

Analýza ekonomického dopadu
Asociace hudebních festivalů
České republiky 2011

Tereza Raabová a kol.
Economic impactT v.o.s.
2012

Tereza Raabová a kol.

Analýza ekonomického dopadu Asociace hudebních festivalů České republiky 2011

Vydal Economic impacT v.o.s.

Vydání první
Praha, 2012

© Economic impacT v.o.s., 2012

ISBN 978-80-260-1727-1

Executive summary

- Předkládaná studie analyzuje ekonomické dopady deseti hudebních festivalů, které jsou členem Asociace hudebních festivalů České republiky.
- Na všech deset festivalů bylo v roce 2011 prodáno či darováno celkem **108 131 vstupenek**. Tyto vstupenky využilo přibližně 46 485 unikátních návštěvníků, z nichž každý navštívil průměrně cca 2 koncerty v rámci jednoho festivalu.
- Průměrně festivaly AHF ČR navštívilo 60,1 % místních návštěvníků (s bydlištěm v tomtéž městě), 19,2 % z jiných míst daného kraje, 14,2 % z jiných krajů ČR a 6,5 % ze zahraničí.
- Návštěvníci utratili **53,7 mil. Kč za vstupenky na festivaly. Dalších 51,9 mil. Kč utratili v souvislosti s návštěvou festivalu** za ubytování, stravu, dopravu, další služby a nákupy. Z toho 19,4 mil. Kč utratili v ČR zahraniční návštěvníci, které sem festival přilákal, jedná se tedy o nový příjem („čisté přínosy“) pro českou ekonomiku.
- Ekonomiku rozpohybovaly také **výdaje pořadatelů festivalů**, které dosahovaly **cca 216 mil. Kč** (včetně hodnoty barterových smluv).
- Celkem výdaje návštěvníků a festivalů měly dopad na **zvýšení obratu (produkce) české ekonomiky o 516,9 mil. Kč**, z toho **140,4 mil. Kč připadlo na zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HDP)**.
- **Zisky dodavatelů** zboží a služeb pro festivaly a jejich návštěvníky se zvýšily **o 24,8 mil. Kč**.
- Výdaje festivalů i jejich návštěvníků dokázaly vygenerovat přes **190 stálých pracovních míst**.
- Zaměstnanci festivalů a všech dodavatelských firem pro festivaly a jejich návštěvníky získali **63,5 mil. Kč ve formě mezd a zákonného pojištění**.
- Díky festivalům stát získal přibližně 17,2 mil. Kč na dani z přidané hodnoty a spotřebních daních, 16,5 mil. Kč v podobě daní z příjmů fyzických a právnických osob, 4,2 mil. Kč ve formě jiných daní a poplatků a dalších 21,3 mil. Kč na sociálním a zdravotním pojištění. Celkem tedy **veřejné rozpočty získaly díky festivalům AHF ČR 59,3 mil. Kč**.
- Průměrně 20 % rozpočtu každého festivalu odvedl pořadatel a jeho dodavatelé státu ve formě daní a zákonného pojištění.
- Díky festivalům se zvýšil **celkový obrat ekonomických subjektů sídlících ve městech konání festivalů minimálně o 283,5 mil. Kč**, místní hrubá přidaná hodnota se zvýšila nejméně o 60,9 mil. Kč a bylo vytvořeno více než 100 stálých pracovních míst.
- Zprávy o festivalech byly zveřejněny v mnoha českých i zahraničních médiích. Tyto zprávy představovaly pro pořadatelská města, resp. kraje i celou Českou republiku **propagaci jakožto kulturní turistické destinace** o mediální hodnotě v řádu stovek miliónů korun.
- Festivaly mají kromě ekonomických dopadů především **společenský a sociální význam**. Vytváří v lidech pocit hrdosti na svá města, zlepšují mezilidské vztahy, mají také schopnost své návštěvníky vzdělávat, rozvíjet v nich kreativitu a činit je spokojenější a úspěšnější.

Obsah

Executive summary	2
Obsah	3
O projektu, poděkování	6
Úvod	8
1 Metodika výpočtu ekonomických dopadů	9
1.1 Zajištění vstupních dat	9
1.1.1 Informace o návštěvnosti a chování návštěvníků	9
1.1.2 Informace o vlastních výdajích festivalů	13
1.2 Meziobvětvová (input-output) analýza	13
1.2.1 Přímé a nepřímé (multiplikované) dopady	14
1.2.2 Ekonomické dopady a ekonomické přínosy, referenční oblast	16
1.2.3 Ekonomické ukazatele	17
1.3 Předpoklady input-output analýzy	18
1.4 Konzervativnost výsledků	20
2 Profil návštěvníků a jejich výdaje	21
2.1 Počet a struktura návštěvníků festivalů AHF ČR	21
2.2 Výdaje návštěvníků festivalů AHF ČR	24
3 Příjmy a výdaje festivalů AHF ČR	29
4 Regionální analýza finančních toků	31
5 Ekonomické dopady a přínosy festivalů AHF a jejich návštěvníků pro českou ekonomiku	34
5.1 Ekonomické dopady a přínosy návštěvníků festivalů AHF ČR	34
5.1.1 Dopad výdajů návštěvníků na obrat české ekonomiky a HDP	34
5.1.2 Dopad výdajů návštěvníků na zisky firem	36
5.1.3 Dopad výdajů návštěvníků na zaměstnanost a mzdy	36
5.1.4 Dopad výdajů návštěvníků na daňové výnosy	38
5.1.5 Přímé a nepřímé dopady výdajů návštěvníků na ekonomiku ČR	39
5.1.6 Čisté přínosy zahraničních návštěvníků pro ekonomiku ČR	40
5.2 Ekonomické dopady a přínosy výdajů festivalů AHF ČR	41
5.2.1 Dopad výdajů festivalů na obrat české ekonomiky a HDP	41
5.2.2 Dopad výdajů festivalů na zisky firem	42
5.2.3 Dopad výdajů festivalů na zaměstnanost a mzdy	43
5.2.4 Dopad výdajů festivalů na daňové výnosy	44
5.3 Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků na českou ekonomiku	48
6 Ekonomické dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku krajů	51
6.1 Dopady jednotlivých festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku krajů	51
6.2 Celkové dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku krajů	53
7 Ekonomické dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku měst	56
7.1 Dopady jednotlivých festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku měst	56
7.2 Celkové dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku měst	58
8 Sociální a další neekonomické přínosy festivalů	61
Závěr	64
Prameny	66
Seznam příloh	69

Seznam tabulek

Tab 1	Počet tazatelů a hodin dotazníkového šetření, počet dotazníků a respondentů	10
Tab 2	Počet vysbíraných dotazníků a celková návštěvnost na jednotlivých festivalech.....	11
Tab 3	Celková návštěvnost a geografická struktura návštěvníků festivalů AHF ČR	22
Tab 4	Výše vedlejších výdajů, které návštěvníci vynaložili za ubytování, dopravu, stravování a nákupy přímo v souvislosti s návštěvou festivalů	25
Tab 5	Struktura vedlejších výdajů průměrného návštěvníka dle místa bydliště a druhů výdajů.....	26
Tab 6	Stručné rozpočty festivalů AHF ČR – příjmy a výdaje	29
Tab 7	Dopad návštěvníků festivalů na produkci (obrat) české ekonomiky	35
Tab 8	Dopad návštěvníků festivalů na hrubou přidanou hodnotu (resp. HDP) v ČR.....	35
Tab 9	Dopad návštěvníků festivalů na zisky firem a podnikatelů	36
Tab 10	Dopad návštěvníků festivalů na zaměstnanost (tvorbu pracovních míst) v ČR	37
Tab 11	Dopad návštěvníků festivalů na náhrady zaměstnancům (mzdy) v ČR	37
Tab 12	Podíl daně z přidané hodnoty a spotřebních daní na celkových výdajích návštěvníků	38
Tab 13	Dopad výdajů návštěvníků na odvody daní a pojištění do veřejných rozpočtů (kvalif. odhad)	39
Tab 14	Dopad výdajů festivalů na produkci (obrat) české ekonomiky.....	41
Tab 15	Dopad výdajů festivalů na hrubou přidanou hodnotu (HDP) v ČR	42
Tab 16	Dopad výdajů festivalů na zisky firem a podnikatelů v ČR	43
Tab 17	Dopad výdajů festivalů na zaměstnanost (tvorbu pracovních míst) v ČR.....	43
Tab 18	Dopad výdajů festivalů na náhrady zaměstnancům (mzdy) v ČR	44
Tab 19	Daně a odvody festivalů a jejich dodavatelů do veřejných rozpočtů (odhad).....	46
Tab 20	Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků (dopady na produkci, HDP, zisky firem a podnikatelů, zaměstnanost a mzdy zaměstnanců)	48
Tab 21	Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků na daně a další odvody do veřejných rozpočtů	49
Tab 22	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomickou produkci v krajích	52
Tab 23	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na hrubou přidanou hodnotu krajů	52
Tab 24	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na tvorbu pracovních míst v krajích	53
Tab 25	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na mzdové příjmy zaměstnanců v krajích	53
Tab 26	Odhad přímých dopadů festivalů, jejich místních dodavatelů a návštěvníků na ekonomiku krajů	54
Tab 27	Odhad čistých ekonomických přínosů festivalů pro kraje	55
Tab 28	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomickou produkci ve městech	57
Tab 29	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na hrubou přidanou hodnotu měst	57
Tab 30	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na tvorbu pracovních míst ve městech	58
Tab 31	Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na mzdové příjmy zaměstnanců ve městě	58
Tab 32	Odhad přímých dopadů festivalů, jejich místních dodavatelů a návštěvníků na ekonomiku měst	59
Tab 33	Odhad čistých ekonomických přínosů festivalů pro města	60

Seznam obrázků a grafů

Obr. 1	Přímý a nepřímý (multiplikační) ekonomický efekt výdajů návštěvníků festivalu	15
Obr. 2	Vzájemné vztahy ekonomických ukazatelů	18
Obr. 3	Výnosy státu z daně z přidané hodnoty díky festivalu – plátcí DPH	45
Obr. 4	Výnosy státu z daně z přidané hodnoty díky festivalu částečně osvobozenému od DPH	45
Graf 1	Bydliště návštěvníků festivalů	22
Graf 2	Věk návštěvníků festivalů	23
Graf 3	Důležitost festivalů při rozhodování návštěvníků navštívit města konání festivalů	24
Graf 4	Výdaje návštěvníků na vstupenky a na vedlejší výdaje spojené s návštěvou festivalů	24
Graf 5	Podíl segmentů návštěvníků na návštěvnosti a na celkových výdajích	25
Graf 6	Výdaje průměrného návštěvníka, související přímo s návštěvou festivalu	27
Graf 7	Rozsah výdajů všech návštěvníků dle místa bydliště	27
Graf 8	Struktura výdajů, které návštěvníci utratili přímo v souvislosti s návštěvou festivalu	28
Graf 9	Struktura výdajů festivalů AHF ČR	30
Graf 10	Struktura příjmů festivalů AHF ČR	30
Graf 11	Regionální analýza příjmů a výdajů festivalů	31
Graf 12	Regionální analýza výdajů návštěvníků festivalů	32
Graf 13	Regionální analýza výdajů festivalů a jejich návštěvníků	33
Graf 14	Podíl DPH a spotřebních daní na celkových výdajích návštěvníků	38
Graf 15	Přímé a nepřímé (multiplikované) dopady výdajů návštěvníků na zaměstnanost, mzdové příjmy, zisky firem, HDP a celkovou produkci ekonomiky v ČR	39
Graf 16	Celkové dopady a čisté přínosy výdajů návštěvníků na ekonomiku v ČR	40
Graf 17	Podíl daní a odvodů do veřejných rozpočtů na celkových výdajích festivalů AHF ČR	47
Graf 18	Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků (dopady na produkci, HDP, zisky firem a podnikatelů, zaměstnanost a mzdy zaměstnanců)	49
Graf 19	Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků na daně a další odvody do veřejných rozpočtů	50
Graf 20	Porovnání příjmů do centrálních rozpočtů a státních dotací	50
Graf 21	Graf přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku krajů	54
Graf 22	Přímé dopady a čisté přínosy festivalů pro ekonomiku krajů	55
Graf 23	Graf přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku měst	59
Graf 24	Přímé dopady a čisté přínosy festivalů pro ekonomiku měst	60

O projektu, poděkování

Práce na projektu Analýza ekonomického dopadu Asociace hudebních festivalů České republiky probíhaly od dubna 2011 do února 2012 a podílelo se na nich mnoho lidí – ze strany zhotovitele (Economic impacT), jednotlivých festivalů AHF ČR, ale i z řad externích konzultantů.

Analýza vychází z dat za následující festivaly AHF ČR:

Mezinárodní hudební festival Pražské jaro

Mezinárodní operní festival Smetanova Litomyšl

Mezinárodní hudební festival Český Krumlov

Mezinárodní hudební festival Janáčkův máj

Mezinárodní hudební festival Brno

Mezinárodní hudební festival 13 měst CONCENTUS MORAVIAE

MHF Harmonia Moraviae

Hudební festival Ludwiga van Beethovena

Mezinárodní festival Mahler – Jihlava Hudba tisíců

České doteky hudby

Data potřebná k výpočtu dopadů byla získávána dvěma způsoby. Ke zjištění výdajů návštěvníků a dalších informací potřebných k výpočtům ekonomických dopadů návštěvnosti bylo využito dotazníkového šetření na festivalech AHF ČR. Pro výpočet ekonomického dopadu samotné realizace festivalů bylo využito dat poskytnutých pořadateli festivalů AHF ČR.

Sběr dat pomocí dotazníkového šetření probíhal na vybraných festivalech Asociace hudebních festivalů České republiky, a to konkrétně na MHF Pražské jaro, MHF Janáčkův máj, MHF Český Krumlov a MOF Smetanova Litomyšl. Celkem bylo vysbíráno 3 501 dotazníků, které vypovídaly o 6 466 lidech (dotazníky byly vyplňovány za všechny členy domácnosti). Průzkum mezi návštěvníky zajišťovalo dohromady 64 tazatelů a koordinátorů, kteří strávili dotazováním mezi návštěvníky 858 hodin. U festivalů, kde neproběhlo dotazníkové šetření, jsou výdaje návštěvníků kvalifikovaným odhadem, založeným na datech získaných během dotazníkového šetření již jmenovaných festivalů a na předpokladu, že chování daných segmentů návštěvníků zůstává napříč festivaly stejné.

K získání dat potřebných k výpočtu ekonomických dopadů bylo nutné získat vstupní data od všech deseti festivalů. Sběr těchto dat a jejich analýza probíhala téměř po celý rok 2011. Všem, kteří se na projektu podíleli (viz níže), patří velký dík za skvěle odvedenou práci.

Asociace hudebních festivalů České republiky

Jaromír Javůrek, Dajana Krestova, Jana Mrlíková, Roman Bělor, Jaromír Boháč, Jakub Teplý, Jan Píkna, Miroslav Stehlík a zástupci dalších analyzovaných festivalů

Economic impact v.o.s.

Vedoucí projektu, autorka metodiky a studie	Tereza Raabová
Hlavní koordinátor a vedoucí produkce	Lucie Bartoňová
Produkce, koordinátoři dotazníkového šetření	Zdenka Bartoňová Turková, Klára Matoušková, Alice Mikšová, Jan Otčenášek, Lenka Pospíšilová, Lucie Solarová, Alena Wollerová
Online dotazníky, databáze, technický výpočet dopadů a další programátorské práce	Vladimír Pilný, Jan Raab
Statistický rozbor dotazníků, rešerše	Petr Merta, Jan Siebert
Asistence, grafika studie	Alice Bittnerová, Anna Stránská

Tazatelé, brigádníci

Tereza Novotná, Michaela Pastrníková, Pavlína Pokorná, Vendula Hýblová, Tereza Štochová, Tereza Paulíčková, Judita Cihelková, Jan Čovban, Jindřiška Dudziaková, Tereza Gsollhoferová, Anna Hlaváčková, Jan Hlavín, Marie Hejlová, Edita Kabíčková, Karolína Kočová, Tereza Králová, Markéta Králová, Tomáš Krejbich, Marie Kroužková, Martin Matoušek, Veronika Němcová, Marie Opatrná, Anna Pokorná, Michaela Režová, Anna Šimerdová, Barbora Zmeková, Natálie Pollaková, Libuše Holešová, Veronika Javůrková, Ondřej Svoboda, Veronika Lajčíková, Kateřina Doležalová, Jakub Šolc, Pavel Severa, Petra Dominová, Tomáš Thon, Josef Glonec, Tereza Lančíková, Ivo Janoušek, Jan Palkovič, Markéta Pavelková, Barbora Hansová, Jan Vlček, Eliška Hanušová, Vendula Slavíková, Jana Andrýsková, Vladimíra Berná, Eva Pardoe, Karolína Rezková, Alice Mikšová, Marie Novotná, Dorothea Bylica

Úvod

Asociace hudebních festivalů České republiky byla založena v roce 1996 a je členem Evropské festivalové asociace. Členy asociace jsou nejvýznamnější české hudební festivaly. Každoročně členské festivaly AHF ČR navštíví několik tisíc diváků z České republiky, ale i ze zahraničí. Díky výdajům návštěvníků, ale i výdajům na samotnou organizaci mají festivaly (resp. celá Asociace hudebních festivalů České republiky) významné ekonomické dopady na celou českou ekonomiku, stejně jako na ekonomiku měst a krajů, ve kterých se konají. Navíc jejich vysoká úroveň programová a interpretační, atraktivní místa konání festivalových koncertů i celkový servis pro posluchače zaručují všem festivalovým hostům skutečně mimořádné umělecké a společenské zážitky.

Předložená Analýza ekonomického dopadu Asociace hudebních festivalů České republiky vyčísluje ekonomické dopady za 10 festivalů Asociace hudebních festivalů ČR, tj. za MHF Pražské jaro, MOF Smetanova Litomyšl, MHF Český Krumlov, MHF Janáčkův máj, MHF Brno, MHF 13 měst Concentus Moraviae, MHF Harmonia Moraviae, HF L. van Beethovena, MF Mahler – Jihlava Hudba tisíců a Doteky hudby. Ve výběru jsou zastoupeny, jak velké festivaly s mezinárodní účastí a velkým rozpočtem, tak i menší festivaly, spíše lokálního charakteru. Z geografického hlediska byla zastoupena jak velká, tak střední i menší města.

Cílem studie je vyčíslit ekonomické dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků na českou ekonomiku. K dosažení tohoto cíle jsou využita data z dotazníkových šetření zacílených na návštěvníky vybraných festivalů a data z interní evidence a účetnictví pořadatelů festivalů.

Data o výdajích návštěvníků i samotných organizátorů festivalů byla podrobena meziodvětvové (input-output) analýze založené na statistikách národních účtů Českého statistického úřadu a tabulkách dodávek a užití, ve kterých jsou zaznamenány toky zboží a služeb mezi jednotlivými odvětvími české ekonomiky. Tato metoda je mezi odborníky považována za nej přesnější a nejnáročnější metodu zjištění ekonomických dopadů investičních projektů, vládních pobídek apod. Umožňuje zjistit, jaký bude mít zvýšená poptávka po určitých produktech celkový dopad na zvýšení produkce, hrubé přidané hodnoty (HDP), zaměstnanosti, mzdových příjmů či zisků firem v celé ekonomice. Výhodou této metody je zejména to, že díky ní lze zjistit přímé i nepřímé dopady způsobené ekonomickou aktivitou celého řetězce subdodavatelů všech produktů a služeb potřebných k zajištění akce a služeb pro návštěvníky, tzn. i multiplikačních efektů. Meziodvětvová analýza byla doplněna o řadu dalších metod pro kvantifikaci ekonomických dopadů na další ukazatele výkonnosti české ekonomiky, včetně daňových výnosů.

1 Metodika výpočtu ekonomických dopadů

Samotné analýze předcházely velmi rozsáhlý a detailní sběr dat od návštěvníků festivalů i od pořadatelských organizací jednotlivých festivalů AHF ČR.

Pro analýzu ekonomických dopadů byla zvolena především meziodvětvová (input-output) analýza, doplněná o řadu dalších metod pro kvantifikaci ekonomických dopadů na různé ukazatele výkonnosti české ekonomiky. Souhrnnou metodiku a popis postupu při sběru dat shrnuje tato kapitola.

1.1 Zajištění vstupních dat

Pro stanovení ekonomických dopadů bylo potřeba zjistit následující údaje:

1. informace o návštěvnosti a chování návštěvníků – většina těchto informací byla zjištěna pomocí dotazníkového šetření na festivalech MHF Pražské jaro, MHF Janáčkův máj, MHF Český Krumlov a MOF Smetanova Litomyšl, další informace o návštěvnosti byly doplněny údaji z evidence všech analyzovaných festivalů.
2. informace o vlastních výdajích pořadajících organizací festivalů – zdrojem těchto dat byly interní materiály a účetnictví organizací.

1.1.1 Informace o návštěvnosti a chování návštěvníků

Ke zjištění ekonomických dopadů návštěvníků festivalů bylo nutné zjistit následující informace:

1. celkový počet návštěvníků
2. geografický původ návštěvníků
3. struktura a výše jejich výdajů
4. analýza, které z výdajů souvisely přímo se sledovaným festivalem a které ne

Sběr dat probíhal zejména pomocí **dotazníkového šetření na vybraných festivalech** Asociace hudebních festivalů České republiky, tj. na MHF Pražské jaro, na MHF Janáčkův máj, na MOF Smetanova Litomyšl a na MHF Český Krumlov. Sběr dotazníků probíhal téměř na každém koncertu těchto festivalů, a to prostřednictvím předem vyškolených tazatelů.

Tazatelé měli k dispozici dotazníky v několika verzích:

1. verze R pro diváky žijící v místě konání festivalu nebo zde pracující (pokud minimálně 2x týdně dojíždějí do tohoto města) a

2. verze N pro návštěvníky, kteří nežijí v místě konání festivalu a ani sem nedojíždějí alespoň 2x týdně. Tato verze dotazníku byla vyhotovena v několika jazykových mutacích, dle individuálních potřeb daného festivalu (tj. česko-anglicky, popř. česko-německy). Obsahovala kromě otázek na výdaje spojené s návštěvou festivalu také např. otázky na míru vlivu festivalu navštívit město, na délku pobytu či na hlavní destinaci výletu.¹

V naprosté většině případů byli návštěvníci ochotní odpovídat na otázky přímo tazatelům v rámci rozhovoru. Díky tomu nedocházelo při sběru dat k nepochopení či mylnému vyplnění dotazníku ze strany respondentů. Pro respondenty byla vždy připravena drobná odměna, která je motivovala k vyplnění dotazníku. Nutno však zmínit, že respondenti byli velmi ochotni odpovídat tazatelům na otázky a vzhledem k jejich pozitivnímu vztahu k festivalu je vyplnění dotazníku a krátké zdržení nijak neobtěžovalo, spíše naopak.

Dohromady bylo vysbíráno na všech festivalech, kde probíhalo dotazníkové šetření, 3 501 dotazníků, což s vysokou mírou statistické spolehlivosti dobře reprezentuje celou populaci návštěvníků těchto festivalů. Dotazníky byly vyplňovány za domácnosti, jelikož většinou na koncerty chodí páry nebo celé rodiny a jejich výdaje na dopravu či večeři v restauraci jsou společné. Průměrný počet členů domácností (tzn. osob na jeden dotazník) byl 1,86 osob. Dohromady tedy dotazníky reprezentují výpovědi 6 446 osob. Poměrně velké množství respondentů umožnilo u většiny festivalů rozdělit vzorek na více částí a analyzovat dopady jednotlivých segmentů respondentů: návštěvníků z místa konání festivalu, z jiných míst stejného kraje, z jiných krajů ČR a ze zahraničí.

Tab 1 Počet tazatelů a hodin dotazníkového šetření, počet dotazníků a respondentů

Festival	Počet tazatelů	Počet hodin dotazníkového šetření	Počet dotazníků (domácností)	Počet osob (respondentů)
Pražské jaro	25	338	1 233	2 181
Smetanova Litomyšl	9	198	920	1 866
Český Krumlov	22	166	693	1302
Janáčkův máj	8	156	655	1097
Celkem za AHF	64	858	3 501	6 446

Data za ostatní analyzované festivaly, na kterých dotazníkové šetření neprobíhalo, vycházejí z údajů o celkové návštěvnosti a z kvalifikovaného odhadu samotných festivalů, odkud jejich návštěvníci přijíždějí, jak dlouho se ve městě zdrží a zda přijíždějí hlavně kvůli festivalu. Dále byly využity informace z dotazníkových šetření jiných festivalů (viz výše) o chování a výdajích návštěvníků. Přitom bylo zohledněno místo konání a celková charakteristika festivalu, aby vybrané dotazníky co nejvíce odpovídaly konkrétní zkoumané akci.

¹ Ukázka dotazníků je v samostatné příloze.

Celkový počet návštěvníků

Celkový počet návštěvníků festivalů je většinou možné zjistit jednoduše z evidence prodaných vstupenek. Musíme však vzít v potaz, že u vícedenních festivalů, kde si jeden návštěvník může zakoupit více vstupenek na různé koncerty, neposkytne evidence informaci, kolik vstupenek si zakoupil jeden návštěvník (podobné nejasnosti také mohou vznikát při prodeji rodinných a jiných speciálních vstupenek). Proto byly do dotazníků vloženy také otázky „Kolik koncertů jste během festivalu navštívili/a nebo plánujete navštívit?“ a „Kolik členů Vaší domácnosti se festivalu zúčastnilo? (dotazník vyplňte za celou domácnost)“.

Počet unikátních návštěvníků je tedy nižší než počet distribuovaných vstupenek. Pro dopočetní údajů ze vzorku respondentů na celkový počet návštěvníků musíme tedy zohlednit, kolik vstupenek každý návštěvník koupil.

Tab 2 Počet vysbíraných dotazníků a celková návštěvnost na jednotlivých festivalech

Festival	Počet dotazníků (domácností)	Počet osob (respondentů)	Prům. počet navštívených koncertů na osobu	Celková návštěvnost (počet vstupenek)	Počet unikátních návštěvníků
Pražské jaro	1 233	2 181	1,77	32 231	12 744
Smetanova Litomyšl	920	1 866	2,03	23 919	10 246
MHF Český Krumlov	693	1302	1,88	19 467	11 443
Janáčkův máj	655	1097	1,67	6 822	2 197
Concentus Moraviae	bez dotazníkového šetření			6 000	Odhad: 2 251
České doteky hudby	bez dotazníkového šetření			9 000	Odhad: 3 457
MHF Brno	bez dotazníkového šetření			5 167	Odhad: 2 114
HF L. van Beethovena	bez dotazníkového šetření			1 544	Odhad: 579
MF Mahler – Jihlava	bez dotazníkového šetření			1 100	Odhad: 401
Harmonia Moraviae	bez dotazníkového šetření			2 881	Odhad: 1 052
Celkem za AHF				108 131	46 485

Segmentace návštěvníků a velikost vzorku

Jak už bylo zmíněno, dotazníky byly připraveny zvlášť pro místní a zvlášť pro nemístní návštěvníky, u kterých se předpokládají vyšší výdaje (na dopravu, ubytování, stravování apod.). Pro tyto nemístní návštěvníky byla v dotazníku otázka na místo bydliště. Abychom mohli vypočítat dopady a přínosy akce na různé referenční geografické oblasti (na celou ČR, na kraj a město), bylo potřeba vysbírat dostatek dotazníků od každého segmentu, tzn. od

- místních návštěvníků,
- návštěvníků z jiných míst stejného kraje,
- návštěvníků z jiných krajů ČR a
- zahraničních návštěvníků.

Samozřejmě bylo přihlédnuto k individuálním potřebám daného festivalu (např. Praha je město i kraj, některé festivaly probíhaly ve více městech apod.). Na základě vysbíraných dotazníků bylo výjimečně přehodnoceno rozdělení segmentů ex post (například pokud počet návštěvníků z jedné oblasti nebyl statisticky významný, byli tito návštěvníci přiřazeni k jiné skupině návštěvníků s nejbližším geografickým původem).

Struktura a výše výdajů návštěvníků

Velmi důležitými informacemi, které bylo potřeba od návštěvníků získat, byly údaje o tom, za co a kolik utratili během návštěvy festivalu, cesty a pobytu ve sledovaném městě a regionu. Během průzkumu nenastal žádný větší problém při zjišťování těchto údajů a respondenti ochotně spolupracovali (dotazníky byly anonymní).

Otázky na výdajové položky byly zformulovány s ohledem na kategorie produktů poslední tabulky SIOT vydané ČSÚ, aby byla zajištěna provázanost získaných dat a statistik národních účtů pro následnou input-output analýzu.

Pro zjištění ekonomických dopadů na město i na celou českou ekonomiku byly zjišťováno, kolik návštěvníci utratili peněz ve městě festivalu a jinde v ČR. (Pokud byly potřeba i údaje za kraj, byly odhadnuty pomocí otázky na počet nocí strávených v kraji mimo město festivalu.)

Výdajové položky, které nebyly vyplněny, tzn. kde respondenti nevedli žádné výdaje, byly pro účely této analýzy i dalších výpočtů dopadů vyhodnoceny tak, že respondent utratil 0 Kč. Výsledky statistického rozboru i výsledných dopadů jsou proto velmi konzervativní, dá se předpokládat, že skutečné výdaje a ekonomické dopady návštěvnosti festivalu jsou vyšší.

Analýza přímé souvislosti výdajů s návštěvou festivalu

Dalším prvkem zajišťujícím stanovení přesné výše ekonomických dopadů sledované akce, je analýza souvislosti výdajů se sledovanou akcí. Jejím cílem je stanovit, do jaké míry souvisely výdaje přímo se sledovaným festivalem, respektive které výdaje byly vynaloženy právě kvůli této akci a které by byly vynaloženy i bez ní.

Pro některé návštěvníky (zejména místní a z blízkého okolí) bývá festival hlavním nebo jediným důvodem k cestě, zatímco jiní (převážně návštěvníci ze vzdálených míst) mohli přicestovat do regionu z více důvodů, jejich hlavní destinací může být jiné místo a danou atrakci navštívili pouze náhodou bez předchozího plánování. Proto by měly být i výdaje návštěvníků vynaložené díky festivalu upraveny podle jejich zájmu či motivace k návštěvě. Motivaci k návštěvě dané oblasti a daného festivalu můžeme zjistit několika metodami (Whiting, 2004; Raabová, 2010), v tomto projektu byly využity dvě z nich:

1. Otázka na míru vlivu festivalu na rozhodnutí navštívit město, resp. ČR

V dotaznících pro nemístní návštěvníky byla použita následující otázka:

Do jaké míry měl festival vliv na Vaše rozhodnutí navštívit město (ČR)? (zakroužkujte míru důležitosti)

	Zcela nedůležitý										Hlavní důvod návštěvy											
město:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
ČR:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="checkbox"/>	žiju v ČR									

Tato metoda umožňuje poměrně přesně oddělit výdaje přímo přisuzované sledované akci a výdaje, které by byly vynaloženy i bez ní, a to tak, že se k zásluhám festivalu započítá takový podíl výdajů, které odpovídají míře motivace (např. pokud respondent zatrhne číslo 10, započítaly se výdaje v plné výši, pokud číslo 5, započítalo se 50 % výdajů).

2. Metoda hlavní destinace

Jako podpůrnou a kontrolní metodu zjištění důležitosti festivalu na motivaci navštívit město používáme otázku na hlavní destinaci návštěvníkovy cesty, při které navštívil akci. Například pokud návštěvník odpoví, že jeho hlavním cílem je jiné město v ČR, než kde se odehrává festival, určité festival nebyl hlavním důvodem navštívit Českou republiku.

1.1.2 Informace o vlastních výdajích festivalů

Zdrojem informací o vlastních výdajích na organizaci festivalů Asociace hudebních festivalů ČR byly interní materiály a účetnictví pořadatelů. Pro analýzu byly výdaje rozděleny podle kategorií tabulky SIOT ČSÚ, aby byly připraveny pro následnou input-output analýzu. Dále byly výdaje rozděleny podle geografického sídla dodavatelů, tzn. na výdaje plynoucí dodavatelům ze stejného města, ze stejného kraje, z jiných krajů a výdaje plynoucí do zahraničí, a to kvůli výpočtu ekonomických dopadů na jednotlivé referenční oblasti (město, kraj a ČR).

Podobnému geografickému rozdělení byly podrobeny i příjmy organizace, a to jak dotace a příspěvky z veřejných rozpočtů, tak finance ze soukromých zdrojů.

Dále byla provedena analýza plateb daně z přidané hodnoty na straně vstupu i výstupu, příp. dalších daní.

Takto připravená data za organizaci byla navázána na input-output koeficienty a multiplikátory a podrobena meziodvětvové analýze. Tím jsme zjistili, o kolik se zvýšila produkce, zaměstnanost a další ukazatele v celé ekonomice, tzn. ve všech dodavatelských a subdodatelských podnicích, díky organizaci festivalů Asociace hudebních festivalů ČR.

1.2 Meziodvětvová (input-output) analýza

K výpočtu většiny níže uvedených výsledků bylo využito meziodvětvové (input-output) analýzy, která je mezi odborníky považována za nejpřesnější a nejnáročnější metodu zjištění ekonomických dopadů investičních projektů, vládních pobídek apod. Výpočty vychází ze statistik

národních účtů Českého statistického úřadu a tabulek dodávek a užití, ve kterých jsou zaznamenány toky zboží a služeb mezi jednotlivými odvětvími české ekonomiky.

Příprava dat pro výpočet ekonomických dopadů zahrnovala mj. očištění kupních cen zboží a služeb od:

1. daně z přidané hodnoty - pro tyto účely byly použity aktuální sazby DPH na jednotlivé produkty a služby nakupované návštěvníky i samotnou organizací (dle aktuálního znění zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty),
2. případné obchodní marže (u výrobků nakupovaných v malo- a velkoobchodech) – zde byly využity informace z ČSÚ o průměrných obchodních maržích jednotlivých produktů, tyto marže jsou v input-output analýze zachyceny jako produkce malo- či velkoobchodu,
3. podílu zahraniční produkce na celkové nabídce nakupovaných produktů - nákup importovaného zboží a služeb představuje únik prostředků z ekonomiky (sem spadají i honoráře zahraničním umělcům), proto jej musíme vyloučit. Ke stanovení podílu domácí a zahraniční produkce nakupovaných produktů jsme opět využili aktuální data z ČSÚ.

1.2.1 Přímé a nepřímé (multiplikované) dopady

Díky input-output metodě můžeme zjistit, jaké bude mít zvýšená poptávka po určitých produktech (např. po ubytovacích a stravovacích službách pro návštěvníky festivalů) celkový dopad na zvýšení produkce, hrubé přidané hodnoty, zaměstnanosti či mzdových příjmů v celé ekonomice. Výhodou této metody je možnost zjistit jak přímé, tak nepřímé dopady, které jsou způsobeny ekonomickou aktivitou všech dodavatelů i celého řetězce jejich subdodavatelů služeb a výrobků potřebných k zajištění zkoumané akce (tzn. zahrnuje i multiplikační efekty).²

Rozlišujeme tedy:

- **Přímé dopady** – změny v ekonomice, které jsou důsledkem přímých výdajů kulturní organizace nebo jejich návštěvníků (např. v hotelech, restauracích apod.).
- **Nepřímé dopady (multiplikační efekt)** – změny v ekonomice způsobené produkcí dalších subdodavatelů, bez kterých by přímí dodavatelé nemohli fungovat (např. hotely a restaurace poptávají zboží a služby od svých dodavatelů a ti dále od svých subdodavatelů), tzn. změny zahrnující všechna další kola produkce vyvolaná zpětnými vazbami přímých dodavatelů a jejich subdodavatelů v dané ekonomice.
- **Celkové dopady** jsou součtem přímých a nepřímých dopadů.

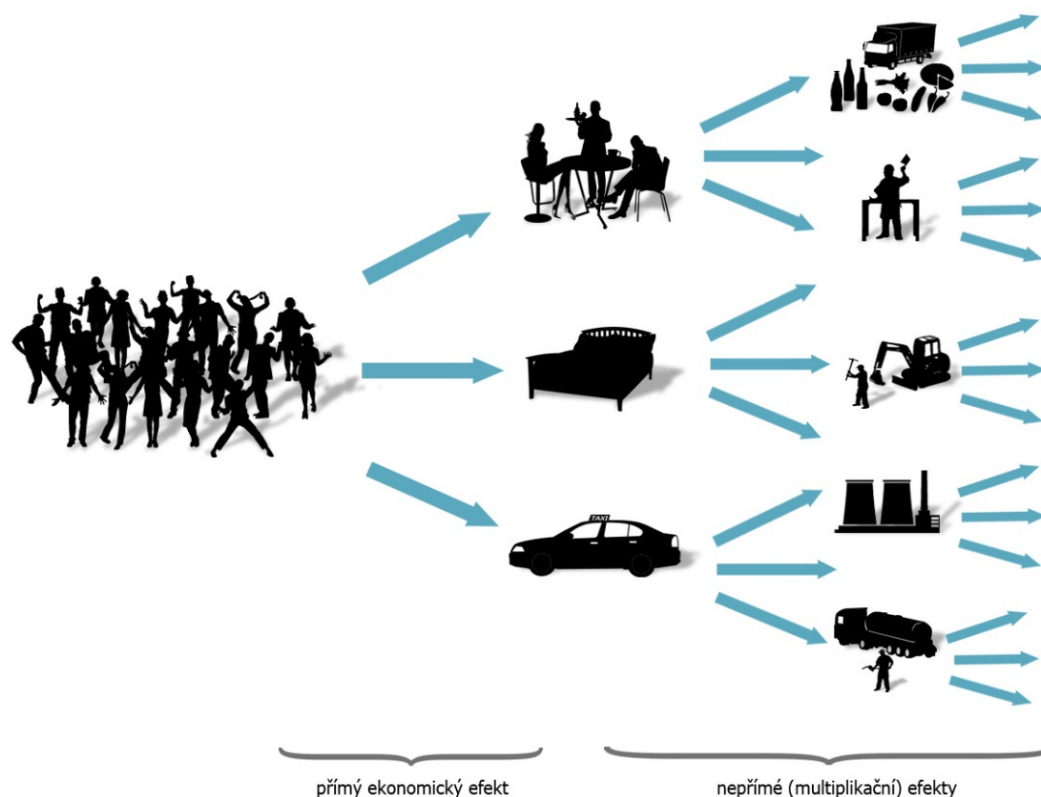
² Přestože existují různé definice přímého a nepřímého dopadu, nejvíce autorů (např. Stynes, Heilbrun and Gray, Whiting, Australian Government) se přiklání k této terminologii, kterou používáme i my.

Prostřednictvím nepřímých efektů se výdaje kulturní organizace nebo jejich návštěvníků mohou odrazit v jakémkoli jiném odvětví ekonomiky. Výše těchto sekundárních efektů je přímo úměrná ke sklonu podniků a domácností v regionu nakupovat zboží a služby od místních dodavatelů. Naopak pokud budou nakupovat spíše importované zboží a služby, dochází k úniku prostředků z regionu. Proto je také důležité zvolit velikost referenční oblasti, pro kterou dopad počítáme. Obecně platí, že čím větší je referenční oblast, tím nižší jsou úniky prostředků do jiných regionů, jelikož ekonomika je soběstačnější. Kromě dovozu postupně unikají výdaje návštěvníků z dodavatelského řetězce ekonomiky také prostřednictvím úspor a zdanění.

Dalším důležitým faktorem ovlivňujícím úroveň sekundárních efektů je struktura výdajů, tedy do kterých odvětví ekonomiky plynou. Každé odvětví má totiž jinou úroveň zpětných vazeb. Obecně platí, že výdaje na zboží a služby náročné na materiál mají relativně vyšší nepřímé dopady než výdaje na zboží a služby náročné na lidskou práci (ty mívají relativně vyšší přímé dopady, zejm. na zaměstnanost).

Pro potřeby Analýzy ekonomického dopadu AHF ČR **bylo vypočteno 504 koeficientů přímého dopadu** (bez koeficientů přímého dopadu na produkci, které jsou vždy rovny 1) **a 630 multiplikátorů**, jejich výpočet je uveden v samostatné příloze. Z vypočtených koeficientů a multiplikátorů byly dále vybrány ty, které se vztahují k relevantním odvětvím pro analýzu dopadů kulturních organizací a jejich návštěvníků (např. ubytovací a stravovací služby apod.).

Obr. 1 Přímý a nepřímý (multiplikační) ekonomický efekt výdajů návštěvníků festivalu



1.2.2 Ekonomické dopady a ekonomické přínosy, referenční oblast

Dalšími termíny, které v metodice rozlišujeme, jsou ekonomické dopady (impacts) a ekonomické přínosy (benefits). (Whiting, 2004)

- **Ekonomické dopady** sledují ekonomickou aktivitu vyplývající z každé utracené koruny v určité geografické oblasti bez ohledu na to, odkud tyto peníze přišly.
- **Ekonomické přínosy** zohledňují, odkud finance přišly a kde byly utraceny. Přínos vzniká pouze v případě, kdy vydané peníze znamenají takové zvýšení ekonomické aktivity v určité oblasti, k jakému by bez sledovaného festivalu nedošlo. Tato zvýšená aktivita je zpravidla výsledkem finanční „injekce“ plynoucí z jiné než sledované geografické oblasti (např. výdaje zahraničních návštěvníků, zahraniční dotace apod.).

Ekonomické přínosy je tedy možné chápat jako podmnožinu ekonomických dopadů. To znamená, že ne všechny ekonomické dopady znamenají čistý přínos pro referenční oblast. Finanční prostředky, které jsou utraceny ve stejné referenční oblasti, ze které pocházejí, neznamenají nový či dodatečný příjem pro tuto oblast.

Pokud tedy chceme znát čisté přínosy určité kulturní organizace pro stanovenou referenční oblast (např. stát, kraj, region), musíme z celkových ekonomických dopadů započítat pouze „nové příjmy“ plynoucí do oblasti. To znamená, že do výpočtů nezahrnujeme výdaje místních návštěvníků a výdaje sledované organizace plynoucí z místních příjmů (např. dotací města či kraje), jelikož lze předpokládat, že by tyto výdaje zůstaly v regionu i bez existence festivalu. Naopak zahrneme

1. výdaje, které cizí návštěvníci (žijící mimo referenční oblast) utratili v referenční oblasti. U těchto návštěvníků je navíc potřeba zjistit vliv kulturní akce na motivaci návštěvy referenční oblasti, a tím i podíl jejich výdajů, které lze připisovat přímo dané akci.
2. výdaje pořadatele, které plynou z nemístních příjmů (např. evropských dotací) a byly utraceny v referenční oblasti.

Referenční oblast

Referenční oblast je geografické území, pro které počítáme ekonomické dopady a přínosy organizace či akce. Nastavuje tedy geografické hranice analýzy a je rozhodující pro započtení výdajů návštěvníků i organizace samotné. Všechny výdaje, ze kterých počítáme ekonomické dopady, by měly být uskutečněny na území referenční oblasti, resp. měly by plynout subjektům se sídlem v této oblasti.

Vzhledem k tomu, že ČSÚ zpracovává potřebná statistická data pouze za celou Českou republiku, základní referenční oblast je vždy celá Česká republika. Pouze při výpočtu dopadů na celou ČR lze využít všechny koeficienty a multiplikátory vypočtené ze statistických dat české ekonomiky.

To znamená, že na celostátní úrovni jsme schopni spočítat přímé i nepřímé (multiplikované) ekonomické dopady festivalu.

Pro menší geografické oblasti (např. kraj či město České republiky) můžeme odhadnout pouze přímé dopady. Nepřímé (multiplikované) dopady na menší oblast nelze stanovit s pomocí celostátních multiplikátorů, jelikož ekonomika menší oblasti má zcela jinou strukturu meziodvětvových vazeb, více obchoduje s externími subjekty z jiných oblastí a výsledky by byly velmi nadhodnocené a zkreslené.

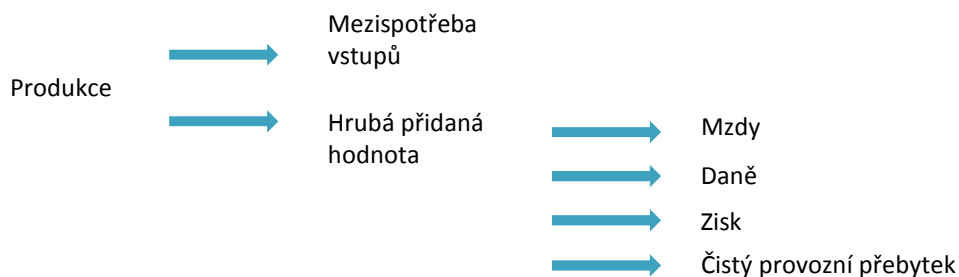
1.2.3 Ekonomické ukazatele

Charakteristika ukazatelů ekonomických dopadů vychází z Metodiky národních účtů ČSÚ, v souladu s mezinárodním standardem Evropského systému národních účtů ESA95. Zde uvádíme základní popis ukazatelů používaných v této studii, obsáhlejší popis je uveden v samostatné příloze.

S pomocí input-output analýzy byly vypočteny ekonomické dopady na zvýšení:

- **celkové produkce** (obratu) ekonomiky – tzn. celkové ekonomické aktivity, tento ukazatel zahrnuje některé vstupy vícenásobně (u každého článku dodavatelského řetězce, kterým vstup projde).
- **hrubé přidané hodnoty** – tj. hodnota celkové produkce po odečtení mezispotřeby všech vstupů (zboží a služeb spotřebovaných v průběhu „výroby“). Na rozdíl od ukazatele produkce nezahrnuje ukazatel HPH některé vstupy vícenásobně, nýbrž jen jednou za celý ekonomický koloběh. Hrubá přidaná hodnota se rovná hrubému přidanému produktu (HDP) očištěnému o čisté daně.
- **zisky firem a podnikatelů** – tj. čistý provozní přebytek + smíšený důchod drobných podnikatelů, rozdílová položka mezi hrubou přidanou hodnotou, náhradami zaměstnancům a čistými daněmi z výroby a z dovozu.
- **zaměstnanosti** – tvorbě nových stálých (celoročních) pracovních míst.
- **náhrad zaměstnancům** – tzn. mzdových příjmů zaměstnanců včetně daní a zákonného pojištění placeného zaměstnavateli.

Obr. 2 Vzájemné vztahy ekonomických ukazatelů



Dopad výdajů na výběr daní

Přestože input-output analýza teoreticky umožňuje také výpočet dopadů určité organizace či akce na výběr daní, je mnohem přesnější kvantifikovat daňové výnosy přímo ze vstupních dat.

Odečtením příslušných sazeb **DPH** dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, z výdajových položek návštěvníků a účetnictví organizace byly zjištěny celkové odvody DPH do státní pokladny (aktuální sazby DPH v roce 2011 činily 0, 10 a 20% dle druhu produktu). Podobně byla odhadnuta **spotřební daň** zejména z pohonných hmot.

Dále byl stanoven podíl **daní z příjmů fyzických osob, sociálního a zdravotního pojištění** na celkovém objemu náhrad zaměstnanců, dle sazeb uvedených v Zákoně č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů, Zákoně č. 589/1992 Sb. o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a v Zákoně č. 592/1992 Sb. o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění.

Daň z příjmů právnických osob byla odhadnuta na základě vypočtených dopadů na zisky firem (hrubý provozní přebytek) a ze zákonných sazeb dle Zákonu č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů.

Vzhledem k tomu, že daňové zákony obsahují řadu výjimek a možných slev, vypočtené dopady na výběr daní jsou hrubými kvalifikovanými odhady.

1.3 Předpoklady input-output analýzy

Stejně jako každý ekonomický model, je také input-output analýza postavena na poměrně striktních předpokladech. Skutečný dopad zvýšení poptávky se tak od modelu může výrazně lišit. V praxi je však nemožné oddělit od sebe jednotlivé vlivy a ověřit tak empiricky závěry input-output analýzy.

Hlavním předpokladem, na němž je input-output analýza založena, je linearita vztahů neboli přímá úměrnost mezi výrobní spotřebou a výrobou. Tento předpoklad pochopitelně nevystihuje skutečnost a míra, s jakou se u jednotlivých odvětví skutečnosti přibližuje, je u různých odvětví různá. Z mnoha hledisek se však jeví použití jednoduchého lineárního modelu (byť s výhradami) jako nejlepší řešení.

Základní předpoklady input-output analýzy je tedy možné shrnout do těchto bodů:

- nabídka se zcela přizpůsobuje poptávce – výrobní kapacity jsou neomezené (linearita vztahů).
- jednotlivé produkty jsou vyráběny s danou fixní strukturou vstupů, a to včetně struktury přidané hodnoty.
- struktura vstupů vychází ze zvolené techniky transformace nesymetrických tabulek na tabulky symetrické; tzn., že všechny vedlejší produkty jsou vyráběny buď technologií výroby produktu nebo technologií výroby v odvětví.

Tyto předpoklady jsou relativně silné a do značné míry zkreslují skutečný dopad změn ve finální poptávce na produkci. Technické koeficienty nemohou být považovány z dlouhodobější perspektivy za konstantní; postupem času se přizpůsobují cenám vstupů a odrážejí nové technologie. Z tohoto důvodu je model vhodnější pro modelování krátkodobých dopadů na produkci. Na druhé straně ovšem plné projevení multiplikačního efektu vyžaduje určitý čas, a proto nelze očekávat účinky změn v poptávce v příliš krátkém období. Je tedy zřejmé, že jsou tyto dva faktory do značné míry protichůdné, s čímž musíme při vyhodnocování analýzy počítat.

Rovněž podmínka, že se nabídka zcela přizpůsobuje poptávce, nemusí ve všech fázích hospodářského cyklu platit. Větší platnost bude mít model v situaci hospodářského poklesu, kdy existuje dostatek nevyužitých kapacit. Tato podmínka není nutná, pokud zkoumáme vliv nikoliv pouze na tuzemskou produkci, ale na celkové zdroje. V takovém případě bychom nebyli omezeni kapacitami tuzemských výrobců, protože nedostatečné domácí zdroje mohou být nahrazeny dovozem. Z výše uvedeného také vyplývá, že kvantifikace dopadů pomocí input-output modelu vymezuje určitou maximální hranici tohoto dopadu. Přizpůsobovací procesy v ekonomice budou mít tendenci tento dopad spíše brzdit.

Zatímco nedodržení prvních dvou předpokladů bude mít vliv na celkovou výši dopadu změn ve finální poptávce na produkci jednotlivých komodit, nedodržení třetí podmínky bude mít vliv jak na výši, tak na strukturu tohoto dopadu. Pokud totiž není struktura vstupů pro výrobu jednotlivých produktů v input-output tabulce správně odhadnuta, bude mít změna finální poptávky ve skutečnosti dopad na výrobní poptávku po jiných komoditách (vstupech) než předpokládáme v modelu. Z tohoto pohledu je důležité, aby symetrická tabulka byla sestavena na co nejpodrobnější úrovni klasifikace. (Rojíček, 2006)

Dalším problémem se může zdát neaktuálnost SIOT tabulky, která je sestavována ČSÚ jednou za 3-5 let, a to vždy přibližně se dvouletým zpožděním (např. v roce 2011 je nejaktuálnější podrobná SIOT tabulka sestavena za rok 2007). Proto musíme položit další předpoklad, že struktura ekonomiky se od roku 2007 nezměnila. Jde sice o další zkreslující předpoklad, nicméně není tolik nereálný, protože meziodvětvové vztahy a rámcová struktura ekonomiky se většinou nemění radikálně z roku na rok.

1.4 Konzervativnost výsledků

Veškeré výsledky uvedené ve studii jsou poměrně konzervativní a dá se předpokládat, že skutečné dopady jsou mnohem vyšší. Zde uvádíme prvky metodiky, které zajišťují konzervativnost a případně mohly ponížít skutečné dopady:

- pro výpočet dopadů způsobených návštěvníky festivalů byl základem počet unikátních fyzických návštěvníků, nikoliv celkový počet vstupenek (tzn. bylo zohledněno, kolik vstupenek připadlo na jednoho člověka).
- pokud návštěvníci v dotazníku neuvedli žádné výdaje (neodpověděli na otázku), byly tyto otázky vyhodnoceny tak, že respondent utratil 0 Kč. Je tedy pravděpodobné, že celkové výdaje návštěvníků byly mírně vyšší, než uvedli v dotaznících.
- ekonomické dopady návštěvníků byly počítány jen z těch výdajů, které přímo souvisely se zkoumanými festivaly (nebyly zahrnuty výdaje, které by diváci utratili i bez návštěvy festivalů).
- pro dopady na město a kraj byly vyčísleny jen přímé dopady, jelikož nevíme, kolik subdodavatelů má sídlo mimo daný region a kolik ne. Proto nebyly brány v potaz žádné multiplikační efekty v menším regionu, než je celá ČR.
- v případě, že bylo možné pro konkrétní výdaj využít více multiplikátorů (spadal do více odvětví), byl vždy zvolen multiplikátor nejnižší.
- vyčíslené dopady na daňové výnosy zahrnují pouze odhad části odvodů do veřejných rozpočtů, tzn. DPH, část spotřebních daní (zejm. z pohonných hmot, nikoliv z alkoholu a tabáku), daní z příjmů ze závislé činnosti fyzických osob (zaměstnanců), OSVČ a právnických osob. Kromě toho však měly festivaly nesporné dopady také na výběr dalších daní a poplatků, např. na silniční daň, další spotřební daně a plno dalších příspěvků do státního rozpočtu.

2 Profil návštěvníků a jejich výdaje

2.1 Počet a struktura návštěvníků festivalů AHF ČR

Pro zjištění ekonomických dopadů plynoucích z vysoké návštěvnosti festivalů AHF ČR byl na vybraných festivalech (MHF Pražské jaro, MHF Smetanova Litomyšl, MHF Janáčkův máj, MHF Český Krumlov) realizován rozsáhlý dotazníkový průzkum. Vzhledem k velké ochotě respondentů bylo vysbíráno 3501 řádně vyplněných dotazníků, které vypovídaly o 6 446 návštěvnících. (Dotazníky byly vzhledem k povaze otázek a návštěvnosti vyplňovány za celé domácnosti, přičemž většinou byla domácnost zastoupena převážně dvěma osobami a průměrný počet návštěvníků z jedné domácnosti byl 1,86.)³

Data za ostatní analyzované festivaly, na kterých dotazníkové šetření neprobíhalo, vycházejí jednak z údajů o celkové návštěvnosti (počtu distribuovaných vstupenek) a z kvalifikovaného odhadu samotných festivalů, odkud jejich návštěvníci přijíždějí, jak dlouho se ve městě zdrží a zda přijíždějí hlavně kvůli festivalu. Dále byly využity informace z dotazníkových šetření jiných festivalů o chování a výdajích návštěvníků. Přitom bylo zohledněno místo konání a celková charakteristika festivalu, aby vybrané dotazníky co nejvíce odpovídaly konkrétní zkoumané akci.

Zjištěná data byla dopočítána na celkovou návštěvnost analyzovaných festivalů, která odpovídala **celkem 108 131 prodaným a darovaným vstupenkám**.

Součástí dotazníků byly otázky zjišťující nejen výdaje diváků, ale také například jejich bydliště, věk a v případě nemístních respondentů také informace o jejich cestě, při které navštívili daný členský festival.

Místo bydliště

Největší skupinu návštěvníků zkoumaných festivalů tvořili místní lidé (cca 60,1 %), tedy lidé s bydlištěm v místě konání festivalu nebo ti, kteří do toho města dojíždějí alespoň 2x týdně. Průměrně 19,2 % návštěvníků přijelo ze stejného kraje, 14,2 % z jiných krajů ČR a 6,5 % návštěvníků bylo ze zahraničí.

³ Bližší informace o dotazníkových průzkumech na vybraných festivalech viz kapitola 1.1 Zajištění vstupních dat. Ukázka dotazníků je v samostatné příloze.

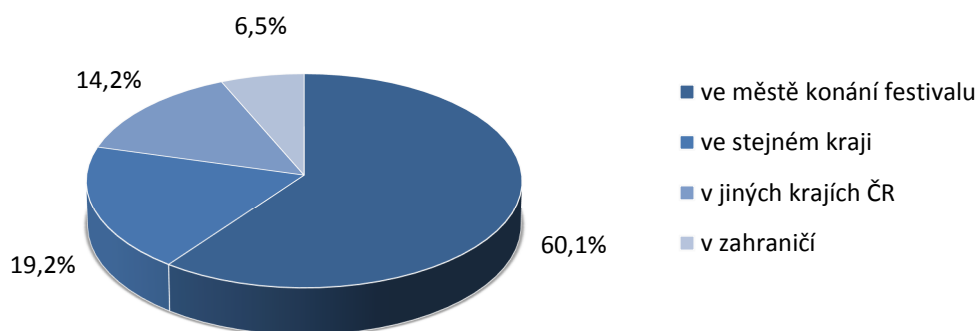
Tab 3 Celková návštěvnost a geografická struktura návštěvníků festivalů AHF ČR

Festival	Celkový počet vstupenek	Počet unikátních návštěvníků	Bydliště návštěvníků:			
			ve městě konání festivalu	ve stejném kraji	v jiných krajích ČR	v zahraničí
Pražské jaro	32 231	12 744	71,6%	X	17,7%	10,7%
Smetanova Litomyšl	23 919	10 246	32,9%	33,4%	32,2%	1,5%
MHF Český Krumlov	19 467	11 443	15,0%	20,0%	59,0%	6,0%
Janáčkův máj	6 822	2 197	65,9%	28,1%	5,8%	0,2%
Concentus Moraviae	6 000	2 251	60,0%	30,0%	5,0%	5,0%
České doteky hudby	9 000	3 457	65,0%	X	5,0%	30,0%
MHF Brno	5 167	2 114	60,0%	30,0%	5,0%	5,0%
HF L. van Beethovena	1 544	579	60,0%	30,0%	5,0%	5,0%
MF Mahler – Jihlava	1 100	401	85,0%	10,0%	3,0%	2,0%
Harmonia Moraviae	2 881	1 052	86,0%	10,0%	4,0%	0,0%
Celkem za AHF	108 131	46 485	Průměrně: 60,1%	Průměrně: 19,2%	Průměrně: 14,2%	Průměrně: 6,5%

Zdroj dat:

	Dotazníkový průzkum
	Interní evidence, příp. kvalifikovaný odhad pořadatelů festivalů
	Kvalifikovaný odhad a dopočet na základě dotazníkového průzkumu podobných festivalů AHF

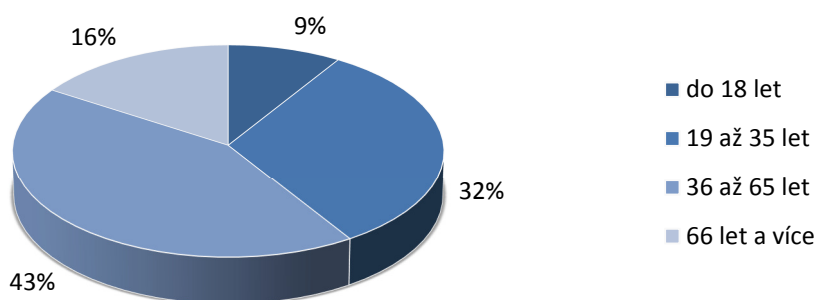
Graf 1 Bydliště návštěvníků festivalů



Věk návštěvníků

Festivaly AHF ČR navštíví průměrně 43 % návštěvníků ve věku 36 až 65 let. Menší skupinu tvoří návštěvníci věkové kategorie 19 až 35 let (32 %). Děti a mládež do 18 let tvoří cca 9 % návštěvníků festivalů a lidé nad 66 let pak průměrně 16 %.

Graf 2 Věk návštěvníků festivalů



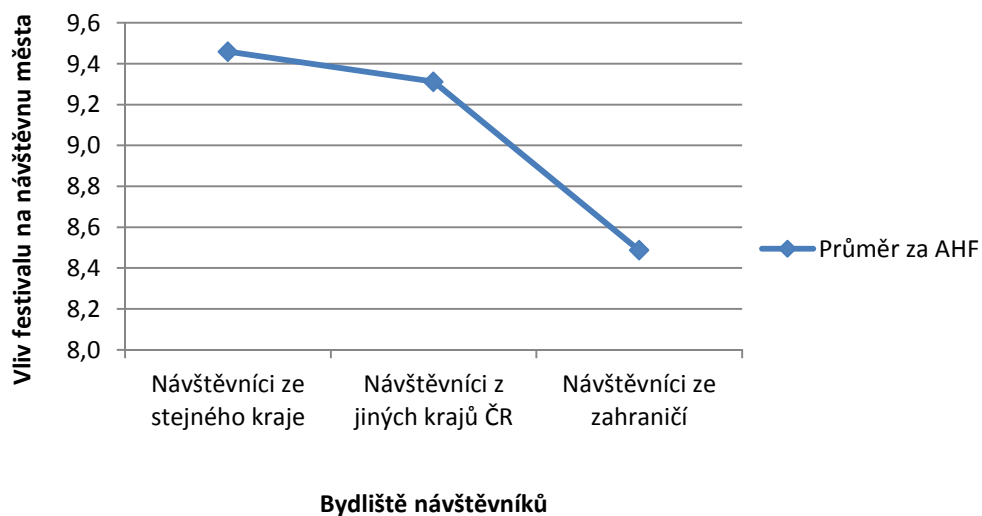
Důležitost festivalu při rozhodování navštívit místo konání festivalu

Někteří návštěvníci festivalů přijeli do měst, resp. krajů, ve kterých se festival konal z jiného důvodu a festivalový koncert byl jen určitým zpestřením jejich pobytu nebo pro ně byl festival jen jedním z více motivů dané město či kraj navštívit. U těchto návštěvníků nemůžeme plně započítat jejich výdaje do dopadů festivalu. Proto byla do dotazníku zahrnuta důležitá otázka: „Jak důležitý byl festival při rozhodování navštívit město konání koncertu?“, u které měli respondenti zakroužkovat míru důležitosti od 0 (festival nebyl důvodem návštěvy) až po 10 (festival byl hlavním motivem k návštěvě města). Podle míry této motivace byl také započten podíl uvedených výdajů respondenta jako výdaje související s festivalem.

0 znázorňuje průměrnou motivaci návštěvníků ze stejného kraje, z jiných krajů ČR a ze zahraničí navštívit město, resp. kraj konání festivalu. Graf vychází z dat získaných během dotazníkových šetření na čtyřech vybraných festivalech.

Z grafu je zřejmé, že průměrně měl festival z 85 až 95 % vliv na rozhodnutí navštívit město, jinými slovy pro 85 až 95 % procent návštěvníků byl **festival hlavním důvodem navštívit město konání festivalu**.

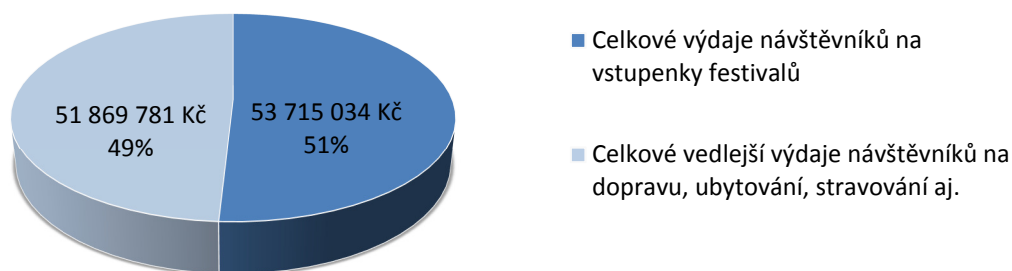
Graf 3 Důležitost festivalů při rozhodování návštěvníků navštívit města konání festivalů
(0 – festival neměl žádný vliv, 10 – festival byl hlavním důvodem k návštěvě města)



2.2 Výdaje návštěvníků festivalů AHF ČR

Dle evidence festivalů zaplatili všichni návštěvníci deseti festivalů AHF ČR dohromady **53 715 034 Kč za vstupenky**. Průzkum ukázal, že v souvislosti s návštěvou festivalů utratili návštěvníci **dalších 51 869 781 Kč za služby a zboží v restauracích, hotelech, obchodech apod.**

Graf 4 Výdaje návštěvníků na vstupenky a na vedlejší výdaje spojené s návštěvou festivalů



Následující tabulka ukazuje výši a strukturu vedlejších výdajů návštěvníků dle jejich místa bydliště. Místní diváci, kteří nemuseli do festivalových měst cestovat, ani se zde ubytovávat, logicky utratili za vedlejší výdaje relativně méně než nemístní návštěvníci. U festivalů, na kterých neprobíhalo dotazníkové šetření, jsou data o výdajích návštěvníků založená na kvalifikovaném odhadu, který vychází z dat získaných na festivalech s dotazníkovým šetřením.

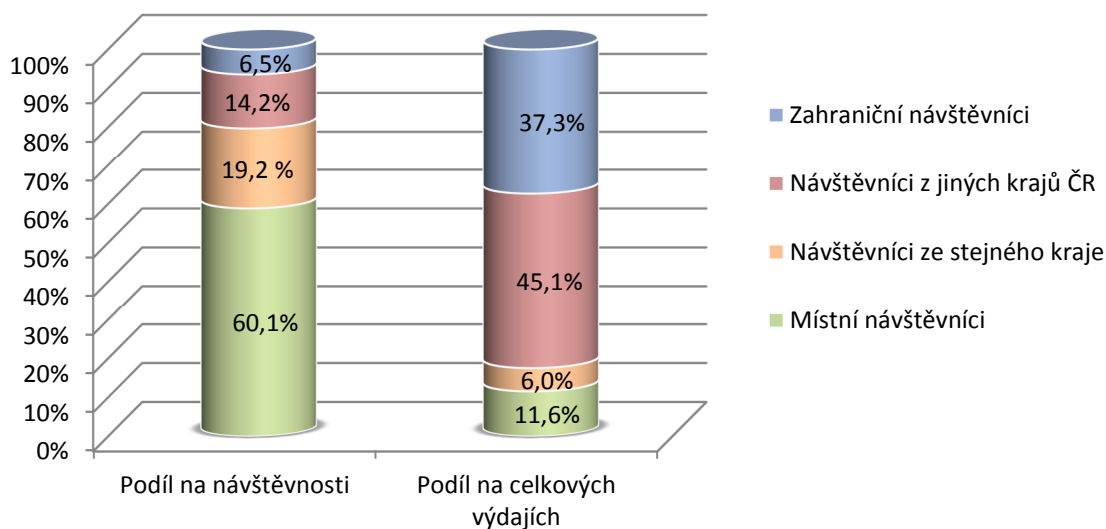
Tab 4 Výše vedlejších výdajů, které návštěvníci vynaložili za ubytování, dopravu, stravování a nákupy přímo v souvislosti s návštěvou festivalů

Festival	Výdaje návštěvníků z města konání festivalů	Výdaje návštěvníků ze stejného kraje	Výdaje návštěvníků z jiných krajů ČR	Výdaje návštěvníků ze zahraničí	Výdaje všech návštěvníků celkem
Pražské jaro	2 697 599 Kč	-	1 559 665 Kč	8 488 526 Kč	12 745 790 Kč
Smetanova Litomyšl	446 916 Kč	1 096 540 Kč	3 828 036 Kč	1 053 328 Kč	6 424 820 Kč
MHF Český Krumlov	749 545 Kč	1 089 017 Kč	17 300 465 Kč	2 199 116 Kč	21 338 143 Kč
Janáčkův máj	326 969 Kč	249 553 Kč	117 362 Kč	15 411 Kč	709 295 Kč
Concentus Moraviae	334 431 Kč	267 241 Kč	164 121 Kč	539 946 Kč	1 305 739 Kč
České doteky hudby	659 412 Kč	0 Kč	112 383 Kč	6 466 976 Kč	7 238 771 Kč
MHF Brno	402 517 Kč	270 669 Kč	189 545 Kč	424 979 Kč	1 287 711 Kč
HF L. van Beethovena	86 060 Kč	68 770 Kč	42 234 Kč	138 946 Kč	336 010 Kč
MF Mahler – Jihlava	84 745 Kč	15 902 Kč	17 511 Kč	38 232 Kč	156 389 Kč
Harmonia Moraviae	224 379 Kč	41 666 Kč	61 067 Kč	0 Kč	327 112 Kč
Celkem za AHF cca	6 012 574 Kč	3 099 358 Kč	23 392 388 Kč	19 365 460 Kč	51 869 781 Kč

Pozn: kurzívou jsou vyznačeny odhady

Graf 5 srovnává jednotlivé segmenty návštěvníků dle místa bydliště a jejich podíl na celkové návštěvnosti festivalů a na celkových vedlejších výdajích návštěvníků (za ubytování, dopravu, stravování apod.). Vidíme, že celkové vedlejší výdaje skupiny zahraničních návštěvníků dosahovaly značné výše (cca 37 % výdajů všech návštěvníků), a to i přesto, že jejich počet v celkové návštěvnosti festivalů byl nejnižší (6,5 % všech návštěvníků). Nejvýznamnějším segmentem z hlediska absolutní výše vedlejších výdajů je skupina návštěvníků, kteří přicestovali na festival z jiných krajů ČR. Ti se podíleli na celkových útratách 45,1 % a na celkové návštěvnosti jen 14,2 %. Nejpočetnější skupina místních návštěvníků (přes 60 %) se podílela na celkových výdajích jen z 11,6 %, což je dáno tím, že tito návštěvníci neutráceli téměř nic za ubytování a za dopravu.

Graf 5 Podíl segmentů návštěvníků na návštěvnosti a na celkových výdajích



Následující tabulka (Tab 5) graf (Graf 6) znázorňuje strukturu uznatelných výdajů průměrného návštěvníka dle jeho místa bydliště. Z grafu je zřejmé, že průměrný zahraniční návštěvník festivalu utratil v České republice třikrát více peněz než průměrný český návštěvník, který na festival přicestoval z jiného kraje, a téměř patnáctkrát vyšší než výdaje průměrného návštěvníka ze stejného kraje. Na výši průměrných výdajů má velký vliv délka pobytu ve městě. Na čtyřech největších festivalech, kde byl realizován průzkum, zůstávali zahraniční návštěvníci průměrně 3,6 noci, návštěvníci z jiných krajů ČR přibližně 1,2 noci a návštěvníci ze stejného kraje většinou nepřenocovali (průměrně zůstali 0,1 noci).

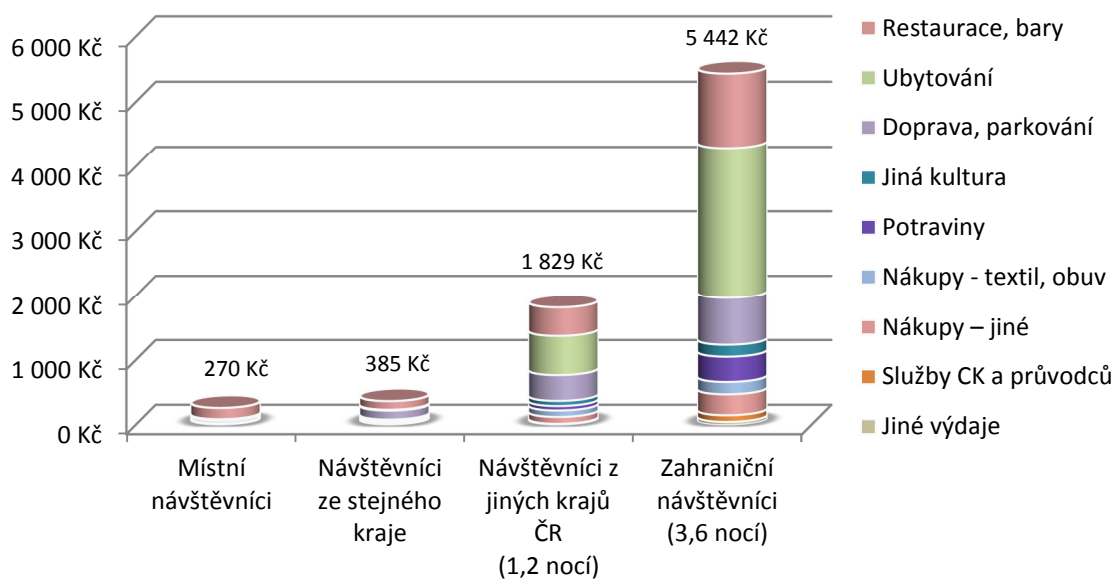
Tab 5 Struktura vedlejších výdajů průměrného návštěvníka dle místa bydliště a druhů výdajů

Průměrné výdaje na osobu	Doprava (v ČR), parkování	Ubytování	Restaurace a barech	Potraviny v obchodech	Jiná kultura
Místní návštěvníci	23 Kč	0 Kč	174 Kč	- Kč	- Kč
Návštěvníci ze stejného kraje	139 Kč	13 Kč	132 Kč	11 Kč	30 Kč
Návštěvníci z jiných krajů (1,2 noci)	398 Kč	606 Kč	443 Kč	69 Kč	79 Kč
Zahraníční návštěvníci (3,6 noci)	729 Kč	2 325 Kč	1 143 Kč	391 Kč	185 Kč

Průměrné výdaje na osobu	Nákupy – oděvy, textil, obuv	Nákupy – jiné	Služby CK a průvodců	Jiné výdaje	Celkem
Místní návštěvníci	38 Kč	- Kč	- Kč	35 Kč	270 Kč
Návštěvníci ze stejného kraje	34 Kč	14 Kč	- Kč	12 Kč	385 Kč
Návštěvníci z jiných krajů ČR	100 Kč	105 Kč	3 Kč	26 Kč	1 829 Kč
Návštěvníci ze zahraničí	191 Kč	323 Kč	102 Kč	53 Kč	5 442 Kč

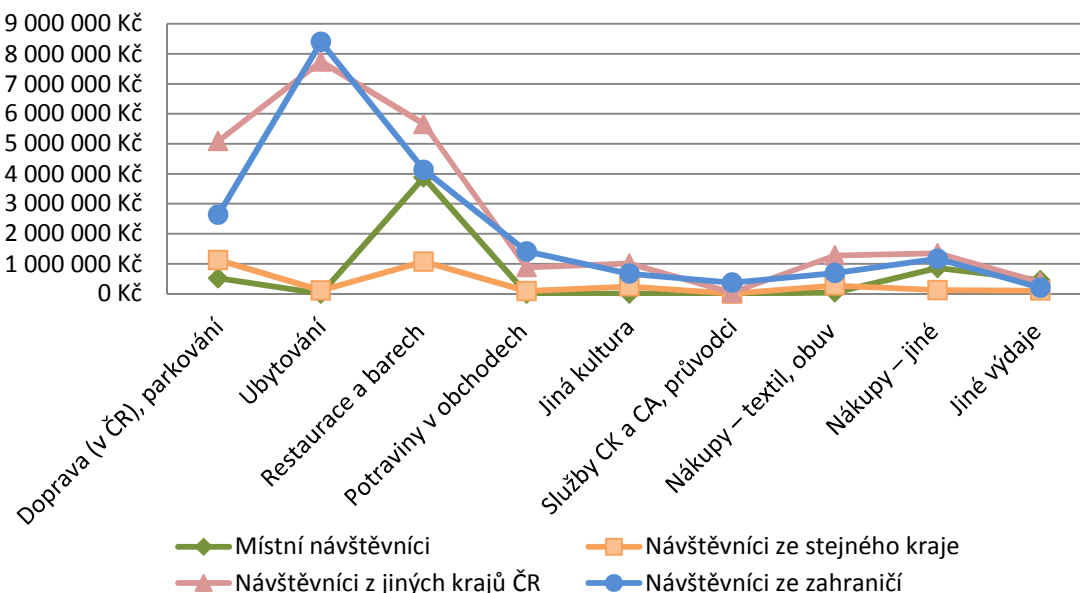
Pokud zohledníme délku pobytu, **průměrné vedlejší útraty zahraničních návštěvníků a návštěvníků z jiných krajů ČR byly téměř shodné a dosahovaly přibližně 1520 Kč na den.** Můžeme tedy konstatovat, že výše celkových ekonomických dopadů generovaných výdaji nemístních návštěvníků přímo závisí na délce pobytu návštěvníka, nikoliv zda přijel ze zahraničí nebo z jiného kraje ČR.

Graf 6 Výdaje průměrného návštěvníka, související přímo s návštěvou festivalu



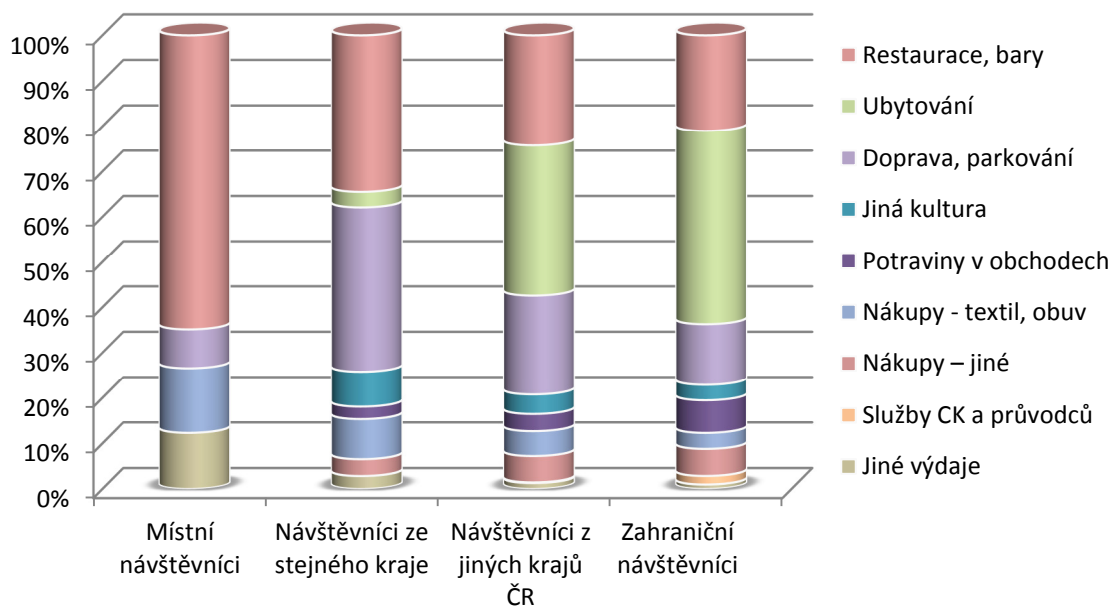
Graf 7 znázorňuje výši a strukturu výdajů jednotlivých segmentů návštěvníků dle místa bydliště v absolutní hodnotě. Opět vidíme, že nejvýznamnější položky v celkových výdajích návštěvníků byly výdaje za ubytování (celkem přibližně 16 mil. Kč) a útraty v restauracích, barech a kavárnách (celkem přibližně 14,6 mil. Kč).

Graf 7 Rozsah výdajů všech návštěvníků dle místa bydliště



Poslední graf (Graf 8) věnovaný výdajům návštěvníků srovnává strukturu výdajů průměrného návštěvníka z města konání festivalu, ze stejného kraje, z jiných krajů ČR a ze zahraničí. Vidíme, že místní návštěvníci utrácejí relativně nejvíce za jídlo a nápoje v restauracích, barech a kavárnách, u návštěvníků ze stejného kraje spíše relativně nejvíc peněz doprava a parkování, zatímco u zahraničních návštěvníků tvoří největší podíl ubytování.

Graf 8 Struktura výdajů, které návštěvníci utratili přímo v souvislosti s návštěvou festivalu



3 Příjmy a výdaje festivalů AHF ČR

Rozpočty všech festivalů byly podrobeny hloubkové strukturální analýze, tzn. bylo sledováno, do kterých odvětví ekonomiky plynou výdaje festivalů. Dále byly sledovány výdaje festivalů na mzdy a ostatní osobní náklady, výdaje na daně, i to, zda je vybraný festival plátcem DPH či je částečně od placení DPH osvobozen. Taktéž byly analyzovány příjmy festivalů, aby byly následně porovnány s ekonomickými dopady výdajů festivalů a jejich návštěvníků (viz dále).

Následující tabulka uvádí celkové příjmy a výdaje jednotlivých analyzovaných festivalů, celkem dosahují jejich rozpočty přes 200 milionů Kč ročně.

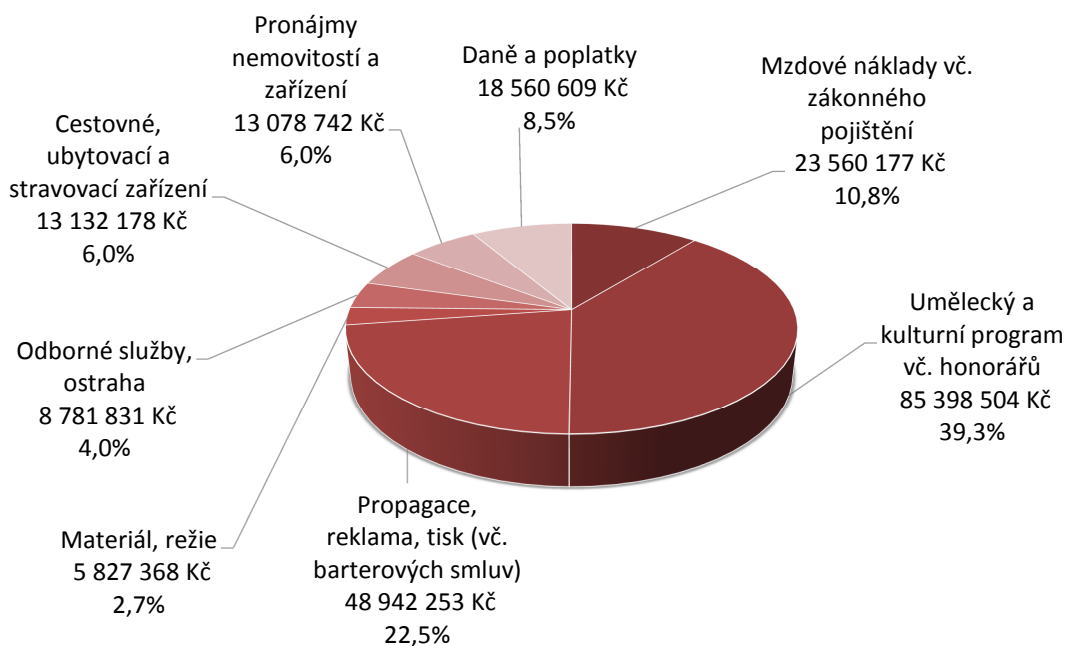
Tab 6 Stručné rozpočty festivalů AHF ČR – příjmy a výdaje

Festival	Příjmy	Výdaje
Pražské jaro	78 603 000 Kč	79 716 000 Kč
Smetanova Litomyšl	26 503 504 Kč	24 299 901 Kč
MHF Český Krumlov	67 790 300 Kč	70 136 012 Kč
Janáčkův máj	15 175 808 Kč	16 558 718 Kč
Concentus Moraviae	6 379 616 Kč	6 411 591 Kč
České doteky hudby	5 211 000 Kč	5 179 000 Kč
MHF Brno	8 416 755 Kč	8 416 755 Kč
HF L. van Beethovena	1 351 670 Kč	1 677 975 Kč
MF Mahler – Jihlava	2 113 555 Kč	2 208 876 Kč
Harmonia Moraviae	1 115 000 Kč	1 407 250 Kč
Celkem za AHF	212 660 208 Kč	216 012 078 Kč

Zdroj: jednotlivé festivaly Asociace hudebních festivalů ČR, data jsou za ročníky 2010 a 2011

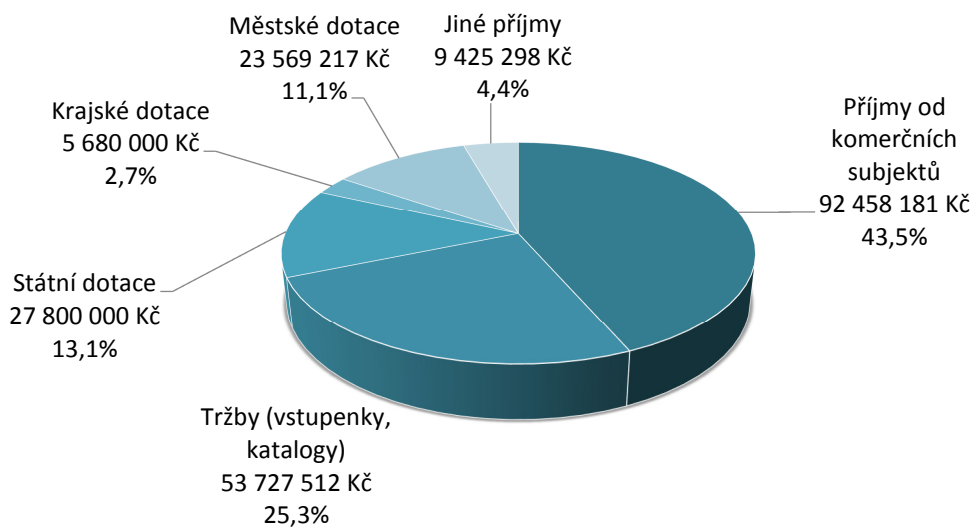
Přestože každý festival je specifický a má jinou strukturu příjmů a výdajů, pro všechny je charakteristické, že nejvíce financí vynakládají na umělecký program (průměrně 39 %, celkem 85,4 mil. Kč) a propagaci (22 % výdajů, celkem 48,9 mil. Kč), viz Graf 9.

Graf 9 Struktura výdajů festivalů AHF ČR



Na straně příjmů dominují příspěvky, dary a bartery od komerčních subjektů (celkem 92,5 mil. Kč, 43,5 % příjmů). Všechny analyzované festivaly získaly **dotace od státu, krajů a měst ve výši 57 mil. Kč** (26,9 % rozpočtů všech festivalů), **z 25,3 % byly festivaly soběstačné** (příjmy ze vstupného, prodeje katalogů apod.). Zbýlých 9,4 mil. Kč (4,4 %) příjmů tvořily soukromé dary, prodeje práv aj.

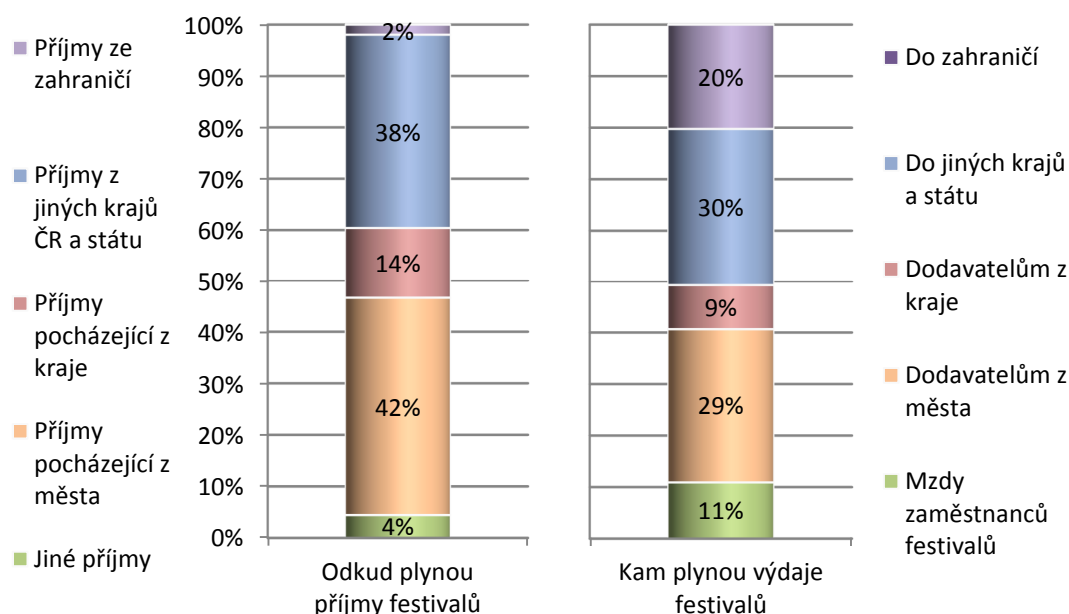
Graf 10 Struktura příjmů festivalů AHF ČR



4 Regionální analýza finančních toků

Pro výpočet ekonomických dopadů na města a kraje, kde se festivaly konají, bylo potřeba provést analýzu, odkud plynou příjmy festivalů a kam plynou jejich výdaje. Znázornění této analýzy představuje následující graf (Graf 11). Festivaly získávají finance především od místních subjektů, tzn. místních firem, návštěvníků a místních samospráv (celkem 42 %), dále ze státního rozpočtu (většinou Ministerstvo kultury) a celostátních či nadnárodních podniků sídlících mimo město konání festivalu (celkem 38 %). Z celkových příjmů jde přibližně 11 % na mzdy zaměstnanců, 29 % tvoří výdaje místním podnikům, 9 % dalším firmám ze stejného kraje, 30 % dodavatelům z jiných krajů ČR a státu (včetně přímých daní) a 20 % plyne na zahraniční honoráře a jiné platby do zahraničí.⁴

Graf 11 Regionální analýza příjmů a výdajů festivalů



Z grafu (Graf 11) je zřejmé, že salda příjmů a výdajů subjektů ve městě konání festivalu, ve stejném kraji i v jiných krajích ČR jsou záporná, především na úkor zahraničních plateb. Avšak **právě zahraniční honoráře představují zpravidla klíčovou investici ovlivňující umělecký program, a tím i celkový úspěch festivalu.** Zahraniční umělci, stejně jako účinkující ze vzdálenějších míst ČR, přinášejí festivalu přidanou hodnotu. Jednak mají velký význam pro místní komunitu, které rozšiřují kulturní rozhled a celkově ji obohacují (viz kapitola 8 Sociální a další

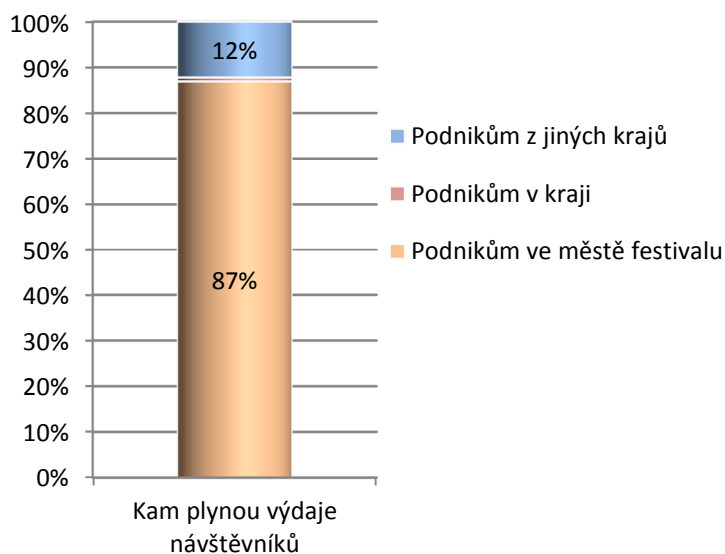
⁴ V případě pražských festivalů (Pražské jaro, České doteky hudby) nebyly pro potřeby tohoto grafu započteny žádné příjmy a výdaje do vlivu na kraje, naopak příjmy a výdaje festivalu 13 měst Concentus Moraviae nebyly započteny do vlivu na město, nýbrž jen na kraj, jiné kraje a ČR a zahraničí.

Regionální analýza výdajů plynoucí subjektům sídlícím ve městě konání festivalu, v kraji a jiných krajích ČR vychází z dostupných dat poskytnutých pořadatelem festivalů. U menšiny festivalů, které strukturu výdajů dle regionů nesledují a nemají ani odhad, kde sídlí jejich dodavatelé, byl proveden dopočet dat dle podobných festivalů. Uváděná regionální struktura výdajů je tedy založena na hrubých odhadech dle dostupných dat.

neekonomické přínosy), kromě toho také dokáží přilákat na festival nové nemístní návštěvníky, kteří přinášejí do města nové peníze a jejich ekonomické dopady jsou vyšší než dopady místních návštěvníků. Proto se nabízí zahrnout do regionální analýzy výdajů festivalů také výdaje návštěvníků.

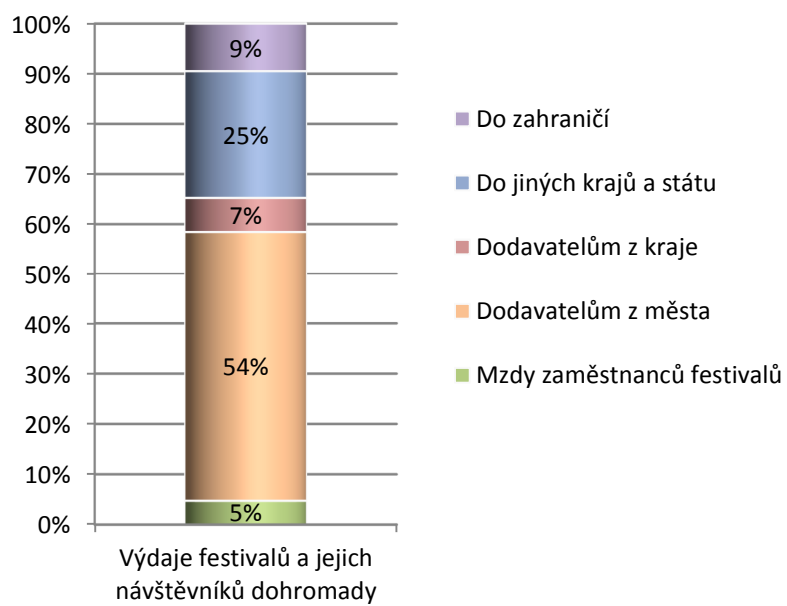
Návštěvníci utraceli nejvíce ve městech, kde se festivaly konaly. Z celkové útraty, kterou nechali na území České republiky, inkasovaly místní podniky přibližně 87 %. Nemístním podnikům, dopravcům a dalším podnikům, které mají celostátní působnost (např. České dráhy) nebo neznáme jejich sídlo, plynulo přibližně 12 % celkových výdajů. Ostatní výdaje (cca 1 %) byly zaplacené podnikům nacházejícím se ve stejném kraji mimo město festivalu (viz Graf 12).

Graf 12 Regionální analýza výdajů návštěvníků festivalů



Po přidání výdajů festivalových návštěvníků na ubytování, stravování apod. do grafu výdajů festivalů, tzn. kombinací grafů Graf 11 (vpravo) a Graf 12 získáme Graf 13. Vidíme, že průměrně 40 % výdajů festivalu i jeho návštěvníků plyne místním podnikům (sídlícím ve městě, kde se festival koná), kromě toho 7 % připadá na mzdy zaměstnanců festivalů, kteří jsou zpravidla také místní, resp. ze stejného kraje. Můžeme tedy konstatovat, **že průměrně 59 % výdajů festivalu a jeho návštěvníků zůstává ve městě, kde se festival koná.**

Graf 13 Regionální analýza výdajů festivalů a jejich návštěvníků



5 Ekonomické dopady a přínosy festivalů AHF a jejich návštěvníků pro českou ekonomiku

5.1 Ekonomické dopady a přínosy návštěvníků festivalů AHF ČR

V této kapitole jsou představeny přímé, nepřímé a celkové dopady na českou ekonomiku, které byly vyvolány návštěvníky festivalů AHF ČR a jejich výdaji v restauracích, hotelech, obchodech a za další služby a zboží.

Dopady zahrnují ekonomickou aktivitu vyvolanou všemi návštěvníky festivalů (místními, českými i zahraničními).

Čisté přínosy zahrnují ekonomickou aktivitu vyvolanou pouze zahraničními návštěvníky festivalů, tzn. jedná se o efekty vyvolané novými příjmy, které díky festivalům plynou do ČR ze zahraničí. Přínosy tedy tvoří část celkových dopadů, které souvisí s příjezdovým cestovním ruchem a které přímo působí na zvýšení tuzemské produkce, HDP, zaměstnanosti, výběru daní apod.

5.1.1 Dopad výdajů návštěvníků na obrát české ekonomiky a HDP

Všichni návštěvníci festivalů AHF ČR dohromady utratili 53 715 034 Kč za vstupenky a v souvislosti s návštěvou festivalů dalších 51 869 781 Kč za služby a zboží v restauracích, hotelech, obchodech apod. Zatímco výdaje na vstupenky znamenaly příjem do festivalových rozpočtů, vedlejší výdaje představovaly impuls pro další ekonomickou aktivitu místních podniků a firem (přímé dopady) i jejich dodavatelů a subdodavatelů (nepřímý efekt).

Z celkových výdajů návštěvníků ve výši 51 869 781 Kč plynulo 12 355 296 Kč na daně a na nákup importovaných výrobků a služeb (např. textil, potraviny, služby zahraničních dopravců) a 39 514 485 Kč získali tuzemské podniky, zejména restaurace, hotely, obchody, dopravci apod. O tuto částku se přímo zvýšil obrát českých firem, což dále vyvolalo také zvýšení obrátu jejich dodavatelů, a sice ve výši 35 522 870 Kč (nepřímý dopad). **Výdaje návštěvníků festivalů tedy způsobily zvýšení obrátu (produkce) české ekonomiky celkem o 75 037 354 Kč.**

Pro vyčíslení čistých příjmů pro českou ekonomiku musíme započítat jen dopad způsobený výdaji zahraničních návštěvníků. Ti přispěli ke zvýšení české produkce **28 946 597 Kč**, což odpovídá 39 % celkových dopadů všech návštěvníků.

Tab 7 Dopad návštěvníků festivalů na produkci (obrat) české ekonomiky

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zvýšení produkce	Nepřímý dopad na zvýšení produkce	Celkový dopad na zvýšení produkce
Pražské jaro	9 906 796 Kč	9 076 337 Kč	18 983 133 Kč
Smetanova Litomyšl	4 745 161 Kč	4 083 248 Kč	8 828 409 Kč
MHF Český Krumlov	16 024 660 Kč	14 439 114 Kč	30 463 774 Kč
Janáčkův máj	530 350 Kč	429 163 Kč	959 513 Kč
Concentus Moraviae	989 660 Kč	839 295 Kč	1 828 955 Kč
České doteky hudby	5 718 634 Kč	5 281 877 Kč	11 000 511 Kč
MHF Brno	973 921 Kč	840 213 Kč	1 814 134 Kč
HF L. van Beethovena	254 673 Kč	215 979 Kč	470 651 Kč
MF Mahler –Jihlava	119 925 Kč	102 056 Kč	221 981 Kč
Harmonia Moraviae	250 705 Kč	215 588 Kč	466 294 Kč
Celkem za AHF	39 514 485 Kč	35 522 870 Kč	75 037 354 Kč

Ukazatel zvýšení produkce započítává mezispotřebu vstupů, tzn. pokud jeden podnik nakoupí určité zboží a dále ho přeprodá, zvýšil se obrat (produkce) všem článkům řetězce, které toto zboží nakoupily a prodaly. Oproti tomu ukazatel hrubé přidané hodnoty započítává všechny vstupy pouze jednou a nedopouští se tak nadhodnocení dopadu jako multiplikátor produkce.

Pokud tedy odečteme z celkového zvýšení produkce mezispotřebu vstupů (tzn. odečteme duplicity), vyjde nám **celkový dopad na zvýšení hrubé přidané hodnoty, resp. HDP české ekonomiky, ve výši 23 980 836 Kč**. Zbýlých 51 056 518 Kč podniky vynaložily na nákupy zboží a služeb (mezispotřebu vstupů), jinými slovy poslali dál do ekonomiky svým subdodavatelům.

Pokud bychom sledovali dopad způsobený pouze výdaji zahraničních návštěvníků (tzn. čistý přínos pro českou ekonomiku), ti přispěli ke zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HDP) české ekonomiky **o 8 779 878 Kč**, což odpovídá 37 % celkových dopadů všech návštěvníků na zvýšení hrubé přidané hodnoty.

Tab 8 Dopad návštěvníků festivalů na hrubou přidanou hodnotu (resp. HDP) v ČR

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zvýšení HDP	Nepřímý dopad na zvýšení HDP	Celkový dopad na zvýšení HDP
Pražské jaro	3 015 942 Kč	2 949 819 Kč	5 965 761 Kč
Smetanova Litomyšl	1 580 400 Kč	1 313 507 Kč	2 893 907 Kč
MHF Český Krumlov	5 174 032 Kč	4 711 792 Kč	9 885 824 Kč
Janáčkův máj	173 451 Kč	141 679 Kč	315 130 Kč
Concentus Moraviae	311 396 Kč	274 144 Kč	585 540 Kč
České doteky hudby	1 646 439 Kč	1 717 429 Kč	3 363 868 Kč
MHF Brno	316 774 Kč	273 862 Kč	590 636 Kč
HF L. van Beethovena	80 133 Kč	70 546 Kč	150 679 Kč
MF Mahler –Jihlava	39 221 Kč	33 256 Kč	72 478 Kč
Harmonia Moraviae	87 029 Kč	69 985 Kč	157 014 Kč
Celkem za AHF	12 424 816 Kč	11 556 020 Kč	23 980 836 Kč

5.1.2 Dopad výdajů návštěvníků na zisky firem

Zvýšená hrubá přidaná hodnota podniků a dalších ekonomických subjektů zahrnuje náhrady zaměstnancům (mzdy a zákonné pojištění), spotřebu fixního kapitálu, daně a čistý provozní přebytek, tedy zisk.

Zisk právnických osob a podnikatelů, kterým přímo i zprostředkovaně (nepřímo) plynuly útraty návštěvníků v souvislosti s festivaly AHF ČR, se tímto **zvýšil celkem o 7 029 186 Kč** (viz Tab 9). Zahraničním návštěvníkům festivalů mohou vděčit podniky za zvýšení svých zisků ve **výši 2 460 946 Kč**.

Tab 9 Dopad návštěvníků festivalů na zisky firem a podnikatelů

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zisk firem a podnikatelů	Nepřímý dopad na zisk firem a podnikatelů	Celkový dopad na zisk firem a podnikatelů
Pražské jaro	754 282 Kč	1 038 830 Kč	1 793 112 Kč
Smetanova Litomyšl	332 591 Kč	459 287 Kč	791 878 Kč
MHF Český Krumlov	1 190 100 Kč	1 667 433 Kč	2 857 533 Kč
Janáčkův máj	50 812 Kč	49 524 Kč	100 337 Kč
Concentus Moraviae	87 192 Kč	98 778 Kč	185 970 Kč
České doteky hudby	370 245 Kč	600 776 Kč	971 021 Kč
MHF Brno	96 932 Kč	100 009 Kč	196 941 Kč
HF L. van Beethovena	22 438 Kč	25 419 Kč	47 856 Kč
MF Mahler – Jihlava	13 441 Kč	12 402 Kč	25 843 Kč
Harmonia Moraviae	32 231 Kč	26 464 Kč	58 695 Kč
Celkem za AHF	2 950 264 Kč	4 078 922 Kč	7 029 186 Kč

5.1.3 Dopad výdajů návštěvníků na zaměstnanost a mzdy

Uznatelné výdaje návštěvníků festivalů AHF ČR přispěly nejen k větší produkci a zvýšení HDP České republiky, ale také k tvorbě či zachování 36,9 pracovních míst v hotelech, restauracích, obchodech apod. (přímý efekt) a dalších 18,3 míst u jejich subdodavatelů (nepřímý „multiplikační“ efekt). Dohromady tedy **vedlejší výdaje návštěvníků „zaměstnaly“ přes 55 stálých pracovníků na plný úvazek, ať už zaměstnanců nebo živnostníků (podnikatelů)**.

Z toho 19,9 pracovních míst pomohli vytvořit zahraniční návštěvníci festivalů, resp. jejich výdaje. Jelikož tito návštěvníci by Českou republiku jinak nenavštívili, můžeme říct, že **bez zahraničních návštěvníků festivalů by v České republice bylo zaměstnáno o 20 pracovníků méně**.

Tab 10 Dopad návštěvníků festivalů na zaměstnanost (tvorbu pracovních míst) v ČR

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zvýšení zaměstnanosti	Nepřímý dopad na zvýšení zaměstnanosti	Celkový dopad na zvýšení zaměstnanosti
Pražské jaro	8,9	4,6	13,5
Smetanova Litomyšl	4,6	2,1	6,7
MHF Český Krumlov	15,5	7,5	23
Janáčkův máj	0,5	0,2	0,7
Concentus Moraviae	0,9	0,4	1,3
České doteky hudby	4,9	2,7	7,6
MHF Brno	0,9	0,4	1,3
HF L. van Beethovena	0,2	0,1	0,3
MF Mahler –Jihlava	0,1	0,1	0,2
Harmonia Moraviae	0,3	0,1	0,4
Celkem za AHF	36,9	18,3	55,2

Zaměstnancům, kteří byli zaměstnáni díky výdajům návštěvníků na pracovní poměr v hotelech, restauracích apod. (tedy ne živnostníkům), byly **vyplaceny mzdy a zákonné pojištění ve výši 11 738 865 Kč** (náhrady zaměstnancům). Z toho 4 411 911 Kč bylo vyplaceno z peněz zahraničních návštěvníků, kteří přijeli do ČR pouze díky festivalům AHF ČR.

Tab 11 Dopad návštěvníků festivalů na náhrady zaměstnancům (mzdy) v ČR

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zvýšení mzdových příjmů v ČR	Nepřímý dopad na zvýšení mzdových příjmů v ČR	Celkový dopad na zvýšení mzdových příjmů v ČR
Pražské jaro	1 738 620 Kč	1 185 616 Kč	2 924 236 Kč
Smetanova Litomyšl	899 420 Kč	528 425 Kč	1 427 845 Kč
MHF Český Krumlov	2 950 899 Kč	1 887 361 Kč	4 838 260 Kč
Janáčkův máj	87 663 Kč	56 836 Kč	144 499 Kč
Concentus Moraviae	167 718 Kč	110 339 Kč	278 057 Kč
České doteky hudby	986 491 Kč	687 896 Kč	1 674 387 Kč
MHF Brno	165 478 Kč	110 279 Kč	275 758 Kč
HF L. van Beethovena	43 159 Kč	28 394 Kč	71 553 Kč
MF Mahler –Jihlava	19 959 Kč	13 430 Kč	33 390 Kč
Harmonia Moraviae	42 561 Kč	28 319 Kč	70 880 Kč
Celkem za AHF	7 101 969 Kč	4 636 895 Kč	11 738 865 Kč

5.1.4 Dopad výdajů návštěvníků na daňové výnosy

Výdaje návštěvníků samozřejmě měly dopad i na zvýšení výběru daní a zákonného pojištění.

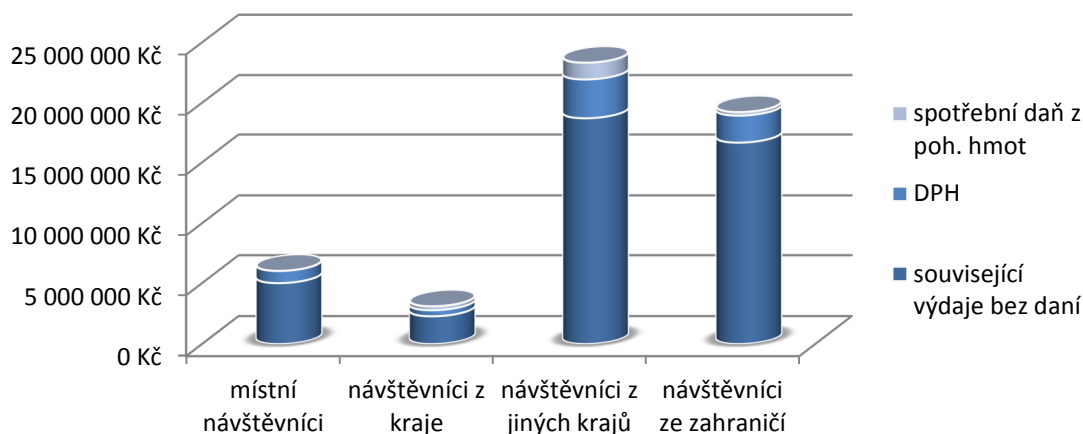
DPH a spotřební daně

Pro zjištění podílu daní na celkových výdajích návštěvníků byla z celkových výdajů udávaných návštěvníky odečtena daň z přidané hodnoty dle zákonných sazeb jednotlivých produktů (zboží a služeb), které návštěvníci nakupovali. Dále byla odhadnuta spotřební daň z pohonných hmot.

Tab 12 Podíl daně z přidané hodnoty a spotřebních daní na celkových výdajích návštěvníků

Bydliště návštěvníků	Výdaje bez daní	DPH	Spotřební daň z poh. hmot	Celkové výdaje související s návštěvou festivalu
Místní návštěvníci	5 010 196 Kč	1 002 379 Kč	0 Kč	6 012 575 Kč
Návštěvníci z kraje	2 284 612 Kč	497 728 Kč	317 018 Kč	3 099 358 Kč
Návštěvníci z jiných krajů	18 791 357 Kč	3 216 786 Kč	1 384 245 Kč	23 392 388 Kč
Návštěvníci ze zahraničí	16 770 000 Kč	2 309 554 Kč	285 907 Kč	19 365 460 Kč
Celkem	42 856 165 Kč	7 026 447 Kč	1 987 170 Kč	51 869 781 Kč

Graf 14 Podíl DPH a spotřebních daní na celkových výdajích návštěvníků



Daně z příjmů a zákonné pojištění

Výdaje návštěvníků pomohly zaměstnat celkem přes 55 osob. Tito pracovníci odvedli ze svých mezd daň z příjmů fyzických osob a zákonné sociální a zdravotní pojištění, další část zákonného pojištění za ně odvedli zaměstnavatelé. Právnícké osoby a podnikatelé dále odvedli daň z příjmů právnických osob, resp. daň z příjmů z hospodářského výsledku z podnikání. Jelikož zákon o dani z příjmů umožňuje mnoho výjimek a slev na dani, následující výpočty jsou pouze kvalifikovaným odhadem.

Tab 13 Dopad výdajů návštěvníků na odvody daní a pojištění do veřejných rozpočtů (kvalif. odhad)

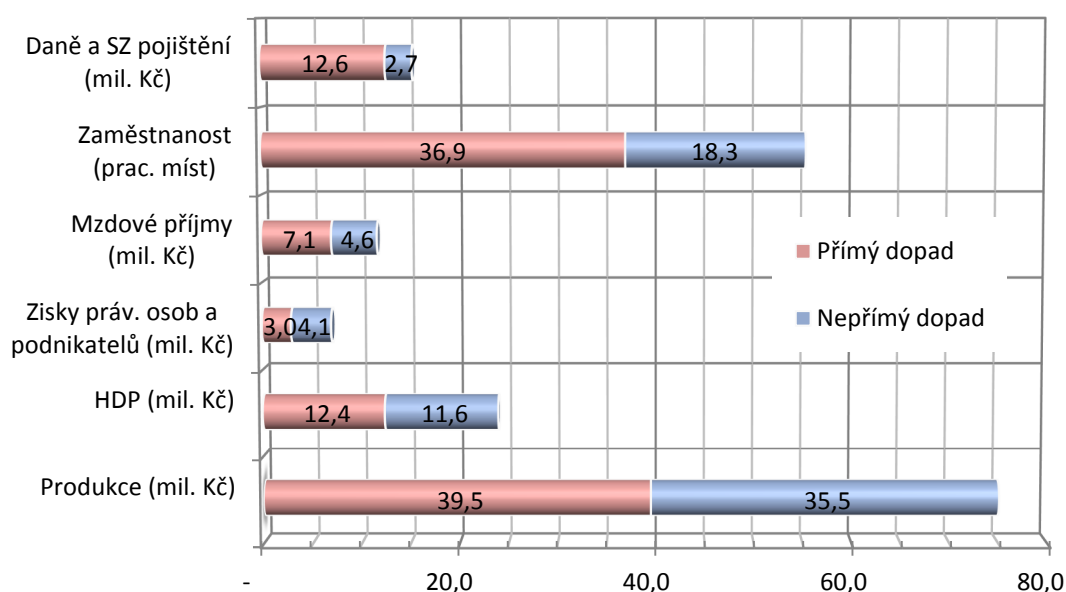
	Přímý dopad výdajů návštěvníků	Nepřímý dopad výdajů návštěvníků	Celkový dopad výdajů návštěvníků
Daně z příjmů zaměstnanců	688 997 Kč	449 848 Kč	1 138 845 Kč
Daně z příjmů práv. osob a podnikatelů	516 296 Kč	713 811 Kč	1 230 107 Kč
Celkem soc. pojištění	1 669 493 Kč	1 090 016 Kč	2 759 509 Kč
Celkem zdrav. pojištění	715 497 Kč	467 150 Kč	1 182 647 Kč
Celkem	3 590 283 Kč	2 720 825 Kč	6 311 108 Kč

5.1.5 Přímé a nepřímé dopady výdajů návštěvníků na ekonomiku ČR

V této kapitole jsou shrnuty a vizualizovány výsledky z předchozích kapitol týkajících se ekonomických dopadů výdajů návštěvníků.

Graf 15 znázorňuje přímé a nepřímé ekonomické dopady výdajů návštěvníků. Vidíme, že multiplikační efekt způsobený přímými a nepřímými dodavateli hotelů, restaurací a dalších podniků obsluhujících návštěvníky se podílí na celkových dopadech 33 až 58 procenty. Graf také ukazuje, že podniky přímo obchodující s návštěvníky (hotely, restaurace apod.) jsou náročné na lidskou práci, mají tedy významný přímý dopad na zaměstnanost a mzdové příjmy, zatímco jejich dodavatelé dosahují relativně většího zisku. V případě dopadů na výběr daní a zákonného pojištění musíme brát v potaz, že veškeré DPH a spotřební daně zaplacené návštěvníky v ceně nakupovaných produktů jsou přímo odváděny státu, proto je přímý dopad významně vyšší než nepřímý dopad.

Graf 15 Přímé a nepřímé (multiplikované) dopady výdajů návštěvníků na zaměstnanost, mzdové příjmy, zisky firem, HDP a celkovou produkci ekonomiky v ČR



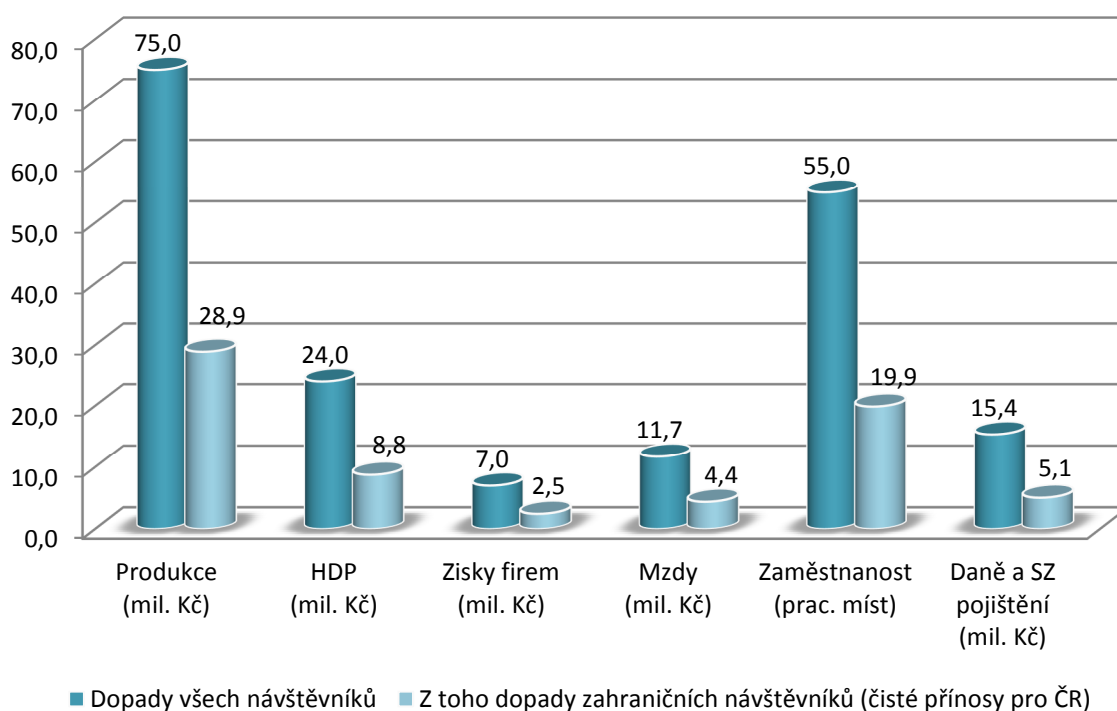
5.1.6 Čisté přínosy zahraničních návštěvníků pro ekonomiku ČR

Pokud bychom sledovali dopad způsobený pouze výdaji zahraničních návštěvníků (tzn. čistý přínos pro českou ekonomiku), ti přispěli ke zvýšení české produkce **28 946 597 Kč**. Z toho **8 779 878 Kč tvořilo zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HDP) české ekonomiky**. Výdaje zahraničních návštěvníků pomohli vytvořit 19,9 pracovních míst a vyplatit 4 411 911 Kč zaměstnancům na mzdách. Z výdajů zahraničních návštěvníků byly odvedeny daně a zákonné pojištění ve výši 5,1 mil. Kč.

Jelikož tyto dopady byly způsobeny zahraničními návštěvníky pouze díky pořádání festivalů, můžeme s jistotou konstatovat, že **bez festivalů AHF ČR by tyto pozitivní dopady na českou ekonomiku vůbec nevznikly**.

Graf 16 srovnává celkové dopady všech návštěvníků festivalů (tuzemských i zahraničních) a dopady zahraničních návštěvníků, které představují čisté přínosy pro českou ekonomiku. Tyto čisté přínosy zahraničních návštěvníků představují **35 až 39 % celkových dopadů** jednotlivých ukazatelů.

Graf 16 Celkové dopady a čisté přínosy výdajů návštěvníků na ekonomiku v ČR



5.2 Ekonomické dopady a přínosy výdajů festivalů AHF ČR

Podobně jako u výdajů, které utratili návštěvníci, tak i výdaje na organizaci festivalů generují ekonomické dopady na zvýšení české produkce, HDP, zaměstnanosti a mzdových příjmů, a to jak přímo (tzn. zvýšenou aktivitou přímých dodavatelů zboží a služeb pro festival), tak nepřímo – multiplikovaně (tzn. zvýšenou aktivitou dalších subdodavatelů, kteří zajišťují zboží a služby pro přímé dodavatele).

Při výpočtu ekonomických dopadů výdajů na realizaci festivalů byla využita vstupní data získaná přímo od pořadatelských organizací festivalů. Rozpočty jednotlivých festivalů jsou uvedeny v kapitole 3 Příjmy a výdaje festivalů AHF ČR.

5.2.1 Dopad výdajů festivalů na obrat české ekonomiky a HDP

Celkové náklady všech festivalů dosahovaly 216 012 077 Kč. Jelikož pořadatelské organizace jsou také ekonomické subjekty, můžeme konstatovat, že se festivaly přímo podílely touto částkou na produkci české ekonomiky. V dalším kole plynuly tyto peníze českým i zahraničním dodavatelům a umělcům, část na mzdy a na daně.

Tuzemským dodavatelům a umělcům organizátoři festivalů zaplatili dohromady 133 837 854 Kč, o tuto hodnotu tedy zvýšili přímí dodavatelé festivalů svoji produkci. Ke zvýšení své produkce potřebovali dodavatelé nakoupit zboží a služby od svých dodavatelů a ti od dalších subdodavatelů a tak dále. Všechna tato návazná kola dodavatelského řetězce vyžadovala zvýšení produkce o dalších 91 977 315 Kč (multiplikační efekt). **Výdaje festivalů dodavatelům za zboží a služby tak způsobily celkové zvýšení produkce v české ekonomice o 225 815 169 Kč.**

Pokud k tomu připočteme celkovou produkci festivalů, potom se díky výdajům festivalů **zvýšila produkce české ekonomiky celkem o 441 827 247 Kč.**

Tab 14 Dopad výdajů festivalů na produkci (obrat) české ekonomiky

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopady pořadatelů festivalů	Dopad přímých dodavatelů festivalů	Dopad nepřímých dodavatelů festivalů	Celkový dopad na zvýšení produkce v ČR
Pražské jaro	79 716 000 Kč	38 421 000 Kč	26 325 283 Kč	144 462 283 Kč
Smetanova Litomyšl	24 299 901 Kč	19 050 290 Kč	13 177 905 Kč	56 528 096 Kč
MHF Český Krumlov	70 136 012 Kč	45 470 000 Kč	29 678 045 Kč	145 284 057 Kč
Janáčkův máj	16 558 718 Kč	10 149 124 Kč	7 744 304 Kč	34 452 146 Kč
Concentus Moraviae	6 411 591 Kč	3 361 510 Kč	2 400 940 Kč	12 174 041 Kč
České doteky hudby	5 179 000 Kč	5 179 000 Kč	3 255 141 Kč	13 613 141 Kč
MHF Brno	8 416 755 Kč	7 234 538 Kč	5 657 111 Kč	21 308 404 Kč
HF L. van Beethovena	1 677 975 Kč	1 672 519 Kč	1 311 576 Kč	4 662 070 Kč
MF Mahler – Jihlava	2 208 876 Kč	2 208 873 Kč	1 671 420 Kč	6 089 169 Kč
Harmonia Moraviae	1 407 250 Kč	1 091 000 Kč	755 590 Kč	3 253 840 Kč
Celkem za AHF	216 012 077 Kč	133 837 854 Kč	91 977 315 Kč	441 827 247 Kč

Jelikož ukazatel produkce počítá některé vstupy vícekrát, pokud projdou více koly dodavatelského řetězce, je vhodnější se zaměřit na ukazatel hrubé přidané hodnoty, který je od duplicit očištěn. Hrubá přidaná hodnota tedy tvoří produkci po odečtení mezispotřeby vstupů a zahrnuje výši mezd, daní a dalších odvodů, spotřeby fixního kapitálu a čistého provozního přebytku (zisku).

Hrubá přidaná hodnota vytvořená samotnými pořadatelskými organizacemi festivalů dosahovala dohromady 38 478 206 Kč, přímými dodavateli 30 494 533 Kč a všemi dalšími nepřímými dodavateli dalších 47 482 938. **Celkový dopad pořadatelských organizací na zvýšení hrubé přidané hodnoty dosahoval 116 455 677 Kč.**

Tab 15 Dopad výdajů festivalů na hrubou přidanou hodnotu (HDP) v ČR

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopady samotného pořadatele festivalu	Dopad přímých dodavatelů festivalu	Dopad nepřímých dodavatelů festivalu	Celkový dopad na zvýšení produkce v ČR
Pražské jaro	20 651 000 Kč	8 766 240 Kč	13 143 392 Kč	42 560 632 Kč
Smetanova Litomyšl	4 843 947 Kč	4 598 244 Kč	6 578 644 Kč	16 020 835 Kč
MHF Český Krumlov	6 187 012 Kč	9 361 290 Kč	16 560 197 Kč	32 108 499 Kč
Janáčkův máj	4 927 935 Kč	2 788 736 Kč	3 635 167 Kč	11 351 838 Kč
Concentus Moraviae	1 477 531 Kč	775 745 Kč	1 243 203 Kč	3 496 478 Kč
České doteky hudby	0 Kč	1 033 075 Kč	1 794 119 Kč	2 827 194 Kč
MHF Brno	173 531 Kč	1 985 552 Kč	2 672 575 Kč	4 831 658 Kč
HF L. van Beethovena	0 Kč	412 497 Kč	631 673 Kč	1 044 170 Kč
MF Mahler – Jihlava	0 Kč	540 531 Kč	823 612 Kč	1 364 143 Kč
Harmonia Moraviae	217 250 Kč	232 624 Kč	400 357 Kč	850 231 Kč
Celkem za AHF	38 478 206 Kč	30 494 533 Kč	47 482 938 Kč	116 455 677 Kč

5.2.2 Dopad výdajů festivalů na zisky firem

Zvýšená hrubá přidaná hodnota dodavatelů festivalů zahrnovala mimo jiné čistý provozní přebytek (zisk). Festivaly jsou zpravidla neziskové organizace, zisků dosahovali jen jejich přímí a nepřímí dodavatelé.

Zisk právnických osob a podnikatelů, kterým přímo i zprostředkovaně (nepřímo) plynuly finance z rozpočtů festivalů, se tímto **zvýšil celkem o 17 730 061 Kč.**

Tab 16 Dopad výdajů festivalů na zisky firem a podnikatelů v ČR

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopad přímých dodavatelů festivalů	Dopad nepřímých dodavatelů festivalů	Celkový dopad na zisky firem v ČR
Pražské jaro	1 124 404 Kč	3 441 683 Kč	4 566 087 Kč
Smetanova Litomyšl	687 871 Kč	1 843 101 Kč	2 530 971 Kč
MHF Český Krumlov	1 853 680 Kč	4 687 619 Kč	6 541 299 Kč
Janáčkův máj	369 367 Kč	1 082 456 Kč	1 451 823 Kč
Concentus Moraviae	90 298 Kč	354 828 Kč	445 126 Kč
České doteky hudby	177 417 Kč	490 505 Kč	667 923 Kč
MHF Brno	173 466 Kč	741 841 Kč	915 307 Kč
HF L. van Beethovena	21 759 Kč	169 924 Kč	191 683 Kč
MF Mahler – Jihlava	44 995 Kč	240 086 Kč	285 081 Kč
Harmonia Moraviae	29 964 Kč	104 796 Kč	134 760 Kč
Celkem za AHF	4 573 221 Kč	13 156 840 Kč	17 730 061 Kč

5.2.3 Dopad výdajů festivalů na zaměstnanost a mzdy

Na realizaci festivalů pracuje v pořadatelských organizacích mnoho pracovníků dohromady na 58,7 úvazků (u některých festivalů, které jsou pořádány například filharmonii, je těžké oddělit práci na festivalu od běžného provozu). Výdaje festivalů AHF ČR na zboží a služby pomohly zaměstnat dalších 33,3 pracovníků na plný úvazek u přímých dodavatelů festivalů. Tito dodavatelé následně vytvořili dalších 42,9 pracovních míst u svých dodavatelů a subdodavatelů.

Dohromady měly festivaly AHF ČR **zásluhu na vytvoření více než 134,9 celoročních pracovních míst pro zaměstnance, umělce i podnikatele.**

Tab 17 Dopad výdajů festivalů na zaměstnanost (tvorbu pracovních míst) v ČR

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopady pořadatelů festivalů	Dopad přímých dodavatelů festivalů	Dopad nepřímých dodavatelů festivalů	Celkový dopad na zaměstnanost v ČR
Pražské jaro	16,5	10,1	12,4	39
Smetanova Litomyšl	11,0	4,9	6,2	22,1
MHF Český Krumlov	18,5	10,2	12,8	41,5
Janáčkův máj	4,7	2,5	3,9	11,1
Concentus Moraviae	5,0	0,7	1,1	6,8
České doteky hudby	1,0	1,0	1,5	3,5
MHF Brno	1,0	2,9	3,2	7,1
HF L. van Beethovena	0	0,3	0,7	1,0
MF Mahler – Jihlava	0	0,5	0,8	1,3
Harmonia Moraviae	1,0	0,2	0,3	1,6
Celkem za AHF	58,7	33,3	42,9	134,9

Díky zakázkám pro festivaly AHF ČR vyplatili přímí dodavatelé festivalů svým zaměstnancům 10 201 153 Kč a jejich návazní dodavatelé svým zaměstnancům dalších 18 026 307 Kč. Zaměstnancům samotných festivalů AHF ČR bylo vyplaceno 23 560 177 Kč na mzdách a zákonném pojištění. **Celkem se tedy díky rozpočtům festivalů zvýšily mzdové příjmy zaměstnanců v ČR o 51 787 637 Kč.** (Nejsou zde zahrnuty příjmy podnikatelů a živnostníků.)

Tab 18 Dopad výdajů festivalů na náhrady zaměstnancům (mzdy) v ČR

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopady pořadatelů festivalů	Dopad přímých dodavatelů festivalů	Dopad nepřímých dodavatelů festivalů	Celkový dopad na mzdy v ČR
Pražské jaro	10 338 000 Kč	2 884 445 Kč	5 095 222 Kč	18 317 667 Kč
Smetanova Litomyšl	3 800 642 Kč	1 479 964 Kč	2 495 066 Kč	7 775 672 Kč
MHF Český Krumlov	5 083 931 Kč	3 704 475 Kč	6 263 442 Kč	15 051 848 Kč
Janáčkův máj	2 501 417 Kč	801 000 Kč	1 311 451 Kč	4 613 868 Kč
Concentus Moraviae	1 445 406 Kč	225 321 Kč	451 462 Kč	2 122 188 Kč
České doteky hudby	0 Kč	360 486 Kč	725 983 Kč	1 086 469 Kč
MHF Brno	173 531 Kč	451 350 Kč	1 005 144 Kč	1 630 025 Kč
HF L. van Beethovena	0 Kč	86 611 Kč	224 916 Kč	311 527 Kč
MF Mahler – Jihlava	0 Kč	129 774 Kč	302 280 Kč	432 054 Kč
Harmonia Moraviae	217 250 Kč	77 727 Kč	151 343 Kč	446 319 Kč
Celkem za AHF	23 560 177 Kč	10 201 153 Kč	18 026 307 Kč	51 787 637 Kč

5.2.4 Dopad výdajů festivalů na daňové výnosy

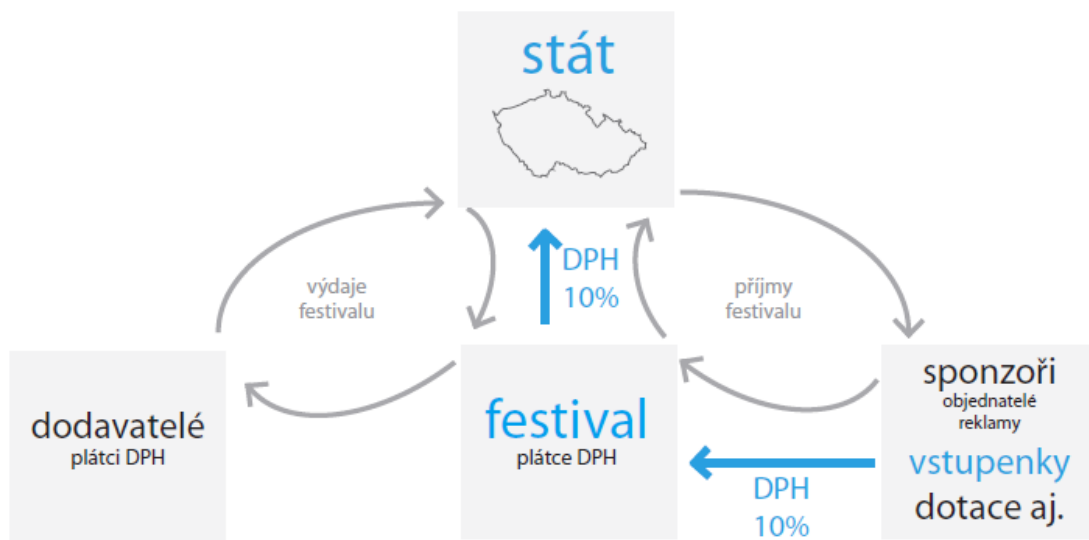
Výdaje festivalů AHF ČR měly dopad i na zvýšení výběru daní a zákonného pojištění, a to jak přímo, tak prostřednictvím dodavatelů zboží a služeb pro festivaly.

Daň z přidané hodnoty

Některé pořadatelské organizace festivalů jsou plní plátcí DPH, zatímco některé jsou částečně osvobozeny od plátcovství, tzn. v rámci hlavní činnosti nejsou plátcí DPH (ceny vstupenek nezahrnují DPH) a v rámci vedlejší činnosti odvádí DPH.

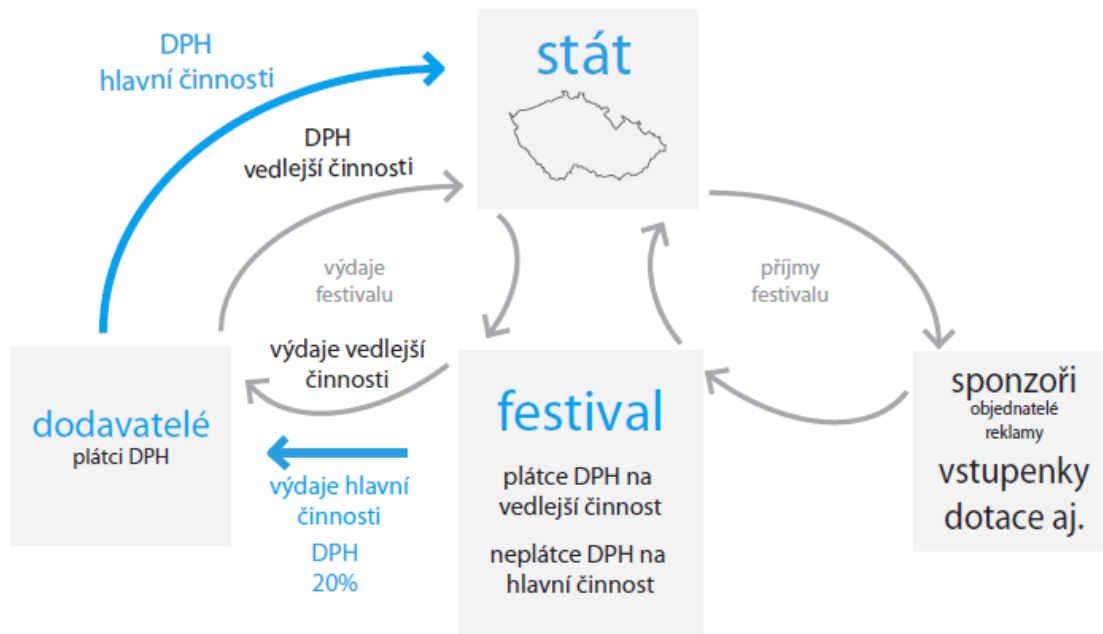
V případě festivalů – plátců DPH zůstává státu daň z přidané hodnoty vybraná od návštěvníků díky vstupnému (příp. nákupům katalogů, programů apod). Na vstupné na kulturní akce je uplatňována snížená sazba DPH, v letech 2010 a 2011 ve výši 10 % základní ceny. Ostatní toky daně z přidané hodnoty, které plynou státu, stát vrátí zpět prvotním odběratelům (viz Obr. 3).

Obr. 3 Výnosy státu z daně z přidané hodnoty díky festivalu – plátcí DPH



V případě festivalů, které jsou částečně osvobozeny od placení DPH, není na vstupné uplatňována daň. Na druhé straně pořadatelská organizace, která není plátcem DPH, si nemůže ze svých nákladů nechat vrátit daň od státu. Zaplatí tedy svým dodavatelům, kteří jsou plátcí, cenu včetně DPH, ti ji odvedou státu, kde již zůstane (viz Obr. 4).

Obr. 4 Výnosy státu z daně z přidané hodnoty díky festivalu částečně osvobozenému od DPH



Analýza potvrdila, že vyšší výnosy na dani z přidané hodnoty získá stát zpravidla díky festivalům osvobozeným od DPH, jelikož od nich státu plyne DPH prostřednictvím festivalových přímých dodavatelů, kterým festival platí zboží a služby většinou se základní sazbou 20 %, ovšem nemůže si ji nechat vrátit. V důsledku toho má festival osvobozený od DPH vyšší náklady o neodečitatelnou daň než plátcí DPH. Na druhou stranu díky plátcům DPH získává stát daň z tržeb, zejména vstupenek, na které se vztahuje snížená sazba DPH.

Díky festivalům částečně osvobozeným od DPH získal stát ve formě DPH přibližně 5-11 % jejich celkového rozpočtu, u festivalů - plných plátců DPH činil tento podíl přibližně 1-3 % celkového rozpočtu. Celkový výnos státu z DPH za všechny festivaly dosahoval přibližně 4 % výdajů všech festivalů (viz Graf 17).

Podíl daní a zákonných odvodů na celkových výdajích festivalů

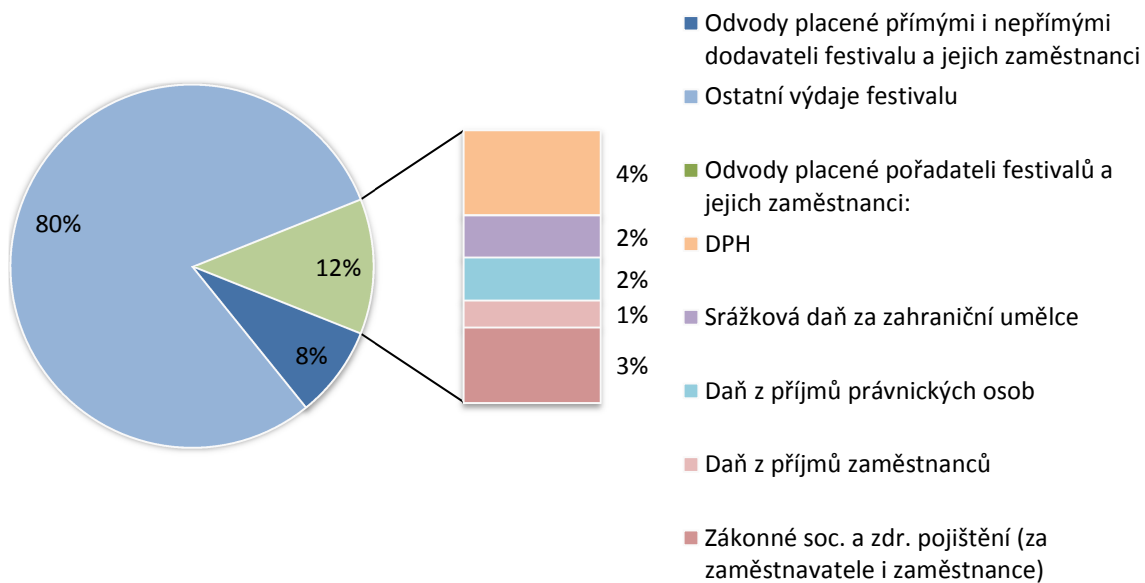
Z rozpočtů všech deseti zkoumaných festivalů byla stanovena výše daní a zákonného pojištění, které odvedly festivaly a jejich zaměstnanci státu. Výše některých daní byla zjištěna přímo od pořadatelů, některé odvody, např. daň z příjmů fyzických osob, právnických osob, pojištění zaměstnanců byly odhadnuty z vypočtených přímých a nepřímých dopadů výdajů festivalů na mzdové příjmy a zisky firem a z aktuálních zákonných sazeb. Vzhledem k tomu, že Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů obsahuje mnoho výjimek a slev na dani, výdaje v tabulce Tab 19 je nutné brát jen jako kvalifikovaný odhad.

Tab 19 Daně a odvody festivalů a jejich dodavatelů do veřejných rozpočtů (odhad)

Odvody placené festivaly a jejich zaměstnanci	26 107 088 Kč
DPH celkem (konečný příjem pro stát)	8 128 518 Kč
Srážková daň ze zahraničních plateb	4 057 799 Kč
Daň z příjmů právnických osob	4 114 178 Kč
Daň z příjmů zaměstnanců (odhad)	2 581 494 Kč
Soc. a zdrav. pojištění za zaměstnavatele i zaměstnance	7 225 098 Kč
Odvody placené dodavatelé festivalů a jejich zaměstnanci	17 618 542 Kč
Daň z příjmů právnických osob a OSVČ (odhad)	3 368 712 Kč
Daň z příjmů zaměstnanců (odhad)	4 092 982 Kč
Zákonné soc. a zdrav. pojištění (odhad)	10 156 848 Kč
Ostatní výdaje festivalů	172 286 447 Kč
Celkové výdaje festivalu	216 012 077 Kč

Z grafu Graf 17 vyplývá, že pořadatelé festivalů a jejich dodavatelé včetně zaměstnanců odvedou státu na daních a zákonném pojištění průměrně až 20 % z celkových výdajů festivalu.

Graf 17 Podíl daní a odvodů do veřejných rozpočtů na celkových výdajích festivalů AHF ČR



5.3 Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků na českou ekonomiku

Analyzované festivaly AHF ČR navštívilo přibližně 46 485 unikátních návštěvníků, kteří využili celkem 108 131 vstupenek. Jejich výdaje ve výši 51 869 781 Kč způsobily zvýšení obratu (produkce) v české ekonomice celkem o 75 037 354 Kč (včetně multiplikačních efektů). Obrat samotných pořadatelů festivalu dosahoval 216 012 078 Kč a platby přímým a následně nepřímým dodavatelům festivalů zvýšily produkci o dalších 225 815 169 Kč. **Celkový dopad na zvýšení produkce ekonomických subjektů v ČR dosahuje 516 864 601 Kč.** Z toho **140 436 513 Kč připadlo na celkové zvýšení hrubé přidané hodnoty**, resp. HDP české ekonomiky.

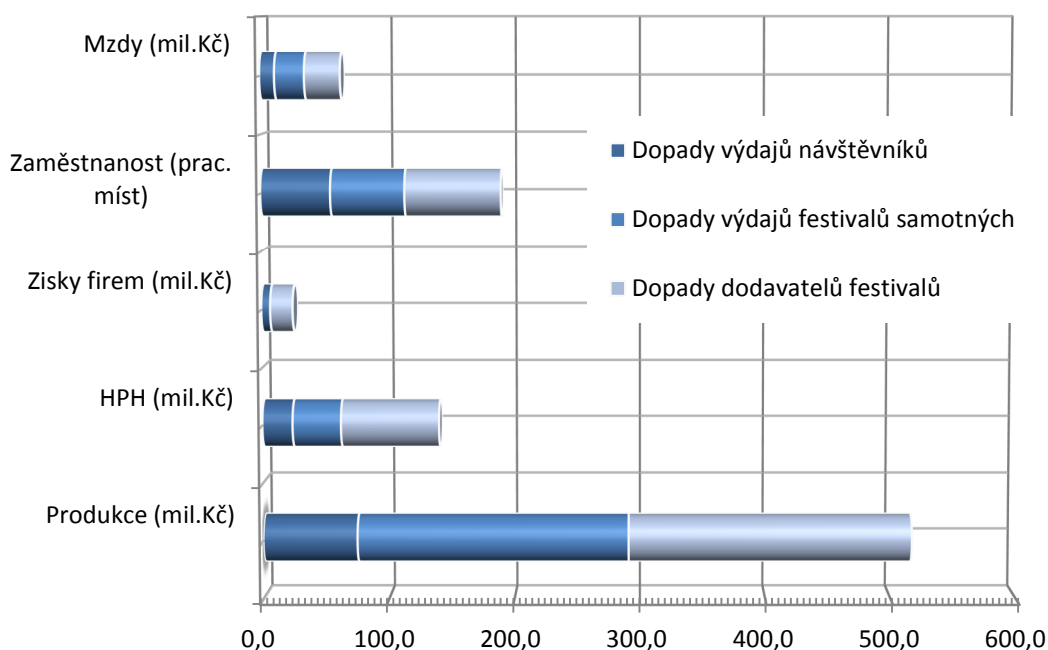
Výdaje festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků přispěly nejen ke zvýšení produkce v české ekonomice a ke zvýšení HDP, ale také k tvorbě či zachování **190,1 pracovních míst**, a to jak u hotelů, restaurací apod. a jejich dodavatelů, tak i u pořadatelů festivalů a všech jejich dodavatelů a subdodavatelů. Zaměstnancům, kteří byli zaměstnáni díky celkovým dopadům festivalů (tj. dopadům výdajů návštěvníků i výdajů festivalů), byly vyplaceny **náhrady zaměstnancům (mzdy a pojištění) ve výši 63 526 502 Kč.**

Dopad na zisk právnických osob a podnikatelů plynoucí přímo i nepřímo z útraty návštěvníků festivalů a z výdajů festivalů samotných činil **24 759 247 Kč.** Celkové dopady návštěvníků festivalů i dopady spojené s organizací festivalů jsou shrnuty v tabulce Tab 20.

Tab 20 Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků (dopady na produkci, HDP, zisky firem a podnikatelů, zaměstnanost a mzdy zaměstnanců)

CELKEM AHF	Dopady na produkci	Dopady na HPH	Dopady na zisky firem a podnikatelů	Dopady na zaměstnanost	Dopady na mzdy zaměstnanců
Dopady výdajů návštěvníků	75 037 354 Kč	23 980 836 Kč	7 029 186 Kč	55,2	11 738 865 Kč
Dopady rozpočtů festivalů	216 012 077 Kč	38 478 206 Kč	-	58,7	23 560 177 Kč
Dopady dodavatelů festivalů	225 815 169 Kč	77 977 472 Kč	17 730 061 Kč	76,2	28 227 460 Kč
Celkem	516 864 601 Kč	140 436 513 Kč	24 759 247 Kč	190,1	63 526 502 Kč
<i>Z toho čisté přínosy zahr. návštěvníků</i>	<i>28 946 597 Kč</i>	<i>8 779 878 Kč</i>	<i>2 460 946 Kč</i>	<i>19,9</i>	<i>4 411 911 Kč</i>

Graf 18 Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků (dopady na produkci, HDP, zisky firem a podnikatelů, zaměstnanost a mzdy zaměstnanců)

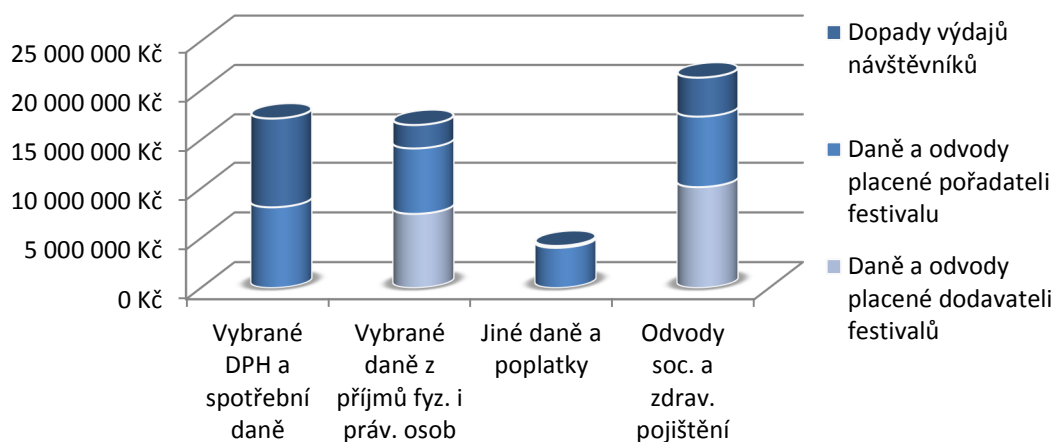


Z celkové částky, kterou zaplatili návštěvníci i festivaly samotné, získal stát minimálně 17 182 025 Kč na dani z přidané hodnoty (DPH) a spotřebních daních. Dále do centrálních veřejných rozpočtů plynulo 21 324 102 Kč na sociální a zdravotní pojištění, 16 526 319 Kč na daně z příjmů fyzických a právnických osob a na jiné daně a poplatky plynulo 4 233 145 Kč. Dohromady tedy **získaly veřejné rozpočty díky festivalům AHF ČR přibližně 59 265 591 Kč.**

Tab 21 Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků na daně a další odvody do veřejných rozpočtů

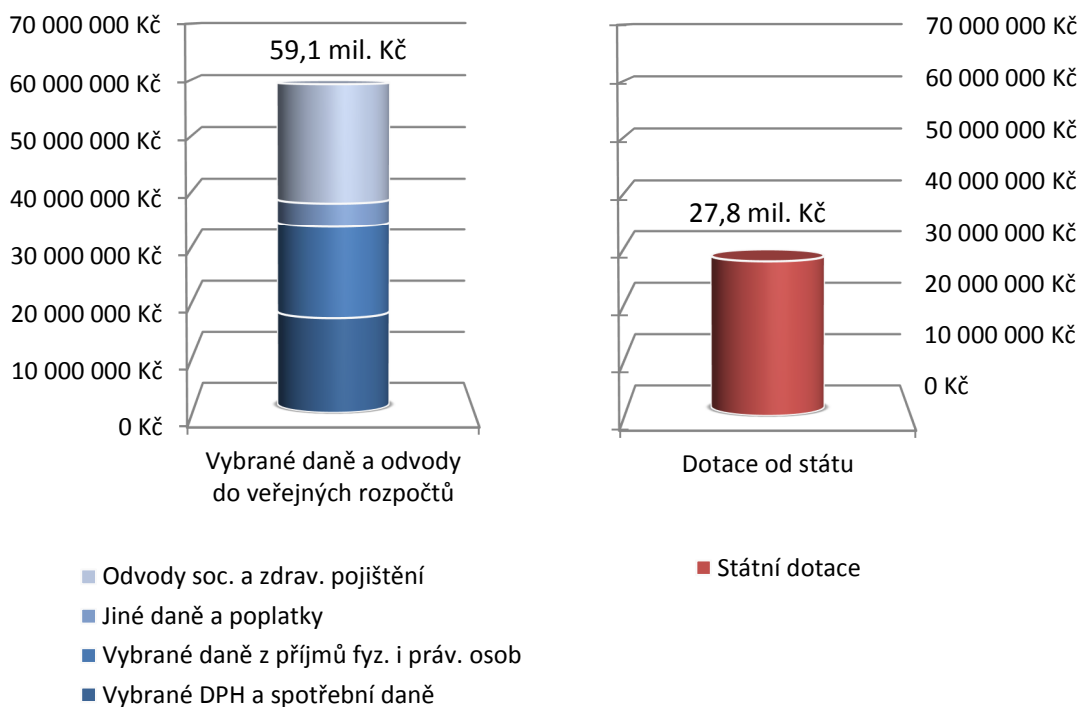
	Vybrané DPH a spotřební daně	Vybrané daně z příjmů fyz. i práv. osob	Jiné daně a poplatky	Odvody soc. a zdrav. pojištění	Celkem do veřejných rozpočtů
Dopady výdajů návštěvníků	9 053 506 Kč	2 368 952 Kč	175 346 Kč	3 942 156 Kč	15 539 961 Kč
Daně a odvody placené pořadateli festivalu	8 128 518 Kč	6 695 673 Kč	4 057 799 Kč	7 225 098 Kč	26 107 088 Kč
Daně a odvody placené dodavateli festivalů		7 461 694 Kč		10 156 848 Kč	17 618 542 Kč
Celkem za AHF	17 182 025 Kč	16 526 319 Kč	4 233 145 Kč	21 324 102 Kč	59 265 591 Kč
<i>Z toho čisté přínosy zahr. návštěvníků</i>	<i>3 504 595 Kč</i>	<i>1 110 130 Kč</i>	<i>1 721 863 Kč</i>	<i>6 336 588 Kč</i>	<i>12 673 177 Kč</i>

Graf 19 Celkové dopady festivalů AHF ČR a jejich návštěvníků na daně a další odvody do veřejných rozpočtů



Pokud porovnáme celkové dopady na výběr daní a odvodů do veřejných rozpočtů, které plynou do centrálních rozpočtů a na druhé straně celkové dotace od státu (ministerstva kultury), výsledkem je kladné saldo ve prospěch státu: celkové státní dotace pro festivaly dosahovaly celkem 27,8 mil. Kč, naopak díky festivalům přiteklo do centrálních rozpočtů cca 59,1 mil. Kč (bez místních ubytovacích poplatků návštěvníků ve výši 175 346 Kč). Ve výsledku tedy **stát vydělal díky festivalům přibližně 31,2 milionů Kč.**

Graf 20 Porovnání příjmů do centrálních rozpočtů a státních dotací



6 Ekonomické dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku krajů

6.1 Dopady jednotlivých festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku krajů

Festivaly Asociace hudebních festivalů České republiky mají velký význam jak pro Českou republiku, tak i pro kraje, ve kterých se dané festivaly pořádají. Tato kapitola uvádí odhady přímých ekonomických dopadů výdajů festivalů a jejich návštěvníků na kraje. Jelikož multiplikátory pro výpočet nepřímých dopadů vychází z národních účtů ČSÚ a lze je použít jen pro výpočty dopadů na celou českou ekonomiku, jsou v této kapitole uvedeny pouze dopady přímých dodavatelů bez multiplikačních efektů. V této kapitole tedy předpokládáme, že nepřímí (návazní) dodavatelé a subdodavatelé sídlí mimo příslušný kraj, tzn. nezahrnujeme je do výpočtů dopadů na kraj. Dopady pražských festivalů (Pražské jaro a České doteky hudby) byly zahrnuty do této kapitoly i do kapitoly následující, která uvádí dopady festivalů na města, kde se akce konají.

Díky **výdajům návštěvníků** festivalů vzrostla produkce v krajích o 34 683 287 Kč. Z vyšších tržeb firem došlo ke zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HPH) o 10 793 135 Kč, zbylá část produkce plynula na pokrytí nákladů (mezispotřebu vstupů). Hotely, restaurace a další podniky musely kvůli poptávce ze strany návštěvníků festivalů zaměstnat mnoho nových pracovníků, což v přepočtu na plné celoroční úvazky znamenalo vytvoření 32,9 pracovních míst. Zaměstnanci dostali na mzdách a dalších platbách od zaměstnavatelů 6 093 426 Kč.

Podobně jako u výdajů, které utratili návštěvníci, tak i **výdaje na organizaci festivalů** generují ekonomické dopady na ekonomiku příslušných krajů. Díky rozpočtům samotných festivalů a dále jejich přímým dodavatelům ze stejného města se zvýšila produkce v kraji o 256 722 676 Kč, HPH o 52 073 796 Kč, bylo zaměstnáno 69,2 osob na plný celoroční úvazek a vzrostly mzdové příjmy o 26 549 437 Kč.

Celkové dopady na produkci, hrubou přidanou hodnotu, zaměstnanost a náhrady zaměstnancům (mzdy) uvádí následující tabulky.

Tab 22 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomickou produkci v krajích

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku krajů	Kraj	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na produkci krajů
Pražské jaro	Hl. m. Praha	9 241 957 Kč	110 452 800 Kč	119 694 757 Kč
Smetanova Litomyšl	Pardubický	3 856 914 Kč	30 230 507 Kč	34 087 421 Kč
MHF Český Krumlov	Jihočeský ⁵	13 534 774 Kč	52 918 062 Kč	66 452 836 Kč
Janáčkův máj	Moravskoslezský	494 485 Kč	25 692 929 Kč	26 187 414 Kč
Concentus Moraviae	Jihomoravský, Vysočina	780 655 Kč	8 085 340 Kč	8 865 994 Kč
České doteky hudby	Hl. m. Praha	5 396 809 Kč	5 199 000 Kč	10 595 809 Kč
MHF Brno	Jihomoravský	831 582 Kč	15 674 921 Kč	16 506 503 Kč
HF L. van Beethovena	Ústecký	200 888 Kč	3 353 760 Kč	3 554 648 Kč
MF Mahler –Jihlava	Vysočina	104 226 Kč	2 996 107 Kč	3 100 333 Kč
Harmonia Moraviae	Zlínský	240 998 Kč	2 119 250 Kč	2 360 248 Kč
Celkem za AHF		34 683 287 Kč	256 722 676 Kč	291 405 963 Kč

Tab 23 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na hrubou přidanou hodnotu krajů

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku krajů	Kraj	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na HPH krajů
Pražské jaro	Hl. m. Praha	2 821 992 Kč	27 663 992 Kč	30 485 984 Kč
Smetanova Litomyšl	Pardubický	1 279 674 Kč	6 275 441 Kč	7 555 115 Kč
MHF Český Krumlov	Jihočeský	4 226 246 Kč	5 823 648 Kč	10 049 894 Kč
Janáčkův máj	Moravskoslezský	161 130 Kč	7 437 797 Kč	7 598 927 Kč
Concentus Moraviae	Jihomoravský, Vysočina	260 458 Kč	1 808 521 Kč	2 068 979 Kč
České doteky hudby ⁶	Hl. m. Praha	1 576 582 Kč	X	1 576 582 Kč
MHF Brno	Jihomoravský	281 504 Kč	2 152 401 Kč	2 433 905 Kč
HF L. van Beethovena	Ústecký	67 025 Kč	412 496 Kč	479 520 Kč
MF Mahler –Jihlava	Vysočina	35 284 Kč	160 087 Kč	195 372 Kč
Harmonia Moraviae	Zlínský	83 240 Kč	339 413 Kč	422 653 Kč
Celkem za AHF		10 793 135 Kč	52 073 796 Kč	62 866 931 Kč

⁵ Dopady MHF Český Krumlov v této kapitole zahrnují jen dopady na Jihočeský kraj, kde částečně působí pořadatel festivalu Auvieux s.r.o. (Další část dopadů pořadatele se dotýká Prahy, kde Auvieux s.r.o. sídlí.)

⁶ Některé festivaly neuvedly žádné výdaje na mzdy a daně, tudíž mají nulové nebo jen velmi malé dopady na zaměstnanost, mzdové příjmy a hrubou přidanou hodnotu. U některých pořadatelů to může být dáno jejich celoroční činností, přičemž na organizaci festivalu nejsou v instituci vyčleněni zvláštní pracovníci.

Tab 24 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na tvorbu pracovních míst v krajích

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku krajů	Kraj	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na zaměstnanost v krajích
Pražské jaro	Hl. m. Praha	8,5	24,5	33
Smetanova Litomyšl	Pardubický	3,8	12,7	16,5
MHF Český Krumlov	Jihočeský	13,1	13,1	26,2
Janáčkův máj	Moravskoslezský	0,4	7,0	7,4
Concentus Moraviae	Jihomoravský, Vysočina	0,8	5,3	6,1
České doteky hudby	Hl. m. Praha	4,8	1,0	5,8
MHF Brno	Jihomoravský	0,9	3,9	4,8
HF L. van Beethovena	Ústecký	0,2	0,3	0,5
MF Mahler –Jihlava	Vysočina	0,1	0,2	0,3
Harmonia Moraviae	Zlínský	0,3	1,1	1,4
Celkem za AHF		32,9	69,2	102,1

Tab 25 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na mzdové příjmy zaměstnanců v krajích

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku krajů	Kraj	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na mzdy v kraji
Pražské jaro	Hl. m. Praha	1 586 767 Kč	12 645 556 Kč	14 232 323 Kč
Smetanova Litomyšl	Pardubický	708 611 Kč	4 291 141 Kč	4 999 752 Kč
MHF Český Krumlov	Jihočeský	2 418 106 Kč	3 790 048 Kč	6 208 154 Kč
Janáčkův máj	Moravskoslezský	76 269 Kč	3 222 317 Kč	3 298 586 Kč
Concentus Moraviae	Jihomoravský, Vysočina	134 921 Kč	1 576 646 Kč	1 711 567 Kč
České doteky hudby	Hl. m. Praha	933 175 Kč	X	933 175 Kč
MHF Brno	Jihomoravský	143 605 Kč	606 967 Kč	750 572 Kč
HF L. van Beethovena	Ústecký	34 720 Kč	86 611 Kč	121 331 Kč
MF Mahler –Jihlava	Vysočina	17 400 Kč	56 039 Kč	73 439 Kč
Harmonia Moraviae	Zlínský	39 853 Kč	274 112 Kč	313 965 Kč
Celkem za AHF		6 093 426 Kč	26 549 437 Kč	32 642 864 Kč

6.2 Celkové dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku krajů

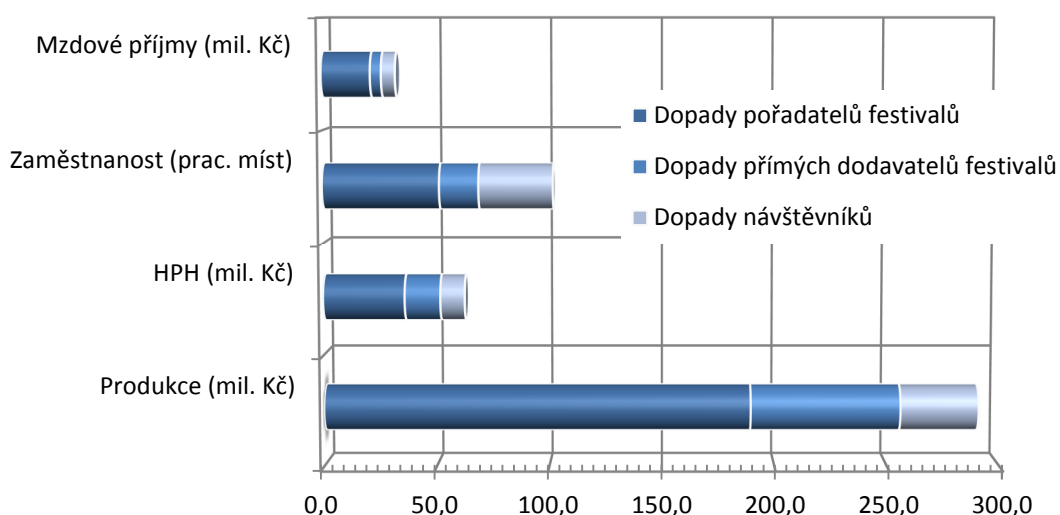
Analyzované festivaly AHF ČR přilákaly do příslušných krajů, ve kterých se konají, několik tisíc návštěvníků z různých koutů České republiky i celého světa. Díky jejich výdajům za hotelové, stravovací a další služby i nákupy, a také díky rozpočtům samotných festivalů a jejich výdajům, které plynuly místním podnikům, se zvýšila **produkce místních subjektů (firem i pořadatelských organizací) o 291 405 963 Kč a hrubá přidaná hodnota v krajích o 62 866 931 Kč. Bylo vytvořeno nejméně 102 pracovních míst a zaměstnancům byly vyplaceny mzdy a další**

odměny ve výši 32 642 864 Kč. V těchto výsledcích nejsou zahrnuty nepřímé (multiplikační) dopady návazných dodavatelů ekonomického řetězce, neboť nevíme, kteří z nich sídlí v příslušných krajích a kteří ne.

Tab 26 Odhad přímých dopadů festivalů, jejich místních dodavatelů a návštěvníků na ekonomiku krajů

	Odhad dopadu na produkci v krajích	Odhad dopadu na HPH krajů	Odhad dopadu na zaměstnanost v krajích	Odhad dopadu na mzdové příjmy v krajích
Dopady všech návštěvníků	34 683 287 Kč	10 793 135 Kč	32,9	6 093 426 Kč
Dopady rozpočtů festivalů	189 474 127 Kč	36 137 174 Kč	51,7	21 636 527 Kč
Dopady místních dodavatelů festivalů	67 248 549 Kč	15 936 621 Kč	17,5	4 912 911 Kč
Celkem	291 405 963 Kč	62 866 931 Kč	102,1	32 642 864 Kč

Graf 21 Graf přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku krajů

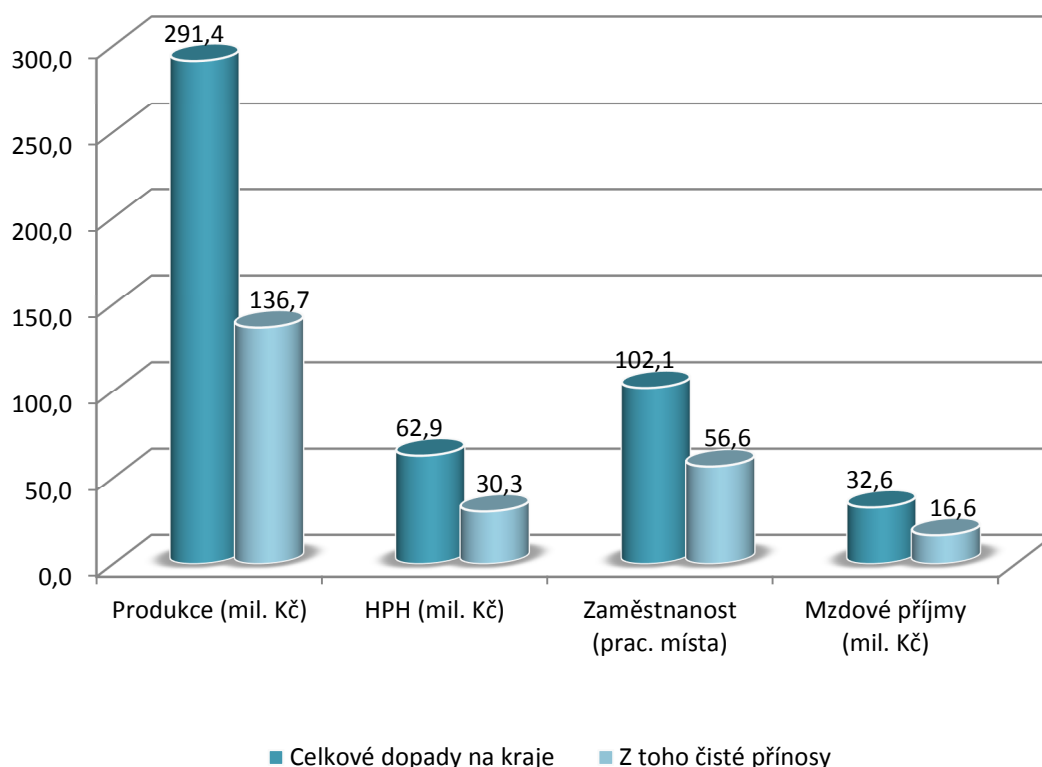


Velká část výdajů místních návštěvníků, stejně jako většina výdajů z rozpočtu festivalů, která byla krytá dotacemi a příspěvky místních samospráv a sponzorů, by pravděpodobně zůstala v krajích i bez pořádání těchto festivalů. Festivaly však přilákaly také nové příjmy do příslušných krajů, a to jak od nemístních návštěvníků, kteří přicestovali do krajů a utratili zde své peníze, tak od soukromých firem a veřejnoprávních institucí, které přispěly do rozpočtu festivalů částkou 93 760 282 Kč. Můžeme konstatovat, že **díky festivalům přitekly do krajů nové zdroje, které měly dopad na zvýšení obrátu krajských firem a subjektů o 136 658 257 Kč, hrubé přidané hodnoty (resp. HDP) v kraji o 30 333 452 Kč a vytvoření 56,6 stálých pracovních míst** (viz Tab 27 a Graf 22).

Tab 27 Odhad čistých ekonomických přínosů festivalů pro kraje

Čisté přínosy festivalů	Přínos k produkci v krajích	Přínos k HPH v krajích	Přínos k tvorbě prac. míst v krajích	Přínos ke mzdám v krajích
Pražské jaro	54 342 483 Kč	13 928 536 Kč	16,8	6 655 710 Kč
Smetanova Litomyšl	15 878 406 Kč	3 590 331 Kč	8,2	2 365 871 Kč
MHF Český Krumlov	49 086 262 Kč	7 762 560 Kč	20,8	4 813 931 Kč
Janáčkův máj	6 233 617 Kč	1 806 161 Kč	1,6	786 221 Kč
Concentus Moraviae	4 098 981 Kč	941 914 Kč	2,8	794 297 Kč
České doteky hudby	6 532 105 Kč	1 403 420 Kč	4,6	852 124 Kč
MHF Brno	5 362 940 Kč	770 187 Kč	1,5	244 276 Kč
HF L. van Beethovena	188 221 Kč	38 163 Kč	0,1	17 944 Kč
MF Mahler – Jihlava	1 011 505 Kč	61 426 Kč	0,1	23 523 Kč
Harmonia Moraviae	157 353 Kč	30 753 Kč	0,1	22 320 Kč
Celkem za AHF	136 658 257 Kč	30 333 452 Kč	56,6	16 576 216 Kč

Graf 22 Přímé dopady a čisté přínosy festivalů pro ekonomiku krajů



7 Ekonomické dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku měst

7.1 Dopady jednotlivých festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku měst

Festivally Asociace hudebních festivalů České republiky mají velký význam jak pro Českou republiku, tak i pro města, ve kterých se dané festivaly pořádají. Tato kapitola uvádí odhady přímých ekonomických dopadů výdajů festivalů a jejich návštěvníků na města. Jelikož multiplikátory pro výpočet nepřímých dopadů vychází z národních účtů ČSÚ a lze je použít jen pro výpočty dopadů na celou českou ekonomiku, jsou v této kapitole uvedeny pouze dopady přímých dodavatelů bez multiplikačních efektů. V této kapitole tedy předpokládáme, že nepřímí (návazní) dodavatelé a subdodavatelé sídlí mimo příslušné město, tzn. nezahrnujeme je do výpočtů dopadů na město.

Díky **výdajům návštěvníků** festivalů vzrostla produkce ve městech o 34 342 227 Kč. Z vyšších tržeb firem došlo ke zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HPH) o 10 646 424 Kč, zbylá část plynula na pokrytí nákladů (mezispotřebu vstupů). Hotely, restaurace a další podniky musely kvůli poptávce ze strany návštěvníků festivalů zaměstnat mnoho nových pracovníků, což v přepočtu na plné celoroční úvazky znamenalo vytvoření 32,7 pracovních míst. Zaměstnanci dostali na mzdách a dalších platbách od zaměstnavatelů 6 018 868 Kč.

Podobně jako u výdajů, které utratili návštěvníci, tak i **výdaje na organizaci festivalů** generují ekonomické dopady na ekonomiku příslušných měst. Díky rozpočtům samotných festivalů a dále jejich přímým výdajům plynoucím místním dodavatelům se zvýšila produkce ve městech o 249 153 125 Kč, HPH o 50 224 957 Kč, bylo zaměstnáno 67,1 osob na plný celoroční úvazek a vzrostly mzdové příjmy o 25 999 338 Kč.

Celkové dopady na produkci, hrubou přidanou hodnotu, zaměstnanost a náhrady zaměstnancům (mzdy) uvádí následující tabulky.

Tab 28 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomickou produkci ve městech

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku měst	Město	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na produkci měst
Pražské jaro	Hl. m. Praha	9 241 957 Kč	110 452 800 Kč	119 694 757 Kč
Smetanova Litomyšl	Litomyšl	3 723 475 Kč	27 592 965 Kč	31 316 440 Kč
MHF Č. Krumlov	Č. Krumlov ⁷	13 442 536 Kč	50 522 062 Kč	63 964 598 Kč
Janáčkův máj	Ostrava	454 539 Kč	24 678 017 Kč	25 132 556 Kč
Concentus Moraviae	13 měst ČR	749 406 Kč	6 411 591 Kč	7 160 997 Kč
České doteky hudby	Hl. m. Praha	5 396 809 Kč	6 179 000 Kč	11 575 809 Kč
MHF Brno	Brno	802 201 Kč	15 863 345 Kč	16 665 546 Kč
HF L. van Beethovena	Teplice	192 847 Kč	2 895 988 Kč	3 088 835 Kč
MF Mahler –Jihlava	Jihlava	102 358 Kč	2 956 107 Kč	3 058 465 Kč
Harmonia Moraviae	Zlín	236 099 Kč	1 601 250 Kč	1 837 349 Kč
Celkem za AHF		34 342 227 Kč	249 153 125 Kč	283 495 352 Kč

Tab 29 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na hrubou přidanou hodnotu měst

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku měst	Město	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na HPH měst
Pražské jaro	Hl. m. Praha	2 821 992 Kč	27 663 992 Kč	30 485 984 Kč
Smetanova Litomyšl	Litomyšl	1 218 658 Kč	5 638 807 Kč	6 857 465 Kč
MHF Č. Krumlov	Č. Krumlov	4 183 369 Kč	5 119 359 Kč	9 302 728 Kč
Janáčkův máj	Ostrava	148 370 Kč	7 158 923 Kč	7 307 293 Kč
Concentus Moraviae	13 měst ČR	248 084 Kč	1 477 531 Kč	1 725 615 Kč
České doteky hudby ⁸	Hl. m. Praha	1 576 582 Kč	x	1 576 582 Kč
MHF Brno	Brno	269 671 Kč	2 476 151 Kč	2 745 822 Kč
HF L. van Beethovena	Teplice	63 840 Kč	285 590 Kč	349 431 Kč
MF Mahler –Jihlava	Jihlava	34 548 Kč	160 087 Kč	194 635 Kč
Harmonia Moraviae	Zlín	81 310 Kč	244 516 Kč	325 826 Kč
Celkem za AHF		10 646 424 Kč	50 224 957 Kč	60 871 381 Kč

⁷ Dopady MHF Český Krumlov v této kapitole zahrnují jen dopady na Český Krumlov, kde částečně působí pořadatel festivalu Auvix s.r.o. (Další část dopadů pořadatele se dotýká Prahy, kde Auvix s.r.o. sídlí.)

⁸ Některé festivaly neuvádějí žádné výdaje na mzdy a daně, tudíž mají nulové nebo jen velmi malé dopady na zaměstnanost, mzdové příjmy a hrubou přidanou hodnotu. U některých pořadatelů to může být dáno jejich celoroční činností, přičemž na organizaci festivalu nejsou v instituci vyčleněni zvláštní pracovníci.

Tab 30 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na tvorbu pracovních míst ve městech

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku měst	Město	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na zaměstnanost ve městech
Pražské jaro	Hl. m. Praha	8,5	24,5	33
Smetanova Litomyšl	Litomyšl	3,7	12	15,7
MHF Č. Krumlov	Č. Krumlov	13,1	12,5	25,6
Janáčkův máj	Ostrava	0,4	6,7	7,1
Concentus Moraviae	13 měst ČR	0,8	5,0	5,8
České doteky hudby	Hl. m. Praha	4,8	1,0	5,8
MHF Brno	Brno	0,8	4,0	4,8
HF L. van Beethovena	Teplice	0,2	0,2	0,4
MF Mahler –Jihlava	Jihlava	0,1	0,2	0,3
Harmonia Moraviae	Zlín	0,2	1,0	1,2
Celkem za AHF		32,7	67,1	99,8

Tab 31 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na mzdové příjmy zaměstnanců ve městě

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku měst	Město	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na mzdy ve městech
Pražské jaro	Hl. m. Praha	1 586 767 Kč	12 645 556 Kč	14 232 323 Kč
Smetanova Litomyšl	Litomyšl	676 558 Kč	4 088 355 Kč	4 764 913 Kč
MHF Č. Krumlov	Č. Krumlov	2 396 940 Kč	3 492 076 Kč	5 889 016 Kč
Janáčkův máj	Ostrava	70 048 Kč	3 142 217 Kč	3 212 265 Kč
Concentus Moraviae	13 měst ČR	128 667 Kč	1 445 406 Kč	1 574 073 Kč
České doteky hudby	Hl. m. Praha	933 175 Kč	X	933 175 Kč
MHF Brno	Brno	137 698 Kč	836 079 Kč	973 777 Kč
HF L. van Beethovena	Teplice	33 110 Kč	66 215 Kč	99 326 Kč
MF Mahler –Jihlava	Jihlava	17 028 Kč	56 039 Kč	73 067 Kč
Harmonia Moraviae	Zlín	38 878 Kč	227 395 Kč	266 273 Kč
Celkem za AHF		6 018 868 Kč	25 999 338 Kč	32 018 206 Kč

7.2 Celkové dopady festivalů AHF ČR na ekonomiku měst

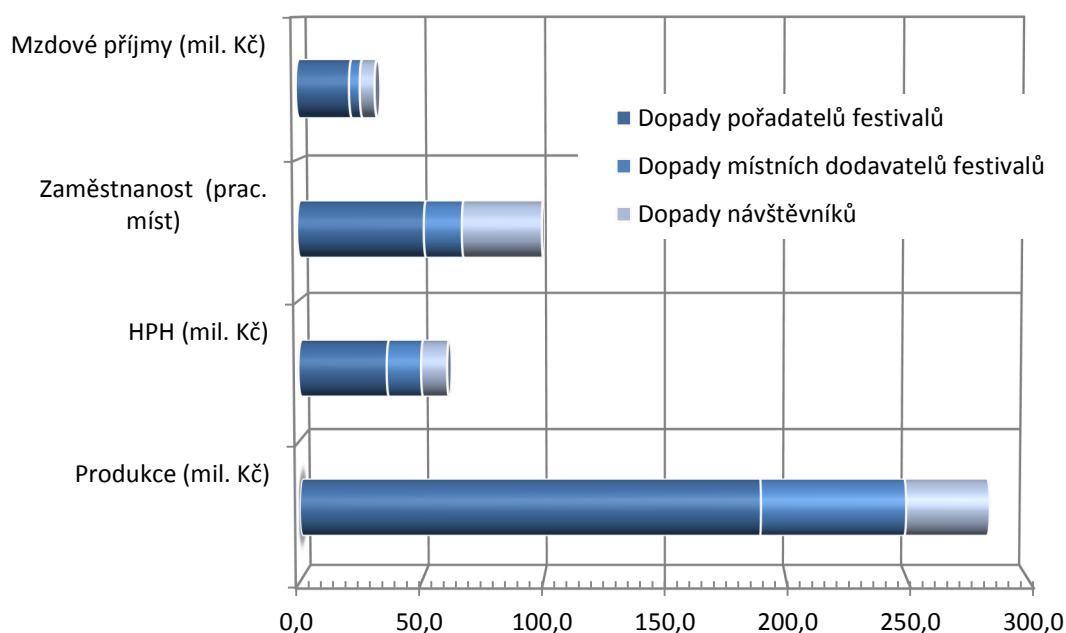
Analyzované festivaly AHF ČR přilákaly do příslušných měst, ve kterých se konají, několik tisíc návštěvníků z různých koutů České republiky i celého světa. Díky jejich výdajům za hotelové, stravovací a další služby i nákupy, a také díky rozpočtům samotných festivalů a jejich výdajům, které plynuly místním podnikům, se zvýšila **produkce místních subjektů (firem i pořadatelských organizací) o 283 495 352 Kč a hrubá přidaná hodnota ve městech o 60 871 381 Kč. Bylo vytvořeno nejméně 99,8 pracovních míst a zaměstnancům byly vyplaceny mzdy a další**

odměny ve výši 32 018 206 Kč. V těchto výsledcích nejsou zahrnuty nepřímé (multiplikační) dopady návazných dodavatelů ekonomického řetězce, neboť nevíme, kteří z nich sídlí v příslušných městech a kteří ne.

Tab 32 Odhad přímých dopadů festivalů, jejich místních dodavatelů a návštěvníků na ekonomiku měst

	Odhad dopadu na produkci ve městech	Odhad dopadu na HPH měst	Odhad dopadu na zaměstnanost ve městech	Odhad dopadu na mzdové příjmy ve městech
Dopady všech návštěvníků	34 342 227 Kč	10 646 424 Kč	32,7	6 018 868 Kč
Dopady rozpočtů festivalů	189 474 127 Kč	36 137 174 Kč	51,7	21 636 527 Kč
Dopady místních dodavatelů festivalů	59 678 998 Kč	14 087 783 Kč	15,5	4 362 810 Kč
Celkem	283 495 352 Kč	60 871 381 Kč	99,8	32 018 206 Kč

Graf 23 Graf přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na ekonomiku měst



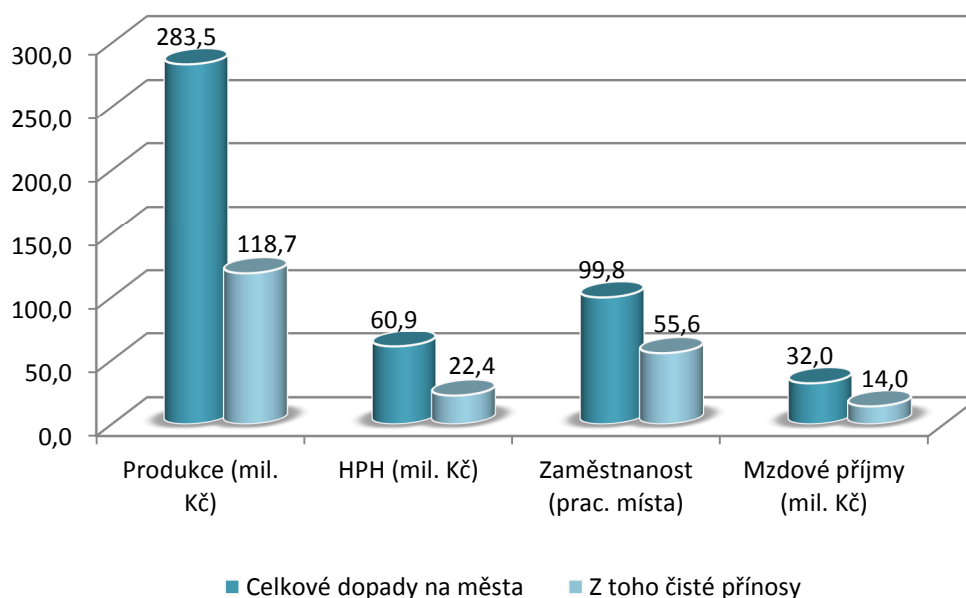
Velká část výdajů místních návštěvníků, stejně jako většina výdajů z rozpočtu festivalů, která byla krytá dotacemi a příspěvky místních samospráv a sponzorů, by pravděpodobně zůstala ve městech i bez pořádání těchto festivalů. Festivaly však přilákaly také nové příjmy do příslušných měst, a to jak od nemístních návštěvníků, kteří přicestovali do těchto měst a utratili zde své peníze, tak od soukromých firem a veřejnoprávních institucí, které přispěly do rozpočtů festivalů částkou 130 536 398 Kč. Můžeme tedy konstatovat, že díky festivalům přitekly do měst nové zdroje, které

měly dopad **na zvýšení obrátu firem a subjektů sídlících ve městech o 118 717 229 Kč, hrubé přidané hodnoty (resp. HDP) o 22 424 920 Kč a na vytvoření 55,6 stálých pracovních míst** (viz Tab 33 a Graf 24).

Tab 33 Odhad čistých ekonomických přínosů festivalů pro města

Čisté přínosy festivalů	Přínos k produkci	Přínos k HPH	Přínos k tvorbě prac. míst	Přínos ke mzdám
Pražské jaro	7 178 955 Kč	2 115 965 Kč	6,3	1 256 037 Kč
Smetanova Litomyšl	23 592 021 Kč	5 238 151 Kč	12,1	3 616 496 Kč
MHF Č. Krumlov	57 799 148 Kč	8 512 634 Kč	23,4	5 401 856 Kč
Janáčkův máj	9 536 025 Kč	2 775 314 Kč	2,5	1 222 599 Kč
Concentus Moraviae	5 599 330 Kč	1 335 036 Kč	4,5	1 239 122 Kč
České doteky hudby	6 532 105 Kč	1 403 420 Kč	4,6	852 124 Kč
MHF Brno	5 683 524 Kč	772 511 Kč	1,7	270 910 Kč
HF L. van Beethovena	1 125 695 Kč	139 095 Kč	0,2	45 269 Kč
MF Mahler – Jihlava	1 451 549 Kč	88 222 Kč	0,1	33 333 Kč
Harmonia Moraviae	218 878 Kč	44 572 Kč	0,2	33 377 Kč
Celkem za AHF	118 717 229 Kč	22 424 920 Kč	55,6	13 971 122 Kč

Graf 24 Přímé dopady a čisté přínosy festivalů pro ekonomiku měst



8 Sociální a další neekonomické přínosy festivalů

Ekonomické dopady jsou pouze jednou stránkou celkových dopadů festivalů a důraz na ně vychází z požadavku na zhodnocení návratnosti investic a na ekonomický rozvoj společnosti. Ne vše jde však měřit jen ve vztahu k finančnímu zisku. Hudební festivaly, které jsou členem Asociace hudebních festivalů České republiky, mají i prokazatelné neekonomické (resp. sociální a kulturní) dopady, které s ekonomickými dopady nijak nesouvisí (a ani jimi nejsou ovlivněny). Tyto dopady se odrážejí v kvalitě života komunity i samotné společnosti. Vliv kulturních událostí na společnost nelze ekonomicky ocenit. Hudební festivaly působí na rozvoj a utváření kulturního a společenského kapitálu, přispívají k utváření obrazu a identity místa, jak navenek, tak i uvnitř dané komunity a vedou ke vzniku a zachování hodnot, které mají význam i pro ty, kteří se festivalů přímo neúčastní.

Zatímco ekonomické dopady jsou výrazné zejména u velkých festivalů s vysokou účastí návštěvníků ze zahraničí či z jiných krajů České republiky, sociální a další neekonomické dopady můžeme zaznamenat u všech. Publikum velkých festivalů, jako je např. MHF Pražské jaro, MHF Český Krumlov či MOF Smetanova Litomyšl tvoří jak místní návštěvníci, tak i návštěvníci z jiných krajů či ze zahraničí, kteří přicestovali nejen za uměleckými zážitky, ale využívají i dalších služeb, které jim města, ve kterých se festivaly konají, nabízí. Díky vysoké účasti nemístních návštěvníků si místní lidé uvědomují význam daného festivalu, ale i význam města jako turistické atraktivity. Menší, lokální festivaly lákají zejména obyvatele z místa konání festivalu či návštěvníky z blízkého okolí. Jejich význam však nelze díky tomuto aspektu podceňovat, právě naopak. Místní lidé mají v obou případech jedinečnou možnost shlédnout vystoupení špičkových interpretů a evropských či světových hvězd. Mohou být tedy hrdí na své město a kraj a zvyšuje se jejich sounáležitost s místem bydliště. Díky festivalům jdou v mnoha případech na koncert i lidé, kteří by jinak vážnou hudbu neposlouchali.

Dopady na zdraví, psychiku a spokojenost jedinců

Podle mnohých zahraničních studií má aktivní i pasivní účast na umění pozitivní vliv na zdraví, duševní spokojenost, kreativní schopnosti a výkonnost myšlení. Pozitivní vliv na zdraví pravděpodobně souvisí s vysokou schopností umění odbourávat stres a také s navazováním nových a upevňováním stávajících mezilidských vztahů (Baklien, 2000; Ball and Keating, 2002). Účast na koncertech či jiných uměleckých představeních můžeme chápat jako duševní hygienu člověka. Ta vede nejen k odbourávání stresu, ale v důsledku také k dlouhodobému zlepšení vnitřní spokojenosti a pocitu „vnitřního štěstí“ (Williams 1995). Bylo také prokázáno, že lidé participující na umění mají lepší paměť a výkonnost myšlení, mají významné tvůrčí schopnosti a dokážou lépe využít kreativitu i ve zcela běžných životních situacích (Guetzkow, 2002). Tyto pozitivní efekty umění mají dalekosáhlé dopady nejen na jedince, ale i na společnost, např. v podobě lepších mezilidských vztahů, nižší kriminální činnosti apod. (viz dále).

Společenský, lidský a kulturní kapitál

Festivaly AHF ČR pomáhají formovat kolektivní identitu milovníků kultury, jsou prostorem pro vyjádření společenských hodnot, utváření společenských vazeb a udržování tradic. Tím přispívají k vytváření tzv. společenského kapitálu, který je „sociálním lepidlem společnosti“ (Derett, 2003). Na společenských akcích tohoto formátu vzniká navíc prostor k získávání nových schopností a znalostí. Díky tomu AHF ČR pomáhá budovat tzv. lidský kapitál, neboť participace na kultuře je významným faktorem vzdělání a produktivity pracovní síly. Vytvářením kvalifikované a kreativní pracovní síly se kultura významně podílí na rozvoji mnoha ekonomických odvětví. Produktivita práce v kreativních oborech je nesmírně vysoká. Tzv. kulturní průmysly (v širším pojetí kreativní) jsou nejen jedním z primárních zdrojů inovací pro jiné oblasti a důležitým tahounem ekonomiky jako celku, ale i jedním z nejrychleji se rozvíjejících odvětví ve vyspělých ekonomikách.

Ze sociálního hlediska lze na kulturu nahlížet jako na kategorii „kulturního kapitálu“ (Bourdieu, 1986). Asociace hudebních festivalů ČR a její festivaly se tak podílí na tom, že dnes nachází cestu do měst konání festivalů stále více mimořádných umělců. Dále jsou festivaly hudební vizitkou daného města, ale i celého kraje a jsou v tomto přínosem k celkovému kulturnímu kapitálu společnosti. Jako festivaly vysoké kultury mají šanci vést k posílení společenských institucí a k celkové vyšší úrovni společnosti.

Neužitné hodnoty

Některé hodnoty nemají přímý užitek (tzn. neužitné hodnoty), například záznamy koncertů, či samotná existence festivalů. Lidé například mohou díky festivalům přijít do kontaktu s hudbou, kterou by jinak nepoznali. To zpětně ovlivňuje jejich umělecký vkus. Snaha o programovou různorodost a zaměření na kvalitní program vede k podpoře kulturní mnohosti, která je také zásadním dopadem na společnost. Z festivalů tak mají nepřímo prospěch i ti, kteří se jich neúčastní (existence value), i ti, kteří se jich zúčastní v budoucnu (option value). Návštěvnost hudebních festivalů v České republice stále roste, je proto pravděpodobné, že je v budoucnu navštíví i lidé, kteří je dosud nenavštívili a mají tak již dnes nepřímý užitek z jejich pouhé existence.

Identita místa, sebeidentita a identita skupiny

S rozvojem globální turistiky a snah o vytváření turistických destinací se z festivalů staly důležité nástroje podpory cestovního ruchu a místa regionální soudržnosti a individuality (Richards a Wilson, 2004). Tyto aspekty přináší městům, ve kterých se festivaly konají, další neměřené dopady. Vnější identita místa je podstatnou součástí marketingu destinací a festivaly AHF ČR k ní také přispívají. Festivaly mají i vnitřní vlivy v místě konání, které spočívají například v potenciálu seznámit mladé lidi s kulturou vážné hudby a ve schopnosti utvářet vztah lidí k regionu či městu. Ostatně s cílem posílit u místních obyvatel pocit hrdosti a sounáležitosti k městu či obci vznikla řada festivalů v České republice i v zahraničí. S postupným růstem začaly tyto festivaly postupně plnit roli prezentace města vůči nemístním návštěvníkům, a tím dále posilovat svoji vlastní

identitu. Místní obyvatelé sami s hrdostí zvou své známé a příbuzné do města právě během festivalu, aby se „pochlubili“, v jakém městě bydlí a jací umělci zde vystupují.

Obnova a rozvoj města

Tím, že se festivaly AHF ČR konají v rozmanitých a netradičních prostorech na mnoha místech České republiky, pomáhají rozvíjet a využívat kulturní možnosti těchto prostorů. To je zvláště zesílené charakterem mnoha historických měst, jako je např. Praha, Český Krumlov, Litomyšl a další. Právě netradiční historické prostory a genius loci mnoha českých měst spojené s kvalitním vystoupením předních českých i světových umělců dotváří nezapomenutelný zážitek z koncertů pořádaných v rámci festivalů Asociace hudebních festivalů České republiky.

Spojením všech neekonomických dopadů vzniká nevyjádřitelný přínos, který je studiem ekonomického dopadu těžko zachytitelný, ale ze kterého má celá společnost prospěch.

Závěr

Asociace hudebních festivalů České republiky sdružuje nejvýznamnější hudební festivaly u nás. Během roku 2011 bylo vydáno na deseti analyzovaných festivalech AHF ČR přes 108 tisíc vstupenek. Věhlas a kvalita programu festivalů láká každý rok mnoho diváků z různých koutů České republiky i ze zahraničí. V roce 2011 **návštěvníci utratili v souvislosti s festivaly 53,7 mil. Kč za vstupné a dalších 51,9 mil. Kč za dopravu, ubytování, stravu či nákupy.** Průměrně přijelo na festivaly 60,1 % lidí z města konání daného festivalu, 19,2 % z jiných míst daného kraje, 14,2 % z jiných krajů ČR a 6,5 % návštěvníků ze zahraničí.

Ke stanovení ekonomických dopadů výdajů festivalů a jeho návštěvníků na českou, případně regionální ekonomiku, byla využita data z dotazníkových šetření, která probíhala na čtyřech největších festivalech, a dále data od samotných pořadatelů členských festivalů. Získaná data byla podrobena meziodvětvové (input-output) analýze založené na statistikách národních účtů Českého statistického úřadu. V jednotlivých kapitolách dokumentu jsou vypočteny zvláště dopady výdajů návštěvníků festivalů (zvláště jsou vyzdvihnuty dopady zahraničních návštěvníků – čisté přínosy, které představují pro ekonomiku nové příjmy) a zvláště dopady výdajů pořadatelů festivalu.

Díky výdajům návštěvníků festivalů došlo ke zvýšení obratu (produkce) v české ekonomice celkem o 75 mil. Kč, společně s výdaji na organizaci festivalů **se zvýšila produkce ekonomických subjektů v ČR o 516,9 mil. Kč. Z toho 140,4 mil. Kč připadlo na celkové zvýšení hrubé přidané hodnoty, resp. HPH české ekonomiky.** Díky festivalům bylo v celé České republice vytvořeno či zachováno **190 stálých pracovních míst** a celkové náhrady zaměstnancům (mzdy) dosahovaly 63,5 mil. Kč. Zisky všech podniků, které profitovaly z výdajů festivalů i jejich návštěvníků dosáhly 24,8 mil. Kč.

Jelikož drtivá většina všech výdajů návštěvníků festivalů i festivalů samotných směřuje do místních podniků v pořadatelských městech a také většina zahraničních diváků navštívila v České republice pouze dané město, mají festivaly velký význam pro ekonomiku měst, ve kterých se konají. Městům přinesly **zvýšení produkce místních podniků minimálně o 283,5 mil. Kč, hrubé přidané hodnoty o 60,9 mil. Kč a vytvořily nejméně 100 stálých pracovních míst.** Jedná se však o velice konzervativní odhady a lze předpokládat, že v daných městech zůstává ještě více prostředků, které značně zvyšují ekonomickou aktivitu.

Vážná hudba, atmosféra historických měst a velmi kvalitní dramaturgie festivalů Asociace hudebních festivalů České republiky představují nejen velké lákadlo pro návštěvníky z blízka i z daleka, ale také značný ekonomický potenciál pro českou i regionální ekonomiku. Pokud by se Asociace chtěla dále zaměřit na lepší využití tohoto ekonomického potenciálu, měla by buď zvýšit počet zahraničních návštěvníků, nebo udržet na festivalech delší dobu návštěvníky z jiných krajů České republiky. Nejen Praha, ale i menší regionální města mohou nabídnout zahraničním návštěvníkům netradiční trávení volného času. Litomyšl či Český Krumlov jsou města jedinečná svými historickými památkami, Ostrava naopak svým industriálním charakterem a velkou nabídkou kulturního vyžití. AHF ČR by **společně se zástupci měst a krajů, případně CzechTourismu** měla systematicky pracovat na **posílení zahraničního marketingu a PR**, u menších měst také na **vytvoření reprezentativního zázemí a dostupných služeb** pro zahraniční návštěvníky.

Asociace hudebních festivalů České republiky a její festivaly mají i **neekonomické a těžko měřitelné přínosy** pro města a kraje, ve kterých se konají, ale i pro celou Českou republiku. Ty tkví zejména ve společenském a sociálním významu. Nejenže AHF ČR zvyšuje zájem lidí o vážnou hudbu, ale zároveň má velké zásluhy na jejím zpřístupnění širokému publiku. Každý rok navštíví festivaly mnoho zahraničních účinkujících, které mají diváci možnost vidět pouze v rámci programu festivalů. Tyto akce vytvářejí v místních lidech pocit hrdosti na své město, pomáhají zviditelnit řadu kulturních památek a v neposlední řadě své návštěvníky vzdělávají a rozvíjí jejich kreativitu. Festivaly AHF ČR se tak stávají neopomenutelnou součástí kulturního života měst a krajů, ve kterých jsou pořádány. Tím, že řadu let velmi úspěšně lákají do daných měst (resp. České republiky) umělce i diváky z celé ČR i ze zahraničí, napomáhají nejen propagaci měst, ale i zviditelnění celé České republiky jako turistické destinace a podílí se výrazně na jejím rozvoji ekonomickém a společenském.

Prameny

- Australian Government. 2001. Multipliers for Culture-Related Industries. Australian Government – Department of Communication, IT and the Arts, 2001.
- Asociace hudebních festivalů ČR. Webové stránky: <<http://www.czech-festivals.cz>> a webové stránky jednotlivých festivalů:
- HF L. van Beethovena: <<http://www.severoceskafilharmonie.cz>>
- HF Mahler – Jihlava Hudba tisíců: <<http://www.gustavmahler.eu>>
- MHF 13 měst CONCENTUS MORAVIAE: <<http://www.concentus-moraviae.cz>>
- MHF Brno: <<http://www.mhf-brno.cz>>
- MHF České doteky hudby: <<http://www.ceskedotekyhudby.cz>>
- MHF Český Krumlov: <<http://www.festivalkrumlov.cz>>
- MHF Harmonia Moraviae: <<http://www.filharmonie-zlin.cz>>
- MHF Janáčkův máj: <<http://www.janackuvmaj.cz>>
- MHF Pražské jaro: <<http://www.festival.cz>>
- MOF Smetanova Litomyšl: <<http://www.smetanovalitomysl.cz>>
- Baklien, B. 2000. Culture is Healthy. In : International Journal of Cultural Policy 7., No 2.
- Ball, Susan, and Clare Keating. 2002. Researching for Arts and Health's Sake. In 2nd Conference on Cultural Policy Research. Wellington, NZ.
- Bourdieu, P. 1986. The Forms of Capital. Wiley, John & Sons, 1986. ISBN 9780631228615.
- ČSÚ. Webové stránky: <www.czso.cz>
- Derrett, R. 2003. Making Sense of How Festivals Demonstrate a Community's Sense of Place. In: Event Management, Volume 8, Number 1, 2003 , Str. 49-58.
- Eurostat. 2002. The ESA 95 Input-Output Manual: Compilation and Analysis. Eurostat, 2002.
- Getz, D. 2008. Event tourism: Definition, evolution, and research. In: Tourism Management 29/2008, Pages 403-428. 0261-5177 (print); 1879-3193 (electronic)
- Government of Canada, Department of Canadian Heritage. 2008. Economic Impact Model for Arts and Heritage. <<http://dev.rcip-chin.gc.ca/mieap-eimah/>>
- Guetzkow, J. 2002. How the Arts Impact Communities. Working Paper Series, 20. Princeton University.
- Hall, S. a Gray, P. 1996. Questions of Cultural Identity. Sage, 1996. ISSN 0 8039 7882 – 0.
- Heilbrun, J., Gray, C. M. 2001. The Economics of Art and Culture. 2nd ed. New York: Cambridge University Press, 2001. ISBN 978-0-521-63712-1.
- Jurajda, Š., Lízal, L., Münich, D., Zemčík, P. 2006. Hlavní ekonomické důsledky pořádání letních olympijských her v Praze v roce 2016. Praha: Národohospodářský ústav Akademie věd ČR, 2006. Dostupné z webu: <<http://home.cerge-ei.cz/petrz/Research/PE.doc>>

- Kahoun, J. 2011. Měření regionálního HDP: důchodový a produkční přístup. In: Ekonomické listy 05/2011, s. 3-12. VŠEM, 2011. ISSN 1804-4166.
- KEA. 2006. Economics of Culture in Europe. KEA (European Affairs), prepared for European Commission, 2006.
- Leontief, W. 1951. Input-Output Economics. Scientific American, 1951, č. 4, s. 15–21. ISBN 0195035275.
- Lynch, Ruth Torkelson, and Deanne Chosa. 1996. Group-oriented community-based expressive arts programming for individuals with disabilities: Participant satisfaction and perceptions of psychosocial impact.
- McLennan, W. 1995. Information Paper: Australian National Accounts: Introduction to Input-Output Multipliers. Australian Bureau of Statistics, Catalogue No. 5246.0.
- Meethan, K. 1996. Place, Image and power: Brighton as a resort, p. 179-196. In: T. Selwyn (ed.), Myths and myth making in tourism, 179–221. Wiley, Chichester.
- Miller, R., Blair, P. 1985. Input-output Analysis: Foundations and Extensions. Prentice-Hall, New Jersey 1985. ISBN 0-13-466715-8 01.
- Miller, R. E. 1998. Regional and Interregional Input-output Analysis. In: Methods of Interregional and Regional Analysis, editoři Walter Isard, Iwan J. Azis, Matthew P. Drennan, Ronald E. Miller, Sidney Saltzman a Erik Thorbecke. Ashgate Publishing Company: Vermont, USA.
- Myerscough, J. 1988. The economic importance of the arts in Britain. Policy Studies Institute, London, 1988. ISSN 0853743541.
- Picard, D. a Robinson M. 2006. Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds, Channel View. ISSN 1845410483.
- Raabová, T. 2010. Ekonomické a sociální dopady kulturního cestovního ruchu v ČR. Disertační práce. FMV VŠE, 2010.
- Raabová, T. 2010. Multiplikační efekty kulturních odvětví v ČR. Institut umění – Divadelní ústav, 2010.
- Raabová, T. a kol. 2011. Analýza ekonomického dopadu festivalu Pražské jaro 2011. Economic impacT pro AHF, 2011.
- Raabová, T. a kol. 2011. Analýza ekonomického dopadu festivalu Janáčkův máj 2011. Economic impacT pro AHF, 2011.
- Raabová, T. a kol. 2011. Analýza ekonomického dopadu festivalu Smetanova Litomyšl 2011. Economic impacT pro AHF, 2011.
- Raabová, T. a kol. 2011. Analýza ekonomického dopadu MHF Český Krumlov 2011. Economic impacT pro AHF, 2011.
- Rasmussen, P. N. 1956. Studies in Intersectoral Relations. Amsterdam, 1956.
- Rojíček, M. 2006. Strukturální analýza české ekonomiky. Working Paper CES VŠEM, 2006, č. 1. ISSN 1801-2728.

- Rojíček, M. 2007. Klíčová odvětví v české ekonomice z pohledu input-output analýzy. In: Statistika, 2007, č. 2, s. 133-145. ISSN 0322-788x. Praha: ČSÚ.
- Rojíček, M., Vavrla, L. 2005. Využití input-output tabulek v ekonomické analýze. Pracovní sešity CES VŠEM, 2005, č. 12. ISSN 1801-5956.
- Rojíček, M., Vavrla, L. 2006. Sestavování symetrických input-output tabulek a jejich aplikace. In: Statistika, 2006, č. 1, s. 28-43. ISSN 0322-788x. Praha: ČSÚ.
- Statistics Canada. 2005. The Canadian and Inter-Provincial Input-Output Models: The Mathematical Framework. Ottawa : Industry Accounts Division, Statistics Canada.
- Stynes, Daniel J. 1997. Economic impacts of tourism. Illinois Bureau of Tourism, Department of Commerce and Community Affairs.
- Throsby, David; Withers, Glen. 1993. The Economics of the Performing Arts. 2nd ed. Hampshire, England : Gregg Revivals, 1993. ISBN 075120174X.
- Throsby, D. Economics and Culture, Cambridge, Cambridge Publishing, 2003. ISSN 0521586399
- Tichá, T. 2006. Cestovní ruch a kultura, hlavní konkurenční výhody České republiky. Diplomová práce. FMV VŠE, 2006.
- Tichá, T. 2007. I umění může vydělávat. A2 kulturní týdeník, 2007, roč. III, č. 12, s. 21. ISSN 1801-4542.
- United Nations. 1999. Studies in Methods, Handbook of National Accounting: Handbook of Input-Output Table Compilation and Analysis. Series F, No. 74. United Nations, New York 1999.
- Whiting, P. 1999. Socio-Economic Benefits Framework Applied to the Cultural Sector. Discussion Paper. Prepared for: National Arts Centre, National Capital Commission and Department of Canadian Heritage. Amherst Island, Ontario: The Outspan Group, March 1999.
- Whiting, Peter. 2004. Economic Impact Model for Arts and Heritage: Instruction Manual. Prepared for The Department of Canadian Heritage and The Canadian Tourism Commission.
- Wiesand, A. 2005. The „Creative Sector“ – An Engine For Diversity, Growth and Jobs in Europe. European Cultural Foundation, 2005.
- Williams, Deidre. 1995. Creating social capital : a study of the long-term benefits from community based arts funding. Adelaide, S. Aust.: Community Arts Network of South Australia.
- WTO. 2005. City Tourism & Culture - The European Experience. World Tourism Organization and European Travel Commission. Madrid: WTO, 2005. ISBN 92-844-0779-6.



Seznam příloh

- Příloha č. 1 Výpočet multiplikátorů a dopadů na jednotlivé ukazatele
- Příloha č. 2 Posudek metodiky od Českého statistického úřadu
- Příloha č. 3 Ukázka dotazníků pro festivaly Asociace hudebních festivalů ČR
- Příloha č. 4 Fotografie z dotazníkových šetření na festivalech AHF ČR



Příloha č. 1

Výpočet multiplikátorů a dopadů
na jednotlivé ukazatele

Obsah

1	Vysvětlení užitých pojmů	3
2	Meziodvětvová analýza a multiplikátory.....	8
3	Multiplikátory a koeficienty přímých dopadů	11
3.1	Multiplikátory a koeficienty produkce.....	11
3.2	Multiplikátory a koeficienty hrubé přidané hodnoty.....	12
3.3	Multiplikátory a koeficienty náhrad zaměstnancům (důchodu).....	12
3.4	Multiplikátory a koeficienty zaměstnanosti	13
3.5	Multiplikátory a koeficienty provozního přebytku (zisků)	13
4	Výpočet dopadů	15
4.1	Dopad výdajů na zvýšení produkce	15
4.2	Dopad výdajů na zvýšení hrubé přidané hodnoty	16
4.3	Dopad výdajů na zvýšení náhrad zaměstnancům (mezd)	17
4.4	Dopad výdajů na zvýšení zaměstnanosti.....	18
4.5	Dopad výdajů na zvýšení provozního přebytku (zisků)	19

1 Vysvětlení užitých pojmů

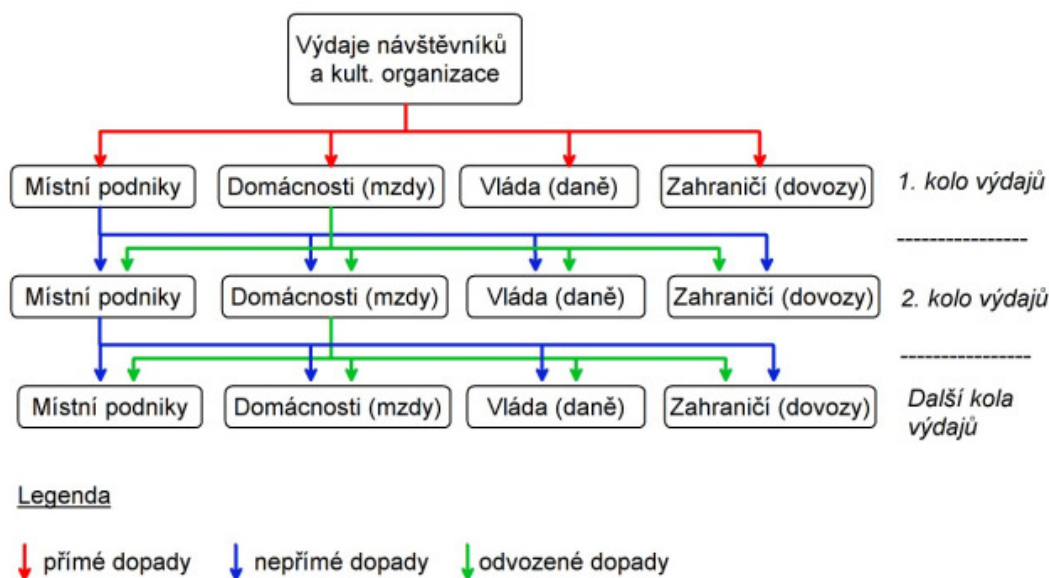
V textu Analýzy jsou stručně vysvětleny základní používané pojmy. Na tomto místě terminologii pouze doplňujeme.

Přímé, nepřímé a odvozené dopady

K pochopení vyčíslených dopadů uváděných v Analýze je v první řadě nutné porozumět pojmům přímé a nepřímé dopady. Přestože existují různé definice přímého a nepřímého dopadu, nejvíce autorů (např. Stynes, Heilbrun and Gray, m Whiting, Australian Government) se přiklání k následující terminologii:

- 1. Přímé efekty** (*direct effects*) jsou změny v ekonomice v důsledku přímých výdajů kulturní organizace nebo jejích návštěvníků (např. zvýšení produkce přímých dodavatelů poptávaných zboží a služeb).
- 2. Nepřímé (multiplikační) efekty** (*indirect effects*) jsou změny v ekonomice způsobené produkcí subdodavatelů v důsledku dalších kol návazné ekonomické aktivity ve sledovaném regionu (dodavatelé poptávají zboží a služby od svých subdodavatelů a ti dále od svých subdodavatelů...), tzn. změny zahrnující všechna další kola produkce vyvolané zpětnými vazbami přímých dodavatelů a jejich subdodavatelů v dané ekonomice.
- 3. Odvozené dopady** (*induced effects*) jsou změny v ekonomice způsobené výdaji pracovníků, kteří jsou zaměstnáni díky zkoumané organizaci a svoji mzdu dále utrácejí za různé zboží a služby. V naší metodice tyto dopady nezapočítáváme, aby nebyly celkové dopady nadhodnocené.

Obr. 1 Přímé, nepřímé a odvozené dopady



Prostřednictvím nepřímých a odvozených efektů se výdaje kulturní organizace nebo jejich návštěvníků mohou odrazit v jakémkoli jiném odvětví ekonomiky. Výše těchto sekundárních efektů je přímo úměrná ke sklonu podniků a domácností v regionu nakupovat zboží a služby od místních dodavatelů. Naopak pokud budou nakupovat spíše importované zboží a služby, dochází k úniku prostředků z regionu. Proto je také důležité zvolit velikost referenční oblasti, pro kterou dopad počítáme. Obecně platí, že čím větší je referenční oblast, tím nižší jsou úniky prostředků do jiných regionů, jelikož ekonomika je soběstačnější. Kromě dovozu postupně unikají výdaje návštěvníků z dodavatelského řetězce ekonomiky také prostřednictvím úspor a zdanění.

Dalším důležitým faktorem ovlivňujícím úroveň sekundárních efektů je struktura výdajů, tedy do kterých odvětví ekonomiky plynou. Každé odvětví má totiž jinou úroveň zpětných vazeb. Obecně platí, že výdaje na zboží a služby náročné na materiál mají relativně vyšší nepřímé dopady než výdaje na zboží a služby náročné na lidskou práci (ty mívají relativně vyšší přímé dopady na zaměstnanost).

Ekonomické dopady a ekonomické přínosy

Dalšími termíny, které v metodice rozlišujeme, jsou ekonomické dopady (impacts) a ekonomické přínosy (benefits).

Ekonomické dopady sledují ekonomickou aktivitu vyplývající z každé utracené koruny v určité geografické oblasti bez ohledu na to, odkud tyto peníze plynou.

Ekonomické přínosy zohledňují, odkud finance přišly a kde byly utraceny. Přínos vzniká pouze v případě, kdy vydané peníze znamenají takové zvýšení ekonomické aktivity v určité oblasti, k jakému by bez sledované kulturní akce/organizace nedošlo. Tato zvýšená aktivita je zpravidla výsledkem externí finanční injekce (plynoucí z jiné než sledované geografické oblasti), která je připisována zkoumané instituci/události.

Ekonomické přínosy je tedy možné chápat jako podmnožinu ekonomických dopadů. To znamená, že ne všechny ekonomické dopady znamenají čistý přínos pro referenční oblast. Finanční prostředky, které jsou utraceny ve stejné referenční oblasti, ze které pocházejí, neznamenají nový či dodatečný příjem pro tuto oblast.

Pokud tedy chceme znát čisté přínosy určité kulturní organizace pro stanovenou referenční oblast (např. stát, kraj, region), musíme z celkových ekonomických dopadů započítat pouze „nové příjmy“ plynoucí do oblasti. To znamená, že do výpočtů nezahrnujeme výdaje místních návštěvníků a výdaje sledované organizace plynoucí z místních příjmů (např. dotací města, kraje), jelikož lze předpokládat, že by tyto výdaje zůstaly v regionu i bez existence této organizace. Naopak zahrneme

1. výdaje, které cizí návštěvníci (žijící mimo referenční oblast) utratili v referenční oblasti. U těchto návštěvníků je navíc potřeba zjistit vliv kulturní akce na motivaci návštěvy referenční oblasti, a tím i podíl jejich výdajů, které lze připisovat přímo dané akci/organizaci.
2. výdaje organizace, které plynou z nemístních příjmů (např. evropských dotací) a byly utraceny v referenční oblasti.

Charakteristika ekonomických ukazatelů

Charakteristika ukazatelů ekonomických dopadů vychází z Metodiky národních účtů ČSÚ. Základními zdroji dat pro roční národní účty zpracováváné Českým statistickým úřadem jsou údaje z účetních výkazů, statistických zjišťování a údaje od orgánů státní správy (od České národní banky, Ministerstva financí ČR, Ministerstva práce a sociálních věcí ČR, Fondu národního majetku, Pozemkového fondu a dalších) a kvalifikované odhady.

Národní účty popisují ekonomický proces v rozdělení podle institucionálních sektorů a subsektorů. Každý sektor (subsektor) se skládá z jednotek, které mají podobné základní činnosti, funkce a ekonomické chování a patří ke stejnému typu výrobce. Každá jednotka je zaříděna pouze do jednoho sektoru (subsektoru). Mezi **rezidentské institucionální sektory**, které tvoří národní hospodářství (S.1) patří: nefinanční podniky, finanční instituce, vládní instituce, domácnosti a neziskové instituce sloužící domácnostem. Národní účty popisují také ekonomické operace s **nerezidenty**, tj. s jednotkami, které sídlí mimo ekonomické území České republiky, alespoň jeden rok nebo déle. Nerezidenti (S.2) představují seskupení jednotek bez ohledu na charakteristiku jejich funkcí a zdrojů. Jsou to např. zastupitelské úřady cizích států nebo mezinárodní organizace, které byly založeny a fungují na základě mezinárodních dohod nebo oddělené části mateřských společností (např. pobočky výrobních podniků, bank a pojišťovacích společností). Údaje za nerezidenty se nezahrnují do položek za národní hospodářství celkem (S.1).

Každý ukazatel (operace a ostatní toky) je v národních účtech označen kódem, který je v souladu s mezinárodním standardem Evropského systému národních účtů z roku 1995 (ESA95). Operace s výrobky a službami se označují kódem **P**, rozdělovací transakce kódem **D**, vyrovnávací položky kódem **Bg** (v hrubém pojetí včetně spotřeby fixního kapitálu) nebo **Bn** (v čistém pojetí – po vyloučení spotřeby fixního kapitálu), transakce s finančními nástroji kódem **F** a ostatní položky akumulace kódem **K**. Stavby nefinančních aktiv uváděné v počáteční a konečné rozvaze se označují kódem **AN** a stavby finančního majetku včetně ostatních pohledávek a závazků se označují kódem **AF**. V dalším textu jsou vysvětleny v první řadě ukazatele, se kterými budeme pracovat v rámci input-output analýzy nejčastěji.

Produkce (hrubý obrát) výrobků a služeb (P.1) představuje hodnotu tržního i netržního zboží a služeb, které jsou výsledkem produkční činnosti rezidentských jednotek v daném období na území České republiky. Tvoří ji:

- **tržní produkce (P.11)**, která obsahuje zejména tržby z prodeje výrobků a služeb vlastní výroby, obchodní rozpětí a změnu stavu nedokončené výroby a výrobků;
- **produkce pro vlastní použití (P.12)**, tj. zejména aktivace výrobků a služeb, zemědělská produkce domácností pro vlastní spotřebu a odhad imputovaného nájmu domácností bydlících ve vlastních domech a bytech;
- **ostatní netržní produkce (P.13)**, která je součtem ostatní netržní produkce poskytované za ekonomicky nevýznamné ceny (P.131 – platby za ostatní netržní služby) a ostatní netržní produkce poskytované zdarma (P.132 – bezplatné ostatní

netržní služby). Bezplatné ostatní netržní služby (P.132) jsou vyjádřeny jako rozdíl mezi vynaloženými provozními náklady včetně čistých daní z výroby a dovozu institucí vlády a neziskových institucí sloužících domácnostem a jejich tržbami z prodeje výrobků a služeb (P.11+P.131) a produkcí pro vlastní spotřebu (P.12).

Mezispotřeba (P.2) představuje hodnotu zboží a služeb spotřebovaných v průběhu příslušného období rezidentskými producenty v procesu výroby jiného zboží a služeb.

Domácí produkt – hrubý (B.1g) nebo čistý **(B.1n)** – v kupních cenách odpovídá celkové produkci v kupních cenách rezidentských výrobců po odpočtu jejich mezispotřeby a po připočtení čistých daní z produktů, tedy součtu **přidané hodnoty** (hrubé nebo čisté) jednotlivých sektorů a čistých daní z produktů (které nejsou sektorově alokovány). Rovněž odpovídá souhrnu konečné spotřeby, tvorby hrubého kapitálu a salda zahraničního obchodu.

Náhrady zaměstnancům (D.1) – v hotovosti i naturální, zahrnují mzdy a platy a sociální příspěvky placené zaměstnavateli:

- **mzdy a platy** – důchody za práce konané podle pracovně právních a jiných zvláštních předpisů. Obsahují mzdy a platy za vykonanou práci pro zaměstnavatele, platy společníků firmy nebo členů družstev, dále platy a uniformy vojáků z povolání; zahrnují se i příspěvky věnované zaměstnancům na dopravu do práce a z práce, na stravování, na jejich kulturní nebo sportovní vyžití, a jiné. Uvádějí se před odpočtem daně z příjmu, zákonných (povinných) příspěvků na sociální a zdravotní pojištění, případně jiných srážek;
- **sociální příspěvky** placené zaměstnavateli za jejich zaměstnance na všeobecné sociální a zdravotní pojištění (tj. z objemu základních mezd 26 % na sociální pojištění, vč. fondu nezaměstnanosti a 9 % na zdravotní pojištění), na penzijní a zdravotní připojištění a přímé sociální podpory od zaměstnavatelů (nenávratné výpomoci hrazené např. ze sociálního fondu).

Vývoz (P.6) a dovoz (P.7) zboží a služeb vycházejí z údajů bilance zboží a služeb. Jejich součástí je spotřeba českých občanů v cizině a spotřeba cizinců v ČR (odhadnutá zejména podle výše nákupu/prodeje valut) a dále přímé obchodní náklady v zahraničí. Rozdíl mezi dovozem a vývozem zboží a služeb vyjadřuje Saldo dovozu a vývozu (B.11).

Daně z výroby a dovozu (D.2) – nepřímé daně, zahrnují daně z produktů (např. daň z přidané hodnoty, cla, daně z dovozu, spotřební daně aj.) a ostatní daně z výroby (např. daně z nemovitostí, silniční daň, poplatky za znečištění vod a ovzduší aj.).

Dotace (D.3) – jsou v podstatě záporné daně. Člení se na dotace na produkty a ostatní dotace na výrobu:

- **dotace na produkty (D.31)** mají většinou charakter kompenzací ztrát ve výrobě a při poskytování služeb; jsou to např. dotace na osobní dopravu, na zemědělské produkty, na teplo nebo příspěvky příspěvkovým organizacím zařazeným v sektoru nefinančních podniků (např. do školství);
- **ostatní dotace na výrobu (D.39)** obsahují zejména dotace na úhradu ztráty, dotace na útlum těžby, dotace podnikatelským subjektům a dotace podnikům, které zaměstnávají osoby se změněnou pracovní schopností.

Provozní přebytek – hrubý (**B.2g**) nebo čistý (**B.2n**) – představuje zejména zisky podnikatelských subjektů (korigované o zisk z držby zásob), úroky a jiné důchody z vlastnictví kapitálu, tj. majetkové a podnikatelské důchody. Je stanoven jako rozdílová položka mezi hrubou přidanou hodnotou, náhradami zaměstnancům a čistými daněmi z výroby a z dovozu. Provozní přebytek také zahrnuje imputované nájemné ve výši 2,5 % z čisté reprodukční ceny bytů a domů (včetně jimi zastavěných pozemků) ve vlastnictví domácností. V sektoru domácností se zobrazuje ještě **smíšený důchod** – hrubý (**B.3g**) nebo čistý (**B.3n**) – drobných podnikatelů, který je souhrnem důchodu z podnikání (zisku) a důchodu z jejich pracovní činnosti (mzdy) pro vlastní „podnik“, neboť tyto důchody nelze statisticky odlišit.“ (ČSÚ, 2006)

2 Meziodvětvová analýza a multiplikátory

Pro zjištění ekonomických dopadů velkých projektů a organizací je nejpřesnější, a zároveň nejsložitější metodou **input-output analýza**, která disponuje nástroji pro kvantifikaci vzájemných vazeb mezi subjekty (odvětvími či sektory) v ekonomice. Na rozdíl od jiných metod umožňuje navíc vyčíslit také multiplikační efekty, které jsou způsobeny vazbami zkoumané organizace i jejích návštěvníků na další odvětví ekonomiky (výstup jednoho odvětví je zároveň vstupem dalších odvětví národního hospodářství a naopak).

Input-output analýza má kořeny ve 30. letech 20. století, kdy zakladatel tohoto přístupu Wassily Leontief poprvé publikoval input-output tabulky za národní hospodářství USA. Svůj metodologický přístup prezentoval ve své klasické stati *Input-Output Economics* (1951). Významnou inovací oproti dosavadním metodám byla možnost podrobně kvantifikovat vzájemné vazby a závislosti v produkčním systému společnosti na základě rovnovážného řešení, resp. bilance zdrojů a užití ekonomického systému.

Výchozím zdrojem dat pro kvantifikaci meziodvětvových vazeb je soustava tzv. input-output tabulek, která dle evropského standardu ESA 1995 zahrnuje tabulky dodávek a užití, tabulky spojující tabulky dodávek a užití se sektorovými účty a symetrické input-output tabulky (SIOT). Hlavní účel tabulek dodávek a užití je především statistický. Slouží k popisu původu a užití zboží a služeb vytvořených v procesu výroby a jsou důležitým nástrojem při výpočtu hrubého domácího produktu a jeho složek. Naopak symetrické input-output tabulky jsou zejména nástrojem analytickým, který umožňuje zkoumat meziodvětvové vazby a měřit dopad exogenních vlivů na ekonomiku. (Rojíček, Vavrla, 2006; Raabová, 2010)

Jádro symetrické input-output tabulky (SIOT) tvoří čtvercová matice mezispotřeby, která má symetrické členění řádků a sloupců, a to buď komodity na komodity, nebo odvětví na odvětví (preference ČSÚ a Eurostatu je členění komodity na komodity). V matici mezispotřeby reprezentuje každý sloupec strukturu vstupů, tzn. udává, kolik produktů bylo na výrobu konkrétního výrobku spotřebováno. Každá změna v poptávce po daném výrobku vede současně k proporcionální změně poptávky po produktech, které tvoří vstupy ve výrobním procesu. Např. investice v oblasti stavby hotelů se projeví ve zvýšené poptávce po produkci v odvětvích jako jsou výroba kovových konstrukcí či zpracování dřeva.

Nepřímý (multiplikační) efekt je způsoben tím, že výstup jednoho odvětví je zároveň vstupem dalších odvětví národního hospodářství a naopak. Změna požadavků na vstupy jednoho odvětví „roztáčí spirálu“ změn ve vstupech jiných odvětví. Meziodvětvová tabulka tedy zachycuje vztahy mezi jednotlivými odvětvími a poskytuje detailní statistický obraz ekonomiky v daném roce.

Input-output tabulku tak lze použít k předpovědi důsledků, které bude mít změna poptávky v jednom odvětví ve zbytku ekonomiky. Umožňuje kvantifikovat dopad vládních zásahů, stejně jako nových výdajů na hospodářství jako celek, ale i na jednotlivá odvětví a domácnosti. Pomocí nich lze vyhodnocovat např. dopad podpory investic, podpory hypoték, environmentálních zákonů, stejně jako dopad podpory kulturních či sportovních organizací a událostí. Mimoto SIOT nabízí

analýzu produktivity, zaměstnanosti, citlivosti na vliv změn daňových sazeb a regulace. (Rojíček, Vavrla, 2005; Raabová, 2010)

SIOT zobrazuje číselné vztahy mezi vstupy jednotlivých odvětví (vertikální členění) a jejich výstupy/produkcí (horizontální členění) a může být rozčleněna na 4 kvadranty:

- **I. kvadrant** – čtvercová matice mezipotřeby v symetrickém členění produkt na produkt nebo odvětví na odvětví;
- **II. kvadrant** – popisuje vztahy mezi dodávajícími výrobními odvětvími a autonomními odvětvími v podobě konečného užití (tyto údaje jsou získávány přímo z tabulky užití);
- **III. kvadrant** – obsahem jsou informace o hrubé přidané hodnotě udávající úhrn mzdových nákladů, spotřeby fixního kapitálu, daní a zisku a dále údaje o dovozu jednotlivých výrobků. Projevují se zde vazby mezi primárními činiteli (pracovní síla, kapitál, výrobní kapacity) a výrobními odvětvími;
- **IV. kvadrant** – zaznamenává přímé vztahy mezi primárními činiteli a konečným užitím.

Jednoduchý model symetrické input-output tabulky uvádí Obr. 2. **Chyba! Nenalezen zdroj odkazů.**

Obr. 2 Model symetrické input-output tabulky

	Produkty podle SKP	Konečné užití (f_j)	Celkem (x)
Produkty podle SKP ¹	$Z_{11} Z_{12} \dots Z_{1n}$ $Z_{21} Z_{22} \dots Z_{2n}$ $\vdots \vdots \vdots$ $Z_{n1} Z_{n2} \dots Z_{nn}$	$C_1 I_1 G_1 E_1$ $C_2 I_2 G_2 E_2$ $\vdots \vdots \vdots$ $C_n I_n G_n E_n$	X_1 X_2 \vdots X_n
Složky přidané hodnoty	$I_1 I_2 \dots I_n$ $OV_1 OV_2 \dots OV_n$	<i>Transakce mezi složkami přidané hodnoty a konečnou spotřebou</i>	L OV
Importy	$M_1 M_2 \dots M_n$		M
Celkem (x)	$X_1 X_2 \dots X_n$	$C I G E$	

z_{ij} = hodnota prodeje produktu odvětví i odvětví j v daném období (i jsou řádky, j sloupce)

f_i = hodnota prodeje produktu odvětví i koncovému spotřebiteli (spotřeba domácností, investice, vládní výdaje, export atd.)

x_i = celková hodnota zboží vyrobeného odvětvím i

c_i = výdaje domácností na spotřebu produktu i , přičemž celková spotřeba je $C = c_1 + c_2 + \dots + c_n$

i_i = nákupy produktu odvětví i určené na investice, celkové investice jsou $I = i_1 + i_2 + \dots + i_n$

g_i = vládní nákupy produktu i , celkové vládní nákupy jsou $G = g_1 + g_2 + \dots + g_n$

e_i = exporty produktu i , celkový dovoz je $E = e_1 + e_2 + \dots + e_n$

l_j = platby odvětví j za práci, přičemž celkové platby za práci v ekonomice jsou $L = l_1 + l_2 + \dots + l_n$

ov_j = ostatní platby odvětví j na ostatní složky přidané hodnoty (tzn. daně, spotřeba fixního kapitálu, zisk atd.) a celkové platby v ekonomice jsou $OV = ov_1 + ov_2 + \dots + ov_n$

m_j = import odvětví j , celkový import je roven $M = m_1 + m_2 + \dots + m_n$

Zdroj: Jurajda a kol., 2006, podle Miller, Blair, 1985.

¹ SKP: Standardní klasifikace produkce.

Rovnost součtů řádkových vektorů a součtů sloupcových vektorů $\sum_{i=1}^n x_i + C + I + G + E = \sum_{j=1}^n x_j + L + OV + M$ tvoří určitý rovnovážný model, ze kterého jsou

odvozovány všechny další vztahy v rámci strukturální analýzy. Jelikož $\sum_{i=1}^n x_i = \sum_{j=1}^n x_j$, rovnici lze

zjednodušit na $C + I + G + (E - M) = L + OV$. Levá strana vyjadřuje hrubý domácí produkt, který je z definice roven pravé straně, tedy souhrnu plateb za výrobní faktory, tzn. celkové přidané hodnotě (Miller, 1998, Rojíček, 2006).

3 Multiplikátory a koeficienty přímých dopadů

3.1 Multiplikátory a koeficienty produkce

Jak už bylo zmíněno, ze symetrické input-output tabulky můžeme odvodit přímé a nepřímé dopady změny v jednom odvětví na celou ekonomiku. Základním přístupem ke zkoumání vzájemných závislostí mezi sektory je metoda **zpětných vazeb**, tzn. vazeb na všechny dodavatele vstupů a dále jejich subdodavatele. Prvním krokem pro kvantifikaci zpětných vazeb je normalizace symetrické input-output tabulky podle řádků, tj. $a_{ij} = z_{ij}/x_j$. Tím získáme matici koeficientů vstupů A , která udává, jaká je hodnota jednotlivých meziproductů spotřebovaná na výrobu jedné jednotky určitého výrobku. Kromě přímé produkce můžeme sledovat i produkci nepřímou, tj. produkci druhého a dalších kol subdodavatelů (růst poptávky po určitém produktu vyvolává zvýšení produkce odvětví poskytujících vstupy, tato odvětví dále poptávají vstupy pro svoji výrobu od dalších odvětví a tak dále). Součet přímé a nepřímé produkce tvoří celkovou produkci potřebnou k uspokojení prvotní poptávky. Koeficienty celkové produkce lze spočítat, když odečteme matici koeficientů vstupů A od jednotkové matice I a vytvoříme inverzní matici $(I - A)$. Vznikne nám tím matici koeficientů celkové produkce L , tzv. **Leontiefova inverzní matice**. Tato operace se dá zapsat vzorcem:

$$L = (I - A)^{-1}.$$

Součty sloupců této matice se označují jako **multiplikátory produkce (output multipliers)** jednotlivých odvětví ekonomiky. Tyto multiplikátory zahrnují jak přímý vliv finální poptávky po produkci určitého produktu, tak vlivy nepřímé, vyplývající z multiplikace výrobního procesu. Tyto součtové multiplikátory můžeme interpretovat tak, že pokud se změní finální poptávka po produkci daného odvětví o jednu jednotku, celková produkce ve všech odvětvích vzroste právě o hodnotu multiplikátoru. (Rojíček, 2007; Raabová, 2010)

Je potřeba si uvědomit, že multiplikátor celkové produkce zahrnuje i veškerou mezispotřebu, čímž započítává vícekrát vstupy plynoucí od jednoho subdodavatele přes jiného subdodavatele k dodavateli poptávaných zboží či služeb. Proto značně nadhodnocuje celkový dopad přímého zvýšení poptávky. Tím se jeho vypovídací hodnota do značné míry ztenčuje, proto musí být s tímto ukazatelem zacházeno velice opatrně. (Australian Government, 2001)

Pomocí Leontiefovy inverzní matice lze vypočítat i další typy multiplikátorů, především multiplikátory hrubé přidané hodnoty (HPH), důchodu (resp. náhrad zaměstnancům), zaměstnanosti či zisků firem (resp. čistého provozního přebytku).

3.2 Multiplikátory a koeficienty hrubé přidané hodnoty

Problému vícečetného započítání mezispotřeby je možné se vyhnout použitím **multiplikátoru hrubé přidané hodnoty** (*gross value added multiplier*), jelikož hrubá přidaná hodnota odvětví nezahrnuje hodnotu vstupů (mezispotřebu). Multiplikátory hrubé přidané hodnoty určují vztah mezi prvotním zvýšením produkce určitého odvětví a celkovým zvýšením hrubé přidané hodnoty všech odvětví ekonomiky. V SIOT tvoří hrubá přidaná hodnota součet náhrad zaměstnancům, ostatních čistých daní na výrobu, spotřebu fixního kapitálu, čistý provozní přebytek a smíšený důchod.

Zvýšení hrubé přidané hodnoty odpovídá přibližně zvýšení hrubého domácího produktu (HDP) ekonomiky, jelikož HDP zahrnuje hrubou přidanou hodnotu (HPH) upravenou o čisté daně na produkty:

$$\begin{aligned} \text{HDP} &= \text{Produkce} - \text{Mezispotřeba} + \text{Daně z produktů} - \text{Dotace na produkty} = \\ &= \text{Hrubá přidaná hodnota} + \text{Čisté daně z produktů} \end{aligned}$$

Pro výpočet multiplikátorů hrubé přidané hodnoty potřebujeme z normalizované SIOT vektor h , který představuje prvotní zvýšení hrubé přidané hodnoty generované zvýšením přímé produkce o 1 peněžní jednotku (tzn. obsahuje koeficienty přímého dopadu pro jednotlivá odvětví). Multiplikátory hrubé přidané hodnoty vypočteme tak, že vynásobíme vektor h a Leontiefovou inverzní matici:

$$\text{Multiplikátory hrubé přidané hodnoty} = h \cdot (I - A)^{-1}$$

3.3 Multiplikátory a koeficienty náhrad zaměstnancům (důchodu)

Dalším typem multiplikátorů jsou **multiplikátory důchodu** (*income multiplier*), který je definován jako celková hodnota náhrad zaměstnancům, tzn. mezd, platů a sociálních příspěvků, které jsou potřebné ke zvýšení produkce odvětví o 1 peněžní jednotku. Jelikož náhrady zaměstnanců tvoří součást hrubé přidané hodnoty, multiplikátory důchodu budou nižší než multiplikátory HPH.

Podobně jako pro výpočet multiplikátorů HPH, pro stanovení multiplikátorů důchodu potřebujeme z normalizované SIOT vektor i , který představuje prvotní zvýšení mezd, platů a dalších náhrad zaměstnancům, odpovídající zvýšení přímé produkce o 1 peněžní jednotku (tzn. obsahuje koeficienty přímého dopadu pro každé odvětví). Všechna další kola multiplikačního efektu (nepřímé dopady) započteme do multiplikátoru tím, že vynásobíme vektor i Leontiefovou inverzní maticí:

$$\text{Multiplikátory důchodu} = \mathbf{i} * (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}$$

3.4 Multiplikátory a koeficienty zaměstnanosti

Dále můžeme vypočítat **multiplikátory zaměstnanosti** (*employment multiplier*), který udává počet nových pracovních míst vytvořených v celé ekonomice díky zvýšené produkci odvětví. Vzhledem k tomu, že podniky nemusí vždy reagovat na zvýšenou poptávku vytvořením nových pracovních míst, nýbrž přesčasy stávajících zaměstnanců, zvýšenou zaměstnanost musíme uvádět v přepočtu na celé úvazky (tzv. *full-time equivalent – FTE*). Z toho vyplývá, že i když se zvýší celková zaměstnanost (FTE), počet fyzických pracovníků může zůstat konstantní, pokud budou na dodatečnou práci zaměstnáni lidé, kteří už práci mají, ať už u stejného zaměstnavatele nebo v jiném podniku.

Pro výpočet multiplikátorů zaměstnanosti potřebujeme znát vektor \mathbf{e} , který vyjadřuje prvotní dopad zvýšené produkce na zvýšení zaměstnanosti. Většinou se však tento ukazatel udává v počtech pracovních míst na 1 milion peněžních jednotek produkce.² Multiplikátory zaměstnanosti jednotlivých odvětví, které zahrnují nejen prvotní dopad, ale i všechna návazná kola multiplikačního efektu, se vypočítají obdobně jako v minulých případech součinem vektoru \mathbf{e} a Leontiefovou inverzní matice:

$$\text{Multiplikátory zaměstnanosti} = \mathbf{e} * (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}$$

3.5 Multiplikátory a koeficienty provozního přebytku (zisků)

Dále můžeme vypočítat **multiplikátory provozního přebytku** (*operating surplus multiplier*), který udává výši čistých zisků podnikatelských subjektů v celé ekonomice díky zvýšené produkci odvětví.

Podobně jako pro výpočet předchozích multiplikátorů, pro stanovení multiplikátorů provozního přebytku potřebujeme z normalizované SIOT vektor \mathbf{p} , který představuje prvotní zvýšení čistého provozního přebytku firem, odpovídající zvýšení přímé produkce o 1 peněžní jednotku (tzn. přímý dopad). Všechna další kola multiplikačního efektu (nepřímé dopady) započteme do multiplikátoru tím, že vynásobíme vektor \mathbf{p} Leontiefovou inverzní maticí:

$$\text{Multiplikátory provozního přebytku (zisků)} = \mathbf{p} * (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}$$

² Vektor \mathbf{e} na rozdíl od předchozích vektorů nelze vyčíst ze SIOT tabulky v členění produkt x produkt, musíme mít zvláštní data o počtu pracovníků v odvětvích. Jistým úskalím může být transformace dat zaměstnanosti ze struktury odvětvové na strukturu komoditní, pokud je tabulka SIOT je členěna podle produktů.

Výsledkem všech těchto výpočtů je stanovení koeficientů přímých dopadů (jednotlivé vektory **h**, **i**, **e**, **p** normalizované tabulky SIOT) a multiplikátory pro výpočet celkových dopadů pro všech pět ekonomických ukazatelů (produkce, HPH, důchod, zaměstnanost a zisky), a to pro každé odvětví SIOT tabulky. Vzhledem k tomu, že koeficienty a multiplikátory jsou výsledkem maticových operací celé SIOT tabulky zahrnující všechna odvětví ekonomiky, vypočteme vždy koeficienty, resp. multiplikátory pro všechna odvětví dohromady. Nepřímé dopady jsou vypočteny následně vždy jako rozdíl mezi celkovým dopadem a přímým dopadem (viz dále).

Například pro potřeby Analýzy ekonomického dopadu AHF ČR **bylo vypočteno 504 koeficientů přímého dopadu** (bez koeficientů přímého dopadu na produkci, které jsou vždy rovny 1) **a 630 multiplikátorů**:

1 koeficient přímého dopadu pro každé ze 126 odvětví (komodit) v SIOT³ pro ukazatele HPH, důchodu, zaměstnanosti a zisků:

$$1 \times 126 \text{ odvětví} \times 4 \text{ ukazatele} = 504 \text{ koeficientů}$$

1 multiplikátor celkového dopadu pro každé ze 126 odvětví (komodit) v SIOT pro ukazatele produkce, HPH, důchodu, zaměstnanosti a zisků:

$$1 \times 126 \text{ odvětví} \times 5 \text{ ukazatelů} = 630 \text{ multiplikátorů}$$

Z vypočtených koeficientů a multiplikátorů byly dále využity jen ty, které se vztahují k relevantním odvětvím pro analýzu dopadů kulturních organizací a jejich návštěvníků (např. ubytovací a stravovací služby apod.).

³ Výpočty vycházejí z aktuální tabulky SIOT publikované Českým statistickým úřadem vycházející z dat 2007. Jelikož sestavení SIOT vždy trvá více let, nesestavuje se za každý rok. Výše multiplikátorů však závisí na celkové struktuře meziodvětvových vztahů, které se dlouhodobě mění jen v malé míře.

4 Výpočet dopadů

Ve fázi, kdy známe všechny potřebné multiplikátory a koeficienty, všechna vstupní data máme sesbírána, očištěna a převedena na základní ceny, můžeme přistoupit k výpočtu přímých a nepřímých ekonomických dopadů. Dopad na jednotlivé ekonomické a socio-ekonomické ukazatele můžeme zkoumat jak z hlediska výdajů návštěvníků (v_N), tak z pohledu výdajů samotné organizace (v_O). Součástí výdajů organizace jsou i mzdové výdaje, které však vstupují pouze do přímých dopadů a nemultiplikují se. Na závěr je možné hodnoty za výdaje návštěvníků i organizace sečíst a získat tím celkové dopady na produkci, hrubou přidanou hodnotu, náhrady zaměstnancům a zaměstnanost.

4.1 Dopad výdajů na zvýšení produkce

Ukazatele produkce představují zvýšení celkové produkce zboží a služeb, přičemž produkce je chápána u tržních subjektů jako souhrn tržeb a u netržních subjektů⁴ jako souhrn nákladů. To znamená, že vždy zahrnuje také hodnotu vstupů (mezispotřebu), mezd a dalších nákladů, u tržních subjektů i marži.

Přímý dopad na zvýšení produkce O_p , je roven celkové výši prvotních výdajů návštěvníků a organizace očištěných od DPH, příp. marže a importu:

$$O_p = \sum v_N + \sum v_O$$

Jedná se pouze o prvotní zvýšení výdajů plynoucích do ekonomiky, jinými slovy přímý nákup zboží a služeb koncovými uživateli, kterými jsou buď návštěvníci nebo kulturní organizace. Celková tržní hodnota těchto produktů představuje přímý dopad na zvýšení produkce.

Celkový dopad na zvýšení produkce O = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a multiplikátorů produkce pro jednotlivé nakoupené produkty (mp):

$$O = \sum v_N \cdot mp + \sum v_O \cdot mp$$

Tento ukazatel vyjadřuje celkové zvýšení produkce v celé ekonomice. Zahrnuje jak přímé zvýšení produkce (tzn. produkce finálních produktů pro návštěvníky a organizaci), tak i nepřímé zvýšení produkce, které zahrnuje produkci mezispotřeby, tzn. všech vstupních produktů potřebných pro výrobu finálních produktů i všech dalších návazných kol produkce subdodavatelů vstupních produktů.

⁴ Za netržní subjekty jsou považovány takové subjekty, jejichž tržní příjmy z vlastní činnosti tvoří méně než 50 % celkových příjmů.

Nepřímý dopad na zvýšení produkce O_n = rozdíl mezi celkovým a přímým dopadem na zvýšení produkce:

$$O_n = O - O_p$$

Nepřímé zvýšení produkce představuje produkci všech vstupních produktů potřebných pro výrobu finálních produktů poptávaných návštěvníky a organizací. Započítává tedy všechna návazná kola výrobního řetězce, bez produkce finálních produktů samotných.

4.2 Dopad výdajů na zvýšení hrubé přidané hodnoty

Jak bylo již zmíněno dříve, hrubá přidaná hodnota úzce souvisí s hrubým domácím produktem (HDP), který se liší od HPH pouze o čisté daně na produkty. Při zjednodušené interpretaci tedy můžeme předpokládat, že zvýšení HPH přibližně odpovídá zvýšení HDP v ekonomice. Dopad na zvýšení HPH ekonomiky zahrnuje jen přidanou hodnotu poptávaných produktů, tzn. nezahrnuje hodnotu vstupů produktů (mezispotřebu). Hrubá přidaná hodnota je tabulce SIOT počítána důchodovou metodou, tvoří ji složky náhrad zaměstnancům, čistých daní na výrobu, čistého provozního přebytku, smíšeného důchodu a spotřeby fixního kapitálu.

Přímý dopad na zvýšení hrubé přidané hodnoty H_p = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících koeficientů přímého dopadu na HPH (h):

$$H_p = \sum v_N \cdot h + \sum v_O \cdot h$$

Tento ukazatel vypovídá o tom, jak se zvýšila hrubá přidaná hodnota díky prvotnímu zvýšení produkce zboží a služeb poptávaných návštěvníky a organizací. Od přímého zvýšení produkce se liší tím, že nezapočítává mezispotřebu, tedy hodnotu vstupů potřebných k výrobě finálních produktů.

Celkový dopad na zvýšení hrubé přidané hodnoty H = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících multiplikátorů HPH (mh):

$$H = \sum v_N \cdot mh + \sum v_O \cdot mh$$

Jedná se o dopad na celkové zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HDP) v celé ekonomice v důsledku zvýšení produkce finálních i vstupních produktů ve všech kolech výrobního řetězce. Na rozdíl od celkového dopadu na zvýšení produkce nezahrnuje opakovaně mezispotřebu všech vstupních produktů, nýbrž jen přidanou hodnotu jednotlivých subjektů řetězce. Jinými slovy hodnota vstupních produktů může být započítána, pokud je zároveň přidanou hodnotou předchozího článku, ale vždy může být započítána jen jednou.

Nepřímý dopad na zvýšení hrubé přidané hodnoty H_n = rozdíl mezi celkovým a přímým dopadem na zvýšení HPH:

$$H_n = H - H_p$$

Nepřímý dopad na zvýšení HPH zahrnuje zvýšení hrubé přidané hodnoty vlivem multiplikačních efektů plynoucích ze zpětných vazeb dodavatelů finálních produktů. Nezahrnuje přidanou hodnotu finálních produktů, nýbrž všech jejich vstupních produktů v dalších kolech výrobního řetězce.

4.3 Dopad výdajů na zvýšení náhrad zaměstnancům (mezd)

Náhrady zaměstnancům jsou jednou ze složek hrubé přidané hodnoty. Zahrnují mzdy, platy a sociální příspěvky zaměstnancům, uvádějí se před odpočtem daně z příjmu, zákonných (povinných) příspěvků na sociální a zdravotní pojištění, případně jiných srážek. Není zde zahrnut příjem drobných podnikatelů, který je souhrnem důchodu z podnikání (zisku) a důchodu z jejich pracovní činnosti (mzdy) pro vlastní „podnik“, neboť tyto důchody nelze statisticky odlišit. Tento příjem je zahrnut ve složce Čistý provozní přebytek, smíšený důchod, tzn. v jiné složce hrubé přidané hodnoty.

Přímý dopad na zvýšení náhrad zaměstnancům I_p = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících koeficientů přímého dopadu na náhrady zaměstnancům (i):

$$I_p = \sum v_N \cdot i + \sum v_O \cdot i$$

Přímé zvýšení náhrad zaměstnancům představuje, kolik peněz plynulo na mzdové prostředky z celkové sumy vydané návštěvníky a organizací na finální produkty (zboží a služby). Jinými slovy tento ukazatel vyjadřuje, kolik peněz vydali dodavatelé finálních produktů na mzdy z utržené částky.

Celkový dopad na zvýšení náhrad zaměstnancům I = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících multiplikátorů důchodu (mi)

$$I = \sum v_N \cdot mi + \sum v_O \cdot mi$$

Celkový dopad na zvýšení náhrad zaměstnanců zahrnuje kromě přímého dopadu také mzdové výdaje všech návazných subdodavatelů vstupních produktů v rámci dalších kol výrobního řetězce.

Nepřímý dopad na zvýšení náhrad zaměstnancům I_n = rozdíl mezi celkovým a přímým dopadem na zvýšení náhrad zaměstnancům

$$I_n = I - I_p$$

Nepřímý dopad na zvýšení náhrad zaměstnancům zahrnuje mzdové výdaje, resp. příjmy pracovníků pracujících na produkci vstupních produktů ve všech návazných kolech produkce, tzn. bez produkce finálních produktů.

4.4 Dopad výdajů na zvýšení zaměstnanosti

Zvýšení zaměstnanosti představuje zvýšení počtu pracovních míst v ekonomice. Zvýšení poptávky po určitých produktech vyvolá navýšení produkce, k čemuž je zapotřebí zaměstnat další pracovníky. Počet nově vytvořených pracovních míst odpovídá zvýšení výroby produktů v hodnotě 1 milionu Kč a je vždy uváděn v přepočtu na celoroční plné úvazky. Proto nemusí vždy odpovídat zvýšení počtu fyzických pracovníků (např. mohou být využiti stávající zaměstnanci na přesčasový nebo naopak zaměstnáno více brigádníků na dočasnou práci či zkrácený úvazek).

Přímý dopad na zvýšení zaměstnanosti E_p = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících koeficientů přímého dopadu na zaměstnanost (e):

$$E_p = \sum v_N \cdot e + \sum v_O \cdot e$$

Tento ukazatel udává, kolik nových pracovníků (přepočteno na celoroční plné úvazky) je potřeba zaměstnat pro výrobu finálních produktů v hodnotě 1 milionu Kč, které poptávají návštěvníci a sledovaná organizace.

Celkový dopad na zvýšení zaměstnanosti E = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících multiplikátorů zaměstnanosti (me):

$$E = \sum v_N \cdot me + \sum v_O \cdot me$$

Celkové zvýšení zaměstnanosti zohledňuje nejen první kolo výrobního řetězce (přímý dopad), ale i všechna návazná kola, při kterých je potřeba vyrobit vstupní produkty. Zvýšená poptávka po těchto meziproduktech opět vyvolává potřebu zaměstnat další pracovníky, čímž vzniknou v ekonomice další pracovní místa.

Nepřímý dopad na zvýšení zaměstnanosti E_n = rozdíl mezi celkovým a přímým dopadem na zvýšení zaměstnanosti:

$$E_n = E - E_p$$

Nepřímý dopad na zvýšení zaměstnanosti zohledňuje pouze návazná kola produkce, tzn. zvýšení počtu pracovních míst při produkci vstupních produktů.

4.5 Dopad výdajů na zvýšení provozního přebytku (zisků)

Čistý provozní přebytek (zisky firem) je také jednou ze složek hrubé přidané hodnoty. Tento ukazatel zahrnuje kromě čistých zisků právnických osob i příjem drobných podnikatelů, který je souhrnem důchodu z podnikání (zisku) a důchodu z jejich pracovní činnosti (mzdy) pro vlastní „podnik“, neboť tyto důchody nelze statisticky odlišit.

Přímý dopad na zvýšení zisků P_p = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících koeficientů přímého dopadu na zisky firem (p):

$$I_p = \sum v_N \cdot p + \sum v_o \cdot p$$

Přímé zvýšení provozních přebytků představuje, kolik peněz plynulo na čisté zisky firem z celkové sumy vydané návštěvníky a organizací na finální produkty (zboží a služby). Jinými slovy tento ukazatel vyjadřuje, kolik peněz zbylo dodavatelům finálních produktů po odečtení všech nákladů včetně daní.

Celkový dopad na zvýšení zisků P = celková suma součinů prvotních výdajů návštěvníků/organizace a odpovídajících multiplikátorů provozního přebytku (mp)

$$I = \sum v_N \cdot mp + \sum v_o \cdot mp$$

Celkový dopad na zvýšení čistých provozního přebytků zahrnuje kromě přímého dopadu také zisky všech návazných subdodavatelů vstupních produktů v rámci dalších kol výrobního řetězce.

Nepřímý dopad na zvýšení zisků P_n = rozdíl mezi celkovým a přímým dopadem na zvýšení čistého provozního přebytku firem

$$P_n = P - P_p$$

Nepřímý dopad na zvýšení čistých provozního přebytků zahrnuje zisky firem dodávajících vstupní produkty ve všech návazných kolech produkce, tzn. bez produkce finálních produktů.



Příloha č. 2

Posudek metodiky od Českého statistického úřadu

Posudek metodiky pro hodnocení ekonomických přínosů

Metodika použitá Ing. Raabovou pro hodnocení ekonomických přínosů kulturních nebo jiných akcí v oblasti cestovního ruchu je založena na standardní a ve světě běžně používané aplikaci symetrických input-output tabulek a z nich odvozených multiplikátorů. Model je založen na konzervativních předpokladech tak, aby v žádném směru nenadhodnocoval propočty ekonomických přínosů, a výsledky lze tedy považovat za spíše konzervativní. Pro konstrukci modelu byla využita poslední dostupná data Českého statistického úřadu.

S pozdravem



Ing. Marek R o j í č e k, Ph.D.
vrchní ředitel



Příloha č. 3

Ukázka dotazníků pro festivaly
Asociace hudebních festivalů ČR

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu Pražského jara 2011
The Prague Spring 2011 economic impact survey

Pro návštěvníky žijící nebo pracující V PRAZE / For participants living or working IN PRAGUE

(vyplňte, pokud bydlíte v Praze nebo dojíždíte do Prahy min. 2x týdně / fill in if you are living in Prague or coming to Prague at least 2x per week)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů Pražského jara 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Pokud jste na festival přišli s dalšími členy své domácnosti, dotazník vyplňte společně za všechny členy domácnosti, kteří se festivalu účastní.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako poděkování za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku dostanete malou odměnu.

Good evening, we have prepared this survey for calculating economic impact of The Prague Spring festival.

- The questionnaire is anonymous, we value your comments and we thank you for your willingness to attend the survey.
- If you came to the concert with other household members, please fill in the form for all your household members attending the festival.
- Fill in the questionnaire only once for all your household for the entire duration of the festival. Please, return the filled questionnaire to our interviewers and you get a small reward.

A. Základní informace o návštěvě Pražského jara 2011 / Basic info of your visit of the Prague Spring 2011

1. Kolik členů Vaší domácnosti se účastní PJ 2011? / Number of household members coming to PS 2011?

(Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník? / For how many people you fill in the questionnaire?)

1 2 více / more:.....

2. Přišli jste na festival jako... / You came to the festival as...

běžný divák (platicí) / paying audience member(s) účinkující umělec / performer
 VIP, sponzor ap. / VIP, sponsor etc. jiné / other:.....

3. Kolik koncertů plánujete navštívit v rámci letošního festivalu? / How many concerts of the PS2011 do you plan to visit? _____

B. Výdaje související s návštěvou festivalu / Spending related to your visit of the festival

- 4. Uveďte co nejlepší odhad výdajů souvisejících s návštěvou festivalu za všechny zúčastněné členy domácnosti.** Pokud hodláte navštívit více koncertů PJ, odhadněte celkové výdaje za všechny dny, kdy navštívíte festival. / **Provide the best estimate of your expenditures related to your visit of the festival for all attending household members.** If you plan to attend more concerts of PS, provide your expenditures for all visits together.

Jídlo, pití, restaurace, občerstvení / Food, drinks, restaurants, refreshments _____ Kč

Nákupy (CD, suvenýry apod.) / Shopping (CDs, souvenirs etc.) _____ Kč

Parkování, doprava / Parking, transport _____ Kč

(pokud máte předplacené MHD, uveďte 0 Kč / if you have a public transport coupon regardless the concert, set 0 Kč)

Další výdaje / Other spending: _____ Kč

C. Údaje o Vás (volitelné) / About you (optional)

- 5. Věk Vás a členů Vaší domácnosti účastnících se festivalu (za které dotazník vyplňujete) / The age of you and your household members attending the festival (for whom you fill in the questionnaire).**

-18 počet osob / no. of persons: 36 - 65 počet osob / no. of persons:
 19 - 35 počet osob / no. of persons: 66+ počet osob / no. of persons:

Děkujeme Vám za spolupráci! / Thank you for your cooperation!

Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu PJ a získáte malou odměnu.

Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz /

Please hand out this completed questionnaire to our pollsters, ushers or to the main ticket office and you will get a small reward. If you have any questions concerning this survey, contact us at info@economicimpact.cz.

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu Pražského jara 2011
The Prague Spring 2011 economic impact survey

Dotazník pro návštěvníky žijící MIMO PRAHU / Questionnaire for NON-LOCALS

(pokud dojíždíte do Prahy min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní / if you are coming to Prague regularly min. 2x per week, fill in another form)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů Pražského jara 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Pokud jste na festival přišli s dalšími členy své domácnosti, dotazník vyplňte společně za všechny členy domácnosti, kteří se festivalu účastní.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako poděkování za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku dostanete malou odměnu.

Good evening, we have prepared this survey for calculating economic impact of The Prague Spring festival.

- The questionnaire is anonymous, we value your comments and we thank you for your willingness to attend the survey.
- If you came to the concert with other household members, please fill in the form for all your household members attending the festival.
- Fill in the questionnaire only once for all your household for the entire duration of the festival. Please, return the filled questionnaire to our interviewers and you get a small reward.

A. Základní informace o návštěvě Pražského jara 2011 / Basic info of your visit of the Prague Spring 2011

1. **Kde nyní žijete?** (pokud žijete v Praze nebo dojíždíte do Prahy min. 2x týdně, vyplňte jiný dotazník)

Where do you live? (if you are living in Prague or coming to Prague at least twice per week, take another questionnaire)

mimo Prahu v ČR – uveďte kraj / outside Prague in the Czech Rep. – write region: _____

mimo ČR (uveďte stát) / outside the Czech Rep. – write country: _____

2. **Kolik členů Vaší domácnosti se účastní PJ 2011? / Number of household members coming to PS 2011?**

(Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník? / For how many people you fill in the questionnaire?)

1 2 více / more:.....

3. **Přišli jste na festival jako... / You came to the festival as...**

běžný divák (plátící) / paying audience member(s) účinkující umělec / performer

VIP, sponzor ap. / VIP, sponsor etc. jiné / other:.....

4. **Kolik koncertů plánujete navštívit v rámci letošního festivalu? / How many concerts of the PS2011 do you plan to visit?** _____

B. Výdaje celé domácnosti během výletu / Spending for all household members on trip

Uveďte výdaje za všechny členy své domácnosti účastnící se výletu, při kterém jste navštívili festival. Uveďte celkové výdaje, které jste vynaložili nebo plánujete vynaložit na území ČR během celého výletu. / Provide your best estimate of spending for the entire duration of your planned stay in the Czech R., for all household members on trip.

5. **Výdaje na dopravu na festival a po ČR / Transport expenditures to the festival and in the Czech Rep.**

(You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

		český dopravce / Czech company	zahraniční dopravce / foreign company
Jízdenky – vlak / Train	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jízdenky – autobus / Bus	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letenky / Airplane	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MHD, PID / Prague public transport	_____ Kč		
Taxi	_____ Kč		

(Vlastní automobil – výdaje na benzín viz dále / by car – for spending on fuel see next question)

6. Další související výdaje v Praze a ČR za celou dobu Vaší cesty / Other expenditures spent in Prague and Czech Rep. during your trip (You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

	v Praze / in Prague	jinde v ČR / elsewhere in CR
Potraviny (v obchodech) / Food in stores	_____ Kč	_____ Kč
Jídlo a pití v restauracích a barech / Food and drinks in bars and resto's	_____ Kč	_____ Kč
Ubytování / Accommodation	_____ Kč	_____ Kč
Kultura (kromě PJ2011) / Culture (except the PS2011)	_____ Kč	_____ Kč
Sport	_____ Kč	_____ Kč
Služby CK a CA, průvodcovské sl. / Touroperators, guides	_____ Kč	_____ Kč
Parkování / Parking	_____ Kč	_____ Kč
Auto – nákup benzínu / Fuel	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – oděvy, textil, obuv / Shopping – clothes, shoes	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – jiné / Other shopping:.....	_____ Kč	_____ Kč
Jiné výdaje / Other spending:	_____ Kč	_____ Kč

C. Údaje o tomto výletu, při kterém jste navštívili PJ2011 / Information on this trip
7. Kolik nocí plánujete strávit na výletě? / How many nights do you plan to spend on trip?

v Praze / in Prague: _____ mimo Prahu v ČR / outside Prague in Czech R.: _____

8. Jaká je hlavní destinace (cíl) Vaší cesty (výletu)? / What is the main destination of your trip?

Město / Town: _____ Země / Country: _____

9. Jak důležitý byl festival při rozhodování navštívit Prahu / ČR? (zakroužkujte míru důležitosti) / How important was the festival in your decision to visit Prague / Czech Rep.? (circle a level below)

	Zcela nedůležitý / No influence										Hlavní důvod návštěvy / Main reason		
Prahu / Prague:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ČR / Czech Rep.:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="checkbox"/>	žiju v ČR / I live in CR

D. Údaje o Vás (volitelné) / About you (optional)
Věk Vás a členů Vaší domácnosti účastnících se festivalu (za které dotazník vyplňujete) /
The age of you and your household members attending the festival (for whom you fill in the questionnaire).

<input type="checkbox"/> -18	počet osob / number of persons:	<input type="checkbox"/> 36 - 65	počet osob / number of persons:
<input type="checkbox"/> 19 - 35	počet osob / number of persons:	<input type="checkbox"/> 66+	počet osob / number of persons:

Děkujeme Vám za spolupráci! / Thank you for your cooperation!

Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu PJ a získáte malou odměnu.

 Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz /

 Please hand out this completed questionnaire to our pollsters, ushers or to the main ticket office and you will get a small reward. If you have any questions concerning this survey, contact us at info@economicimpact.cz.

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu Smetanovy Litomyšle 2011 Smetana's Litomyšl 2011 economic impact survey

Pro návštěvníky žijící nebo pracující v LITOMYŠLI / For participants living or working in LITOMYŠL

(vyplňte, pokud bydlíte v Litomyšli nebo sem dojíždíte min. 2x týdně / fill in if you are living in Litomyšl or coming here at least 2x per week)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů festivalu Smetanova Litomyšl 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Dotazník vyplňte společně za sebe a všechny členy své domácnosti, se kterými jste přišli na festival.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako odměnu za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku můžete vyhrát lákavé ceny od sponzorů festivalu.

Good evening, we have prepared this survey for calculating economic impact of the Smetana's Litomyšl festival.

- The questionnaire is anonymous, we value your comments and we thank you for your willingness to attend the survey.
- Please, fill in the form for you and all your household members attending the festival.
- Fill in the questionnaire only once for all your household for the entire duration of the festival. When you return the filled form to our interviewers, you can win attractive rewards.

A. Základní informace o návštěvě festivalu / Basic info of your visit of the festival

1. Kolik členů Vaší domácnosti se účastní SL 2011? / Number of household members coming to SL 2011?

(Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník? / For how many household members you fill in the questionnaire?)

1 2 3 4 5 6

2. Přišli jste na festival jako... / You came to the festival as...

běžný divák (plátci) / paying audience member(s) účinkující umělec / performer
 VIP, sponzor ap. / VIP, sponsor etc. jiné / other: _____

3. Kolik koncertů jste navštívili nebo plánujete navštívit v rámci letošního festivalu? / How many concerts of the festival have you visited or you plan to visit? _____

B. Výdaje související s návštěvou festivalu / Spending related to your visit of the festival

4. Uveďte co nejlepší odhad výdajů souvisejících s návštěvou festivalu za všechny zúčastněné členy domácnosti.

Pokud hodláte navštívit více koncertů SL, odhadněte celkové výdaje za všechny dny, kdy navštívíte festival. /

Provide the best estimate of your expenditures related to your visit of the festival for all attending household members. If you plan to attend more concerts of SL, provide your expenditures for all visits together.

Vstupenky, program koncertu / Tickets, programmes _____ Kč

Jídlo, pití, restaurace, občerstvení / Food, drinks, restaurants, refreshments _____ Kč

Nákupy (CD, suvenýry, šaty apod.) / Shopping (CDs, souvenirs, clothes etc.) _____ Kč

Doprava MHD, taxi / Public transport, taxi _____ Kč

(pokud máte předplacené MHD, uveďte 0 Kč / if you have a public transport coupon regardless the festival, set 0 Kč)

Výdaje na parkování / Parking _____ Kč

Další výdaje / Other spending: _____ Kč

C. Údaje o Vás (volitelné) / About you (optional)

5. Věk Vás a členů Vaší domácnosti účastnících se festivalu (za které dotazník vyplňujete) /

The age of you and your household members attending the festival (for whom you fill in the questionnaire).

počet osob < 19 let / no. of persons under 19: _____

počet osob 36–65 let / no. of persons 36–65 y.o.: _____

počet osob 19–35 let / no. of persons 19–35 y.o.: _____

počet osob > 65 let / no. of persons above 65 y.o.: _____

Děkujeme Vám za spolupráci! / Thank you for your cooperation!

Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu festivalu a můžete vyhrát zajímavé ceny.

Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz /

Please hand out this completed questionnaire to our pollsters, ushers or to the main ticket office and you can win a valuable rewards.

If you have any questions concerning this survey, contact us at info@economicimpact.cz.

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu Smetanovy Litomyšle 2011 Smetana's Litomyšl 2011 economic impact survey

Pro návštěvníky žijící MIMO LITOMYŠL / For participants living OUTSIDE LITOMYŠL

(pokud dojíždíte do Litomyšle min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní /
if you are coming to Litomyšl regularly at least 2x per week, fill in another form)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů festivalu Smetanova Litomyšl 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Dotazník vyplňte společně za sebe a všechny členy své domácnosti, se kterými jste přišli na festival.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako odměnu za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku můžete vyhrát lákavé ceny od sponzorů festivalu.

Good evening, we have prepared this survey for calculating economic impact of the Smetana's Litomyšl festival.

- The questionnaire is anonymous, we value your comments and we thank you for your willingness to attend the survey.
- Please, fill in the form for you and all your household members attending the festival.
- Fill in the questionnaire only once for all your household for the entire duration of the festival. When you return the filled form to our interviewers, you can win attractive rewards.

A. Základní informace o návštěvě festivalu / Basic info of your visit of the festival

1. **Kde nyní žijete?** (pokud žijete v Litomyšli nebo sem dojíždíte min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní)
Where do you live? (if you are living in Litomyšl or coming here at least twice per week, take another form for locals)
 - v Pardubickém kraji – uveďte město / in the Pardubice Region – write the town: _____
 - v jiném kraji ČR – uveďte kraj / other Region in the Czech Rep. – write region: _____
 - mimo ČR - uveďte stát / outside the Czech Rep. – write country: _____
2. **Kolik členů Vaší domácnosti se účastní SL 2011?** / **No. of your household members coming to SL 2011?**
(Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník? / For how many household members you fill in the questionnaire?)
 - 1 2 3 4 5 6
3. **Přišli jste na festival jako...** / **You came to the festival as...**
 - běžný divák (platicí) / paying audience member(s)
 - VIP, sponzor ap. / VIP, sponsor etc.
 - účinkující umělec / performer
 - jiné / other: _____
4. **Kolik koncertů (pořadů) jste navštívili nebo plánujete navštívit v rámci letošního festivalu?** / **How many concerts (shows) of the festival have you visited or you plan to visit this year?** _____

B. Výdaje celé domácnosti během výletu / Spending for all household members on trip

Uveďte co nejlepší odhad výdajů za všechny členy své domácnosti účastnící se výletu, při kterém jste navštívili festival. Uveďte celkové výdaje, které jste vynaložili nebo plánujete vynaložit na území ČR během celého výletu. / Provide your best estimate of spending for the entire duration of your planned stay in the Czech Rep. for all household members on this trip.

5. **Výdaje na dopravu na festival a po ČR / Transport expenditures to the festival and in the Czech Rep.**
(You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

		český dopravce / Czech company	zahraniční dopravce / foreign company
Jízdenky – vlak / Train	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jízdenky – autobus / Bus	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letenky / Airplane	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MHD v Litomyšli a okolí / Litomyšl public transport	_____ Kč		
Taxi v Litomyšli / Taxi in Litomyšl	_____ Kč		

(Výdaje na benzín viz dále / By car – for spending on fuel see next question)

OTOČTE / TURN →

6. Další související výdaje v Litomyšli a ČR za celou dobu Vaší cesty / Other expenditures spent in Litomyšl and the Czech Rep. during your trip (You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

	v Litomyšli / in Litomyšl	jinde v ČR / elsewhere in CR
Potraviny (v obchodech) / Food in stores	_____ Kč	_____ Kč
Jídlo a pití v restauracích a barech / Food and drinks in bars and restaurants	_____ Kč	_____ Kč
Ubytování / Accommodation	_____ Kč	_____ Kč
SL2011 – vstupenky, program / SL2011 – tickets, programs	_____ Kč	_____ Kč
Jiná kultura (mimo SL2011) / Other culture (except SL2011)	_____ Kč	_____ Kč
Sport	_____ Kč	_____ Kč
Služby CK a CA, průvodcovské sl. / Touroperators, guides	_____ Kč	_____ Kč
Parkování / Parking	_____ Kč	_____ Kč
Auto – nákup benzínu / Fuel	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – oděvy, textil, obuv / Shopping – clothes, shoes	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – jiné (CD, suvenýry ap.) / Other shopping:.....	_____ Kč	_____ Kč
Jiné výdaje / Other spending:	_____ Kč	_____ Kč

C. Údaje o tomto výletu, při kterém jste navštívili SL2011 / Information on this trip

7. Kolik nocí plánujete strávit na výletě? / How many nights do you plan to spend on trip?

v Litomyšli / in Litomyšl: _____

jinde v Pardubickém kraji / elsewhere in the Pardubice Region: _____

mimo Pardubický kraj v ČR / in other region of the Czech Rep.: _____

8. Jaká je hlavní destinace (cíl) Vaší cesty (výletu)? / What is the main destination of your trip?

Město / Town: _____ Kraj / Region: _____ Země / Country: _____

9. Jak důležitý byl festival při rozhodování navštívit Litomyšl / ČR? (zakroužkujte míru důležitosti) /

How important was the festival in your decision to visit Litomyšl / Czech Rep.? (circle a level below)

	Zcela nedůležitý / No influence										Hlavní důvod návštěvy / Main reason											
Litomyšl:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ČR / Czech Rep:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="checkbox"/> žiji v ČR / I live in CR										

D. Údaje o Vás (volitelné) / About you (optional)

10. Věk Vás a členů Vaší domácnosti účastnících se festivalu (za které dotazník vyplňujete) /

The age of you and your household members attending the festival (for whom you fill in the questionnaire).

počet osob < 19 let / no. of persons under 19: _____

počet osob 36–65 let / no. of persons 36–65 y.o.: _____

počet osob 19–35 let / no. of persons 19–35 y.o.: _____

počet osob > 65 let / no. of persons above 65 y.o.: _____

Děkujeme Vám za spolupráci! / Thank you for your cooperation!

Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu festivalu a můžete vyhrát zajímavé ceny.

Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz /

Please hand out this completed questionnaire to our pollsters, ushers or to the main ticket office and you can win a valuable rewards.

If you have any questions concerning this survey, contact us at info@economicimpact.cz.

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu MHF Č. Krumlov 2011 IMF Č. Krumlov 2011 economic impact survey

Pro návštěvníky žijící nebo pracující v Č. KRUMLOVĚ

(vyplňte, pokud bydlíte v Č. Krumlově nebo sem dojíždíte min. 2x týdně)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů MHF Č. Krumlov 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Dotazník vyplňte společně za sebe a všechny členy své domácnosti, se kterými jste přišli na festival.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako odměnu za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku můžete vyhrát lákavé ceny.

A. Základní informace o návštěvě festivalu

1. Kolik členů Vaší domácnosti se účastní letošního festivalu? (Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník?)
 1 2 3 4 5 6
2. Přišli jste na festival jako...
 běžný divák (platící) účinkující umělec
 VIP, sponzor ap. jiné: _____
3. Kolik koncertů jste navštívili nebo plánujete navštívit v rámci letošního festivalu? _____

B. Výdaje související s návštěvou festivalu

4. Uveďte co nejlepší odhad výdajů souvisejících s návštěvou festivalu za všechny zúčastněné členy domácnosti. Pokud hodláte navštívit více koncertů festivalu, odhadněte celkové výdaje za všechny dny, kdy navštívíte festival.

Vstupenky, program koncertu _____ Kč
 Jídlo, pití, restaurace, občerstvení _____ Kč
 Nákupy (CD, suvenýry, šaty apod.) _____ Kč
 Doprava MHD, taxi _____ Kč
 (pokud máte předplacené MHD, uveďte 0 Kč)
 Výdaje na parkování _____ Kč
 Další výdaje: _____ Kč

C. Hodnocení vstupného

5. Ohodnotte prodej vstupenek (zakroužkujte číslo):

Ceny vstupenek...	nízké	1	2	3	4	5	6	7	vysoké
Nákup vstupenek...	pohodlný	1	2	3	4	5	6	7	nepohodlný
Rezerv. systém pro nákup vstupenek...	srozumitelný	1	2	3	4	5	6	7	nesrozumitelný

6. Co byste si při nákupu vstupenek přál/a zlepšit? Vaše připomínky a nápady:

Děkujeme Vám za spolupráci!

Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu festivalu a můžete vyhrát zajímavé ceny. Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu MHF Č. Krumlov 2011 IMF Č. Krumlov 2011 economic impact survey

Pro návštěvníky žijící MIMO Č. KRUMLOV / For participants living OUTSIDE Č. KRUMLOV

(pokud dojíždíte do Č. Krumlova min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní /
if you are coming to Č. Krumlov regularly at least 2x per week, fill in another form)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů MHF Č. Krumlov 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Dotazník vyplňte společně za sebe a všechny členy své domácnosti, se kterými jste přišli na festival.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako odměnu za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku můžete vyhrát lákavé ceny od sponzorů festivalu.

Good evening, we have prepared this survey for calculating economic impact of the IMFestival Č. Krumlov.

- The questionnaire is anonymous, we value your comments and we thank you for your willingness to attend the survey.
- Please, fill in the form for you and all your household members attending the festival.
- Fill in the questionnaire only once for all your household for the entire duration of the festival. When you return the filled form to our interviewers, you can win attractive rewards.

A. Základní informace o návštěvě festivalu / Basic info of your visit of the festival

1. **Kde nyní žijete?** (pokud žijete v Č. Krumlově nebo sem dojíždíte min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní)
Where do you live?
 v Jihočeském kraji – uveďte město / in the South Bohemia region – write the town: _____
 v jiném kraji ČR – uveďte kraj / other Region in the Czech Rep. – write region: _____
 mimo ČR - uveďte stát / outside the Czech Rep. – write country: _____
2. **Kolik členů Vaší domácnosti se účastní letošního festivalu?** (Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník?)/
No. of your household members coming to the festival? (For how many household members you fill in the form?)
 1 2 3 4 5 6
3. **Přišli jste na festival jako...** / **You came to the festival as...**
 běžný divák (platící) / paying audience member(s) účinkující umělec / performer
 VIP, sponzor ap. / VIP, sponsor etc. jiné / other: _____
4. **Kolik koncertů (pořadů) jste navštívili nebo plánujete navštívit v rámci letošního festivalu?** / **How many concerts (shows) of the festival have you visited or you plan to visit this year?** _____

B. Výdaje celé domácnosti během výletu / Spending for all household members on trip

Uveďte co nejlepší odhad výdajů za všechny členy své domácnosti účastnící se výletu, při kterém jste navštívili festival.
Uveďte celkové výdaje, které jste vynaložili nebo plánujete vynaložit na území ČR během celého výletu. / **Provide your best estimate of spending for the entire duration of your planned stay in the Czech Rep. for all household members on this trip.**

5. Výdaje na dopravu na festival a po ČR / Transport expenditures to the festival and in the Czech Rep.

(You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

		český dopravce / Czech company	zahraniční dopravce / foreign company
Jízdenky – vlak / Train	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jízdenky – autobus / Bus	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letenky / Airplane	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MHD v Č. Krumlově a okolí / Č. Krumlov public transport	_____ Kč		
Taxi v Č. Krumlově / Taxi in Č. Krumlov	_____ Kč		

(Výdaje na benzín viz dále / By car – for spending on fuel see next question)

6. Další související výdaje v Č. Krumlově a ČR za celou dobu Vaší cesty / Other expenditures spent in Č. Krumlov and the Czech Rep. during your trip (You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

	v Č. Krumlově / in Č. Krumlov	jinde v ČR / elsewhere in CR
Potraviny (v obchodech) / Food in stores	_____ Kč	_____ Kč
Jídlo a pití v restauracích a barech / Food and drinks in bars and restaurants	_____ Kč	_____ Kč
Ubytování / Accommodation	_____ Kč	_____ Kč
MHF – vstupenky, program / IMF – tickets, programs	_____ Kč	_____ Kč
Jiná kultura (mimo MHF) / Other culture (except festival)	_____ Kč	_____ Kč
Služby CK a CA, průvodcovské sl. / Touroperators, guides	_____ Kč	_____ Kč
Parkování / Parking	_____ Kč	_____ Kč
Auto – nákup benzínu / Fuel	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – oděvy, textil, obuv / Shopping – clothes, shoes	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – jiné (CD, suvenýry ap.) / Other shopping:.....	_____ Kč	_____ Kč
Jiné výdaje / Other spending:	_____ Kč	_____ Kč

C. Údaje o tomto výletu, při kterém jste navštívili festival / Information on this trip

7. Kolik nocí plánujete strávit na výletě? / How many nights do you plan to spend on trip?

v Č. Krumlově / in Č. Krumlov: _____
jinde v Jihočeském kraji / elsewhere in the South Bohemia region: _____
v jiných krajích ČR / in other regions of the Czech Rep.: _____

8. Jaká je hlavní destinace (cíl) Vaší cesty (výletu)? / What is the main destination of your trip?

Město / Town: _____ Kraj / Region: _____ Země / Country: _____

9. Jak důležitý byl festival při rozhodování navštívit Č. Krumlov / ČR? (zakroužkujte míru důležitosti) / How important was the festival in your decision to visit Č. Krumlov / Czech Rep.? (circle a level below)

	Zcela nedůležitý / No influence										Hlavní důvod návštěvy / Main reason											
Č. Krumlov:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ČR / Czech Rep:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="checkbox"/> žiju v ČR / I live in CR										

D. Hodnocení vstupného / Rating of the festival ticketing

10. Ohodnoťte prodej vstupenek (zakroužkujte číslo): / Rate the festival ticketing (circle the number):

Ceny vstupenek... / Ticket prices...	nízké / low	1	2	3	4	5	6	7	vysoké / high
Nákup vstupenek... / Ticket purchase...	pohodlný / comfortable	1	2	3	4	5	6	7	nepohodlný / uncomfortable
Rezerv. systém pro nákup vstupenek... / Ticket reservation system...	srozumitelný / easy, clear	1	2	3	4	5	6	7	nesrozumitelný / incomprehensible

11. Co byste si při nákupu vstupenek přál/a zlepšit? / How should we improve the ticketing?

Děkujeme Vám za spolupráci! Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu festivalu a můžete vyhrát zajímavé ceny. Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz / Thank you for your cooperation! Please hand out this completed questionnaire to our pollsters, ushers or to the main ticket office and you can win a valuable rewards. If you have any questions concerning this survey, contact us at info@economicimpact.cz.

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu MHF Č. Krumlov 2011 IMF Č. Krumlov 2011 economic impact survey

Pro diváky žijící MIMO Č. KRUMLOV / Für die ausserhalb von Č. KRUMLOV lebenden Besucher

(pokud dojíždíte do Č. Krumlova min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní /
Falls Sie nach Č. Krumlov mindestens 2-mal pro Woche reisen, füllen Sie, bitte, das Formular für die Residenten aus)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů MHF Č. Krumlov 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Dotazník vyplňte společně za sebe a všechny členy své domácnosti, se kterými jste přišli na festival.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako odměnu za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku můžete vyhrát lákavé ceny od sponzorů festivalu.

Guten Abend, wir haben eine auf die Beiträge des Int. Musifestival Č. Krumlov in die tschechische Ökonomik orientierte Umfrage vorbereitet.

- Diese Umfrage ist anonym wir schätzen hoch Ihre Bereitschaft zu der Teilnahme und wir bedanken uns für Ihre Mühe.
- Wir bitten Sie, die Angaben für Sie und alle Sie beim Festival begleitenden Familienmitglieder anzugeben.
- Das Formular ist nur einmal während des Festivals für die Familie auszufüllen. Die Teilnahme bei dieser Umfrage gibt Ihnen auch die Möglichkeit einen der von Sponsoren gestellten Preise zu gewinnen.

A. Základní informace o návštěvě festivalu / Basisinformation zu Ihrem Festivalbesuch

1. **Kde nyní žijete?** (pokud žijete v Č. Krumlově nebo sem dojíždíte min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní)
Wo leben Sie jetzt? (Falls Sie in Č. Krumlov leben oder in diese Stadt mindestens zweimal pro Woche kommen, nutzen Sie das für Residenten bestimmte Formular)
 v Jihočeském kraji – uveďte město / im Bezirk Südttschechien – geben Sie die Stadt an: _____
 v jiném kraji ČR – uveďte kraj / in einem anderen Bezirk der Tschech. R. – geben Sie den Bezirk an: _____
 mimo ČR - uveďte stát / ausserhalb der Tschech. R. – geben Sie das Land an: _____
2. **Kolik členů Vaší domácnosti se účastní letošního festivalu?** (Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník?) / **Wieviel der Familienmitglieder sind zum Festival angekommen?** (Für welche Anzahl der Mitglieder Ihrer Familie wird das Formular ausgefüllt?)
 1 2 3 4 5 6
3. **Přišli jste na festival jako... / Sie besuchen das Festival wie...**
 běžný divák (platící) / der übliche (zahlende) Besucher účinkující umělec / beteiligter Künstler
 VIP, sponzor ap. / VIP, Sponsor etc. jiné / sonstiger: _____
4. **Kolik koncertů (pořadů) jste navštívili nebo plánujete navštívit v rámci letošního festivalu? / Wieviel Vorstellungen (Konzerte) besuchen Sie beim diesjährigen Festival?** _____

B. Výdaje celé domácnosti během výletu / Gesamtausgaben Ihrer Familie während der Reise

Uveďte co nejlepší odhad výdajů za všechny členy své domácnosti účastnící se výletu, při kterém jste navštívili festival.
Uveďte celkové výdaje, které jste vynaložili nebo plánujete vynaložit na území ČR během celého výletu. / **Bitte versuchen Sie eine bestmögliche Abschätzung der Ausgaben Ihrer Familie während Ihres Aufenthaltes in der Tschechischen Republik.**

5. **Výdaje na dopravu na festival a po ČR / Transportkosten bezüglich Festivalbesuch bzw. Im Rahmen der Tschechischen Rep.** (Sie können die Währung wählen und statt „Kč“ EUR, USD oder andere anzugeben)

		český dopravce / Tschechische Ges.	zahraniční dopravce / Ausländische Ges.
Jízdenky – vlak / Zug	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jízdenky – autobus / Bus	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letenky / Flugkarte	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MHD v Č. Krumlově a okolí / Č. Krumlov öffentl. Transport	_____ Kč		
Taxi v Č. Krumlově / Taxi in Č. Krumlov	_____ Kč		
(Výdaje na benzín viz dále / Autofahrt – s. folgende Frage)			

6. Další související výdaje v Č. Krumlově a ČR za celou dobu Vaší cesty / Weitere mit dem Besuch von Č.Krumlov auffallenden Kosten (Sie können die Währung wählen und statt „Kč“ EUR, USD oder andere anzugeben)

	v Č. Krumlově / in Č. Krumlov	jinde v ČR / anderswo in CR
Potraviny (v obchodech) / Lebensmitteleinkauf	_____ Kč	_____ Kč
Jídlo a pití v restauracích a barech / Bewirtung in den öffentl. Einrichtungen	_____ Kč	_____ Kč
Ubytování / Übernachtung	_____ Kč	_____ Kč
Festival – vstupenky, program / Festival – Karten, Programme	_____ Kč	_____ Kč
Jiná kultura (mimo MHF) / Weitere Kultur (ausser Festival)	_____ Kč	_____ Kč
Služby CK a CA, průvodcovské sl. / Touroperators, Führungen	_____ Kč	_____ Kč
Parkování / Parking	_____ Kč	_____ Kč
Auto – nákup benzínu / Kraftstoff	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – oděvy, obuv / Shopping – Bekleidung, Schuhe	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – jiné (suvenýry ap.) / Weitere Einkäufe:.....	_____ Kč	_____ Kč
Jiné výdaje / Weitere Ausgaben:	_____ Kč	_____ Kč

C. Údaje o tomto výletu, při kterém jste navštívili festival / Informationen zu dieser Reise

7. Kolik nocí plánujete strávit na výletě? / Wieviel Nächte soll Ihre Reise beinhalten?

v Č. Krumlov / in Č. Krumlov: _____

jinde v Jihočeském kraji / anderswo im Südböhmischen Bezirk: _____

v jiných krajích ČR / in weiteren Bezirken der Tschechischen Rep.: _____

8. Jaká je hlavní destinace (cíl) Vaší cesty (výletu)? / Was ist Hauptziel Ihrer Reise?

Město / Stadt: _____ Kraj / Bezirk: _____ Země / Land: _____

9. Jak důležitý byl festival při rozhodování navštívit Č. Krumlov / ČR? (zakroužkujte míru důležitosti) / Welche Gewichtigkeit hat das Festival für Ihre Entscheidung Č. Krumlov /Tschech. Rep.zu besuchen? (bitte auf der Skala einzukreisen)

	Zcela nedůležitý / Ohne Bedeutung.....										Hlavní důvod návštěvy / Besuchsgrund										
Č. Krumlov:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
ČR / Czech Rep:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="checkbox"/> žiju v ČR / ich lebe in der CR									

D. Hodnocení vstupného / Eintritt Beurteilung

10. Ohodnoťte prodej vstupenek (zakroužkujte číslo): / Bewerten Ticketverkauf (Kreiszahl):

Ceny vstupenek... / Ticketpreise...	nízké / niedrig	1	2	3	4	5	6	7	vysoké / hoch
Nákup vstupenek... / Karteneinkauf...	pohodlný / einfach	1	2	3	4	5	6	7	nepohodlný / kompliziert
Rezerv. systém pro nákup vstupenek... / Kartenreservierungssystem...	srozumitelný / leicht zu verstehen	1	2	3	4	5	6	7	nesrozumitelný / kaum zu verstehen

11. Co byste si při nákupu vstupenek přál/a zlepšit? / Was könnte man im Kartenverkaufssystem verbessern?

Děkujeme Vám za spolupráci! Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu festivalu a můžete vyhrát zajímavé ceny. Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz / Wir danken Ihnen für die Zusammenarbeit! Bitte, das ausgefüllte Formular unseren Mitarbeitern, Besucherdienst oder an die Festivalkasse abzugeben. Sie können auch interessante Preise gewinnen. Wir Ihnen unter info@economicimpact.cz zur Verfügung.

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu Janáčkova máje 2011
Janacek May 2011 economic impact survey

Pro návštěvníky žijící v MĚSTĚ KONÁNÍ KONCERTU
For participants living in TOWN OF THE CONCERT

(vyplňte, pokud bydlíte v městě konání koncertu nebo sem dojíždíte min. 2x týdně
 fill in if you are living in town of the concert or coming here at least 2x per week)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů Janáčkova máje 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Dotazník vyplňte společně za sebe a všechny členy své domácnosti, se kterými jste přišli na festival.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako poděkování za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku dostanete malou odměnu.

Good evening, we have prepared this survey for calculating economic impact of the Janacek May festival.

- The questionnaire is anonymous, we value your comments and we thank you for your willingness to attend the survey.
- Please, fill in the form for you and all your household members attending the festival.
- Fill in the questionnaire only once for all your household for the entire duration of the festival. Please, return the filled questionnaire to our interviewers and you get a small reward.

A. Základní informace o návštěvě festivalu / Basic info of your visit of the festival

1. Kolik členů Vaší domácnosti se účastní JM 2011? / Number of household members coming to JM 2011?

(Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník? / For how many people you fill in the questionnaire?)

1 2 více / more:.....

2. Přišli jste na festival jako... / You came to the festival as...

běžný divák (platicí) / paying audience member(s) účinkující umělec / performer
 VIP, sponzor ap. / VIP, sponsor etc. jiné / other:.....

3. Kolik koncertů jste navštívili nebo plánujete navštívit v rámci letošního festivalu? / How many concerts of the festival have you visited or you plan to visit?

v Ostravě / in Ostrava _____ jinde / elsewhere _____

B. Výdaje související s návštěvou festivalu / Spending related to your visit of the festival

4. Uveďte co nejlepší odhad výdajů souvisejících s návštěvou festivalu za všechny zúčastněné členy domácnosti.

Pokud hodláte navštívit více koncertů JM, odhadněte celkové výdaje za všechny dny, kdy navštívíte festival. / Provide the best estimate of your expenditures related to your visit of the festival for all attending household members. If you plan to attend more concerts of JM, provide your expenditures for all visits together.

Vstupenky, program koncertu / Tickets, programme _____ Kč

Jídlo, pití, restaurace, občerstvení / Food, drinks, restaurants, refreshments _____ Kč

Nákupy (CD, suvenýry apod.) / Shopping (CDs, souvenirs etc.) _____ Kč

Parkování, doprava / Parking, transport _____ Kč

(pokud máte předplacené MHD, uveďte 0 Kč / if you have a public transport coupon regardless the concert, set 0 Kč)

Další výdaje / Other spending: _____ Kč

C. Údaje o Vás (volitelné) / About you (optional)

5. Věk Vás a členů Vaší domácnosti účastnících se festivalu (za které dotazník vyplňujete) / The age of you and your household members attending the festival (for whom you fill in the questionnaire).

-18 počet osob / no. of persons: 36 - 65 počet osob / no. of persons:
 19 - 35 počet osob / no. of persons: 66+ počet osob / no. of persons:

Děkujeme Vám za spolupráci! / Thank you for your cooperation!

Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu festivalu a získáte malou odměnu. Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz / Please hand out this completed questionnaire to our pollsters, ushers or to the main ticket office and you will get a small reward. If you have any questions concerning this survey, contact us at info@economicimpact.cz.

Průzkum pro zjištění ekonomického dopadu Janáčkova máje 2011
Janacek May 2011 economic impact survey

Pro návštěvníky žijící MIMO MĚSTO KONCERTU
For participants living OUTSIDE TOWN OF THE CONCERT

(pokud dojíždíte do města koncertu min. 2x týdně, vyplňte dotazník pro místní /
 if you are coming to the town of the concert regularly at least 2x per week, fill in another form)

Dobrý večer, připravili jsme pro Vás průzkum zaměřený na zjištění přínosů Janáčkova máje 2011 pro českou ekonomiku.

- Dotazník je anonymní, ceníme si Vašich odpovědí a předem Vám děkujeme za ochotu dotazník vyplnit.
- Dotazník vyplňte společně za sebe a všechny členy své domácnosti, se kterými jste přišli na festival.
- Dotazník vyplňte pouze jednou za celou domácnost za celou dobu festivalu. Jako poděkování za řádné vyplnění a odevzdání dotazníku dostanete malou odměnu.

Good evening, we have prepared this survey for calculating economic impact of the Janacek May festival.

- The questionnaire is anonymous, we value your comments and we thank you for your willingness to attend the survey.
- Please, fill in the form for you and all your household members attending the festival.
- Fill in the questionnaire only once for all your household for the entire duration of the festival. Please, return the filled questionnaire to our interviewers and you get a small reward.

A. Základní informace o návštěvě festivalu / Basic info of your visit of the festival

1. **Kde nyní žijete?** (pokud žijete ve městě koncertu nebo sem dojíždíte min. 2x týdně, vyplňte jiný dotazník)
Where do you live? (if you are living in town of the concert or coming here at least twice per week, take another form)
 - v Moravskoslezském kraji – uveďte město / in Moravian-Silesian Region – write the town: _____
 - v jiném kraji ČR – uveďte kraj / other Region in the Czech Rep. – write region: _____
 - mimo ČR - uveďte stát / outside the Czech Rep. – write country: _____
2. **Kolik členů Vaší domácnosti se účastní JM 2011? / Number of household members coming to JM 2011?**
 (Za kolik členů domácnosti vyplňujete tento dotazník? / For how many people you fill in the questionnaire?)
 1 2 více / more: _____
3. **Přišli jste na festival jako... / You came to the festival as...**
 - běžný divák (plátci) / paying audience member(s)
 - VIP, sponzor ap. / VIP, sponsor etc.
 - účinkující umělec / performer
 - jiné / other: _____
4. **Kolik koncertů jste navštívili nebo plánujete navštívit v rámci letošního festivalu? / How many concerts of the festival have you visited or you plan to visit this year?**
 v Ostravě / in Ostrava: _____ v jiném městě / in other town: _____

B. Výdaje celé domácnosti během výletu / Spending for all household members on trip

Uveďte co nejlepší odhad výdajů za všechny členy své domácnosti účastnící se výletu, při kterém jste navštívili festival. Uveďte celkové výdaje, které jste vynaložili nebo plánujete vynaložit na území ČR během celého výletu. / Provide your best estimate of spending for the entire duration of your planned stay in the Czech Rep. for all household members on this trip.

5. **Výdaje na dopravu na festival a po ČR / Transport expenditures to the festival and in the Czech Rep.**
 (You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

		český dopravce / Czech company	zahraniční dopravce / foreign company
Jízdenky – vlak / Train	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jízdenky – autobus / Bus	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letenky / Airplane	_____ Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MHD v tomto městě / Public transport in this town	_____ Kč		
Taxi v tomto městě / Taxi in this town	_____ Kč		

(Vlastní automobil – výdaje na benzín viz dále / by car – for spending on fuel see next question)

6. Další související výdaje v tomto městě a ČR za celou dobu Vaší cesty / **Other expenditures spent in the town and the Czech Rep. during your trip** (You can fill the sums in other currency, just replace „Kč“ by EUR, USD or other.)

	ve městě / in the town	jinde v ČR / elsewhere in CR
Potraviny (v obchodech) / Food in stores	_____ Kč	_____ Kč
Jídlo a pití v restauracích a barech / Food and drinks in bars and restaurants	_____ Kč	_____ Kč
Ubytování / Accommodation	_____ Kč	_____ Kč
JM2011 – vstupenky, program / JM2011 – tickets, programs	_____ Kč	_____ Kč
Jiná kultura (mimo JM2011) / Other culture (except JM2011)	_____ Kč	_____ Kč
Sport	_____ Kč	_____ Kč
Služby CK a CA, průvodcovské sl. / Touroperators, guides	_____ Kč	_____ Kč
Parkování / Parking	_____ Kč	_____ Kč
Auto – nákup benzínu / Fuel	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – oděvy, textil, obuv / Shopping – clothes, shoes	_____ Kč	_____ Kč
Nákupy – jiné / Other shopping:.....	_____ Kč	_____ Kč
Jiné výdaje / Other spending:	_____ Kč	_____ Kč

C. Údaje o tomto výletu, při kterém jste navštívili JM2011 / Information on this trip

7. Kolik nocí plánujete strávit na výletě? / **How many nights do you plan to spend on trip?**

v tomto městě / in this town: _____

jinde v Moravskoslezském kraji / elsewhere in Moravian-Silesian region: _____

mimo Moravskoslezský kraj v ČR / in other region of the Czech Rep.: _____

8. Jaká je hlavní destinace (cíl) Vaší cesty (výletu)? / **What is the main destination of your trip?**

Město / Town: _____ Kraj / Region: _____ Země / Country: _____

9. Jak důležitý byl festival při rozhodování navštívit toto město / ČR? (zakroužkujte míru důležitosti) / **How important was the festival in your decision to visit this town / Czech Rep.? (circle a level below)**

	Zcela nedůležitý / No influence										Hlavní důvod návštěvy / Main reason											
město / town:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ČR / Czech Rep:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="checkbox"/> žiju v ČR / I live in CR										

D. Údaje o Vás (volitelné) / About you (optional)

10. Věk Vás a členů Vaší domácnosti účastnících se festivalu (za které dotazník vyplňujete) / **The age of you and your household members attending the festival (for whom you fill in the questionnaire).**

-18 počet osob / number of persons: _____

36 - 65 počet osob / number of persons: _____

19 - 35 počet osob / number of persons: _____

66+ počet osob / number of persons: _____

Děkujeme Vám za spolupráci! / Thank you for your cooperation!

Vyplněný dotazník prosím vraťte tazatelům, pořadatelům nebo na hlavní pokladnu festivalu a získáte malou odměnu. Pokud máte jakékoli dotazy k této studii, kontaktujte zpracovatele analýzy na info@economicimpact.cz /

Please hand out this completed questionnaire to our pollsters, ushers or to the main ticket office and you will get a small reward. If you have any questions concerning this survey, contact us at info@economicimpact.cz.

Fotografie z dotazníkových šetření

na festivalech

Asociace hudebních festivalů ČR

Dotazníkové šetření festivalu Pražské jaro 2011



Dotazníkové šetření MHF Český Krumlov 2011



Dotazníkové šetření festivalu Smetanova Litomyšl 2011



Dotazníkové šetření festivalu Janáčkův máj 2011



Název	Analýza ekonomického dopadu Asociace hudebních festivalů České republiky 2011
Autor	Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph.D. a kolektiv
Vydavatel	Economic impacT v.o.s.
Určeno pro	Asociaci hudebních festivalů České republiky
Počet stran	112
Vydání	první
Náklad	35 výtisků
Tiskárna	iDigitisk s.r.o., Dělnická 3, 170 00 Praha 7

ISBN 978-80-260-1727-1