

OBSAH

Předmluva	10
ČÁST PRVNÍ: NÁVŠTĚVNOST DIVADEL	13
1 Rozdílná návštěvnost divadel, koncertů a baletu v kontextu Evropské unie a střední Evropy	14
1.1 Úvod	14
1.2 Základní segmentace trhu	16
1.2.1 Životní styly: základní typologie	20
1.2.2 Inovativnost ve spotřebě	25
1.3 Návštěvnost divadel, koncertů a baletu v Evropské unii	26
1.3.1 Návštěvnost divadel, koncertů, baletu, oper a tance v kontextu EU-27	28
1.3.2 Statistické hodnocení disparit v návštěvnosti v EU-27	31
1.4 Návštěvnost divadel, koncertů a baletu, oper a tance v kontextu rozšířené střední Evropy	38
1.4.1 Srovnání návštěvnosti	38
1.4.2 Důvody nízké návštěvnosti	40
1.5 Závěr	44
2 Marketingové řízení divadel	47
2.1 Zákazník a jeho význam při řízení návštěvnosti	49
2.1.1 Typologie návštěvníků divadel	50
2.1.2 Budování publika	52
2.1.3 Klíčové faktory ovlivňující diváckou spokojenost	58
2.1.4 Důležitost předplatitelů pro marketingové řízení	60
2.1.5 Návštěvnost české divadelní scény	62
2.2 Role kulturního turismu v návštěvnosti divadel	68
2.2.1 Charakteristika kulturního a divadelního turismu	69
2.2.2 Profil kulturního turisty	70

2.2.3 Divadelní turismus v Čechách	71
3 Marketingový výzkum návštěvníků divadel	73
3.1 Metodika výzkumu návštěvníků	73
3.2 Výzkum návštěvníků Národního divadla	74
3.2.1 Segmentace návštěvníků	75
3.2.2 Spotřební chování návštěvníků	78
3.2.3 Význam preferovaného zdroje informací	83
3.2.4 Nákupní zvyklosti návštěvníků	88
3.2.5 Důvody pro návštěvu divadla	94
3.2.6 Bariéry častějších návštěv divadla	97

ČÁST DRUHÁ: VÝZKUM NÁVŠTĚVNÍKŮ PODLE VNÍMANÝCH BENEFITŮ

4 Metodika pro optimalizaci benefitů nabízených kulturní institucí	103
4.1 Kvantitativní metodika výzkumu pro optimalizaci benefitů	106
4.1.1 První etapa výzkumu	106
4.1.2 Druhá etapa výzkumu	106
4.1.3 Metoda výběru respondentů	107
4.1.4 Velikost vzorku a výběr respondentů	108
4.1.5 Struktura dotazníku	108
4.1.6 Vyhodnocení dotazníkového šetření	110
4.2 Kvalitativní metodika pro výzkum benefitů	114
4.2.1 Východiska a principy metody	114
4.2.2 Aplikace formou metafor	116
4.2.3 Sběr dat	116
4.2.4 Cíl výzkumu	117
4.2.5 Případová studie - názorná ukázka	118
4.2.6 Analýza kvalitativních dat	119
5 Ověření navrhované metodiky na českých divadlech	131
5.1 Výzkum struktury benefitů návštěvníků divadel, kvalitativní metoda	131

5.2 Výzkum optimalizace benefitů návštěvníků divadel, kvantitativní metoda	132
5.2.1 Divadlo Archa	132
5.2.2 Divadlo DISK	145
5.2.3 Hudební divadlo Karlín	158
5.2.4 Národní divadlo - český návštěvník	167
5.2.5 Národní divadlo - abonent	175
5.2.6 Národní divadlo - zahraniční návštěvník	185
Závěr	193
Věcný rejstřík	195
Přílohy	204
Dotazník k metodice pro optimalizaci benefitů nabízených kulturní institucí	204
Dotazník pro návštěvníky Divadla Archa	206
Dotazník pro návštěvníky Divadla DISK	209
Dotazník pro návštěvníky Hudebního divadla Karlín	212
Dotazník pro české návštěvníky Národního divadla	215
Dotazník pro abonenty Národního divadla	217
Dotazník pro zahraniční návštěvníky Národního divadla	219
Literatura a zdroje	222
Internetové zdroje	226
Abstrakt	227
Abstract	228
Klíčová slova	229
Keywords	229