



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ



B | R | N | O

Expertní analýza na téma:

Efektivní monitoring návštěvníků města Brna

myniss
Mezuniverzitní studentská soutěž

Brno 2014

„Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě“

CZ.1.07/2.4.00/31.0157



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Efektivní monitoring návštěvníků města Brna

Zpracovatelé expertní analýzy:

Eva Bulínová

Nikola Doležalová

Lenka Drgová

Barbora Hlávková

Tomáš Hovězák

Iva Kadlčková

Magda Ketmanová

Šárka Malochová

Lukáš Pavlák

Samuel Radimák

Peter Solnička

Michaela Záporková

Tato expertní analýza je výstupem projektu s názvem:

Partnerství meziuniverzitní studentské sítě (CZ.1.07/2.4.00/31.0157)



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obsah

1	English resumé/abstrakt.....	9
2	Úvod	12
3	Cíl práce.....	13
4	Segmentace.....	14
5	Dotazníkové šetření	16
5.1	Vyhodnocení mezi jednodenními návštěvníky.....	16
5.2	Vyhodnocení průzkumu mezi návštěvníky s pobytem delším než 1 den.....	22
5.3	Možné využití a vyhodnocení dat získaných ze šetření.....	29
5.4	Shrnutí.....	30
6	Monitoring návštěvníků – osobní dotazník	31
7	Turisticky zajímavé události v Brně.....	32
7.1	Festivally.....	33
7.2	Sportovní události.....	34
8	Analýza monitoringu ve světě	36
8.1	Navrhovaný software pro město Brno.....	42
9	Google Analytics	43
9.1	Zavedení Google Analytics	43
9.2	Monitoring pomocí Google Analytics	43
9.3	Aplikace na webové portály města Brna	46
10	Monitoring pomocí zbytkových dat mobilního operátora.....	48
11	Navrhované prostředky na efektivní monitoring návštěvníků města Brna .	52
11.1	Důvody pro výběr prostředků na monitoring.....	52
11.2	Mobilní průvodce	53
11.2.1	Navrhovaná verze mobilní aplikace1	55
11.2.2	Diagram mobilní aplikace	58
11.3	Možné alternativy k mobilní aplikaci.....	59



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

11.3.1	Tablety.....	59
11.3.2	QR kódy.....	59
11.4	Informační kiosky a fotopointy.....	60
11.4.1	Fotopointy.....	63
11.4.2	Provedení a technické parametry.....	64
11.4.3	Kalkulace.....	70
11.4.4	Konkrétní nabídka.....	71
12	Další navrhované možnosti monitoringu návštěvníků města Brna.....	72
12.1	Aplikace Brnofun.....	72
12.2	Registrace.....	75
12.3	Spolupráce s FAST FOODY.....	76
12.4	Komunikace TIC.....	76
12.5	Erasmus studenti.....	76
12.5.1	Dotazování erasmus studentů:.....	77
13	SWOT Analýzy navrhovaných prostředků monitoringu a přehled kalkulací 84	
13.1	SWOT Analýza – Mobilní aplikace.....	84
13.2	SWOT Interaktivní informační panely.....	86
13.3	SWOT BRNOFun.....	88
13.4	SWOT Free Walking Tours.....	89
14	Zajímavosti.....	90
14.1	Zed' přání.....	90
14.2	Promítání vzkazů na zed'.....	90
14.3	Piáno s vlastní písničkou.....	91
14.4	Upomínkové předměty.....	91
14.5	Free walking tours.....	92
15	Závěr.....	94
16	Zdroje.....	97
17	Přílohy:.....	100

17.1	Příloha I.: Koncept BRNOfun – trasa „Jak se stát znalcem architektonických památek“	100
17.2	Příloha II.: BRNOfun – trasa „Věřící i nevěřící, podívat se mohou všichni“	122
17.3	Příloha III.: BRNOfun – trasa „Historie - moje kamarádka“ (aneb zajímavé galerie a muzea u nás v Brně)	135
17.4	Příloha IV.: BRNOfun – Trasa „Po stopách Soba Boba“	151
17.5	Příloha V: Dotazník pro návštěvníky	167
17.6	Příloha VI: Dotazník v anglickém jazyce	170
17.7	Příloha VII: Dotazník pro jednodenní návštěvníky	173
17.8	Dotazník pro studenty programu ERASMUS	176
17.9	Tabulky návštěvnosti	180



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

1 English resumé/abstrakt

This thesis has been prepared under the project MUNISS 2014 as an expert analysis of two most rated team works. It focuses on effective monitoring of the South Moravian's metropolis Brno which has the most beautiful sights. It is known as a student city, but it is associated with winery, international fairs and other. These things are some of the reasons, why Brno has thousands of visitors every day.

For the municipal authority may be for this reason very useful to find out the social and economic structure of visitors of Brno, from which places tourists come, what are their preferences in leisure time or how they evaluate their stay in Brno and its services. On the basis of such information the city can monitor current trends in tourism and use better its own funds to support various attractive cultural, sporting or social event. Achieving the useful information about visitors should be done without bothering any of them. Currently, the survey is carried out through quantitative methods, which fails to cover the entire market and fails to give any relevant information about the visitor's behavior. In addition the Brno can identify city's weaknesses in tourism and effort to improve the situation.

The main task of this project is to design the effective monitoring of visitors of the city of Brno, including the inclusion of overnight visitors with regard to the possibility of re-implementation of our proposed means of monitoring. In the project we have developed a series of detailed proposals for effective monitoring of each target groups, taking into account their strengths and weaknesses, potential problems associated with them and the opportunities which the city of Brno has , for their successful implementation. We took inspiration from the findings from abroad as well as from our personal consultations with individual preservationists.

Useful tool for monitoring is Google Analytics from Google. It is one of the most comprehensive tools for digital analysis available in the Czech Republic and it is free of charge. For effective usage of this tool, there is a specialist required to setup all the relevant functions and prepare the system for monitoring. The outcome may be thorough information about specific website and its traffic. Google Analytics tracks incoming traffic to websites. According to the information, we can get more accurate idea about the usage of the website and behavior of the visitors. It is significant for us to be able to trace the location from which the website was visited. This service keeps data up to 25, so there are various possibilities for comparison.

Another method is to collect the anonymous residual data of mobile operators. The big advantage is that we won't be annoying our visitors by filling out various questionnaires, or spoiling their trips or holidays with the questioning. This could have a significant impact on the possible future return of the visitor or recommendation of a visit to their friends. Another advantage is that no one can try to circumvent or abuse the system, because it isn't built on the principle of some sort of exchange. In this method, there will be no false data provided by users, but only the true facts, which brings us a greater degree of objectivity, but fewer options in the specification of target groups. However, there must be various deviations of provided data taken into account. For example, not everyone owns a mobile phone, on the other hand some of visitors have more than one mobile phone. And of course, if you are taking data from only one provider, it will be covering only about one third of the market. If the Brno City starts using this system of collecting anonymous data from our three largest mobile communication providers, it can obtain highly accurate data concerning the visitors to the city. Moreover it would fill the gap in data collection with data about people who are accommodated with friends and do not go to places where admission is required, nor do they need to visit the TIC. Brno City will also know from which area comes least visitors and it will be able to respond to this by various promotional materials which will be sent to these areas to maximize the benefits.

The other part of the monitoring framework is represented by the interactive information kiosks. The kiosks consist of a computer hidden in the case, a touch-screen or a widescreen supplemented by a metal keyboard and a web-cam. Thanks to the Bluetooth technology, these kiosks can also serve as points, where it is possible to download the smart-phone application. We came to the conclusion that one of the most effective ways of monitoring will be system, that gives visitors something useful, specifically the information they need. To get the information, they must fill out a simple, short and concise questionnaire. It is simple, fair and harmless way to get the necessary information about visitors and at the same time is the way how to help them find what they need. After entering the required information, the user can use many of its features, such as the access to the necessary information, a possibility to download the application, a possibility to take a picture with the panoramas of Brno, etc.

The idea of BRNOfun is based on the routes consisting of various and interesting places, situated around the city centre and its surroundings. Visitors are able to pick the one route online, and after that they manage to cross the last check point where they should bring the answer to the Travel Information Center. The routes are always based on topic. In every check-

point there is given a special question about the actual place. The answer is always a number. After you sum up your numbers you give it to the team and you get an award.

From other methods of monitoring we mention for example the wall of the wishes, the piano and free walking tours.

Further information on data collection, research and presented methods of monitoring visitors can be acquired in the full version of the work. This topic is quite extensive and this short version of the text is only short summary of major points discussed in the full version.

2 Úvod

Brno, jakožto druhé největší město České republiky, navštíví každoročně tisíce návštěvníků či turistů. Někteří se ve městě samotném zdrží jen na chvíli z důvodu obchodních schůzek či školení, jiní zavítají za prohlídkou města, přijedou a zdrží se sami či s rodinou déle.

Z důvodu zkvalitňování poskytovaných služeb ze strany města je proto důležité vědět a znát cílové skupiny, jejich preference v oblasti trávení volného času či požadované služby. Nezbytná je i informace, zda se jedná o turisty a návštěvníky z České republiky či zahraničí. Jen tak se podaří vytvořit efektivní propagaci města nebo správně cílit marketingovou kampaň.

Metod jak monitorovat příjíždějící návštěvníky a turisty je nespočetně mnoho, ne každá se však dá aplikovat na podmínky moravské metropole. Jiné také mohou přinášet spíše zkrácené informace.

Předkládaná expertní analýza vychází ze dvou týmových prací, které byly nejlépe zhodnoceny. Na analýze se podíleli členové obou týmů a výsledkem jsou kreativní a neotřelé návrhy, jak vylepšit i samotný obraz a vnímání města návštěvníky. Součástí této analýzy jsou mimo jiné také nápady, jak lze současně zaujmout zajímavou službou návštěvníka a zároveň ho i monitorovat. Jedná se například o info panely či kiosky. Ty pomohou k lepší orientaci turisty ve městě, ale i pomocí krátkého dotazníku, bez kterého nebude možné informace poskytnout, zjistit údaje nezbytné pro monitoring. V expertní analýze jsme navrhované metody monitoringu přizpůsobili i více cílovým skupinám. Snahou bylo komplexní oslovení příjíždějících turistů a návštěvníků, tzn. aby návrh, jenž nezaujme jednu cílovou skupinu, oslovil druhou. Důležitým znakem navržených nástrojů a prostředků k monitorování je také identifikace jednodenních návštěvníků. To do této doby není plně uspokojivé, proto analýza může přispět k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v Brně i tímto způsobem.

3 Cíl práce

Cílem práce bylo týmové vypracování nejzajímavějších návrhů vhodných pro efektivní monitoring návštěvníků města Brna, které vzešly ze dvou týmových prací v rámci projektu MUNISS. Za efektivní monitoring je brán takový, který zahrnuje i jednodenní návštěvníky s přihlédnutím k možnosti opakované realizace navrhovaných prostředků.

Expertní analýza přináší několik návrhů. Ruku v ruce s poskytnutou službou pro návštěvníky je ale i poskytnutí dat nezbytných pro monitoring. Proto je od turistů a návštěvníků požadováno vždy vyplnění krátkého dotazníku či poskytnutí některých informací – jedná se např. o pohlaví, věk, země odkud návštěvník přijíždí atd. Po poskytnutí takovýchto dat by bylo možné využití samotné služby.

V rámci navrhovaných služeb, které město Brno turistům a návštěvníkům může nabídnout, se v práci proto zabýváme foto pointy, informačními kiosky, BRNOFUNem – způsobem jak poznávat zajímavá místa Brna. Dále také doplňkovými marketingovými nástroji, jež samotné nemají přímý vztah k samotnému monitoringu – zed' přání, promítání vzkazů na zed', piano s vlastní písničkou nebo free walking tours

Navrhované náměty jsou samozřejmě doplněny alespoň o hrubé finanční kalkulace.

4 Segmentace

V oblasti cestovního ruchu, především destinačního managementu, se těžko zvládá obsluhovat široké spektrum všech návštěvníků, např. dané destinace, a to kvůli jejich velkým odlišnostem a různým požadavkům.

Rozdělili jsme trh tak, abychom shlukovali homogenní skupiny lidí se stejnými vlastnostmi a požadavky. Tímto krokem můžeme pro jednotlivé skupiny navrhnout vhodné metody jejich monitoringu. V naší práci pracujeme s několika skupinami návštěvníků, které se mohou vzájemně prolínat. Platí, že čím specifičtěji vymezíme segmenty návštěvníků, tím přesnější bude zacílení. Avšak brali jsme v potaz to, že počet lidí v jednom segmentu by neměl být příliš malý, aby se dostavil požadovaný efekt. Ve zkratce by zvolené segmenty měly splňovat měřitelnost, dostatečnou rozsáhlost, přístupnost, dosažitelnost komunikačními prostředky, akceschopnost, udržitelnost a trvalost (Ryglová, 2011).

Základní rozdělení návštěvníků Brna je geografické, a to na tuzemské turisty a zahraniční turisty, které bychom monitorovali pomocí zbytkových dat mobilních operátorů.

Tuzemští turisté pocházejí z ČR, Brno dobře znají a již několikrát ho navštívili.

Zahraníční turisté navštěvují převážně Prahu, avšak i v Brně se s nimi setkáme v poměrně hojném počtu. Jejich důvod cesty se liší. Přijíždějí za studiem, prací, odpočinkem a poznáním města nebo na kulturní událost, či navštěvují přátele a známé.

Segmentace podle životního cyklu rodiny je jedním z nejvíce využívaných rozdělení vůbec. Nese v sobě spoustu informací a specifických, se kterými je třeba počítat.

Mladí lidé – jsou to lidé studující nebo pracující, žijící odděleně od rodičů, případně stále v jejich společné domácnosti. Většinou cestují sami, s partnerem nebo ve větší skupině přátel. Disponují podprůměrným příjmem, avšak jejich pravidelné výdaje také nejsou moc velké. Rádi proto utrácí ušetřené peníze především za zábavu a cestování. Zajímají se o novinky, vyhledávají netradiční zážitky a využívají nové technologie k hledání informací. Očekává se od nich aktivní zapojení do dění města. Tato skupina se dá zachytit několika způsoby. Doporučujeme monitoring například pomocí mobilních aplikací, fotopointů, freewalking tours aj.

Rodiny s dětmi – mají k dispozici dva příjmy a vyhledávají místa, která jim mohou nabídnout dostatek pohodlí a bezpečnosti s ohledem na děti. Často se zajímají o kulturní a přírodní dědictví a využívají doporučených nenáročných stezek. Zřejmě by je zajímaly informační kiosky a účastnili by se nejrůznějších her (Brnofun, veřejné piano) k zabavení jejich ratolestí. Jistě je potěší zvýhodněné rodinné vstupné.

Pár okolo 50 let – tato skupina nabývá postupem času na důležitosti. Děti jsou dospělé a manželé se mohou věnovat sami sobě. Cestování se stává jejich velkou zálibou. Mají snahu poznávat nová místa či se vracet na ta místa, která kdysi navštívili. Jejich příjem je nadprůměrný a jsou ochotní za cestování vydat i část svých životních úspor. Ovládají klasické technologie a mohla by je zajímat zed' přání a promítání vzkazů.

Senioři – často se účastní organizovaných zájezdů, případně cestují sami. Rádi se prochází hezkými místy a poznávají kulturu a okolí. Tato skupina si většinou zjišťuje informace tradičním způsobem a to přímo v cestovních kancelářích, v cestovních spolcích přes známé nebo v turistických informačních centrech. Předpokládáme, že by se rádi účastnili vyplňování dotazníků spokojenosti, reagovali by na slevovou kartu a přidávali vzkazy na zed' přání.

Spousta návrhů se dá s případnými úpravami aplikovat hned na více segmentů.

5 Dotazníkové šetření

V období na přelomu dubna a května 2014 byl v Brně realizován průzkum studenty soutěžícími v rámci MUNISS. Průzkum probíhal prostřednictvím dotazníků, které byly vyplňovány z velké části v tištěné podobě. Průzkum byl rozdělen na dvě části podle délky pobytu návštěvníků na jednodenní a vícedenní. Toto rozdělení bylo stěžejní ke způsobu zjišťování dat a jejich vyhodnocení. V následujících kapitolách se budeme věnovat napřed jednodenním návštěvníkům a poté vícedenním návštěvníkům a okomentujeme výsledky, které z průzkumu vyplynuly. Většina otázek byla s jednou možnou odpovědí, jedna otázka byla s možností více odpovědí, vyskytly se dvě seřazovací otázky toho, co turisté již navštívili a co plánují navštívit během svého pobytu, které jsme umístili do matice s jednou odpovědí. Další matice sloužila k hodnocení služeb v Brně na škále od 1 do 5.

Otevřené otázky identifikovaly bydliště návštěvníka a plánovanou útratu za celý pobyt.

U obou typů průzkumu jsme spolupracovali s Turistickým informačním centrem v Brně na Radnické 2, které nám pomohlo sbírat data na své pobočce.

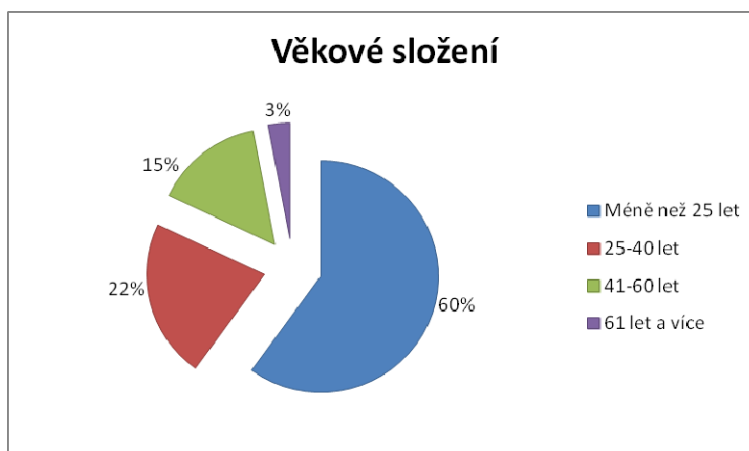
Otevřené otázky identifikovaly bydliště návštěvníka a plánovanou útratu za celý pobyt.

U obou typů průzkumu jsme spolupracovali s Turistickým informačním centrem v Brně na Radnické 2, které nám pomohlo sbírat data na své pobočce.

5.1 Vyhodnocení mezi jednodenními návštěvníky

Dotazník (Příloha VII) obsahoval 15 otázek, z toho 4 otázky byly identifikační.

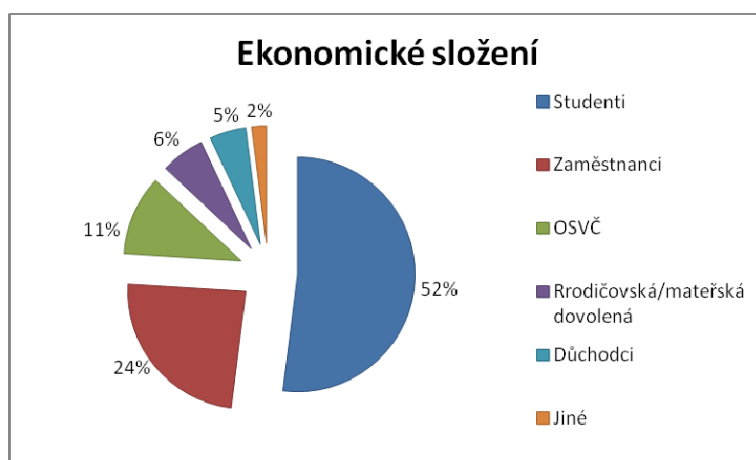
Jelikož bylo velmi obtížné jakkoli zachytit pohyb jednodenních návštěvníků, museli jsme v naší skupince vytvořit týmy a sbírali jsme data na typických turistických místech v Brně (například hrad Špilberk, Petrov, před TIC, hlavní a autobusové nádraží, náměstí Svobody). Dále



jsme využili kontaktů na své známé, o kterých jsme věděli, že do Brna dorazili. Celkem jsme sesbírali 166 vyplněných dotazníků od jednodenních návštěvníků.

Složení respondentů

Z demografického hlediska se jednalo o 100 žen (60%) a 66 mužů (40%). Dle věkového složení byla nejčastější skupina do 25 let, a to ze 60%. Mezi 25 a 40 lety se průzkumu účastnilo 22% návštěvníků a ve věku 41 – 60 let bylo 15%. Nejmenší zastoupení měla věková skupina nad 61 let, a to jen 3%. Všichni respondenti pocházeli z České nebo Slovenské republiky.



Dle ekonomického statusu bylo zastoupení následující: 52% studenti, 24% zaměstnaných lidí, 11% osob samostatně výdělečně činných, 6% byli lidé na mateřské či rodičovské dovolené, 5% důchodci a z necelých 2% bylo jiné.

Kolikrát jste již v minulosti Brno navštívili?

Většina návštěvníků Brna sem již někdy v minulosti zavítala (95%). Jedná se tedy převážně o pravidelné návštěvníky, kteří se do Brna vrací. Více než třikrát tu byla asi polovina, tj. 55% a dvakrát až třikrát asi 23% respondentů. Jednou Brno navštívilo 17% návštěvníků. 5% všech respondentů Brno nikdy v minulosti nenavštívilo (8 respondentů).

Hlavní důvod návštěvy města

Nejčastější důvod návštěvy jednodenních turistů je návštěva přátel a známých (55%). Dále turisté přijíždějí na dovolenou (13%) nebo přijíždí primárně z důvodu nákupu (11%). Za nákupem zřejmě budou jezdit lidé z nejbližšího okolí Brna. Kvůli kulturní události do Brna zavítalo v tomto období 10% návštěvníků. Nejméně pak přijeli za jinými důvody (5%), za prací (3%) nebo Brnem jen projížděli.

Charakteristika pobytu

Všichni respondenti jsou jednodenními návštěvníky Brna, ale s kým do města přijeli? Na to nám odpoví otázka č. 3. Nejčastěji bylo označeno cestování s přáteli a to až ve 40 procentech. S rodinou cestovalo 23% návštěvníků, zřejmě v souvislosti návštěvy přátel a známých. Z 21% bylo označeno cestování sám nebo sama. S partnerem na jednodenní výlet do Brna zavítalo asi 12% návštěvníků. Nejméně často (4%) se v průzkumu objevilo cestování s kolegy.

Zdroje informací

Zdroje informací o Brně mohly na návštěvníky působit hned několik najednou. V této otázce proto mohli respondenti označit jednu, žádnou či více odpovědí. V následující tabulce jsou zobrazeny absolutní četnosti u jednotlivých typů zdroje informací a jejich přepočítané relativní zastoupení z celkového počtu odpovědí. Odpovědi jsou seřazené od nejvíce využívaných po ty nejméně využívané.

Zdroje informací	Absolutní četnost	Relativní četnost
Internet	105	40%
Doporučení známých	85	32%
Sociální média	33	13%
Propagační materiály, mapy	19	7%
Cestovní průvodci	8	3%
Specializované magazíny o cestování	5	2%
Jiná	4	2%
Cestovní kanceláře	3	1%
Celkem	262	100%

Internet jako hlavní zdroj informací je očekávaný a mezi ostatními druhy zdrojů je na prvním místě se 40 % zastoupením. 85 lidí označilo doporučení přátel jako jejich zdroj informací o Brně. Překvapivě se na třetím místě umístila sociální média, která byla donedávna brána jako trávení volného času, komunikační prostředek mezi přáteli. Právě tato komunikace a sdílení

zážitků dokáže ovlivnit (jak pozitivně, tak negativně) cestovní chování spousty lidí a vyvolat touhu dané místo navštívit. Dalším zdrojem jsou propagační materiály, mapy a cestovní průvodci, které jsou využívány s 10 % zastoupením. Cestovní kanceláře, jiné zdroje informací a specializované magazíny o cestování nejsou návštěvníky Brna příliš využívány.

Monitoring pohybu návštěvníků

V otázce č. 5 a 6 měli návštěvníci napsat pořadí, v jakém daná místa v Brně navštívili. V následující tabulce je průměr ze zadaných pořadí. Nejmenší číslo značí místo navštívené jako první. Pořadí 1 značí, co již navštívili, a pořadí 2 to, co teprve plánují navštívit.

Místo	Průměrné pořadí 1	Průměrné pořadí 2
Hrady (Špilberk, Veveří)	2,08	1,61
Brněnská přehrada	3,75	2,16
Parky, zahrady nebo Zoo Brno	2,98	2,44
Veletrhy a výstavy	2,90	2,96
Památky (náměstí, kostely,...)	2,01	3,29
Nákupní centra	3,26	3,99
Kavárny, vinárny, cukrárny	3,02	4,01
Restaurace, pivnice	2,59	3,71
Divadla a kina	4,51	4,03

Typický jednodenní návštěvník Brna v jarním období tedy napřed navštíví historické památky, pak zajde na Špilberk a poté na oběd do restaurace. Odpoledne se podívá na výstavu či na veletrh poté do parku, ZOO Brna či přehradu a v podvečer si odpočine v kavárně nebo ve vinárně. V kolonce jiné byla několikrát uvedena Hvězdárna a Brněnské podzemí.

Hodnocení služeb v Brně

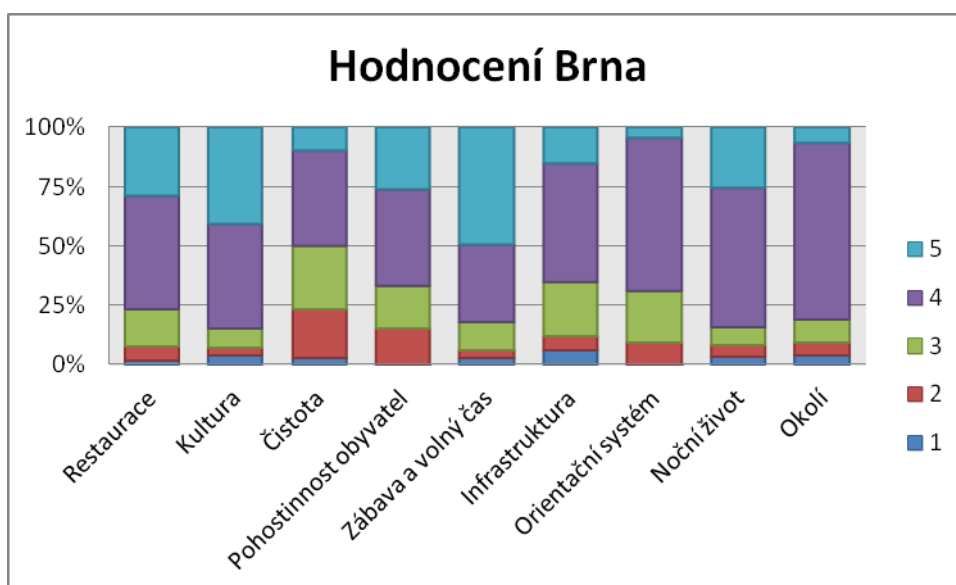
Návštěvníci měli v otázce č. 7 hodnotit poskytované služby v Brně na škále od jedné do pěti, kde jednička se rovná nejméně kvalitní službě a pětka jako nejvíce kvalitní služba. Tato otázka

je jistě velmi subjektivně vnímána, jelikož kvalita je chápána jednotlivými zákazníky vždy trochu jinak. Pro posouzení úrovně poskytované služby působí nejrůznější faktory, od očekávání a nároků po aktuální rozpoložení osoby. Díky této otázce si můžeme dokreslit, jak je Brno vnímáno návštěvníky a na jaké služby by se mělo v budoucnu zaměřit, aby byl celkový obraz Brna o něco lepší. V tabulce jsou zobrazeny jednotlivé počty odpovědí u daného čísla. Upozorňujeme, že ne všechny služby byly návštěvníky hodnoceny. Někteří respondenti nedokázali odhadnout kvalitu či nemohli službu hodnotit.

	1	2	3	4	5	Celkem
Restaurace	3	10	24	76	44	157
Kultura	6	5	12	64	58	145
Čistota	4	26	33	50	12	125
Pohostinnost místních obyvatel	1	20	24	54	34	133
Zábava a volný čas	4	5	16	44	66	135
Infrastruktura	8	7	28	61	18	122
Orientační a navigační systém	1	14	33	97	7	152
Noční život	5	7	11	84	36	143
Okolí	7	8	16	116	10	157

Téměř ve všech případech je Brno hodnoceno číslem 4, tzn., že návštěvníci jsou spokojeni s úrovní služby. Velmi spokojeni jsou se zábavou a volným časem, kterou označili číslem 5.

V grafu jsou zobrazeny podíly jednotlivých čísel k dané službě.



Pokud si stanovíme, že čísla 4 a 5 vyznačují spokojenost návštěvníků s danou službou (světle modrá a fialová), jasně vidíme, že zauímají nejméně polovinu z celkových hodnocení (například čistota a infrastruktura). Kolem 75% všech odpovědí symbolizují čísla 4 a 5 spokojenost s kvalitou místních restaurací, kultury, zábavy a volného času, nočního života a okolí.

Otázky orientované na naše návrhy efektivního monitoringu

Na otázku 8, zda by návštěvníci využili volné procházky městem vedenou studentem, celých 80% (132 respondentů) odpovědělo, že ano. Tento výsledek potvrdil náš koncept zavedení Free Walking Tour i v Brně a na jehož základě bude probíhat i monitoring návštěvníků Brna.

Otázka 9 obsahuje mobilní aplikaci jako průvodce po Brně a odpovědi, zda by si ji návštěvníci stáhli, pokud by byla poskytnuta zdarma. Tento výsledek vyšel ještě lépe a mobilní aplikaci by si stáhlo 82%, tj. 136 lidí.

S vybudováním fotopointů v Brně (otázka č. 10) souhlasila přibližně polovina všech respondentů (53%) a zbytek (47%) si myslí, že vybudování fotopointů není dobrý nápad. Myslím si, že je to proto, že lidé přesně nevědí, jak si mají tzv. fotopoint představit. V České republice není příliš obvyklé focení se s přáteli pomocí veřejných fotobuněk, a kdyby si to vyzkoušeli, možná by změnili názor a využívali by je.

Útrata

Otázka č. 11 zjišťuje, kolik přibližně plánují jednodenní návštěvníci za svůj pobyt v Brně utratit peněz. Pokud byly vyplněné hodnoty ve měně Euro, počítala jsem s kurzem 1 Euro=30 Kč pro zjednodušení výpočtu. Nejmenší hodnota, která byla uvedena, byla 200 Kč (1x). Nejvyšší naopak 5 000 Kč, kterou vyplnilo 9 respondentů. Nejčastěji byla uvedena částka 1 000 Kč, se kterou se ztotožnilo 38 lidí a hned po ní se 28 krát objevila částka 2 000 Kč. Průměrně jednodenní návštěvníci v Brně utratí 1647,3 Kč.

5.2 Vyhodnocení průzkumu mezi návštěvníky s pobytem delším než 1 den

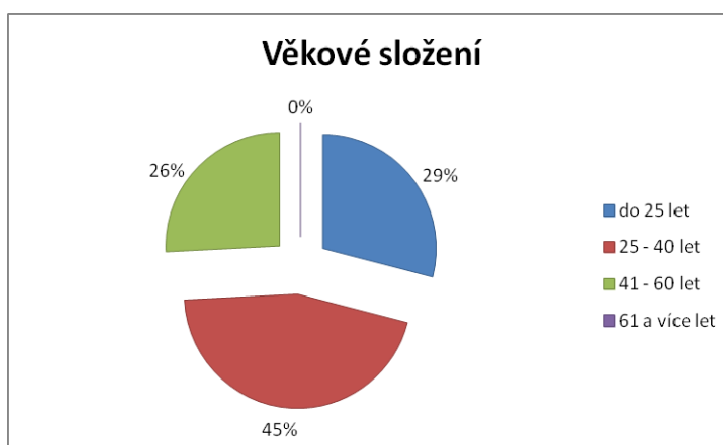
Druhý typ průzkumu byl mezi návštěvníky s pobytem delším než 1 den. Tito návštěvníci jsou dobře monitorováni již samotným Brnem, pomocí TIC center, ubytovacích zařízení, CzechTourismu, společností Ipsos Tambor a jiné. Spolupracovali jsme s hotely a penziony v Brně a umístili své dotazníky na jejich pokoje, kde je mohli návštěvníci vyplnit. Ačkoliv jsme kontaktovali obrovské množství ubytovacích zařízení jak v centru, tak i v okrajových částech města, velké řetězce i rodinné hotely, bohužel nám pomohlo jen 7 hotelů a již výše zmíněné TIC centrum, kterým jsme velice vděční.

Tak slabou návratnost a neochotu ze strany ubytovacích zařízení jsme neočekávali. Získali jsme tedy 126 vyplněných dotazníků.

Dotazníky byly zanechány na pokojích hotelů v českém i anglickém jazyce (příloha 2 a 3).

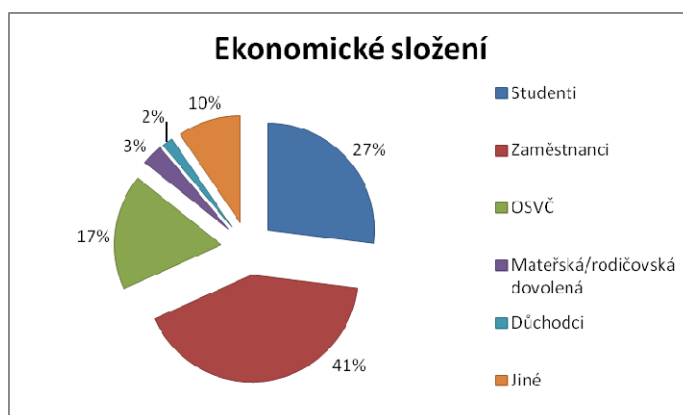
Složení respondentů

Tohoto průzkumu se opět účastnilo více žen (54%), tj. 68 respondentek a 48% mužů, tj. 58 respondentů. Většina turistů je opět z celé České republiky, nejvíce z Prahy a blízkého okolí Brna. Mezi zahraničními návštěvníky se v našem průzkumu objevili turisté ze Slovenska, Ruska, Německa, Rakouska, Anglie, Ukrajiny, Francie a Itálie.



Věkové složení se liší od jednodenních návštěvníků. Převažuje skupina mezi 25 až 40 lety, do které patří 56 respondentů (tedy 45%). Do 25 let je to 29% (56 odpovědí), jedné čtvrtině (26%) respondentů je mezi 41 až 60 lety a v poslední skupině 61 let a více nemáme ani jednu odpověď. V následujícím grafu můžete vidět věkové složení respondentů.

Podle ekonomické aktivity je necelá polovina respondentů v pracovním poměru jako zaměstnanec (44%). Studenti obsazují druhou příčku s 27% a za nimi jsou osoby samostatně výdělečně činné se zastoupením 17%. Odpověď jiné označilo 10% lidí. Toto označení v sobě



zahrnuje nezaměstnanost nebo jinak vydělávající osoby. Na mateřské nebo rodičovské dovolené se označily 3% respondentů a 2 respondenti (2%) jsou ve starobním důchodu.

Kolikrát jste již v minulosti Brno navštívili?

Průzkum potvrdil, že Brno navštěvují pravidelní návštěvníci, kteří sem již někdy zavítali (81%). Poprvé do Brna dorazilo 19% návštěvníků. Téměř polovina tu byla více než třikrát (43%). Jednou Brno navštívilo 27% respondentů a dvakrát či třikrát tu bylo 11% návštěvníků.

Hlavní důvod návštěvy města Brna

V další otázce měli respondenti zaškrtnout, co bylo hlavním důvodem jejich návštěvy města. Z pracovních důvodů město navštívilo 27% respondentů, což je pochopitelné především kvůli období sběru dat (duben a květen), neboli jinými slovy období veletrhů. Tento fakt souvisí i s polohou hotelů, ve kterých jsme průzkum prováděli, hlavně s jejich blízkou vzdáleností k Brněnskému výstavišti (např. Voroněž a Pyramida).

Po 21 procentech měly dvě typické odpovědi a to návštěva přátel či známých a dovolená. Dalším důvodem byla kulturní událost (17%). V tomto jarním období se konaly známé události jako Majáles a Studentský majáles. V dubnu se konal významný Stavební veletrh, veletrh Ampér, dále kulturní akce jako JazzFest Brno, Čarodějáles a nebo se zpřístupnil Brněnský

okruh atp. Příliv turistů z důvodu kulturní události není překvapivé. Primárně další důvod a to nakupování potvrdilo asi 11% respondentů.

Jako jiné důvody lidé označili například návštěvu doktora nebo svatbu.

Charakteristika pobytu

Otázky č. 3 a 4 zjišťovaly, s kým daný člověk cestuje a na jak dlouho se v Brně zdrží. Překvapivě nejvíce lidí cestovalo do Brna samo (25%) nebo s partnerem (24%). S přáteli přijelo 21% návštěvníků, stejně tak s rodinou. Jen 10% respondentů cestovalo do Brna s kolegy.

Nejčastější délka pobytu je 2 až 3 dny, což uvedlo 78% návštěvníků. Na 4 až 5 dní přijíždí do Brna 16% turistů na dovolenou, navštívit známé nebo občas i pracovat. Více než 5 dní tu tráví asi jen 6% návštěvníků. Z průzkumu vyplývá, že většina respondentů preferuje v Brně kratší pobyty v souvislosti s jejich důvodem návštěvy.

Zdroje informací

V následující otázce mohli respondenti zaškrtnout více než jednu odpověď na otázku, kde hledali a jaké zdroje informací o Brně využili. V tabulce je zobrazeny relativní a absolutní četnosti použitých zdrojů informací o Brně, seřazeny od nejvíce využívaného po nejméně využívaný zdroj.

Zdroj informací	Absolutní četnost	Relativní četnost
Internet	68	45%
Doporučení přátel	44	28%
Propagační materiály, mapy	20	13%
Sociální média	10	6%
Cestovní průvodci	8	5%
Specializované magazíny	2	1%
Cestovní kanceláře	2	1%
Jiné	2	1%
Celkem	156	100%

Jako jiné bylo uvedeno TIC centrum a informace získané na veletrzích. Na internetu se v dnešní době hledá všechno, což z průzkumu jasně vyplývá. Na rady od přátel či rodiny dá také velké procento lidí.

Monitoring pohybu návštěvníků

V otázce č. 5 a 6 měli návštěvníci napsat pořadí, v jakém daná místa v Brně navštívili či navštíví. V následující tabulce je průměr ze zadaných pořadí. Nejmenší číslo značí první z návštěv. Pořadí 1 značí, co již navštívili, a pořadí 2 to, co teprve plánují navštívit.

Místo	Průměrné pořadí 1	Průměrné pořadí 2
Hrady (Špilberk, Veveří)	0,89	0,75
Brněnská přehrada	1,40	0,90
Parky, zahrady nebo Zoo Brno	1,60	1,16
Veletrhy a výstavy	1,65	1,05
Památky (náměstí, kostely,...)	2,14	1,63
Nákupní centra	1,90	1,49
Kavárny, vinárny, cukrárny	1,95	1,21
Restaurace, pivnice	3,00	1,86
Divadla a kina	1,67	1,43
Jiné	1,27	0,52

Vidíme, že průměrné hodnoty jsou mnohem menší než u jednodenních návštěvníků. To znamená, že spousta respondentů plánuje navštívit či již navštívilo jen pár míst v Brně a o ty ostatní nejeví zájem, alespoň ne v průběhu tohoto pobytu. Možná to bude ovlivněno návštěvou Brna i v minulosti, kdy dominanty Brna už navštívili a tak nemusí každý pobyt v Brně na tyto místa znovu chodit. Návštěvníci mají kratší okruhy Brněnskými místy.

Jako jiné byly opět uvedeny např. Hvězdárna, Brněnské výstaviště, Petrov, návštěva doktora nebo kongresy.

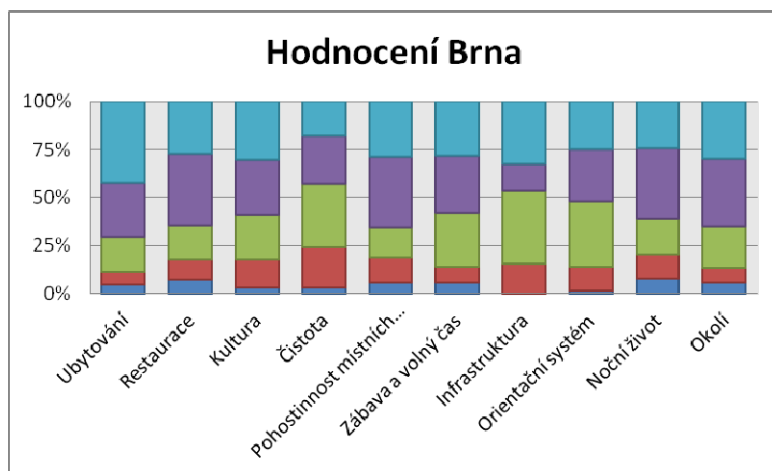
Hodnocení kvality služeb v Brně

Jak už jsme význam slova kvalita a jeho subjektivní vnímání popsali výše u prvního průzkumu, i vícedenní návštěvníci hodnotili úroveň poskytované služby v Brně. Opět byly některé kolonky nevyplněné, jelikož návštěvníci například nevyužili danou službu a nebyli schopni ohodnotit její kvalitu. Tabulka představuje počty označených čísel u jednotlivých druhů kritérií. Tentokrát byla větší neochota při vyplňování stupně kvality. Nejčastěji hodnotili ubytování, což je

pochopitelné. Když měli dotazník na hotelovém pokoji, lépe se jim tato oblast hodnotila. Nejméně odpovědí bylo u nočního života, zábavy a okolí. Zřejmě to bylo také proto, že většina návštěvníků přijela za prací a tak neměli na tyto aktivity čas.

	1	2	3	4	5	Celkem
Ubytování	6	7	21	32	48	114
Restaurace	6	8	14	29	21	78
Kultura	2	8	13	16	17	56
Čistota	2	13	20	15	11	61
Pohostinnost místních obyvatel	4	8	10	23	18	63
Zábava a volný čas	3	4	14	15	14	50
Infrastruktura	0	9	21	8	18	56
Orientační a navigační systém	1	8	22	17	16	64
Noční život	4	6	9	18	12	49
Okolí	3	4	11	18	15	51

V grafu jsou opět zobrazena procentuální zastoupení jednotlivých kritérií.



I když v tabulce vypadá hodnocení hůř než u jednodenních návštěvníků, pokud se podíváme na graf (opět na čísla 4 a 5 symbolizující spokojenost), statisticky to vypadá podobně. Kolem 50% respondentů je spokojeno s čistotou města, infrastrukturou, orientačním systémem a kulturou. Kolem 70% je spokojeno s ubytováním, stravováním a s okolím.

Otázky orientované na naše návrhy efektivního monitoringu

V rámci těchto otázek jsme se snažili zjistit, zda by naše předkládané návrhy byly zajímavé pro návštěvníky Brna a zda by daná vylepšení využívali a monitoring tak byl efektivní. V otázce, zda by využili možnosti Free Walking Tours, odpovědělo 57% lidí, že ano a 43% lidí, že by tyto procházky Brnem nevyužili. V další otázce o aplikaci jako průvodce Brnem potvrdilo 79% návštěvníků její stažení, pokud by byla aplikace zdarma. Jen 21% respondentů by aplikaci na mobil nepotřebovalo. Zeptali jsme se dále, jestli by si aplikaci stáhli, pokud by byla aplikace zpoplatněná a kolik by byli případně za její stažení ochotni zaplatit. Asi 46% respondentů by za mobilní aplikaci sloužící jako průvodce Brnem nezaplatili. Pokud by tedy aplikace byla zpoplatněná, přibližně polovinu lidí z těch, kteří by si aplikaci jinak zdarma stáhli, by to od stáhnutí odradilo. Do 25 Kč by za aplikaci zaplatila jedna třetina (30%) respondentů. Téměř 19% respondentů by zaplatilo za její stáhnutí od 25 do 75 Kč, 5% respondentů by si dokonce tuto aplikaci stáhlo za více než 75 Kč.

Další otázku na téma vybudování fotopointů, které by rozesílaly fotky na zadaný e-mail, zřejmě přijali návštěvníci dobře a 71% by jejich vybudování uvítalo. Kolem jedné čtvrtiny všech návštěvníků (29%) si nemyslí, že jejich vybudování je dobrý nápad a zřejmě v nich nevidí

smysl, protože svůj fotoaparát nosí většinou při sobě. Pokud se jim například výhled líbí, sami si jej vyfotí a nepotřebují k tomu žádný přístroj.

Stále se dostáváme nad polovinu, což si myslíme, že je úspěch a je to dostatečné číslo k ověření plánovaného návrhu a k efektivnosti monitoringu.

Útrata

Jelikož se jedná o citlivou otázku, celkem 18 lidí na ni odmítlo odpovědět. Průměrná hodnota útraty za celkový pobyt na jednu osobu je 3160 Kč. Jelikož naše složení respondentů zahrnuje z 27% studenty, musíme předpokládat možné ovlivnění této částky. Nejmenší hodnotou byla uvedena částka 800 Kč (1x) a nejvyšší 20 000 Kč (2x). Vidíme, že rozpětí hodnot je obrovské.

5.3 Možné využití a vyhodnocení dat získaných ze šetření

V úvodu dotazníku se respondent setkal s otázkami, které byly směřovány na informace ohledně jeho cesty. Po kolikáté navštívil Brno, za jakým účelem, kde čerpal informace a zdali respondent cestuje o samotě, nebo ve skupině. Na základě těchto informací lze posoudit, jaký typ návštěvníků Brna je zde nejhojnější, resp. který typ návštěvníků v Brně převládá. Jestli se jedná o návštěvníky, které cestují ve skupinách a hledají informace na sociálních sítích, nebo spíše o samotáře, kteří cestují přes cestovní kanceláře a zásadně za prací. Z odpovědí získaných od respondentů lze vyprofilovat typy/skupiny návštěvníků a navrhnout budoucí marketingové strategie do budoucnosti. Zároveň lze zjistit, do jaké míry jsou efektivní moderní komunikační prostředky nebo naopak, jestli je vhodnější využívat spíše klasických komunikačních kanálů, jako propagační materiály.

Další část šetření je věnována mapování již navštívených a plánovaných atrakcí/památek v Brně. Tyto otázky slouží k analýze pohybu respondenta a případnému navržení nových turistických tras (i v rámci konceptu Brnofun). Zároveň mohou informace sloužit k úpravám stávajících tras, případně k analýze návštěvnosti jednotlivých památek. Zároveň lze z odpovědí usoudit, jaké atraktivitě se jednotlivá místa v Brně těší.

Následující „baterie“ sloužila k ohodnocení jednotlivých služeb v Brně. Výstupem z této baterie bude analýza jednotlivých druhů služeb a informace, zda je daná služba hodnocena kvalitně a Brno ji můžou využít jako svou chloubu, nebo naopak bude daná služba hodnocena špatně a Brno se může zaměřit na její zkvalitnění.

Další otázky obsažené v dotazníku sloužily k posouzení vhodnosti implementace navrhovaných inovací v monitoringu města Brna mezi turisty. Tyto otázky poskytly výstup, co je vhodné a co není vhodné implementovat do budoucna.

Poslední část, věnovaná identifikačním otázkám, doplňuje profil návštěvníka. Jedná se o stát/město trvalého bydliště, celkovou útratu, pohlaví, ekonomickou aktivitu a také věk. Získané informace by měly také sloužit k návržení budoucích marketingových strategií, protože z informací lze zjistit, kdo v Brně utrací nejvíce a odkud je. Proto by bylo vhodné se také zaměřit na tento typ návštěvníků a přilákat jich do Brna větší množstvím.

K samotnému vyhodnocení dotazníkového šetření dnes již existuje spousta softwarů, které nabízejí kontingenční tabulky, které slouží k přehledné vizualizaci vzájemných vztahů jednotlivých statistických znaků získaných ze šetření.

5.4 Shrnutí

Z průzkumu jsme zjistili, že Brno nejvíce navštěvují Češi, spíše na 2 – 3 dny. Ze zahraničních turistů jsou to všechny okolní státy společně s Ruskem, Ukrajinou, Francií atp. Jednodenní návštěvníci mají spotřební chování podobné jako vícedenní. V rámci otázek zaznamenávající monitoring návštěvníků se odpovědi v rámci těchto dvou skupin liší. A to tak, že jednodenní návštěvníci se snaží navštívit vše zajímavé, i když jen v rychlosti. Naopak vícedenní návštěvníci nechávají své možnosti otevřené a tolik neplánují, co všechno navštíví. Zaměřují se na místa a události, které si opravdu přejí vidět a zajímají je. Mohou se na těchto místech zdržet i déle.

Většina respondentů uvedla, že již v minulosti navštívila Brno dokonce více než třikrát, to znamená, že Brno navštěvují turisté pravidelně. Zdroje informací o cestování, zvláště o Brně, hledá většina lidí na internetu, dají na rady od přátel, používají propagační materiály a mapy a dokonce hledají informaci na sociálních sítích.

Brno je návštěvníky vnímáno jako město poskytující kvalitní služby a jsou zde podle průzkumu spokojeni. Zpracovat by město mělo na čistotě a infrastruktuře, kterou návštěvníci ohodnotili nejméně body.

V rámci našich návrhů nám průzkum potvrdil vybudování Fotopointů a pořádání Free Walking Tour. Mobilní aplikaci by si stáhla většina návštěvníků, a kdyby byla tato aplikace zpoplatněná, asi polovina respondentů by si ji nestáhla. Jedna třetina odpovídajících by si aplikaci stáhla, i kdyby se její cena pohybovala do 25 Kč.

6 Monitoring návštěvníků – osobní dotazník

Osobní dotazování je stále ještě schopno nárazově a poměrně rychlým způsobem zjistit potřebné informace od návštěvníků, popřípadě rezidentů města Brna.

Naším návrhem je pozměnit metodu sběru dat, a to využitím vysokoškolských studentů, kteří by pravděpodobně jednou ročně pomáhali například s vytvářením dotazníku, terénní prací při sběru dat, následným vyhodnocením výsledků nebo případně s návrhem nových řešení.

Vzorek si představujeme jako cca 2000 respondentů, možné jsou samozřejmě i menší dotazníky s menším vzorkem dotazovaných. Tato metoda již funguje v partnerském městě Lipsku. Myslíme si, že tato metoda by mohla snížit náklady na dotazování, a jelikož Brno je studentské město, je možno v krátkém čase sehnat velké množství odpovědí. Vysláním většího množství studentů by mohlo být docíleno poctivějšího vyplnění dotazníků. Při úvaze zapojení 200 studentů by každý student s návštěvníky vyplnil 10 dotazníků. Nebo zapojit méně studentů s tím že by vyplnili s respondenty více dotazníků, snížila by se tak práce s komunikací s velkým počtem studentů. Studenti by měli být osloveni na základě jejich studijních oborů například studenti z cestovního ruchu, mezinárodních studií, sociologie nebo ekonomie a marketingu. Při oslovování studentů je možné oslovit studentské organizace nebo přímo PR oddělení fakult. Nabízí se také možnost oslovení s touto nabídkou pedagogické pracovníky, kteří by toto dotazníkové šetření využili k propojení teoretické části s částí praktickou. Ať již při vytváření dotazníků, jejich sběru či následném vyhodnocení, opět v závislosti ke studijnímu oboru studentů. Na konci výzkumu by byla zpracována závěrečná zpráva.

Studenti získají doplnění teoretických znalostí, navíc je možné je zapojit do kterékoliv části výzkumu. Náklady předpokládáme kolem 20 000 Kč na jeden sběr dat o velikosti vzorku respondentů cca 2000. Vzhledem k tomu, že studenti to bude dělat ne pro zisk, ale pro svoji praxi, předpokládané náklady budou pouze na tisk, papíry, psací potřeby a energie. Samozřejmě sem budou spadat náklady na mzdu vedoucího výzkumu.

7 Turisticky zajímavé události v Brně

Veletrhy Brno

Brněnské veletrhy existují již od roku 1928 a budují si stále lepší a lepší jméno. Bohužel však dlouhodobá recese ekonomiky ovlivnila jak přípravu veletrhů v posledních letech, tak i tržby této společnosti.

V roce 2012 dle výroční zprávy

(http://www.bvv.cz/_sys_/FileStorage/download/3/2691/bvv_vyrocní-zprava-2012.pdf) (pozn. výroční zpráva za rok 2013 bude k dispozici až po uzávěrce práce – v průběhu června 2014) obrát z obchodní činnosti dosáhl 1 012,9 mil. Kč, hospodářský výsledek činil 131,8 tis. Kč

Další údaje z roku 2012:

- celkový počet projektů 41,
- celkový počet hostujících akcí 43 (např. veletrh Gaudeamus),
- celková návštěvnost 747,3 tis. osob (z toho 22 tis. zahraničních návštěvníků z 81 zemí),
- celkový počet firem 6 757.

Nejnávštěvovanějším veletrhem roku 2012 byl Techagro s návštěvností 111 150 osob, dále se např. Mezinárodního strojírenského veletrhu zúčastnilo na 75 849 návštěvníků. Veletrhy jsou rozloženy do průběhu celého roku, dokonce i během období Vánoc, kdy např. na Vánoční trhy zavítalo na 54 910 lidí.

Ignis Brunensis

Ignis Brunensis je mezinárodní soutěžní přehlídka ohňostrojů. Ohňostroje jsou sladěny do hudby, která je reprodukována na místě nebo je možné ji poslouchat i v rádiu. Mezinárodní soutěžní přehlídkou jsou ohňostroje od roku 2003. Na soutěžní přehlídku ohňostrojů, kterou vždy v určitý den odpaluje z Brněnské přehrady soutěžní tým (např. Švýcarsko, Čína, Španělsko), zavítá do moravské metropole dle odhadů organizátorů na 150 000 – 170 000 lidí. Ohňostroje jsou pořádány v rámci veletrhu s názvem „Brno – město uprostřed Evropy“. Organizátoři celkový počet návštěvníků největšího zábavního festivalu ve střední Evropě za loňský rok odhadují cca na 1 150 000.

T-Music Back to School

Tato událost přiláká každoročně do města zvláště návštěvníky mladších věkových kategorií. Jedná se o hudební festival, kde vystoupí několik hudebních kapel a vstup je volný. V roce 2013 byla Plzeň, Brno, Olomouc, Praha, Pardubice a České Budějovice městy, kde se akce konala. Brno je dobře dostupné jak vlakem, autobusem či osobním automobilem z mnoha částí Moravy, proto je festival navštěvován nejen studenty brněnských škol. Zvláště studenti nemají problém si zařídit/udělat ve škole den volna a mohou tak často přespat v Brně u svých kamarádů či v ubytovacích zařízeních, zvláště nižší kategorie, a další den využívají právě k návštěvě města.

Brněnský majáles

Představuje další z akcí, na kterou dorazí velké množství návštěvníků. I když jsou majálesy pořádány v celé řadě dalších měst, ten brněnský je vyhlášený. Akce se letos koná již po jedenácté a očekává se cca 20 000 lidí. Proto i tato událost je pro mnohé, zvláště mimobrněnské studenty důvodem, proč se podívat do Brna. Podle zkušeností, které sami máme, mnoho známých právě na tuto akci do Brna zavítá a často se poptává i po ubytování na jednu noc. A pokud již v Brně jsou, rádi v pro ně neznámém městě něco zajímavého poznají či navštíví.

Každoročně Brno navštíví i velké množství návštěvníků v období Vánoc. Do Brna díky dobré geografické poloze ač i na jeden den přijíždějí lidé i z jiných krajů ČR nakoupit vánoční dárky či se jen vánočně naladit procházkou po vyzdobeném městě nebo při příležitosti vánočních trhů konaných na náměstí Svobody, Zelném trhu, nebo na brněnském Výstavišti.

7.1 Festivaly

Navštívit Brno může potenciální návštěvník spojit i s jedním z každoročně pořádaných festivalů, kterých se v průběhu celého roka koná velká řada, nehledě na jejich velmi široké tematické zaměření. Mezi zajímavé bychom mohli zařadit například:

- **Theatrum Vinium – festival vína a gastronomie**
- **Špilberk Food Festival – festival gastronomie**
- **Jazz fest Brno – festival jazzové hudby**
- **Festival v centru dění – festival piva, vína, jídla, řemesel**

- **Febiofest – festival krátko i dlouhometrážních snímků**
- **Bonjour Brno – dny francouzské kultury**
- **Improtřesk 2014 – festival divadelní improvizace**
- **Festival Etno jaro – festival etnické hudby**
- **Brněnská Muzejní noc – otevření brněnských galerií a muzeí do půlnoci**

7.2 Sportovní události

Brno má co nabídnout i sportovním fanouškům, proto může spojit svoji propagaci s organizátory akcí a nalákat návštěvníky na události, mezi které patří například nejčastěji v souvislosti s Brnem skloňovaná sportovní akce Moto GP.

Grand Prix České republiky

Této tradiční srpnové akce se každoročně účastní kolem 200 000 diváků, v loňském roce to dle statistiky Masarykova okruhu bylo 222 710 fanoušků. Vzhledem k tomu, že se jedná o zastávku seriálu mistrovství světa silničních motocyklů, o zahraniční návštěvníky či turisty, kteří tuto akci spojí i s poznáním zajímavých míst města Brna, není nouze. Brněnská trať je řazena v rámci seriálu MotoGP k jedné z nejdelších, a kromě fanoušků třídy MotoGP se do Brna sjíždějí i fanoušci kategorie Moto2 a Moto3. Kromě Grand Prix ČR se na Masarykově okruhu konají i další nejrůznější závody automobilů či motocyklů, ale také i závody „nemotorového“ charakteru, např. závod na kolečkových bruslích či běžecký maraton.

Sportovní nadšence může oslovit i celá řada jiných akcí, ať už se jedná o hokejové utkání Komety Brno či fotbalové Zbrojovky, tak například i běžecké závody - Běh Lužánkami, Brněnský půlmaraton či Vokolo Priglu, Brněnský festival dračích lodí na Brněnské přehradě, zastávka střeoevropského seriálu „Inline pro život – LifeInLine Tour“ určená pro nadšence na kolečkových bruslích, vyznavače cyklistiky projížďka Brnem pod názvem akce - NAKOLEON

Další významné sportovní akce

Město Brno může přilákat i na významné sportovní události formátu mistrovství světa. Namátkou zmiňujeme jednu, která už proběhla – MS ve florbale žen, a další, která teprve proběhne (v době vyhodnocení této práce) – MS v kuželkách.

Mistrovství světa ve florbale žen 2013

Podobná akce světového formátu byla na domácí půdě premiérou. Mistrovství kromě Brna, kde se odehrála základní část, hostila také Ostrava, ve které se díky větší sportovní hale odehrávala další utkání až po samotné finále. Mistrovství se účastnilo 16 týmů (např. i Jižní Korea, Japonsko, Maďarsko či Austrálie), takže všechny často i přes velkou vzdálenost zde měly své fanoušky a Brno tak mohlo oslovit a motivovat k další návštěvě návštěvníky z různých koutů světa.

Mistrovství světa v kuželkách 2014

Tohoto mistrovství, které se uskuteční v květnu, se zúčastní široká věková kategorie – od dorostenců po dospělé, včetně hendikepovaných sportovců. Proto je i toto událost, která s Brnem souvisí a samotní sportovci, tak i fanoušci budou zároveň i návštěvníky města, ač někteří z nich třeba jen na jedno odpoledne.

8 Analýza monitoringu ve světě

Před samotným vytvářením efektivního monitoringu návštěvníků města Brna jsme se zaměřili také na způsoby monitorování návštěvníků v zahraničí i na vybraných místech v České republice s cílem analyzovat tyto způsoby a najít případné možnosti jejich implementace v již existujícím systému v jihomoravské metropoli. Na následujících řádcích stručně uvádíme některé vybrané způsoby monitorování návštěvníků v zahraničí, které se nám podařilo zjistit.

Newcastle (Austrálie)

Hlavním zdrojem informací o turismu je Destination NSW, což je statutární autorita zabývající se turismem na celonárodní úrovni. Udržuje a poskytuje i statistické údaje o návštěvnících. Tyto údaje jsou získávány hned několika způsoby. Prvním z nich jsou interview, která trvají minimálně 30 minut. Dalším zajímavým způsobem sběru dat je zasílání dotazníků turistům domů. Dotazník je zasílán jenom těm, kteří se dobrovolně přihlásili, a zasílána jim je i předplacená zpáteční obálka a malý reklamní předmět. Tato metoda je považována minimálně za velice zajímavou a mohla by být využita i pro naše účely. Pro další informace je možné navštívit následující internetovou stránku: <http://www.destinationnsw.com.au/>.

Dresden (Německo)

Město Dresden provádí sběr informací zejména dotazníkovou formou. Používá také interview, a to pro zjištění detailnějších informací. Některá muzea a další turisticky navštěvované instituce provádí samostatný sběr dat. Tato data ale bohužel nejsou zpracována společně, čímž by jednoznačně stoupla informační hodnota daného průzkumu.

Mainz (Německo)

Sběr dat provádí institut pro geografii na místní univerzitě, a to každoročně. Institut provádí dotazníkový sběr dat a na tuto činnost využívá své studenty. Možnost zapojení místních organizací a hlavně institucí pro vzdělávání považujeme za velice přínosnou pro obě zúčastněné strany. Místní památkové instituce provádí i rutinní sběr dat, a to dotazováním se na zemi původu, případně směrovací číslo svých návštěvníků.

Brighton (Anglie)

Samotné město neorganizuje sběr informací, pouze každoročně vykonává vyhodnocení ekonomického dopadu, na který využívá informace získané organizací Tourism South East. Tato organizace využívá a slučuje několik metod sběru dat. Hlavními zdroji informací jsou dotazníkové šetření a interview, které jsou prováděny přímo na ulici na různých strategických místech regionu. Tuto činnost vykonávají samozřejmě celoročně. Osvědčenou metodou je také sběr dat po ukončení návštěvy. Toho je docíleno využitím internetu a telefonických hovorů, přičemž jsou touto formou osloveni hlavně turisté, kteří se dobrovolně přihlásili.

Oxfordshire (Anglie)

Město pro svou propagaci využívá agentury Tourist Network, což je skupina specialistů zabývajících se cestovním a turistickým marketingem. Samotná společnost vykonává monitoring celoročně a využívá při něm moderních prostředků, jako například statistiky využití mobilních aplikací, sledování uživatelů na webových stránkách a zaznamenávání jejich chování na internetu. Tuto metodu lze považovat za další úspěšnou možnost monitoringu a zkvalitnění již dostupných služeb.

Manchester (Anglie)

Tak jako města předešlá, i Manchester využívá interview pro získávání informací o návštěvnosti města, přičemž periodicita vykonávání je tři roky. Kromě toho využívá také malé dotazníky na svých stránkách, kterými zjišťuje informace o úspěchu svých propagačních kampaní zaměřených na potenciální návštěvníky z různých zemí. Dotazníky jsou přítomny také na každém větším festivalu, konferenci, či workshopu, který se ve městě koná.

Bristol (Anglie)

Využívané jsou zejména informace dostupné od organizace VisitEngland, která provádí monitoring na celostátní úrovni. Město taktéž využívalo dotazníky na svých stránkách, ale tato volba pro ně byla vyhodnocena jako nevýhodná. Dodnes je využívána možnost dobrovolného přihlášení se uživatelů o vyplnění informací, jako například názory na změny internetových stránek města. Zajímavé je využití programů pro efektivní profilování návštěvníků, jako například Mosaic, či Acorn.

South Dakota Department of Tourism (USA)

Od státu Jižní Dakota v USA jsme očekávali obsáhlejší odpověď o tom, jaký monitorovací systém používají. Nicméně odpověď zněla, že tento stát přestal turistický monitorovací systém (dále jen TMS) používat kvůli snížení rozpočtu. Soustředili se však na indikátory, které pokrývaly ekonomiku, počasí, atrakce a campingové střediska. Na základě těchto indikátorů jsme zvolili i naši charakteristiku vstupních dat.

Londýn (Velká Británie)

Londýn k monitorování svých návštěvníků využívá *STEAM - The Scarborough Tourism Economic Activity Monitor*¹. Jedná se o tabulkový model, který je více o procesu vyhodnocování vztahů mezi hodnotami a rovnicemi v tabulce, které jsou specifikovány v každém kroku uživateli.

Tento model je navržen poskytovat přímý orientační základ pro sledování trendů z měsíčních a ročních výstupů v rámci přijatelné statistické hladiny spolehlivosti. Není ale určen pro přesné a spolehlivé měření cestovního ruchu v dané oblasti, ale spíše pro poskytnutí orientačních základů pro sledování trendů. Hladina spolehlivosti modelu se pohybuje v rozmezí plus nebo minus 10 %, pokud jde o roční výstupy a plus nebo minus 5 %, pokud jde o trendy.

Mezi výstupy STEAM patří:

- Analýza lůžkového fondu (podle kategorie měsíc po měsíci, rok po roku).
- Analýza lůžkového fondu podle sezónní dostupnosti (podle kategorie ubytování).
- Odhady příjmů z turistů (podle kategorie ubytování a distribuci z oboru měsíční činnosti).
- Kategorie poskytnutých ubytování: pod 10 pokojů, 11 - 50 pokojů, nad 50 pokojů, přes 100 pokojů.
- Kategorie neposkytnutého ubytování: kemping + karavany a obytné automobily (cestující); karavany a obytné automobily (nepohybující se); byty; chaty; ubytovny; základní a střední školy + vysoké školy.
- Odhady počtu turistů a počtu turistických dnů (podle kategorie ubytování za měsíc).

¹ Více informací o tom, jak tento systém pracuje: <http://mediafiles.thedms.co.uk>.

- Odhady zaměstnanosti podporované oblasti cestovního ruchu.
- Odhady provozních vlivů cestovního ruchu (měsíčně).
- Informace o trendu ve všech výstupových kategoriích podle oblasti za rok.

Základní vstupy STEAM jsou:

- Informace o procentuální obsazenosti každý měsíc pro každý typ ubytování.
- Lůžkový fond u každého typu ubytování v rámci oblastí, které mají být předmětem zjišťování.
- Účast na atrakcích / velkých akcí v jednotlivých měsících.
- TIC údaje o počtu návštěvníků podle měsíce.

Vídeň (Rakousko)

TMS ve Vídni bychom mohli rozdělit na dvě složky - Marketing - Information - System for tourism managers a B2B služby pro odvětví cestovního ruchu.

Marketing - Information - System for tourism managers²

Hlavním cílem systému je poskytování informací a pomoc při rozhodování pro manažery a studenty v oblasti cestovního ruchu, proto TourMIS poskytuje údaje o průzkumech online, stejně jako různé nástroje pro transformaci dat do důležitých informací. Zaregistrovaný uživatel má volný přístup k údajům a nástrojům TourMIS. Systém je otevřen všem oprávněným organizacím cestovního ruchu, poradcům, školícím střediskům v Rakousku a v zahraničí. Data v TourMIS jsou udržována ve formě relační databáze. Vkládání a udržování dat se provádí prostřednictvím webového uživatelského rozhraní.

TourMIS je výhodný hlavně ze srovnávacího a zaškolovacího hlediska.

B2B služby pro odvětví cestovního ruchu³

² Webové stránky TourMIS: <http://tourmis.info>.

³ Stránky B2B: <http://b2b.wien.info/en>.

Dalším způsobem monitorování návštěvníků rakouského hlavního města je webový portál B2B. Jeho součástí je i Vienna Tourist Board - oficiální cestovní manažerská agentura pro turistický sektor města. Nabízí mnoho služeb, tipy a informace o vídeňských podnicích.

Tento sektor hlavně udržuje a získává data a informace týkající se trhu, což napomáhá izolování rozhodujících faktorů pro výzkum daného trhu. Propaguje různé nabídky v destinacích, čímž podporuje vídeňské turistické podniky při uvádění jejich nabídky na trh. Zároveň má také funkci reprezentanta Vídně po celém světě na veletrzích, workshopech a organizuje partnerství v rámci cestovního ruchu, stejně jako z oblasti průmyslu. Proto provádí také mediální úkoly, pomáhá novinářům a při mezinárodních zprávách o Vídni v příslušných médiích na 23 trzích, čímž udržuje celosvětové úřední konvence. Také spolupracuje s Wien - Hotels & Info (portálem pro zajištění ubytování). Poslední zásadní funkcí je tvorba každoročních zpráv za celý rok o indikátorech, atrakcích, dále tvorba reklam a všeho, co ovlivnilo cestovní ruch města.

Amsterdam

TMS se znovu skládá z více částí, které se už ale nedají tak jednoduše popsat a rozdělit jako v případě Vídně. Výsledky z těchto částí zpracovává software od IBM.

IBM ® predictive analytics software

Pro Amsterdam Tourism & Convention Board (dále jen ATCB) , které má na starosti cestovní ruch města umožňuje kombinovat a analyzovat data z různých zdrojů, aby bylo možné získat vhled do turistických preferencí, chování návštěvníků a jejich spokojenosti. Tímto způsobem je ATCB schopné lépe a rychleji přizpůsobit své služby a produkty pro potřeby turistů a tím ovlivnit jejich chování. Analytický software IBM umožňuje předvídat, jaké cílové skupiny s největší pravděpodobností navštíví Amsterdam, díky čemuž ATCB zefektivní využití svého marketingového rozpočtu a zvýší výsledky svých reklamních kampaní.

Další monitorovací systémy

Kromě zkoumání TMS v uvedených městech jsme objevili další TMS, které jsou vhodné ke spolupráci s jinými IT - technologiemi. Jedná se o systém na monitoring turistů v destinacích podobný IBM a systém na výpomoc při počítání lidí na otevřených prostranstvích nebo místech, kde se to nelze jinak vyřešit např. rezervací vstupene .

European Tourism Indicators System (ETIS): for Sustainable Management at Destination Level⁴

System byl navržen pro použití turistickými destinacemi na monitoring, řízení, měření a zvýšení udržitelnosti výsledků bez potřeby speciálního tréninku. Tento systém nabízí získání lepších dat pro budoucí rozhodnutí, vytvoření inteligentního přístupu k plánování cestovního ruchu, identifikování oblastí, které je třeba zlepšit, aktivní upřednostnění projektů, efektivní řízení rizik a v neposlední řadě také vytvoření měřítka výkonnosti.

Eco - counter⁵

Eco- counter je systém, který pomocí senzorů umístěných ve městě sbírá informace o tom kolik chodců, cyklistů, aut aj. se po daném území pohybuje, proto je užitečný pro výpomoc při počítání velkého množství lidí na otevřených prostranstvích.

V rámci této problematiky je podle nás důležité zmínit i monitoring otevřených prostranství jako např. parků, zámků a jiných míst.

Monitoring turistů v parcích a přírodních atrakcích

http://www.parksandbenefits.net/index.php?option=com_content&view=article&id=126&Itemid=122&lang=en

Požadavky na zlepšení metod monitoringu turisty:

- Počet dopravního toků a turistů (kolik a kde).
- Odhad počtu turistů v přírodním prostředí nebo ve venkovních prostranstvích.
- Počet návštěvníků na 12-15 místech / za 15 dní či za rok.
- Počet návštěvníků na hlavních trasách a atrakcích (důsledky kapacity).
- Počet návštěvníků v informačních střediscích národních parků.

⁴ Více informací na http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm.

⁵ Více informací na <http://www.eco-compteur.com/Why-Count-.html?wpid=40996>.

- Přijatá data / analýza musí být užitečná pro budoucí akce (trvanlivost).

Informační nástroje:

- Přístupové body, návštěvnické centra, místa odpočinku
- Informační materiál jako jsou například mapy brožury, popisy tras (tištěná média a on - line)
- Informace a turistická navigace = GPS na bázi IT - řešení
- Přístup veřejnou dopravou k určitým atrakcím
- Specifické turistické poradenství a turistická zařízení pro zdravotně postižené
- Informační tabule

V České republice se touto problematikou zabývá např. Partnerství o.p.s. v Brně (<http://www.partnerství-ops.cz/cestovni-ruch>)

8.1 Navrhovaný software pro město Brno

Na základě výše uvedených poznatků z jiných měst a vstupních údajů, které budeme získávat z námi navrhovaných monitorovacích řešení, bychom se přiklonili na stranu monitorovacího systému jako je STEAM nebo IBM® Predictive Analytics Software, které jsou pro Brno nejlepší z hlediska jejich výstupů. STEAM upřednostňujeme kvůli dobré orientaci v trendech v turismu z hlediska různých období a oblastí. IBM® Predictive Analytics Software je na druhou stranu zase užitečné kvůli odhadům chování návštěvníků a identifikace oblastí, které cílová skupina s nejvyšší pravděpodobností navštíví. Dále bychom doporučovali podporu Eco – counter pro zvýšení kvality vstupních údajů a monitorování událostí na volných prostranstvích.

9 Google Analytics

Google Analytics je služba nabízená společností Google, která tvoří detailní statistiky o provozu webu a zdrojích, přes které se uživatelé na danou webovou stránku dostali. Google Analytics je nejpoužívanější webová statistika v současné době, která je používána na přibližně 50 % z nejpoužívanějších internetových stránek⁶. Tato služba je určena pro obchodníky v protikladu k webmasterům a technikům, od nichž se průmysl webové analytiky původně odvíjel. Základní služby poskytuje zdarma a premium verze je k dispozici za poplatek.

Základní informace, které je možné z Google Analytics získat, jsou:

- Detaily o lidech navštěvujících stránky (geografické a demografické údaje, využití mobilních technologií atd.)
- Odkud se lidé na stránky dostávají (vyhledávací nástroje, odkazy ze stránek, sociální média, atd.)
- Co lidé dělají na stránkách (otevření stránky, uzavření stránky, čas strávený na stránce, atd.)
- Kolik a čeho stránka pro majitele generuje ve vztahu k peněžním příjmům, případně k dosažení stanovených cílů návštěvnosti.

9.1 Zavedení Google Analytics

Nejprve je třeba vytvořit Google účet, kde je potřebné se přihlásit do služby Google Analytics. Následně bude vygenerovaný kód, který je potřeba vložit do každé stránky, která je vhodná pro sběr statistických dat. Při tomto kroku je potřeba pomoci webového administrátora, případně tvůrce internetových stránek. Po vložení kódu se automaticky začnou ukládat informace o návštěvách stránek. První smysluplné statistické informace budou ale dostupné až po nějaké době.

9.2 Monitoring pomocí Google Analytics

Služba umožňuje monitorování jak dlouhodobé, tak i v reálném čase. Monitorování v reálném čase poskytuje poměrně podrobné informace, jako i monitorování dlouhodobé s tím rozdílem,

⁶ Usage of traffic analysis tools for websites [online]. W3Techs.com. Poslední změna 09.07.2014. [Cit. 09.07.2014]. Dostupné z: http://w3techs.com/technologies/overview/traffic_analysis/all

Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě

že se zaměřuje na aktivity, které se dějí v aktuální chvíli. Dlouhodobý monitoring poskytuje rozšířené informace:

Počet návštěvníků stránky – celkový počet návštěvníků stránky, případně počet unikátních návštěvníků stránky. Údaje jsou zároveň zobrazeny v přehledném grafu podle časových period (hodina, den, týden, měsíc).



Rozšířené informace o návštěvách – mezi to patří například počet stránek zobrazených na jednoho návštěvníka, průměrná doba strávená na stránce, porovnání nových a vracejících se návštěvníků, nebo tzv. „bounce rate“ zobrazující procento návštěvníků, který odcházejí po zobrazení první stránky.



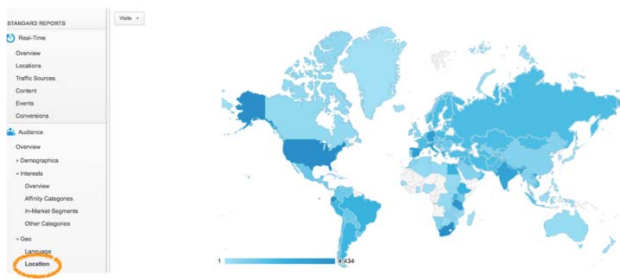
Jazykové preference návštěvníků – z návštěv je možno taky zjistit předdefinovaný jazyk prohlížeče, což je pak zobrazené v přehledné tabulce podle jednotlivých jazyků.

Category	Item	Count
Overview	1. en-us	12,553
Affinity Categories	2. es-es	2,309
In-Market Segments	3. es	1,148
Other Categories	4. es-419	859
Geo	5. en-gb	609
Language	6. it	440
Location	7. es-mx	400
Behavior	8. it-it	320
Technology	9. fr	288
Mobile	10. en	269
Custom		
Visitors Flow		

Chování návštěvníků – umožňuje zobrazit, jak se chovají návštěvníci stránek, jak procházejí stránkami a hledají informace a kdy a při které stránce nejčastěji opouštějí stránky města. Zobrazit je možno filtrování například podle návštěvníků ze zahraničí a sledovat jenom jejich chování.



Geografické a demografické údaje – na výběr je možnost zobrazení návštěvníků podle různých preferencí jako například věk, pohlaví, nebo země původu.



9.3 Aplikace na webové portály města Brna

Sledování účinnosti propagačních kampaní

Pomocí Google Analytics je možné jednoduše sledovat úspěšnost zavedených kampaní na propagaci města Brna. Zjišťovat je možno počet návštěvníků stránek města, případně porovnávat, jestli se zvýšil počet nových unikátních návštěv stránek, což by mohlo být potvrzením funkčnosti zavedených akcí města. Pokud je například spuštěna propagační akce v zahraničí, je možno taky sledovat původ návštěvníků stránek a podle toho hodnotit úspěšnost akce.

Jazykové přizpůsobení stránek

Zjištění předdefinovaného jazyku prohlížeče může být skvělou nápovědou pro rozhodování o zavedení nového překladu stránek. Taktéž může poskytovat údaje o přibližném rozložení návštěvníků města Brna podle jejich jazykových dovedností. Proto by například návštěvník portálu <http://www.gotobrna.cz> mohl postrádat přepnutí do cizího jazyka.

Vyhodnocování použitelnosti stránek

Na základě sledování chování návštěvníků stránek je možno vyhodnocovat použitelnost jednotlivých stránek. Například pokud návštěvník opouští stránky už po úvodní stránce, je vhodné uvažovat o změně úvodní stránky a zlepšení její přívětivosti. Nebo pokud je pozorovatelné, že návštěvník bloudí, aby našel požadované informace, je vhodné považovat o zlepšení navigace stránek.

Atraktivita památek a událostí

Na základě údajů o počtu zobrazení jsme schopni identifikovat, co návštěvníky na stránkách nejvíce zajímá, které atrakce či místa by návštěvníci chtěli navštívit a jaké trasy si na webových stránkách <http://www.gotobrna.cz/> prohlíží. Podle těchto analýz by pak bylo možné zjistit, na které památky je vhodné se zaměřit a případně pak vypracovat další zajímavé trasy i pro námi navrhovaný BrnoFUN.

Sbírání dat o potenciálních návštěvnících Brna

Jelikož Google Analytics umožňuje i sbírání dat demografických a geografických, může tato služba vhodně sloužit pro sběr dat a následnou analýzu potřeb potenciálních návštěvníků. Kupříkladu pokud velké množství lidí prohlížejících stránky byly ženy, je více pravděpodobné, že úspěšnější budou události organizované pro ženy a rodiny, nežli události organizované výhradně pro muže.

Propojitelnost s jinými stránkami

Při propagaci je důležité i to, jak mají potenciální návštěvníci města zjistit ty správné informace. K tomu slouží například propojení důležitých stránek vzájemně souvisejících a propagujících podobné věci. Proto bychom chtěli upozornit na lepší propojení webového portálu <http://www.gotobrna.cz/> a <http://www.brno.cz>. Bylo by určitě prospěšné, aby obě uvedené webové stránky na sebe navzájem odkazovaly na dobře viditelných místech obou webů. Pro oficiální portál Brna to je například v sekci Turista/Volný čas.

10 Monitoring pomocí zbytkových dat mobilního operátora

Při naší studii můžeme vycházet z dat získaných z veřejné zakázky malého rozsahu pod evidenčním číslem VZ-2012/410/37. Jedná se o zakázku, kterou mezi sebou uzavřeli společnost CE-Traffic a Czech Tourism. Sběr anonymizovaných zbytkových dat probíhal v součinnosti s telefonním operátorem T-mobile v rozmezí od 1. 6. 2012 do 31. 5. 2013. Tento operátor pokrývá cirká třetinu trhu v České republice, je to tedy dostatečné množství pro reprezentativní vzorek.

Předmětem monitoringu bylo především získání

- informací o časovém rozložení příjezdového a domácího cestovního ruchu ve vybraných lokalitách uvedených v seznamu sledovaných lokalit,
- detailních informací o cílech domácího i příjezdového cestovního ruchu v rámci vybraných lokalit,
- detailních informací o návštěvnosti mimořádných akcí, jakožto koncertů, sportovních akcí, festivalů a. j.,
- a filtrování stálých obyvatel.

Výstupem monitoringu byly data ve výstupních zprávách ve formě

- počtu domácích/zahraničních návštěvníků za každý den sledovaného období,
- typické rozložení počtu domácích/zahraničních návštěvníků během celého dne (po hodinách),
- typické rozložení počtu domácích návštěvníků během jednotlivých dní v týdnu,
- dělení zahraničních návštěvníků dle národnosti (lze zjistit původ domácích návštěvníků do úrovně okresů).

Jelikož je agentura Czech tourism státní příspěvkovou organizací, jejímž základním cílem je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu, tak sběr dat, jež probíhal, nemohl být vzhledem k velkému rozložení působnosti proveden širokou specifikací různých památek. Proto lokality, jež byly sledovány, byly rozčleněny na sektory: UNESCO, Žadatelé UNESCO, EDEN destinace, Lázeňská města, Horské turistické lokality a další lokality. Nejčastější specifikace v seznamu lokalit byla: město, širší centrum města, lokalita. Pro naši studii jsou

však významné nejmenší oblasti, jež byly sledovány např. Špilberk, Karlštejn – hrad a okolí, Litomyšl – zámecký areál. Můžeme tedy předpokládat, že specifikace památek v určitém rozsahu možná je a závisí pouze na správném vymezení sektorů a požadavků zadavatele.

Cena uzavřené zakázky byla stanovena na 1 765 000,- bez DPH + DPH v aktuální výši. Změna v ceně zakázky byla povolena pouze při změně daňových právních předpisů, jelikož byla platba rozložena na šest částí podle splnění podmínek stanovených ve smlouvě. **Zhotovitel se za tuto částku zavázal k:**

- zpracování Metodiky realizace výzkumu, Harmonogramu výzkumu a Seznamu lokalit,
- provádění sběru dat, respektive kontinuální, nepřetržitý on-line monitoring aktuálního rozložení návštěvníků a jejich mobility v prostoru,
- zpracování dílčích zpráv vždy po třech měsících, celkem tedy čtyři dílčí zprávy,
- zpracování závěrečné zprávy,
- asistování při prezentaci výsledků Výzkumu odborné veřejnosti.

Můžeme tedy předpokládat částku výrazně nižší, jelikož v rámci Brna by se jednalo o daleko menší lokalitu s menším souborem dat. Výsledná částka by však závisela na výběrovém řízení, nastavení hranic a požadavků a samozřejmě na inflaci.

Při sběru anonymizovaných zbytkových dat mobilních operátorů potřebujeme dva základní výchozí vstupy, kterými jsou:

- anonymizovaná zbytková signalizační zbytková data z mobilní sítě jednoho mobilního operátora působícího na českém trhu, který je jedním ze tří největších operátorů působících na území ČR,
- další datové a mapové sady z různých zdrojů, jež umožňují přepočítání dynamických změn do výsledných sledovaných charakteristik.

Tyto vstupy jsou speciálním softwarem pro real-time geodemografický monitoring přepočítávající zbytková data mobilního operátora přepočtena na data o aktuálním rozložení obyvatelstva a jeho mobilitě v prostoru.

Systém geodemografického monitoringu a mobility je postaven na následujících principech:

- Zbytková signalizační data jsou náhodným reprezentativním vzorkem mobility české populace. Anonymizovaná zbytková signalizační data jsou v reálném čase přepočítávána do agregovaných geodemografických matic o rozložení a mobilitě. Následně jsou veškerá zbytková signalizační data mazána.
- Na základě globální kalibrace a lokální kalibrace systému dle kontrolních lokalit je systém nastaven tak, aby přepočítával velikost vzorku zbytkových signalizačních dat na počet osob.
- Zdroje domácího cestovního ruchu jsou odvozovány od tzv. domovského kotevního bodu, který je načítán dle opakovaného výskytu v téže buňce v kontrolní noční hodinu.
- Zdroje zahraničního cestovního ruchu jsou identifikovány dle země in-roamingu.
- Nastavení hranice pro agregaci výskytu zdrojů do kategorie „ostatní“.
- Nastavení základní jednotky kumulativního sčítání jeden den od 0:00 do 23:59. Uplynutím jednoho dne docházelo k vynulování denní agregace a opětovnému načítání návštěvníků.

Mezi nejvýraznější výhody při sběru anonymizovaných zbytkových dat od mobilních operátorů je neobtěžování návštěvníků při vyplňování dotazníků či vyptávání se, jež může znepříjemňovat zážitky z výletu či dovolené, což může mít vliv na opakovanou návštěvu či doporučení svým známým. Další výhodou je, že se nikdo nemůže snažit zneužívat nebo obcházet tento systém, protože není postaven na principu něco za něco. Při této metodě se nevyskytují žádná lživá data, ale pouze skutečná fakta, což přináší větší míru objektivity, ale menší možnosti ve specifikaci cílových skupin. Podle zjištěných dat lze oddělit rezidenty od domácích a zahraničních návštěvníků, dále můžeme lokalizovat, z jakého státu návštěvníci pochází, a u našich můžeme lokalizovat, z jakého okresu k nám přijíždějí. Sesbíraná data můžeme zpracovat ročně, kvartálně, měsíčně, týdně, denně, hodinově a lze také data rozdělit na víkendy a pracovní dny.

Vše záleží pouze na dobrém nastavení pro optimalizaci výsledků, a to v nastavení minimální a maximální délky návštěvy, případně její četnost, vymezení prostorů (momentálně nevíme, jaké geografické rozdělení je možné, tudíž ani, zda by se dala vysledovat pouze určitá památka) a filtraci pro dojíždějící za prací a rezidentů.

Jako odchylky musíme brát v potaz:

- ne každý člověk vlastní mobilní telefon (např. některé malé děti)
- někteří vlastní více než jeden mobilní telefon nebo mají telefon na více sim karet

- lidé, kteří budou vybočovat z nastavených hranic pro optimalizaci (delší pobyt např.)
- lidé, kteří jezdí za prací či studiem mimo Brno
- cizinci, kteří zde pracují, jelikož mohou být počítáni jako návštěvníci (alespoň podle nastavení, jaké měl projekt od czech tourismu)

Tyto odchylky jsou však relativně malé či mizivé na to, aby byla výsledná čísla výrazně zkreslena. Pokud by město Brno začalo využívat tento systém a sbíralo anonymizovaná data od všech tří největších mobilních operátorů, jež jsou u nás na trhu, tak by získalo vysoce přesné údaje ohledně návštěvnosti a také by byla doplněna mezera ve sběru dat, která nyní spočívá v lidech, kteří se ubytovávají u přátel a nechodí po místech, kde je vyžadováno vstupné a ani nemají potřebu navštívit Informační centrum.

Přínos pro město Brno lze vidět v tom, že data mohou posloužit pro zkvalitnění nabídek a služeb pro návštěvníky. Brno bude také vědět, ze kterých oblastí jezdí nejméně návštěvníků a bude tak na to moci reagovat různými propagačními materiály poslanými do těchto oblastí, aby maximalizovalo užitek.

Ohledně autorského práva zhotovitel prohlásil a garantoval, že je nositelem autorských práv k takto předávanému autorskému dílu, že je oprávněn tímto autorským dílem disponovat v rozsahu sjednaném podle Smlouvy a že se toto Autorské dílo se nebude dotýkat práv jiných osob. Následně se zavázal, že Objednatel má právo dílo užívat bez časového a místního omezení, k jakýmkoliv účelům a také právo dílo upravovat pro své vlastní potřeby.

11 Navrhované prostředky na efektivní monitoring návštěvníků města Brna

11.1 Důvody pro výběr prostředků na monitoring

Ruku v ruce s vybranou cílovou skupinou musejí být také vhodně zvolené prostředky. A to takové, aby cílovou skupinu oslovily, motivovaly k jejich použití.

Vzhledem k tomu, jak se v posledních letech rozvíjí vliv a možnosti využití mobilních telefonů, věříme, že právě *mobilní aplikace* může být tím pravým. Vycházíme např. i z nejrůznějších výzkumů (<https://www.deloitte.com> 2014), kdy lidé využívají dle odhadů až 2 miliardy "chytrých telefonů" a na 300 miliónů tabletů. Dle jiného výzkumu (<http://www.mobilmania.cz> 2014) bylo v ČR v polovině roku téměř 1,9 milionu uživatelů "chytrých telefonů".

Mobilní aplikace v sobě skloubí hned několik výhod – ať už jde o životní prostředí – úspora z důvodu netisknutí tak velkého množství publikací, průvodců, map nebo například i samotného pohodlí uživatele aplikace – nemusí s sebou nosit mapy a průvodce, vše bude mít ve svém mobilním telefonu. Spoustu starostí to ušetří i těm, kteří mají problémy s prostorovou orientací a orientací ve městě obecně. Nehledě na „mobilitu“ poskytované služby. Aplikace a čerpání informací z ní je možno využívat po 24 hodin denně oproti například informačnímu centru, jehož služby jsou omezeny otevírací dobou.

Jinou výhodou, atraktivní hlavně pro zahraniční návštěvníky, je odstranění jazykové bariéry. Samozřejmostí mobilního průvodce by byly i jazykové mutace, které by byly pro zahraničního návštěvníka jistě vítanou a dnes v zahraničí i často standardní službou. Důvodem, proč by aplikaci mělo mít město Brno, je právě i samotný monitoring návštěvníků. Před stažením aplikace bude požadováno zadání některých údajů, jako je např. poštovní směrovací číslo. Dále je významný i fakt, že informace v aplikaci se dají lépe a efektivněji aktualizovat, než je tomu v případě jakýchkoli tištěných materiálů. Mobilního průvodce by bylo možné používat i pro tablety.

Dalším navrhovaným prostředkem je použití interaktivních informačních panelů. Rádi bychom oslovili celou cílovou skupinu, proto navrhujeme i jiný prostředek, kterým se chceme zaměřit také na ty jedince, kteří „chytrým telefonem“ nedisponují. Budou moci využívat po celém Brně možnosti, jak se dozvědět o památkách více prostřednictvím informačních panelů, dát vědět svým kamarádům či známým přes fotopointy o tom, že jsou právě v Brně například prostřednictvím sociální sítě Facebook, či si jen uchovat na památku výletu do Brna fotku, která jim bude odeslána na zadaný e-mail. Více informací o samotném fungování a atraktivnosti tohoto prostředku uvádíme v následující kapitole.

11.2 Mobilní průvodce

Jako jednu z monitorovacích technik jsme se rozhodli využít mobilní aplikaci průvodce Brnem. Aplikaci Průvodce Brnem by si návštěvník města mohl stáhnout z internetu či na některém z určených míst v samotném Brně. Tento mobilní průvodce provede jakkoli náročného návštěvníka po jihomoravské metropoli, ať už půjde o jednodenního turistu či návštěvníka, který si na prohlídku města vyhradí více dnů. Aplikace bude pravidelně aktualizována, s čímž souvisí i její efektivita, protože návštěvník se tak s předstihem dozví například o změnách návštěvních hodin jeho oblíbeného muzea či galerie, a nebude tak třeba nechat potenciálně přetisknout tištěné materiály. Díky aplikaci budou mít návštěvníci jednoduchý a jasný přehled o různých aktuálních událostech konajících se ve městě, o atraktivních výstavách, veletrzích a o dalších kulturních, společenských a sportovních akcích, či o doprovodných programech k různým pořádaným akcím. Samozřejmostí je také jazyková mutace minimálně do anglického a německého jazyka, tudíž její využití nebude limitováno znalostí českého jazyka a bude moci být užívána i zahraničními turisty.

Ovládání mobilní aplikace bude jednoduché a intuitivní, avšak zároveň bude aplikace i kvalitně graficky zpracovaná s obsahem veškerých informací, které by návštěvník či turista mohl potřebovat. Aplikace nemá nahradit turistická informační centra, pouze doplnit a hlavně zatraktivnit poskytování informací pro návštěvníky města, zvláště pak pro mladší populaci, která již v současnosti velmi využívá chytré mobilní telefony, podporující podobné aplikace.

Dalším důvodem, proč navrhujeme mobilní aplikaci je i ten, že spousta menších měst již u nás (nemluvě o zahraničí) aplikace v podobě průvodce městem svým návštěvníkům nabízejí jako samozřejmost. Brnu zatím takový propagační produkt ovšem chybí.

Zde uvádíme některé další důvody, proč bude mobilní aplikace Průvodce Brnem pro návštěvníky atraktivní:

- Aplikace bude poskytovat aktuální informace, přičemž v případě změny některých informací, které mohou být uvedeny v tištěném průvodci, bude aktualizace dat méně nákladná než by představovalo přetištění papírové podoby průvodce – to je pozitivní i z hlediska ekologie
- Spousta především mladých návštěvníků města Brna považuje zastavení se v turistickém informačním centru za zbytečné a za ztrátu času. Díky aplikaci by tak nejen mladí turisté byli informováni o všem, co se v Brně děje, na jediném místě, kdykoli a kdekoli si jen vzpomenou – ať už budou stát na Petrově a kochat se výhledem nebo budou zjišťovat, jaká je otevírací doba Brněnského podzemí. Přístup k informacím budou mít 24 hodin denně 7 dní v týdnu a nebudou tak odkázáni na otevírací dobu turistického informačního centra.
- Navrhovaná verze mobilní aplikace bude kromě mapy, kterou bude mít základní verze, disponovat i navigací, proto už návštěvník nebude muset na každém rohu ulice znovu otevírat mapu a hledat trasu, kudy se dostat na vybrané místo. Usnadní to i plánování samotné cesty, kdy samotná aplikace doporučí nejjednodušší/nejrychlejší cestu k plánovanému cíli.

Mobilní aplikaci, kterou navrhujeme, bude možné stáhnout z webového portálu města Brna hned ve dvou verzích. Obě verze budou totožné v tom, že před samotným stažením dané aplikace bude vyžadováno zadání některých údajů o návštěvníkovi města Brna, popř. vyplnění krátkého dotazníku. Tyto vstupní data mohou být následně využity a zpracovány příslušnými monitorovacími softwary a zároveň by tyto údaje podporovaly i QR kódy (QR kódy viz. kapitola 8.3.2)

Půjde především o:

- Poštovní směrovací číslo (PSC) místa bydliště návštěvníka
- Stát, ze kterého do města Brna návštěvník přijíždí, případně, zda jde o českého občana

- Věk návštěvníka
- Účel návštěvy města Brna (business, dovolená, jiné)
- Počet již vykonaných (dřívějších) návštěv města Brna
- Počet členů jeho návštěvní skupiny.

11.2.1 Navrhovaná verze mobilní aplikace1

Mapa centra; zobrazení trasy
Přímá navigace na místo cíle (např. „po padesáti metrech odbočte vpravo“)
Popis památek a turistických cílů ², jejich otevírací doba, výška vstupného, odkaz na jednotlivé webové stránky památek
Navržené okruhy po památkách včetně časové náročnosti procházky (,Mám hodinu času, chci vidět to nejzajímavější.“ nebo „Na prohlídku města mám půl dne.“ apod.). Okruhy by byly navržené i podle jejich tematického zaměření, např.:
<ul style="list-style-type: none"> • Brno za třicetileté války; Brno ve dvacátém století; <ul style="list-style-type: none"> • trasy vhodné pro rodiče s malými dětmi; • alternativy i při deštivém počasí; apod..
Doprava
Předpověď počasí
Sport a zábava (divadla, kina, diskotéky, bary, sportovní centra,...)
Nákupní centra

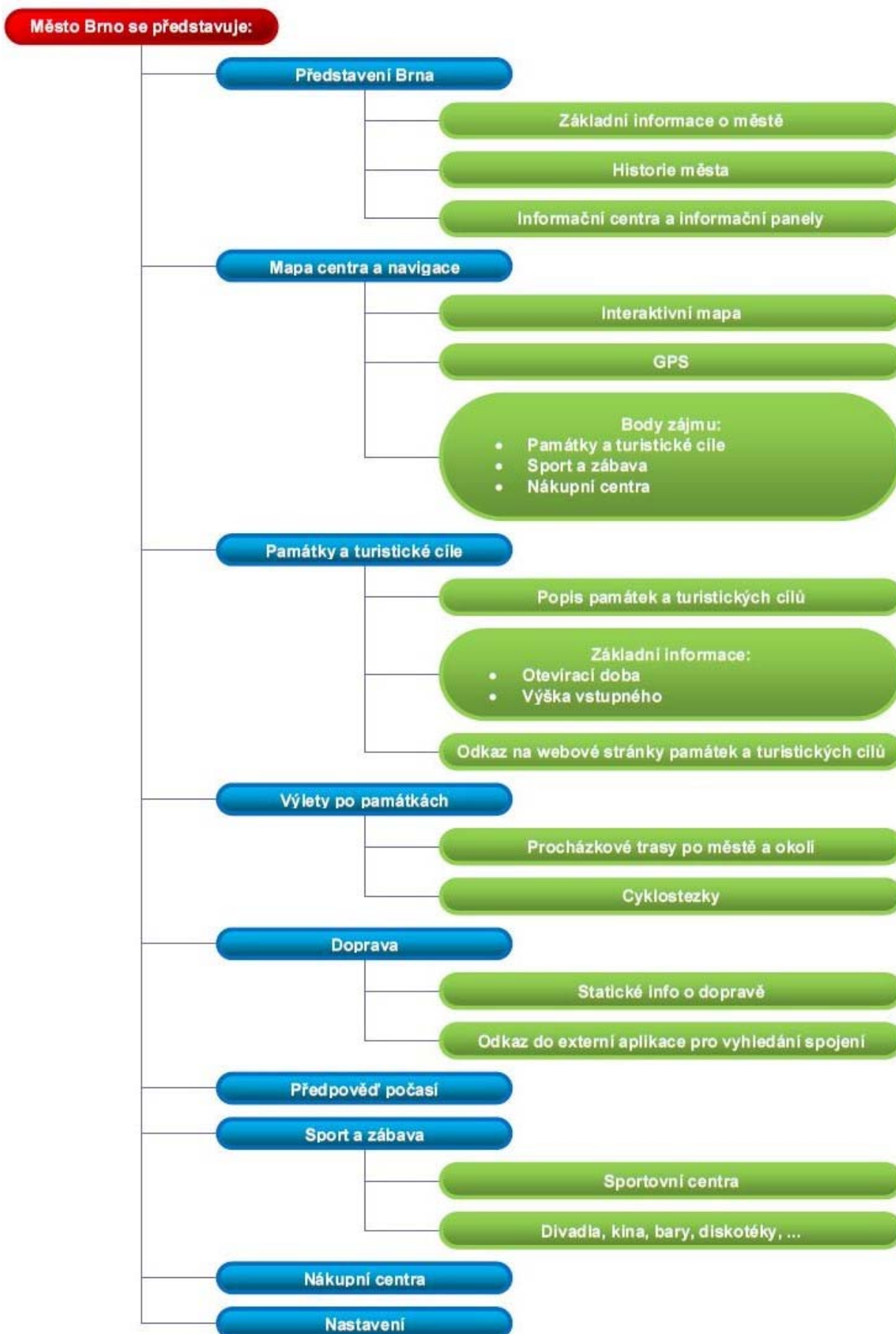
Rozšířená verze aplikace obsahuje všechny atributy základní verze. V tabulce jsou dále uvedeny jednotlivé prvky, o které bude rozšířená verze aplikace obohacena.

Kalkulace

V rámci alespoň trochu reálné představy o finanční náročnosti námi navrhované mobilní aplikace jsme oslovili i několik firem. Zde uvádíme nezávazný rámcový cenový odhad pro platformy iOS a Android, kterou nám navrhla společnost eMan s.r.o., dle námi navrhovaných funkcí mobilní aplikace, výše uvedených v tabulce. Samozřejmě, že cena je výrazně také ovlivněna i technickým řešením, způsobem spolupráce a výměny dat s poskytovatelem těchto dat, ale hrubým naceněním jsme se dostali na částku cca *645 000 Kč*. Jiné námi oslovené společnosti finanční náročnost mobilního průvodce městem Brnem odhadovaly podobně.

Položka nacenění	Cena (Kč)
Návrh scope	12 225
Jádro aplikace	61 123
Testování a komunikace API	51 898
Mapa centra (obrázek, optimalizace výkonu, řezání obrázku)	70 235
Seznam POI na mapě	33 561
Popis památek (v mapě + detail + fotogalerie)	113 021
Okruhy – seznam, detail, filtry, navigace po okruhu	97 797
Statické info o dopravě, odkaz do externí aplikace pro vyhledávání spojení	39 674
Předpověď počasí	30 561
Sport, zábava, nákupní centra (seznam, detail objektů + vyhledávání + filtr)	146 695
Celkem	645 000

11.2.2 Diagram mobilní aplikace



11.3 Možné alternativy k mobilní aplikaci

11.3.1 Tablety

Jako možnou alternativou pro ty, kteří nemají mobilní telefon podporující aplikace a zároveň by však chtěli využít průvodce, navrhujeme, aby bylo možné si ve vybraných informačních centrech půjčit tablet. Samozřejmostí zapůjčení by bylo zaplacení vratné kauce a poskytnutí kontaktních údajů v rámci vyplnění dotazníku, což by bylo možné využít na získání dat pro monitoring. Tablety by mohly být zapůjčené a sponzorované IT společnostmi, pro které by zapůjčené tablety zároveň sloužily jako možnost jejich propagace. Některé IT společnosti dále při vývoji nových technologických prostředků před jejich samotným uvedením na trh uvolní několik kusů testovacích beta verzí výrobku, za účelem jejich testování a vychytání posledních případných problémů. Jako tablety k zapůjčení by proto mohly sloužit i tyto beta verze.

11.3.2 QR kódy

QR kódy by mohly představovat další z využitelných alternativ k mobilní aplikaci. QR⁷ kód je speciálním druhem čárového kódu vyvinutého pro snadnou čitelnost a dekodovatelnost, přičemž však lze prostřednictvím QR kódu obsáhnout a zakódovat podstatně větší množství dat, než klasickým čárovým EAN kódem. V současnosti ve většině případů slouží QR kódy jako propojení na internetové stránky, jejichž adresa je v QR kódu obsažena a zakódována.

Navrhovaná využitelnost QR kódů je v případě monitoringu návštěvníků Brna poměrně jednoduchou záležitostí. Vyžaduje však připojení na internet, co zároveň představuje pravděpodobně jedinou slabou stránku této alternativy. Monitoring návštěvníků by byl v případě QR kódů vykonán následujícím způsobem:

- QR kódy by se nacházely na informačních tabulích u jednotlivých turistických cílů a v tištěných propagačních materiálech k nim. V momentě načtení QR kódu mobilním zařízením je možné prostřednictvím internetových analytických poskytovatelů vysledovat připojení na danou internetovou stránku skrz daný QR kód. Získaná data zobrazují pouze unikátní návštěvníky stránky, tzn., i když je z jednoho chytrého telefonu načten daný QR kód vícekrát,

⁷ QR je zkratkou anglického slovního spojení "Quick Response", neboli rychlé odpovědi/reakce.

bude dle předpokladu, že jej načel pouze majitel telefonu, první a každá další návštěva stránek přiřazena k tomuto návštěvníkovi stránky. Data mohou být dále zpracovány a kromě jiného zobrazí krajinu původu uživatele, což jeden ze základních sledovaných údajů při vykonávání monitoringu návštěvníků.

Programy na generaci QR kódu jsou většinou zdarma a umožní i návštěvníkům ze zemí, jejichž jazyková mutace není v nabídce nativní mobilní aplikace, aby si přečetli informace o turistickém cíli na internetových stránkách ve svém mateřském jazyce.

11.4 Informační kiosky a fotopointy

Brno má rozmístěno několik informačních center po celém městě, avšak většina návštěvníků, kteří do moravské metropole zavítají prvně, tuto „hříčku“ musí nejprve najít. Informační kiosky by tak mohly přispět i k lepší orientaci ve městě samotném. Návštěvník by je mohl najít na letišti, na hlavním nádraží či na frekventovaných místech. Proto by se mohly stát vítaným způsobem, jak zkvalitnit poskytované služby návštěvníkům ze strany města, zvláště pak v rámci zvýšení komfortu pro návštěvníky.

Jedná se interaktivní informační panel, který může být rozmístěn na důležitých místech a být první pomocnou rukou návštěvníkům města. Hlavní částí panelu je klasická obrazovka s klávesnicí, novější typy již mají v sobě zabudovanou širokoúhlou dotykovou obrazovku. Tyto interaktivní informační panely v současnosti ve světě představují trend v nahrazování klasických městských informačních panelů s mapami a tištěným obsahem, které už jsou v dnešní době mírně zastaralé.

Vícejazyčné informační panely by návštěvníkům města zprostředkovaly okamžitý přístup k potřebným informacím o nejzajímavějších kulturních lokalitách. V tomto případě by se jednalo o kombinaci elektronických informačních karet, zobrazovaných na displeji interaktivního informačního panelu, doplněné o printová média, tj. tištěné informační karty s fotografiemi a základním popisem daných turistických cílů. Dále by byly dostupné informace o službách nabízených v blízkosti informačních panelů, např. o taxi službě, městské hromadné dopravě, o nejbližších památkách, nemocnicích a obchodních centrech atd. Informační kiosky by měly sloužit jako pomoc a zdroj informací návštěvníkům, zároveň je motivovat k návštěvě i doposud nezamýšlených míst města. Turista či návštěvník by zde mohl najít i seznam

doporučených tras, pak dle vlastního uvážení zvolit. Alternativ, které kiosk nabídne, bude více, ať už se bude jednat jen o kratičkou procházku centrem nebo i tematicky zaměřenou.



zdroj: práce týmu č. 57 + <http://kiosky.icn-hardware.cz/>

Z důvodu neustálého technického vývoje by bylo dobré zajistit hlavně pro návštěvníky, kteří nevládní „chytrý telefon“ i přístup k internetu. Bude moci pak moci dohledat sám potřebné informace. V Brně je nespočet míst, kde se návštěvník, který nemá předplacený internet v mobilu, může bezplatně připojit k internetu. Jde především o restaurační zařízení. Proto by kiosk mohl tento počet míst rozšířit a vyjít vstříc i uživatelům klasických telefonů a jejich případným potřebám. Neznamenalo by to však neomezený přístup k internetu, jehož by se velmi rychle začalo zneužívat i samotným Brňany. Přístup by byl vhodně časově omezen, zároveň umožněn až po registraci a zodpovězení dotazníku (jenž by sloužil k monitoringu návštěvníků, viz dále). Tím by se mělo předejít problémům a kiosk by mohl sloužit hlavně za účelem, se kterým byl zřízen - a to poskytnout návštěvníkům informace o městě a pomoci k lepší orientaci v něm. Důležitým aspektem dotazníků je i zamezení opětovného vyplňování jednou osobou, jež by vedlo ke zkreslení informací. Tomu může předejít systém generování několikamístného kódu. Po zadání kódu, který by se vygeneroval po prvním vyplnění dotazníku, by již uživatel kiosku mohl využívat jeho služeb a dotazník znovu nemusel vyplňovat podruhé. Nejlepším řešením by bylo jeho vytištění na papírek, jako tomu bývá na poště či v bance. Návštěvník by si mohl kód ponechat a lehce ho využít pro příští užití kiosku.

Informační kiosk by zároveň ale i sloužil jako nástroj monitoringu návštěvníků města. Fungoval by na jednoduchém principu – na úvod by po zájemci o informace z kiosku vyžadoval údaje, dle kterých by bylo možné návštěvníky monitorovat. Takovým údaje může být např. věk,

pohlaví, země a město odkud návštěvník přijíždí, délka zamýšleného pobytu. Po zadání informací sloužících pro monitoring by návštěvník mohl kiosk využít k vyhledání trasy, místa, informací, atd.

Technologie Wifi by dále uživatelům umožňovala stáhnout mobilní turistickou aplikaci, obrázky a další obsah propagující Brno přímo do jejich mobilních zařízení (chytré telefony, phablety, tablety, PDA, atd.). Postup by byl v tomto případě velice jednoduchý – stačilo by aktivovat technologii Wifi a zájemce by okamžitě obdržel připojení a nabízené služby z infopanelu.

Vzhledem k tomu, že např. dle výzkumu (<http://www.mobilmania.cz> 2014)) z poloviny letošního roku vlastní téměř 1,9 miliónu Čechů „chytrý telefon“, dle zahraničního výzkumu (<https://www.deloitte.com> 2014), využívají lidé na 2 miliardy „chytrých telefonů“ další službou, jakou by kiosk umožňoval, je zaslání vyhledaných informací na e-mailovou adresu klienta. Ten si pak může vyhledané informace znovu během chvilky velmi snadno najít.

Nespornou výhodou kiosku je jeho použitelnost. Zájemce o informace zde vše důležité může najít i po uzavření informačního centra, sám si vyhledá, co ho konkrétně zajímá nehledě na šetrnost životního prostředí – mapy, doporučené trasy, otevírací doby se mohou během roku několikrát změnit, přesto nebude potřeba tisknout znovu a znovu tyto brožury a informační materiály.

Pokud by informační panel nebyl zrovna využíván, běžel by v úsporném režimu, tzn. byl by spuštěn spořič obrazovky, který by byl vytvořen z nejrůznějších fotek Brna, jeho propagačních videí či aktuálních informací o připravovaných akcích.

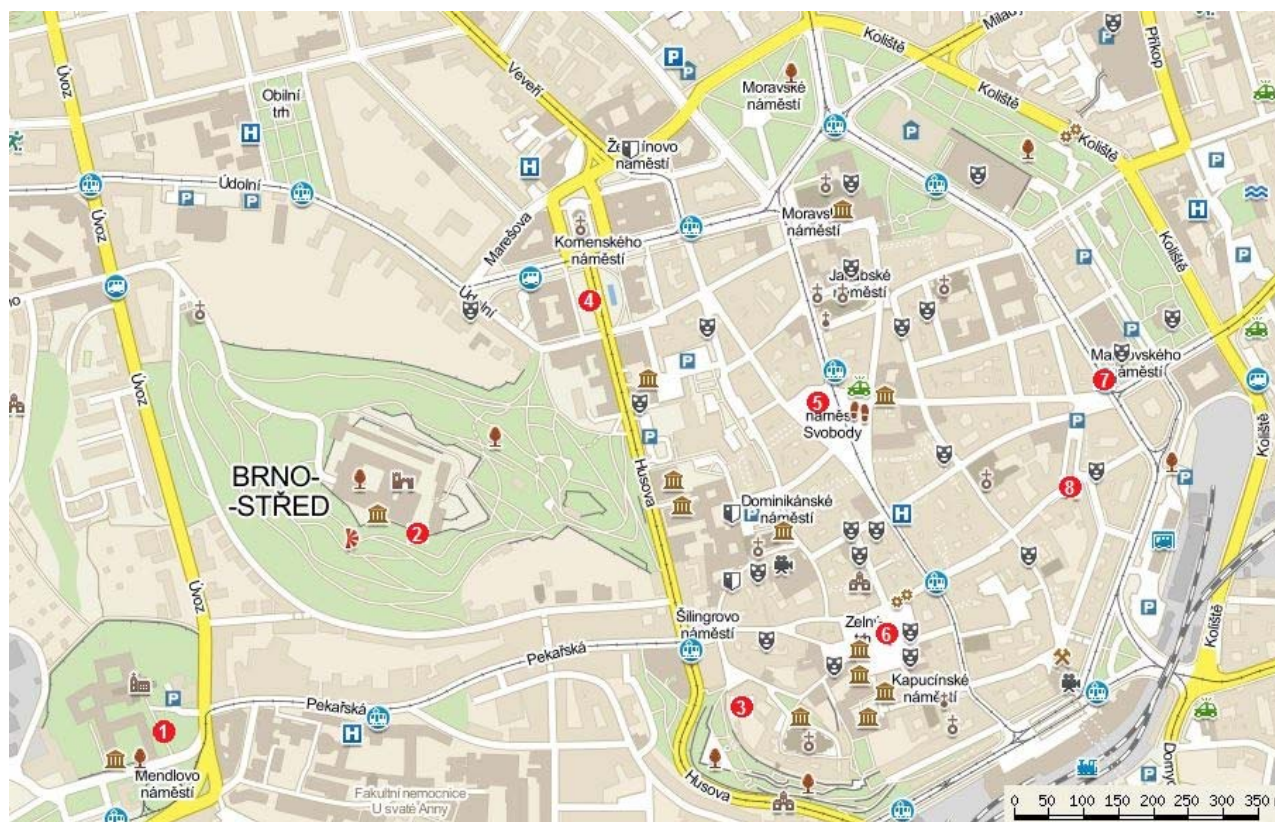
To, že kiosk je rozhodně ku prospěchu ve vztahu k návštěvníkům města svědčí i zkušenosti z dalších měst – například např. Neapol, Itálie (<http://www.metro.na.it>), Innsbruck, Rakousko (<http://www.innsbruck.info>), Heiligenblut, Rakousko (<http://www.hunguesthotels.hu>).

Některé z kiosků by mohly sloužit mimo jiné také hlavně starším spoluobčanům Brna, které by zajímalo dění v Brně a sami doma počítač nemají. Na kiosku by mohla být záložka samotného magistrátu, lidé se mohli dočíst články a informace zde zveřejňované.

11.4.1 Fotopointy

Informační panely zřízené na vybraných místech v Brně by mohly být zároveň doplněné o fotografický automat. Vznikla by tak možnost vyfotografovat zájemce s pozadím Brna - například by za svými zády mohli mít pohled z Petrova, stát na Náměstí Svobody u orloje, na Brněnské přehradě či na jiných zajímavých brněnských místech. Služba by vyžadovala nutnost zadání věku, PSC, státu, ze kterého návštěvník pochází, a v neposlední řadě e-mailové adresy. Fotografie by ihned byla zaslána na zadaný e-mail a v případě zájmu by bylo umožněno sdílení na sociálních sítích, např. na Facebooku, Twitteru, Pinterestu a mnoha dalších. Brno by se zároveň tímto způsobem ihned i propagovalo – v rohu fotografie by bylo vždy logo města Brna, případně i další informace, jako například webové stránky města, apod.

Jednotlivá místa, na kterých by mohly informační panely vybaveny fotoaparátem stát, by kopírovaly některá místa zájmu a dominanty z BRNOfunu. Jednalo by se tedy především o Anthropos, Mendelovo muzeum (1) a Baziliku Nanebevzetí Panny Marie (1), Špilberk (2), Petrov (3), ale i Komenského náměstí (4) či Náměstí Svobody (5), dále Zelný trh (6), Mahenovo divadlo (7) a Měnínskou bránu (8).



11.4.2 Provedení a technické parametry

Kiosky Alfawolf:

Kiosky mohou mít atraktivní design, zároveň však velkou mechanickou odolnost. Ze stránek jednoho z prodejců informačních kiosků, např. společnosti AlfaWolf s.r.o. lze po prostudování jednotlivých nabízených variant mluvit o průměrné váze kiosku, která se může pohybovat kolem 80 kilogramů. Pro ochranu hardware kiosku, ale i samotného uživatele, jsou součástí kiosku chráněné vnitřní rozvody elektrické energie. Samozřejmostí kiosku je 15" a 19" dotekové LCD či LCD s kovovou klávesnicí s nebo bez trackballu. Kiosek také může mít web kameru, čtečku čárových kódů, mincovník či USB. K venkovním kioskům či infopanelům jsme u brněnské firmy SPOJMONT Brno, spol. s r.o. zase zjistili, že je reálné mít venkovní LCD panel, který odolá teplotám v rozmezí -40°C – $+75^{\circ}\text{C}$, pracuje i za nepříznivých podmínek jako je déšť, je možné mít panely ve třech rozměrech, a to 45", 55" a 65".

Krásno nad Kysucou

Informační panely z Krásna nad Kysucou využívají technologicky zastaralejší, ale odolné nedotykové displeje. Ovládání panelů je zabezpečeno prostřednictvím odolné kovové klávesnice s trackballem⁸. Použité technologie jsou podle jejich parametrů dostatečné na plynulý chod požadovaných aplikací a zabezpečení rychlého internetového připojení:

- PC Intel 2,66 GHz, 512 MB RAM, 160 GB HDD, VGA grafická karta
- OS Windows Embedded PosReady 2009 (XP Profesional SP3)
- 17" TFT LCD
- LAN 10/100 MB



- Aktivní Soundsystem s 2 reproduktory

(Zdroj: <http://www.mestokrasno.sk>, 2014)

Curych

Informační panely v Curychu byly vyvinuty přesně pro potřeby města. S hloubkou pouhých 4,5 cm se jedná o jedny z nejtenčích informačních panelů na trhu. Kromě estetických a designových důvodů je extrémní štíhlost také zárukou poměrně jednoduchého stěhování panelů v případě nutnosti. Z hlediska funkčnosti jsou panely

⁸ Trackball je kromě dotekové plochy (touchpadu) a počítačové myši dalším ze způsobů ovládání kurzoru. Jedná se o volně vsazenou kuličku o průměru cca 3 cm, která při svém pohybu ovládá kurzor na obrazovce.



vybaveny obrazovkami odolnými vůči prachu a vodě, lehkým a přitom robustním tělem a povrchem odolným vůči škrábancům. Zároveň se tyto panely vyznačují lehkým přístupem pro pracovníky údržby k počítači a hardwarovému připojení ze zadní strany panelu.

Ovládání je zabezpečeno kombinací dotykové obrazovky a klávesnice. Zajímavým řešením v případě obrazovky je i funkce ovládání bez přímého dotyku obrazovky. Povrch je z eloxovaného hliníku, odolného vůči korozi.

Technické parametry panelu se odvíjí od počítače umístěného do jeho útroh. Panely je možné vybavit různými modely počítačů od širokého spektra výrobců. Další technické specifikace zahrnují:

- 17-19 palcové LCD obrazovky s nativním rozlišením 1280 x 1024 pixelů
- 2 integrované hi-fi reproduktory
- připojení k internetu prostřednictvím Wi-Fi
- webovou kameru a mikrofon
- některé modely jsou vybaveny i malou tiskárnou na účtenky
- Rozměry:
 - výška: 164,5 cm
 - šířka: 50 cm
 - hloubka: 4,5 cm
- hmotnost:
 - 30kg v případě 17 - palcové obrazovky
 - 40kg v případě 19 - palcové obrazovky

(Zdroj: Mobility Services for Business. 2010.)

Umístění kiosků

Kiosky a informační panely budou potřebné hlavně na místech, jako jsou vlakové nádraží, letiště, autobusové nádraží. Jsou to prostory, kde turista či návštěvník města do moravské metropole přijíždí. Využije-li vlastní dopravy, samozřejmě kiosek či info panel nemusí potkat hned. Tento „problém“ se může vyřešit i tím, že kiosky a informační panely budou rozmístěny i

po samotném městě, na jejich frekventovanějších místech, např. náměstí Svobody, Brněnské veletrhy, ZOO Brno, Špilberk, Petrov atd. Jde hlavně o ta místa, která v hledáčku toho, co v Brně navštívit bývají na prvních místech. Hlavně v samotném centru města tak může vzniknout velmi kvalitní informační servis, kdy se právě kiosky a informační panely budou doplňovat i se samotnými informačními centry. Tím, že kiosky budou rozmístěny na více místech, bude možné kvalitněji postihnout i samotné monitorování návštěvníků. Bude větší pravděpodobnost toho, že kiosky a informační panely využije více turistů a návštěvníků. Volba pak závisí na konkrétním místě a jeho možnostech, jak lze infopanel zabudovat do prostoru.

Kiosek vevnitř

- výhodou je, že kiosek nemusí být koncipován s odolností proti dešti, mrazu, větru atd.
- kiosek uvnitř může být monitorován jednou z průmyslových kamer daného objektu, proto je menší riziko vandalismu
- další výhodou může být i možnost přizpůsobení některých infopointů také handicapovaným spoluobčanům (viz obr. 3) pomocí tlačítka do požadované výšky (klasický kiosek bývá většinou vysoký, obrazovka s klávesnicí je umístěna příliš vysoko, proto jsou informace z kiosku pro handicapované občany pak nedostupné)





zdroj:

obr. 1 <http://www.studioadler.cz/multimedialni-reklamni-obrazovky-rizene-pres-internet-dynamic-shopping-display>,

obr. 2 <http://www.rehabilitace.cz/czech/index.php?page=modernizace-infrastruktury>)

obr. 3 <http://www.dmarketing.cz/tag/informacni-kiosky/>

Kiosky zabudovaný ve zdi

- systém alá „bankomaty“
- menší pohodlí než při využití kiosku uvnitř budovy
- kiosky viz obr. 2 je možné umístit také např. na zeď, sloup, proto se hodí i do prostor, kde by klasický kiosk z důvodu místa nepřicházel v úvahu, opět lze zvolenou výškou umístění přizpůsobit jak handicapovaným občanům, tak i dětem



zdroj:

obr. 1 <http://www.lanskroun.eu/cz/urad/e-sluzby/infokiosky/>

obr. 2 <http://www.alfawolf.eu/produkty/informacni-kiosky/eagle/eagle-wall>

Kiosky venku

- technologicky náročnější včetně jeho provozu a údržby
- vyšší hrozba vandalismu



zdroj:

obr. 1 <http://www.alfawolf.eu/produkty/informacni-kiosky/hawk>

obr. 2 <http://www.venkovni-displeje.cz/ezop-regioinfo-venkovni-informacni-kiosek.htm>

Vizuální stránka kiosků

Za pozornost by určitě stály kiosky, které by do jednoho měly stejné barvy. Vzhledem k tomu, jaké město Brno na svých oficiálních motivech používá barvy, bylo by dobré, pokud i kiosky by právě do těchto barev – bílé a červené - byly sladěny. Zajímavým prvkem by mohly být i vlaječky u konkrétních kiosků, aby bylo na první pohled zřejmé, v jakých jazykových mutacích si lze informace vyhledat. V blízkosti daného informačního kiosku či od frekventovaného místa, které však nebude příliš od kiosku vzdáleno, upozornit na kiosek či informační panel také tzv. „dračími stopami“, které by byly na zemi. Dračí stopy odkazují a jsou spjaty s historií města, zároveň však u zvědavých návštěvníků mohou vyvolávat zájem o historii a vývoj města. V kiosku či informačním panelu se pak o dračích stopách mohou i více dozvědět.

11.4.3 Kalkulace

Cena informačních panelů je odvislá od mnoha faktorů – např. dle použitého hardware a software, obrazovky, výrobce, designu či přidávaných služeb, jakými mohou být např. webkamery. Samozřejmostí cenové kalkulace je i objednané množství a technické řešení samotného kiosku např. zabudování do zdi, ochrana před povětrnostními podmínkami atd. Avšak dle námi zkoumaných zdrojů (vycházíme z nabídky internetových portálů zaměřených na rozvoj globálního businessu a komerční infrastruktury Alibaba.com a Aliexpress.com, které

shromažďují výrobce širokého spektra technologických prostředků a efektivně je propojují s potenciálními klienty) je reálné pořídit informační kiosk v cenové hladině zhruba 60 000 Kč.

(Zdroj:<http://www.alibaba.com/showroom/information-kiosk.html> ;
http://www.aliexpress.com/information-kiosk_price.html)

11.4.4 Konkrétní nabídka

Podařilo se nám získat konkrétní nabídku od firmy MAUTILUS SOFTWARE SOLUTION, kde jsme byli ujištěni, že veškeré nápady a požadavky jsou realizovatelné. Tato společnost je schopna vytvořit elektronické dotykové obrazovky se softwarem který bude kopírovat stránky gotobrno.cz s tím, že budou doplněny dalšími možnostmi jako reklamy, tisk lístečků, map, případně využívání QR kódu. Je možné po domluvě vypočítat konkrétní návratnost těch kiosků díky propagaci a reklamě. Společnost má zkušenosti s monitoringem a je schopna tyto zařízení přizpůsobit abychom znali chování turistů. Podobné kiosky jsou od této společnosti nainstalovány v nákupním centru Vaňkovka. Velmi pozitivní je fakt, že společnost je schopna do 13 týdnů od podpisu smlouvy tyto kiosky nainstalovat. Vývoj aplikace je odhadnuta kolem 500 000,- Kč. Pro efektivní monitoring odhadujeme 10 kiosků z čehož vyplývá, že náklady by se pohybovali kolem 1 400 000,- Kč. Celkové náklady na vývoj aplikace a 10 kiosků by se tedy pohyboval kolem 2 milionů korun. Údržba je odhadnuta na 76800,- Kč ročně. Firma je připravena komunikovat a doložit podrobnější informace. Zároveň informace zde popsané jsou podrobněji uvedené v externí příloze.

12 Další navrhované možnosti monitoringu návštěvníků města Brna

12.1 Aplikace Brnofun

Návrh aplikace vznikl během vytváření projektu, při vymýšlení způsobu, jak zakomponovat do monitoringu trávení volného času provozováním různých aktivit. Těmi mohou být např. Geocaching či GEOFUN, které jsou v dnešní době velmi známé hlavně díky vášnivým turistům, kteří se při navštěvování nových míst chtějí pobavit a zahrát si na tzv. "Hledače kešek," nebo jiným zajímavým způsobem projít navštívené místo.

Základní informace

Jak již bylo řečeno, jde o hravé poznávání zajímavých míst rozmístěných po městě a jeho okolí s možností vyhrát zajímavé ceny. Zájemci si mohou vybrat, zdali si tuto koncepci, která je součástí naší aplikace, stáhnou do telefonu, nebo ji využijí v papírové podobě v informačních střediscích (v případě, že nevlastní chytrý telefon). Aplikace je zcela zdarma a dostupná off-line, jelikož obsahuje veškeré potřebné informace, jako celkovou mapu s podrobně vyznačenými místy a přesným popisem cesty.

Aplikace nebo papírová podoba budou obsahovat:

- trasu s vyznačenými body v Brně, které musí (mohou) návštěvníci projít
- popis cesty, jak se dostat z místa na místo
- otevírací dobu jednotlivých míst, protože některá jsou zpřístupněná pouze v určitých dnech
- formulář s otázkami zaměřenými na jednotlivá místa, aby návštěvník absolvoval všechny body určené pro danou trasu.

Trasy

- **Jak se stát znalcem architektonických památek:** Trasa je věnována těm, kteří mají v oblíbenosti zajímavosti z oblasti architektury. Brněnským skvostem jsou zejména funkcionalistické stavby. V tomto stylu byla postavena mimo jiné i vila Tugendhat. Na území Brna se ovšem nachází množství dalších honosných vil a budov, které lze mezi architektonické památky zařadit.

- **Věřící i nevěřící, podívat se mohou všichni:** Trasa je pro všechny, jak mladší generaci, tak starší návštěvníky, věřící nevěřící. Můžete si projít jednotlivé kostely, kochat se jejich krásou, dozvědět se něco o jejich historii nebo si zajít na mši.
- **Historie - moje kamarádka (aneb zajímavé galerie a muzea u nás v Brně):** Trasa je věnována milovníkům historie, kteří se rádi dozvědí něco nového a zároveň si rádi zasoutěží. Turisté mohou navštívit zajímavé muzea a galerie v centru města Brna, stejně jako na jeho okraji. Naše trasa je ideální pro mladé i starší návštěvníky.
- **Po stopách Soba Boba:** Trasa je věnovaná hlavně rodinám s dětmi, které se rády vypraví na víkend objevovat zajímavé místa v Brně. Tito turisté mohou navštívit Brněnskou ZOO, kde mohou sebe i své děti zabavit různými aktivitami, které tu pro ně pracovníci ZOO mají připravené, poté se večer vypravit objevovat nové planety a hvězdy do Planetária na Kraví hoře. Na druhý den návštěvníky čeká plavba lodí po Brněnské přehradě s návštěvou hradu Veveří, kde bude tato trasa zakončena.

Na co si dát pozor

Každá trasa má uspořádána jednotlivá místa tak, aby byla různorodě a časově zvladatelná, doporučuje se tedy dbát na jejich dodržování. Trasy jsou dále časově rozděleny pro typ chůze, vlastní nebo kombinovanou dopravu. Již zmíněná otevírací doba je opravdu velmi důležitá, a to z důvodu zpřístupnění míst a také kvůli soutěži. Jelikož hrajete, čekají vás různé početní úkoly na vyznačených místech, které se budou zapisovat postupně do elektronického dotazníku nebo v papírové podobě ručně do tabulky. Jedná se o otázky, které jsou sestaveny hravým způsobem, a vždy musí vyjít správná odpověď v číselné podobě. Výsledek pak bude tvořit součet jednotlivých odpovědí.

Kdo může vyhrát

Po projití/projetí posledního bodu a vyplnění dotazníku dorazí tyto "hledací kešky" k nejbližšímu informačnímu středisku, kde odevzdají formulář s vyplněnými otázkami. Aby byli návštěvníci motivováni nejen k zapojení se do hry, ale také k jejímu dokončení, budou pro ně na Turistických informačních centrech připraveny ceny (platit to však bude pouze pro ty z návštěvníků, kteří dorazí se správnou odpovědí). Bude je čekat odměna, která jim bude předána přímo v informačním centru. Výherními cenami jsou různé suvenýry, které představují a reprezentují město Brno. Zároveň se bude každý měsíc (čtvrtletí/pololetí) losovat z těchto

návštěvníků, kterým budou následně zaslány hodnotnější ceny jako vstup zdarma pro jednu až dvě osoby na určitou kulturní událost.

Monitoring pomocí Brnofun

Pro město Brno je tato aplikace velkým přínosem, a to především díky tomu, že město bude mít možnost monitorovat jednodenní návštěvníky. Ti poté mohou podle svých vlastních zkušeností doporučovat aplikaci svým přátelům a známým, aby se i oni zapojili do projektu BRNOfun. Návštěvníci v rámci formuláře také vyplní město/zemi, z níž pocházejí a svou e-mailovou adresu, na které budou kontaktováni v případě výhry v měsíčních (čtvrtletních/pololetních) slosováních.

Finanční analýza

Pro představu jsme pro město Brno vytvořili finanční analýzu, která představuje hrubý návrh poskytnutých financí pro aplikaci BRNOfun.

Koncepci BRNOfun bude možné stáhnout jako součást mobilní aplikace, z webového portálu města Brna, a to zcela zdarma. Náklady vzniknou jen při samotném vytváření aplikace (nákup domény, vytvoření stránky a tras). V případě, že návštěvníci nebudou držitelem „chytrého telefonu“, vzniknou provozní náklady na tisk a přípravu materiálu do papírové podoby.

Mzdové náklady určené k měsíčnímu provozu pro pracovníky turistických informačních center a provozovatele webové aplikace budou tvořit navýšení o 5% z jejich hrubé mzdy, navíc nebude nutné přijímat nové zaměstnance, protože všechny aktivity spojené s koncepcí budou jen přiřčeny k ostatním, které již zaměstnanci města Brna vykonávají.

Poslední nákladovou položku představují ceny jako motivace pro ty z návštěvníků, kteří dorazí se správnou odpovědí. Navrhujeme propagační předměty jako například propisky, notesy, náramky, pohledy a podobně v hodnotě od 100 – 150 Kč. Hodnotnější ceny pak do 3 500,- Kč navrhujeme pro slosované výherce, které bude losovat přímo primátor města Brna vždy jednou za měsíc/čtvrtletí/půlrok.

Zdroje: <http://tisk.digi.cz/cenik/>

	Položka k nacenění	Cena v Kč bez DPH/1 000 lidí	
		Náklady spojené s tvorbou koncepce	Provozní náklady
1	Materiál ke hře:		
	mobilní aplikace	nákup domény 150 Kč	0
	papírová podoba (barevně)	-	3,5*1 000 = 3 500 Kč
	papírová podoba (černobíle)	-	0,7*1 000= 700 Kč
2	Mzdové náklady:		
	zaměstnanci informačního centra (5% z hrubé mzdy-8 pracovníkov)	0	0,05*15 000=750 * 8= 6 000 Kč
	provozovatel webové stránky (5% z hrubé mzdy)	vytvoření koncepce 3000 Kč	0,05* 20 000= 1000 Kč
3	Ceny pro cestovatele v hodnotě 150,- Kč (napr. propagační předměty)	0	150*1 000= 150 000 Kč
4	Ceny pro zlosovaného výherce (1. osoba)	0	1*3500= 3 500 Kč

12.2 Registrace

Pomocí nových internetových stránek, které Brno nedávno spustilo, navrhujeme malé úpravy v další kapitole. Zde jen pro lepší přehlednost v naší práci chceme zmínit registrace na stránkách, kde se dají o návštěvnících i rezidentech sbírat různé informace. Přidaná hodnota registrace pro návštěvníky bude možnost získávání informací o různých akcích, výstavách, festivalech, autogramiádách. Návštěvníci si sami mohou vybrat již při registraci, o jakém druhu zábavy chtějí být informováni. Do dotazníku bude také zařazena otázka, jsou-li ochotni pomoci Brnu v rozvoji a zkvalitňování služeb. V případě souhlasu vznikne nová databáze, která bude sloužit pro oslovování lidí online. Tato databáze může urychlit dotazování u menších dotazníků. Registrovaní uživatelé získají za vyplnění drobnou pozornost od města Brna jako odměnu. Může se jednat o klíčenky, bloky, miniatury památek, brněnskou kuličku, apod

12.2.1 Databáze směrovacích čísel

Pokud nebude kvůli nákladům možný jakýkoliv zmiňovaný způsob sběru dat, navrhujeme, aby na pokladnách u památek a na autobusových a vlakových byla sbírána data v podobě

směrovacích čísel, které mají také vypovídací hodnotu. Z těchto dat můžeme zjistit, odkud nejčastěji návštěvníci pocházejí.

12.3 Spolupráce s FAST FOODY

Jak se obecně známo, fast foody jsou velmi rozšířené i ve městě Brně. Dokonce jsou většinou rozmístěné kolem nádraží a hlavních cest. Máme velmi bohaté zkušenosti ze zahraničí, kde v případě, že člověk přijde do těchto fast foodů, chtějí se zároveň ne jen najíst, ale i připojit na internet před sítí WIFI. V zahraničních městech je potřebná registrace a vyplnění krátkého dotazníku. Proto náš návrh zní, uzavřít spolupráci s těmito fast foody a sbírat data pomocí jejich zákazníků. Data by byla cenná i pro restauraci, jelikož se můžou ptát na spokojenost a každé připojení spáruje daného zákazníka a tím mohou zjistit četnost návštěv, věkové hranice a další velmi cenné informace.

12.4 Komunikace TIC

Po mnoha zkušenostech ze zahraničí nás opravdu velmi zaujalo, že většina informačních center má opravdu velice ochotné pracovníky. Ti mají s turisty velkou trpělivost a využívají velmi dobrý způsob získávání informací. Tito zaměstnanci obvykle přijdou s návštěvníky do styku jako první, a tudíž mohou značně ovlivnit názor na naše město. Navrhujeme tedy, aby byli proškolení k efektivní komunikaci, zvládání stresových situací apod. Pro získávání informací je právě komunikace s návštěvníky zásadní. Pracovníci zahraničních TIC většinou mají své statistiky, ve kterých mají uvedeno, kteří návštěvníci si k nim do center přijdou pro radu. Tato data získávají opravdu nenásilným způsobem. Jelikož mají k dispozici mapy a příručky v cizích jazycích, ptají se návštěvníků, odkud pocházejí, aby jim mohli nabídnout tyto materiály v jejich jazyce. Podle počtu prodaných map a příruček je pak možné zjistit, kolik návštěvníků jakých národností se ve městě vyskytovalo. Získané informace si zaznamenávají do archů k tomu určených. Pokud by se tyto informace pravidelně sbíraly a zpracovávaly, byla by zde další metoda monitoringu návštěvníků města Brna.

12.5 Erasmus studenti

Tito studenti tvoří každý rok velké procento návštěvníků města Brna. Jsou tu většinou na půl roku a chovají se jako klasičtí turisté. Proto navrhujeme využít tento potenciál ke zlepšování a zkvalitňování služeb města Brna. Erasmus studenti mají za pobyt zde také spoustu postřehů,

kteře si my, jakožto rezidenti, vůbec nemusíme uvědomovat. Každý student, který přijede do Brna, dostává od hostující školy balíček s mapou a různými brožurkami. Navrhujeme, aby u předání těchto předmětů, které zajišťuje Brno, byly dotazníky (popřípadě jen jejich propagace), které by každý student povinně vyplnil. Je samozřejmě možné navrhnout tyto dotazníky pro menší administrativní zátěž v elektronické podobě. Kontrola bude probíhat ze strany zahraničního oddělení, které by s pomocí speciálního programu mohlo kontrolovat, kdo popřípadě dotazník ještě nevyplnil a kontaktovat ho. Výsledky poté budou předány zástupcům města. K zajištění vyplnění dotazníků by mohla každá škola věnovat pár minut z výuky, kdy by studenti vyplnili právě tyto dotazníky. Vyhodnocování by probíhalo jednou za půl roku. Dále doporučujeme začít spolupracovat se školami, neboť vlastní seznamy těchto zahraničních studentů, ve kterých je uvedena spousta informací jako je věk a národnost studentů, kteří se zde pohybují.

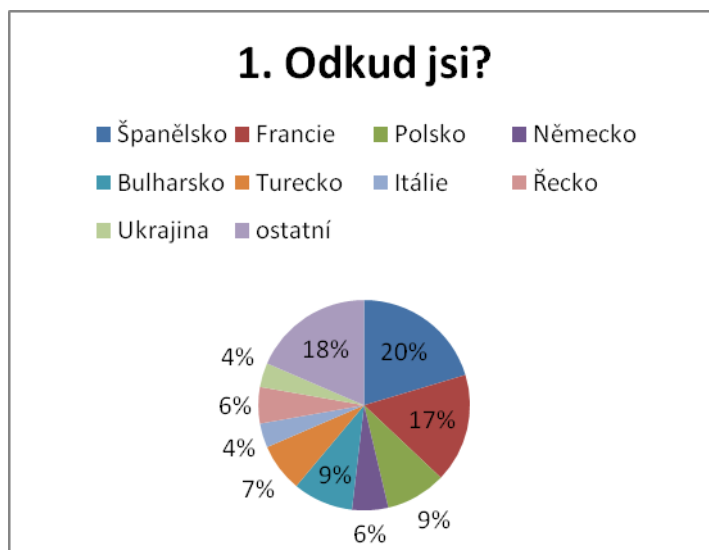
12.5.1 Dotazování erasmus studentů:

Jak už jsme zmínili výše, o těchto studentech si vedou nějaké statistiky pouze školy, na kterých tyto studenti studují. Abychom tedy alespoň částečně zjistili, odkud Erasmus studenti pocházejí, jaký mají na Brno názor a které památky nejčastěji navštěvují, vytvořili jsme pro ně dotazník. Ten obsahuje celkem 8 otázek, z nichž 3 jsou uzavřené a 5 otevřených.

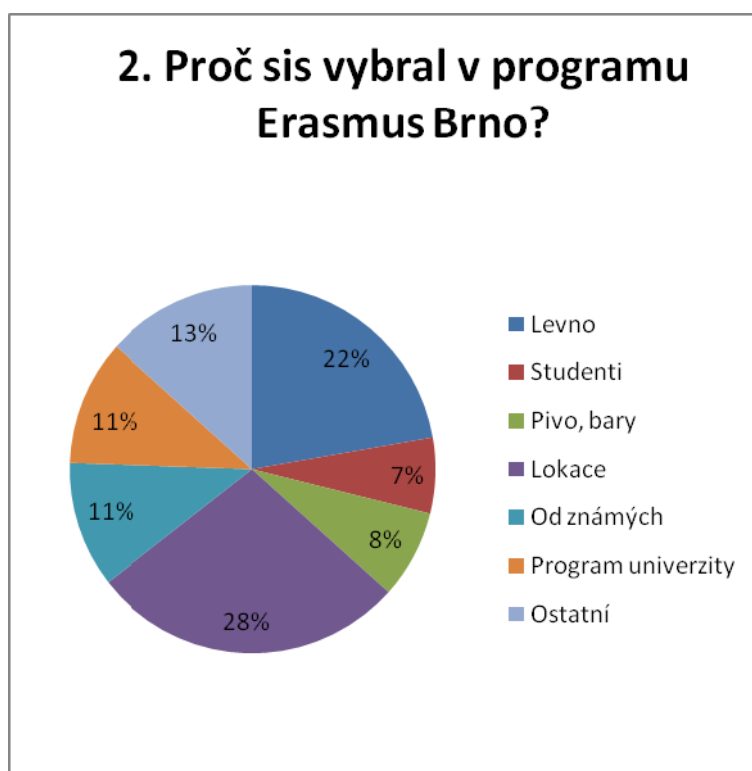
Pokládání otázky:

- 1) Odkud jsi?
- 2) Proč sis vybral v programu Erasmus Brno?
- 3) Je něco z tvé země, co ti v Brně chybí?
- 4) Přijede tě někdo z tvé země navštívit?
- 5) Kdyby tě někdo přijel navštívit, kam bys ho v Brně vzal?
- 6) Kolik památek už jsi v Brně navštívil?
- 7) Vyber památku, která se ti v Brně líbila nejvíce
- 8) Chtěl by ses někdy do Brna vrátit?

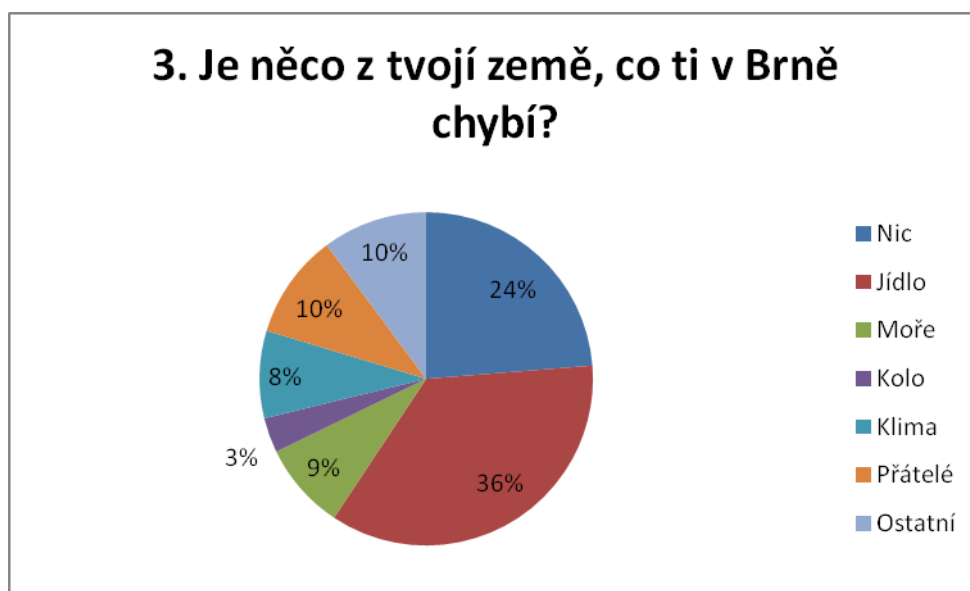
Celkem nám na dotazníky odpovědělo téměř 70 respondentů, a to přes dotazníky papírové i internetové. Dotazování studenti jsou na Erasmus programu na Masarykově univerzitě, Mendlově univerzitě a Vysokém učení technickém.



Nejvíce našich respondentů pochází ze Španělska a Francie. Mezi 2. nejpočetnější kategorií – ostatní – patří např. Rakousko, Mexiko, Japonsko či Kanada. Nejmenší zastoupení mají mezi dotazovanými ukrajinští a italští studenti.



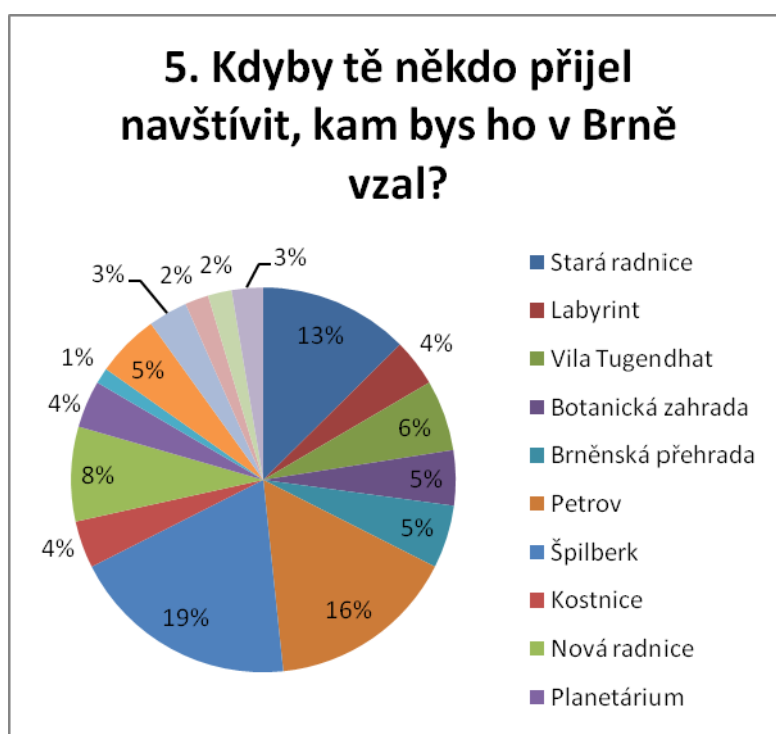
Převážná většina dotazovaných nám na tuto otázku odpověděla, že v České republice je velmi levné žít, někteří však tuto možnost uvedli s tím, že levné je tu pouze pivo. Velké zastoupení – více než ¼ grafu má odpověď lokace. Studenti uváděli, že si Českou republiku (Brno) vybrali právě díky jejímu výhodnému umístění ve středu Evropy. Dále uváděli, že lokaci České republiky (Brna) využívají k cestování po celé Evropě. Spousta studentů se o Brněnských univerzitách dozvěděla od přátel či známých, nebo díky partnerskému programu s našimi univerzitami. 8% respondentů uvedlo jako důvod to, že Brno je studentské město a tudíž je zde velice pestrý studentský a noční život.



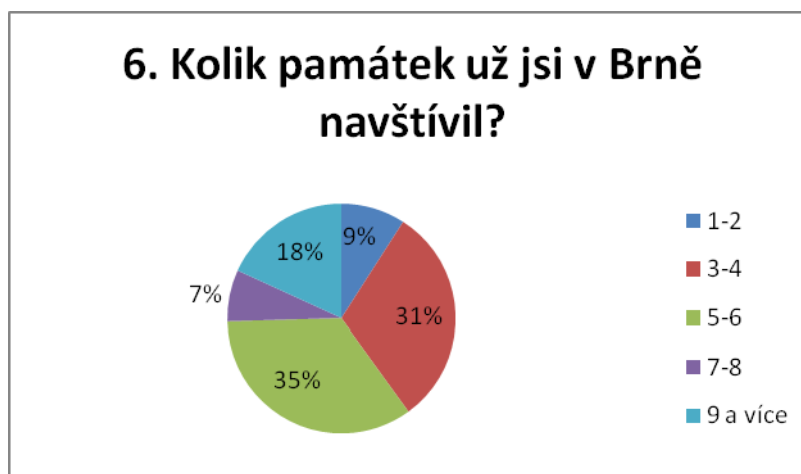
Jako odpověď na tuto otázku nejvíce respondentů uvedlo, že jim chybí jejich národní kuchyně. Stěžovali si, že v České republice jim chybí především zelenina a ovoce. Překvapivých 24% studentů je v Brně naprosto spokojených a nechybí jim tu vůbec nic, což je pozitivní zjištění. Několika studentům tu chybí přátelé z jejich domoviny, přestože si tu našli spoustu nových kamarádů. Nejzajímavější odpovědí bylo kolo. Respondenti, kteří takto odpověděli, si stěžovali, že tu není možnost si levně zapůjčit kolo, jako je tomu v jejich rodných zemích.



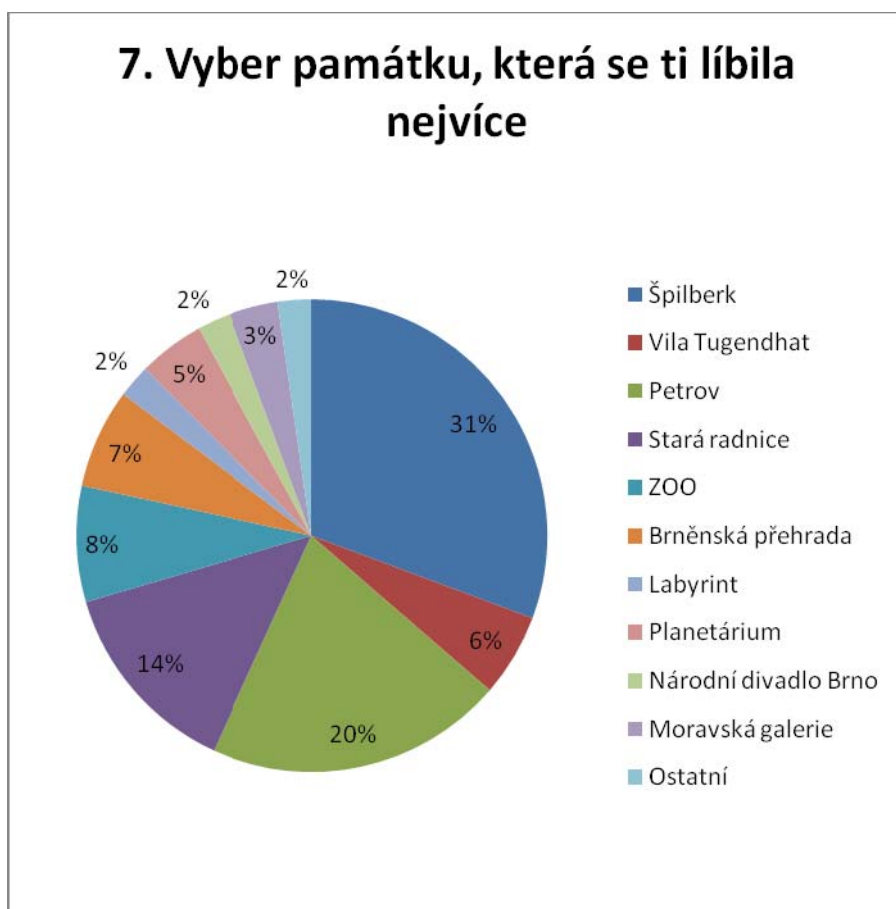
Více než $\frac{3}{4}$ respondentů uvedlo, že za nimi do Brna přijdou kamarádi, známí či příbuzní z jejich země. To znamená, že velkou část cizinců, kteří přijdou do Brna na více než 1 den, tvoří právě příbuzní a kamarádi Erasmus studentů. Za $\frac{1}{4}$ studentů nepřijede na návštěvu nikdo.



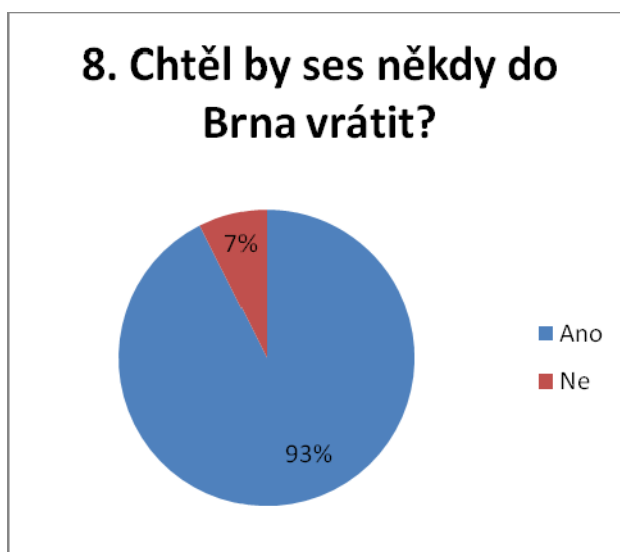
Mezi nejoblíbenější památky a místa v Brně podle našeho průzkumu patří hrad Špilberk, stará radnice a Petrov, což jsme trochu očekávali, neboť právě tato místa patří v Brně mezi nejnavštěvovanější obecně. Nejméně oblíbenými památkami jsou Technické muzeum a Antropos.



Překvapilo nás, že nejvíce studentů odpovědělo, že navštívilo již 5-6 památek. Je to poměrně málo, když vezmeme v potaz, že studenti tu pobývají minimálně 3 měsíce a památek je v Brně velká spousta. Z tohoto grafu je evidentní, že studenti buď o památky nemají moc velký zájem a raději si užívají studentského života, nebo o takových možnostech ani neví. I mezi nimi jsou však výjimky – dohromady 25% respondentů odpovědělo, že navštívilo více než 7 památek, což je číslo, na které bychom chtěli dostat více jak polovinu studentů, kteří zde v tomto programu studují.



Jednoznačně nejoblíbenější památkou zahraničních studentů je hrad Špilberk, který patří mezi nejnavštěvovanější památky v Brně vůbec. V závěsu za Špilberkem je Petrov, kam si chodí studenti za pěkného počasí posedět s kamarády. Nejméně oblíbenými památkami zahraničních studentů jsou Národní divadlo Brno nebo Labyrint. Labyrint má podle nás velmi malou propagaci, přestože jde o jedinečný zážitek. Nám, jako studentům, se v Labyrintu velmi líbilo a rozhodně bychom ho studentům doporučili.



Pozitivní je, že více než 90% studentů, kteří jsou v Brně na zahraničním pobytu, by se do Brna rádi vrátili. Brno je tedy pro zahraniční studenty velmi lákavým městem a mohlo by rozšířit aktivity, které by jim mohl nabídnout. Doporučujeme například půjčování kol, které bylo označeno jako chybějící v otázce číslo 3. První krok, už Brno udělalo právě růžovými koly, které je možné si půjčovat. Určitě ale navrhujeme daleko větší rozšíření, popřípadě speciální bazary k pronájmu kol na určitou dobu. Dále navrhujeme více restaurací a specializovaných prodejen na zahraniční kuchyni. Samozřejmě je potřeba lepší propagace Brna a co vše může nabídnout.

13 SWOT Analýzy navrhovaných prostředků monitoringu a přehled kalkulací

Jako nástroj dlouhodobého plánování a kvůli přehlednému poukázání na silné a slabé stránky námi navrhovaných prostředků na monitoring návštěvníků města, jsme se rozhodli využít SWOT analýzu. SWOT⁹ analýza je plánovacím nástrojem na zhodnocení silných a slabých stránek produktu, identifikaci příležitostí, které si produkt s sebou nese, ale i hrozeb, které se mohou na předmětném trhu vyskytovat a negativně ovlivňovat funkčnost a použití prostředků monitoringu.

Na následujících stranách jsou zpracované SWOT analýzy turistických interaktivních informačních panelů, konceptů Free Walking Tours a BRNOfun a námi navrhované mobilní aplikace.

13.1 SWOT Analýza – Mobilní aplikace

Mobilní aplikace v sobě skloubí hned několik výhod – ať už jde o životní prostředí – úspora z důvodu netisknutí tak velkého množství publikací, průvodců, map nebo například i samotného pohodlí uživatele aplikace – nemusí s sebou nosit mapy a průvodce, vše bude mít ve svém mobilním telefonu.

⁹ SWOT je zkratka složená z počátečních písmen anglických výrazů Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats, neboli silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

Užitečné pro dosažení cílů	Škodlivé pro dosažení cílů
<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Nové atraktivní technologie. <ul style="list-style-type: none"> ○ Moderní a praktické pojetí turistického průvodce. • Dostupnost požadovaných informací kdekoliv a kdykoliv – jednoduchý trvalý přístup. • Poskytnutí standardizovaných dat uživateli • Skladnost a pohodlí uživatele <ul style="list-style-type: none"> ○ Využitím mobilní aplikace odpadá uživateli nutnost nosit s sebou velké mapy a průvodce. • Šetrnost k životnímu prostředí <ul style="list-style-type: none"> ○ Zavedením a využíváním mobilní aplikace nebude nutné tlačit velké množství propagačních materiálů, průvodců a map. • Rychlost získání informace <ul style="list-style-type: none"> ○ Požadované informace jsou v případě využívání mobilní aplikace získávány téměř okamžitě. Jedná se tak o průlom v péči o návštěvníka a především o zlepšení image města. • Příjemné uživatelské rozhraní. <ul style="list-style-type: none"> ○ Díky přirozenému a příjemnému uživatelskému rozhraní je ovládání aplikace intuitivní a přehledné. • Data jsou dostupná i v režimu offline. <ul style="list-style-type: none"> ○ Mobilní aplikace stažená do chytrého telefonu bude poskytovat absolutní většinu požadovaných informací i bez momentálního připojení k internetu. • Větší množství jazykových mutací. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ušlechtlí používání aplikace návštěvníkům z různých koutů světa. • Jednoduchá aktualizace. • Podpora absolutní většiny využívaných mobilních operačních systémů – Android, iOS, Windows Phone. • Podpora konzole. <ul style="list-style-type: none"> • Většina technického zázemí je již známá. 	<ul style="list-style-type: none"> • Náklady na lidské zdroje a vývoj aplikace. <ul style="list-style-type: none"> ○ V případě rozdílné implementace grafických prvků náročnější vývojový cyklus. ○ Vzhledem k náročnosti požadovaného obsahu a zpracování poroste délka a náklady vývoje aplikace. • Nutnost aktualizací. <ul style="list-style-type: none"> ○ Informace obsažené v mobilní aplikaci bude pravděpodobně nutné čas od času aktualizovat, podle aktuálního dění ve městě. • Nutnost testování na skutečných mobilních zařízeních. <ul style="list-style-type: none"> ○ Různé mobilní zařízení se vzájemně liší rozdílnými podmínkami na provoz mobilní aplikace (hardwarová vybavenost; rozlišení obrazovky; spektrum barev; rozdílná implementace grafických prvků; rozdílné fonty; aj.). Všechny tyto a další faktory je v rámci testování funkčnosti mobilní aplikace nutné brát v úvahu.
<i>Příležitosti</i>	<i>Hrozby</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Monitoring návštěvníků Brna. <ul style="list-style-type: none"> ○ Pokud chce návštěvník využít služeb mobilní aplikace, bude muset při jejím stažení, popř. 	<ul style="list-style-type: none"> • Viry mobilních aplikací a škodlivý software. • Prolomení uživatelského účtu.

<p>vytvoření uživatelského účtu, zadat informace o délce pobytu a místě původu. Tyto informace potom mohou být použity pro účely statistických výzkumů, zabývajících se návštěvností města.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zkvalitnění propagace města Brna a poskytování služeb. • Inovace technického provedení – možnost modernizace a vylepšení projektu novými technologiemi. • Podpora tabletů, PDA a dalších mobilních zařízení. • Možnost dobíjení baterie mobilních zařízení prostřednictvím interaktivních panelů 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tak jako při jiných aplikacích a uživatelských účtech, i v tomto případě představuje jednu z hrozeb zneužití v případě prolomení hesla. • Omezená kapacita baterie mobilních zařízení. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplikace může svou náročností rychle spotřebovat kapacitu baterie mobilního zařízení.
---	--

13.2 SWOT Interaktivní informační panely

	Užitečné pro dosažení cílů	Škodlivé pro dosažení cílů
Vnitřní atributy interaktivních informačních panelů	<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Možnost stahování mobilní aplikace prostřednictvím interaktivních informačních panelů. • Interaktivní informační panely představují inovativní atraktivní technologie ukazující, že Brno sleduje nové trendy v oblasti městského marketingu a monitoringu návštěvníků města. • Multifunkčnost, interaktivita a propojenost <ul style="list-style-type: none"> ○ Informační panely mohou díky podpoře velkého množství funkcí a vysoké míře interaktivity a vzájemné propojenosti nabízet velké množství služeb • Intuitivní uživatelské rozhraní usnadní ovládání i pro návštěvníka neseznámeného s moderními technologickými trendy. • Součástí turistických informačních 	<ul style="list-style-type: none"> • Relativně vysoké počáteční náklady. • Náročnost na design, v případě zakomponování do historických částí Brna. <ul style="list-style-type: none"> ○ Dále komplikované zavedení elektrických sítí v historické části Brna. • Údržba. <ul style="list-style-type: none"> ○ Z důvodu venkovního nasazení a působení vnějších vlivů bude pravděpodobně nutné čas od času tyto informační panely preventivně udržovat, kvůli prodloužení jejich životnosti a funkčnosti. • Nutnost aktualizací. <ul style="list-style-type: none"> ○ Informace obsažené v informačních panelech bude pravděpodobně nutné čas od času aktualizovat podle aktuálního dění ve městě.

	<p>panelů bude i nabídka připojení na internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nízké provozní náklady jsou další ze silných stránek interaktivních informačních panelů. 	<ul style="list-style-type: none"> • Horší čitelnost displeje za přímého slunce. <ul style="list-style-type: none"> ○ Záleží na druhu využití obrazovky, nastavení kontrastu a jasu, a prostorové orientaci infopanelu.
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Vnější atributy prostředí</p>	<p style="text-align: center;"><i>Příležitosti</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Jedna z možností monitoringu návštěvníků města Brna. <ul style="list-style-type: none"> ○ Pokud chce návštěvník využít služeb interaktivních informačních panelů, bude muset zadat informace o délce pobytu a místě původu. Tyto informace potom mohou být použity pro účely statistických výzkumů, zabývajících se návštěvností města. • Propagace města Brna. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ve chvílích, kdy informační panely nebudou využívány, budou na obrazovkách promítány propagační obrázky a videa zachycující město a pulzující městský život. • Zvyšování standardu poskytovaných služeb pro návštěvníky města. <ul style="list-style-type: none"> ○ Interaktivní informační panely představují další z řady prostředků využívaných na propagaci města a jako zdroj informací pro návštěvníky Brna. • Modernizace veřejných prostranství. • Vytvoření pracovních míst <ul style="list-style-type: none"> ○ Vývoj, aktualizace a údržba informačních panelů. • Možnost nabíjení prostřednictvím solárních panelů. 	<p style="text-align: center;"><i>Hrozby</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vandalismus. <ul style="list-style-type: none"> ○ Vandalismus a poškozování veřejného majetku představují jednu z nejzávažnějších hrozeb pro funkčnost a provoz interaktivních informačních panelů. • Poškození extrémními výkyvy počasí. <ul style="list-style-type: none"> ○ V případě, že by informační panely nebyly umístěny v odpovídajících přístřešcích, mohlo by vlivem extrémních projevů počasí, např. krupobití, dojít k jejich poškození. Tuto hrozbu je však možné minimalizovat právě už zmíněným umístěním panelů do ochranných přístřešků. • Výpadky elektrické energie. <ul style="list-style-type: none"> ○ Případné lokální či celoplošné výpadky elektrické energie by mohly nepříznivě působit na funkčnost informačních panelů, jelikož by mohlo dojít ke smazání nahraných informací. Vzhledem k relativně malé četnosti výpadků elektrické energie je však možné tuto hrozbu považovat za zcela marginální.

13.3 SWOT BRNOFun

	Užitečné pro dosažení cílů	Škodlivé pro dosažení cílů
Vnitřní atributy mobilní aplikace	<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Hravé poznávání Brna <ul style="list-style-type: none"> ○ Využitím aplikace se Vám Brno představí jinak, než jak ho znáte. Můžete si projít naše čtyři trasy, které Vás uchvátí jejich jedinečností. • Dostupnost požadovaných informací kdekoliv a kdykoliv <ul style="list-style-type: none"> ○ jednoduchý trvalý přístup. • Sportovní i znalostní vyžití <ul style="list-style-type: none"> ○ Trasy jsou možné si projít pěšky nebo je absolvovat autem • Tematické zaměření okruhů 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutnost aktualizací. ○ Informace obsažené v aplikaci jako otevírací doba nebo určité akce památek, potřebují čas od času aktualizaci. • Do jedné trasy nelze zahrnout všechny památky v Brně
Vnější atributy prostředí	<i>Příležitosti</i>	<i>Hrozby</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Zkvalitnění propagace města Brna a poskytování služeb. • Další/nový způsob monitoringu jednodenních návštěvníků města Brna • Propojení s brněnskou aplikací 	<ul style="list-style-type: none"> • Viry mobilních aplikací a škodlivý software. • Prolomení uživatelského účtu. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tak jako při jiných aplikacích a uživatelských účtech, i v tomto případě představuje jednu z hrozeb zneužití v případě prolomení hesla. • Omezená kapacita baterie mobilních zařízení. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplikace může svou náročností rychle spotřebovat kapacitu baterie mobilního zařízení. • Vlivy počasí a sezónnost

13.4 SWOT Free Walking Tours

	Užitečné pro dosažení cílů	Škodlivé pro dosažení cílů
Vnitřní atributy Free Walking Tours	<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Zpuštění konceptu Free Walking Tours a kooperace města Brna s daným projektem by ukázala, že Brno sleduje nové trendy v oblasti městského marketingu a monitoringu návštěvníků města. • Free Walking Tours jsou vhodné pro návštěvníky všech věkových kategorií a zájmů. • Nízké provozní náklady jsou další ze silných stránek konceptu Free Walking Tours. 	<ul style="list-style-type: none"> • Návštěvnost Free Walking Tours závisí na aktuálním průběhu turistické sezóny. Sezónnost tak představuje jedno z omezení, s kterým je nutné v rámci provozování Free Walking Tours počítat.
Vnější atributy prostředí	<i>Příležitosti</i>	<i>Hrozby</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Koncept Free Walking Tours představuje jednu z možností monitoringu návštěvníků města Brna. • Propagace města Brna. • Zvyšování standardu poskytovaných služeb pro návštěvníky města. • Vytvoření pracovních míst – místa pro samostatně výdělečně činné osoby na volné noze, které by působily jako průvodci. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nepříznivé povětrnostní vlivy mohou negativně ovlivňovat návštěvnost Free Walking Tours.

14 Zajímavosti

Návštěvníci jezdí do měst za kulturou, památkami nebo na návštěvy svých známých a kamarádů. Z vlastní zkušenosti můžeme říct, že pokud město, které navštívíme, má něco zajímavého a originálního, je pro nás vždy atraktivnější a rádi se tam vrátíme. Dokonce mu děláme i velmi dobrou reklamu a lákáme tak své známé k návštěvě. Proto jsme sem zařadili tuto kapitolu, která by mohla podpořit návštěvnost města Brna.

14.1 Zeď přání

Lidé rádi projevují svoji kreativitu a využívají možností, jak vyjádřit svůj názor. Proto nás velice zaujal nápad, který vznikl v Americe. Ten spočívá ve využití ploch, které nejsou využívané, popřípadě velké plochy neopravených budov. Na tato místa byly nainstalovány klasické tabule, na které se dá psát křídou. Byla zde předtištěná pouze věta: „Před tím, než zemřu, ...“ Na volné místo okolo této věty mohli lidé psát všechno, co si přejí zažít, udělat či splnit před tím, než zemřou. Získali bychom zajímavé využití ploch a kolemjdoucí by si mohli přečíst přání ostatních. V momentě, kdy by tabule byla plná, není problém ji smazat a psát znovu. Tento projekt funguje od roku 2009. Navrhujeme využít plochy nebo nainstalovat plochy na nejfrekventovanější místa jako je hlavní nádraží nebo Náměstí Svobody, kde by lidé mohli psát názory na Brno nebo přání co by zde chtěli. Zde je ukázka jedné z tabulí:



14.2 Promítání vzkazů na zeď

Velmi zajímavou metodou, jak zaujmout návštěvníky, je možnost vyjádřit svůj názor ohledně města, něco jako návštěvní kniha, akorát v elektronické podobě. Je to založeno na menším počítači, kde člověk napíše vzkaz městu, názor, stížnost, apod. a vše, co napíše, se promítne na

zeď. Zajímavým řešením je interaktivní forma, jako například velká zeměkoule. Do počítače člověk vyplní, odkud je a jméno. Vzkaz se poté promítne na zeď. Po určité době, například 3 minutách, se zeměkoule přestane točit, zvětší se země, odkud je účastník a celý vzkaz zmizí v jeho zemi. Navrhujeme propojit vše s FB nebo emailovou adresou. Facebook je daleko zajímavější řešení pro mladé lidi, kdy v momentě, kdy něco takového napíší, to mohou sdílet i na svém profilu. Takto to funguje například Dublinu v pivovaru Guinness.



14.3 Piáno s vlastní písničkou

Asi všichni známe projekt Piána do měst, kdy se opraví starší piáno a dá se do města na veřejné místo. Každý, kdo má zájem, si může zahrát. Chtěli bychom to vylepšit i pro ty, kteří neumí hrát na klavír. A to tak, že na klávesách bude napsána abeceda, a člověk si tím může složit svoji vlastní píseň. Píseň vznikne tak, že se zahráje celé jméno a následovně město, ze kterého turista pochází. Takto vzniknou jedinečné tóny. Každý, kdo si zahráje na klavír, bude mít jinou, svoji písničku. Monitoring by probíhal formou otázky na bydliště návštěvníka hned při otevření piána. Piáno by bylo zamčené, a aby jej mohl návštěvník používat, zadal by stát a město, odkud pochází na malý displej u zámku. Data by se uložila a návštěvník se může bavit.

14.4 Upomínkové předměty

Velkou nevýhodou města Brna je nedostatečné množství upomínkových předmětů. Proto navrhujeme rozšíření nabídky a míst kde, se tyto předměty dají zakoupit. Velký zájem je o

kuličky z brněnského orloje, proto by bylo určitě dobré někde poblíž tyto kuličky prodávat jako vzpomínku na Brno. Např. vedle orloje postavit speciální automat, kdy po vhození určité částky, vypadne jedna z originálních kuliček. Dalšími nápady jsou např. zmenšenina brněnského orloje, rozšíření nabídky pohledů s tematikou Brna, apod.

14.5 Free walking tours

Koncept Free Walking Tours označuje, jak název napovídá, takřka bezplatnou pěší prohlídku města s lokálním průvodcem. "Takřka" proto, že se účastník prohlídky města, podle spokojenosti s průvodcem, na konci prohlídky rozhodne na finančním ocenění průvodce za jeho služby. Jedná se tak o dobrovolný příspěvek a každý účastník prohlídky města může zaplatit cenu dle své spokojenosti nebo finančních možností.

V Brně zatím neexistuje společnost poskytující Free Walking Tours. Tyto služby tudíž nejsou využívány, avšak v mnoha evropských městech¹⁰ tento koncept už léta úspěšně funguje. Řady průvodců jsou většinou zastoupeny studenty a nadšenci historie, kteří pro společnosti provozující Free Walking Tours pracují jako samostatně výdělečně činné osoby na volné noze, a pro které představuje provázení návštěvníků města spojení příjemného s užitečným. Jedná se totiž nejenom o velice příjemné trávení volného času, kde průvodci dennodenně poznávají lidi z celého světa, ale i zajímavou možnost přivýdělnku. Finanční příspěvky účastníků pěší prohlídky jsou však dobrovolné, jejich výška se tak odvíjí od podaného výkonu průvodce. Průvodci jsou proto motivováni podat co nejlepší výkon, co samo o sobě příznivě působí na kvalitu poskytovaných prohlídek města.

Tento koncept je v zahraničí hojně využíván především mladými lidmi a krátkodobými návštěvníky jednotlivých měst, v kterých jsou Free Walking Tours nabízeny. K turistické sezóně 2015 bude dle našich informací spuštěna společnost provozující Free Walking Tours i v městě Brně. V případě, že by se Brno rozhodlo zapojit a částečně participovat na konceptu Free Walking Tours, zařadilo by se nejen mezi další evropská města, kde podobné prohlídky už léta úspěšně fungují, ale získalo by i zajímavou možnost monitoringu krátkodobých návštěvníků města. Navrhovaný koncept by mohl fungovat následovně:

¹⁰ Patří mezi ně mimo jiné Budapešť, Berlín, Varšava, Krakov, Vratislav, Vilnius a mnoho dalších.

Společnost propagující a provádějící pěší prohlídky by s potenciálními zákazníky komunikovala prostřednictvím webových stránek, kterých součástí by byl registrační formulář pro objednavatele/potenciální účastníky:

- V rámci registračního formuláře by objednavatel uvedl počet uchazečů o pěší prohlídku a své kontaktní údaje, tj.: jméno, email a krajinu původu, účastníci by zároveň před samotnou prohlídkou města vyplnili krátký dotazník obsahující také jméno, email a krajinu původu (u občanů ČR PSČ).
- V případě zájmu města Brna o participaci na daném projektu, by bylo možné městu poskytnout vypracované statistiky návštěvnosti, na základě údajů zadaných v kontaktním formuláři a údajů získaných na místě před začátkem každé prohlídky díky vyplněným dotazníkům, které by pokrývaly i jinak těžko monitorovatelné jednodenní návštěvníky města.

15 Závěr

Při obeznámení se s nynější metodou monitoringu návštěvníků města Brna jsme naznali, že je nedostačující. Město nedokáže dostatečně rychle reagovat na přísun návštěvníků a jejich potřeb. Pokud by Brno chtělo konkurovat ostatním rozvíjejícím se evropským městům, potřebuje k tomu dostatek informací o měnícím se složení návštěvníků a o jejich potřebách.

Tato práce si proto vzala za cíl přijít s řešením jak v nastalé situaci dále postupovat. Uvědomili jsme si, že není možné vymyslet jednu jedinou metodu sběru dat tak, aby výstup byl jak kvalitativní, tak kvantitativní a přitom byl technicky možný, neporušoval základní práva člověka a pokryl většinu segmentů. Proto je podle nás účelné zkombinovat uvedené metody.

Ve výstupu naší práce jsme se dozvěděli, že je cenově přijatelný a také vysoce kvalitativní sběr dat pomocí osobních dotazníků studenty, tak jak funguje v našem partnerském městě. Mezi kvantitativní a nejvíce přesnou metodu sběru dat jsme zařadili analýzu pomocí zbytkových dat mobilních operátorů, ve které nám neuniknou jednodenní návštěvníci. Jednodenní návštěvníky by bylo schopno město monitorovat také prostřednictvím konceptu BRNOfun. Krátkodobé návštěvníky by bylo možné taktéž monitorovat prostřednictvím free walking tours. Dále za pomoci kiosků nebo tabletů bychom zjistili spotřební chování a spokojenost návštěvníků, což jsou neméně důležité informace. Prostřednictvím kiosků je možné nejen návštěvníka, ale i rezidenta, motivovat k zapojení se do monitorovací aktivity a do zlepšování a zkvalitňování služeb.

Zmíněné způsoby monitoringu pokryjí většinu děr a většinu segmentů. Nejméně nákladný bude sběr dat osobním dotazováním studenty. Na druhou stranu, tento způsob se nedá provádět denně, proto získáme zkrácené výsledky vzorku respondentů, dotazovaných pouze v určitém období. Což je velká nevýhoda. Výhodou jsou otevřené otázky, na které dotazovaní respondenti odpoví většinou upřímně, jelikož se často jedná o rozhovor. Další návrh jsou kiosky. Tento způsob je opravdu „multifunkčně“ využitelný, a to právě díky nově vzniklým propracovaným stránkám gotobno.cz, které bychom chtěli samozřejmě použít a propagovat dál, turisté se dozví daleko více informací, a rezidenti budou pravidelně informováni o tom co se v jejich městě děje. Náklady jsou zde vyšší a to přibližně kolem 400 000 na jeden kiosk plus náklady na software, které jsou okolo 500 000, ale myslíme si, že pokud je možné využívat takové kiosky pouze jako informační tabule v nákupních centrech, neměl by být problém je využívat na hlídaných místech

vnitřních budov, pro daleko užitečnější informace, než například kde se nachází daný obchod. Zároveň může být z větší části financován díky reklamě, která by byla poskytnuta restauracím, obchodům, zajímavým místům apod. Nevýhodou kiosků jsou osoby, které nerady využívají moderní technologie a na základě toho kiosky nevyužijí. Velmi jednoduchým monitoringem je náš třetí návrh, který se pohybuje v řádech desítek tisíc za týdenní monitoring, věříme, že dlouhodobá spolupráce bude znamenat výraznou slevu. Jedná se o získávání dat od mobilních operátorů, kde můžeme monitorovat domácí a zahraniční návštěvníky. Tímto způsobem můžeme zjistit, původ návštěvníků do úrovně okresů (či zemí v zahraničí) a identifikaci případných trendů a sezónnost. U této metody je velkou výhodou, že nebudeme obtěžovat návštěvníky vyplňováním různých dotazníků, či jim znepríjemňovat zážitky z výletů nebo dovolené vyptáváním se. Další výhodou je, že se nikdo nemůže snažit zneužívat nebo obcházet tento systém, protože není postaven na principu něco za něco. Nevýhodou může být odmítnutí dlouhodobé spolupráce ze strany mobilních operátorů. Poslední čtvrtý návrh spočívá v instalaci tabletů a fotokoutků, na nejnavštěvovanější památky a nejzajímavější místa po Brně. Kde bude právě pro tyto návštěvníky interaktivní formou dotazník. Hlavních úkolem je motivovat k vyplnění, což je vyřešeno soutěží, kde každé určité období, navrhujeme jednou za čtvrt roku, bude slosování o hodnotné ceny. Čím více památek navštíví, tím větší možnost vyhrát. Cena se pohybuje u fotokoutků momentálně kolem 25000 na jeden den, kdy zatím firma, která vše provozuje nemá zkušenost s dlouhodobou instalací. Díky tomu je možnost s nimi domluvit speciální cenu. Co se týče tabletů, cena se pohybuje okolo 60 000 na jeden tablet + software okolo 200 000. Co se týče konceptu walking tours, náklady jsou zde velmi nízké, jak bylo již popsáno, záleží na samotných návštěvnících, jak finančně odmění konkrétního průvodce. Koncept BRNOfun spočívá v bezplatném stažení aplikace z portálu města Brna, popřípadě převedením materiálů do tištěné podoby. Do nákladů se dále započítávají mzdy zaměstnanců turistických informačních center, provozovatele webové stránky a ceny určené k motivaci návštěvníků.

Snažili jsme se přinést nejen svěží pohled náš, jako studentů, ale i pohledy jednotlivých zástupců památek a zkušenosti ze zahraničních měst. Také jsme se snažili o pokrytí veškerých segmentů, to znamená od studentů až po seniory. Kombinací vícero druhů monitoringu jsme zúžili ztráty dat, takže nevýhody některého druhu monitoringu pokryje monitoring jiný. Ve výsledku je tedy pouze a jen na zástupcích města Brna, jak se rozhodnou.

Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě

Proto tedy doporučujeme městu Brnu, aby naše návrhy zvažilo a pokusilo se je začlenit do svých způsobů, jak získávat potřebné informace.

16 Zdroje

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3

Analýza vývoje návštěvnosti Jižní Moravy v letech 2001 - 2009. Brno: Masarykova univerzita – Ekonomicko-správní fakulta.

Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, kol. autorů - 2006. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Průzkum návštěvnosti města Brna – 2004. Brno: Masarykova univerzita – Výzkumné centrum regionálního rozvoje.

Šetření domácí a zahraniční návštěvnosti na Jižní Moravě - 2004. Brno: Masarykova univerzita – Výzkumné centrum regionálního rozvoje.

Internetové zdroje:

Brněnský deník. 2014. On-line: <http://brnensky.denik.cz>

Heiligenblut, Rakousko. 2014. On-line: <http://www.hunguesthotels.hu>,
<http://www.tauferer-ahrntal.com>

Innsbruck, Rakousko. 2014. On-line: <http://www.innsbruck.info>

Město Krásno nad Kysucou. 2014. Projekt: "Navštívme sa cez monitor" – informácie pre podnikateľov. On-line: <http://www.mestokrasno.sk>

Mobility Services for Business. 2010. Zurich 7000 Kiosk. On-line: <http://ms4b.com/en/solutions/interactive-kiosks/Zurich-7000.>)

Neapol, Itálie. 2014. On-line: <http://www.metro.na.it>

Oficiální web statutárního města Brna - www.Brno.cz. 2014. Informace a zajímavosti o městě Brně. On-line: <https://www.brno.cz/turista-volny-cas/informace-a-zajimavosti-o-meste/>

Portál Deloitte. 2014. On-line:

https://www.deloitte.com/view/cs_CZ/cz/press/press-releases/df9b124f0c7e2410VgnVCM1000003256f70aRCRD.htm

Portál Jižní Moravy. 2014. On-line <http://www.jizni-morava.cz>

Portál mobilmania.cz. 2014. On-line: <http://www.mobilmania.cz/tablet-ma-v-cesku-uz-700-tisic-lidi-pruzkum/a-1324495/default.aspx>.

Portál Moravské galerie v Brně. 2014. On-line: <http://www.moravska-galerie.cz>

Tauferer Ahrntal, Rakousko. 2014. On-line: <http://klausberg2.it-wms.com/archive/archive.php?cam=1>;

Turistické informační centrum města Brna. 2014. On – line: <http://www.ticbrno.cz>

Veletrhy Brno, 2012. 2014. Výroční zpráva za rok 2012. On-line: http://www.bvv.cz/_sys_/FileStorage/download/3/2691/bvv_vyrocní-zprava-2012.pdf

Další využití webových stránky:

<http://www.alibaba.com/showroom/information-kiosk.html>

http://www.aliexpress.com/information-kiosk_price.html

<http://b2b.wien.info/en>.

<http://cs.wikipedia.org>

<http://ec.europa.eu>.

<http://mediafiles.thedms.co.uk>.

<http://mojebrno.wz.cz>

<http://mojebrno.wz.cz>

<http://tisk.digi.cz/cenik/>

<http://tourmis.info>.

<http://www.brnenskaprehrada.cz/>

<http://www.cumbriatourism.org/research/surveys-data.aspx>.

<http://www.dum-umeni.cz>

<http://www.eco-compteur.com>

<http://www.gotobrnno.cz/>

<http://www.hvezdarna.cz>

<http://www.kudyznudy.cz>

<http://www.mzm.cz/>

<http://www.ndbrno.cz>

<http://www.partnerstvi-ops.cz/cestovni-ruch>

<http://www.rommuz.cz/>

<http://www.spilberk.cz/>

<http://www.veveri.cz/>

17 Přílohy:

17.1 Příloha I.: Koncept BRNOfun – trasa „Jak se stát znalcem architektonických památek“

Trasa je věnována těm, kteří mají v oblíbě zajímavosti z oblasti architektury. Brněnským skvostem jsou zejména funkcionalistické stavby. V tomto stylu byla postavena mimo jiné i vila Tugendhat. Na území Brna se nachází i další množství honosných vil a budov, které lze mezi architektonické památky zařadit.

Přibližná doba trvání této trasy, bez návštěv jednotlivých objektů, je přibližně 1 h 55 min, ale se zastávkami při jednotlivých objektech se vaše trasa může prodloužit.

1. Rodinná Vila Jurkovičova

Je jednou z nejvýznamnějších památek secesní architektury v Brně. V roce 1906 byla vůbec prvním domem postaveným v této oblasti. V témže roce uspořádal Klub přátel umění ve vile výstavu „Dušan Jurkovič. Výstava architektury a uměleckého průmyslu.“ Hlavním exponátem byla sama vila, která spojila jedinečným způsobem prvky britské a vídeňské moderny s folklórními inspiracemi, a její interiér, zejména patrová schodišťová hala.

Adresa

Jana Nečase 335/2, 616 00 Brno

Otevírací doba

listopad, březen Čtvrtek – Neděle

10 - 12 h a 12.30 - 16 h

prosinec - únor Sobota - Neděle

10 - 12 h a 12.30 - 18 h

do 20. dubna Sobota - Neděle

10 - 12 h a 12:30 - 18 h

od 25. dubna Úterý - Neděle

10 - 12 h a 12.30 - 18 h



Otázka

Z kolika obloukových oken se skládá venkovní vstupní hala?

Správná odpověď

Venkovní vstupní hala se pyšní 5 obloukovými okny.

Cesta k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat z Vily, je MHD, přičemž nastoupíte na zastávce Bráfova na tramvaj číslo 1 do Pisárek, poté se dáte doprava až dojdete k Hroznové. Dále kopcem po Hroznové pořád nahoru, až přijdete k cíli napravo.

Pokud budete chtít jít pěšky:

- Jděte po ulici Jana Nečase (68 metrů)
- Poté se dáte do kopce přes Wilsonův les (900 metrů) směrem na Kalvodova
- Poté se dáte doprava, půjdete po Kalvodově (280 metrů) až se dostanete na Hroznovou, poté se dáte znovu doprava
- Na Hroznové po 23 metrech bude cíl vlevo

Autem: V Brno-střed jeďte po Zeleného, Údolní, Jiříkovského, Tvrdeho a Neumannova na Hroznová.

- Doba trvání cest: autem (7 min), pěšky (cca 30 min), MHD (2 min)

2. Stiassného vila (Vládní vila)

Je funkcionalistická vila v Brně, která byla postavena podle návrhu Ernsta Wiesnera. Byla dokončena v roce 1929, jejím objednavatelem byl Alfred Stiassni (1883 - 1961), po němž získala svůj název.

Adresa

Hroznová 82/14, 603 00 Brno

**Probíhá zde rozsáhlá rekonstrukce,
potrvá až do
ledna roku 2014.**



kteřá

Otázka

Kolik balkonů má vila?

Správná odpověď

Vila má 2 balkony.

Cesta k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat z Vily, je MHD, kdy nastoupíte na zastávce Pisárky na trolejbus číslo 25, 26, 37 nebo 52 na zastávku Výstaviště - hlavní vstup, poté se dáte na Křížkovského až dojdete ke křižovatce, kde se dáte po Veletržní. Půjdete podél Veletržní, cíl bude napravo.

Pokud budete chtít jít pěšky:

- Půjdete zpět dolů po Hroznové, až přijдете k rozcestí, kde odbočíte doleva, a poté budete pokračovat po Hlinkách (cca 550 metrů)
- Poté odbočíte doprava na Křížkovského (110 metrů) až přijдете ke křižovatce, kde odbočíte doleva na Veletržní a po 90 metrech máte cíl napravo

Autem:

- Jeďte na jihozápad po Hroznová (Cesta s omezenou průjezdností, 23 m)
 - Odbočte doleva a zůstaňte na Hroznová (64 m)
 - Pokračujte po Neumannova (650 m)
 - Odbočte doprava na Lipová (550 m)
 - Odbočte doleva na Hlinky (900 m)
 - Na 1. odbočce doprava na silnici Křížkovského (110 m)
 - Odbočte doleva na Veletržní (Cíl bude vpravo, 90 m)
-
- Doba trvání cest: autem (5 min), pěšky (cca 21 min), MHD (2 min)

3. Letohrádek Mitrovských

Letohrádek Mitrovských je klasicistní zámek nacházející se při Veletržní ulici nedaleko od hlavního vchodu do veletržního areálu. V letohrádku si můžete objednat nejen svatbu, ale i různé konference, školení, workshopy, apod. Nejatraktivnější jsou speciální "eventy", například Večer ve stylu Marie Antoinetty, který zahrnuje dobovou výzdobu, hudbu a obsluhu v kostýmech, ohňostroj, apod.



Adresa

Veletržní 19, 603 00 Brno

Výstavy

Výstava Hvězdy stříbrného plátna od 8. 2. do 4. 5. 2014 (denně kromě po., 10 - 16 hod.)

Výstava Vojtěcha Kubašty - geniální ilustrátor /ke 100. výročí autorova narození/ 10. 5. - 29. 6. 2014, denně kromě po. 10 - 16 hod.

Otázka

Kolik schodů musíte vystoupat k hlavnímu vchodu letohrádku?

Kolik kuželových sloupků můžete napočítat na kamenném zábradlí celkově?

Správná odpověď

K hlavnímu vchodu letohrádku musíte vystoupat 12 schodů.

Na kamenném zábradlí můžete napočítat celkově 156 kuželových sloupků.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat z letohrádku Mitrovských, je MHD číslo 25, 26 ze zastávky Výstaviště – hlavní vstup do zastávky Tvrdého. Poté budete pokračovat nahoru po Úvoze až přijdete ke křižovatce. Odbočíte doprava a půjdete nahoru po Gorazdově až přijdete k cíli.

Pokud budete chtít jít pěšky:

- Jděte po Veletržní (300 metrů) na Mendlovo náměstí

- Na Mendlově náměstí odbočte doleva na Úvoz
- Po 700 metrech odbočte doprava na Garazdovu, poté jděte po ní až na konec, kde bude cíl

Autem:

- Jeďte na východ po Veletržní, směrem na Mendlovo náměstí (350 m)
- Pokračujte po Mendlovo náměstí (300 m)
- Pokračujte po Úvoz (650 m)
- Odbočte doprava na Gorazdova (Cíl bude vlevo, 95 m)

- Doba trvání cest: autem (2min), pěšky (cca 20min), MHD (4 min)

4. Hrad Špilberk

Hrad Špilberk vytváří už více než sedm staletí výraznou dominantu města Brna, kterému v minulosti poskytoval ochranu a pocit bezpečí. Kasematy patří ke stavebním kuriozitám hradu Špilberku a představují jednu z nejnavštěvovanějších turistických atrakcí v Brně.

Adresa

Špilberk 210/1, 662 24 Brno

Otevírací doba: Kasematy, Expozice

leden – duben:

Pondělí – ZAVŘENO

Úterý až Neděle - od 9:00 do 17:00 hodin

květen - červen:

Pondělí až Neděle

od 9:00 do 17:00 hod

červenec – září:

Pondělí až Neděle

od 10:00 do 18:00 hod

říjen – prosinec:

Pondělí – ZAVŘENO

Úterý až Neděle - od 9:00 do 17:00 hodin

Otázka

Kolik věžiček má hrad Špilberk?

Kolik děl můžete napočítat na hradbách?

Správná odpověď

Hrad Špilberk má jednu věžičku.

Na hradbách můžete napočítat 4 děla.



Popis cesty k dalšímu objektu

Pokud budete chtít jít pěšky:

- Jděte po Gorazdova směrem na Pelicova (2 metry), poté odbočte doprava na Pellicova a jděte (1,1 km) až přijдете k Husově
- Poté odbočte doprava, jděte po Husově, až přijдете na Šilingrovo náměstí
- Dále pokračujte po Starobrněnské (cca 94 metrů) až přijдете na Perutkovu a po ní půjдете (110 metrů) na Zelný trh
- Cíl bude po pravé straně

Autem:

- Jeďte na severozápad po Gorazdova směrem na Úvoz (95 m / 19 s)
- Jeďte po Pekařská na Šilingrovo náměstí (1,3 km / 2 min)
- Jeďte po Biskupská a Petřská na Zelný trh (300 m / 2 min)

- Doba trvání cest: autem (5min), pěšky (cca 17 min)

5. Dietrichsteinský palác

Dietrichsteinský palác na Zelném trhu v Brně zaujímá významné místo v architektuře doby barokní na Moravě. Nechal jej postavit v letech 1614-1618 olomoucký biskup kardinál František Dietrichstein jako jedno z rodových sídel. Domněnka, že pro stavbu zhotovil plány italský architekt Giovanni Giacomo Tencalla, se dnes považuje za málo pravděpodobnou. Důkladnou přestavbu paláce z doby před rokem 1748 připomíná vstupní portál a vestibul.



Adresa

Zelný trh 8, 659 37 Brno

Otevírací doba

pondělí	- zavřeno -
Úterý	9.00 - 15.00
Středa	9.00 - 17.00
čtvrtek	9.00 - 17.00
Pátek	9.00 - 17.00
Sobota	13.00 - 18.00
Neděle	13.00 - 18.00

Otázka

Kolik pamětních desek se nachází uvnitř vstupní haly?

Správná odpověď

Uvnitř vstupní haly se nachází 4 pamětní desky.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat z Dietrichsteinského paláce, je pěšky. Půjdete po Zelném trhu na Muzejní (120 m), poté odbočíte doleva na Radnickou, cíl bude vlevo.

Autem:

- Jedte na severozápad po Zelný trh směrem na Muzejní (120 m)
- Odbočte doleva na Radnická (Cíl bude vlevo, 61 m)

- Doba trvání cest: autem (53 sekund), pěšky (cca 2min)

6. Stará radnice - Turistické informační centrum města Brna

Stará radnice je opředená řadou pověstí. Jedna z nich vypráví o tvůrci gotického portálu, mistru Antonu Pilgramovi, ty nejznámější jsou o legendárním brněnském drakovi a brněnském kole. Unikátní symboly města jsou instalovány přímo v průchodu budovy.

Adresa

Radnická 369/10, 602 00 Brno

Otevírací doba

duben–září

po–ne 9.30–17.30

Poslední vstup v 17.00

Otázka

Kolik zubů napočítáte Brněnskému drakovi v průjezdu Staré radnice?

Správná odpověď

Brněnskému drakovi napočítáte 68 zubů.



Popis cesty k dalšímu objektu

- Nejlepší možností, jak se dostat ze Staré radnice je pěšky. Půjdete po Radnické(5 m), poté odbočíte směrem na Mečovu.
- Po 94 metrech odbočíte na Dominikánské náměstí, kde se dáte vlevo a budete v cíli.

Autem:

- Jeďte po Dominikánská na Husova (400 m / 2 min)
- Na 1. odbočce doprava na silnici Husova (450 m / 56 s)
- Jeďte po Skrytá a Veselá na Dominikánské náměstí (450 m / 2 min)

- Doba trvání cest: autem (5 min), pěšky (cca 3 min)

7. Magistrát města Brna

Adresa

Dominikánské náměstí 3, 601 67 Brno

Otevírací doba

pondělí 8:00–17:00

Úterý Zavřeno

Středa 8:00–17:00

čtvrtek Zavřeno

Pátek 8:00–12:00

sobota Zavřeno

neděle Zavřeno



Otázka

Jaký je počet mříží na oknech v nádvoří? (počítají se pouze vrchní okna)

Správná odpověď

Počet mříží na oknech v nádvoří (pouze vrchních oken) je 14.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat z Magistrátu města Brna je pěšky. Půjdete po Dominikánském náměstí, poté budete pokračovat po Zámečnické a po (110 metrech), odbočíte doleva na náměstí Svobody.

Autem:

- Jed'te po Dominikánské náměstí a Dominikánská na Husova (400 m / 2 min)
- Na 1. odbočce doprava na silnici Husova (450 m / 56 s)
- Jed'te na Veselá (400 m / 2 min)

- Doba trvání cest: autem (5 min), pěšky (cca 2 min)

8. Náměstí Svobody

Náměstí Svobody (lidově Svobodák; v minulosti označováno jako Dolní trh či německy GrosserPlatz, čili Velké náměstí) je nejvýznamnější náměstí v Brně. Nachází se přímo v centru historického jádra města (katastrální území Město Brno) a je zhruba trojúhelníkového tvaru.

Adresa

Brno-střed

Zajímavosti na náměstí Svobody:

Morový sloup, Žulový hodinový stroj, Budova Omega, Dům pánů z Lipé, Kleinův palác, Pasáž Domu pánů z Lipé, Vchod do pasáže Rozkvět, Vchod do pasáže Rozkvět, Pasáž Beta, Dům u čtyř mamlasů s vyhlášenou cukrárnou



Otázka

Kolik ulic vede z náměstí Svobody?

Správná odpověď

Z ulice náměstí Svobody vede 6 ulic.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší možností, jak se dostat z Náměstí Svobody, je pěšky. Půjdete po Zámečnické a poté odbočíte doprava na Kobližnou.

Autem:

- Jeďte po Dominikánská na Husova (350 m / 2 min)
- Pokračujte po Husova. Jeďte po Komenského náměstí a Rooseveltova na Jezuitská (1,5 km / 3 min)
- Jeďte na Mozartova (190 m / 25 s)

- Doba trvání cest: autem (6 min), pěšky (cca 2 min)

9. Palác šlechtičen

Palác šlechtičen je významná stavba v centru Brna, jedna z výstavních budov Moravského zemského muzea. Je sídlem Etnografického ústavu MZM.

Adresa

Koblišná 116/1, 659 37 Brno

Otevírací doba

pondělí	- zavřeno -
Úterý	9.00 - 15.00
středa	9.00 - 17.00
čtvrtek	9.00 - 17.00
Pátek	9.00 - 17.00
Sobota	13.00 - 18.00
Neděle	13.00 - 18.00



Otázka

Jaké má palác popisné číslo domu?

Ve kterých letech byl palác Šlechtičen postaven?

Správná odpověď

Popisné číslo domu je 1.

Palác šlechtičen byl postaven v letech 1674-1679.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat z paláce Šlechtičen, je pěšky. Půjdete po Kobližné, směrem na náměstí Svobody. Poté odbočíte doprava na Rašínovu, po 130 metrech odbočíte doprava na Jakubské náměstí.

Autem:

- Jeďte na východ po Dvořákova, směrem na Vachova (110 m / 14 s)
- Pokračujte po Rooseveltova. Jeďte po Moravské náměstí na Solniční (1,2 km / 3 min)
- Jeďte po Besední na Veselá (260 m / 2 min)

- Doba trvání cest: autem (6 min), pěšky (cca 3 min)

10. U Svatého Jakuba

Je pozdně gotický trojlodní kostel nacházející se na Jakubském náměstí v brněnské čtvrti Brno-střed, jehož historie sahá až do počátku 13. století. V roce 1995 byl kostel prohlášen národní kulturní památkou.^[2] V kostele se nachází hrobka slavného obránce Brna Louise Raduita de Souchese. Na stropě kostela se nachází řada cechovních znaků, erby šlechtických rodů i několik monogramů. Jde o farní kostel farnosti Brno - sv. Jakub.

Adresa

Jakubské náměstí, 602 00 Brno

Otevírací doba

Denně 7.00-20.00

Kostnice u svatého Jakuba:

Út – ne 9.30-18.00

Otázka

Kolik je sošek nad kazatelnou?

Správná odpověď

Nad kazatelnou se nachází 6 sošek.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat od Svatého Jakuba je po Jakubském náměstí směrem, poté se vydáte na Moravské náměstí, odkud odbočíte vlevo na Joštovu. Odtud pojedete tramvají číslo 6 na zastávku Antonínská. Poté se vydáte k cíli, který bude přímo před vámi.

Pokud budete chtít jít pěšky:

- Jděte na východ po Jakubské náměstí směrem na Běhounská (88 m)
- Odbočte doleva na Běhounská (68 m)



- Odbočte doprava na Moravské náměstí (30 m)
- Odbočte doleva směrem na Rooseveltova (90 m)
- Odbočte doleva na Rooseveltova (12 m)
- Odbočte doprava směrem na Koliště (150 m)
- Odbočte doleva na Koliště (25 m)
- Odbočte doprava na Milady Horákové (83 m)
- Odbočte doleva směrem na Lužánecká (500 m)
- Odbočte doprava na Lužánecká (200 m)

Autem:

- Jeďte na sever po Veselá směrem na Solniční (55 m)
 - Na 1. odbočce doleva na silnici Solniční (140 m)
 - Odbočte doprava na Komenského náměstí (400 m)
 - Pokračujte po Moravské nám (220 m)
 - Odbočte doleva na Lidická (450 m)
 - Odbočte doprava na Lužánecká (500 m)
-
- Doba trvání cest: autem (4 min), pěšky (cca 15 min), MHD (2 min)

11. Park Lužánky

Jsou nejvýznamnějším brněnským městským parkem. Park se nachází v městské části Brno-střed, jeho rozloha činí přibližně 22 hektarů. Jde o nejstarší pro veřejnost otevřený městský park v ČR, prohlášený též za kulturní památku České republiky.

Adresa

Pionýrská, Brno

Zajímavosti parku:

Pomník císaře Josefa II., Fontána s třemi putti, Umělý potok s barevnými rybkami, Plastiky Obchod a Tolerance z roku 1892, Umělý potůček v parku.



Otázka

Kolika vstupy se můžete dostat do parku nebo z parku?

Správná odpověď

Do parku se můžete dostat 8 vstupy.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat z parku Lužánky je pomocí MHD. Pojedete ze zastávky tramvají číslo 1 na zatávku Malinovské náměstí. Odtud pojedete tramvají číslo 11 nebo x9 na zastávku Tomanova. Poté se dáte po Tomanově, až přijдете k Černopolní, poté odbočíte doprava a půjdete podél ulice Černopolní. Cíl bude vlevo.

Pokud budete chtít jít pěšky:

- Jděte na východ po Lužánecké, směrem na Drobného (15 m)
- Pokračujte po Antonína Slavíka (200 m)

- Odbočte doleva na Helfertova (180 m)
- Odbočte doleva na Černopolní (Cíl bude vlevo, 230 m)

Autem:

- Jeďte na východ po Lužánecké, směrem na Drobného (15 m)
 - Pokračujte po Antonína Slavíka (200 m)
 - Odbočte doleva na Helfertova (180 m)
 - Na 1. odbočce doleva na silnici Černopolní (Cíl bude vlevo, 230 m od vás)
-
- Doba trvání cest: autem (1 min), pěšky (cca 9 min), MHD (17 min)

12. Vila Tugendhat

Je v Brně ojedinělým funkcionalistickým dílem německého architekta Ludwiga Miese van der Rohe, který vypracoval v roce 1928 na zakázku manželů Grety a Fritze Tugendhatových návrh stavby. V roce 2001 byla vila Tugendhat zapsána do seznamu světového dědictví UNESCO.

Adresa

Černopolní 45, 613 00 Brno

Otevírací doba

pondělí Zavřeno

Úterý 10:00–18:00

středa 10:00–18:00

čtvrtek 10:00–18:00

Pátek 10:00–18:00

sobota 10:00–18:00

neděle 10:00–18:00



Otázka

Kolik typů prohlídkových okruhů vila nabízí?

Správná odpověď

Vila nabízí 2 prohlídkové okruhy.

17.2 Příloha II.: BRNOfun – trasa „Věřící i nevěřící, podívat se mohou všichni“

Trasa je pro všechny, jak mladší generaci, tak starší, věřící nevěřící. Můžete si projít jednotlivé kostely, kochat se jejich krásou, dozvědět se něco o jejich historii nebo si zajít na mši.

Přibližná doba trvání této trasy bez návštěv jednotlivých objektů je přibližně 45 min, ale se zastávkami při jednotlivých objektech se vaše trasa může prodloužit.

1. Katedrála svatého Petra a Pavla

Podle nejnovějších poznatků sahají počátky chrámu na Petrově do 70. let 12. století. V období gotiky prošel několika přestavbami. Při jedné z nich, kolem roku 1500, bylo původní zasvěcení svatému Petrovi rozšířeno na zasvěcení sv. Petrovi a Pavlovi. Během třicetileté války kostel vyhořel a jeho obnova proběhla ve dvou barokních fázích v letech 1651 - 1652 a 1743 - 1746. Roku 1296 byla u kostela zřízena kolegiátní kapitula, a když papež Pius VI. bulou z roku 1777 potvrdil zřízení brněnského biskupství, byl kostel sv. Petra a Pavla povýšen na katedrálu.

Adresa

Petrov 9, 602 00 Brno

Otevírací doba

pondělí 8:15–18:30

úterý 8:15–18:30

středa 8:15–18:30

čtvrtek 8:15–18:30

pátek 8:15–18:30

sobota 8:15–18:30

neděle 7:00–18:30



Otázka

Počet obrazů na plátně v interiéru kostela? (bez kaplí)

Správná odpověď

V interiéru kostela (bez kaplí) se nachází 6 obrazů na plátně.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat od katedrály Petra a Pavla, je jít pěšky. Vydáte se ulicí Petrov, pořád rovně dolů (85 metrů). Poté půjdete po Petruské, kde použijete schody (140 metrů) až přijdete na Zelný trh, kde odbočíte doprava. Projdete zelný trh po pravé straně, až se dostanete na Kapucínské náměstí. Vydáte se poté přes náměstí, cíl budete mít přímo před vámi.

- Doba trvání cest: autem (xmin), pěšky (cca 5 min), MHD (x min)

2. Kostel Nalezení svatého Kříže

Kostel se nachází na Kapucínském náměstí v městské části Brno-střed, v katastrálním území Město Brno. Stavba sestává z hlavní a jedné menší boční lodi, kde jsou umístěny dva malé oltáře. Nad hlavním oltářem je zavěšen obraz „Nalezení svatého Kříže“ z roku 1653. V prostorech pod kostelem se nachází tzv. „Crypta Capuccinorum“ (Kapucínská krypta), kde jsou uloženy i několik set let staré ostatky členů řádu.

Adresa

Kapucínské náměstí, 602 00

Otevírací doba:

Kapucínské hrobka v Brně:

15. únor–duben

- úterý–sobota: 9.00–12.00 a 13.00–16.30
- neděle: 11.00–11.45 a 13.00–16.30

květen–září

- pondělí–sobota: 9.00–12.00 a 13.00–16.30
- neděle: 11.00–11.45 a 13.00–16.30

říjen–14. prosinec

- úterý–sobota: 9.00–12.00 a 13.00–16.30
- neděle: 11.00–11.45 a 13.00–16.30

15. prosinec–14. únor

- sobota: 9.00–12.00 a 13.00–16.30
- neděle: 11.00–11.45 a 13.00–16.30



Otázka

Počet vchodů do kostela?

Správná odpověď

Do kostela jsem 4 vchody

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat od kostela Nalezení svatého kříže je pěšky. Vydáte přes Kapucínské náměstí směrem na Masarykovu (52 metrů). Odbočíte doleva na Masarykovu a půjdete 71 metrů, až přijдете k Františkánské. Cíl budete mít vpravo.

- Doba trvání cest: autem (xmin), pěšky (cca 2min), MHD (x min)

3. Kostel svaté Máří Magdalény

Kostel se nachází se na rohu dnešní Masarykovy a Františkánské ulice. Pravděpodobně podle projektu Ondřeje Erny byl kostel po roce 1600 od základů přestavěn Františkány od svatého Bernarda. Kostelní věž byla přistavěna roku 1746. Podoba dnešního kostela pochází z doby po požáru, tedy z roku 1852, kdy věž dostala novorománský nádech.

Adresa

Františkánská, 602 00 Brno

Otevírací doba

Kromě soboty denně 9.30-17.20

V době od 16.6 – 13. 9. 2014 budou probíhat v kostele opravy.



Otázka

Kolik napočítáte osob i andělů na obraze nad oltářem?

Správná odpověď

Na obraze nad oltářem můžete napočítat 15 osob i andělů.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší možností, jak se dostat od kostela svaté Máří Magdalény, je jít pěšky. Vydáte se přes Františkánskou směrem na Josefskou. Poté odbočíte doleva a cíl budete mít po pravé straně.

- Doba trvání cest: autem (x min), pěšky (cca 2 min), MHD (x min)

4. Kostel svatého Josefa

Raně barokní kostel sv. Josefa v Brně v prostřední části Josefské ulice, pár kroků od kostela sv. Janů na Minoritské, patří řádu sester uršulinek (= voršilek). Od jejich příchodu do Čech uplynulo víc než 350 let. Kostel s přilehlým klášterem se dostal do tak havarijního stavu, že musel být před 15 roky uzavřen.

Adresa

Josefská, 602 00 Brno

<u>Mše svaté:</u>	Po	6.00
	Út	18.00
	St	6.00
	Čt	6.00
	Pá	6.00
	So	6.00
	Ne	6.00
		8.45



Otázka

Kolik řad lavic se nachází v kostele? - (bez kaple)

Správná odpověď

V kostele bez kaple se nachází 20 lavic.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší možností, jak se dostat od kostela svatého Josefa, je jít pěšky. Vydáte se přes Josefskou (62 metrů) směrem na Orlí. Poté budete pokračovat po Minoritské (120 metrů), dále po Poštovské (110 metrů), dále po Kozí (150 metrů). Pak odbočíte doprava na Jezuitskou a poté budete mít cíl napravo.

- Doba trvání cest: autem (x min), pěšky (cca 6 min), MHD (x min)

5. Kostel Nanebevzetí Panny Marie

Jezuitský kostel Nanebevzetí Panny Marie se nachází v brněnské městské části Brno-střed na katastrálním území Města Brna. S jeho stavbou se začalo roku 1598 a již o čtyři roky později byl vysvěcen. Podobně jako mnoho dalších brněnských kostelů, i tento byl za druhé světové války vážně poškozen. V průběhu dalších let byl však znovu opraven.

Adresa

Jezuitská, 602 00 Brno

Otevírací doba

Pouze v pracovních dnech

Po-so 11.30-13.30

Po+str 18.00-21.00

Od 17.3 - 28. 6. 2014 probíhá přestavba varhan.

Otázka

Kolik hlavních sloupů se nachází na hlavním oltáři?

Správná odpověď

Na hlavním oltáři se nachází 4 sloupy.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší možností, jak se dostat od kostela Nanebevzetí Panny Marie, je jít pěšky. Vydáte se po Jezuitské směrem na Beethovenovu (58 m). Poté odbočíte doprava na Běhounskou (30 m). Dále odbočíte doleva na Jakubské náměstí a cíl bude vlevo, 88 m).

- Doba trvání cest: autem (x min), pěšky (cca 6 min), MHD (x min)



6. U Svatého Jakuba Staršího

Kostel je pozdně gotický trojlodní kostel nacházející se na Jakubském náměstí v brněnské čtvrti Brno-střed, jehož historie sahá až do počátku 13. století. V roce 1995 byl kostel prohlášen národní kulturní památkou. V kostele se nachází hrobka slavného obránce Brna Louise Raduita de Souchese. Na stropě kostela se nachází řada cehovních znaků, erby šlechtických rodů i několik monogramů.

Adresa

Jakubské náměstí, 602 00 Brno

Otevírací doba

Denně 7.00-20.00

Kostnice u svatého Jakuba:

Út – ne 9.30-18.00



Otázka

Kolik je sošek nad kazatelnou?

Správná odpověď

Nad kazatelnou je 6 sošek.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat od kostela svatého Jakuba Staršího, je jít pěšky. Vydáte se po Jakubském náměstí směrem na Rašínovu (20 metrů). Poté odbočíte doprava a půjdete přes Rašínovu (80 metrů) a pak odbočíte na Moravské náměstí a cíl budete mít po levé ruce.

- Doba trvání cest: autem (x min), pěšky (cca 2 min), MHD (x min)

7. Kostel Zvěstování Panny Marie a svatého Tomáše apoštola

Římskokatolický kostel Zvěstování Panny Marie a svatého Tomáše apoštola, známý spíše jako kostel svatého Tomáše. Jeho počátky sahají do 14. století, kdy jej založil Jan Jindřich jako původně augustiniánský klášter. Samotný kostel byl v průběhu staletí mnohokrát opravován a přestavován, jeho současná barokní podoba pochází ze 17. století.

Adresa

Moravské nám. 1, 602 00 Brno

Úřední hodiny na faře:

pondělí: 9:00 - 11:00

středa: 9:00 - 11:00 a 15:00 - 17:00

Bohoslužby:

Všední dny a soboty

v 7:00 a 17:30 (v sobotu s nedělní platností)

Neděle

v 7:45 (latinská), 9:00, 11:00 a 19:30

Otázka

Kolik soch se nachází na venkovní čelní straně kostela?



Správná odpověď

Na venkovní čelní straně kostela se nachází 7 soch.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší možností, jak se dostat od kostela svatého Tomáše, je jít pěšky. Vydáte se po Moravském náměstí směrem na Rašínovu (78 metrů). Poté odbočíte doprava a zůstanete na Moravském náměstí (51 metrů). Pak odbočíte doleva směrem na Českou (140 metrů), pak odbočíte doleva na Joštovu (170 metrů). Naposledy odbočíte doprava na Komenského náměstí a budete v cíli, cíl je napravo.

- Doba trvání cest: autem (x min), pěšky (cca 6 min), MHD (x min)

8. Kostel Jana Amose Komenského

Českoobratský evangelický chrám Jana Amose Komenského, lidově zvaný Červený kostel, se nachází na brněnském Komenského náměstí v městské části Brno-střed na severním okraji katastrálního území Město Brno. Byl postaven ve stylu severoněmecké gotiky v roce 1867. Kostel z červených režných cihel je dlouhý 45 m, jeho věž má výšku 50 m. V souladu s protestantskou tradicí je jeho interiér strohý a jednoduchý. Jednou z mála ozdob jsou sochařské práce od Franze Schöthalera.

Adresa

Komenského náměstí 218/4, 602 00 Brno

Úřední hodiny na faře:

Denně od 9 do 12 hodin a ve středu odpoledne od 15 do 17 hodin.

Otázka

Počet výklenků po stranách kostela (bez vedlejších vstupů)?

Správná odpověď

Počet výklenků po stranách kostela bez vedlejších vstupů je 14.



Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší možností, jak se dostat od kostela Jana Amose Komenského, je jít pěšky a jet MHD. Dáte se po Komenském náměstí směrem na Joštovu (29 metrů). Poté projdete Joštovou na Českou. Na české nasednete na tramvaj číslo 4 nebo 9 a pojedete na Zelný trh. Poté se vydáte zpět po Masarykově nahoru, až přijдете na rozcestí. Pokračujete zahnutím vlevo přes Panskou, až přijдете na Mečovou. Poté zahnete vpravo a vydáte se přes Mečovou směrem na Dominikánské náměstí, zde bude cíl vlevo.

- Doba trvání cest: autem (x min), pěšky (cca 2 min), MHD (cca 3min)

9. Kostel svatého Michala s bývalým klášteřem dominikánů

Jeho základ byl položen již ve 13. století, avšak během obléhání Brna v roce 1645 švédskými vojsky byl zničen. Nynější barokní podobu mu dal v druhé polovině 17. století (1658-1679) brněnský stavitel Jan Křtitel Erna.

Adresa

Dominikánské náměstí, 602 00 Brno-střed

Otevírací doba

Pro veřejnost – není zpřístupněn
 Pouze bohoslužby - (každý den v 18.30)
 Každou neděli slouží v 15 00 hod. Tridentská mše.

Otázka

Jaký počet soch je na zábradlí okolo kostela?



Správná odpověď

Na zábradlí okolo kostela se nachází 10 soch.

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlépejší možností, jak se dostat od kostela svatého Michala, je jít pěšky a jet MHD. Dáte se po Dominikánské ulici směrem na Šilingrovo náměstí. Na Šilingrově náměstí nasednete na tramvaj číslo 5 nebo 6 a vysednete na zastávce Mendlovo náměstí. Poté uvidíte z dálky baziliku a vydáte se přímo k ní.

- Doba trvání cest: autem (x min), pěšky (cca 2 min), MHD (cca 3min)

10. Bazilika Nanebevzetí Panny Marie

Bazilika Nanebevzetí Panny Marie je jedna z nejvýznamnějších gotických památek Brna. Zdejší přílehlý klášter založila roku 1323 "královna vdova" Eliška Rejčka, která zde byla po své smrti roku 1335 pochována pod oltářem sv. Kříže. Od doby založení zde sídlily cisterciačky, než sem roku 1782 přišli na základě tzv. Josefínských reforem císaře Josefa II. augustiniáni. Samotná bazilika byla v 18. století mírně barokizována a v současné době se nachází na Mendlově náměstí ve Starém Brně. Roku 1987 byl chrám papežem Janem Pavlem II. povýšen na baziliku minor.

Adresa

Mendlovo náměstí 1, 603 00 Brno-střed

Otevírací doba

Ut, čt, pá 17.45-19.00

Ne 7.00-12.00



Otázka

Kolik obrázků můžete napočítat na vchodových dveřích do Baziliky?

Správná odpověď

Na vchodových dveřích do baziliky můžete napočítat 36 obrázků.

17.3 Příloha III.: BRNOfun – trasa „Historie - moje kamarádka“ (aneb zajímavé galerie a muzea u nás v Brně)

Přibližná doba trvání této trasy bez návštěv jednotlivých objektů je přibližně 2 hodiny. Se zastávkami při jednotlivých objektech může trasa trvat celý den.

1. Anhropos

Stručný popis objektu

Ve střední Evropě největší a nejbohatší muzeum zaměřené na nejstarší dějiny lidského rodu a vznik kultury. Představuje návštěvníkům nejmodernější poznatky z oboru antropologie a archeologie v několika stálých expozicích věnovaných etologii primátů, genetice člověka, antropologickému a kulturnímu vývoji člověka, nejvýznamnějším archeologickým nálezům z nejstaršího období lidských dějin a vzniku nejstaršího umění.



Adresa

Pisárecká 5, Brno - střed

Otevírací doba

pondělí zavřeno

úterý – pátek 09:00 – 18:00

sobota a neděle 10:00 – 18:00

svátky (pouze ty, které připadnou na út - ne) 10:00 – 18:00

Otázka

Kolik cm vysoká je Věstonická Venuše?

Jak stará je Věstonická Venuše?

Správná odpověď

11,5 cm

25 000 let

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat z Anthroposu je buď využít MHD číslo 25, 26, 37 nebo 57 ze zastávky Anthropos do zastávky Mendlovo náměstí nebo jít pěšky po ulicích Pisárecká na Mendlovo náměstí.

- Doba trvání cest: autem (5 min), pěšky (30 min), MHD (4 min)

2. Mendelovo muzeum

Stručný popis objektu

Posláním Mendelova muzea Masarykovy univerzity je šířit odkaz augustiniánského opata G. J. Mendela, který je znám studii prováděnými na rostlinách, především hrachu setém. Nelze však opomenout ani jeho bádání v oblasti meteorologie, či šlechtění včel.

Adresa

Mendlovo náměstí 907/1a, 603 00 Brno-střed



Otevírací doba

duben – říjen

úterý - neděle 10.00 - 18.00

listopad – březen

úterý - neděle 10.00 - 17.00

(v pondělí na základě rezervace)

Otázka

Kolik plotový sloupu je okolo hlavního vstupu do muzea?

Ve kterém roce dal opat kláštera Cyril František Napp postavit skleník?

Správná odpověď

13

1854

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat z Mendelova muzea do Baziliky, je se dát doleva a jít pěšky podél plotu Mendelova muzea.

- Doba trvání cest: autem (2 min), pěšky (2 min)

3. Bazilika nanebevzetí Panny Marie

Stručný popis objektu

Jedna z nejvýznamnějších gotických památek Brna. Zdejší přilehlý klášter založila roku 1323 "královna vdova" Eliška Rejčka. Od doby založení zde sídlily cisterciáčky, než sem roku 1782 přišli na základě tzv. Josefínských reforem císaře Josefa II. augustiniáni. Samotná bazilika byla v 18. století mírně barokizována. Roku 1987 byl chrám papežem Janem Pavlem II. povýšen na baziliku minor.



Adresa

Mendlovo náměstí 1, 603 00 Brno-střed

Otevírací doba

Bazilika je otevřena půl hodiny před ranní a večerní bohoslužbou.

V neděli 07:00 - 12:00

Otázka

Kolik kamenných květů lemuje vstup do baziliky?

Správná odpověď

12

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat z Baziliky na Špilberk, je buď využít MHD číslo 5, 6 nebo 11 ze zastávky Mendlovo náměstí, a to do zastávky Šilingrovo náměstí, odkud pak jít pěšky po ulici Husova až k cestě směřující na hrad. Jinou možností je jít pěšky přímo z Baziliky po ulicích Úvoz, Pekařská, Sladová, Pelicova a Gorazdova, kterou se dostanete až k hradu.

- Doba trvání cest: autem (3 min), pěšky (20 min), MHD+ pěšky (3 min + 10 min)

4. Hrad Špilberk

Stručný popis objektu

Hrad Špilberk je starý hrad tvořící dominantu města Brna na vrcholu stejnojmenného kopce. Kopec leží v městské části Brno-střed

Adresa

Brno



Otevírací doba

v Kasematech, v Jihozápadním bastionu, rozhledny (otevřeno pouze za příznivých povětrnostních podmínek), stálých expozic

Letní sezóna: 1. května - 30. září

Pondělí až Neděle - od 10:00 do 18:00 hodin

Zimní sezóna: 1. října - 30. dubna

Úterý až Neděle - od 9:00 do 17:00 hodin

Otázka

Jaké popisné číslo má hrad Špilberk?

Správná odpověď

210/1

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat k Úmělecko průmyslovému muzeu, je jít pěšky přes hradní zahrady, dostat se na Husovu ulici (hlavní ulice), a pak jít směrem po cestě k Šilingrovu náměstí. MHD se v tomto případě nevyplatí používat.

- Doba trvání cest: autem (5 min), pěšky (7 min), MHD (0 min)

5. Uměleckoprůmyslové muzeum

Stručný popis objektu

Uměleckoprůmyslové muzeum v Brně je přední a tradiční česká výstavní a sbírková instituce věnující se dějinám užitého umění. Sídlí na Husově třídě 14 v Brně a je součástí Moravské galerie v Brně.

Adresa

Husova 536/14, 662 26 Brno



Otevírací doba

středa - neděle 10.00 - 18.00

čtvrtek 10.00 - 19.00

pondělí, úterý zavřeno

Otázka

Kolik soch je na budově?

Jaký rok je vyřít nad vchodem římskými číslicemi?

Správná odpověď

8

1882

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlépe cestou, jak se dostat z muzea do paláce, je využít MHD číslo 5,6,11, 12 ze zastávky Šilingrovo náměstí do zastávky Česká. Poté dorazíme na Moravské náměstí. Další možností je jít pěšky po ulicích Husova směrem na Údolní, poté přejít na Solniční ulici až se dostanete na Moravské náměstí.

- Doba trvání cest: autem (3 min), pěšky (10 min), MHD (4 min)

6. Místodržitelný palác

Stručný popis objektu

Jedna z architektonicky nejpozoruhodnějších barokních budov města Brna - tzv. Místodržitelský palác je jednou z galerií města Brna. V prvním patře je umístěna stálá expozice umění od gotiky do 19. století, jejíž součástí je Kabinet kresby a grafiky, a prostor pro aktuální výstavy. Přízemí budovy je vyhrazeno pro pořádání rozsáhlých krátkodobých výstav.



Adresa

Moravské náměstí 1a, 662 26 Brno

Otevírací doba

- středa - neděle 10.00 - 18.00
- čtvrtek 10.00 - 19.00
- pondělí, úterý zavřeno

Otázka

Kolik zdobených pohárů je na budově?

Správná odpověď

6

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší cestou, jak se dostat z Místodržitelného paláce do kostela, je jít pěšky přes Moravské náměstí a poté projít ulicemi Běhounská a Jezuitská, až se dostanete ke kostelu.

- Doba trvání cest: autem (1 min), pěšky (5 min), MHD (0 min)

7. Kostel Nanebevzetí Panny Marie

Stručný popis objektu

Jezuitský kostel (správněji kostel Nanebevzetí Panny Marie), byl založen v roce 1578 a je jednou z prvních barokních staveb v Brně vůbec. Nalézá se v samotném centru města východně od kostela sv. Jakuba na rohu ulic Jezuitské a Beethovenovy. V Mozartově ulici dodnes stojí krásná barokní brána, kterou se kdysi vstupovalo do zrušených jezuitských kolejí.



Adresa

Jezuitská, 602 00 Brno

Otevírací doba

Otázka

Kolik bočních oltářů se nachází v kostele?

Správná odpověď

14

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak přejít od kostela do Muzea loutek, je buď využít MHD číslo 5, 11, 9, ze zastávky Malinovského náměstí do zastávky Körnerova, nebo jít pěšky po ulicích Jezuitská a následně přejít na ulici Bratislavská (Divadlo Radost).

- Doba trvání cest: autem (5 min), pěšky (7 min), MHD (9 min)

8. Muzeum loutek

Stručný popis objektu

V muzeu návštěvníci uvidí loutky z inscenací, které soubor divadla Radost uváděl ve své více než šedesátileté historii. Prohlídka muzea loutek je určena dětem i dospělým. Spolu s přídí lodi, které muzeum zvenku připomíná, uvidí návštěvníci při vstupu z ulice Cejl velké kovové hodiny. Přístroj odbíjí každou celou hodinu a jeho součástí jsou malé figury. I proto připomínají orloj, který spojuje budovu muzea a stěnu protějšího domu.

Adresa

Bratislavská 216/32, Zábřdovice, 602 00 Brno

Otevírací doba

pondělí – pátek 08:00 – 18:00

neděle, svátky 09:00 – 18:00

Otázka

Kolik postav chrání hodiny u lodě?

Správná odpověď

3



Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat z muzea loutek do muzearomské kultury je jít pěšky po ulici Bratislavská. Využít MHD se neoplatí (jen 450 m).

- Doba trvání cest: autem (3 min), pěšky (5 min), MHD (0 min)

9. Muzeum romské kultury

Stručný popis objektu

Stálá expozice Muzea romské kultury nazvaná Příběh Romů prezentuje romské dějiny a kulturu od svých počátků po současnost a svým tématem i rozměrem je světovým unikátem. Na časové ose je divákům nabídnut Příběh Romů, který odkrývá nejen romskou historii na pozadí obecných dějin, ale také fakta týkající se vývoje a zákonitostí romské komunity.

Adresa

Bratislavská 246, 602 00 Brno

Otevírací doba

úterý – pátek 10.00 - 18.00

neděle 10.00 - 17.00

pondělí, sobota zavřeno

Otázka

Kolik sálů má stále expozice muzea

Na jaké rozloze muzea se rozkládá stála expozice?

Správná odpověď

6

351



Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší cestou, jak se dostat z Muzea romské kultury, je buď využít MHD číslo 2, 3, 4, 5, 9, 11 ze zastávky Tkalcovská do zastávky Malinovského náměstí nebo jít pěšky po ulicích Bratislavská, Hvězdová, Cejl na Malinovského náměstí.

- Doba trvání cest: autem (2 min), pěšky (11 min), MHD (9 min)

10. Dům umění města Brna

Stručný popis objektu

Dům umění města Brna je součástí brněnské kultury již téměř sto let; dnes se výrazně orientuje na současné umění. Dům je otevřená moderní instituce, která zprostředkovává a podněcuje kontakt mezi umělci a veřejností. Jeho ambicí je stát se dynamickým prostorem zapojeným do sítě prestižních evropských galerií.

Adresa

Malinovského náměstí 652/2, 602 00 Brno

Otevírací doba

úterý – neděle 10:00 – 18:00

pondělí zavřeno

Otázka

Jaký je počet schodů před domem?

Správná odpověď

15



Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší cestou, jak se dostat z Domu umění k Mahenovu divadlu, je jít pěšky přes Malinovské náměstí směrem na ulici Za divadlem.

- Doba trvání cest: autem (1 min), pěšky (1 min), MHD (0 min)

11. Mahenovo divadlo

Stručný popis objektu

Mahenovo divadlo, původně německé Městské divadlo Na hradbách, postavené v letech 1881-82 patří k významným architektonickým památkám města Brna. Budova s harmonizující neorenesanční fasádou, dominující Malinovskému náměstí, získala pozoruhodný primát - stala se prvním plně elektricky osvětleným divadlem v Evropě. Je bohatě vyzdobeno, a to jak v části vestibulu a foyeru, tak v části hlediště, zdobené nástropními alegorickými lunetami a jedinečným křišťálovým lustrem. V současné době jsou v Mahenově divadle uváděny především činoherní, výjimečně komornější operní a baletní inscenace.

Adresa

Malinovského náměstí 571/1, 602 00 Brno

Otevírací doba

-

Otázka

Kolik oblých sloupů je na přední straně?

Správná odpověď

22



Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat k Měnínské bráně, je jít pěšky přes Malinovské náměstí směrem na Roosveltovu ulici a poté přejít na ulici Měnínskou.

- Doba trvání cest: autem (5 min), pěšky (3 min), MHD (0 min)

12. Měnínská brána

Stručný popis objektu

Měnínská brána je jediná dochovaná městská brána v Brně. Její počátky sahají do 13. století, kdy tvořila součást brněnských městských hradeb. Po rekonstrukci koncem 70. let 20. století, která objekt uzpůsobila výstavním účelům, spravuje budovu brány Muzeum města Brna, které ji využívá jako výstavní prostory pro Muzeum hraček.

Adresa

Měnínská 7, 602 00 Brno

Otevírací doba

pondělí, čtvrtek 10:00 – 18:00

úterý, středa zavřeno

Otázka

Kolik oken je na bráně?

Ze kterého roku je nejstarší hračka v muzeu?

Správná odpověď

14

1860



Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat do Modelového světa, je jít pěšky po ulicích Měnínská, Orlí až na Josefskou. Modelový svět se nachází v pasáži.

- Doba trvání cest: autem (2 min), pěšky (3 min), MHD (0 min)

13. Modelový svět

Stručný popis objektu

Obdivovat obří železniční kolejiště se 40 vláčky, ale i další zajímavosti v malém měřítku, můžete v Modelovém Světě. Prohlédnete si tak modelové kolejiště s asi půl kilometrem kolejí, 140 výhybkami a 1500 postavičkami. S rozlohou 60 m² se jedná o největší trvale vystavené kolejiště na Moravě.

Adresa

Josefská 697/7 602 00 Brno

Otevírací doba

pondělí zavřeno

úterý – pátek 10:00 – 19:00

sobota - neděle 10:00 - 18:00

Otázka

Kolik vláčků jezdí v modelovém světě?



Správná odpověď

15

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejllepší cestou, jak se dostat k Labyrintu na Zelním trhu je jít pěšky po ulicích Josefská směrem na Františkánskou ulici, pak po Orlí až konečně na Zelný trh.

- Doba trvání cest: autem (5min), pěšky (5 min), MHD (0 min)

14. Brněnské podzemí – Labyrint pod Zelným trhem

Stručný popis objektu

Zelný trh patří k nejstarším dochovaným náměstím v Brně. Od roku 2011 Vás hluboké podzemní prostory Labyrintu, kde na návštěvníky čekají tajemná zákoutí středověkých chodeb a sklepů, provedou kusem brněnské historie. Prohlídková trasa počítá s odvážnými objevovateli skrytých podzemních světů a nabídne mnohá překvapení včetně pravého historického pranýře.

Adresa

Zelný trh

Otevírací doba

pondělí zavřeno

úterý – neděle 9.00 – 18.00

Otázka

Od jakého roku je labyrint zpřístupněný veřejnosti?

Kolik metrů v podzemí je veřejnosti zpřístupněno?



Správná odpověď

2011

600

Popis cesty k dalšímu objektu

Nejlepší cestou, jak se dostat z Anthroposu, je jít pěšky po náměstí Zelný trh směrem k ulici Starobrněnská.

- Doba trvání cest: autem (0 min), pěšky (2 min), MHD (0 min)

15. Moravské zemské muzeum

Stručný popis objektu

Adresa

Zelný trh 299/6, Brno-město, 602 00 Brno

Otevírací doba

-

Otázka

Kolik oken je zepředu na muzeu?

Správná odpověď

36

Popis cesty k dalšímu objektu

konec



17.4 Příloha IV.: BRNOfun – Trasa „Po stopách Soba Boba“

Stručný popis trasy

Přibližná doba trvání této trasy jsou 2 dny (víkend).



16. 1. Den

17. Brněnská ZOO

Stručný popis objektu

Zoo Brno se nachází v blízkosti Brněnské přehrady na Mniší hoře na ploše 65 ha. Návštěvníci zde mohou vidět téměř 800 zvířat v 210 druzích.

Mezi největší chovatelské úspěchy zoo patří první odchov mláděte medvěda ledního v Československu v roce 1976 nebo obdobně první odchov šimpanze v roce 1967.

Adresa

U zoologické zahrady 147/46

Otevírací doba

Listopad – únor	9.00 – 16.00 hod.
------------------------	--------------------------

březen, říjen	9.00 – 17.00 hod.
----------------------	-------------------

Duben – září	9.00 – 18.00 hod.
---------------------	-------------------

Vstupné

senioři, studenti, děti 3–15 let, držitelé průkazu ZTP	70,- Kč
---	----------------

dospělí	100,- Kč
----------------	-----------------

rodinné vstupné (2 dospělí + 2–3 děti 3–15 let)	270,– Kč
děti do 3 let, ZTP/P, doprovod skupiny (1 osoba na 10 osob)	zdarma
fotoaparát	10,– Kč
videokamera	20,– Kč
pes	30,– Kč

Otázka

Ve kterém roce byla otevřena Brněnská ZOO?

Správná odpověď

1953

Jak se dostat do ZOO

tramvaje **č. 1 (od hlavního nádraží směr Bystřec)**
č. 3, 11 (ze zastávky Česká směr Bystřec)

autobusy **č. 50, 52**

trolejbusy **č. 30 (ze zastávky Královo Pole, nádraží směr Bystřec)**

Planetárium Kraví hora

Stručný popis objektu

Historie hvězdárny a planetária Brno sahá do [50. let 20. století](#). Tato [kulturně-vzdělávací](#) instituce, která v sobě spojuje [hvězdárnu](#) a [planetárium](#), sídlí v areálu uprostřed [parku](#) na kopci [Kraví hora](#) na severozápadě [městské části Brno-střed](#). Vrchol [kopule](#) planetária, který se nachází v [nadmořské výšce](#) 318 m n. m., je nejvýše položeným bodem v okruhu několika kilometrů.



Adresa

Kraví hora 2, 616 00 Brno

Otevírací doba

- pondělí: 7.30 – 15.00
- úterý: 7.30 – 15.00
- středa až pátek: 7.30 – 20.30
- sobota: 9.00 – 20.30
- neděle: 9.00 – 16.00

Vstupné

- digitárium 125 / 100 Kč (základní / snížené)
- školní pořady 80 Kč (jednotné)
- exploratorium 80 Kč (jednotné)
- přednášky 80 Kč (jednotné)
- pozorování 80 Kč (jednotné)
- ZTP/P zdarma

Otázka

Jaký největší průměr objektivu astronomických dalekohledů v astronomické pozorovatelně můžete najít?

Správná odpověď

35 cm

Jak se dostat do planetária

Na Hvězdárnu a planetárium Brno se dostanete městskou hromadnou dopravou tramvají č. 4, konečná stanice náměstí Míru/Masarykova čtvrť. Parkování (vhodné i pro autobusy) najdete na náměstí Míru nebo u koupaliště na Kraví hoře.

2. Den

Brněnská přehrada

Stručný popis objektu

Brněnská přehrada nebo Vodní nádrž Brno, dříve též Kníničská přehrada, je vodní dílo na [Svratce](#). Vznikla vystavěním [hráze](#) na [56. říčním kilometru](#) Svratky a zatopením údolí s obcí [Kníničky](#). [Přehrada](#) dříve sloužila jako zásobárna vody pro Brno, nyní je využívána k rekreaci a také jako zdroj [elektrické energie](#).



Adresa

-

Otázka

Který rok vzniku je uváděn jako den vzniku nové přehrady, která dostala název Kníničská?

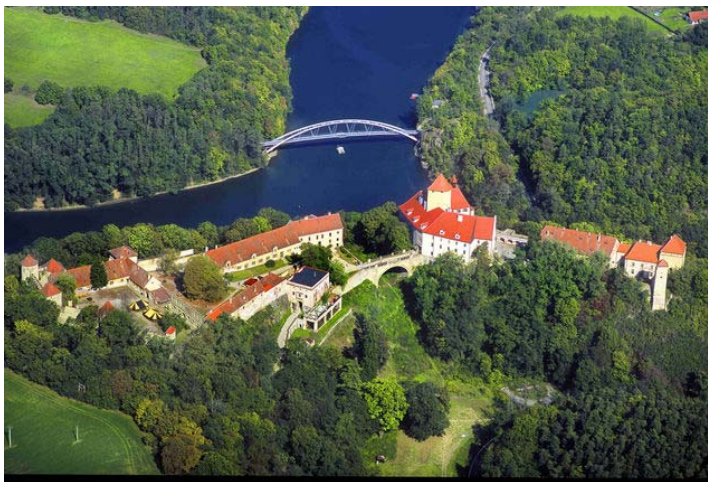
Správná odpověď

1940

Hrad Veveří

Stručný popis objektu

Hrad Veveří – jeden z nejrozsáhlejších u nás vznikl postupně během téměř osmisetleté historie. Původně zřejmě malý lovecký hrádek či pouze dvorec moravských markrabat je v pramenech poprvé připomínán roku 1213. Veveří jako opravdový kamenný hrad vzniká pravděpodobně



až před polovinou 13. století. Mimo jiné jako místo královského dohledu nad osídlováním území vzhůru proti toku řeky Svratky.

Adresa

Veverská Bítýška 664 71, Česká republika

Otevírací doba

duben a říjen (sobota, neděle a svátky)	9 - 17
(poslední prohlídka interiérů začíná v 16:00)	
květen a červen (každý den mimo pondělí)	9 - 18
(poslední prohlídka interiérů začíná v pracovní dny v 16:00, o víkendech v 17:00)	
červenec a srpen (každý den mimo pondělí)	9 - 18
(poslední prohlídka interiérů začíná v 17:00)	
září (každý den mimo pondělí)	9 - 18
(poslední prohlídka interiérů začíná v pracovní dny v 16:00, o víkendech v 17:00)	

Vstupné	plné	snížené
Vstupné do areálu - volná prohlídka areálu	20,-	10,-
(volná prohlídka nádvoří, vstupy na ochozy)		

tzv. Příhrádku, na vyhlídku tzv. Prachové věže, vybrané sezonní výstavy)		
Komentovaná prohlídka interiérů I.	70,-	50,-
<i>(representační místnosti I. patra Paláce s Břítovou věží, vyhlídková terasa - cca 40 minut, max 30 osob ve skupině)</i>		
Komentovaná prohlídka interiérů II.	130,-	90,-
<i>(vybrané části exteriérů, Břítová věž, krovny hradního paláce, interiéry tzv. Anglického traktu a další - pro osoby starší 15 let, okruh je fyzicky náročnější, doporučena sportovní obuv, max. 10 osob ve skupině)</i>		
Veveří - 800 let hradu a panství	50,-	30,-
<i>Výstava k osmisetletému výročí první písemné zmínky o Veveří.</i>		
Výstava Arabella (květen - srpen 2014)	50,-	30,-
<i>V prvním patře budovy Anglického traktu si můžete prohlédnout kostýmy a rekvizity ze známého televizního seriálu.</i>		

Slevy ze vstupného

- děti ve věku od 6 do 15 let
- studenti ve věku od 15 do 26 let (je třeba se prokázat platnou studentskou kartou ISIC, kartou mládeže EURO<26, studentským průkazem apod.)
- senioři od 65 let
- držitelé průkazky Fondu ohrožených dětí
- držitelé průkazu ZTP - dospělí (po dovršení věku 18 let)

Vstup zdarma

- děti do 6 let (kromě organizovaných skupin)
- držitelé karet ZTP do dovršení věku 18 let, ZTP/P a průvodci ZTP/P
- držitelé karet ICOM, ICOMOS, Asociace muzeí a galerií České republiky (po předložení příslušného průkazu)
- držitelé zaměstnaneckých průkazek Národního památkového ústavu, a to zaměstnancům v max. počtu osob 1 zaměstnanec + 3 rodinní příslušníci (po předložení příslušného průkazu)

Otázka

Ze kterého roku pochází první zmínka o hradě?

Správná odpověď

1213

Trasa 1: Jak se stát znalcem architektonických památek

Číslo, místo	Zadání otázky:	Zjištěné číslo:
1. Jurkovičova vila	Z kolika obloukových oken se skládá venkovní vstupní hala?	
2. Stiasného vila	Kolik balkonů má vila?	
3. Letohrádek Mitrovských	Kolik schodů musíte vystoupat k hlavnímu vchodu letohrádku? Kolik kuželových sloupků můžete napočítat na kamenném zábradlí celkově?	
4. Hrad Špilberk	Kolik věžiček má hrad Špilberk? Kolik děl můžete napočítat na hradbách?	
5. Dietrichsteinský palác	Kolik pamětních desek se nachází uvnitř vstupní haly?	
6. Stará radnice	Kolik zubů napočítáte Brněnskému drakovi v průjezdu Staré radnice?	
7. Magistrát města Brna	Jaký je počet mříží na oknech v nádvoří? (počítají se pouze vrchní okna)	

8. Náměstí Svobody	Kolik ulic vede z náměstí Svobody?
9. Palác šlechtičen	Jaké má palác popisné číslo domu? Ve kterých letech byl palác Šlechtičen postaven?
10. U Svatého Jakuba	Kolik je sošek nad kazatelnou?
11. Park Lužánky	Kolika vstupy se můžete dostat do parku nebo z parku?
12. Vila Tugendhat	Kolik typů prohlídkových okruhů vila nabízí?

Trasa 2: Věřící i nevěřící, podívat se mohou všichni

Číslo, místo	Zadání otázky:	Zjištěné číslo:
1. Katedrála svatého Petra a Pavla	Počet obrazů na plátně v interiéru kostela? (bez kaplí)	
2. Kostel Nalezení svatého Kříže	Počet vchodů do kostela?	
3. Kostel svaté Máří Magdalény	Kolik napočítáte osob i andělů na obraze nad oltářem?	
4. Kostel svatého Josefa	Kolik řad lavic se nachází v kostele? - (bez kaple)	
5. Kostel Nanebevzetí Panny Marie	Kolik hlavních sloupů se nachází na hlavním oltáři?	
6. U Svatého Jakuba Staršího	Kolik je sošek nad kazatelnou?	
7. Kostel Zvěstování Panny Marie a svatého Tomáše apoštola	Kolik soch se nachází na venkovní čelní straně kostela?	

8. Kostel Jana Amose Komenského	Počet výklenků po stranách kostela (bez vedlejších vstupů)?
9. Kostel svatého Michala s bývalým klášteřem dominikánů	Jaký počet soch je na zábradlí okolo kostela?
10. Bazilika Nanebevzetí Panny Marie	Kolik obrázků můžete napočítat na vchodových dveřích do Baziliky?

Trasa 3: Historie - moje kamarádka (aneb zajímavé galerie a muzea u nás v Brně)

Číslo, místo	Zadání otázky:	Zjištěné číslo:
1. Anthropos	Kolik cm vysoká je Věstonická Venuše?	
	Jak stará je Věstonická Venuše?	
2. Mendelovo muzeum	Kolik plotový sloupu je okolo hlavního vstupu do muzea?	
	Ve kterém roce dal opát kláštera Cyril František Napp postavit skleník?	
3. Bazilika	Kolik kamenných kvetů lemuje vstup do baziliky?	
	Jaké popisné číslo má hrad Špilberk?	
5. Uměleckoprůmyslové muzeum	Kolik soch je na budově?	
	Jaký rok je vyřít nad vchodem římskými čísly?	
6. Místodržitelův palác	Kolik zdobených pohárů je na budově?	
7. Kostel	Kolik bočních oltářů se nachází v kostele?	
8. Muzeum loutek	Kolik postav chrání hodiny u lodě?	
9. Muzeum romské kultury	Kolik sálů má stále expozice muzea	
	Na jaké rozloze muzea se rozkládá stála expozice?	
10. Dům umění	Jaký je počet schodů před domem?	
11. Mahenovo divadlo	Kolik oblých sloupů je na přední straně?	
12. Měninská brána	Kolik oken je na bráně?	
	Ze kterého roku je nejstarší hračka v muzeu?	
13. Modelový svět	Kolik vláčeků jezdí v modelovém světě?	
14. Labyrint	Od jakého roku je labyrint spřístupněný veřejnosti?	
	Kolik metrů v podzemí je veřejnosti spřístupněno?	
15. Moravsko zemské muzeum	Kolik oken je zepředu na muzeu?	
Spolu	-	

Trasa 4: Po stopách Soba Boba

Číslo, místo	Zadání otázky:	Zjištěné číslo:
1. Brněnská ZOO	Ve kterém roce byla otevřena Brněnská ZOO?	
2. Planetárium	Jaký největší průměr objektivu astronomických dalekohledů v astronomické pozorovatelně můžete najít?	
3. Brněnská přehrada	Který rok vzniku je uváděn jako den vzniku nové přehrady, která dostala název Kníničská?	
4. Hrad Veveří	Ze kterého roku pochází první zmínka o hradě?	
Spolu	-	

Malý

okruh:

Číslo, místo	Zadání otázky:	Zjištěné číslo:
1. Stará radnice	Kolik zubů má brněnský drak?	68
2. Zelný trh	Kolik morových sloupů je na Zelnom trhu?	1
3. Kašna Parnas	Na kolika pomyslných sloupech stojí žena držící žezlo?	3
4. Katedrála sv. Petra a Pavla	Kolich hlavných věží je na katedrále?	2
5. Denisovy sady	Kolik sloupů má kolonáda nacházející se v Denisových sadech?	30
6. Kapucínské náměstí	Kolik andělíčků se nachází na domě s popisným číslem 310/12?	2
7. Kapucínský klášter	Kolik soch je před kostelem?	6
8. Římské náměstí	Kolik oken je nad obloukovitým vchodem do dvora?	5
9. Kostel sv. Janů z Loreto	Kolik zlatých svatozář je nad vstupem do kostela?	17
10. Náměstí svobody	Kolik kašen je na náměstí?	1
11. Morový sloup na náměstí	Kolik soch je na sloupe?	5
12. Kleinův palác	Kolik panáčků stojících rovně je na paláci?	4
13. Dům pánů z Lipé	Kolik oken je na domě ze předu (okrem obloukovitých oken)?	20
14. Jakubské náměstí	Kolik stromů je na Jakubském náměstí?	1
15. Kostel sv. Jakuba	Kolik oken je pod andělíčkem, který vystrkuje zadeček na Petrov?	1
16. Moravské náměstí	Kolik kašen je na náměstí?	2
17. Nová radnice	Kolik věží má Nová radnice?	1
Spolu	-	169

Po stopách Leoše Janáčka

Číslo, místo	Zadání otázky:	Zjištěné číslo:
1. Augustiánske opátství sv. Tomáše na starém Brně	Kolik kamenných květů je nad vchodem do Baziliky Nanebevzetí Panny Marie	12
2. Mendlovo náměstí	Jaké číslo popisné má Mendelovo muzeum na Mendlovém náměstí. (to větší)	907
3. Budova fakulty architektury VUT	Kolik soch je před budovou VUT na rohu ulice?	1
4. Besední dům	Kolik sloupů je před hlavním vstupem do domu?	2
5. Divadlo na Veverí ulici	Kolik se na budově nachází hlav lvů?	2
6. Chleborádova vila	Kolik oblých sloupů je na domě?	3
7. Hrob Leoše Janáčka na	Jaký rok úmrtí je napsaný na hrobě Leoše Janáčka?	1928
Spolu	-	2855

Otisky brněnských pověstí

Číslo, místo	Zadání otázky:	Zjištěné číslo:
1. Kamenná panna	Kolik ozdobných předmětů má Kamenná panna kolem krku?	0
2. Brněnský drak	Kolik zubů má Brněnský drak?	68
3. Brněnské kolo	Kolik tyček má v sebe brněnské kolo?	12
4. Zazděný radní	Kolik hlav je na zadní straně staré radnice?	1
5. Neslušný mužiček	Kolik oken je pod andělíčkem vystrkujícím zadeček na Petrov?	1
Spolu	-	82

17.5 Příloha V: Dotazník pro návštěvníky



Vážený návštěvníku,

prostřednictvím tohoto dotazníku jsou sbírána data sloužící k průzkumu spotřebitelského chování turistů při návštěvě města Brna.

Výzkum je součástí meziuniverzitní studentské soutěže MUNISS. Vyplněním dotazníku přispějete ke zkvalitnění služeb poskytovaných v Brně a ke zpříjemnění pobytu budoucím návštěvníkům.

Vyberte, prosím, vždy jen jednu odpověď, pokud není stanoveno jinak.

Vyplnění dotazníku Vám zabere maximálně 5-10 minut. Všechny údaje, které nám poskytnete, budou zcela anonymní. Vyplněný dotazník odnese, prosím, na recepci Vašeho hotelu.

Děkujeme za Vaše odpovědi a za Váš čas.

Krásný pobyt přeje Tým MUNISS

1. Kolikrát jste již navštívil/a Brno?

<input type="checkbox"/> Ani jednou	<input type="checkbox"/> 2 až 3 krát
<input type="checkbox"/> Jednou	<input type="checkbox"/> Více než 3 krát
2. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy Brna?

<input type="checkbox"/> Práce	<input type="checkbox"/> Zastávka před cílovým místem
<input type="checkbox"/> Dovolená (relaxace, rekreace)	<input type="checkbox"/> Jiné.....
<input type="checkbox"/> Kulturní událost
<input type="checkbox"/> Nakupování
- Návštěva přátel/známých
3. S kým cestujete?

<input type="checkbox"/> Sám/a	<input type="checkbox"/> S partnerem
<input type="checkbox"/> S rodinou	<input type="checkbox"/> S kolegy
<input type="checkbox"/> S přáteli	
4. Jaké zdroje jste využil/a, abyste získal/a informace o Brně?(Můžete vybrat i více odpovědí)

<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Propagační materiály, mapy
<input type="checkbox"/> Sociální média (Facebook, Twitter, Pinterest atd.)	<input type="checkbox"/> Specializované magazíny o cestování
<input type="checkbox"/> Cestovní průvodci	<input type="checkbox"/> Cestovní kanceláře

Doporučení

Jiné.....
.....
.....

5. Co jste již v Brně navštívil/a? (Prosím očísľujte v pořadí, jak jste jednotlivá místa navštívil/a čísly 1, 2, 3 atd. Pokud jste dané místo nenavštívil/a, napište, prosím, číslo 0)

- ... Hrady (Špilberk, Veveří)
- ... Brněnská přehrada
- ... Parky, zahrady nebo Zoo Brno
- ... Veletrhy a výstavy
- ... Památky (náměstí, kostely,...)
- ... Nákupní centra

- ... Kavárny, vinárny, cukrárny
- ... Restaurace, pivnice
- ... Divadla a kina
- ... Jiné:.....
.....
.....

6. Co ještě plánujete v Brně navštívit? (Prosím očísľujte v pořadí, v jakém plánujete daná místa navštívit čísly 1, 2, 3 atd. Pokud dané místo neplánujete navštívit, napište číslo 0)

- ... Hrady (Špilberk, Veveří)
- ... Veletrhy a výstavy
- ... Památky (náměstí, kostely,...)
- ... Brněnská přehrada
- ... Parky, zahrady nebo Zoo Brno
- ... Nákupní centra

- ... Kavárny, vinárny, cukrárny
- ... Restaurace, pivnice
- ... Divadla a kina
- ... Jiné.....
.....
.....

7. Prosím ohodnoťte následující služby v Brně podle Vaší spokojenosti na stupnici od 1 do 5 (1=nejhorší kvalita služby, 5=nejlepší kvalita služby):

	1	2	3	4	5
Ubytování					
Restaurace					
Kultura					
Čistota					
Pohostinnost místních obyvatel					
Zábava a volný čas					

Infrastruktura (doprava, silnice...)					
Orientační a navigační systém					
Noční život					
Okolí					

8. Využil/a byste příležitosti pravidelných volných procházek městem Brna (tzv. free walking tour), kde by Vás a další turisty zdarma prováděl student netradičními místy v centru Brna?
- Ano
 Ne
9. Stáhl/a byste si zdarma mobilní aplikaci sloužící jako průvodce po Brně (obsahující mapu, rady a informace o památkách a aktualitách)?
- Ano
 Ne
10. Myslíte si, že je dobrý nápad vybudovat fotobuňky v Brně, které by Vás a Vaše přátele vyfotili na zajímavých a známých místech a zdarma zaslali fotky na Váš e-mail?
- Ano
 Ne
11. Kolik myslíte, že utratíte za celý Váš pobyt v Brně za jednu osobu? (prosím napište číslo):Kč
12. Prosím napište PSČ Vašeho trvalého bydliště: _____
13. Jste:
- Žena
 Muž
14. Jaká je Vaše hlavní ekonomická aktivita?
- Student
 Zaměstnanec
 OSVČ
- Mateřská/rodičovská dovolená
 Důchodce
 Jiné
15. Jaký je Váš věk?
- Méně než 25 let
 25 – 40let
- 41 – 60let
 61 a více

Zbýlý prostor můžete využít pro Vaše připomínky. Děkujeme!

17.6 Příloha VI: Dotazník v anglickém jazyce

Dear visitor,

We are a group of student from different universities across Brno. We are currently working on project MUNISS, whose task is to monitor tourist behavior in Brno. By completing this questionnaire, you are contributing to the improvement of services for future visitors.

Please choose only one answer to every question, unless it is stated otherwise. This questionnaire should not take more than 5 minutes of your time. All the provided data will be kept strictly private. After completing this questionnaire, please leave it at the hotel reception.

Thank you very much for your time and have a pleasant stay in Brno!

Team MUNISS

1. How many times have you visited Brno?
 - Never
 - Once before
 - 2 or 3 times before
 - More than 3 times before
2. What is the main reason for your stay in Brno?
 - Business
 - Holiday (recreation, relax)
 - Cultural event
 - Shopping
 - Other (please write):
.....
 - Visiting friends
 -
3. Who are you travelling with?
 - Alone
 - Family
 - Friends
 - Partner
 - Colleagues
4. How long are you planning on staying in Brno?
 - 1 day
 - 2-3 days
 - 4-5 days
 - More than 5 days
5. Where did you find information about Brno? (you can choose multiple answers)
 - Internet
 - Social media (Facebook, Twitter, Pinterest etc.)
 - Travel guides
 - Propagation brochure or flyers
 - Special magazines about travelling
 - Recommendations
 - Other (please write):
.....
 -
 -
 -
- Travel agencies

9. Would you join a free non-traditional sightseeing tour lead by a student?

- Yes
- No

10. If there was a free mobile application with detailed information about Brno (travel guide with a map), would you be interested in using it?

- Yes
- No

11. How much will you be willing to pay for this application, if it is chargeable?

- Nothing
- From 1 to 3 Euros
- Less than 1 Euro
- More than 3 Euros

12. Do you think that it is a good idea to build more photo points around Brno? Photo boxes can take pictures of you and your friends, and then send it to your e-mail address free of charge.

- Yes
- No

13. How much money do you expect to spend during your stay in Brno? (Please write down an average amount per person)€

14. Where are you from? (please specify your country)

.....

15. Are you:

- Man
- Woman

16. What is your status?

- Student
- Employee
- Businessman
- Maternity/parental leave
- Retiree
- Other

17. How old are you?

- Less than 25 years
- 25 – 40 years
- 41 – 60 years
- 61 years and more

The remaining space can be used for your comments. Thank you!

17.7 Příloha VII: Dotazník pro jednodenní návštěvníky

Vážený návštěvníku,

prostřednictvím tohoto dotazníku jsou sbírána data sloužící k průzkumu spotřebitelského chování turistů při návštěvě města Brna.

Výzkum je součástí meziuniverzitní studentské soutěže MUNISS. Vyplněním dotazníku přispějete ke zkvalitnění služeb poskytovaných v Brně a ke zpříjemnění pobytu budoucím návštěvníkům.

Vyberte, prosím, vždy jen jednu odpověď, pokud není stanoveno jinak.

Vyplnění dotazníku Vám zabere maximálně 5-10 minut. Všechny údaje, které nám poskytnete, budou zcela anonymní. Vyplněný dotazník odnese, prosím, na recepci Vašeho hotelu.

Děkujeme za Vaše odpovědi a za Váš čas.

Krásný pobyt přeje Tým MUNISS

16. Kolikrát jste již v minulosti navštívil/a Brno?

- | | |
|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Nikdy | <input type="checkbox"/> 2 až 3 krát |
| <input type="checkbox"/> 1 krát | <input type="checkbox"/> Více než 3 krát |

17. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy Brna?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Práce | <input type="checkbox"/> Zastávka před cílovým místem |
| <input type="checkbox"/> Dovolená (relaxace, rekreace) | <input type="checkbox"/> Jiné..... |
| <input type="checkbox"/> Kulturní událost | |
| <input type="checkbox"/> Nakupování | |
- Návštěva přátel/známých

18. S kým cestujete?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sám/a | <input type="checkbox"/> S partnerem |
| <input type="checkbox"/> S rodinou | <input type="checkbox"/> S kolegy |
| <input type="checkbox"/> S přáteli | |

19. Jaké zdroje jste využil/a, abyste získal/a informace o Brně?(Můžete vybrat i více odpovědí)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Cestovní kanceláře |
| <input type="checkbox"/> Sociální média (Facebook, Twitter, Pinterest atd.) | <input type="checkbox"/> Doporučení |
| <input type="checkbox"/> Cestovní průvodci | <input type="checkbox"/> Jiné..... |
| <input type="checkbox"/> Propagační materiály, mapy | |
- Specializované magazíny o cestování

20. Co jste již v Brně navštívil/a? (Prosím očísľujte v pořadí, jak jste jednotlivá místa navštívil/a čísly 1, 2, 3 atd. Pokud jste dané místo nenavštívil/a, napište, prosím, číslo 0)

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------|
| ... Hrady (Špilberk, Veveří) | ... Kavárny, vinárny, cukrárny |
| ... Brněnská přehrada | ... Restaurace, pivnice |
| ... Parky, zahrady nebo Zoo Brno | ... Divadla a kina |
| ... Veletrhy a výstavy | ... Jiné:..... |
| ... Památky (náměstí, kostely,...) | |
| ... Nákupní centra | |

21. Co ještě plánujete v Brně navštívit? (Prosím očísľujte v pořadí, v jakém plánujete daná místa navštívit čísly 1, 2, 3 atd. Pokud dané místo neplánujete navštívit, napište číslo 0)

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------|
| ... Hrady (Špilberk, Veveří) | ... Kavárny, vinárny, cukrárny |
| ... Veletrhy a výstavy | ... Restaurace, pivnice |
| ... Památky (náměstí, kostely,...) | ... Divadla a kina |
| ... Brněnská přehrada | ... Jiné:..... |
| ... Parky, zahrady nebo Zoo Brno | |
| ... Nákupní centra | |

22. Prosím ohodnoťte následující služby v Brně podle Vaší spokojenosti na stupnici od 1 do 5 (1=nejhorší kvalita služby, 5=nejlepší kvalita služby):

	1	2	3	4	5
Restaurace					
Kultura					
Čistota					
Pohostinnost místních obyvatel					
Zábava a volný čas					
Infrastruktura (doprava, silnice...)					
Orientační a navigační systém					
Noční život					
Okolí					

23. Využil/a byste příležitosti pravidelných volných procházek městem Brna (tzv. free walking tour), kde by Vás a další turisty zdarma prováděl student netradičními místy v centru Brna?
- Ano
 Ne
24. Stáhl/a byste si zdarma mobilní aplikaci sloužící jako průvodce po Brně (obsahující mapu, rady a informace o památkách a aktualitách)?
- Ano
 Ne
25. Myslíte si, že je dobrý nápad vybudovat fotobuňky v Brně, které by Vás a Vaše přátele vyfotili na zajímavých a známých místech a zdarma zaslali fotky na Váš e-mail?
- Ano
 Ne
26. Kolik myslíte, že utratíte za celý Váš pobyt v Brně za jednu osobu? (prosím napište číslo):Kč
27. Prosím napište PSČ Vašeho trvalého bydliště: [] [] [] [] [] [] [] [] [] []
28. Jste:
- Žena
 Muž
29. Jaká je Vaše hlavní ekonomická aktivita?
- | | |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Student | <input type="checkbox"/> Mateřská/rodičovská dovolená |
| <input type="checkbox"/> Zaměstnanec | <input type="checkbox"/> Důchodce |
| <input type="checkbox"/> OSVČ | <input type="checkbox"/> Jiné |
30. Jaký je Váš věk?
- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Méně než 25 let | <input type="checkbox"/> 41 – 60let |
| <input type="checkbox"/> 25 – 40let | <input type="checkbox"/> 61 a více |

Zbýlý prostor můžete využít pro Vaše připomínky. Děkujeme

17.8 Dotazník pro studenty programu ERASMUS

Dear respondents,

in cooperation with the city of Brno, our team of students is trying to improve services and monitoring of visitors in Brno. By completing the questionnaire you will help us to collect the necessary information to improve these services. The questionnaire is completely anonymous and is intended for students who are on Erasmus.

Thank you for your time

1. Where are you from?

2. Why did you choose Brno in the Erasmus programme?

3. Is there anything that you miss here? Is there anything interesting in your country which is not here?

4. Is there anybody in your country who will come to see you? (choose only one possibility)

YES

NO

5. If anybody came to see you where would you take him? (selection of pictures on page three)

6. How many sights have you seen? (choose only one possibility)

1-2

3-4

5-6

7-8

9 and more

7. Choose the one you liked best (1-3): (selection of pictures on page three)

8. Would you ever like to come back to Brno? (choose only one possibility)

YES

NO

Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě



A) Villa Tugendhat



B) Town Hall



C) Anthropos Brno



D) Botanical garden



E) Old Town Hall



F) Observatory and Planetarium



G) Zoo Brno



H) Capuchin Crypt



I) The Ossuary of St. James' Church



J) The Moravian Gallery



K) Mintmaster's cellar



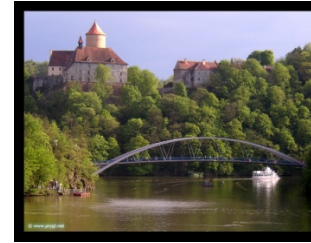
L) Brno Reservoir



M) Labyrinth under Zelný trh



N) Villa Stiassny



O) The Cathedral of St. Peter and Paul (Petrov) P) Technical Museum Q) Spilberk Castle R) Castle Veveri

17.9 Tabulky návštěvnosti

Data sesbíraná od 1. 6. 2012 do 31. 5. 2013

Nejnavštěvovanější dny v městě Brně

Měsíc	Nejnavštěvovanější den	Nejnavštěvovanější den počet	Nejnavštěvovanější den C	Cizinci	Nejnavštěvovanější den D	Domáci
Červen 2012	4. 6. 2012 Pondělí	3542	2. 6. 2012 Sobota	1746	26. 6. 2012 Úterý	2413
Červenec 2012	16. 7. 2012 Pondělí	3965	21. 7. 2012 Sobota	1840	16. 7. 2012 Pondělí	2637
Srpen 2012	24. 8. 2012 Pátek	3453	24. 8. 2012 Pátek	1834	29. 8. 2012 Středa	2601
Září 2012	17. 9. 2012 Pondělí	4211	13. 9. 2012 Čtvrtek	2160	17. 9. 2012 Pondělí	2295
Říjen 2012	30. 10. 2012 Úterý	4943	6. 10. 2012 Sobota	2236	30. 10. 2012 Úterý	3322
Listopad 2012	30. 11. 2012 Pátek	3750	14. 11. 2012 Středa	2005	1. 11. 2012 Čtvrtek	2147
Prosinec 2012	8. 12. 2012 Sobota	6402	8. 12. 2012 Sobota	2037	8. 12. 2012 Sobota	4365
Leden 2013	3. 1. 2013 Čtvrtek	3219	17. 1. 2013 Čtvrtek	1520	3. 1. 2013 Čtvrtek	1892
Únor 2013	19. 2. 2013 Úterý	4438	26. 2. 2013 Úterý	1800	19. 2. 2013 Úterý	2807
Březen 2013	20. 3. 2013 Středa	3467	20. 3. 2013 Středa	1943	19. 3. 2013 Úterý	1690
Duben 2013	3. 4. 2013 Středa	5332	24. 4. 2013 Středa	2019	3. 4. 2013 Středa	3646
Květen 2013	14. 5. 2013 Úterý	4569	2. 5. 2013 Čtvrtek	1900	14. 5. 2013 Úterý	2697

Nejméně navštěvované dny v městě Brně

Měsíc	Nejméně navštěvovaný den	Nejméně navštěvovaný počet	Nejméně navštěvovaný den C	Cizinci	Nejméně navštěvovaný den D	Domácí
Červen 2012	7. 6. 2012 Čtvrtek	1225	7. 6. 2012 Čtvrtek	557	30. 6. 2012 Sobota	535
Červenec 2012	1. 7. 2012 Neděle	909	1. 7. 2012 Neděle	412	5. 7. 2012 Čtvrtek	276
Srpen 2012	25. 8. 2012 Sobota	1739	29. 8. 2012 Středa	689	12. 8. 2012 Neděle	572
Září 2012	1. 9. 2012 Sobota	1212	1. 9. 2012 Sobota	627	2. 9. 2012 Neděle	540
Říjen 2012	28. 10. 2012 Neděle	2151	28. 10. 2012 Neděle	1242	14. 10. 2012 Neděle	767
Listopad 2012	18. 11. 2012 Neděle	1960	18. 11. 2012 Neděle	1228	18. 11. 2012 Neděle	732
Prosinec 2012	25. 12. 2012 Úterý	467	24. 12. 2012 Pondělí	315	25. 12. 2012 Úterý	151
Leden 2013	1. 1. 2013 Úterý	1082	20. 1. 2013 Neděle	713	1. 1. 2013 Úterý	196
Únor 2013	10. 2. 2013 Neděle	1383	10. 2. 2013 Neděle	801	10. 2. 2013 Neděle	582
Březen 2013	3. 3. 2013 Neděle	1567	3. 3. 2013 Neděle	931	3. 3. 2013 Neděle	636
Duben 2013	1. 4. 2013 Pondělí	751	1. 4. 2013 Pondělí	556	1. 4. 2013 Pondělí	195
Květen 2013	4. 5. 2013 Sobota	719	4. 5. 2013 Sobota	464	4. 5. 2013 Sobota	255

Nejpočetnější zastoupení zahraničních návštěvníků v městě Brně

Měsíc	1.	2.	3.	4.	5.	6.
Červen 2012	Slovensko 10602	Německo 4396	Velká Británie 2533	Polsko 2211	Rakousko 1432	Itálie 1412
Červenec 2012	Slovensko 10151	Německo 4357	Velká Británie 2718	Itálie 2255	Polsko 2044	Rusko 1481
Srpen 2012	Slovensko 9864	Německo 5219	Itálie 4063	Velká Británie 2733	Polsko 2486	Rakousko 1650
Září 2012	Slovensko 16037	Německo 3176	Polsko 3004	Velká Británie 2789	Itálie 2180	Rusko 2086
Říjen 2012	Slovensko 22517	Německo 3099	Velká Británie 3023	Rakousko 2454	Polsko 2427	Itálie 2271
Listopad 2012	Slovensko 20395	Německo 3425	Velká Británie 2895	Rakousko 2098	Itálie 2059	Polsko 1882
Prosinec 2012	Slovensko 17960	Německo 2716	Velká Británie 2385	Rakousko 2066	Itálie 2063	Polsko 1684
Leden 2013	Slovensko 14708	Německo 2630	Velká Británie 2121	Itálie 1891	Rusko 1770	Rakousko 1580
Únor 2013	Slovensko 13704	Rusko 2717	Německo 2390	Velká Británie 2013	Polsko 1734	Itálie 1610
Březen 2013	Slovensko 16156	Velká Británie 2978	Německo 2770	Itálie 1979	Rusko 1956	Polsko 1850
Duben 2013	Slovensko 15235	Polsko 2904	Velká Británie 2874	Německo 2530	Itálie 2208	Rusko 1950
Květen 2013	Slovensko 14768	Polsko 3756	Německo 3419	Velká Británie 2539	Rusko 2515	Itálie 2477

Nejmenší měsíční zastoupení zahraničních návštěvníků v městě Brně (z měřených národů)

Měsíc	1.	2.	3.	4.	5.	6.
Červen 2012	Dánsko 103	Finsko 231	Rumunsko 260	Belgie 293	Švédsko 295	Ukrajina 445
Červenec 2012	Finsko 227	Řecko 373	Rumunsko 381	Ukrajina 408	Švédsko 437	USA 481
Srpen 2012	Dánsko 161	Finsko 187	Švédsko 291	USA 335	Belgie 391	Řecko 447
Září 2012	Finsko 312	Dánsko 358	Rumunsko 444	USA 474	Švédsko 486	Belgie 596
Říjen 2012	Finsko - Švédsko 293	Finsko - Švédsko 293	Dánsko 301	Rumunsko 372	Belgie 436	USA 522
Listopad 2012	Dánsko 123	Finsko 211	Švédsko 266	Rumunsko 425	Belgie 473	Ukrajina 570
Prosinec 2012	Dánsko 95	Švédsko 210	Finsko 225	USA 299	Rumunsko 345	Belgie 358
Leden 2013	Dánsko 74	Finsko 137	Švédsko 192	USA 242	Belgie 263	Rumunsko 296
Únor 2013	Dánsko 197	Finsko 230	Belgie 282	Rumunsko 327	Maďarsko 355	USA 499
Březen 2013	Finsko 143	Švédsko 232	Dánsko 267	Rumunsko 350	Belgie 478	USA 540
Duben 2013	Dánsko 128	Švédsko 427	Belgie 449	Španělsko 570	Rumunsko 574	USA 653
Květen 2013	Dánsko 303	Švédsko 356	Finsko 378	Belgie 385	USA 530	Rumunsko 602

Pořadí zahraničních návštěvníků celoročně v městě Brně

Pořadí	Země původu	Počet
1.	Slovensko	182 097
2.	Německo	40 127
3.	Velká Británie	31 601
4.	Polsko	27 412
5.	Itálie	26 468
6.	Rusko	21 667
7.	Rakousko	20 263
8.	Švýcarsko	12 908
9.	Francie	11 510
10.	Řecko	11 141
11.	Nizozemí	9 873
12.	Maďarsko	9 437
13.	Španělsko	7 649
14.	Ukrajina	7 032
15.	USA	5 720
16.	Rumunsko	4 966
17.	Belgie	4 931
18.	Švédsko	3 723
19.	Finsko	3 241
20.	Dánsko	2 623
x	Ostatní země	59 874
x	Celkem	504 263

Expertní analýza je výstupem projektu OP VK s názvem:

„Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě“

CZ.1.07/2.4.00/31.0157

Hlavní řešitel projektu:

Masarykova univerzita

Partneři projektu:

**Krajská hospodářská komora jižní Moravy
Mendelova univerzita v Brně
Statutární město Brno
Vysoké učení technické v Brně**

Brno 2014

Text nebyl podroben jazykové korektuře.

myniss
Meziuniverzitní studentská soutěž

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a Státním rozpočtem České republiky.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ