

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomických teorií**



**Bakalářská práce**

**Ekonomický přínos hudebního festivalu pro konkrétní  
oblast**

**Kubů Veronika**

**© 2023 Praze**

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Veronika Kubů

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

**Ekonomický přínos hudebního festivalů pro konkrétní oblast**

Název anglicky

**The economic benefits of the music festival for specific area**

### Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je identifikovat ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň, který se uskuteční dne 14.5.2022.

Dílčím cílem bakalářské práce je deskripce ekonomického přínosu, deskripce pojmu makroekonomie, deskripce základních ekonomických multiplikátorů a dále deskripce specifické formy turismu spojeného s pořádáním kulturních akcí.

### Metodika

V teoretické části bakalářské práce bude provedena deskripce pojmů ekonomický přínos, ekonomie, makroekonomie, hrubý domácí produkt, různých metod výpočtů základních ekonomických multiplikátorů, dále deskripce cestovního ruchu, turismu, specifické formy turismu spojeného s pořádáním kulturních akcí.

V praktické části bakalářské práce bude proveden výzkum mezi účastníky hudebního festivalu Majáles pro Plzeňsko. Výzkum bude proveden ve vypovídajícím sociologickém spektru. Ve výzkumu bude zjištěno celkové využití volného času účastníků hudebního festivalu a kombinací s interními daty o tržbách v rámci festivalu odvozeny celkové výdaje spojené s účastí na hudebním festivalu, identifikována průměrná útrata na jednoho návštěvníka a dle skutečného počtu návštěvníků identifikovány celkové výdaje účastníků hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň. Součet součinů jednotlivých kategorií celkových výdajů účastníků hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň s odpovídajícími ekonomickými multiplikátory určenými zvolenou metodou v bakalářské práci bude představovat celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň.

## **Doporučený rozsah práce**

30 – 40 stran

## **Klíčová slova**

ekonomická multiplikace, ekonomický přínos, hudební festival, kvalitativní výzkum, Majáles, makroekonomie, Plzeň, tržby, turismus, výzkum

---

## **Doporučené zdroje informací**

- BERÁNEK, J., *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013, 296 s. ISBN 9788086724461.
- BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERA, Lucie SEVEROVÁ a Dana. *Makroekonomie: Makroekonomický přehled*. 2. vyd. Aleš Čeněk, 2021. ISBN 9788073808310.
- CARLSEN, J., *Festival and events management: an international arts and culture perspective*. London: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004, 448 s. ISBN 9780750658720.
- HORNER S; SWARBROOKE J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 8024702029.
- MAK, J. *Tourism and the economy: understanding the economics of tourism*. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2004, 296 s. ISBN 9780824827892.
- MANKIW, G., *Principles of Macroeconomics*. 7. vyd. Stamford: Cengage Learning, 2014, 551 s. ISBN 978128516591.
- PALATKOVÁ, M; ZICHOVÁ, J., *Ekonomika turismu – Turismus České republiky*. Grada, 2011, 208 s. ISBN 9788024737485.
- SAMUELSON, P. *Ekonomie*. Praha: NS Svoboda, 2008, 775 s. ISBN: 8020505903.

---

## **Předběžný termín obhajoby**

2022/23 LS – PEF

## **Vedoucí práce**

Ing. Pavel Hrdlička, MBA, Ph.D.

## **Garantující pracoviště**

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 18. 8. 2022

**doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 11. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 03. 03. 2023

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Ekonomický přínos hudebního festivalu pro konkrétní oblast" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské 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 bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 5. března 2023

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Ing. Pavlu Hrdličkovi, MBA, Ph.D., za odbornou pomoc při vedení bakalářské práce a za jeho trpělivost. Dále bych chtěla poděkovat Janě Lippertové a Denise Beránkové z firmy ZL Production za pomoc při zjišťování dat a za možnost podílet se na hudebních festivalech.

# Ekonomický přínos hudebního festivalu pro konkrétní oblast

## Abstrakt

Bakalářská práce na téma “*Ekonomický přínos hudebního festivalu pro konkrétní oblast*” zjišťuje přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň. Festival se konal v areálu Ploché dráhy v Plzni 14.května 2022. Teoretická část bakalářské práce je zaměřena na identifikaci ekonomie jako celku a s ní spojených podskupin, makroekonomie a mikroekonomie. Po jejich deskripci následuje zkoumání a popis hrubého domácího produktu, který přímo ovlivňuje bakalářskou práci. Jsou zde popsány jednotlivé metody výpočtu a je nastíněn jeho vývoj v posledních několika letech. Práce se dále věnuje problematice interpretace pojmu ekonomický přínos a rozčlenění na přímé a nepřímé dopady. V oblasti teorie ekonomie je práce podrobně zaměřena na teorii spotřeby od Johna M. Keynesa a jeho modelů ekonomiky společně s jejich multiplikátory. Práce se dále zabývá pojmy spojenými s cestovním ruchem a kulturními eventy. Praktická část je zaměřena na konkrétní festival Majáles a na jeho ekonomický přínos. Získání dat pro výpočty probíhalo v den konání akce pomocí dotazníkového šetření, na který odpovídali účastníci festivalu. Podle zjištěných dat byl následně vypočítán přímý přínos festivalu společně s multiplikátory. Hlavním zjištěním bakalářské práce je výpočet celkového ekonomického přínosu z konání hudebního festivalu Majáles v částce 17 169 326,66 Kč pro město Plzeň.

**Klíčová slova:** ekonomická multiplikace, ekonomický přínos, hudební festival, Majáles, makroekonomie, Plzeň, přímý přínos, tržby, turismus, výzkum

# **Economic benefits of the music festival for a specific area**

## **Abstract**

The bachelor thesis named “The economic benefits of the music festival for a specific area” focuses on the economic benefits of a music festival Majáles for the city of Pilsen. The festival took place at Plochá dráha area in the Pilsen on 14. May 2022. The theoretical part specializes in the identification of the economy overall, and also its groups. These groups are microeconomy and macroeconomy. After their description, the thesis describes and analyzes the gross domestic product, which is directly affecting the thesis. Specific methods of calculation are described, and development in the last few years is explained. The bachelor thesis is dedicated to the interpretation of the economic benefits and also describes the direct and indirect economic effects. In the field of economic theory, the thesis is focused on the theory of consumption by John M. Keynes and his models of the economy together with its multipliers. The thesis also deals with terms related to tourism and cultural events. The practical part is focused on the specific music festival Majáles and its economic benefits. Data for the calculation were obtained on the day of the festival via a questionnaire survey to which the festival participants responded. According to the collected data, the direct benefits of the festival were calculated together with the multipliers. The final finding of the bachelor thesis is the calculation of the total economic benefits of a music festival Majáles in total of 17 169 326,66 Czech crowns for the city of Pilsen.

**Keywords:** economic multiplier, economic benefits, music festival, Majáles, macroeconomic, Pilsen, research, tourism

# Obsah

<b>1 Úvod</b> .....	<b>9</b>
<b>2 Cíl práce a metodika</b> .....	<b>10</b>
2.1 Cíl práce .....	10
<b>3 Teoretická východiska</b> .....	<b>11</b>
3.1 Ekonomie .....	11
3.1.1 Mikroekonomie.....	11
3.1.2 Makroekonomie .....	13
3.2 Hrubý domácí produkt .....	14
3.2.1 Výrobní (produkční) metoda měření .....	15
3.2.2 Výdajová metoda měření hrubého domácího produktu.....	16
3.2.3 Důchodová metoda měření HDP .....	16
3.3 Pojem ekonomický dopad .....	17
3.3.1 Rozdělení ekonomických dopadů .....	17
3.3.2 Pojem ekonomický přínos .....	18
3.3.2.1 Vstupní data pro výpočet ekonomického přínosu .....	19
3.3.2.2 Input-output analýza.....	19
3.3.2.3 Computable General Equilibrium modely.....	21
3.4 Keynesova teorie spotřeby .....	22
3.4.1 Keynesiánský multiplikátor .....	22
3.4.2 Model dvousektorové ekonomiky .....	22
3.4.2.1 Multiplikátor dvousektorové ekonomiky .....	23
3.4.3 Model třísektorové ekonomiky .....	23
3.4.3.1 Multiplikátor třísektorové ekonomiky.....	25
3.4.4 Model čtyřsektorové ekonomiky .....	25
3.4.4.1 Multiplikátor čtyřsektorové ekonomiky .....	26
3.5 Cestovní ruch .....	26
3.5.1 Druhy cestovního ruchu.....	27
3.5.2 Účastníci cestovního ruchu.....	28
3.5.3 Model multiplikátoru ovlivňující cestovní ruch .....	29
3.6 Kulturní eventy.....	29
3.6.1 Pojem festival .....	30
<b>4 Vlastní práce</b> .....	<b>31</b>
4.1 Město Plzeň.....	31
4.1.1 Památky a místa navštívené respondenty v Plzni .....	32
4.1.2 Plzeňský pivovar Prazdroj .....	32



4.1.3	Zoologická a botanická zahrada .....	32
4.1.4	Katedrála svatého Bartoloměje.....	33
4.1.5	Bazén Slovany .....	33
4.2	Festival Majáles .....	33
4.2.1	Vstupenky .....	34
4.2.2	Konečná inventura .....	34
4.3	Koncepce kvalitativního výzkumu.....	35
4.3.1	Kolik vás na festival dorazilo?.....	35
4.3.2	Tankovali jste v Plzni?.....	37
4.3.3	Byli jste někde mimo festival?.....	38
4.3.4	Jedli jste mimo areál? .....	40
4.3.5	Byli jste v restauracích na oběd nebo na večeři? .....	40
4.3.6	Přespali jste v Plzni? .....	41
4.3.7	Kde jste snídali? .....	43
4.3.8	Byli jste ještě někde jinde v Plzni? .....	44
4.4	Metodika k výpočtu ekonomického přínosu festivalu .....	44
4.5	Výpočet přímého přínosu festivalu .....	46
4.5.1.1	Vstupné.....	46
4.5.1.2	Čerpací stanice.....	47
4.5.1.3	Stánky na festivalu .....	48
4.5.1.4	Lokality v Plzni .....	52
4.5.1.5	Okolní restaurace.....	53
4.5.1.6	Ubytovací zařízení v Plzni.....	55
4.5.1.7	Okolní supermarkety .....	56
4.6	Celkový přímý přínos festivalu.....	62
4.7	Zjištění a výpočet multiplikátoru .....	63
4.8	Výpočet celkového ekonomického přínosu .....	65
<b>5</b>	<b>Výsledky a diskuse .....</b>	<b>66</b>
5.1	Výsledky .....	66
5.2	Diskuse.....	69
<b>6</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>71</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>73</b>
<b>8</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk.....</b>	<b>78</b>
8.1	Seznam obrázků .....	78
8.2	Seznam tabulek .....	78
8.3	Seznam grafů.....	79
8.4	Seznam použitých zkratk.....	80

<b>Přílohy.....</b>	<b>81</b>
---------------------	-----------

# 1 Úvod

Hudební festivaly jsou v České republice velice rozšířeným způsobem trávení volného času. Na rozdíl od hudebních koncertů, kde vystupuje zpravidla jedna skupina či jeden interpret, hudební festivaly přináší návštěvníkům ukázkou mnoha různých interpretů a skupin zároveň. Hudební žánr festivalu pak může být zaměřením jednotný či naopak přinášet žánry naprosto rozdílné.

Festivalu Majáles se účastní skupiny i interpreti s naprosto rozdílným typem hudebního žánru. Festival se koná pod takzvaně širým nebem neboli open-air formou. Festival se v Plzni koná od roku 1990 a až na poslední dva roky, kdy se festival neuskutečnil z důvodu koronavirové pandemie, se konal každý rok. Pandemie tento styl zábavy tedy sice přerušila, ale nezničila.

Samotný majáles, spojený se slavností jara, pochází už z období středověku jako oslava radosti, mládí a krásy studentského života. (1) Přímý popis a význam majálesu pro českou společnost, přinesl teprve Alois Jirásek (1851-1930), který ve svém příběhu *“Filosofská historie”* (1878) popsal mládež z gymnázií, která se i přes dlouholetý zákaz rozhodne uspořádat majáles. Díky jeho historickém příběhu, se oslavy majálesu staly volnomyšlenkářským a vlasteneckým svátkem, ke kterému se později připojili i studenti vysokých škol. (15)

Majáles, a další festivaly ve městě Plzni, jsou zcela určitě nezanedbatelným ekonomickým přínosem pro region. Návštěvníci se sem u příležitosti festivalů sjíždějí z celého kraje. Především díky jejich pořádání roste počet turistů, a s těmi je pak spjatý i vyšší cestovní ruch. Turisté si při příležitosti navštívení festivalu mohou zároveň projít i památky a místa, na které by bez návštěvy festivalu nepomysleli.

Ekonomický přínos hudebních festivalů pro Českou republiku je nezanedbatelný. V roce 2011 bylo dokázáno že lidé v souvislosti s hudebními festivaly utratili více než 104 milionu korun. Tato částka téměř dvakrát převýšila státní dotace pro festivaly, které v té době činily 60 milionu korun. (2) Z dat z roku 2019 dále vyplývá, že na území České republiky bylo, v rámci festivalů uspořádáno 16 338 představení, koncertů, literárních a filmových produkcí. (33) Jejich množství je opravdu nezanedbatelné.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavním cílem bakalářské práce je identifikovat přímý ekonomický přínos a z něho vyplývající celkový ekonomický přínos konkrétního hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň. Festival se uskutečnil 14. května 2022 na Ploché dráze poblíž univerzitního kampusu na Borech v Plzni a jednalo se o jeho 30. uskutečnění od založení v roce 1990.

Klíčovým aspektem je deskripce ekonomického přínosu, deskripce pojmu makroekonomie, deskripce základních ekonomických multiplikátorů, dále deskripce specifické formy turismu spojeného s pořádáním kulturních akcí a deskripce pojmu kulturní event a s ním spojený pojem hudební festival. Bakalářská práce dále obsahuje výpočty multiplikátorů produkce, výpočet přímého ekonomického přínosu a výpočet celkového ekonomického přínosu hudebního festivalu pro město Plzeň.

### **2.2 Metodika**

Teoretická část bakalářské práce se zaměřuje na deskripci pojmu ekonomie jako takové a s ní spojenými pojmy mikroekonomie a makroekonomie. Dále se bakalářská práce zabývá deskripcí ekonomického přínosu a ekonomických dopadů, hrubého domácího produktu, několika metod výpočtů základních ekonomických multiplikátorů a na ně navazující Keynesovou teorií spotřeby. Práce dále popisuje specifické formy turismu spojeného s pořádáním kulturních akcí.

V praktické části bakalářské práce byl proveden kvalitativní výzkum mezi účastníky hudebního festivalu Majáles pro Plzeňsko. Výzkum byl proveden ve vypovídajícím sociologickém spektru. Ve výzkumu bylo zjištěno celkové využití volného času účastníků na hudebním festivalu i mimo něj. Díky kombinaci interních dat o tržbách a výsledků z dotazníkového šetření v rámci festivalu, byly odvozeny celkové příjmy spojené s účastí na hudebním festivalu. Následně dle skutečného počtu návštěvníků byly identifikovány celkové přímé přínosy vyplývající z počtu účastníků hudebního festivalu Majáles. Součet součinů jednotlivých kategorií celkových přímých příjmů účastníků hudebního festivalu s odpovídajícími ekonomickými multiplikátory určenými zvolenou metodou v bakalářské práci bude představovat celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Ekonomie

Výraz ekonomie je definován jako věda o lidských úkonech. Jinak řečeno je to věda o záměrném lidském jednání. (9) Rakouský ekonom a nositel Nobelovy ceny Friedrich August von Hayek napsal *“Specifickou úlohou ekonomie je ukázat lidem, jak málo ve skutečnosti vědí o věcech, o kterých se domnívají, že je mohou řídit.”* (14) Ekonomie totiž představuje tzv. “ekonomické prostředí”, to obklopuje všechny občany a dotýká se jejich každodenního života. (13)

Hlavním zkoumáním ekonomie je zjistit jak společnost a lidé využívají vzácné zdroje k produkci prospěšných statků a služeb, a jak s nimi poté jsou schopni nakládat neboli jak s nimi obchodují či jak si je rozdělují. (9) Ekonomie jako samotná může dále nabývat dvou forem, a to pozitivní a normativní. Pozitivní forma ekonomie slouží pouze jako deskriptce ekonomiky např. zda je míra inflace rostoucí či klesající nebo také jakou hodnotu má hrubý domácí produkt. Normativní forma je pak určení dané normy. Jedná se o pravidla, ze kterých se vychází. Příkladem by bylo oznámení, že míra inflace dosahuje vysokých hodnot. (12)

Ekonomie se dělí na dvě nejzásadnější rozdělení a těmi jsou mikroekonomie a makroekonomie. Nelze je však od sebe zcela rozdělit, navzájem jsou silně ovlivňovány a jsou silně propojené. (12) *“Jsou pouze dvěma důležitými oblastmi ekonomie, chcete-li vtvemi jednoho stromu”. Makroekonomie má své mikroekonomické základy.*” (13, str. 17) Pokud jsou zjišťovány dopady, které nastanou po snížení daní, které vysvětluje makroekonomie, je nutné zjistit, jakou reakci k tomuto snížení budou mít spotřebitelé a firmy. V tomto kontextu se makroekonomie musí opřít o mikroekonomii. (12)

#### 3.1.1 Mikroekonomie

Mikroekonomie se hlavně zabývá rozhodováním ohledně statků, jednotlivých (konkrétních) tržních subjektů. Těmi jsou domácnosti (jednotlivci), firmy a stát. (35) Dále zkoumá působení jejich rozhodnutí na trh státu (5) a zaobírá se hlavními třemi otázkami. Tyto otázky jsou: co, jak a pro koho vyrábět statky.

Tyto tři základní otázky definují v první řadě, co se bude vyrábět, a to pomocí každodenního hlasování. Spotřebitel tedy denně rozhoduje o tom, jaký statek se bude vyrábět

z důvodu rozhodování o koupi onoho či jiného statku. Často si toho spotřebitel nemusí být vůbec vědom, stačí, když spotřebitel v obchodě zakoupí libovolný statek. (25)

Ve druhé řadě je otázkou jak, jakým způsobem jsou statky vyráběny. Bere se zde v potaz, jaký je jejich materiál a také se zde berou v potaz jejich etická východiska. O tom dále rozhoduje soutěž mezi výrobcí ohledně kvality, rychlosti a celkové ceny. (25)

Poslední otázkou zůstává, pro koho se statky vyrábí. Odpovědí na tuto otázku je že se statky vyrábí pro určitou skupinu obyvatelstva. Avšak důchody, které domácnosti (jednotlivci) obdrží, se odvíjejí na množství statků, které jsou tito lidé schopni nakoupit. (25) Je zřejmé že spolu tyto tři otázky nezvratně souvisí a společně vytvářejí tzv.: tržní systém (obrázek č.1). Ten disponuje již zmíněnými domácnostmi a firmami, a znázorňuje koloběh mezi těmito subjekty. (32)

**Obrázek 1 - Vyobrazení tržního systému**



Zdroj: vlastní zpracování podle (25)

Domácnosti (jednotlivci) jsou důležitými subjekty především proto, že si určují místo, čas a množství statků, které si kdy a kde koupí. Rozhodování těchto subjektů je ohraničeno jejich cíli, ty se skládají z jejich přání, chutí a potřeb. Avšak hranice těchto cílů ekonomie nezkoumá, jejich ohraničení vnímá jako stabilní a dané, to vyplývá především z historického rozvoje společnosti a jejich ukotvení. (35)

Dále díky rozhodování domácností je vytvořena poptávka, na kterou reagují firmy následnou nabídkou. Poptávka je zde složena ze statků a služeb, kterými jsou například potraviny, oblečení nebo poptávka po městské dopravě. (25)

Firmy tedy prodávají statky domácnostem a rozhodují o volbě jejich ceny, množství a způsobu výroby. Rozhodují se tak, aby co nejvíce maximalizovaly svůj zisk na rozdíl od domácností, které se snaží minimalizovat své náklady. (25) (35)

Jako třetí subjekt, který je zkoumán v mikroekonomii, je stát. Chování jeho autorit (především centrální banka a stát), jeho zásahu do ekonomiky a dále jeho fungování jako ekonomického subjektu je tématem zkoumání makroekonomie. (16)

### 3.1.2 Makroekonomie

*“Pro pochopení a ocenění kouzla makroekonomie stačí, pokud člověk bude poslouchat zprávy či si přečte noviny. Každý den se potýkáme s výrazy, jako jsou příliv peněz, rostoucí inflace nebo klesající akcie z důvodu obav. Tyto makroekonomické názvy nám možná můžou přidat abstraktní, ale dotýkají se nás všech.”* (5, str. 3.)

Makroekonomie je nedílnou součástí zejména pro ty, kteří vytvářejí hospodářskou politiku a tím pádem i pro celou společnost. Tato věda dává především těmto tvůrcům instrukce, jak se vyvarovat určitých ekonomických potíží, například jak snížit rostoucí nezaměstnanost obyvatelstva. (12) Ta se definuje jako stav, kdy část ekonomicky aktivního obyvatelstva nemá příjem ze zaměstnání.

Do kategorie aktivního obyvatelstva spadají osoby vykonávající zaměstnání, pobírající důchod, sloužící ve výkonu trestu nebo pobírající mateřskou dovolenou. Osoby, které nevyhovují těmto parametrům jsou kategorizovány jako nezaměstnané pouze v případě, že si aktivně hledají potencionální zaměstnání a musí být ochotny během dohledné doby do zaměstnání nastoupit. (7) (13)

Makroekonomie, se na rozdíl od mikroekonomie zabývá ekonomikou jako celkem a zjišťuje odpovědi na otázky mající ekonomický původ. Její samotné podklady pak představují definice k makroekonomickým veličinám a ukazatelům. (9) Základním ukazatelem makroekonomie je hrubý domácí produkt. (5)

## 3.2 Hrubý domácí produkt

Hrubý domácí produkt je suma všech finálních statků a služeb vyrobených výrobními faktory za konkrétní časové období, typicky za jeden rok, na určitém území bez ohledu na to, kdo tyto statky a služby vlastní nebo kdo je vyrobil.

Přičemž mezi výrobní faktory náleží půda, kapitál a práce. (13) Jako finální statky a služby chápeme ty, které jsou statisticky zachytitelné v účetnictví, tj. procházejí účetnictvím skrze faktury, stravenky, složenky atd. Nebere se zde ohled na to, jestli produkt vyrobili rezidenti nebo nerezidenti daného území. (9) Toto dané (určité) území společně s určitým časovým obdobím, představují vyhraničené místo a čas sběru dat pro výsledný hrubý domácí produkt.

Rozměr hrubého domácího produktu je vždy uváděn v peněžních jednotkách dané země. V České republice je uváděn v korunách českých. Jeho měření je dále možné uvést ve skutečných prodejních (tržních) cenách. Těmito cenami jsou chápány ty, které byly skutečně dosaženy. Bude se zde jednat o nominální hrubý domácí produkt.

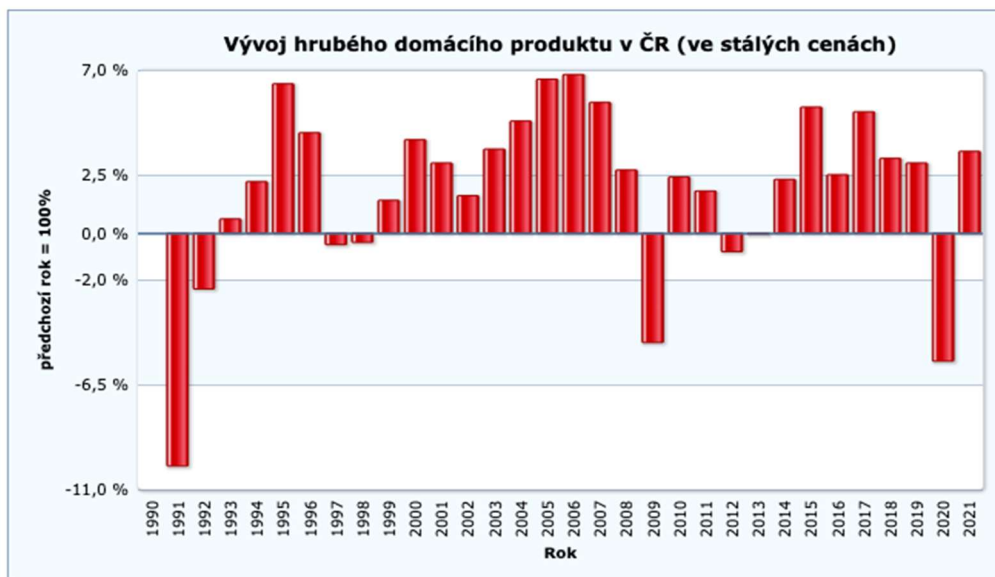
Druhým způsobem, jak je možné uvést hrubý domácí produkt, je v cenách roku, který je použit jako výchozí (v stálých cenách). Poté se bude jednat o reálný hrubý domácí produkt. (5) Ten je zpravidla používán jako ukazatel reálné (skutečné) produkce ekonomiky, je tímto způsobem totiž očištěn o inflaci. (13)

Inflace je jev, který je vnímán jako negativní především kvůli jejímu působení na kupní sílu peněz a kvůli jejímu ovlivňování příjmů ekonomických subjektů. Kupní síla peněz se totiž kvůli vysoké míře inflace snižuje na hodnotě, a tím pádem hodnota příjmů ekonomických subjektů klesá. (16, 13) Z toho vyplývá, že *“za stejnou nominální částku peněz si můžeme pořídit méně výrobků a služeb.”* (16, str. 307)

Pokud je tedy hrubý domácí produkt udáván v cenách reálných, nebude se na něm odrážet míra inflace. V grafu č.1 je zobrazen vývoj hrubého domácího produktu v České republice od roku 1990 až do roku 2021.



**Graf 1 - Vývoj hrubého domácího produktu v ČR**



Zdroj: (7)

Hrubý domácí produkt je dále jedním ze způsobů posouzení vývoje ekonomiky (5) a je měřítkem produkce statků a služeb v konkrétní zemi. (25)

V České republice je výpočet hrubého domácího produktu prováděn skrze Český statistický úřad. (7) Metody, díky kterým je možné hrubý domácí produkt vypočítat, jsou – metoda výrobní (produkční), metoda výdajová a metoda důchodová. (9)

### 3.2.1 Výrobní (produkční) metoda měření

Prostřednictvím této metody měření, se hrubý domácí produkt získává díky sečtení hrubé přidané hodnoty všech statků a služeb společně s čistými daněmi. (9) Diferencí produkce a mezispotřeby vznikne hrubá přidaná hodnota. (5) Jako produkce se berou statky a služby veškerých firem v dané lokalitě. Tržní cena těchto statků a služeb musí být předem definována. Mezispotřeba zde představuje část produkce a spotřebovává se v rámci produkčních činností. Pokud se vezme mezispotřeba a hodnota produkce bude jejich rozdílem přidaná hodnota v základních cenách. (9) (25)

Rovnice pro tuto metodu měření je zapsána jako: hrubý domácí produkt = produkce – mezispotřeba + daně z produktů – dotace na produkty. (7)

### 3.2.2 Výdajová metoda měření hrubého domácího produktu

Hrubý domácí produkt je dále odrazem důchodů každého subjektu a dále je odrazem celkových výdajů za zboží a služby. Proto se hrubý domácí produkt může získat díky sečtení všech výdajů na finální statky a služby. Ekonomickými subjekty, které budou sčítány jsou:

- *Konečná spotřeba domácností (C- Consumption)*
- *Hrubé soukromé investiční výdaje (I- Investments)*
- *Konečná spotřeba vlády = vládní nákupy statků a služeb (G - Government)*
- *Čistý export (NX – Net eXports) (7)*

$$HDP=C + I + G + NX$$

Čistý export (NX) se počítá jako saldo vývozu (export-X) a dovozu (import-M) (9).

$$NX= XM$$

Největší položkou, která se sčítá, je spotřeba domácností. Ta šplhá zhruba do poloviny výdajů na hrubý domácí produkt. (13)

### 3.2.3 Důchodová metoda měření HDP

Posledním způsobem, jak změřit velikost hrubého domácího produktu, je používána metoda důchodová. Její podstata vychází z faktu, že každý náklad je něčím ziskem.

Hrubý domácí produkt můžeme tedy získat tak že sečteme všechny celkové důchody, kterou jsou vypláceny firmami domácnostem. (13)

Rozepsaný vzorec tohoto výpočtu zní následovně:

$$HDP= náhrady zaměstnancům + daně z výroby a z dovozu – dotace + čistý provozní přebytek + čistý smíšený důchod + spotřeba fixního kapitálu (7)$$

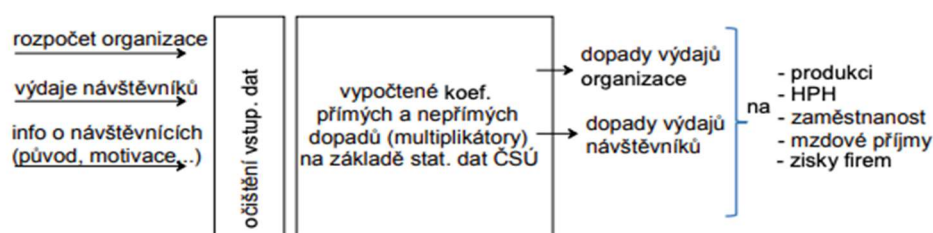
Hrubý domácí produkt je ale v reálu relativně těžce zjistitelný. Není proto možné jeho výši spočítat naprosto přesně, z důvodu existence statisíce či milionu subjektů, které distribuují a nakupují nesččetně druhů zboží. V praxi je jeho zjištění pouze otázkou výběru vhodné metody měření pro co nejméně nepřesný výsledek. (5)

### 3.3 Pojem ekonomický dopad

Ekonomické dopady vytváří všechny subjekty, tudíž i všechny kulturní akce a organizace, které odvádějí prostředky (peníze) svým zaměstnancům, dodavatelům atd. Ve zkratce se tyto ekonomické dopady zabývají ekonomickou aktivitou plynoucí z každé koruny, která se utratila v konkrétní oblasti, bez ohledu na to odkud se vzala. (3) Dále jsou ale tyto dopady často zkreslovány. Je to především z důvodu špatného vyčíslení a výběru vhodné metody pro výpočet. (4)

Ekonomické dopady odrážejí hladinu hospodářské aktivity v dané oblasti (regionu) působení. A je možné na ně nahlížet z několika hledisek. Těmito hledisky jsou: "(1) obchodní produkce (nebo míry prodeje), (2) přidané hodnoty (hrubého regionálního produktu), (3) bohatství (součástí jsou i majetkové hodnoty), (4) osobního příjmu (včetně mezd) nebo (5) práce (pracovních míst). Kterékoliv z těchto hledisek může být indikátorem pro zdokonalení ekonomického blahobytu místních rezidentů, to je většinou hlavním úsilím o ekonomický rozvoj." (4, str. 1) Na obrázku číslo 2 je pak uvedeno schéma procesu pro výpočet těchto dopadů. Vstupní data zde představují jednu z možností nákladů, se kterými lze v tomto procesu počítat. Jsou to náklady organizace jako takové nebo náklady návštěvníků dané akce. (3)

Obrázek 2 - Schéma procesu výpočtu ekonomických dopadů



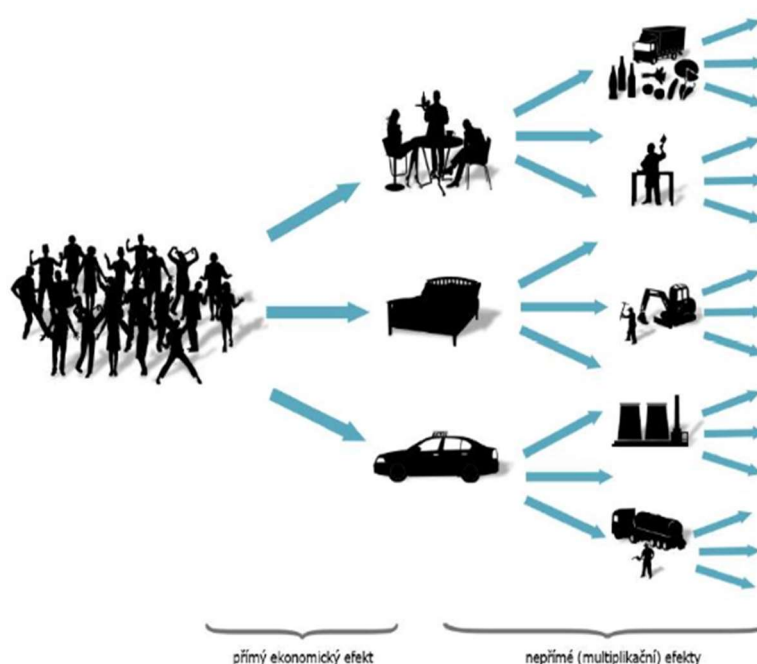
Zdroj: (3)

#### 3.3.1 Rozdělení ekonomických dopadů

Ekonomické dopady lze rozdělit do dvou kritérií. Těmi jsou přímé a nepřímé efekty. Přímé efekty nebo také "direct economic effects", jsou chápány jako změny v místní podnikatelské aktivitě, které nastanou jako přímý důsledek soukromých nebo veřejných obchodních rozhodnutí (4) a jsou spojeny s bezprostředními dopady změn v cestovním ruchu. (26) Například by se mohlo jednat o zvýšení produkce dodavatelů poptávaného zboží a služeb. (3)

Nepřímé efekty neboli multiplikační efekty “indirect economic effects” mají naopak od těch přímých mají mnohem rozsáhlejší a hlubší dopad kulturní akce, na různá odvětví ekonomiky, (4) a vznikají především z různých druhů opakujících se transakcí, (26) neboli, pomocí těchto nepřímých multiplikačních efektů se výdaje z kulturní akce (nebo jejích účastníků), mohou promítnout v prakticky jakémkoli odvětví ekonomiky. (3) Obvykle platí, že pokud je velikost monitorovaného regionu větší, budou úniky prostředků nižší, z důvodu větší nezávislosti ekonomiky v regionu. (3)

**Obrázek 3 - Přímé a nepřímé ekonomické efekty**



Zdroj: (3)

### 3.3.2 Pojem ekonomický přínos

Jedná se o pozitivní změnu ekonomiky ve formě výnosů, které nastaly díky organizování kulturní, hudební či sportovní události. Při zjišťování ekonomického přínosu je brána v potaz oblast kde se událost realizovala a také odkud přišly peněžní prostředky.

Nejvíce používanou formou zjištění ekonomického přínosu je hrubý domácí produkt. (3) “*Ekonomické přínosy je tedy možné chápat jako podmnožinu ekonomických dopadů.*” (27, str. 16) V neposlední řadě je tento pojem vnímán jako všechny výnosy a náklady které nastaly díky konání určité kulturní akce. (28)

Ekonomický přínos se dá vypočítat mnoha metodami, avšak dvě nejpoužívanější jsou: input-output analýza, která je brána jako ta nejpřesnější a nejsložitější metoda výpočtu. (27) A způsob Computable General Equilibrium (CGE), kde tyto modely, na rozdíl od input-output analýzy, mají vysokou míru detailní komodity (údaje o trhu práce a údaje z národních účtů) a zahrnují obecnější specifikace ohledně chování spotřebitelů, investorů a výrobců. (28)

Jako nejdůležitější předpoklad pro výpočet celkového ekonomického přínosu slouží zjištění vstupních dat.

### 3.3.2.1 Vstupní data pro výpočet ekonomického přínosu

Pro zjištění vstupních dat, která jsou nezbytná k výpočtu ekonomického přínosu, musí být zjištěna dvě důležitá kritéria. Těmi jsou:

1. Základní informace a charakteristiky o návštěvnicích, které se obvykle zjišťují pomocí dotazníkového šetření (výzkumu), tyto charakteristiky obsahují například místo, kde návštěvníci trávili čas nebo jejich celkový počet.
2. Základní informace o výdajích pořadatelů festivalu, ty jsou dostupné z vlastních dat organizace. (27)

Zpravidla platí, že čím se koná menší kulturní akce, a jeho rozloha s počtem účastníků je menší, tak výpočet bude přesnější. (29)

Jako hlavní a zároveň primární komponent se používá Inscope Expenditure, který je nezbytnou součástí pro jakoukoliv formu výpočtu ekonomického přínosu. Je formulován jako výdaje, které by v místě konání akce nenastaly, pokud by se akce (událost) nerealizovala. Tyto výdaje jsou vnímány jako vstup neboli Input, ekonomického modelu pro definování výsledných důsledků tohoto přímého výdaje. V tom jsou zahrnuty všechny výdaje zpříčiněné návštěvníky, sponzory akce, médii, organizátory atd. (28)

### 3.3.2.2 Input-output analýza

*“Input-output analýza (I-O model) je matematický model, který popisuje toky peněz mezi sektory v rámci ekonomiky regionu.”* (26, str. 6) Tato metoda dále umožňuje vyjádřit multiplikační efekty, které nastávají mezi vazbami konkrétní organizace a přítomných účastníků na ostatní sektory ekonomiky. Výstup sektoru jednoho je vstupem sektoru dalšího a naopak. Dále díky této metodě je možné určit, jak se rostoucí poptávka po konkrétních

výrobcích odrazí v konečném dopadu pro sektory v celé ekonomice, kterými jsou zvýšení produkce, zaměstnanosti atd. (27)

Zdrojem, ze kterého se vychází, je symetrická Input-output tabulka (SIOT), jejíž hlavní účel je zkoumat vazby meziodvětvové a dále měření dopadu vnějších vlivů na ekonomiku. Jádro této tabulky se skládá z čtvercové matice mezispotřeby, ve které je symetrické rozdělení sloupců a řádků a lze ji využít pro předpověď důsledků, které nastanou změnou poptávky, které se pak promítnou do zbytku ekonomiky. (27)

*“Symetrické Input-output tabulky (SIOT) jsou odvozeny matematickou transformací z tabulek dodávek a užití v základních cenách. Tyto tabulky se používají především pro ekonomickou analýzu a ekonometrické modelování.”* (45) Tyto tabulky jsou internetovým portálem ČSÚ sestavovány pravidelně v rozmezí 3 až 5 let a jsou dohledatelné od roku 1990. (45)

SIOT dále znázorňuje číselné vztahy mezi vstupy a výstupy konkrétních odvětví, které dále můžou být rozděleny do čtyř kvadrantů. Těmi jsou:

*“1. kvadrant – čtvercová matice mezispotřeby v symetrickém členění produkt na produkt nebo odvětví na odvětví;*

*2. kvadrant – popisuje vztahy mezi dodávajícími výrobními odvětvími a autonomními odvětvími v podobě konečného užití (tyto údaje jsou získávány přímo z tabulky užití);*

*3. kvadrant – obsahem jsou informace o hrubé přidané hodnotě udávající úhrn mzdových nákladů, spotřeby fixního kapitálu, daní a zisku a dále údaje o dovozu jednotlivých výrobků. Projevují se zde vazby mezi primárními činiteli (pracovní síla, kapitál, výrobní kapacity) a výrobními odvětvími;*

*4. kvadrant – zaznamenává přímé vztahy mezi primárními činiteli a konečným užitím. Jednoduchý model symetrické Input-output tabulky uvádí obr.2“* (27, str.18)

V konečné fázi je vynásobením přímých přínosů a multiplikátorů produkce vyčíslen celkový přínos konkrétního eventů.

**Tabulka 1 - Input-output tabulka (SIOT)**

	Produkty podle SKP	Konečné užití ( <i>f</i> )	Celkem ( <i>x</i> )
Produkty podle SKP <sup>1</sup>	$Z_{11} \ Z_{12} \ \dots \ Z_{1n}$ $Z_{21} \ Z_{22} \ \dots \ Z_{2n}$ $\vdots \ \vdots \ \vdots$ $Z_{n1} \ Z_{n2} \ \dots \ Z_{nn}$	$c_1 \ i_1 \ g_1 \ e_1$ $c_2 \ i_2 \ g_2 \ e_2$ $\vdots \ \vdots \ \vdots$ $c_n \ i_n \ g_n \ e_n$	$x_1$ $x_2$ $\vdots$ $x_n$
Složky přidané hodnoty	$l_1 \ l_2 \ \dots \ l_n$ $ov_1 \ ov_2 \ \dots \ ov_n$	<i>Transakce mezi složkami přidané hodnoty (včetně importů) a konečnou spotřebou</i>	$L$ $OV$
Importy	$M_1 \ m_2 \ \dots \ m_n$		
Celkem ( <i>x</i> )	$x_1 \ x_2 \ \dots \ x_n$	<i>C I G E</i>	

Zdroj: (27) str.18

Příčemž:

- SKP-uspořádání produktů
- $Z_{ij}$ - cena prodeje produktu sektoru *i* a sektoru *j* v konkrétním období (*i* jsou uvedené v řádcích, *j* jsou uvedené v sloupcích)
- $f_i$ - cena prodeje produktu v sektoru *i* finálnímu spotřebiteli (investice, vývoz atd.)
- $x_i$ - celková cena zboží, které bylo vyrobeno sektorem *i*
- $c_i$ - výdaje domácností z důvodu spotřeby produktu *i*
- $i_i$ - nákupy produktu *i* zaměřeného na investice
- $g_i$ - nákupy vlády produktu *i*
- $e_i$ - vývoz produktu *i*
- $l_j$ - platby sektoru *j* za vykonanou práci
- $ov_j$ -zbylé /ostatní platby sektoru *j* na složky přidané hodnoty a celkové platby v konkrétní ekonomice
- $m_j$ -dovoz sektoru *j* (27)

### 3.3.2.3 Computable General Equilibrium modely

Narozdíl od Input-output analýzy, by Computable General Equilibrium models měly být používány především k odhadnutí ekonomického dopadu na konkrétní event. Jako velká

výhoda těchto modelů oproti Input-output analýzou zůstává, že mohou provést specifické předpoklady ohledně dostupnosti faktorů produkce. Tím je například do jaké míry může být kapacita jejich zásobování navýšena a do jaké míry je zde přebytek zásob některých faktorů (jako je nezaměstnanost a práce). Jedná se tedy o modelování založené na matematické specifikaci klíčových vztahů uvnitř ekonomie. (28)

### 3.4 Keynesova teorie spotřeby

Tato teorie spotřeby byla popsána v publikaci *“Obecná teorie zaměstnanosti, úroku a peněz”* anglickým ekonomem Johnem Maynardem Keynesem. (16) Tato převratná publikace byla zlomovým bodem pro revoluční ekonomické myšlení a získání nového přístupu k hospodářským problémům. (9) Podle publikace Johna M. Keynesa má spotřeba (C) dvě složky (16) a za daný časový úsek je závislá na disponibilním důchodu domácností (YD). (9) Jako první složka je autonomní spotřeba ( $C_a$ ) a její výše není závislá na rozměru disponibilního důchodu domácností. A jako druhá složka spotřeby je indukovaná spotřeba ( $cY$ ), která má na rozdíl od autonomní spotřeby závislou výši na disponibilním důchodu (produktu) domácností. (16) *“...velký důraz je kladen na spotřební křivku domácností, tzn. každou korunu disponibilního důchodu spotřebitel spotřebuje a čím více má peněz, tím vyšší je i jeho spotřeba.”* (30, str. 27) V neposlední řadě je disponibilní důchod domácností (YD) ten důchod, kterým domácnosti v daný okamžik disponují neboli ten, který mají doopravdy k dispozici. (16)

$$C = C_a + cYD$$

#### 3.4.1 Keynesiánský multiplikátor

Odvozený podle jeho stvořitele Johna M. Keynesa, vyjadřuje zvýšení investic a na nich závislý nárůst produktu a zaměstnanosti. Toto zvýšení investic dále zvýší reálný produkt, který se zvýší v tzv. multiplikovaném rozsahu. Tento rozsah je pak i vyšší než původní nárůst těchto investic. Již popisovaný vliv investic na závislý produkt je popisován jako multiplikátor. (32)

#### 3.4.2 Model dvousektorové ekonomiky

Tento model vychází z předpokladu, že existují pouze domácnosti a firmy. Jedná se tedy o zkoumání ekonomiky v uzavřeném sektoru. Nevyskytuje se zde tedy vláda, což znamená, že zde nejsou k dispozici žádné daně či transfery. Důchod, který se zde nachází je



skutečný, a je vyrovnaný s důchodem disponibilním. (16) Domácnosti zde vlastně prodávají firmám výrobní faktory (kapitál, práce) a kupují od firem statky a služby. Firmy zde na druhé straně platí domácnostem rentu (mzdu).

V tomto modelu ekonomiky se nevyskytuje vláda, což znamená, že zde nejsou k dispozici žádné daně či transfery a důchod, který je skutečný, je vyrovnaný s důchodem disponibilním. (16) Dále je model dvousektorové ekonomiky používán především kvůli snazšímu porozumění vztahů v ekonomice, jelikož je tento model velice abstraktní. (30)

Funkce spotřeby je tedy vyjádřena takto:

$$C = C_a + cYD$$

Písmeno “c” zde zachycuje mezní sklon ke spotřebě a jeho hodnoty jsou vyjádřeny v rozmezí od nuly do jedné. (16) Kde nula reprezentuje situaci, ve které domácnost nic neutratí a uspoří a jednička reprezentuje domácnost, která vše utratí a nic neuspoří. (9)

$$c = \frac{\Delta C}{\Delta Y} \quad (16)$$

#### 3.4.2.1 Multiplikátor dvousektorové ekonomiky

Multiplikátor jako takový implikuje, jak moc se zvýší příjem v reakci na zvýšení vládních výdajů. (5) Také se používá k interpretaci výstupu v krátkém období (25) a dále k vypočtení zprostředkovaných efektů turismu. (32)

Jednoduchý výdajový multiplikátor dvousektorové ekonomiky má tento tvar:

$$\alpha = \frac{1}{1 - c} \quad (16)$$

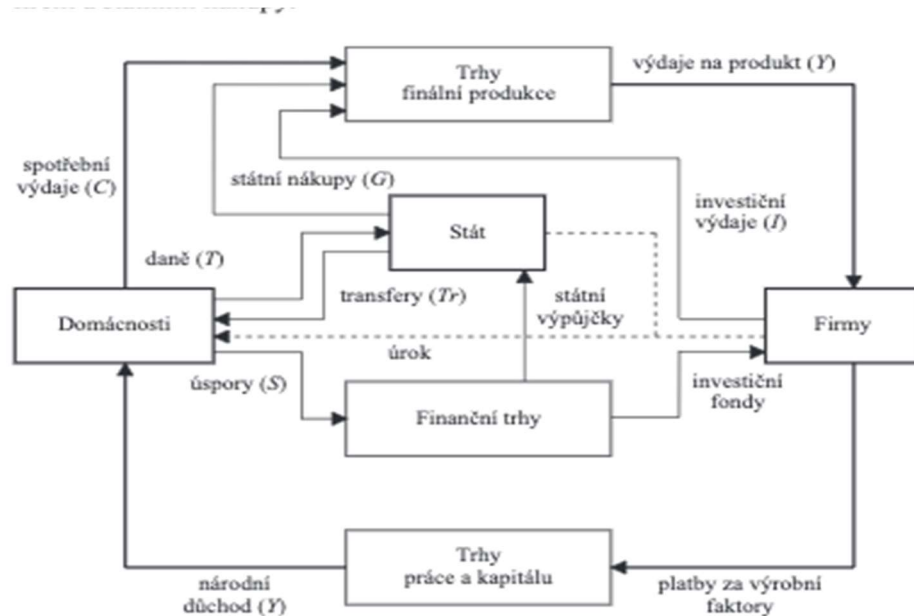
Deskripce multiplikátoru pro tuto ekonomiku zní: “...udává o kolik se změní agregátní poptávka, jestliže se změní investiční výdaje o jednotku.” (30, str. 29) a je označován písmenem z řecké abecedy “α”.

#### 3.4.3 Model třísektorové ekonomiky

Na rozdíl od dvousektorové ekonomiky ta třísektorová obsahuje navíc vládní instituce (vládu) a vyobrazuje průběh, vytváření rovnovážného důchodu v uzavřeném sektoru ekonomiky. Vládní instituce zde ovlivňují rovnovážný důchod především skrze:

- Vládní nákupy za statky a služby (G)
- Celkové daně (T)
- Transferové platby (TR) (31)

Obrázek 4 - Model třísektorové ekonomiky



Zdroj: (31) str. 15

Celkové daně dále obsahují autonomní daně ( $T_a$ ), kde jejich výše není závislá, tudíž se neodvíjí na velikosti důchodu, a důchodové daně ( $tY$ ). Jejichž výše je na druhou stranu závislá na výši důchodu. (16)

Jako vládní nákupy (výdaje) na statky a služby jsou míněny náklady veřejných rozpočtů, za jenž vláda dostává vypovídající protihodnotu. (9)

Nedílnou součástí dále zůstává sazba, která uvádí změnu daně, pokud se důchod změní (zvýší či zmenší) o jednotku. Tou je sazba důchodové daně ( $t$ ). (16)

Celkové daně jsou tedy vyjádřeny rovnicí:

$$T = T_a + tY$$

Spotřeba, která v tomto modelu je závislá na disponibilním důchodu bude vyjádřena rovnicí:

$$YD = Y - T_a - tY + TR$$

“Vládní výdaje jsou autonomními veličinami, které nezávisejí na výši důchodu. Pak se celkové rovnají autonomním.” (9, str. 65)

$$G = G_a$$

$$TR = TR_a$$

V neposlední řadě zde rovnovážný produkt představuje ten produkt, kdy je agregátní poptávka na stejné úrovni jako skutečně vytvořený produkt. Hranice rovnovážného produktu obsahuje identické plánované i skutečné investice. Vzorce budou tedy následující:

### Obrázek 5 - Vzorce k třísektorové ekonomice

$$Y = AD$$

$$Y = Ca + cY - cTa - ctY + cTR + I + G$$

$$Y = \frac{1}{1 - c(1 - t)} (Ca - cTa + cTR + I + G)$$

Zdroj: (16)

#### 3.4.3.1 Multiplikátor třísektorové ekonomiky

Rovnice, která je zde napsaná za  $Y$  se nazývá: “jednoduchý výdajový multiplikátor třísektorové ekonomiky.” (16, str. 106) V závorce jsou dále popsány veškeré výdaje, které jsou autonomní, třísektorové ekonomiky. Jsou jimi: daně, transfery, spotřeba, investice a vládní nákupy. (16)

Pokud by byl zjišťován rovnovážný produkt, autonomní výdaje by musely být vynásobeny již zmíněným multiplikátorem.

$$Y = \frac{1}{1 - c(1 - t)} \cdot A \quad (16)$$

#### 3.4.4 Model čtyřsektorové ekonomiky

Tento model, je rozdílný od těch předešlých především tím, že je nejvíce přiblížen k realitě a není zde tolik zřetelný podtext abstrakce.

V modelu bude jako poslední, přidán sektor zahraničí, pod který spadá čistý export statků a služeb. Tento model by šel dále popsat jako běžný účet platební bilance. (16) Čistý

export (NX) zde popisuje zůstatek zahraničního obchodu neboli se také jedná o diferenci mezi importem neboli dovozem (M) a exportem neboli vývozem (X). (9)

$$NX = Xa - Ma - mY \quad (16)$$

Export se předpokládá za nezávislý na domácím důchodu, je tedy označován jako  $X_a$ , neboli jako autonomní export. Export, který je autonomní bude tedy odpovídat hodnotě celkového exportu.

$$X = X_a \quad (9)$$

Na druhou stranu import je závislý na domácím důchodu v dané zemi, do které jsou statky a služby dováženy. Obsahuje dvě hlavní složky, které jsou indukovaný import ( $mY$ ) a autonomní import ( $Ma$ ). Autonomní import zde zastává závislost na výši celkového důchodu ( $Y$ ) kdežto ten indukovaný stojí za nezávislostí na důchodu ( $Y$ ).

$$M = Ma + mY \quad (9)$$

Písmeno “m” vyjadřuje funkci mezního sklonu k importu, který formuluje změnu importu, jestliže se domácí produkt změní o jednotku. (16)

$$AD = Ca + c \cdot (Y - Ta - tY + TR) + I_p + G + Xa - Ma - mY \quad (16)$$

Takto zní tedy vzorec pro agregátní poptávku čtyřsektorového modelu ekonomiky.

#### 3.4.4.1 Multiplikátor čtyřsektorové ekonomiky

Multiplikátor pro tuto ekonomiku podobný jako ten v modelu třísektorové ekonomiky. Je zde navíc pouze sektor zahraničí.

$$\frac{1}{1 - c(1 - t) + m} \quad (16)$$

### 3.5 Cestovní ruch

Cestovní ruch je ve světových jazycích překládán jako turismus, české vyjádření cestovní ruch se v zahraničních zemích nepoužívá. Proto se turismus a cestovní ruch chápou jako výrazy se stejnou váhou, avšak turismus je používán na mezinárodní sféře.

Turismus jako takový je považován jako jeden z nejrychleji rostoucích průmyslů. „*Pas k ekonomickému růstu*“, toto slovní spojení je vnímáno mnoha zeměmi světa, především díky vysokému ekonomickému růstu, který z turismu vyplývá. (19) Dále je tento pojem chápán jako činnost spojená s poskytováním služeb nebo ubytováním pro osoby, které navštěvují různé destinace především za účelem vlastního obohacení. Tyto destinace se nacházejí zpravidla mimo pracovní prostředí či prostředí kde dané osoby žijí. (8) S tím jsou dále spojené výdaje, které vyplývají především za ubytovací služby či za účelem stravování. (20)

Definice turismu je velice těžko popsatelná, jelikož se turismus projevuje v mnoha formách a z toho důvodu je těžká jeho jednoznačná deskripce. Mezinárodně uznávanou definicí se stala až ta v roce 1991 na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, na níž se shodli představitelé z 91 zemí. Tato konference byla pořádána Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO), a deskripce zněla takto: „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (22, str. 15) Turismus je dále chápán jako komplikovaný socioekonomický jev, který se dotýká velkého množství ekonomických i mimoekonomických oblastí společnosti. (8)

Jeho výhod je celá řada. Mezi ty nejvýznamnější pak patří: poskytování pracovních příležitostí, zvyšování příjmů do vládního rozpočtu, přispívání k zachování tradic a kulturního dědictví, vytváření dodávek měn ze zahraničí a v neposlední řadě se kladně zapojuje do lepšího celosvětového vnímání dané oblasti. (21)

### **3.5.1 Druhy cestovního ruchu**

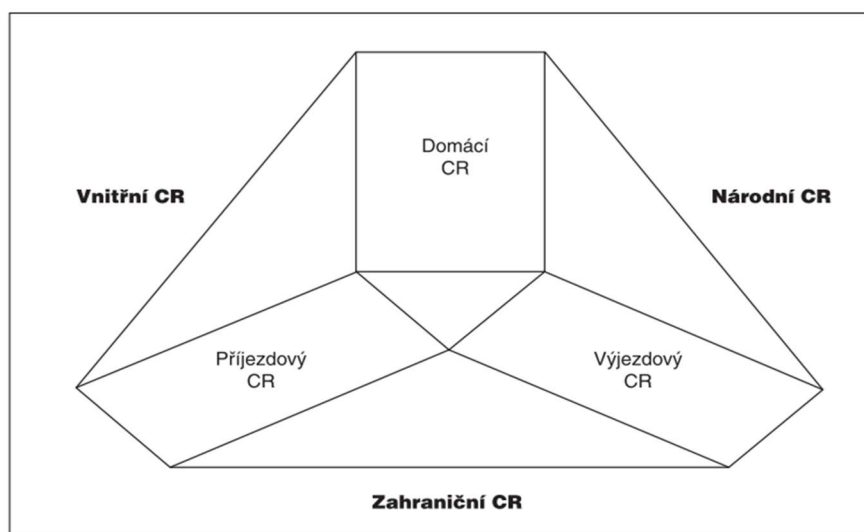
Oblasti cestovního ruchu se dělí na dvě hlavní skupiny vyplývající podle místa realizace. Těmi jsou:

1. Domácí cestovní ruch: zde obyvatelé státu nepřekračují své hranice, ale pohybují se pouze vně státu
2. Mezinárodní cestovní ruch: neboli také zahraniční cestovní ruch, kde naopak od domácího dochází k výjezdům do zahraničních zemí. (22)

Mezinárodní turismus je dále dělen do dvou podskupin, a to v závislosti na příjezd do zahraniční země či jeho výjezd. (8) Výjezdový cestovní ruch je označován jako “*outgoing*” a příjezdový jako “*incoming*”. (22)

V neposlední řadě se cestovní ruch rozlišuje na vnitřní a národní, kde vnitřní (vnitrostátní) cestovní ruch zahrnuje veškerý cestovní ruch na území daného státu, na rozdíl od toho národního, který zahrnuje veškerý cestovní ruch obyvateli dané země v zahraničí. (22)

**Obrázek 6 - Druhy cestovního ruchu**



Zdroj: (8)

### 3.5.2 Účastníci cestovního ruchu

Dále se musí brát v úvahu skupiny osob, které se cestovního ruchu přímo účastní nebo se jich nějakým způsobem dotýká, těch je celá řada. (21) Mezi ty nejpoužívanější patří:

1. Rezidenti: osoby žijící v místě konání akce po časový úsek delší než 6 měsíců;
2. Návštěvníci: osoby, které navštěvují místo konání akce především za účelem nevýdělečné činnosti, a za účelem vnitřního obohacení;
3. Ostatní cestovatelé: kteří se dále dělí na studenty, migranty skupiny, přechodné pracovníky (21)
4. Výletníci/ Jednodenní návštěvníci: osoby, které cestují na dobu kratší než 1 den, bez přenocování (22);

5. Cestovatelé/ Turisti: osoby, které cestují na místo akce s minimálně jednodenním přenocováním; (21)

### 3.5.3 Model multiplikátoru ovlivňující cestovní ruch

“Výdaje turistů, které jsou opakovaně utráceny a využívány v lokální ekonomice“.  
(36, str. 532) Takto popsanou definici multiplikátoru ovlivňující turismus je dále možné chápat jako změnu hlavní proměnné (vládní příjmy, produkce atd.) způsobené změnou v nákladech účastníků turismu. (21) Jejich finanční náklady se často stanou součástí nových příjmů. Tento fakt je možná pouze tehdy, pokud peněžní prostředky neopustí danou lokalitu.

Hodnota multiplikátoru vychází z konkrétní oblasti hospodářství a je na této oblasti závislá. Multiplikátor slouží také jako nástroj k porozumění a rozboru ekonomických dopadů turismu. (21)

U multiplikátoru cestovního ruchu dochází k působení efektů, které jej ovlivňují. Jsou to efekty přímé, nepřímé a indukované. Přímé efekty jsou definované jako součet výdajů účastníka cestovního ruchu (viz. 3.5.2), který se svojí ekonomickou aktivitou podílí na nákupu zboží a služeb v dané lokalitě. Efekty nepřímé odrážejí sekundární výdaje účastníka cestovního ruchu v dané lokalitě. Konkrétně se jedná o firmy, které jsou v postavení subdodavatelů a dostaly tržby od firem v cestovním ruchu za své prodeje. Indukované efekty jsou pak ty, které cestují k rezidentům (v dané lokalitě) v podobě příjmů. Příjmy jsou myšleny zisky z prodeje, mzdy zaměstnancům nebo jejich platy. Pouze pak část z uvedených příjmů odchází z tohoto procesu ve formě úspor, které mohou být v budoucnu použity na další eventy spojené s cestovním ruchem. (22, 3)

## 3.6 Kulturní eventy

Návštěva kulturních eventů má za následek především vlastní sebe-obohacení a naplnění vlastních potřeb. Tyto eventy jsou pak zpravidla velice důležitými činiteli v cestovním ruchu a napomáhají k zvýšení turistické aktivity v jednotlivých zemích.

Činnost těchto eventů je dále velice těsně spjata s uměním. Proto je tento druh akcí přínosem pro oblasti turismu ale také zároveň přínosem pro oblasti umění. (23) Těchto druhů eventů je celá řada, jsou jimi například festivaly a eventy, představení venkovní, divadelní představení, eventy v muzeích, hradech nebo zámcích. (24)

### 3.6.1 Pojem festival

Festivaly a eventy jsou důležitou součástí života mnoha komunit, jsou známy po celém světě (10) a patří do skupiny tradičních kulturních eventů. (24) Festivaly jsou především místem, kde se lidé seznamují a navazují nové kontakty. (10)

Pojem festival odkazuje na slovo "*festivus*", které pochází z latiny. Kořenem tohoto slova je slovo "*festum*", které v překladu znamená hody či dále slavnosti. Slovo "*festivus*" se dále dostalo až do anglického prostředí, a odtud se stalo již známým slovem "*feast*" nebo také "*festival*". (11)

Slovo festival je možné dále rozdělit do dvou významů. Prvním je festival chápán jako série vystoupení se zaměřením na hudbu, film, divadlo atd., které se konají jednou do roka zpravidla na stejném místě konání. Tyto festivaly jsou sérií eventů pro veřejnost, spojené s konkrétním zaměřením nebo nápadem. Druhý význam tohoto slova odkazuje na den nebo časový interval v roce kdy lidé, zpravidla z důvodu náboženského vyznání, přestanou pracovat a jdou oslavit konkrétní festival. Může se tím například chápat Hinduistický festival na uvítání jara. (11)

Může se zde také promítat větší pochopení a tolerance vůči účastníkům již zmíněným festivalům. (10)



## 4 Vlastní práce

Tato část obsahuje dotazníkové šetření od návštěvníků festivalu Majáles, společně s podrobným popisem dílčích částí dotazníku.

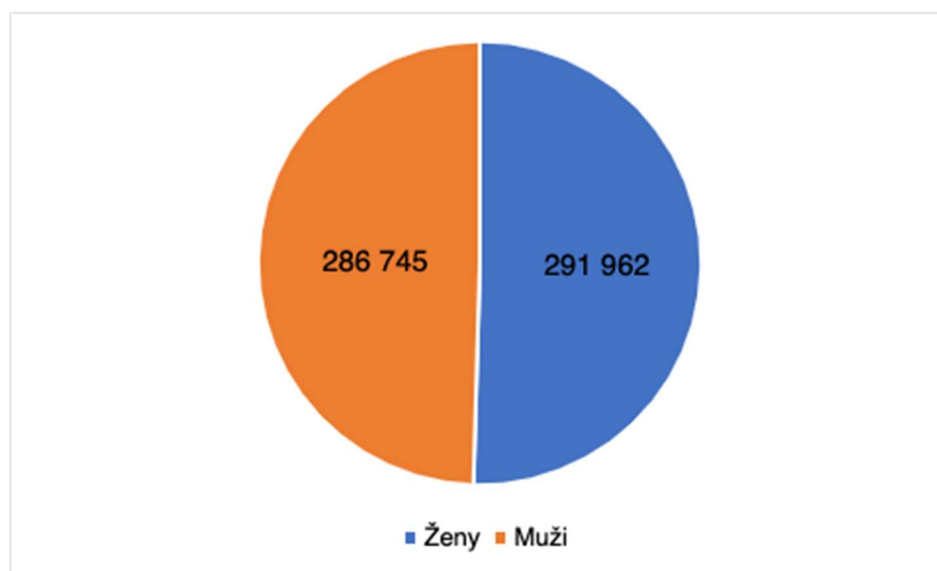
V terénním šetření byly autorkou přímo osloveny skupiny účastníků a současně v terénním šetření vypomáhali spolupracovníci, kteří se ptali dalších náhodně vybraných účastníků a vyplnili s nimi dotazník (příloha č. 8). Koncem večera bylo osloveno 82 skupin účastníků, kteří odpověděli na otázky týkající se jejich činnosti na festivalu a dále i na jejich činnost mimo festival, konkrétně na jejich činnost v městě Plzeň.

### 4.1 Město Plzeň

Plzeň je statutární město Plzeňského kraje, nacházející se na západě Čech. Město se rozkládá na ploše 13 767 hektarů a žije zde přes 500 000 obyvatel. Zaujímá tak postavení čtvrtého největšího města v České republice. Plzeň vyniká hlavně díky svým kulturním událostem, mezi ty patří především pořádání festivalů a koncertů v mezinárodním měřítku.

(1)

**Graf 2 - Rozložení obyvatel v Plzni**



Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 2 - Počet trvale žijících obyvatel v Plzni**

	2017	2018	2019	2020	2021
Počet obyvatel celkem (k 31. 12.)	580 816	584 672	589 899	591 041	578 707
muži	287 844	290 226	293 394	293 818	286 745
ženy	292 972	294 446	296 505	297 223	291 962

*data v roce 2021 navazují na výsledky SLDB 2021, nejsou srovnatelná s předchozími roky*

Zdroj: (7)

#### **4.1.1 Památky a místa navštívené respondenty v Plzni**

Dotazovaní respondenti se shodli na navštívení čtyř známých míst v Plzni. Těmi jsou:

- Katedrála svatého Bartoloměje
- Přírodní areál Zoologické a botanické zahrady
- Bazén Slovany
- Plzeňský pivovar Prazdroj

#### **4.1.2 Plzeňský pivovar Prazdroj**

Pivovar je v provozu již od roku 1842 kdy vznikl první název pivovaru “Měšťanský pivovar”. První pivo zde vyšlo na svět pátého října téhož roku. (38, 37) Návštěvníci mohou navštívit nejen samotný pivovar, kde se dozví, jak se pivo vyrábí, ale mohou si také projít Pivovarské muzeum a sbírky k němu spadající. (37)

**Tabulka 3 - Vstupné do Plzeňského pivovaru**

Vstupné	Běžné vstupné (Kč)	Zvýhodněné vstupné (Kč)
	380	300

Zdroj: vlastní zpracování podle (37)

#### **4.1.3 Zoologická a botanická zahrada**

Přírodní areál zoologické zahrady, je v provozu od roku 1926. Je jedinou zahradou v České republice, která je sloučená v jeden celek s botanickou zahradou a jedná se o zoologickou zahradu položenou nejzápadněji v České republice. Hlavní předností zoo je chov živočichů v jejich přirozených podmínkách, tedy chov několika živočišných druhů společně v jedné expozici. V roce 2022 navštívilo zoo přes 500 000 návštěvníků. (39)

**Tabulka 4 - Jednorázové vstupné do zoologické zahrady**

Kategorie	Jednorázové vstupné (Kč)
Dospělí	250
Děti	200
Studenti	200
Důchodci	150

Zdroj: vlastní zpracování podle (39)

#### 4.1.4 Katedrála svatého Bartoloměje

Gotická Katedrála svatého Bartoloměje se nachází v historickém jádru centra Plzně. Katedrála samotná obsahuje nejvyšší kostelní věž v České republice, která měří 102 metrů.

(1)

**Tabulka 5 - Vstupné na Plzeňskou věž**

Vstupné	Dospělí (Kč)	Studenti a senioři (Kč)	ZTP a ZTP/P dospělí (Kč)	Rodinné (Kč)
	90	60	60	180

Zdroj: vlastní zpracování podle (1)

#### 4.1.5 Bazén Slovany

Bazén Slovany se nachází na stejnojmenné části Plzně a je v provozu od roku 1986. V posledních několika letech je prováděna rozsáhlá postupná modernizace. Areál bazénu se nachází zhruba patnáct minut autem od areálu Ploché dráhy, místa konání festivalu Majáles.

(40,1)

**Tabulka 6 - Vstupné do bazénu Slovany**

Vstupné	do 1,5 hodiny (Kč)	do 3 hodin (Kč)	Celodenní (Kč)
Plné	85	115	135
Zvýhodněné	55	90	110
Rodinné	225	320	380

Zdroj: vlastní zpracování podle (40)

## 4.2 Festival Majáles

Festival Majáles je pořádán z důvodu oslav jara a příchodu prvního máje. Majáles v Plzni je pořádán s podporou firmy ZL Production, která je zaměřena na organizaci eventů, jejich technického zázemí a na jejich zviditelňování v oblasti hudebních eventů. *“K hlavním oblastem působení agentury patří široké produkční a technické zajištění společenských akcí a hudebních projektů.”* (41)

Festival se uskutečnil 14.května 2022. Hlavními účinkujícími festivalu byly skupiny: Divokej Bill, Rybičky 48, Ben Cristovao, Horkýže Slíže, Mirai, Kapitán Demo a skupina No Name. (42)

#### **4.2.1 Vstupenky**

Vstupenky na tento festival bylo možné koupit přes internetovou platformu nebo přímo na místě konání akce v areálu Ploché dráhy. Návštěvníci měli možnost koupit vstupenky ze tří možných variant. První variantou byly vstupenky “Sweet 17”, tyto vstupenky si mohly koupit osoby, které splňovaly věkový limit od 13 do 17 let věku (včetně). Druhá varianta byla určena především pro studenty, koupit si ji mohl každý, kdo nepřekračoval hranici 26 let věku (včetně). Doložení o probíhajícím studium (dálkovém i prezenčním) probíhalo přímo u vstupu do areálu Majálesu, prostřednictvím ISIC průkazu nebo jiného potvrzení o studium. Poslední variantou pro koupi vstupenek byla možnost klasické vstupenky, ta se týkala všech osob, které překročily věkovou hranici 26 let. (43)

#### **4.2.2 Konečná inventura**

Konečné inventury jsou výkazem tržeb z celého dne konání festivalu. Jsou zde uvedeny základy peněžních jednotek, které byly doneseny do stanu (slovy “Začátek ks” a “Začátek Kč”). Dále jsou zde uvedena konečná data, která jsou výsledkem sečtení peněžních jednotek na konci festivalu (slovy konec ks a konec Kč). V inventurách jsou dále uvedena data, která souvisí s peněžními jednotkami v daný den. Těmi jsou tržby za terminál, které jsou zjištěny po vystavení denní “uzávěrky” a tržby za žetony, kde jeden žeton odpovídá částce 45 Kč. Tržby za terminál jsou získány poté co účastníci zaplatili za daný nápoj platební kartou.

V inventurách jsou následně uvedeny druhy nápojů prodávaných na zmíněném festivalu. Konkrétně ve stanu Gambrinus to byly: Gambrinus 10, Gambrinus Pomelo-grep a Cider Kingswood. Ve stanu Kopec to bylo pouze pivo Gambrinus 10, a ve stanu Plzeň to byla piva Pilsner Urquell 12 a Gambrinus 10.

V neposlední řadě jsou v inventuře uvedena data o zálohovaných kelímcích. Cena za půjčení kelímku je 50 Kč, přičemž zákazník si tento kelímek koupí pouze jednou při prvním nápoji. V dalších případech (pokud kelímek bude mít v nepoškozeném stavu sebou) zálohu 50 Kč již neplatí. (viz přílohy-č.1,2)

### 4.3 Koncepce kvalitativního výzkumu

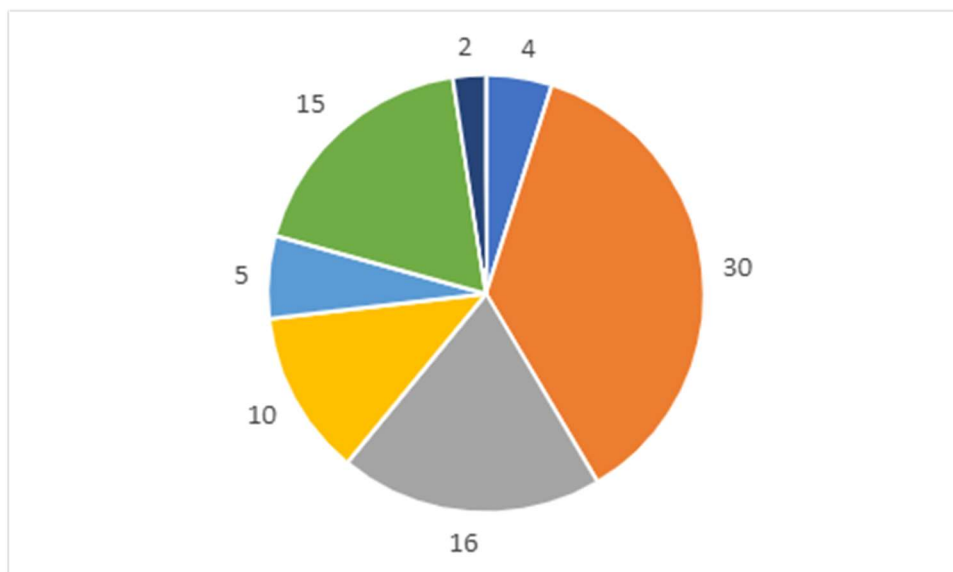
Dotazník se skládá z celkem osmi otázek, ty zjišťují objektivní údaje ohledně trávení času na festivalu i mimo něj. Všechny otázky byly navrženy tak, aby nebyly časově náročné, z důvodu větší ochoty respondentů k jejich vyplnění. Závěrečná nepovinná otázka je částečně motivační, kdy respondenti mohli doplnit cokoli, co je napadlo. Z převážné většiny zde účastníci festivalu popisovali nadšení pro konání festivalu.

Většina otázek je tzv. polootevřených s vlastností *“multiple choice”*, tedy že vyjmenovávají co nejvíce kategorií, ale současně umožňují uvedení vlastní odpovědi v rámci položky *“Jiné”*. Pouze sedmá a závěrečná otázka jsou zcela otevřené z důvodu jejich obsahu. Důvodem zvolení odpovědí ano/ne, u otázky číslo dvě, byla preference snadnosti a rychlosti odpovídání respondenty. Tento typ otázek také umožňuje jednodušší vyhodnocení a matematicko-statistické zpracování, zaručena je také v maximální míře konzistentnost kategorií. Dotazník byl po vytvoření vyzkoušen v rámci tzv. pilotního testování několika osobami, a získané poznatky a připomínky byly zapracovány do výsledné podoby.

#### 4.3.1 Kolik vás na festival dorazilo?

Po přesné deskripci, ohledně čeho se dotazník týká, byli respondenti dotazováni na četnost jejich skupin. Přesněji kolik osob přijíždí s daným respondentem na festival. Primárním předpokladem bylo, že se bude jednat spíše o skupinu lidí než jednotlivce. Jako nejčastější možnost zde byla označována odpověď dvojčlenné skupiny. Tuto variantu zvolilo 30 dotazovaných. Jako druhou nejčastější variantou byla označována odpověď tříčlenné skupiny a jen o jednoho respondenta méně byla označována odpověď šestičlenné skupiny. Celkově bylo osloveno 82 skupin respondentů, s celkovým počtem 281 respondentů.

**Graf 3 - Rozdělení respondentů z pohledu skupin**



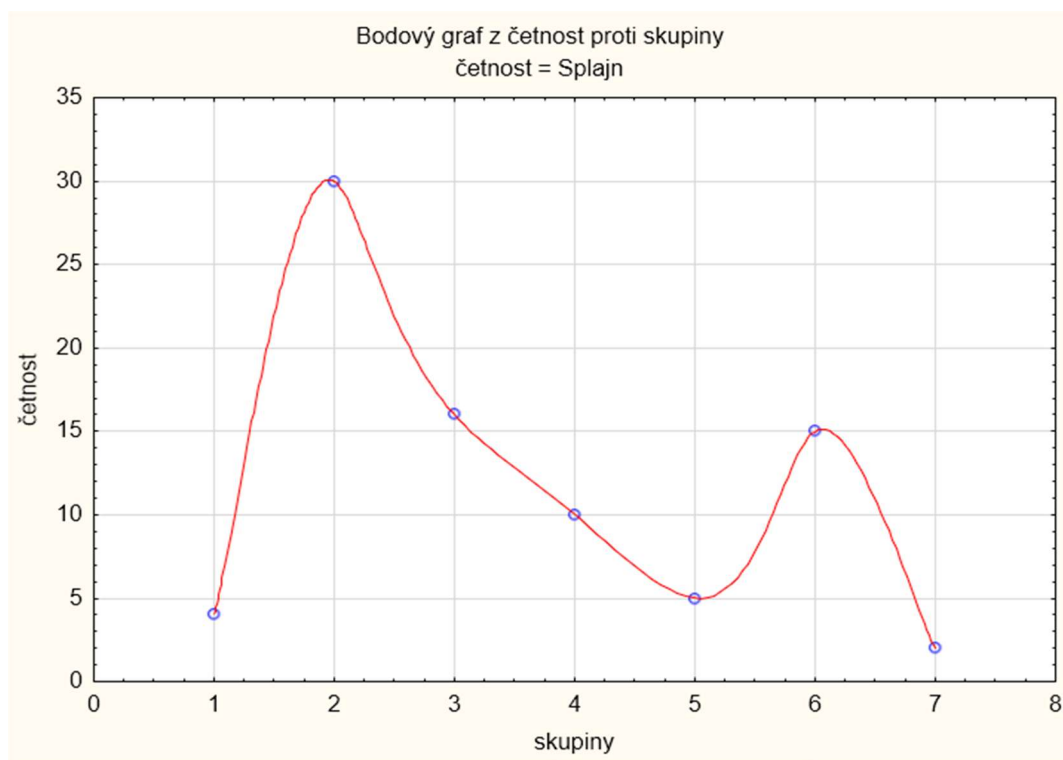
Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 7 - Četnost respondentů dotazníkového šetření**

Skupiny	Četnost
1	4
2	30
3	16
4	10
5	5
6	15
7	2

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 4 - Četnost skupin dotazníkového šetření Statistica**



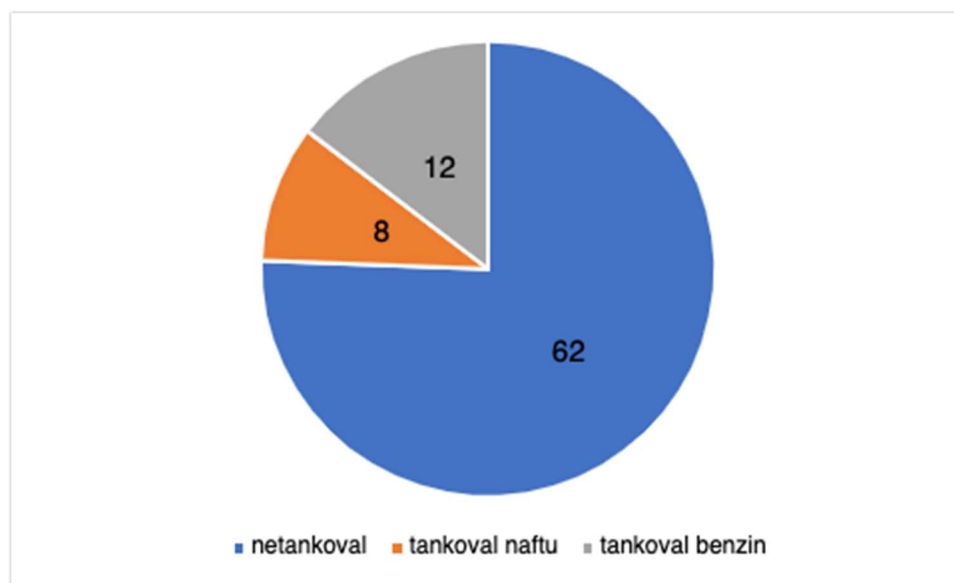
Zdroj: vlastní zpracování

V grafu (program Statistica) byla uvedena data pro počet skupin od dotazovaných respondentů na festivalu. Na ose  $Y$  se nacházejí četnosti skupin (kolik skupin bylo, při dotazování), a na ose  $X$  jsou uvedena data o počtu skupin 1 (jedna osoba), 2 (dvě osoby). Respondenti byli dále dotazováni na otázky vyplývající z dotazníku, především na jejich aktivitu mimo festival Majáles, v městě Plzeň.

#### 4.3.2 Tankovali jste v Plzni?

Otázkou druhou, která byla položena respondentům, byla otázka tankování, neboli jak se na festival dopravili. Z dotazníkového šetření vyplývá, že 20 skupin účastníků využilo tankovací stanice v Plzni. Všichni respondenti se shodli na natankování přibližně 30 litrů benzínu a 30 litrů nafty. Kde 12 dotázaných skupin natankovalo benzin a 8 dotázaných skupin natankovalo naftu. Průměrná cena nafty a benzínu byla vypočítána z údajů vyplývajících z ČSÚ v období května, kdy se festival pořádal.

**Graf 5 - Rozložení respondentů ohledně otázky tankování**



Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 8 - Respondenti, kteří natankovali naftu**

Natankováno (l)	Počet respondentů	Počet litrů celkem	Průměrná cena (l)
30	8	240	46,39

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 9 - Respondenti, kteří natankovali benzin**

Natankováno (l)	Počet respondentů	Počet litrů celkem	Průměrná cena (l)
30	12	360	44,75

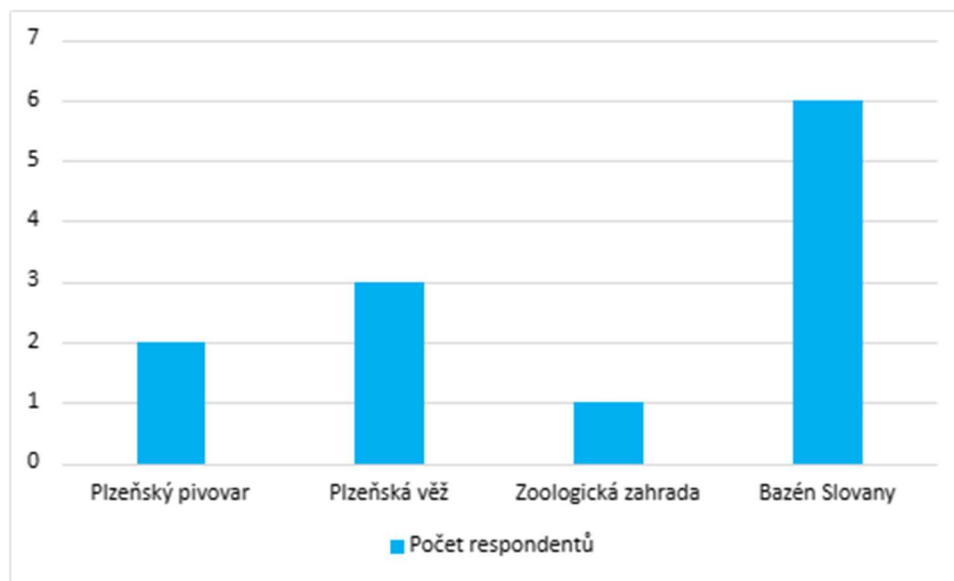
Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.3.3 Byli jste někde mimo festival?

Tato otázka byla koncipovaná především za účelem zjištění místa, kde respondenti trávili čas před tím, než začal festival. Především aby bylo možné zjistit, jaké lokality v Plzni respondenti navštívili. Jako nejčastější odpověď byla označena varianta bazénu Slovany. Pro tuto možnost odpovědělo 6 skupin respondentů.



**Graf 6 - Návštěvnost mimo areál festivalu**



Zdroj: vlastní zpracování

Pozn.: Do grafu nebyla vkládána data s odpovědí “Ne”, pro kterou se vyjádřilo 64 skupin. Do grafu zároveň nebyla vkládána ani data, pro které se nevyjádřila žádná skupina, a ani ta data která byla diametrálně jiná, než zněla otázka výzkumu.

Následně byly spočítány skupiny respondentů, kvůli zjištění přesného počtu osob, které se na aktivitě podíleli, a následně byla spočítána konkrétní částka za vstupné.

**Tabulka 10 - Respondenti, kteří navštívili pivovar**

Skupiny	Počet osob	Průměrná cena za vstupenku (Kč)
2	4	340

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 11 - Respondenti, kteří navštívili zoologickou zahradu**

Skupiny	Počet osob	Průměrná cena za vstupenku (Kč)
1	4	200

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 12 - Respondenti, kteří navštívili Plzeňskou věž**

Skupiny	Počet osob	Průměrná cena za vstupenku (Kč)
3	6	97,50

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 13 - Respondenti, kteří navštívili bazén Slovany**

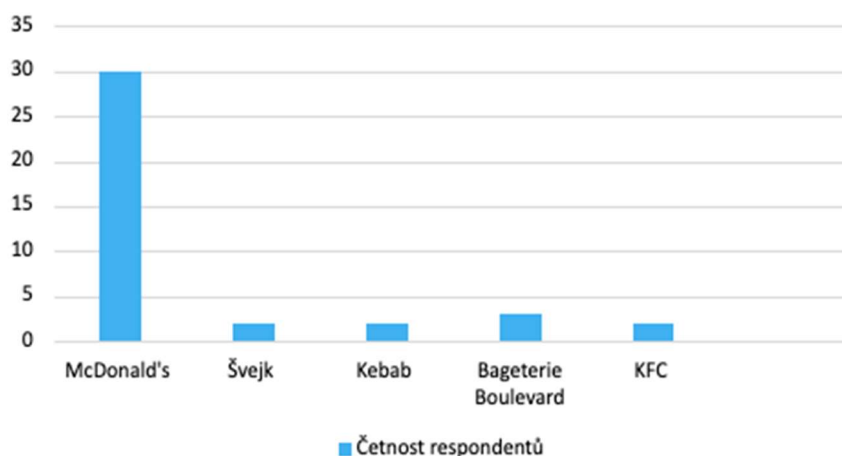
Skupiny	Počet osob	Průměrná cena za vstupenku
6	17	168,33

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.3.4 Jedli jste mimo areál?

Z dotazování vyplývá, že nejčastější variantou pro návštěvníky bylo stravování v řetězci McDonald' s. Pro tuto variantu odpovědělo kladně 30 dotázaných respondentů. Pro možnost stravování v Bageterii Boulevard odpověděly kladně 3 skupiny respondentů. Zbýlých 6 skupin odpovědělo že navštívily Restauraci Švejk, Kebab Plzeň a KFC řetězec po 2 skupinách. V grafu nebyla uvedena data, která nesouvisí s ekonomickým přínosem (odpověď: najezení se doma) a ani zde nebyla uvedena odpověď “Ne”, pro kterou se vyjádřilo 38 dotázaných respondentů.

Graf 7 - Stravování mimo areál



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 14 - Počty skupin respondentů

Zařízení	Počet skupin
McDonald' s	30
Švejk	2
Kebab	2
Bageterie Boulevard	3
KFC	2

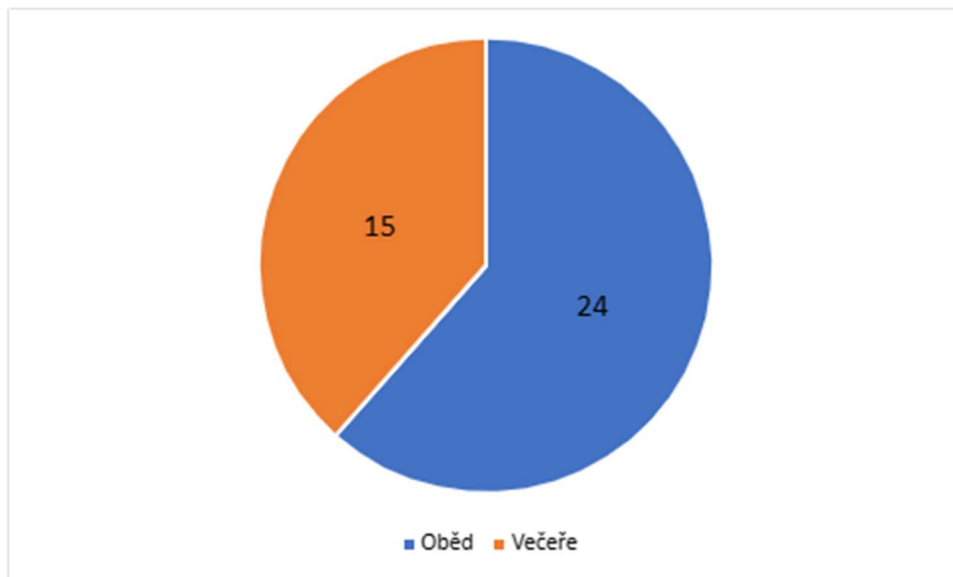
Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.3.5 Byli jste v restauracích na oběd nebo na večeři?

Po předešlé otázce na místo stravování, následovala otázka na čas, neboli kdy se respondenti vydali do těchto zařízení. Tato otázka byla pouze pro respondenty, kteří v předešlé otázce odpověděli kladně, a uvedli místo kde se stravovali.

Z dotazovaných respondentů odpovědělo 24 skupin pro navštívení stravovacích zařízení v době oběda, 15 skupin respondentů pak odpovědělo pro druhou možnost neboli navštívení zařízení v době večeře.

**Graf 8 - Čas kdy se respondenti stravovali mimo areál**



Zdroj: Vlastní zpracování

**Tabulka 15 - Počet skupin v čase, kdy navštívili restaurační zařízení**

Čas navštívení	Počet skupin
Oběd	24
Večeře	15

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 16 - Rozložení skupin podle času navštívení zařízení**

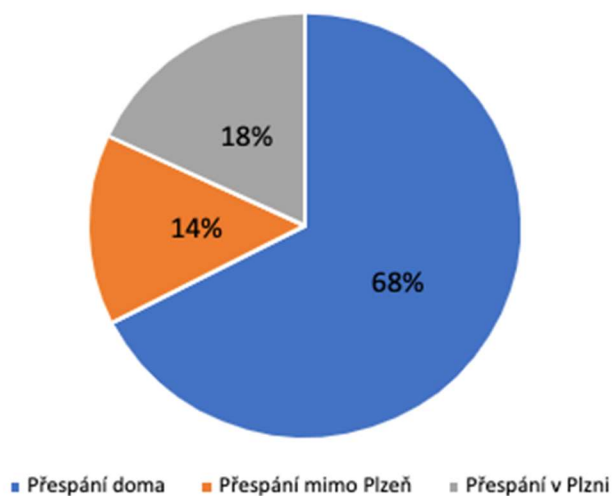
Čas	McDonald's	Švejk	Kebab	Bageterie	KFC	Celkem
Oběd	19	2	0	3	0	24
Večeře	11	0	2	0	2	15

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.3.6 Přespali jste v Plzni?

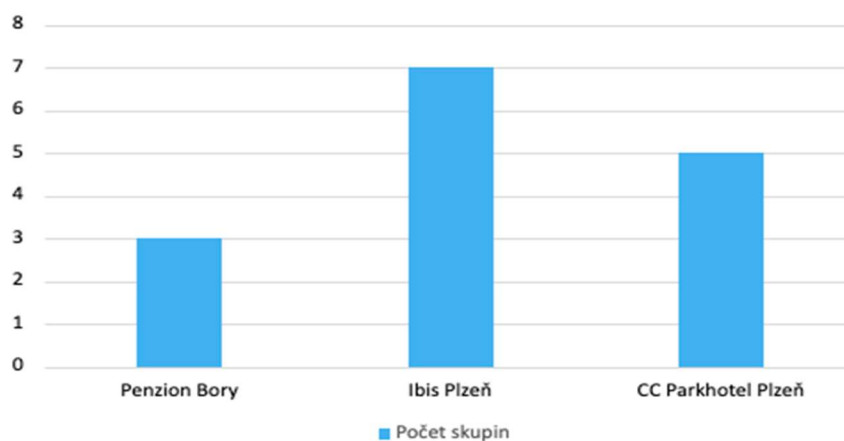
Z dotázaných 83 skupin respondentů, odpovědělo 56 pro možnost přespání přímo ve svém bydlišti. 12 pak odpovědělo pro možnost přespání mimo Plzeň a 15 v ubytovacích zařízeních v Plzni. Ceník byl sestaven na základě příslušných internetových portálů náležejících jednotlivým zařízením.

**Graf 9 - Místo přespání respondentů**



Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 10 - Počet skupin, které přespali v Plzni**



Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 17 - Ceník-Penzion Bory**

Penzion Bory	Cena (Kč)
1 osoba/noc	700
2 osoby/noc	990
3 osoby/noc	1 150
Apartmán	2 100

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 18 - Ceník-Ibis Plzeň**

Ibis Plzeň	Cena (Kč)
1 osoba/noc	1 370
2 osoby/noc	1 450
2 osoby/noc + dítě	1 450

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 19 - Ceník-CC Parkhotel Plzeň**

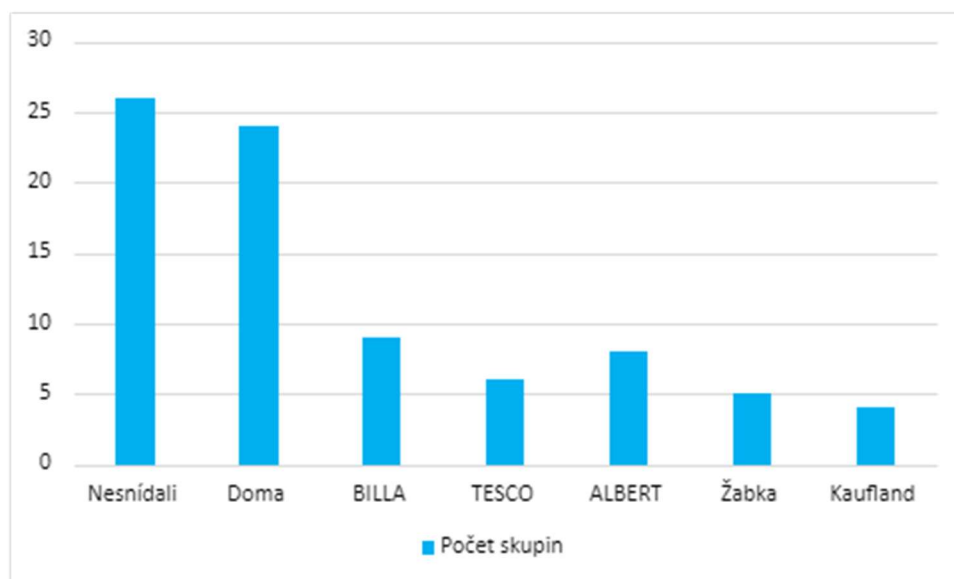
CC Parkhotel Plzeň	Pokoj za noc (Kč)
Superior Wenge	2 573
Superior Cherry	2 363
Junior	2 909
Prezident	3 822
Family Room	4 305
Business Suite	3 119
Standart	2 184

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.3.7 Kde jste snídali?

Tato otázka se týkala respondentů, kteří se vypravili nakoupit snídani do supermarketů či pekáren a kaváren v Plzni. Z možných variant nákupu snídane uváděli respondenti nejčastěji nákup v supermarketu Billa a nákup v hypermarketu Albert.

**Graf 11 - Rozložení respondentů podle druhů supermarketů**



Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 20 - Místo snídaně respondentů**

Místo snídaně	Počet skupin
Nesnídali	26
Doma	24
BILLA	9
TESCO	6
ALBERT	8
Žabka	5
Kaufland	4

Zdroj: vlastní zpracování

#### **4.3.8 Byli jste ještě někde jinde v Plzni?**

Poslední otázka z dotazníku byla zaměřena na zjištění ekonomické aktivity respondentů, která nebyla součástí otázek dotazníku. Z dotazovaných respondentů nikdo neposkytl žádnou informaci, která by byla validní pro dotazníkové šetření. Odpovědi, které respondenti uváděli byly například oběd u babičky nebo přespání pod stromem. S těmito daty nebylo nijak dále nakládáno.

#### **4.4 Metodika k výpočtu ekonomického přínosu festivalu**

Jako nástroj k výpočtu přínosu hudebního festivalu pro konkrétní oblast byla využita Input-output analýza, která vychází ze symetrické tabulky (SIOT) odvětví x odvětví. Díky ní bylo možné vypočítat hodnotu multiplikátorů produkce.

Celkový ekonomický přínos touto metodou je možné pouze tehdy, pokud jsou vypočítána primární data ohledně přímého přínosu hudebního festivalu Majáles v den jeho konání. Přímý přínos byl dále rozdělen do několika podskupin. Těmi jsou:

- Přímý přínos ze vstupného
- Přímý přínos z čerpacích stanic
- Přímý přínos ze stánků na festivalu
- Přímý přínos z míst navštívených v Plzni
- Přímý přínos z okolních restaurací
- Přímý přínos z ubytovacích zařízení v Plzni
- Přímý přínos z okolních supermarketů

Přímý přínos ze vstupného byl stanoven na základě interních dat organizace ZL Production, o počtu prodaných vstupenek přes internet i přímo na místě konání akce.

Z čerpacích stanic byl přímý přínos, spočítán na základě počtu skupin, které odpověděly kladně na otázku tankování v městě Plzeň. Autorka zde musela brát v potaz skupiny, které na festival přijely. Především kvůli předpokladu, že respondenti (účastníci) museli na festival dojet jedním vozidlem a pouze jen jeden z nich platil útratu na těchto čerpacích stanicích. Na základě odpovědí od dotazovaných skupin bylo vypočítáno procento a počet jednotlivých skupin, které natankovaly benzin nebo naftu na čerpacích stanicích v Plzni. Z těchto dat byl poté určen přímý přínos. Průměrná cena benzínu byla stanovena na základě dat z ČSÚ v období května 2022, neboli v době konání festivalu Majáles. Dále byl přímý přínos určen vynásobením průměrné ceny pohonné hmoty (benzínu či nafty), počtem průměrných skupin, které pohonnou hmotu natankovaly.

Přímý přínos ze stánků na akci byl stanoven na základě finálních tržeb těchto stánků. Skupiny stánků byly rozděleny na pivní stánky, stánky poskytující občerstvení a na stánky, které prodávaly tzv. “tvrdý“ alkohol.

Čtvrtým bodem přímého přínosu byl uveden přínos z míst navštívených v městě Plzeň. Přímý přínos zde byl určen z vypočtených průměrných skupin, bylo tak učiněno z důvodu předpokladu, že účastníci nakoupili vstupenky do konkrétních lokalit ve skupinách, a ne jako jednotlivci. Data, pro tuto podskupinu přímého přínosu, byla zjištěna z dotazníkového šetření od respondentů, kteří Plzeň navštívili. Jako první byla určena průměrná cena vstupného v jednotlivých lokalitách a z nich bylo následně vypočítáno procento a počet skupin, které tyto lokality navštívily. Cena vstupného z těchto lokalit byla zjištěna na webových stránkách příslušných lokalit. V dotazníkovém šetření byly uváděny lokality Plzeňský pivovar, Katedrála svatého Bartoloměje, Zoologická a botanická zahrada a Bazén Slovany.

Ve veškerých okolních restauračních zařízeních byla jako první stanovena průměrná útrata na zákazníka, který daný podnik navštívil. Tato průměrná útrata je stanovena na základě opory konkrétních ceníků v zařízeních a na základě osobního dotazování zaměstnanců v daných podnicích autorkou. Přímý přínos byl poté stanoven jako násobek průměrné (zjištěné) útraty a počtu lidí, kteří odpověděli že dané zařízení navštívili. Je zde brán v potaz jednotlivý počet účastníků a respondentů, ne počet skupin, a to především z

důvodu jednotlivých útrat zákazníků (zákazníci platí častěji sami za sebe než za skupinu dohromady).

Pro kategorii přímý přínos z ubytovacích zařízení v Plzni byla nejprve stanovena průměrná cena za pokoj na noc, a poté byla vypočítána suma jednotlivých respondentů, kteří v konkrétních zařízeních strávili noc. Pro výpočet bylo tedy nutné zjistit procento z jednotlivých účastníků, a ne počtu skupin.

V poslední kategorii (přímý přínos z okolních supermarketů) byla určena typická průměrná útrata na jednoho respondenta pomocí namodelování 10 různých nákupů v daném supermarketu. Přímý přínos zde byl vypočítán vynásobením zjištěné (typické) průměrné útraty s jednotlivými respondenty v obchodě. S jednotlivými respondenty bylo počítáno z důvodu předpokladu jednotlivých nákupů respondentů, a nikoliv nákupů jednoho respondenta za skupinu.

Na základě vypočtení jednotlivých podskupin přímého přínosu bylo možné vypočítat celkový přímý přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň. Podskupiny přímého přínosu byly následně vynásobeny jednotlivými multiplikátory produkce.

## 4.5 Výpočet přímého přínosu festivalu

Přímý přínos hudebního festivalu Majáles, bylo možné vypočítat díky znalosti interních dat od organizátorů akce a dále díky dotazníkovému šetření. Přímý přínos byl spočítán u každé podskupiny a následně byly jednotlivé sumy z těchto podskupin sečteny. Tím bylo možné získat celkový přímý přínos akce, který byl nezbytný pro výpočet celkového ekonomického přínosu hudebního festivalu Majáles.

### 4.5.1.1 Vstupné

Na festival bylo celkem prodáno 7 045 vstupenek, z toho průměrná cena za vstupenku byla 599 Kč. Celková tržba z těchto vstupenek činila 4 404 255 Kč.

**Tabulka 21 - Druhy vstupenek na festival Majáles**

Kategorie	Cena (Kč)	Průměrná hodnota vstupenky (Kč)
Sweet 17	499	599
Student 26	599	
Klasická vstupenka	699	

Zdroj: vlastní zpracování



**Tabulka 22 - Přímý přínos-vstupenky**

Vstupenky	Přímý přínos (Kč)	Přímý přínos celkově (Kč)
Sweet 17	552 892	<b>4 404 255</b>
Student	1 788 614	
Klasik	2 062 749	

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.5.1.2 Čerpací stanice

Z celkového počtu jak dotazovaných (82 skupin, 281 dohromady) tak zúčastněných osob (7 045 účastníků) bylo vypočteno, že průměrná skupina obsahovala tři návštěvníky. Z toho vyplývá, že se festivalu zúčastnilo 2 348 průměrných skupin.

$$\frac{7045}{3} = 2348$$

Skupiny, které tankovaly pohonné hmoty, byly separátně vyděleny celkovým počtem dotázaných skupin. Z toho bylo vypočteno jedno procento v hodnotě 0,146 % u benzínu a 0,097 % u nafty.

Benzin:

$$\frac{12}{82} = 0,146\%$$

Nafta:

$$\frac{8}{82} = 0,097\%$$

Hodnota průměrných skupin byla dále násobkem pro jednotlivá procenta. U benzínu bylo vypočteno 344 průměrných skupin, které natankovaly benzin, a u nafty bylo vypočteno 229 průměrných skupin.

Benzin:

$$0,146 \times 2348 = 343,609$$

Nafta:

$$0,097 \times 2348 = 228,93$$

Průměrné ceny benzínu a nafty byly zjištěny z dat ČSÚ, kde byla určena průměrná cena benzínu 44,75 Kč (za litr) a průměrná cena nafty na 46,39 Kč (za litr). Typická průměrná útrata byla stanovena na základě osobního dotazování na čerpacích stanicích společně se zjištěnými údaji od respondentů. Jak zaměstnanci, tak respondenti shodně určili přibližné (průměrné) natankování 30 litrů paliva, to odpovídá částce 1 342,5 Kč za benzin a částce 1 391,7 Kč za naftu.

Celkový přímý přínos z čerpacích stanic po součtu je 780 519,3 Kč.

**Tabulka 23 - Přímý přínos-čerpací stanice**

	<b>Benzin</b>	<b>Nafta</b>
Typická průměrná útrata za 30 litrů (Kč)	1 342,5	1 391,7
Počet průměrných skupin	344	229
Přímý přínos (Kč)	461 820	318 699,3
Celkový přímý přínos (Kč)	<b>780 519,3</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.5.1.3 Stánky na festivalu

Stánky uvnitř areálu festivalu byly rozděleny na tři skupiny. Těmi jsou: občerstvení, nápoje pivo a nápoje “tvrdý” alkohol. Nápoji pivo se rozumí pouze pivní stánky na festivalu a pojem “tvrdý” alkohol vystihuje alkohol, který byl prodáván na festivalu s obsahem alkoholu větší než 30 %. Řadí se sem destiláty, pálenky, míchané nápoje a lihoviny.

Konečné inventury u pivních stánků byly určeny na základě konečných inventur u příslušných stanů. Následně byly tyto sumy sečteny a výsledkem byly celkové tržby za pivní stany v hodnotě 1 073 533. Kč.

Přímý přínos ze stánků sloužících k občerstvení a stánků prodávajících “tvrdý” alkohol byl určen na základě interních dat od provozovatelů daných zařízení. Celkovými tržbami pro stánky prodávající “tvrdý” alkohol byla částka 690 410 Kč, a celkové tržby ve stanech prodávajících občerstvení byly 788 650 Kč.

Skupiny přímého přínosu ze stánků byly následně sečteny a výsledkem se stal přímý přínos celkový za stánky ve výši 2 552 593 Kč.

**Tabulka 24 - Konečná inventura č.1 - Kasa č.1 stan Gambrinus**

Základ	Začátek (ks)	Začátek (kč)	Konec (ks)	Konec (kč)
1 Kč	0	0	11	11
2 Kč	0	0	33	66
5 Kč	400	2 000	221	1 105
10 Kč	400	4 000	210	2 100
20 Kč	200	4 000	379	7 580
50 Kč	200	10 000	10	500
100 Kč	30	3 000	12	1 200
200 Kč	30	6 000	360	72 000
500 Kč	20	10 000	257	128 500
1 000 Kč	0	0	160	160 000
2 000 Kč	0	0	55	110 000
5 000 Kč	0	0	0	0
Celkem		39 000		483062
Přičteno	Terminál	Žetony		
	5 115	2835		7 950
			Celkem	<b>491 012</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 25 - Konečná inventura č.2 - Nápoje stan Gambrinus**

Pivo	Cena 0.5 l (Kč)	Obsah (l)	Začátek (0.5 l)	Konec (0.5 l)	Tržba (Kč)
Gambrinus 10	45	50	13 200	5 400	351 000
Pomelo- grep	45	30	1 080	275	41 625
Kingswood	60	30	1 440	978	69 300
				Odpis Gam. 10 (30 l)	-1 350
				Celkem (Kč)	<b>460 575</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 26 - Konečná inventura č.3 - Vratné kelímky stan Gambrinus**

Kelímky	Cena (kč)	Začátek (ks)	Konec (ks)	Prodáno (ks)	Celkem (Kč)
Vratné kelímky	50	15 640	15 828	-188	<b>-9 400</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 27 - Konečná inventura č.4 - Celková částka stan Gambrinus**

Základ (kč)	Nápoje (kč)	Kelímky	Celkem (Kč)
39 000	460 575	-9 400	<b>490 175</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 28 - Konečná inventura č.5 - Kasa č.2 stan Kopec**

Základ	Začátek (ks)	Začátek (kč)	Konec (ks)	Konec (kč)
1 Kč	0	0	8	8
2 Kč	0	0	29	58
5 Kč	200	1 000	132	660
10 Kč	200	2 000	117	1 117
20 Kč	100	2 000	76	1 520
50 Kč	150	7 500	23	1 150
100 Kč	20	2 000	19	1 900
200 Kč	20	4 000	191	38 200
500 Kč	15	7 500	112	56 000
1 000 Kč	0	0	99	99 000
2 000 Kč	0	0	23	46 000
5 000 Kč	0	0	1	5 000
Celkem		26 000		250 613
Přičteno	Terminál	Žetony		
	1 376	1 125		2 501
			Celkem	<b>253 114</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 29 - Konečná inventura č.6 - Nápoje stan Kopec**

Pivo	Cena 0.5 l (Kč)	Obsah (l)	Začátek (0, 5 l)	Konec (0,5 l)	Tržba (Kč)
Gambrinus 10	45	50	6 000	1 200	<b>216 000</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 30 - Konečná inventura č. 7 - Vratné kelímky stan Kopec**

Kelímky	Cena (kč)	Začátek (ks)	Konec (ks)	Prodáno (ks)	Celkem
Vratné kelímky	50	6 050	5 832	218	<b>10 900</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 31 - Konečná inventura č. 8 - Celková částka stan Kopec**

Základ (kč)	Nápoje (kč)	Kelímky	Celkem (Kč)
26 000	216 000	10 900	<b>252 900</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 32 - Konečná inventura č.9 - Kasa č.3 stan Plzeň**

Základ	Začátek (ks)	Začátek (kč)	Konec (ks)	Konec (kč)
1 Kč	0	0	36	36
2 Kč	0	0	28	56
5 Kč	400	2 000	283	1 415
10 Kč	400	4 000	250	2 500
20 Kč	200	4 000	120	2 400
50 Kč	200	10 000	12	600
100 Kč	30	3 000	45	4 500
200 Kč	30	6 000	264	52 800
500 Kč	20	10 000	178	89 000
1 000 Kč	0	0	133	133 000
2 000 Kč	0	0	12	24 000
5 000 Kč	0	0	3	15 000
Celkem		39 000		325 307
Přičteno	Terminál	Žetony		
	2 750	1 350		4 100
			Celkem	<b>329 407</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 33 - Konečná inventura č.10 - Nápoje stan Plzeň**

Pivo	Cena 0.5 l (Kč)	Obsah (l)	Začátek (0,5 l)	Konec (0,5 l)	Tržba (Kč)
Gambrinus 10	45	50	7 000	5 800	54 000
Pisner Urquell 12	55	50	13 200	8950	233 750
				Odpis Plzeň 12 (30 l)	-3 000
				Celkem (Kč)	<b>284 750</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka č. 35 - Konečná inventura č. 11 - Vratné kelímky stan Plzeň**

Kelímky	Cena (kč)	Začátek (ks)	Konec (ks)	Prodáno (ks)	Celkem
Vratné kelímky	50	20 100	20 014	86	<b>4 300</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka č. 36 - Konečná inventura č. 8 - Celková částka stan Kopec**

Základ (kč)	Nápoje (kč)	Kelímky	Celkem (Kč)
39 000	284 750	4 300	<b>328 050</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 34- Celkové tržby za nápoje (pivní stany)**

Nápoje (pivní stany)	Tržby (Kč)	Celková tržba (Kč)
Stan Gambrinus	491 012	<b>1 073 533</b>
Stan Kopec	253 114	
Stan Plzeň	329 407	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 35 - Přímý přínos-stánky na festivalu**

	Přímý přínos (Kč)	Přímý přínos celkově (Kč)
Občerstvení	788 650	<b>2 552 593</b>
Nápoje (pivo)	1 073 533	
Nápoje ("tvrdý" alkohol)	690 410	

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.5.1.4 Lokality v Plzni

Respondenty navštívené lokality byly: Plzeňský pivovar Prazdroj, Plzeňská věž, Zoologická zahrada a Bazén Slovany. Cena za vstupenky byly zjištěny na internetových portálech příslušných lokalit a průměrné ceny z nich byly vypočítány na základě jednoduchého průměru ze zjištěných dat o jejich ceně.

Počty průměrných skupin, které navštívily dané lokality, vycházely ze znalosti jednoho procenta, které bylo následně použito jako násobek vypočtených průměrných skupin.

Přímý přínos z lokalit navštívených respondenty v Plzni se rovná 62 517,76 Kč.

Rozepsané vzorce:

Plzeňský pivovar:

$$\frac{2}{82}=0,024\%$$

$$0,024 \times 2348=57,268$$

Plzeňská věž:

$$\frac{3}{82}=0,036\%$$

$$0,036 \times 2348=85,902$$

Zoologická zahrada:

$$\frac{1}{82}=0,012\%$$
$$0,012 \times 2348=28,634$$

Bazén Slovany:

$$\frac{6}{82}=0,073\%$$
$$0,073 \times 2348=171,804$$

**Tabulka 36 - Počet skupin respondentů, kteří navštívili dané lokality**

	Plzeňský pivovar	Plzeňská věž	Zoologická zahrada	Bazén Slovany
Počet skupin	2	3	1	6

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 37 - Přímý přínos-lokality v Plzni**

	Plzeňský pivovar	Plzeňská věž	Zoologický zahrada	Bazén Slovany
Typická průměrná útrata (Kč)-Vstupné	340	97,5	200	168,33
Počet průměrných skupin	57	86	29	172
Přímý přínos (Kč)	19 380	8 385	5 800	28 952,76
Celkový přímý přínos (Kč)	<b>62 517,76</b>			

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.5.1.5 Okolní restaurace

Typická průměrná útrata v těchto zařízeních byla určena na základě osobního dotazování zaměstnanců v daných restauracích společně s určením ceny podle jídelního lístku (v čase, který uváděli respondenti).

Restaurace, které respondenti určili jako ty, které navštívili byly řetězec McDonald's, Švejk restaurant Plzeň U Pětatřicátníků, Bageterie Boulevard, KFC řetězec a Antalya Kebab Plzeň a shisha. Z toho v restauračních zařízeních Švejk restaurant Plzeň U Pětatřicátníků, Bagerie Boulevard a Antalya Kebab Plzeň byla průměrná útrata stanovena jako suma poledního menu a průměrné ceny nápojů. U zbylých 2 restauračních zařízeních byly průměrné útraty stanoveny na základě osobního dotazování autorky.

V řetězci McDonald's je podle zaměstnanců typická průměrná útrata v době oběda rovna ceně za velké Big Mac menu s pitím a hranolky, což odpovídá ceně 189 Kč. Zaměstnanci přitom vycházeli z denních tržeb a z interních dat. V době večere se tato cena podle zaměstnanců neliší, z jejich hlediska je to především z důvodu navržení denní nabídky. Menu je strukturováno tak aby se vyplatilo jak pro zákazníky, tak pro majitele řetězců.

V restaurantu Švejk restaurant Plzeň U Pětatřicátníků byla průměrná cena jednoho nápoje stanovena jako 62,33 Kč. Suma za nápoje byla následně přičtena k průměrné ceně polední menu a vydělena počtem položek v něm.

V řetězci KFC je podle zaměstnanců průměrná cena rovna 229 Kč. Tato cena odpovídá ceně burgeru s hranolky a omáčkou stejně tak jako ceně Twister boxu nebo bestselleru Qurrita s hranolky. Průměrná cena, kterou odpověděli zaměstnanci je podobná jako ta, kterou udávají mezinárodní statistiky. Ty udávají částku 6,80\$, (44) při kurzu 22,24 Kč se tato částka rovná 151,23 Kč.

Výpočet návštěvníků (průměrně) byl založen na základě počtu jednotlivých respondentů, a z nich vyplývajících osob, které navštívily daná restaurační zařízení. U každého zařízení bylo nejprve vypočteno procento vycházející z počtu respondentů, kteří odpověděli, že zařízení navštívili s celkovým počtem osob v dotazníkovém šetření.

Příklad:

McDonald' s oběd:

$$\frac{46}{281}=0,1637\%$$

$$0,1637 \times 7045 = 1153,274$$

Celkový přímý přínos z okolních restauračních zařízení činí 526 808,4 Kč.

**Tabulka 38 - Přímý přínos-počet návštěvníků, kteří navštívili stravovací zařízení**

Čas	McDonald' s	Švejk	Kebab	Bageterie	KFC	Celkem
Oběd	46	9	0	12	0	67
Večeře	35	0	8	0	9	52

Zdroj: vlastní zpracování



**Tabulka 39 - Přímý přínos-restaurace oběd**

	McDonald's	Švejk	Bageterie Boulevard
Typická průměrná útrata (Kč)	189	123,41	112,86
Počet návštěvníků (průměrně)	1153	226	301
Přímý přínos (Kč)	217 917	27 890,66	33 970,86
Celkový přímý přínos (Kč)	<b>279 778,52</b>		

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 40 - Přímý přínos-restaurace večeře**

	McDonald's	Kebab	KFC
Typická průměrná útrata (Kč)	189	146,88	229
Počet návštěvníků (průměrně)	877	201	226
Přímý přínos (Kč)	165 753	29 522,88	51 754
Celkový přímý přínos (Kč)	<b>247 029,88</b>		

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 41 - Přímý přínos-restaurace celkově**

Čas	Přímý přínos (Kč)	Celkový přímý přínos (Kč)
Oběd	279 778,52	<b>526 808,4</b>
Večeře	247 029,88	

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.5.1.6 Ubytovací zařízení v Plzni

Typická průměrná útrata za jednu noc v ubytovacích zařízeních byla stanovena na základě jednoduchého průměru z internetových portálů jednotlivých zařízení. Následně byl vypočítán počet osob, které odpověděly během dotazníkového šetření, že zde využily možnost přespání.

Celkový přímý přínos za přespání v Plzni činí 1 939 173,36 Kč.

**Tabulka 42 - Počty respondentů, kteří přespali v ubytovacích zařízeních**

Ubytování	Počet osob	Počet skupin
Penzion Bory	6	3
Ibis Plzeň	15	7
CC Parkhotel Plzeň	16	5

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 43 - Přímý přínos-ubytovací zařízení**

	Penzion Bory	Ibis Plzeň	CC Parkhotel Plzeň
Typická průměrná útrata (Kč) na noc	1 235	1 423,33	3 039,28
Počet návštěvníků (průměrně)	150	376	401
Přímý přínos (Kč)	185 250	535 172,08	1 218 751,28
Celkový přímý přínos (Kč)	<b>1 939 173,36</b>		

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.5.1.7 Okolní supermarkety

Supermarkety, které respondenti uváděli v dotazníkovém šetření, byly autorkou navštíveny a z nabízených produktů vypočteny modelové nákupy. Ekonomický přínos z těchto supermarketů byl vypočten jako průměr z 10 namodelovaných nákupů v každém supermarketu. Supermarkety, které byly uváděny: Tesco, Albert, Billa Kaufland a Žabka.

Modelové nákupy byly namodelovány vzhledem k povaze otázky směřující na místo, kde respondenti snídali.

Přímý přínos z okolních supermarketů je roven 259 199,26 Kč.

**Tabulka 44 - Deset modelových nákupů-Tesco**

Tesco	Surovina	Množství	Cena (Kč)	Průměrná útrata
1.	Donut čokoládový	2	31,80	<b>94 Kč</b>
	Banán	1	9,90	
	Bílý jogurt Klasik	1	13,90	
<b>Celkem</b>			<b>55,60</b>	
2.	Cornies Kukuřičné lupínky	1	26,90	
	Lučina pomazánkové máslo	1	49,90	
	Jablko	1	4,90	
<b>Celkem</b>			<b>81,70</b>	
3.	Rohlík	3	9,30	
	Šunka Bohemia Tesco	1	25,90	
	Lučina pomazánkové máslo	1	49,90	
<b>Celkem</b>			<b>85,10</b>	
4.	Strawberry yoghurt drink	1	20,90	
	Mřížka pudingová	2	37,90	
<b>Celkem</b>			<b>58,80</b>	
5.	Slunečnicová houska	4	23,60	
	Sýr Apeittito	1	48,90	
	Edam 30% Tesco	1	23,90	
<b>Celkem</b>			<b>96,40</b>	
6.	Rohlík	4	12,40	
	Salám Vysočina	1	25,90	
	Racio polomáčené chlebičky	2	51,80	
<b>Celkem</b>			<b>90,10</b>	
7.	Hermelín Král sýrů	1	52,90	
	Chléb celozrnný 250 g	1	29,90	
	Kefírové mléko jahodové	1	23,90	
<b>Celkem</b>			<b>106,70</b>	
8.	Vločky ovesné-Bio	1	54,90	
	Mléko 0,5 l	1	35,90	
	Borůvky-vanička	1	34,90	
	Kiri Křup svačinka	2	41,80	
<b>Celkem</b>			<b>167,50</b>	
9.	Půlka chleba Penam	1	24,50	
	Paštika Májka	1	37	
	Ledový čaj 0,5 l	1	19,90	
<b>Celkem</b>			<b>81,40</b>	
10.	Racio Knackebrot česnek	1	57,90	
	Pražská šunka	1	41,90	
	Minerální voda 0,5 l	1	16,90	
<b>Celkem</b>			<b>116,70</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 45 - Deset modelových nákupů-Albert**

Albert	Surovina	Množství	Cena (Kč)	Průměrná útrata
1.	Pure Juicy Ananas džus	1	29,9	99,36 Kč
	Bebe Dobré ráno sušenky	1	11,9	
	Šnek skořicový	2	31,8	
<b>Celkem</b>			<b>73,6</b>	
2.	Bageta francouzská	2	19,8	
	Eidam uzený plátky 100 g	1	31,9	
	Kuřecí šunka 92%	1	34,9	
	Lučina Line	1	39,9	
<b>Celkem</b>			<b>126,5</b>	
3.	Dezert grand kakao	1	34,9	
	Opavia Zlaté ovesné sušenky	1	39,9	
<b>Celkem</b>			<b>74,8</b>	
4.	Tylžský sýr plátky 100 g	1	39,9	
	Salát vlašský 100 g	1	14,9	
	Rohlík	4	11,6	
<b>Celkem</b>			<b>66,4</b>	
5.	Starbucks Double espresso	1	69,9	
	Muffin borůvkový	2	43,8	
	Activia nápoj Jahoda/Kiwi	1	32,9	
<b>Celkem</b>			<b>146,6</b>	
6.	Jablko Gala	2	10	
	Protein tyčinka čokoláda	1	29,9	
	Mléko Lehké ráno	1	19,9	
	Kobliha meruňková	2	25,8	
<b>Celkem</b>			<b>85,6</b>	
7.	Májka paštika	1	29,9	
	Rohlík sedmizrný	3	17,8	
	Korunní limetka máta minerálka	1	16,9	
<b>Celkem</b>			<b>64,6</b>	
8.	Pomazánka topinková 100 g	1	13,9	
	Bageta francouzská	2	19,8	
	Pure Juicy Broskev džus	1	24,9	
	Bio Čokoládové kokosky	1	34,9	
<b>Celkem</b>			<b>93,5</b>	
9.	Donut čokoládový	2	29,8	
	Pletenec makový	1	49,9	
	Kefírové mléko z Valaška	1	27,9	
<b>Celkem</b>			<b>107,6</b>	
10.	Mattoni esence citron minerálka	2	29,8	
	Vysočina Česká chuť	1	34,9	
	Knackebrot Žitný Albert	1	34,9	
	Gouda 45% plátky	1	19,9	
	Hermelín Camembert	1	34,9	
<b>Celkem</b>			<b>154,4</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 46 - Deset modelových nákupů-Billa**

Billa	Surovina	Množství	Cena (Kč)	Průměrná útrata
1.	Clever rajčata	1	34,9	127,39 Kč
	Kaiserka sůl+kmín	3	19,5	
	Pomazánka a lá krab 100 g	1	19,9	
<b>Celkem</b>			<b>74,3</b>	
2.	Billa Easy Salát Ceasar	1	79,9	
	Croissant 7 Days choco drops	1	19,9	
	Lina burákové máslo	1	23,9	
	Relax mandarinka a pomeranč	1	51,9	
<b>Celkem</b>			<b>175,6</b>	
3.	Donut lískooříškový	2	30,24	
	Bigshock Exotic energetický nápoj	1	39,9	
	Billa easy Bageta debrecínská	1	78,9	
<b>Celkem</b>			<b>149,04</b>	
4.	Pomeranč síťka 1 kg	1	39,9	
	Kunin smetanový mix jahoda, borůvka	2	29,8	
<b>Celkem</b>			<b>69,7</b>	
5.	Billa krém lískooříškový	1	59,9	
	Rohlík	4	11,6	
	DrWitt Elements isotonic nápoj	1	31,9	
<b>Celkem</b>			<b>103,4</b>	
6.	Smoothie Froosh ananas	1	59,9	
	Hit sušenky s náplní	1	51,9	
	Billa Easy sendvič slanina	1	76,9	
<b>Celkem</b>			<b>188,7</b>	
7.	Borůvky vanička	1	47,9	
	Makový koláč	2	33,8	
	Relax multivitamin	1	51,9	
<b>Celkem</b>			<b>133,6</b>	
8.	Májka paštika	1	33,9	
	Olz toustový chléb	1	52,9	
	Corny protein karamel sušenka	2	73,8	
	Birell Citron a máta	2	45,8	
	Bebe dobré ráno originál sušenky	1	12,9	
<b>Celkem</b>			<b>219,3</b>	
9.	Mysli (na zdraví) Emco	1	15,9	
	Monster energetický nápoj Juice	1	39,9	
<b>Celkem</b>			<b>55,8</b>	
10.	Billa Emmentál 45%	1	31,9	
	Sýrová pomazánka 100 g	1	17,9	
	Italská bageta	2	39,8	
	Banány v čokoládě	1	14,9	
<b>Celkem</b>			<b>104,5</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 47 - Deset modelových nákupů-Kaufland**

Kaufland	Surovina	Množství	Cena (Kč)	Průměrná útrata
1.	OLMA pomazánkové máslo	1	36,9	<b>91,84 Kč</b>
	Bageta s parmazánem	2	47,8	
<b>Celkem</b>			<b>84,7</b>	
2.	Meruňkový croissant s mandlemi	2	33,8	
	Staropramen Cool 0,0 %	1	22,9	
	Kofila čokoládová tyčinka	1	9,9	
<b>Celkem</b>			<b>66,6</b>	
3.	Závin makový	1	44,9	
	JOJO medvídci	1	12,9	
	Relax jablko 100%	1	43,9	
	Věnečky VILLAGE	1	19,9	
<b>Celkem</b>			<b>121,6</b>	
4.	MÍŠA tvarohový mix	2	45,8	
	BONA VITA Choco shells	1	35,9	
	Balkánská taštička	1	14,9	
<b>Celkem</b>			<b>96,6</b>	
5.	Rýbrcoulův zelňák	3	47,7	
	Májka paštika	1	32,9	
	LIPTON ledový čaj broskev	1	27,9	
<b>Celkem</b>			<b>108,5</b>	
6.	Tuňáková pomazánka 100 g	1	24,9	
	Zlatá Praha polotvrdý sýr 100 g	1	32,9	
	Rohlík	3	8,7	
	DELI čokoládová tyčinka	2	29,8	
<b>Celkem</b>			<b>96,3</b>	
7.	Miňonky oplatky Opavia	2	27,8	
	RC cola limonáda	1	21,9	
<b>Celkem</b>			<b>49,7</b>	
8.	TUC krekry solené	1	23,9	
	Anglická slanina Jarmark	1	29,9	
	Banán	3	26,7	
	Madeta tavený sýr	1	26,9	
<b>Celkem</b>			<b>107,4</b>	
9.	Matonni minerální voda	1	14,9	
	Opavia oplatky Kolonáda	1	21,9	
	Donut jahodový	3	38,7	
<b>Celkem</b>			<b>75,5</b>	
10.	HOCHWALD mléčný kávový nápoj	2	21,8	
	KINDER Pinguí chlazená tyčinky	2	39,8	
	GOLDFEIN chlebiček 350 g	1	49,9	
<b>Celkem</b>			<b>111,5</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 48 - Deset modelových nákupů-Žabka**

Žabka	Surovina	Množství	Cena (Kč)	Průměrná útrata
1.	Croissant Antonelli Jahoda	1	15,9	139,6 Kč
	Eiskaffe Ledová káva	1	35,9	
<b>Celkem</b>			<b>51,8</b>	
2.	Banana drink high protein	1	55,9	
	Mléčný řez snack Kinder	2	33,8	
	Ovocná kapsička Kubík	1	20,9	
<b>Celkem</b>			<b>110,6</b>	
3.	Donut jahodový	2	35	
	Carnitine ananas	1	54,9	
	Maxi nuta pistacie a mandle	1	24,9	
<b>Celkem</b>			<b>114,8</b>	
4.	Alpro mandlový nápoj	1	105,9	
	Cereálie Corn flakes	1	48,9	
<b>Celkem</b>			<b>154,8</b>	
5.	Mana drink čokoládový	1	121,9	
	Pletenec s pekanovými ořechy	2	67,8	
	Big Shock Vodní meloun	1	39,9	
<b>Celkem</b>			<b>229,6</b>	
6.	Pizza bagetka pšeničná	3	74,7	
	Relax víceň jablko	1	55,9	
<b>Celkem</b>			<b>130,6</b>	
7.	Monte mléčný snack	2	21,8	
	Lotus Biscoff pomazánka	1	89,9	
	Bageta francouzská	3	38,7	
<b>Celkem</b>			<b>150,4</b>	
8.	Hello příkrm ovocný meruňka	2	41,8	
	Skořicový šnek	2	35,8	
	Birell polotmavý	1	25,9	
	Active rýžové chlebičky polotmavé	1	25,9	
<b>Celkem</b>			<b>129,4</b>	
9.	Kravík mléčný nápoj	1	20,9	
	Croissant 7 days kakaový	1	21,9	
	Pribináček vanilkový	2	59	
<b>Celkem</b>			<b>101,8</b>	
10.	Meruňkovo jahodová mřížka	3	74,7	
	Káva cappucino žabka	1	25,9	
	Activia musli s jogurtem	2	49,8	
	Alpro proteinový nápoj čokoláda	1	47,9	
	Kinder mléčný snack Maxi King	1	23,9	
<b>Celkem</b>			<b>222,2</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 49 - Počty jednotlivých respondentů, kteří nakoupili v supermarketech**

Supermarket	Počet respondentů	Počet skupin
Tesco	21	6
Albert	22	8
Billa	27	9
Kaufland	15	4
Žabka	11	5

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 50 - Přímý přínos-okolní supermarketů**

	Tesco	Albert	Billa	Kaufland	Žabka
Typická průměrná útrata (Kč)	94	99,36	127,39	91,84	139,6
Počet návštěvníků (průměrně)	526	552	677	376	276
Přímý přínos (Kč)	49 444	54 846,72	86 243,03	34 531,84	38 529,6
Celkový přímý přínos (Kč)	<b>263 595,19</b>				

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.6 Celkový přímý přínos festivalu

Po součtu všech podskupin přímého přínosu, vyšla hodnota 10 529 462 Kč. Tato částka vyjadřuje celkový přímý přínos hudebního festivalu Majáles.

**Tabulka 51 - Celkový přímý přínos festivalu**

Podskupiny	Vypočtená částka za přímý přínos (Kč)
Přímý přínos-Vstupné	4 404 255
Přímý přínos-Stánky na festivalu	2 552 593
Přímý přínos-Čerpací stanice	780 519,3
Přímý přínos-Lokality v Plzni	62 517,76
Přímý přínos-Okolní restaurace	526 808,4
Přímý přínos-Ubytovací zařízení	1 939 173,36
Přímý přínos-Okolní supermarketů	263 595,19
Celkový přímý přínos festivalu	<b>10 529 462</b>

Zdroj: vlastní zpracování



## 4.7 Zjištění a výpočet multiplikátoru

Ke zjištění hodnoty multiplikátorů pro ekonomický přínos hudebního festivalu, byla použita metoda symetrické Input-output tabulky. Konkrétně tabulky typu odvětví x odvětví, která popisuje ekonomiku celkem v běžných cenách pro rok 2020.

Tyto tabulky jsou dohledatelné na internetovém portálu ČSÚ, kde jsou sestavovány s přibližným odstupem až pět let. Dohledatelné tabulky jsou z let 1990, 1995, 2000, 2005, 2010, 2013, 2015, 2018 až roku 2020. Data vycházející ze SIOT tabulky odvětví x odvětví jsou platná k 6. lednu 2023. (45)

Pro zjištění celkového ekonomického přínosu bylo nutné zjistit hodnoty multiplikátorů pro jednotlivé podskupiny přímého přínosu. Celkově bylo počítáno se sedmi podskupinami přímého přínosu a se šesti odvětvími.

**Tabulka 52 - Přehled použitých odvětvích na podskupinách přímého přínosu**

	Název odvětví	Podskupiny přímého přínosu
1.	Velkoobchod, kromě VO s motor. vozidly; Maloobchod, kromě MO s motor. vozidly	Přímý přínos z okolních supermarketů
2.	Pozemní a potrubní doprava	Přímý přínos z čerpacích stanic
3.	Ubytování	Přínos z ubytovacích zařízení
4.	Stravovací služby, podávání nápojů	Přímý přínos ze stánků na festivalu Přímý přínos z okolních restaurací
5.	Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	Přímý přínos z navštívených míst
6.	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	Přímý přínos ze vstupného

Zdroj: vlastní zpracování

### Tabulka 53 - Přehled přeepsané tabulky SIOT

#### Symetrická tabulka Input-Output

odvětví x odvětví

2020

CELKEM

běžné ceny základní  
mil. Kč

CZ-CPA komodity	Název	Výdaje na konečnou spotřebu						Celkem	Tvorba hrubého fixního kap. vč. cenosti			Změna stavu zásob	Vývoz (FOB)	Konečné užité celkem	Užité zdroje celkem	CZ-CPA komodity	
		Velkoobchod, kromě VO s mot. vozidly; Maloobchod, kromě MO s mot. vozidly	Pozemní a potrubní doprava	Ubytovací služby	Stravovací služby, podávání nápojů	Tvůrčí, umělecké a zábavní služby	Sportovní, zábavní a rekreační služby		domác-ností	vládních institucí	neziskových institucí						P.51g+P.53
46+47	Velkoobchod, kromě VO s mot. vozidly; Maloobchod, kromě	89 044	13 576	1 210	8 465	456	1 641	582 919	264 637	10 288	163	84 707	-96	63 630	423 329	1 006 248	46+47
49	Pozemní a potrubní doprava	13 123	17 516	92	973	19	212	155 716	58 189	10 523	19	5 383	-15	145 127	219 226	374 942	49
55	Ubytovací služby	1 219	446	308	233	19	251	15 668	18 709	1 203	97	368	-1	15 251	35 627	51 295	55
56	Stravovací služby, podávání nápojů	2 918	5 331	821	582	94	355	35 403	80 587	909	15	659	-6	12 412	94 576	129 979	56
90	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	138	12	263	109	1 884	352	5 940	4 952	6 335	739	2 638	0	923	15 587	21 527	90
93	Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	236	57	194	47	257	11 056	16 418	12 321	4 738	9 516	280	0	1 363	28 218	44 636	93
P.2	Mezispotřeba (základní ceny)	450 863	198 059	21 134	66 375	10 322	28 145	6 931 016	2 226 970	1 231 734	51 705	1 488 622	-32 577	4 046 053	9 011 907	15 942 923	
D.21-D.31	Čisté daně na výrobky	9 342	12 685	263	2 153	784	1 928	149 431	309 950	10 857	54	35 678	1 416	5 566	363 521	512 952	CELKEM
P.2	Mezispotřeba (kupní ceny)	460 005	210 944	21 397	68 528	11 106	30 073	7 080 447	2 536 320	1 242 591	51 759	1 524 300	-31 161	4 051 619	9 375 428	16 455 875	
D.11	Mzdy a platy	211 446	65 893	8 317	25 906	4 321	6 501	1 989 132									
D.12	Soc. příspěvky zaměstnavatelů	65 642	19 905	3 952	9 067	1 472	2 433	636 163									
D.29	Ostatní daně z výroby	915	2 728	110	113	27	106	40 276									
D.39	Ostatní dotace na výrobu (-)	-5 792	-6 715	-1 805	-3 691	-954	-1 930	-104 426									
P.51c	Spotřeba fixního kapitálu	70 718	44 526	5 318	6 061	2 376	3 981	1 228 686									
B.2n	Čistý provozní přebytek	121 482	5 519	-3 089	-336	478	-587	948 959									
B.3n	Čistý smíšený důchod	39 185	13 441	2 010	13 550	2 036	3 513	457 389									
B.1g	Hrubá přidaná hodnota (základní ceny)	503 596	145 297	14 813	50 670	9 756	14 017	5 196 179									
P.1	Produkce (základní ceny)	963 601	356 241	36 210	119 198	20 862	44 090	12 276 626									
P.7	Dovoz	42 647	18 701	15 085	10 781	665	546	3 666 297									
	Zdroje celkem	1 006 248	374 942	51 295	129 979	21 527	44 636	15 942 923									

Zdroj: vlastní zpracování podle (45)

Pro zjištění jednotlivých multiplikátorů produkce bylo nezbytné vypočítat jejich hodnotu. To bylo možné díky SIOT tabulce, z které mohly být multiplikátory produkce dopočítány. Bylo přitom nutné vycházet ze vzorce:

$$\text{Multiplikátor produkce} = (\text{výstupy} + \text{vstupy}) / \text{vstupy}$$

Jinak po rozepsání vzorce:

$$[(\text{Mezispotřeba v základních cenách v odvětví (P.2 v řádce)} + \text{Suma celkem v odvětví (ve sloupci)}) / \text{Mezispotřeba v základních cenách v odvětví (P.2 v řádce)}]$$

### Tabulka 54 - Jednotlivé multiplikátory produkce pro rok 2020

Název odvětví	Multiplikátory produkce
Velkoobchod, kromě VO s motor. vozidly; Maloobchod, kromě MO s motor. vozidly	2,293469843
Pozemní a potrubní doprava	1,78621017
Ubytování	1,741364626
Stravovací služby, podávání nápojů	1,533378531
Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	1,57546987
Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	1,583336294

Zdroj: vlastní zpracování

## 4.8 Výpočet celkového ekonomického přínosu

Celkový výpočet ekonomického přínosu hudebního festivalu Majáles byl možný vyčíslit díky zjištěným multiplikátorům produkce společně se zjištěnými hodnotami podskupin přímého přínosu.

Každá podskupina přímého přínosu byla vynásobena konkrétní hodnotou multiplikátoru produkce, a výsledkem byl celkový přínos v odvětví pro konkrétní podskupinu přímého přínosu. Sumy celkových přínosů v odvětvích byly následně sečteny a jejich konečnou sumou se stal celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles v hodnotě 17 169 326,66 Kč.

**Tabulka 55 - Celkový přínos v odvětví**

Název odvětví	Název podskupiny přímého přínosu	Přímý přínos (Kč)	Multiplikátor produkce	Celkový přínos v odvětví (Kč)
MO a VO kromě mot. vozidel	Okolní supermarkety	263 595,19	2,293469843	<b>604 547,619</b>
Pozemní a potrubní doprava	Čerpací stanice	780 519,3	1,78621017	<b>1 394 171,512</b>
Ubytování	Ubytovací zařízení	1 939 173,36	1,741364626	<b>3 376 807,893</b>
Stravovací služby, podávání nápojů	Stánky na festivalu	2 552 593	1,533378531	<b>3 914 091,305</b>
Stravovací služby, podávání nápojů	Okolní restaurace	526 808,4	1,533378531	<b>807 796,690</b>
Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	Navštívená místa	62 517,76	1,57546987	<b>98 494,847</b>
Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	Vstupné	4 404 255	1,583336294	<b>6 973 416,79</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 56 - Celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles**

Celkový přínos v odvětví	Celkový ekonomický přínos
604 547,619	<b>17 169 326,66 Kč</b>
1 394 171,512	
3 376 807,893	
3 914 091,305	
807 796,690	
98 494,847	
6 973 416,79	

Zdroj: vlastní zpracování

## 5 Výsledky a diskuse

### 5.1 Výsledky

Open air festival studentských slavností jara Majáles, se konal v areálu Ploché dráhy v Plzni na Borech 14. května 2022. Festival byl pořádán pod záštitou ZL Production s.r.o. a festivalu se zúčastnilo 7 045 návštěvníků. Prostřednictvím dotazníkového šetření byli tito návštěvníci dotazováni ohledně otázek souvisejících s jejich aktivitou na festivalu a současně souvisejících s přímým ekonomickým přínosem. Ten byl následně rozdělen na sedm podskupin-vstupné, čerpací stanice, stánky, místa navštívená v Plzni, okolní restaurace, ubytovací zařízení a okolní supermarkety.

Celkový přímý ekonomický přínos byl následně vypočítán jako suma jednotlivých podskupin a jeho hodnota se rovná 10 529 462 Kč.

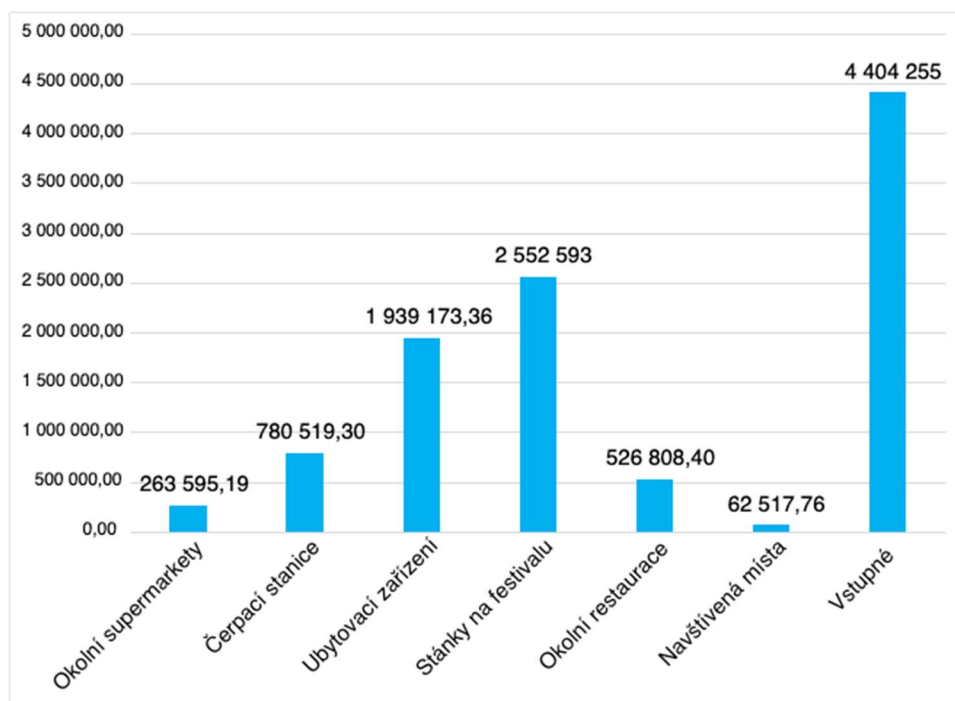
**Tabulka 57 - Celkový přímý ekonomický přínos**

Podskupiny	Vypočtená částka za přímý přínos (Kč)
Přímý přínos-Vstupné	4 404 255
Přímý přínos-Stánky na festivalu	2 552 593
Přímý přínos-Čerpací stanice	780 519,3
Přímý přínos-Lokality v Plzni	62 517,76
Přímý přínos-Okolní restaurace	526 808,4
Přímý přínos-Ubytovací zařízení	1 939 173,36
Přímý přínos-Okolní supermarkety	263 595,19
<b>Celkový přímý přínos festivalu</b>	<b>10 529 462</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Celkový přímý ekonomický přínos byl zaznamenán do grafu, kde byly následně popsány jeho jednotlivé podskupiny. Podskupiny, které dosahovaly nejvyššího přímého přínosu, jsou přímý přínos za vstupné a přímý přínos za stánky na festivalu (občerstvení, nápoje).

**Graf č. 11 – Hodnoty přímého přínosu**



Zdroj: vlastní zpracování

Celkový přímý ekonomický přínos jednotlivých podskupin, byl následně vynásoben hodnotou multiplikátorů produkce, které byly vypočteny z dostupné SIOT tabulky pro rok 2020.

**Tabulka 58 - Multiplikátory a jejich hodnota**

Název odvětví	Multiplikátory produkce
Velkoobchod, kromě VO s motor. vozidly; Maloobchod, kromě MO s motor. vozidly	2,293469843
Pozemní a potrubní doprava	1,78621017
Ubytování	1,741364626
Stravovací služby, podávání nápojů	1,533378531
Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	1,57546987
Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	1,583336294

Zdroj: vlastní zpracování

Díky vynásobení multiplikátorů s podskupinami přímého přínosu bylo možné zjistit celkový přínos v odvětví jednotlivých podskupin. Podskupiny, které dosahovaly nejnižších hodnot jsou supermarketky v okolí a okolní lokality. Tyto podskupiny dosahovaly nejnižších hodnot zřejmě z důvodu času konání festivalu, kdy se samotný areál otevíral již ve 12 hodin dopoledne. Návštěvníci tedy neměli moc času na okolní lokality v Plzni. Okolní

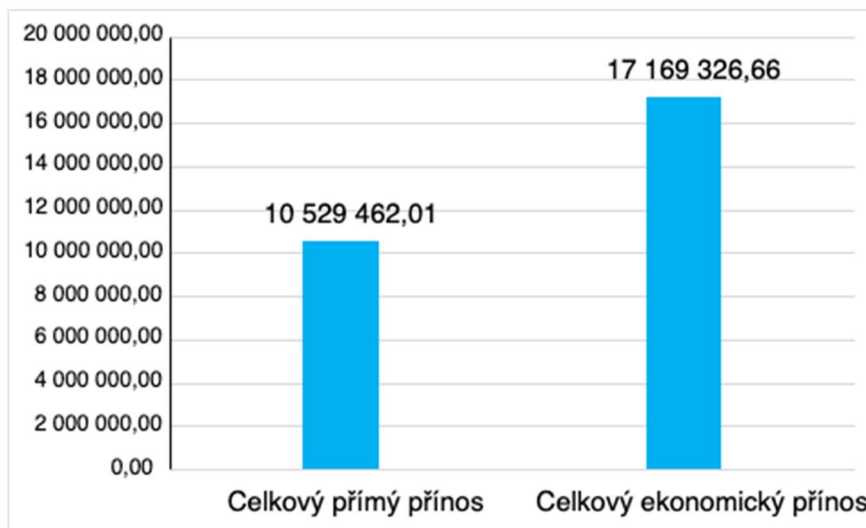
supermarkety nedosahovaly vysokých hodnot především kvůli struktuře otázky, která se zaměřovala na místo snídaně daných respondentů.

**Tabulka 59 - Celkový přínos v odvětví**

Název odvětví	Název podskupiny přímého přínosu	Přímý přínos (Kč)	Multiplikátor produkce	Celkový přínos v odvětví (Kč)
MO a VO kromě mot. vozidel	Okolní supermarkety	263 595,19	2,293469843	<b>604 547,619</b>
Pozemní a potrubní doprava	Čerpací stanice	780 519,3	1,78621017	<b>1 394 171,512</b>
Ubytování	Ubytovací zařízení	1 939 173,36	1,741364626	<b>3 376 807,893</b>
Stravovací služby, podávání nápojů	Stánky na festivalu	2 552 593	1,533378531	<b>3 914 091,305</b>
Stravovací služby, podávání nápojů	Okolní restaurace	526 808,4	1,533378531	<b>807 796,690</b>
Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	Navštívená místa	62 517,76	1,57546987	<b>98 494,847</b>
Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	Vstupné	4 404 255	1,583336294	<b>6 973 416,79</b>

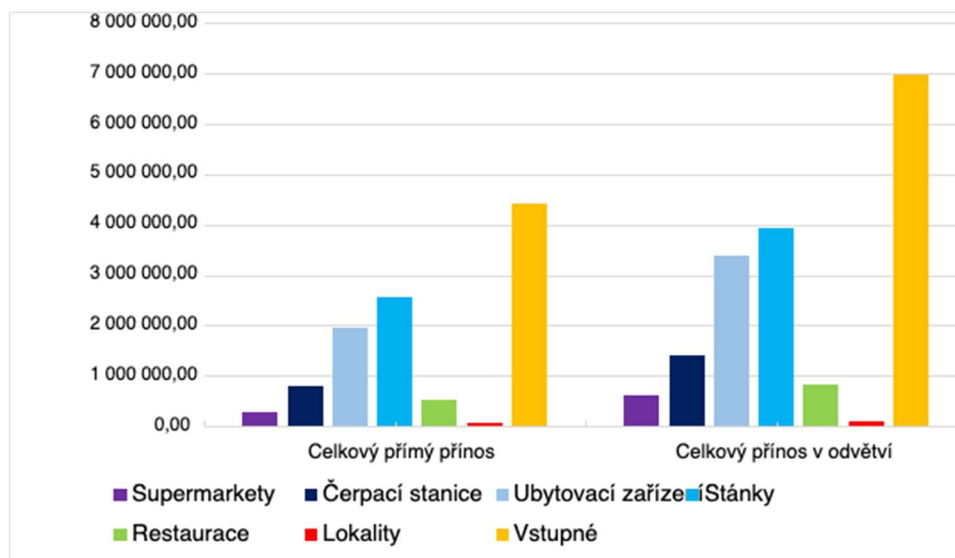
Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 12 - Srovnání přímého přínosu a přímého přínosu v odvětví**



Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 13 - Srovnání celkového přímého přínosu a celkového ekonomického přínosu**



Zdroj: vlastní zpracování

Jednotlivé podskupiny přímého přínosu v odvětví byly následně sečteny, a výslednou sumou se stal celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň v částce 17 169 326,66 Kč.

**Tabulka 60 - Celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles**

Celkový přínos v odvětví	Celkový ekonomický přínos
604 547,619	<b>17 169 326,66 Kč</b>
1 394 171,512	
3 376 807,893	
3 914 091,305	
807 796,690	
98 494,847	
6 973 416,79	

Zdroj: vlastní zpracování

## 5.2 Diskuse

Odborná studie s názvem Cultural Events: Local Sustainable Tourism Development and Entrepreneurship uvádí, že jedním z pozitivních efektů pořádání kulturních eventů, je zvýšení počtu turistů v dané lokalitě. To dále napomáhá zvyšovat místní ekonomický přínos a hraje tak vysokou roli při zlepšování místních skupin a daného prostředí jako celku. (46) V bakalářské práci bylo toto tvrzení prokázáno.

Autorka práce zjistila celkový ekonomický přínos pro město Plzeň z pořádání hudebního festivalu Majáles v částce 17 169 326,66 Kč. Z této částky vyplývá, že ekonomický přínos pro město Plzeň se jednoznačně zvýšil. Toto tvrzení podporuje i fakt, že v průběhu dotazníkového šetření byli respondenti dotazováni na jejich aktivitu v městě Plzeň a autorka práce z výsledných odpovědí byla schopna dopočítat přímý přínos v jednotlivých odvětvích. Z těchto výpočtů je možné konstatovat, že se přínos okolních podniků a zařízení reálně zvýšil díky pořádání hudebního festivalu Majáles.

Odborný článek *Economic impact of cultural events* je zaměřen na zjištění ekonomického přínosu na třech vybraných festivalech. Z tohoto článku vyplývá, že přímý přínos z daných festivalů je nejvyšší u přímého přínosu ze vstupného, z ubytovacích služeb, z jídla a ze suvenýrů. (6) Bakalářská práce se shoduje s tímto tvrzením z důvodu nejvyšších zjištěných hodnot přímého přínosu právě u vstupného, ubytovacích služeb a u stánků s jídlem a pitím. Přímý přínos ze suvenýrů nebyl součástí zkoumání, a na festivalu Majáles nebyly žádné prodávány.

Tento odborný článek dále vychází ze znalosti vypočtených multiplikátorů produkce, tvrdí, že přes výpočet multiplikátorů je možné zjistit nejlépe ekonomický přínos pro konkrétní oblast. Také je zde uvedeno že čím je hodnota multiplikátoru vyšší tím dochází k menším únikům v jednotlivých odvětvích. V bakalářské práci byla vypočtena průměrná hodnota multiplikátorů 1,721, což potvrzuje fakt, že úniky v jednotlivých odvětvích jsou malé.

Dále článek z webu ResearchGate (*The Importance and Impact of Cultural Events on Sustainable Development in Tourist Destinations*) pak popisuje neustále se zvyšující celosvětový nárůst turismu a s tím dále spojenou snahu o co nejvíce ekologické pořádání festivalu. (47) Na festivalu Majáles bylo přibližně vypito 19 197 piv (Gambrinus 10, Plzeň 12, Kingswood, Birell) s přímým přínosem 1 073 533 Kč. Přičemž byl každý z těchto nápojů čepován do zálohovaných kelímků. Pokud by avšak tyto kelímky nebyly na akci použity tak by bylo (při hmotnosti plastového kelímku 12,6 g) použito na akci přes 241 kilogramů plastu. Z toho vyplývá, že festival Majáles je pořádán ekologickým způsobem.



## 6 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjistit celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň. Plzeňský Majáles se konal 14. května 2022 v areálu Ploché dráhy. Ke zjištění dat byla použita metoda dotazníkového šetření přímo v areálu Ploché dráhy, v den konání festivalu mezi návštěvníky akce. Z tohoto šetření bylo možné získat data nezbytná pro zjištění ekonomické aktivity jednotlivých návštěvníků. Ti byli dotazováni na jejich aktivitu na festivalu i mimo něj. V dotazníkovém šetření byly autorkou práce osloveny skupiny 82 návštěvníků s celkovým počtem 281 jednotlivých osob.

S pomocí výsledků, vyplývajících z dotazníkového šetření, byly vypočítány jednotlivé podskupiny přímého ekonomického přínosu s celkovou hodnotou 10 529 462 Kč, kde byly jednotlivé podskupiny složeny z přínosu ze vstupného 4 404 255 Kč, ze stánků na festivalu 2 552 593 Kč, z čerpacích stanic 780 519,3 Kč, z navštívených lokalit 62 517,6 Kč, z restauračních zařízení 526 808,4 Kč, z ubytovacích zařízení 1 939 173,36 Kč a z přímého přínosu ze supermarketů v hodnotě 263 595,19 Kč.

Dále bylo možné díky vypočteným multiplikátorům produkce, s průměrnou hodnotou 1,721, zjistit ekonomický přínos v jednotlivých odvětvích. Individuální multiplikátory produkce, vycházející ze symetrické (SIOT) tabulky typu odvětví x odvětví popisující ekonomiku v běžných cenách, byly násobkem pro jednotlivé podskupiny přímého přínosu.

Multiplikátory, jsou definovány jako výdaje turistů, které jsou opakovaně utráceny a využívány v místní ekonomice. Hodnota jednotlivých multiplikátorů pak vychází z konkrétních oblastí hospodaření. Multiplikátory slouží také jako nástroj k porozumění a rozboru ekonomických dopadů turismu.

Výsledné hodnoty multiplikátorů byly následně sečteny a jejich závěrečnou sumou se stal celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň v hodnotě 17 169 326,66 Kč.

Samotný ekonomický přínos je identifikován jako pozitivní změna ekonomiky ve formě výnosů, které nastaly díky organizování kulturní události. Tyto kulturní události jsou pak velmi důležité pro cestovní ruch. Ten je definován jako činnost spojená s poskytováním služeb nebo ubytováním pro osoby, které navštěvují různé destinace především za účelem vlastního obohacení. Tyto destinace se nacházejí zpravidla mimo pracovní prostředí či prostředí kde dané osoby žijí. Cestovní ruch se dále dělí na dvě základní podskupiny podle místa jeho realizace. První podskupinou je domácí cestovní ruch a druhou podskupinou je

mezinárodní cestovní ruch. Z toho vyplývá že festival Majáles se řadí do skupiny domácího cestovního ruchu z důvodu realizace na území České republiky konkrétně v městě Plzeň. Cestovní ruch je dále chápán jako komplikovaný socioekonomický jev, který se dotýká velkého množství ekonomických i mimoekonomických oblastí společnosti.

Pro ekonomický přínos je nejvíce používanou formou zjištění hrubý domácí produkt. Ten je chápán jako suma všech finálních statků a služeb vyrobených výrobními faktory za konkrétní časové období, typicky za jeden rok, na určitém území bez ohledu na to, kdo tyto statky a služby vlastní nebo kdo je vyrobil. Hrubý domácí produkt slouží jako základní ukazatel makroekonomie. Ta se na rozdíl od mikroekonomie, která se zabývá jednotlivými tržními subjekty a jejich rozhodnutími ohledně konkrétních statků, zabývá ekonomikou jako celkem a zjišťuje odpovědi na otázky mající ekonomický původ.

Samotná ekonomie pak zkoumá, jak lidé využívají vzácné zdroje k produkci prospěšných statků a služeb, a jak s nimi poté jsou schopni nakládat neboli jak s nimi obchodují či jak si je rozdělují. Ekonomie je dále rozdělena do dvou základních norem těmi jsou pozitivní a negativní normy. Pozitivní forma ekonomie slouží jako deskripce ekonomiky např. zda je míra inflace rostoucí či klesající nebo také jakou hodnotu má hrubý domácí produkt. Normativní forma pak určuje dané normy. Jedná se o pravidla, ze kterých je vycházeno. Příkladem by bylo oznámení, že míra inflace dosahuje vysokých hodnot. Inflace je jev, vnímaný jako negativní především kvůli jejímu působení na kupní sílu peněz a kvůli jejímu ovlivňování příjmů ekonomických subjektů. Kupní síla peněz se totiž kvůli vysoké míře inflace snižuje na hodnotě, a tím pádem hodnota příjmů ekonomických subjektů klesá. To znamená že ve stejné výši peněz je možné pořídit méně statků a služeb.

## 7 Seznam použitých zdrojů

- (1) Visitplzeň.eu. *Plzeňský Majáles* [online]. [cit. 25.5.2022]. Dostupné z: <<https://www.visitplzen.eu/akce/plzensky-majales/>>.
- (2) NIPOS.cz. *Národní informační a poradenské středisko pro kulturu / státní příspěvková organizace* [online]. [cit. 25.5.2022]. Dostupné z: <<https://www.statistikakultury.cz/satelitni-ucet-kultury/>>.
- (3) RAABOVÁ, T. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice, Praha: Institut umění v rámci projektu Studie stavu, struktury, podmínek a financování umění v ČR, podpořeného Ministerstvem kultury ČR* [online]. [cit. 29.5.2022]. Dostupné z: <[https://culturematters.cz/wpcontent/uploads/2018/01/Methodika\\_ek\\_dopadu\\_komplet.pdf](https://culturematters.cz/wpcontent/uploads/2018/01/Methodika_ek_dopadu_komplet.pdf)>
- (4) WEISBROD, G.; WEISBROD, B. *Economic development research group. Measuring economic impact of projects and programs* [online]. [cit. 30.5.2022]. Dostupné z: <<https://docplayer.net/8208616-Measuring-economic-impacts-of-projects-and-programs.html>>.
- (5) MANKIW, G., *Principles of Macroeconomics*. 7. vyd. Stamford: Cengage Learning, 2014, 551 s. ISBN 978128516591.
- (6) SAAYMAN, A.; SAAYMAN, M. *Economic impact of cultural events* [online]. [cit. 27.2.2023]. DOI:10.4102/sajems.v7i4.1294. Dostupné z: <[https://www.researchgate.net/publication/317312352\\_Economic\\_impact\\_of\\_cultural\\_events](https://www.researchgate.net/publication/317312352_Economic_impact_of_cultural_events)>.
- (7) Český statistický úřad. *Hrubý domácí produkt* [online]. [cit. 28.6.2022]. Dostupné z: <[https://www.czso.cz/csu/czso/hruby\\_domaci\\_produk\\_t\\_-hdp-](https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produk_t_-hdp-)>.
- (8) PALATKOVÁ, M.; ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu – Turismus České republiky* Praha: Grada Publishing a.s., 2011, 208 s. ISBN 9788024737485.
- (9) BRČÁK, J.; SEKERKA, B.; SEVEROVÁ, L.; STARÁ, D. *Makroekonomie- Makroekonomický přehled 2*. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2021, 262 s. ISBN 9788073808310.
- (10) DUFFY, M.; MAIR, J. *Festival encounters: teoretická perspektiva na festivalové události* vyd. Abingdon: Oxon, United Kingdom, 2017, 176 s. ISBN: 9781315644097.

- (11) Oxford Learner's Dictionaries. *Advanced search*. [online]. [cit. 28.6.2022].  
Dostupné z: <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>>.
- (12) BRČÁK, J.; SEKERKA, B.; STARÁ, D. *Makroekonomie – teorie a praxe* vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2014. ISBN 978-80-7380-492-3.
- (13) JUREČKA, V., a kolektiv. *Makroekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2010, 368 s. ISBN 9788024732589.
- (14) Citátyslavnýchosobností.cz. *Friedrich August von Hayek*. [online]. [cit. 12.6.2022].  
Dostupné z: <<https://citaty.net/temata/ekonomie/>—>.
- (15) BLAŽEK, P. *Vyhoštění krále majálesu. Allen Ginsberg a Státní bezpečnost. Paměť a dějiny* [online]. [cit. 14. 8. 2022]. vyd. Ústav pro studium totalitních režimů, 2011.  
Dostupné z: <<https://www.ustrcr.cz/data/pdf/pamet-dejiny/pad1102/28-43.pdf>>.
- (16) SOUKUP, J.; POŠTA, V.; NESET, P.; PAVELKA, T., DOBRYLOVSKÝ, J. *Makroekonomie* 2. vyd. Praha: Management press. 2016. ISBN 9788072612192
- (17) Magazín českého statistického úřadu. *Dvě tváře nezaměstnanosti* [online]. [cit. 22.6.2022]. Dostupné z: <<https://www.statistikaamy.cz/o-slozitem-jednoduse/dve-tvare-nezamestnanosti>>.
- (18) Český statistický úřad. *Makroekonomické ukazatele*. [online]. [cit. 28.6.2022].  
Dostupné z: <<https://www.czso.cz/csu/czso/5-makroekonomicke-ukazatele-y6o1821ev1>>.
- (19) MAK, J. *Tourism and the economy: understanding the economics of tourism* vyd. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2004, 296 s. ISBN 9780824827892.
- (20) HORNER, S.; SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb* Praha: Grada Publishing a.s., 2003. ISBN 8024702029.
- (21) GOELDNER, R.; RITCHIE, B. *Tourism Principles, Practices, Philosophies* [online]. [cit. 25.5.2022]. vyd. New Jersey: John Wiley and Sons, 2006 ISBN:0471450383.  
Dostupné z:<[http://217.113.2.18/disciplines\\_bk/bdd4362b36af6ef8f290298a61ae7849.pdf](http://217.113.2.18/disciplines_bk/bdd4362b36af6ef8f290298a61ae7849.pdf)>.
- (22) BERÁNEK, J. *Ekonomika cestovního ruchu* vyd. Praha: Mag Consulting, 2013, 296 s. ISBN 9788086724461.

- (23) CARLSEN, J. *Festival and events management: an international arts and culture perspective* vyd, London: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004, 448 s. ISBN 9780750658720.
- (24) KOTÍKOVÁ, H.; SCHWARTZHOFFOVÁ, E. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu* vyd. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008. ISBN 9788087147054.
- (25) SAMUELSON, P.; NORDHAUS, W. *Ekonomie* 18. vyd. Praha: NS Svoboda, 2008, 775 s. ISBN: 8020505903.
- (26) STYNES, J. *Economic Impacts of Tourism* [online]. [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: <<https://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>>.
- (27) RAABOVÁ, T. *Analýza ekonomického dopadu Asociace hudebních festivalů České republiky 2011* [online]. [cit. 22.6.2022]. ISBN 978802601727. Dostupné z: <[https://kreia.cz/wp-content/uploads/2021/03/analyz\\_aahfcr.pdf](https://kreia.cz/wp-content/uploads/2021/03/analyz_aahfcr.pdf)>.
- (28) DWYER, L.; JAGO, L. *Economic evaluation of special events: a practitioner's guide* vyd. Altona: Common Ground Publishing, 2006. ISBN 1863355960.
- (29) RUSU, S. *Tourism multiplier effect* [online]. [cit. 22.6.2022]. ISSN: 20699476. Dostupné z: <<file:///C:/Users/andre/Downloads/309-Article%20Text-1301-1-10-20150106.pdf>>.
- (30) JÍLKOVÁ, E.; ZIMMERMANNOVÁ, J. *Makroekonomie* [online]. [cit. 24.8.2022]. vyd. Moravská vysoká škola Olomouc, 2018. Dostupné z:<<https://www.mvso.cz/files/makroekonomie.pdf>>.
- (31) MÁČE, M.; ROUSEK, P. *Makroekonomie pro technické školy* vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. 216 s. ISBN: 9788024745756.
- (32) SAMUELSON, P. A. *Ekonomie*. 2. vyd. Praha: Svoboda, 1995. 775 s. ISBN 80-205-0494-X.
- (33) NIPOS.cz. *Národní informační a poradenské středisko pro kulturu / státní příspěvková organizace*. [online]. [cit. 21.8.2022]. Dostupné z:

<[https://www.statistikakultury.cz/wpcontent/uploads/2020/12/Statistika\\_2019\\_FESTIVAL\\_Y.pdf](https://www.statistikakultury.cz/wpcontent/uploads/2020/12/Statistika_2019_FESTIVAL_Y.pdf)>.

(34) HOLMAN, J. *Mikroekonomie. Středně pokročilý kurz* 1.vydání. Praha: C. H. Beck, 2002. 591 s. ISBN 80-7179-737-5.

(35) SOUKUPOVÁ, J.; HOŘEJŠÍ, B.; MACÁKOVÁ, L.; SOUKUP, J. *Mikroekonomie*. 3.vyd. Praha, 2005. ISBN 80-7261-061-9.

(36) KOTLER, P.; BOWEN, J. T.; MAKENS, J. C. *Marketing for hospitality and tourism*. 5. vyd. Boston: Pearson, 2010. 683 s. ISBN 978-0-13-245313-4.

(37) Plzeňský prazdroj.cz. *Náš příběh/ Prazdroj*. [online]. [cit. 11.1.2023]. Dostupné z: <<https://www.prazdroj.cz/nas-pribeh>>.

(38) Českozeměpříběhů.cz. *Příběh Josefa Grolla- plzeňský pivovar*. [online]. [cit. 11.1.2023]. Dostupné z: <<https://www.ceskozemepribehu.cz/pribeh/78-pribeh-josefa-grolla>>.

(39) Zooplzen.cz. *Informace o zoologické zahradě*. [online]. [cit. 14.1.2023]. Dostupné z: <<https://www.zooplzen.cz/o-nas/o-zahrade/o-zahrade.aspx>>.

(40) PlaveckýbazénSlovany.cz. *Úvodní informace o bazénu Slovany* [online]. [cit. 11.1.2023]. Dostupné z: <<https://www.bazenslovany.cz/>>.

(41) ZLproduction.cz. *Nabídka produkce-koncerty a festivaly* [online]. [cit. 2.2.2023]. <<https://www.zlproduction.cz/nabidka/produkce/koncerty-festivaly-a-spolecenske-akce/>>.

(42) Festivaly.eu. *Plzeňský Majáles 2022*. [online]. [cit. 28.1.2023]. Dostupné z: <<https://festivaly.eu/plzensky-majales-2022>>.

(43) Plzenskymajales.cz. *Plzeňský Majáles-Plzeň Bory*. [online]. [cit. 22.1.2023]. Dostupné z: <Plzeňský Majáles | 13. května 2023 (plzenskymajales.cz)>.

(44) KFCstatistics.com. *How much does the average person spend on kfc*. [online]. [10.1.2023]. Dostupné z: <[kfcsecretmenu.info/how-much-does-the-average-person-spend-on-kfc/](https://kfcsecretmenu.info/how-much-does-the-average-person-spend-on-kfc/)>.

(45) Český statistický úřad. *Tabulky dodávek a užití*. [online]. [cit. 14.2.2023]. Dostupné z: <[http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod\\_uziti?mylang=CZ](http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod_uziti?mylang=CZ)>.

(46) YUNIKAWATI, A. N.; PRIAMBODO, P. M.; SIDI, F. *Cultural Events: Local Sustainable Tourism Development and Entrepreneurship* [online]. [cit. 22.2.2023]. DOI: [10.1051/e3sconf/202236103017](https://doi.org/10.1051/e3sconf/202236103017). Dostupné z:

<[https://www.researchgate.net/publication/365831369\\_Cultural\\_Events\\_Local Sustainable\\_Tourism\\_Development\\_and\\_Entrepreneurship](https://www.researchgate.net/publication/365831369_Cultural_Events_Local_Sustainable_Tourism_Development_and_Entrepreneurship)>.

(47) ZAROTIS, F. G. *The Importance and Impact of Cultural Events on Sustainable Development in Tourist Destinations*. [online]. [cit. 22.2.2023]. DOI:

[10.47310/Hjebm.2021.v02i03.018](https://doi.org/10.47310/Hjebm.2021.v02i03.018). Dostupné z:

<[https://www.researchgate.net/publication/352993059\\_The\\_Importance\\_and\\_Impact\\_of\\_Cultural\\_Events\\_on\\_Sustainable\\_Development\\_in\\_Tourist\\_Destinations](https://www.researchgate.net/publication/352993059_The_Importance_and_Impact_of_Cultural_Events_on_Sustainable_Development_in_Tourist_Destinations)>.

## 8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

### 8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1 - Vyobrazení tržního systému .....	12
Obrázek 2 - Schéma procesu výpočtu ekonomických dopadů .....	17
Obrázek 3 - Přímé a nepřímé ekonomické efekty.....	18
Obrázek 4 - Model třísektorové ekonomiky.....	24
Obrázek 5 - Vzorce k třísektorové ekonomice .....	25
Obrázek 6 - Druhy cestovního ruchu.....	28

### 8.2 Seznam tabulek

Tabulka 1 - Input-output tabulka (SIOT).....	20
Tabulka 2 - Počet trvale žijících obyvatel v Plzni.....	31
Tabulka 3 - Vstupné do Plzeňského pivovaru.....	32
Tabulka 4 - Jednorázové vstupné do zoologické zahrady.....	33
Tabulka 5 - Vstupné na Plzeňskou věž .....	33
Tabulka 6 - Vstupné do bazénu Slovany .....	33
Tabulka 7 - Četnost respondentů dotazníkového šetření.....	36
Tabulka 8 - Respondenti, kteří natankovali naftu.....	38
Tabulka 9 - Respondenti, kteří natankovali benzin.....	38
Tabulka 10 - Respondenti, kteří navštívili pivovar .....	39
Tabulka 11 - Respondenti, kteří navštívili zoologickou zahradu .....	39
Tabulka 12 - Respondenti, kteří navštívili Plzeňskou věž.....	39
Tabulka 13 - Respondenti, kteří navštívili bazén Slovany .....	39
Tabulka 14 - Počty skupin respondentů .....	40
Tabulka 15 - Počet skupin v čase, kdy navštívili restaurační zařízení.....	41
Tabulka 16 - Rozložení skupin podle času navštívení zařízení.....	41
Tabulka 17 - Ceník-Penzion Bory .....	42
Tabulka 18 - Ceník-Ibis Plzeň .....	43
Tabulka 19 - Ceník-CC Parkhotel Plzeň .....	43
Tabulka 20 - Místo snídane respondentů .....	44
Tabulka 21 - Druhy vstupenek na festival Majáles .....	46
Tabulka 22 - Přímý přínos-vstupenky .....	47
Tabulka 23 - Přímý přínos-čerpací stanice.....	48
Tabulka 24 - Konečná inventura č.1 - Kasa č.1 stan Gambrinus.....	49
Tabulka 25 - Konečná inventura č.2 - Nápoje stan Gambrinus.....	49
Tabulka 26 - Konečná inventura č.3 - Vratné kelímky stan Gambrinus .....	49
Tabulka 27 - Konečná inventura č.4 - Celková částka stan Gambrinus .....	50
Tabulka 28 - Konečná inventura č.5 - Kasa č.2 stan Kopec .....	50
Tabulka 29 - Konečná inventura č.6 - Nápoje stan Kopec.....	50
Tabulka 30 - Konečná inventura č. 7 - Vratné kelímky stan Kopec .....	50
Tabulka 31 - Konečná inventura č. 8 - Celková částka stan Kopec.....	51
Tabulka 32 - Konečná inventura č.9 - Kasa č.3 stan Plzeň.....	51
Tabulka 33 - Konečná inventura č.10 - Nápoje stan Plzeň .....	51
Tabulka 34- Celkové tržby za nápoje (pivní stany).....	52
Tabulka 35 - Přímý přínos-stánky na festivalu.....	52



Tabulka 36 - Počet skupin respondentů, kteří navštívili dané lokality.....	53
Tabulka 37 - Přímý přínos-lokalita v Plzni .....	53
Tabulka 38 - Přímý přínos-počet návštěvníků, kteří navštívili stravovací zařízení ....	54
Tabulka 39 - Přímý přínos-restaurace oběd.....	54
Tabulka 40 - Přímý přínos-restaurace večeře.....	55
Tabulka 41 - Přímý přínos-restaurace celkově .....	55
Tabulka 42 - Počty respondentů, kteří přespali v ubytovacích zařízeních.....	55
Tabulka 43 - Přímý přínos-ubytovací zařízení.....	56
Tabulka 44 - Deset modelových nákupů-Tesco.....	57
Tabulka 45 - Deset modelových nákupů-Albert .....	57
Tabulka 46 - Deset modelových nákupů-Billa .....	59
Tabulka 47 - Deset modelových nákupů-Kaufland .....	59
Tabulka 48 - Deset modelových nákupů-Žabka .....	60
Tabulka 49 - Počty jednotlivých respondentů, kteří nakoupili v supermarketech .....	61
Tabulka 50 - Přímý přínos-okolní supermarkety .....	62
Tabulka 51 - Celkový přímý přínos festivalu .....	62
Tabulka 52 - Přehled použitých odvětví na podskupinách přímého přínosu .....	63
Tabulka 53 - Přehled přeepsané tabulky SIOT .....	64
Tabulka 54 - Jednotlivé multiplikátory produkce pro rok 2020 .....	64
Tabulka 55 - Celkový přínos v odvětví .....	65
Tabulka 56 - Celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles.....	65
Tabulka 57 - Celkový přímý ekonomický přínos.....	66
Tabulka 58 - Multiplikátory a jejich hodnota.....	67
Tabulka 59 - Celkový přínos v odvětví .....	68
Tabulka 60 - Celkový ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles.....	69

### 8.3 Seznam grafů

Graf 1 - Vývoj hrubého domácího produktu v ČR.....	15
Graf 2 - Rozložení obyvatel v Plzni .....	31
Graf 3 - Rozdělení respondentů z pohledu skupin.....	36
Graf 4 - Četnost skupin dotazníkového šetření Statistica .....	37
Graf 5 - Rozložení respondentů ohledně otázky tankování .....	38
Graf 6 - Návštěvnost mimo areál festivalu .....	39
Graf 7 - Stravování mimo areál.....	40
Graf 8 - Čas kdy se respondenti stravovali mimo areál .....	41
Graf 9 - Místo přespání respondentů .....	42
Graf 10 - Počet skupin, které přespali v Plzni.....	42
Graf 11 - Rozložení respondentů podle druhů supermarketů.....	43
Graf 12 - Srovnání přímého přínosu a přímého přínosu v odvětví.....	68
Graf 13 - Srovnání celkového přímého přínosu a celkového ekonomického přínosu ..	69

## **8.4 Seznam použitých zkratk**

**ČSÚ**- Český statistický úřad

**KFC** – Kentucky fried chicken

**CR** - cestovní ruch

**UNWTO** – World Tourism Organisation

**CC Parkhotel Plzeň** – Congress Centre Parkhotel Plzeň

**SIOT** – symetrické Input-output tabulky

# Přílohy

## Příloha č.1 - Konečná inventura stan Gambrinus

BEERJET ZÁKLAD				HR				
	začátek (ks)	začátek (Kč)	konec (ks)	konec (Kč)	příjmení	čas	hodiny / auto	Š
1 Kč			11	11				
2 Kč			33	66				
5 Kč	400	2 000 Kč	221	1 105				
10 Kč	400	4 000 Kč	210	2 100				
20 Kč	200	4 000 Kč	379	7 580				
50 Kč	200	10 000 Kč	10	500				
100 Kč	30	3 000 Kč	12	1 200				
200 Kč	30	6 000 Kč	360	72 000				
500 Kč	20	10 000 Kč	257	128 500				
1 000 Kč			160	160 000				
2 000 Kč			55	110 000				
5 000 Kč				483 062				
		39 000 Kč		5 195				
				2835				
				5491				

PIVO	cena 0,5l [Kč]	obsah keg [l]	začátek (sudý)	začátek [l]	konec (sudý)	konec [l]	prodáno [l]	prodáno [0,5l]	tržba [Kč]
10°	45,-	50		13 200		5400	5	7800	743 650
Pomela	45,-	30		1 080		235		805	41 625
King	60	30		1 440		978		462	69 300
								1017	-1350
								30	-1350
								10	

KELÍMKY	cena	začátek	konec	prodáno	celkem za prodané
NickNack	50Kč	15640	15828	-188	-9400

490.175

Zdroj: ZL Production s.r.o

## Příloha č. 2 - Pomocné výpočty pro cenu piva s kelímkem

	BEZ	S	King	S
1	45,-	95,-	60,-	110,-
2	90,-	190,-	120,-	220,-
3	135,-	285,-	180,-	330,-
4	180,-	380,-	240,-	440,-
5	225,-	475,-	300,-	550,-
6	270,-	570,-	360,-	660,-
4	315,-	665,-	420,-	770,-
8	360,-	760,-	480,-	880,-
9	405,-	855,-	540,-	990,-
10	450,-	950,-	600,-	1100,-

Zdroj: vlastní zpracování

### Příloha č. 3 - Ceníky ve stáncích s občerstvením

Stánek + položky	Cena (Kč)
<b>Trdelník</b>	
Trdelník klasik	60
Trdelník s čokoládou	70
<b>Palačinky</b>	
Jen s cukrem / skořicí	65
Jahodová	75
Malinová	85
Čokoládová	80
Špenát a sýr	105
Šunka a sýr	110
MIX slaný	120
<b>Langoš</b>	
Langoš klasik	80
Langoš MAXI	120
Langoš speciál	130
<b>Burger stánek</b>	
Burger vepřový klasik	110
Bacon Master	120
Veggie burger	120
Hot dog	85
Hod dog speciál	99
Spicy burger	135
<b>Nápoje</b>	
Coca-cola	45
Fanta	45
Domácí Ice tea	50
<b>Hranolky stánek</b>	
Hranolky malé	62
Hranolky velké	74
<b>Omáčky navíc</b>	
BBQ	20
Kečup	20
Majonéza	20
Spicy majonéza	20
<b>Grill bar stánek</b>	
Klobása klasik	89
Klobása velká	120
Kukuřice	75
Kuře	115
Bramborák	119
Hermelín	110

Zdroj: vlastní zpracování

**Příloha č. 4 - Ceník ve stáncích s “tvrdým” alkoholem**

<b>"Tvrdý" alkohol-stánky</b>	<b>Cena (Kč)</b>
<b>Alkoholické nápoje</b>	
Vodka Finlandia	70
Vodka Absolut	85
Becherovka	60
Jägermeister	75
Fernet	60
Božkov rum	60
Jack Daniels	75
Jack Daniels Honey	75
Jim Bean	65
Zelená Božkov	55
<b>Nealkoholické nápoje</b>	
Redbull	75
Coca cola	45
Fanta	45
Džus pomeranč	55
Voda jemně perlivá	35
Voda neperlivá	35
Kofikola	50
Sprite	45
Kinley tonik	55
Kinley tonik bitter lemon	55
<b>Teplé nápoje</b>	
Capuccino	45
Cafe latte	55
Čaj (černý, ovocný, mátový)	40

Zdroj: vlastní zpracování

## Příloha č.5 - Menu Bageterie Boulevard

<b>Bageterie Boulevard</b>	<b>Cena (Kč)</b>
<b>Čerstvé bagety</b>	
Bageta speciál	109
Tuňáková	109
Caprese	119
Caesar	129
Lososová	139
<b>Zapékané bagety</b>	
Švýcarská	129
Bruselská	129
Grilled Roastbeef	139
Sweet Ribs	139
<b>Chef Menu</b>	
Bageta 1.	139
Begeta 2.	145
<b>Be balanced</b>	
Kuřecí salát	99
Pohankový falafel	99
<b>Polévky</b>	
Polévka 1. Malá	59
Polévka 1. Velká	79
Polévka 2. Malá	59
Polévka 2. Velká	79
<b>Rychlovky</b>	
Šunková	59
Šunková XXL	109
Sweet chilli	59
Sweet chilli XXL	109
<b>Boxy</b>	
Mix Box	229
Meat Box	309
<b>Saláty</b>	

Ceasar Salát	159
Velký zahradní salát	119
<b>Přílohy</b>	
Patatas	59
Malý zahradní salát	59
<b>Nápoje</b>	
Domácí Ice tea	59
Fresh Juice 0,25 l	59
Fresh Juice 0,5 l	99
<b>Celkem</b>	3 386
<b>Průměrná útrata</b>	112,8666667

Zdroj: vlastní zpracování na základě jídelního lístku v Bageterie Boulevard

## Příloha č. 6 - Menu Antalya kebab

<b>Antalya Kebab Plzeň</b>	<b>Cena (Kč)</b>
<b>Kebab</b>	
Malý kebab	129
Velký kebab	158
Super kebab	229
Vegetariánský kebab	150
<b>Durum</b>	
Malý durum	165
Velký durum	215
Super durum	275
Vegetariánský durum	186
Lahmacun	200
<b>Doner box</b>	
Malý box	179
Velký box	208
Super box	258
Vegetariánský malý box	158
Vegetariánský velký box	186
<b>Hranolky</b>	
Malé hranolky	93
Velké hranolky	129
Antalya Salát	
Salát	179
Salát s masem	158
<b>Nápoje (0,5 l)</b>	
Coca-cola	45
Coca-cola zero	45
Fanta	45
Gazos	40
Fuzetea	50
Sprite	45
<b>Celkem</b>	3 525
<b>Typická průměrná útrata</b>	146,875

Zdroj: vlastní zpracování na základě jídelního lístku v Antalya Kebab Plzeň



**Příloha č. 7 – Restaurace U Pětatřicátníků Švejk**

<b>Švejk restaurant</b>	<b>Cena (Kč)</b>
<b>Polévky</b>	
Polévka č.1	45
Polévka č.2	45
<b>Hlavní chod</b>	
Pečený losos	229
Kuřecí roláda	149
Tortilla	145
Vepřová kýta	145
Vepřová pečeně	159
Moravský vrabec	145
čočka na kyselo	139
Halušky s brynzou	149
<b>Saláty</b>	
Salát č.1	83
<b>Dezert</b>	
Lívance	109
<b>Nápoje (průměrná cena ze všech nápojů)</b>	62,33
<b>Celkem</b>	1 604,33
<b>Typická průměrná útrata</b>	123,41

Zdroj: vlastní zpracování na základě jídelního lístku v restauraci Švejk U Pětatřicátníků

## Příloha č. 8 - Dotazník-úvod

**Kvalitativní dotazník k bakalářské práci**

Dobrý den,

jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze a píši bakalářskou práci na téma ekonomický přínos hudebního festivalu Majáles pro město Plzeň. Dnes se účastníte právě festivalu Majáles a mne by zajímalo, jak jste trávili čas na tomto festivalu, a i mimo něj.

Pokud máte pár minut na vyplnění budu Vám moc vděčná.

PS: potřebuju minimálně 60 dotazníků, jsem u stánku Gambrinus!

**SPUSTIT DOTAZNÍK TEĎ**

Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

## Příloha č. 9 - Dotazník-otázka č.1

**1. Kolik vás na festival dorazilo?\***

Vyberte jednu odpověď

Jsem vlk samotář/ vlčice samotářka

S mojí drahou polovičkou

Rodinka o 3 členech

Rodinka o 4 členech

Velká skupina o 5 členech

Více než 6 nás dojelo

Jiná... 

Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

## Příloha č. 10 - Dotazník-otázka č. 2

### 2. Tankovali jste v Plzni?\*

Vyberte jednu odpověď

ANO

NE

Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

## Příloha č. 11 - Dotazník-otázka č. 3

### 3. Byli jste někde mimo festival?\*

Vyberte z uvedených

Zoologická a botanická zahrada Plzeň

Plzeňský pivovar

Muzeum strašidel Plzeň

DinoPark Plzeň

Techmania Plzeň

Západočeské muzeum Plzeň

Bazén Lochotín

Bazén Slovany

Plzeňská věž

Jiná...



Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

#### Příloha č. 12 - Dotazník-otázka č. 4

#### 4. Jedli jste mimo areál?\*

Vyberte z uvedených

GOLDEN FISH restaurant

Slavia restaurace

Pizzerie Raisovka

McDonald's

Švejk restaurant a penzion

Restaurace Wok a Sushi

KFC Plzeň

Baštírna u Kapliře

Le Manh Cuong

Pizzeria Da Pietro

Kebab Plzeň

Restaurace Potrefená husa

Jiná...



Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

### Příloha č. 13 - Dotazník-otázka č. 5

#### 5. Byli jste v restauracích na oběd nebo na večeři?\*

Vyberte jednu odpověď

Oběd

Večeře

Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

### Příloha č. 14 - Dotazník-otázka č. 6

#### 6. Přespali jste v Plzni?\*

Vyberte z uvedených

Jeli jsme domů

Penzion Bory

Penzion Slavia

Hotel Palace

Hostel Plzeň

Euro hostel

Fakultní nemocnice Plzeň

Congress Centre Parkhotel Plzeň

Jiná...



Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

## Příloha č. 15 - Dotazník-otázka č. 7

### 7. Kde jste snídali?\*

Vyberte jednu odpověď

Nakoupili jsme si rohlíky a marmeládu v: Supermarket Billa Žabka  
Kaufland Plzeň Supermarket Albert Jiné: .....

CrossCafe

The Fresh Bar

McDonald's

Kafe Smetanka

Jiná...



Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

## Příloha č. 16 - Dotazník-otázka č. 8

### 8. Byli jste ještě někde v Plzni?\*

Uveďte kde

Napište jedno nebo více slov...

500

Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio

## **Příloha č. 17 - Dotazník-závěrečná dodatečná otázka**

KONEC 😊!!!

Děkuji Vám za Váš čas a odpovědi. Pokud chcete cokoliv dodat prosím o vyplnění do posledního řádku. Užijte si festival!

Zdroj: vlastní zpracování v programu Survio