

OBSAH

ÚVOD	9
METODOLOGIE VÝZKUMU	10
1. MARKETING SYMFONICKÝCH ORCHESTRŮ	11
1.1 Marketing a marketingová komunikace	11
1.2 Marketing kultury	12
1.2.1 Marketingové řízení v kulturních organizacích	14
1.3 Cílové skupiny marketingu kulturních institucí	15
1.3.1 Vnitřní veřejnost	15
1.3.2 Dostupné publikum	16
1.3.3 Nedostupné publikum	16
1.3.4 Podporovatelé	17
1.4 Vážná hudba jako produkt a její společenské postavení	18
1.4.1 Ekonomické aspekty produktového charakteru hudby	18
1.4.2 Hudební vzdělávání jako faktor marketingu kultury	20
1.5 Publikum symfonických koncertů	20
1.5.1 Možnosti segmentace publika kulturních akcí	22
1.5.2 Vlivy na nákupní chování na trzích kulturních produktů	24
2. MORAVSKÉ SYMFONICKÉ ORCHESTRY A JEJICH MARKETINGOVÝ MIX	26
2.1 Filharmonie Brno	26
2.2 Moravská filharmonie Olomouc	30
2.3 Filharmonie Bohuslava Martinů Zlín	32
2.4 Janáčkova filharmonie Ostrava	36
2.5 Marketingové řízení v moravských orchestrech	38
2.6 Dramaturgie abonentních řad moravských orchestrů	39
2.7 Práce s cenou v moravských orchestrech	41
2.8 Propagační aktivity moravských symfonických orchestrů	45
2.9 Produkty pro mladé publikum	50
2.10 Financování symfonických orchestrů	52

3. PUBLIKUM MORAVSKÝCH SYMFONICKÝCH ORCHESTRŮ	56
3.1 Výzkumná sonda do postojů publika moravských symfonických orchestrů	56
3.1.1 Metoda výzkumu	56
3.2 Charakteristika publika moravských symfonických orchestrů	58
3.2.1 Pohlaví respondentů	58
3.2.2 Věk respondentů	58
3.2.3 Vzdělání respondentů	59
3.2.4 Hudební vzdělání	60
3.2.5 Hra na hudební nástroj	61
3.2.6 Ekonomická aktivita respondentů	61
3.2.7 Čistý měsíční příjem respondentů	62
3.2.8 Abonentní cykly jednotlivých filharmoníí	63
3.2.9 Abonentní cykly jednotlivých koncertních cyklů	63
3.2.10 Demografický profil abonentů jednotlivých cyklů a neabonentů	66
3.2.11 Způsob vyhodnocení výzkumné sondy	71
3.3 Výsledky výzkumné sondy	72
3.3.1 Frekvence návštěv koncertů vážné hudby a koncertů filharmoníí	72
3.3.2 Frekvence návštěv filharmonických koncertů mimo abonmá	75
3.3.3 Frekvence návštěv koncertů mimo filharmonie	76
3.3.4 Frekvence návštěv festivalových koncertů	78
3.3.5 Frekvence návštěv divadla, opery a muzikálových představení	79
3.3.6 S kým respondenti chodí na koncerty	81
3.3.7 Z jaké dálky respondenti jezdí na koncerty	83
3.3.8 Poslech nahrávek vážné hudby v soukromí	84
3.3.9 Obliba jednotlivých skladatelů	85
3.3.10 Očekávání spojená s návštěvou koncertů filharmoníí	91
3.3.11 Pobídky k návštěvě koncertu vážné hudby	94
3.3.12 Faktory odrazující od návštěvy koncertu	97
3.3.13 Spokojenost s nabídkou koncertů ve městě	100
3.3.14 Spokojenost s dramaturgickým plánem filharmoníí	102
3.3.15 Možnosti rozšíření nabídky koncertů filharmoníí	103
3.3.16 Oblíbená místa koncertů	108
3.3.17 Zdroje informací o koncertech filharmoníí	110
3.3.18 Znalost internetových stránek filharmoníí	113
3.3.19 Dostatečnost propagace filharmoníí	115
3.3.20 Názory na propagaci vážné hudby	116
3.3.21 Postoj k financování vážné hudby	118
3.3.22 Názor na cenu vstupného na koncerty filharmoníí	121
3.3.23 Vliv výchovných koncertů na vztah k vážné hudbě	124

4. VEŘEJNOST MORAVSKÝCH SYMFONICKÝCH ORCHESTRŮ	126
4.1 Výzkumná sonda do postojů veřejnosti moravských krajských měst	126
4.1.1 Metoda výzkumu	126
4.2 Charakteristika vzorku	127
4.2.1 Pohlaví respondentů	127
4.2.2 Věk respondentů	127
4.2.3 Vzdělání respondentů	128
4.2.4 Zaměstnání respondentů	128
4.2.5 Osoby se zájmem a bez zájmu o vážnou hudbu	129
4.2.6 Způsob vyhodnocení výzkumné sondy	130
4.3 Výsledky výzkumné sondy	130
4.3.1 Asociační test na pojem „koncert vážné hudby“	130
4.3.2 Spontánní znalost názvu jednotlivých filharmonií	134
4.3.3 Návštěvy koncertů vážné hudby a koncertů jednotlivých filharmonií	138
4.3.4 Poslech nahrávek vážné hudby v soukromí	142
4.3.5 Náзор na nabídku koncertů vážné hudby	144
4.3.6 Náзор na kvalitu jednotlivých orchestrů	146
4.3.7 Potenciální motivace k návštěvě filharmonických koncertů	149
4.3.8 Zaznamenání propagace jednotlivých filharmonií	151
4.3.9 Důležitost existence filharmonií pro města a oprávněnost financování z jejich zdrojů	154
ZÁVĚR	159
Resumé	165
Summary	165
Zusammenfassung	166
Seznam zkratk	167
Dotazníky k Výzkumné sondě do postojů filharmonického publika	169
Dotazník k Výzkumné sondě do postojů veřejnosti	177
Bibliografický záznam	178