

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

Vliv kulturních či jiných akcí na rozvoj regionu

Kateřina Petrláková

© 2017 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta



ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Kateřina Petřáková

Verejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Vliv kulturních či jiných akcí na rozvoj regionu

Název anglicky

Events impacts on regional development

Cíle práce

Cílem práce je, na základě provedené analýzy, odhadnout dopady vybrané kulturní akce na rozvoj regionu.

Metodika

V práci budou využity analýzy a syntézy. Stanoveného cíle bude dosaženo na základě multiplikačních efektů vybrané kulturní akce. Analýza bude provedena pomocí primárních i sekundárních dat. V závěru práce budou výsledky diskutovány a komparovány se studiemi dalších autorů.

Doporučený rozsah práce

60-80 stran

Klíčová slova

Kulturní akce; multiplikátor; nepřímé dopady; region.

Doporučené zdroje informací

BAČUVČÍK, Radim. Marketing kultury: Divadlo, koncerty, publikum, veřejnost. Zlín: Verbum, 2012, 198 s. ISBN 978-808-7500-170.

BLAŽEK, J., UHLÍŘ, D. Teorie regionálního rozvoje: nástroj, kritika, klasifikace. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2002, 211 s. ISBN 80-246-0384-5.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 92 s. ISBN 978-80-87147-05-4. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/5730ec1b-6510-4d64-ad81-86f39f23813a/Getfiles_4.pdf

PATOČKA, Jiří a Eva HERMANOVÁ. Lokální a regionální kultura v České republice: Kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví. Praha: ASPI, 2008, 199 s. ISBN 978-807-3573-478.

RAABOVÁ, Tereza. Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice [online]. Praha, 2010 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://www.idu.cz/media/document/multiplikační-efekty-2010.pdf>

Předběžný termín obhajoby

2016/17 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Michaela Havlíková, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 18. 11. 2015

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 18. 11. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 29. 03. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Vliv kulturních či jiných akcí na rozvoj regionu" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. 3. 2017

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Michaele Havlíkové, Ph.D. za odborné připomínky a rady při psaní této diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala všem, kteří mi poskytli potřebné informace při zpracování diplomové práce a za jejich ochotu.

Vliv kulturních či jiných akcí na rozvoj regionu

Events impacts on regional development

Souhrn

Diplomová práce se zabývá vlivem kulturních akcí na rozvoj regionu Semily. V teoretické části jsou charakterizovány základní pojmy, jako je region, regionalizace, regionální rozvoj a kultura. Další část je věnována ekonomickým dopadům kulturních akcí, jejich členění a měření a také vymezení multiplikátorů. Dále následuje charakteristika regionu Semily, která je zaměřena na geografické, historické a demografické hledisko. Vlastní výzkum byl proveden v praktické části práce. Je zde provedena analýza kulturního prostředí města Turnov, ve které jsou popsány orgány a organizace, které se starají o kulturní dění města a pravidelné a nepravidelné kulturní akce. Další rozbor je zaměřen na rozpočet města Turnov, kde je provedena analýza výdajů na kulturu a na Kulturní centrum Turnov za poslední tři roky. Výsledky jsou porovnány s dalšími podobně velkými městy. V následující části je proveden rozbor kulturních událostí, které jsou pořádány ve městě Turnov v kalendářním roce 2015, a dále je provedena analýza prodejců na Staročeských řemeslnických trzích. V závěru praktické části diplomové práce je vypracována analýza ekonomických dopadů kulturní události „Staročeské řemeslnické trhy 2016“ pořádané v Turnově.

Summary

The thesis deals with influence of cultural events on development of region Semily. The theoretical part defines basic concepts like region, regionalization, regional development and culture. Next part focuses on economical effects, their sorting and measuring and also describes multipliers. Characteristics of region Semily focused on geographical, historical and demographical aspects follow. The

main research is described in the practical part of the thesis. It contains analysis of cultural environment of town Turnov and information about organizations managing cultural life and regular and occasional events. There is also an analysis of city budget including information about expenses of Turnov Cultural Centre in past three years. The results are compared with results of other towns of the same size. In the next part there is a summary of cultural events organized in Turnov in 2015 and there is also an analysis of sellers in Old Bohemian Craft Markets. The final part of this thesis includes analysis of economical effects of cultural event “Old Bohemia Craft Markets 2016” organized in town Turnov.

Klíčová slova: kulturní akce, multiplikátor, nepřímé dopady, region

Keywords: cultural events, multiplier, indirect effects, region

OBSAH

1	Úvod	11
2	Cíl a metodika práce	12
2.1	Cíl práce	12
2.2	Metodika práce.....	12
3	Literární rešerše.....	14
3.1	Pojem region	14
3.2	Regionalizace	14
3.3	Regionální rozvoj.....	15
3.4	Kultura	15
3.4.1	Lokální kultura.....	16
3.4.2	Ekonomika a kultura	17
3.4.3	Kulturní instituce	18
3.4.4	Kulturní dědictví	18
3.5	Event	18
3.6	Produkt kulturních organizací.....	19
3.6.1	Dopady kulturních akcí na rozvoj destinace	21
3.7	Členění benefitů kulturních akcí	22
3.8	Ekonomické dopady.....	24
3.9	Měření ekonomických dopadů kulturních akcí.....	26
3.10	Dopady na image a identitu města	27
3.11	Sociální dopady.....	28
3.12	Ostatní dopady	29
3.13	Multiplikátor	30
3.13.1	Multiplikátor produkce	30

3.13.2	Multiplikátor důchodu	31
3.13.3	Multiplikátor hrubé přidané hodnoty	31
3.13.4	Multiplikátor zaměstnanosti	31
3.14	Měření ekonomických dopadů.....	32
3.14.1	Jednoduchý způsob	32
3.14.2	Input-output analýza	32
4	Charakteristika regionu Semily.....	35
4.1	Geografické údaje regionu.....	35
4.2	Demografické údaje regionu.....	35
5	Rozpočet města Turnov	37
5.1	Porovnání výdajů s městy obdobné velikosti.....	38
5.2	Zhodnocení rozpočtů vybraných měst	38
6	Analýza kulturního prostředí	39
6.1	Kulturní akce pořádané orgány a organizacemi města	39
6.2	Pravidelné kulturní akce města Turnov	42
6.3	Nepřavidelné kulturní akce města Turnov	44
7	Analýza kulturních akcí za rok 2015	45
8	Analýza prodejců na Staročeských řemeslnických trzích.....	51
9	Analýza ekonomických dopadů kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016	54
9.1	Jednoduchý způsob výpočtu ekonomických dopadů kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016.....	54
9.2	SIOT tabulky.....	56
9.3	Výpočty multiplikátorů produkce	56
9.4	Multiplikátor produkce	56
9.5	Zhodnocení kapitoly	59

10	Závěr	60
11	Seznam literatury	63
12	Seznam grafů	68
13	Seznam tabulek	69
14	Přílohy	70

1 Úvod

Kultura je považována za nedílnou součást lidského života. Má velmi pozitivní vliv na společnost a pomáhá spoluvytvářet lidskou identitu. Její podíl je i na tvorbě hodnot, které jsou uznávány a respektovány společností. V České republice je kultura označována za úsek, který se neobejde bez financí a dotací neziskových organizací a z veřejných rozpočtů obcí, měst a krajů.

Poptávka po kulturních akcích i kultuře obecně v posledních letech roste. Její vliv se projevuje v různých sférách ekonomiky. Oblast kulturního turismu také nabývá na důležitosti. Je spojena se zvýšenou potřebou kvalitního managementu. Kultura má pozitivní vlivy především na posilování sociální soudržnosti, snižování kriminality, zvyšování spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem.

Kultura a kulturní organizace má ze socio-ekonomického hlediska důležitý význam na tvorbu nových pracovních míst a na příjmy zaměstnanců. Z ekonomického hlediska přináší přímé výnosy díky výdajům spotřebitelů a nepřímé příjmy, které souvisí s poskytováním doplňkových služeb a služeb navazujících na kulturní události.

Kulturní průmysl patří mezi nejrychleji se rozvíjející sektor ve vyspělých ekonomikách a je označován za jeden z hlavních zdrojů inovací pro jiná odvětví.

Kultura a pořádání kulturních akcí se významným způsobem podílí na vytváření dobré pověsti regionu. Díky tomu se zvyšuje zájem turistů a návštěvníků o danou oblast, což se promítá na zvýšení návštěvnosti regionu.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je vymezení ekonomických dopadů pořádané kulturní akce v Turnově. Cíle bude dosaženo zjištěním hodnoty multiplikátoru turistických výdajů kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016 a zjištěním, zda zůstávají výdaje na pořádání kulturních událostí v regionu.

2.2 Metodika práce

Pro účely diplomové práce bylo vybráno město Turnov z důvodu snadného přístupu k informacím. Na základě těchto informací bude moci být stanoven vliv kulturních a jiných akcí na rozvoj regionu. Region Turnov je vymezen administrativními hranicemi správního obvodu města Turnov. V páté kapitole diplomové práce je region blíže popsán a zaměřen na geografické, demografické a historické hledisko. V další kapitole je rozebrán rozpočet města Turnov. Další rozbor je zaměřen na rozpočet města Turnov, kde je provedena analýza výdajů na kulturu a na Kulturní centrum Turnov za poslední tři roky. Výsledky jsou porovnány s dalšími podobně velkými městy.

Další část tvoří analýza kulturního prostředí regionu Turnov, ve které jsou popsány orgány a organizace, které se starají o kulturní dění města a pravidelné a nepravidelné kulturní akce. Součástí analýzy je rozbor kulturních akcí v Turnově za rok 2015. Cílem rozboru je zjistit, zdali účastníci kulturních událostí jsou najímáni z regionu Turnov nebo z jiných regionů. Dále je pak provedena analýza, jejímž cílem je zjistit, z jakých regionů přijíždějí prodejci na Staročeské řemeslnické trhy konané v Turnově.

Naplnění stanoveného cíle je založeno na strukturální analýze, která je součástí poslední kapitoly a jejímž výsledkem je zjistit ekonomický dopad kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016. Tato část je složena z dotazníkového šetření a výpočtu ekonomických dopadů kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016.

Dotazníkové šetření mělo za úkol zjistit výdaje účastníků kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016. Otázky v dotazníku (viz. příloha 3) byly zaměřeny na účastníky kulturní akce a zjišťovaly především, odkud účastník na akci přijel, kolik zde utratil za občerstvení, výdaje na dopravu, suvenýry či ubytování. Dotazníků bylo vyplněno přes 400, použitelných jich bylo 270. Při vyplňování dotazníku měl účastník akce možnost odpovídat nejen za sebe, ale i za skupinu. Celkem tak bylo zjištěno od 300 osob, za které položky na akci utráceli. Respondenti byli geograficky rozděleni z města Turnov, z regionu Turnov a z ostatních regionů České republiky. Z důvodu toho, že každá z uvedených skupin měla jiný důvod k návštěvě dané události a tudíž i výdaje mají jinou strukturu, proto bylo území geograficky rozděleno. Jednotlivé skupiny byly rozděleny do tabulek (viz. příloha 2), kam byly zapsány výsledné hodnoty odpovědí respondentů. Za každou skupinu byly odpovědi na jednotlivé výdajové položky zprůměrovány. Dále bylo provedeno očištění dat od DPH. Určení sazby DPH bylo provedeno dle zákona č. 235/ 2004 Sb., o dani z přidané hodnoty. Od marže data očištěna nebyla.

Následovně bylo provedeno vypočtení ekonomických dopadů kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016 pomocí dat získaných z dotazníkového šetření. Ekonomické dopady byly vypočítány dvěma způsoby – jednoduchou metodou a pomocí symetrických input-output tabulek. Přímé výdaje návštěvníků kulturní akce, které zůstávají v regionu, byly zjištěny jednoduchou metodou. Multiplikátor byl vypočítán pomocí symetrických input-output tabulek ke stanovení nepřímých dopadů.

3 Literární rešerše

3.1 Pojem region

Pojem region je vysvětlován řadou odlišných definic, které vysvětlují tento pojem z různých hledisek. Nejobecněji lze region vymezit jako komplex, který vzniká regionální odlišností krajinné sféry (Hampl a kol., 1987). Region lze konkrétněji definovat jako územní jednotku geograficky ohraničenou podle určitých znaků (Blažek, Uhlíř, 2002). Je to území s vymezenými prvky, v němž existuje specifická funkční a související infrastruktura a vyznačuje se společným zájmem na rozvoj regionu a na zlepšení blahobytu občanů (Skokan 2003).

Regionem se podle zákona č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje rozumí: *„územní celek vymezený pomocí administrativních hranic krajů, okresů, správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem, správních obvodů obcí s rozšířenou působností obcí nebo sdružení obcí, jehož rozvoj je podporován podle toho zákona.“*

Regiony se mohou dělit na administrativní a přirozené. Potřeby výkonu státní správy a územní samosprávy definují administrativní regiony. Jde o regiony umělé, často neodpovídající skutečným procesům a vztahům probíhajícím v území. Jedná se o okresy, kraje a regiony soudržnosti (Stejskal, Kovárník, 2009).

Za přirozený region se považuje vztahově uzavřený územní celek s územními funkcemi mezi jádrem a zázemím. Vztahová uzavřenost územního celku je pojmem relativním. Žádný územní celek není plně uzavřen, což znamená, že není bez vztahu k jinému regionu či dalším regionům (Stejskal, Kovárník, 2009).

3.2 Regionalizace

Činnost, která směřuje k vymezení regionů, se nazývá regionalizace. Členění geografických regionů se obvykle provádí pomocí dvou hledisek a to objektivního (pevnosti vazeb mezi prvky regionů) a subjektivního (na základě výzkumu). Při regionalizaci se postupuje buď „shora“ anebo „zdola“. Snahou o vymezení typických území regionů se rozumí regionalizace „shora“. Regionalizace „zdola“

vychází ze základních jednotek, které mají mezi sebou silnější vazby než s jinými jednotkami (Grospič a kol., 2006).

3.3 Regionální rozvoj

Za regionální rozvoj lze všeobecně pokládat rozsáhlou řadu aktivit. Jednou z možností, která je pokládána za faktor zvyšování blahobytu regionů, je právě cestovní ruch. Na národní úrovni zodpovídá za oblast cestovního ruchu Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, které se snaží koordinovat aktivity cestovního ruchu a vytvářet strategické koncepce rozvoje cestovního ruchu (Fellegiová, 2009).

Pod pojmem regionální rozvoj v nejužším pojetí si lze představit pouze ekonomický rozvoj územně určeného celku. V dnešní době se tímto termínem rozumí většinou celkový růst socioekonomického potenciálu a úrovně regionu, zvyšování konkurenceschopnosti apod. Regionální rozvoj lze označit jako cílenou, strategicky zaměřenou a koordinovanou snahu místních aktérů, která se orientuje na zlepšení místní sociální, ekonomické a environmentální úrovně a celkové kvality života místních obyvatel (Stejskal, Kovárník, 2009).

Regionální rozvoj se vyznačuje skupinou procesů, které probíhají ve složitém systému regionu. K ovlivňování a řízení těchto procesů je zapotřebí systémový přístup (Skokan, 2004).

3.4 Kultura

Kultura má v současné době velmi široký pojem. Lze ji chápat jako historický vývoj daného území a jeho obyvatel. Představuje také nezbytnou součást přítomnosti. Pro pojem kultura existuje mnoho definic. Budil (2003 cit. podle Novotná a kol., 2011, s. 41) vymezuje kulturu takto: „*Kultura představuje plastický a mnohovýznamový negenetický program činností jednotlivců a sociálních skupin, který je fixován sociokulturní samoregulací a kulturními stereotypy, přetvářen společenskou praxí a předáván prostřednictvím kulturního dědictví a tradice.*“

Mohammed Rassem (1987) rozdělil kulturu do čtyř významových zón. První význam je vztažen „*k těm lidským aktivitám, které ekonomicky organizují využití přírodního potenciálu*“ (Rassem, 1987 cit. podle Patočka, Heřmanová, 2008, s. 9). Jsou spojeny se zemědělskými činnostmi, pěstováním rostlin, chovem zvířat apod.

Druhý význam je spojen s výchovou a vzděláním člověka, zahrnuje i rozvoj poznání a ideologii. Zde se chápání kultury uplatňuje v pedagogice, ekonomice, vědě a výzkumu. Třetí význam pojí kulturu s kvalitou mezilidských vztahů, jejich zlepšováním a zdokonalováním. Čtvrtý význam představuje kulturu duchovní, náboženskou a ideologie všeho druhu.

3.4.1 Lokální kultura

Lokální kultura se od pojmu kultura liší především územním rozsahem (Patočka, Heřmanová, 2008). Jednoduchým způsobem ji lze vyjádřit jako stav kultury a složek v prostorově omezeném rámci a čase (Zemánek, 2003). Lokální kulturu tvoří jak prvky hmotné, tak nehmotné (Patočka, Heřmanová, 2008).

Hmotné prvky lokální kultury

Hmotné prvky lokální kultury lze rozčlenit dle Patočky a Heřmanové (2008) do následujících skupin:

- lidová architektura,
- sakrální památky,
- funerální památky,
- městská architektura,
- panská sídla,
- technické a vojenské památky,
- umělecké, uměleckořemeslné a ostatní drobné památky,
- drobné artefakty,
- kulturní krajina,
- historické zahrady, parky a arboreta,
- archeologické památky,
- genofond flóry a fauny,
- kulturní infrastruktura území,
- kulturní organizace a instituce a jejich materiální zázemí,
- tradiční gastronomie či tradiční výrobní postupy.

Nehmotné prvky lokální kultury

Nehmotné prvky lokální kultury jsou představovány:

- převažující způsob života,
- náboženský a spolkový život,
- tradiční zvyky a oslavy.

3.4.2 Ekonomika a kultura

V říjnu roku 2006 byla vypracována studie pro Evropskou komisi společností KEA European affairs (Evropské záležitosti) s podporou TURUN KAUPPAKORKEAKOULU (Ekonomickou školou v Turku) a MKW Wirtschaftsforschung Saarbrücken v Mnichově.

Na zasedání Evropské rady v Lisabonu v březnu 2000 byl odsouhlasen vládami EU ambiciózní záměr: do roku 2010 učinit z Evropské unie nejkonkurenceschopnější a nejdynamičtější ekonomiku světa, která by byla schopna udržitelného hospodářského rozvoje s větším počtem pracovních míst a s větší sociální soudržností.

Kulturní a tvůrčí odvětví je rostoucím sektorem, který se rozvíjí rychlejším tempem než zbytek ekonomiky. Společensko-hospodářské výsledky jsou měřitelným přínosem pro cíle z Lisabonu.

„Ne vše, co se počítá, může být změřeno, a ne vše, co může být změřeno, se počítá.“

(Albert Einstein)

Kulturní odvětví hraje v Evropě důležitou ekonomickou a sociální roli a čím dál více se podílí na hospodářské činnosti. Odvětví dosáhlo v roce 2003 obratu přesahujícího 654 miliard eur. Obrat průmyslu výroby automobilů činil v roce 2001 271 miliard eur. V roce 2003 toto odvětví přispělo k HDP EU 2,6 %. Obchod s nemovitostmi se podílel 2,1 % na HDP EU. Odvětví spojené s potravinami a nápoji se podílelo na HDP EU 1,9 %. Odvětví průmyslu se podílelo na HDP EU 0,5 %. Celkový růst přidané hodnoty tohoto odvětví činil za období 1999-2003 19,7 %. Růst odvětví za toto období bylo o 12,3 % vyšší než celkový růst hospodářství. V roce

2004 v odvětví pracovalo 5,8 milionů osob, což odpovídá 3,1 % celkového množství zaměstnaných osob v EU25. Zatímco celková zaměstnanost v EU se v letech 2002 – 2004 snížila, zaměstnanost v tomto odvětví vzrostla (+1,85 %).

3.4.3 Kulturní instituce

Kulturní instituce má více významů. Ze sociologického pohledu lze pojem kulturní instituce chápat jako nástroj společnosti, sloužící k osvojování kultury jednotlivými členy společnosti v rámci procesu socializace. V tomto širším pojetí představuje kulturní instituci rodinu, školství, masová média nebo stát. V praxi bývá pojem kulturní instituce používán jako označení konkrétní organizace působící v oblasti kultury (například divadla, muzea, galerie nebo určité kulturní události) (Patočka, Heřmanová 2008).

3.4.4 Kulturní dědictví

Kulturním dědictvím označujeme souhrn hmotných a nehmotných hodnot, výtvorů a vztahů, které vznikly v minulosti, zároveň však v současné době svým vznikem a významem přispívají k vytváření kulturních a společenských hodnot. Je zde zahrnut také soubor hodnot, norem a vzorců. Kulturní dědictví regionu je navázáno na komunitu, která tento region obývá (Patočka, Heřmanová 2008).

3.5 Event

Vymezení pojmu event není jasné a přímé. Do češtiny ho lze vyjádřit rovnou několika možnými výrazy. K nejvíce používaným patří pojmy *událost*, *akce*, *zážitek*, *prožitek* nebo *představení*. Jedná se však o celosvětově pojem, který je uznáván po celém světě a obvykle se nepřekládá. Šindler (2003, s. 21) užívá definici Bertranda Russella a Alfreda Whiteheada, která označuje event jako „*to, co se odehrává v určitý čas na určitém místě.*“ S cestovním ruchem slučují eventy Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s. 8), které je popisují jako „*jedinečné, dočasné, speciálně naplánované, řízené a organizačně zabezpečené akce nebo události s dopadem na cestovní ruch.*“

Zpravidla se při vysvětlení pojmu event klade důraz na prožitek. Event má znázorňovat něco jedinečného, zvláštního, neopakovatelného. Toto pojetí využívá i Šindler (2003), který zastává názory Nickela (1998) a Weinberga (1992), že úspěšnost zapamatování se zvyšuje díky zážitkům, které jsou zprostředkované poznáním zejména tehdy, pokud máme možnost se na těchto zážitcích iniciativně podílet. Taková představení vykazují výjimečně vysokou aktivační schopnost v obrazných představách jednotlivců a skupin. V současné době je v marketingu rozhodujícím činitelem odborné nasazení obrazové komunikace ovlivňující lidské chování. Eventy je možné v tomto spojení chápat jako třírozměrné připravené obrazy působící najednou na veškeré lidské vjemy.

Dle Šindlera (2003) základními a zásadními charakteristikami, které jsou eventu připisovány, jsou:

- zvláštní představení, popřípadě výjimečná událost,
- prožitek vnímaný najednou všemi smysly,
- komunikované sdělení.

3.6 Produkt kulturních organizací

Kulturní organizace poskytující většinu produktů, má charakter služby. Oproti běžným hmotným produktům služby vystihují některé odlišnosti. K hlavním vlastnostem služeb lze zařadit jejich nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost a pomíjivost (Johnová, 2008). Nehmotnost, přesněji řečeno nemateriální povaha vyjadřuje, že poskytovanou službu není možné dopředu spatřit nebo ji jinak vyzkoušet. Pořizovatel neví, zda bude poskytovaná služba kvalitní. Účastník se proto musí spolehnout na své předešlé zkušenosti, hodnocení dřívějších návštěvníků či odborníků.

Služby jsou současně neodlučitelné od svého poskytovatele. Jeho kvalifikace a schopnosti tvoří část produktu (Bačuvčík, 2012). V některých případech může být návštěvník zvýhodněn. Pokud existuje více variant (např. při divadelních představení) a nemá možnost si mezi nimi vybrat. Významným atributem neodlučitelnosti služeb je existence ostatních spotřebitelů. Jejich chování může potom ovlivnit celkový ohlas návštěvníka z této akce (Kotler, 2007).

Dalším znakem, který je charakteristický pro služby, je proměnlivost. Proměnlivost vyjadřuje, že daná služba není nikdy identická. I když je služba poskytována v jednom dni stejným producentem, obě služby se od sebe budou lišit. K rysům, které ovlivňují kvalitu služeb lze zařadit poskytovatele, čas, místo a způsob poskytování (Kotler, 2007). Nejvýznamnějším důvodem nestálé kvality služeb v knihovnách, muzeích, galeriích a památek je dle Johnové (2008) návštěvnost. Při velkých návštěvnostech může docházet k frontám například u počítačů, musí se čekat na rezervaci, výpůjčky apod.

S nestálostí služeb souvisí i jejich neskladovatelnost. Není možné „vyrobit“ službu do zásoby v době, kdy má organizace volné kapacity a není možné je uchovávat.

Novodobý produkt je uspořádán tak, že obsahuje celý soubor výhod či zážitků, které uspokojují různé potřeby zákazníků a jejichž kombinace vytváří mimořádnou konkurenční přednost produktu nebo organizace (Bačuvčík, 2012). Finální produkt je možné objasnit z hlediska jeho úrovně (vrstev). Tajtáková (2010) klasifikuje čtyři vrstvy: jádro produktu, vlastní produkt, očekávaný produkt a rozšířený produkt.

Jádro produktu znázorňuje základní požitek, pro který zákazník celý produkt kupuje. V případě kulturních akcí se jedná o samotný kulturní zážitek, který divák získává návštěvou.

Vlastní produkt je v případě kulturní akce představován nabídkou dané kulturní organizace. Vlastní produkt symfonického orchestru může představovat konkrétní dílo, program celého koncertu nebo i více koncertů v rámci předplatného (Tajtáková, 2010).

Očekávaný produkt se vztahuje k očekáváním, které souvisí s daným produktem, popřípadě s danou kulturní akcí. Vyskytují se i obecná očekávání, která jsou společná pro všechny nebo většinu návštěvníků – určitá kvalita představení, chování personálu, šatna, toalety. Očekávání se také mohou lišit u různých skupin – například hosté lóže mohou předpokládat, že dostanou sklenku šampaňského na přivítanou, předplatitelé rezervované stálé místo, sponzoři volné lístky.

Rozšířený produkt sestává z různých doplňkových služeb nebo výrobků, které zákazník dopředu neočekává. Jejich neexistenci nevnímá jako nedostatek.

Pokud jsou návštěvníkovi poskytnuty, dokáže je ocenit a vnímá je jako konkurenční výhodu. Jako příklad rozšířeného produktu v oblasti kulturních akcí lze uvést dle Bačuvčíka (2012) poskytnutí přídatných služeb nebo kvalitního zajištění (například při zakoupení lóže je možné parkovat zdarma), služby vyplývající ze součinnosti s dalšími organizacemi (získání volných vstupenek na koncertní představení, sleva do restaurace) a mimořádný zájem organizace o svého návštěvníka (pozvání na setkání s umělci).

Kulturní akci proto nelze vnímat pouze jako samotné představení, ale jako celý soubor různých služeb a benefitů. Pokud se vytváří nové produkty nebo je snaha rozšířit ty stávající, je nutné orientovat se na cílovou skupinu, například pro publikum symfonických koncertů je charakteristické, že je poměrně usedlé a o jiných nabídkách (kromě samotné hudební produkce) příliš neuvažuje (Bačuvčík, 2012).

3.6.1 Dopady kulturních akcí na rozvoj destinace

Spektrum kulturních akcí je velmi rozmanité. Akce se mohou lišit svou podobou (od návštěvníků divadla nebo výstavy obrazů, koncertů vážné hudby po filmový festival), cílovou skupinou (místní účastníci, mladí lidé, rodiny s dětmi), návštěvností (v řádu několika desítek i tisíců účastníků) nebo trváním (od několikahodinových akcí až po eventy trvající celý rok). Rozsah dopadů se také liší. Od menších akcí místního charakteru zaměřených na usedlíky a návštěvníky z blízkého okolí pravděpodobně nelze očekávat velké dlouhotrvající změny, ale větší kulturní akce mohou přesahovat i do dalších oblastí – ekonomiky, cestovního ruchu, příznivě mohou přispět i do sociální oblasti. K těmto „větším“ kulturním akcím je možné zařadit záměr Evropské hlavní město kultury (Škardová, 2011). Společně s růstem populace je spojena i vyšší úroveň příjmů a tedy i zvýšená investiční způsobilost. Se vzděláním se současně zvyšuje poptávka po dalším vzdělávání, zvětšuje se zájem o kulturu obecně (literatura, hudba, filmy) i kulturní akce (Kozel, 2006).

Benefity, které se získají z pořádání kulturních akcí, jsou mnohdy navzájem úzce spojeny (například environmentální dopady dokážou ovlivnit image měst.

Benefity, které plynou ze změny image, se odráží v cestovním ruchu a podobně). Proto je někdy obtížné od sebe samotné dopady oddělit.

3.7 Členění benefitů kulturních akcí

Benefity, které se získají z kulturních akcí, je možné pojmut různými způsoby. Benefity lze dělit dle časového rámce na primární a sekundární. Primárním benefitům je určena krátká doba trvání, sekundární mají delší přesah (Clark, 2008).

K primárním benefitům patří:

- Spojení kulturní akce s oblastními a obchodními strategiemi růstu ve městě.
 - Akce je využita ve stávajících rozvojových a růstových strategiích v rámci daného sektoru nebo města.
- Spojení veřejného a soukromého sektoru a jejich náklady.
 - Pro dosažení rozvoje se stále častěji nahlíží na spojení veřejného a soukromého sektoru jako na zásadní prostředek. Kulturní akce může fungovat jako ideální možnost pro vytvoření partnerství. Pokud dojde k úspěchu, může trvat i po skončení eventu.
- Dopady na image a identitu města.
 - Při konání významné kulturní akce znamená zvýšený příliv návštěvníků, investic i obchodních příležitostí. Zároveň může vyvolat pozornost médií, čehož může město využít jako prostředku k šíření vlastní identity a značky.
- Strukturální expanze ekonomiky a rozvoj navazujících odvětví.
 - Návštěvníci přicházející do města, aby navštívili určité kulturní akce přispívají k rozvoji ekonomiky daného regionu. Je zde možné využití tzv. multiplikačního (nepřímého) efektu.
- Environmentální dopady na městské a přírodní prostředí.
 - Eventy, které probíhají, mohou všeobecně znamenat velkou zátěž z hlediska životního prostředí. Stále více se klade důraz na to, aby akce proběhla environmentálně šetrným způsobem. Před konáním

samotného eventu je doporučeno využít speciálních fondů k financování prací v městském prostředí, které vedou k jeho zkrášlení.

Sekundární benefity jsou:

- Využití vylepšené infrastruktury po skončení akce.
 - Velké eventy mohou potřebovat speciální úpravy pozemků i budov. Po skončení dané akce je jejich užití omezeno. V budoucnu jsou běžně využívány místní komunitou a přispívají ke strategii městského rozvoje.
- Dopravní spojení a infrastruktura.
 - Při konání dlouhodobé či globální akce, může ve městě nastat nutnost úpravy nebo vylepšení stávající infrastruktury. Nově vybudovaná infrastruktura je jedním z nejvíce viditelných dlouhodobých dopadů kulturních akcí.
- Dopady na trh práce a socioekonomické včlenění.
 - Reálný dopad na zaměstnanost v dané lokalitě může mít i pořádání kulturní akce. Pokud jsou prozatímní pracovní místa využívána k poskytnutí nebo zlepšení kvalifikace pracovníků, dochází ke zvýšení jejich uplatnitelnosti na trhu práce. Efekty plynoucí z pořádání eventu mohou být dlouhodobé.
- Druhotné dopady na realitním trhu.
 - V případě konání významné akce může dojít k příchodu bohatších obyvatel do dané oblasti, což může znamenat i příliv investic a vést k rozvoji daného místa. Je zřejmé, že důsledkem těchto aktivit bude vytlačení zdejších nízkopříjmových skupin. Proto je nutné nalézt strategickou rovnováhu a vylepšovat místní benefity.
- Zlepšení schopností projektového managementu a vliv na strategii vytváření eventů.
 - Žádosti o pořádání kulturní akce mohou výrazně zvyšovat schopnosti města zajišťovat podobné akce i do budoucna. V případě posuzování

žádosti o uskutečnění eventu může být předchozí zkušenost zásadní.
(Clark, 2008)

Jiný pohled na benefity sděluje Palmer (2004). Podle něho se liší dle výsledku, jakého bylo konáním kulturní akce dosaženo. Do jedné kategorie řadí tzv. „hard legacies“, jsou charakterizovány jako hmatatelné, měřitelné a viditelné prvky. Tato kategorie obsahuje budovy, infrastrukturu, pracovní místa i turisty. Do druhé skupiny patří tzv. „soft legacies“, jsou obvykle nehmatatelné, těžce měřitelné a pro některé pozorovatele mohou být i neviditelné, např. zlepšení image a zvýšení sebedůvěry města, vytvoření festivalové atmosféry a zkušenosti, které byly pořádáním akce získány. Při hodnocení kulturních akcí zdůrazňuje „hard legacies“, které se lépe posuzuje. Přesto tvoří pouze část výsledků, kterých bylo dosaženo.

3.8 Ekonomické dopady

Není pravda, že pořádání kulturních akcí znamená pro pořadatelské město z ekonomického hlediska pouze výdaje, naopak byla upozorována celá skupina ekonomických benefitů. Většina výzkumů, které se věnují ekonomickému dopadu kulturních akcí, využívá dva ukazatele – výnosy a zaměstnanost (Marková, 2012). Rozbory ekonomického dopadu se dějí na několika úrovních. První úroveň tvoří šetření konkrétní jednorázové kulturní akce. Zadavatelem jsou v tomto případě organizace, které oslovují velké množství návštěvníků. Jejich činnost zasahuje také do oblasti cestovního ruchu a destinačního managementu. Druhou úroveň představuje výzkum kulturních aktivit ve městě či regionu. Zde si výzkum opět zpracovávají organizátoři, tedy obce, popř. regiony, které chtějí získat informace o dopadu kulturních akcí konaných na jejich území. Třetí úroveň tvoří výzkum kulturních aktivit na národní úrovni. Výhody ze zpracování studie ekonomických dopadů plynou nejen pro samotného organizátora kulturních akcí, ale například i pro jeho sponzory, dárcy, veřejnost i místní komunitu (Raabová, 2010). Objevují se i kritické hlasy týkající se měření ekonomických dopadů kulturní akce. Zpracování podobné studie je zbytečné, protože kvalita kulturních programů není měřena návštěvností a ziskem. Ekonomické dopady jsou měřeny především z důvodu

vytvoření argumentů pro získání dotací na podporu kulturních aktivit (Marková, 2012).

Při výzkumu ekonomických dopadů kulturní akce jsou rozlišovány přímé, nepřímé a odvozené dopady eventů:

- **Přímé dopady** jsou důsledkem přímých výdajů kulturní organizace nebo jejich účastníků a zahrnují změny v ekonomice (Raabová a kol., 2011).
- **Nepřímé dopady** (označované jako multiplikační efekt) jsou „*změny v ekonomice, které byly způsobeny produkcí subdodavatelů, bez kterých by přímí dodavatelé nemohli fungovat*“ (Raabová a kol., 2011, s. 9). Multiplikační efekt je nepřímým důsledkem výdajů a jeho odhadování je zpravidla velmi náročné.
- **Odvozené dopady** tvoří znovu utracené příjmy domácností, které vznikly v důsledku přímých i nepřímých efektů dané akce/organizace (Raabová, 2010). Jinak řečeno se jedná o změny v ekonomice způsobené výdaji zaměstnanců přímých i nepřímých dodavatelů zboží a služeb pro danou organizaci.

V některých rozborech dochází pouze k rozlišení přímých a nepřímých dopadů. Tato metoda je uplatňována z důvodu větší důvěryhodnosti výsledků a vyhnutí se přílišnému přecenění celkového dopadu (Raabová, 2010).

Zisk ekonomických benefitů se dostává stále více do čela. Příkladem je projekt Evropských hlavních měst kultury (EHMK), který byl původně kulturní akcí, postupným vývojem se však stále více zdůrazňují ekonomické přínosy. Aby město dovedlo díky projektu získat benefity, je nutné definovat ekonomické cíle. Palmer (2004) ve svém sdělení týkající se EHMK uvádí, že pouze málo měst dokázalo dobře určit ekonomické cíle, kterých by mělo být dosaženo. K podotýkaným cílům patřil rozvoj turismu především v kulturní oblasti, jako je vybudování a vylepšení kulturní infrastruktury, zlepšení vnějšího vnímání města (image), městská revitalizace a rozvoj kreativního průmyslu a specifických programů pro tvorbu pracovních míst. Samotné ekonomické benefity získané z účasti města na projektu EHMK jsou rozděleny do pěti skupin. Obecně jsou chápány jako přímo odvozené od zvýšených výdajů a investic v návaznosti na EHMK (Škardová, 2011).

- 1) Výdaje, které vznikly ze správy a průběhu eventu + výdaje na kulturní výrobky a služby. Výdaje zahrnují provozní výdaje, výdaje spojené s místem pořádání, prodejem vstupenek, kulturního zboží a služeb. Tyto aktivity vedou k dočasnému růstu zaměstnanosti. Jde pouze o krátkodobý benefit.
- 2) Výdaje návštěvníků, kteří do města přijeli, aby navštívili projekt. Do této skupiny patří turisti obecně, jednodenní návštěvníci i usedlíci. Benefitem mohou být zvýšené útraty v obchodech, hotelích, restauracích a podobně. Tyto přínosy jsou krátkodobé, nejvýše střednědobé, pokud město nevytvoří zvláštní činnost k udržení zájmu návštěvníků i po skončení kulturního roku.
- 3) Přímé i pokračující investiční projekty, které souvisí s projektem EHMK. Jedná se o stavbu nových kulturních zařízení, zlepšení infrastruktury a revitalizaci města obecně. Benefitem je formování nových pracovních míst a růst kvalifikace.
- 4) Zvýšená schopnost města přilákat díky EHMK investiční projekty. Jedná se o atraktivní dlouhodobý benefit.
- 5) Zlepšení image města. V důsledku zlepšené image města se oblast stává atraktivnější pro obchodníky i kvalifikované pracovníky. Jakékoli zlepšení image vyžaduje dlouhodobou strategii. Přínos samotného projektu v této oblasti je opět nejasný (Palmer, 2004).

3.9 Měření ekonomických dopadů kulturních akcí

Kultura má velmi příznivý vliv na společnost. Často je, ale chápána jako činnost, která vyžaduje pouze peníze, bez žádných přínosů. Proto je důležité měření ekonomických dopadů kultury.

Hlavní důvody měření dopadů kulturních akcí jsou dle Raabové (2010) popsány takto:

- kulturním manažerům umožňuje studie ekonomických dopadů ocenění ekonomického významu vlastní organizace a také může dobře posloužit jako příloha žádostí o granty, dotace a sponzorské příspěvky,
- zástupcům místních samospráv a vládě přináší studie ekonomických dopadů potřebné informace, jak se daný projekt podílí na místní ekonomice a láká tam nové příjmy. Tato data mohou dobře posloužit například pro předpověď

ekonomického dopadu podobných, teprve připravovaných událostí či organizací, ale i pro celé další plánování rozvoje cestovního ruchu a kultury v regionu,

- poskytovatelům dotací, darů a sponzorských příspěvků dává studie ekonomických dopadů informace o hodnotě a významu kulturního projektu, což nepřímo slouží jako důležitý argument při rozhodování o přidělení dotace či daru.

3.10 Dopady na image a identitu města

S dopadem kulturních akcí na cestovní ruch v daném městě úzce souvisí i jejich vliv na identitu a image města. Image je možné definovat jako „*komplexní obraz, který si vytvářejí obyvatelé, návštěvníci, ale také účastníci aktivního cestovního ruchu na základě vlastních nebo zprostředkovaných zkušeností, dojmů, přesvědčení, pocitů a poznatků*“ (Lieskovská, 2002, s. 59). Z definice je patrné, že image představuje nejen objektivní vnímání skutečnosti, ale do značné míry je ovlivněna subjektivním vnímáním města, představami, očekáváním, postoji a emocemi týkající se dané lokality. Nemusí tedy vždy zcela odpovídat skutečnosti. Je důležité podotknout, že tvorba nebo jakákoli změna image města je procesem dlouhodobým a organizace jednorázové kulturní akce nemůže nahradit cílenou dlouhodobou strategii v této oblasti. Postup tvorby image je velmi složitý a vyžaduje dostatek informací o subjektech, které na daném území působí, o pravidelných návštěvnících oblastí, spotřebitelích, o jejich potřebách, přáních, motivech, nákupních zvyklostech, jejich možnostech i potenciálu. Image ovlivňuje celá řada činitelů, kromě samotného pořádání eventů je to například kvalita, aktuálnost, komplexnost a rychlost poskytovaných produktů a služeb, vystupování představitelů daného subjektu, propagace, vzhled dané lokality, dobré reference, pozitivní informace publikované v médiích i spojení města se jménem významné osobnosti (Lieskovská, 2002). Na image dané organizace i města má velký vliv i samotné místo konání eventů. Kulturní zážitek je nehmotné povahy. Fyzické prostředí výrazně ovlivňuje celkový dojem návštěvníka z dané akce. Je tedy možné říci, že „*fyzické prostředí města je do velké míry determinujícím komponentem celkového zážitku*“ (Tajťáková, 2010, s. 182).

Města, která se snaží zlepšit svou image, pořádají kulturní akce, aby vyvolali mediální zájem. Tím získají jedinečnou příležitost prezentovat sebe sama, městskou značku a identitu. Ve stále více sjednoceném světě měst je potřeba se odlišit stále vyšší a příležitosti k představení zvláštností a specifik daného města stále cennější (Clark, 2008).

Marková (2012) uvádí, že pořádání kulturních akcí umožňuje rezidentům lépe se srozumět s kulturním dědictvím a kulturními tradicemi dané oblasti. Regionální (resp. destinační) identitu lze mimo jiné využít na trhu cestovního ruchu, kde pomáhá zajišťovat konkurenceschopnost regionu. Významným turistickým cílem se mohou stát nejen kulturní akce samotné, ale i místo jejich konání. V některých hlavních městech se kulturní organizace a místo jejího působení staly identifikačními prvky celého města (např. budova Opery v australském Sydney) (Tajťáková, 2010). V případě konání eventu může být z hlediska cestovního ruchu vhodné spojit jeho téma se jménem slavné osobnosti, která se ve městě narodila, popř. působila. Příkladem je Smetanova Litomyšl nebo Šrámkova Sobota.

3.11 Sociální dopady

Sociální dopady se do jisté míry prolínají s ekonomickými dopady a v některých případech může být obtížné je od sebe odlišit. Ukazatele týkající se zaměstnanosti (tvorby pracovních míst) a příjmů zaměstnanců (resp. obyvatelů destinace) sice mají sociální charakter, ale zároveň udávají stav ekonomiky, a proto bývají často zahrnuty pod ekonomickými ukazateli. Tyto dopady se označují jako socio-ekonomické (Raabová, 2010). Clark (2010) ve své studii pro OECD uvádí, že města mohou pořádáním kulturních eventů napomoci sociálnímu včleňování tak, že vytvořením nových dočasných pracovních místlepší kvalifikaci pracovníků, kteří mohou následně na trhu práce najít lepší uplatnění.

Čistě sociálním dopadem je vlastnost kulturních akcí umožnit navazování a rozvíjení mezilidských vztahů. Jedním z motivačních faktorů návštěvy eventu je příležitost setkat se s jinými lidmi, respektive možnost ukázat se ve společnosti (Tajťáková, 2010).

Většina měst projektu EHMK sociální dopady nepovažovala za svou prioritu, téměř všechna zahrnula do svého programu akce se sociálním podtextem (Palmer,

2004). Hlavním cílem bylo rozšířit návštěvnickou základnu a to především skrz zařazování skupin, které se obvykle kulturních akcí neúčastní. Jednalo se především o děti, mladistvé, etnické menšiny a handicapované osoby. Snahy o usnadnění přístupu mají různou podobu, často se jedná o finanční zvýhodnění (slevy na vstupném, příp. volný vstup) nebo pořádání akcí speciálně pro tyto skupiny. Určitým krokem může být uspořádání takovéto akce v místě, které je cílové skupině dobře dostupné, například v okolí školy (Škardová, 2011).

3.12 Ostatní dopady

Kulturní dopady představují u dlouhodobých nebo opakovaných eventů nezanedbatelnou část získaných benefitů. Například v rámci projektu EHMK je rozšířená nabídka kulturních akcí klíčová. V ideálním případě by měly být kulturní dopady dlouhodobé, tzn. vylepšená kulturní infrastruktura, nově vzniklé kulturní organizace i větší množství centů. To všechno by mělo mít delší přesah. Udržitelnost podobných projektů však představuje závažný problém. Mezi jednotlivými městy, která se EHMK účastnila, existují enormní rozdíly. Města se liší již v definování pojmu „dlouhodobý“ dle toho, čeho chtějí participaci na akci dosáhnout. Každopádně bližší analýza ukázala, že přestože eventy pokračují, většina z nich se bojuje s vážnými finančními problémy. Málokdy bylo město schopno absorbovat velké množství nově vzniklých organizací a akcí tak, aby dokázalo zajistit jejich přežití a rozvoj. Příkladem, který ukazuje tento problém, byl projekt, kde se většina produkčních společností, které byly jednorázově vytvořeny pro organizaci a řízení eventů během kulturního roku, pokusila pokračovat v činnosti i po skončení akce, avšak do dvou let zkrachovala. V dalších městech škrty v kulturní oblasti po skončení kulturního roku vedly k zavírání divadel, muzeí atd. (Palmer, 2004).

Rozšíření kulturní kapacity města znamená nejen upravenou kulturní infrastrukturu a rozmanitou nabídku eventů, ale také zvýšení počtu lidí zapojených do kulturních aktivit. K nim patří místní umělci, zaměstnanci kulturních organizací a v ideálním případě i místní kulturní publikum, které by mělo být projektem EHMK rozšířeno (Škardová, 2011).

3.13 Multiplikátor

Britský ekonom 20. Století Lionel Robbins definoval ekonomii jako vědu, která studuje lidské chování pro svůj vztah mezi koncem a omezenými prostředky, které mohou mít alternativní použití (Raa 2005). Stejně tak je to s definicí multiplikátoru. Obecně je multiplikátor makroekonomický pojem vysvětlující, nakolik změna jedné proměnné změní hodnotu jiné proměnné (Samuelson 2007). Model multiplikátoru nazval a popsal jako první John Maynard Keynes. Jeho první multiplikátor se pojil s americkou ekonomikou. Jeho výzkum ukazuje dopad změny výdajů (investic, vládních výdajů a spotřeby) na velikost produkce a zaměstnanosti (Samuelson 2007). Vzhledem k jednoduchosti jeho teorie je nelze použít pro řešení reálné situace. I když se J. M. Keynes nezabýval regionálním problémům, jeho teorie se dále rozvinula i pro regionální využití (Blažek, Uhlíř 2002).

Pro odvětví kultury jsou nejdůležitější:

- multiplikátor produkce,
- multiplikátor důchodu,
- multiplikátor hrubé přidané hodnoty,
- multiplikátor zaměstnanosti.

Multiplikátory jsou v této diplomové práci vypočteny pomocí input-output tabulek. Autorka vychází z Metodiky pro výpočet ekonomického dopadu (Raábová 2011) při popisování multiplikátorů a jejich výpočtů.

3.13.1 Multiplikátor produkce

Hodnotí množství celkové produkce odvětví, které je vytvořeno v ekonomice dané země, v jehož důsledku dojde ke zvýšení výdajů účastníků kulturní události. Některé vstupy jsou zahrnuty vícenásobně. Multiplikátor produkce lze změřit pomocí Leontifovy inverzní matice, od které odečteme matici koeficientů vstupů A od jednotkové matice I a zhotovíme inverzní matici k $(I - A)$. Tím vznikne matice koeficientů celkové produkce L . Vzorec vypadá takto: $L = (I - A)^{-1}$

3.13.2 Multiplikátor důchodu

Multiplikátor je vymezen celkovou hodnotou náhrad zaměstnancům (mezd, platů a soc. příspěvků, kterých je zapotřebí ke zvýšení produkce odvětví o jednu peněžní jednotku). Vzhledem k tomu, že náhrady zaměstnanců jsou součástí hrubé přidané hodnoty, multiplikátory důchodu jsou nižší než multiplikátory hrubé přidané hodnoty. Pro výpočet je nutné získat vektor i , který znázorňuje prvotní zvýšení mezd. To odpovídá zvýšení přímé produkce o jednu peněžní jednotku z normalizované symetrické input-output tabulky.

Multiplikátor důchodu je znázorněn takto: $i*(I - A)^{-1}$

3.13.3 Multiplikátor hrubé přidané hodnoty

Vyjadřuje hodnotu celkové produkce po odečtení mezispotřeby všech vstupů (zboží a služeb, které se spotřebují v průběhu výroby). Ukazatel hrubé přidané hodnoty nezahrnuje některé vstupy vícenásobně na rozdíl od ukazatele produkce, ale jen jednou za celý ekonomický koloběh. K výpočtu je potřeba získat vektor h (znázorňuje prvotní zvýšení hrubé přidané hodnoty, která vznikne zvýšením přímé produkce o jednu peněžní jednotku) z normalizované symetrické input-output tabulky. Hrubá přidaná hodnota je rovna hrubému přidanému produktu, který je očištěn o čisté daně.

Vzorec pro výpočet multiplikátoru hrubé přidané hodnoty je znázorněn: $h*(I - A)^{-1}$

3.13.4 Multiplikátor zaměstnanosti

Multiplikátor znázorňuje počet nových pracovních míst, která jsou vytvořena v celé ekonomice, díky zvýšené produkci odvětví. Pro jeho výpočet je potřeba získat vektor e , který znázorňuje prvotní dopad zvýšené produkce na zvýšení zaměstnanosti z normalizované input-output tabulky.

Vzorec multiplikátoru zaměstnanosti: $e*(I - A)^{-1}$

3.14 Měření ekonomických dopadů

Dle Raabové (2010) lze popsat dva způsoby jak měřit ekonomický dopad kulturní akce. Jeden ze způsobů je Jednoduchý způsob a druhým způsobem je Input-output analýza.

3.14.1 Jednoduchý způsob

Na začátku Jednoduché metody je nutné vytvořit dotazník pro účastníky. Dotazníkem lze zjistit, z jaké oblasti účastník přijel, jak dlouho na akci setrvává, zda přijel kvůli kulturní akci, kolik peněz vynaložil za dopravu, kolik utratil za produkty a služby v místě, jako jsou vstupenky, ubytování, občerstvení, popřípadě další důležité informace k průzkumu a rozvoji projektu. Dotazníkové šetření lze provést buď elektronicky anebo přímo v terénu, díky němuž se získá nejlepší vzorek respondentů. Dále dochází k sečtení všech výdajů na dopravu a všech ostatních výdajů návštěvníků, které byly utraceny v místě konání kulturní akce. Zde je dobré vyloučit účastníky, kteří nepřišli kvůli kulturní akci, ale měli jiný důvod a na tuto událost přišli náhodou a i ty, kteří by své peníze utratili, i kdyby se v místě daná událost nekonala. Výdaje na dopravu nemají velký dopad na zkoumanou oblast, pokud dopravní společnost nevlastní místní podnikatelé. Po sečtení výdajů účastníku se získá částka, která vyjadřuje, jak velké množství peněz účastník akce utratí v závislosti na kulturní akci (Raabová, 2010).

3.14.2 Input-output analýza

Pro výpočet multiplikátoru na regionální úrovni se používá metoda input-output tabulky, která dokáže zahrnout i vazby mezi různými odvětvími ekonomiky. Většinou se model používá pro modelaci změn v regionu (Blažek, Uhlíř, 2002). Symetrické input-output tabulky vyznačují číselné vztahy mezi vstupy a výstupy hospodářství (Rojíček, 2006). Podle Čadila (2010) nazývají tyto vztahy odběratelské a dodavatelské.

Input-output analýza pochází z USA, kde byla poprvé sestavena v první polovině 20. století. Zakladatelem je Wassily Leontief, který tuto metodu použil na americkém národním hospodářství (Rojíček, 2006). Jeho první input-output

metoda se dnes nazývá uzavřeným modelem, jelikož jsou všechny vstupy používané jako výstupy (Raa, 2005). O rozvoj teorie se zasloužil Walter Isard (Čadil, 2010).

Dnes se používají rozpracovanější teorie, ale základ je stále od Wassilyho Leontiefa. Teorie input-output analýzy je využívána k výpočtu multiplikačních efektů, protože jsou zpracovávány přímé i nepřímé vlivy z jiných odvětví (Čadil, 2010).





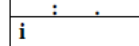

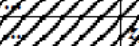

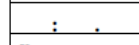
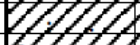


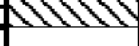
Členění input-output tabulky


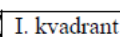
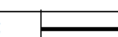
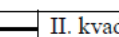
Maticová tabulka input-output je symetrická podle členění produkt x produkt nebo odvětví x odvětví. Číselně zobrazuje vztahy mezi vstupy a výstupy, nejčastěji se používá pro výpočty v účtech statků a služeb, v účtech produkce a v provozním účetnictví (Hronová, 1997).

Tabulka 1 má čtyři kvadranty:

- I. kvadrant – vyznačuje odběratelsko-dodavatelské vztahy ve formě mezispotřeby
- II. kvadrant – vyznačuje dodávající výrobní odvětví a autonomní využití
- III. kvadrant – vyznačuje pohyb peněz uvnitř firmy (mzdy, daně, fixní kapitál, zisky)
- IV. kvadrant – poslední kvadrant vyznačuje vztah mezi primárními činiteli a konečným užitím (Rojíček, 2007).

Tabulka 1 Input-output analýzy

Sektor	1	...	j	...	n	Konečné	Celkem
1		...		...			x_1
:							:
i		...		...			x_i
:							:
n		...		...			x_n
Přidaná	v_1	...	v_i	...	v_n		
Celkem	x_1	...	x_i	...	x_n		

 I. kvadrant	 II. kvadrant	 III. kvadrant	 IV. kvadrant
---	--	---	--

Zdroj: Rojíček, 2007

První kvadrant z Tabulky 1 je možné podrobněji popsat Tabulkou 2. V Tabulce 2 je znázorněno členění produkt x produkt a charakterizuje uspořádání jednotlivých prvků matice do výpočetní tabulky.

Tabulka 2 Symetrická input-output tabulka v členění produkt x produkt

		Výrobky podle SKP	Konečné užití				Celkem
			KS	HTFK	ΔZ	Vývoz	
Výrobky podle SKP	1	Mezispotřeba	Výdaje na konečnou spotřebu	Tvorba hrubého fix. kap.	Změna stavu zásob	Vývoz	Užití celkem podle výrobků
Celkem (1)	2	Celková mezispotřeba v základních cenách	Celkem podle jednotlivých typů konečného užití v základních cenách				Celkové užití v základních cenách
Čisté daně na výrobky	3	ČDV podle produktů	ČDV podle jednotlivých typů konečného užití				Celkové čisté daně na výrobky
Celkem (1+3)	4	Celková mezispotřeba v kupních cenách	Celkové konečné užití podle jednotlivých typů v základních cenách				Celkové užití v kupních cenách
Složky přidané hodnoty	5	Složky přidané hodnoty					
Celkem (4+5)	6	Produkce v základních cenách					
Dovoz	7	Dovoz					
Celkem (6+7)	8	Dodávky celkem v základních cenách					

Zdroj: Vavrla, Rojíček, 2007

Do sloupců Tabulky 2 se vkládají hodnoty spotřeby, jež vyznačují, kolik produktu bylo na výrobu výrobku pro jednotlivé řádky spotřebováno. Změnou struktury spotřeby se změní i vstupy modelu. Napravo od čtvercové tabulky je konečné užití členěné podle jednotlivých produktů. Stejné rozdělení a popis platí pro členění odvětví x odvětví. Při sestavování SIOT se upřednostňuje oceňování v základních cenách, jelikož ocenění je homogennější a výhodnější k analytickým účelům (Vavrla, Rojíček, 2007).

4 Charakteristika regionu Semily

4.1 Geografické údaje regionu

Region Semily se nachází v Libereckém kraji. Svou rozlohou 699 km² zaujímá okres Semily 22,1 % území Libereckého kraje. Semily se rozkládají v jihovýchodní části Libereckého kraje. Na severu je v délce 13,4 km ohraničen státní hranicí s Polskem, na východě okresem Trutnov, na jihu okresy Jičín a Mladá Boleslav. Na severozápadě sousedí s okresy Jablonec nad Nisou a Liberec. Okresem prochází silnice E65 z Prahy na polské straně (přes Harrachov) a silnice E442, odbočka z E65 na Liberec. Město Turnov je důležitým železničním uzlem, prochází tudy trať Hradec Králové – Liberec a Praha – Turnov.

Severovýchodní část okresu tvoří západní část Krkonoš, zbytek území okresu tvoří podhorské oblasti a zvlněné pahorkatiny Českého ráje. Nadmořská výška se pohybuje od 236 m n. m. až do 1435 m n. m. Od severu na jih protéká územím řeka Jizera, která se svými přítoky Mumlavou, Jizerkou, Oleškou a Kamenicí odvádí vodu do Labe.

Region z pohledu cestovního ruchu má velké množství turistických míst i kulturních památek. Nachází se zde známá horská střediska Harrachov, Benecko, Rokytnice nad Jizerou, Vysoké nad Jizerou. V zimě je zde mnoho upravených sjezdovek i běžeckých tratí, v letním období jsou přírodní terény vhodné pro pěší turistiku a cykloturistiku. K turisticky oblíbeným oblastem patří i Český ráj. Jeho dominantou je středověký hrad Trosky nebo vrch Kozákov s nalezištěm drahých kamenů. Unikátem světové úrovně jsou Bozkovské jeskyně s bohatou krápníkovou výzdobou a největším podzemním jezerem v Čechách.

4.2 Demografické údaje regionu

V Libereckém kraji žije podle Českého statistického úřadu k 31. 12. 2015 439 639 obyvatel, na území regionu Semily pak 74 087 obyvatel, z toho 36 694 mužů a 37 393 žen. Ve věku 0 – 14 let se nachází 14,9 % obyvatel. Ve věkové

kategorii 15 – 64 let je 65,2 % a ve věku 65 a více se nachází 19,8 % obyvatel. (ČSÚ 2015).

K poslednímu dni roku 2015 dosáhl podíl nezaměstnaných obyvatel Libereckého kraje 6,36 %. V okrese Semily se hodnota nezaměstnanosti navýšila o 0,39 % (ČSÚ 2015).

Zásadní vliv na růst nezaměstnanosti mělo postupné ukončení, především v 90. letech, textilní výroby v závodech Rotextille a.s., Kolora, s.p., a v polovině roku 2010 uzavření firmy Hybler spol. s.r.o. O práci tak přišlo několik stovek zaměstnanců a dá se konstatovat, že se region z toho dodnes nevzpamatoval. Nové průmyslové subjekty, které by zaměstnaly větší počty zaměstnanců, zde prakticky nevznikají.

V registru ekonomických subjektů bylo k 31. 12. 2015 celkem zapsáno 19 400 subjektů, tj. 16,7 % subjektů kraje. Z toho 9,7 % tvoří pohostinství, 12,6 % stavebnictví, 14,8 % průmysl, 19,2 % Velkoobchod a maloobchod včetně oprav a údržby motorových vozidel (ČSÚ 2015).

5 Rozpočet města Turnov

V tabulce 3 je zobrazen rozpočet města Turnov a jeho výdaje na kulturní zařízení za 3 roky (od roku 2013 – 2015).

Tabulka 3 Rozpočet města Turnov a jeho výdaje na kulturní zařízení

Rozpočet města Turnov a jeho výdaje na kulturní zařízení v tis. Kč			
Druh zařízení	2013	2014	2015
Kulturní informační centrum	5 700	5 630	6 100
Městská knihovna Antonína Marka	3 050	3 400	3 500
Muzeum Českého ráje Turnov	1 000	700	700
Ostatní kulturní aktivity	230	320	340
CELKEM	11 993	12 064	12 655

Zdroj: vlastní zpracování

Podle informací z městského úřadu město vyčlenilo v roce 2013 na provozní výdaje 15 650 000 Kč, což je 5 % z celkového provozního rozpočtu. Investiční výdaje na kulturní činnost tvořily 4 % (4 385 000 Kč) z celkových investičních výdajů. V tomto roce proběhla rekonstrukce Kulturního informačního centra, na které připadlo nejvíce investičních výdajů.

V roce 2014 provozní výdaje na kulturu činily v celkové výši 16 815 000 Kč, což je opět 5 % z celkového provozního rozpočtu města Turnov. Investiční výdaje na kulturu činí 5 695 000 Kč a tvoří 3 % z celkových investičních výdajů města. Oproti roku 2013 se kulturní Oproti roku 2013 se investiční výdaje zvýšily o 1 310 000 Kč. Investiční výdaje tvoří také část, která byla vynaložena na obnovu soklových omítek západní strany kostela sv. Mikuláše a opravu městských hradeb.

Na rok 2015 bylo v rozpočtu na kulturu vyčleněno 18 166 000 Kč. Z toho na Kulturní informační centrum 6 100 000 Kč.

Z těchto výsledků lze říci, že město Turnov postupně zvyšuje provozní i investiční výdaje na kulturu a kulturní informační centrum.

Tabulka 4 Přehled příjmů z kulturních událostí

Kulturní informační centrum			
Rok	2013	2014	2015
Příjem	1 238 002 Kč	1 945 133 Kč	2 578 255 Kč
Počet účastníků	5 183	7 693	12 343
Počet kulturních událostí	48	52	55

Zdroj: vlastní zpracování

Díky zvyšování počtu kulturních akcí, se zvyšuje i počet účastníků a příjmů z kulturních událostí, které jsou Kulturním informačním centrem organizovány. Pozitivní je, že nevzrůstají jenom výdaje v rozpočtech. Viz tabulka 4.

5.1 Porovnání výdajů s městy obdobné velikosti

Rozpočet města Turnov byl porovnán s obdobně velkými městy, jako je Jičín, Nymburk a Český Krumlov.

Město Jičín má o necelé 3 000 obyvatel více než město Turnov a je i turisticky atraktivní. Město přispělo téměř o 4 216 950 Kč více než město Turnov. Dalším obdobně velkým městem je město Nymburk, který vyčlenil na kulturu 14 655 00 Kč, což je méně než v Turnově. Český Krumlov má o 1 000 obyvatel méně než Turnov. U tohoto města bylo na zájmovou činnost vyhrazeno o 1 653 000 Kč méně, než přispívá město Turnov.

5.2 Zhodnocení rozpočtů vybraných měst

Kulturní informační centrum Turnov vykazuje každým rokem vyšší příjmy, než v předchozích letech. Větší počet pořádaných kulturních akcí a také vyšší návštěvnost se pozitivně odráží na rostoucích příjmech.

Při hodnocení rozpočtů jednotlivých měst, které mají přibližně stejnou velikost, lze říci, že mají výdaje přibližně srovnatelné.

6 Analýza kulturního prostředí

V Turnově se na pořádání kulturních akcí nejvíce podílí Kulturní centrum Turnov, město Turnov, Dům dětí a mládeže Turnov. Všechny tyto organizace jsou v blízké spolupráci.

6.1 Kulturní akce pořádané orgány a organizacemi města

Město Turnov

Kulturu a celkové představení města má na starost odbor školství, kultury a sportu.

Město Turnov je zřizovatelem Kulturního centra Turnov, Domu dětí a mládeže – Žlutá ponorka a Městské knihovny Antonína Marka. Město Turnov dále finančně přispívá na chod Regionálního turistického centra. Město Turnov se podílí na organizování koncertů, divadelních představení, akcích pro děti, výstav a festivalů (viz tabulka 5).

Kulturní centrum Turnov s.r.o.

Kulturní centrum Turnov, s.r.o. je kulturní organizace působící na území Turnova, která se zabývá pořádáním kulturních a společenských akcí. Dále nabízí k pronájmu prostory vhodné pro konání plesů, školení, seminářů, prezentací, slavnostních rautů, podnikových večírků a dalších společenských akcí. Zajišťuje produkční činnost nejrůznějších akcí včetně jejich technického zabezpečení a pořadatelského servisu.

Kulturní centrum Turnov, s.r.o. technicky spravuje a dramaturgicky naplňuje budovu KC Střelnice, jejíž součástí je velký sál určený pro nejrůznější společenské akce, zrcadlový sál zejména pro taneční a pohybové aktivity, dvě klubovny pro školení a kino Sféra. Dále spravuje Městské divadlo a areál letního kina.

Tabulka 5 Kulturní akce pořádané městem Turnov v roce 2015

Kulturní akce pořádané městem Turnov v roce 2015		
Datum	Název akce	Druh akce
7. 2.	Masopust	Akce pro děti i dospělé
únor - duben	MUDr. Jiří Šolc	Výstava
4. 4.	Velikonoce na Dlaskově statku	Folklórní akce
18. 4.	Country festival	Festival
25. 4.	Český ráj dětem	Akce pro děti
květen - červen	V aleji sedmi stromů	Výstava
19. 5.	Memoriál Ludvíka Daňka	Atletický mítink
30. 5. - 31. 5.	Staročeské řemeslnické trhy	Trhy
4. 6.	Muzejní noc	Výstava
4. 7.	Kámen a šperk v Turnově	Trhy
7. 8. - 9. 8.	Filmový víkend	Festival
19. 9.	Rohozecké loučení s létem	Tradiční akce
26. 9.	Svatováclavské posvícení na Dlaskově statku	Folklórní akce
17. 10.	Koulení chleba 2015	Show
11. 12. - 13. 12.	Turnovské vánoční trhy	Trhy

Zdroj: vlastní zpracování dle webových stránek turnov.cz

Regionální turistické informační centrum Turnov

Zajišťuje především turistické informace (Rakoušková, 2015):

- informace o turistických cílech v Českém ráji,
- informace o možnostech ubytování,
- informace o kulturních akcích,
- informace o vlakových a autobusových spojích,
- tipy na pěší i cyklovýlety,

- mnoho propagačních materiálů z Českého ráje i okolních turistických regionů,
- velký výběr pohlednic,
- mapy regionu pro turisty i cykloturisty,
- suvenýry (hrnečky, přívěsky, broušené kameny, výrobky ze skla),
- sběratelské předměty (Turistická známka č. 638, Turistické vizitky, magnetky, štítky na hůl, propisky),
- vstupenky sítí TICKETSTREAM , TICKETPRO , TICKETPORTAL a E-VSTUPENKA,
- internet pro veřejnost,
- prohlídky turnovských kostelů s kostýmovaným průvodcem (červenec, srpen),
- ukázky broušení drahých kamenů (červenec, srpen),
- příležitostné výstavy v galerii U Zlatého beránka.

Pořadatelům kulturních akcí a sportovních akcí poskytuje zdarma vyvěšení plakátů a umístění pozvánek v prostorách infocentra, zveřejnění informací o pořádaných akcích na oficiálních internetových stránkách.

Žlutá ponorka

Žlutá ponorka je příspěvková organizace města Turnov. Sdružuje různé druhy aktivit pro mládež. Kromě pravidelných akcí, kroužků a kurzů pořádá Žlutá ponorka také výtvarné dílny pro veřejnost. Dále pak výukové programy, pobytové tábory, keramické dílny, přehlídky a různé sportovní akce.

Vzdělávací centrum Turnov o.p.s.

Společnost byla založena 9. 2. 2004 za účelem poskytování obecně prospěšných služeb. Poskytuje služby v oblasti výchovy a vzdělávání občanů mimo systém vzdělávání upravený zvláštními zákony (školské zákony), a to ve vhodných formách a zaměření.

Dle Zakládací smlouvy (2011) je zaměření zejména na:

1. celoživotní všeobecné a odborné vzdělávání občanů,
2. doplňování a prohlubování dosažené odborné kvalifikace občanů,
3. rekvalifikaci občanů a uchazečů o zaměstnání,
4. jazykové kurzy,
5. a další podle aktuální společenské poptávky.

Soubor loutkového divadla ČMUKAŘI

Soubor vznikl v roce 1997. Od té doby se hráli na sto drobnějších i větších kousků sdružených do inscenací. Soubor hraje pro všechny věkové kategorie a nesespecializuje se na určitý druh loutek, nýbrž hledají pro vyjádření svých záměrů optimální prostředky jako např. marionety na drátě, maňásci, tyčové loutky.

Divadelní studio A. Marka

Amatérský soubor vznikl v roce 1993. Studio má dětský, studentský i dospělý soubor. Od té doby odehráli mnoho her různých žánrů – pohádky, komedie i drama.

6.2 Pravidelné kulturní akce města Turnov

Staročeské řemeslnické trhy – jedna z největších akcí roku, která se zaměřuje na záchranu uměleckořemeslné tvorby. Trhy se pořádají již od roku 1995. Pravidelně se akce účastní více jak 150 řemeslníků. Od roku 2010 se trhů zúčastňují držitelé prestižních titulů Nositel tradice lidového řemesla, Mistr rukodělné výroby a regionální produkt z různých oblastí České republiky. Celá akce je oživena tradičním folklórem (lidová hudba, tanec, obyčeje). Dvoudenní přehlídku řemesel navštěvuje každoročně kolem 10 000 lidí. Pořádá Muzeum Turnov, město Turnov.

Kámen a šperk v Turnově – seznámení se s výjimečnou tradicí českého šperkařství a kamenářství. Akce se koná na náměstí Českého ráje v Turnově s dobovým tržištěm a bohatým kulturním programem. Na akci je ukázka broušení drahých kamenů, výroba šperků, možnost naryžovat si pravé české granátky a zhlédnout rytířská klání nebo se zúčastnit jedné z řady soutěží. Akce je vždy

inspirována určitou historickou dobou nebo událostí Turnovska. Pořádá Kulturní centrum Turnov, město Turnov.

Velikonoce na Dlaskově statku – folklórní akce s bohatým kulturním programem a řemeslnými dílnami. Při této příležitosti se zde pořádá i řemeslný jarmark. Pořádá Muzeum Turnov, město Turnov

Rohozecké loučení s létem – tradiční akce na náměstí v Turnově za účasti kapel různých žánrů. Pořádá Regionální turistické informační centrum a pivovar Rohozec.

Memoriál Ludvíka Daňka – je mezinárodní atletický mítink, který se koná každoročně od roku 1999 v Turnově na počest trojnásobného olympijského medailisty Ludvíka Daňka v hodu diskem. Pořadatelé jsou AC Turnov, město Turnov.

Svatováclavské posvícení – návštěvníkům se každoročně představují řezbáři ze všech koutů republiky, aby si připomněli Karla Hajna, turnovského řezbáře, který téměř před dvaceti lety stál u zrodu této akce. Nesmí chybět ani prohlídka děl a tradiční dílna. Posvícení je spojeno s oslavou ukončení zemědělských prací, v dílně se vyrábí dožínkové věnce. Vše doplňuje řemeslnický trh a bohatý kulturní program. Pořádá město Turnov, Muzeum Turnov.

Koulení chleba – je ojedinělá show, kterou každoročně na podzim pořádá Pekárna a cukrárna Mikula, město Turnov a Klub lyžařů Turnov. Dospělí i děti zde soutěží v koulení tříkilového Mikulova pecnu ze sjezdovky dolů. Pro účastníky i soutěžící je zde zábavný program a soutěže o hodnotné ceny.

Rozsvěcení vánočního stromku – první adventní neděle se na náměstí v Turnově každoročně rozsvěcuje vánoční stromek. Tuto akci doprovází vystoupení místních hudebních sborů s vánočními koledami. Součástí jsou i adventní trhy s vánoční tematikou a nechybí ani svažené víno a trdelník. Pořádá město Turnov.

Divadelní představení – Kulturní centrum Turnov připravuje divadelní představení pro děti a dospělé na každý měsíc a zajišťuje předprodej vstupenek.

6.3 Nepravidelné kulturní akce města Turnov

V Turnově se také pořádají nepravidelné kulturní akce. Tyto akce se nekonají v pravidelných intervalech, ale i ony mají velký význam v kulturním prostředí města. Jsou to například různé koncerty a festivaly, které jsou převážně pořádány agenturami. Město Turnov jim pronajímá prostory kulturních institucí.

7 Analýza kulturních akcí za rok 2015

Cílem této analýzy je zjištění, zda finanční výdaje zůstávají v regionu Semily nebo jsou směřovány do jiných regionů České republiky. Jsou zde zkoumány pouze divadelní představení, koncerty a jiná kulturní představení, které organizovalo Kulturní centrum Turnov.

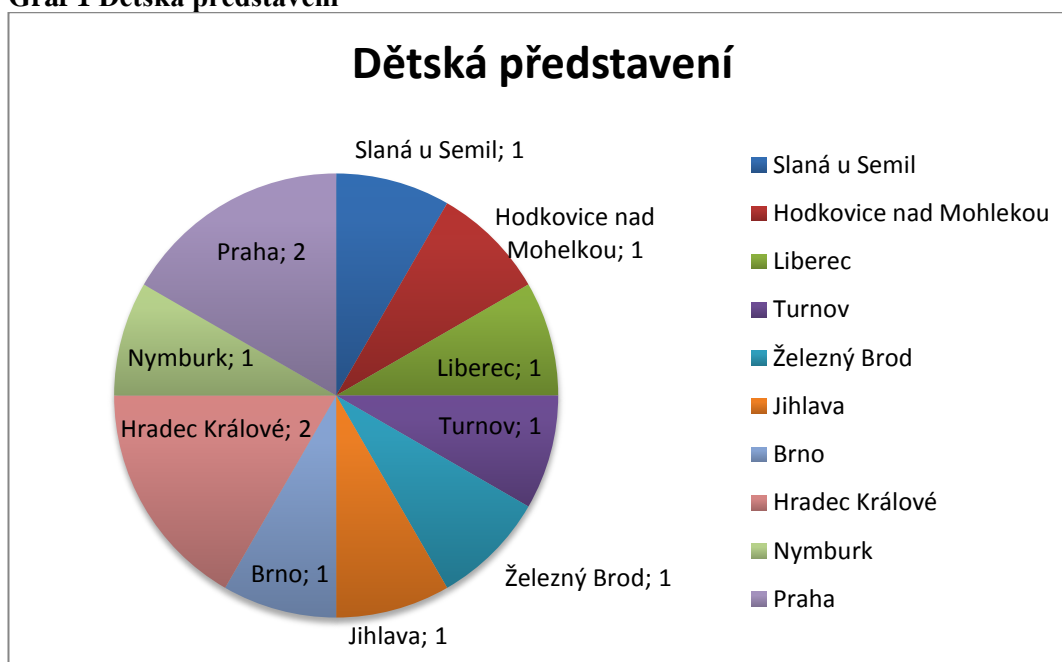
Tabulka 6 Přehled dětských představení

Dětská představení			
Datum	Název divadelní akce	Název spolku	Sídlo spolku
29. 1.	Jája, Pája a Utrífous	Divadlo Nymburk	Nymburk
14. 2.	O kočičce a pejskovi	HAD	Hodkovice nad Mohelkou
20. 2.	Jak šel Honza do světa	Divadlo na cestě Liberec	Liberec
8. 3.	Kde je princezna	Čmukaři Turnov	Turnov
19. 4.	Kytička pro Emu	Studio Hamlet	Železný Brod
1. 6.	Modrej drahokamen	De Facio Mimo Jihlava	Jihlava
27. 6.	Júlie na výletě	Divadlo KUFR	Brno
4. 7.	Povídejme si děti	Hudební divadlo dětem	Hradec Králové
18. 9.	Rozárčina postýlka	Divadlo Divadlo	Praha
16. 10.	Hrátky na pohádky	Hudební divadlo dětem	Hradec Králové
28. 11.	Čertovská pohádka	Divadelní soubor Tyl	Slaná u Semil
22. 12.	Děti moře	Divadlo KAKÁ	Praha

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 6 obsahuje seznam dětských představení za rok 2015. Na dětská představení jsou nejvíce najímány divadelní soubory z Libereckého kraje, a to celkem 5x. Dále je zde 3x zastoupen kraj Středočeský, 2x Královéhradecký. Jednou je zde zastoupen Jihomoravský kraj a Vysočina.

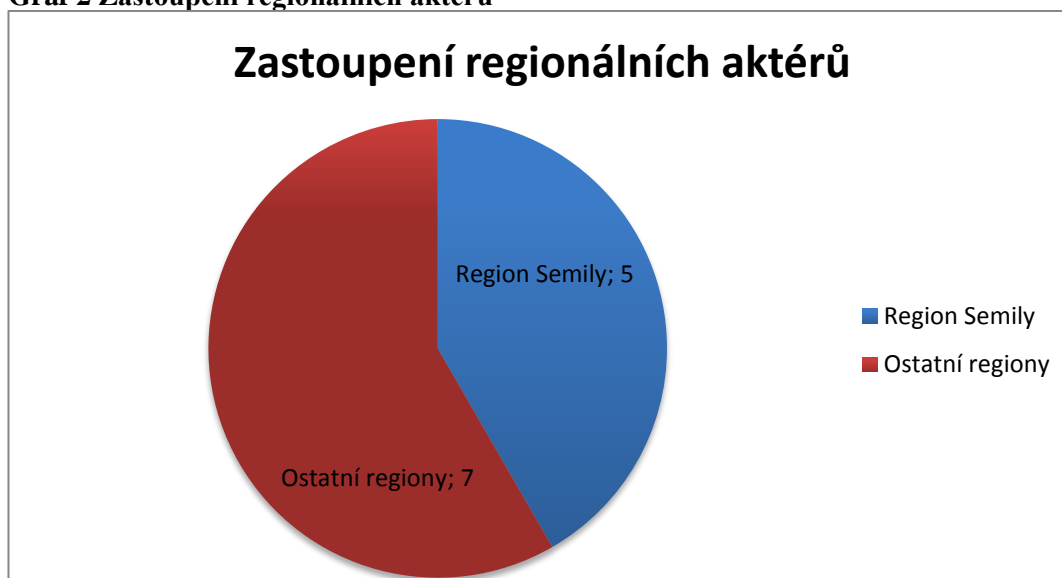
Graf 1 Dětská představení



Zdroj: vlastní zpracování

Na grafu 2 je vidět poměr zastoupení kulturních aktérů z regionu Semily a z ostatních regionů České republiky.

Graf 2 Zastoupení regionálních aktérů



Zdroj: vlastní zpracování

Celkem 7 aktérů pochází z ostatních regionů. 5 divadelních představení bylo odehráno kulturními aktéry z regionu Semily. Konkrétně jde o divadelní spolek Had z Hodkovic nad Mohelkou, Divadlo na cestě Liberec z Liberce, Čmukaři z Turnova, Studio Hamlet z Železného Brodu a divadelní soubor Tyl, který pochází ze Slané u Semil.

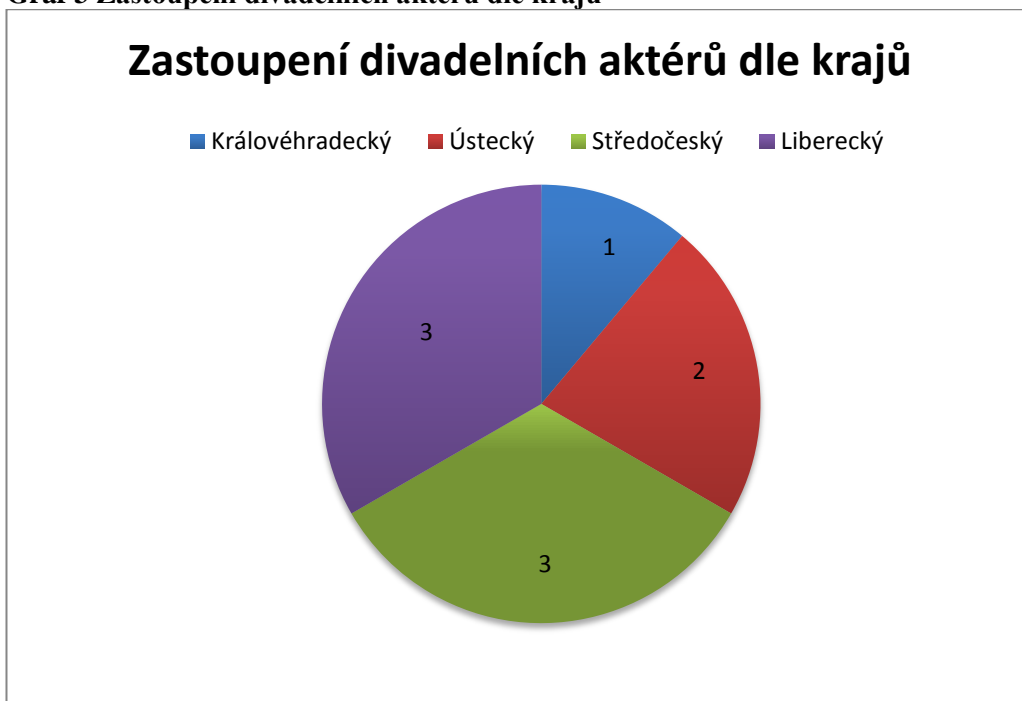
Tabulka 7 Divadelní představení pro dospělé

Divadelní představení pro dospělé			
Datum	Název divadelní akce	Název spolku	Sídlo spolku
21. 1.	Nomad	Divadlo Kolonie	Most
2. 2.	Vinnetou	Městské divadlo Kladno	Kladno
24. 2.	A Ztracym Tygr	Divadelní soubor Tyl	Slaná u Semil
2. 4.	20 let s vámi	Screamers	Praha
4. 5.	Vázání kytice	Pivovarská zahrádka	Miletín
14. 8.	Rozmarné léto	Rádobydivadlo Klapý	Klapý
13. 9	Miliony v jednoho člověka	TPS Magdaléna	Rychnov
1. 10.	Ucpanej systém	Dejvické divadlo	Praha
4. 12.	Vánoční pohlázení	Divadlo na kliku	Liberec

Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce 7 jsou zobrazeny divadelní představení pro dospělé za rok 2015. Z tabulky je zřejmé, že ani jeden soubor nepochází z Turnova. Ze Středočeského kraje přijeli odehrát svá představení 3 divadelní soubory. Vázání kytice, kterou odehrál soubor Pivovarská zahrádka, pochází z Královéhradeckého kraje. Z Ústeckého kraje přijely 2 soubory a zbytek tvoří spolky z Libereckého kraje.

Graf 3 Zastoupení divadelních aktérů dle krajů



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 3 vyznačuje jednotlivá divadelní představení odehraná divadelními spolky. Z grafu je zřejmé, že 3 soubory jsou z Libereckého kraje, ale ani jeden soubor není z města Turnov.

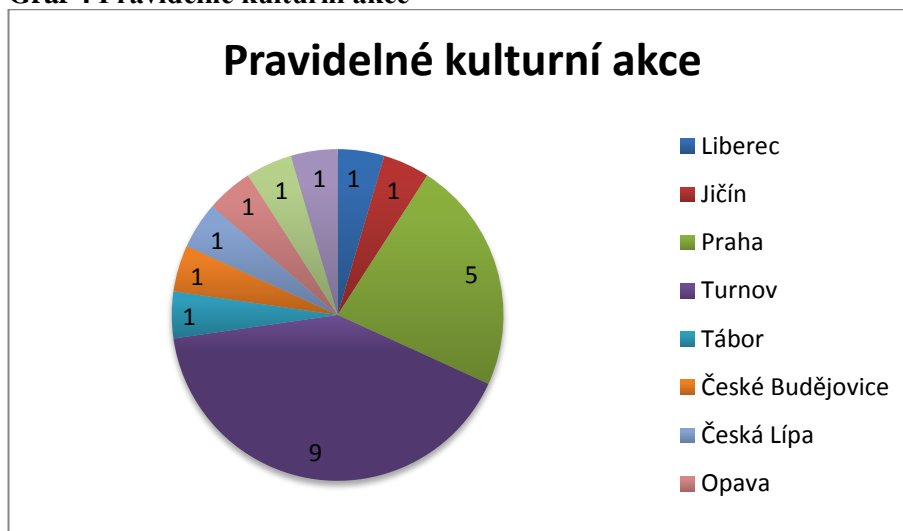
Tabulka 8 Pravidelné a vícedenní kulturní akce

Pravidelné a vícedenní kulturní akce			
Datum	Název kulturní akce	Účinkující	Sídlo
30. 1.	Městský ples	Orchestr Ladislava Bareše	Liberec
30. 1.	Městský ples	Taneční studio M Jičín	Jičín
30. 1.	Městský ples	Light Art	Praha
30. 1.	Městský ples	Livores Mortis Giuseppe	Turnov
31.3.	1. prodloužená - taneční	TŠ ILMA	Turnov
4. 4.	Velikonoční trhy	Pouličníci	Tábor
4. 4.	Velikonoční trhy	Vojta Vrtek - žonglér	České Budějovice
4. 4.	Velikonoční trhy	Skupina Toy Machine	Praha
4. 4.	Velikonoční trhy	Loutky bez hranic	Praha
25.4	2. prodloužená - taneční	TŠ ILMA	Turnov
13. 5.	Věneček	TŠ ILMA	Turnov
5. 6.	Rohozecké loučení s létem	Michal David revival	Hranice
5. 6.	Rohozecké loučení s létem	Rouden Band	Turnov
5. 6.	Rohozecké loučení s létem	Kabát Revival	Plzeň
5. 9.	Básníci Ticha 2015	Old Minka Band	Česká Lípa
5. 9.	Básníci Ticha 2015	Echt	Praha
5. 9.	Básníci Ticha 2015	Ladě	Opava
5. 9.	Básníci Ticha 2015	Garage & Tony Ducháček	Praha
28. 9.	Svatováclavské povíčení	Prorock	Turnov
28. 9.	Svatováclavské povíčení	Snap Call	Turnov
29. 11.	Vánoční trhy	Mackie Messer Klezmer band	Turnov
29. 11.	Vánoční trhy	Turnovanka	Turnov

Zdroj: vlastní zpracování dle webových stránek kcturnov.cz

V tabulce 8 je zobrazen souhrn pravidelných kulturních akcí, které jsou organizovány Kulturním centrem Turnov. Na některých akcích vystupovalo více kulturních aktérů, jsou rozepsáni jednotlivě ve sloupci účinkující.

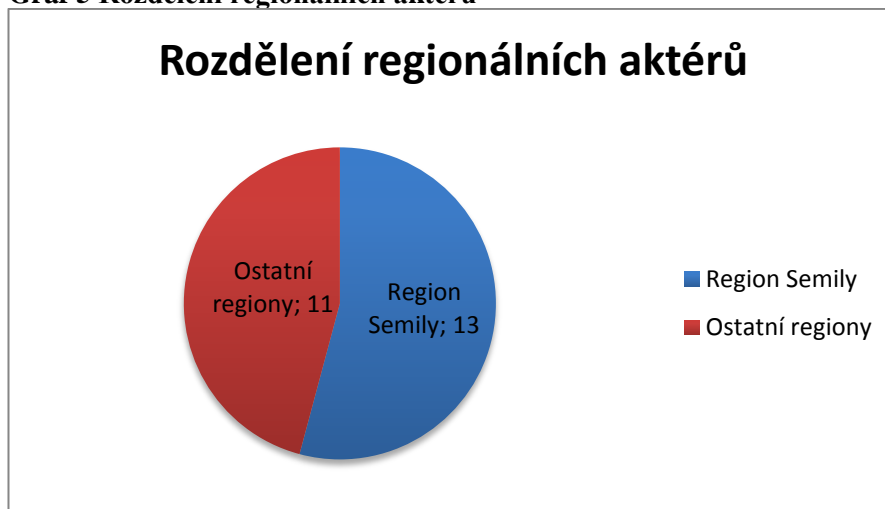
Graf 4 Pravidelné kulturní akce



Zdroj: vlastní zpracování

Na pravidelných kulturních událostech Turnova bylo nejvíce účinkujících najímáno z města Turnov a to celkem 9x, z Prahy 5x. Zbytek aktérů tvořila část z různých měst České republiky.

Graf 5 Rozdělení regionálních aktérů



Zdroj: vlastní zpracování

V grafu 5 je uvedeno, kolik regionálních aktérů je najímáno z regionu Semily a kolik z jiného. Z regionu Semily je to celkem 13 účastníků. Pocházejí z města Turnov, Jičín, Liberec, Česká Lípa. 54 % aktérů je z regionu Semily a 46 % z ostatních regionů.

8 Analýza prodejců na Staročeských řemeslnických trzích

Kulturní akce jsou velkým zdrojem finančních prostředků nejen pro pořádající kulturní události, ale také pro široké spektrum odvětví a oborů, jako jsou například občerstvovací či technické zabezpečení, dopravci, agentury. Všichni tito zmínění pocházejí ze stejných míst jako činitelé kulturních událostí. Při divadelních představeních, koncertech, a menších společenských událostech, jsou na tyto akce najímány z větší části společnosti z Turnova.

Významnou složkou kulturních událostí v Turnově jsou pravidelné každoroční Staročeské řemeslnické trhy, které se konají na turnovském náměstí a v okolí Muzea Českého ráje. Počet prodejců je početně omezen. V posledních letech je takový zájem, že se na trhy dostanou jen ti nejúspěšnější řemeslníci, které si město pečlivě samo vybírá, ale také se snaží dát příležitost i novým začínajícím prodejcům. V posledních letech počet prodejců stoupá. V roce 2016 se této akci zúčastnilo více jak 150 řemeslníků a prodejců.

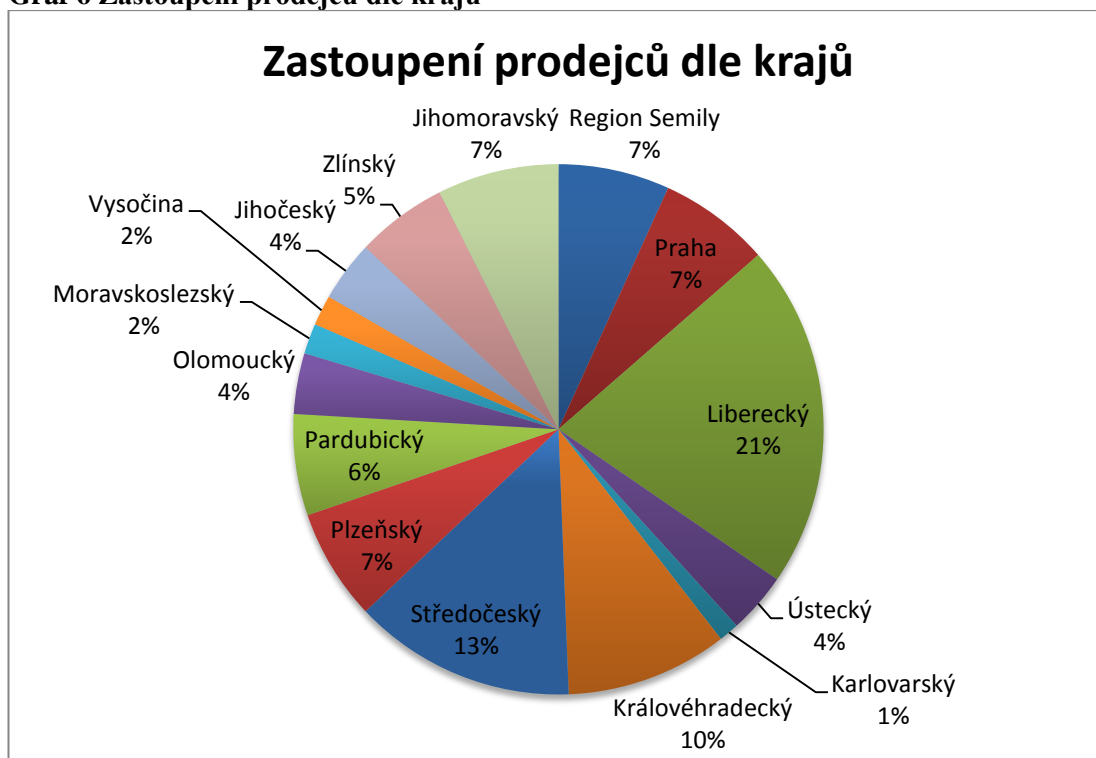
Tabulka 9 Zastoupení řemeslníků v jednotlivých krajích

Odkud pocházejí	Počet řemeslníků
Region Semily	11
Praha	11
Liberecký	34
Ústecký	6
Karlovarský	2
Královéhradecký	16
Středočeský	22
Plzeňský	11
Pardubický	10
Olomoucký	6
Moravskoslezský	3
Vysočina	3
Jihočeský	6
Zlínský	9
Jihomoravský	12
Celkem	162

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 9 znázorňuje počet řemeslníků prodávajících své produkty na trzích konaných v Turnově. Prodejci jsou rozděleni dle krajů, kde mají sídlo své firmy. Pro lepší přehlednost je region Semily znázorněn zvlášť.

Graf 6 Zastoupení prodejců dle krajů



Zdroj: vlastní zpracování

Na grafu 6 lze vidět zastoupení prodejců dle krajů, ve kterých mají sídlo podnikání. Nejvíce prodejců pochází z Libereckého kraje (celkem 21 %). Druhým nejvíce zastoupeným regionem je kraj Středočeský s 13 %. Z Královéhradeckého kraje přijíždí 10 % prodejců. Z Jihomoravského, Plzeňského kraje a Prahy přijíždí 7 % prodejců. Ve stejném zastoupení jsou i prodejci z regionu Semily (region je vyznačen samostatně, není součástí Libereckého kraje). Pardubický kraj tvoří 6 % prodejců, 5 % ze Zlínského kraje a 4 % z Ústeckého, Jihočeského, Olomouckého kraje. Nejméně prodejců přijíždí z Vysočiny, Moravskoslezského a Karlovarského kraje. Jmenný přehled společně s činnostmi a sídlem jednotlivých prodejců je uveden v příloze 1.

Z Libereckého kraje jezdí na Staročeské řemeslnické trhy do Turnova nejvíce prodejci. Je to dáno především vzdáleností a dostupností daného místa konané akce. Je pochopitelné, že prodejci více preferují trhy, které se konají v jejich okolí. Nejvíce prodejci je pak z okolních krajů, což lze předpokládat, že je dáno také vzdáleností.

Zhodnocení kapitoly

Ze všech druhů kulturních událostí jako jsou divadla, koncerty a jiné akce mají celkově trhy, ať už například farmářské nebo právě tyto Staročeské řemeslnické trhy největší potenciál k udržení finančních prostředků vynaložených na organizování trhů v regionu a jeho okolí.

9 Analýza ekonomických dopadů kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016

Současné trhy tradičních řemesel, jejichž realizaci zajišťuje Spolek přátel Muzea Českého ráje v Turnově ve spolupráci s Muzeem Českého ráje v Turnově, se zaměřují na záchranu a prezentaci kulturního dědictví, především na záchranu uměleckořemeslné tvorby. Projekt se obrací na nejširší veřejnost napříč věkovými, sociálními skupinami obyvatelstva. Oslovuje také turisty z jiných krajů Čech, kteří přijíždějí do Českého ráje. Staročeské řemeslnické trhy jsou pořádány s bohatým kulturním programem, v němž se prezentují amatérské folklórní, hudební a divadelní soubory a výkonní umělci. Zúčastňuje se více jak 150 řemeslníků z České republiky. Cílem projektu Staročeských trhů tradičních řemesel je vytvoření příležitosti a prostoru k setkání řemeslníků prezentujících tradiční lidová řemesla. Akce atraktivní formou seznamuje veřejnost s kulturním potenciálem regionu a umožňuje návštěvníkům zapojit se do procesu oživení tradiční kultury např. aktivní účastí při demonstracích tradičních výrobních postupů (např. hrnčířství, tkaní, soustružení dřeva, paličkování ad.). Turnovské staročeské trhy se tak stávají neodmyslitelnou součástí kulturního života obyvatel celého regionu.

Cílem zkoumání bylo zjistit ekonomický dopad kulturní události „Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016“. Událost probíhala **od 28. 5. – 29. 5. 2016**. Akce proběhla za finanční podpory Libereckého kraje a města Turnov.

9.1 Jednoduchý způsob výpočtu ekonomických dopadů kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016

Nejdříve byly vypočítány přímé výdaje účastníků kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016, které zůstávají v regionu. V tabulce nejsou zahrnuty výdaje na dopravu, neboť mají minimální dopad na region Turnov. Není zde sídlo žádného dopravce.

Z tabulky 10 lze vyčíst, kolik utratil průměrný účastník kulturní akce z Turnova, z regionu a z jiného kraje ČR. Data byla získána z dotazníkového šetření a již jsou očištěna od DPH.

Tabulka 10 Přímé výdaje účastníka v regionu

Přímé výdaje účastníka v regionu					
Účastníci akce	Kavárny, restaurace, občerstvení	Prodejny s potravinami	Ubytování	Nákup suvenýrů v souvislosti s návštěvou akce	Celkem
Obyvatelé Turnova	111,65 Kč	7,93 Kč	0,00 Kč	47,27 Kč	166,85 Kč
Obyvatelé regionu	167,60 Kč	7,36 Kč	0,00 Kč	19,59 Kč	194,55 Kč
Obyvatelé jiného kraje	245,87 Kč	9,83 Kč	93,80 Kč	67,35 Kč	416,85 Kč
Celkem	525,12 Kč	25,12 Kč	93,80 Kč	134,21 Kč	778,25 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Podle zprávy ze Zpravodaje města (červenec 2016) kulturní událost Staročeské řemeslnické trhy navštívilo odhadem 10 000 návštěvníků. Z toho bylo přibližně 5 000 návštěvníků z Turnova, 3 000 z regionu Turnov a 2 000 návštěvníků z jiných krajů ČR.

Pokud se bude počítat s těmito údaji a vynásobí se s průměrnými výdaji na jednoho návštěvníka, získají se tím přímé výdaje návštěvníků kulturní akce, resp. přímé ekonomické dopady kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016 (viz. tabulka 11).

Tabulka 11 Přímé výdaje účastníků v regionu

Přímé výdaje účastníků v regionu					
Účastníci akce	Kavárny, restaurace, občerstvení	Prodejny s potravinami	Ubytování	Nákup suvenýrů v souvislosti s návštěvou akce	Celkem
Obyvatelé Turnova	558 250 Kč	39 650 Kč	0,00 Kč	236 350 Kč	834 250 Kč
Obyvatelé regionu	502 800 Kč	22 080 Kč	0,00 Kč	58 770 Kč	583 650 Kč
Obyvatelé jiného kraje	491 740 Kč	19 660 Kč	187600 Kč	134 700 Kč	833 700 Kč
Celkem	1 552 790 Kč	81 390 Kč	187600 Kč	429 820 Kč	2 251600 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Obyvatelé Turnova, kteří navštívili kulturní událost, celkem utratili 834 250 Kč. Peněžní výdaje účastníků kulturní akce, kteří bydlí v regionu, jsou 583 650 Kč. Obyvatelé z jiných krajů utratili 833 700 Kč. Výdaje všech návštěvníků akce tak dohromady činí 2 251 600 Kč. Z tabulky 9 vyplývá, že nejvíce peněz utráceli návštěvníci za občerstvení v kavárnách a restauracích. Výdaje za občerstvení činily 1 552 790 Kč. Nákup suvenýrů v souvislosti s návštěvou akce zaujímá druhou nejvyšší výdajovou položku, která činí 429 820 Kč. Jelikož návštěvníků z jiných krajů bylo na kulturní události nejméně, byly výdaje na ubytování nízké (187 600 Kč).

9.2 SIOT tabulky

Ke stanovení nepřímých dopadů kulturní události Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016 je třeba vypočítat multiplikátor, který je vypočítán pomocí symetrických input output tabulek.

9.3 Výpočty multiplikátorů produkce

Tabulka 12 Multiplikátor produkce různých položek

Název položky	Multiplikátor produkce
Doprava	1,124
Pomocné služby v dopravě	1,259
Stravování	1,087
Ubytování	1,016
Kulturní služby	1,275
Služby organizací	1,143
Potraviny	1,468
Maloobchod	1,241

Zdroj: vlastní zpracování

9.4 Multiplikátor produkce

Pro výpočet ekonomických dopadů kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2015 se autorka zaměřila na multiplikátor produkce, který měří množství celkové produkce daného odvětví, vytvořené v ekonomice České republiky v důsledku zvýšení výdajů účastníků kulturní akce.

Tabulka 13 Výdaje obyvatele Turnova v Kč

Výdaje obyvatele Turnova v Kč				
Obyvatelé Turnova	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Výdaje na pohonné hmoty	4,29	1,124	4,8	9,09
Parkování	0	1,259	0	0
MHD	0,66	1,124	0,7	1,36
Vlak	0	1,124	0	0
Občerstvení	111,7	1,087	121,4	233,1
Potraviny	7,93	1,468	11,6	19,53
Ubytování	0	1,016	0	0
Suvenýry	47,27	1,241	58,6	105,87
Průměrné výdaje na osobu	171,85		197,1	368,95

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 13 udává výdaje jednoho účastníka kulturní akce z města Turnov. Přímé efekty na jednu osobu jsou 171, 85 Kč, nepřímé efekty 197, 1 Kč a celkové efekty 368, 95 Kč.

Pokud se vynásobí průměrné výdaje jedné osoby 5 000, což je odhadovaný počet účastníků z města Turnov, přímé efekty kulturní akce vzrostou na 859 250 Kč, nepřímé efekty na 985 500 Kč a efekty celkem 1 844 750 Kč.

Tabulka 14 Výdaje obyvatele v regionu v Kč

Výdaje obyvatele regionu v Kč				
Obyvatelé regionu	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Výdaje na pohonné hmoty	52,02	1,124	58,5	110,5
Parkování	4,46	1,259	5,6	10,1
MHD	9,87	1,124	11,1	21,0
Vlak	5,18	1,124	5,8	11,0
Občerstvení	167,6	1,087	182,2	349,8
Potraviny	7,36	1,468	10,8	18,2
Ubytování	0	1,016	0	0,0
Suvenýry	19,59	1,241	24,3	43,9
Průměrné výdaje na osobu	266,08		298,3	564,4

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 14 vyznačuje výdaje jednoho účastníka kulturní akce z regionu Semily. Pokud se výsledky vynásobí s odhadovaným počtem účastníků, což je 3 000, přímé efekty činí 798 240 Kč, nepřímé efekty 894 900 Kč, celkové efekty 1 693 200 Kč.

Tabulka 15 Výdaje obyvatele jiných krajů

Výdaje obyvatele jiných krajů v Kč				
Obyvatelé jiných krajů	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Výdaje na pohonné hmoty	139,26	1,124	156,5	295,8
Parkování	9,67	1,259	12,2	21,8
MHD	10,58	1,124	11,9	22,5
Vlak	48,35	1,124	54,3	102,7
Občerstvení	245,87	1,087	267,3	513,1
Potraviny	9,83	1,468	14,4	24,3
Ubytování	93,8	1,016	95,3	189,1
Suvenýry	67,36	1,241	83,6	151,0
Průměrné výdaje na osobu	624,72		695,5	1320,2

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 15 znázorňuje výdaje jednoho účastníka kulturní akce, který pochází z jiného kraje, než je region Semily. Podle odhadů kulturní akci navštívilo 2 000 návštěvníků z jiných krajů. Přímé efekty na tento počet účastníků činí 1 249 440 Kč, nepřímé efekty 1 391 000 Kč, celkové efekty 2 640 400 Kč.

Tabulka 16 Výdaje jednoho účastníka v Kč

Průměrné výdaje	Přímé údaje	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Z Turnova	171,85		197,1	368,95
Z regionu	266,08		298,3	564,4
Z jiných krajů	624,72		695,5	1320,2
Průměr	354,2	2,12	396,9	751,2

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 16 znázorňuje výdaje jednoho účastníka, přičemž je jedno, odkud účastník na danou akci přichází.

Přímé efekty všech návštěvníků činí 2 906 930 Kč, nepřímé efekty jsou 3 271 400 Kč. Celková produkce se díky nepřímým efektům zvýšila o 6 178 350 Kč. Multiplikátor produkce lze vyjádřit vzorcem:

- $\text{Celkové efekty} / \text{přímé efekty} = 2,1$

9.5 Zhodnocení kapitoly

Kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016 se zúčastnilo na 10 000 návštěvníků, kteří podle jednoduchého výpočtu ekonomických dopadů díky této akci v regionu celkem utratili 2 251 600 Kč. Rozpočet byl stanoven na 1 400 000 Kč. Kulturní událost přinesla do regionu větší finanční obnos, než byly náklady na akci Staročeské řemeslnické trhy, 2016 a to o 851 600 Kč.

Podle strukturální analýzy návštěvníci kulturní události průměrně utratili 2 906 930 Kč a díky nepřímým efektům byla celková produkce zvýšena na 6 178 350 Kč. Tyto efekty se nevztahují nejen na region, ale na celou ekonomiku České republiky.

Nejvíce účastníků bylo z města Turnov, proto v celkovém měřítku utratili nejvíce peněz na kulturní akci. Pokud bychom porovnávali výdaje na jednu osobu, nejvíce utratili účastníci akce z jiných krajů České republiky.

Multiplikátor produkce byl stanoven 2, 12. Multiplikátor byl stanoven pod podmínkou, že zvýšení produkce v regionu Semily ovlivní nejen ekonomiku regionu, ale i ekonomiku jako celek. Pomocí multiplikátoru lze také vyjádřit, o kolik se zvýší produkce při zvýšení výdajů za služby cestovního ruchu, při zvýšení počtu návštěvníků nebo při prodloužení pobytu účastníka.

10 Závěr

Cílem diplomové práce bylo vymezit ekonomické dopady pořádání kulturní akce v Turnově. Praktická část byla především zaměřena na analýzu kulturních událostí pořádaných v roce 2015 a strukturální analýzu, kterou byly zjištěny ekonomické dopady kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy.

Stanoveného cíle bylo dosaženo pomocí zjištění hodnoty multiplikátoru turistických výdajů vybrané kulturní události. Strukturální analýzou bylo zjištěno, jaká je hodnota multiplikátoru produkce kulturní akce Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016, jejíž výše je 2,12. Právě o toto číslo se zvýší produkce, pokud se zvýší výdaje za služby kulturního cestovního ruchu. Nebo také pokud se zvýší počet turistů či se prodlouží pobyt návštěvníka.

Podle jednoduchého výpočtu ekonomických dopadů díky kulturní akci účastníci v regionu utratili 2 251 600 Kč. Rozpočet byl stanoven na 1 400 000 Kč. Kulturní událost přinesla do regionu větší finanční obnos, než byly náklady na událost Staročeské řemeslnické trhy 2016 a to o 851 600 Kč.

Dle strukturální analýzy návštěvníci kulturní akce průměrně utratili 2 906 930 Kč a díky nepřímým efektům byla celková produkce zvýšena na 6 178 350 Kč. Tyto efekty se nevztahují pouze na region, ale na ekonomiku celé České republiky.

Z analýzy kulturních událostí vyplývá, na jaký druh kulturních událostí jsou najímáni aktéři z Turnova a na které jsou naopak najímáni aktéři z regionu. Návštěvníci divadelních představení pro děti i dospělé pocházejí převážně z jiných regionů než z regionu Semily. Jeden z hlavních důvodů je kapacitní a profesionální obsazení. V regionu Semily se nenachází divadelní soubory, které by přitáhly tolik diváků a které by mohly obsadit kapacitu divadla. Nejvíce aktérů z regionu Semily působilo v tradičních kulturních akcích regionálního měřítká. (staročeské trhy, a pravidelné kulturní události) - 54 % aktérů bylo z regionu a z ostatních regionů pocházelo 46 %.

Kulturní akce jsou zdrojem finančních prostředků nejen pro aktéry kulturních událostí, ale také pro velké množství různých odvětví, jako například občerstvení, technické zabezpečení, doprava, umělecké spolky. Všichni tito pocházejí ze stejných míst jako aktéři kulturních událostí. Co se týče občerstvení na divadelních představeních a koncertech či menších pravidelných akcí, jsou najímány výhradně společnosti z Turnova.

Jedním z nejvýznamnějších prvků kulturních akcí v Turnově jsou pravidelné staročeské řemeslnické trhy, které jsou detailněji rozebrány v kapitole 8. V této kapitole byli řemeslníci prodávající jejich výrobky rozděleni podle regionů, v kterých se nachází místo jejich podnikání či trvalé bydliště. Z důvodu zjištění, zda staročeské řemeslnické trhy využívají více prodejci z regionu Semily anebo z různých regionů České republiky. Tímto výzkumem bylo zjištěno, že nejvíce prodejců pochází z Libereckého kraje – celkem 21 %. Druhým nejvíce zastoupeným regionem je kraj Středočeský s 13 %. Z Královéhradeckého kraje přijíždí 10 % prodejců. Z Jihomoravského, Plzeňského kraje a Prahy přijíždí 7 % prodejců. Ve stejném zastoupení jsou i prodejci z regionu Semily (region je vyznačen samostatně, není součástí Libereckého kraje). Pardubický kraj tvoří 6 % prodejců, 5 % ze Zlínského kraje a 4 % z Ústeckého, Jihočeského, Olomouckého kraje. Nejméně prodejců přijíždí z Vysočiny, Moravskoslezského a Karlovarského kraje.

Ze všech druhů kulturních událostí jako jsou divadla, koncerty a jiné akce mají celkově trhy, ať už například farmářské nebo právě tyto Staročeské řemeslnické trhy největší potenciál k udržení finančních prostředků vynaložených na organizování trhů v regionu a jeho okolí.

Ze strukturální analýzy i z jednoduchého výpočtu vyplývá, že pořádání kulturních akcí má pozitivní ekonomický dopad, jak na region, tak i na ekonomiku celé České republiky. Z těchto analýz vyplývá, že kulturní sektor není ten, který potřebuje financovat z veřejných rozpočtů, ale především ten, který je zdrojem financí pro další odvětví.

Analýza rozpočtu města udává, že kulturní centrum Turnov vykazuje každým rokem vyšší příjmy, než v předchozích letech. Větší počet pořádaných kulturních

akcí a také vyšší návštěvnost se pozitivně odráží na rostoucích příjmech. Ze srovnání s jinými obdobně velkými městy vyplývá, že výdaje všech jsou stejně velké.

Jako doporučení pro zvýšení ekonomických dopadů kulturních událostí by autorka navrhla soustředit se na organizování regionální akcí, jako jsou staročeské řemeslnické trhy a častější tradiční akce.

11 Seznam literatury

BAČUVČÍK, Radim. *Marketing kultury: Divadlo, koncerty, publikum, veřejnost*. Zlín: Verbum, 2012, 198 s. ISBN 978-808-7500-170.

BLAŽEK, J.; UHLIŘ, D. *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, klasifikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2002. 211 s. ISBN 80-246-0384-5.

BUDIL, Ivo, 2003 cit. podle Hana NOVOTNÁ et al. *Společnost a životní prostředí v regionálním rozvoji*. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje, 2011, 122 s. ISBN 978-80-87174-11-1.

CLARK, Greg. *Local development benefits from staging global events*. Paříž: OECD, ©2008, 180 s. ISBN 92-640-4206-7

ČADIL, Jan. *Regionální ekonomie : Teorie a aplikace*. 1. vyd. Praha: C.H.Beck, 2010. 176 s. ISBN 978-80-7400-191-8

HAMPL, M. a kol. *Regionální struktura a vývoj systému osídlení v ČR*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 1987. 225 s. ISBN neuvedeno.

HRONOVÁ, Stanislava. *Praktikum z národního účetnictví*. Vydání první. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1997. 184 s. ISBN 80-7079-879-3

JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008, 284 s. ISBN 978-80-247-2724-0.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 92 s. ISBN 978-80-87147-05-4. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/5730ec1b-6510-4d64-ad81-86f39f23813a/GetFile5_4.pdf

KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: Nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966-X.

LIESKOVSKÁ, Vanda. *Marketing města. Image města a jejich význam v aktivním cestovním ruchu: Úloha měst jako kulturních center v aktivním cestovním ruchu: sborník přednášek*. Vyd. 1. Ostrava: Repronis, 2002, s. 58-61. ISBN 80-7329-014-6.

PALMER, Robert. PALMER-RAE ASSOCIATES. *European Cities and Capitals of Culture*. Study Prepared for the European Commission. Brusel: Palmer-Rae Associates, 2004, 235 s. Dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc654_en.pdf

PATOČKA, Jiří a Eva HEŘMANOVÁ. *Lokální a regionální kultura v České republice: Kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Praha: ASPI, 2008, 199 s. ISBN 978-807-3573-478

RAA, Thijs Ten. *The economics of input-output analysis*. první vydání. Cambridge: Cambridge university Press, 2005. 197 s. ISBN 0-521-60267-X

RASSEM, Mohammed, 1987 cit. podle Jiří PATOČKA a Eva HEŘMANOVÁ. *Lokální a regionální kultura v České republice: Kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Praha: ASPI, 2008, 199 s. ISBN 978-807-3573-478.

ROJÍČEK, Marek. *Strukturální analýza české ekonomiky*. Pracovní sešity CES VŠEM. 2006, Č.1. ISSN 1801-2728

ROJÍČEK, Marek. *Klíčová odvětví v české ekonomice z pohledu input-output analýzy*. Pracovní sešity CEM VŠEM. 2007, Č.2. ISSN 0322-788x

SAMUELSON, Paul A. *Ekonomie*. Vyd.18. Praha: Nakladatelství Svoboda 2007. ISBN 978-80-205-0590-3

STEJSKAL, Jan a Jaroslav KOVÁRNÍK. *Regionální politika a její nástroje*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 212 s. ISBN 978-80-7367-588-2.

ŠINDLER, Petr. *Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada, 2003, 236 s. ISBN 80-247-0646-6.

ŠKARDOVÁ, Alžběta. *Význam projektu Evropských hlavních měst kultury pro rozvoj cestovního ruchu*. 2011. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Liběna Jarolímková. Dostupné z: <http://theses.cz/id/j4f0lt/>

TAJTÁKOVÁ, Mária et al. *Marketing kultúry: Ako oslovit' a udržat' si publikum*. Bratislava: EUROKÓDEX, s. r. o., 2010, 260 s. ISBN 978-80-89447-29-9.

VAVRLA, Lukáš; ROJÍČEK, Marek. Sestavování symetrických input - output tabulek a jejich aplikace. *Statistika: Ekonomicko - statistický časopis*. 2006, 1, s. 28-43

Internetové zdroje:

FELLEGIÓVÁ, E. *Cestovní ruch v rámci regionálního rozvoje*. Disertační práce, Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, České Budějovice, 2009. 127 s. Dostupné z WWW: <<http://www.uloz.to/2074585/cr-v-ramci-regionalnihorozvoje-pdf>>.

Charakteristika okresu SEMILY. *Český statistický úřad* [online]. 2016 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xl/charakteristika_okresu_sm

Jak spočítat ekonomické dopady a získat více peněz pro váš projekt [online]. 2016 [cit. 2016-10-22]. Dostupné z: <http://www.kulkal.cz/download/ebook-jak-spocitat-ekonomicke-dopady.pdf>

Kultura. *Město Turnov* [online]. 2016 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://www.turnov.cz/cs/kultura-4/>

MARKOVÁ, Blanka. *Role kulturních events v regionálním rozvoji: Případová studie Pražské Quadriennale* [online]. Ostrava, 2012 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://konference.osu.cz/svk/sbornik2012/pdf/budoucnost/socialniGeografie/Markova.pdf>

Rozpočet 2015. *Město Turnov* [online]. 2016 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://www.turnov.cz/cs/mesto/rozpocet-mesta-1.html>

Rozpočet 2015. *Český Krumlov* [online]. 2016 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://obcan.ckrumlov.info/docs/cz/rozpocetmesta.xml>

Rozpočet 2015. *Jičín* [online]. 2016 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <https://www.mujiin.cz/rozpocet/ds-12157>

Rozpočet 2015. *Nymburk* [online]. 2016 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z:
<http://www.mesto-nymburk.cz/index.php?sekce=2&zobraz=uredni-deska>

THE ECONOMY OF CULTURE IN EUROPE. *THE ECONOMY OF CULTURE IN EUROPE* [online]. 2006 [cit. 2016-11-21]. Dostupné z:
<http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf>

RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice* [online]. Praha, 2010 [cit. 2016-05-17]. Dostupné z:
<http://www.idu.cz/media/document/multiplikacni-efekty-2010.pdf>

Regionální turistické informační centrum. Město Turnov [online]. 2016 [cit. 2016-6-15]. Dostupné z: <http://www.infocentrum-turnov.cz/cs/regionalni-turisticke-informacni-centrum-turnov-1/>

Vzdělávací centrum Turnov. *Zakládací smlouva* [online]. 2016 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://www.vctu.cz/?q=search/node/smlouva>

Zákon 248/2000 Sb. o podpoře regionálního rozvoje. *Zákony pro lidi* [online]. 2016 [cit. 2016-05-26]. Dostupné z:<http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-248/cast1>

12 Seznam grafů

Graf 1 Dětská představení.....	46
Graf 2 Zastoupení regionálních aktérů.....	46
Graf 3 Zastoupení divadelních aktérů dle krajů.....	48
Graf 4 Pravidelné kulturní akce	50
Graf 5 Rozdělení regionálních aktérů	50
Graf 6 Zastoupení prodejců dle krajů.....	52

13 Seznam tabulek

Tabulka 1 Input-output analýzy	33
Tabulka 2 Symetrická input-output tabulka v členění produkt x produkt	34
Tabulka 3 Rozpočet města Turnov a jeho výdaje na kulturní zařízení	37
Tabulka 4 Přehled příjmů z kulturních událostí.....	38
Tabulka 5 Kulturní akce pořádané městem Turnov v roce 2015	40
Tabulka 6 Přehled dětských představení.....	45
Tabulka 7 Divadelní představení pro dospělé.....	47
Tabulka 8 Pravidelné a vícedenní kulturní akce	49
Tabulka 9 Zastoupení řemeslníků v jednotlivých krajích	51
Tabulka 10 Přímé výdaje účastníka v regionu	55
Tabulka 11 Přímé výdaje účastníků v regionu.....	55
Tabulka 12 Multiplikátor produkce různých položek.....	56
Tabulka 13 Výdaje obyvatele Turnova v Kč	57
Tabulka 14 Výdaje obyvatele v regionu v Kč.....	57
Tabulka 15 Výdaje obyvatele jiných krajů	58
Tabulka 16 Výdaje jednoho účastníka v Kč	58

14 Přílohy

Příloha 1 Jmenný seznam Prodejců

Příloha 2 Zaznamenané odpovědi respondentů

Příloha 3 Dotazník

Příloha 1 Jmenný seznam prodejců

Jméno	Činnost podnikání	Sídlo společnosti	Kraj
Adamčíková Helena	batika	Uhonice	Praha
Ateliér Dobrunda	šperky	Praha	Praha
Atelier na vlně	výrobky z tkalcoviny	Bošice, Čkyně	Jihočeský
Ateliér Prometheus	skleněné šperky	Dolní Poustevna	Ústecký
Atelier Tomanec Jiří	bronzové šperky	Haná	Olomoucký
Baladránová Zdena	keramika	Žďár	Středočeský
Baňasová Martina	háčkované čepice	Železný Brod	Liberecký
Bartoňová Irena	keramika	Slavonice	Jihočeský
Bernard Karel	občerstvení	Choceň	Pardubický
Blahová Jarmila	keramika	Sušice	Plzeňský
Blahová Petra	hrnčířství	Nové Město nad Metují	Královéhradecký
Boudníková Petra	brašny	Chotěvice	Královéhradecký
Brůnová Dana	občerstvení	Radostná pod Kozákovem	Liberecký
Bulva Vlastimil	občerstvení	Jesenný	Liberecký
Burešová Pavla	košíkářství	Brno	Jihomoravský
Cinerová/Kadlčíková	mýdla	Uherský Brod	Zlínský
Čadovi Eva a Michal	keramika	Praha	Praha
Čech-Rážová Ivana	trdelníky	Praha	Praha
Dandová Iveta	výrobky z orobince	Mnichovo Hradiště	Středočeský
Denková Štěpánka	keramika	Plzeň	Plzeňský
Devera Milan	sádrové figurky	Čáslav	Středočeský
Dlouhý Milan	uzenářství	Turnov	Turnovsko
Dobra plus s.r.o. Möller	Kožedělná výroba	Turnov	Turnovsko
Dobry Petr	řezbář	Nižbor	Středočeský
Doležalová Karolína	vitráže a šperky	Příbram	Středočeský
Domov Harcov	chráněná dílna	Liberec	Liberecký
Dostálík Milan	výroba židlí	Bystřice pod Hostýnem	Zlínský
Občanské sdružení Drak	chráněná dílna	Liberec	Liberecký
Dudek Martin	keramika	Bojkovice	Zlínský
Dvořák Jiří	řemeslník	Kutná Hora	Středočeský
EDRI kréma	občerstvení	Zákupy	Liberecký
EK Keramika s.r.o.	keramika	Brno	Jihomoravský
Fišer Václav	keramika	Hrádek u Rokycan	Plzeňský
Floriánová Jana	občerstvení, cukrovinky	Turnov	Turnovsko
Fokus	Ostatní - výrobky sociálně terapeutických dílen	Turnov	Turnovsko
Franěk Otakar	dřevo, hračky	Milovice	Středočeský
Fučík Vladimír	vonné svíčky	Praha	Praha
Gabesamová	malba na hedvábí	Pardubice	Pardubický
Hartl Pavel	skleněné figurky	Smržovka	Liberecký
Havlík František	řezba dřeva	Heřmanův Městec	Pardubický
Hladík Pavel	paličkování	Děčín	Ústecký
Hlaváčková Lenka	šperky, doplňky, dekorace	Hlohovice	Plzeňský
Hlavatý Vladislav	koření	Louny	Ústecký
Hlubuček Jiří	keramika, drátování	Stráž nad Nisou	Liberecký

Hodboďovi Jaroslav a Marie	ručně tkané výrobky, kované výrobky	Mnichovo Hradiště	Středočeský
Hoffmann Jan	dřevo, hračky	Bozkov	Liberecký
Hofmanová Martina	textilní hračky, bylinkové škapulíře	Nová Paka	Královéhradecký
Holec Bohuslav	šperky, kůže a kameny	Jablonec nad Nisou	Liberecký
Holečková Mirka	kroje	Nové Město nad Metují	Královéhradecký
Holub Radek	výrobky ze dřeva	Třebeň	Karlovarský
Hronová Lenka	látková dekorace	Jablonec nad Nisou	Liberecký
Jakušová Marie	keramika	Pocinovice	Plzeňský
Jánský Lubomír	formičky	Dobruška	Královéhradecký
Jarkovský – Ignisferra	svícny - umělecké kovářství	Pardubice	Pardubický
Jendrušková Jana	cukrovinky	Benešov	Středočeský
Jeníčkovi	potahové tkaniny	Ždírec nad Doubravou	Vysočina
Ježková Edita	výroba klobouků	Nový Jičín	Moravskoslezský
Jiráková Jana	výroba sýrů	Chodov	Karlovarský
Josifová Eliška	perníky	Žantov	Středočeský
Kaiser František	dřevěné zbraně	Kladno	Středočeský
Karasová Andrea	keramika	Napajedla	Zlínský
KERAMIKA DUB s.r.o.	keramika	Valašské Meziříčí	Zlínský
Klamertová Irena	výrobky ze sušených květin	Praha	Praha
Kliment Richard	výroba nožů	Sedlčany	Středočeský
Kohout Jaroslav	výroba, oprava a restaurování houslí	Liberec	Liberecký
Konopek Petr	krkonošské sirupy	Vrchlabí	Královéhradecký
Koplová Daniela	svíčky z včelího vosku, mýdla	Blansko	Jihomoravský
Kos Jiří	keramika	Vrbice	Jihomoravský
Košková Silvie	textil	Malá Skála	Liberecký
Kouřilová Markéta	bavlněné nákupní tašky	Praha	Praha
Krejbičová Markéta	paličkování	Kadaň	Ústecký
Krejčí Jarmila	výroba mýdel	Olomouc	Olomoucký
Krejčovská Jana	keramika	Pardubice	Pardubický
KREJČOVSTVÍ BETTY	textilní doplňky	Jevíčko	Pardubický
Kručanicová Růžena	výroba svíček	Jiřice	Jihomoravský
Kubínová Silvie	hrnčířské zboží	Rádlo	Liberecký
Kučerňák Milan	dřevěné bytové doplňky	Nevojice	Jihomoravský
Kudrnová Pavlína	bramborové placky	Holice	Pardubický
Laurinová Libuše	sklo	Zásada	Liberecký
Lindenthalová Dana	textil - sítotisk	Brandýs nad Labem	Středočeský
Lutka David	bižuterie	Zbraslavice	Středočeský
Machovič Milan	řezbářské výrobky	Ježovy	Plzeňský
Matiovska Veronika	smaltované výrobky	Náměstí na Hané	Olomoucký
Matura Pavel	přírodní koupelové soli	Kolinec	Plzeňský
Medovinka s.r.o. (ing. Vladimír Saifr)	medovina	Hlinsko	Pardubický
Meinerová Lenka	ručně tkaný textil	Nové Město pod Smrkem	Liberecký
Melišová Marie	kožené zboží	Dobřany	Plzeňský

Melyna Ciosova	bramborové spirály	Břidlična	Moravskoslezský
Mezníková Marie	přírodní kosmetika	Neslovice	Jihomoravský
Moštěk Antonín	keramika	Vlčnov	Zlínský
Mrňák Josef	dřevěné šperky	Hejnice	Liberecký
Mudrová Blanka	kožené kabelky	Rynárec	Vysočina
Mýdlárna u dvou koček	přírodní mýdla	Hradec Králové	Královéhradecký
Novotná Jolana	loutky a keramika	Děčín	Ústecký
Numisma – Štuncovi	kovolitectví	Sychrov	Liberecký
Obročníkovi	bronzové relikvy šperků	Turnov	Turnovsko
Oliva Ladislav	malované sklo	Železný Brod	Liberecký
Ondruškovi	kožené věci	Zlín	Zlínský
Ott Martin	pražené oříšky	Plzeň	Plzeňský
Ouhřabková Marcela	skleněné výrobky	Železný Brod	Liberecký
Oujeský Marek	knihařství	Boskovice	Jihomoravský
Oujezdská Dana	staročeská krása	Velký vřeštov	Královéhradecký
Palíšková Marcela	keramika	Myslejovice	Olomoucký
Palmeova Kateřina	textil	Dobřichovice	Středočeský
Papala Jozef	výrobky ze dřeva	Strání	Zlínský
Parsi – Žďárská Kamila	skleněné šperky	Turnov	Turnovsko
Paulů Vlasta	výroba textilu z lenu a bavlny	Vrchlabí	Královéhradecký
Pazdúr Jaromír	sýry	Ostrava	Moravskoslezský
Pecková Šárka	bylinkové výrobky	Týnec nad Labem	Středočeský
Plecháčová Lucie, Mgr.	textilní výrobky	Lánov	Královéhradecký
Pobřísl – Svobodová	přírodní vonné pytlíky	Písek	Jihočeský
Posilovna občerstvení	občerstvení	Liberec	Liberecký
Prouzová Lada	ozdoby z korálků	Lovčice	Královéhradecký
Pušovi Lada a Milan	perníky	Týn nad Vltavou	Jihočeský
Radosta Jan – Keramika U Koček	keramika	Veselí nad Lužnicí	Jihočeský
Radvan Jan	přírodní produkty	Nalžovské hory	Plzeňský
Rašková Romana	kreativní tvorba	Kolín	Středočeský
Rigová Markéta Mgr.	výrobky ze dřeva	Křemže	Jihočeský
Růtová Jiřina	perníky, kraslice	Všelibice	Liberecký
Růžičková Ladislava	repliky pohárů, spon z cínu	Turnov	Turnovsko
Řezníková Miroslava	dřevěné šperky	Železný Brod	Liberecký
Sádovský František	výrobky ze dřeva	Chrudim	Pardubický
Sdružení TULIPAN	chráněná dílna	Liberec	Liberecký
Sedláčková Eva	trdelníky	Brno	Jihomoravský
Sitková Marie	kovářské výrobky	Turnov	Turnovsko
Slavík František	dřevěné formy na výrobu perníků	Křivoklát	Středočeský
Slepánek Alois	dřevěné výrobky	Brodek u Konice	Olomoucký
Sobotka Karel	figurky ze skla	Železný Brod	Liberecký
Stárek Miloš	smaltové šperky	Liberec	Liberecký
Stodůlková Lenka	keramika	Dvůr Králové nad Labem	Královéhradecký
Šlechta Miloslav	kožené výrobky	Rančívov	Vysočina
Štarha Petr	nožířství	Moravská Třebová	Pardubický
Štefanová Zuzana	keramika	Praha	Praha
Štrohalmová Zdeňka	figurky ze skla	Železný Brod	Liberecký
Švéda Lubomír	koření	Hradec Králové	Královéhradecký
Tatoušková Eva	výroba krojů	Nové Město nad Metují	Královéhradecký

Tilajcsiková Zuzana	košíkářství	Veltrusy	Středočeský
Tomeš Pavel	kožené šperky	Vrchlabí	Královéhradecký
Ulbertová Jana	bižuterie	Praha	Praha
Ulrichová Kristýna	paličkování, vyšívání, batika	Nový Bor	Liberecký
Urbanová Petra	preclíky	Mladá Boleslav	Středočeský
Valentová Iveta	skleněné figurky	Semily	Liberecký
Válková Jana	šperky	Lomnice nad Popelkou	Liberecký
Vančura Jiří	bižuterie	Jablonec nad Nisou	Liberecký
Vaňková Edita	plstěné figurky	Velké Meziříčí	Jihomoravský
Vazačová Arnoštka	šperky	Květnice	Středočeský
Večeřová Ludmila	keramika	Buchlovice	Zlínský
Vegit point	občerstvení	Jablonec nad Nisou	Liberecký
Vetengl Miloš	doplňky ze skla a oceli	Dolní Bělá	Plzeňský
Vítková Emilie	vlněné ovčí výrobky	Kunštát	Jihomoravský
Vorel Jakub	broušené kameny	Roztoky u Jilemnice	Liberecký
Vosáhlová Věra	výrobky z kůže	Chlumeck nad Cidlinou	Královéhradecký
Vybíralová Jana	orientální šátky	Turnov	Turnovsko
Vyhliídsko Ivan	korkové výroby, proutěné výroby	Turnov	Turnovsko
Weberová Pavla	výrobky z dutých perlí	Praha	Praha
Zábranová Dana	krušnohorská pojízdná krčma	Boleboř	Ústecký
Zahradník Michal	výrobky ze skla	Praha	Praha
Zadražilová Lenka	Perník	Turnov	Turnovsko
Zatloukalová Miloslava	slaměné ozdoby	Brodek u Konice	Olomoucký
Zeman Luboš	dřevěné hračky	Brno	Jihomoravský
Zeman Petr	hlavolamy	Liberec	Liberecký
ZK ATELIÉR, Kořínek	keramika	Zvířetice	Středočeský

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 2 Zaznamenané odpovědi respondentů

Obyvatelé Turnova					
Pořadí	Výdaje za pohonné hmoty - vlastní automobil	Výdaje za parkování - vlastní automobil	Veřejná doprava	Vlak	Jiné
1.	0	0	0	0	0
2.	0	0	0	0	0
3.	0	0	0	0	0
4.	0	0	0	0	0
5.	100	0	0	0	0
6.	0	0	0	0	0
7.	0	0	0	0	0
8.	0	0	0	0	0
9.	0	0	0	0	0
10.	0	0	0	0	0
11.	0	0	0	0	0
12.	0	0	0	0	0
13.	0	0	0	0	0
14.	0	0	0	0	0
15.	100	0	0	0	0
16.	0	0	0	0	0
17.	0	0	0	0	0
18.	0	0	0	0	0
19.	0	0	0	0	0
20.	0	0	0	0	0
21.	0	0	0	0	0
22.	0	0	0	0	0
23.	0	0	0	0	0
24.	0	0	0	0	0
25.	200	0	0	0	0
26.	0	0	0	0	0
27.	0	0	0	0	0
28.	0	0	0	0	0
29.	0	0	0	0	0
30.	0	0	0	0	0
31.	0	0	0	0	0
32.	0	0	0	0	0
33.	0	0	0	0	0
34.	0	0	0	0	0
35.	0	0	0	0	0

36.	0	0	0	0	0
37.	0	0	0	0	0
38.	0	0	0	0	0
39.	0	0	0	0	0
40.	50	0	0	0	0
41.	30	0	0	0	0
42.	0	0	0	0	0
43.	0	0	0	0	0
44.	0	0	0	0	0
45.	10	0	0	0	0
46.	0	0	0	0	0
47.	0	0	0	0	0
48.	0	0	0	0	0
49.	0	0	0	0	0
50.	0	0	0	0	0
51.	0	0	0	0	0
52.	0	0	0	0	0
53.	0	0	0	0	0
54.	0	0	0	0	0
55.	0	0	0	0	0
56.	0	0	0	0	0
57.	0	0	0	0	0
58.	0	0	0	0	0
59.	0	0	0	0	0
60.	0	0	0	0	0
61.	0	0	0	0	0
62.	0	0	0	0	0
63.	0	0	0	0	0
64.	0	0	0	0	0
65.	0	0	0	0	0
66.	0	0	0	0	0
67.	0	0	0	0	0
68.	0	0	0	0	0
69.	0	0	0	0	0
70.	20	0	0	0	0
71.	10	0	0	0	0
72.	0	0	0	0	0
73.	0	0	0	0	0
74.	0	0	0	0	0
75.	0	0	0	0	0
76.	0	0	0	0	0
77.	0	0	0	0	0

78.	0	0	0	0	0
79.	0	0	0	0	0
80.	0	0	0	0	0
81.	0	0	0	0	0
82.	0	0	0	0	0
83.	0	0	20	0	0
84.	0	0	20	0	0
85.	0	0	0	0	0
86.	0	0	0	0	0
87.	0	0	20	0	0
88.	0	0	20	0	0
89.	0	0	0	0	0
90.	0	0	0	0	0
91.	0	0	0	0	0
92.	0	0	0	0	0
93.	0	0	0	0	0
94.	0	0	0	0	0
95.	0	0	0	0	0
96.	0	0	0	0	0
97.	0	0	0	0	0
98.	0	0	0	0	0
99.	0	0	0	0	0
100.	0	0	0	0	0
Součet	520	0	80	0	0
Očistění od DPH	430	0	66	0	0
Průměr	4,30	0	0,66	0	0

Obyvatelé Turnova						
Pořadí	Kavárny, restaurace, občerstvení	Prodejny s potravinami	Ubytování	Nákup suvenýrů v souvislosti návštěvy akce	Nákup suvenýrů či jiných věcí kvůli navštívené akci	Jiné
1.	300	0	0	100	0	0
2.	300	0	0	0	0	0
3.	250	0	0	250	0	0
4.	250	0	0	0	0	0
5.	280	0	0	0	0	0
6.	0	100	0	0	0	0
7.	300	0	0	50	0	0
8.	300	150	0	0	0	0
9.	250	0	0	50	0	0

10.	0	25	0	0	0	0
11.	80	0	0	100	0	0
12.	80	0	0	0	0	0
13.	550	0	0	0	0	0
14.	100	0	0	0	0	0
15.	0	100	0	200	0	0
16.	380	0	0	90	0	0
17.	550	0	0	0	0	0
18.	0	200	0	0	0	0
19.	250	0	0	90	0	0
20.	300	0	0	0	0	0
21.	0	75	0	90	0	0
22.	180	0	0	50	0	0
23.	200	100	0	0	0	0
24.	0	0	0	100	0	0
25.	150	0	0	0	0	0
26.	100	0	0	90	0	0
27.	280	0	0	0	0	0
28.	100	0	0	300	0	0
29.	0	0	0	0	0	0
30.	0	0	0	200	0	0
31.	100	0	0	0	0	0
32.	80	0	0	450	0	0
33.	350	0	0	0	0	0
34.	450	0	0	0	0	0
35.	0	0	0	0	0	0
36.	200	0	0	100	0	0
37.	300	0	0	0	0	0
38.	500	0	0	200	0	0
39.	0	0	0	250	0	0
40.	100	0	0	0	0	0
41.	150	0	0	500	0	0
42.	200	0	0	0	0	0
43.	0	0	0	0	0	0
44.	300	0	0	250	0	0
45.	350	0	0	0	0	0
46.	0	0	0	0	0	0
47.	0	0	0	100	0	0
48.	0	60	0	100	0	0
49.	0	0	0	100	0	0
50.	0	0	0	0	0	0
51.	200	0	0	0	0	0
52.	450	0	0	230	0	0
53.	0	0	0	0	0	0
54.	0	80	0	280	0	0
55.	300	0	0	0	0	0
56.	0	0	0	0	0	0
57.	100	0	0	280	0	0
58.	150	0	0	0	0	0
59.	0	0	0	0	0	0

60.	0	0	0	0	0	0
61.	0	0	0	0	0	0
62.	200	0	0	0	0	0
63.	250	0	0	100	0	0
64.	0	0	0	0	0	0
65.	0	70	0	0	0	0
66.	0	0	0	90	0	0
67.	200	0	0	0	0	0
68.	300	0	0	0	0	0
69.	550	0	0	150	0	0
70.	100	0	0	0	0	0
71.	150	0	0	0	0	0
72.	0	0	0	0	0	0
73.	0	0	0	200	0	0
74.	0	0	0	0	0	0
75.	200	0	0	0	0	0
76.	0	0	0	0	0	0
77.	0	0	0	140	0	0
78.	100	0	0	0	0	0
79.	0	0	0	0	0	0
80.	90	0	0	0	0	0
81.	0	0	0	150	0	0
82.	110	0	0	0	0	0
83.	0	0	0	0	0	0
84.	0	0	0	0	0	0
85.	500	0	0	200	0	0
86.	0	0	0	0	0	0
87.	200	0	0	0	0	0
88.	0	0	0	0	0	0
89.	350	0	0	0	0	0
90.	0	0	0	0	0	0
91.	200	0	0	90	0	0
92.	0	0	0	0	0	0
93.	0	0	0	0	0	0
94.	100	0	0	0	0	0
95.	0	0	0	0	0	0
96.	0	0	0	0	0	0
97.	0	0	0	0	0	0
98.	0	0	0	0	0	0
99.	100	0	0	0	0	0
100.	0	0	0	0	0	0
Součet	13510	960	0	5720	0	0
Očištění od DPH	11165	793	0	4727	0	0
Průměr	111,65	7,93	0	47,27	0	0

Obyvatelé regionu					
Pořadí	Výdaje za pohonné hmoty - vlastní automobil	Výdaje za parkování - vlastní automobil	Veřejná doprava	Vlak	Jiné
1.	0	0	100	0	0
2.	0	0	84	0	0
3.	0	0	0	45	0
4.	0	0	0	45	0
5.	50	60	0	0	0
6.	50	30	0	0	0
7.	50	0	0	0	0
8.	70	0	0	0	0
9.	70	0	0	0	0
10.	50	60	0	0	0
11.	50	60	0	0	0
12.	50	0	0	0	0
13.	100	0	0	0	0
14.	100	0	0	0	0
15.	100	0	0	0	0
16.	100	0	0	0	0
17.	200	0	0	0	0
18.	200	60	0	0	0
19.	150	30	0	0	0
20.	50	0	0	0	0
21.	0	0	150	0	0
22.	50	0	0	0	0
23.	100	30	0	0	0
24.	20	0	0	0	0
25.	20	0	0	0	0
26.	20	0	0	0	0
27.	10	0	0	0	0
28.	0	0	50	0	0
29.	100	0	0	0	0
30.	100	60	0	0	0
31.	100	60	0	0	0
32.	0	0	0	80	0
33.	80	0	0	0	0
34.	80	0	0	0	0
35.	80	30	0	0	0
36.	80	0	0	0	0
37.	0	0	150	0	0

38.	100	30	0	0	0
39.	100	0	0	0	0
40.	50	0	0	0	0
41.	50	0	0	0	0
42.	0	0	50	0	0
43.	100	0	0	0	0
44.	100	0	0	0	0
45.	130	0	0	0	0
46.	130	0	0	0	0
47.	130	0	0	0	0
48.	0	0	60	0	0
49.	75	0	0	0	0
50.	75	0	0	0	0
51.	75	0	0	0	0
52.	100	0	0	0	0
53.	100	0	0	0	0
54.	100	0	0	0	0
55.	100	0	0	0	0
56.	100	0	0	0	0
57.	0	0	0	80	0
58.	200	0	0	0	0
59.	80	0	0	0	0
60.	80	0	0	0	0
61.	80	0	0	0	0
62.	0	0	150	0	0
63.	50	0	0	0	0
64.	50	0	0	0	0
65.	50	0	0	0	0
66.	0	0	0	137	0
67.	20	0	0	0	0
68.	20	0	0	0	0
69.	20	0	0	0	0
70.	20	0	0	0	0
71.	100	0	0	0	0
72.	100	0	0	0	0
73.	80	0	0	0	0
74.	0	0	50	0	0
75.	0	0	50	0	0
76.	80	0	0	0	0
77.	80	0	0	0	0
78.	80	0	0	0	0
79.	0	0	0	90	0

80.	0	0	0	90	0
81.	100	0	0	0	0
82.	100	0	0	0	0
83.	130	0	0	0	0
84.	130	0	0	0	0
85.	0	0	60	0	0
86.	0	0	60	0	0
87.	0	0	150	0	0
88.	0	0	30	0	0
89.	100	30	0	0	0
90.	50	0	0	0	0
91.	50	0	0	0	0
92.	50	0	0	0	0
93.	0	0	0	30	0
94.	0	0	0	30	0
95.	100	0	0	0	0
96.	100	0	0	0	0
97.	100	0	0	0	0
98.	50	0	0	0	0
99.	130	0	0	0	0
100.	20	0	0	0	0
Součet	6295	540	1194	627	0
Očištění od DPH	5202	446	987	518	0
Průměr	52,02	4,46	9,87	5,18	0

Obyvatelé regionu						
Pořadí	Kavárny, restaurace, občerstvení	Prodejny s potravinami	Ubytování	Nákup suvenýrů v souvislosti návštěvy akce	Nákup suvenýrů či jiných věcí kvůli navštívené akci	Jiné
1.	500	0	0	100	0	0
2.	1000	250	0	0	0	0
3.	250	0	0	0	0	0
4.	300	0	0	0	0	0
5.	600	0	0	0	0	0
6.	0	60	0	0	0	0
7.	550	0	0	0	0	0
8.	300	0	0	0	0	0
9.	100	0	0	0	0	0
10.	0	0	0	0	0	0
11.	250	0	0	80	0	0

12.	100	0	0	0	0	0
13.	550	0	0	0	0	0
14.	100	0	0	0	0	0
15.	0	0	0	250	0	0
16.	900	200	0	0	0	0
17.	1000	0	0	0	0	0
18.	0	0	0	0	0	0
19.	500	0	0	100	0	0
20.	300	100	0	0	0	0
21.	0	0	0	0	0	0
22.	400	0	0	0	0	0
23.	200	0	0	0	0	0
24.	100	50	0	80	0	0
25.	250	30	0	0	0	0
26.	100	0	0	0	0	0
27.	250	0	0	0	0	0
28.	500	0	0	0	0	0
29.	0	0	0	150	0	0
30.	300	0	0	100	0	0
31.	250	0	0	0	0	0
32.	100	0	0	0	0	0
33.	350	0	0	0	0	0
34.	450	0	0	0	0	0
35.	0	0	0	0	0	0
36.	500	0	0	200	0	0
37.	200	0	0	0	0	0
38.	300	0	0	250	0	0
39.	300	0	0	0	0	0
40.	150	0	0	0	0	0
41.	100	0	0	0	0	0
42.	0	0	0	0	0	0
43.	350	0	0	0	0	0
44.	100	0	0	0	0	0
45.	200	0	0	0	0	0
46.	200	0	0	0	0	0
47.	450	0	0	0	0	0
48.	300	0	0	100	0	0
49.	100	0	0	0	0	0
50.	0	100	0	0	0	0
51.	0	0	0	0	0	0
52.	0	0	0	0	0	0
53.	350	0	0	0	0	0
54.	400	0	0	0	0	0
55.	0	0	0	0	0	0
56.	700	0	0	0	0	0
57.	350	0	0	200	0	0
58.	100	0	0	0	0	0
59.	0	0	0	0	0	0
60.	250	0	0	0	0	0

61.	0	0	0	100	0	0
62.	100	0	0	0	0	0
63.	0	0	0	0	0	0
64.	250	0	0	100	0	0
65.	350	0	0	0	0	0
66.	0	0	0	0	0	0
67.	0	0	0	80	0	0
68.	450	0	0	0	0	0
69.	100	0	0	0	0	0
70.	200	0	0	0	0	0
71.	450	0	0	0	0	0
72.	0	0	0	0	0	0
73.	200	0	0	0	0	0
74.	0	0	0	100	0	0
75.	0	0	0	0	0	0
76.	350	0	0	0	0	0
77.	0	0	0	0	0	0
78.	0	0	0	0	0	0
79.	250	0	0	0	0	0
80.	100	0	0	0	0	0
81.	0	0	0	0	0	0
82.	0	0	0	0	0	0
83.	250	0	0	0	0	0
84.	500	0	0	250	0	0
85.	0	0	0	0	0	0
86.	0	0	0	0	0	0
87.	0	0	0	0	0	0
88.	0	0	0	30	0	0
89.	300	0	0	0	0	0
90.	0	0	0	0	0	0
91.	150	100	0	100	0	0
92.	0	0	0	0	0	0
93.	0	0	0	0	0	0
94.	80	0	0	0	0	0
95.	0	0	0	0	0	0
96.	0	0	0	0	0	0
97.	0	0	0	0	0	0
98.	0	0	0	0	0	0
99.	250	0	0	0	0	0
100.	0	0	0	0	0	0
Součet	20280	890	0	2370	0	0
Očištění od DPH	16760	736	0	1959	0	0
Průměr	167,60	7,36	0	19,59	0	0

Obyvatelé jiného kraje					
Pořadí	Výdaje za pohonné hmoty - vlastní automobil	Výdaje za parkování - vlastní automobil	Veřejná doprava	Vlak	Jiné
1.	250	30	0	0	0
2.	250	60	0	0	0
3.	1000	0	0	0	0
4.	0	0	20	0	0
5.	0	0	20	0	0
6.	0	0	0	500	0
7.	0	0	0	500	0
8.	300	90	0	0	0
9.	300	90	0	0	0
10.	500	30	0	0	0
11.	0	0	80	0	0
12.	200	0	0	0	0
13.	200	0	0	0	0
14.	250	0	0	0	0
15.	1000	90	0	0	0
16.	0	0	0	200	0
17.	300	60	0	0	0
18.	300	30	0	0	0
19.	800	0	0	0	0
20.	900	0	0	0	0
21.	0	0	150	0	0
22.	200	60	0	0	0
23.	100	30	0	0	0
24.	500	0	0	0	0
25.	500	0	0	0	0
26.	800	0	0	0	0
27.	0	0	0	500	0
28.	0	0	50	0	0
29.	0	0	0	200	0
30.	0	0	0	200	0
31.	0	0	20	0	0
32.	600	90	0	0	0
33.	200	0	0	0	0
34.	300	60	0	0	0
35.	0	0	0	600	0
36.	0	0	80	0	0
37.	0	0	80	0	0

38.	0	0	0	200	0
39.	0	0	0	300	0
40.	350	60	0	0	0
41.	350	0	0	0	0
42.	0	0	50	0	0
43.	100	30	0	0	0
44.	250	30	0	0	0
45.	250	0	0	0	0
46.	150	0	0	0	0
47.	0	0	0	200	0
48.	0	0	60	0	0
49.	0	0	0	300	0
50.	0	0	0	200	0
51.	200	30	0	0	0
52.	200	60	0	0	0
53.	250	0	0	0	0
54.	300	0	0	0	0
55.	300	30	0	0	0
56.	200	0	0	0	0
57.	0	0	0	300	0
58.	0	0	50	0	0
59.	0	0	20	0	0
60.	250	0	0	0	0
61.	250	0	0	0	0
62.	0	0	0	150	0
63.	200	30	0	0	0
64.	200	0	0	0	0
65.	200	0	0	0	0
66.	0	0	20	0	0
67.	250	0	0	0	0
68.	200	0	0	0	0
69.	0	0	80	0	0
70.	0	0	0	300	0
71.	150	0	0	0	0
72.	150	0	0	0	0
73.	150	0	0	0	0
74.	0	0	50	0	0
75.	0	0	50	0	0
76.	0	0	0	200	0
77.	200	30	0	0	0
78.	0	0	60	0	0
79.	150	60	0	0	0

80.	0	0	80	0	0
81.	100	0	0	0	0
82.	100	0	0	0	0
83.	100	0	0	0	0
84.	0	0	80	0	0
85.	0	0	60	0	0
86.	0	0	60	0	0
87.	0	0	0	500	0
88.	100	30	0	0	0
89.	100	30	0	0	0
90.	150	0	0	0	0
91.	100	0	0	0	0
92.	150	0	0	0	0
93.	0	0	0	300	0
94.	100	0	0	0	0
95.	0	0	60	0	0
96.	200	0	0	0	0
97.	200	0	0	0	0
98.	100	0	0	0	0
99.	350	30	0	0	0
100.	0	0	0	200	0
Součet	16850	1170	1280	5850	0
Očištění od DPH	13926	967	1058	4835	0
Průměr	139,26	9,67	10,58	48,35	0

Obyvatelé jiného kraje						
Pořadí	Kavárny, restaurace, občerstvení	Prodejny s potravinami	Ubytování	Nákup suvenýrů v souvislosti návštěvy akce	Nákup suvenýrů či jiných věcí kvůli navštívené akci	Jiné
1.	2500	100	700	1200	0	0
2.	1000	0	800	0	0	0
3.	0	200	0	0	0	0
4.	600	100	1200	0	0	0
5.	500	0	0	0	0	0
6.	0	80	0	0	0	0
7.	1000	0	600	0	0	0
8.	500	0	0	0	0	0
9.	550	0	0	0	0	0
10.	150	0	0	0	0	0
11.	0	0	0	0	0	0
12.	0	0	0	0	0	0

13.	1000	0	0	0	0	0
14.	900	0	0	0	0	0
15.	0	0	0	0	0	0
16.	900	0	0	0	0	0
17.	1000	0	0	0	0	0
18.	200	0	0	0	0	0
19.	0	0	0	500	0	0
20.	650	0	0	0	0	0
21.	550	60	0	0	0	0
22.	250	90	0	0	0	0
23.	600	0	1200	800	0	0
24.	550	0	0	0	0	0
25.	900	0	600	0	0	0
26.	0	100	0	0	0	0
27.	0	50	0	0	0	0
28.	1000	0	550	0	0	0
29.	550	0	0	0	0	0
30.	400	0	0	150	0	0
31.	800	0	800	0	0	0
32.	100	0	0	0	0	0
33.	250	0	0	0	0	0
34.	250	0	0	200	0	0
35.	1000	0	700	0	0	0
36.	550	0	0	0	0	0
37.	200	0	0	0	0	0
38.	0	100	0	0	0	0
39.	0	60	0	0	0	0
40.	0	50	0	0	0	0
41.	0	100	0	0	0	0
42.	350	0	0	0	0	0
43.	100	0	0	0	0	0
44.	100	0	0	0	0	0
45.	450	0	0	0	0	0
46.	0	0	0	0	0	0
47.	0	0	0	0	0	0
48.	250	0	0	0	0	0
49.	100	0	0	600	0	0
50.	300	0	0	0	0	0
51.	200	0	0	0	0	0
52.	0	0	0	0	0	0
53.	0	0	0	0	0	0
54.	0	0	0	0	0	0
55.	0	0	0	0	0	0
56.	0	0	0	100	0	0
57.	0	0	0	0	0	0
58.	250	0	0	0	0	0
59.	550	0	0	0	0	0
60.	0	0	0	0	0	0
61.	350	0	0	0	0	0
62.	800	0	0	0	0	0
63.	0	0	0	0	0	0

64.	0	100	0	0	0	0
65.	250	0	0	0	0	0
66.	0	0	0	0	0	0
67.	100	0	0	0	0	0
68.	150	0	0	0	0	0
69.	0	0	0	0	0	0
70.	200	0	0	0	0	0
71.	450	0	0	0	0	0
72.	0	0	0	0	0	0
73.	200	0	0	0	0	0
74.	550	0	1200	0	0	0
75.	0	0	0	0	0	0
76.	0	0	0	350	0	0
77.	250	0	0	0	0	0
78.	200	0	800	0	0	0
79.	0	0	0	0	0	0
80.	100	0	0	0	0	0
81.	150	0	0	0	0	0
82.	0	0	0	0	0	0
83.	0	0	0	0	0	0
84.	250	0	0	0	0	0
85.	600	0	0	0	0	0
86.	0	0	0	0	0	0
87.	0	0	0	100	0	0
88.	200	0	1000	0	0	0
89.	100	0	0	0	0	0
90.	0	0	0	0	0	0
91.	350	0	0	600	0	0
92.	0	0	0	0	0	0
93.	900	0	600	0	0	0
94.	550	0	0	2000	0	0
95.	0	0	0	0	0	0
96.	0	0	0	800	0	0
97.	1000	0	600	0	0	0
98.	0	0	0	750	0	0
99.	0	0	0	0	0	0
100.	0	0	0	0	0	0
Součet	29750	1190	11350	8150	0	0
Očištění od DPH	24587	983	9380	6736	0	0
Průměr	245,87	9,83	93,80	67,36	0	0

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 3 Dotazník

Šetření pro zjištění ekonomických dopadů akce „Staročeské řemeslnické trhy, Turnov 2016“

Dobrý den,

Jmenuji se Kateřina Petrláková a jsem studentkou Ekonomické fakulty České zemědělské univerzity v Praze. Zpracovávám diplomovou práci na téma Vliv kulturních a jiných akcí na rozvoj regionu. Tímto bych Vás chtěla požádat o vyplnění dotazníku, který je součástí mé práce a má za úkol zjistit ekonomický dopad této kulturní akce. Dotazník je určen pouze pro studijní účely a je zcela anonymní.

Předem děkuji za Váš čas věnovaný mému průzkumu.

1) V jakém městě/obci žijete?

2) Proč jste se rozhodli navštívit tuto kulturní akci?

- Kulturní akce
- Návštěva známých
- Jel/a jsem kolem
- Jiný _____

3) Jak vysoké jsou Vaše výdaje v souvislosti s návštěvou akce?

(Uveďte prosím za všechny Vaše členy účastnící se akce).

Výdaje za pohonné hmoty (vlastní automobil)	_____ Kč
Výdaje za parkování (vlastní automobil)	_____ Kč
Veřejná doprava (např. MHD, autobus, taxi)	_____ Kč
Jiné	_____ Kč

4) Další následné výdaje

Kavárny, restaurace, občerstvení	_____ Kč
Prodejny s potravinami	_____ Kč
Ubytování	_____ Kč
Nákup suvenýrů v souvislosti s návštěvou akce	_____ Kč

Nákup suvenýrů či jiných věcí kvůli navštívené akci _____ Kč

Jiné _____ Kč

5) Kolik členů Vaší domácnosti se účastní této akce?

(Za kolik osob vyplňujete tento dotazník)?

1

4

2

5

3

6 a více

6) Jaký je hlavní záměr Vaší cesty (výletu)?

7) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Základní

SŠ bez maturity

SŠ

VŠ

8) Jak jste se o této akci dozvěděli?

facebook

plakát

od známých

jiné _____