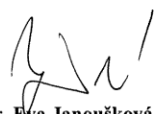


Analýza potenciálu vybrané akce typu LARP

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	Lucie Kouřilová
Studijní program:	Ekonomika a management
Obor:	Cestovní ruch
Název práce:	Analýza potenciálu vybrané akce typu Larp
Cíl práce:	Bakalářská práce na téma Analýza potenciálu vybrané akce typu Larp si klade za cíl přiblížit prostředí Larpu na teoretické rovině, podílet se tak na jeho popularizaci v souladu s larpovou konferencí Odraz 2012 a navrhnout další zlepšení a využití pro akci Angmar bez Špejcharu prostřednictvím zjištění jeho potenciálu.


PhDr. Vlasta Novotná
vedoucí bakalářské práce


RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ .

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **souhlasím** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 24.4.2016

.....

Podpis

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí bakalářské práce PhDr. Vlastě Novotné a panu akad. mal. Vladimíru Netoličkovi za jejich odborné vedení, neocenitelné rady během zpracování této práce a především za vstřícný přístup a čas, který mi věnovali. Mé díky také patří panu Martinu Dobešovi za spolupráci a poskytnutí mnohých informací a v neposlední řadě všem, kteří mi byli po celou dobu studia velkou oporou.

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

Analýza potenciálu vybrané akce typu LARP

Bakalářská práce

Autor: Lucie Kouřilová

Vedoucí práce: PhDr. Vlasta Novotná

Jihlava 2016

Abstrakt

KOUŘILOVÁ, Lucie: Analýza potenciálu vybrané akce typu LARP. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce: PhDr. Vlasta Novotná. Stupeň odborné kvalifikace: bakalář. Jihlava 2016. 74 stran.

Anotace

Tato bakalářská práce si klade za cíl přiblížit prostředí larpu na teoretické rovině, podílet se tak na jeho popularizaci, prezentovat jej jako smysluplnou volnočasovou aktivitu a navrhnout zlepšení a další využití v cestovním ruchu pro akci Angmar bez Špejcharu. Teoretická část daný fenomén vysvětluje a shrnuje existující poznatky. V praktické části je analyzován larp Angmar bez Špejcharu jako produkt cestovního ruchu.

Klíčová slova

Larp. Produkt. Angmar bez Špejcharu. SWOT analýza. Integrace.

Abstract

KOUŘILOVÁ, Lucie: Analysis of potential of the selected LARP event. Bachelor thesis. College of Polytechnics Jihlava. Department of Tourism. Supervisor: PhDr. Vlasta Novotná. Degree of qualification: Bachelor. Jihlava 2016. 74 pages.

Annotation

The aim of this bachelor thesis is to focus at LARP environment at the theoretical level, to contribute its popularization, to present it as a meaningful leisure activity and to suggest improvements and further utilization of event "Angmar bez Špejcharu" in tourism. The theoretical part explains the phenomenon of LARP and summarizes existing knowledge. The practical part analyses LARP event "Angmar bez Špejcharu" as a tourism product.

Key words

Larp. Product. Angmar bez Špejcharu. SWOT analysis. Integration.

Předmluva

S problematikou larpu jsem se seznámila díky své rodině a známým, kteří se larpingu dlouhá léta věnují. Když jsem se pak sama účastnila těchto akcí, více se zajímala o vývojové trendy a jejich další využití v různých odvětvích, rozhodla jsem se svojí měrou přispět k jeho rozvoji tím, že poukážu na nový zákaznický segment využitelný pro průmysl cestovního ruchu. Navázala jsem proto spolupráci s neorganizovanou skupinou pořádající larp, s níž jsem se již dříve setkala, abych u něj zhodnotila případný potenciál pro uplatnění v cestovním ruchu. Následná doporučení a možnosti využití mohou být inspirací pro organizátory této i jiných podobných akcí.

Obsah

Úvod.....	11
Teoretická část	13
1 Larp	13
1.1. Předchůdci larpu	13
1.2 Vývoj	15
1.3 Nová a vyvíjející se využití LARPu	16
1.4 Klasifikace larpu v ČR.....	19
2 Larp a cestovní ruch.....	22
2.1 Produkt cestovního ruchu	22
2.2 Cestovní ruch dětí a mládeže	22
2.3 Dobrodružný CR.....	23
2.4 Trend event turismus	24
2.5 Organizace	24
Praktická část	26
3 Metodika	26
3.1 Sběr informací.....	26
4 Vlastní výzkum	29
4.1 Angmar bez Špejcharu.....	29
4.2 Dotazování se účastníků ABŠ 2015.....	30
4.3 Interview	38
4.4 Komunikace s CK.....	41
4.5 Organizace projektu ABŠ 2016	42
5 SWOT	46
5.1 Interní analýza.....	46
5.2 Externí analýza	47
5.3 Výsledky	48

Shrnutí.....	54
Závěr	55
Zdroje.....	57
Knížní zdroje.....	57
Související literatura	58
Elektronické zdroje	58
Přílohy.....	63

Seznam použitých zkratk a symbolů

ABŠ	Angmar bez Špejcharu
EU	Evropská unie
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
LARP	Live Action Role-playing
ORP	Obec s rozšířenou působností
RPG	Role-playing game
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

Seznam grafů a tabulek

Pokud není uvedeno jinak, jsou použité objekty vlastní tvorbou autora.

Seznam grafů

Graf 1: Status účastníků	30
Graf 2: Pohlaví účastníků	30
Graf 3: Věk účastníků	30
Graf 4: Počet navštívených ročníků ABŠ (2015)	31
Graf 5: Přenos informací o ABŠ	32
Graf 6: Nejblíže velké město k bydlišti účastníků	33
Graf 7: Užitý druh dopravy na ABŠ	33
Graf 8: Strava účastníků ABŠ	34
Graf 9: Doprovod účastníků ABŠ	34
Graf 10: Který rodič se zapojí do hry	35
Graf 11: Dali byste přednost laru s dětským programem?	35
Graf 12: Pozitiva laru ABŠ	36
Graf 14: Je cena 250 Kč adekvátní?	36
Graf 13: Ochota připlatit si za larp ABŠ	36
Graf 15: Vyhovuje účastníkům termín ABŠ?	37
Graf 16: Očekávání od laru všeobecně	37

Seznam tabulek

Tabulka 1: Skladba účastníků ABŠ 2015 - muži	31
Tabulka 2: Skladba účastníků ABŠ 2015 - ženy	32
Tabulka 3: Historie ABŠ	38

Úvod

S rozšířením fondu volného času získává cestovní ruch silnou pozici na trhu. Průmysl volného času nabízí stále větší a bohatší škálu produktů, internacionalizuje se a proniká do sfér, jež se dříve vymezovaly pouze pro nekomerční formu volnočasových aktivit. Obstát na tomto poli služeb mohou jen ty společnosti s funkčním marketingovým mixem, obsahujícím 4 základní prvky, tj. produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace, a 4 doplňkové, tj. tvorba balíků služeb, lidé, spolupráce a tvorba programů. Poptávka spotřebitelů je totiž náročnější, vyvíjí se, vyžaduje rozvoj dalších specifických forem cestovního ruchu. Jsou kladeny vyšší nároky na rozsah a kvalitu poskytovaných služeb, stoupá obliba aktivní turistiky, víkendového vyžití i jednodušších způsobů ubytování. Důležitým aspektem a motivem účastníků je zážitek, touha po dobrodružství a splnění si svých fantazií.

Představy dříve podněcovaly zejména cestopisy, např. „Milion“ od benátského kupce a cestovatele Marca Pola, dále o zámořských objevech, v 19. století o cestách, které podnikl Emil Holub a ve 20. století cestopisy Jiřího Hanzelky a Miroslava Zikmunda. Významným impulzem se tak v průběhu let stala literatura a film obecně. Nový rozměr pak přišel s rozvojem žánru fantasy a science-fiction. Lidé touží po dobrodružných cestách do různých koutů světa, do vesmíru, ale i do smyšlené reality. Čím je dojem autentičtější, tím lépe splňuje jejich přání. Otázkou je, jak zprostředkovat takový vjem, aby odrážel fiktivní vize?

Odpověď se naskytla s vývojem původně nekomerčního typu zábavy, larpu (též LARPu), který se zmíněnými žánry inspiruje. O jeho využití v cestovním ruchu není pochyb, na toto téma bylo zpracováno několik diplomových prací a hovoří o něm i další publikace cestovního ruchu (viz níže). Problematika larpu, jako produktu cestovního ruchu, je sice v podmínkách České republiky méně rozvinutá než v zahraničí, ale zvláště v poslední době získává jasnějších podob, právě díky spolupráci s ostatními aktéry cestovního ruchu, tedy veřejného sektoru, soukromého sektoru, dobrovolného sektoru a místního obyvatelstva. Pokud se tato spolupráce bude nadále rozvíjet, vzroste význam larpu pro cestovní ruch, rozšíří se tak jeho nabídka a tím i možnost, jak uspokojit stále specifičtější požadavky spotřebitelů.

V nadcházející teoretické části pracuji s odbornou literaturou, objasňuji larp jako pojem, popisuji jeho vývoj, včetně trendů, aktuální kategorizace a využití produktů v cestovním ruchu. Praktická část, na základě použitých metod, zkoumá konkrétní produkt Angmar bez Špejcharu, a to prostřednictvím kvalitativního výzkumu v terénu, spočívajícím v pozorování, dotazování se účastníků zmíněné akce a vedením rozhovoru s jedním z pořadatelů. Poté uvádím způsob organizace a SWOT analýzu včetně závěrů a doporučení.

Teoretická část

1 Larp

Pojem larp vznikl z anglického Live Action Role-playing, volný překlad zní „hraní rolí“, jímž ve své podstatě i je. Přes všechny snahy teoretiků doposud nebyla vymezena jeho konečná definice, ale na základě předešlých publikovaných formulací lze říci, že se jedná o volnočasovou nebo edukativní aktivitu, v níž se účastníci kolektivně podílejí na hraní hry s předem určenými pravidly. Hra zprostředkovává zážitek především zúčastněným, čímž se liší od klasického divadla, a není tak vždy vhodná pro publikum. Často se odehrává v přírodě a zúčastnit se jí mohou všechny věkové kategorie. [7, 25]

Důležitým aspektem je příběh vycházející z fiktivní reality, na jejímž základě si postavy fyzicky utvářejí své charaktery, posunují děj. Interakce probíhá mezi hráči samotnými i mezi organizátory. Spojuje RPG¹ hry (PC, stolní) a *komedii dell arte*. [39]

Pokud dojde ve stolní RPG k souboji s nadpřirozenou bytostí, o výsledku, prohře či výhře, rozhoduje hod kostkou. V larpu je to jiné, bytost představuje skutečný člověk (jiný hráč) a dochází k fyzickému střetu za použití k tomu určených zbraní². [5, 43]

1.1. Předchůdci larpu

Historické rekonstrukce

Historické rekonstrukce mají s larpem mnoho společného. Zúčastnění se převlékají do kostýmů, hrají dle daných pravidel, a to ve svém volném čase pro zábavu. Hlavním rozdílem je skutečnost, že historické bitvy mají předem stanovený výsledek a větší nároky na kostým, protože se používá dobová výstroj, výzbroj i materiály. První hrané bitvy se odehrávaly v amfiteátrech ve starověkém Římě, později ve středověku při rytířských turnajích. V roce 1893 se v anglickém Eglingtonu uskutečnila první přehlídka rytířského turnaje, od této doby se rekonstrukce začaly šířit do dalších koutů světa a získávat nové podoby. Hlavní funkcí není hrát pro veřejnost, nýbrž pro svoji zábavu. Přibývají nové náměty, kupříkladu nápodoba života v určitém historickém údobí, tzv. *living history*, nebo *science fiction*, dá se říci, že historická rekonstrukce je předchůdcem larpu. [41]

¹ RPG z angl. *Role-playing game*

² Zbraně podléhají kontrole, mají předem stanovené parametry tak, aby se zapříčinilo případným zraněním. Hráč je povinen zhotovit si zbraň odpovídající předpisům organizátorů akce, jinak ji nebude moci použít.

Pen and paper roleplaying games

V 70. letech 20. století si získaly velkou oblibu tzv. *pen and paper roleplaying games*, ve zkratce RPG, neboli stolní hry na hrdiny. Pojem RPG však v dnešním měřítku označuje hry stolní, počítačové (*computer RPG*), videohry i larp, proto je zavedený český překlad nepřesný a používá se anglický akronym. [41]

Zájem veřejnosti upoutala americká společnost Tactical Studies Rule, když přišla roku 1974 na trh s novou hrou Dungeons&Dragons a jejím vylepšením Advanced Dungeon & Dragons. Tato strategická válečná hra s figurkami, se stala inspirací pro mnoho dalších moderních her. [7, 41]

Hra je založena na několika principech. Jeden z hráčů se stane Vypravěčem (angl. *Game Master*), po celou dobu vystupuje jako mediátor, zprostředkovává děj, orientuje se ve složitých pravidlech a dává možnost jiným postavám hráčů, aby se vyvíjely, vše za použití knihy pravidel, tužky, hracích kostek či dalších prvků dokreslujících atmosféru. Postavy spolupracují, nejsou vůči sobě invazivní, ale vzájemně se ovlivňují. Tak jak jsou pro *komedii dell arte* typické figury kolombíny nebo harlekýna, tak jsou pro RPG hry tradiční válečníci, kouzelníci a bytosti vystupující v Tolkienově světě „Pána prstenů“, ale není to podmínkou. [25, 41]

Vědecko-fantastická literatura

Za původce žánru science-fiction jsou nejčastěji považováni autoři 19. století, konkrétně Mary Shelleyová („Frankenstein“), Edgar Allan Poe („Jáma a kyvadlo“), Jules Verne („Pět neděl v balóně“) a Herbert George Wells („Válka světů“). [7]

Sci-fi jako pojem vznikl ve Spojených státech v 2. polovině 30. let minulého století, kdy se objevila potřeba pojmenovat rychle se vyvíjející druh literatury. V těch letech byl založen oxfordský klub spisovatelů „Inklings“ se zájmem o historii, pohádky, mýty a legendy, v jejichž duchu dali vzniknout moderním fantasy příběhům. Nejznámějšími z nich jsou C. S. Lewis („Letopisy Narnie“) a J. R. R. Tolkien („Hobit aneb cesta tam a zase zpátky“, „Pán prstenů“). [7,24]

V 60. letech vyvolalo Tolkienovo dílo o Středozemi velkou odezvu zejména u mladých lidí v Americe, kteří začali smyšlený svět realisticky napodobovat, vytvářet si kostýmy, dřevěné zbraně a pořádat rekonstrukce bitev v přírodě. Dodnes je tato tematika ústředním motivem, mnoha larpů. [24, 41]

1.2 Vývoj

Námětem her se staly vědecko-fantastické žánry, s vývojem literatury, komiksu, filmu a RPG se pro to vyvíjel i larp. Probouzel ve svých fanoušcích představivost a s ní i touhu vyzkoušet si osudy známých postav. [7]

V roce 1977 vznikla v USA první larpová skupina „Dagorhir“, s cílem rekonstruovat bitvy inspirované fantasy. O pět let později přišla anglická skupina „Treasure Trap“ s pojetím hry podle Dungeon & Dragons, které obsahovalo více divadelních prvků. Inspirovala tak další příznivce k vytváření si vlastních příběhů a pojetí. [30, 41]

Dnes je larp rozšířený po celém světě. Největší akce se pořádají v Americe, Africe, Německu, Rusku i Polsku, mají kolem 4000 hráčů. Zvyšují se nároky na organizaci, prostředí, podmínky, na účastníky samotné, zejména na jejich kostýmy. I v českých podmínkách proto existují specializovaní prodejci, poskytující vhodnou výbavu od latexových uší až po kroužkovou zbroj. [43]

Prostředí Norska, Švédska, Finska a Dánska hrálo při dalším vývoji velkou roli. Roku 1997 proběhla první larpová konference Knutepunkt, vymezující specifický larp v severských zemích jako „Nordic larp“. Následovala ji a následuje řada dalších konferencí, diskutujících aktuální otázky a pohled na tento fenomén jako na součást životního stylu. [28]

V České republice vznikl první larp „Dračí doupě na živo“, inspirovaný hrou Dračí doupě,³ r. 1992. Nejrozšířenějším typem se posléze staly dřevěné bitvy napodobující svět Pána prstenů. Postupně přicházejí nové náměty, díky internetu se larp vyvíjí dynamičtěji a jeho obliba vzrůstá. Na druhou stranu, u široké veřejnosti se nesetkal s vřelým přijetím, s čímž se snažila vypořádat např. Fantasy asociace (FAS), Asociace Fantasy (ASF), Moravian LARP o. s. nebo Pilirion o.s., přičemž poslední tři ve své iniciativě, stále pokračují. [6, 25, 34]

Po vzoru severského Knutepunkt se v tuzemsku pořádají konference, festivaly a workshopy, např. Moravian LARP inicioval tzv. Setkání pro organizátory i hráče, larp jako součást programu se objevuje také v putovní Celostátní vzájemné výměně

³ RPG Dračí doupě je česká obdoba původní hry Dungeons&Dragons.

zkušeností⁴. V roce 2016 se uskutečnil již pátý ročník pražského festivalu HRAJ LARP. První velkou konferencí byl Odraz 2008, následovaly jej další ročníky, ale v současné době je posledním v řadě Odraz 2012 s podtitulem „Odraz se dokud můžeš“, jehož postřehy jsou stále aktuální a kladou si za cíl zlepšit podmínky pro český larp. Zástupci deseti organizací, pod záštitou Moravian LARPU, publikovali ve sborníku konference informace týkající se, mimo jiné, asociací, vyjednávání grantů, marketingové strategie, komunikačních platforem, vývojových trendů či Dánského pojetí larpu jako mainstreamu. (Herlovsen, 2012, str. 149-162), (Odraz 2012, 2012), [7, 13, 22]

1.3 Nová a vyvíjející se využití LARPU

1.3.1 Edukativní využití

Weber naši společnost označuje jako „Společnost volného času“, oproti minulosti máme mnohem více prostoru mimo zaměstnání. Otázkou je, zdali s ním umíme smysluplně disponovat. Někteří sociologové zaujímají pesimistické stanovisko a hovoří o nutnosti výchovy využití volného času. Z důvodu toho, že je naše společnost zahlcená technickým rozvojem, konzumem, reklamou a masovými médii, stává se uniformní a její poptávka zrovna tak. (Fazík, 2011, str. 16-22, 182-183) Výchova využití volného času probíhá nejintenzivněji na základní škole.

Systém školního vzdělávání umožňuje žákům kontakt s alternativami trávení volného času prostřednictvím zájmových kroužků a pobytů v přírodě. Dnešní děti však dávají přednost zábavě na počítači. Hrají fantasy hry, sledují sci-fi animované pořady a ztrácí zájem o jiné podněty (Fazík, 2011, str. 135), pokud by se v jejich blízkosti objevovaly aktivity s touto tematikou jim tak blízkou, zaujala by je.

V Norsku se stal larp efektivním vzdělávacím prostředkem, ale v České republice s ním takto pracuje jen málo organizací. Pedagogické využití blíže popisuje např. Viktor Zemene a Petra Malečková. Zdůrazňují skutečnost, že larp zprostředkovává účastníkům přímý kontakt, zkušenost na principu „škola hrou“, díky nimž se v mozku snáze tvoří myšlenkové mapy a proces učení je efektivnější. (Odraz 2012, 2012, stránky 149-162) Např. u historicky orientovaných larpů se nabízí prostor pro výuku reálií, steampunková tematika může pracovat s fyzikálními a chemickými zákony, prostor pro uplatnění je široký. Na podobném principu pracuje i tzv. „Erlebnispädagogik“, anglicky „Adventure

⁴ Putovní Celostátní vzájemná výměna zkušeností 2016 se koná v Jihlavě 11. - 13. listopadu. [22]

education“, což je samostatně stojící výukový program, v němž je klíčová výchova zážitkem. (Matoušek, 2003, str. 204) [19]

1.3.2 Intervence proti delikvenci mládeže

„Outward Bound school“ Kurta Hahna jsou organizace škol a center zabývajících se mládežnickými programy v přírodě pro potírání delikvence. Organizují zážitkové pobyty, fyzicky náročné tak, aby pomohly účastníkům rozvinout svůj potenciál a změnit životní styl. (Matoušek, 2003, str. 204) Pro uzavřené skupiny delikventů pořádají různorodé akce jako je např. kanoistika, vysokohorská turistika, horolezectví, kurzy navigace a další. V České republice takto působí Outward bound, prázdninová škola Lipnice nebo např. sdružení Sananin se svým projektem pro drogově závislé „Suché plavby na plachetnici v Severním moři“. (Matoušek, 2003, str. 204-206)

Larp zatím není využíván přímo jako prostředek vypořádání se s delikvencí u problémové mládeže, ale svojí měrou může přispívat k prevenci, i proto jej některé volnočasové organizace zahrnují do svého programu (DDM Sluníčko Otrokovice, Instruktoři Brno). Otázka, jestli je vhodný přímo pro „Outward Bound school“, spadá do kompetencí sociologie a psychologie, ale toto využití může být jednou z cest, kterou by se larp v budoucnosti ubíral. [26]

1.3.3 Business larp

V publikaci „Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi“ (Dvořák, Frková, Parmová, 2013, str. 85) se uvádí, že larp tvoří speciální nabídku cestovního ruchu, je vhodný pro teambuildingové akce a řadí se mezi kulturní aktivity. Court of Moravia se zabývá business larpem od roku 2006, objevuje nové cesty, jak rychle a efektivně učit zaměstnance svých klientů. Pořádá rozvojové semináře, školení a teambuilding za použití metod skrze herní simulaci a rolovou hru. Zaměřuje se na manažerský trénink krizového řízení, leadership, firemní večírky a komunikační a prezentační kurzy. Konkrétní simulací je tzv. „Sestup“, krizový trénink pro manažery, kteří jsou uvězněni v ponorce pod arktickým ledem, nebo teambuilding „El día de Santiago“ z revolučního prostředí jižní Ameriky. Court of Moravia své produkty poskytuje i hotelům (Hotel Akademie Naháč, Hotel Savannah), jako atrakci pro ubytované hosty (zejména zaměstnancům

firem). Další takovou organizací je např. Odraz⁵. Larp tedy využíváme v incentivním cestovním ruchu. [10, 15, 35]

Spolu s business larpem se objevuje pojem gamifikace, gamifikace pro rozvoj firmy, pro práci se zaměstnanci, v marketinku, ve vzdělání. Court of Moravia ji prezentuje takto: „*Gamifikace je chytrý design, který aktivně zapojuje uživatele, na které je zaměřen. Michá poznatky z herního designu, tradičního marketingu a behaviorální psychologie. Využívá principů získávání bodů, překonávání výzev, vyvolává soutěživost a motivuje k pokračování.*“ Zákaznickým firmám tak přináší užitek, protože motivuje zaměstnance k vyšším výkonům. [10]

1.3.4 Ochrana životního prostředí, nemovitého i movitého kulturního dědictví

„*Komerční činnost, tj. pokrytí nákladů a umožnění reinvestic do dalších aktivit, nabídka zprostředkovatelských služeb, poradenský servis, publikační činnost a další, zajišťuje životaschopnou destinační společnost.*“ (Holešínská, 2012, str. 124) Destinační společnost řízená strategicky se stává institucionálním nástrojem regionální politiky cestovního ruchu a napomáhá tak k rozvoji regionu. Jeho součástí je i příroda a kultura, kterou je zapotřebí zachovat a rozvíjet.

V ČR se mnoho občanských sdružení a hnutí zabývá ochranou životního prostředí a kulturního dědictví, některá z nich jsou i vlastníky historických nemovitostí. Pořádají kampaně, konference, semináře a larpy, vydávají publikace, poskytují poradenskou činnost a vedou dobrovolné brigády. Mezi takové patří např. Hnutí Brontosaurus, spolek Vilicius a Asociace fantasy. Zasazují se o opravu památek přímo, fyzickým přičiněním, a nepřímo, např. realizací zážitkových akcí typu larp, které přitáhnou pozornost veřejnosti, jsou tedy prvkem propagace. Vyšší návštěvnost objektu či destinace s sebou nese příjmy pro lokální ekonomiku a možnost investovat do přírodních a kulturních památek. [4, 6, 14, 36]

Larp jako ekologicky šetrný způsob trávení volného času, podobně jako skauting nebo letní dětské tábory, přispívá k zachování krajinného rázu a biodiverzity, svým způsobem nikterak nenarušuje přírodu a vede k úspoře přírodních zdrojů, protože klade důraz

⁵ Odraz je organizací působící na Šumpersku, nikoliv konferencí Odraz (2008, 2009, ...), jedná se o shodu názvů.

na minimalizaci energetické spotřeby a dává přednost užití přírodních materiálů před umělými.⁶ [7, 30]

1.4 Klasifikace larpu v ČR

Práce o larpových subkulturách publikuje závěr dělení této subkultury na undergroundovou (fanoušci fantasy) a profesionální část, organizovanou, vyvíjející se ze stárnoucí subkultury. Profesionální skupina usiluje o vývoj směrem k větší spolupráci institucí, provázanosti s běžným životem a nalezení uplatnění ve sféře podnikání. [5, 25]

Záliba sdružuje fanoušky fantasy a science fiction literatury, anime, cosplay⁷ a RPG, zahrnuje široké spektrum možností, pročež studnice inspirace pro tvorbu nových pojetí je takřka nevyčerpatelná, vytvořit ustálenou taxonomii je proto obtížné. Nyní můžeme larp klasifikovat podle následujících kritérií: [30]

- Dle délky trvání
 - Dlouhotrvající – více dní i let.
 - On-Going Games – se stejným příběhem na pokračování.
 - Kroniky – se stejnými postavami na pokračování.
 - Střednědobé – víkendové.
 - Krátkodobé – několik hodin, den.
- Dle počtu hráčů
 - Malé – 0 - 30 účastníků.
 - Střední – 30 - 40 účastníků.
 - Velké – nad 40 účastníků. [7]
- Místa konání
 - Outdoor – pořádané v přírodě (v lesích, na loukách, na moři,...).
 - Indoor – v uzavřených prostorách.

⁶ Přírodní materiály jsou používány např. pro tvorbu kostýmů (kůže, len, vlna, bavlna, dřevo, kov,...) a pro přístřešky (dřevo, textil).

⁷ Cosplay – skládá se ze slov *costume* (kostým) a *play* (hrát), původem z Japonska, kde se používá výraz *kosupure*. Fanoušci anime, mangy a komixu detailně napodobují svoji oblíbenou postavu. Nejvýraznějším prvkem jsou propracované kostýmy. [38]

- Městské – mohou se odehrávat v celém prostředí města, které vytváří přirozenou kulisu hry, doba trvání je zpravidla několik dní. [16]
- Dle systému pravidel
 - Freeform (volná forma) – bez pravidel, typická pro Austrálii.
 - Pevná pravidla. [16]
- Dle interakce
 - Bitva („dřevárna“) – určena pro větší počet účastníků, ústředním prvkem je fyzický střet mezi dvěma nepřátelskými stranami. Často se používají dřevěné zbraně.
 - Družinová hra – spočívá v soutěži mezi menšími skupinami hráčů, plnícími zadané úkoly. Nejvíce se podobá modelu RPG. [16]
 - Svět – jako simulace smyšleného světa, propracovaná a z pravidla dlouhotrvající. Každá postava má zde svoje místo a plní danou funkci. [16]
 - Komorní (*chamber game*) – sestavený pro menší počet účastníků, doba trvání je několik hodin. Při hře se potlačují fyzické střety, důležitější jsou charaktery, motivy postav a konverzace. Vhodné pro bussiness larp. V současné době vzniká mnoho komorních larpů, těší se oblibě zejména ve větších městech. [16, 18]
 - Arthaus – jedná se o experimentální druh severského larpu s minimem pravidel. Prostřednictvím dramatu, vžití se do role, a vhodné interakce se soustřeďuje na reálná vážnější témata (politická, morální,...). Nachází se na pomezí larpu a umění, zaujme i publikum. [16, 29]
- Dle žánru
 - Fantasy – postavy vycházejí z fantasy žánru.
 - Science fiction
 - Steampunk – zasazuje děj do období viktoriánské Anglie, století páry, charakteristickým prvkem jsou vynálezy a technologie z jiné éry, často se inspiroje romány Julese Verna.

- Cyberpunk – čerpající z futuristického prostředí science fiction zaměřené na umělou inteligenci a informační technologie. [25]
- PostApo – odehrává se v nehostinném postapokalyptickém světě, např. jako v knihách spisovatele S. Clarka („Den Trifidů“). [16]
- Historický – pojí dohromady historické reálie a fantasy, podobně jako spisovatel A. Sapkowski („Narrenturm“) nebo M. A. Bulgakov („Mistr a Markétka“)
- Horor – objevují se zde postavy typické pro hororový žánr, tj. vlkodlaci, upíři, zombie.
- Detektivní – smyslem je rozluštit záhadu, případně zločin.
- Western – inspirovaný divokým západem.
- Turnaj
- Večírek – pořádání fantasy plesů, či jiných tematických večírků.
- A další... [16]

2 Larp a cestovní ruch

2.1 Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu podle Ryglové (2009, str. 102-103) je označením souboru služeb základních (ubytování, stravování, dopravní služby, služby cestovních kanceláří a agentur,...) a doplňkových (směnárenské, tlumočení,...), sloužících k uspokojení potřeb zákazníka. Je závislý na přítomnosti spotřebitele a má omezenou životnost. Tvoří jej těžké faktory, tj. ubytování, gastronomie, doprava, turistická zařízení, a měkké faktory, např. zábava, přístup místního obyvatelstva, zážitek, radost, a jiné. Jako takový by měl splňovat kritérium atraktivnosti, dostupnosti a zacílení na odpovídající skupinu.

O larpu jako produktu cestovního ruchu (dále jen CR) píše např. Balounová, Nováková a Račák. Tento soubor tvoří služby základní i doplňkové a obě skupiny faktorů, z nichž měkké faktory mají z pravidla větší zastoupení. Těžké faktory bývají součástí produktů larpových organizací, jedná se zejména o ubytování, gastronomii a zařízení volného času. (Ryglová, 2009, str. 102-103), [7, 21, 30]

2.2 Cestovní ruch dětí a mládeže

V drtivé většině se larpu zúčastňují mladiství, proto je vhodné na něj nahlížet prostřednictvím právní problematiky dětí a mládeže. [20]

V souladu s EU formulovala vláda České republiky v roce 2012 nezávazný dokument „Národní program rozvoje vzdělávání v ČR“, jehož strategie v oblasti vzdělávání reprezentuje tzv. Bílá kniha (2001, str. 53-56, 70-72). Zde se hovoří o pojetí „zájmového vzdělávání a využívání volného času“. Na základě toho formulujeme zájmové vzdělávání jako „*souhrn výchovně vzdělávacích, poznávacích, rekreačních a dalších systematických, ale i jednorázových činností a aktivit, směřujících k účelnému a efektivnímu naplnění volného času.*“ [20] Učí účastníky poznávat přírodní, kulturní, sociální prostředí i sebe sama. Dle výše uvedeného můžeme larp z právního hlediska řadit mezi „*zájmovou vzdělávací a výchovnou aktivitu určenou převážně pro děti a mládež*“ [24, 27]

Ryglová (2007, str. 11) v rámci Cestovního ruchu (dále jen CR) rozlišuje základní formy CR a další vybrané formy CR, mezi něž, mimo jiné, zařazuje Cestovní ruch dětí a mládeže. V minulosti do této kategorie spadaly pionýrské tábory a CK mládeže. Dnes jsou to např. dětské tábory, cestovní kanceláře (GTS International, Student agency),

poskytující specifické produkty např. program Work and Travel, au pair pobyty, studijní pobyty, práce na kempech a farmách. (Ryglová, 2009, str. 147, 148)

Novodobá poptávka mladistvých je nezávislá a individuální, upřednostňuje bohaté programy, služby a moderní distribuční cesty, vyžaduje kontakt a zábavu s ostatními účastníky a neklade důraz na vysoký standart služeb. (Ryglová, 2009, str. 147,148, Fazik, 2011, str. 135) Larp splňuje očekávání mladistvých, oslovuje zejména kategorie *teens* (10-20 let) a *tweens* (20-30 let). (Odráz 2012, 2012, str. 30-34) V České republice působí mnoho organizací, poskytující mládeži a dětem zážitkovou turistiku prostřednictvím larpu, např. Stan, Instruktoři Brno, Academia Draconica, Dětská agentura. Na Slovensku figuruje i Wachumba CK, se svými fantasy dětskými tábory. [12, 37, 42]

2.3 Dobrodružný CR

„Encyklopedia of Tourism“ hovoří o dobrodružném CR, v němž je pro účastníky stěžejní dobrodružný zážitek v prostředí exotickém či přírodním. Pásková a Zelenka (2002) dodávají, že takový zážitek by měl být neočekávaný, v jisté míře rizikový a měl by přinášet nové zkušenosti. Kotlíková (2013, str. 71-73) poukazuje na skutečnost, že se kromě outdoorových dobrodružných aktivit v přírodě objevují tzv. *urban outdoor adventure* v městském prostředí nebo *indoor adventure* v uzavřených prostorech, např. Laser game a Exit game.⁸

„Příkladem dobrodružného cestovního ruchu mohou být LARPy.“(Kotlíková, 2013, str. 72) Larp lze zpracovat jako indoor i outdoor aktivitu, pro niž infrastruktura CR není podstatná. Dává tak prostor lokalitám méně rozvinutým pro CR, nacházejícím se ve fázi životního cyklu poststagnace, pokles či úpadek, nebo těm, které ještě nebyly objeveny jako destinace CR. Vhodně se využívají staré objekty např. opuštěné budovy, zříceniny hradů, válečné bunkry, a jiné.

Dobrodružný CR dělíme dle fyzické náročnosti na tvrdý (*hard adventure tourism*) a měkký CR (*soft adventure tourism*) nebo dle Marsona na pouštní, vodní, zimní, polární, pralesní a horský (zimní, letní). Tvrdý dobrodružný CR je extrémní záležitostí, nese s sebou totiž vyšší riziko úrazu. Nejčastěji se uskutečňuje v přírodě, příkladem toho jsou aktivity jako horolezectví, rafting, speleologie či heliskiing. Měkký dobrodružný CR není

⁸ Hra založená na snaze účastníků uniknout ze zamčené místnosti.

tak fyzicky náročný, jeho cílem může být i vzdělání, kultura nebo ekologie, tudíž aktivity typu kanoistika, safari, archeologická expedice apod. (Kotíková, 2013, str. 71-73) Implementujeme-li uvedené poznatky do problematiky larpu, pak můžeme říci, že se jedná o měkký CR. Pro zúčastněné nepředstavuje vysoké riziko nebezpečí a nároky na fyzickou zdatnost jsou nižší. Může se odehrávat kdekoliv, v horách, na moři, ve městě. Pro Českou republiku jsou typické akce v létě i v zimě, nejedná se o sezónní CR.

2.4 Trend event turismus

Primárním potenciálem CR se označují atraktivita přírodní a antropogenní, vytvořené člověkem, které dále můžeme dělit na hmotné a nehmotné. *Event* (v překladu událost) se jako součást nehmotných antropogenních atraktivit významně podílí na zvyšování potenciálu CR v dané destinaci tím, že obohacuje její nabídku a motivuje k cestování. (Kotíková, 2013, str. 91) Anglické označení *event* představuje zinscenovanou jednorázovou nebo opakující se akci, která díky své jedinečnosti vzbuzuje zájem veřejnosti. Často bývá jediným impulzem k návštěvě destinace. Typickým příkladem jsou festivaly, koncerty, nebo i larpy. Vývoj larpu tak odráží stále větší zájem o *event tourism*. (Kotíková, 2013, str. 92-93) Příkladem takové události je larp podle knih J. K. Rowlingové o „Harry Potterovi“, jež se pořádá blízko hranic na polském hradu Czocha. Cestovní kancelář EuropaTour, partner tvůrčí skupiny „Liveform“, zde v dané termíny nabízí pobytový larpový zájezd. Zážitkový CR zprostředkovává také sdružení Instruktoři Brno a to v podobě indoorových i outdoorových aktivit v délce trvání až několik týdnů, např. rosická „Tvrz“,⁹ jejíž součástí bývá i jarmark a středověký turnaj. [40]

2.5 Organizace

Díky profesionální části subkultury vznikají právní formy destinačních společností jako např. registrovaná občanská sdružení, akciové společnosti nebo společnosti s ručením omezeným (AMA evolution, Instruktoři Brno, Pilirions, GameCon, ASF Asociace Fantasy,...), které opakovaně pořádají akce pro širokou veřejnost a vedou cílenou marketingovou strategii, zatím převažují organizace neziskové. (Odraž 2012, 2012, str. 13)

⁹ „Tvrz“ – jedná se o se o historický larp situovaný v blízkosti zámku v Rosicích, nejdelší turnus v srpnu trvá dva týdny.

Destinační společnosti jsou financovány ze základních zdrojů, tj. členských příspěvků a příjmů z komerční činnosti, a z doplňkových zdrojů, tj. grantů, dotací, darů od sponzorů a dalších příspěvků. (Holešínská, 2012, str. 122,133) Příjmem z komerční činnosti larpových organizací bývají prodané produkty, jež obsahují především zážitkový program, méně často pak ubytovací a stravovací služby.

Dle výše uvedených příkladů můžeme konstatovat, že larp má v rámci ČR využití na poli cestovního ruchu.

Praktická část

Cíl výzkumu

Cílem výzkumu bude prověřit stávající produkt, tj. larp Angmar bez Špejcharu (dále jen ABŠ), zdali je v rámci dostupných možností vhodný pro využití v cestovním ruchu, tj. jaký je jeho potenciál a zda odpovídá požadavkům spotřebitelů, a to na základě poznatků týkajících se dalšího využití produktu, ideálního profilu produktu, kvalitativních parametrů a jiných faktorů ovlivňujících poptávku. Výsledky a doporučení mohou organizátory ABŠ přimět k jiným opatřením.

3 Metodika

Výběr použitých metod byl sestaven zejména na základě podnětů vzdělávacího programu v rámci projektu Informace v cestovním ruchu, Hendlova (2005, s. 164-166) kvalitativního výzkumu a s přihlédnutím na prostředí dané problematiky. Výzkum sloužil ke SWOT¹⁰ analýze produktu ABŠ. [9]

3.1 Sběr informací

Pro kvalitativní výzkum jsem zvolila zdroje dat primární a sekundární. Primární data jsem získala prostřednictvím rozhovorů s účastníky na ABŠ 2015, na základě interview s organizátorem a díky vlastnímu pozorování události z pozice účastníka a pomocného organizátora. Bližší popis sběru informací je uveden níže vždy v příslušné podkapitole.

3.1.1 Pozorování

Pozorování nám umožňuje vnímat okolí všemi smysly. V jeho průběhu je zapotřebí si podrobně zaznamenávat co nejvíce zkušeností. (Hendl, 2005, s. 191-198)

- **Přímé**

Jakožto dlouholetá účastnice a prototyp běžného účastníka larpů mohu uplatnit své postřehy a porovnávat jednotlivé akce mezi sebou. ABŠ jsem se zúčastnila nejprve v roce 2014 jako účastník a poté r. 2015 jako pozorovatel. Pro rok 2016 jsem se připojila k organizačnímu týmu.

¹⁰ SWOT z anglického *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*.

- **Nepřímé**

Sekundárním výzkumem, tj. analýzou již existujících dat je možné se dopátrat i empirických šetření, různých dotazování formou dotazníků, anket nebo rozhovorů. Pro tuto práci byly využívány materiály v písemné podobě, tištěné i elektronické tuzemských a zahraničních médií. Tuzemské tištěné zdroje jsou poněkud omezené jednak z toho důvodu, že se larp v ČR začal vyvíjet téměř o dvacet let později než v zahraničí, a protože cílová skupina preferuje elektronické komunikační platformy, tj. e-mail, diskuzní fóra, Facebook, web. (Odraž 2012, 2012, str. 10) Tištěný sborník konference Odraž 2012 a další materiály je možné prostudovat v Moravské zemské knihovně v Brně, na webových stránkách organizací a diskuzních fórech. Získané informace jsou uvedeny výše jako součást teoretické části pro lepší přehled dané problematiky.

- **Nezúčastněné**

Jako pozorovatel ABŠ v roce 2015 jsem stála mimo centrum dění a nezapojovala se do hry, bez toho aniž by někdo věděl o mém záměru, včetně organizátorů. Nebýt součástí hry se totiž stává běžnou záležitostí. Vizuální stránka i program se uzpůsobuje publiku. Složka nehrajících tvoří v posledních letech větší podíl návštěvníků ABŠ, je to dáno trendem stárnutí larpové subkultury, která se ve svém osobním životě vyvíjí, zakládá rodiny s dětmi a ty pak své rodiče doprovází.

3.1.2 Dotazování

Spočívá ve sběru primárních dat a to tak, že klademe otázky, abychom získali odpovědi, a vedeme diskusi. (Hendl, 2005, str. 164-166) Použitý výběr otázek pro tuto práci byl závislý na konkrétní situaci.

- **Částečně strukturovaný rozhovor s účastníky**

Částečně strukturovaný rozhovor se od strukturovaného liší tím, že si výzkumník předem připraví témata diskuse, ale ponechává dotazovanému v konverzaci určitou volnost. Musí dbát na usměrňování proudu informací a dle situace pokládat otázky doplňujícího charakteru. (Hendl, 2005, str. 164-166) Tento typ dotazování jsem zavedla při zjišťování informací od účastníků, výzkum probíhal v terénu během ABŠ 2015. Na otázky otevřeného i zavřeného typu odpovědělo 62 anonymních respondentů, tj. celkový počet účastníků ve věku 16-55 let.

Informace jsem si poznamenala do dotazníků, z nichž byly zpracovány tabulky (viz příloha) a poté i grafy.

- **Rozhovor (interview)**

Pro vedení rozhovoru existují všeobecné zásady, které umožňují efektivnější průzkum. Mezi ně patří kupříkladu příprava, projevování zájmu, vstřícný přístup a přesná formulace myšlenky. (Hendl, 2005, str. 173) S těmito principy jsem pracovala při telefonickém rozhovoru, přičemž na otázky otevřeného typu odpovídal organizátor ABS Martin Dobeš, jeho odpovědi byly písemně zaznamenány.

Pomocí emailu jsem se následně tázala dvou cestovních kanceláří (dále jen CK), zdali by je zaujala konkrétní nabídka laru pro rodiny s dětmi a byly by ochotny spolupracovat s tvůrci takového laru.

4 Vlastní výzkum

Výzkum stávajícího produktu

4.1 Angmar bez Špejcharu

Zlínská skupina Angmar¹¹ pořádala v roce 2003 první Angmar na Špejcharu¹² v Křešicích u Olbramovic (okres Benešov). Po letech odmlčení přesunula místo konání do Sklené nad Oslavou (okres Žďár nad Sázavou) a pozměnila název na Angmar bez Špejcharu, po čase se vyměnil i organizační tým, ale podstata hry zůstala zachována. Rok 2016 je 10. jubilejním. [3,31]

Organizátoři ABŠ se řadí do subkultury undergroundové, nejsou členy spolku ani jiného sdružení.

Pokud bychom vycházeli z výše uvedené taxonomie, pak můžeme, na základě dostupných zdrojů a pozorování, říci, že se jedná o larp:

- dlouhotrvající, obsahuje čtyři herní dny a dva organizační během prodlouženého víkendu¹³
- malý, protože počet hrajících se pohybuje v intervalu 20-30,
- outdoorový, je situován na louce a v lesích u Sklené nad Oslavou,
- s pevnými pravidly,
- družinový s bojovými prvky,¹⁴
- svět, je zasazený do smyšleného prostředí s propracovaným herním systémem,
- žánrově rozličný, originální, parodující a humorný, jeho součástí je i divadlo. [3]

¹¹ Angmar je označením severní říše Tolkienovy Středozemě, kterou založil Pán nazghûlů.

¹² Špejchar nebo též špýchar (z něm. *Speicher*) označuje hospodářskou budovu pro uskladnění zrní, sýpku.

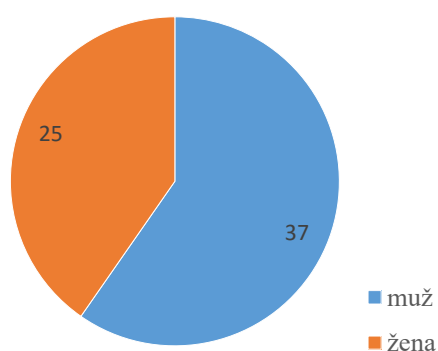
¹³ Organizační dny zahrnují příjezd, registraci, úklid a odjezd.

¹⁴ Povolené typy zbraní, včetně parametrů jsou uvedeny na www.angmar-zlin.blogspot.cz

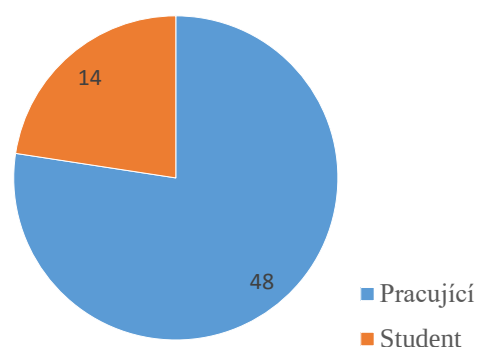
4.2 Dotazování se účastníků ABŠ 2015

Zkoumaný vzorek subkultury čítal 62 osob, ve věkovém rozpětí 16–55 let, v němž bylo téměř dvou třetinové zastoupení mužů a zbytek žen. Věk většiny se pohyboval v rozmezí 26–30 let (19 respondentů) a 31–35 let (15 resp.). Nejčastěji se účastnili lidé pracující (48 respondentů).

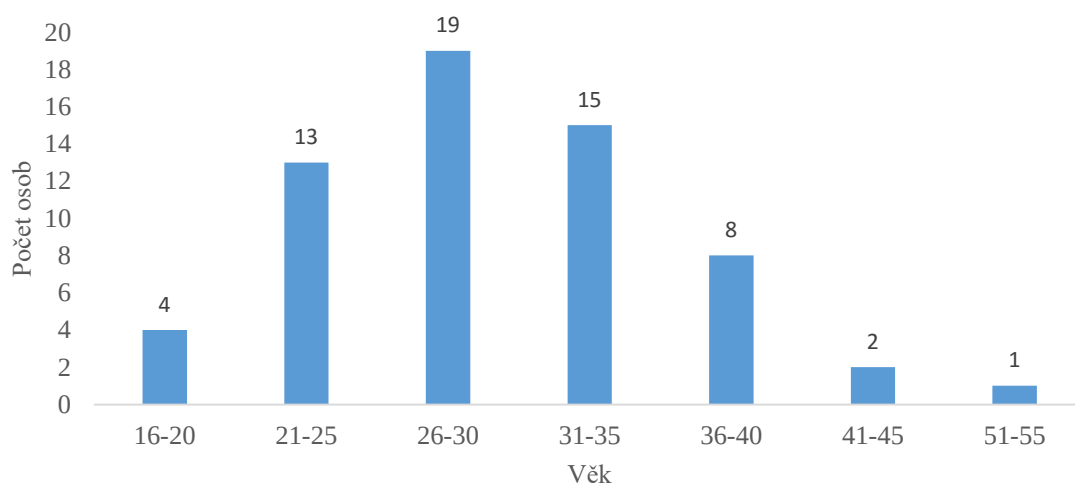
Graf 2: Pohlaví účastníků



Graf 1: Status účastníků



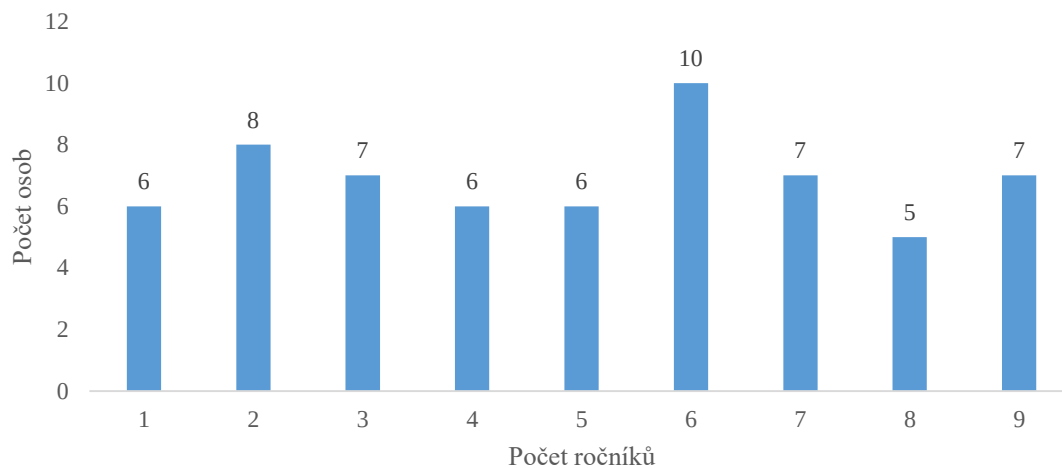
Graf 3: Věk účastníků



Situace se odvíjí od skutečnosti, že nejširší jádro tvoří dlouholetí příznivci ABŠ (viz zvýrazněná oblast tabulek č. 1 a 2). Dlouholetým příznivcem můžeme nazvat toho, který se účastnil pěti a více ročníků ABŠ. Nižší počet mladých nováčků, zejména studentů, odráží celorepublikový vývojový trend minulých let (Odraž, 2012, str. 30-34), tj. úbytek zájemců z řad nové generace, vlivem nízkého povědomí o larpu, negativního

postoje starší generace a celkové ztráty zájmu o pohybové aktivity. Tato skutečnost se však již mění a nových hráčů larpu opět pomalu přibývá.

Graf 4: Počet navštívených ročníků ABŠ (2015)



Tabulka 1: Skladba účastníků ABŠ 2015 - muži

Pohlaví	Věk	Navštívených ročníků
muž	16-20	2
muž	16-20	1
muž	21-25	3
muž	21-25	3
muž	21-25	2
muž	21-25	2
muž	21-25	2
muž	21-25	1
muž	26-30	6
muž	26-30	5
muž	26-30	5
muž	26-30	5
muž	26-30	4
muž	26-30	4
muž	26-30	4
muž	26-30	1
muž	31-35	9
muž	31-35	9
muž	31-35	8

Pohlaví	Věk	Navštívených ročníků
muž	31-35	8
muž	31-35	8
muž	31-35	8
muž	31-35	7
muž	31-35	7
muž	31-35	7
muž	31-35	6
muž	31-35	6
muž	31-35	6
muž	36-40	9
muž	36-40	9
muž	36-40	9
muž	36-40	7
muž	36-40	6
muž	36-40	6
muž	36-40	6
muž	41-45	9
muž	41-45	9

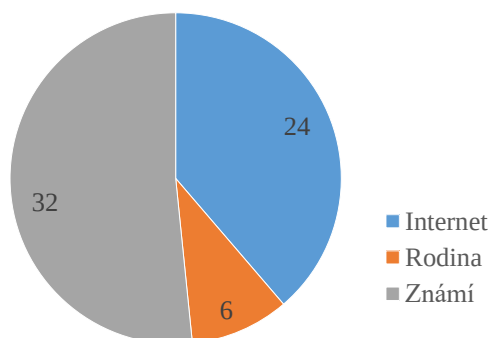
Tabulka 2: Skladba účastníků ABS 2015 - ženy

Pohlaví	Věk	Navštívených ročníků
žena	16-20	1
žena	16-20	1
žena	21-25	3
žena	21-25	3
žena	21-25	3
žena	21-25	2
žena	21-25	2
žena	21-25	2
žena	21-25	1
žena	26-30	6
žena	26-30	6
žena	26-30	5
žena	26-30	5

Pohlaví	Věk	Navštívených ročníků
žena	26-30	5
žena	26-30	4
žena	26-30	4
žena	26-30	4
žena	26-30	3
žena	26-30	3
žena	26-30	2
žena	31-35	7
žena	31-35	7
žena	31-35	6
žena	36-40	7
žena	51-55	8

První impulz navštívit ABS byl u většiny vzorku podmíněn referencí známé osoby. Tak odpovědělo 38 respondentů, méně pak na základě informací zveřejněných na webových stránkách a internetových diskusích, tj. 24 respondentů. Podle výzkumu Court of Moravia¹⁵ má na rozhodnutí účastníků larpu největší vliv právě doporučení přátel a internetové médium plní funkci doplňkovou.

Graf 5: Přenos informací o ABS

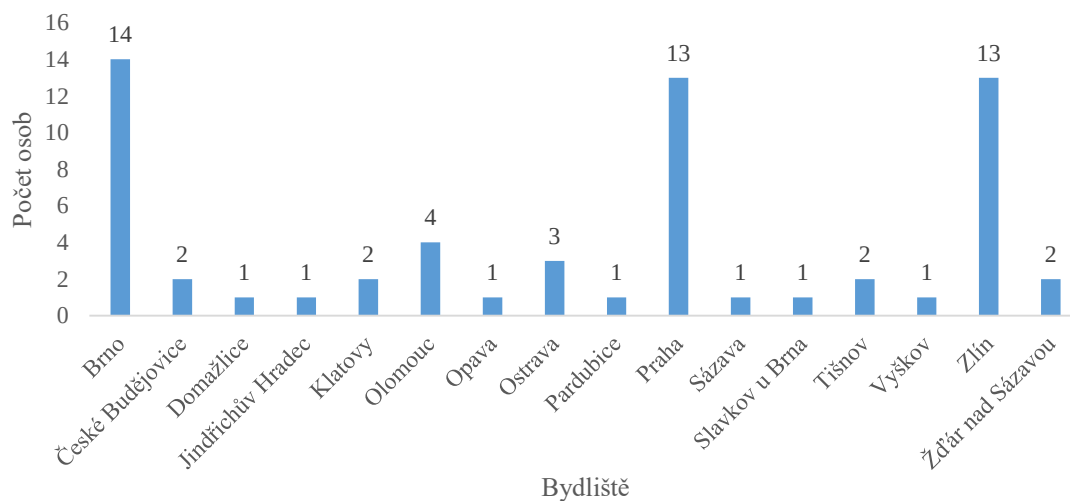


Z blízkého okolí a z kraje Vysočina se zúčastnila pouze hrstka jedinců v řádu jednotek (2 resp.). Pořádat larp v okrese Žďár nad Sázavou má však svůj strategický význam. Účastníci pochází z různých koutů republiky, zejména ze Zlína, Brna a Prahy.

¹⁵ Court of Moravia je organizace působící na moravské larpové scéně. [25]

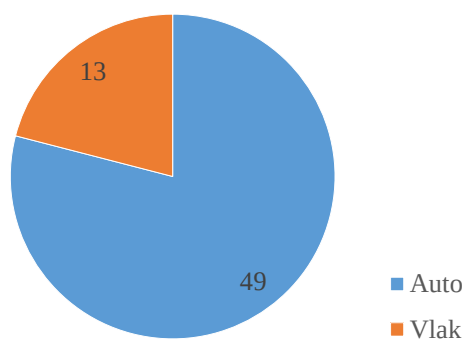
Sklené nad Oslavou se jednak nachází v blízkosti hlavních silničních a železničních tras, jednak v přiměřeně dostupné vzdálenosti od zmíněných měst, což může mít vliv na rozhodnutí spotřebitele.

Graf 6: Nejblíží velké město k bydlišti účastníků



Nejčastěji používaným dopravním prostředkem na ABŠ je automobil, jak uvádí 49 respondentů, jen 13 účastníků jelo vlakem.

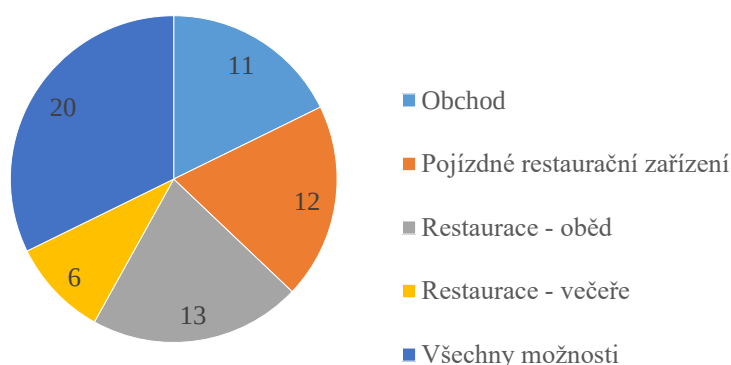
Graf 7: Užitý druh dopravy na ABŠ



Co se týče občerstvení, účastníci využívají všech možností (20 resp.), nakupují potraviny v obchodech (11 resp.), nejvýše jednou denně navštěvují restaurace (z pravidla v době obědů, 13 resp.), hojně využívají služeb pojízdného restauračního zařízení (12 resp.).

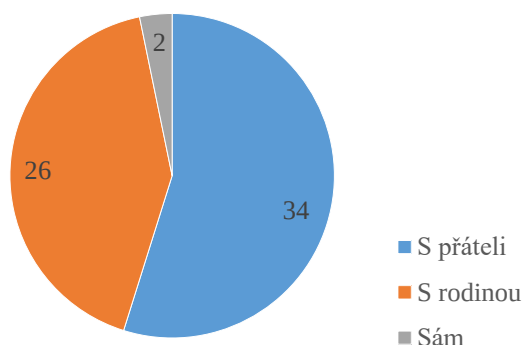
Pro hráče jsou pak připraveny dopolední a odpolední svačiny a v blízkosti louky se nachází všem dostupný zdroj pitné vody (studánka).

Graf 8: Strava účastníků ABŠ



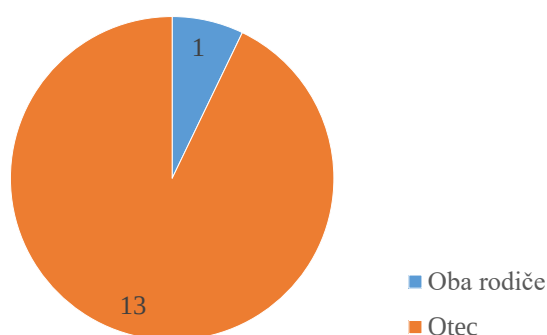
Podstatná část jezdí na larp s přáteli (34 resp.), podobný výsledek uvádí i výzkum larpové subkultury Court of Moravia podle Novákové. Se svou rodinou přijelo 26 respondentů a tráví zde několik dní dovolené. Jen 2 účastníci vyrazili sami. [30]

Graf 9: Doprovod účastníků ABŠ

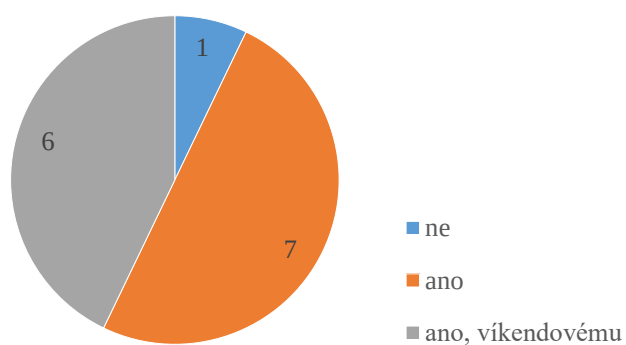


ABŠ 2015 navštívilo 14 rodin. Do hry se povětšinou zapojuje jeden z rodičů (13 resp.). Rodiny odpovídaly i na otázku, zdali by měly zájem o larp s dětským programem. Sedm odpovědělo, že ano, 6 rodin by souhlasilo pouze, pokud by se jednalo o víkendový larp a 1 rodina se s názorem neztotožňuje. Odhadem se počet dětí pohyboval mezi dvaceti až třiceti, jejich věkové zastoupení je různorodé, nejmladšímu dítěti nebyl ani rok (jak uvádí Martin Dobeš).

Graf 10: Který rodič se zapojí do hry

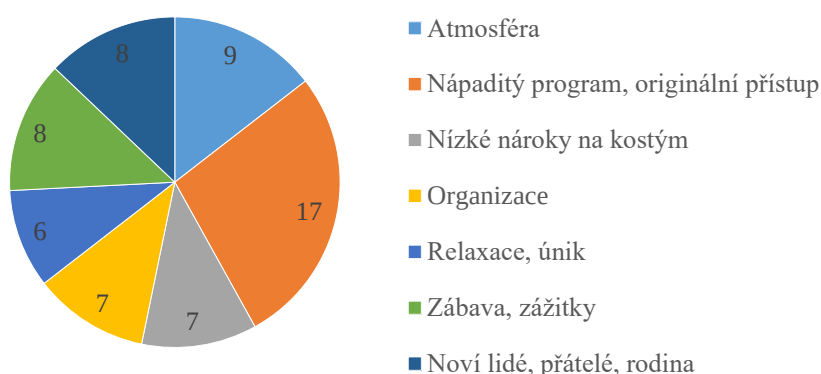


Graf 11: Dali byste přednost larpu s dětským programem?



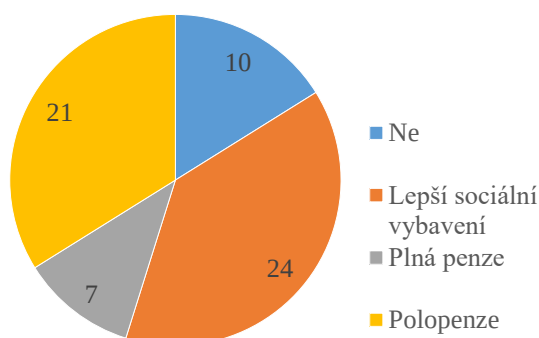
Velká pozitivita vidí respondenti v tom, že ABŠ má nápaditý program a originální přístup, což uvádí 17 respondentů. Poskytuje relaxaci a únik od všedních starostí (6 resp.), zábavu a zážitky (8 resp.) a možnost trávit volný čas s novými lidmi, přáteli i s rodinou (8 resp.). Neklade velké nároky na kostým, každý si jej může zpracovat podle své fantazie (7 resp.). Zároveň je oceňován organizátorský um (7 resp.) a atmosféra (9 resp.). Vystavět příběh na parodii tak, aby zaujal různé věkové kategorie, není totiž jednoduché.

Graf 12: Pozitiva larpu ABŠ

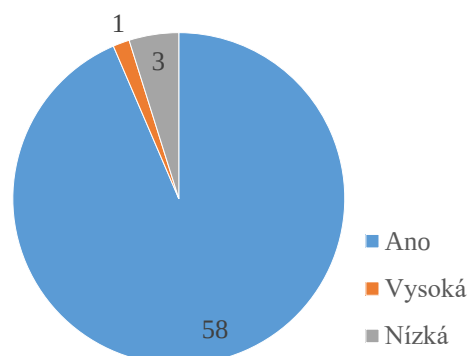


Ve srovnání s podobnými akcemi je zprostředkovatelský poplatek mnohem nižší, nicméně účastníci jej hodnotí jako přijatelný, adekvátní. Jeho zvýšení by byla většina (55 respo.) nakloněna v případě, když by jí bylo poskytnuto lepší sociální vybavení (24 resp.), polopenze (21 resp.) nebo plná penze (7 resp.), v čemž vidí jisté nedostatky. 7 účastníků z 62 odpovědělo, že nejsou nakloněni zvýšení poplatku. [30]

Graf 14: Ochota připlatit si za larp ABŠ

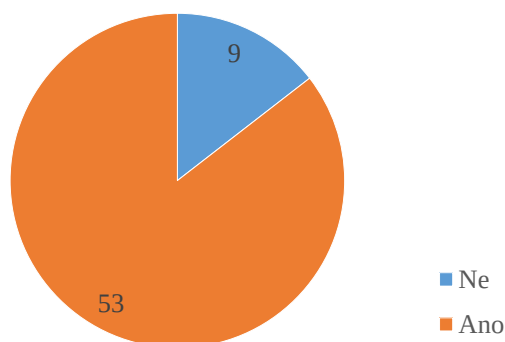


Graf 13: Je cena 250 Kč adekvátní?



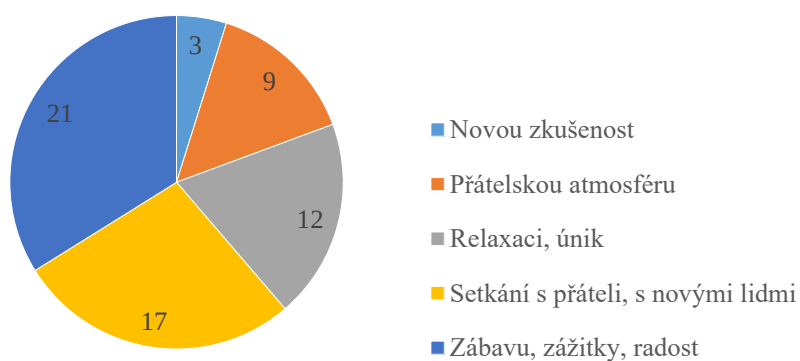
Stává se, že daný termín konání ABŠ, obvykle stanovený na červenec, není vždy příznivý pro všechny zájemce, 9 účastníků by termín konání pozměnilo. Proto je důležité, aby se organizátoři v předstihu usnesli na datu a prostřednictvím příslušných webových stránek podali informaci co nejspíše. Lidé si totiž potřebují naplánovat program na letní období mnohem dříve, domluvit si dovolenou, rozvrhnout si stáž apod.

Graf 15: Vyhovuje účastníkům termín ABŠ?



Zkoumaný vzorek se usnesl na tom, že larp by měl přinášet intenzivní zážitek, pobavení, radost ze hry (21 resp.), ale i přátelskou atmosféru (9 resp.), relaxaci a únik od starostí všedního dne (12 resp.), což jsou důvody, proč konkrétně tento larp navštěvují. V rozhodovacím procesu zájemců hraje roli také to, že se setkají jak s přáteli, tak s novými lidmi, tak odpovědělo 17 osob.

Graf 16: Očekávání od larpu (všeobecně)



Některé otázky použité při výzkumu:

- Jak jste se dozvěděl/a o ABŠ?
- Poblíž jakého města je Vaše bydliště?
- Jaký druh dopravy na akci využíváte?
- Jak se na ABŠ stravujete?
- Jste tu sám/a, s rodinou nebo s přáteli?
- Jste student nebo pracující?
- Připadá Vám výše finančního poplatku 250 Kč za zprostředkování ABŠ adekvátní?
- Vyhovuje Vám termín konání ABŠ?
- Co očekáváte od larpu?
- Co se Vám na ABŠ líbí?
- Byl/a byste ochoten/a si za akci připlatit? Za jakých podmínek?
- Kdo z rodičů se zúčastní hry?
- Měl/a byste zájem o larp s dětským programem?

4.3 Interview

Martin Dobeš, v Brně dne 12.2.2016

- Jaký je Váš věk a profese v běžném životě?
„V červnu mi bude 35 let, jsem montážní technik PC.“
- Konkrétně v kterých letech se uskutečnil ABŠ?
(Na základě odpovědi byla vypracována níže uvedená tabulka č.3)

Tabulka 3: Historie ABŠ

V kterých letech se uskutečnil ABŠ?													
Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1/0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1

Legenda:

1 = akce se uskutečnila

0 = akce se neuskutečnila

- Kolik ročníků ABŠ jste navštívil jako účastník?

„Účastnil jsem se asi 5 ročníků.“

- Kolik let jste organizátorem ABŠ?

„Ročník 2016 je mým čtvrtým.“

- Počet organizátorů ABŠ?

„Počet stálých organizátorů činí 3 osoby a počet pomocných organizátorů je proměnlivý, z pravidla se jedná o 2 osoby, pro ročník 2016 se předpokládá další navýšení o jednu až dvě osoby.“

- Jaký je trend vývoje počtu a skladby návštěvníků?

„Návštěvníky dělíme na hrající, ty, co se programu přímo účastní, a nehrající, tj. doprovod, diváky a část, která si akci nejprve sama zhodnotí a zúčastní se hry až za rok. Počet návštěvníků ABŠ v průběhu posledních čtyř let mírně vzrůstá, pohybuje se až okolo 90 lidí. V samotných počátcích, v letech 2003 – 2005 přijížděli především mladí lidé, studenti, v letech 2010-2015 přibýlo i pracujících a většina z uvedených se účastní dodnes, zato nárůst hrajících nováčků rapidně klesl v průměru z 15 na 6 osob za rok. Na druhou stranu máme zkušenost, že tito nováčci přijedou i příště. Dříve hrálo kolem 35 osob, dnes je to 25 osob, počet nehrajících je tedy mnohonásobně vyšší. Doprovod hrajících jsou i rodiny s dětmi a právě děti tvoří velkou část, cca 30 osob.“

- Jak se přizpůsobujete vývojovému trendu?

„Zohledňujeme i dětské osazenstvo, pro rok 2016 se mohou děti zapojit do předem připraveného programu, který jsme dříve vymýšleli za pochodu, a k dispozici jim budou školení organizátoři.“

Pro rodiny s dětmi jsme vyčlenili část tábořiště. Děti mají totiž jiný denní režim, než dospělí a v minulosti docházelo v tomto ohledu k nesrovnalostem.

Dále vyhovujeme požadavkům návštěvníků týkajících se zajištění možnosti využívat občerstvení přímo na místě, např. připravujeme pro ně svačiny a máme dohodu s provozovatelem restauračního zařízení. “

- Jaký je průměrný věk běžného dospělého účastníka?

„Průměrný věk dospělého účastníka se pohybuje okolo 35 let. “

- Jaký je byl věk nejmladšího a nejstaršího účastníka ABŠ 2015?

„Nejmladší účastník měl 11 měsíců, nejstarší 55 let. “

- Jaké jsou náklady na akci a co tvoří největší položku nákladů?

„Náklady na akci se pohybují okolo 6 000 Kč, obsahují položky jako je strava, dřevo, materiál, např. petrolej, vápno, hřebíky, a zejména doprava, protože právě benzín zaujímá největší část. Organizátorům neplyne žádná finanční kompenzace, tudíž nejsou žádné mzdové náklady. “

- Jaká je cena za pronájem louky?

„Tento fixní náklad odpadá, majitel louky totiž nepožaduje finanční náhradu. “

- Jak vedete přehled o výdajích a příjmech?

„Pro potřeby ABŠ byl zaveden bankovní účet na jméno jednoho z organizátorů. Odtud jsou financovány všechny výdaje a vkládají se sem účastnické či sponzorské příspěvky. Internetové bankovníctví nám tak umožňuje detailní přehled všech transakcí. Dříve jsme evidovali tištěné účtenky a pracovali pouze s hotovostí, ale nový způsob se osvědčil a zjednodušil nám práci. “

- Jaký je hospodářský výsledek?

„ABŠ je financováno sponzorskými dary a účastnickými příspěvky, zatím se nepodařilo zajistit vyrovnaný rozpočet tak, aby náklady nepřevyšovaly výnosy, dochází tedy ke ztrátě v řádě stovek korun, především z důvodů nízkých tržeb. Některé výdaje proto musíme doplatit my organizátoři, ale je to náš koníček a prozatím nám to nevadí. “

- Vaši tržbu tvoří zprostředkovatelské poplatky. Plánujete jejich zvýšení? Proč?

„Ne. Stává se, že ne všichni účastníci při registraci zaplatí přeci jen poplatek 250 Kč je dobrovolný a my jej nemůžeme nikterak vymáhat. Kdybychom jej zvýšili, pak by se mohlo stát, že by odmítalo zaplatit více lidí.“

- Zvažovali jste pořádat larpy profesionálně, v rámci občanského sdružení, a.s. či s.r.o.? A proč?

„Ano, toto jsme v minulosti zvažovali, ale nakonec jsme to zavrhli, protože ve svém osobním životě máme rodiny, zaměstnání, tomu je potřeba věnovat hodně času. Také ABS před námi organizoval někdo jiný a my si nebyli jisti, jak to vše zvládneme a jak se bude vyvíjet situace.“

- Zvažujete do budoucna pořádat larpy profesionálně, v rámci občanského sdružení, a.s. či s.r.o.? A proč?

„Ano, tato otázka není zcela uzavřena. Přeci jen v průběhu let, kdy se věnujeme organizaci akce, jsme získali zkušenosti a lepší přehled. Profesionálnější úroveň, třeba v podobě občanského sdružení, by nám mohla být nápomocna v uskutečnění dalších vizí. A vidíme, že o naši akci je stále zájem i ze strany rodin a dorůstajících dětí, což je pro nás velkou motivací.“

- Chtěl byste ještě něco zmínit?

„Ano. Zájemci se nemusí zúčastnit celého programu a všech herních dnů, proto je výše účastnického poplatku spíše orientační a může se odvíjet od jejich subjektivního uvážení.“

4.4 Komunikace s CK

Součástí daného výzkumu bylo i kontaktovat cestovní kanceláře, zdali by o larp pro rodiny s dětmi měly zájem. S tímto účelem jsem se pomocí emailové komunikace spojila s dvěma cestovními kancelářemi, konkrétně s CK EuropaTour a slovenskou Wachumba CK, které mají zkušenosti s larpy a uvedla jsem jim produkt ABS. Wachumba CK se orientuje pouze na děti a mladistvé, nabídka ji nezaujala, ale CK EuropaTour projevila zájem o další informace, na jejichž základě by se mohla odvíjet další spolupráce.

4.5 Organizace projektu ABŠ 2016

Abych mohla lépe posoudit vnitřní mechanismy této akce a objevit její potenciál, stala jsem se pro rok 2016 pomocným organizátorem.

Způsob organizování larpu se obecně neliší od projektového plánování, je u něj zapotřebí zdrojů finančních, materiálních, času a kreativity. Jako projekt je zpracován na základě jednoduchého fázového modelu o pěti částích, tj. zahajování, příprava, finalizace, realizace a závěr. (Pouchlý, 2010, str. 49)

1. Zahajovací fáze

ABŠ se v posledních sedmi letech pořádá každoročně, zahajovací fáze nové akce začíná vzápětí po skončení akce předcházející. Organizátoři jsou iniciováni zejména účastníky, kteří jim sdělují své připomínky a na jejich základě si hned v počátku vymezí nový rámec, tj. velikost hry, její téma, formu, zajímavosti a novinky, přínos pro hráče a přínos pro organizační tým. Pro larpovou subkulturu je typické, že nerada vyplňuje dotazníky a vede řízené rozhovory s neznámými lidmi, s poznámkami se ale neostýchá obrátit přímo na organizátory.

Změny oproti loňskému ročníku 2015 spočívají ve změně délky hry, ta se navýšila o jeden herní den (celkem čtyři herní dny), v zavedení pirátské tematiky (téma se mění každoročně), nového programu a v přizpůsobení herního prostoru dětem (širší spektrum programů pro děti).

Akce je vhodná pro zkušené larpaře i nováčky starší 18 let, mladší se mohou zapojit pouze za doprovodu rodičů nebo s vyplněnou přihláškou (viz příloha). Každý se účastní na vlastní nebezpečí. Hráčům i organizátorům přináší nevšední zážitek, zábavu, týmového ducha, možnost poznat nové lidi a setkat se s přáteli. [3]

Jakmile se prodiskutuje herní rámec, přichází první predikce ohledně rozpočtu. Zváží se všechny náklady na lokalitu (herní místo), zajištění sociálního zázemí, stravu (v ceně produktu jsou pouze svačiny), potřebné rekvizity a doplňky pro hru, provoz (cestovné, propagace, telefon) a spotřebu (paliva a energie). Pro organizátory neplyne žádná finanční kompenzace, výsledná cena produktu se stanovuje tak, aby pokryla náklady, a současně, aby byla přijatelná pro zákazníky.

2. Přípravná fáze

Bývá časově nejnáročnější. Začíná tři čtvrtě roku před začátkem akce samotné, tedy během prosince. Během této fáze se usilovně pracuje na kvalitě hry, jedná se s hráči, s partnery, stanoví se definitivní datum realizace¹⁶ a prostřednictvím médií se zahájí propagace, díky níž se z řad účastníků může objevit i podpora ve formě spolupráce nebo sponzorských darů.

ABŠ se pořádá na soukromé louce u Sklené nad Oslavou. Soukromý majitel, na základě letitých zkušeností, nepožaduje psanou smlouvu o pronájmu, postačuje smlouva ústní. Louku je nutné rezervovat asi čtyři měsíce v předstihu. Po potvrzení rezervace je zapotřebí co nejdříve informovat danou pobočku Lesů ČR, v tomto případě, dle Krajského ředitelství Jihlava správu lesů Nové Město na Moravě¹⁷, a žádat o povolení vjezdu vozidel (dvou zásobovacích aut) do lesa. Ve formuláři (viz příloha) je nutné vyplnit mimo jiné i PZ všech vozidel, na které se bude vztahovat povolení.¹⁸ Lesní správa provádí kontroly a může v případě porušení předpisů uložit pokutu nebo zrušit povolení. Lesní zákon zakazuje manipulaci s otevřeným ohněm až do vzdálenosti 50 m od okraje lesa, nicméně existuje výjimka ze zákona, tj. majitel může uživatelům udělit v této věci povolení. [11, 20, 21, 23]

Další povinností je, nejpozději 14 dnů před zahájením akce, písemně obeznámit obecní úřad Sklené nad Oslavou a podle uvážení i Sbor dobrovolných hasičů Sklené nad Oslavou. V tomto případě se totiž jedná o shromažďování, jež podléhá oznámení obecnímu úřadu. [20, 21, 23]

Propagace se vede pouze prostřednictvím elektronického média, internetu. Na webových stránkách se postupně aktualizují příspěvky k dalšímu ročníku, účastník se tak seznámí s podrobnostmi, co se týče místa, času, účastnického poplatku a registrace, kostýmů, příběhu, pravidel, přičemž je nutné brát zřetel na pokyny k zbraním (povolený druh zbraní, parametry). Jako první jsou o akci informováni předešlí účastníci, děje se tak půl roku dopředu a to pomocí pozvánky na společenských sítích, tj. na „Facebook.com“ nebo

¹⁶ 1.7. - 6.7.2016 [3]

¹⁷ Státní správu vykonávají obecní úřady s rozšířenou působností, kraje a ministerstvo, dle zákona č. 289/1995 Sb., o lesích a o změně a doplnění některých zákonů (lesní zákon) § 47. [23]

¹⁸ Poplatek za povolení vjezdu do lesa pro jedno vozidlo činí 100 Kč plus DPH (jak uvedla v emailové komunikaci Správa Nové Město na Moravě)

diskuzních serverech, konkrétně na „HOFYLAND.cz“, kde mohou informace kolovat k dalším uživatelům. Prezentuje se i na portálech o larpu, jež si vedou přehlednou kalendářovou sekci o chystaných akcích, a to na „larp.cz“ a na „larpovadatabaze.cz“ (česko-slovenská larpová databáze). ABŠ má zde status „pro všechny“, nikoliv „uzavřená“, což znamená, že se události může zúčastnit kdokoliv a je vítaný.

Registrace probíhá od ledna prostřednictvím e-mailu, ve kterém zájemce uvede své jméno, příjmení, přezdívku, věk a družinu, pokud ji již sestavil s jinými účastníky. Podle počtu přihlášených a předpokládaných osob se organizátoři dohodnou s majiteli restauračního zařízení v Brně na provozu mobilního občerstvení, které pak mohou účastníci v průběhu hry využít, nebo se stravovat samostatně.

Pro pomocné organizační síly se uskutečňuje krátké školení zaměřující se na práci s dětmi, provoz tábora a chod programu. Měsíc před ABŠ musí být program do detailu naplánovaný a potřebné vybavení obstaráno.

3. Finalizační fáze

Na začátku této fáze zbývá posledních čtrnáct dní do konce, organizátoři si rozdělují jednotlivé úkoly, pečlivě plánují a hospodaří s časem. Vyrábí rekvizity, tisknou materiály (např. seznam a kontakty všech registrovaných) a nakupují vše potřebné. Určí se hlavní koordinátor, od nějž plyne delegování úkolů během realizace, a další úlohy týkající se logistiky (dopravy věcí na místo a zpátky), zajištění rekvizit, kulis, prostředí, drobného stravování, styku s hráči (registrace, instrukce), první pomoci a úklidu po akci.

4. Realizační fáze

Organizátoři přijíždí na místo již dva dny před začátkem a připravují táborové ležení. Během prvního realizačního dne probíhají přípravy pro dny herní, podle stanoveného rozpisu. V pozdějších odpoledních hodinách přijíždějí první hráči, kteří si na základě instrukcí organizátora staví přístřešky a mohou se připojit do příprav. Z pravidla od 19:00 hodin probíhá registrace a platba, hrající jsou postupně rozřazováni do družin, pokud již tak neučinili, a obeznámeni s pravidly a předpisy.

Organizátoři se starají o hladký průběh programu jak pro děti, tak pro dospělé, zasahují do příběhu, kontrolují dodržování pravidel včetně hygienických vyhlášek, řeší vzniklé problémy a jsou neustále k dispozici. Vystupují v roli vypravěče, který zadává úkoly,

konkrétní složení programu totiž není účastníkům dopředu známé. V případě úrazu, poskytují první pomoc, a pokud je to zapotřebí, předem určená osoba přepraví zraněného do nejbližší nemocnice.

Harmonogram herních dnů je následující. Hrát se začíná v dopoledních hodinách a končí se až na úplný závěr akce, tj. čtvrtý herní den večer, kdy organizátoři posuzují podle počtu získaných bodů vítěznou skupinu a udělují zasloužené tituly¹⁹. Jedním z nich je například titul Principál, „*Titul Principál získá tým s největším počtem bodů za předvedené divadlo*“. [3] Šestého dne se organizátoři loučí s účastníky, balí a po kontrole a odstranění případných nedostatků z místa odjíždějí. Pro udržení dobrých vztahů s majitelem louky, lesní správou i obcí se klade velký důraz na navrácení místa do původního stavu.²⁰

5. Závěrečná fáze

V této fázi se organizační tým, na základě účastnických ohlasů a objektivní sebekritiky, usnází na celkovém hodnocení, tj. jaké byly ve hře klady a zápory, zda bylo delegování úkolů efektivní, co se osvědčilo a co naopak zadržovalo? Vyrovnají se poslední nedoplatky, kontroluje se rozpočet, vypůjčené věci se vrátí a zaznamenají se užitečné postřehy pro další projekt.

Po akci kontaktuje organizátor majitele louky, děkuje mu a zeptá se jej, zdali bylo vše v pořádku a příští rok mohou místo opět využít. Kromě toho děkuje na webových stránkách také účastníkům, jmenovitě sponzorům a dalším dobrovolným pomocníkům.

Na závěr se publikují fotky a videa z larpu, tímto je uplynulý ročník uzavřen.

¹⁹ Přehled titulů je uveden na internetových stránkách akce www.angmar-zlin.blogspot.cz.

²⁰ Ve vyhlášce obce může být na území této obce zakázáno uskutečňování larpových akcí, důvodem bývá negativní zkušenost zapříčiněná nedodržováním předpisů.

5 SWOT

ABŠ je produktem neorganizované skupiny nadšenců larpu. Má své příznivce mezi účastníky cestovního ruchu, kteří jej využívají ve svém volném čase jako prostředek zábavy a rekreace. Zda-li se organizátoři vydají po stopách jiných larpových organizací a začnou se problematice věnovat na profesionální úrovni, případně pozmění část produktu, se bude odvíjet, mimo jiné, od analýzy daného produktu.

Prostřednictvím SWOT analýzy budou identifikovány současné silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby, jež umožní komplexní zhodnocení prostředí produktu a strategický přístup k dalšímu plánování. [2]

5.1 Interní analýza

Vnitřní analýza stanoví možnosti a potenciál produktu a identifikuje silné a slabé stránky, přičemž silné stránky je třeba rozvíjet a slabé eliminovat na minimum. [2]

Silné stránky

- Existující základna zákazníků
- Dlouhodobé vztahy se zákazníky
- Výkonný organizační tým
- Zavedená informační platforma (webové stránky) a databáze předchozích účastníků
- Nízké náklady
- Nízká cena produktu
- Geograficky výhodná poloha
- Ekologicky nezávadná činnost
- Originální společenská aktivita vhodná pro různé věkové kategorie
- Vhodné pro rodiny s dětmi
- Mobilní restaurační zařízení

Slabé stránky

- Náročný produkt z hlediska času a organizace
- Sociální vybavením
- Stravování není součástí produktu
- Investice do reklamy

- Nízké povědomí o produktu
- Úzký segment potencionálních zákazníků
- Nekomerční význam
- Výsledek hospodaření je ztrátový
- Veřejnost nepohlíží na larp jako na seriózní zábavu

5.2 Externí analýza

Vnější analýza se zaměřuje na zkoumání příležitostí pro další rozvoj produktu a klade si za cíl identifikovat, sledovat a odstranit případné hrozby. [2]

Příležitosti

- Založení občanského sdružení nebo asociace
- Spolupráce s jinými organizacemi
- Spolupráce s jinými skupinami, kluby
- Granty a dotace
- Vzrůstající obliba fantasy a sci-fi žánrů
- Zákaznický segment (děti, mládež, rodiny s dětmi)
- Animační programy pro děti
- Vyšší poptávka po event turismu, dobrodružném cestovním ruchu a jiných specifických formách cestovního ruchu
- Rozvoj aktivní turistiky
- Vysoká obliba víkendového cestovního ruchu
- Zájem spotřebitele o ekologické chování
- Spotřebitel se přiklání k jednodušším způsobům ubytování
- Využití v edukační sféře, business larpu, event turismu, mládežnickém CR a jako prevence proti delikvenci

Hrozby

- Ukončení nájemní smlouvy pozemků
- Neudělení povolení vjezdu vozidel do lesa
- Nedostatek kvalifikovaných organizačních složek
- Konkurenční larp
- Existence substitutu
- Nepříznivé počasí

- Předsudky obyvatel
- Špatná reklama z řad médií
- Hráči porušující pravidla hry a slušného chování

5.3 Výsledky

5.3.1 Interní analýza

Účastníci ABŠ se mezi sebou povětšinou znají, všeobecně všichni skalní fanoušci larpu na sebe dříve nebo později narazí, protože se nejedná o příliš velký vzorek populace, odhadem v řádu několika tisíc. Nelze říci, že by skupina byla uzavřená, ba naopak uvítá další nováčky, což platí i v případě ABŠ. [7]

Produkt ABŠ si našel své stálé zákazníky, kteří se k němu každoročně vrací. Nebylo by tomu tak, kdyby organizátoři nekladli strategický důraz na orientaci na zákazníka. Nabídkou služeb se snaží empaticky uzpůsobit přáním klientů, aby splnili nejen jejich očekávání, ale i individuální přání, např. právě tím, že vypracují speciální program pro děti, aby se i rodiče mohli více zapojit do hry. Součástí bližšího kontaktu se zákazníky je poskytování poradenských služeb. Zájemci se na organizátory mohou kdykoliv obrátit s dotazem, osobně či elektronicky. Marketingový vztah se zákazníkem by nebylo možné budovat bez výkonného organizačního týmu, který se vyvíjí, snaží se o vhodnější pojetí produktu, je dostatečně motivovaný a ochotný spolupracovat.

V rámci péče o klienta se po skončení akce rozesílá děkovná zpráva s pozvánkou na příští ročník, fotky, videa a během příprav se minulým účastníkům postupně zveřejňují nové informace. K tomuto účelu plně slouží zavedená informační platforma v podobě webových stránek a příspěvků na larpových portálech, především na Facebook.com. Webová stránka ABŠ prochází v současné době úpravou, poskytuje přehled pouze o nynějším ročníku, ale v dohledné době bude doplněna o chybějící údaje, aby se mohla lépe prezentovat. Registrace účastníků probíhá prostřednictvím emailu a „facebookových“ stránek, pro lepší orientaci by bylo vhodné vystavit registrační formulář také na domovských webových stránkách a dát k dispozici závaznou přihlášku pro účastníky mladší 18 let s prohlášením (viz příloha), že se veškerých aktivit na ABŠ účastní výhradně na vlastní nebezpečí.

Malý přírůstek nových hráčů může v budoucnu znamenat problém. Nelze se spoléhat pouze na stávající zákazníky, protože v praxi nevíme, jaké bude jejich další spotřebitelské

chování. Odtud vyvstává otázka: Lze v českých podmínkách vnímat larp jako dlouholetý koníček? Zatím se tak jeví, ABS se někteří lidé účastní již 9 let. Z toho důvodu je zapotřebí věnovat více pozornosti propagaci. U většiny produktů je nejviditelnějším způsobem propagace placená reklama v televizi, v rádiu, na billboardu. Oslovuje širokou veřejnost. Náklady však bývají vysoké, a tudíž pro toto prostředí nedosažitelné. Ani plakáty a letáky se nejeví jako vhodný prostředek, neboť tištěná média osloví spíše starší generaci. Nabízí se internetová komunikace, s níž se mladá generace nejvíce ztotožňuje, ale je zapotřebí sledovat současné trendy a vytvářet funkční design produktu. Zaujmou originální videa, trailery, fotografie vyšší kvality a graficky propracované webové stránky. V tomto ohledu má reklama ABS ještě nedostatky. Dalším vhodným způsobem propagace může být public relations, jež může vyvolat kladný postoj veřejnosti, zvýšit renomé akce a dostat ji do povědomí lidí. Toho lze docílit účastí na herních festivalech, tematicky zaměřených veletrzích nebo publikováním článků. [5]

Omezit se na tak specifický zákaznický segment, jako jsou mladí příznivci science-fiction, fantasy, cosplay a RPG her, není v tomto případě nutné. Zužuje se tím pole působnosti. Pokud se zaměříme na další charakteristické prvky ABS, tj. pobyt v přírodě, ekologické principy, divadlo, pohyb, pak lze objevit analogii s jinými způsoby trávení volného času, jako je skauting, ochotnické divadlo, turistika, a rozšířit segment potencionálních účastníků o skauty, divadelníky, rekreační sportovce a jim podobné (viz externí analýza). Mimo jiné, produkt se osvědčil i pro rodiny s dětmi a různé věkové kategorie.

Propagace na internetu s sebou nese výhodu nulových finančních investic. Celkové výdaje ABS jsou velmi nízké. Svoji roli hraje i fakt, že se neplatí žádný nájem za pozemek a většina vybavení, tj. přístřešky, nářadí apod., patří do osobního vlastnictví organizátorů. V konečném vyúčtování mohou tak některé položky chybět (např. telefon, stravné pro organizátory) a výdaje jsou tudíž ve skutečnosti o něco vyšší.

Cena produktu je dostupná pro širší okruh lidí, někteří účastníci přesto opomenou finanční spoluúcast, což vede k situaci, kdy příjmy nepokryjí výdaje, a vzniká ztráta. Z toho důvodu by bylo vhodné vést podrobný přehled rozpočtu pro konkrétní ročník, uveřejnit ho na svých webových stránkách a tím informovat veřejnost, co akce obnáší. Transparentní účet je dnes běžnou záležitostí, např. pro larp „Hell on Wheels“ či „Pán

Prstenů – Bitva o Středozem“. Skutečné cíle totiž nemusí být všem zřejmé. Někteří lidé se mohou domnívat, že pořadatelům plyne za zprostředkování akce slušný zisk a šíří negativní reklamu. Ale opak je pravdou.

Přípravy jsou časově i pořadatelsky náročné, realizace si žádá neustálý dohled a účast většího počtu organizátorů. Účastník ale oceňuje vynaložené úsilí, preferuje osobní přístup a při jeho rozhodování má velký vliv originalita a rozmanitost programu. Jde mu totiž o nevšední zážitek, zábavu, kterou může humorné až satirické pojetí nabídnout a takových není v našich podmínkách mnoho. Současné larpy směřují k vážnějším tématům, zabírají se více vizuální stránkou a dramatickou koncepcí, proto by typ vybočující z hlavního proudu mohl upoutat větší pozornost.

Další výhodou je geografická poloha nejen díky svému strategickému významu (jak jsem již dříve uvedla), ale i rozmanité krajině Českomoravské vrchoviny. Nedaleko tábora se nachází např. Sklenské rybníky vhodné k rekreaci. Okolní příroda vybízí k ekologicky šetrnému chování. Zvolený typ umístění tudíž předurčuje produkt, aby byl k přírodě ohleduplný a nabádal k tomu i své spotřebitele. Bylo by proto obtížné obstarat lepší sociální vybavení pro všechny zájemce za přijatelnou cenu, aniž by se zamezilo negativním vlivům na okolní prostředí. Řešení se nabízí např. v podobě kapesních solárních sprch, pro jejichž zakoupení by však byla nutná počáteční investice, nebo ve zhotovení provizorních sprch po vzoru dětských a skautských táborů, v tomto případě záleží na technické zdatnosti lidských zdrojů. Mezi slabé stránky patří také stravování, protože není zahrnuto v ceně produktu a účastníci si jej musí obstarávat sami. Nedostatek se pořadatelé snaží částečně vyřešit tím, že hráčům připravují svačiny a zajišťují mobilní restaurační zařízení, nicméně toto opatření někteří účastníci shledávají nedostatečným. Pokud by pořadatelé v předstihu rozeslali svým registrovaným účastníkům anketu týkající se stravy, dozvěděli by se přesný počet zájemců, druh stravování (polopenze, plná penze, aj.) a typ stravy (vegetariánská, veganská, atd.) a mohli by se podle toho lépe zařídit.

5.3.2 Externí analýza

Larpová subkultura stárne, zakládá rodiny, přesto se chce nadále věnovat svým koníčkům a seznámit s nimi i své děti. V budoucnu bude tato skutečnost stále více aktuální a bude zapotřebí přijmout taková opatření, která umožní adaptaci na poptávku spotřebitele.

Produkt, jež přijde co nejdříve s vyhovujícími opatřeními, na sebe může stáhnout většinu pozornosti a stát se konkurenceschopným. Možností, jak toho dosáhnout, je několik. Kromě toho, že se uzpůsobí sociální zařízení tak, aby odpovídalo hygienickým normám, a zprostředkuje se hodnotná strava pro účastníky, se musí zapracovat na programu a zapojit více pomocných organizátorů, kteří by se mohli plně věnovat dětem. Program by měl zahrnovat aktivity zvláště pro dospělé, animační pro děti, i společné, v nichž budou rodiče s dětmi v rámci hry spolupracovat. Problém by nastal, pokud by se při realizaci nezapojoval dostatek kvalifikovaných organizačních složek, v tomto ohledu je produkt náročný. Na druhou stranu by se více odlišoval od současné nabídky, konkurenční larpů v kraji Vysočina by se staly menší hrozbou²¹ a rodiny s dětmi by se nemusely uchýlovat substitutům (tj. např. zájezdy cestovních kanceláří, pobytové balíčky hotelů, kempy a dětské tábory).

S uskutečněním akce se pojí i další hrozby, jako je např. ztráta výhodné pozice na louce ve Sklené nad Oslavou nebo neudělení povolení vjezdu motorových vozidel do lesa. V takovém případě lze situaci vyřešit tím, že se najde jiné vhodné místo. Výběr mohou ztížit např. předsudky místních obyvatel, kteří s larpem nemají buďto žádné zkušenosti, nebo mají ale negativní, třeba na základě špatné mediální reklamy. Analýza potenciálu CR v kraji Vysočina dle Vysoké školy polytechnické Jihlava (r. 2014) hodnotí i jednotlivé potenciály ORP (obcí s rozšířenou působností). Sklené nad Oslavou spadá pod ORP Velké Meziříčí, jež se na základě analýzy zařazuje v rámci Kraje Vysočina do skupiny s nejnižším potenciálem. I proto je vhodné, umístit larp právě sem, protože se nachází v lokaci méně frekventované turisty s nižší mírou turistické iritace. Místní obyvatelstvo bude proto zaujímat vůči nim přátelštější postoj než obyvatelstvo místa s vyšší návštěvností. A mimo to je larp nenáročný na infrastrukturu CR. [1, 32]

Většina outdoorových aktivit se potýká také s nepřízní počasí a ne všichni zákazníci mají pochopení vůči náhradním programům. Lidský faktor hraje ve vnímání služby zásadní roli. Zákazník sám určuje její hodnotu (užitek), ale jeho úsudek je ovlivňován okolím, tj. přístupem organizátorů, instruktorů, ostatních uživatelů a veřejnosti. Stává se, že někteří uživatelé porušují pravidla hry i slušného chování. V takovém případě vyvolávají nepříznivou odezvu u ostatních a na celý produkt to vrhá špatné světlo. Je

²¹ Od května do října se v kraji Vysočina pořádá cca 10 konkurenčních outdoorových larpů. [21]

na organizátorech, aby v počátcích stanovili jasné meze, poučili o způsobu hry a po celou dobu dohlíželi na dodržování předpisů. I proto se na larpech omezuje, případně zakazuje konzumace alkoholu. Zejména u bitev, turnajů a soubojů (tam, kde dochází k fyzickým střetům) je zapotřebí dbát na zvýšenou opatrnost, aby se zamezilo možným úrazům. Dnešní přístup hrajících sice bývá svědomitější. Většina dbá o ochrannou výstroj, ale přesto se najdou ti, kteří přípravu podcení, zejména nováčci. V tomto případě organizátoři poskytují část vybavení nebo dotyčným nepovolí účast na bitvě. Zejména v Americe je běžné, že si hráči výstroj a výzbroj na místě pronajímají. [21]

Příležitostí se nabízí spousta. V médiích se objevuje stále více filmů a seriálů s fantasy a sci-fi tematikou, díky čemuž vzrůstá obliba těchto žánrů a do budoucna se dá tudíž předpokládat, že vzroste i zájem o larp. Navíc, motivy účastníků cestovního ruchu jsou stále různorodější, oblíbeným se stal event turismus, dobrodružný CR a jiné specifické formy. Čím víc je nabídka originálnější, tím spíše připoutá pozornost. Rozvíjí se aktivní turistika, ekologicky motivovaná turistika a víkendový CR. Zmíněné prvky jsou pro ABS charakteristické a pokud se více zapracuje na jejich prezentaci, zvýší se poptávka.

Pro produkt by bylo účelné, kdyby organizátoři navázali spolupráci s jinými skupinami, navzájem si předávali postřehy a byli si nápomocni při realizaci. Podobně, jako např. západočeské sdružení Pilirion²². Pokud by se chtěli vydat profesionálnější cestou, prosadit se ve sféře edukační, business larpu či mládežnickém CR, pak je nutné založit vlastní občanské sdružení, akciovou společnost, společnost s ručením omezením anebo se připojit k již existujícím institucím, např. k občanskému sdružení Moravian LARP, které se orientuje na práci s mládeží. Poslední možnost se jeví být vyhovující, neboť na organizátory ABS neklade tak vysoké nároky z hlediska financí, času ani administrativy a zároveň s sebou nese další možnost kooperace s cestovní kanceláří EuropaTour, obdobně jako skupina Liveform. [25]

Organizace mohou v rámci evropské unie žádat o příspěvky na své projekty. Například v roce 2012 v rámci Programu č. 2 státní podpory práce s dětmi a mládeží pro nestátní neziskové organizace byl podpořen projekt „Aktivity Sdružení pracovníků domů dětí a mládeže v ČR“, který se zaměřil na užití neformálních vzdělávacích metod prostřednictvím tří programů, z nichž třetí, s názvem „Setkání světů“, značil larp.

²² Občanské sdružení Pilirion se momentálně skládá ze tří členských skupin. [34]

V současné době je aktuální Koncepce podpory mládeže na období 2014-2020, odkazující na podporu neformálního vzdělávání, včetně zájmového vzdělávání. Případné projekty lze zpracovat na základě programů uvedených na stránkách Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy. [17, 32]

Na rok 2016 byla vystavena výzva k předkládání projektů programu „Jednorázové akce 2016“. Zájemci (tj. občanská sdružení, spolky, aj.) se sídlem v Kraji Vysočina tak měli možnost čerpat prostředky z účelového Fondu Vysočiny. Grantový program byl cílený na podporu jednorázových volnočasových a sportovních aktivit pro děti, mládež, ale i širokou veřejnost, a to v souladu s Programem rozvoje Kraje Vysočina. Možnost předkládat výzvy k čerpání z fondů za zmíněným účelem bude aktuální vždy na jaře až do roku 2020 dle výše uvedené koncepce podpory mládeže. Další projekt, jež byl podpořen z finančních prostředků EU a Kraje Vysočina, předložila zážitková organizace Stan, zaměřující se, mimo jiné, na děti, mládež a rodiny s dětmi, jimž nabízí nepřeborné množství aktivit, mezi nimi larpy (např. larpový tábor „Stronghold“²³), teambuilding, airsoft a další. Tato organizace uvítá spolupráci dalších subjektů. Organizátoři ABŠ by se tudíž mohli integrovat právě pod Stan. [8, 32, 37]

²³ *Stronghold* (angl.) v překladu pevnost.

Shrnutí

Interní a externí analýza produktu ABS vychází z výzkumu na základě dotazníků, určených účastníkům, rozhovoru s pořadatelem akce, emailové komunikace s cestovními kancelářemi Wachumba a EuropaTour a způsobu organizace ročníku 2016. Část údajů jsem získala také z již zpracovaného výzkumu o larpové subkultuře pro Court of Moravia, o.s. a z informací publikovaných ve sbornících konference Odraz, zejména pak z roku 2012.

Podle příkladu ABS můžeme konstatovat, že část larpové subkultury zůstává u této kolektivní volnočasové aktivity po delší čas i v dospělosti, s rodinou. Z pravidla se více účastní muži než ženy, což je dáno bojovým charakterem hry. Co se týče propagace, vedoucí úlohu zastává především člověk jako zprostředkovatel reklamy, reference známé osoby jsou obecně důležitým přesvědčujícím faktorem, a sekundárně pak internet. Nejhojněji používaným dopravním prostředkem je automobil, disponuje totiž dostatečným prostorem pro potřebné vybavení a umožňuje přepravu na dlouhé vzdálenosti téměř až k tábořišti. Účastníci očekávají od larpu nevšední zážitky, zábavu, relaxaci, chtějí se setkávat s novými lidmi i přáteli. Organizátoři by tudíž měli nejen zajistit pestrý program pro dospělé a děti, ale zároveň zvažovat jejich další požadavky, kterým by mohli spíše vyhovět, kdyby se realizovali na poli nekomerčního či komerčního cestovního ruchu.

Závěr

Bakalářská práce analýza potenciálu vybrané akce typu larp se zaměřuje na zhodnocení produktu Angmar bez Špejcharu. Hledá jeho silné, slabé stránky, příležitosti i hrozby a posuzuje, zdali je vhodný pro cestovní ruch.

V současnosti se larp využívá v komerčním i nekomerčním cestovním ruchu, přičemž druhá skupina je podstatně širší. Nicméně komerční hledisko se dynamicky vyvíjí a nabízí zatím prostor v incentivní turistice, zážitkové, kulturní, dobrodružné a mládežnické. Tento produkt vyžaduje účast všech aktérů cestovního ruchu. S dostatečnou iniciativou, finančními i lidskými zdroji bude schopen vypořádat se s předsudky českého obyvatelstva a oslovit větší část populace než doposud. Proto je vhodné podporovat nyní pořadatele larpů, právě z řad undergroundové subkultury, aby se připojili k části profesionální.

Larp ABS by mohl najít uplatnění právě v zážitkové turistice s dobrodružnými prvky pro děti, mládež, ale i pro rodiny s dětmi, protože se osvědčil u stávajících uživatelů a je otevřen pro nové zájemce. Tento potenciál však závisí na tom, zdali se nyní organizátoři rozhodnou připojit k již existujícím organizacím a larp poskytovat veřejnosti jejich jménem, nebo vytvořit vlastní společnost. Vzhledem k tomu, že v současné době disponují pouze jedním produktem, by druhá možnost byla značně riskantní. Zároveň se domnívám, že tento produkt není vhodný pro incentivní turistiku, neboť není zhotovený jako bussines larp.

Zákaznický segment účastníků larpu není zcela novinkou, ale mění se a tomu je potřeba se přizpůsobit. Hráči pochází z řad mladistvých, studentů a dnes už i dospělých, jež představují původní mladou generaci nadšenců, která se hodlá svému koníčku nadále věnovat a přitom trávit čas s rodinou. Právě tento segment bych chtěla zahrnout do ohniska pozornosti aktérů cestovního ruchu, upozornit na jeho možné využití. Na trhu totiž neexistuje nabídka larpů pro rodiny s dětmi. Rodiče navštěvují larpy i se svými ratolestmi, ale nejsou pro ně uzpůsobeny podmínky, včetně programu. ABS by byl vhodný produkt pro tento tržní segment, protože se postupně adaptuje na poptávku stávajících účastníků, nicméně, má jisté mezery.

Co se týče spolupráce cestovních kancelářů a organizací pořádajících larpy, omezuje se pouze na segment dětí, jimž nabízí letní tábory s danou tematikou (např. CK Macek,

CK Wachumba). Cestovní kanceláře by mohly využít nového zákaznického segmentu, tj. rodin s dětmi preferující larpy, rozšířit tak nabídku na trhu služeb a spolupracovat s tvůrci těchto zážitkových akcí, kteří již mají dostatečné zkušenosti s organizací, např. v rámci event turistiky.

Do budoucna jsem přesvědčena, že pro larp najdeme mnohem více využití, i na poli komerčního cestovního ruchu, a jeho role bude stále významnější.

Zdroje

Knižní zdroje

- FAZIK, Alexandr. *Čítanka: Sociologie volného času a cestovního ruchu: výběr statí, textů a klíčových citací z děl pojednávajících o sociologii volného času a cestovním ruchu*. 1. vyd. V Praze: Vysoká škola obchodní, 2011, 297 s., ISBN 978-80-86841-35-9.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s., ISBN 978-80-7367-485-4.
- HOLEŠÍNSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012, 151 s., ISBN 978-80-210-5847-7.
- KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. V Praze: Grada Publishing, 2013, 208 s., ISBN 978-80-247-4603-6
- MATOUŠEK, Oldřich a Andrea KROFTOVÁ. *Mládež a delikvence: možné příčiny, struktura, programy prevence kriminality mládeže*. Vyd. 2., aktualiz. Praha: Portál, 2003, 340 s., ISBN 80-7178-771-X.
- TRUHLÁŘ, Michal. *2012 - Odraž se dokud můžeš: sborník larpové konference Odraž 2012*. 1. vyd. Praha: Powerprint, 2012, 163 s., ISBN 978-80-87415-41-2.
- PARMOVÁ, Dagmar; DVOŘÁK, Vladimír, FRKOVÁ, Iveta. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013, 177 s., ISBN 978-80-7394-406-3.
- PÁSKOVÁ, Martina; ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Vyd. 2. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
- RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: (soubor studijních materiálů)*. Vyd. 2., (1. v nakl. Key Publishing). Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 187. Ekonomie (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-28-6.
- VESELÝ, Lukáš. *Rozlety: sborník larpové konference Odraž 2010*. Vyd. 1. Brno: Tempus ludi, 2010, 165 s., ISBN 978-80-254-6721-3.

Související literatura

- PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009, s. 298. ISBN 978-80-7435-006-1.

Elektronické zdroje

- [1] Analýza potenciálu cestovního ruchu v Kraji Vysočina a míra jeho využití. *Kraj Vysočina* [online]. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, katedra cestovního ruchu, 2014 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: https://www.kr-vysocina.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4062758
- [2] *Analýza SWOT* [online]. Liberec, 2013 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://www.kvs.tul.cz/download/educum/MZ05/VY_03_057.pdf. Studijní materiál. Technická univerzita v Liberci.
- [3] *Angmar-zlin* [online]. Brno, 2016 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://angmar-zlin.blogspot.cz>
- [4] Akce: památky. *Brontosaurus* [online]. Brno: Hnutí Brontosaurus, ©1974-2015 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <https://www.brontosaurus.cz/akce-pamatky>
- [5] APPL, Filip. *Internet v životě larpové subkultury: analýza vnější komunikace: analýza vnější komunikace* [online]. Brno, 2011 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/362800/fss_m/APPL_Filip_Diplomova_prace.pdf. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Vedoucí práce Mgr. Jakub Macek, Ph.D
- [6] ASF Asociace Fantasy. *Facebook* [online]. Praha: ASF, 2016 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/asociace.fantasy>
- [7] BALOUNOVÁ, Hana. *Analýza možnosti využití LARP her v cestovním ruchu* [online]. Praha, 2004 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://docplayer.cz/1375466-Analyza-moznosti-vyuziti-larp-her-v-cestovnim-ruchu.html>. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Ing. Zdenka Petrů.
- [8] *Borovice: Dětská rekreace a tábory* [online]. Praha: RAIN, 2016 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.borovice.cz/>
- [9] BŘOUŠKOVÁ, Šárka a David HUMENČÁK. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Marketingový výzkum a statistika pro*

- cestovní ruch* [online]. Brno, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/fdf4998a-4178-45e5-834c-d98530463ae5/GetFile10_3.pdf?ext=.pdf
- [10] *Court of Moravia: business larp* [online]. Brno: Court of Moravia, 2015 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.courtofmoravia.com/business-larp>
- [11] *C: Users* [online]. Velké Meziříčí: Velké Meziříčí, 2015 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <file:///C:/Users/admin/Downloads/narizeni-mesta-velke-mezirici-c.2-2015.pdf>
- [12] *Dětská Agentura* [online]. Opava: Dětská Agentura, 2016 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.detska-agentura.cz/>
- [13] *Festival HRAJ LARP* [online]. Praha: Iniciativa HRAJ LARP, 2015 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <http://hrajlarp.cz/festival/>
- [14] HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu* [online]. Brno, 2011 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/21026/esf_d/Holesinska-disertace-finale.pdf. Disertační práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. Vedoucí práce doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc.
- [15] *Hotel Akademie Naháč* [online]. Chocerady: Infocount, 2016 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://nahac.hotelakademie.cz>
- [16] Kategorie: Druhy larpu. *Larpedie* [online]. Morava: Larpy.cz [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: http://wiki.larpy.cz/Kategorie:Druhy_larp%C5%AF
- [17] Koncepce podpory mládeže. In: *Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy* [online]. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2014 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/file/33599/>
- [18] KREJČÍROVÁ, Iveta. *Komorný larp* [online]. Brno, 2015 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/408995/ff_b/LARP_bakalarka.pdf. Bakalářská práce. Masarykova univerzita.
- [19] LAM, Mylo. Educational live-action role play. *Educade* [online]. USA: GameDes, 2016 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: http://educade.org/teaching_tools/educational-live-action-role-play-edu-larp
- [20] Larp a právo. *LarPard* [online]. Pardubice: Larpy Pardubice, 2011 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.larpard.cz/larp-a-pravo>

- [21] *Larp* [online]. Praha: ASF Asociace Fantasy, 2016 [cit. 2016-04-14].
Dostupné z: <http://www.larp.cz/>
- [22] Larpová setkání. *Larp* [online]. Praha: ASF Asociace Fantasy, 2012 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.larp.cz/?q=cs/clanek/5418/larpove-setkani-a-konferenc>
- [23] *Lesy ČR: Povolení k vjezdu do lesa* [online]. Hradec Králové: Lesy České republiky, 2012 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.lesy-cr.cz/l116/informace-pro-verejnost/Stranky/povoleni-k-vjezdu-do-lesa.aspx>
- [24] MILON, Josef. *Vznik a vývoj literatury science-fiction* [online]. In: Brno: Fantasy a Sci-fi: Portál do světa fantasmie, 2010, s. 4-12 [cit. 2016-04-14].
Dostupné z: http://fantasy-scifi.net/citarna/addon/vyvoj_sf.pdf
- [25] *MORAVIAN LARP* [online]. Brno: Moravian LARP, 2014 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.moravianlarp.eu>
- [26] Nabídka zájmových kroužků. *Zkola* [online]. Zlín: Střední průmyslová škola Otrokovice, ©2003-2015 [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.zkola.cz/rodice/volnycas/nabidka-zajmovych-krouzku/Stranky/Nabidka-zajmovych-krouzku-2014-2015-v-okrese-Zlin.aspx>
- [27] *Národní program rozvoje vzdělávání v České republice: Bílá kniha* [online]. 1. vydání. Praha: Tauris, 2001 [cit. 2016-04-14]. ISBN 80-211-0372-8. Dostupné z: <file:///C:/Users/admin/Desktop/bilakniha.pdf>
- [28] Nordic larp. *Nordic LARP* [online]. Finland: Nordiclarp, 2014 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://nordiclarp.org/wiki/Nordic_Larp
- [29] *Nordic Larp Talks* [online]. Skandinávie: WordPress, 2016 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://nordiclarp.org/>
- [30] NOVÁKOVÁ, Zuzana. *Larp jako potencionální produkt cestovního ruchu* [online]. Olomouc, 2012 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://theses.cz/id/2ba2u5/Larp_jako_potenciln_produktn_cestovneho_ruchu.pdf.
Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci.
- [31] *Obec Sklené nad Oslavou* [online]. Sklené nad Oslavou: Sklené nad Oslavou, 2010 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.sklenenadoslavou.cz/>
- [32] *Oficiální internetové stránky Kraje Vysočina* [online]. Vysočina: Kraj Vysočina, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz>

- [33] Okres Žďár nad Sázavou. *Český statistický úřad* [online]. Jihlava: Krajská správa ČSÚ, 2012 [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/okres_zdar_nad_sazavou
- [34] *Pilirion o.s.* [online]. Západní Čechy: Pilirion, 2016 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.pilirionos.org/home>
- [35] *Savannah Hotel* [online]. Chocerady: Hotel Savannah, 2011 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.hotel-savannah.com/>
- [36] *Spolek Vilicius* [online]. Praha: Sdružení VILICUS, 2016 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://www.vilicus.cz/?page_id=25
- [37] *Stan* [online]. Žďárský Potok: Stan, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.istan.cz/>
- [38] STREJCOVSKÝ, Jan. *Kmeny: cosplay*. In: *Kmeny TV* [online]. Praha: Yinachi, Česká televize, 2015 [vid. 2013-10-30]. Dostupné z: <http://kmeny.tv/cosplay>
- [39] ŠIMEK, Martin. *Marketingová studie larpu* [online]. Pardubice, 2013 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: file:///C:/Users/admin/Desktop/-imekM_MarketingováStudie_MH_2013.pdf. Bakalářská práce. Univerzita Pardubice.
- [40] Škola podle Harryho Pottera. *Hospodářské noviny* [online]. Praha: Economia, 2014 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://zahranicni.ihned.cz/evropa-slovensko/c1-63215590-harry-potter-bradavice-skola-kouzel-larp-hra>
- [41] ŠTÁSTKA, Jan. *LARP – Divadlo bez diváků* [online]. Praha, 2012 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: [file:///C:/Users/admin/Downloads/BPTX_2011_1__0_292632_0_116051%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/BPTX_2011_1__0_292632_0_116051%20(2).pdf). Bakalářská práce. Univerzita Karlova.
- [42] *Táboření.cz* [online]. Praha: TÁBOŘENÍ, 2016 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.taboreni.cz/>
- [43] TOMÁŠEK, Zbyněk. *Stručná historie a současné podoby LARP z hlediska nových médií* [online]. Brno, 2012 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/361987/ff_b/Bakalarska_prace.txt. Bakalářská práce. Masarykova univerzita.

Seznam Příloh

Pokud není uvedeno jinak, jsou použité objekty vlastní tvorbou autora.

Přílohy A Mapa

Příloha A 1: Poloha Sklené nad Oslavou v rámci okresu Žďár nad Sázavou..... 63

Přílohy B Formuláře

Příloha B. 1: Formulář oznámení kulturně-sportovní akce 64

Příloha B. 2: Formulář pro nezletilé účastníky 65

Příloha B. 3: Žádost o povolení výjimky pro Správu Nové Město na Moravě..... 66

Přílohy C Dotazníky

Příloha C. 1: Dotazník pro účastníky ABŠ 2015 67

Přílohy D Tabulky

Příloha D. 1: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, část 1. 68

Příloha D. 2 Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, část 1., pokračování 69

Příloha D. 3: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 2. část 70

Příloha D. 4: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 2. část, pokračování 71

Příloha D 5:Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 3. část 72

Příloha D 6:Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 3. část, pokračování 73

Příloha D 7:Tabulka dle odpovědí rodinných účastníků ABŠ 74

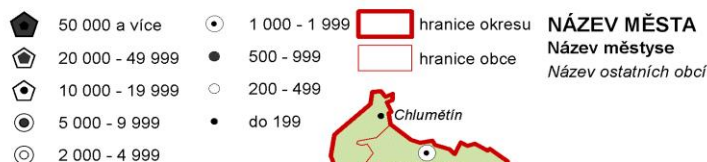
Přílohy

Přílohy A Mapa

Příloha A. 1: Poloha Sklené nad Oslavou v rámci okresu Žďár nad Sázavou

ADMINISTRATIVNÍ ROZDĚLENÍ OKRESU ŽDĚAR NAD SÁZAVOU - STAV K 1.1.2008

Počet obyvatel v obci



Správní obvod obce
s rozšířenou působností

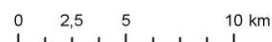


Průměrný počet obyvatel obce = 688

- Největší:
1. Žďár nad Sázavou = 23 717
 2. Velké Meziříčí = 11 804
 3. Nové Město na Moravě = 10 653
- Nejmenší:
1. Rosička = 40
 2. Chlum-Korouhvice = 44
 3. Kyjov = 46

Průměrná rozloha obce (ha) = 907

- Největší:
1. Nové Město na Moravě = 6 113
 2. Bystřice nad Pernštejnem = 5 307
 3. Velká Bíteš = 4 732
- Nejmenší:
1. Kyjov = 175
 2. Rozseč = 202
 3. Horní Rožínka = 203



Zdroj: [33]

Přílohy B Formuláře

Příloha B. 1: Formulář oznámení kulturně-sportovní akce

Autor dopisu	
(místně příslušný Obecní úřad, Hasiči, Policie)	
V místo, datum	
Věc:	
<u>OZNAMENÍ KULTURNĚ-SPORTOVNÍ AKCE</u>	
Vážení,	
jménem pořadatele Vám oznamuji konání následující kulturně-sportovní záhavní akce ve Vaší správní oblasti:	
„Sklené nad Oslavou“	
a to konkrétně:	
Popis akce:	Hra v přírodě (setkání mladých lidí se zájmem o historii, fantasy literaturu a film, „táborová hra“ s dřevěnými maketami zbraní), dočasný stanový tábor v místě konání.
Předpokládaný počet účastníků:	
Místo konání:	pozemky page <u>číslo/číslo</u> , katastrální území Sklené nad Oslavou.
Termín:	od <u>1.7.2016</u> do <u>6.7.2016</u>
Zároveň si dovoluujeme upozornit, že celá akce probíhá se souhlasem majitelů předpokládaných pozemků a zcela v souladu se zákonnými předpisy. Nejde o „technoparty“ ani o shromáždění občanů ve smyslu zákona 84/1990 Sb. (záhavní akce).	
S pozdravem	
_____ Jméno a příjmení	
Příloha:	Souhlas <u>majitelů(ů) pozemků</u>
Stránka 1 z 1	

Zdroj: [21]

Příloha B. 2: Formulář pro nezletilé účastníky

Závazná přihláška pro účastníky mladší 18 let na hru v přírodě <u>Angmar bez Špejcharu</u> konanou <u>1.7 - 6.7 2016 ve Sklenné nad Oslavou.</u>		
Já _____	_____	_____
(příjmení)	(jméno)	(datum narození)
_____	_____	@ _____
_____	(telefon)	(mail)
_____	_____	_____
(adresa)	(telefon domů)	(herní jméno)
prohlašuji, že této hře v přírodě a aktivit s ní spojených se účastním dobrovolně a výhradně na vlastní nebezpečí. Dále prohlašuji, že pořadatelé této hry nevykonávají nade mnou dohled ve smyslu § 422 občanského zákoníku a nepřebírají za mne jakoukoliv odpovědnost, explicitní nebo implicitní, včetně, ale nikoliv výlučně, za můj majetek, mé zdraví či můj život. Beru na vědomí, že po dobu hry je povoleno užívat jen schválených maket zbraní a že každý účastník musí dodržovat řád tábora na místě vyvěšený, pravidla hry a pokyny pořadatelů, jinak může být z účasti na hře vyloučen bez nároku na vrácení účastnického poplatku. Také souhlasím, aby pořadatel hry uchovával a zpracovával mé osobní údaje uvedené výše na této přihlášce pro potřeby pořádání příštích ročníků této hry.		
_____	_____	
Podpis	Podpis zákonného zástupce	

Zdroj: [21]

Příloha B. 3: Žádost o povolení výjimky pro Správu Nové Město na Moravě

Žádost o povolení výjimky ze zákazu vjezdu a stání motorových vozidel dle ustanovení § 20 zákona o lesích č. 289/1996 Sb.

Žadatel - jméno a příjmení:

Adresa trvalého bydliště:

Druh vozidla, RZ:

Účel (důvod) žádosti:

Lokalizace (cesta, oblast):

Žádost na období : a)* rok 201... b)* období od..... do.....

*** nehodící se škrtněte**

Částka za povolení k vjezdu (vyplní vydávající):..... Kč

Přílohy:

1. doklad o vlastnictví či jiném právním vztahu ke stavbě, k níž žadatel požaduje příjezd
2. povolení k umístění včelstev
3. povolení konání organizované nebo hromadné sportovní akce
4. jiné - dle důvodu žádosti

Pozn.: Přílohy se požadují pouze v případě, že se objekty nenacházejí na pozemcích s právem hospodařit Lesy České republiky, s.p. (dále jen LČR), a přístup k nim je zajištěn pouze přes pozemky s právem hospodařit LČR a to jen pokud nejsou tyto skutečnosti LČR již známy.

Žadatel podpisem potvrzuje, že byl seznámen s následujícími skutečnostmi a zavazuje se je po dobu platnosti výjimky dodržovat:

1. Výjimka umožňuje jezdit a stát na zpevněných účelových komunikacích s právem hospodařit LČR v souladu s účelem, pro který byla vydána.
2. Při vjezdu a stání na účelových komunikacích musí být umístěna viditelně za předním sklem.
3. V případě stání musí být vozidlo umístěno tak, aby nebránilo průjezdu ostatním vozidlům.
4. Vjezd a stání je pouze na vlastní nebezpečí.
5. Zajiždění do lesních porostů není povoleno.
6. LČR si vyhrazuje právo dočasného pozastavení platnosti této výjimky v případě mimořádných okolností (např. živelné kalamity) do doby odstranění těchto okolností.
7. V případě, že výjimka nebude využívána v souladu s účelem, pro který byla vydána, případně v souvislosti s jejím využíváním budou porušována zákonná ustanovení (především zákon č. 289/1996 Sb., zákon č. 114/1992 Sb., apod.), bude výjimka odebrána. Náhrada v tomto případě nepřísluší.
8. Výše částky je stanovena jako úhrada režijních nákladů spojených s vystavením výjimky a na částečnou úhradu nákladů na běžnou údržbu účelových komunikací. Za běžnou údržbu se pro tyto účely nepovažuje zimní údržba účelových komunikací a jejich údržba nad rámec potřeb lesního hospodářství. Ceny jsou uvedeny bez DPH.

Datum:.....

.....
podpis žadatele

Zdroj: Správa Nové Město na Moravě

Přílohy C Dotazník

Příloha C. 1: Dotazník pro účastníky ABŠ 2015

1. Vaše pohlaví a) muž b) žena
2. Kolik je Vám let? a) 16-20 b) 21-25 c) 26-30 d) 31-35
 e) 36-40 f) 41-45g) 46-50 h) 51-55
3. Jste a) student b) pracující
4. Kolik ročníků ABŠ jste navštívil/a?
5. Jak jste se dozvěděli o ABŠ? a) rodina b) známí c) internet
6. Poblíž jakého města je Vaše bydliště?
7. Jaký druh dopravy na akci využíváte?
8. Jak se na ABŠ stravujete?
 a) obchod b) restaurace – oběd c) restaurace – večeře
 d) pojízdné restaurační zařízení e) všechny možnosti
9. Jste tu a) sám/a b) s rodinou c) s přáteli
10. Co se Vám na ABŠ líbí?
 a) atmosféra b) nízké nároky na kostým c) organizace
 d) relaxace, únik e) noví lidé, přátelé, rodina
 f) nápaditý program, originální přístup g) zábava, zážitky
11. Je výše poplatku 250 Kč adekvátní?
 a) ano b) vysoká c) nízká
12. Byl/a byste ochoten/a si za akci připlatit? Za jakých podmínek?
 a) ne b) lepší sociální vybavení c) plná penze d) polopenze
13. Vyhovuje Vám termín konání ABŠ? a) ano b) ne
14. Co očekáváte od laru?
 a) zábavu, zážitky, radost b) novou zkušenost
 c) setkání s přáteli, s novými lidmi d) relaxaci, únik
 e) přátelskou atmosféru

Jen pro rodiče:

15. Kdo z rodičů se zúčastní hry? a) matka b) otec c) oba rodiče
16. Měli byste zájem o larp s dětským programem?
 a) ano b) ne c) ano, víkendový

Přílohy D Tabulky

Příloha D. 1: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, část 1.

Pohlaví	Věk	Navštívených ročníků	Médium	Bydliště	Doprava	Strava
muž	16-20	2	Rodina	Zlín	Auto	Obchod
muž	16-20	1	Internet	Žďár nad Sázavou	Vlak	Obchod
žena	16-20	1	Internet	Žďár nad Sázavou	Vlak	Obchod
žena	16-20	1	Rodina	Zlín	Auto	Obchod
muž	21-25	3	Internet	Ostrava	Vlak	Pojízdné restaurační zařízení
muž	21-25	3	Internet	Praha	Vlak	Pojízdné restaurační zařízení
muž	21-25	2	Rodina	Brno	Vlak	Restaurace - oběd
muž	21-25	2	Rodina	Brno	Vlak	Restaurace - večeře
muž	21-25	2	Známí	Brno	Auto	Restaurace - oběd
muž	21-25	1	Známí	Olomouc	Auto	Obchod
žena	21-25	3	Rodina	Praha	Auto	Obchod
žena	21-25	3	Internet	Klatovy	Auto	Obchod
žena	21-25	3	Internet	Klatovy	Auto	Obchod
žena	21-25	2	Internet	Praha	Vlak	Restaurace - oběd
žena	21-25	2	Internet	Slavkov u Brna	Vlak	Pojízdné restaurační zařízení
žena	21-25	2	Známí	Domažlice	Auto	Obchod
žena	21-25	1	Internet	Jindřichův Hradec	Vlak	Pojízdné restaurační zařízení
muž	26-30	6	Známí	Zlín	Auto	Všechny možnosti
muž	26-30	5	Internet	Brno	Auto	Restaurace - večeře
muž	26-30	5	Známí	Brno	Auto	Všechny možnosti
muž	26-30	5	Internet	Praha	Auto	Všechny možnosti
muž	26-30	4	Známí	Praha	Auto	Restaurace - oběd
muž	26-30	4	Internet	Praha	Auto	Restaurace - oběd
muž	26-30	4	Internet	Praha	Auto	Všechny možnosti
muž	26-30	1	Známí	České Budějovice	Vlak	Všechny možnosti
žena	26-30	6	Internet	Praha	Auto	Restaurace - oběd
žena	26-30	6	Internet	Praha	Auto	Všechny možnosti
žena	26-30	5	Známí	Zlín	Auto	Obchod
žena	26-30	5	Známí	Brno	Vlak	Všechny možnosti
žena	26-30	5	Internet	Brno	Auto	Všechny možnosti
žena	26-30	4	Internet	Ostrava	Auto	Všechny možnosti
žena	26-30	4	Známí	Zlín	Auto	Všechny možnosti
žena	26-30	4	Známí	Zlín	Auto	Všechny možnosti
žena	26-30	3	Internet	Sázava	Auto	Restaurace - oběd
žena	26-30	3	Známí	Ostrava	Auto	Restaurace - oběd
žena	26-30	2	Známí	Brno	Vlak	Všechny možnosti
muž	31-35	9	Známí	Olomouc	Auto	Restaurace - oběd

Příloha D. 2 Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, část 1., pokračování

Pohlaví	Věk	Navštívených ročníků	Médium	Bydliště	Doprava	Strava
muž	31-35	9	Známí	České Budějovice	Auto	Restaurace - oběd
muž	31-35	8	Známí	Tišnov	Auto	Restaurace - oběd
muž	31-35	8	Známí	Brno	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
muž	31-35	8	Známí	Brno	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
muž	31-35	8	Známí	Zlín	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
muž	31-35	7	Známí	Olomouc	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
muž	31-35	7	Internet	Praha	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
muž	31-35	7	Internet	Praha	Auto	Obchod
muž	31-35	6	Známí	Zlín	Auto	Všechny možnosti
muž	31-35	6	Známí	Zlín	Auto	Všechny možnosti
muž	31-35	6	Známí	Zlín	Auto	Všechny možnosti
žena	31-35	7	Rodina	Brno	Vlak	Všechny možnosti
žena	31-35	7	Internet	Praha	Auto	Všechny možnosti
žena	31-35	6	Známí	Tišnov	Auto	Všechny možnosti
muž	36-40	9	Známí	Zlín	Auto	Restaurace - večeře
muž	36-40	9	Známí	Praha	Auto	Restaurace - večeře
muž	36-40	9	Známí	Pardubice	Auto	Restaurace - večeře
muž	36-40	7	Internet	Opava	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
muž	36-40	6	Známí	Olomouc	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
muž	36-40	6	Internet	Brno	Auto	Restaurace - večeře
muž	36-40	6	Internet	Brno	Auto	Pojízdné restaurační zařízení
žena	36-40	7	Známí	Vyškov	Auto	Všechny možnosti
muž	41-45	9	Známí	Zlín	Auto	Restaurace - oběd
muž	41-45	9	Známí	Brno	Auto	Restaurace - oběd
žena	51-55	8	Známí	Zlín	Auto	Všechny možnosti

Příloha D. 3: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 2. část

Pohlaví	Věk	Doprovod	Status	Cena	Termín
muž	16-20	S rodinou	Student	Ano	Ne
muž	16-20	S přáteli	Student	Ano	Ano
žena	16-20	S přáteli	Student	Ano	Ano
žena	16-20	S rodinou	Student	Ano	Ne
muž	21-25	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	21-25	S přáteli	Student	Ano	Ano
muž	21-25	S rodinou	Student	Ano	Ano
muž	21-25	S rodinou	Student	Ano	Ano
muž	21-25	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	21-25	S přáteli	Student	Vysoká	Ano
žena	21-25	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	21-25	S přáteli	Student	Ano	Ano
žena	21-25	S přáteli	Student	Ano	Ano
žena	21-25	S přáteli	Student	Ano	Ano
žena	21-25	S přáteli	Student	Ano	Ano
žena	21-25	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
žena	21-25	Sám	Pracující	Ano	Ano
muž	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	26-30	S rodinou	Pracující	Ano	Ne
muž	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	26-30	S přáteli	Student	Ano	Ano
muž	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	26-30	Sám	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S rodinou	Pracující	Ano	Ne
žena	26-30	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
žena	26-30	S přáteli	Student	Ano	Ano
muž	31-35	S přáteli	Pracující	Ano	Ne
muž	31-35	S přáteli	Pracující	Ano	Ne
muž	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ne
muž	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ne
muž	31-35	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	31-35	S přáteli	Pracující	Ano	Ano

Příloha D. 4: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 2. část, pokračování

Pohlaví	Věk	Doprovod	Status	Cena	Termín
muž	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
muž	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
muž	31-35	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
muž	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
muž	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	31-35	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
muž	36-40	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
muž	36-40	S rodinou	Pracující	Nízká	Ano
muž	36-40	S přáteli	Pracující	Nízká	Ano
muž	36-40	S přáteli	Pracující	Ano	Ne
muž	36-40	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	36-40	S přáteli	Pracující	Nízká	Ano
muž	36-40	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
žena	36-40	S přáteli	Pracující	Ano	Ano
muž	41-45	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
muž	41-45	S rodinou	Pracující	Ano	Ano
žena	51-55	S přáteli	Pracující	Ano	Ano

Příloha D 5: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 3. část

Pohlaví	Věk	Očekávání	Pozitiva	Vyšší cena
muž	16-20	Novou zkušenost	Nápaditý program, originální přístup	Ne
muž	16-20	Novou zkušenost	Nápaditý program, originální přístup	Ne
žena	16-20	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Zábava, zážitky	Polopenze
žena	16-20	Zábavu, zážitky, radost	Zábava, zážitky	Ne
muž	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Atmosféra	Polopenze
muž	21-25	Přátelskou atmosféru	Organizace	Ne
muž	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Lepší sociální vybavení
muž	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze
muž	21-25	Přátelskou atmosféru	Nízké nároky na kostým	Polopenze
muž	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze
žena	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Plná penze
žena	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Zábava, zážitky	Ne
žena	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Zábava, zážitky	Polopenze
žena	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze
žena	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze
žena	21-25	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Lepší sociální vybavení
žena	21-25	Přátelskou atmosféru	Atmosféra	Ne
muž	26-30	Přátelskou atmosféru	Atmosféra	Polopenze
muž	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Atmosféra	Plná penze
muž	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Atmosféra	Plná penze
muž	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Atmosféra	Plná penze
muž	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Nízké nároky na kostým	Polopenze
muž	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze
muž	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze
muž	26-30	Novou zkušenost	Nápaditý program, originální přístup	Ne
žena	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Relaxace, únik	Lepší sociální vybavení
žena	26-30	Přátelskou atmosféru	Atmosféra	Lepší sociální vybavení
žena	26-30	Relaxaci, únik	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze
žena	26-30	Přátelskou atmosféru	Atmosféra	Ne
žena	26-30	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Nízké nároky na kostým	Lepší sociální vybavení
žena	26-30	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Zábava, zážitky	Lepší sociální vybavení
žena	26-30	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Noví lidé, přátelé, rodina	Lepší sociální vybavení
žena	26-30	Přátelskou atmosféru	Noví lidé, přátelé, rodina	Lepší sociální vybavení
žena	26-30	Přátelskou atmosféru	Relaxace, únik	Polopenze
žena	26-30	Zábavu, zážitky, radost	Atmosféra	Lepší sociální vybavení
žena	26-30	Přátelskou atmosféru	Nápaditý program, originální přístup	Polopenze

Příloha D 6: Tabulka dle odpovědí účastníků ABŠ, 3. část, pokračování

Pohlaví	Věk	Očekávání	Pozitiva	Vyšší cena
muž	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Noví lidé, přátelé, rodina	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Noví lidé, přátelé, rodina	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Nízké nároky na kostým	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Organizace	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Zábava, zážitky	Polopenze
muž	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Relaxace, únik	Polopenze
muž	31-35	Relaxaci, únik	Organizace	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Relaxaci, únik	Relaxace, únik	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Relaxaci, únik	Noví lidé, přátelé, rodina	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Relaxaci, únik	Nízké nároky na kostým	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Relaxaci, únik	Relaxace, únik	Lepší sociální vybavení
muž	31-35	Relaxaci, únik	Nápaditý program, originální přístup	Plná penze
žena	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Organizace	Polopenze
žena	31-35	Zábavu, zážitky, radost	Organizace	Lepší sociální vybavení
žena	31-35	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Noví lidé, přátelé, rodina	Ne
muž	36-40	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Nízké nároky na kostým	Polopenze
muž	36-40	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Organizace	Polopenze
muž	36-40	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Noví lidé, přátelé, rodina	Lepší sociální vybavení
muž	36-40	Relaxaci, únik	Zábava, zážitky	Plná penze
muž	36-40	Relaxaci, únik	Zábava, zážitky	Plná penze
muž	36-40	Relaxaci, únik	Noví lidé, přátelé, rodina	Lepší sociální vybavení
muž	36-40	Relaxaci, únik	Nízké nároky na kostým	Polopenze
žena	36-40	Zábavu, zážitky, radost	Organizace	Lepší sociální vybavení
muž	41-45	Relaxaci, únik	Relaxace, únik	Lepší sociální vybavení
muž	41-45	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Nápaditý program, originální přístup	Ne
žena	51-55	Setkání s přáteli, s novými lidmi	Nápaditý program, originální přístup	Lepší sociální vybavení

Příloha D 7: Tabulka dle odpovědí rodinných účastníků ABŠ

Pohlaví	Věk	Účastník v rodině	Program i pro děti
muž	31-35	Oba rodiče	ano
muž	21-25	Otec	ano
muž	21-25	Otec	ano, víkendovému
muž	26-30	Otec	ano
muž	31-35	Otec	ano, víkendovému
muž	31-35	Otec	ano
muž	31-35	Otec	ano
muž	31-35	Otec	ano, víkendovému
muž	31-35	Otec	ano, víkendovému
muž	31-35	Otec	ano, víkendovému
muž	36-40	Otec	ano
muž	36-40	Otec	ano
muž	41-45	Otec	ne
muž	41-45	Otec	ano, víkendovému