

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

**Analýza ekonomických dopadů Mezinárodního
folklorního festivalu Červený Kostelec**

Bc. Tereza Matoulková

© 2021 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Tereza Matoulková

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Analýza ekonomických dopadů Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec

Název anglicky

Analysis of Economic Impact of International Folklore Festival Červený Kostelec

Cíle práce

Cílem práce je zjistit ekonomické dopady Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec (MFF ČK) na město Červený Kostelec v roce 2020. Vzhledem k tomu, že průběh MFF ČK negativně ovlivnila koronavirová krize, která měla v důsledku zavedených opatření vliv zejména na délku festivalu, účast mezinárodních souborů, počet návštěvníků a další, klade si práce taktéž za cíl vyhodnotit dopady za rok 2019 a výsledky za tyto dva roky následně porovnat.

Metodika

Teoretická část se bude zabývat definováním pojmu event, jeho pojetím napříč různými oblastmi a typologií eventů. Dále přístupy k dopadům eventů, zejména se bude věnovat ekonomickým dopadům. V neposlední řadě budou diskutovány metody hodnocení ekonomických dopadů.

V praktické části bude nejprve charakterizován MFF ČK a rozdíly mezi ročníky 2019 a 2020. Budou zde vyhodnoceny výsledky dotazníkového šetření a na základě analýzy výdajů návštěvníků a rozpočtu organizace provedeno následné hodnocení ekonomických dopadů festivalu na město Červený Kostelec.

Doporučený rozsah práce

60-80

Klíčová slova

kulturní cestovní ruch, event tourism, ekonomické dopady, folklorní festival, Červený Kostelec

Doporučené zdroje informací

- GETZ, Donald. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management* [online]. 2008, 29(3), 403-428 [cit. 2021-02-12]. ISSN 02615177. Dostupné z: doi:10.1016/j.tourman.2007.07.017
- JEŽEK, Jiří. Městský marketing – koncepty, aplikace, kritická analýza. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*. 2011, 59(3), 243-258. ISSN 0013-3035.
- JEŽEK, Jiří, Petr RUMPEL a Ondřej SLACH. Marketingový management obcí, měst a regionů: manuál pro potřeby praxe. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2007. ISBN 978-80-7368-294-1.
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-05-4.
- RAABOVÁ, Tereza. Metodika pro výpočet ekonomických dopadů kulturní organizace [online]. Institut umění – Divadelní ústav, 2013 [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: https://www.idu.cz/temp/metodika-pro-vypocet-ekonomickych-dopadu-kulturni-organizace_idu2013.pdf
- RAABOVÁ, Tereza. Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice [online]. Institut umění – Divadelní ústav, 2010 [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1456/jaro2016/MPV_EKKU/um/Raabova_multiplikacni-efekty-2010.pdf
- VYSTOUPIL, Jiří a Halina KOTÍKOVÁ. Městský cestovní ruch: aktuální témata cestovního ruchu. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5255-5.
- ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.
-

Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Zdeňka Náglová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 27. 2. 2021

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 1. 3. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 08. 03. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza ekonomických dopadů Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.03.2021

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Zdeňce Náglové, Ph.D. za odborné vedení práce, cenné rady a doporučení. Dále bych chtěla poděkovat řediteli festivalu Tomáši Šimkovi za ochotu a poskytnutí informací nezbytných pro zpracování empirické části diplomové práce.

Analýza ekonomických dopadů Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá analýzou ekonomických dopadů a přínosů Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec. Hlavním cílem bylo jejich vyhodnocení pro město Červený Kostelec a Českou republiku za roky 2020 a 2019. Jelikož v důsledku pandemie COVID-19 neprobíhal festival v roce 2020 standardní formou, práce si též kladla za cíl tyto ročníky festivalu porovnat. Ekonomické dopady na českou ekonomiku byly vyhodnoceny využitím aplikace Kulka.cz. Pro zjištění dopadů a přínosů na město Červený Kostelec byla provedena analýza výdajů návštěvníků festivalu a rozpočtu organizace. V závěru byla na základě výsledků formulována doporučení, která by měla vést ke zvýšení dopadů a přínosů festivalu na město Červený Kostelec.

Klíčová slova: kulturní cestovní ruch, event tourism, ekonomické dopady, folklorní festival, Červený Kostelec

Analysis of Economic Impact of International Folklore Festival Červený Kostelec

Abstract

This Diploma thesis deals with analysis of economic impacts and benefits of the International Folklore Festival Červený Kostelec. The aim was to evaluate economic impacts on Červený Kostelec and the Czech Republic from the years 2019 and 2020. As the result of the COVID-19 pandemic, the Folklore Festival could not be held in the conventional way. The aim was to compare the differences between the years 2019 and 2020 to see what impact COVID-19 had. The economic impacts on the Czech Republic were evaluated within the application Kulkal.cz. For evaluation of impacts and benefits on Červený Kostelec, analysis of expenses made by visitors and analysis on the budget allocated was conducted. Within the conclusion based on the evidence, recommendations could be made to increase the economic impacts and benefits of the Folklore Festival in the city of Červený Kostelec.

Keywords: cultural tourism, event tourism, economic impact, folklore festival, Červený Kostelec

Obsah

1	Úvod	13
2	Cíl práce a metodika	14
2.1	Cíl práce	14
2.2	Metodický postup	14
2.2.1	Výzkumné otázky	15
2.2.2	Sběr informací	16
3	Teoretická východiska	17
3.1	Event	17
3.1.1	Základní definice a vymezení.....	17
3.1.2	Různé přístupy k eventu podle jeho využití	18
3.1.3	Typologie eventů	21
3.1.4	Motivace návštěvníků k účasti na festivalech	22
3.2	Dopady eventů na destinaci	23
3.2.1	Ekonomické dopady eventů	24
3.2.2	Ekonomické dopady a přínosy	25
3.3	Hodnocení ekonomických dopadů a přínosů kulturních akcí.....	25
3.3.1	Různé metody a přístupy k hodnocení ekonomických dopadů	26
4	Vlastní práce	29
4.1	Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec.....	29
4.1.1	Vznik festivalu.....	29
4.1.2	Vývoj festivalu	30
4.1.3	Folklorní soubory Hadař a Hadárek	31
4.1.4	65. ročník Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec ..	32
4.1.5	66. ročník Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec ..	36
4.1.6	Porovnání 65. a 66. ročníku Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec.....	37
4.2	Výsledky dotazníkového šetření	40
4.3	Ekonomické dopady na českou ekonomiku.....	63
4.3.1	Vstupní data do aplikace Kulka.cz	63
4.3.2	Výsledky hodnocení dopadů výdajů návštěvníků	64
4.3.3	Porovnání výsledků	66
4.4	Ekonomické dopady a přínosy na město Červený Kostelec.....	66
4.4.1	Analýza výdajů návštěvníků.....	67
4.4.2	Analýza výdajů organizace.....	68
4.4.3	Celkové ekonomické dopady a přínosy za rok 2020 a 2019	70

5	Výsledky a diskuse.....	72
5.1	Shrnutí výsledků	72
5.2	Diskuse výsledků	74
5.2.1	Diskuse dotazníkového šetření a doporučení pro budoucí výzkum ..	75
6	Závěr	77
7	Seznam použitých zdrojů	79
8	Přílohy.....	85

Seznam tabulek

Tabulka 1 Regionalizace finančních toků.....	28
Tabulka 2 Porovnání stálého programu MFF ČK za rok 2019 a 2020.....	38
Tabulka 3 Porovnání účinkujících MFF ČK podle geografického původu za rok 2019 a 2020	39
Tabulka 4 Porovnání vstupného na MFF ČK za rok 2019 a 2020	39
Tabulka 5 Geografický původ návštěvníků MFF ČK 2020	42
Tabulka 6 Věkové složení návštěvníků MFF ČK 2020.....	44
Tabulka 7 Segmentace skupin MFF ČK 2020 podle věku	45
Tabulka 8 Důležitost festivalu při rozhodování navštívit město Červený Kostelec.....	47
Tabulka 9 Frekvence návštěvy MFF ČK návštěvníky.....	48
Tabulka 10 Vstupenky zakoupené návštěvníky na MFF ČK 2020	49
Tabulka 11 Účast na placeném doprovodném programu návštěvníky MFF ČK 2020	50
Tabulka 12 Zastoupení odpovědí jednotlivých skupin ohledně zdroje informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli	52
Tabulka 13 Celkové zastoupení jednotlivých zdrojů informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli v dotazníku	53
Tabulka 14 Účast dotázaných návštěvníků na festivalu 2019	58
Tabulka 15 Přehled celkových a průměrných výdajů respondentů podle geografického původu i celkem (Kč)	62
Tabulka 16 Vstupní data pro aplikaci KULKAL.....	64
Tabulka 17 Porovnání dopadů MFF ČK za roky 2020 a 2019 vygenerovaných aplikací Kulkal.cz.....	66
Tabulka 18 Data vstupující do analýzy a výpočet celkových výdajů návštěvníků za roky 2020 a 2019.....	68
Tabulka 19 Rozpočet MFF ČK 2020 – podíl finančních prostředků	69
Tabulka 20 Regionalizace finančních prostředků MFF ČK 2020	69
Tabulka 21 Rozpočet MFF ČK 2019 – podíl finančních prostředků	70
Tabulka 22 Regionalizace finančních prostředků MFF ČK 2019	70
Tabulka 23 Srovnání ekonomických dopadů a přínosů MFF ČK za roky 2020 a 2019.....	71

Seznam grafů

Graf 1 Počet členů jednotlivých skupin na MFF ČK 2020.....	41
Graf 2 Geografický původ návštěvníků MFF ČK 2020 podle jednotlivých skupin.....	42
Graf 3 Geografický původ návštěvníků MFF ČK 2020 podle celkového počtu respondentů	43
Graf 4 Věkové složení návštěvníků MFF ČK 2020.....	44
Graf 5 Hlavní destinace návštěvníků MFF ČK 2020.....	46
Graf 6 Frekvence návštěvy MFF ČK návštěvníky.....	48
Graf 7 Vstupenky zakoupené návštěvníky na MFF ČK 2020	49
Graf 8 Zastoupení odpovědí skupin ohledně zdroje informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli	51
Graf 9 Celkové zastoupení jednotlivých zdrojů informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli v dotazníku	53
Graf 10 Účast skupin na MFF ČK 2019	57
Graf 11 Účast respondentů na MFF ČK 2019	58
Graf 12 Způsob dopravy návštěvníků na MFF ČK 2020.....	59
Graf 13 Přehled celkových výdajů návštěvníků MFF ČK 2020.....	62

Seznam použitých zkratk

CR	Cestovní ruch
ČK	Červený Kostelec
ČR	Česká republika
KHK	Královéhradecký kraj
MFF ČK	Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec
MKS ČK	Městské kulturní středisko Červený Kostelec
MKS	Městské kulturní středisko

1 Úvod

Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec patří mezi významné kulturní akce turistické oblasti Kladské pomezí. Tento festival je atraktivní zejména kvalitním obsazením vystupujících folklorních souborů z celého světa, zábavným doprovodným programem a skvělou organizací celé akce. Dává lidem možnost setkávat se s různými lidmi, ať již z nám velmi vzdáleného kulturního prostředí nebo naopak velmi blízkého, navazovat s nimi přátelství a něco se o nich dozvědět. Je to festival s dlouholetou tradicí, který naštěstí nebyl přetržen ani kvůli nenadálým okolnostem ohledně pandemie COVID-19. Skutečnost, že se festival vůbec nemusel konat, vedla k zamyšlení nad tím, jak moc je tento festival významný.

Při hodnocení významu kulturních akcí se často přistupuje k hodnocení jejich ekonomických dopadů (Liu, 2014; Vystoupil a Kotíková, 2017). Hodnocení ekonomických dopadů může být užitečné pro různé zaangażované aktéry. Velký význam má zejména pro organizaci samotnou, jelikož jí může posloužit v několika ohledech. Jednak pro vlastní orientaci a zjištění její momentální situace, na základě které může podniknout kroky za zlepšením. Dále může být studie dopadů vhodná jako podklad pro žádání o dotace či další sponzorskou podporu, a i pro zástupce místních samospráv může sloužit jako podložené opodstatnění pořádané akce a toho, že na ni vynakládané prostředky jsou opravdu správnou investicí (Raabová, 2006).

Pro zřetelné vystihnutí významu festivalu se, za okolností pořádání festivalu roku 2020, nabízela možnost porovnat obvyklý průběh festivalu s průběhem nestandardním a zjistit, zda měly tyto dva ročníky rozdílný vliv na ekonomické dopady a přínosy pro město.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je vyhodnotit ekonomické dopady a přínosy Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec (dále jako MFF ČK). Vzhledem k tomu, že průběh MFF ČK v roce 2020 ovlivnila koronavirová krize a nejednalo se tedy o standardní ročník, klade si práce taktéž za cíl porovnat rozdílný ráz festivalu, jeho průběh a organizaci s minulým ročníkem. Cílem je tedy vyslovit hlavní rozdíly mezi festivalem pořádaným v roce 2019 a v roce 2020 a stanovit, jaký vliv mohly mít na ekonomické dopady festivalu. Pomocí vybrané metody za oba výše zmíněné ročníky vyčíslit ekonomické dopady festivalu na ekonomiku České republiky a určit ekonomické dopady a přínosy festivalu pro město Červený Kostelec. Dále pak tyto výsledky porovnat.

2.2 Metodický postup

Pro porovnání festivalu konaného v roce 2020 a 2019, byly nejdříve oba ročníky festivalu popsány a následně mezi nimi určeny rozdíly.

Pro určení ekonomických dopadů a přínosů festivalu byl sestaven dotazník zjišťující strukturu a výši výdajů návštěvníků. Pro jeho sestavení byl využit vzor dotazníku dostupný na stránkách aplikace Kulkal.cz, která byla využita pro určení dopadu na ekonomiku České republiky. Dotazník byl vyplňován za celou skupinu sdílející jednu domácnost, jelikož jsou pro ně zjišťované informace často společné, navíc je jednodušší odhadnout výdaje za celou skupinu než za jednotlivce. Zejména se jedná např. o výdaje na dopravu, ubytování nebo stravování, které jsou většinou placeny za celou domácnost. Tyto výdaje byly následně rozpočítány, podle toho, kolik osob skupinu tvořilo (Raabová, 2006, s. 94).

Vzorový dotazník byl též upraven tak, aby výsledky dotazníkového šetření mohly být využity jak pro určení dopadů na českou ekonomiku, tak pro určení dopadů a přínosů na město Červený Kostelec. Výdaje návštěvníků v celé České republice a z toho výdaje utracené přímo v Červeném Kostelci byly zjišťovány za každou kategorii výdajů odděleně. S tím souvisí i následující úpravy. Kategorie „vstupenky na akci“ byla rozdělena na kategorie „vstupenky na festival + doprovodný program“ a kategorii „vstupenky na veškerou kulturu“, která byla opět sledována zvlášť za celou ČR a zvlášť za ČK. Kategorie výdajů „restaurace, bary a občerstvení“ byla v dotazníku rozdělena zvlášť na „restaurace,

bary“ a „občerstvení“, jelikož stánkaři a trhovci často nepocházejí přímo ze zkoumané oblasti. Proto by bylo problematické oddělit finanční prostředky, které zůstaly ve zkoumané oblasti a které otekly mimo tuto oblast. Z tohoto důvodu bylo navíc u položky „občerstvení“ dále rozlišeno, zda se jedná o občerstvení zakoupené přímo na festivalu, v ČK nebo jinde v ČR. Stejně tak tomu bylo i u položky „suvenýry“. Tyto úpravy byly provedeny na základě metodiky Raabové (2006) a Jurajdy a kolektiv (2006).

Dále byla do dotazníků doplněna otázka ohledně frekvence návštěvnosti v minulých letech, zakoupených vstupenek, účasti na doprovodném programu, proč se návštěvníci rozhodli zúčastnit festivalu a zda se účastnili festivalu v roce 2019.

Raabovou (2006) bylo doporučeno připravit pro dotazníkové šetření dvě verze dotazníku, jelikož místních návštěvníků se netýkají všechny otázky. Zde byla využita jedna univerzální verze dotazníku, ve které však byly otázky netýkající se místních návštěvníků označeny. Upravený dotazník, využitý při dotazníkovém šetření, je přiložen v příloze (Příloha A).

Pro určení dopadů na českou ekonomiku byla dále využita online aplikace pro výpočet ekonomických dopadů kulturní akce. Aplikace Kulkal.cz byla využita především proto, že se jedná o univerzální model sestavený na základě certifikované metodiky Raabové (2006, 2013), tudíž je možné studie analyzované pomocí tohoto modelu mezi sebou porovnávat. Další výhodou bylo relativně jednoduché využití.

Pro určení ekonomických dopadů a přínosů pro město Červený Kostelec byla, za využití dat získaných v dotazníkovém šetření ke zjištění ekonomických dopadů a přínosů výdajů návštěvníků a dopadů rozpočtu organizace, opět využita metodika Raabové (2006, 2013). Pro výpočet přínosů rozpočtu organizace potom metoda regionalizace finančních toků využitá Jurajdou a kolektivem (2006). Na základě těchto zjištění byly následně stanoveny celkové dopady a přínosy MFF ČK za roky 2020 a 2019.

2.2.1 Výzkumné otázky

Pro dosažení výše zmíněných cílů této práce, byly stanoveny následující výzkumné otázky:

- 1) Jak probíhal MFF ČK v roce 2019, jak v roce 2020 a v čem a jak se tyto ročníky lišily?

- 2) Jaký ekonomický dopad měl MFF ČK na českou ekonomiku v roce 2020 a 2019, a jak se tento dopad lišil?
- 3) Jaký ekonomický dopad měl MFF ČK na město Červený Kostelec v roce 2020 a 2019 a jak se tento dopad lišil?
- 4) Jaký ekonomický přínos měl MFF ČK pro město Červený Kostelec v roce 2020 a 2019 a jak se tento dopad lišil?

2.2.2 Sběr informací

Historie a vývoj MFF ČK byly analyzovány a popsány zejména na základě průvodek festivalu dostupných na stránkách města Červený Kostelec, oficiální webové stránky festivalu a další regionální literatury. Pro popsání obou ročníků festivalu byly využity především oficiální webové stránky festivalu, webové stránky města Červený Kostelec, facebooková stránka festivalu, festivalové brožury vydané Městským kulturním střediskem Červený Kostelec (dále jako MKS ČK) a dostupná literatura zabývající se festivalem.

Dotazníkové šetření zjišťovalo charakteristiku návštěvníků, jejich postoje a vztahy k MFF ČK a z velké části se soustředilo na výši a strukturu výdajů návštěvníků potřebné pro další analýzu. Zrealizováno bylo 22. srpna 2020 během hlavního sobotního programu Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec, kterým bylo *Galapředstavení* probíhající od 18 hodin. Dotazování proto začalo kolem 17 hodiny, kdy do areálu začali přicházet první návštěvníci a trvalo zhruba do 21 hodin. Osloveno bylo 37 respondentů a rozhovor byl veden osobně autorkou. Vzorek respondentů byl vybrán náhodně. Dotazník byl vyplněn úhrnně za všechny členy domácnosti, kteří se zúčastnili festivalu. Celkově sebraná data zahrnují údaje o 104 osobách.

Informace o návštěvnosti festivalu byly získány z interního dokumentu poskytnutého účetní MKS ČK paní Hanou Erbenovou, stejně tak údaje o rozpočtu festivalu za rok 2019 a 2020. Informace o trhovcích a stánkařích byly zjištěny z interních dokumentů organizace poskytnutých Marcelou Jiráskovou a ředitelem organizace Tomášem Šimkem. Další informace byly poskytnuty e-mailovou komunikací s ředitelem festivalu.

3 Teoretická východiska

V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy, jako je event. Následně jsou rozebrány různé přístupy k eventům, jejich typologie a motivace návštěvníků k návštěvě festivalů. Dále se teoretická část zabývá dopady eventů na destinace, konkrétně rozebírá ekonomické dopady a též rozdíl mezi ekonomickými dopady a ekonomickými přínosy. V neposlední řadě jsou zmíněny metody hodnocení těchto dopadů a přínosů.

3.1 Event

Tato kapitola se zabývá pojmem event, jeho definicí a vymezením, různými přístupy k eventům a jejich využití, typologií eventů a motivací návštěvníků k účasti na festivalech.

3.1.1 Základní definice a vymezení

Pojem event je anglického původu. Šindler (2003, s. 20), Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 8) se shodují, že se jedná o mnohovýznamový pojem, který je poměrně složité přesně přeložit a interpretovat. Podle Šindlera (2003, s. 21) má navíc každý člověk vlastní představu o tom, co tento pojem znamená, a časem dochází k posunům ve významu tohoto pojmu. *Oxford studijní slovník* (2010, s. 274) udává tři možnosti překladu a to: událost, akce a disciplína. Šindler (2003, s. 21) píše, že v různých jazycích se pro charakterizaci tohoto pojmu používají různá synonyma. Udává např. událost, zážitek, prožitek, příhoda, případ nebo představení. Podle tohoto autora i Kotíkové a Schwartzhoffové (2008, s. 8) je to důvodem, proč se pojem v českojazyčné, ale i v německojazyčné odborné literatuře často používá v anglické podobě.

Přestože se nedá tento pojem doslovně přeložit, dá se vymezením určitými klíčovými charakteristikami. Getz (2008, s. 404) „plánovaný event“ charakterizuje jako časoprostorový fenomén, který je jedinečný díky interakcím mezi prostředím, lidmi a systémy řízení a přitažlivý díky jeho neopakovatelnosti. Obdobné vymezení udává i Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 9). Ty vymezují event čtyřmi základními znaky, kterými jsou: jedinečnost a originalnost; vymezení v čase; spojení s konkrétním místem; uměle vytvořená, dopředu naplánovaná událost.

3.1.2 Různé přístupy k eventu podle jeho využití

Event v cestovním ruchu a event turismus

V cestovním ruchu (dále jen CR) eventy Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 8) definují na základě definic AIEST (1987) a Freyera (1988) jako „jedinečné, dočasné, speciálně naplánované, řízené a organizačně zabezpečené akce nebo události s dopadem na cestovní ruch.“ Zdůrazňují, že tyto akce musí být pro návštěvníky atraktivní a zvyšovat návštěvnost dané destinace, jinak se nedají chápat jako eventy CR. Autorky chápou eventy jako součást primárního potenciálu CR, tedy jako důležitou složku nabídky dané destinace. Konkrétně představují nehmotnou antropogenní složku primárního potenciálu, mohou ho výrazně zvýšit a často se stávají motivací k navštívení dané destinace (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 7). Podle Vystoupila a Kotíkové (2017, s. 48) se ne všichni autoři v tomto názoru shodují. Někteří tvrdí, že obzvláště krátkodobé eventy nemohou nebo by neměly sloužit jako atraktivita CR, důvod ale neudávají.

V souvislosti s motivací k návštěvě destinace Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 9) udávají dva typy eventů. V prvním případě je návštěva destinace primárně motivována účastí na eventu. V druhém případě neslouží event jako motivace pro návštěvu, ale jako rozšíření nabídky dané destinace a navštíví ho už v destinaci přítomní návštěvníci. První zmíněný jev by se dal též označit jako tzv. „event tourism“, který do češtiny Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 10) překládají jako „cestovní ruch událostí“. Upozorňují ale, že se běžně používá původní anglický termín. *Výkladový slovník cestovního ruchu* (Zelenka a Pásková, 2012, s. 14) udává český ekvivalent tohoto slova jako „event turismus“ nebo též „akční cestovní ruch“ a definuje ho jako formu cestovního ruchu „jejíž účastníci jsou motivováni velkou událostí“. Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 10) shrnují podstatu eventu v následující definici vypůjčené od Getze (1997):

„Event tourism můžeme definovat jako systematické plánování a rozvoj faktorů budujících image atraktivit a destinaci. Tržní segment zahrnuje účastníky cestovního ruchu, kteří cestují, aby navštívili určitou událost, nebo kteří mohou být motivováni k návštěvě určité události mimo domov.“

Getz (2008, s. 405) zdůrazňuje, že na event turismus se musí nahlížet z pohledu nabídky i poptávky. Při identifikaci poptávkového segmentu je podle Getze (2008, s. 405)

nutné se soustředit na zjištění, kdo jsou lidé, kteří cestují kvůli eventům a proč. Dále kdo navštěvuje eventy při cestování a proč. V neposlední řadě, co zde dělají a za co utrácí. V rámci nabídkové strany jsou podle tohoto autora nejrůznější eventy rozvíjeny a propagovány, aby mohl být využit jejich pozitivní dopad na destinaci (Getz, 2008, s. 405).

Event jako nástroj městského marketingu

Vystoupil a Kotíková (2017, s. 49) píše, že přístupy k eventu jsou ve světě a v České republice rozdílné. V České republice podle Ježka (2011, s. 251) stále přetrvává produktové chápání eventu, tedy jako spotřeba kultury, a ne jako součást marketingové komunikace města, která může pomoci vytvořit pozitivní asociace s městem. Ve světě jsou, podle Vystoupila a Kotíkové (2017, s. 49), eventy brány jako prvek marketingové strategie, který není nutně zařazen za účelem ekonomického růstu, ale spíše pro oživení města a změny jeho image.

Takovéto aktivity by se daly označit za marketing místa, který Zelenka a Pásková (2012, s. 185) definují jako „*marketing, jehož aktivity jsou rozvíjeny ve vztahu k určitému místu*“, kdy je jeho cílem „*zvýšení návštěvnosti místa, budování image místa*“ a „*jeho součástí může být marketing událostí*“. Marketing událostí Zelenka a Pásková (2012, s. 185) definují jako „*marketing využívající pro zvýšení návštěvnosti a zlepšení image destinace místní akce*“.

Ježek a kolektiv (2007, s. 6) definují městský marketing a marketing regionů, tedy marketing místa zaměřený na město či region, kdy dávají důraz především na udržitelný územní rozvoj jako:

„...institucionalizovanou podporu interaktivní (zpětnovazební) komunikace mezi aktéry strany nabídky a poptávky v územním rozvoji, vedoucí ke zvýšení atraktivity a image území a k posílení územní identity a angažovanosti obyvatel (...), zlepšení konkurenceschopnosti daného města či regionu“.

Ježek (2011, s. 245) udává tři pojetí městského marketingu vyskytující se v odborné literatuře. Pro tuto práci je stěžejní první z nich, který chápe městský marketing jako „*specifickou aplikační oblast obecného (komerčního, podnikového) marketingu v podmínkách měst*“, kdy „*představuje soubor teorií, postupů, technik a nástrojů, které lze bez větších problémů aplikovat na města*“.

V praxi městského marketingu se podle Ježka (2011, s. 250) uplatňují specifické strategie. Uvádí strategii transferu image, strategii klíčových zdrojů a strategii eventů. Strategie transferu image už z názvu napovídá, že se jedná o přenesení image osoby, která je s městem spojena, na město samotné. V případě strategie klíčových zdrojů celá marketingová strategie závisí na klíčových zdrojích pro dané město. Může se též jednat o osobnost, ale např. i o organizaci nebo významný festival, opět se zde ale cílí na pozitivní image města, která má posílit pozici města na trhu. Poslední ze zmiňovaných strategií, strategie eventů, podle Ježka (2011, s. 251), též pozitivně působí na image města a podporuje i pocit sounáležitosti místních obyvatel k městu, ale hlavní přednost vidí hlavně v relativně nízkých a předem odhadnutelných nákladech. Hernández-Mogollón a kolektiv (2018, s. 170) říkají, že pro rozvoj dané destinace je důležité komunikovat především lokální tradice a atmosféru místa, ve kterých tkví jedinečnost dané destinace, a to využít jako marketingový nástroj.

Eventy jako nástroj public relations firem

Jak již udával Ježek (2011, s. 245), městský marketing je též možné chápat jako aplikaci obecného či podnikového marketingu v podmínkách řízení měst. Jelikož jsou tyto pohledy aplikovatelné i na prostředí kulturních organizací, budou zde zmíněni i autoři, kteří se o event zajímají z pohledu marketingu firem.

Definici eventů, jako PR aktivit, která je aplikovatelná jak v prostředí organizací, tak firem, udává Svoboda (2009, s. 140): „*Eventy jsou komplexní akce, (...) pomáhají společně s prezentovaným obsahem uplatňovat komunikační cíle organizace či firmy ve veřejnosti.*“ I tento autor mimo jiné zmiňuje pozitivní působení eventů na image a pověst dané organizace či firmy, která eventy využívá jako komunikační formu a vyzdvihuje jeho mnohostranné využití. Kotler a Keller (2009, s. 574) se též zabývají eventy jako nástroji PR aktivit firmy, když je definují jako „*činnosti a programy financování společností, jejichž účelem je vytvářet každodenní nebo zvláštní interakce spojené se značkou*“.

Šindler (2003) potom definuje event marketing jako „*...zinscenování zážitků stejně jako jejich plánování a organizace v rámci firemní komunikace. Tyto zážitky (...) podporují image firmy a jejich produkty.*“ Tato definice je obdobná k definici marketingu událostí, jen zde autor sleduje pouze pohled firem.

Event tedy může sloužit jako hlavní motivace k návštěvě destinace nebo může obohatit nabídku destinace. Současně může pro organizace v cestovním ruchu nebo

destinační společnosti být event důležitým nástrojem městského marketingu, který pomáhá propagovat destinaci, zlepšit její image a nalákat nové návštěvníky. Stejně tak mohou event využít organizace i firmy jako nástroj public relations a komunikovat díky němu své cíle, značku nebo image s veřejností.

3.1.3 Typologie eventů

Snažit se o striktní typologizaci eventů by bylo podle Šindlera (2003, s. 36) velmi obtížné a ani by to nebylo vhodné, už kvůli tomu, že by to odporovalo podstatě eventů, tedy jedinečnosti a neopakovatelnosti. Pohledy různých autorů na tuto problematiku se tedy liší. Velmi přehlednou a obsáhlou typologii eventů nabízí Kotíková a Schwartzhoffová (2008). Nahlíží na event z pohledu cestovního ruchu a dělí je podle obsahového zaměření (tematické), cílových skupin, místa, pořadatelského subjektu, velikosti (počtu účastníků), významu, doby trvání, periodicity realizace. Šindler (2003, s. 36) předkládá základní typologii event marketingu, a to podle obsahu, doprovodného zážitku, místa, konceptu, cílových skupin. Getz (2008) zase dělí eventy podle obsahu a významu.

Na základě obsahu Getz (2008, s. 404) dělí eventy podle jejich účelu a programu, a pro všechny eventy vytyčuje dvě hlavní kategorie. Veřejné oslavy zahrnující i tzv. komunitní festivaly, které podporují občanskou soudržnost, a ostatní, které jsou na druhou stranu pořádané „za účelem soutěže, zábavy, obchodu nebo socializace“. Rozdělení Kotíkové a Schwartzhoffové (2008, s. 11) podle obsahu reflektuje přímo potřeby cestovního ruchu. Tyto autorky rozdělují eventy na:

- kulturní
- sportovní
- eventy zaměřené na místní zvyky, tradice, historii, mýty a legendy
- společenské a zábavní eventy
- náboženské eventy
- specifické eventy v cestovním ruchu
- ostatní eventy

Do kulturních eventů, které podle Vystoupila a Kotíkové (2017, s. 48) patří mezi tradiční eventy a mají dopad na návštěvníky destinace i na místní obyvatele, lze zařadit mimo jiné festivaly a přehlídky (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 18). Mezi eventy vycházející z místních tradic Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 22) řadí folklorní akce,

festivaly, přehlídky, místní zvyky. Folklorní festivaly jsou jimi považovány též za kulturní eventy, jsou ale těsně spojeny s nějakým regionem, a tedy i místními zvyky, tradicemi a kulturou, proto mají podle autorek spíše místní význam.

Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 13) dále uvádí rozdělení eventů podle významu na základě Getzovy klasifikace na:

- mezinárodní (mega events)
- značkové (hallmark events)
- regionální
- místní eventy

Místní a regionální eventy mohou být podle Getze (2008, s. 407) ne vždy využitelné v turismu. Některé již existující eventy s potenciálem v turismu lze dále rozvíjet, pokud však mají význam především pro místní komunity a jsou úzce orientovány na místní kulturu. Mělo by se patřičně zvážit, zda jich využívat v turismu, jelikož zásah do jejich autenticity a možná komercializace by mohl způsobit větší újmu než užitek. Mega eventy jsou podle Getze (2008, s. 407, 408) zaměřeny globálně a mají význam především kvůli jejich turistické atraktivitě související s tvorbou image nebo jejich roli v otázkách rozvoje.

3.1.4 Motivace návštěvníků k účasti na festivalech

Podle Vystoupila a Kotíkové (2017, s. 49) se autoři při výzkumu festivalů soustředí především na dva různé předměty. První spočívá ve výzkumu ekonomických dopadů těchto akcí. Těm je věnována jiná kapitola. Vystoupil a Kotíková (2017) se věnují druhé skupině, a tou jsou motivační faktory k návštěvě festivalu, jelikož podle nich je právě počet přilákaných návštěvníků klíčový pro úspěšný event marketing v rámci městského marketingu. Výsledky výzkumu publikovali v knize *Městský cestovní ruch* v roce 2017.

Výsledky jejich výzkumu ukázaly, že největší vliv na návštěvu festivalu má atmosféra a prostředí, a proto by se měla věnovat náležitá pozornost místu konání festivalu a jeho zkvalitňování. Příznivým zjištěním je, že cena není rozhodujícím aspektem při rozhodování navštívit festival. Dále bylo zjištěno, že jednotlivé služby mají vliv na celkovou spokojenost s festivalem. Zejména se jedná o ubytovací služby a služby spojené se sociálním zařízením. Velmi dobře je též vnímána tradice, která pozitivně působí zejména na návratnost návštěvníků v budoucnu, proto je důležité tento aspekt dobře využít při prezentování festivalu. Pro přilákání nových návštěvníků je též vhodné festival prezentovat jako příležitost pro setkávání s přáteli.

Akhoondnejad (2016) se ve svém výzkumu zabýval propojením autenticity festivalu s jeho kvalitou, hodnotou, spokojeností, důvěrou a loajalitou návštěvníků k danému festivalu. Výsledky výzkumu ukazují na to, že pokud by byl festival vnímán jako autentický, s větší pravděpodobností by byl vnímán i jako vysoce kvalitní a hodnotný, a tím pádem by vedl i k větší spokojenosti návštěvníků festivalu, jinak řečeno vnímání autenticity ovlivnilo vnímanou kvalitu, hodnotu a spokojenost (Akhoondnejad, 2016, s. 475).

3.2 Dopady eventů na destinaci

Pořádání eventů může mít mnoho pozitivních dopadů. V kapitole 3.1.2 je popsáno, že eventy mohou být využívány jako marketingový nástroj, který mimo jiné může zlepšit image destinace. Tím může docházet i ke zlepšení návštěvnosti v budoucnu, k posilování územní identity či zlepšení konkurenceschopnosti destinace (Ježek, 2007; Getz, 2008; Zelenka a Pásková, 2012; Kotíková a Schwartzhoffová, 2008; Hernández-Mogollón a kolektiv, 2018). Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 16) navíc vyzdvihují event jako nástroj vhodný pro ovlivnění mimo sezónní návštěvnosti.

Hernández-Mogollón a kolektiv (2018, s. 170) upozorňují, že výzkumy jsou často orientovány na sledování dopadů mega eventů, zejména ekonomických dopadů sportovních událostí. Například OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development) se ve svém LEED programu (Local Economic and Employment Development), kde se snaží reagovat na ekonomické změny globálního světa, zaměřuje mimo jiné na význam a roli konání mezinárodních (mega) eventů pro místní rozvoj (OECD, 2010, s. 12). Nebylo tak ale vždy. Etemad a Motaghi (2018, s. 1033) se ve svém výzkumu zabývají přeorientováním se z pořádání lokálních eventů na pořádání mezinárodních eventů. To vidí jako důsledek snahy k přilákání více mezinárodních návštěvníků a tím i více finančních prostředků, přestože tradičně pozornost směřovala spíše k pořádání lokálně zaměřených eventů.

Podle Hernández-Mogollón a kolektiv (2018, s. 170) se pouze malé množství studií zabývá malými eventy a specificky kulturními eventy. Tvrdí, že tyto malé eventy mohou mít vliv na již zmiňovanou transformaci image destinace, jelikož se o ní zvedne povědomí a díky tomu se zvýší i výnosy v destinaci. Toto tvrzení doplňují tím, že image ovlivňuje vnímání turistů a tím i jejich chování a rozhodování ve vztahu k destinaci, takže pokud se rozhodnou destinaci navštívit, má to dopad na rozvoj cestovního ruchu v destinaci a tím i

na její konkurenceschopnost. Podle Vystoupila a Kotíkové (2017, s. 48) a Liu (2014, s. 984) též mají eventy významné dopady na cílovou skupinu návštěvníků, a především pak na místní obyvatele dané destinace, jejichž podpora je důležitá pro udržitelnost eventů.

3.2.1 Ekonomické dopady eventů

Mezi ekonomické dopady mega eventů podle OECD (2010, s. 12) patří vytváření nových pracovních míst, růst podnikatelské sféry, zlepšení infrastruktury a komunitní rozvoj. Upozorňuje však na to, že pozitivní dopady nepřicházejí automaticky ani náhodně, ale pouze pokud je event dobře zorganizován a je správně začleněn do dlouhodobého plánu rozvoje. To by mohlo obdobně platit pro všechny eventy, jen by se dopad lišil svým významem podle velikosti eventů. Etemad a Motaghi (2018, s. 1033) jmenují ekonomické dopady eventů na růst regionální ekonomiky, jako je tvorba pracovních míst nebo generování bohatství a příjmů. Podle Torre a Scarborough (2017, s. 621) je jedním z důvodů pro organizování eventů snaha přilákat turisty, a tím i finanční prostředky do místní ekonomiky. Podle Raabové (2010, s. 5) mají eventy ekonomický dopad na zvýšení ukazatelů jako je celková produkce ekonomiky, HDP, výběr daní, a tím zvýšení příjmů do veřejného sektoru či zvýšení běžného účtu platební bilance. Dále rozlišuje sociální či socio-ekonomické dopady, jako je zaměstnanost, příjmy zaměstnanců a obyvatel destinace, které ale též zařazuje pod ekonomické dopady.

Z této diskuse autorů vyplývá, že eventy mají dopad na:

- tvorbu nových pracovních míst
- zvýšení příjmů zaměstnanců a obyvatel destinace
- komunitní rozvoj
- zlepšení infrastruktury
- přilákání finančních prostředků a investic
- růst podnikatelské sféry
- zvýšení makroekonomických ukazatelů

Podle Getze (2008, s. 407) se ale často soustředí pozornost pouze na ekonomické hodnoty eventů, což by podle něho mohlo vést k omezení jeho udržitelnosti.

3.2.2 Ekonomické dopady a přínosy

Přestože v literatuře se můžeme setkat s užíváním pojmů dopad (impact) a přínos (benefit) jako synonymy, pro tuto práci je důležité jejich rozlišení, jelikož mají vliv na užitou metodiku. O ekonomické dopady a ekonomické přínosy se zajímá Raabová (2010, s. 10), která tento koncept přejímá od Whitinga (1999, 2004).

Raabová (2010, s. 9) píše, že „*ekonomické dopady sledují ekonomickou aktivitu vyplývající z každé utracené koruny v určité geografické oblasti bez ohledu na to, odkud tyto peníze plynou*“. Dopady tedy reflektují všechny vynaložené prostředky, u kterých není důležitý jejich původ, ale pouze to, že byly ve zkoumané oblasti vynaloženy.

U ekonomických přínosů je kromě rozlišení, kde byly prostředky utraceny, důležité rozlišovat, odkud finanční prostředky přišly. Podle Raabové (2010, s. 10) přínos pro destinaci vznikne pouze v tom případě, pokud by se bez zkoumané akce či organizace finanční prostředky v destinaci neutratily. Je předpoklad, že finanční prostředky, které pocházejí ze zkoumané oblasti, by byly ve zkoumané oblasti utraceny i bez zkoumané akce, a neznamenal by tedy nový příjem pro referenční oblast. Ekonomické dopady tedy zaštiťují i ekonomické přínosy, ne každý ekonomický dopad ale musí být i čistým přínosem pro zkoumanou oblast. Podle Raabové, (2010, s. 10) se čisté přínosy vypočítají tak, že se z celkového ekonomického dopadu zahrnou pouze nové příjmy plynoucí do zkoumané oblasti. Nezahrnou se výdaje místních návštěvníků (pocházejících ze zkoumané oblasti) a výdaje zkoumané organizace (nebo organizace pořádající event), ale pouze výdaje cizích návštěvníků a výdaje organizace, které pochází z nemístních zdrojů a byly utraceny ve zkoumané oblasti.

Obdobný přístup využívá Jurajda a kolektiv (2006, s. 6) v jeho konceptu regionalizace, kde rozlišuje vynakládání finančních prostředků podle původu, přestože na dopady a přínosy takto explicitně nerozděluje. Ve své analýze píše, že cílem je vypočet prvotního ekonomického dopadu, pojmy dopad a přínos v průběhu zaměňuje. Je ale pravděpodobné, že tím myslí právě výpočet ekonomických přínosů, jak je chápe Raabová (2010), jelikož je zde reflektován původ finančních zdrojů.

3.3 Hodnocení ekonomických dopadů a přínosů kulturních akcí

Hodnocení ekonomických dopadů je podle Getze (2008, s. 403) důležité pro konkurenceschopnost dané destinace a prokázání ekonomické hodnoty eventů. Studie

ekonomických dopadů mohou sloužit jako argumentace při rozhodování o alokaci prostředků nebo získávání dotací (Marková, 2012, s. 2; Getz, 2008, s. 403). Podle Raabové (2010, s. 6) je zpracovávání takové studie důležité pro mnoho různých aktérů, od organizace samotné, přes její dárce, sponzory a poskytovatele dotací, až k široké veřejnosti a místním obyvatelům. Objevují se zde ale i názory, že měření ekonomických dopadů nejsou potřeba, jelikož edukační a sociální funkce eventů nelze měřit návštěvností a ziskem (Marková, 2012, s. 2).

3.3.1 Různé metody a přístupy k hodnocení ekonomických dopadů

Pro zhodnocení ekonomických dopadů jsou využívány nejrůznější metody. Například Brida a kolektiv (2017, s. 69) využívají ve své studii metodu cestovních nákladů (TCM – travel cost method). Dalo by se říci, že tato metoda pracuje s cestovními náklady jako s cenou návštěvy destinace (Tošovská, 2004, s. 25). Celková ekonomická hodnota podle Bridy a kolektivu (2017, s. 68) zahrnuje tzv. užitnou (souvisí s využitím a dá se vyjádřit v hotovosti) a nežitnou hodnotu. Ta souvisí s vnitřní hodnotou existence či odkazu. Podle Tošovské (2004, s. 25) však metoda TCM umožňuje postihnout „*pouze ztráty přímé užité hodnoty rekreační lokality*“, nikoliv ocenění existenční hodnoty dané lokality.

Torre a Searborough (2017, s. 621) píší, že existují dvě nejběžnější analytické metody pro měření ekonomických dopadů. První je založená na aplikaci multiplikátorů výdajů a hodnotí dodatečné výdaje v regionu, které sem donesli turisté účastníci se eventu. Druhá využívá přístup spočívající v analýze nákladů a přínosů (CBA – cost-benefit analysis) a je založena na porovnání celkových společenských užiteků a celkových společenských nákladů (Torre a Searborough, 2017, s. 621). Ve svém výzkumu tyto dvě metody porovnávají a docházejí k závěru, že „*studie multiplikačních efektů bude vždy přinášet pozitivní výsledek, zatímco CBA může přinést i výsledek negativní*“ (Torre a Searborough, 2017, s. 626). Dodávají ale, že výsledek obou postupů se podstatně neliší. Z výzkumu vyplynulo, že více vhodná metoda je CBA, přesto je ale více při hodnocení eventů využívána metoda aplikace multiplikačních výdajů, nejspíše kvůli větší náročnosti získávání dat nutných pro využití metody CBA.

Metodu aplikace multiplikátorů výdajů, neboli input-output analýzu, využívá ve své studii i Raabová (2010) nebo Jurajda a kolektiv (2006). Jedná se o metodu zkoumání dopadů na makroekonomické úrovni, kdy se hodnota dopadů „*odráží ve stimulaci dalších*

ekonomických odvětví prostřednictvím přímých, nepřímých a odvozených dopadů“ (Brida a kolektiv, 2017, s. 68). Jako přímé dopady jsou Raabovou (2013, s. 7) chápány „*změny v ekonomice v důsledku přímých výdajů kulturní organizace nebo návštěvníků*“. Nepřímé dopady jsou potom dopady vzniklé v důsledku multiplikačního efektu. Podle Raabové (2014, s. 9) je input-output analýza nejpřesnější a nejsložitější metodou hodnocení dopadů. Jedná se o meziodvětvovou analýzu, pomocí které lze kvantifikovat vzájemné vazby mezi subjekty, odvětvími či sektory v ekonomice na základě sestavení input-output tabulek a určení multiplikátorů (Raabová, 2014, s. 9). Tereza Raabová vytvořila metodiku výpočtu ekonomických dopadů kulturních organizací, která byla v rámci projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR uznána ministerstvem kultury ČR jako certifikovaná metodika (Raabová, 2014, s. 2). Meziodvětvová analýza je však v českém prostředí kvůli její náročnosti používána jen výjimečně (Raabová, 2013, s. 29).

Raabová (2010, s. 27) píše, že prakticky je tato metoda využívána v tzv. studiích ekonomického dopadu nebo v modelech pro výpočet ekonomického dopadu. Studie ekonomického dopadu počítají ekonomické dopady konkrétních organizací nebo událostí na regionální ekonomiku (Raabová, 2010, s. 27). Modely pro výpočet ekonomického dopadu už v sobě mají zahrnut vypočítaný multiplikátor a tím zjednodušují analýzu dané organizace či eventu, a navíc umožňují porovnání různých studií (Raabová, 2010, s. 29).

Raabová na základě své metodiky vytvořila univerzální model pro výpočet ekonomických dopadů, tzv. online kulturní kalkulačku ekonomických dopadů. Tato kalkulačka umožňuje vypočítat jak přímé, tak i multiplikované dopady (KULKAL, 2015). Model však vypočítá pouze dopady na celou Českou republiku. Na výpočet lokálních dopadů model není vhodný, jelikož je konfigurován na základě struktury ekonomiky celé ČR (Raabová, 2013, s. 29). Další nevýhodou je, že je možné spočítat pouze dopady výdajů návštěvníků, nikoliv i výdajů organizace, které je též potřeba zohlednit pro výpočet celkových dopadů (Raabová, 2014, s. 14).

Pro zhodnocení dopadů je podle Raabové (2014, s. 7) možné využít i metodu založenou na jednoduchých výpočtech, které budou posuzovat náklady a výnosy eventu. Klíčová je tedy samotná podstata konceptu dopadů a přínosů. Pro tuto metodu stačí do výpočtu dopadů zahrnout pouze ty náklady, které skončí na území zkoumané destinace, pokud chceme spočítat přínosy, musí být bráno v potaz i odkud se peníze vzaly a započítat pouze ty, které nepřišly ze zkoumané oblasti.

Koncept přínosů, jak již bylo dříve řečeno, reflektuje i tzv. regionalizace finančních toků, kterou využívá Jurajda a kolektiv (2006). Tento pojem souvisí s odlišením původu finančních prostředků. Na základě tohoto předpokladu Jurajda a kolektiv (2006, s. 495) nabádá k posuzování každého finančního toku samostatně, s ohledem na to, odkud tento přišel a kde skončil. Schéma takového posouzení zobrazuje Tabulka 1.

Tabulka 1 Regionalizace finančních toků

		Užití peněz	
		Region (R)	Mimo region (I)
Původ peněz	Mimo region (a)	Přítok ($a \cdot R$)	Neutrální ($a \cdot I$)
	Region (r)	Redistribuce ($r \cdot R$)	Odtok ($r \cdot I$)

Zdroj: převzato z Jurajda a kolektiv (2006), vlastní zpracování

Rozlišuje čtyři kategorie a to přítok, odtok, redistribuci a neutrální. Přítok označuje finanční zdroje, které do zkoumané oblasti přitékají zvenčí, tedy cizí zdroje investované do zkoumané oblasti. Odtok označuje zdroje původem ze zkoumané oblasti, které ale skončí mimo tuto oblast. Redistribuce je pouze přesun finančních prostředků v rámci zkoumané oblasti a neutrální zase prostředky, které jsou původem mimo zkoumanou oblast, ale také mimo oblast zůstanou. Region v tabulce označuje zkoumanou oblast, může jí být město, kraj, nebo celá ČR (Jurajda a kolektiv, 2006, s. 495).

4 Vlastní práce

4.1 Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec

Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec představuje nejvýznamnější akci tohoto druhu v Královéhradeckém kraji. V posledních letech patří i mezi nejvýznamnější festivaly v Evropě, a to díky kvalitnímu a špičkovému mezinárodnímu i tuzemskému obsazení folklorních souborů (Ceprová, 2013). Festival, konající se z pravidla v srpnu během pěti dnů, každoročně navštěvovaly tisíce diváků. Ti měli možnost zúčastnit se programu jak v přírodním areálu u Divadla J. K. Tyla v Červeném Kostelci, dalších částech města, tak i v jiných městech regionu (Ceprová, 2013).

Festival je pod patronací Mezinárodní organizace lidového umění IOV (MFF ČR, 2021a), patřící k nevládním organizacím UNESCO (NÚLK, 2021). Tato organizace byla založena v roce 1979 za účelem zachování lidového kulturního dědictví ve všech jeho podobách a podporuje mezinárodní a národní festivaly věnované lidovým tancům, hudbě a písni, a další související akce (IOV, 2020). Festival byl uskutečněn i v roce 2019 a 2020 pod záštitou ministra kultury, poslanců Pavla Bělobrádka a Jana Birkeho a je finančně podporován i dalšími partnery (MFF ČR, 2021). Tato podpora ukazuje význam festivalu.

4.1.1 Vznik festivalu

Okolo roku vzniku festivalu panují menší nejasnosti, respektive různé zdroje se v některých informacích rozcházejí. V textu zmiňované zdroje se shodují na tom, že se festival původně jmenoval U nás na Náchodsku a uskutečnil se díky spojení úsilí Osvětové besedy Žernov a Závodního klubu Grafických tiskáren Červený Kostelec (kulturní zařízení). Dále je možné, že u vzniku festivalu figurovalo výročí vydání Babičky od Boženy Němcové jako motivace k pořádání a byl i z toho důvodu uskutečněn v blízkosti zříceniny hradu Rýzmburk v Babiččině údolí.

Oficiální internetové stránky festivalu (MFF ČR, 2021a) označují za rok vzniku festivalu rok 1952. Na těchto stránkách se píše: „...uskutečnily v roce 1952 u příležitosti 100. výročí prvního vydání románu *Babička* slavnost, která se konala v prostoru kolem zříceniny hradu Rýzmburk v Babiččině údolí“. Podle Drahoňovského (2011, s. 44) vznikl festival na počátku 50. let minulého století. Průvodky festivalu však jako nultý ročník

festivalu označují rok 1954 (Ceprova, 2013) a stejný rok zmiňuje i brožura k 50. MFF ČK (MKS, 2004). Pokud se vezme v potaz, že v roce 2020 se konal 66. ročník MFF ČK, tak opravdu nultý ročník vychází na rok 1954.

Podle průvodky festivalu z roku 1954 (Ceprova, 2013) též na počátku vzniku festivalu stálo i založení souboru Hadař, o čemž vypovídá následující citace: „...*napadlo Vlastibora Štyranda, že bychom na podzim měli pro JZD uspořádat řádné družstevní dožínky. (...) ...když dožínky, (...) tak s řádnými národopisnými soubory a když už tak proč nemít soubor svůj*“. S tím, že s nápadem přišel Vlastibor Štyrand, souhlasí i Drahoňovský (2011, s. 44), ale o Hadaři píše, že „*skupina mladých nadšenců nacvičovala lidové tance z Podkrkonoší a s nimi se od roku 1954 podílela na programu slavnosti lidových tanců a písní U nás na Náchodsku, které (...) navazovaly na tradici lidových dožínkových zábav.*“ Z tohoto textu vyznívá, že Hadař fungoval ještě před festivalem, ale též autor uznává, že Hadař vystupoval na slavnostech od roku 1954. Na stránkách festivalu (MFF ČK, 2021a) se však píše, že Hadař měl premiéru již v roce 1952. Rok 1952, jako rok založení Hadaře, je použit i v brožure vydané ke 49. MFF ČK (MKS, 2003, s. 26). V brožure k 50. MFF ČK se však píše: „*Psal se rok 1954. (...) A aby té práce nebylo málo, ustavil Závodní klub Grafických tiskáren taneční skupinu, která se měla podílet na programu, a ze které se později vyklubal soubor Hadař*“ (MKS, 2004). Tedy Hadař byl podle tohoto textu přímo ustanoven za účelem vystupování na slavnostech.

Možné vysvětlení je, že, jak uvádí Drahoňovský (2011), slavnosti či jejich předchůdce vznikly v nějaké podobě dožínkových zábav v roce 1952, slavnosti lidových tanců a písní U nás na Náchodsku. Ve své více festivalové podobě se však ustanovily až déle, nejspíše právě v roce 1954. Jisté je, že v roce 2020 proběhl již 66. ročník tohoto festivalu, jehož počátek sahá do 50. let 20. stol., a který navazuje na dožínkové slavnosti.

4.1.2 Vývoj festivalu

Ze začátku festival trval pouze jeden den a konal se zpravidla v neděli. V roce 1960 byl rozšířen o sobotní program, ten však nebyl každoročním pravidlem. Na dvou dnech se počet dní ustálil od roku 1965, a to až do roku 1993. Z počátku se též proměňovala doba konání. Jednalo se o konec srpna, začátek září, druhou polovinu května či června. Od roku 1963 se datum konání ustálilo na konci srpna.

Hlavní program zprvu probíhal v neděli odpoledne a postupně vznikaly pokusy o jeho rozšíření na sobotu večer, které se postupně ujaly, a festival se ustálil na dvou

hlavních programech. Byly zde ale i další pokusy o rozšíření programu, např. úspěšné komorní koncerty světové hudby v kostele v sobotu odpoledne, které ale nemohly po krátkém fungování dále pokračovat. Dále pořady v Muzeu Boženy Němcové v České Skalici, o ty ale nebyl moc velký zájem (MKS, 2004).

Podle MFF ČK (2021a) byl během 60. a 70. let festivalu vtisknut lidový ráz a díky vhodnému výběru námětů i účinkujících byla úroveň pozvednuta natolik, že se ze slavností písní a tanců stal významný folklorní festival. Průměrně se festivalu účastnilo 5 souborů, někdy ale až 9. Pokud se festivalu účastnily zahraniční soubory, tak byly maximálně dva a většinou se jednalo o soubory z Finska, Polska, Maďarska, Německa, Itálie nebo Belgie. I tak je obdivuhodné, že v totalitním režimu byly organizátoři schopni zajistit účast zahraničních souborů.

Od roku 1991 je pořadatelem festivalu Městské kulturní středisko Červený Kostelec (MKS ČK) a spolupořadatelem město Červený Kostelec. V roce 1993 byl festival rozšířen na tři dny a poprvé se konal v přírodním areálu u Divadla J. K. Tyla, jelikož areál na Rýzmburku už nebylo možné dále využívat (MKS, 2004). O dva roky později byl opět rozšířen o jeden den a od roku 1996 se ustálil na pěti dnech až do současnosti.

Od roku 1993 také začal stoupat počet účinkujících folklorních souborů a navyšovat se počet těch zahraničních. Během let vystoupal počet až 15-20 souborům, kdy jich přes polovinu bývá zahraničních. V roce 1995 byl festival rozšířen o další programy v té době nazývané jako *Roztančené město*, *Tančí celý svět*, *Rozjásané ulice*. V roce 2000 dostal festival nový název, který více vypovídá o nynější povaze festivalu, a to Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec.

Kapitola 4.1.2 byla zpracována na základě průvodek festivalu dostupných na stránkách města Červený Kostelec (Ceprová, 2013), pokud byl využit jiný zdroj, je na něj odkázáno přímo v textu.

4.1.3 Folklorní soubory Hadař a Hadárek

Na začátku vzniku festivalu stál i folklorní soubor Hadař. Ten se každoročně se svými lidovými tanci z Podkrkonoší podílel na programu tohoto festivalu (Drahoňovský, 2011, s. 44). Brzy se stal jedním z nejlepších souborů tohoto charakteru v Hradeckém kraji, kdy vystupoval na festivalech v různých koutech republiky a mnohokrát i v zahraničí (Drahoňovský, 2011, s. 44). V roce 2004 Hadař zanikl, podle

Janušové (2021) kvůli nedostatku zpěváků a tanečníků. Jak píše Drahoňovský (2011, s. 45), je to jistě škoda, jelikož tím město přišlo o folklorní reprezentaci.

Podařilo se ale aspoň zachovat dětský soubor Hadárek, který pokračuje v této folklorní tradici a město Červený Kostelec a folklor místního regionu na festivalu reprezentuje do současnosti (Janušová, 2021). Hadárek byl založen jako přípravek souboru Hadař (Janušová, 2021) v roce 1960 a premiéru měl na 7. ročníku festivalu v roce 1961 (Ceprová, 2013). Náplní vystoupení byly zprvu taneční hry a říkanky a Hadárek vystupoval na různých slavnostech, při různých oslavách, v mateřských školkách, při vítání občánků a dalších podobných příležitostech, ale hlavně na festivalu U nás na Náchodsku, kde byl v minulosti jediným dětským souborem (Drahoňovský, 2011, s. 45, 46). Dnes se prezentuje na MFF ČK, kde předvádí tance, písničky, dobová říkadla, zvyky či profese, jejichž náměty jsou čerpány z Podkrkonoší a Podorlicka (MKS, 2003).

4.1.4 65. ročník Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec

Program

Již 65. ročník MFF ČK proběhl 14. - 18. srpna 2019 od středy do neděle. Festival byl tradičně zahájen ve středu v 18 hodin, kde po slavnostním zahájení proběhl koncert Richarda Krajčy a Nikose Grigoriadise (MKS ČK, 2019). O zahajovací koncerty populární hudby je velký zájem i u lidí, kteří by o folklorní festival běžně zájem neměli (Hanušová, 2020). Pro festival jsou koncerty příznivé nejen kvůli tomu, že díky nim stoupá celková návštěvnost festivalu, ale též proto, že bývají vyprodány již v předprodeji, a to znamená předem známý výnos pro organizátory (Hanušová, 2020).

Každoročně můžeme na festivalu zaznamenat již tradiční a oblíbené programy. Ve čtvrtek je zařazen program *Folklorní svět u nás* a *Tančí celý svět*. V pátek je možné navštívit program *Zpíváme a hrajeme ve městě*, kdy soubory předvedou svá vystoupení v ulicích města, a *Festival je v polovině*. V sobotu se koná *Mše svatá* nebo *Volba o nejoblíbenější soubor*, především je ale významné *Galapředstavení* (MKS ČK, 2019).

Při *Galapředstavení* se předvedou všechny pozvané soubory. Tento program je na rozdíl od ostatních navštěvován i návštěvníky z daleka a zaznamenává největší návštěvnost ze všech programů festivalu. U ostatních programů převažují hlavně místní či návštěvníci z blízkého okolí (Hanušová, 2020, s. 47).

V neděli je zařazen program *Průvod ulicemi města, Muzikanti hrajte* a festival je ukončen programem *Loučení s festivalem*. Vždy je i zařazen další program, jako například folklorní muzikál, který je každoročně obměňován (MKS ČK, 2019).

Významným obohacením tohoto ročníku byly dvě celovečerní představení VOS ONDRÁŠ, který vystoupil ve čtvrtek 15. 8. v Divadle J. K. Tyla s programem *Krajinou času* a v pátek 16. 8. pak v přírodním areálu s programem Ondrášovské putování (MFF ČK, 2021).

Doprovodný program

Festival od pátku do neděle nabízí i doprovodný program a herní zónu pro děti. Nabízí program zdarma jako zábavný stánek společnosti Albi, malování na obličej, zapůjčení a vyzkoušení koloběžek KOSTKA, stánek se zvířaty z Mini Terra ZOO, kde je možné se o nich něco dozvědět nebo jízdu na poníkovi. Na festivalu je možné si i zasportovat, a to při programu *Gymnastika v tělocvičně* nebo *Míčové dovednostní hry* na volejbalovém hřišti.

Další doprovodný program probíhá v Domku Boženy Němcové, a to jak neplacený, tak placený. V rámci neplaceného programu bylo v případě 65. ročníku možné zhlédnout vystoupení kouzelníka. Placený zahrnoval tvůrčí dílny, v tomto ročníku to byly dílny *Hračky a hry a Mít šperky jako Božena Němcová, Pohádkové sklepení*, nebo *Večerní prohlídka Domku Boženy Němcové*, které obohatily příběhy původního majitele tohoto domku. Tento placený program byl zpoplatněn za 50 Kč. Součástí doprovodného programu jsou i dílničky pro děti v rámci řemeslného jarmarku.

Celá podkapitola byla zpracována na základě MFF ČK (2019).

Řemeslné trhy a stánky

Jak již bylo řečeno, součástí programu jsou i řemeslné trhy, kdy někteří trhovci předvádějí své dovednosti, jiní zase přivezou i tvořivou dílnu pro děti. Příkladem z 65. ročníku mohou být umělečtí kováři, výrobci tepaných šperků z chirurgické oceli, ukázky a prodej drátkovaných výrobků či tvoření pískem, ale i další dílny připravené pro děti. Dále lze na trzích nakoupit různé dřevěné výrobky či dekorace, keramiku, textil či oblečení a další doplňky jako jsou šátky či čepice, háčkované hračky, svíčky, spony do vlasů nebo přírodní kosmetiku. Nechybí ani šperky či bižuterie. Najde se zde i něco na zub, a to například koláče, trdelníky, holandské sýry, koření, med i medovina nebo ovocná vína.

V areálu festivalu nechybí ani stánky s občerstvením. Jsou zde zajištěny stánky s nápoji, kde lze zakoupit koktejly, kávu, 12 druhů piv ze 7 různých pivovarů, či víno. Nechybí ani masné výrobky, klobásy či další uzeniny, knížecí špízy, prase na rožni, langoše nebo bramboráky. Pro milovníky sladkého jsou k dispozici stánky s cukrovinkami, ale je možnost zakoupit i různé zdravé dobroty.

Celá podkapitola byla zpracována na základě Jirásková (2019) a Šimek (2019).

Folklorní soubory

Na 65. ročníku MFF ČK se předvedlo celkem sedmnáct folklorních souborů. Pět jich bylo z České republiky. Jednalo se o folklorní soubory Úsměv z Horní Břízy, folklorní soubor Míkovjan o.s. z Uherského Hradiště, Vojenský umělecký soubor ONDRÁŠ z Brna, který je jediným profesionálním souborem svého druhu v České republice (UVSO, 2021). Vystoupily též dva dětské soubory, a to dětský folklorní soubor Ondrášek, který funguje jako příprava pro VUS ONDRÁŠ, a červenokostelecký soubor Hadárek.

Z Evropy přijelo celkem šest souborů. Dva byly ze Slovenska, a to Folklórny súbor Chemlon Humenné a Folklórny súbor Mostár. Dále na festivalu vystoupil soubor Kostolac ze Srbska a soubor Madara z Bulharska. Na tomto ročníku též vystoupili praporečníci, a to skupina Sbandieratori dei Casali di Tufo di Minturno z Itálie. Velkou zajímavostí byla skupina Les Herons des Lacs z Francie, jejichž folklorní specialitou je tanec a vystoupení na chůdách.

Z ostatních koutů světa přijelo též šest souborů. Dva přijely z Asie, a to folklorní skupina Kirakira Hikaru Arts JAPAN z Japonska a skupina HSIN CHUAN DANCE STUDIO z Taiwanu. Z Amerického kontinentu přijel soubor Dunsmuir Scottish Dancers, který je ze San Franciska a soustředí se na skotskou kulturu. Dále soubor ACADEMIA DE PROYECCIONES FOLCLÓRICAS ESPLENDORY CULTURA z Panamy a skupina Albricias Dance Group z Argentiny. Velmi exotickým souborem je jistě skupina TE MANU z Velikonočních ostrovů (Polynésie).

Není jistě k podivení, že právě skupina z Velikonočních ostrovů získala první místo v divácké soutěži o nejoblíbenější soubor. Na druhém místě se umístila skupina Les Herons des Lacs z Francie a třetí místo získal dětský soubor Hadárek z Červeného Kostelce.

Pokud není řečeno jinak, byla celá podkapitola zpracována na základě MFF ČK (2021).

Vstupenky

Na festival bylo možné zakoupit permanentní vstupné nebo jednotlivé vstupné. Permanentky byly rozděleny na dva druhy podle toho, zda zahrnovaly i zahajovací koncert či nikoliv. Permanentka, která platila na celý festival včetně koncertu, stála 550 Kč, permanentku bez koncertu bylo možné pořídit za 290 Kč.

Jednotlivé vstupné na středu bylo za 350 Kč, od 1. 8. 2019 potom za 390 Kč. Snížené vstupné na středu bylo 180 Kč, od 1. 8. 2019 za 200 Kč. Na čtvrtek a neděli byly vstupenky v prodeji za 100 Kč, na sobotu a pátek potom za 130 Kč. Snížené vstupné na jednotlivé dny od čtvrtka do neděle bylo 50 Kč.

Snížené vstupné mohli využít rodiny s dětmi do výšky 150 cm, pro děti pod 100 cm byl vstup zdarma (s výjimkou střeďečního slavnostního zahájení). Slevu mohli uplatnit též držitelé Rodinných či Senior pasů. Vlastníci Senior pasů mohli získat 30% slevu ze vstupného na sobotní program, zaplatili tedy 90 Kč. K Rodinnému pasu držitelé obdrželi ke každé zakoupené vstupence dětskou vstupenku zdarma.

Celá podkapitola byla zpracována na základě MFF ČK (2019a).

Organizace

Jedním z hlavních organizačních aspektů je zajištění ubytování, stravování a přepravy z místa ubytování do přírodního areálu účinkujícím na festivalu. Podle slov ředitele festivalu (Šimek, 2020b) jsou účinkující ubytováni na různých místech a zařízeních jako jsou Domovy mládeže, ale i v pensionech či hotelech. V roce 2019 to byl v Červeném Kostelci Domov mládeže, volnočasové a vzdělávací centrum Háčko a pension Hepnarovi. V Náchodě to byl též Dům mládeže a v Hronově Hotel Radnice. Náklady na ubytování a stravování jsou hrazeny MKS ČK. Doprava běžně hrazena není, ale zahraničním souborům jsou, pokud využily leteckou dopravu, zajišťovány transfery na letiště a doprava z ubytování na festival. Propagace probíhala např. skrze tři vyvěšené billboardy a zhruba dvacet dalších bannerů ve velikosti 2x1 m a 3x1 m umístěných na plotech u silnic. V roce 2019 byl festival též propagován v novinách Echo, Náchodský deník, U nás v kraji a na rádiích Impuls, Country, či Černá Hora.

Celá podkapitola byla zpracována na základě Šimek (2020b).

4.1.5 66. ročník Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec

Program

66. ročník MFF ČK proběhl v termínu od pátku 21. 8. do neděle 23. 8. 2020. Oficiální zahájení v pátek v 18 hodin bylo doprovázeno koncertem folkrockové kapely Fleret. Ještě před zahajovacím koncertem bylo možné od 16 hodin obdivovat historické automobily či motorky na srazu veteránů spolupořádaném Klubem historických vozidel Metuje. V sobotu byla uvedena ze stálých programových bloků *Mše svatá* a *Galapředstavení*, dále byl programový blok obohacen o program *Hrajeme si postaru aneb odpoledne plné staročeských her* a *MFF s volejbalem*. V neděli se uskutečnil koncert cimbálových muzik (MFF ČK, 2020).

Doprovodný program

Bohatý doprovodný program a herní zóna pro děti byl připraven na sobotní festivalový den. I tentokrát byl k dispozici stánek společnosti Albi, malování na obličej, malování kamínků i stánek se zvířaty z Mini Terra ZOO či další atrakce.

Opět probíhal placený i neplacený program v Domku Boženy Němcové. V rámci neplaceného programu mohly děti zhlédnout představení *Princezna Čokoláda*. Placený program i tento rok zahrnoval tvůrčí dílny, tentokrát s názvem *I ty buď pašerákem!*, *Pohádkové sklepení* i *Podvečerní komentovanou prohlídku*, která tentokrát prováděla výstavou *Josef Němec a jeho svět* v Domku Boženy Němcové. Tento placený doprovodný program byl přístupný za 40 Kč.

Další dílny pro děti byly zajištěny v rámci řemeslného jarmarku. Byl zde ale připraven i program pro dospělé, a to například ukázky a workshopy práce s kváskem, zadělání těsta atd. Dále ukázky pletení z vrbového proutí s možností si takovou činnost vyzkoušet.

Celá podkapitola byla zpracována na základě MFF ČK (2020).

Řemeslné trhy a stánky

I v roce 2020 bylo možné v rámci řemeslných trhů nakoupit různé předměty od dřevěných výrobků, keramiky, šperků, přes mýdla či přírodní kosmetiku, až k textilním výrobkům jako jsou tašky, kabelky, ubrusy, chňapky či zástěry. Možné bylo nakoupit i různé pochutiny, a nechyběly ani stánky s občerstvením, i když jich bylo o poznání méně než v předchozích ročnících (Jirásková, 2020; Šimek, 2020a).

Folklorní soubory

V roce 2020 se na 66. ročníku MFF ČK představilo šest folklorních souborů. Čtyři z toho byly z České republiky. Jednalo se o folklorní soubor Gaudeamus spjatý s VŠE Praha, Folklorní soubor Jaro z Ústí nad Orlicí, Folklorní spolek Vsacan ze Vsetína a dětský soubor Hadáček z Červeného Kostelce. Z cizích souborů zde vystoupily dva slovenské, a to Folklorní soubor Šarišan z Prešova a Folklorní soubor Dúbrava též z Prešova (MFF ČK, 2020).

Vstupenky

Tento ročník bylo pouze jednotlivé vstupné. Na páteční program bylo stanoveno ve výši 150 Kč za plné vstupné a 50 Kč za snížené vstupné. Na sobotní program činilo vstupné 70 Kč, snížené potom 30 Kč. V neděli bylo vstupné dobrovolné. Snížené vstupné opět platilo pro děti do 150 cm, děti do 100 cm měly vstupné zdarma. Jako minulý ročník bylo možné obdržet slevu 30 % za vstupného za při držení Senior pasu a volnou dětskou vstupenku ke každé zakoupené plné pro držitele Rodinných pasů (MFF ČK, 2020a).

Organizace

V roce 2020 byli účinkující ubytováni pouze v Domově mládeže v Náchodě a v Červeném Kostelci. Vzhledem k epidemiologické situaci byl každý soubor ubytován v jiném zařízení a obědy a večere byly též stanoveny na různé hodiny pro každý soubor, aby se zamezilo jejich setkávání. Oproti předchozím létům byly tedy náklady na ubytování a stravování účinkujících či náklady na propagaci výrazně nižší. V tomto roce to byl pouze jeden billboard a sedm kusů bannerů ve velikosti 2x1 m a reklama v novinách Echo. Zároveň ale byly výrazně nižší i příjmy z reklamy či vstupného (Šimek, 2020b).

4.1.6 Porovnání 65. a 66. ročníku Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec

V důsledku pandemie jsou mezi ročníky 65. a 66. znatelné rozdíly. Festival byl z pěti dní zkrácen na tři a vzhledem k opatřením kvůli pandemii a celkové situaci musel být program festivalu velmi zredukován. Ze stálého programu zůstalo jen slavnostní zahájení s koncertem, *Mše svatá* a *Galapředstavení*. Porovnání názorně zobrazuje tabulka níže (Tabulka 2).

Tabulka 2 Porovnání stálého programu MFF ČK za rok 2019 a 2020

Den	Ročník 65. (2019)	Ročník 66. (2020)
Středa	Slavnostní zahájení festivalu	-
	Koncert	
Čtvrtek	Folklorní svět u nás	-
	Tančí celý svět	
Pátek	Zpíváme a hrajeme ve městě	Slavnostní zahájení festivalu
	Festival je v polovině	Koncert
Sobota	Mše svatá	Mše svatá
	Volba o nejoblíbenější soubor	-
	Dětské okénko	-
	Galapředstavení	Galapředstavení
Neděle	Průvod ulicemi města	-
	Muzikanti hrajte	-
	Loučení s festivalem	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Doprovodný program, který běžně trvá od pátku do neděle, byl též zkrácen, a to pouze na sobotu. Jeho obsah byl však podobný, jako v minulých letech. Cena za placený program v Domku Boženy Němcové byla snížena z 50 Kč na 40 Kč. Řemeslné trhy a stánky s občerstvením se též nesly v podobném duchu jako v minulých letech, jen zejména stánků s občerstvením v roce 2020 bylo méně.

Festival se každoročně pyšní řadou exotických souborů, které nalákají široké publikum. V roce 2019 to bylo celkem pět souborů z České republiky, šest souborů z Evropy a šest dalších exotických souborů z různých koutů celého světa. Celkem se tohoto festivalu účastnilo 17 souborů. V roce 2020 to byly pouze čtyři soubory z České republiky, a přestože zahraniční bylo zastoupeno dvěma soubory ze Slovenska, z našeho pohledu se nedá úplně mluvit o exotice, jelikož je nám Slovensko velmi blízké. Toto srovnání je uvedeno v následující tabulce (Tabulka 3).

Tabulka 3 Porovnání účinkujících MFF ČR podle geografického původu za rok 2019 a 2020

Ročník 65. (2019)		Ročník 66. (2020)	
Původ souborů	Počet souborů	Původ souborů	Počet souborů
Česká republika	5	Česká republika	4
Evropa	6	Evropa	2
Exotika	6	Exotika	-
Celkem	17	Celkem	6

Zdroj: Vlastní zpracování

Výrazný rozdíl se projevil i u vstupného. Za běžné situace festival nabízí zakoupení dvou druhů permanentek, a to se zahajovacím koncertem či bez něho. V roce 2020 bylo možné zakoupit pouze jednotlivé vstupné. V roce 2020 bylo též vstupné výrazně nižší než v předchozích letech, viz Tabulka 4. Na jednu stranu se mohlo jednat o kompenzaci absence zahraničních či exotických souborů, na které jsou návštěvníci běžně zvyklí, na druhou stranu i o jistou motivaci pro návštěvníky shlédnout československý folklor.

Tabulka 4 Porovnání vstupného na MFF ČR za rok 2019 a 2020

Den	Ročník 65. (2019)		Ročník 66. (2020)	
	Plné vstupné	Snížené vstupné	Plné vstupné	Snížené vstupné
Středa	350 Kč (od 1. 8. 390 Kč)	180 Kč (od 1. 8. 200 Kč)	-	-
Čtvrtek	100 Kč	50 Kč	-	-
Pátek	130 Kč	50 Kč	150 Kč	50 Kč
Sobota	130 Kč	50 Kč	70 Kč	30 Kč
Neděle	100 Kč	50 Kč	Dobrovolné	Dobrovolné

Zdroj: Vlastní zpracování

I přes snížené vstupné byl však velký rozdíl v počtu návštěvníků. Za rok 2019 to bylo celkem 7 537 návštěvníků, na středeční zahájení přišlo 2 467 návštěvníků, za sobotu potom 2 818 návštěvníků. V roce 2020 přišlo celkem 1 295 návštěvníků, na páteční koncert potom 667 lidí a na sobotní Galapředstavení 628. Zde je vidět rozdíl několika tisíců návštěvníků (Erbenová, 2019, 2020).

Organizace festivalu byla v mnohém v roce 2020 jistě náročnější, jelikož se organizátoři museli vypořádat s velmi nejistou situací ohledně samotného konání festivalu, na druhou stranu byl celkový rozsah festivalu menší. I to jistě mělo vliv na nižší náklady na propagaci a náklady na další organizaci, stejně tak ale byly i výrazně nižší příjmy.

4.2 Výsledky dotazníkového šetření

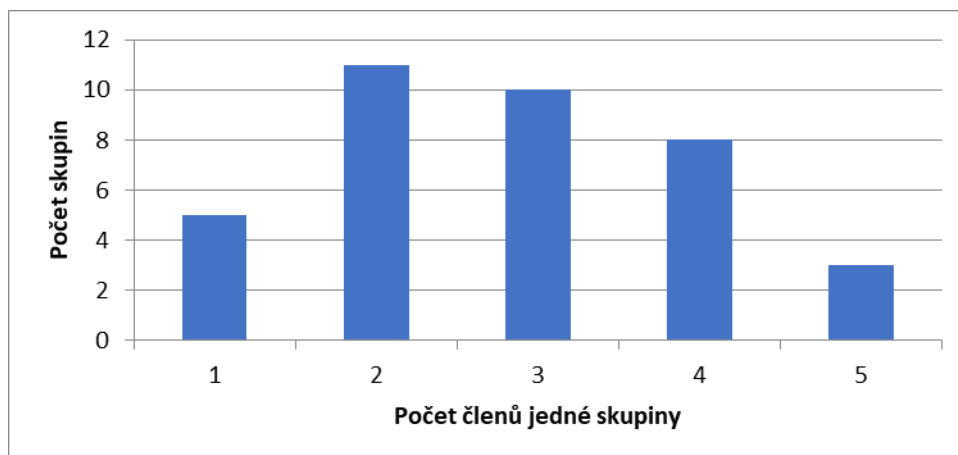
Během dotazníkového šetření bylo osloveno 37 skupin návštěvníků a celkově šetření zahrnuje údaje o 104 osobách. V některých případech lze tedy získané odpovědi analyzovat z pohledu skupin nebo celkového počtu respondentů. Je tomu tak proto, že, jak bylo popsáno v metodice (Raabová, 2006, s. 94), byla řada informací (místo bydliště, doprava, účel cesty) i výdajů (za ubytování, občerstvení) společná pro více návštěvníků, tudíž byl dotazník koncipován pro všechny členy jedné skupiny najednou. Tyto skupiny v případě tohoto šetření zahrnují převážně členy jedné společné domácnosti, v jednom případě se však jedná o skupinu cestovatelek. Při následující analýze byl použit termín „skupiny“ (namísto „domácnosti“), pokud se analýza týká jednotlivých dotazníků souhrnně a „respondenti“ či „návštěvníci“, pokud se týká všech jednotlivých osob, jejichž data byla zaznamenána.

Velikost dotazovaných skupin

Celkově se dotazníkového šetření zúčastnilo 37 skupin. Velikost jednotlivých skupin byla zjišťována především kvůli tomu, aby bylo zřejmé, kolik osob celkové šetření zahrnuje a následně bylo možné z výdajů dotázaných skupin vypočítat průměrné výdaje na jednoho návštěvníka. Odpověď na tuto otázku v dotazníku zjišťovala otázka č. 3, kde návštěvníci zaškrtnou, kolik členů jejich domácnosti se zúčastnilo letošního festivalu.

Bylo zjištěno, že nejčastěji byly skupiny tvořeny 2 členy (celkem 11 skupin), průměrně ale zahrnovaly 3 osoby (10 skupin). Nejvyšší počet členů jedné skupiny byl 5 osob (3 skupiny). 4 osoby tvořily 8 skupin. Festival též navštívilo 5 jednotlivců (Graf 1).

Graf 1 Počet členů jednotlivých skupin na MFF ČK 2020



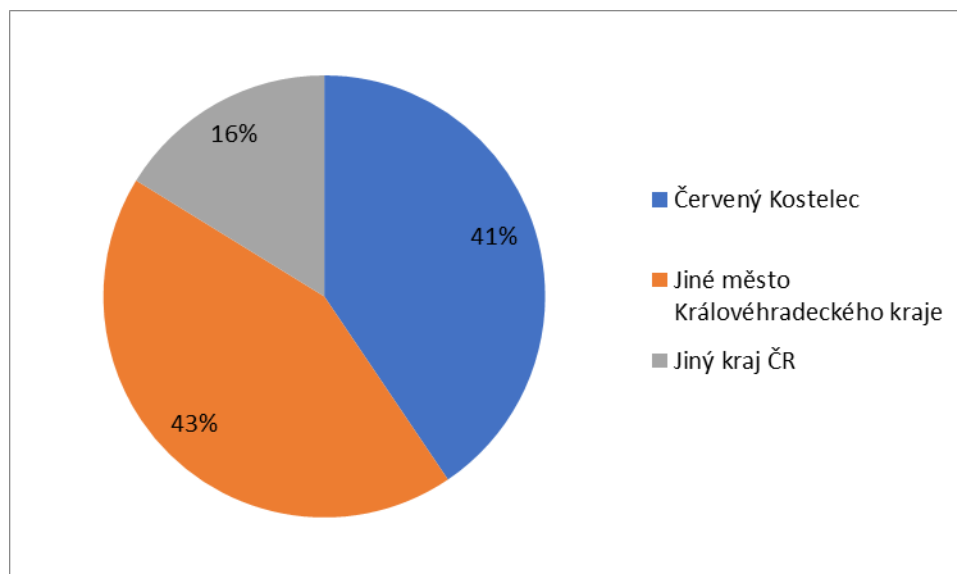
Zdroj: Vlastní zpracování

Geografický původ návštěvníků

Pro další analýzu bylo též důležité znát geografický původ návštěvníků. Otázka č. 1 tedy zjišťovala, zda jsou návštěvníci místní (tedy z Červeného Kostelce), zda přijeli z jiného města Královéhradeckého kraje, jiného kraje než Královéhradeckého nebo zda jsou z ciziny.

Ředitel festivalu (Šimek, 2020) předpokládal, že se festivalu kvůli nutnému zredukování programu a nemožnosti účasti mnoha zahraničních souborů, které festival dělají velmi atraktivní, zúčastní především místní obyvatelé. Z celkového počtu 37 dotázaných skupin bylo 41,54 % (15) z Červeného Kostelce (ČK), 43,24 % (16) z jiného města v Královéhradeckém kraji (KHK) a 16,22 % (6) z jiného kraje než Královéhradeckého. Tato struktura je zachycena na grafu níže (Graf 2).

Graf 2 Geografický původ návštěvníků MFF ČK 2020 podle jednotlivých skupin



Zdroj: Vlastní zpracování

Mohlo by se tedy zdát, že na festivalu byly především osoby z KHK a ne z ČK. Pokud ale se vezme v úvahu celkový počet respondentů, bylo zjištěno, že 48,08 % (50) respondentů bylo z ČK; 33,65 % (35) bylo z jiného města v KHK a 18,27 % (19) návštěvníků bylo z jiného kraje než Královéhradeckého. Byla zde tedy převaha místních návštěvníků. Vzhledem k opatřením ohledně pandemie COVID-19 a tedy i nesnadnému cestování, nebylo žádným překvapením, že žádný z respondentů nebyl ze zahraničí. Údaje byly též pro větší přehlednost a pro porovnání výsledků podle jednotlivých skupin a podle celkového počtu respondentů zaznamenány do tabulky (Tabulka 5).

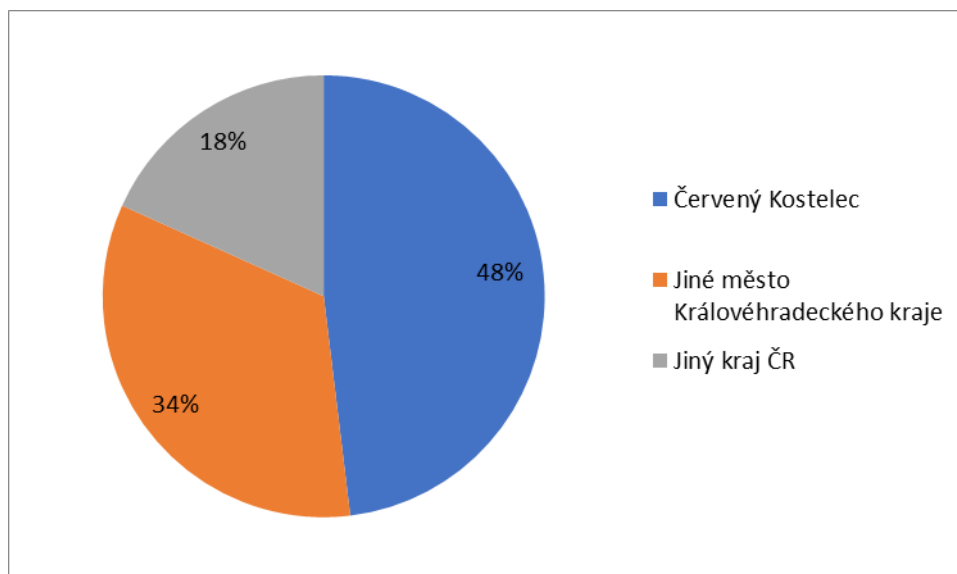
Tabulka 5 Geografický původ návštěvníků MFF ČK 2020

Geografický původ návštěvníků	Jednotlivé skupiny (37)	Respondenti celkem (104)
Červený Kostelec	15	50
Jiné město KHK	16	35
Jiný kraj ČR než KHK	6	19

Zdroj: Vlastní zpracování

Rozdíl je též možné názorně pozorovat při srovnání grafického znázornění (Graf 2 a Graf 3).

Graf 3 Geografický původ návštěvníků MFF ČK 2020 podle celkového počtu respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Nejvíce dotázaných osob z jiných měst Královéhradeckého kraje bylo z Náchoda (7) a Malých Svatoňovic (5). Další návštěvníci byli z Hronova (4), Nového Města nad Metují (4), Teplic nad Metují (3), Velkého Poříčí (3), České Skalice (2), Holohlav (2), Nového Hrádku (2) a Hradce Králové (1). Mimo Královéhradecký kraj zde byli zastoupeni návštěvníci z Pardubického kraje (Pardubice), Středočeského kraje (Řež u Prahy), Prahy, Jihočeského kraje (Tábor), Jihomoravského kraje (Brno) a Moravskoslezského kraje (Frýdek-Místek).

Věkové složení respondentů a segmentace skupin

Dále byl v dotazníku zjišťován věk členů skupiny. K tomu sloužila otázka č. 7, kde byl k věkovým kategoriím vyplněn počet členů ve skupině spadajících do příslušné věkové kategorie. Otázka ohledně věku pomohla ke zjištění celkové věkové struktury respondentů, ale umožnila i analýzu věkového složení jednotlivých dotázaných skupin a následnou segmentaci.

Z pohledu jednotlivých respondentů jich bylo nejvíce ve věku pod 20 let, a to 34,62 % (36). Ve věku od 20 do 34 let bylo 15,38 % (16) respondentů. Druhou největší kategorií tvořily osoby ve věku od 35 do 49 let, a to 26,92 % (28). Nejméně osob bylo ve věkové kategorii od 50 do 64 let, tedy 9,62 % (10) ze všech respondentů. Osoby nad 64 let tvoří 13,46 % (14) dotázaných respondentů. V následující tabulce (Tabulka 6) jsou přehledně zaznamenány absolutní počty návštěvníků podle jejich věku.

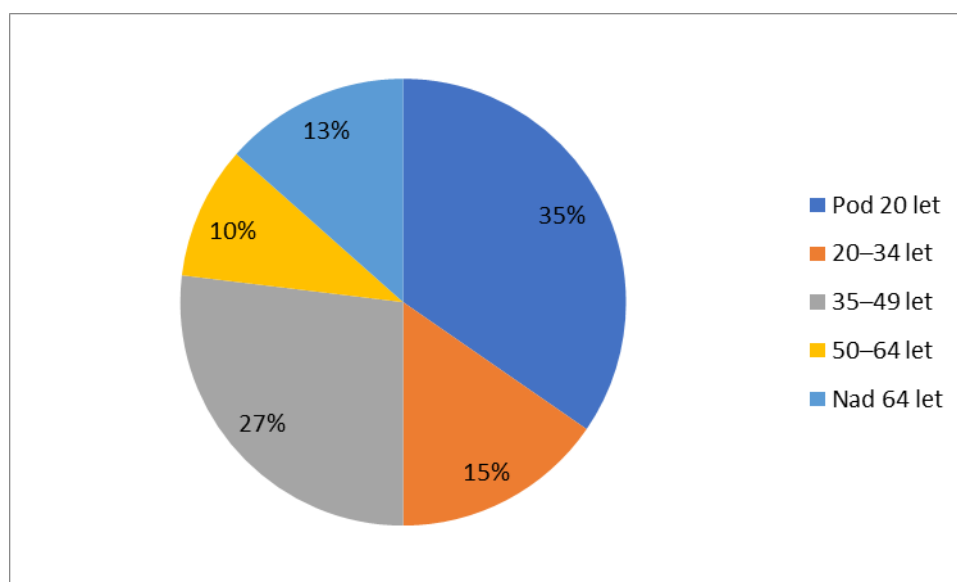
Tabulka 6 Věkové složení návštěvníků MFF ČK 2020

Věk respondentů	Počet respondentů
počet osob < 20 let	36
počet osob 20–34 let	16
počet osob 35–49 let	28
počet osob 50–64 let	10
počet osob > 64 let:	14

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 4 zobrazuje věkové složení návštěvníků a názorně zachycuje výše zmiňovanou strukturu. Tedy, že dvě nejpočetnější skupiny návštěvníků byly ve věku pod 20 let nebo ve věku 35 až 49 let.

Graf 4 Věkové složení návštěvníků MFF ČK 2020



Zdroj: Vlastní zpracování

Z analýzy této otázky a vlastního pozorování lze odvodit určitou segmentaci těchto skupin. Nejčastěji se mohlo jednat o rodiny s dětmi. Do této kategorie bylo zařazeno 20 dotázaných skupin na základě přítomnosti osoby pod 20 let (dítěte) a osoby ve věku nad 20 let (rodiče či prarodiče) ve skupině.

Dále zde bylo 12 skupin (většinou dvojic, ve dvou případech se jednalo o trojici), u kterých je poměrně těžké s určitostí identifikovat jejich vzájemný vztah. Vlastní pozorování implikuje, že by se převážně, až na jednu skupinu tří cestovatelek z Brna a dvojici ve věku pod 20 let, mohlo jednat o partnery. Vzhledem k tomu, že ne vždy byla další osoba u dotazování přítomna, lze se pouze domnívat, že členové těchto skupin sdílí

jednu domácnost. Nejvíce (5) těchto skupin, dvojic i trojic, bylo ve věku nad 64 let. Ve věkové kategorii 35-49 let byly 3 skupiny, jedna skupina návštěvníků byla ve věku 20-34 let a jednu skupinu tvořili teenageři pod 20 let. Dvě skupiny kombinovali různé věkové kategorie. První skupina zahrnovala jednu osobu ve věku 20-34 let a druhou ve věku 35-49 let. Druhá poté osobu ve věku 50-64 let a nad 64 let.

Dále se dotazníkového šetření zúčastnilo 5 jednotlivců z toho 3 ve věkové kategorii 20-34 let a 2 v kategorii 50-64 let. Tato struktura je zaznamenána v tabulce (Tabulka 7).

Tabulka 7 Segmentace skupin MFF ČK 2020 podle věku

Segmentace skupin	Počet skupin
Rodiny s dětmi	20
Skupina 3 lidí	2
ve věku 50-64 a nad 64	1
ve věku nad 64	1
Skupina 2 lidí	10
ve věku pod 20 let	1
ve věku 20-34 let	1
ve věku 20-34 a 35-49 let	1
ve věku 35-49 let	3
ve věku nad 64	4
Jednotlivci	5
ve věku 20-34 let	3
ve věku 50-64 let	2

Zdroj: Vlastní zpracování

Rodiny s dětmi tedy tvoří 54,05 % skupin, skupiny po třech osobách 5,41 %, skupiny po dvou osobách 27,03 % a jednotlivci 13,51 %. Toto zjištění potvrzuje informaci z roku 2019 (Hanušová, 2020), že hlavní cílovou skupinou festivalu jsou především rodiny s dětmi.

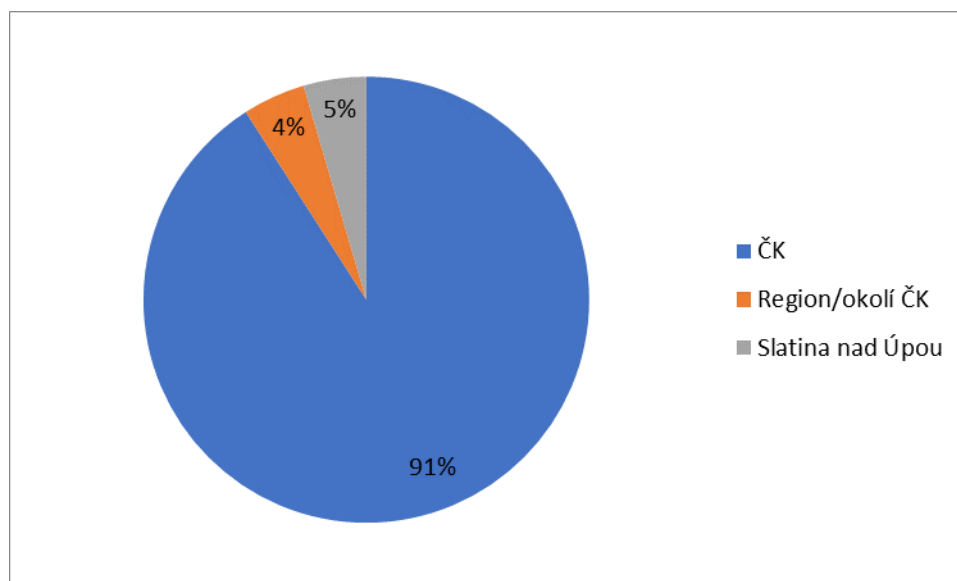
Hlavní destinace cesty

Dalším předmětem dotazníku bylo zjištění hlavní destinace či cíle cesty návštěvníků festivalu. To bylo podstatné pro zjištění, zda návštěvníci přijeli přímo do ČK nebo jejich cílem bylo např. jiné město v regionu. Hlavní cíl cesty či cílovou destinaci v dotazníku zjišťovala otázka č. 6. Byla vyhodnocena pouze z pohledu domácnosti jako celku, jelikož o cíli cesty rozhoduje rodina jako celek a počet členů domácnosti na to nemá vliv. Otázka se samozřejmě netýkala místních, vyhodnocení se tedy týká 22 skupin.

Jako hlavní destinaci 90,91 % (20) skupin označilo Červený Kostelec, z toho často (16x) blíže specifikovalo jako svůj cíl přímo festival a několik skupin (2) zmínilo návštěvu příbuzných v ČK. Ze zbylých skupin 4,55 % (1) označilo za svůj cíl region a okolí ČK a dalších 4,55 % (1) Slatinu nad Úpou. Zbytek respondentů (15) pocházelo z ČK.

Výsledky opět naznačují, že návštěvníci přijeli hlavně kvůli návštěvě ČK, který je přilákal především přímo na festival. Názorně je struktura zachycena na grafu (Graf 5).

Graf 5 Hlavní destinace návštěvníků MFF ČK 2020



Zdroj: Vlastní zpracování

Důležitost festivalu při rozhodování navštívit město Červený Kostelec

Na rozdíl od předchozí otázky zde byla zjišťována přímo motivace navštívení ČK a role festivalu při rozhodování. Zjištění důležitosti festivalu pro rozhodnutí jednotlivých skupin navštívit město bylo důležité především pro analýzu ekonomických dopadů výdajů utracených návštěvníky. Důležitost festivalu zjišťovala otázka č. 2. a opět se netýkala místních obyvatel. Mimo to, též tato otázka ukázala důležitost festivalu pro návštěvu města, což by mohlo být směrodatné pro organizátory a vedení města. Návštěvníci zaškrtovali na škále od 0 do 10, kdy 0 znamenala, že festival byl zcela nedůležitý pro rozhodnutí navštívit město a 10, že festival byl hlavním důvodem návštěvy.

Festival jako hlavní důvod návštěvy města Červený Kostelec uvedla většina respondentů, tedy 96,30 % (52). Ti na škále zaškrtili číslo 10. Zbývající 3,70 % (2) respondentů zahrnuje jednu skupinu z jiného kraje ČR, která uvedla, že festival pro jejich navštívení ČK nebyl nijak zvláště relevantní, jelikož hlavním účelem cesty do ČK byla

návštěva rodiny. Tito respondenti na škále zaškrtnli číslo 2. V tabulce níže (Tabulka 8) jsou zaznamenány výsledky za skupiny a respondenty nepocházející z ČK.

Tabulka 8 Důležitost festivalu při rozhodování navštívit město Červený Kostelec

Důležitost festivalu	Nemístní skupiny (22)	Nemístní respondenti celkem (54)
Hlavní důvod návštěvy	21	52
Nedůležitý	1	2

Zdroj: Vlastní zpracování

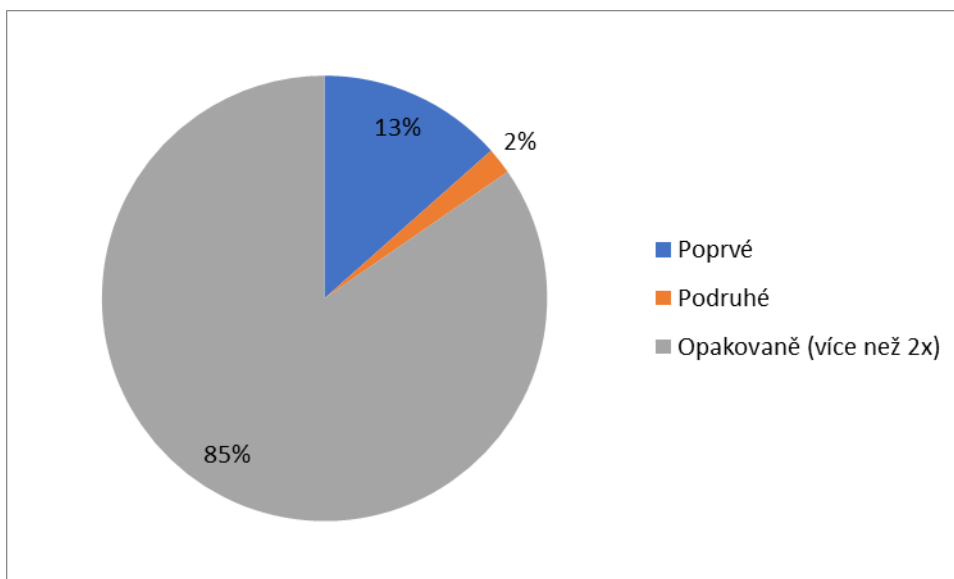
Z těchto výsledků vyplývá, že MFF ČK byl v roce 2020 hlavním důvodem návštěvy města ČK a bez konání toho festivalu by tito lidé do ČK nejspíš vůbec nepřijeli a pokud ano, jednalo by se pouze o rodinnou návštěvu.

Frekvence návštěvy MFF ČK návštěvníky v průběhu let

Festival má mnohaletou tradici, a je zajímavé zjistit, zda stále dokáže nalákat nové návštěvníky nebo jestli je většina z nich věrnými návštěvateli. Proto otázka č. 8 zjišťovala, zda se návštěvníci zúčastnili festivalu úplně poprvé, zda se účastnili podruhé nebo se festivalu účastní opakovaně.

Z celkových 104 respondentů festival poprvé navštívilo téměř 13,46 % (14) respondentů. Vzhledem k okolnostem a situaci, ve které se festival konal, je pozitivní zpráva, že dokázal nalákat návštěvníky, kteří se ho nikdy předtím neúčastnili. Přesto se očekávání ředitele festivalu (Šimek, 2020), že festival navštíví především věrní dlouholetí návštěvníci, do jisté míry naplnilo, jelikož se téměř 84,62 % (88) návštěvníků už festival v minulosti navštívilo více než dvakrát. Z těchto častých návštěvníků 23 % (20) návštěvníků samo nad rámec dotazníku uvedlo, že festival navštěvují každý rok nebo téměř každý rok. Většina z nich byla místní, ale našly se i dvě osoby z České Skalice a jedna z Hronova. Pouze 1,92 % (2) návštěvníků se festivalu zúčastnili podruhé. Tuto strukturu graficky zachycuje graf níže (Graf 6).

Graf 6 Frekvence návštěvy MFF ČK návštěvníky



Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 9 zobrazuje výsledky ohledně frekvence návštěvy za jednotlivé skupiny i všechny respondenty celkem.

Tabulka 9 Frekvence návštěvy MFF ČK návštěvníky

Frekvence návštěvy	Skupiny (37)	Respondenti celkem (104)
Poprvé	5	14
Podruhé	1	2
Opakovaně	31	88
Z toho téměř každoročně	8	20

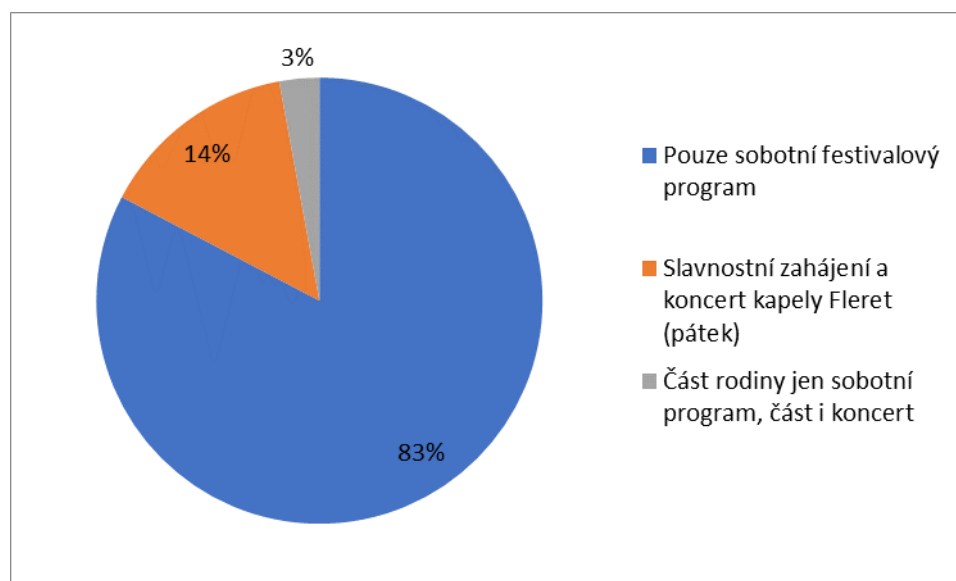
Zdroj: Vlastní zpracování

Vstupenky zakoupené návštěvníky

Na 66. ročník MFF ČK bylo možné koupit jednotlivé vstupenky na zahajovací koncert a na sobotní program. Na nedělní program bylo vstupné dobrovolné. Zakoupených vstupenek se týkala otázka č. 9 a byla zařazena na základě informace o návštěvnosti zahajovacího koncertu, kde bylo zmíněno, že zahajovací koncert navštěvují i lidé, které festival jako takový nezajímá a kteří by na MFF ČK jinak nezavítali a často se dalšího programu mimo koncert opravdu neúčastní (Hanušová, 2020). V tomto dotazníku bylo snahou naopak zjistit, zda se návštěvníci festivalu zúčastnili zahajovacího koncertu, a tedy jestli je zajímavá.

V roce 2020 82,69 % (86) respondentů (jednotlivců) zakoupilo vstupenky pouze na sobotní program. Pouze 14,42 % (15) respondentů zakoupilo vstupenky jak na sobotní program, tak i na zahajovací koncert. Zbýlých 2,88 % (3 osoby v jedné skupině), odpovědělo, že ne všichni členové jejich rodiny se zahajovacího koncertu zúčastnili, ale nedokázali s určitostí říct, kolik osob se zúčastnilo (Graf 7).

Graf 7 Vstupenky zakoupené návštěvníky na MFF ČK 2020



Zdroj: Vlastní zpracování

Vvysledky za skupiny i respondenty je možné porovnat v následující tabulce (Tabulka 10).

Tabulka 10 Vstupenky zakoupené návštěvníky na MFF ČK 2020

Zakoupené vstupenky	Skupiny (37)	Respondenti celkem (104)
Pouze sobotní festivalový program	31	86
Slavnostní zahájení a koncert	5	15
Část rodiny jen sobotní program, část i koncert	1	3

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle statistických údajů MKS ČK (Erbenová, 2020) se sobotního programu zúčastnilo 628 osob a zahajovacího koncertu 667 osob. Rozdíl byl především v účasti dětí. Pátečního koncertu se zúčastnilo o 64 dětí méně a o 97 dospělých více než sobotního. Vzhledem k tomu, že hlavní cílovou skupinou festivalu jsou mimo jiné rodiny s dětmi, dá se předpokládat, že se v obou dnech účastnili rozdílní návštěvníci, kdy pro rodiny je více atraktivní festival a pro dospělé návštěvníky koncert, jak naznačují výsledky dotazníku.

Po podrobnější analýze bylo zjištěno, že vstupenku na slavnostní zahájení a koncert kapely Fleret zakoupila skupina 3 osob ve věku 50-64 let, která přijela z Brna kvůli festivalu (fanoušci folkloru) a trávila v regionu čas už od pondělí. Další, kdo zakoupil vstupenky na zahajovací koncert, přestože v dotazníku uvedly, že festival pro ně nebyl velkou prioritou, byly 2 osoby (50-64 let a nad 64 let), které přijely především kvůli rodinné návštěvě. Dalšími byly 2 místní rodiny, kdy jedna z nich se účastní festivalu každý rok. Poslední, kdo vstupenky zakoupil, byly 2 folkloristé z Pardubic ve věku 35-49 let.

Z toho je možné usoudit, že koncert zajímal hlavně osoby (většinou starší) nebo rodiny s vazbami přímo na ČK nebo osoby zajímaví se hlouběji o folklor.

Účast návštěvníků na doprovodném programu

Festival provází i tradiční doprovodný program. Dotazník, konkrétně otázka č. 10, se týkala pouze placeného doprovodného programu. Pouze 3,85 % (4) respondentů se zúčastnila placeného doprovodného programu – komentované prohlídky. Dvě skupiny (7 respondentů) uvedly, že navštívily Domek Boženy Němcové, o doprovodný program ale zájem neměly. Mimo placený program si ale několik dotázaných pochvalovalo neplacený doprovodný program, zejména ten pro děti. Zmíněno bylo malování na obličej, malování na kamínky, *pohádka Princezna Čokoláda*, ale i sraz veteránů, který předcházela pátečnímu zahajovacímu koncertu. Výsledky za skupiny i jednotlivce byly zaneseny do následující tabulky (Tabulka 11).

Tabulka 11 Účast na placeném doprovodném programu návštěvníky MFF ČK 2020

Doprovodný program	Skupiny (37)	Respondenti celkem (104)
I ty buď pašerákem	0	0
Pohádkové sklepení	0	0
Podvečerní komentovaná prohlídka	1	4
Nezúčastnilo se	36	100

Zdroj: Vlastní zpracování

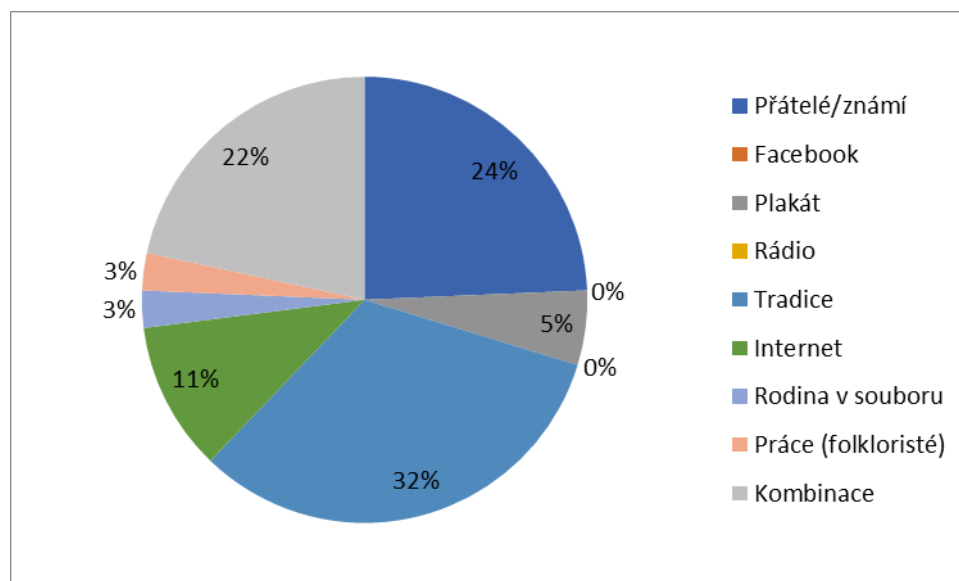
Způsob, jakým se návštěvníci o festivalu dozvěděli

Pro organizaci festivalu by také mohlo být důležité vědět, jak se návštěvníci o festivalu dozvěděli, a poté se soustředit buď na ještě větší zdokonalení již využívaných prostředků návštěvníky, nebo se zaměřit na ty prostředky, které nejsou ještě tak využívány, vylepšit je a zapůsobit tím na další segment osob. Způsob, jakým se o festivalu návštěvníci dozvěděli, zjišťovala otázka č. 11. Otázka byla polootevřená, kdy návštěvníci mohli

zaškrtnout, zda se o festivalu dozvěděli od přátel či známých, z Facebooku, z plakátu, z rádia, anebo odjinud, kde mohli doplnit vlastní odpověď. Odpovědi na tuto otázku byly rozděleny dvěma způsoby. Prvním je odpověď za jednotlivé skupiny (37), kde byly odpovědi zaznamenány přesně tak, jak byly zaneseny do dotazníku, tudíž včetně různých kombinací více odpovědí, ty byly v tabulce (Tabulka 12) zařazeny do sekce „kombinace“. Druhé je rozdělení podle toho, kolikrát byla jednotlivá položka v dotaznících zmíněna (Tabulka 13)

Za jednotlivé skupiny byla nejčastěji zastoupena položka „jiné“, celkem tvořila 48,56 % (18) odpovědí. V položce „jiné“ byla nejčastěji zastoupena odpověď tradice/zvyk (12 skupin). Tito respondenti už festival znají dlouhá léta, jelikož v regionu bydlí nebo na něj mají vazby, a jak již bylo řečeno, většina účastníků letošního ročníku se festivalu už několikrát účastnila. Z grafu (Graf 8) je vidět, že při kompletním výčtu jednotlivých odpovědí položky „jiné“, je tradice či zvyk vůbec nejčastější odpovědí (32 %).

Graf 8 Zastoupení odpovědí skupin ohledně zdroje informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli



Zdroj: Vlastní zpracování

Z 37 dotazovaných skupin 24,32 % (9) odpovědělo, že se o festivalu dozvěděli od přátel či známých. Další nejčastější odpovědi byly různé kombinace více možností, kdy 21,62 % (8) z dotázaných skupin nevyužívalo pouze jeden zdroj. Jednalo se například o kombinaci tradice s místním tiskem (3x), dále byla často zastoupena kombinace plakátu a dalšího zdroje. Plakát zmínilo 5,41 % (2) skupin. Žádná ze skupin neuvédla Facebook, byl

však uveden v jedné z kombinací. Rádio neuvedl vůbec nikdo. V odpovědi „jiné“ byl mimo tradici čtyřikrát zmíněn internet, pro jednu skupinu bylo vystupování s folklorním souborem na festivalu rodinnou tradicí a jedna skupina se označila za folkloristy, jejich povědomí o festivalu je tedy spojeno s jejich hlubším zájmem o folklor. Všechny jednotlivé odpovědi byly zaznamenány do tabulky (Tabulka 12.)

Tabulka 12 Zastoupení odpovědí jednotlivých skupin ohledně zdroje informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli

Zdroj informace o MFF ČK	Odpovědi dle jednotlivých skupin
Přátelé/známí	9
Facebook	0
Plakát	2
Rádio	0
Jiné:	18
Tradice	12
Internet	4
Rodina v souboru	1
Práce (folkloristé)	1
Kombinace:	8
Tradice + noviny	3
Plakát + od přátel	1
Plakát + FB + internet	1
Plakát + Internet	1
Plakát + zpravodaj	1
Internet + práce	1

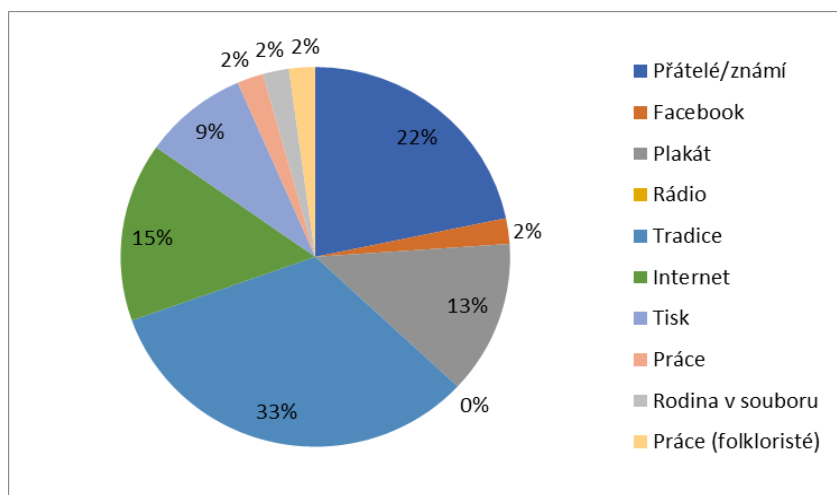
Zdroj: Vlastní zpracování

Zajímavostí je, že 50,00 % (3) skupin z jiného kraje než KHK uvedlo, že se o festivalu dozvěděly od známých. Respondent ze Středočeského kraje navíc uvedl jako informační zdroj plakát a jeden z těchto respondentů jezdí na festival tradičně. Všechny skupiny, které se MFF ČK účastnily poprvé, se o festivalu dozvěděli od svých přátel.

Z pohledu počtu zastoupení jednotlivých položek byla nejčastěji zmíněna tradice. Tato odpověď byla zvolena ve 32,61 % (15) případů. Při bližší analýze této odpovědi bylo zjištěno, že 73,33 % (11) skupin, kteří takto odpověděli, bylo místních. Mimo ČK žije 20,00 % (3) skupin s touto odpovědí a 6,67 % (1) skupin též žije mimo ČK, ale má zde rodinu. Dále se o festivalu respondenti nejčastěji dozvídali od svých přátel či známých, celkem 21,74 % (10) nebo z internetu, 15,22 % (7). Plakát byl zastoupen z 8,70 % (4) a dalších 8,70 % (4) získaly místní tiskoviny (Zpravodaj, Echo, Swing). Z 6,52 % (3) zde

byly zastoupeny jiné zdroje, a to práce, člen rodiny, který vystupoval ve folklorním souboru. V posledním případě byl zdrojem samotný zájem o folklor daný prací v oboru. Výše zmíněné výsledky jsou graficky znázorněny (Graf 9).

Graf 9 Celkové zastoupení jednotlivých zdrojů informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli v dotazníku



Zdroj: Vlastní zpracování

Následující tabulka (Tabulka 13) vypovídá o počtu zastoupení jednotlivých zdrojů.

Tabulka 13 Celkové zastoupení jednotlivých zdrojů informací, ze kterého se o MFF ČK dozvěděli v dotazníku

Zdroj informace o MFF ČK	Zastoupení jednotlivých položek
Přátelé/známí	10
Facebook	1
Plakát	6
Rádío	0
Jiné:	29
Tradice	15
Internet	7
Tisk (noviny + zpravodaj)	4
Práce	1
Rodina v souboru	1
Folkloristé	1

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výsledků vyplývá, že když pomíneme tradici, tak alespoň pro tento ročník platí, že největší vliv na přilákání návštěvníků měli známí respondentů. Na druhou stranu nikdo z respondentů se o festivalu nedozvěděl skrze rádío a z Facebooku pouze jeden člověk.

Motivace respondentů zúčastnit se MFF ČK

Pro organizátory festivalu by jistě mohlo být též zajímavé, zjistit, proč se vlastně návštěvníci festivalu účastní, jaká je jejich motivace. Potom budou moci ještě více zapracovat na pro návštěvníky důležitých aspektech nebo se potvrdí, že jdou při vedení festivalu tím správným směrem. V dotazníku motivaci návštěvníků zjišťovala otázka č. 12. Otázka byla otevřená, a proto byly pro lepší přehlednost odpovědi rozděleny do několika různých oblastí. Jedna z nich zahrnuje rodinu a přátelé. Festivalu se tito návštěvníci účastní především kvůli dětem a jejich zabavení, setkání s přáteli nebo na jejich doporučení. Jeden z respondentů uvedl, že jej k návštěvě festivalu motivovala touha z dětství, která souvisí se zálibou v lidové hudbě a tanci.

Další kategorii zahrnují lidé se vztahem k festivalu nebo Červenému Kostelci. Hodně respondentů uvedlo, že festival navštěvují, protože ho zkrátka mají rádi, mají rádi jeho atmosféru, líbí se jim a baví je. Často se dotazovaní festivalu účastní, protože už ho navštěvují dlouhá léta, je to jejich tradicí a zvykem. Jeden z dotazovaných dokonce uvedl, že jeho rodič vystupoval na festivalu s červenokosteleckým souborem Hadař a proto má k festivalu blízko. Jiný z respondentů jako důvod uvedl podporu Červeného Kostelce svojí každoroční účastí a další, že se účastní už jen kvůli tomu, že se festival přes koronavirovou situaci koná. Dalším důvodem pro účast byly i zajímavé suvenýry a další výrobky prodávané na festivalu. Byl zde i jeden poměrně kuriózní důvod, a tím je záliba ve hlasování o nejoblíbenější soubor festivalu.

Za další oblast důvodů by se dal považovat kulturní zážitek, který festival nabízí. Respondenti na festivalu oceňují jak poutavost, ojedinělost v regionu a rozsah akce (ve standardní podobě mnohem větší, než jak proběhl v roce 2020), tak i poznávání české a zahraniční kultury. Zahraniční účast byla v letošním roce poněkud skromná, našlo se však zahraniční zastoupení v podobě souborů ze Slovenska.

S tím souvisí i zájem návštěvníků o samotný folklor. Jedenáct respondentů v různých formách uvedlo, že má o folklor zájem, že ho mají rádi anebo jsou přímo folklorními fanoušky. U jedné skupiny respondentů důvod návštěvy přesahuje pouhou volnočasovou aktivitu, jelikož se přímo označili za folkloristy. Jedna skupina se nazvala českými vlastenci, další má na druhou stranu ráda spíše mezinárodní folklor. Jiní respondenti specifikovali, že mají rádi lidovou hudbu či zálibu v tanci.

Jeden z dalších důvodů by se dal nazvat jako “zabavení během volného času”, jelikož právě volný čas jako důvod uvedlo několik z respondentů. Další jako důvod připojili hezké počasí či ocenili doprovodný program festivalu a další aktivity okolo.

Pozitivní zpětná vazba návštěvníků

V dotazníkovém šetření byla též zjišťována pozitivní zpětná vazba návštěvníků. Otázka č. 13 od respondentů zjišťovala, co se jim na festivalu líbilo. Otázka byla rovněž otevřená, a proto zde byl prostor pro velmi různorodé odpovědi.

Dotázaní návštěvníci ocenili celkovou atmosféru festivalu, jeho lidovost a přírodní prostředí, ve kterém se festival každoročně koná. Několik respondentů zmínilo, že na festivalu mají rádi zejména folklor, konkrétně hudbu, tanec a barevné kroje. Nejvíce návštěvníků se shodlo, že se jim v první řadě líbí folklorní soubory, které na festivalu vystupují. Vyzdvihovali obzvláště kvalitu souborů a jejich národní pestrost. Mnozí návštěvníci, kteří mají rádi exotiku, navštěvují festival zejména kvůli zahraničním souborům. Ty na tomto ročníku nebyly zastoupeny, jak je tomu běžně zvykem. To některým návštěvníkům vůbec nevadilo. Ač byli sami kolikrát překvapeni, uznávali, že exotické soubory jsou sice zajímavé, ale v letošním roce jim vůbec nechyběly, protože český a slovenský folklor je taktéž krásný. Dotázaní v několika případech též jmenovali konkrétní soubory, které na ně v letošním ročníku, ale i v minulých letech, udělaly hluboký dojem. V letošním roce od diváků dostaly pochvalu Slovenské soubory, především soubor Šarišan z Prešova, z českého folkloru soubor Gaudeamus VŠE a dětské tance (Hadárek). Z let minulých byl zmíněn soubor z Kapverdských ostrovů, z Nového Zélandu, vystoupení s chůdami francouzského souboru a zahajovací koncert Richarda Krajča a Nikolaose Grigoriadise. Co se týká dalšího letošního programu, tak ocenili také *Mši svatou* a bohatý doprovodný program pro děti. Dále návštěvníci chválili prodávané suvenýry, řemeslné výrobky, obzvláště zdůrazňovali ruční výrobu a konkrétní pochvala padla i na dobré pendreky. Pár respondentů si též pochvalovalo příznivé ceny ve stáncích s občerstvením, které neodrazují od koupě a též příjemnou obsluhu. Někdo ocenil méně lidí na festivalu, jelikož se netvořily fronty u stánků. Pochvalu si vysloužili i organizátoři, kdy několik lidí vyzdviho, že organizace festivalu je velmi dobrá a každý rok je vše perfektní.

Negativní zpětná vazba návštěvníků

Do dotazníku byla též zahrnuta otázka ohledně negativ festivalu či nedostatků, na kterých by měli organizátoři zapracovat. Tohoto problému se v dotazníku týkala otázka č. 14, která byla též otevřená.

V první řadě je nutné předeslat, že na tuto otázku 64,86 % (24) skupin odpovědělo, že vše bylo v pořádku nebo že je nic, co by bylo v nepořádku, nenapadá. To by se též dalo interpretovat jako pochvala organizátorům. Ostatních 35,14 % skupin pár maličností, které by se na festivalu daly vylepšit, našli.

Pár návštěvníků si postěžovalo na špatné počasí. S tím organizátoři festivalu samozřejmě nic nezmohou a návštěvníci si jsou toho vědomi. Jelikož ale počasí festival může v jisté míře ovlivnit, uvedli ho jako důvod k alespoň částečnému zastřešení areálu. K zastřešení navrhovali zejména pódium a třeba i několik předních řad hlediště, aby se festival v případě nepříznivého počasí nemusel rušit. Byla zde i výtka ohledně kapacity prostoru, kdy podle nich v minulých ročnících nebyl dostatečný počet míst k sezení. Jeden respondent si též stěžoval, že když je moc lidí, tak je na pódium špatně vidět. Hlediště je ale rozprostřeno v kopci a víc pro lepší výhled nejspíše udělat nepůjde. Samotný respondent též žádný návrh na zlepšení nezmiňoval. Upozorňováno bylo též na pohodlnost laviček při delším sezení. Stěžovali si především na tvrdost, ale současně uznávali, že s tím se taktéž nic moc ze strany organizátorů udělat nedá. Možná by se problém dal vyřešit zapůjčením podsedků či dek na vratnou kauci, či prodejem těchto produktů, jako reklamního zboží s motivem festivalu. Otázkou je, zda by se investice vyplatila a jaká by byla návratnost těchto podsedáků. Nejjednodušeji by šel problém vyřešit, kdyby si každý donesl pokrývku svou. Organizátoři na tuto skutečnost mohou upozornit a doporučit návštěvníkům, aby si na festival nějakou pokrývku sami přinesli. Toto řešení ale také nebude fungovat vždy, jelikož v některých případech přijdou návštěvníci na festival neplánovaně. Dále na jednoho z návštěvníků neudělaly dobrý dojem festivalové toalety. Další výhrada se týkala stánků, kde respondent poukazyval, že v minulých letech zde bylo málo stánků na velké množství lidí a tvořily se zde fronty, to však nebyl případ tohoto ročníků. Jednomu návštěvníkovi se nezdálo, že má festival dostatečně lidovou a tradiční atmosféru.

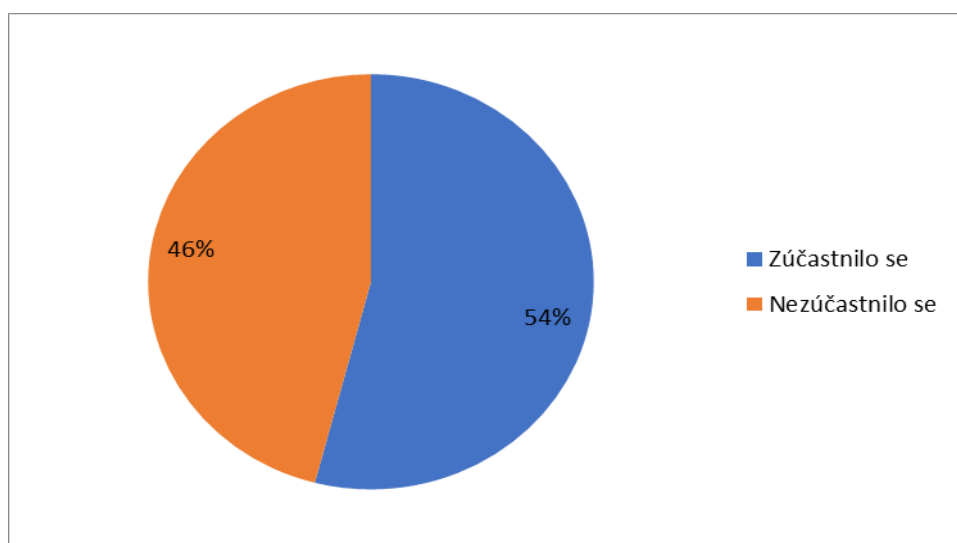
Skupina cestovatelek z Brna upozornila na skutečnost, která se festivalu sice netýkala, ale pro organizátory či zástupce města by mohla být užitečná. Samy by velmi

ocenily, pokud by bylo možné nějakým způsobem označit rodný dům herce Martina Růžka, jelikož údajně měly problém s jeho identifikací.

Účast respondentů na MFF ČK 2019

Z pohledu skupin (jak znázorňuje Graf 10) by se mohlo zdát, že účast a neúčast na MFF ČK 2019 je poměrně vyrovnaná, s menší převahou pro účast. Jedná se o 54,05 % (20) skupin, které se zúčastnily a 45,95 % (17) skupin, které se festivalu v roce 2019 nezúčastnily.

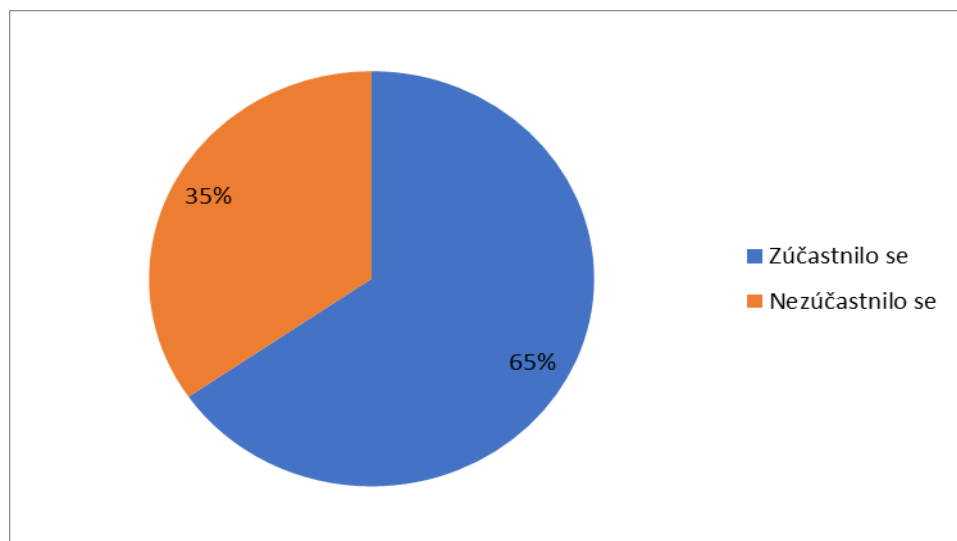
Graf 10 Účast skupin na MFF ČK 2019



Zdroj: Vlastní zpracování

Z pohledu jednotlivých respondentů (Graf 11) lze však říci, že větší převahu, 65,38 % (68), má účast respondentů na MFF ČK 2019 a 34,62 % (36) respondentů se festivalu v roce 2019 nezúčastnilo. Srovnání jednotlivých odpovědí za skupiny i respondenty celkem v tabulce (Tabulka 14).

Graf 11 Účast respondentů na MFF ČK 2019



Zdroj: Vlastní zpracování

Ze skupin, které se v roce 2019 festivalu zúčastnily, mělo 55,00 % (11) skupin zakoupenou vstupenku na sobotní program, 10,00 % (2) z nich potom permanentku a z 35,00 % (7) byly zastoupeny odpovědi, které nebyly v nabídce. Tři skupiny uvedly, že kupovaly vstupenky každý den zvlášť. Jedna skupina uvedla, že zakoupili vstupenku na koncert a sobotní program. Další skupina zakoupila vstupenky na pátek a sobotu. Dvě skupiny též zmínily, že část rodiny zakoupila permanentku s koncertem, část bez koncertu a část jen vstupenku na sobotní program. Nikdo z dotázaných se nezúčastnil festivalu, aniž by měl zakoupené vstupenky na sobotní program.

Tabulka 14 Účast dotázaných návštěvníků na festivalu 2019

Účast a zakoupené vstupenky	Skupiny (37)	Respondenti celkem (104)
Ano, permanentka	2	7
Ano, vstupenku na sobotní program	11	40
Ano, ale ne vstupenku na sobotní program	0	0
Ne, nezúčastnili se	17	36
Jiná odpověď	7	21

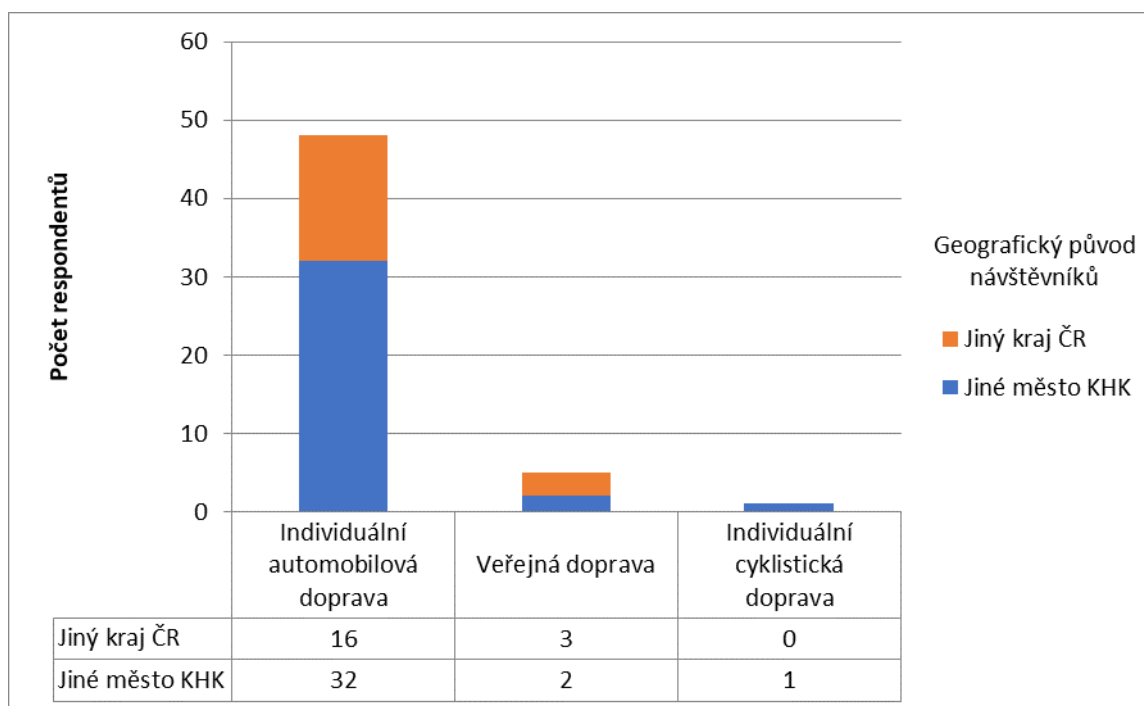
Zdroj: Vlastní zpracování

Doprava návštěvníků na festival

Červený Kostelec má rozlohu 24,05 km² (ČÚZK, 2020) a 8 360 obyvatel (ČSÚ, 2020). Městská zástavba se rozkládá přibližně v okruhu 1-2 km okolo místa konání (ČÚZK, 2020). Jelikož není za těchto podmínek problém se do místa konání dostat pěšky,

místní obyvatelé žádné výdaje na dopravu neměli. Z KHK autem přijelo 32 lidí, vlakem či autobusem pouze 2 a jeden člověk přijel na kole. Z jiných krajů přijelo 16 lidí autem a 3 osoby, které na festival cestovaly společně, veřejnou dopravou. Výsledky a porovnání jednotlivých způsobů dopravy v následujícím grafu (Graf 12). Výdaje na parkování, MHD či další výdaje nikdo z respondentů neměl.

Graf 12 Způsob dopravy návštěvníků na MFF ČK 2020



Zdroj: Vlastní zpracování

Celkově 89 % návštěvníků žijících mimo ČK využilo k dopravě auto a pouze 11 % se na místo konání dopravilo autobusem, vlakem nebo na kole. Individuální automobilová doprava se tedy ukázala jako mnohem častější způsob dopravy než doprava veřejná. Individuální doprava je pro návštěvníky jistě pohodlnější, jelikož se nemusí vázat na jízdní řád veřejné dopravy. To jim umožní na festival přijet, kdy chtějí a stejně tak i odjet, pokud by se například program protáhl či byl zkrácen (z nepředvídatelných důvodů).

Výdaje respondentů MFF ČK

Z velké části bylo dotazníkové šetření věnováno zjištění výše a struktury výdajů návštěvníků za účelem využití k další analýze.

Za pohonné hmoty návštěvníci utratili celkem 4 273 Kč, průměrně potom 41 Kč/os. Větší výdaje za pohonné hmoty měli samozřejmě návštěvníci z jiného kraje než KHK a to

3 221 Kč. Ti utratili v průměru 170 Kč/os. Návštěvníci z KHK za pohonné hmoty utratili celkem 1 052 Kč a průměrně 30 Kč/os. Za hromadnou dopravu návštěvníci celkem utratili 1 824 Kč a v průměru 18 Kč (Tabulka 15).

Za vstupenky dotázaní návštěvníci celkem zaplatili 6 230 Kč, tj. průměrně 60 Kč/os. Místní potom zaplatili průměrně 36 Kč/os, osoby z KHK 66 Kč/os a návštěvníci z jiných krajů než KHK 111 Kč/os. Nižší průměrná cena za vstupenky u místních byla dána především tím, že místní obyvatelé měli často zakoupené snížené vstupné, měli s sebou malé děti, které měly vstup zdarma a v několika případech volnou vstupenku. Lidé z KHK měli vstupenky převážně za 70 Kč, některé vstupenky zdarma (také nejspíše malé děti) a nikdo si nezakoupil vstupenku na zahajovací koncert. Návštěvníci z jiných krajů, kteří zůstávali v ČK delší dobu měli zakoupené vstupenky i na zahajovací koncert, proto je zde průměrná útrata nejvyšší.

Kvůli další analýze byly výdaje za kulturu rozděleny na dvě části, na výdaje utracené na území ČR (mimo ČK) a na výdaje utracené přímo v ČK. Dotázané osoby z ČK a KHK neměly za další kulturu, mimo festival ve městě, žádnou útratu. To mohlo být způsobeno tím, že přišly přímo na večerní *Galapředstavení*, které je hlavním lákadlem, a to braly jako dostatečný kulturní program. Za kulturu utrácely jen osoby z jiných krajů. Jednalo se o skupinu tří cestovatelek, které přijely do ČK už v pondělí a do festivalu cestovaly v okolí ČK a regionu. Každá utratila za kulturu kolem 1000 Kč na území ČR a 40 Kč přímo v ČK. Další skupina (2 osoby) z Pardubic utratila dohromady 460 Kč za kulturu na území ČR. Ostatní výdaje za kulturu neměli.

Výdaje za restaurace byly opět rozdělené na výdaje utracené na celém území ČR a přímo v ČK. Za restaurace a bary opět nejvíce utrácí osoby z jiných krajů ČR. To je celkem logické, protože na rozdíl od místních či osob žijících v blízkosti ČK nemají moc jiných možností. Na území ČR mělo výdaje za restaurace 37 % dotázaných návštěvníků z jiného kraje (tj. 7 z 19 dotázaných). Celkem utratili 4 200 Kč, tj. průměrně 221 Kč/os. Přímo v ČK potom do restaurace zašlo 68 % (13 z 19) návštěvníků z jiného kraje a utratili zde celkem 3 600 Kč a průměrně potom 189 Kč/os. Zajímavé je, že místní utratili v ČK v restauracích více než lidé z KHK. Celkem se jednalo o 1 001 Kč u místních obyvatel a 620 Kč u osob z okolí (KHK). Průměrně však útrata při přepočítání vyšla na 20 Kč/os u místních a 18 Kč/os u návštěvníků z KHK, jelikož velký počet návštěvníků služby restaurací nevyužil. V obou případech mělo útratu v restauraci pouze 14 % z obou dotázaných skupin. To bylo nejspíš kvůli dostupnému občerstvení přímo na festivalu.

Za občerstvení návštěvníci utratili úplně nejvíce. Z celkového počtu návštěvníků (104) si 95 % zakoupilo na festivalu občerstvení. Zbýlých 5 % mohlo být dotazníku podrobena dříve, než si stihli něco zakoupit. Celkem ve stáncích dotázaní návštěvníci utratili 13 277 Kč, tj. průměrně 128 Kč/os. Nejvíce utratili místní a to 5 926 Kč, návštěvníci z KHK utratili za občerstvení 4150 Kč, a návštěvníci z jiných krajů ČR 2 001 Kč. V průměru však nejvíce utratili návštěvníci z jiných krajů ČR a to 168 Kč na osobu.

Výdaje za potraviny měly pouze již zmiňované dámy, které v ČK byly na delším výletu. Konkrétně se jednalo o 1 500 Kč na osobu, celkem tedy 4 500 Kč.

Výdaje na ubytování taktéž měla skupina 3 dam z Brna a skupina návštěvníků z Pardubic (2 osoby). Celkem se jednalo o 8 200 Kč, v průměru potom o 482 Kč/os. Ostatní návštěvníci z jiných krajů než KHK byli pravděpodobně ubytováni u svých známých nebo rodiny.

Další položkou, za kterou návštěvníci nejčastěji utráceli, jsou suvenýry, které návštěvníci mohli zakoupit na řemeslném jarmarku. Celkem návštěvníci za suvenýry utratili 12 048 Kč, jeden návštěvník festivalu v průměru nakoupil suvenýry za 116 Kč. Na rozdíl od občerstvení za suvenýry nejvíce utráceli návštěvníci z KHK, kteří zde celkem vydali 4 241 Kč (121 Kč/os). V přepočtu na osobu ale nejvíce vynaložili za suvenýry návštěvníci z jiných krajů a to 253 Kč/os, celkem potom utratili 4 800 Kč. Místní za suvenýry celkem utratili 3 007 Kč, průměrně 60 Kč/os.

V souhrnu tedy nejvíce návštěvníci utráceli za občerstvení (průměrně 128 Kč/os) a za suvenýry (průměrně 116 Kč/os). Téměř neutráceli za další kulturní vyžití mimo festival, malé výdaje byly též za potraviny a restaurace. Přehledně v následujícím grafu.

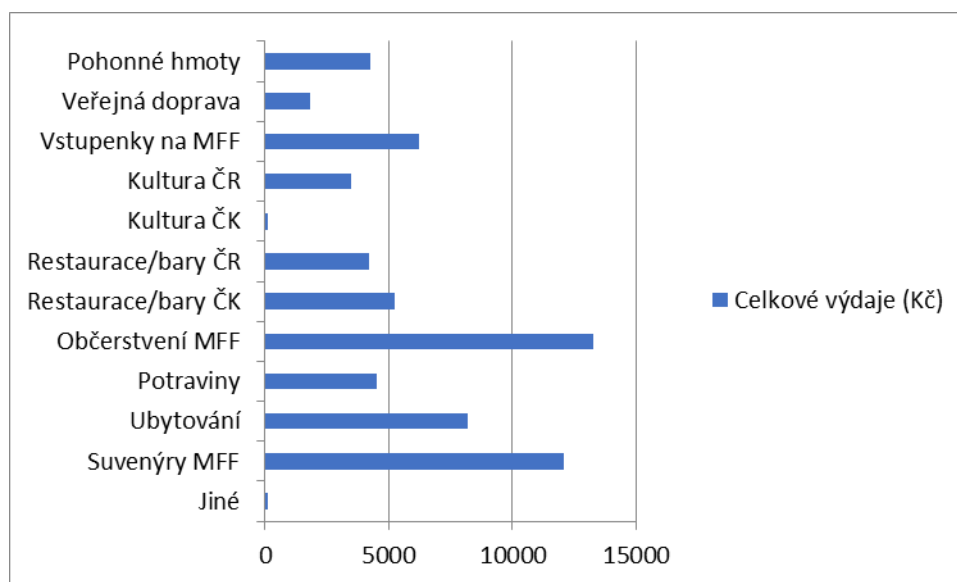
Celkové i průměrné výdaje podle geografického původu návštěvníků a podle kategorie jednotlivých výdajů zaznamenány do tabulky (Tabulka 15). Pro názorné porovnání výsledků byly celkové výdaje za jednotlivé kategorie též zaneseny do grafu (Graf 13).

Tabulka 15 Přehled celkových a průměrných výdajů respondentů podle geografického původu i celkem (Kč)

Kategorie výdajů	Celkové výdaje za respondenty				Průměrné výdaje za osobu			
	ČK	KHK	MIMO	Celkem	ČK	KHK	MIMO	Celkem
Výdaje na dopravu:								
Na pohonné hmoty	0	1 052	3 221	4 273	0	30	170	41
Na hromadnou dopravu	0	24	1 800	1 824	0	1	95	18
Další výdaje:								
Vstupenky na MFF	1 810	2 310	2 110	6 230	36	66	111	60
Kultura ČR	0	0	3 460	3 460	0	0	182	33
Kultura ČK	0	0	120	120	0	0	6	1
Restaurace/bary ČR	0	0	4 200	4 200	0	0	221	40
Restaurace/bary ČK	1 001	620	3 600	5 221	20	18	189	50
Občerstvení MFF	5 926	4 150	3 201	13 277	119	119	168	128
Potraviny	-	0	4 500	4 500	-	0	237	43
Ubytování	-	0	8 200	8 200	-	0	432	79
Suvenýry MFF	3 007	4 241	4 800	12 048	60	121	253	116
Jiné	50	70	0	120	1	2	0	1
Celkem	11 794	12 467	39 212	63 473	236	356	2 062	610

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 13 Přehled celkových výdajů návštěvníků MFF ČK 2020



Zdroj: Vlastní zpracování

4.3 Ekonomické dopady na českou ekonomiku

Pro zjištění ekonomických dopadů MFF ČK na českou ekonomiku byla využita online aplikace Kulkal.cz vytvořená na základě certifikované metodiky Raabové (2006). Pro využití této aplikace bylo nutné zjistit informace o návštěvnicích a jejich chování, konkrétně jejich celkový počet, geografický původ, strukturu a výši jejich nákladů a jak moc byla motivace navštívit město dána festivalem (Raabová, 2006, s. 93). Údaje o počtu návštěvníků byly získány z interních dokumentů evidujících prodané vstupenky (Erbenová, 2019, 2020). Ostatní data byla získána na základě dotazníkového šetření provedeného 22. 8. 2020 během sobotního programu festivalu. Dotazník byl koncipován tak, aby byly výdaje v ČK odděleny od ostatních výdajů v ČR, a tím mohla být data využita pro analýzu ekonomických dopadů na Českou republiku, ale následně i město Červený Kostelec.

4.3.1 Vstupní data do aplikace Kulkal.cz

V tomto případě se započítaly výdaje utracené v celé ČR včetně výdajů v Červeném Kostelci. Byly vypočítány průměrné výdaje za návštěvníka podle geografického původu, tedy průměrné výdaje místních návštěvníků, návštěvníků z KHK a návštěvníků z jiného kraje než KHK za jednotlivé kategorie výdajů. Tyto hodnoty byly zaznamenány do tabulky (Tabulka 16). Do průměrných výdajů nebyly započítány výdaje za vstupenky na sobotní festivalový program, jelikož tyto výdaje by do analýzy měly vstupovat přes rozpočet organizace. Dále se za každý geografický segment vypočítala průměrná míra motivace k návštěvě festivalu. K tomu sloužila otázka č. 2 v dotazníku, která zjišťovala důležitost festivalu pro motivaci navštívit město na škále od 0 do 10. Průměrná motivace za KHK byla 10, za jiný kraj než KHK byla míra motivace 9. Za místní návštěvníky se míra motivace nezjišťovala. Dále bylo potřeba výsledky zobecnit na celkovou návštěvnost. K tomu bylo potřeba znát podíl jednotlivých geografických segmentů návštěvníků a celkovou návštěvnost. Geografický původ návštěvníků zjišťovala otázka č. 1. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 104 osob, z nichž bylo 48 % z Červeného Kostelce, 34 % z KHK a 18 % z jiného kraje než KHK. Celková návštěvnost sobotního programu festivalu byla 628 osob. Po výpočtu byla do aplikace zadána data za 301 osob z ČK, 214 osob z KHK a 113 osob z jiného kraje než KHK. Všechny údaje vstupující do aplikace Kulkal.cz byly zaznamenány do následující tabulky (Tabulka 16).

Tabulka 16 Vstupní data pro aplikaci KULKAL

Geografický původ návštěvníků	ČK	KHK	MIMO
Průměrné výdaje za návštěvníka			
Pohonné hmoty	0 Kč	30 Kč	170 Kč
Hromadná doprava	0 Kč	1 Kč	95 Kč
Kultura	0 Kč	0 Kč	188 Kč
Restaurace, občerstvení	139 Kč	136 Kč	579 Kč
Potraviny	-	0 Kč	237 Kč
Ubytování	-	0 Kč	432 Kč
Suvenýry	60 Kč	121 Kč	253 Kč
Jiné	1 Kč	2 Kč	0 Kč
Přepočet na celkovou návštěvnost	301	214	113
Průměrná motivace k návštěvě	-	10	9

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.2 Výsledky hodnocení dopadů výdajů návštěvníků

Aplikace Kulka.cz, založená na input-output analýze, dokáže stanovit přímé ekonomické dopady kulturní akce a díky již vypočítaným multiplikátorům i dopady nepřímé. Výsledky ukazují přímý, nepřímý i celkový dopad, a to za jednotlivé geografické segmenty i všechny návštěvníky souhrnně.

Podle výsledků získaných z aplikace Kulka.cz na základě zadání dat z dotazníkového šetření, bylo díky MFF ČK 2020 utraceno 320 982 Kč, z toho 60 639 Kč bylo odvedeno státu v podobě daní z přidané hodnoty a dalších nepřímých daní. Čistá útrata tedy za všechny návštěvníky činila 260 243 Kč.

Dopad na ekonomickou produkci (obrat) ČR

Ukazatel dopadu na ekonomickou produkci představuje zvýšení celkové produkce zboží a služeb (Raabová, 2006, s. 84). Celkový dopad se skládá z dopadu přímého, který zahrnuje pouze přímý nákup zboží a služeb za celkovou prodejní hodnotu návštěvníky, a nepřímého, který představuje zahrnutí i produkce mezipotřeby. Tedy produkce vstupních produktů, které jsou potřebné pro výrobu produktu finálního, i další produkci subdodavatelů vstupních produktů (Raabová, 2006, s. 84). Celková produkce české ekonomiky se v důsledku výdajů návštěvníků zvýšila o 398 393 Kč. Z toho přímý dopad byl 212 433 Kč a nepřímý (multiplikovaný) 185 960 Kč.

Dopad na hrubou přidanou hodnotu

Tento ukazatel je podobný jako předcházející, nezahrnuje ale celkovou hodnotu vstupů, pouze jejich přidanou hodnotu v procesu produkce (Raabová, 2006, s. 85). Přímý dopad zahrnuje zvýšení hrubé přidané hodnoty v důsledku zvýšení produkce zboží a služeb nakupovaného návštěvníky, nepřímé dopady potom zahrnují zvýšení přidané hodnoty produktů, které vstupují do výrobního procesu finálních produktů (Raabová, 2006, s. 86). Hrubá přidaná hodnota se v důsledku útrat návštěvníků zvýšila o 143 334 Kč, z toho přímo výdaje návštěvníků zvýšily hrubou přidanou hodnotu o 83 868 Kč, nepřímo potom o 59 466 Kč.

Dopad výdajů na zvýšení zisku podnikatelů

Přímý dopad tohoto ukazatele představuje částku, která z celkové hodnoty výdajů spotřebovaných návštěvníky festivalu byla vydána na čisté zisky firem. Do nepřímého dopadu jsou zahrnuty i zisky subdodavatelů produktů vstupujících do procesu produkce finálního produktu (KULKAL, 2015a). Díky MFF ČK se podle výsledků zisky podnikatelům a firmám zvýšily celkově o 55 787 Kč. V přímém dopadu to bylo 32 830 Kč a multiplikovaně 22 957 Kč.

Dopad na mzdy zaměstnanců

Ukazatel dopadu na mzdy říká, kolik peněz z celkových výdajů návštěvníků bylo vydáno na mzdy zaměstnanců. Přímé dopady zahrnují mzdy zaměstnanců dodavatelů finálních produktů, nepřímé zahrnují i mzdy pracovníků subdodavatelů (Raabová, 2006, s. 87). Celkem šlo o 62 932 Kč vydaných na mzdy zaměstnanců, přímý dopad činil 38 494 Kč, nepřímý 24 429 Kč.

Dopad výdajů na zvýšení zaměstnanosti

Dopad výdajů na zvýšení zaměstnanosti udává navýšení počtu pracovních míst na celoroční plný úvazek v důsledku navýšení produkce. Přímý dopad zahrnuje navýšení pracovních míst v produkci finálních výrobků, nepřímý zahrnuje pouze navýšení pracovních míst při produkci vstupních produktů (KULKAL, 2015a). Festival podle výsledků nevygeneroval žádné další pracovní pozice na plný úvazek.

4.3.3 Porovnání výsledků

Pro předchozí ročníky festivalu bohužel nebylo provedeno dotazníkové šetření, tudíž nejsou k dispozici přesná data ohledně výdajů návštěvníků. Pro porovnání byly tedy využity údaje za průměrné výdaje podle geografických skupin získané z šetření v roce 2020, které byly aplikovány na návštěvnost sobotního programu v roce 2019 (Tabulka 17). Tohoto programu se zúčastnilo celkem 2 818 návštěvníků. Pro přepočítání celkových návštěvníků na jednotlivé geografické segmenty, byla taktéž využita struktura z roku 2020. Po přepočtu do aplikace vstupovala data za 1 353 návštěvníků z ČK, 958 návštěvníků z KHK a 507 návštěvníků z jiného kraje než KHK.

Tabulka 17 Porovnání dopadů MFF ČK za roky 2020 a 2019 vygenerovaných aplikací Kulkal.cz

Ukazatel	2020	2019	Rozdíl
Celkové útraty návštěvníků díky návštěvě akce	320 982 Kč	1 346 032 Kč	1 025 050 Kč
Z toho DPH a spotřební daně (odhad)	60 739 Kč	238 168 Kč	177 429 Kč
Dopad na ekonom. produkci (obrat) ČR	398 393 Kč	1 684 546 Kč	1 286 153 Kč
Dopad na hrubou přidanou hodnotu	143 334 Kč	614 521 Kč	471 187 Kč
Dopad na zisky podnikatelů	55 787 Kč	243 367 Kč	187 580 Kč
Dopad na mzdy zaměstnanců	62 923 Kč	268 960 Kč	206 037 Kč
Dopad na zaměstnanost (počet prac. míst)	0,4	1,3	0,9

Zdroj: Vlastní zpracování, aplikace Kulkal.cz

V tabulce (Tabulka 17) je názorně vidět o kolik se zvýší dopady, pokud je využit celý potenciál festivalu. Tyto hodnoty navíc nejspíše budou podhodnoceny, protože průměrné výdaje by byly nejspíš ještě vyšší (stánků by bylo více, hlavní program by trval déle) a struktura návštěvníků podle geografického původu by se jistě lišila, s tím že by zde mohlo být více návštěvníků mimo ČK i mimo KHK. I za ty by tím pádem průměrné výdaje stoupli, protože je větší pravděpodobnost, že by tam byly déle, navštívili něco dalšího. Navíc se dopady festivalu neomezují pouze na sobotní program a je možnost navštívit festival i mimo placený areál.

4.4 Ekonomické dopady a přínosy na město Červený Kostelec

V této kapitole jsou zjišťovány ekonomické dopady a přínosy MFF ČK na město Červený Kostelec. Jelikož se jedná o malou referenční oblast, lze bez vypočítaných multiplikátorů stanovit pouze přímý dopad i přínos. Ekonomické dopady jsou, jak již bylo

uvedeno výše, finanční prostředky utracené na území sledované oblasti, bez ohledu na to, odkud pocházejí. V případě přínosů je nutné vzít v úvahu odkud peníze pocházejí. Pro stanovení celkových ekonomických dopadů a přínosů je potřeba znát strukturu a výši výdajů návštěvníků zkoumané akce a informace o výdajích organizace akci pořádající (Raabová, 2006, s. 93).

4.4.1 Analýza výdajů návštěvníků

Údaje pro analýzu výdajů návštěvníků byly získány z dotazníkového šetření na MFF ČK 2020. V tomto případě byly započítány pouze výdaje návštěvníků uskutečněné přímo ve zkoumané oblasti, tedy v ČK. Do analýzy dopadů na město Červený Kostelec nebyly zařazeny výdaje na pohonné hmoty, jelikož pro město nemají takový význam, a tedy i minimální dopad na něj (Raabová, 2014, s. 8). Nebyly zařazeny ani vstupenky na festival, jelikož vstupují do analýzy přes rozpočet organizace. Výdaje na občerstvení a suvenýry též započítány nebyly, jelikož trhovci a stánkaři z většiny nepocházeli z ČK (Šimek, 2020a; Jirásková, 2020). Do analýzy byly započítány výdaje na kulturu v ČK, restaurace v ČK a ubytování v ČK. Byly spočítány celkové průměrné výdaje na osobu za skupiny návštěvníků podle geografického původu (Tabulka 18). Dotazníkového šetření se zúčastnilo 104 osob a sobotní program festivalu celkem navštívilo 628 návštěvníků. Složení návštěvníků podle geografického původu zjištěné dotazníkovým šetřením bylo zobecněno na celkovou návštěvnost sobotního programu. Následně byly spočítány celkové výdaje návštěvníků jednotlivých geografických skupin. Do tabulky (Tabulka 18) byly zaznamenány potřebné hodnoty pro výpočet ekonomických dopadů i přínosů včetně výpočtu celkových výdajů návštěvníků na roky 2020 a 2019.

Tabulka 18 Data vstupující do analýzy a výpočet celkových výdajů návštěvníků za roky 2020 a 2019

Geografický původ výdajů návštěvníků	ČK	KHK	MIMO
Průměrné výdaje			
Kultura ČK	0 Kč	0 Kč	6 Kč
Restaurace ČK	20 Kč	18 Kč	189 Kč
Ubytování ČK	-	0 Kč	432 Kč
Celkové průměrné výdaje za osobu	20 Kč	18 Kč	627 Kč
Počet návštěvníků 2020	301	214	113
Výdaje návštěvníků 2020	6 020 Kč	3 852 Kč	70 851 Kč
Celkové výdaje návštěvníků 2020	80 723 Kč		
Počet návštěvníků 2019	1353	958	507
Výdaje návštěvníků 2019	27 060 Kč	17 244 Kč	317 889 Kč
Celkové výdaje návštěvníků 2019	362 193 Kč		

Zdroj: Vlastní zpracování

Celkem v roce 2020 měly výdaje návštěvníků dopad na město Červený Kostelec ve výši 80 723 Kč. Pro výpočet přínosů byly zahrnuty stejné kategorie výdajů návštěvníků jako v předchozím případě dopadů. Aby se však refleктоval původ těchto výdajů, byly započítány pouze výdaje návštěvníků, kteří nepocházeli z ČK. Celkem tedy výdaje návštěvníků měly pro město Červený Kostelec přínos 74 703 Kč.

Vzhledem k tomu, že výdaje návštěvníků z roku 2019 nebyly zjištěny, byla využita data z roku 2020 a aplikována na návštěvnost sobotního programu z roku 2019. Poměr návštěvníků podle geografického původu byl opět zachován podle výsledků z roku 2020. Podle výpočtu byl v roce 2019 dopad na město Červený Kostelec 362 193 Kč. Pokud by měly být zhodnoceny přínosy, tak se podle stejného postupu jedná o 335 133 Kč.

4.4.2 Analýza výdajů organizace

Pro analýzu výdajů organizace byl využit rozpočet festivalu vedený v účetnictví MKS ČK. Účetní této organizace byla požádána, aby u jednotlivých nákladových položek rozpočtu odhadla, kolik procent z nich bylo organizací vydáno v ČK a kolik mimo. V případě položek výnosů obdobně, tedy kolik procent z nich pochází z ČK a kolik mimo tuto oblast. Pro oba dva roky bylo použito stejné procentní rozdělení. Dále byly podle tohoto odhadu rozděleny jednotlivé položky nákladů a výnosů a zjištěno, kolik peněz z rozpočtu bylo utraceno ve zkoumané oblasti a kolik mimo, a též kolik peněz pocházelo ze zkoumané oblasti a kolik mimo ni.

V roce 2020 byly celkové náklady festivalu ve výši 1 081 756 Kč. Bylo zjištěno, že 91,45 % těchto nákladů bylo utraceno ve zkoumané oblasti. V případě výnosů převažovaly zdroje původem z ČK, a to ve výši 70,25 %. Celková výše nákladů i výnosů, podíl těchto prostředků podle geografického původu a užití za rok 2020 byly zaneseny do tabulky (Tabulka 19).

Tabulka 19 Rozpočet MFF ČK 2020 – podíl finančních prostředků

Náklady	Užití peněz	
	Červený Kostelec	Mimo Červený Kostelec
Celkem		
1 081 756 Kč	989 226 Kč	92 530 Kč
100 %	91,45 %	8,55 %
Výnosy	Původ peněz	
	Červený Kostelec	Mimo Červený Kostelec
Celkem		
1 110 472 Kč	759 962 Kč	321 794 Kč
100 %	70,25 %	29,75 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Dopady na město Červený Kostelec, v tomto případě se jedná o finanční prostředky utracené organizací na území Červeného Kostelce, byly vyčísleny ve výši 989 226 Kč. Pro výpočet přínosů byla využita metodika Jurajdy a kolektivu (2006). Podle této metody byl spočítán přítok a odtok peněz do a ze zkoumané oblasti. Přítok byl vypočítán vynásobením té části nákladů, která byla vynaložena v Červeném Kostelci, podílem zdrojů pocházejících mimo ČK. Odtok zase vynásobením části nákladů, které byly utraceny mimo ČK podílem výnosů, pocházejících z ČK. Využitá data i výsledky jsou v tabulce níže (Tabulka 20).

Tabulka 20 Regionalizace finančních prostředků MFF ČK 2020

		Užití peněz	
		989 226 Kč	92 530 Kč
Původ peněz	0,2975	294 295 Kč	27 528 Kč
	0,7025	694 932 Kč	65 002 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle Jurajda a kolektiv (2006)

Po vypočtení přítoku i odtoku peněžních prostředků byly tyto dvě položky od sebe odečteny a získána výše přínosu 229 293 Kč.

V roce 2019 byl rozpočet festivalu mnohem větší. Náklady dosáhly na 2 722 141 Kč. V tomto roce však byl vynaložen menší podíl prostředků v ČK, než tomu bylo v roce následujícím. Na druhou stranu větší podíl zdrojů pocházel ze zkoumané oblasti. To bylo

nejspíše způsobeno výrazně vyššími výnosy za vstupné v roce 2019 než v roce 2020. Souhrnné údaje za rozpočet MFF ČK z roku 2019, včetně podílů užití a původu, byly zaznamenány do tabulky (Tabulka 21).

Tabulka 21 Rozpočet MFF ČK 2019 – podíl finančních prostředků

Náklady	Užití peněz	
Celkem	Červený Kostelec	Mimo Červený Kostelec
2 722 141 Kč	2 301 921 Kč	420 220 Kč
100 %	84,56 %	15,44 %
Výnosy	Původ peněz	
Celkem	Červený Kostelec	Mimo Červený Kostelec
2 720 054 Kč	2 097 406 Kč	622 648 Kč
100 %	77,11 %	22,89 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Výdaje organizace měly díky MFF ČK v roce 2019 na město ČK dopad ve výši 2 301 921 Kč. Přínos rozpočtu festivalu byl spočítán stejným způsobem jako v případě roku 2020. V tabulce (Tabulka 22) jsou zaznamenány údaje, pomocí kterých byla opět spočítána výše přítoku finančních prostředků do zkoumané oblasti a výše finančních prostředků, které z oblasti unikly. Po odečtení těchto dvou položek byla zjištěna výše přínosu festivalu v roce 2019, a to na 202 878 Kč.

Tabulka 22 Regionalizace finančních prostředků MFF ČK 2019

		Užití peněz	
		2 301 921 Kč	420 220 Kč
Původ peněz	0,2289	526 910 Kč	96 188 Kč
	0,7711	1 775 011 Kč	324 032 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle Jurajda a kolektiv (2006)

4.4.3 Celkové ekonomické dopady a přínosy za rok 2020 a 2019

Výdaje návštěvníků utracené na festivalu v roce 2020 podle analýzy měly na město Červený Kostelec dopad ve výši 80 723 Kč. Finanční prostředky utracené organizací ve zkoumané oblasti v důsledku pořádání festivalu byly vyčísleny na 989 226 Kč. Celkem měl tedy v roce 2020 festival na město dopad 1 069 949 Kč. Za užití údajů o výdajích návštěvníků z roku 2020 byly za účelem porovnání vyčísleny i dopady výdajů návštěvníků festivalu v roce 2019 a to ve výši 362 193 Kč. Dopady rozpočtu organizace na město byly

za rok 2019 vyčísleny na 2 301 921 Kč. Celkově měl tedy festival v roce 2019 na město dopad ve výši 2 664 114 Kč. Při porovnání výsledků lze jednoznačně říct, že dopad festivalu na město Červený Kostelec byl výrazně vyšší v roce 2019 (Tabulka 23).

Výdaje návštěvníků utracené na festivalu v roce 2020 přinesly městu dodatečné finanční prostředky ve výši 74 703 Kč a výdaje organizace vynaložené na organizaci festivalu 229 293 Kč. Celkové přínosy festivalu pro město Červený Kostelec byly vyčísleny na 303 996 Kč. Stejně tak jako v případě dopadů byly analyzovány i přínosy výdajů návštěvníků v roce 2019. Ty byly vyčísleny na 335 133 Kč. Výdaje rozpočtu přinesly v roce 2019 městu dodatečné prostředky ve výši 202 878 Kč. Celkové ekonomické přínosy festivalu v roce 2019 byly stanoveny na 538 011 Kč. Je zajímavé, že přínos výdajů organizace je za rok 2020 vyšší než za rok 2019. Tento rozdíl však není tak markantní, jako v případě výdajů návštěvníků, kde naopak přínosy za rok 2019 vysoce převyšují ty za rok 2020. V celkovém pohledu byl tedy přínos festivalu za rok 2019 vyšší než za rok 2020. Srovnání dopadů i přínosů MFF ČK na město Červený Kostelec za oba hodnocené ročníky je v tabulce níže (Tabulka 23).

Tabulka 23 Srovnání ekonomických dopadů a přínosů MFF ČK za roky 2020 a 2019

Ročník	Dopady		Přínosy	
	2020	2019	2020	2019
Výdaje návštěvníků	80 723 Kč	362 193 Kč	74 703 Kč	335 133 Kč
Výdaje organizace	989 226 Kč	2 301 921 Kč	229 293 Kč	202 878 Kč
Celkem	1 069 949 Kč	2 664 114 Kč	303 996 Kč	538 011 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

5 Výsledky a diskuse

5.1 Shrnutí výsledků

Mezi oběma zkoumanými ročníky se ukázaly poměrně velké rozdíly. Podrobně je tento problém rozpracován v kapitole 4.1.6. Největší rozdíly se v důsledku opatření kvůli pandemii projevíly ve velikosti festivalu a vše bylo následně na tuto skutečnost navázáno. Festival byl v důsledku situace zkrácen z pěti dní na tři. Jeho program, který se odehrával především v sobotu, byl výrazně zredukován, a též se musel obejít bez účasti výrazných zahraničních folklorních souborů. Navštívilo ho v roce 2020 mnohem méně návštěvníků, než je běžné, v důsledku čehož rozpočet festivalu generoval i nižší výnosy. Dalším rozdílem je i nižší vstupné, které mohlo taktéž mít vliv na výši výnosů. Na druhou stranu mohlo jeho snížení být návštěvníky vnímáno jako výhodné, a tudíž se i přes opatření a zredukování festivalu rozhodly přijít. Náklady na organizaci a propagaci festivalu byly sice v důsledku redukce výrazně nižší, to však mohlo negativně dopadnout na ostatní subjekty podnikající ve městě nebo jeho okolí. Přesto je ale ocenitelné, že i přes složitou situaci okolo probíhající pandemie bylo možné zachovat každoroční tradici pořádání festivalu, která sahá dlouho do minulosti. Pokud se srovná 66. ročník s podobou festivalu v jeho počátcích, dalo by se říci, že se festival tento rok navrátil k jeho kořenům.

Výsledky dotazníkové šetření ukázaly, že na festivalu byla převaha místních návštěvníků. Přesto na festivalu nechyběli ani návštěvníci z regionu a dalších krajů České republiky. Zahraniční respondenti bohužel žádné zastoupení neměli. Nejvíce dotázaných osob bylo ve věku pod 20 let. Analýzou dotazníků a vlastním pozorováním bylo potvrzeno, že hlavními návštěvníky festivalu jsou rodiny s dětmi a senioři. Za hlavní cíl cesty většina návštěvníků označila ČK. V naprosté většině případů byl festival hlavním důvodem pro návštěvu města Červený Kostelec. V minulých letech se ho již účastnilo téměř 85 % dotázaných návštěvníků. Přesto se našli i tací, co se festivalu účastnili úplně poprvé. Většina dotázaných zakoupila vstupenky pouze na sobotní program. Pokud zakoupili vstupenky na koncert, jednalo se o místní návštěvníky nebo o folklorní fanoušky. Placeného doprovodného programu se téměř nikdo z dotázaných nezúčastnil, pochváleny ale byly další doprovodné aktivity.

Dotázaní návštěvníci se festivalu z velké části účastní už tradičně. Pokud se nejedná o tradiční účast, tak se nejvíce dotázaných o festivalu dozvědělo od přátel. Naopak nikdo

se o něm nedozvěděl z rádia a velmi málo z Facebooku. Dále bylo zjištěno, že návštěvníci festival navštěvují kvůli dětem a rodině, protože ho mají rádi, baví je nebo protože chtěli příjemně strávit volný čas. Považují ho za velký kulturní zážitek, který nabízí poznání české i zahraniční kultury. Někteří z nich se hlouběji zajímají o folklor, lidovou hudbu či tanec. Na festivalu se jim líbí atmosféra, folklor, pestrost vystupujících souborů. Zejména se často líbí zahraniční soubory, ale ani na české nezapomínají. V roce 2020 se mimo *Galapředstavení* líbila *Mše svatá*, bohatý doprovodný program pro děti, prodávané suvenýry a řemeslné výrobky. Pochválen byl i stánkový prodej.

Návštěvníci pro zlepšení festivalu navrhovali zastřešení pódia a části hlediště kvůli případnému deštivému počasí, aby festival nemusel být rušen či přerušován. Užitečnost a potenciál tohoto řešení byla potvrzena během *Galapředstavení* (2020), kdy byla vystoupení v důsledku deště několikrát přerušena. Pro návštěvníky však byly připraveny stany, kde bylo možné se před deštěm schovat. Námitky měli návštěvníci ohledně kapacity prostoru, toalet a nepohodlnosti laviček. Jeden respondent zmínil, že v minulých letech zde bylo málo stánků a hodně lidí a tvořily se velké fronty. Jiný návštěvník by na festivalu uvítal lidovější atmosféru.

Výsledky šetření dále ukázaly, že nadpoloviční většina dotázaných se zúčastnila festivalu i v roce 2019. Nejčastěji měli vstupenku na sobotní program, v menší míře poté permanentku nebo kupovali vstupenky na každý den zvlášť. Nejčastěji využívali návštěvníci pro dopravu na festival automobil. Veřejná doprava byla využívána minimálně. Zcela nejvíce a nejčastěji návštěvníci festivalu utráceli za občerstvení. Na druhém místě měli největší výdaje za suvenýry. V restauracích utráceli hlavně návštěvníci z jiných krajů. Na druhou stranu nejméně návštěvníci vydávali peníze za další kulturu mimo festival. Mohlo by se zdát, že za ubytování a potraviny návštěvníci utratili poměrně hodně, avšak útratu za tyto dvě položky měly pouze 2 skupiny dotázaných.

Ekonomický dopad festivalu na českou ekonomiku za rok 2020 byl 320 982 Kč. Pro srovnání s běžně probíhajícím ročníkem byly ekonomické dopady vyčísleny i za rok 2019. Zde dopady dosáhly 1 346 032 Kč. Přestože je možné, že výše výdajů návštěvníků zaznamenaná v roce 2020 by při aplikaci na rok 2019 znamenala podhodnocení, navíc je vzorek respondentů příliš malý pro zobecnění na návštěvníky za rok 2019 a složení návštěvníků podle geografického původu by též bylo rozdílné, dává toto srovnání představu, jak velký rozdíl v dopadu je, pokud je festival omezen na běžném fungování.

Festival měl v roce 2020 na město ČK dopad ve výši 1 069 949 Kč. V roce 2019 byl dopad festivalu vyšší a to 2 664 114 Kč. Tento rozdíl v dopadu je způsoben jak vyšším počtem návštěvníků v roce 2019, v důsledku čehož jsou vyšší i jejich výdaje, tak i vyšším rozpočtem festivalu. V ekonomických přínosech festivalu pro město tak markantní rozdíl nebyl, přesto je tento rozdíl významný. Celkové přínosy festivalu pro město Červený Kostelec byly za rok 2020 vyčísleny na 303 996 Kč a za rok 2019 na 538 011 Kč. Rozdíl je způsoben opět výdaji návštěvníků, které se za oba roky podstatněji liší, výdaje rozpočtu ale už nemají tak velký vliv, jelikož podléhají regionalizaci. Ukazuje se tedy, že pokud je obtížné zvýšit podíl zdrojů financování festivalu, které by nepocházeli ze zkoumané oblasti, nejlepším řešením, jak zvýšit přínosy akce pro město, je nalákat více návštěvníků pocházejících z jiného místa než ČK.

5.2 Diskuse výsledků

Pokud by festival probíhal tak jako obvykle, je pravděpodobné že by zde bylo mnohem více návštěvníků z ostatních koutů České republiky a bezpochyby i zahraniční návštěvníci. Bylo by též možné, že by všichni návštěvníci nepřijeli vyloženě kvůli festivalu. Do regionu by mohli vyrazit na dovolenou a jedním z cílů by mohl též být festival. Nebo by na festival narazili úplnou náhodou při jejich výletu. Festival by též trval déle, takže by byla větší pravděpodobnost, že na něj cestovatelé narazí, přestože jeho návštěvu dopředu neplánovali. S tím souvisí i fakt, že by festival navštívilo více návštěvníků, kteří o něm slyšeli poprvé. V důsledku toho by průměrné výdaje návštěvníků mohly být vyšší. Za předpokladu, že by více skupin návštěvníků přijelo do ČK nebo regionu na delší dobu, určitě by zde měly větší výdaje za ubytování, potraviny a restaurace. Zda by více utrácely i za kulturu je spíše otázka povahy jejich výletu. Výsledky ohledně způsobu, jakým se návštěvníci o festivalu dozvěděli, jsou jistě velmi specifické pro tento ročník, jelikož se festivalu z velké většiny účastnili návštěvníci, kteří se ho již účastnili nebo se účastní pravidelně. Navíc v roce 2020 nebyl festival propagován v takové míře, jak tomu obvykle bývá.

Výsledky ohledně hodnocení ekonomických dopadů na českou ekonomiku jsou limitovány tím, že model je postaven spíše pro hodnocení velkých eventů. Festival byl navíc v roce 2020 ještě zredukován. Porovnání výsledků ukázalo rozdíl mezi oběma ročníky z ekonomického hlediska, přestože výsledky z roku 2019 nejsou k dispozici a musely být na návštěvnost roku 2019 aplikovány výsledky z roku 2020. To je dalším

limitem vypovídací hodnoty výsledků hodnocení za rok 2019, jelikož vzorek pro tento ročník není dost velký, navíc jak bylo zmíněno výše, struktura návštěvníků by se též mohla lišit. Ze stejných důvodů platí i jistá omezená validita pro hodnocení dopadů a přínosů přímo na město Červený Kostelec za rok 2019. Jedním z cílů ale bylo zhodnotit rozdíly mezi ročníky, a to včetně ekonomických důsledků pandemie, jelikož hodnotit festival pouze v jeho podobě z roku 2020 by neukázalo jeho potenciál. Proto se při hodnocení pracovalo alespoň s proměnou počtu návštěvníků, jelikož ostatní proměnné nejsou zpětně zjistitelné. Pro pouhé porovnání a představu o těchto rozdílech se zdá být tato metoda dostačující.

5.2.1 Diskuse dotazníkového šetření a doporučení pro budoucí výzkum

Úskalí dotazníkového šetření spočívalo v několika komplikacích. Bylo důležité, aby zkoumaní návštěvníci měli zakoupenou vstupenku na sobotní program, aby bylo možné následně sesbírané výsledky zobecnit na celkovou populaci (na všechny návštěvníky). Do areálu začali návštěvníci přicházet až okolo 17:00, jelikož se většina návštěvníků přišla podívat přímo na *Galapředstavení*, které začínalo v 18:00. Po začátku programu bylo obtížné najít respondenty, u kterých by dotazování nenarušilo jejich zážitek z festivalu, jelikož u festivalu s charakterem jako MFF ČK, kde se převážně tančí, se na rozdíl od například vyloženě hudebních festivalů očekává, že budou návštěvníci hlavně sledovat podium. Na dotazníkové šetření bylo tedy ve výsledku relativně málo času. Dalším problémem byl fakt, že jelikož byl dotazník realizován od začátku *Galapředstavení*, nemuselo se u většiny návštěvníků jednat o jejich konečnou spotřebu na festivalu. Během večera festivalu v jednu chvíli nepřálo ani počasí, kdy musel být na okamžik přerušen i program. Tato situace a fakt, že se setmělo, průzkumu také moc nepomohla, jelikož značně komplikovala dotazování. Někdo z návštěvníků se rozhodl i odejít, bylo zde tedy i méně potenciálních respondentů. Dalším z problémů týkající se výdajů je, že návštěvníci často jen odhadovali jejich spotřebu, zejména pro ně bylo těžké odhadnout výdaje za pohonné hmoty. Někdy se též stalo, že útratu na festivalu prováděl jiný člen rodiny, než byl podrobován dotazníku.

Provedení dotazníkového šetření přímo během festivalu mělo ale i výhody. Bylo by velmi obtížné, v některých případech i nemožné, návštěvníky festivalu hledat dodatečně po skončení festivalu. Také nedocházelo k velkým nedorozuměním ohledně vyplnění dotazníku, především části týkající se výdajů, která byla poměrně složitá. Autorka mohla

rozhovorem získat informace, které dotazník přímo nezjišťoval, popřípadě zahrnout odpovědi, které dotazník nenabízel. Ve většině případů oslovení návštěvníci neměli s dotazníkovým šetřením žádný problém.

V samotném dotazníku by pro případné další šetření v budoucnosti bylo dobré udělat pár změn. V otázce č. 7 by bylo dobré jinak rozdělit věkové kategorie, zejména kategorie pod 20 let a 20-34 let, jelikož se poté špatně odhadovali vztahy mezi respondenty jedné skupiny. Navíc je též rozdíl, jestli na festival chodí malé děti nebo teenageři. Upravit by se tato kategorie dala například na kategorie pod 15 let, 16-25 let, 26-34 let nebo pod 18 let, 19-25 let, 26-34 let. Reflektovat by to mohla i otázka ohledně kategorie zakoupených vstupenek, tedy dospělá, dětská či zdarma. Další možností by bylo se přímo respondentů zeptat, s kým na festival dorazili, tedy s dětmi (jako rodina), s partnerem, s přáteli, sami atd. Dále by bylo zajímavé kromě toho, odkud se o festivalu dozvěděli, také zjistit z jakých médií o festivalu čerpali informace (o programu atd.). U poslední otázky by bylo dobré též zahrnout odpověď "jiné - napište", jelikož několik návštěvníků si kupovalo lístky každý den a pro tuto variantu zde nebyla možnost.

Pokud by byl průzkum prováděn přímo během festivalu a za jeho běžného rozsahu, bylo by velmi obtížné obsáhnout velké množství návštěvníků, kteří se festivalu běžně účastní pouze jedním tazatelem. Komplikací též je, že hodně programu se odehrává mimo festivalový areál a nejsou pro něj zapotřebí vstupenky (například řemeslný jarmark, při kterém se též realizuje velká část výdajů návštěvníků). Festival tedy navštíví větší množství návštěvníků, než si nakonec zakoupí vstupenky. Průzkum mimo tento placený prostor by komplikoval porovnání vzorku s celkovou zkoumanou populací, která je zjistitelná jen na základě prodaných vstupenek. Musí se tedy počkat na zahájení placeného programu a průzkum započít teprve poté. Jednou z možností by bylo navýšit počet tazatelů. Další by bylo distribuovat dotazník při odchodu návštěvníků, kdy by každý návštěvník vyplnil dotazník sám. Zde je ale otázka v návratnosti dotazníků. Další z možností by bylo jim předat internetový odkaz, kde by mohli dotazník vyplnit dodatečně. To by záleželo na dobré vůli návštěvníků něco takového zpětně udělat a je možné, že by mohl nastat problém s pochopením dotazníku a s tím souvisejícími problémy. Navíc by elektronický dotazník nemusel být vhodný pro starší návštěvníky festivalu.

6 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo vyhodnotit ekonomické dopady a přínosy Mezinárodního folklorního festivalu Červený Kostelec. Probíhající pandemie a s tím spojená složitá situace komplikovala průběh kulturních akcí či znemožňovala jejich pořádání. Proto na tento cíl bylo navázáno porovnání festivalu pořádaného v roce 2020, jež byl ovlivněn pandemií, s festivalem roku 2019, který probíhal podle již ustanovené tradice, dalo by se říci standardně.

V roce 2019 měl festival větší rozsah, ať už se jedná o délku festivalu, rozsah programu, pestrost a počet vystupujících folklorních souborů, ale i mnohem větší počet návštěvníků. Festival byl v roce 2020 uskromněn a dalo by se říci, že svou atmosférou připomínal festival v počátcích jeho existence. To mělo vliv i na jeho ekonomické dopady a přínosy. Festival měl v roce 2020 dopad na českou ekonomiku ve výši 320 982 Kč, pokud by ale festival nebyl ovlivněn pandemií mohl tento dopad dosáhnout až na 1 346 032 Kč jak bylo vyčísleno pro rok 2019. Stejně tak byly ovlivněny i dopady a přínosy na město Červený Kostelec. Dopad na město byl za rok 2020 vyčíslen na 1 069 949 Kč, zatímco pro rok 2019 na 2 664 114 Kč. Zde je též vidět markantní rozdíl. U vyčíslení ekonomických přínosů festivalu pro město Červený Kostelec se rozdíl neprojevil tak markantně jako v předchozích případech, dá se však také považovat za významný a směrodatný. V případě roku 2020 byly přínosy festivalu vyčísleny na 303 996 Kč a za rok 2019 na 538 011 Kč.

Tyto výsledky mimo jiné ukázaly důležitost festivalu pro ekonomiku města Červený Kostelec i jeho potenciál pro jeho další využití v tomto směru. Na základě výsledků a principů postupovaných metodik lze formulovat několik doporučení. Dopady festivalu v budoucnu by mohly být navýšeny nalákáním většího počtu návštěvníků. Toho by mohlo být docíleno vylepšením některých aspektů, které sami návštěvníci zmínili při dotazníkovém šetření. Konkrétně se jedná o zastřešení podia, vyřešení problému s tvrdými lavičkami či předcházení tvoření se front u stánků s občerstvením. Dále je důležité dbát na čistotu a dostatečné množství toalet, protože jak vyplývá z i výzkumu Vystoupila a Kotíkové (2017), služby spojené se sociálním zařízením mají vliv na celkovou spokojenost s festivalem, a i se o tomto aspektu přímo zmínil jeden z návštěvníků. Tato vylepšení by mohla mít vliv i na celkovou atmosféru festivalu. Ta je pro návštěvníky též na festivalu důležitá, stejně tak jako tradice. Tyto dva aspekty zmiňují jako důležité i Vystoupil a

Kotíková (2017) a Akhoondnejad (2016). Proto by se při propagaci festivalu měl dávat důraz především na dlouhou tradici festivalu a jeho tradiční atmosféru. Pro nalákání návštěvníků mimo obvyklý segment by bylo vhodné festival též prezentovat jako vhodné místo pro setkávání se s přáteli.

Pro zvýšení přínosů je nutné se soustředit zejména na přilákání nemístních návštěvníků, kteří do měst přinesou další finanční prostředky. K tomu by kromě výše zmíněného mohlo napomoci spojení propagace festivalu v kombinaci s kulturními atraktivitami a možnostmi vyžití v regionu. Například ve spolupráci s destinační společností turistické oblasti Kladské pomezí by mohl být vytvořen a prezentován společný plán výletů pokrývající celé trvání festivalu (nebo i celý týden). Pro časy, kdy by na festivalu zrovna neprobíhal žádný program, by zde byly uvedené možnosti výletů do okolí s ohledem na časové a vzdálenostní možnosti. Tím by vznikla přímá ukázka vhodná k prezentaci toho, proč se na dovolenou vydat během festivalu a strávit ji v této turistické oblasti.

7 Seznam použitých zdrojů

AKHOONDNEJAD, Arman. Tourist loyalty to a local cultural event: The case of Turkmen handicrafts festival. *Tourism Management* [online]. 2016, **52**, 468-477 [cit. 2021-03-06]. ISSN 02615177. Dostupné z: doi:10.1016/j.tourman.2015.06.027

BRIDA, Juan Gabriel, Marta MELEDDU a Oksana TOKARCHUK. Use value of cultural events: The case of the Christmas markets. *Tourism Management* [online]. 2017, **59**, 67-75 [cit. 2021-02-20]. ISSN 02615177. Dostupné z: doi:10.1016/j.tourman.2016.07.012

CEPROVÁ, Iva. Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec: Soubory ke stažení. *Město Červený Kostelec* [online]. 2013, 2019 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.cervenykostelec.cz/festivals/mezinarodni-folklorni-festival>

ČSÚ. Počet obyvatel v obcích - k 1. 1. 2020. *Český statistický úřad*: [online]. 2020 [cit. 2020-09-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-1-1-2020>

ČÚZK. Topografické mapy ČÚZK. *Národní geoportál INSPIRE* [online]. Praha: CENIA, ČÚZK, 2020 [cit. 2020-09-28]. Dostupné z: <https://geoportal.gov.cz/web/guest/map/>

DRAHOŇOVSKÝ, František. *Červený Kostelec: město bohatých tradic*. Červený Kostelec: Foto-grafika, 2011. ISBN 978-80-260-0745-6.

ERBEROVÁ, Hana. *Interní dokument: Kasy cekem MFF 2019*. Červený Kostelec, 2019.

ERBEROVÁ, Hana. *Interní dokument: Kasy cekem MFF 2020*. Červený Kostelec, 2020.

ETEMAD, Hamid a Hamed MOTAGHI. Internationalization pattern of creative-cultural events: Two cases from Canada. *International Business Review* [online]. 2018, **27**(5), 1033-1044 [cit. 2021-02-20]. ISSN 09695931. Dostupné z: doi:10.1016/j.ibusrev.2018.03.003

GETZ, Donald. *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication, 1997. ISBN 978-1882345465. cit. In: KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-05-4.

GETZ, Donald. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management* [online]. 2008, **29**(3), 403-428 [cit. 2021-02-12]. ISSN 02615177. Dostupné z: doi:10.1016/j.tourman.2007.07.017

HANUŠOVÁ, Kateřina. *Analýza kulturního prostředí města Červený Kostelec*. Brno, 2020. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Doc. Ing. František Svoboda, Ph.D.

HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, José Manuel, Paulo Alexandre DUARTE a José Antonio FOLGADO-FERNÁNDEZ. The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination. *Journal of Destination Marketing & Management* [online]. 2018, **8**, 170-178 [cit. 2021-02-12]. ISSN 2212571X. Dostupné z: doi:10.1016/j.jdmm.2017.03.004

IOV. *IOV WORLD International Organization of Folk Art* [online]. 2020 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.iov.world/>

JANUŠOVÁ, Markéta. O souboru. *Dětský folklorní soubor Hadárek* [online]. MKS ČK, 2021 [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <http://hadarek.cz/o-souboru/>

JEŽEK, Jiří, Petr RUMPEL a Ondřej SLACH. *Marketingový management obcí, měst a regionů: manuál pro potřeby praxe*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2007. ISBN 978-80-7368-294-1.

JEŽEK, Jiří. Městský marketing – koncepty, aplikace, kritická analýza. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*. 2011, **59**(3), 243-258. ISSN 0013-3035.

JIRÁSKOVÁ, Marcela. *Stánkaři MFF ČK: 2019*. Červený Kostelec, 2019.

JIRÁSKOVÁ, Marcela. *Stánkaři MFF ČK: 2020*. Červený Kostelec, 2020.

JURAJDA, Štěpán. Hlavní ekonomické důsledky pořádání letních olympijských her v Praze v roce 2016. *Politická ekonomie* [online]. 2006, **2006**(4), 490-507 [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: doi:10.18267/j.polek.570

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-05-4.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.

KULKAL. Aplikace KulKal.cz: Jak to funguje? *KulKal* [online]. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015 [cit. 2021-03-07]. Dostupné z: <http://www.kulkal.cz/jak-to-funguje>

KULKAL. Vysvětlení pojmů. *KulKal* [online]. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015a [cit. 2021-03-07]. Dostupné z: <http://www.kulkal.cz/vysvetleni-pojmu>

LIU, Yi-De. Socio-Cultural Impacts of Major Event: Evidence From the 2008 European Capital of Culture, Liverpool. *Social Indicators Research* [online]. 2014, **115**(3), 983-998 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/24720443>

MARKOVÁ, Blanka. *Role kulturních events v regionálním rozvoji: Případová studie Pražské Quadriennale* [online]. Ostrava, 2012 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <http://konference.osu.cz/svk/sbornik2012/pdf/budoucnost/socialniGeografie/Markova.pdf>

MFF ČK. Aktuality: Herní zóna pro děti. *Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec* [online]. 2019 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <http://www.folklorck.cz/aktuality/?pageshowing=2>

MFF ČK. Festival 2020. *Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec* [online]. 2020 [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <http://www.folklorck.cz/festival-2020/>

MFF ČK. Historie. *Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec* [online]. 2021a [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <http://www.folklorck.cz/o-festivalu/historie/>

MFF ČK. Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec. In: *Facebook* [online]. [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/MFF.cz>

MFF ČK. Vstupné. *Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec* [online]. 2019a [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <http://www.folklorck.cz/m/festival-2020/vstupne/>

MFF ČR. Vstupné. *Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec* [online]. 2020a [cit. 2021-03-26]. Dostupné z: <http://www.folklorck.cz/festival-2020/vstupne-1/>

MKS ČR. 65. Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec. *Městské kulturní středisko Červený Kostelec* [online]. 2019 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <http://www.mksck.cz/event/330936/65-mezinarodni-folklorni-festival-cervený-kostelec>

MKS. 49. *Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec*. Červený Kostelec: Městské kulturní středisko, 2003.

MKS. *Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec: 50. ročník MFF 18. - 22. srpna 2004*. Červený Kostelec: Městské kulturní středisko, 2004.

NÚLK. IOV WORLD. *Národní ústav lidové kultury* [online]. 2021 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.nulk.cz/nulk/zahranicni-spoluprace/iov/>

OECD. *Local Development Benefits from Staging Global Events: Achieving the Local Development Legacy from 2012* [online]. 2010 [cit. 2021-03-08]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/cfe/leed/46207013.pdf>

Oxford studijní slovník: výkladový slovník angličtiny s českým překladem. Oxford: Oxford University Press, 2010. ISBN 978-0-19-430655-3.

RAABOVÁ, Tereza. *Ekonomické a sociální dopady kulturního cestovního ruchu v ČR*. Praha, 2006. Disertační práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Jarmila Indrová.

RAABOVÁ, Tereza. *Jak spočítat ekonomické dopady a získat více peněz pro váš projekt* [online]. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2014 [cit. 2021-02-21]. Dostupné z: <http://www.kulka.cz/download/ebook-jak-spoctat-ekonomicke-dopady.pdf>

RAABOVÁ, Tereza. *Metodika výpočtu ekonomických dopadů kulturní organizace* [online]. Institut umění - Divadelní ústav, 2013 [cit. 2021-02-21]. Dostupné z: https://economicimpact.eu/wp-content/uploads/2018/03/Methodika_ek_dopadu_komplet.pdf

RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikací efekty kulturních odvětví v české ekonomice* [online]. Institut umění – Divadelní ústav, 2010 [cit. 2021-02-21]. Dostupné z: <https://www.culturenet.cz/knihovna/multiplikacni-efekty-kulturnich-odvetvi-v-ceske-ekonomice/>

SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně. 2.*, aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2866-7.

ŠIMEK, Tomáš. *Dotazníkové šetření na MFF Červený Kostelec* [elektronická pošta]. 18. 8. 2020 [cit. 2020-09-28]. Osobní komunikace.

ŠIMEK, Tomáš. *Dotazníkové šetření na MFF Červený Kostelec* [elektronická pošta]. 16. 9. 2020b [cit. 2020-03-04]. Osobní komunikace.

ŠIMEK, Tomáš. *Interní dokument: Řemeslný jarmark MFF 65. 16-18. Červený Kostelec*, 2019.

ŠIMEK, Tomáš. *Interní dokument: Řemeslný jarmark MFF 66. 21-23. Červený Kostelec*, 2020a.

ŠINDLER, Petr. *Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada, 2003. Manažer. ISBN 80-247-0646-6.

TORRE, Andrew a Helen SCARBOROUGH. Reconsidering the estimation of the economic impact of cultural tourism. *Tourism Management* [online]. 2017, **59**, 621-629 [cit. 2021-02-20]. ISSN 02615177. Dostupné z: doi:10.1016/j.tourman.2016.09.018

TOŠOVSKÁ, Eva. *Právní a ekonomické aspekty ochrany životního prostředí*. V Praze: Vysoká škola veřejné správy a mezinárodních vztahů, 2004. ISBN 80-868-5503-1.

VUSO. O souboru. *Vojenský umělecký soubor ONDRÁŠ* [online]. Brno, 2021 [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <http://www.vusondras.cz/o-souboru/>

VYSTOUPIL, Jiří a Halina KOTÍKOVÁ. *Městský cestovní ruch: aktuální témata cestovního ruchu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5255-5.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

8 Přílohy

Příloha A - Dotazník k diplomové práci

Příloha A - Dotazník k diplomové práci

A. Základní informace

1. Kde nyní žijete? (odkud jste na festival přijeli)

- v Červeném Kostelci
 v jiném městě Královéhradeckého kraje – uveďte v jakém _____
 v jiném kraji ČR – uveďte kraj _____
 mimo ČR - uveďte stát _____

2. Jak důležitý byl festival při rozhodování navštívit město? (pokud jste z ČR, nevyplňujte)

Zcela nedůležitý 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Hlavní důvod návštěvy

3. Kolik členů Vaší domácnosti se účastní letošního festivalu? (Za kolik lidí vyplňujete tento dotazník?)

- 1 2 3 4 5 6 více...kolik?

B. Výdaje celé domácnosti během MFF ČR 2020

Uveďte co nejlepší odhad výdajů za všechny členy své domácnosti účastníci se výletu, při kterém jste navštívili festival MFF ČR. Pokud nežijete v ČR uveďte i celkové výdaje, které jste vynaložili nebo plánujete vynaložit na území ČR během celého výletu, při kterém jste navštívili festival.

(*) vyplňují jen nemístní návštěvníci

4. Výdaje na dopravu v souvislosti s návštěvou akce:

Vlastní auto - výdaje na pohonné hmoty utracené v ČR (Kč nebo alespoň ujetá vzdálenost v km) _____

Vlastní auto - výdaje na parkování v celé ČR _____ Kč z toho v ČR _____ Kč

MHD, taxi, autobus (pokud máte předplacené MHD, uveďte 0) v celé ČR _____ Kč z toho v ČR _____ Kč

Vlak, autobus (dálkový) (*) v celé ČR _____ Kč

Jiné v celé ČR _____ Kč z toho v ČR _____ Kč

5. Další výdaje, které byly utraceny na území ČR:

Vstupenky na festival + doprovodný program _____ Kč

Vstupenky na veškerou kulturu v celé ČR _____ Kč

z toho v ČR _____ Kč

Restaurace, bary v celé ČR _____ Kč

z toho v ČR _____ Kč

Občerstvení v celé ČR _____ Kč

z toho v ČR _____ Kč

z toho na MFF _____ Kč

Potraviny v obchodech (*) v celé ČR _____ Kč

z toho v ČR _____ Kč

Ubytování (*) v celé ČR _____ Kč

z toho v ČR _____ Kč

Nákup suvenýrů ap. v souvislosti s návštěvou festivalu v celé ČR _____ Kč

z toho v ČR _____ Kč

	z toho na MFF _____	Kč
Nákup oděvů, šperků, obuvi ap. kvůli návštěvě festivalu	v celé ČR _____	Kč
	z toho v ČR _____	Kč
Průvodci, turist. služby CK, CA (*)	v celé ČR _____	Kč
	z toho v ČR _____	Kč
Jiné	v celé ČR _____	Kč
	z toho v ČR _____	Kč

C. Další informace o Vás a o tomto výletu, při kterém jste navštívili festival

6. Jaká je hlavní destinace (cíl) Vaší cesty (výletu)? _____
7. Věk Vás a členů Vaší domácnosti účastnících se festivalu (za které dotazník vyplňujete)
počet osob < 20 let: _____ počet osob 20–34 let: _____ počet osob 35–49 let: _____
počet osob 50–64 let: _____ počet osob > 64 let: _____
8. Jste na festivalu poprvé nebo jste se účastnili v minulých letech?
 Poprvé Podruhé Opakovaně (více než 2x)
9. Jaké vstupenky jste na festival zakoupili?
 Pouze sobotní festivalový program
 I vstupenky na slavnostní zahájení a koncert kapely Fleret (pátek)
10. Jakého placeného doprovodného programu jste se zúčastnili nebo se plánujete na festivalu zúčastnit? Zakroužkujte
I ty buď pašerákem (tvořivá dílna) – Pohádkové sklepení – Podvečerní komentovaná prohlídka sezónní výstavy Josef Němec a jeho svět – Žádného
11. Jak jste se o festivalu dozvěděli?
 od přátel/známých z facebooku z plakátu z rádia odjinud: _____
12. Proč jste se rozhodli festivalu zúčastnit?
13. Co se vám na festivalu líbilo?
14. Co se vám na festivalu nelíbilo, a chtěli byste zlepšit?
15. Účastnili jste se festivalu v roce 2019?
 Ano, měli jsme zakoupenou permanentku (Bez koncertu – s koncertem)
 Ano, měli jsme zakoupenou vstupenku na sobotní program
 Ano, ale neměli jsme zakoupenou vstupenku na sobotní program
 Ne, nezúčastnili jsme se