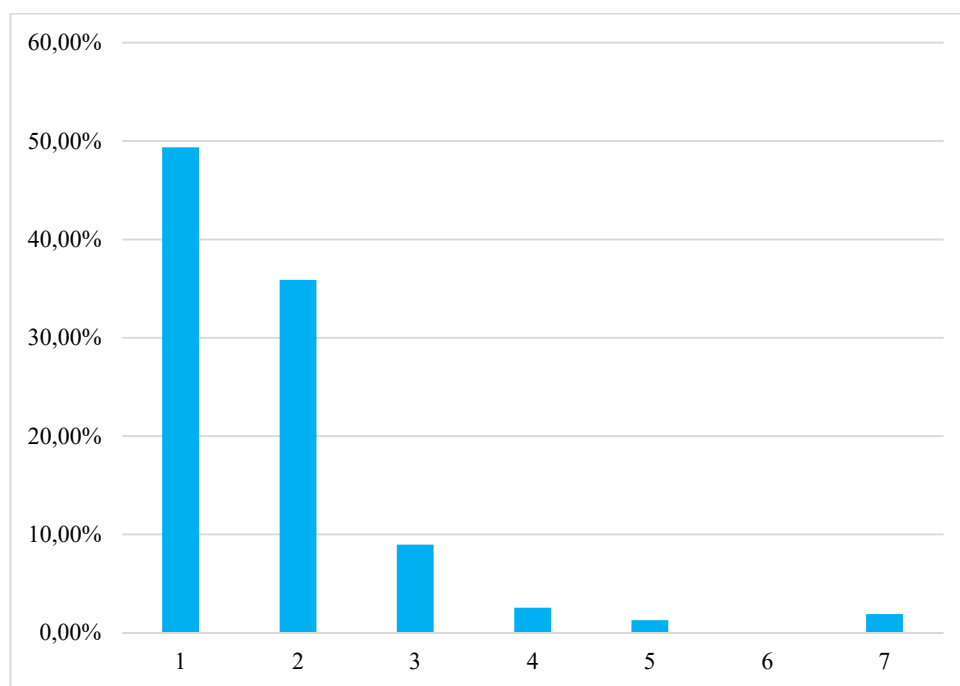
Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 7 zobrazuje jednotlivé žánre hudobných festivalov podľa preferencií slovenských spotrebiteľov. Respondenti mali na výber z 11 možností, pričom jedenásta možnosť bola „iné“. Práve do tejto možnosti, okrem uvedených žánrov uviedli: latino – tento žánr uviedli dvaja respondenti a po jednom respondentovi boli uvedené žánre: world music, electro dance music, detský, chill&lounge music, alternatívna hudba, country a gospel/

worship. Možnosť „iné“ využili 3 % opýtaných. Môžeme si všimnúť, že u slovenských spotrebiteľov resp. respondentov najviac zo všetkých žánrov prevláda pop a rock. Až 21 % respondentov preferovalo tieto druhy žánrov. Multižáner s 13 % bol druhým najčastejšie preferovaným žánrom. U 11 % respondentov sme zaznamenali preferencie folklórneho festivalu. 9 % respondentov preferuje hip-hop. Za ním so 6 % nasleduje reggae festival. 5 % opýtaných preferuje na festivale jazz. Tretím najmenej preferovaným žánrom na festivale je punk rock spolu s techno. Spomedzi žánrov, 3 % opýtaných preferujú metal.

Otázka 3: Koľkokrát do roka zvyknete navštíviť hudobný festival (prosím, uveďte číslo)?

Graf 8 Frekvencia návštevy hudobného festivalu do roka



Zdroj: vlastné spracovanie

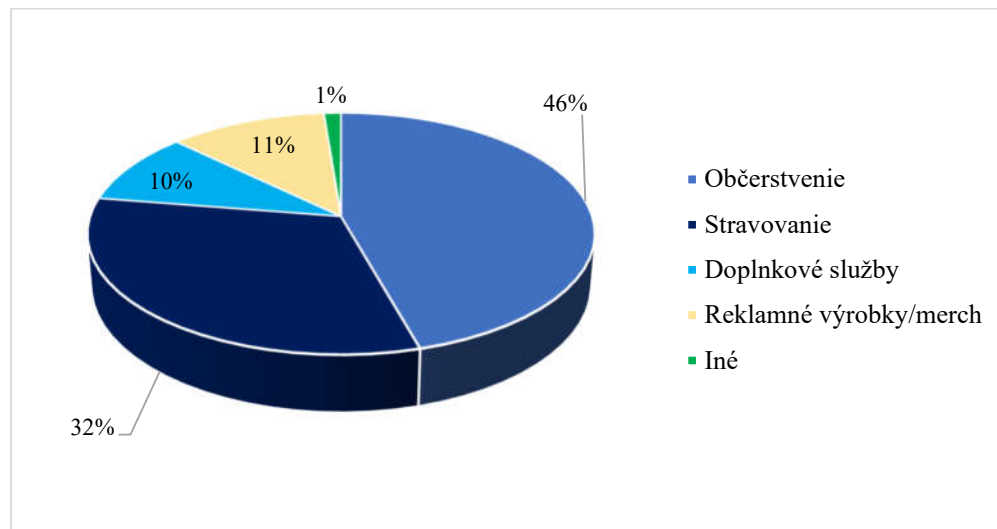
Táto otázka bola cielená tak, aby sme zistili frekvenciu návštevnosti hudobných festivalov. Ako môžeme v Grafe 8 vidieť, až 49,36 % respondentov uviedlo, že navštívi hudobný festival iba raz do roka. Je to spôsobené tým, že veľa z respondentov bolo vo veku od 19 do 25 rokov. Tí navštevujú predovšetkým letné hudobné festivaly, o ktoré je veľký záujem. Dvakrát do roka navštívi hudobný festival 35,9 % respondentov. Zaujímavým údajom je, že 1,92 % opýtaných si dopraje hudobný festival až sedemkrát do roka. Môže to

byť zapríčinené častými a krátko trvajúcimi festivalmi, ktorých cena je menšia ako viacdňové festivaly.

Otázka 4: Na aké konkrétne služby miniete peniaze na festivale?

Cieľom našej otázky bolo kvantifikovať, na aké služby spojené v súvislosti s návštevou hudobného festivalu respondenti míňajú peniaze.

Graf 9 Štruktúra výdavkov respondentov podľa tovarov a služieb



Zdroj: vlastné spracovanie

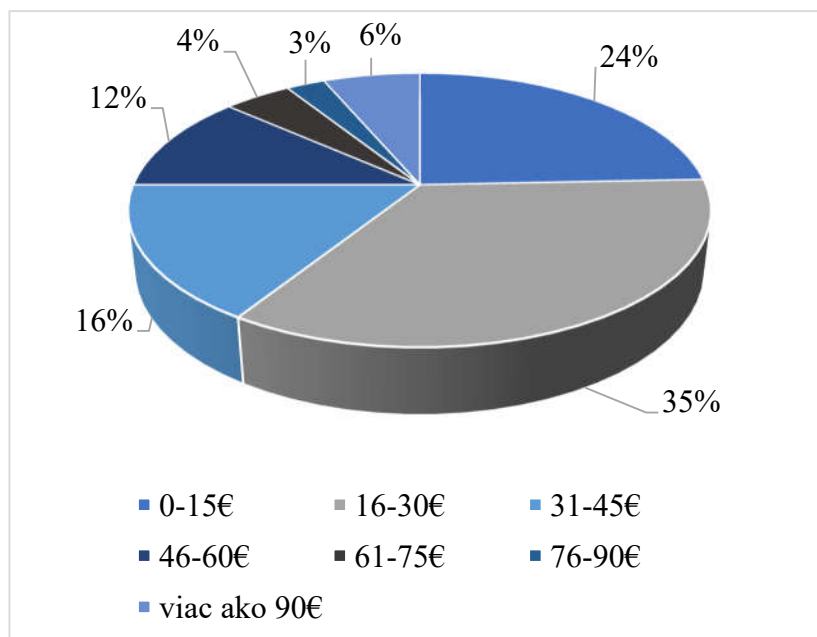
Výsledky sú spracované v Grafe 9, ktorý zobrazuje percentuálne zastúpenie výdavkov respondentov na jednotlivé služby spojené s návštevou hudobného festivalu. Najviac výdavkov respondenti vynakladajú na občerstvenie na hudobnom festivale. Táto možnosť odpovede bola zastúpená so 46 %. Je to spôsobené tým, že na prevažnú väčšinu hudobných festivalov si návštevníci nemôžu so sebou priniesť vlastné potraviny, pokrm, či nápoje, takže si musia daný tovar zakúpiť na mieste. Za občerstvením až 32 % z opýtaných uviedlo, že ich výdavky sú tvorené zakúpením si stravovania na hudobnom festivale. Považujeme za dôležité uviesť, že medzi občerstvenie zaraďujeme pitný režim alebo jedlo v menšej porcii, ktoré majú slúžiť na osvieženie. Za stravovanie považujeme hlavné alebo celodenné jedlo, ktoré má slúžiť na zasýtenie. Tak, ako v prípade občerstvenia, aj tu platí, že stravovanie si musia zakúpiť priamo na hudobnom festivale, pretože priniesť si akékoľvek jedlo so sebou je zakázané. 11 % respondentov uviedlo, že na hudobnom festivale si kúpia ako suvenírom nejaký reklamný výrobok typický pre hudobný festival, ktorý navštívia. Chcú mať nejaký hmotný produkt z hudobného festivalu, ktorý by sa im viazal nielen naň, ale aj na zážitky spojené s ním. 10 % respondentov uviedlo, že ich výdavky putujú

na doplnkové služby hudobného festivalu ako je napr. zakúpenie si miesta na kemp. Pri kúpe vstupenky online je niekedy možnosť si dokúpiť spolu so vstupenkou aj miesto na kemp, no nie vždy sa objaví takáto možnosť a návštevníci si musia miesto na kemp zakúpiť na mieste organizácie festivalu. 1 % respondentov využilo možnosť doplniť svoj názor a uviedlo, že ich výdavky na hudobnom festivale pozostávajú z atrakcií, úžitkových remeselných výrobkov, ale tiež z nelegálnej kúpy návykových látok ako je alkohol a drogy. Tým sa nám zobrazila aj negatívna stránka, ktorá je sprevádzaná s organizáciou hudobných festivalov.

Otázka 5: Koľko ste ochotný zaplatiť za občerstvenie (pitný režim, pokrm) na hudobnom festivale?

Cieľom piatej otázky je detailne kvantifikovať, koľko sú návštevníci hudobného festivalu ochotní minúť na jednotlivé produkty a služby hudobného festivalu. Respondenti si mohli vybrať iba jednu odpoveď z ponúkaných siedmich možností.

Graf 10 Štruktúra respondentov podľa vynaložených výdavkov na občerstvenie v EUR



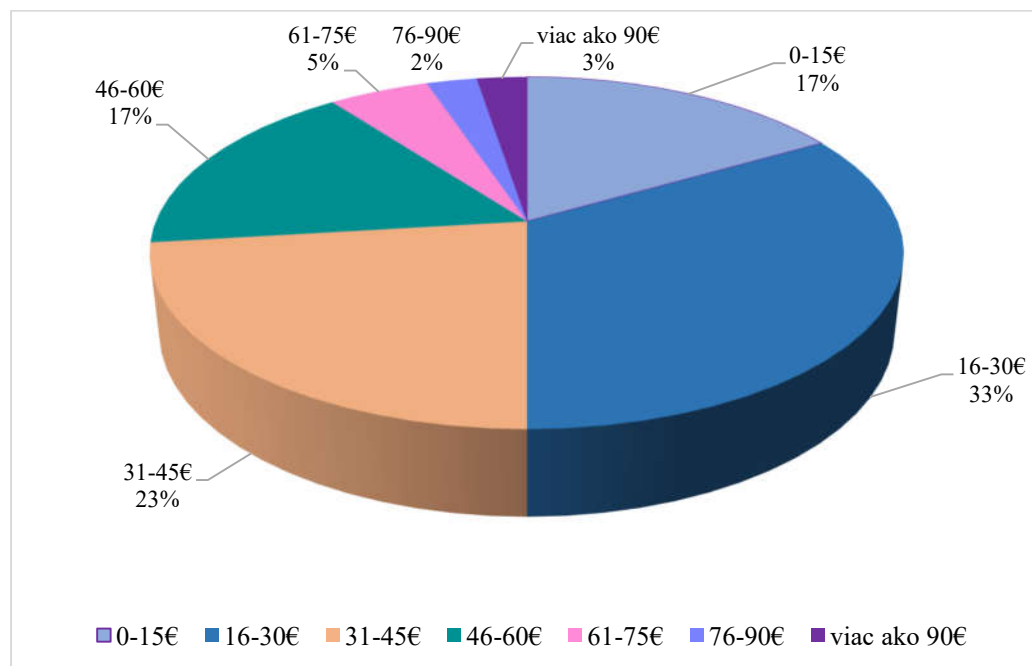
Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 10 zobrazuje výdavky respondentov spomedzi možných cenových rozmedzí vynaložených na kúpu občerstvenia. Zo 156 respondentov až 35 % z nich uviedlo, že v priemere sa ich výdavky na kúpu občerstvenia nachádzajú v rozmedzí od 16 € do 30 €. Veľký vplyv na výdavky má aj dĺžka trvania hudobného festivalu. Výdavky v intervale

0-15 € uviedlo 24 % opýtaných. Opäť to môže poukazovať na skutočnosť, že väčšina respondentov bolo vo veku od 19 do 24 rokov, čiže mladí ľudia, ktorí majú ukončené stredoškolské vzdelanie alebo študujú, a preto nechcú míňať na zakúpenie občerstvenia viac peňazí, ako by si mohli dovoliť. Rozmedzie od 31 € do 45 € si zvolilo 16 % opýtaných. Za ním pokračuje škála od 46 € do 60 € s 12 % a so 6 % možnosť „viac ako 90 €“. V priemere respondenti minú na hudobnom festivale na občerstvenie 33,07 €.

Otázka 6: Koľko ste ochotný zaplatiť za stravovanie na hudobnom festivale?

Graf 11 Štruktúra respondentov podľa vynaložených výdavkov na stravovanie v EUR



Zdroj: vlastné spracovanie

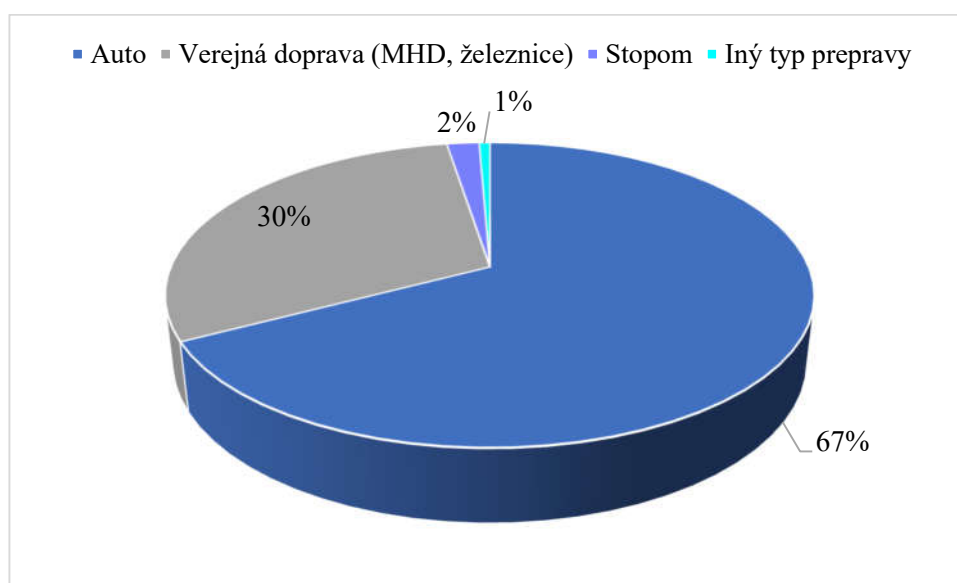
Zámerom tejto otázky bolo zistiť u respondentov, koľko sú ochotní na hudobnom festivale minúť na stravovanie. Spomedzi 156 respondentov až 33 % uviedlo, že je ochotných na stravovanie minúť od 16-30 €, čo môže byť spôsobené cenou stravovania. Ak účastník stráví na hudobnom festivale jeden deň, predpokladáme, že si musí zabezpečiť stravovanie na celý pobyt. 23 % opýtaných si zvolilo rozmedzie 31-45 €. Môže to byť spôsobené predovšetkým dĺžkou trvania hudobného festivalu. V súčasnosti prevláda trend, spolu s organizovaním hudobného festivalu, prezentovať v gastro-zóne aj kvalitné a nápadité pouličné jedlá, tzv. street food. Niektoré z nich sa zameriavajú na poskytnutie špeciálnej stravy ako napr. vegáni, vegetariáni, celiatici a pod., čo sa premieta aj do vyšších finančných výdavkov. Treťou najviac zastúpenou škálou výdavkov na stravovanie so 17 %,

je škála do 15 €. Zaraďujeme sem účastníkov hudobných festivalov, ktorých na festival prilákalo len vystúpenie účinkujúcich. V priemere respondenti minú na stravovanie 34,23 €.

Otázka 7: Aký typ prepravy využívate na dostavenie sa na festival?

Cieľom tejto otázky bolo zistiť, aký typ prepravy respondenti využívajú na dostavenie sa na hudobný festival, pretože typ prepravy má veľký vplyv na určenie výšky prepravných výdavkov u respondentov.

Graf 12 Preferencie typu prepravy na dostavenie sa na hudobný festival



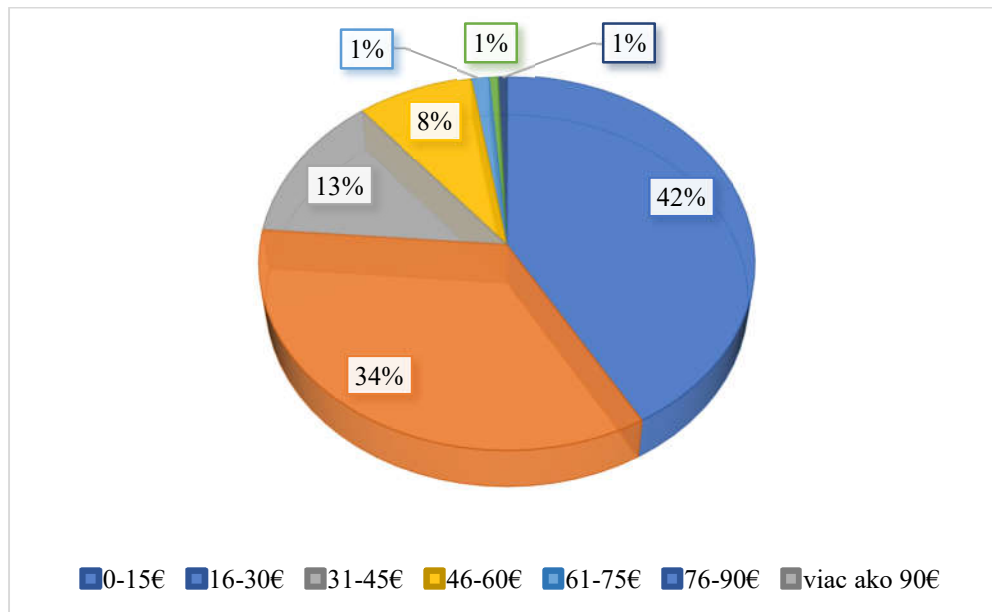
Zdroj: vlastné spracovanie

Až 67 % opýtaných by si zvolilo na dostavenie sa na hudobný festival auto. Príčinou je pohodlnosť prepravy. Návštevníci, ktorí využívajú auto na dostavenie sa na hudobný festival, si môžu so sebou zbaliť viac vecí, nemusia riešiť komplikácie spojené napr. s meškaním spojov tak, ako by to bolo v prípade využitia verejnej dopravy. Ak idú viacerí ako jedna skupinka, môžu sa spoločne poskladať na náklady súvisiace s prepravou a v niektorých prípadoch tak prepravné výdavky na jednu osobu vyjdú lacnejšie. 30 % opýtaných by využilo verejnú dopravu. Stopom by išli 2 % respondentov a 1 % opýtaných by si zvolilo iný typ prepravy.

Otázka 8: Koľko ste ochotný zaplatiť za prepravu na hudobný festival?

Cieľom ôsmej otázky je ekonomicky kvantifikovať výdavky návštevníkov na jednotlivé služby a produkty v spojitosti s hudobným festivalom. Uvedomujeme si, že typ prepravy na účasť na festivale má vplyv aj na celkové prepravné výdavky.

Graf 13 Výdavky respondentov na prepravu na hudobný festival



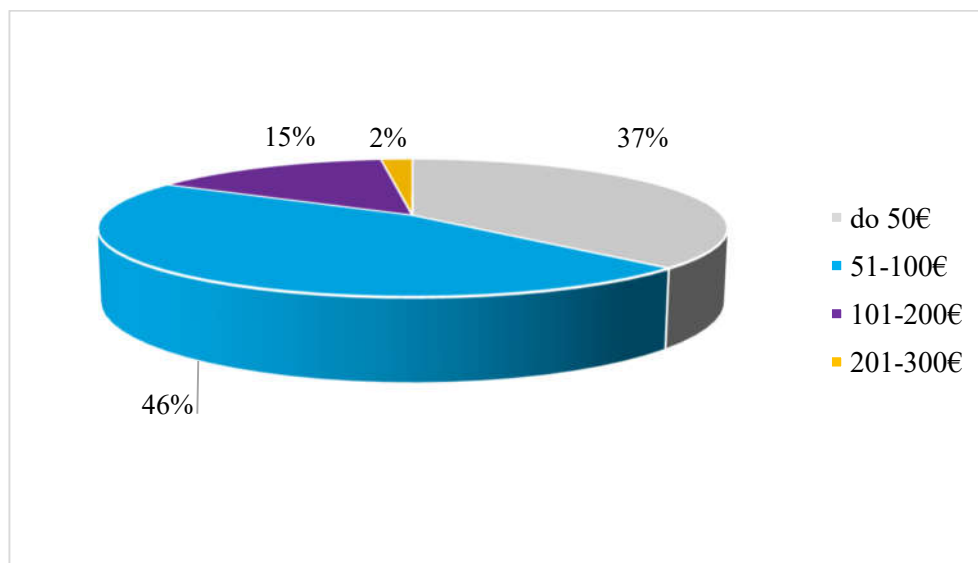
Zdroj: vlastné spracovanie

Z Grafu 13 môžeme vidieť, že až 42 % respondentov je ochotných minúť na prepravu na hudobný festival maximálne do 15 €. Príčinou môže byť fakt, že väčšina respondentov uviedlo typ prepravy auto. Tak, ako sme to uvádzali pri analýze preferencie typov prepravy, aj tu platí, že návštevníci chodia na hudobné festivaly prevažne v skupinkách, čiže je tu veľká pravdepodobnosť, že sa zložia spoločne na pohonné látky, a tak priemerná cena za prepravu autom môže vyjsť do 15 €. Na druhom mieste je škála od 16 € do 30 € s 34 %. Je to spôsobené tým, že až 30 % respondentov uviedlo, že by využili verejnú dopravu. Keďže niektoré hudobné festivaly sa konajú na odľahlom mieste, dostavenie sa na miesto organizovania si vyžaduje aj niekoľkonásobné prestupy, a teda viacnásobné a vyššie platby za prepravu. Za ním nasleduje rozmedzie od 31 € do 45 € s 13 %. Škálu od 46 € do 60 € si zvolilo 8 % respondentov. Iba 1 % respondentov si zvolilo rozmedzie od 61 € do 75 €, od 76 do 90 € a viac ako 90 €. Išlo o tých respondentov, ktorí zároveň uviedli, že ich priemerný mesačný príjem je väčší ako 2320 €. V priemere minú respondenti na prepravu 22,12 €.

Otázka 9: Koľko ste ochotný zaplatiť za vstupenku na hudobný festival?

V tejto otázke sme sa zamerali na výdavky respondentov na zakúpenie si vstupenky na hudobný festival. Uvedomujeme si, že na cenu vstupenky vplýva viacero faktorov: dĺžka trvania hudobného festivalu, forma, obsah hudobného festivalu, počet vystúpení, slávne osobnosti vystupujúce na hudobnom festivale, pokrytie nákladov na organizovanie a pod. Analýza našich výsledkov je zobrazená v Grafe 14.

Graf 14 Výdavky respondentov na zakúpenie si vstupenky na hudobný festival



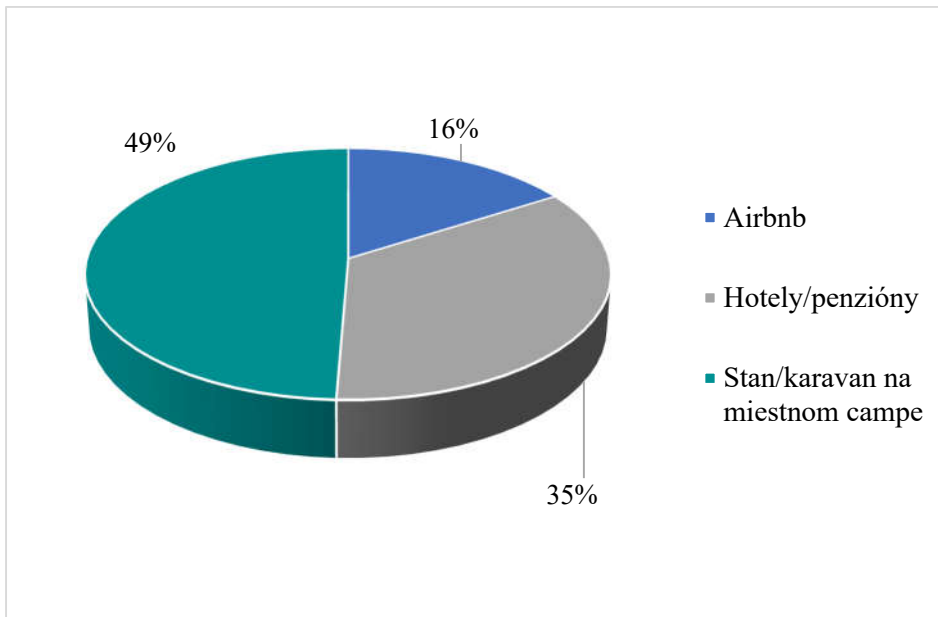
Zdroj: vlastné spracovanie

V Otázke 9 si až 46 % respondentov zvolilo kúpu vstupenky v rozmedzí od 51 € do 100 €. Môže to byť spôsobené tým, že väčšina festivalov na Slovensku je organizovaných ako viacdňové festivaly s priemernou cenou okolo 100 €. Vstupenku do 50 € by si zakúpilo 37 %. Išlo prevažne o respondentov patriacich do vekovej skupiny od 19 do 25 rokov. 15 % opýtaných by si zakúpilo vstupenku od 101 € do 200 €. Iba 2 % respondentov by si zakúpilo vstupenku od 201 € do 300 €. Boli to práve tí respondenti, ktorých priemerný mesačný príjem bol väčší ako 2320 €. V priemere respondenti minú na vstupenku 71,15 €.

Otázka 10: Kde sa zvyknete počas festivalu ubytovať?

Touto otázkou sme chceli zistiť, aké ubytovacie zariadenia a ubytovacie možnosti využívajú respondenti pri ubytovaní sa pred a po programe hudobného festivalu. Typ ubytovania, ako aj dĺžka trvania festivalu vo veľkom vplýva na výdavky týkajúce sa ubytovania.

Graf 15 Preferencie ubytovania sa na festivale

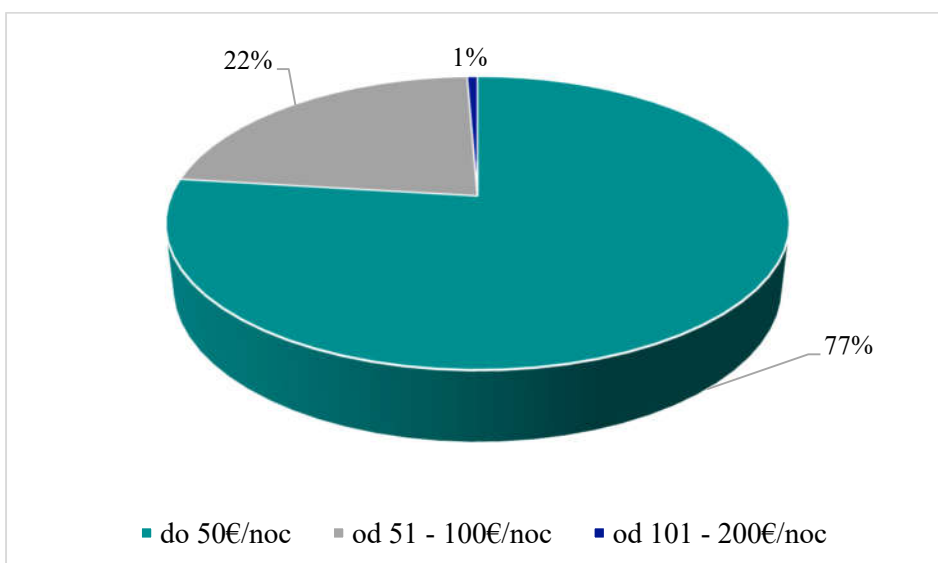


Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 15 zobrazuje preferencie typu ubytovania u respondentov. 49 % opýtaných by využilo stan alebo karavan na miestnom kempe. Je to spôsobené tým, že ide o najlacnejší druh ubytovania. Na druhom mieste respondenti preferujú hotely alebo penzióny pre lepšie pohodlie. To je však spojené s vyššími ubytovacími výdavkami. Iba 16 % respondentov by si zvolilo ubytovanie cez platformu Airbnb.

Otázka 11: Koľko ste ochotný zaplatiť za ubytovanie?

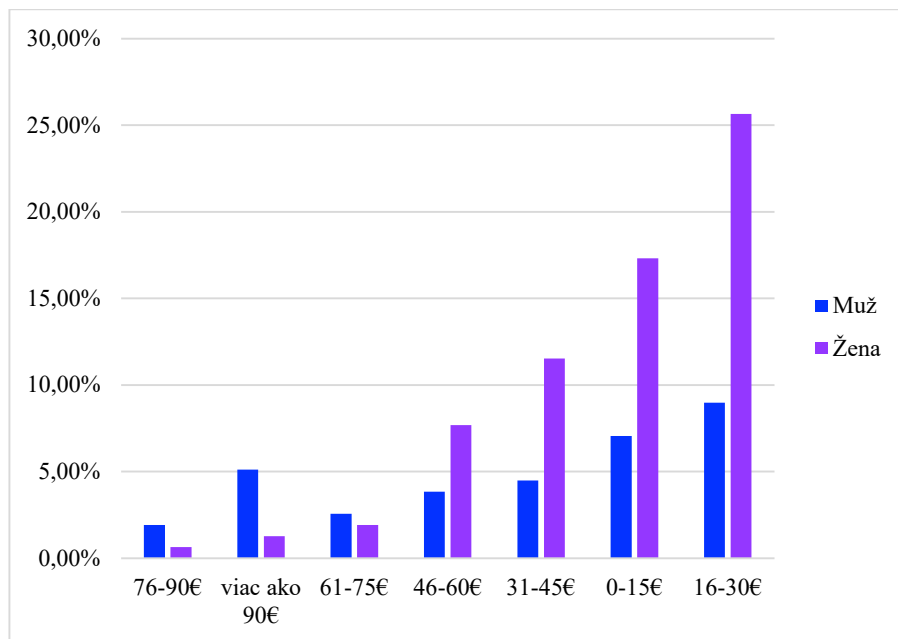
Graf 16 Výdavky respondentov na ubytovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Až 77 % respondentov je ochotných zaplatiť za noc v ubytovacom zariadení do 50 €. Je to spôsobené tým, že až 49 % opýtaných by si zvolilo typ ubytovania karavan alebo stan, ktoré patria medzi najlacnejšie možnosti ubytovania sa. 22 % opýtaných by bolo ochotných zaplatiť od 51 € do 100 €/noc a iba 1 % by zaplatilo za noc od 101 € do 200 €. Priemerne sú respondenti ochotní zaplatiť za noc ubytovania 37,13 €.

Graf 17 Komparácia výdavkov na občerstvenie vzhľadom na pohlavie



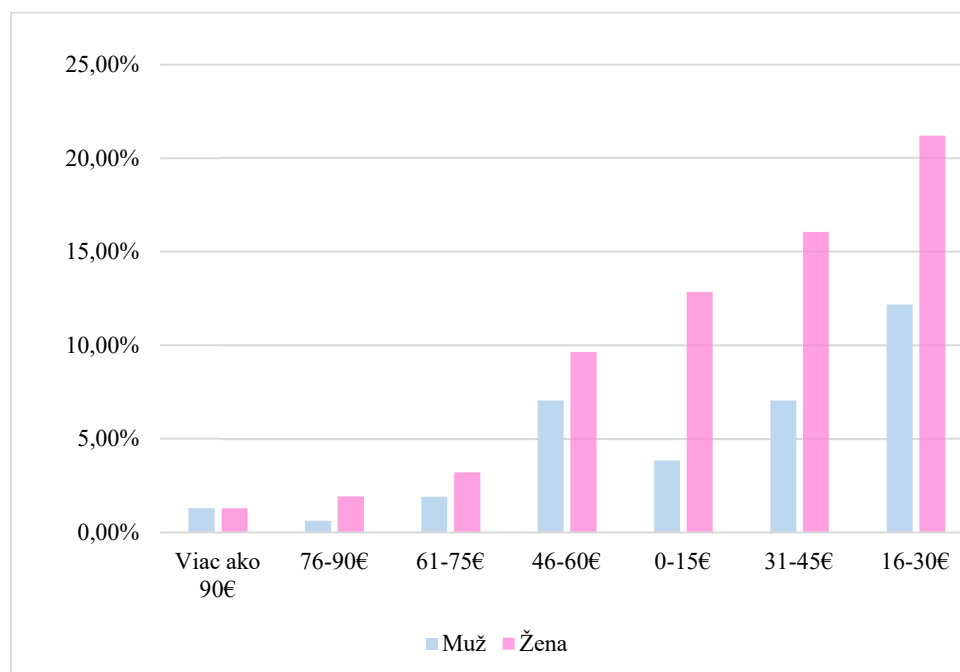
Zdroj: vlastné spracovanie

Na Grafe 17 môžeme vidieť porovnanie výdavkov na občerstvenie vzhľadom na pohlavie. Graf 17 poukazuje na skutočnosť, že u žien bol najviac zastúpený interval od 6 € do 30 €. Mnohé ženy navštevujú hudobné festivaly buď so svojimi partnermi, ktorí svojou zdvorilosťou nenechávajú svoje polovičky platiť výdavky, alebo so svojimi skupinkami kamarátok, či kamarátov – v takom prípade sa väčšinou pozývajú na občerstvenie navzájom a striedajú sa pri platení. Výška výdavkov v takejto situácii však závisí od toho, kto má aký apetít, chuť na jednotlivé produkty občerstvenia a tiež na početnosť členov svojej skupiny. Druhá situácia môže byť aj dôvodom, prečo boli najviac zastúpené intervaly do 60 € u žien. Interval od 61 € si zvolilo iba 5 žien. Ďalší faktor, ktorý môže vplývať na naše výsledky je ten, že do občerstvenia zaraďujeme pokrm a pitný režim. Pitný režim môžeme rozdeliť na nealkoholické a alkoholické nápoje. Keďže nášho prieskumu sa zúčastnila väčšina mladých ľudí, medzi ktorými je trend pitia alkoholických nápojov na podujatiach, predovšetkým za účelom uvoľnenia sa a zničenia bariér hanblivosti

napr. tancovať pred inými, aj toto môže byť dôvod našich výsledkov. Z nášho prieskumu vyplýva, že ženy minú na občerstvenie 28,54 € a muži v priemere minú 43,38 €. To podobne, ako v prípade stravovania, môže byť spôsobené dĺžkou hudobného festivalu, ale aj účasťou na ňom. U mužov môže byť dôvodom výška výdavkov ich galantnosť a zdvorilosť. Myslíme tým skutočnosť, že vo väčšine prípadov muži navštívia hudobné festivaly so svojou priateľkou a platia za výdavky oni, nie ženy.

Ďalším faktorom, ktorý na výšku výdavkov na občerstvenie pôsobí, môže byť ich bližší vzťah k pitnému režimu – k alkoholickým a nealkoholickým nápojom. Takže muži v priemere minú na občerstvení viac peňazí ako ženy.

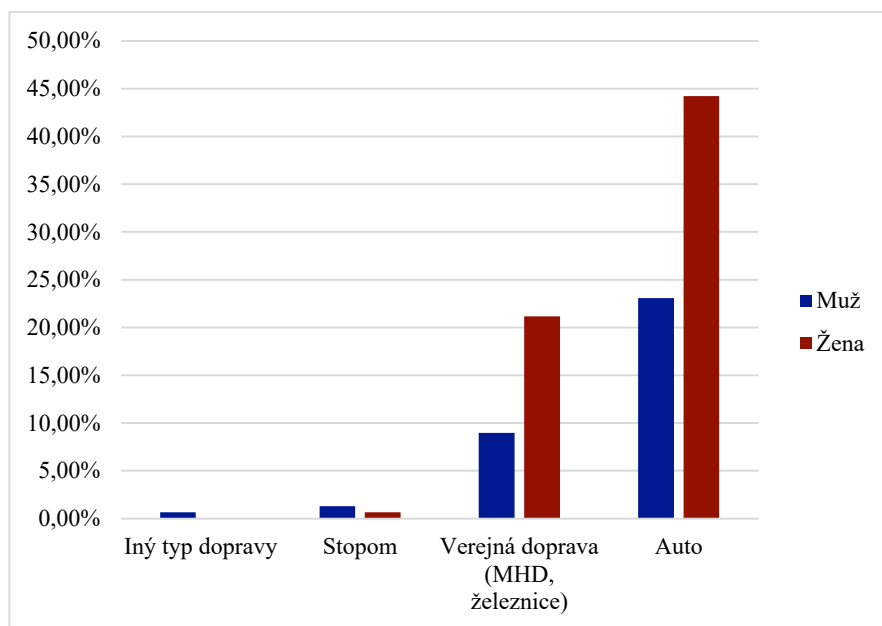
Graf 18 Komparácia výdavkov na stravovanie podľa pohlavia



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 18 poukazuje na rozdiely vo výdavkoch na stravovanie u oboch pohlaviach. Z nášho prieskumu vyplýva, že ženy na stravovanie na hudobnom festivale minú v priemere 33,49 €. Najčastejšou možnosťou výšky výdavkov na stravovaní u žien bol interval od 16 € do 30 €. Muži si najčastejšie volili rovnaký interval ako ženy, t.j. od 16 € do 30 €. Muži však minú na stravovanie v priemere 37,15 €, ktoré je spôsobené potrebou vyššieho príjmu energie a vyššieho apetítu. Ďalší faktor, ktorý pôsobí na výšku výdavkov na stravovanie, môže byť nerovnováha v priemernom mesačnom príjme. Vyšší príjem sme v našom dotazníku zaregistrovali u mužov.

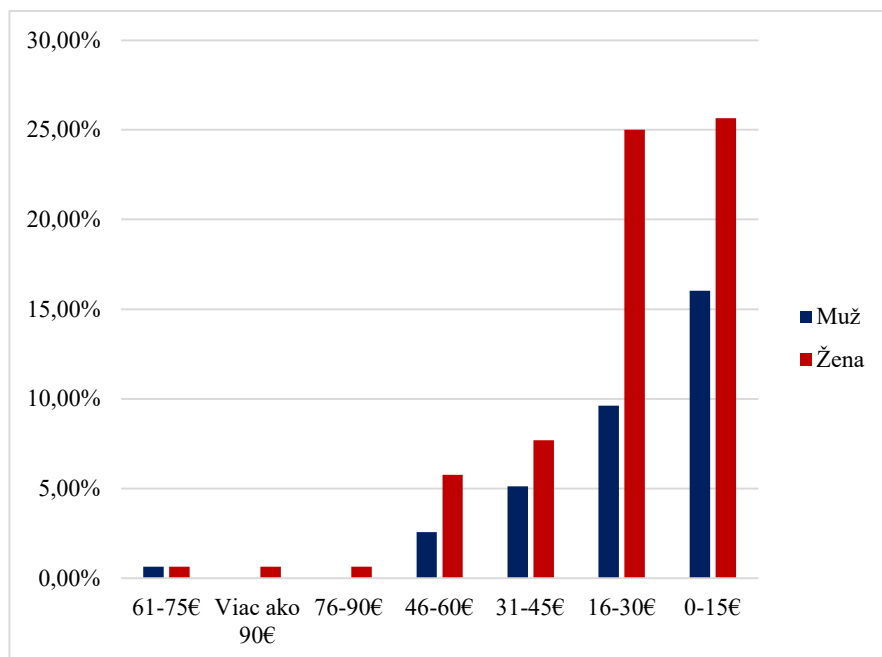
Graf 19 Komparácia preferencie typu prepravy na hudobný festival podľa pohlavia



Zdroj: vlastné spracovanie

Z Grafu 19 môžeme zistiť, aký typ prepravy na hudobný festival dominuje u oboch pohlaviach. Až 44,23 % žien uviedlo, že preferuje auto a druhou najčastejšou voľbou bola verejná doprava. 23,08 % mužov preferuje auto, 8,97 % verejnú dopravu. Zaujímavosťou je, že muži by si volili aj iné typy dopravy. Zároveň môžeme vidieť, že muži by boli viac odvážnejší ako ženy a volili by si aj stop .

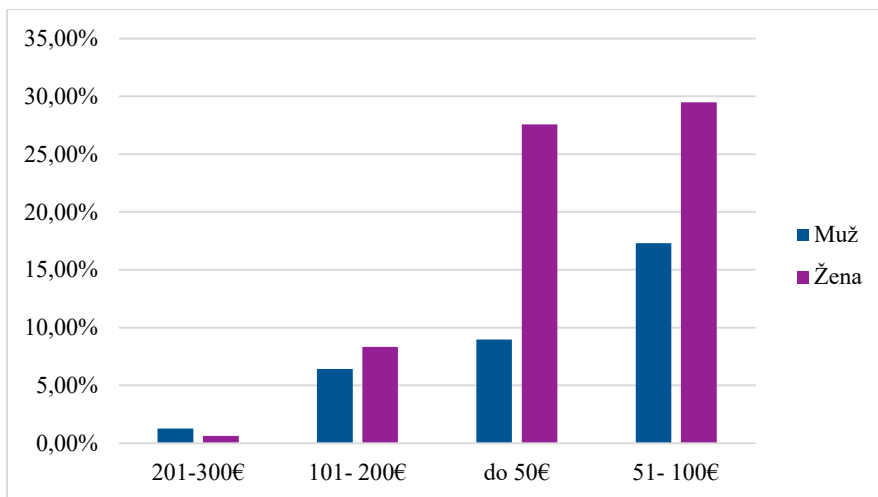
Graf 20 Komparácia výdavkov na prepravu podľa pohlavia



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 20 nám slúži na zobrazenie komparácie prepravných výdavkov u žien a u mužov. Na výšku prepravných výdavkov vo veľkej miere pôsobí vzdialenosť miesta konania hudobného festivalu od miesta trvalého bydliska. 25,64 % žien by bolo ochotných minúť na cestu maximálne 15 €. Môže to byť spôsobené tým, že prevažná väčšina žien patrili do vekovej kategórie od 19 do 24 rokov. Môže ísť o študujúce ženy bez pravidelného mesačného príjmu z titulu pozície študenta, ktoré môžu zo zákona využívať bezplatné cestovanie alebo využívajú študentské zľavy na prepravu. Tesne za týmto intervalom, s rozdielom 0,64 %, by boli ženy ochotné zaplatiť za prepravu od 16 € do 30 €. Je to zapríčinené tým, že ženy viac preferujú cestu autom pred verejnou dopravou. Túto možnosť uviedlo 44,23 % žien. Zároveň u žien vidíme ochotu za prepravu zaplatiť aj viac. 1,28 % žien by zaplatilo za prepravu viac ako 75 €. Je to spôsobené tým, že ženy si viac potrpia na pohodlie týkajúce sa aj cestovania na hudobný festival. U mužov prevládali rovnaké poradie intervalov, len v inom percentuálnom zastúpení. 16,03 % by bolo ochotných minúť na prepravu do 15 € a 9,62 % mužov by minulo na prepravu od 16 € do 30 €. Rovnako ako v prípade žien, väčšina respondentov bola študujúcou skupinou.

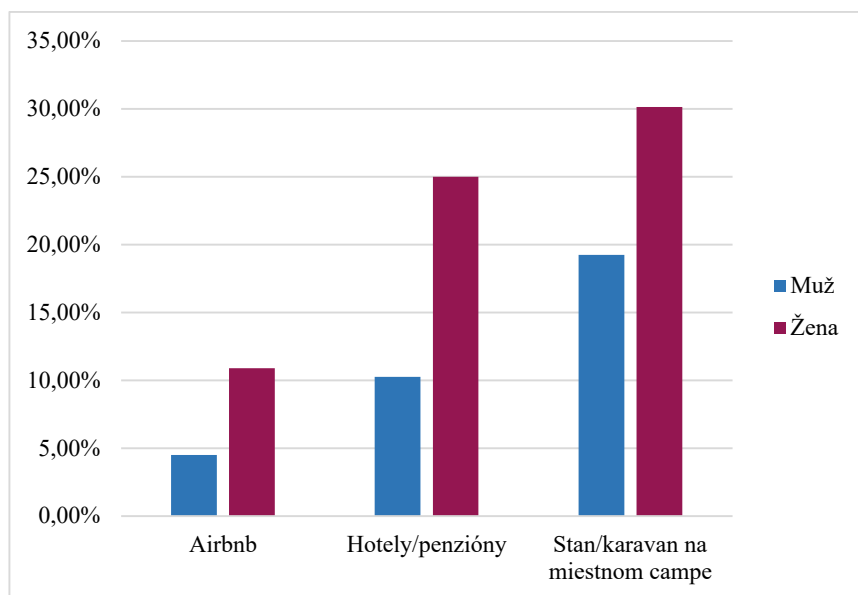
Graf 21 Komparácia výdavkov na zakúpenie si vstupenky vzhľadom na pohlavie



Zdroj: vlastné spracovanie

Z Grafu 21 môžeme porovnať výdavky na vstupenky na hudobný festival v závislosti od pohlavia. Najčastejšie voleným intervalom u oboch pohlaví bol interval od 51 € do 100 €. Výsledok prieskumu odzrkadľuje cenu vstupeniek, ktorá sa pohybuje v rozmedzí 80 € až 120 € pre trojdňové festivaly a 40 € až 80 € pre dvojdnové festivaly. Ďalším dôvodom môže byť aj miesto konania hudobného festivalu, nakoľko ceny vstupeniek v zahraničí sa pohybujú vo vyššom cenovom rozmedzí.

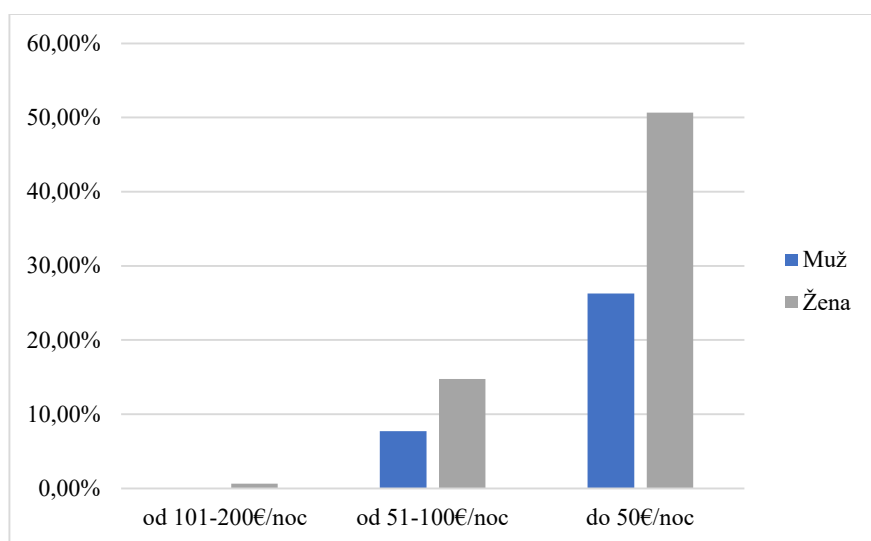
Graf 22 Komparácia preferencie ubytovania sa vzhľadom na pohlavie



Zdroj: vlastné spracovanie

Z Grafu 22 môžeme vidieť, že u žien a mužov sú rovnaké poradia v preferencií ubytovania. Najmenej častou voľbou u žien ako aj u mužov bola možnosť sa ubytovať cez Airbnb. Na druhom mieste preferovali hotely a penzióny. Tu môžeme vidieť veľký percentuálny rozdiel. Zatiaľ, čo iba 10,26 % mužov by si zvolilo ubytovanie v hoteli alebo v penzióne, u žien to bolo až 25 %. Uvedomujeme si, že vo veľkej miere má na to vplyv aj percentuálny pomer pohlavia zúčastnených sa na prieskume, ale opäť sa nám potvrdzuje, že ženy sú ochotnejšie si priplatiť za pohodlie. Najčastejšou voľbou u oboch pohlaviach bol stan alebo karavan. Túto možnosť si zvolilo 30,13 % žien a 19,23 % mužov.

Graf 23 Komparácia výdavkov na ubytovanie sa vzhľadom na pohlavie



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 23 nám slúži na komparáciu ubytovacích výdavkov u oboch pohlaviach. 26,28 % mužov by bolo ochotných za ubytovanie zaplatiť do 50 €/noc. 7,69 % mužov by zaplatilo za ubytovanie od 51 € do 100 €/noc, ale žiaden muž by nebol ochotný zaplatiť za ubytovanie viac ako 100 €/noc. Poradie intervalov u žien je rovnaké. Najčastejšie voleným intervalom s 50,64 % žien bol interval do 50 €/noc. 14,74 % žien by zaplatilo za noc od 51 € do 100 €/noc. 0,64 % žien by bolo ochotné zaplatiť za ubytovanie od 101 € do 200 €/noc, zatiaľ čo ani jeden z mužov si takýto interval nezvolil.

Vzhľadom na údaje z primárneho prieskumu sme vytvorili nasledujúce segmentačné profily návštevníkov hudobného festivalu.

Profil č.1 tvoria tzv. lakomci, teda šetrní návštevníci hudobného festivalu, ktorí sa snažia na hudobnom festivale šetriť nielen pred začatím hudobného festivalu na vstupenke, preprave a ubytovaní sa, ale aj na iných službách a produktoch súvisiacich s návštevou hudobného festivalu. Ide o návštevníkov, ktorí nakladajú s peniazmi opatrne. Celkovo 49,36 % všetkých respondentov nenavštívi hudobný festival za rok viac ako jedenkrát. Najviac našich respondentov pri otázkach týkajúcich sa ich výdavkov si volilo druhý najmenší interval. Najväčšie výdavky tohto profilu respondentov putujú na občerstvenie. Na to až 35 % respondentov minie od 16 € do 30 €. Druhým najčastejším výdavkom je výdavok na stravovanie s 32 %. Aj u stravovania až 33 % respondentov je ochotných minúť od 16 € do 30 €. Zároveň si u typu ubytovania respondenti vo väčšine s 49 % volili stan alebo karavan, pričom ide o najlacnejšie ubytovacie možnosti, a preto až 77 % opýtaných by bolo ochotných minúť na ubytovaní do 50 €/noc.

Profil č.2 tvoria tzv. pohodlní návštevníci, ktorí si viac užívajú hudobný festival a potrpia si na komforte. Zараďujeme sem respondentov, ktorí by v 67 % využili auto ako typ prepravy a preferujú ubytovacie možnosti ako sú hotely a penzióny. Zároveň sem radíme 22 % respondentov, ktorí by za noc ubytovania zaplatil do 100 €.

Profil č.3 tvoria tzv. pôžitkári, teda návštevníci, ktorí nehľadajú až tak na výšku svojich výdavkov, ale snažia si vychutnať hudobný festival plnými dúškami a s čo možno najväčším komfortom. Patria sem respondenti, ktorí sú ochotní zaplatiť za občerstvenie za deň viac ako 30 € – ich percentuálne zastúpenie predstavuje 41 %. U stravovania až 50 %

respondentov je ochotných minúť na hudobnom festivale cez 30 €. 24 % respondentov je ochotných minúť na prepravu viac ako 30 € a za ubytovanie je ochotných 23 % respondentov minúť viac ako 50 €/noc.

Podobný prieskum vykonal Mosley (2019). Jeho prieskumu sa zúčastnilo 55,5 % žien a 44,5 % mužov. Nášho prieskumu sa zúčastnilo 66 % žien a 34 % mužov. Čiže viac žien bolo ochotných sa zúčastniť. Prieskum Mosleyho poukazoval na skutočnosť, že najviac respondentov navštívilo hudobný festival iba raz za rok s 34,8 %. V našom prieskume dominovala táto možnosť tiež, len s 49,36 % zastúpením. Na druhom mieste v jeho prieskume 30,1 % respondentov uviedlo, že min. trikrát za rok sa zúčastnia hudobného festivalu. V našom prieskume táto možnosť bola až treťou najčastejšie volenou možnosťou s 8,97 %. Našou druhou najčastejšou voľbou bola návšteva festivalu dvakrát za rok s 35,9 % respondentov. Podobne, ako v našom prieskume, aj tohto prieskumu sa v prevažnej väčšine zúčastnili respondenti vo vekovej kategórii od 25 rokov do 29 rokov s 20,8 %. V našom prieskume prevládala veková kategória od 19 do 24 rokov s 42 %. Veková skupina od 25 rokov do 29 rokov u nás prevládala na druhom mieste, ale s podobným percentuálnym zastúpením, t.j. 20 %. To môže poukazovať na skutočnosť, že hudobné festivaly sú najnavštevovanejšie touto vekovou skupinou, t.j. od 25 do 29 rokov.

Tohmo (2005) vykonal podobný prieskum zaoberajúci sa ekonomickým vplyvom na kultúrne podujatia na lokálnu ekonomiku týkajúcu sa inputu a outputu hudobného festivalu Kaustinen. Jeho prieskumu sa zúčastnilo 60 % žien a 40 % mužov. Priemerné výdavky účastníkov hudobného festivalu kategorizoval podobne ako my, len s inými výsledkami.

Tabuľka č.5 Komparácia výdavkov na služby a produkty hudobného festivalu

Kategórie výdavkov podľa Tohmo	Priemerná výška výdavkov v EUR	Naše kategórie výdavkov	Priemerná výška výdavkov v EUR
Hotel	50,8	Ubytovanie	37,13
Reštaurácia		Stravovanie	34,23
			71,36

Preprava	33,8	Preprava	22,12
Vstupenka	41,5	Vstupenka	71,15
Spolu výdavky	126,1		164,63

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Tohma, 2005

Ako môžeme vidieť, typ ubytovania ako aj výber stravovacieho zariadenia závisí od miesta organizovania a od typu hudobného festivalu. Cena vstupeniek závisí nielen od dĺžky festivalu, ale aj od účinkujúcich a od ekonomických indikátorov dôležitých pre organizátorov ako je návratnosť financií alebo zisk. Porovnateľné výsledky sme dosahovali s prieskumom od Mosleyho (2009), ktorý bol zameraný na vplyv hudobných festivalových skúseností a zážitkov na cieľovú destináciu a na celkový obraz festivalu. Ak by sme porovnali náš prieskum s prieskumom od Tohma (2005), ktorého prieskum sa zameriaval na analýzu vstupov a výstupov konkrétneho festivalu vo Fínsku, tak v jeho analýze celkových ekonomických výdavkov návštevníkov boli výdavky účastníkov nižšie ako naše. Musíme dodať, že náš prieskum nebol zameraný na konkrétny festival, ale vo všeobecnosti na konkrétne ekonomické prínosy návštevníkov hudobných festivalov. To môže poukazovať na skutočnosť, že výdavky návštevníkov vo veľkej miere závisia od daného hudobného festivalu, najmä od miesta organizovania. Veľký vplyv na ekonomické prínosy má aj fakt, či je festival organizovaný doma alebo v zahraničí. S tým úzko súvisí aj výška výdavkov účastníkov festivalu za jednotlivé služby a produkty.

Na základe výsledkov nášho prieskumu odporúčame organizátorom festivalov pred uskutočnením podujatia v spolupráci s miestnymi orgánmi vykonať prieskum verejnej mienky rezidentov. V prípade prevažujúceho nesúhlasu rezidentov odporúčame, aby organizátori našli dodatočné benefity pre rezidentov ako kompenzáciu záťaže, ktorú znášajú rezidenti danej lokality v súvislosti s konaním hudobného festivalu. Na minimalizáciu negatívnych environmentálnych dopadov odporúčame, aby sa organizátori počas festivalu sústredili na výber lokality, ktorá nie je environmentálne citlivá. Naším odporúčaním je, aby informovali návštevníkov o využiteľnosti miestnej verejnej dopravy, ktorá je v čase organizovania festivalu posilnená a frekventovanejšia tak, aby nedochádzalo k vysokej koncentrácii áut ničiacich parkovaním miestnu zeleň a tvoriacich nadmerné množstvo oxidu uhličitého. Okrem toho odporúčame, aby sa organizátori zmluvne zaviazali vrátiť miestne

prostredie do stavu, aké bolo pred organizovaním hudobného podujatia. Rovnako je nutné používať biologicky odbúrateľné čistiace chemikálie a ekologicky priateľské verejné toalety, ktoré by využívali aj menšie množstvo vody. Keďže pomerne veľa účastníkov sa prepravuje vlastnými vozidlami odporúčame, aby organizátori informovali návštevníkov festivalov o záchytných parkoviskách a návštevníci tak neparkovali na tráve a neničili miestnu zeleň. Zo záchytného parkoviska by sa kyvadlovou prepravou dostavili na miesto festivalu. Na každom podujatí, ako aj na festivaloch, by sa mali zaviesť návratné zálohované poháre, ktoré zamedzia tvorbe nadmerného odpadu. Obrúsky, slamky, či tanierne by mali byť vyrobené iba z biologicky rozložiteľných materiálov. Na zvýšenie ekonomického benefitu lokality odporúčame, aby stravovacie služby a iné stánky boli striktne prevádzkované miestnymi rezidentmi so zameraním na propagáciu miestnych gastronomických špecialít.

Na elimináciu negatívnych sociálno-kultúrnych dopadov je nutné posilniť záujem o posilnenie budovania spolupatričnosti miestnej komunity. Destinácia, v ktorej funguje súdržnosť rezidentov vytvárajúcich priateľské prostredie pre návštevníkov hudobného festivalu, je príťažlivá pre turistov aj po skončení podujatia. Vhodné sociálne nastavenie destinácie je tak zárukou pre ekonomický profit, a teda aj celkovú udržateľnosť optimálneho rozvoja destinácie.

Vo všeobecnosti odporúčame všetkým zainteresovaným stranám hlbšie sa venovať štúdiám kultúrnych hodnôt a sociálnych noriem lokalít, ktoré sú potenciálnym miestom na konanie nielen hudobných festivalov, ale aj iných masových aktivít. Odporúčame organizátorom, aby merali sociálno-kultúrne dopady podľa rámca, ktorý vyvinul Small, Edwards a Sheridan (2005). Tento rámec pozostáva zo šiestich nasledujúcich etáp:

1. popísať a charakterizovať udalosť,
2. vykonať analýzu cieľa,
3. identifikovať sociálno-kultúrne vplyvy,
4. predikovať vnímanie miestneho obyvateľstva o vplyvoch festivalu,
5. vyhodnotiť sociálno-kultúrne dopady po skončení festivalu,
6. odoslať spätnú väzbu manažmentu festivalu.

Doplnili by sme tento rámec o ďalší krok, a tým je snaha o redukciu, či elimináciu vnímaných sociálno-kultúrnych vplyvov na základe aktuálnych dopadov zo strany miestneho obyvateľstva.

Záver

V bakalárskej práci sme sa zaoberali všeobecným zobrazením hudobného festivalu ako produktu cestovného ruchu. V praktickej časti sme analyzovali konkrétne ekonomické prínosy a segmentačné profily návštevníkov festivalov vzhľadom na segmentačné kritériá. Na základe výsledkov nášho prieskumu môžeme konštatovať, že sa nám podarilo naplniť hlavný cieľ, ako aj všetky parciálne ciele. Z metodického aspektu však chceme poukázať na skutočnosť, že v našej prieskumnej vzorke chýbalo zastúpenie respondentov starších vekových kategórií, i keď určitý typ festivalov, napr. folklórny, priťahuje aj vekovo staršie skupiny. Na základe výsledkov nášho prieskumu môžeme konštatovať, že vo všeobecnosti sú hudobné festivaly obľúbené najmä u mladšej vekovej kategórii – študentov.

Festivaly sa stali neoddeliteľnou súčasťou nášho života a spríjemňujú ho dobrou hudbou a atmosférou. Zintenzívňujeme tak už existujúce vzťahy alebo nadväzujeme nové. Celková atmosféra hudobného festivalu vytvára súdržnosť vedúcu k sociálnej stabilite a posilnenie kultúrneho života napomáha k zachovaniu kultúrneho dedičstva.

Pre ďalší rozvoj v organizovaní hudobného festivalu by sa mali negatíva minimalizovať a maximalizovať pozitíva vnímané z rôznych aspektov účastníkov, ktorých sa organizovanie hudobného festivalu týka. Výskum by mal byť nastavený na každého účastníka – priameho aj nepriameho. Väčší dôraz by sa mal klásť na sociálne a environmentálne dopady, ale tiež aj na maximalizáciu pozitívneho vnímania zo strany miestneho obyvateľstva. Organizátori by sa nemali zaujímať len o ekonomický efekt festivalu či spokojnosť návštevníkov, ale mali by úzko spolupracovať s miestnou správou a rezidentmi. Práve tieto otázky organizovania a manažovania hudobných festivalov by sa mohli stať predmetom ďalšieho skúmania problematiky.

Hudobné festivaly v súčasnosti zaznamenávajú stále väčší význam. Väčšinou nie sú len akýmsi spestrením ponuky cestovného ruchu, ale stávajú sa hlavným dôvodom návštevy určitej destinácie. Organizácia hudobných festivalov nemôže mať ako jediné hodnotiace kritérium ekonomické prínosy, ale musí komplexne zhodnotiť aj sociálne a environmentálne dopady, aby sa zabezpečil taký rozvoj destinácie, „ktorý spĺňa potreby súčasnosti bez toho, aby bola ohrozená schopnosť budúcich generácií uspokojovať svoje potreby“ (WCED, 1987).

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY:

1. BAUMAN, Richard. *Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments: A Communications-centered Handbook*. New York: OXFORD UNIVERSITY PRESS, 1992. 336 s. ISBN: 978-0-199-87436-1.
2. CUDNY, Waldemar. *Festivalisation of Urban Spaces: Factors, Processes and Effects*. Švajčiarsko: Springer Geography, 2016. 174 s. ISBN: 978-3-319-31997-1.
3. DOUGLAS, Norman - DOUGLAS, Ngaire - DERRETT, Ros. *Special Interest Tourism*. Pennsylvania: Wiley, 2001. 512 s. ISBN 978-0-471-42171-9.
4. FALASSI, Alessandro. *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1987. 311 s. ISBN-13 : 978-0-826-30932-7.
5. FREY, Bruno S. *Economics of Art and Culture*. Švajčiarsko: SpringerBrief in Economics, 2019. 145 s. ISBN 978-3-030-15747-0.
6. GIBSON, Chris - CONNELL, John. *Music & Tourism: On the Road Again*. Bristol: Channel View Publications, 2005. 312 s. ISBN 978-1-873-15092-4.
7. CHAMBERS, William – DONALD James. *Chamber's Etymological Dictionary of the English Language*. Edinburg: W. And R. Chambers, 1874. 504s.
8. JANEČKO, Ben - MULES, Trevor – RITCHIE Ben. *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. Queensland: CRC for Sustainable Tourism, 2002. 36 s. ISBN 978-1-876-68535-5.
9. McKAY, George. *The Pop Festival: History, Music, Media, Culture, Introduction*. 1.vyd. Londýn: Bloomsbury Academic, 2015. 215s. ISBN 978-1-623-56959-4.
10. ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2011. 140 s. ISBN 978-8-089-09093-8.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE:

1. ARCODIA, Charles – WHITFORD Michelle. Festival Attendance and the Development of Social Capital. In *Journal of Convention & Event Tourism* [online]. Brisbane: University of Queensland, 02.10.2008, roč. 8, č.2. s. 1-18. [cit. 2020–11–11]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/43455311_Festival_Attendance_and_the_Development_of_Social_Capital
2. BOWEN, Heather – DANIELS, Margaret. Does the music matter? Motivations for attending a music festival. In *Event Management* [online]. USA, Január 2005, roč.9, 155-164s. [cit. 2020-09-20]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/233567804_Does_the_music_matter_Motivations_for_attending_a_music_festival
3. BRITANNICA. *Greek games* [elektronický zdroj],[cit. 2020-10-25]. Dostupné na: <https://www.britannica.com/sports/Pythian-Games>
4. COLLINS, Andrea – COOPER Crispin. Measuring and managing the environmental impact of festivals: the contribution of the Ecological Footprint [elektronický zdroj]. In *Journal of Sustainable Tourism* [online]. Cardiff: Cardiff University, 27.05.2016. s. 148-162. [cit. 2020–11–25]. Dostupné na: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2016.1189922>
5. CUDNY, Waldemar. Festival tourism – the concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. In *Geographical journal* [online]. Poľsko: Uniwersytet Łódzki, 2013, roč. 65, č.2, s. 105-118 [cit. 2020-11-20]. Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/03101218Cudny.pdf>
6. DWYER, Larry et al. A framework for assessing ‘tangible’ and ‘intangible’ impacts of events and conventions. In *Event Management* [online]. Sydney: University of Western Sydney, 2000, roč. 6, č.3, s. 175-189. [cit. 2020-11-08]. Dostupné na:

- https://www.researchgate.net/publication/233494218_A_Framework_for_Assessing_tangible_and_intangible_Impacts_of_Events_and_Conventions
7. DWYER, Larry et al. Forecasting the economic impacts of events and conventions. In *Event Management* [online]. Sydney: University of Western Sydney, 01.05.2005, roč.6, č.3, s. 191-204 [cit. 2020-10-20]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/233545964_Forecasting_the_economic_impacts_of_events_and_conventions
 8. GETZ, Donald. Event tourism: Definition, evolution, and research. In *Tourism Management* [online] . Calgary: University of Calgary, 31.7.2007, roč. 29, č.3, s. 403-428. [cit. 2020 – 10 –26]. Dostupné na: [https://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/Event %20tourism %20Definition %20evolutionand %20research.pdf](https://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/Event%20tourism%20Definition%20evolutionand%20research.pdf)
 9. GOTHMAN, Kevin Fox. Theorizing urban spectacles: Festivals, tourism and the transformation of urban spectacles. In *City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action* [online]. New Orleans: Department of Sociology at Tulane University, 19.8.2006, roč.9, č.2, s. 225-246. [cit. 2020-10-26]. Dostupné na: https://www.academia.edu/9541285/Theorizing_urban_spectacles
 10. JANISKEE, Bob. South Carolina's Harvest Festivals: Rural Delights for Day Tripping Urbanites. In *Journal of Cultural Geography* [online]. Columbia: University of South Carolina, 28.07.2009, roč.1, vyd.1, 96-104s. [cit. 2020-09-06]. Dostupné na: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08873638009478655>
 11. JOHNSON, Jozef. Average duration of daily internet usage worldwide as of 1st quarter 2019, by age group and advice. In *Statista* [elektronický zdroj]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/416850/average-duration-of-internet-use-age-device/>

12. KOLEKTÍV, Posudzovanie životného cyklu (LCA – Life cycle assessment). In *Technická univerzita vo Zvolene: Fakulta ekológie a environmentalistiky* [elektronický zdroj]. Dostupné na: <https://kei.tuzvo.sk/sk/posudzovanie-zivotneho-cyklu-lca-life-cycle-assessment>
13. KUUTMA, Kristin. Festival as communicative performance and celebration of ethnicity. In *Electronic Journal of Folklore* [online]. Máj 1998, roč.7, 1-5s. [cit. 2020-11-07]. Dostupné na: <http://folklore.ee/folklore/vol7/pdf/festiva.pdf>
14. LEE, Insun Sunny - ARCODIA, Charles - LEE, Timothy Jeonglyeol. Key Characteristics of Multicultural festivals: a critical review of the literature. In *Event Management* [online]. Marec 2012, roč. 16, č. 1, 93-101 s. [cit. 2020-11-07]. Dostupné na: <https://core.ac.uk/download/pdf/143850733.pdf>
15. Macmillan Dictionary. [cit. 2020-10-09]. Dostupné na: <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/festival>
16. MOSLEY, Matthew C. The influence of music festival experience on destination image and festival image [elektronický zdroj]. 15.08.2019, 40 s. [cit. 2021-03-04]. Dostupné na: https://hammer.figshare.com/articles/thesis/THE_INFLUENCE_OF_MUSIC_FESTIVAL_EXPERIENCE_ON_DESTINATION_IMAGE_AND_FESTIVAL_IMAGE_pdf/8986190
17. PACKER, Jan - BALLANTYNE, Julie. The impact of music festival attendance on young people's psychological and social well-being . In *Psychology of Music* [online]. Queensland: University of Queensland, 1.10.2010, roč. 39, č.2, 164-181 s. [cit. 2020-10-27]. Dostupné na: https://espace.library.uq.edu.au/data/UQ_221685/UQ221685_postprint.pdf?Expires=1616069303&Key-Pair-Id=APKAJKNB4MJBNC6NLQ&Signature=dGgxmIXNqNt4hN2RYgZ~T6FFepucvIHGedMLUK4qLGmuk82YVDAyhp2pghVClnQ9KoXi9vjHzS5V6UIV4jbf-dmrAh6EKzMmpYxT~fGslzxGRPyAhI39Ey9zXoWJ7n3EEt3X-

9sleDwIAymkmtSDUkFzJj12xAwJj3bwUGZuBOhKQ9HLpVEHFGd4HfWh3Ux
xtgI9neliwc7uyfn~IZidFecbRD-q95cUGtSbjghp4N-
~9OUTRRt~AyAehSctHoUOVqs5gB-
j5wngWJjUvGfZvJzpIg~3YUzX4OZmbJhcEIKh6hqfpdWsiD3OULbrw2YOqm7
OUITzvgdwcjQSkilMZA__

18. PAVLUKOVIĆ, Vanja - ARMENSKI, Tanja - ALCÁNTARA-PILAR, Juan Miguel. Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitude toward events in Serbia and Hungary?. In *Tourism Management* [online]. December 2017, roč. 63, 42-53 s. [cit. 2020-11-07]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/317344929_Social_Impacts_of_Music_Festivals_Does_Culture_Impact_Locals'_Attitude_toward_Events_in_Serbia_and_Hungary
19. SAVA, Diana - BADULESCU, Alina. Festivals as Cultural Activities – Combinations of Economic and Social Benefits. In *Oradea Journal of Business and Economics* [online]. Máj 2008, roč. 3, 27-35 s. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/325465402_Festivals_as_Cultural_Activities_-_Combinations_of_Economic_and_Social_Benefits
20. SCHUSTER, Mark. Ephemera, temporary urbanism and imaging. In *L.J.Vales & S.B. Warner - Continuing Struggles and New Directions*. [online]. 361 396s. [cit. 2020-10-25]. Dostupné na: <https://ocw.mit.edu/courses/urban-studies-and-planning/11-947-imaging-the-city-the-place-of-media-in-city-design-and-development-fall-1998/lecture-notes/4.pdf>
21. SMALL, Katie - EDWARDS, Deborah – SHERIDAN, Lynnaire. A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. In *International Journal of event management reserach* [online]. Australia: University of Western Sydney, január 2005, roč.1, vyd.1, 66- 77s. [cit. 2021-03-13]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/228891312_A_flexible_framework_for_evaluating_the_socio-cultural_impacts_of_a_small_festival

22. TOHMO, Timo. Economic Impacts of Cultural Events on Local Economies: An Input—Output Analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. In *Tourism Economics* [online]. Finland: University of Jyväskylä, september 2005, roč.11, vyd.3, 431-451 s. [cit. 2021-03-04]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/233709367_Economic_Impacts_of_Cultural_Events_on_Local_Economies_An_Input-Output_Analysis_of_the_Kaustinen_Folk_Music_Festival
23. UNITED NATIONS, Report of the World Commission on Environment and Development - Our Common Future, 20.03.1987. [elektronický zdroj]. [cit. 2021-02-01]. Dostupné na: https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un-_-milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html
24. WALLSTAM, Martin - IOANNIDES, Dimitri - PETTERSSON, Robert. Evaluating the social impacts of events: in search of unified indicators for effective policymaking [elektronický zdroj]. In *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* [online], 03.09. Švédsko: Mid Sweden University, 2018. 122-141s. [cit. 2020-11-24]. ISSN: 1940-7963. Dostupné na: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19407963.2018.1515214?scroll=top&needAccess=true>
25. YOZUKMAN, Nisan - BERTAN, Serkan- ALKAYA, Serap. Festivals' social impacts and emotional solidarity. In *International Journal of Event and Festival Management* [online]. Turecko: Pamukkale Universitesi, 13.03.2020, roč.2, vyd.11, 239-253s. [cit. 2020-12-08]. Dostupné na: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEFM-11-2019-0054/full/html>