

Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013
Vplyv veľkého kultúrneho projektu
na miestnu ekonomiku a imidž mesta

Oto Hudec
Peter Džupka
Miriam Šebová
Barbora Gontkovičová

Košice
2015

Autori: © prof. RNDr. Oto Hudec, CSc.
 doc. Ing. Peter Džupka, PhD.
 Ing. Miriam Šebová, PhD.
 Ing. Barbora Gontkovičová, PhD.

Všetky práva vyhradené. Toto dielo ani jeho žiadnu časť nemožno reprodukovat', ukladať do informačných systémov alebo inak rozširovať bez súhlasu majiteľov práv.

Za odbornú a jazykovú stránku tejto publikácie zodpovedajú autori jednotlivých kapitol. Rukopis neprešiel jazykovou úpravou.

Vydala: Ekonomická fakulta, TU Košice v roku 2015

ISBN 978-80-553-2104-2

Obsah

	Úvod	5
1	METODOLÓGIA VÝSKUMU	9
2	KULTÚRNA AKTIVITA V MESTE A KOŠICE EHMK 2013	11
2.1	Charakteristika návštevníkov podujatí EHMK 2012 – 2014	12
2.2	Bližšia charakteristika prepravy a ubytovania návštevníkov	22
3	DOSTUPNOSŤ KULTÚRY A PARTICIPÁCIA OBYVATEĽOV	28
3.1	Návštevnosť rôznych druhov podujatí a motívy návštevníkov	28
3.2	Postoje a vnímanie kultúry rôznymi obyvateľmi mesta	43
3.3	Spokojnosť s podujatiami EHMK	47
4	IMIDŽ MESTA V SÚVISLOSTI S EHMK	54
4.1	Imidž mesta - Teoretické východiská	54
4.1.1	Zmeny v imidži mesta z pohľadu cieľových skupín	56
4.1.2	Genius loci Košíc z pohľadu rôznych cieľových skupín	65
4.1.3	Analýza vývoja počtu správ o Košiciach prostredníctvom médií	78
4.1.4	Závery primárneho prieskumu	80
5	POSUDZOVANIE EKONOMICKÉHO DOPADU - TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ	83
5.1	Kritika posudzovania ekonomických dopadov	83
5.2	Postup pri posudzovaní ekonomického vplyvu kultúry.	84
5.3	Identifikácia merateľných ekonomických vplyvov	84
5.3.1	Zber dát a voľba metód pre výpočet ekonomických vplyvov	84
5.3.2	Syntéza získaných výsledkov a výpočet celkového ekonomického vplyvu	89
5.4	Regionalizácia národného I-O modelu	91
5.5	Vytvorenie regionálneho modelu I-O Košického kraja	99
5.5.1	Výpočet regionálnych multiplikátorov	101
5.6	Ekonomické prínosy projektu Košice Európske Hlavné mesto kultúry	108

5.6.1	Projekt Košice EHMK 2013	108
5.6.2	Metodológia zberu dát	111
5.6.3	Identifikácia merateľných ekonomických vplyvov projektu Košice EHMK 2013	112
5.6.4	Spracovanie a úprava dát pre analýzu ekonomických dopadov	117
5.6.5	Výber vhodných regionálnych multiplikátorov	122
5.6.6	Analýza ekonomických dopadov projektu Košice EHMK 2013	124
5.7	Interpretácia získaných výsledkov	126
5.8	Záver	128
6	VYBRANÉ ÚDAJE K RIADENIU PROJEKTU EHMK	131
6.1	Kultúra v rozpočte mesta Košice	131
6.1.1	Investície do kultúry súvisiace s EHMK 2013	134
7	EURÓPSKA DIMENZIA PROJEKTU EHMK	136
8	ANALÝZA VYBRANÝCH SEKUNDÁRNYCH ÚDAJOV O KULTÚRNYCH INŠTITÚCIÁCH A TURIZME V KOŠICIACH	137
8.1	Návštevnosť hlavných kultúrnych inštitúcií mesta	137
8.1.1	Zamestnanosť vo vybraných kultúrnych organizáciách	140
8.2	Analýza cestovného ruchu v Košiciach	140
8.2.1	Tržby a priemerná cena za ubytovanie	144
8.2.2	Porovnanie návštevnosti v krajských mestách SR	146
9	VYHODNOTENIE VYBRANÝCH PODUJATÍ EHMK	148
9.1	Vyhodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2012	149
9.1.1	Biela noc	149
9.1.2	Festival rozmanitosť	154
1.1.1	Moonride	156
1.1.2	ISCM - Dni novej hudby 2012	158
9.2	Vyhodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2013	160
9.2.1	Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013	161
9.2.2	Use the City 2013	163

9.2.3	Konvergenzie 2013	165
9.2.4	Virvar – Dni bábkového divadla a hier pre rodiny 2013	167
9.2.5	Imaginácie	169
9.2.6	Košice Gurmán Fest	171
9.2.7	Návrat vody do mesta	173
9.2.8	Leto v parku	175
9.2.9	Biela noc 2013	177
9.2.10	Košická šarkaniáda	179
9.2.11	Dni novej hudby - ISCM 2013	181
9.2.12	Záverečný ceremoniál	182
9.3	Vyhodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2014	185
9.3.1	Imaginácie	185
9.3.2	Virvar – Dni bábkového divadla a hier pre rodiny 2014	187
9.3.3	Use the City 2014	189
9.3.4	Leto v parku	191
9.4	Porovnanie výsledkov	193
9.4.1	Biela noc 2012 vs. Biela noc 2013	193
9.4.2	ISCM Dni novej hudby 2012 vs. ISCM Dni novej hudby 2013	195
9.4.3	Use the City 2013 vs. Use the City 2014	197
9.4.4	Virvar 2013 vs. Virvar 2014	199
9.4.5	Imaginácie 2013 vs. Imaginácie 2014	201
9.4.6	Leto v parku 2013 vs. Leto v parku 2014	203
10	ŠPECIFIKÁ KOŠICKÉHO PROJEKTU EHMK 2013	206
10.1	Vnímanie zmien v meste v súvislosti s EHMK	213
Záver		219

Úvod

Hodnotiaca správa Košice EHMK 2013 vznikla s cieľom širšieho vyhodnotenia projektu a jeho vplyvu na mesto. Kultúrny projekt EHMK je výnimočný a hositeľským mestám dáva okrem iného príležitosť pozmeniť trajektóriu ich rozvoja orientáciou na kreatívne a kultúrne odvetvia. Aj Košice získali unikátnu šancu na zmenu transformáciou mesta prostredníctvom kultúry. Hlavným cieľom evaluačnej správy je identifikovať v čom a akým mechanizmom sa mesto Košice zmenilo vplyvom kultúrnych, umeleckých, komunitných a investičných aktivít projektu EHMK.

Autori štúdie a študenti Ekonomickej fakulty Technickej univerzity v Košiciach počas troch rokov 2012-2014 zaznamenávali postoje obyvateľov, návštevníkov a masmédií k mestu a podujatiam EHMK, zbierali údaje o návštevnosti, výstavbe, výdavkoch a prínosoch celého projektu, a tak zachytili, čo sa v Košiciach za obdobie prípravy a realizácie projektu EHMK udialo. Poďakovanie patrí vedeniu Mesta Košice a organizáciám Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013, n.o., K13 – Košické kultúrne centrá za podporu a umožnenie zberu údajov na podujatiach a sprístupnenie potrebných ekonomických údajov na vyhodnotenie celého projektu.

Štúdia poskytuje bohatý zdroj informácií pre strategické rozhodovanie a plánovanie ďalšieho rozvoja mesta Košice ako modernej kultúrnej európskej metropoly. Okrem vyhodnotenia aktivít poukazuje aj na vytvorený ľudský a sociálny kapitál, pozitívne zmeny atmosféry a imidžu, sebavedomia a činnosti Košičanov, ktoré by mali poslúžiť na budovanie prosperity a zlepšovanie kvality života.

V rokoch 2012 až 2013 narastali výdavky mesta na kultúru a zároveň sa zvyšoval počet realizovaných kultúrnych podujatí vďaka projektu EHMK. Najintenzívnejším rokom bol prirodzene rok 2013, spolu sa uskutočnilo 3650 kultúrnych podujatí, s celkovou návštevnosťou 911 000 divákov. Mesto Košice deklaruje pre budúce roky venovať 3 % zo svojho rozpočtu na rozvoj kultúry v meste, čo by malo garantovať, že EHMK neskončilo jedným rokom a úspešné nosné kultúrne podujatia (Leto v parku, Imaginácie atď.) by sa mali pravidelne opakovať.

Do roku 2007 fungovali v Košiciach prevažne tradičné kultúrne ustanovizne, ale postupne pribudli lokálne nezávislé kultúrne inštitúcie IC Culture Train, Kasárne-Kulturpark a v roku 2009 začala prevádzku Tabačka - centrum súčasného umenia a kultúry. V Košiciach v súčasnosti funguje 126 poskytovateľov kultúry, z toho 10 múzeí, 7 galérií, 5 divadiel, 3 kultúrne centrá, 3 knižnice a 3 kiná. Z nich 27 kultúrnych inštitúcií vlastní alebo spravuje verejná správa (Samosprávny kraj 10, štát 4 a mesto Košice 13).

V súvislosti s EHMK bola vybudovaná úplne nová kultúrna infraštruktúra: Kasárne-Kulturpark, Kunsthalle a sídliskové strediská kultúry Spots. EHMK skutočne akcelerovalo kultúrnu aktivitu v meste, spontánne začali vznikať nové projekty rôznych kultúrnych žánrov napr. DIG Gallery (New media gallery vznikla v roku 2012), PYECKA STUDIO shop & gallery (založená v roku 2012 pouličnými umelcami), Eskalátor (projekt v roku 2013 s cieľom vzdelávať kreatívnych umelcov) a pod.

Nasledujúce riadky prinášajú niekoľko základných postrehov o názoroch občanov a návštevníkov:

Štruktúra návštevníkov podujatí EHMK

- ✦ Akcie prirodzene navštevovali najmä Košičania -70 %; slovenskí turisti -26%, zahraniční turisti - 4 %.
- ✦ Najväčšiu priazeň prejavovali návštevníci s vysokoškolským vzdelaním a študenti.
- ✦ Medzi návštevníkmi mierne prevažovali ženy nad mužmi. Najčastejšie sa podujatí EHMK zúčastňovali mladí ľudia vo veku 21-30 rokov, druhou najpočetnejšou skupinou bola veková kategória 31-40 rokov.
- ✦ Odhadovaná návštevnosť podujatia Biela noc bola 17 000 v roku 2012 a až 21 000 v roku 2013.
- ✦ V roku 2014 výrazne stúpol podiel domácich návštevníkov (zo SR).
- ✦ Najviac hodnoteným podujatím podľa kvality boli ISCM Dni novej hudby 2013, Konvergenzie 2013 a Virvar 2014.

Motivácia a participácia obyvateľov

- ✦ Najpopulárnejšie sú filmové predstavenia, kľúčovou zmenou v dopyte po kultúre je rozvinutie umeleckých aktivít na otvorenom priestore.
- ✦ Hlavnými motívmi návštevy podujatí boli túžba po novom zážitku a možnosť stráviť voľný čas s priateľmi a aj nuluové vstupné.
- ✦ Košičania si stotožňujú kultúru najmä s mainstreamovým pohľadom – klasická hudba, populárna hudba, tradičné divadlo, literatúra a galérie. Menšinový je pohľad na kultúru cez nové formy maľby, hudby, divadla, okrajové žánre, protest atď.

Komunikácia a spokojnosť

- ✦ Informácie o EHMK získavali Košičania predovšetkým z internetu (29 % v roku 2013), z miestnych médií (TV, tlač a

rozhlas 24 % v roku 2013), billboardov a letákov (21 %). Postupne ako zdroj informácií rástol podiel priateľov a sociálnych sietí.

- ✦ Prieskumy preukázali istú stratenosť obyvateľov v informáciách o podujatiach EHMK a len postupné osvojovanie si cieľov projektu, zvlášť u strednej a staršej generácie.
- ✦ Košičania vysoko hodnotili kvalitu multižánrových podujatí (Leto v parku, Imaginácie, The Use the City festival). Najznámejším podujatím sa stala Biela noc.
- ✦ Takmer 90 % respondentov by akcie EHMK určite odporučilo svojim priateľom a známym.

Ekonomické prínosy EHMK

- ✦ Akcie EHMK dosiahli v rokoch 2012 a 2013 celkovú návštevnosť približne 800 tis. návštevníkov (domácich a zahraničných).
- ✦ V súvislosti s aktivitami EHMK minuli návštevníci v Košiciach v rokoch 2012 a 2013 približne 37 mil. €.
- ✦ Celkový ekonomický prínos výdavkov turistov v súvislosti s EHMK v rokoch 2012 a 2013 pre Košický kraj vo forme prírastku regionálneho hrubého produktu odhadujeme na 22 mil. €, čo predstavuje v období trvania projektu zvýšenie pracovných miest v kraji približne o 500 pracovných miest.
- ✦ Realizáciou projektu sa v Košiciach zrekonštruovala alebo postavila nová kultúrna infraštruktúra v hodnote približne 60 mil. €. Tieto investície prispeli k regionálnemu hrubému produktu Košického kraja približne sumou 38 mil. € a priniesli krátkodobo približne 770 pracovných miest.
- ✦ Celkovo výdavky projektu Košice EHMK tvorili približne 100 mil. €, čo

prispelo k tvorbe regionálneho hrubého produktu Košického kraja približne vo výške 70 mil. € v rokoch 2012 a 2013 a vytvorilo na obdobie čase realizácie približne 1450 pracovných miest.

- ✦ Ako najlepšie investičné projekty boli hodnotené rekonštrukcia Dómu sv. Alžbety a rekonštrukcia parkov v meste.

Zmena imidžu Mesta Košice

- ✦ Takmer 80% návštevníkov v roku 2014 vníma pozitívnu zmenu imidžu mesta Košice. Turisti veľmi pozitívne hodnotia najmä celkovú atmosféru mesta a ľudí.
- ✦ Podobne 50% obyvateľov mesta v roku 2014 zaznamenalo pozitívnu zmenu imidžu mesta Košice. Hlavná zmena nastala až v roku 2014.
- ✦ Celkový počet správ o meste Košice bol v roku 2013 o 45% vyšší ako v roku 2011.

- ✦ Obyvatelia Košíc pocitujú pozitívnu zmenu vyplývajúcu z projektu EHMK najmä v atmosfére a čiastočne v ekonomike.

Nová ponuka kultúry

- ✦ Stúpol počet obyvateľov zapájajúcich sa do aktivít projektu EHMK na sídliskách.
- ✦ Zvýšila sa ponuka kultúry na sídliskách (rozdiel 2012/2014 o 13 %).
- ✦ Najviac vnímajú zvýšenie ponuky kultúry na sídliskách obyvatelia mestských častí KVP a Západ.
- ✦ V roku 2014 najviac vnímajú možnosť zapojiť sa do aktivít týkajúcich sa EHMK obyvatelia Starého mesta (64 %), Severu (63 %) a KVP (58 %).

Časť 1

**Výsledky primárneho prieskumu obyvateľov a
návštevníkov a imidž mesta Košice**



Obsah

METODOLÓGIA VÝSKUMU	3
1.1 ŠTRUKTÚRA NÁVŠTEVNÍKOV EHK 2013.....	5
1.1.1 Charakteristika návštevníkov podujatí EHK 2012 – 2014.....	5
1.1.2 Spôsob dopravy a ubytovanie turistov	10
1.2 NÁVŠTEVNOSŤ PODUJATÍ A ICH HODNOTENIE	13
1.2.1 Návštevnosť podujatí podľa žánrov a motivácia návštevníkov	13
1.2.2 Postoje ku kultúre a jej vnímanie obyvateľmi mesta	21
1.2.3 Spokojnosť s podujatiami EHK.....	21
1.3 IMIDŽ MESTA V SÚVISLOSTI S EHK.....	25
1.3.1 Imidž mesta - Teoretické východiská	25
1.3.2 Zmeny v imidži mesta Košice podľa cieľových skupín	26
1.3.3 Genius loci Košíc podľa rôznych cieľových skupín.....	29
1.3.4 Analýza vývoja počtu správ o Košiciach prostredníctvom médií.....	34
1.3.5 Závery primárneho prieskumu.....	35
Literatúra.....	36

METODOLÓGIA VÝSKUMU

Záverečná správa hodnotí projekt EHMK 2013 v Košiciach z hľadiska jeho vplyvu na obyvateľov mesta, lokálnu ekonomiku, imidž mesta, ponuku a kvalitu umenia a kultúry, kultiváciu mesta, rozvoj kreatívnych odvetví a pod. Rozsiahly výskum bol zameraný na vyhodnotenie dopadov EHMK 2013 a uskutočnil sa počas rokov 2012-2014.

Mestá, ktoré disponovali titulom EHMK, vypracúvajú po skončení svojho pôsobenia ako hlavného mesta kultúry štúdie, aby vyhodnotili vplyvy celého projektu a uskutočnených podujatí počas roka na mesto. Spôsob hodnotenia si každé mesto tvorí samostatne na základe všeobecných princípov, ale aj osobitných prvkov konkrétneho mesta a charakteru projektu EHMK. Preto neexistuje jednotná metodika hodnotenia vplyvu. Autori sa v metodologickej časti opierali o všeobecne akceptované prístupy v predchádzajúcich štúdiách:

- ✦ European Capitals of Culture Policy Group: An international framework of good practice in research and delivery of the European Capital of Culture program (Key recommendations from the European Capitals of Culture Policy Group 2009-2010),
- ✦ European Capital of Culture Research Programm, University of Liverpool: Impacts 08: The Liverpool Model (Creating an impact: Liverpool's experience as European Capital of Culture 2008).

Zároveň boli zapracované princípy Európskeho výskumného modelu pre hodnotenie EHMK (European Research Model for ECoC assessment) uznaného Európskou komisiou ako objektívny nástroj na skúmanie dopadov projektov EHMK.

Medzi jeho ciele patrí získanie maximálneho množstva údajov o dopadoch EHMK, ktoré umožnia benchmarking hostiteľského mesta s inými mestami so statusom EHMK, a tým zabezpečujú nadnárodný transfer znalostí o rozvoji kultúrnych odvetví.

Metódy použité pri spracovaní analýzy

Primárny prieskum

Hodnotenie spokojnosti a zmien sa realizovalo dotazníkovým prieskumom v priebehu troch rokov (2012-2014). Zber údajov bol realizovaný prostredníctvom siete vyškolených anketárov. Cieľovými skupinami boli obyvatelia mesta Košice a návštevníci zo Slovenska a zo zahraničia. Údaje boli zozbierané metódou štandardizovaných osobných rozhovorov v troch ročných periódach na základe jednotných dotazníkov, aby bolo možné zachytiť zmeny po rokoch. Dotazníkový prieskum mal dve verzie: eventovú a stacionárnu. Obe verzie boli distribuované v troch farebne odlišných variantoch pre lepšiu orientáciu anketárov a spracovanie dát. Biely dotazník bol určený pre obyvateľov Košíc, zelený dotazník pre návštevníkov zo Slovenska (mimo Košíc) a oranžový variant (v anglickom jazyku) vyplňali zahraniční návštevníci.

Eventový prieskum bol realizovaný priamo na podujatiach, cieľom bolo získať údaje o socio-ekonomickej štruktúre návštevníkov, ich názoroch na podujatie a ich výdavkoch súvisiacich s konkrétnym podujatím. Výdavky návštevníkov poslúžili na analýzu ekonomických dopadov podujatí EHMK na lokálnu ekonomiku mesta Košice. Na základe údajov o objeme a štruktúre výdavkov návštevníkov v súvislosti s návštevou podujatí sme odhadli, aké nové príjmy

podujatia priniesli do lokálnej ekonomiky mesta Košice.

Výskum ekonomických vplyvov má zvlášť veľký význam pri otvorených podujatiach, ktoré sú bezplatne prístupné verejnosti (tzv. ungated events) a odohrávajú sa na veľkých plochách (napr. Biela noc). Kľúčovým cieľom výskumu je vtedy získať kvalifikovaný odhad počtu návštevníkov, čo sme realizovali v prípade Bielej noci v rokoch 2012 a 2013.

Stacionárny dotazník bol prioritne určený pre obyvateľov Košíc, ktorým boli položené otázky týkajúce sa hodnotenia kultúry v meste, imidžu mesta, samotného projektu EHMK 2013 a tiež téme decentralizácie kultúry z centra na sídliská. Vyškolení anketári dotazovali respondentov na šiestich stanovištiach tak, aby bol prieskum reprezentatívny veľkosťou vzorky, adresou bydliska, vekom, pohlavím aj vzdelaním. Dotazníky sa pravidelne zbierali počas troch rokov 2012-2014 na miestach: Hlavná ulica, Terasa - OC Galéria, Kulturpark, Furča-OD Torysa, Ťahanovce - OD Mila, Nad Jazerom-Tesco.

Celkový počet zozbieraných dotazníkov za roky 2012 až 2014 je 4607, ktoré majú dostatočnú schopnosť zovšeobecnenia na populáciu Košíc a vypovedajú o postojoch k mestu, kultúre a projektu EHMK.

Tabuľka 1 Eventový a stacionárny dotazníkový prieskum

	2012	2013	2014	Σ
Eventový dotazník	977	2243	367	3587
Stacionárny dotazník	419	258	343	1020
Σ	1396	2501	710	4607

Sekundárny výskum

Analýza primárnych údajov je doplnená sekundárnym výskumom. Pri sekundárnom zbere dát boli použité nasledujúce strategické, analytické i koncepcné materiály:

- ✦ Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja KSK, Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Košice, Rozpočet mesta Košice,
- ✦ Štatistické materiály Ministerstva kultúry SR,
- ✦ analýzy Štatistického úradu SR,
- ✦ výročné správy Štátneho divadla Košice, Slovenskej filharmónie Košice a Slovenského technického múzea za príslušné roky.

Okrem toho boli použité mnohé ďalšie verejne dostupné zdroje informácií, analýzy týkajúce sa kultúry, umenia a projektov Európskych hlavných miest kultúry.

1.1 ŠTRUKTÚRA NÁVŠTEVNÍKOV EHK 2013

Vychádzame z informácií získaných v dotazníkovom prieskume počas rokov 2012-2014 a porovnávame ich s údajmi získanými v prieskume z roku 2007 (Kultúrny profil mesta Košice, Inštitút regionálneho a komunálneho rozvoja, TUKE, 2008). Z porovnania je zrejmé, že Košice sa stali kultúrne aktívnejším a atraktívnejším mestom, výrazne vzrástla kultúrna produkcia i dopyt zo strany obyvateľov.

1.1.1 Charakteristika návštevníkov podujatí EHK 2012 – 2014

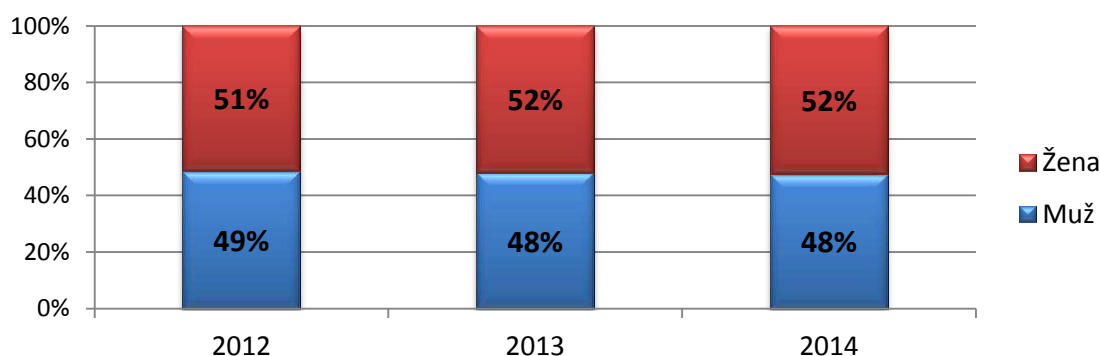
Mestá, ktoré získali titul EHK, ponúkajú široký a stimulujúci kultúrny program, ale skutočným meradlom úspechu je prilákanie oslovených cieľových skupín návštevníkov. V kľúčovom roku 2013 sa na aktivitách EHK zúčastnilo 4 % zahraničných turistov, 26% domácich turistov (zo Slovenska) a 70% rezidentov (Košičanov). Štruktúra návštevníkov poukazuje na pomerne zdravé nastavenie náročnosti podujatí – profil návštevníkov obsahuje náročného návštevníka, ale pri tom sa nestalo elitárskym. Zaujímavý je klesajúci podiel študentov, ktorí boli pri štarte projektu EHK považovaní médiami za hlavnú cieľovú skupinu na úkor strednej a staršej generácie. Určite sa dá konštatovať postupné osvojenie si podujatí vekovo staršími zamestnancami na úkor mladších vekových kategórií a študentov.

Ukazovateľ ekonomickej aktivity sa zameriava na odlíšenie zamestnaných návštevníkov a študentov, pričom sa špecificky skúma skupina zamestnancov v kultúrnych, resp. kreatívnych odvetviach. Podrobnejšia analýza socio-ekonomického profilu rezidentov ukázala:

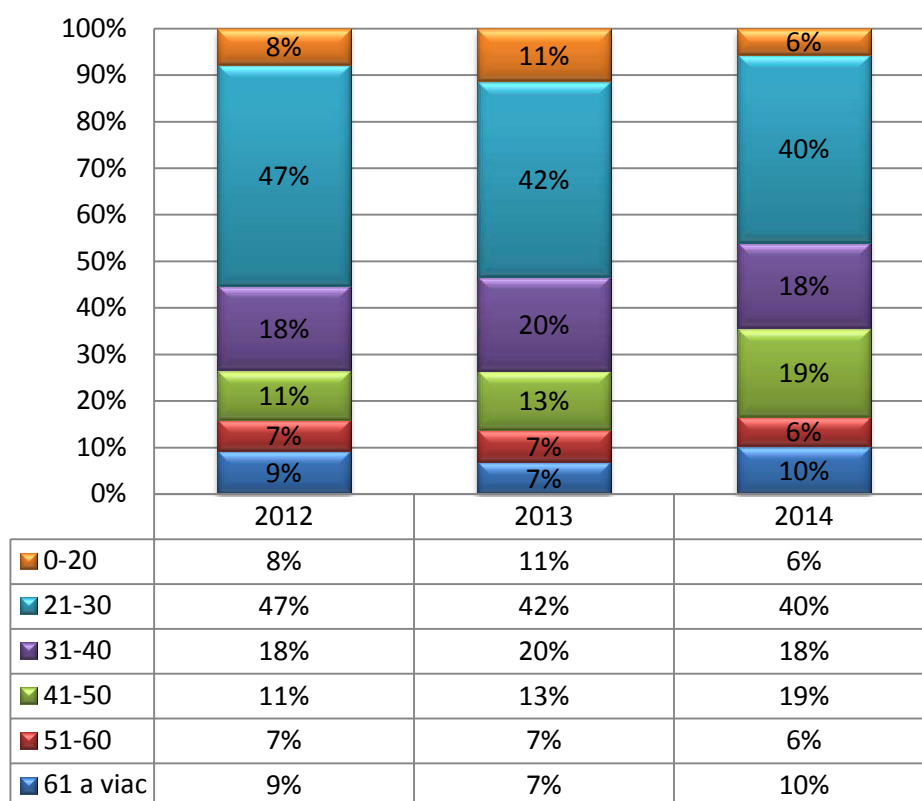
Návštevníci podujatí EHK z Košíc 2012-2014:

- + Návštevnosť bola vyrovnaná podľa pohlavia, len mierne prevažovali ženy,
- + Podľa veku prevažuje skupina 21 – 30 ročných, v roku 2014 narástol podiel návštevníkov v strednom roku 41-50 rokov z 11 % v roku 2012 na 19% v roku 2014.
- + V roku 2014 bol program kultúrnych podujatí rovnomernejšie cieleň na rôzne vekové skupiny publika v meste a zároveň viac cieleň na staršie skupiny obyvateľstva v porovnaní s predchádzajúcim obdobím.
- + Podiel návštevníkov s vysokoškolským vzdelaním sa dostal zo 42% v roku 2012 až na 55% v roku 2014, čo svedčí o intelektuálnej náročnosti realizovaných kultúrnych akcií.
- + Zo zamestnancov 17 % až 20 % pracuje v kultúrnych, resp. kreatívnych odvetviach.
- + Udávaný príjem na člena rodiny je u polovice návštevníkov do 500 eur (48-51 %). Postupne sa zvýšilo percento vo vyšších príjmových kategóriách, čo súvisí s vyšším podielom zamestnancov na návštevnosti aj s celkovým rastom miezd v ekonomike.

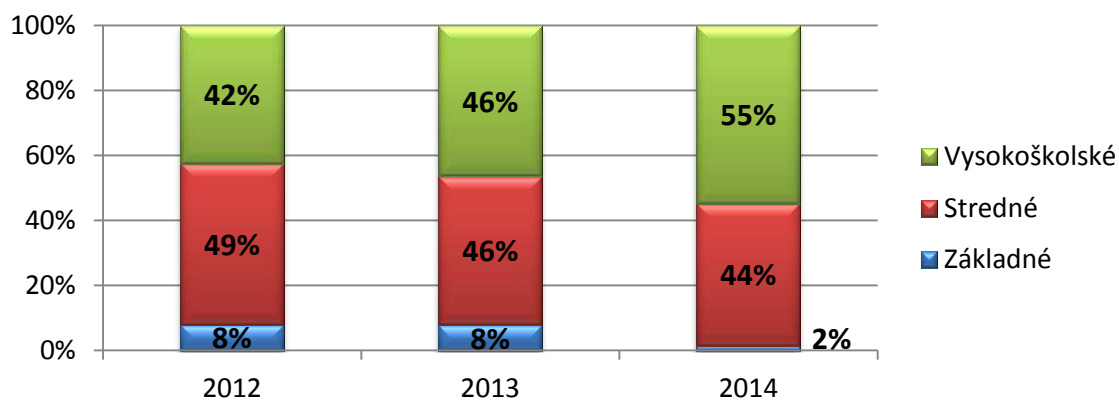
Graf 1 Rodová štruktúra návštevníkov z Košíc vybraných podujatí



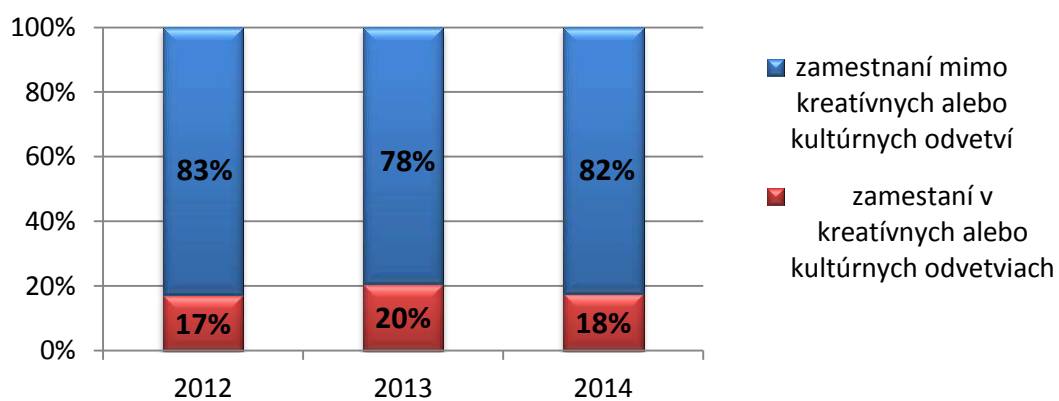
Graf 2 Veková štruktúra návštevníkov z Košíc vybraných podujatí



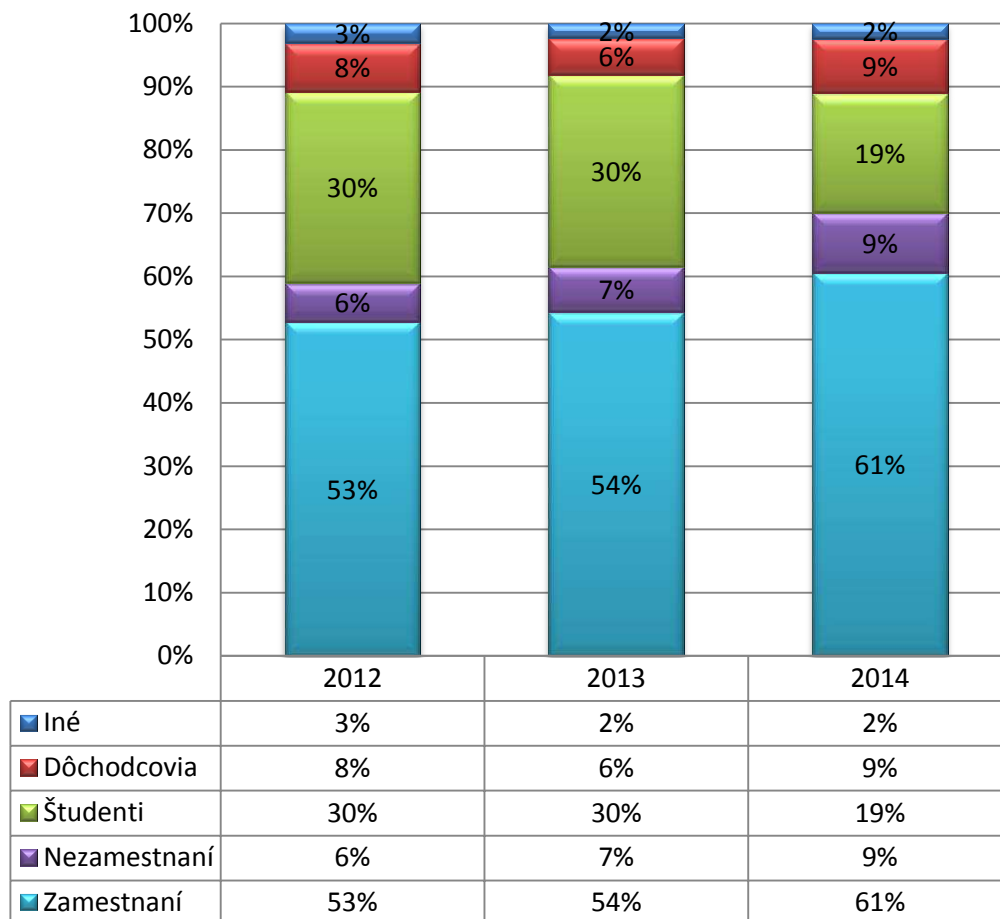
Graf 3 Vzdelanostná štruktúra návštevníkov z Košíc vybraných podujatí



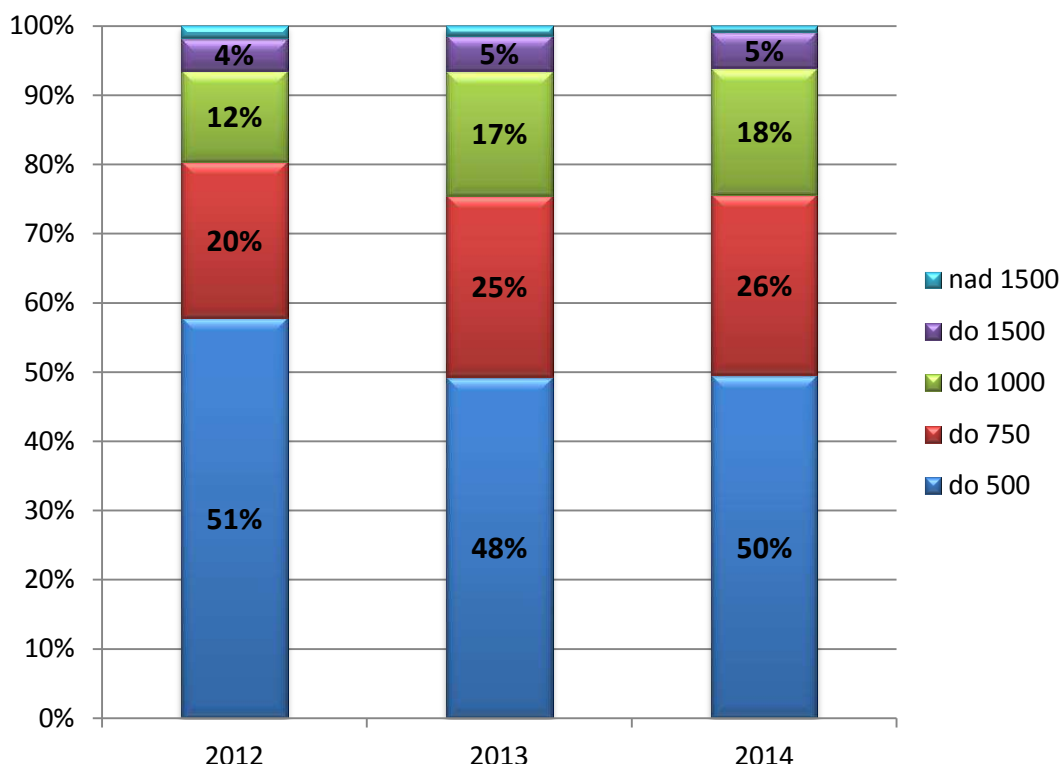
Graf 4 Zamestnanie návštevníkov z Košíc v kreatívnych odvetviach



Graf 5 Ekonomická aktivita návštevníkov z Košíc vybraných podujatí



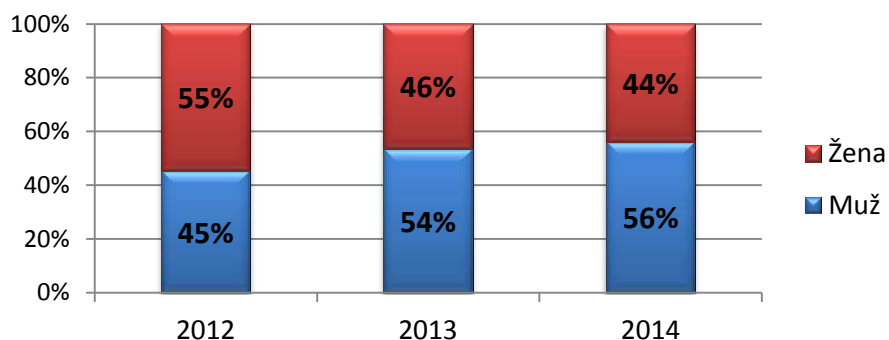
Graf 4 Štruktúra príjmov návštevníkov z Košíc vybraných podujatí EHMK 2012-2014



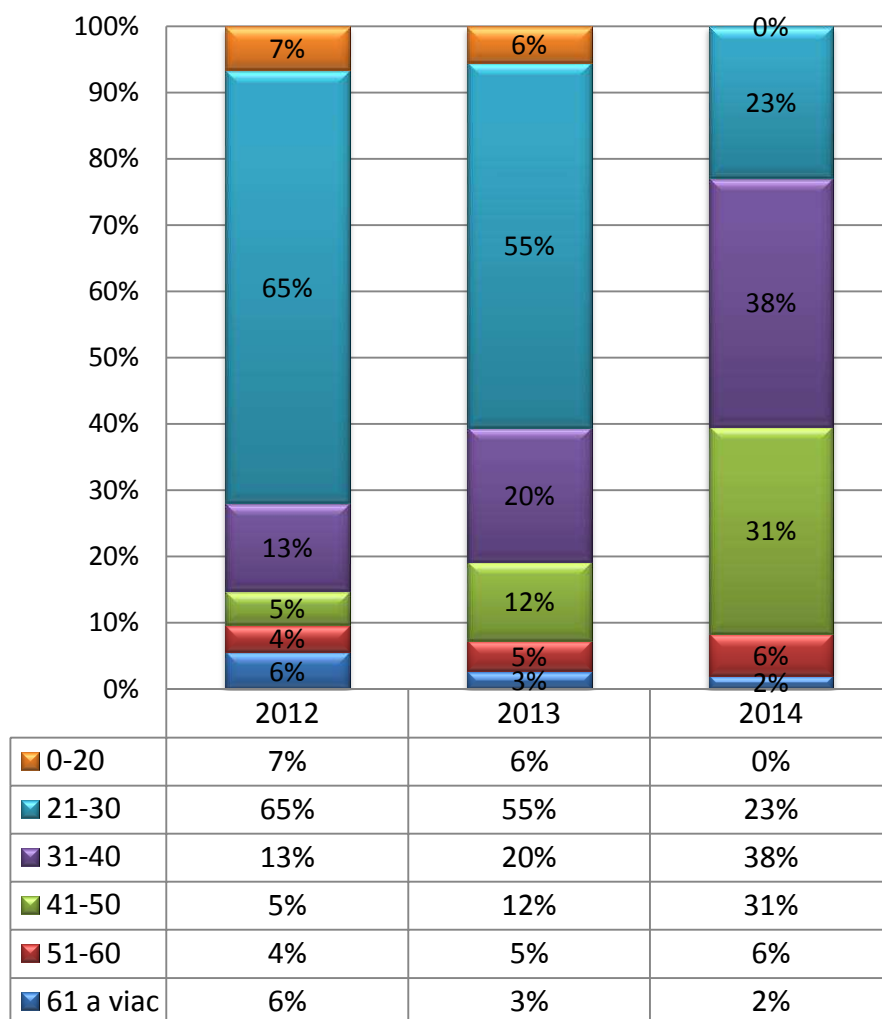
Návštevníci podujatí EHKM mimo Košíc – zo Slovenska a zo zahraničia 2012-2014:

- + Pri turistoch, na rozdiel od Košičanov, postupne mierne prevažovali muži.
- + Najvyššie, zastúpenie mala skupina vo veku 21-40 rokov, ktorej percento sa znižovalo z 88% návštevníkov v roku 2012 až na 63% v roku 2014. Návštevníci prišli cielene na podujatie alebo návštevu spojili s inými pracovnými aktivitami v Košiciach a okolí.
- + Rovnako rástol podiel návštevníkov s vyššími príjmami.
- + Respondenti s vysokoškolským vzdelaním tvorili približne 50 percent turistov.
- + Od študentov k strednej triede: väčšina respondentov v roku 2014 bola zamestnaná -77 %, z nich 21 % v kultúrnych a kreatívnych odvetviach. Znalosť značky projektu EHKM postupne priťahla strednú generáciu s vyššími príjmami.

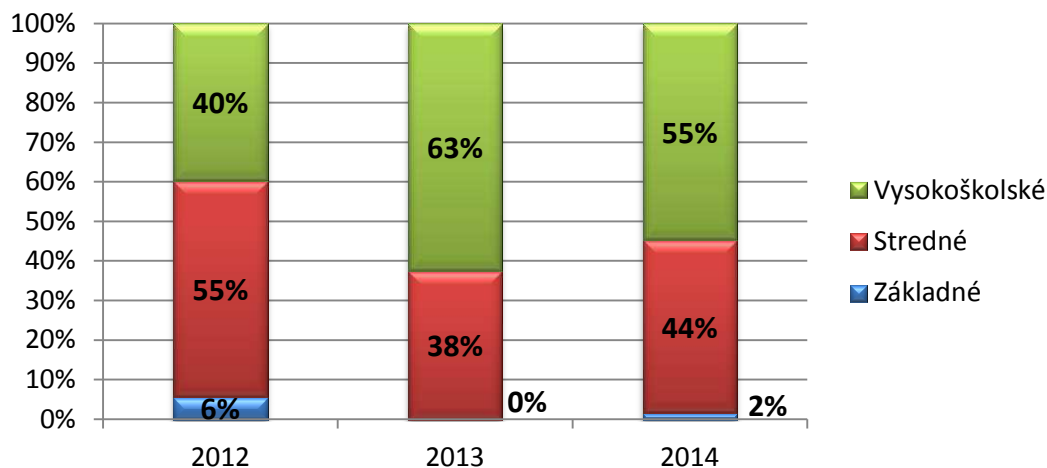
Graf 5 Rodová štruktúra turistov na vybraných podujatiach



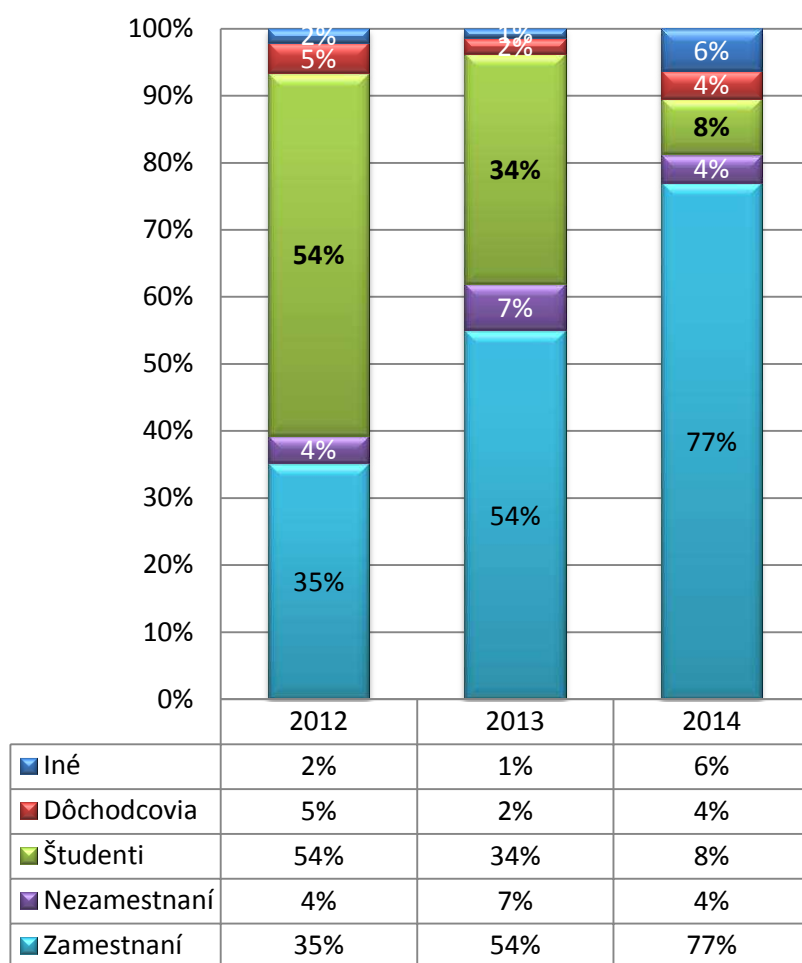
Graf 8 Veková štruktúra turistov na vybraných podujatiach



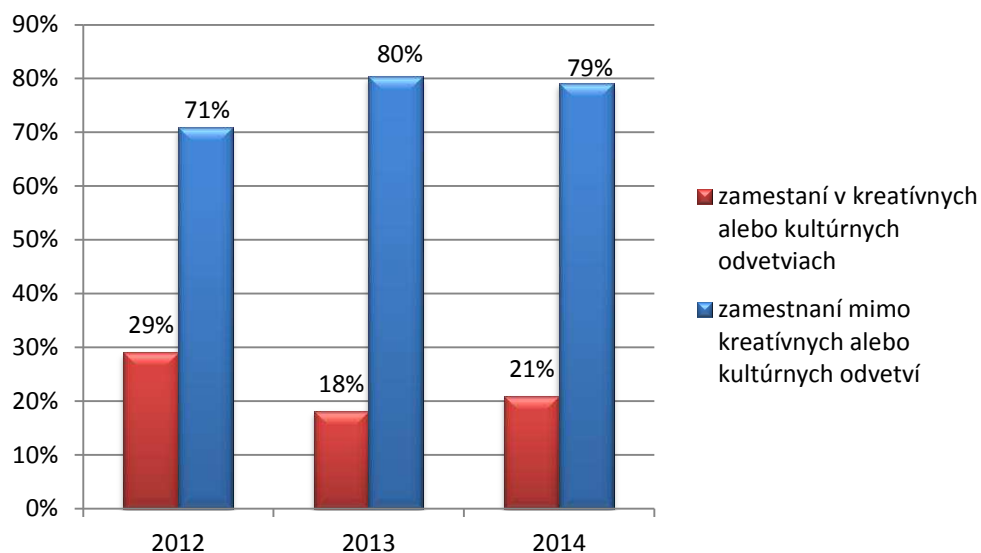
Graf 9 Vzdelanostná štruktúra turistov na vybraných podujatiach



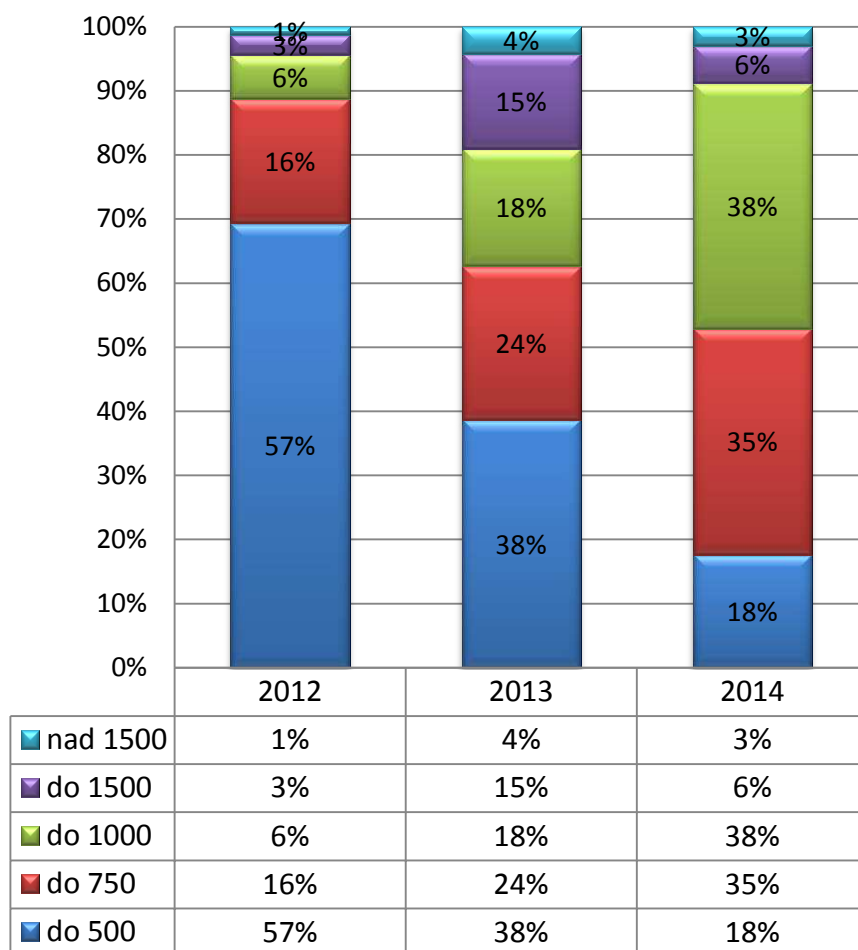
Graf 10 Ekonomická aktivita turistov



Graf 11 Zamestnanie turistov v kreatívnych odvetviach



Graf 12 Príjmová štruktúra turistov na vybraných podujatiach



1.1.2 Spôsob dopravy a ubytovanie turistov

Domáci návštevníci prichádzali najmä z iných miest východného Slovenska - z Prešova, Sabinova, Michaloviec, Trebišova, Humenného, Popradu. Rožňavy, Vranova nad Topľou a Bardejova a Levoče. Vzdialenejšie mestá Slovenska reprezentovali návštevníci z Bratislavy

a Žiliny. Zmenená štruktúra návštevníkov sa prejavila aj v zmene spôsobu dopravy v prospech osobnej automobilovej dopravy.

Spôsob dopravy slovenských návštevníkov mimo Košíc 2012-2014:

2012	2013	2014
1. Autobus (36%)	1. Auto (52%)	1. Auto (75%)
2. Auto (34%)	2. Vlak (25%)	2. Autobus (18%)
3. Vlak (27%)	3. Autobus (22%)	3. Vlak (8%)

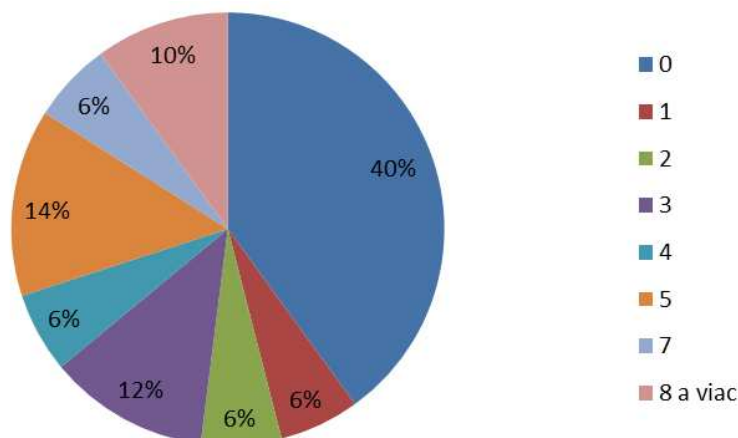
Zahraniční turisti na akciách EHMK tvorili relatívne nízky podiel, najviac z Českej republiky, Poľska, Nemecka, Francúzska, Rakúska, Maďarska a Veľkej Británie. V roku 2014 pribudli aj zámorskí návštevníci, prevažne z USA. Zmenu v spôsobe dopravy nastala aj u zahraničných návštevníkov, stále viac dominovala lietadlová doprava.

Spôsob dopravy zahraničných návštevníkov 2012-2014:

2012	2013	2014
1. Lietadlo (36%)	1. Lietadlo (40%)	1. Lietadlo (80%)
2. Vlak (25%)	2. Auto (40%)	2. Auto (20%)
3. Auto (21%)	3. Vlak (15%)	

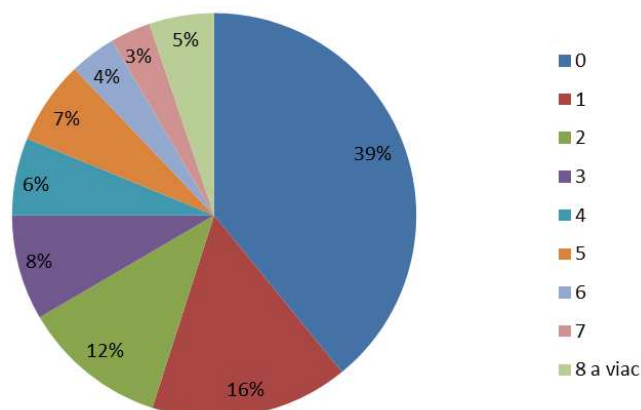
V odpovediach na otázku o ubytovaní sa vyskytli veľké rozdiely v odpovediach slovenských a zahraničných návštevníkov. Zahraniční návštevníci vo väčšej miere prespávali v Košiciach, v oboch kategóriách respondentov narastal počet strávených nocí v Košiciach. Opäť bol pozitívny vývoj počas trojročného obdobia. V porovnaní s rokom 2012 sa zvýšil počet tých, ktorí v súvislosti s návštevou podujatia strávili v Košiciach noc. V roku 2012 len 50% zahraničných návštevníkov uviedlo, že prespalo v Košiciach, v roku 2014 už to bolo 91% a prevažovali krátkodobé pobyty, 1 – 3 noci.

Graf 6 Počet nocí strávených v Košiciach: zahraniční návštevníci EHMK 2012-2014



Pozitívny trend vo využívaní ubytovania v Košiciach bol aj u slovenských turistov, kým v roku 2012 prespalo v Košiciach len 45% slovenských turistov, v roku 2013 to bolo 82%. Výraznou tendenciou bolo vyhľadávať neplatené (u príbuzných a známych) resp. lacnejšie formy ubytovania (hostel, internát). Rozdiel bol zaznamenaný na druhej priečke. Kým v rokoch 2012-2013 boli na druhom mieste hostel a internát, v roku 2014 bol už na druhom mieste penzión, čo opäť súvisí so zmenami vo vekovej a príjmovej štruktúre návštevníkov, ktorí preferovali ubytovanie vyššieho štandardu.

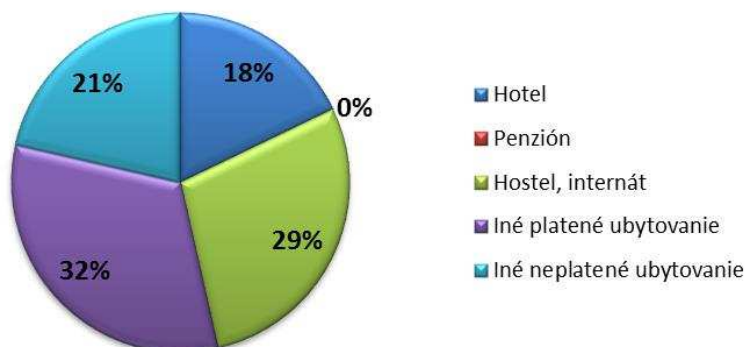
Graf 74 Počet nocí strávených v Košiciach: domácí návštěvníci EHK 2012-2014



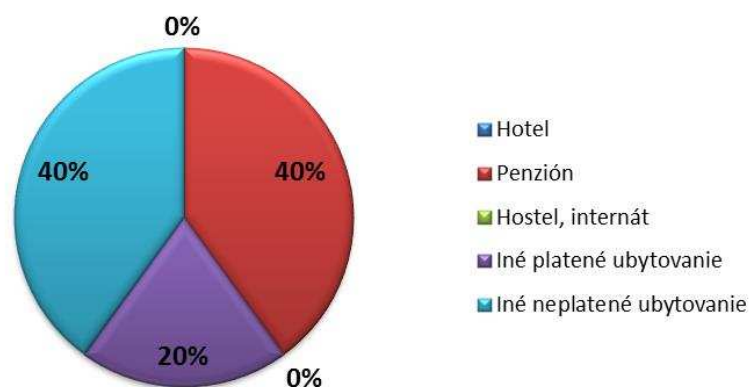
Ubytovanie: slovenskí návštevníci 2012-2014:		
2012	2013	2014
Iné neplatené ubytovanie Hostel, internát	Iné neplatené ubytovanie Hostel, internát	Iné neplatené ubytovanie Penzión
Ubytovanie: zahraniční návštevníci 2012-2014:		
2012	2013	2014
Hostel, Internát	Hotel	Hotel

Zmeny vo vekovej a príjmovej štruktúre zahraničných návštevníkov sa výrazne prejavili vo vyhľadávaných formách ubytovania. Ešte v roku 2012 približne 20% využilo neplatené formy ubytovania, spojili návštevu podujatia s návštevou príbuzných resp. známych alebo naopak. V roku 2014 sa stalo normou už len platené ubytovanie, najčastejšie v hoteli alebo penzióne.

Graf 15 Ubytovanie: zahraniční návštevníci EHK v roku 2012



Graf 16 Ubytovanie: zahraniční návštevníci EHK v roku 2014



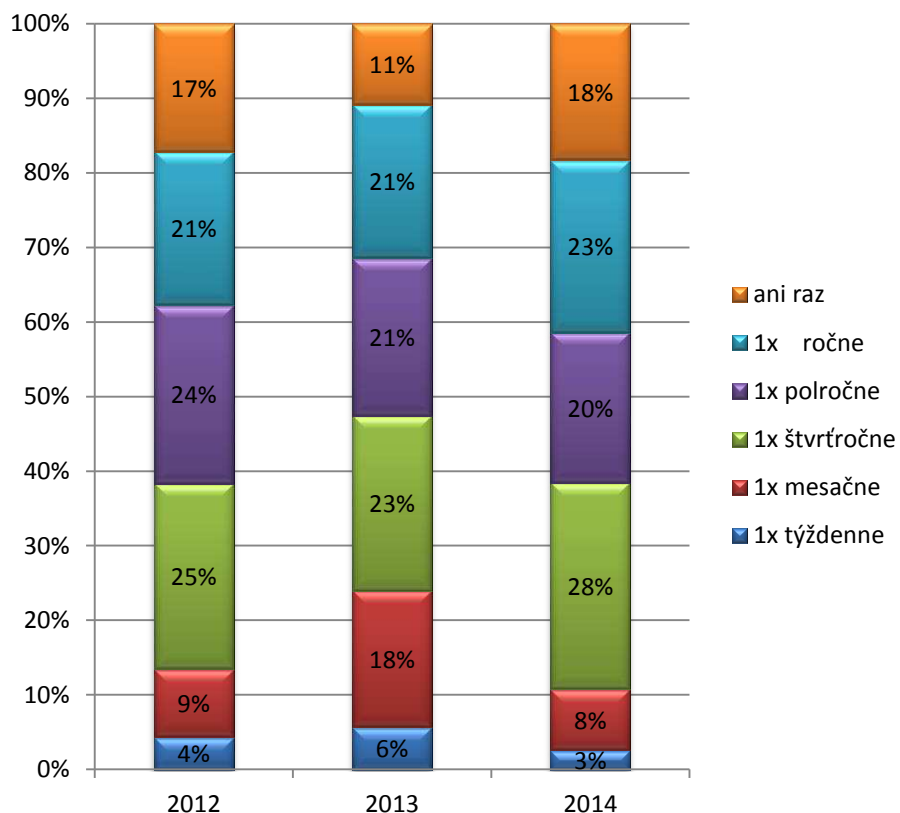
1.2 NÁVŠTEVNOSŤ PODUJATÍ A ICH HODNOTENIE

1.2.1 Návštevnosť podujatí podľa žánrov a motivácia návštevníkov

V stacionárnom dotazníkovom prieskume sme sa respondentov pýtali na to, aké formy kultúrnych podujatí a v akej frekvencii počas roka navštevujú. Výraznejšia zmena nastala najmä pri kategórii nové formy umenia, čo zodpovedá zámerom projektu EHMK. Trend vyššej návštevnosti poukazuje na rast ponuky kultúry v tejto oblasti v meste aj rast jej obľúbenosti. Košičania najviac navštevujú filmové predstavenia, čo súvisí aj so širokou ponukou moderných multifunkčných kín a všeobecným vkusom. V oboch rokoch, 87% respondentov uviedlo, že boli min. raz za rok v kine. Film je aj žáner, ktorí konzumujú Košičania najpravidelnejšie, viac ako polovica respondentov v rokoch 2012 – 2014 navštívila kino raz mesačne alebo raz štvrtročne. Mimoriadne zaujímavé prvenstvo získalo „umenie na otvorenom priestore“ v hlavnom roku 2013. Umenie na verejnom priestranstve sa stalo v Košiciach dôležitým formátom, ktorý umožňuje participáciu na kultúrnych aktivitách veľkej skupine obyvateľov a návštevníkov naraz a vnáša život a spolupatričnosť do mesta.

Ktoré kultúrne žánre Košičania navštevovali najčastejšie?		
2012	2013	2014
1. film	1. umenie na otvorenom priestore	1. film
2. umenie na otvorenom priestore	2. film	2. umenie na otvorenom priestore

Graf 17 Návštevnosť kultúrnych podujatí „umenie na otvorenom priestore (parky, ulice,...)“ 2012 – 2014

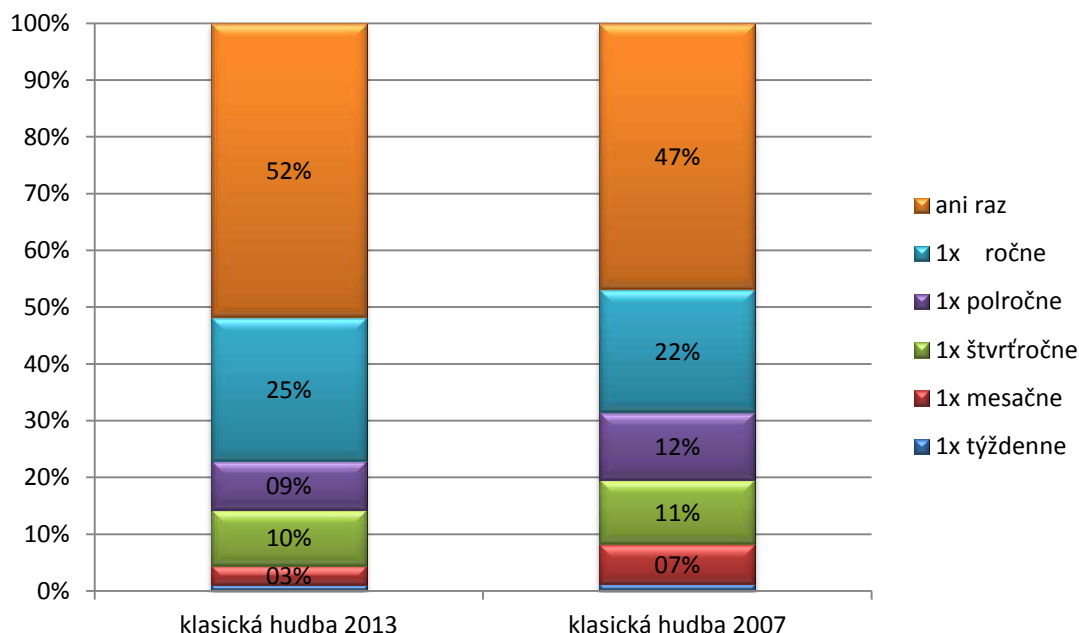


Tabuľka 2 Návštevnosť kultúrnych podujatí podľa žánra 2012 - 2014

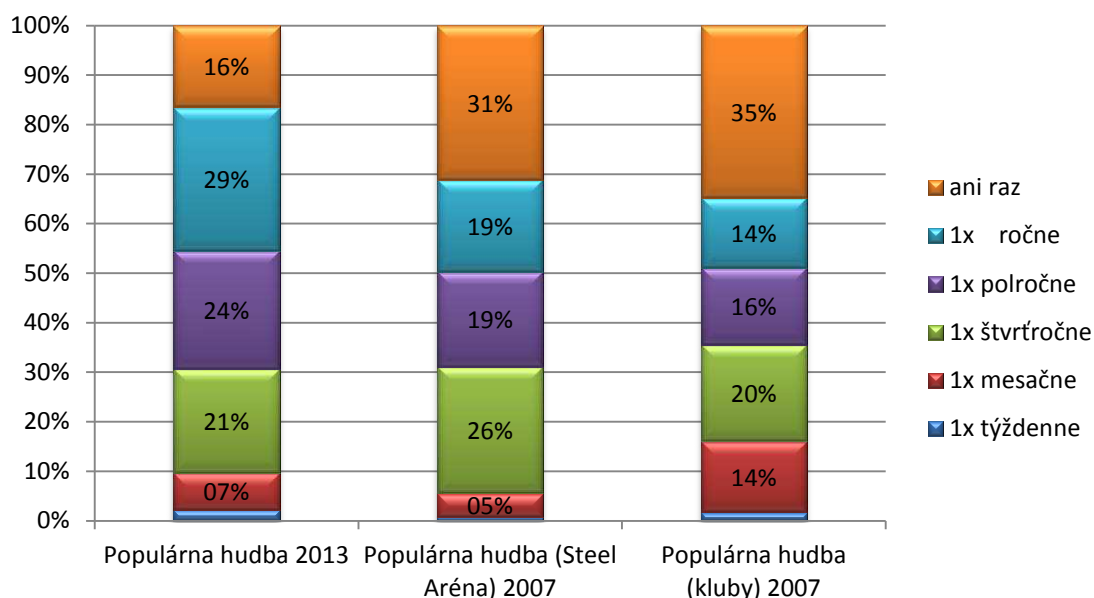
Žáner/miesto	Návštevnosť kultúrnych podujatí v roku 2012					
	1x týždenne	1x mesačne	1x štvrťročne	1x polročne	1x ročne	ani raz
klasická hudba (ŠF)	0,68%	3,04%	10,14%	13,18%	18,24%	54,73%
populárna hudba	1,68%	11,11%	18,86%	19,19%	28,62%	20,54%
divadlo	1,69%	7,43%	14,19%	20,61%	31,42%	24,66%
film	4,68%	21,40%	29,43%	13,71%	16,39%	14,38%
literárne súťaže a besedy	1,03%	1,37%	4,45%	5,48%	8,90%	78,77%
múzeá	0,67%	3,34%	10,03%	12,04%	38,80%	35,12%
galérie	1,01%	3,36%	11,07%	11,41%	33,89%	39,26%
výstavné priestory	1,36%	3,39%	7,80%	17,63%	30,17%	39,66%
umenie na otvorenom priestore (parky, ulice,...)	4,38%	9,09%	24,92%	23,91%	20,54%	17,17%
nové formy umenia - multižánrové	1,35%	1,69%	4,73%	13,51%	29,73%	48,99%
Žáner/miesto	Návštevnosť kultúrnych podujatí v roku 2013					
klasická hudba(ŠF)	1,15%	3,45%	9,77%	8,62%	25,29%	51,72%
populárna hudba	2,27%	7,39%	21,02%	23,86%	28,98%	16,48%
divadlo	1,13%	9,60%	15,25%	12,99%	32,77%	28,25%
film	2,84%	21,59%	32,39%	17,05%	13,64%	12,50%
literárne súťaže a besedy	0,57%	0,57%	8,00%	1,71%	12,00%	77,14%
múzeá	0,57%	3,45%	10,34%	15,52%	35,63%	34,48%
galérie	1,14%	5,71%	8,57%	17,14%	30,29%	37,14%
výstavné priestory	2,29%	3,43%	10,86%	16,57%	29,14%	37,71%
umenie na otvorenom priestore (parky, ulice,...)	5,71%	18,29%	23,43%	21,14%	20,57%	10,86%
nové formy umenia - multižánrové	2,35%	7,65%	12,35%	10,59%	23,53%	43,53%
Žáner/miesto	Návštevnosť kultúrnych podujatí v roku 2014					
klasická hudba(ŠF)	0,38%	0,38%	1,89%	10,61%	16,29%	22,73%
populárna hudba	0,38%	13,16%	28,95%	18,80%	21,80%	16,92%
divadlo	0,75%	3,00%	19,10%	20,60%	35,96%	20,60%
film	2,99%	26,87%	30,60%	14,55%	11,57%	13,43%
literárne súťaže a besedy	0,38%	0,38%	2,26%	4,89%	17,29%	74,81%
múzeá	1,12%	2,25%	10,11%	17,60%	40,82%	28,09%
galérie	0,75%	3,38%	8,65%	16,17%	38,35%	32,71%
výstavné priestory	0,38%	2,64%	9,81%	16,23%	30,19%	40,75%
umenie na otvorenom priestore (parky, ulice,...)	2,61%	8,21%	27,61%	20,15%	23,13%	18,28%
nové formy umenia - multižánrové	0,38%	4,94%	15,21%	20,53%	28,90%	30,04%

Otázka o návštevnosti rôznych kultúrnych žánrov bola obsiahnutá aj v prieskume z roku 2007. Pri porovnaní rokov 2007 – 2013 nastal mierny pokles návštevnosti podujatí klasickej hudby. Raz mesačne navštevovalo v roku 2007 podujatie vážnej hudby 7% respondentov, v roku 2013 o polovicu menej – už len 3,5% respondentov. V roku 2013 už dokonca viac ako polovica nenavštívila žiadne predstavenie klasickej hudby. Na druhej strane vzrástla návštevnosť podujatí populárnej hudby vďaka zvýšenej ponuke Tabačky a Kulturparku.

Graf 18 Návštevnosť podujatí klasickej hudby 2007-2013



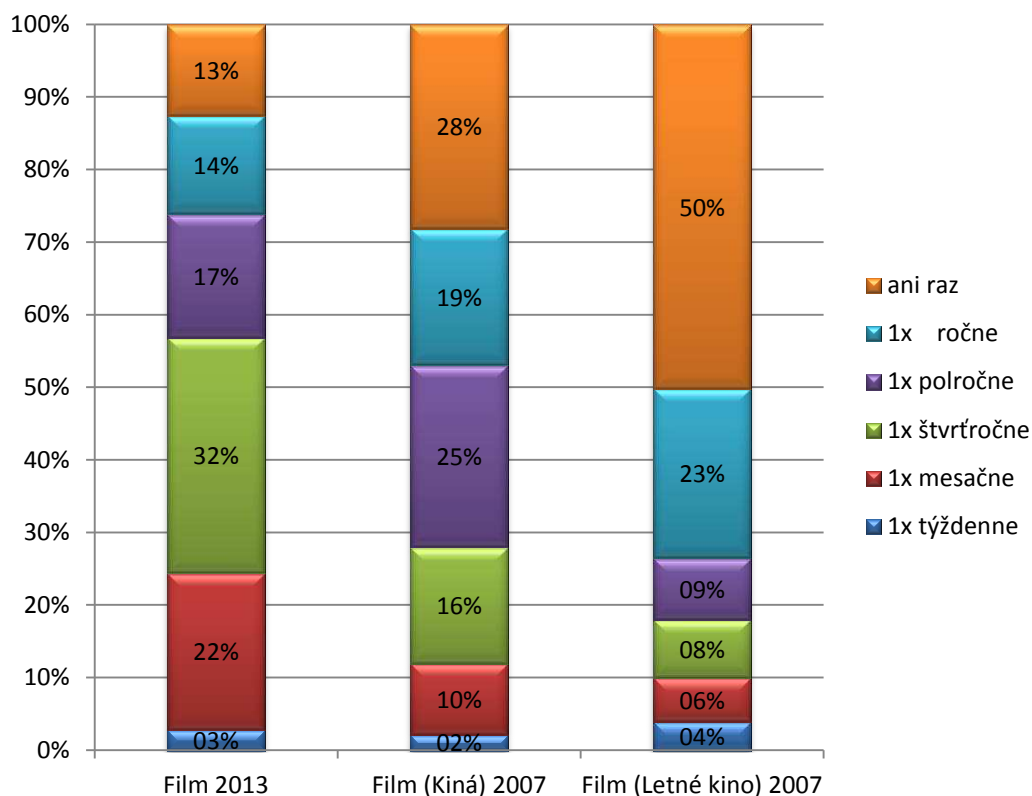
Graf 19 Návštevnosť kultúrnych podujatí populárnej hudby 2007-2013



Návštevnosť divadiel zostala na podobnej úrovni, približne tretina respondentov navštívila v roku 2013 divadlo aspoň raz ročne. Minimálny nárast bol v návštevnosti múzeí (v roku 2007 označené ako stále expozície), ktoré navštívilo v roku 2007 61,4 % respondentov a v roku 2013 65,5 %. Významne vzrástla návštevnosť filmových predstavení, čo súvisí s rozvojom

multikín v Košiciach v nových nákupných centrách. V roku 2007 28% respondentov nenavštívilo ani jedno filmové predstavenie, v roku 2013 to bolo len 13%.

Graf 80 Návštevnosť filmových predstavení 2007-2013



Tabuľka 3 Návštevnosť kultúrnych podujatí podľa žánra 2007

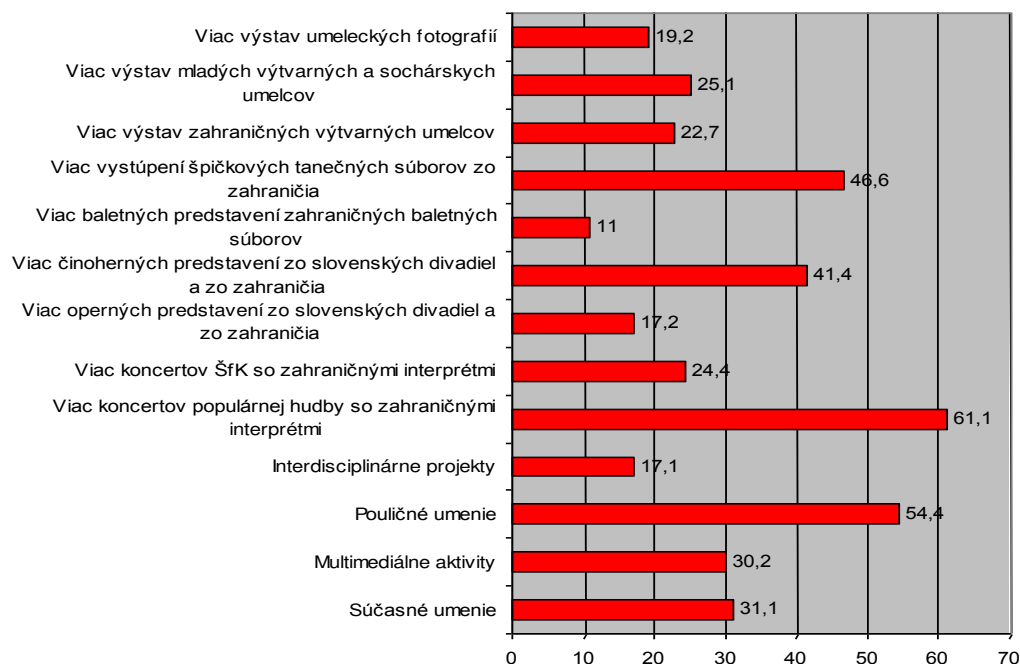
Žáner/miesto	návštevnosť kultúrnych podujatí					
	1x týždenne	1x mesačne	1x štvrtročne	1x polročne	1x ročne	ani raz
Klasická hudba (ŠF)	1,3%	7,0%	11,3%	12,0%	21,6%	46,8%
Populárna hudba (Steel Aréna)	0,8%	4,8%	25,5%	19,1%	18,6%	31,1%
Populárna hudba (kluby)	1,8%	14,3%	19,5%	15,6%	14,0%	34,8%
Populárna hudba (Hl. ulica)	2,7%	8,2%	19,3%	24,8%	25,0%	20,1%
Činohra (ŠD)	0,3%	4,5%	13,3%	22,5%	29,3%	30,1%
Činohra (Malá scéna)	0,2%	2,8%	8,3%	13,6%	26,0%	49,1%
Opera (ŠD)	0,3%	2,7%	6,7%	10,0%	23,8%	56,6%
Balet (ŠD)		2,8%	4,5%	6,7%	17,8%	68,2%
Film (Kiná)	2,2%	9,8%	16,0%	25,1%	18,8%	28,1%
Film (Letné kino)	4,0%	6,0%	8,0%	8,5%	23,3%	50,2%
Literárne súťaže	0,2%	0,7%	4,0%	5,2%	10,3%	79,7%
Literárne besedy v SJ	0,3%	0,8%	2,3%	4,5%	9,8%	82,2%
Literárne besedy - AJ	0,3%	1,0%	3,3%	4,0%	7,5%	83,9%

Stále exp.	0,8%	2,3%	6,5%	14,5%	37,3%	38,6%
Výstavy zahr. umelcov	0,3%	1,7%	6,7%	17,1%	29,0%	45,3%
Výstavy fotogr.	0,2%	1,8%	5,3%	11,1%	28,5%	53,1%
Umenie na kolesách ŠR	0,3%	0,8%	2,8%	3,5%	20,3%	72,0%

Zdroj: „Kultúrny profil Mesta Košice“, TUKE, 2008

S prieskumom v roku 2007 nevieme porovnať údaje o návštevnosti nových foriem umení – multižánrových, keďže taká možnosť ešte ani nebola v prieskume respondentom ponúknutá. Pri kategórii „umenie na otvorenom priestore“ môžeme porovnať údaj s predstaveniami populárnej hudby na ulici, kde boli výsledky návštevnosti nižšie v roku 2007. Súčasnú ponuku vieme výborne porovnať s nenaplneným dopytom v roku 2007 podľa otázky „Ktoré kultúrne aktivity obyvateľom Košíc najviac chýbajú“. Až 54,5 % označilo možnosť „pouličné umenie“, ktorého rozvoj v Košiciach priniesol projekt EHMK. Dopyt Košičanov nebol naplnený po kvalitnejších predstaveniach populárnej hudby, tanečných predstaveniach, po výstavách a po podujatiach súčasného umenia a multimedialných projektoch. Zdá sa, že podujatia EHMK zamerané na nové formy umenia mohli túto medzeru v dopyte uspokojiť.

Graf 91 Kultúrne aktivity, ktoré obyvateľom Košíc najviac chýbali v roku 2007 (v %)



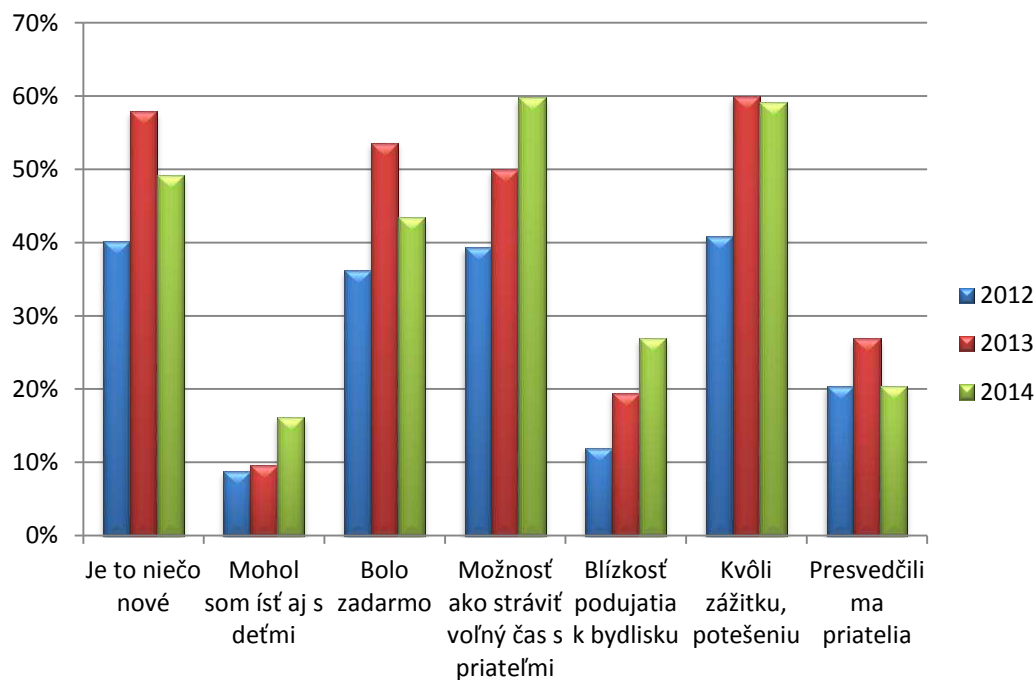
Zdroj: „Kultúrny profil Mesta Košice“, TUKE, 2008

Dôvody na návštevu podujatí v rokoch 2012 - 2014 sa zmenili, projekt EHMK teda ovplyvnil návštevníkov. V stacionárnych dotazníkoch respondenti mali uviesť tri hlavné dôvody, prečo navštevujú podujatia EHMK. V rokoch 2012- 2014 sa poradie hlavných dôvodov výrazne nemenilo. V roku-2013 kulminoval efekt novosti a bezplatnej kultúry. Potešiteľný je etapový rast faktorov stráviť voľný čas s priateľmi, zážitok a potešenie a blízkosť k bydlisku. Pomerne dôležitým dôvodom bol voľný vstup, čo evokuje otázku, do akej miery sú Košičania ochotní v budúcnosti platiť za kultúrne podujatia.

Aké sú hlavné motívy pre návštevu kultúrnych podujatí EHK?

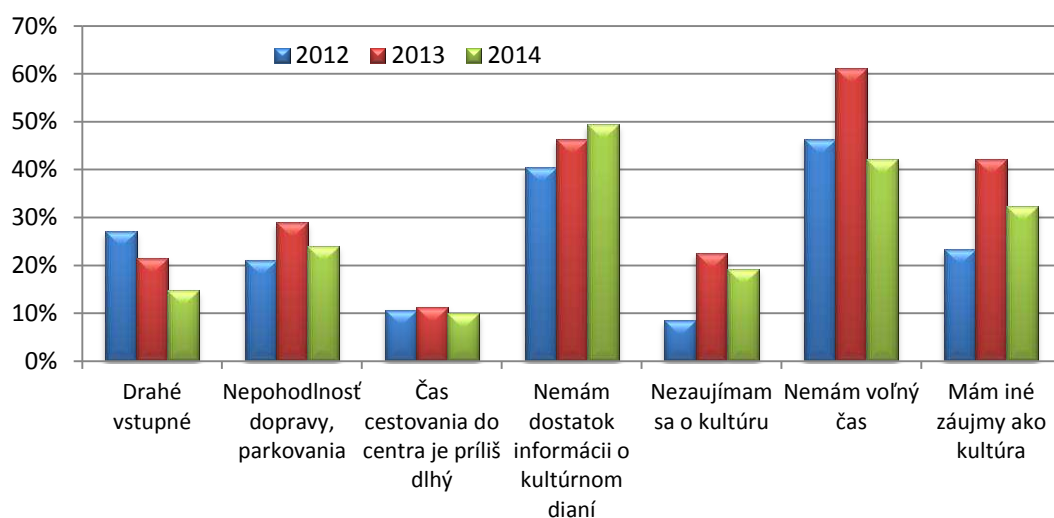
1. Je tu niečo nové	1. Kvôli zážitku, potešeniu	1. Možnosť ako stráviť voľný čas s priateľmi
2. Kvôli zážitku, potešeniu	2. Bolo to zadarmo	2. Kvôli zážitku, potešeniu
3. Bolo to zadarmo	3. Možnosť ako stráviť voľný čas s priateľmi	3. Je to niečo nové

Graf 10 Dôvody, prečo respondenti navštívili v rokoch 2012 – 2014 podujatia EHK



Otázka o motivácii sa dá postaviť aj opačne – prečo nenavštevujem podujatia EHK?

Graf 23 Dôvody prečo respondenti nenavštívili v rokoch 2012 – 2014 podujatia EHK

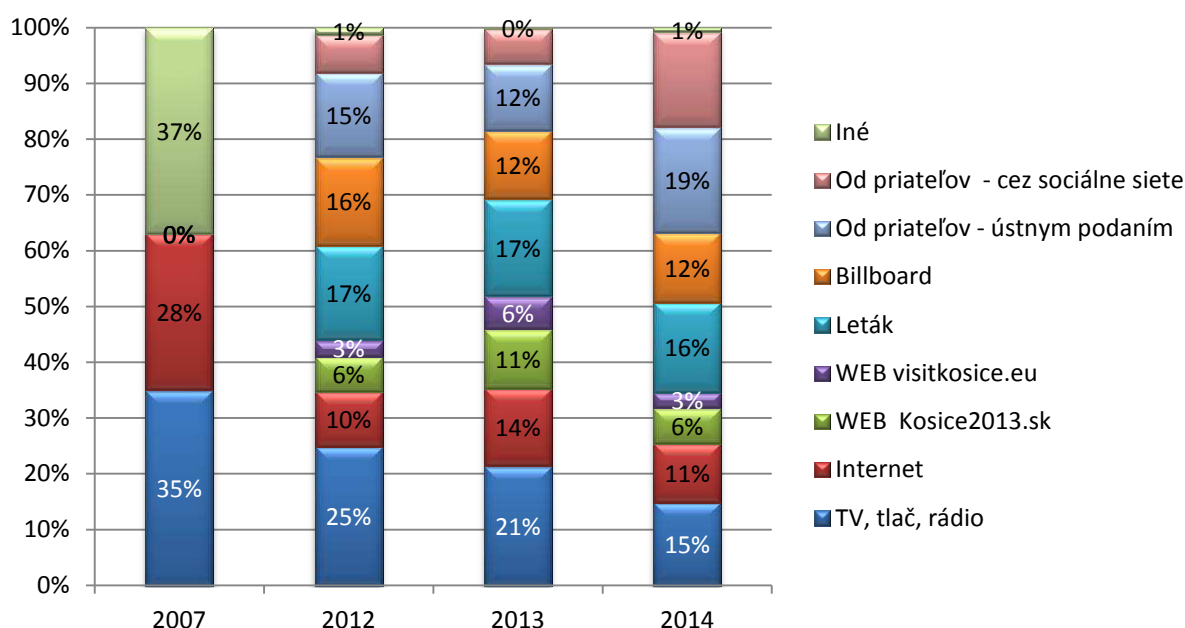


Najčastejšie argumentovali nedostatkom času a inými záujmami ako kultúra. To závisí na individuálnych preferenciách, ktoré sa len mierne dajú ovplyvniť zo strany usporiadateľov. Zároveň však rástol počet respondentov, ktorí ako dôvod uvádzali nedostatočné informácie, čo poukazuje na rezervy v marketingovej komunikácii a nedá sa vysvetliť iba nezáujmom

obyvateľov. Zaujímavý je postupný pokles faktora drahé vstupné až medzi málo podstatné dôvody neúčasti na podujatiach.

Nedostatok informácií o kultúrnom dianí ako dôležitý faktor neúčasti môžeme konfrontovať s otázkou zameranou na informačné kanály: „Odkiaľ čerpáte informácie o podujatiach, ktoré vznikli v rámci EHMK?“ Hlavnými nositeľmi informácií o aktivitách EHMK boli billboardy, letáky, spočiatku aj miestna TV, tlač a rádio. Internetové portály boli najaktívnejšie sledované počas roka 2013 (visitkosice.sk a Kosice2013.sk). Najvýraznejšou zmenou je však percentuálny nárast priateľov ako zdroja informácií, či už ústnym podaním alebo cez sociálne siete (v roku 2012 22%, v roku 2013 20%, v roku 2014 36%). Naopak, tlač, TV a rádiá sa dostali do úlohy minoritného zdroja informácií.

Graf 24 Zdroje informácií respondentov o podujatiach EHMK 2012-2014



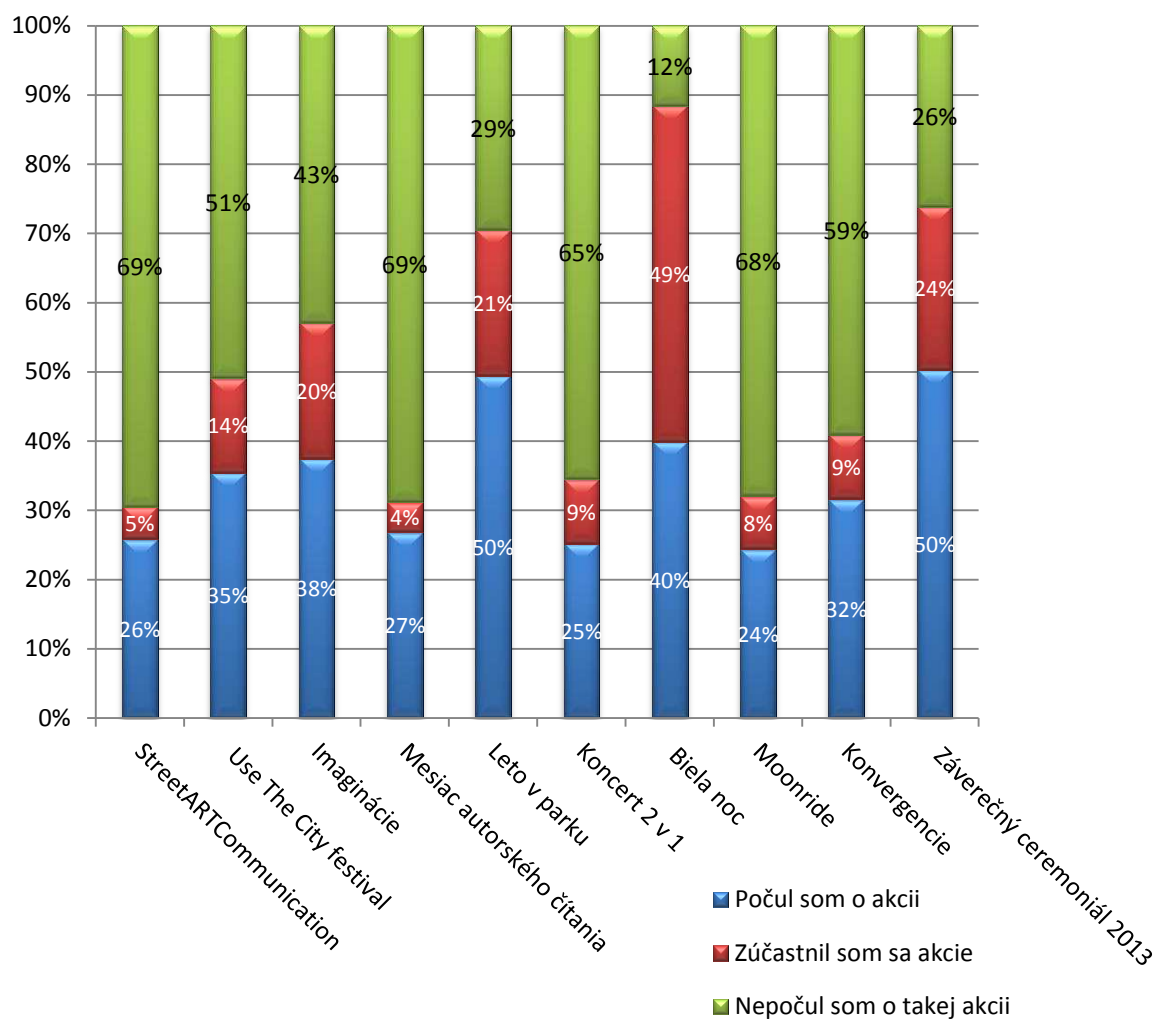
Porovnanie s rokom 2007 poukazuje na veľkú zmenu v prípade obyvateľov mesta. Účinnosť a štruktúra informačných kanálov bola prirodzene v niečom iná u návštevníkov žijúcich mimo Košíc – ešte vyšší bol podiel priateľov ako zdroja prostredníctvom sociálnych sietí a ústneho podania a naopak, nízka účinnosť letákov a billboardov.

Ktoré podujatia púťali najväčšiu pozornosť a stali sa najlepšími značkami projektu EHMK?

O ktorých veľkých podujatiach EHMK boli obyvatelia Košíc najlepšie informovaní a ktoré najčastejšie navštevovali? (2012-2014)	1. Biela noc 2. Leto v parku 3. Imaginácie 4. Use the city festival
---	--

Počas rokov 2012 až 2014 najväčšia skupina respondentov navštívila akcie Biela noc, Leto v parku, Imaginácie a Use the city Festival.. Najmenej známe a navštevované akcie boli Mesiac autorského čítania a Moonride, čo vyplýva aj z odlišného zamerania na špecifické cieľové skupiny. V dotazníkovom prieskume respondenti mali možnosť označiť jednu z troch možností: „Počul som o tejto akcii“, „Zúčastnil som sa tejto akcie“, „Nepočul som o takej akcii“.

Graf 25 Návštevnosť a informácie o nosných podujatiach EHKM 2012 - 2014



- ✦ Počas celého trvania výskumu bola výrazne najnavštevovanejšou akciou Biela noc. Tieto výsledky sú v súlade s tým, že ide o najväčšie a najatraktívnejšie podujatie EHKM, ktoré sprevádza aj najväčšia informačná kampaň. Aj ďalšie tri veľké podujatia (Leto v Parku, Imaginácie, Use the City festival) mali nárast účastníkov.
- ✦ Leto v Parku v roku 2012 až 35% respondentov nepoznalo, v roku 2014 to bolo už len 24%.
- ✦ O festivale Use the city v roku 2012 až 62 % respondentov nepočulo, v roku 2014 to bolo už len 40 %.
- ✦ Pri podujatí Imaginácie bol trend ešte priaznivejší. V roku 2012 až 57 % respondentov podujatie nepoznalo, v roku 2014 to bolo menej ako 30 %.

Respondentov nášho prieskumu sme sa pýtali, či vedia o tom, že akcie EHKM sa konali/konajú aj mimo mesta Košice – v obciach a mestách východného Slovenska. Len 20% vedelo v roku 2012 o aktivitách mimo Košíc, v roku 2013 znalosť narástla nad 30 percent. Najznámejšie akcie so značkou EHKM boli Abovské slávnosti, Bitka o Rozhanovce, Dni mesta Budimír, Imaginácie Levoča, Imaginácie Prešov, Sklená pani a Dobšina.

1.2.2 Postoje ku kultúre a jej vnímanie obyvateľmi mesta

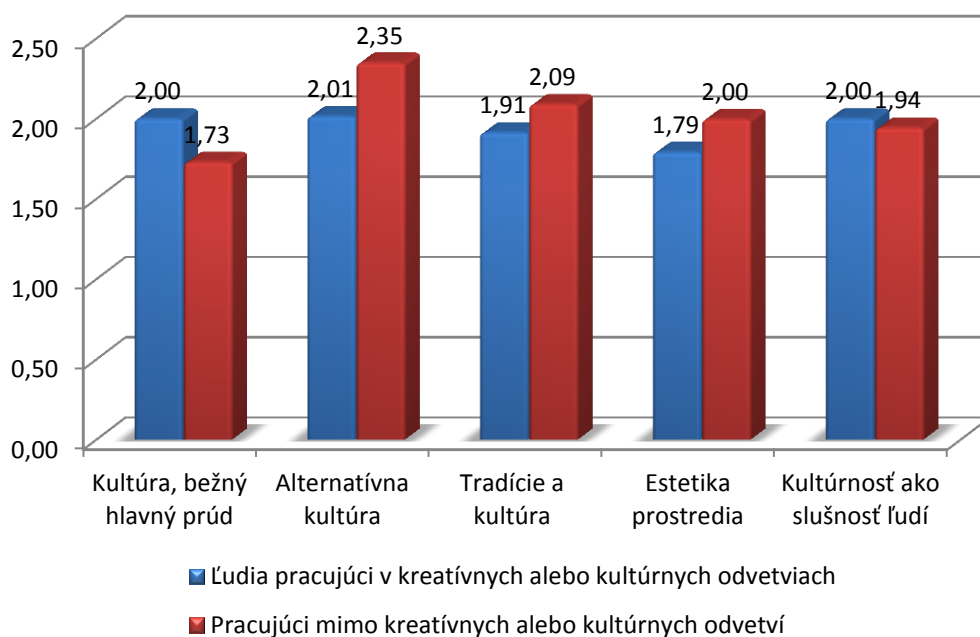
Vnímanie kultúry podľa zamestnania v kultúrnych a kreatívnych odvetviach

- ✦ Pracujúci v kultúrnych a kreatívnych odvetviach viac stotožňujú kultúru s estetikou prostredia, majú bližšie k alternatívnej kultúre a viac sa dištancujú od hlavného prúdu kultúry ako ostatní obyvatelia.

Kultúra je mnohovýznamovým pojmom, a preto je dôležité vedieť, akým spôsobom obyvatelia kultúru definujú sami pre seba. Respondenti mohli pri tejto otázke označiť nakoľko vnímajú uvedený žáner ako kultúru v rozpätí od 1 – 5. (1 určite áno, 5 určite nie). V tomto prípade stĺpce sú tým nižšie, čím viac respondentom konvenuje definícia kultúry.

Predpokladáme, že pracujúci v kultúrnych a kreatívnych odvetviach by mali mať blízko k projektu EHK a vyššie nároky na kvalitu, keďže je to ich profesionálna oblasť záujmu. Asi nie je prekvapujúce, že viac stotožňujú kultúru s estetikou prostredia (architektúra, parky, čistota prostredia mesta...), majú bližšie k alternatívnej kultúre a viac sa dištancujú od hlavného prúdu kultúry ako ostatní obyvatelia.

Graf 26 Vnímanie kultúry podľa zamestnania v kultúrnych a kreatívnych odvetviach 2012 – 2014



1.2.3 Spokojnosť s podujatiami EHK

Hodnotenie kvality kultúrnych podujatí podľa žánrov:

- ✦ Prevažuje pozitívne hodnotenie kvality.
- ✦ Najvyššie hodnotenie majú multižánrové podujatia.
- ✦ Takmer 90% respondentov by odporúčalo navštevovať priateľom podujatia EHK

Kvalita kultúrnych podujatí sa hodnotí expertným prístupom alebo názormi návštevníkov. V stacionárnom dotazníku mali respondenti ako návštevníci podujatí možnosť vyjadriť spokojnosť známkou od 1 (mimoriadna) po 5 (nespokojnosť). Všetky kultúrne akcie EHK

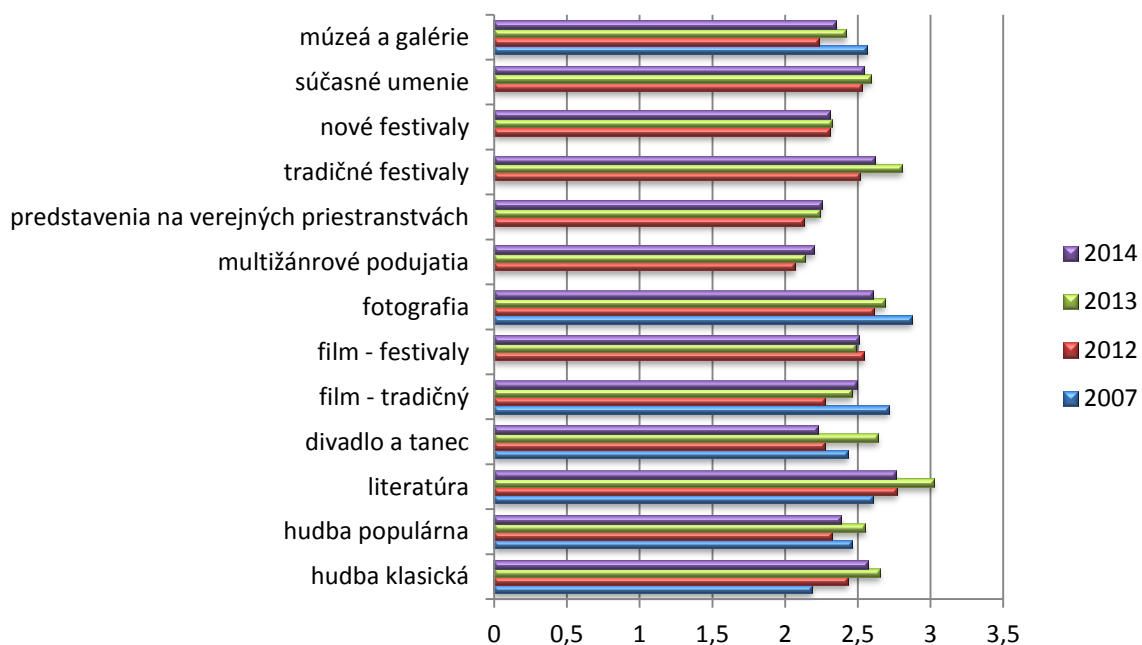
mali priemernú známku medzi 2 a 3, čo je skôr pozitívne hodnotenie. Vo všetkých troch rokoch boli najpozitívnejšie hodnotené multižánrové podujatia. Hodnotenie nie je nutne založené na skutočnej návšteve podujatia, a preto nižšie hodnotenie môže byť aj odrazom nezájmu o typ podujatia.

Tabuľka 4 Priemerná spokojnosť s kvalitou kultúrnych aktivít 2012-2014

	hudba klasická	hudba populárna	literatúra	divadlo a tanec	film - tradičný	film - festivaly	fotografia
2007	2,18	2,46	2,60	2,43 ¹	2,71	-	2,87 ²
2012	2,43	2,32	2,77	2,27	2,27	2,54	2,61
2013	2,65	2,55	3,02	2,63	2,46	2,49	2,68
2014	2,57	2,39	2,76	2,22	2,49	2,50	2,60
	multi-žánrové podujatia	predstavenia na verejných priestranstvách	tradičné festivaly	nové festivaly	súčasnú umenie	múzeá a galérie	priemerná známka za rok
2012	2,07	2,13	2,51	2,30	2,52	2,23	2,38
2013	2,14	2,23	2,80	2,32	2,59	2,42	2,54
2014	2,20	2,25	2,62	2,30	2,54	2,35	2,45

Potvrdila sa spokojnosť s predstaveniami na verejných priestranstvách a s novými festivalmi. Najväčšie výkyvy v spokojnosti boli v hodnotení divadla a tanca, tradičných festivalov a literatúry. Porovnanie výsledkov s prieskumom v roku 2007 neprináša zmenu v priemernom hodnotení kultúrnej ponuky. Nastal však posun v pozitívnom hodnotení novšej ponuky multižánrových a festivalových podujatí spolu s podujatiami na verejných priestranstvách

Graf 27 Spokojnosť respondentov s kvalitou kultúrnych aktivít v Košiciach 2012-2014

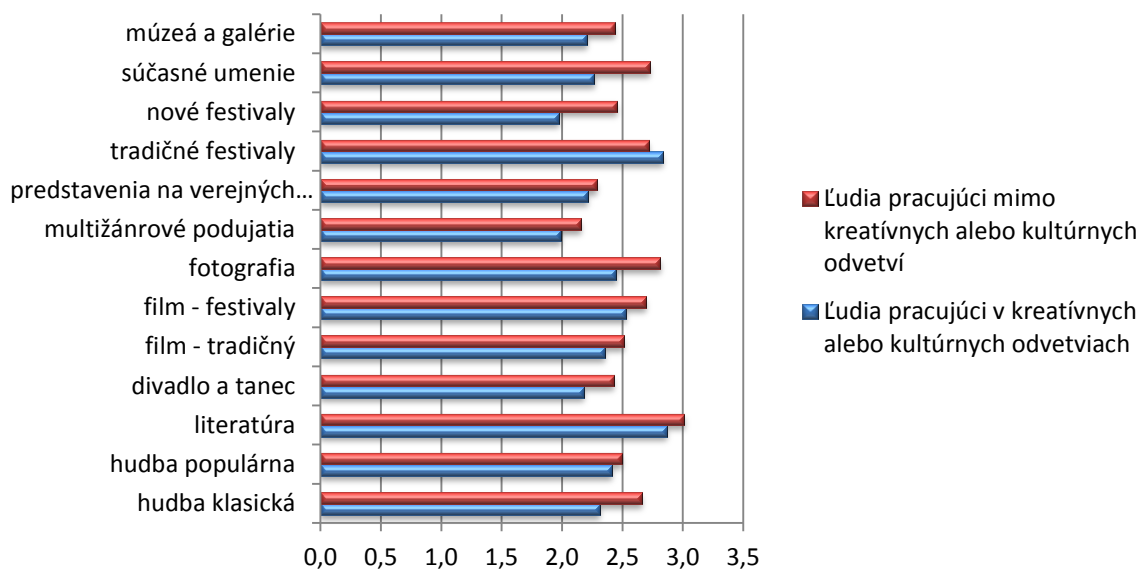


¹ V roku 2008 bola v dotazníku uvedená možnosť Divadlo-čínohra a Divadlo-balet, uvedené číslo je priemer za obe kategórie.

² V roku 2008 sa v dotazníku pýtali na kvalitu výstavy fotografií v múzeách a galériách.

Nastavenie kvality a náročnosti podujatí sa dá odvodiť od hodnotenia náročnejších návštevníkov – pôsobiacich v kultúrnych a kreatívnych odvetviach. Táto skupina hodnotí kvalitu kultúrnych akcií vyššie ako zvyšok populácie. To platí o všetkých žánroch s výnimkou tradičných festivalov.

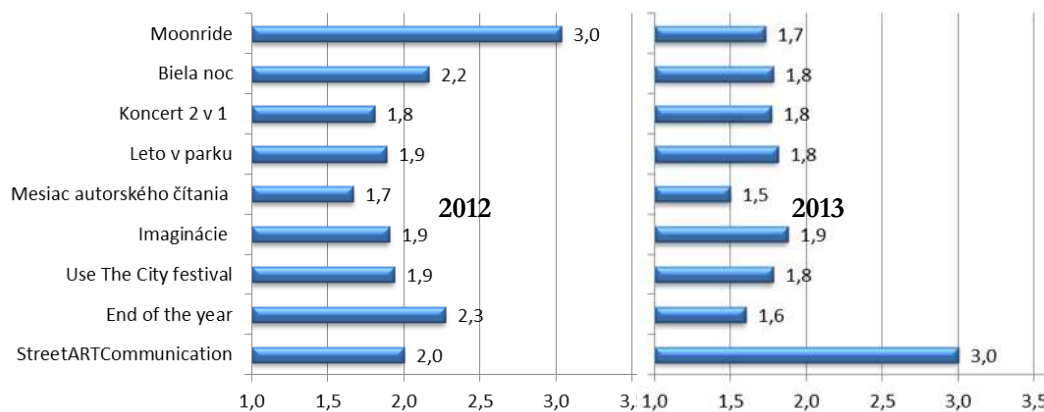
Graf 28 Spokojnosť respondentov pôsobiacich v kultúrnych a kreatívnych odvetviach s kvalitou kultúrnych aktivít v Košiciach 2012-2014



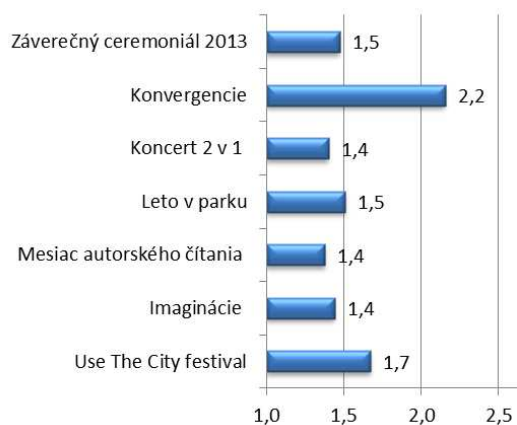
Nové podujatia vyznievajú ešte pozitívnejšie na základe hodnotenia návštevníkov na konkrétnych podujatiach (Moonride, Biela noc, Leto v Parku a pod.). Ďalší pohľad na spokojnosť návštevníkov s aktivitami EHMK sme zisťovali cez analýzu spokojnosti s vybranými podujatiami. V roku 2012 až 2014 sa spokojnosť stále zvyšovala - od 2,08 až po vynikajúce hodnotenie 1,58 (škála hodnotenia známok 1-5).

Najlepšie známky v roku 2012 a v roku 2013 získalo podujatie Mesiac autorského čítania (1,5-1,7), hoci vo všeobecnom prieskume boli podujatia v oblasti literatúry hodnotené horšie. Výnimkou vo všeobecne pozitívnom hodnotení bol Moonride (známka 3,0 v roku 2012), a v roku 2013 StreetArtCommunication (známka 3,0).

Graf 29 Spokojnosť s vybranými podujatiami EHMK v rokoch 2012 a 2013

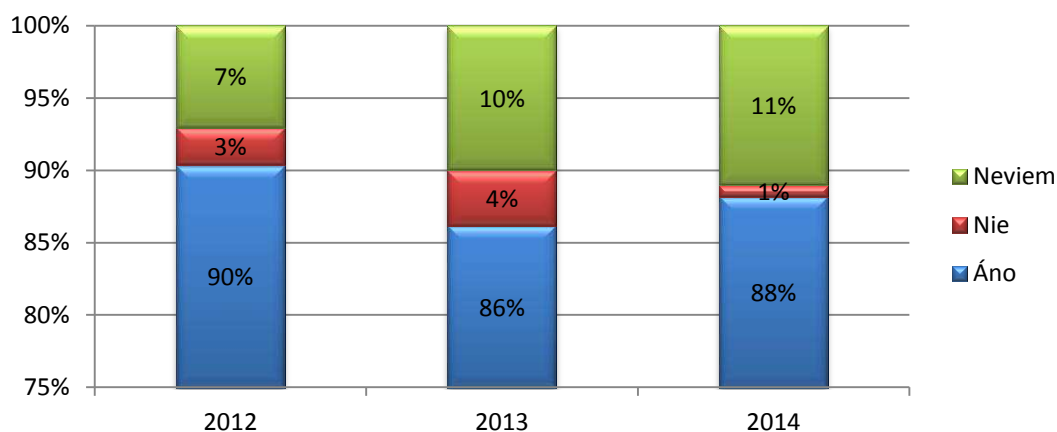


Graf 30 Spokojnosť s vybranými podujatiami EHMK v roku 2014



Znakom spokojnosti s podujatiami je odporúčanie pre priateľov navštíviť ich tiež. Názory respondentov boli počas troch rokov veľmi podobné - takmer 90% respondentov by akcie EHMK určite odporučilo svojim priateľom a známym.

Graf 31 Odporúčite priateľom akcie EHMK? 2012 – 2014.



1.3 IMIDŽ MESTA V SÚVISLOSTI S EHMK

1.3.1 Imidž mesta - Teoretické východiská

V odbornej literatúre sa najčastejšie uvádzajú dva odlišné prístupy, ktoré hodnotia imidž mesta z rôznych aspektov. Autorom prvého prístupu bol v 60. rokoch minulého storočia významný teoretik a predstaviteľ environmentálneho urbanizmu Kevin Lynch. Koncepciu o vytváraní a usmerňovaní aktivít vedúcich k tvorbe vhodného imidžu mesta zosumarizoval v knihe „The Image of City“, kde zdôraznil najmä kritérium tzv. imageability [1] a konkrétnu podobu mesta rozčlenil do troch zložiek: identita, štruktúra a význam. [2]

Druhý, marketingový prístup, predstavuje rozsiahlejší záber hodnotených atribútov. Pod imidžom mesta (Kotler a kol. 1999), môžeme rozumieť „súbor subjektívnych názorov, ideí a pocitov, ktoré majú ľudia z miesta. Každý imidž reprezentuje simplifikáciu obrovského množstva asociácií a parciálnych informácií súvisiacich s miestom. ... je osobnou percepciou miesta, ktorá sa môže líšiť od človeka k človeku.“ [3]

Vytváranie imidžu miesta nevyžaduje priamo existenciu určitých zážitkov, skúseností viažucich sa k nemu. Subjektívne si vytvárame predstavu na základe sprostredkovaných informácií, správ, či rozhovorov aj bez priamej návštevy. Takto vytvárané individuálne hodnotenia mesta so sebou prirodzene nesú aj potenciálne riziko negatívneho vnímania územia, či nesprávne pretvorenie dlhodobého pozitívneho obrazu [1]. Podľa cieľových skupín rozpoznávame dva typy imidžu:

- A) Interný imidž mesta (city self-image) – tento typ si kreujú obyvatelia konkrétneho mesta o mieste ich bydliska. Táto skupina má najintenzívnejší vzťah k územiu, či už na základe priamej interakcie alebo prostredníctvom tretích osôb. [1]
- B) Externý imidž mesta (external city image) – tento typ si vytvárajú obyvatelia iných miest, ktorí však disponujú určitými informáciami, pocitmi vedúcimi k tvorbe obrazu o danom mieste na základe priamej interakcie s územím alebo cez sprostredkovateľa.

Vnímaním mesta sa konštruuje obraz neustále doplňovaný o nové informácie, ktoré držia spomienky na minulé skúsenosti a prinášajú emócie, pocity, význam a identitu. Mesto by mali prezentovať vlastnosti získané z praxe územného plánovania a urbanizmu [3]:

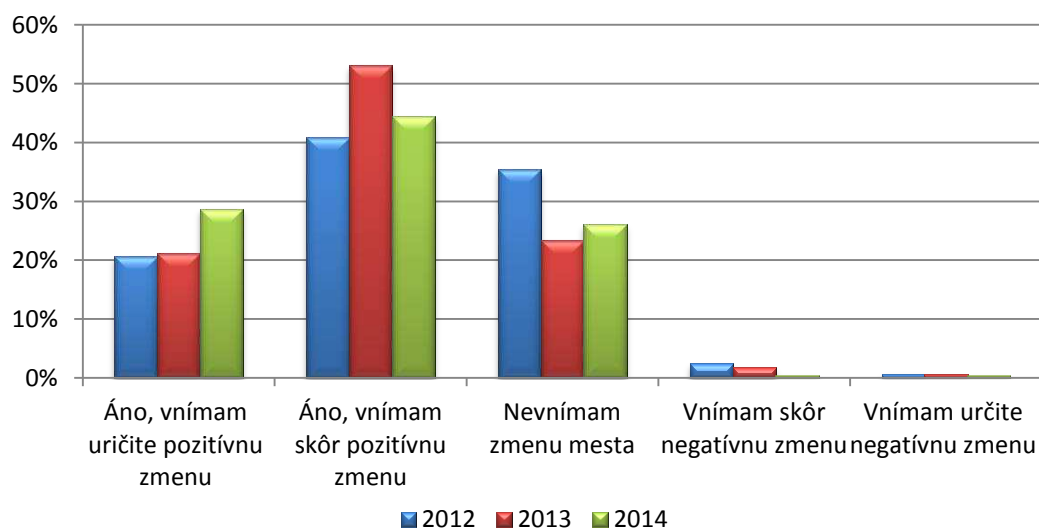
- *Legibility* – čitateľnosť - obyvatelia či návštevníci musia byť schopní, podobným spôsobom ľahko "čítať" mesto, čo je výsledkom aktuálneho plánovacieho procesu, ktorý znamená, že porozumenie a organizovanie informácií a orientácia v mestskej krajine sú jednoduché.
- *Imageability* – obrazotvornosť - cieľom je vyprovokovať výrazný obraz vnímania pre externého pozorovateľa. K tomu prispieva vizuálna stránka, ale tiež premyslená konštrukcia a zmysel pre identitu, ktoré je mesto schopné generovať.
- *Liveability* – vhodnosť na bývanie - pojem je spájaný so schopnosťou miest podporovať dobrú kvalitu života, vysoký štandard bývania, prostredníctvom kvalitatívnych mestských služieb a infraštruktúry.

1.3.2 Zmeny v imidži mesta Košice podľa cieľových skupín

+ Hodnotenie zmenu imidžu mesta v súvislosti s EHMK obyvateľmi Košíc:		
2012	2013	2014
pozitívna zmena 60% odpovedí	pozitívna zmena 70% odpovedí	pozitívna zmena 75% odpovedí
+ Zmena imidžu mesta u ostatných Slovákov a v zahraničí podľa Košičanov: viac ako 40% Košičanov verí v zlepšenie imidžu.		
+ Zmena imidžu mesta podľa návštevníkov: skoro 80% turistov v roku 2014 vníma pozitívnu zmenu imidžu mesta Košice.		

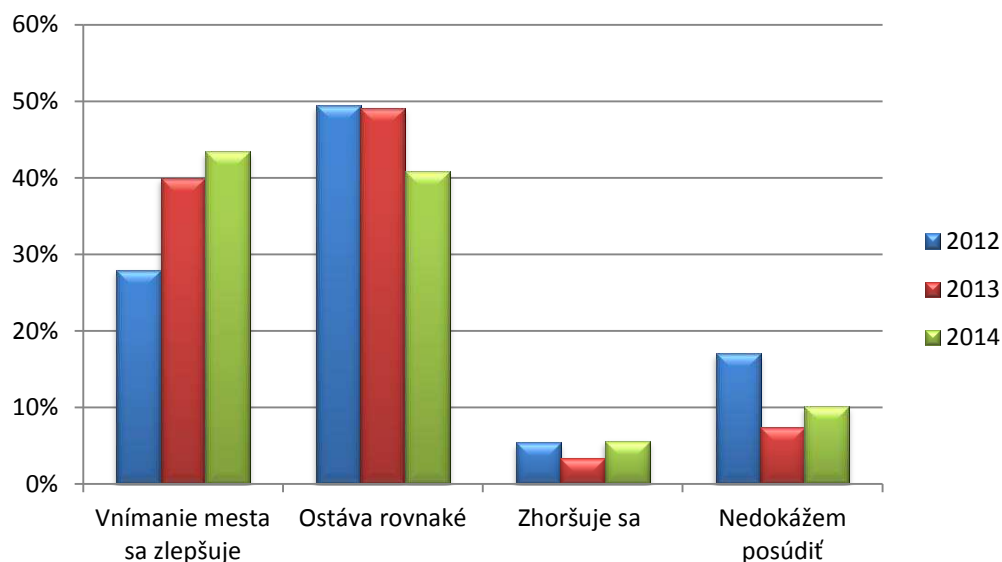
Európske hlavné mesto kultúry nie je pre mesto len „jedným z projektov“. Predchádzajúce skúsenosti iných miest dokazujú, že EHMK má potenciál meniť imidž mesta. Stacionárny dotazník bol cielený na zaznamenanie zmeny imidžu Košíc v súvislosti s projektom EHMK 2013. Vplyv bol veľmi pozitívny - v roku 2012 vnímalo pozitívnu zmenu okolo 60% Košičanov, v roku 2013 vyše 70% a v roku 2014 viac ako 75%.

Graf 32 Zmena vnímania imidžu mesta Košice jeho obyvateľmi 2012 – 2014.



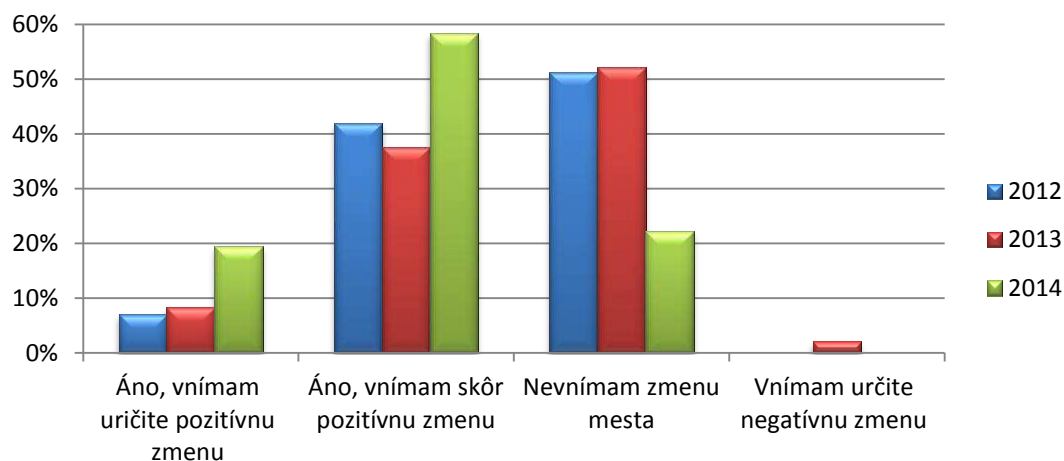
Myslia si Košičania, že sa pozitívne mení vnímanie imidžu mesta u ostatných obyvateľov Slovenska? Respondenti predpokladajú, že ostatní obyvatelia Slovenska začínajú vnímať mesto Košice v pozitívnejšom svetle. V roku 2014 až 43% respondentov označilo, že sa podľa nich vnímanie mesta u ostatných Slovákov zlepšuje. Podobné optimistické posudzovanie platí aj o imidži v zahraničí.

Graf 33 Ako si myslíte, že sa mení imidž mesta u ostatných Slovákov 2012 – 2014.



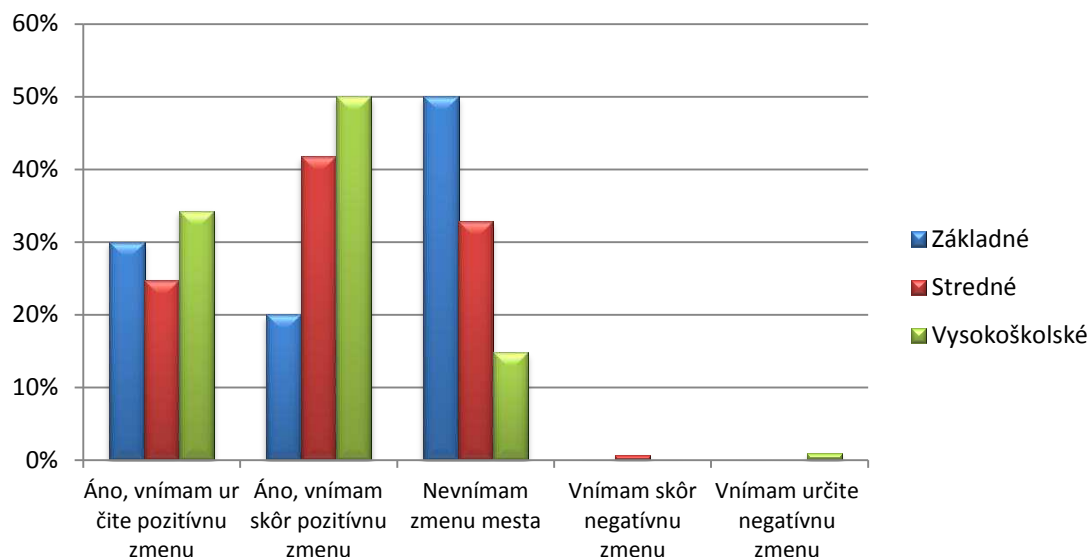
Návštevníci Košíc registrovali tiež zmenu imidžu, v roku 2014 vnímalo pozitívnu zmenu takmer 80 percent návštevníkov Košíc, čo je oveľa výraznejšie ako predpokladajú Košičania. Pozitívny obrat je možné pripísať intenzívnejšiemu záujmu zahraničných médií v roku 2013, ukončeniu investičných projektov a sústredeniu hlavných podujatí do druhého polroka 2013. V každom prípade, dá sa jednoznačne hovoriť o prelome vo vnímaní mesta jeho návštevníkmi.

Graf 34 Vnímanie imidžu mesta Košice turistami 2012 – 2014.

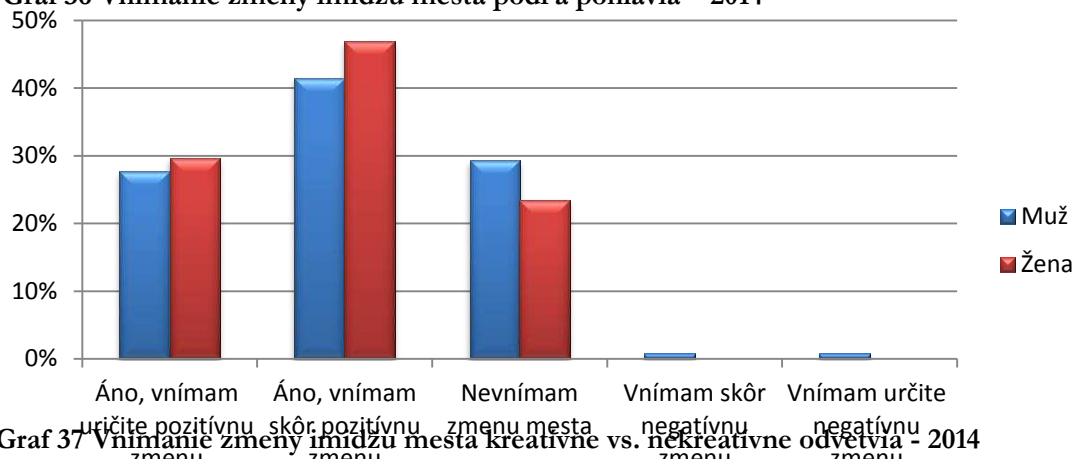


Nasledujúca analýza posudzuje vnímanie zmeny imidžu mesta Košíc podľa vybraných socio-ekonomických kritérií cieľových skupín obyvateľov. Prevažne pozitívne zmeny v súvislosti s titulom EHMK vnímajú všetky skupiny respondentov, ale intenzívnejšie ženy v porovnaní s mužmi, respondenti s vysokoškolským vzdelaním a pracujúci v kultúrnych a kreatívnych odvetviach. Typ ekonomickej aktivity nie je kľúčovým faktorom rozdielného vnímania. Čo je však zaujímavé, medziročná zmena poukazuje na výrazný nárast podporovateľov na strane dôchodcov a naopak pokles podpory u študentov.

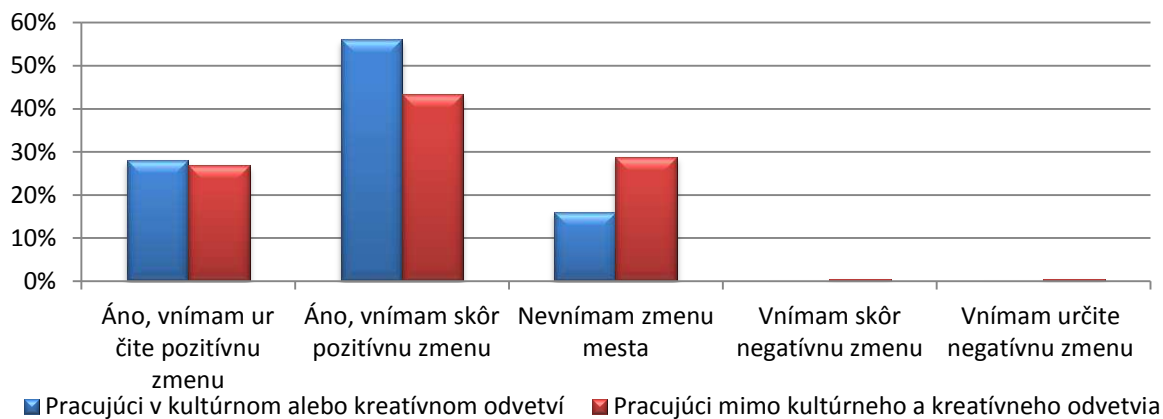
Graf 35 Vnímanie zmeny imidžu mesta podľa vzdelania - 2014



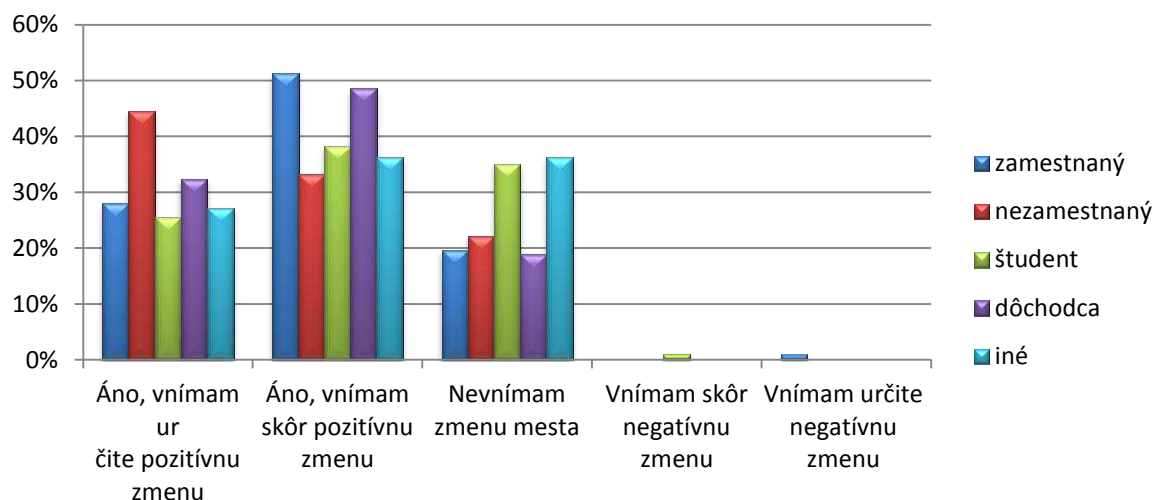
Graf 36 Vnímanie zmeny imidžu mesta podľa pohlavia - 2014



Graf 37 Vnímanie zmeny imidžu mesta kreatívne vs. nekreatívne odvetvia - 2014



Graf 38 Vnímanie zmeny imidžu mesta podľa ekonomickej aktivity - 2014



1.3.3 Genius loci Košíc podľa rôznych cieľových skupín

+ Aké sú Košice podľa Košičanov 2012-2014:

Pozitívne: sú historické, naklonené kultúre a vzdelaniu,

Negatívne: nie sú čisté, bezpečné, svetoznáme, ani pokrokové

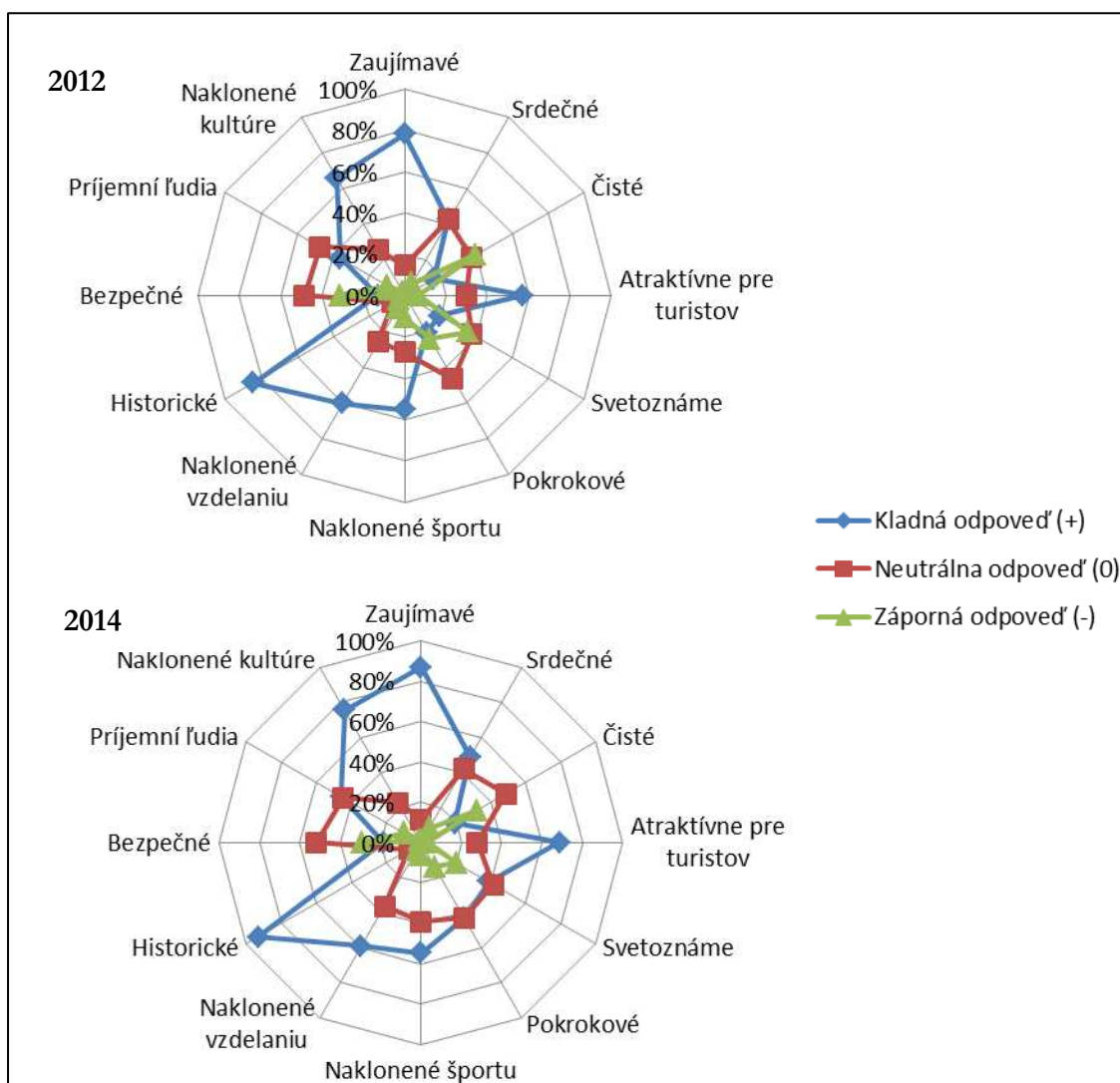
+ Tri najlepšie veci a tri najhoršie veci v Košiciach:

Najlepšie: centrum + pamiatky + Dóm sv. Alžbety a ľudia,

Najhoršie: Luník IX, cesty, verejná doprava, bezdomovci.

V prieskume sme sa pýtali respondentov, aké vlastnosti prisudzujú Košiciam. Ku vlastnostiam respondent priradil kladnú, neutrálnu alebo zápornú hodnotu. Najčastejšie kladné vlastnosti prisudzované Košiciam v prieskume v roku 2013 boli: Košice ako mesto historické, zaujímavé, naklonené kultúre a naklonené vzdelaniu. Na opačnej strane bolo najčastejšie, že mesto nie je čisté, svetoznáme, bezpečné a pokrokové. Za dva roky nastali v názoroch obyvateľov dôležité zmeny - považujú Košice za viac naklonené kultúre. Sú síce historické, ale zároveň viac považované za pokrokové a svetoznáme - mesto tak v roku 2014 označilo viac ako 40% respondentov, čo je približne o 20% viac ako v roku 2012. Tieto výsledky je možné považovať za dôležitý úspech projektu Košice EHMK vo vzťahu k tvorbe a posilňovaniu imidžu mesta Košice a sebavedomiu jeho obyvateľov.

Graf 39 Aké sú Košice podľa Košičanov – 2012 a 2014



Obrázok 40. Najčastejšie prívlastky Košíc od Košičanov v rokoch 2012 – 2014



Najlepšie a najhoršie veci: Podobne, otvorené otázky umožnili identifikovať 3 najlepšie a 3 najhoršie veci na Košiciach. Najčastejšie boli ako najlepšie na Košiciach menované centrum + pamiatky + Dóm sv. Alžbety a ľudia. Naopak, ako najhoršie obyvatelia menovali sídlisko Luník IX, cesty, verejnú dopravu, bezdomovcov, Rómov a kriminalitu. Po roku 2012 respondenti spontánne pridávali aj prívlastky týkajúce sa kultúry a divadla, atmosféru, životaschopnosť mesta a jeho ľudí.

Obrázok 41. Tri najlepšie veci na Košiciach v roku 2012



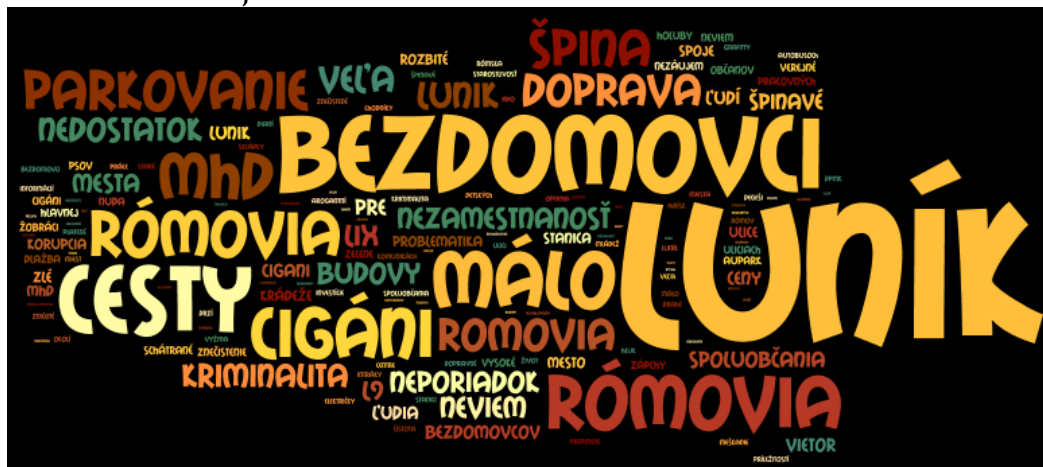
Obrázok 42. Tri najlepšie veci na Košiciach v roku 2014



Obrázok 43 Tri najhoršie veci na Košiciach v roku 2012



Obrázok 44 Tri najhoršie veci na Košiciach v roku 2014



Majú turisti na mesto iný názor ako Košičania? Návštevníci mali uviesť dva prívlastky, ktoré im spontánne napadnú v súvislosti s Košicami – prevažovali tie pozitívne a často podobné s hodnotením obyvateľov Košíc: pekné, historické, zaujímavé, priateľské...

Turisti však uvádzali aj celkom iné, osobitné prívlastky - kreatívne/tvorivé, komfortné, čarovné a pod. Zaujímavým rozdielom medzi vyjadreniami Košičanov a turistov bolo to, že turisti často označovali Košice za priateľské mesto – čo je inou formuláciou pre ľudí uvádzaných obyvateľmi Košíc. Táto hodnota mesta je veľmi dôležitá pre jeho ďalší rozvoj. Významným posunom v roku 2014 bolo, že do popredia začalo vystupovať označenie mesta ako „kultúrne“ a „zaujímavé“. Tieto vyjadrenia sú konkrétnejšie a akcentujú plnenie cieľov projektu Košice EHMK – zmeniť vnímanie mesta.

Obrázok 40. Najčastejšie prívlastky Košíc od turistov v roku 2012.



Obrázok 41 Najčastejšie prívlaskty Košíc od turistov v roku 2014.



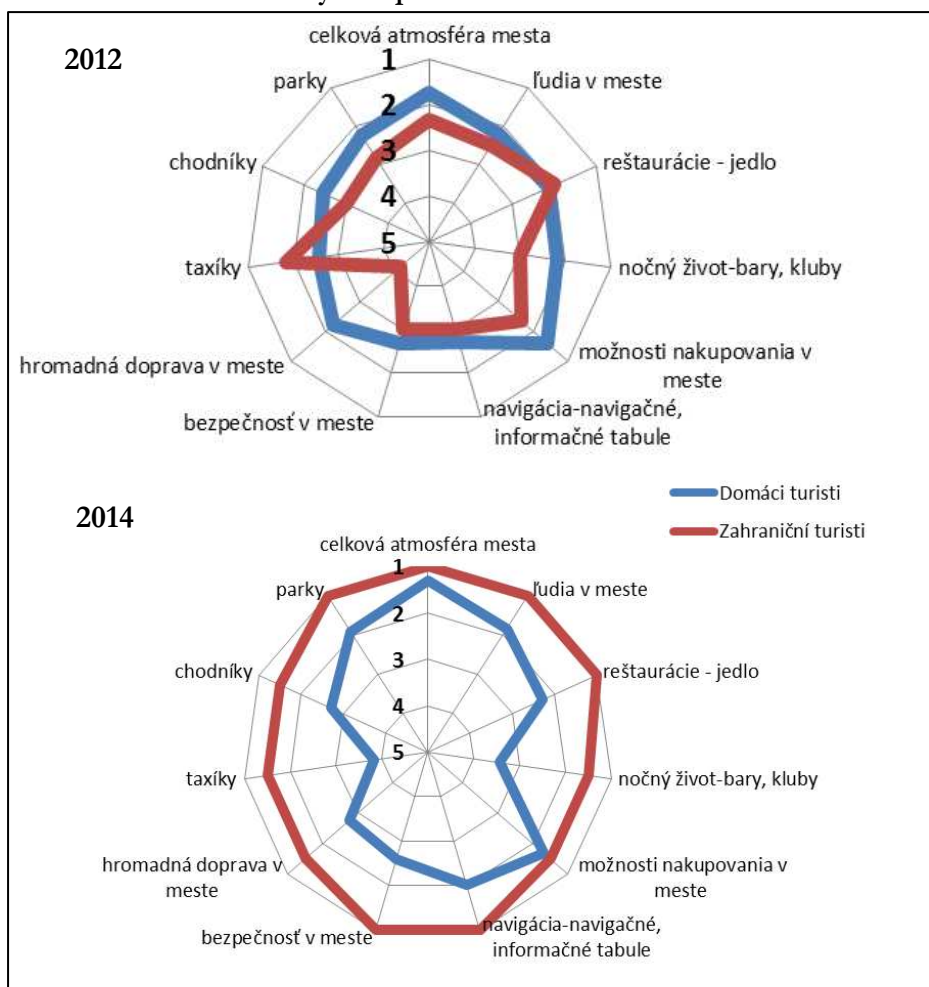
Hodnotenie Košíc domácimi a zahraničnými návštevníkmi 2012-2014:

- + **Slovenskí návštevníci** - najlepšie hodnotenie nočnému životu - barom a klubom v meste, celkovej atmosfére mesta a možnostiam nakupovania.
- + **Zahraniční návštevníci** - najlepšie hodnotili bezpečnosť, reštaurácie a celkovú atmosféru.
- + **Obidve skupiny** stále viac chcú navštíviť kultúrne podujatia v Košiciach v budúcnosti.

Nasledujúca analýza porovnáva hodnotenie Košíc domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Rôzne aspekty mesta sú hodnotené známkou od 1 do 5, pričom 1 bolo najlepšie a 5 najhoršie hodnotenie. Slovenskí návštevníci prisúdili najlepšie hodnotenie nočnému životu - barom a klubom v meste, celkovej atmosfére mesta a možnostiam nakupovania, návštevníci zo zahraničia najlepšie ohodnotili bezpečnosť v meste, reštaurácie a celkovú atmosféru. Rozdiely v hodnotení vyplývajú z osobitých skúseností, ktorými disponujú turisti, schopní mesto ohodnotiť z nadvhľadu a pri porovnaní s ich domácim mestom, resp. inými mestami v iných krajinách.

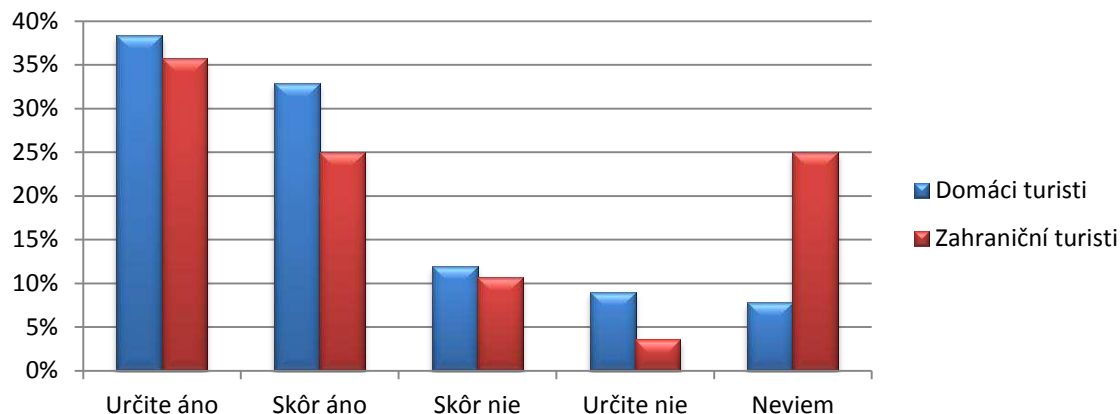
Dôležitá je však časom pozitívna zmena u oboch skupín návštevníkov. Domáci turisti stále pozitívne hodnotili celkovú atmosféru, ľudí a možnosti nakupovania, inak zostali k mestu kritickí. Avšak zahraniční návštevníci v roku 2014 boli ku Košiciam naklonení po všetkých stránkach a mimoriadne dobre hodnotia aspekty atmosféry, ľudí, bezpečnosti aj reštaurácií. Slovenskí návštevníci zostali ku Košiciam podstatne kritickejší.

Graf 42 Hodnotenie rôznych aspektov mesta turistami – 2012 a 2014.

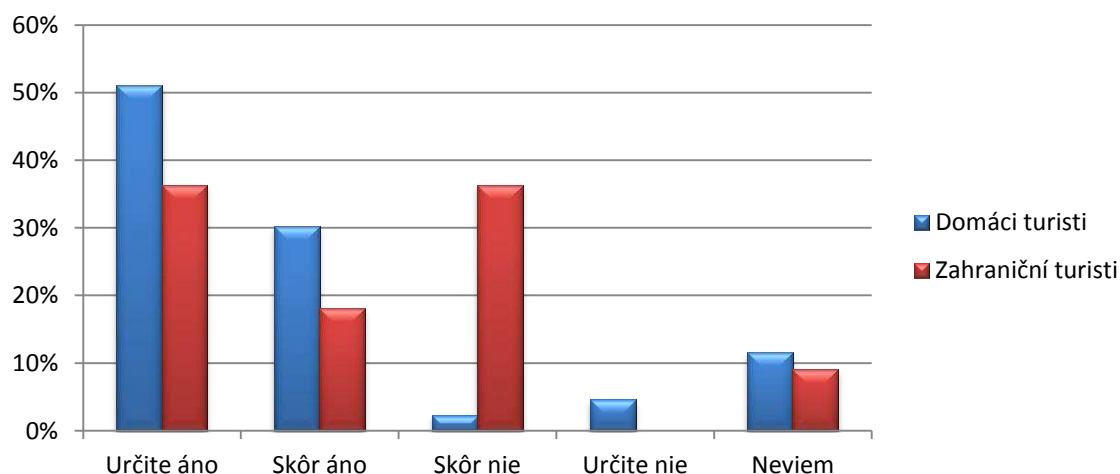


Kvalita podujatí mohla/nemusela vyvolať u návštevníkov záujem prísť aj na iné podujatia. Prevažná väčšina domácich a zahraničných turistov odpovedalo kladne, vo väčšej miere domáci turisti, pravdepodobne vzhľadom na vzdialenosť.

Graf 43 Plánujete v budúcnosti navštíviť podujatia EHMK v Košiciach? - 2012



Graf 43 Plánujete v budúcnosti navštíviť podujatia EHMK v Košiciach ? - 2014



1.3.4 Analýza vývoja počtu správ o Košiciach prostredníctvom médií

Informovanie médií o Košiciach bolo výrazne ovplyvnené projektom EHMK. Mediálne správy o Košiciach podľa jednotlivých mesiacov za roky 2011- 2013 boli zadelené do 4 hlavných skupín:

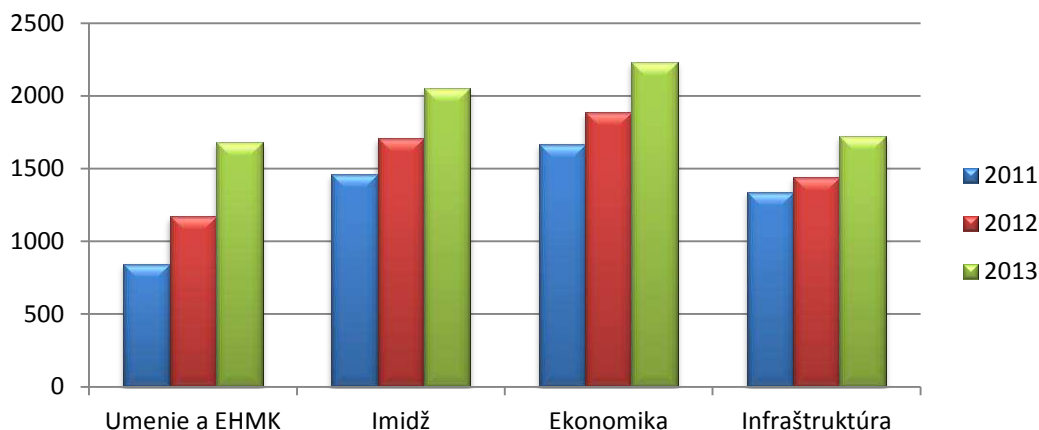
- Umenie a EHMK
- Imidž mesta
- Ekonomika
- Infraštruktúra

Nárast počtu článkov o Košiciach je evidentný vo všetkých skupinách, ale najviac a výrazne pribudli v kategóriách umenia a EHMK a imidžu mesta. Témy EHMK zásadne zasiahli mediálny priestor a dostali sa do centra diania, čo svedčí o tom, že mesto projektom žilo,

kultúra a projekt sa stali témou diskusií s rozšírením na tému mesta Košice, jeho charakteru a budúcnosti.

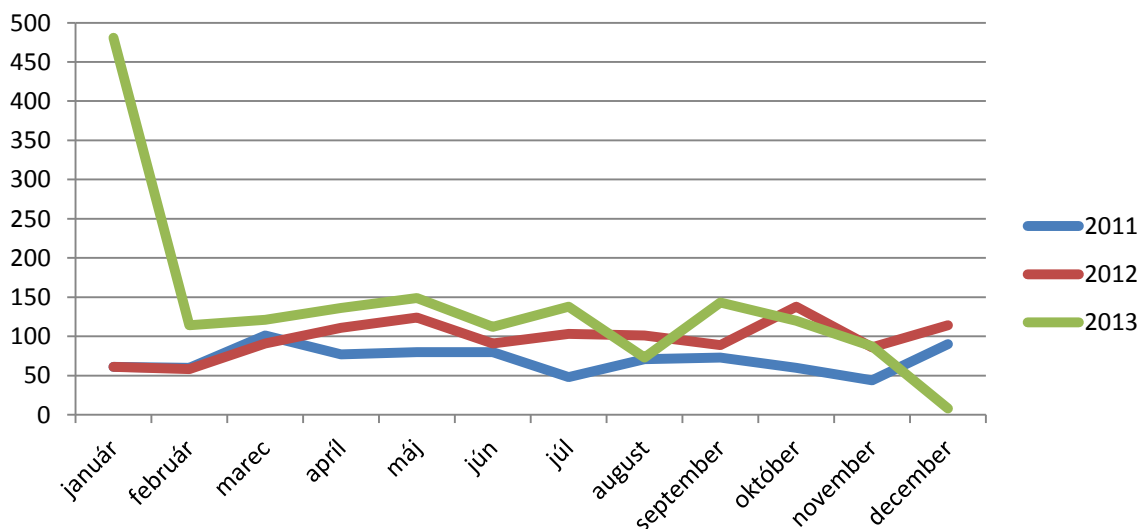
Nasledujúci graf prezentuje vývoj správ po Košiciach podľa kategórií počas 3 rokov.

Graf 44 Vývoj počtu správ o meste Košice podľa tém



Mesačné porovnania potvrdzujú najviac správ pri nástupe projektu v januári 2013, keď sa stal titulkovou správou a predmetom aj eruptívnych diskusií. Priemerne sa počet správ pohyboval v rozmedzí od 100 do 200 článkov uverejnených v rámci jedného mesiaca. Média mali o tému počas troch rokov stúpajúci záujem. Umenie, kultúra a samotný projekt EHMK zabrali podstatne viac mediálneho priestoru ako zvyčajne. Záver roku 2013 zostal mediálne slabo využitý, hoci poskytoval zaujímavú možnosť uzavrieť rok 2013 s väčšou mediálnou odozvou o Košiciach.

Graf 45 Vývoj počtu správ o meste Košice – Téma umenie a EHMK



1.3.5 Závery primárneho prieskumu

Dotazníkové prieskumy realizované v rokoch 2012 - 2014 ukázali výraznú zmenu v **pozitívnom vnímaní imidžu mesta Košice** v súvislosti s aktivitami realizovanými v rámci projektu EHMK 2013. Pozitívne zmeny celkového imidžu Košíc sú skôr sekundárne vyvolané projektom EHMK ako jeho všeobecným kladným hodnotením. Projekt EHMK sa stal

významným stimulom nielen pre výraznejšie zakomponovanie kultúry a umenia do životného štýlu Košičanov vrátane rozvíjania vlastných kreatívnych aktivít, ale priniesol zvýšený záujem o dianie v meste u Košičanov aj návštevníkov Košíc. Projekt pohol atmosférou mesta, zvýšil sebavedomie jeho obyvateľov a priniesol aj ekonomické impulzy (reštauračné a hotelové služby, vyvolané súkromné investície v okolí kultúrneho diania) v širšom centre mesta a čiastočne aj v okrajových častiach. Pozitívne vnímanie nebolo prítomné na začiatku projektu v roku 2012, kedy respondenti skôr predpokladali malý alebo žiadny vplyv projektu EHMK na imidž mesta. Aktivitami projektu sa situácia postupne menila v rokoch 2013-2014.

Obyvatelia Košíc považujú svoje mesto za historické, zaujímavé a atraktívne, čo možno označiť za aspekty popisujúce interný imidž mesta. Projekt EHMK priniesol rozšírenie interného imidžu o ďalšie dva podstatné prvky - pokrokové a svetoznáme. Práve tieto dve zložky zaznamenali najvýraznejší pozitívny nárast medzi rokmi 2012 a 2014. Návštevníci mesta priradili mestu pestrejšiu paletu charakteristík ako jeho obyvratelia. Vo všetkých rokoch prevládali vyjadrenia ako pekné, historické a priateľské. V roku 2014 vystúpili do popredia charakteristiky ako kultúrne a zaujímavé, aj celková atmosféra mesta, ktorá sa dostala do centra externého imidžu mesta Košice.

Dotazníkové prieskumy priniesli zaujímavé posolstvo o priaznivcoch projektu EHMK v Košiciach aj medzi návštevníkmi. Pred rokom EHMK si zmeny vyvolané kultúrou a umením osvojili najmä mladí ľudia, ktorí stáli pri zrode kultúrnej premeny mesta a až následne sa projekt stal predmetom záujmu strednej a staršej generácie, s istým úbytkom podpory na strane mladých. Dá sa povedať, Košice zažili rýchlu generačnú erupciu, ktorá zmenila atmosféru mesta a pozitívne zasiahla do jeho interného aj externého imidžu. Možno projekt EHMK nemá všeobecne rozsiahlu pozitívnu odozvu, ale prostredníctvom uskutočnených aktivít v kultúre stúpol kladný obraz mesta v očiach svojich obyvateľov. Mesto zároveň zvýšilo svoj rešpekt ako živé a pulzujúce mesto, neodvolávajúce sa len na historické centrum, ale jeho novú súčasnú atmosféru spočívajúcu v jeho ľudoch. Mesto je schopné aj naďalej vytvárať silný imidž.

Informácie v tejto správe by mali poslúžiť ako analytický podklad pre vytvorenie konkrétnej stratégie pre pokračovanie budovania atraktívneho brandu mesta tak pre jeho obyvateľov, ako aj návštevníkov. Hodnota imidžu sa projektom EHMK výrazne zvýšila a táto práca by mal pokračovať ďalej.

Literatúra

- [1] MATLOVIČOVÁ, K.: Analýza interného imidžu mesta Prešov. Fakulta humanitných a prírodných vied, Prešovskej univerzity v Prešove. 2011. ISSN 1336-6149, ISSN 1336 – 6157, PU Prešov, s. 217 – 241.
- [2] LYNCH, K. [cit 2013-10-21]. Obraz města. Prel. L. Popelová, J. Huťa. 1. Prel. vyd. Praha: Polygon, 2004. 202 s. ISBN 8072730940
- [3] NEACȘU M.C., NEGUT S. (2012). City Image - Operational Instrument in Urban Space Management - A Romanian Sample. In Burian, J. (coord.), Advances in Spatial Planning New Economy, 11, pp. 106–113.
- [4] KOTLER, P., ASPLUND, C., REIN, I., HAIDER, D. (1999): Marketing Places Europe. Pearson Education Ltd, London, 388 p.

- [5] HUDEC O., DŽUPKA P., KMECOVÁ, Z., BILÁ, A. (2007) Kultúrny profil mesta Košice, Inštitút regionálneho a komunálneho rozvoja, TUKE.

An abstract sculpture made of bright orange, curved wooden planks, resembling a stylized chair or a dynamic, flowing form. It is positioned in a modern gallery space with a white brick wall and a polished floor. A semi-transparent text box is overlaid on the upper left portion of the image.

Časť 2

Ekonomické dopady projektu EHMK

Obsah

2	POSUDZOVANIE EKONOMICKÉHO DOPADU - TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ.....	3
2.1	Kritika posudzovania ekonomických dopadov.....	3
2.2	Postup pri posudzovaní ekonomického vplyvu kultúry.	4
2.3	Identifikácia merateľných ekonomických vplyvov.....	4
2.3.1	Zber dát a voľba metód pre výpočet ekonomických vplyvov	4
2.3.2	Syntéza získaných výsledkov a výpočet celkového ekonomického vplyvu	9
2.4	Regionalizácia národného I-O modelu	11
2.5	Vytvorenie regionálneho modelu I-O Košického kraja.....	19
2.5.1	Výpočet regionálnych multiplikátorov	21
2.6	Ekonomické prínosy projektu Košice Európske Hlavné mesto kultúry	28
2.6.1	Projekt Košice EHMK 2013.....	28
2.6.2	Metodológia zberu dát	31
2.6.3	Identifikácia merateľných ekonomických vplyvov projektu Košice EHMK 2013 32	
2.6.4	Spracovanie a úprava dát pre analýzu ekonomických dopadov.....	37
2.6.5	Výber vhodných regionálnych multiplikátorov	42
2.6.6	Analýza ekonomických dopadov projektu Košice EHMK 2013	44
2.7	Interpretácia získaných výsledkov	46
2.8	Záver	48

2 POSUDZOVANIE EKONOMICKÉHO DOPADU - TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

Posudzovanie ekonomického dopadu je jedným z hlavných nástrojov, ktorý je možné využiť na odhad celkového ekonomického vplyvu kultúrnych aktivít, prípadne investícií. Táto metodológia sa široko využíva v rôznych oblastiach od vládnych výdavkov na podporu určitého priemyselného odvetvia, súkromných či verejných investičných projektov rôzneho významu až po hodnotenie prínosov športových, alebo kultúrnych podujatí.

Metodológia posudzovania ekonomického dopadu umožňuje merať celkový efekt dodatočných ekonomických aktivít v určitom regióne na zvýšenie produkcie, pridanej hodnoty v skúmanom regióne, zamestnanosti, alebo príjmov zamestnancov. Umožňuje tak kvantifikovať celkový ekonomický význam analyzovaných podujatí alebo investícií.

V praxi existuje niekoľko prístupov k hodnoteniu verejných projektov, k akým patria aj kultúrne, či športové podujatia realizované, alebo podporované z verejných zdrojov. Asi najväčším konkurentom metódy posudzovania ekonomických dopadov sú v dostupných empirických štúdiách v oblasti kultúry: analýza nákladov a prínosov (angl. cost benefit analysis) a tzv. kontingentné oceňovanie (contingent valuation) prostredníctvom merania ochoty individuálneho spotrebiteľa platiť za zmenu verejného statku. Každá z týchto metód má svoje výhody a nevýhody a samozrejme aj kritikov. Hlavné oblasti kritiky metódy posudzovania ekonomických dopadov sú uvedené na nasledujúcej podkapitole.

2.1 Kritika posudzovania ekonomických dopadov

Aj napriek masívnemu praktickému využívaniu metódy pre posudzovanie ekonomických dopadov kultúrnych a športových podujatí, existuje v literatúre aj kritika používania týchto metód pre kultúrne a športové aktivity. Medzi hlavné argumenty kritikov patrí to, že hlavne metódy založené na I-O tabuľkách používajú nesprávne alebo nadhodnotené multiplikátory. Ďalšia kritika je založená na tom, že I-O modely sú svojou povahou dlhodobé modely, preto nie sú schopné predpovedať dopady krátkodobých kultúrnych aktivít (Kessenne, a iní, 2011). Ďalší oponenti (Madden, 2001) upozorňujú na to, že pri analýzach s využitím multiplikátorov je potrebné brať do úvahy výhradne dodatočné príjmy, a že využívanie týchto metód hodnotí striktne matematicky ekonomickú stránku a zanedbáva ďalšie dôležité prínosy kultúry, ako podpora kreativity, zlepšenie kvality života obyvateľov a pod. Mnohé z týchto kritizovaných slabých stránok sú už v súčasnosti používaných metodológiách posudzovania ekonomických dopadov prekonané. Aj napriek tomu je potrebné pri používaní týchto metód ich slabé miesta poznať a počítať s nimi pri zostavovaní hodnotiaceho modelu, aj pri interpretácii získaných výsledkov.

2.2 Postup pri posudzovaní ekonomického vplyvu kultúry.

Neexistuje jednotný, ucelený postup pre posúdenie ekonomických dopadov kultúry. Zvolený postup sa bude líšiť od zamerania hodnotenia (kultúrna akcia, kultúrna inštitúcia, projekt atď.). Z existujúcich prístupov však možno zovšeobecniť nasledovné kroky, ktoré sú potrebné pre odhady ekonomického vplyvu

2.3 Identifikácia merateľných ekonomických vplyvov

V prvom kroku je potrebné podrobne identifikovať, aké predpokladané ekonomické vplyvy má analyzovaný typ kultúrnej aktivity, alebo infraštruktúry. Podľa (Herrero, 2006) je možné rozlišovať nasledovné vplyvy, alebo efekty:

- Priame vplyvy
- Nepriame
- Indukované

Priame vplyvy

Priame vplyvy sú spôsobené výdavkami určitej kultúrnej aktivity alebo inštitúcie, ktoré boli vynaložené v analyzovanej lokalite a čase. Tieto výdavky môžu nadobúdať rôznu formu (mzdy, výdavky súvisiace s implementáciou kultúrneho programu, alebo projektu, investičné výdavky súvisiace s kultúrnou aktivitou, projektom napr. výstavba alebo rekonštrukcia múzea.)

Výdavky návštevníkov

Sú to výdavky návštevníkov, ktoré súvisia s analyzovanou kultúrnou aktivitou, alebo inštitúciou. Nejde iba o priame výdavky na nákup vstupeniek, ale aj výdavky súvisiace s ubytovaním, stravou, dopravou atď. v analyzovanej lokalite/regióne.

Indukované vplyvy

Sú to vplyvy, ktoré nie je možné zachytiť v predchádzajúcich dvoch kategóriách. Indukované vplyvy sú zmeny v ekonomike spôsobené produkciou subdodávateľov v dôsledku ďalších kôl nadväznej ekonomickej aktivity v sledovanom regióne, teda zmeny zahrňujúce všetky ďalšie kolá produkcie, vyvolané spätnými väzbami priamych dodávateľov a ich subdodávateľov v konkrétnej ekonomike (Raabová, 2011). Prostredníctvom týchto indukovaných vplyvov sa priame a nepriame vplyvy kultúry odrážajú v akejkoľvek inom odvetví ekonomiky. Veľkosť týchto indukovaných efektov je priamo úmerná sklonu regionálnych firiem nakupovať tovary a služby od dodávateľov z regiónu. Naopak, ak budú preferovať dovozy z iných regiónov, prípadne zo zahraničia, bude dochádzať k úniku vplyvov z regiónu. Z tohto pohľadu je veľmi dôležitá voľba správnej metódy pre výpočet indukovaných vplyvov.

2.3.1 Zber dát a voľba metód pre výpočet ekonomických vplyvov

Druhým krokom po špecifikácii vplyvov je zber údajov potrebných pre výpočet jednotlivých vplyvov. V tomto kroku je potrebné pracovať s rôznymi informačnými zdrojmi a zároveň je tento proces najnáročnejší na čas a finančné prostriedky. Výdavky, s ktorými počítame v priamych vplyvoch a výdavky návštevníkov by mali byť očistené a upravené tak, aby súviseli priamo s analyzovanou kultúrnou aktivitou a aby znamenali čistý prínos pre regionálnu

ekonomiku. Ceny nakupovaných produktov a služieb by mali byť očistené od dane z pridanej hodnoty (DPH) a obchodnej marže a od mimoregionálnej produkcie na celkovej ponuke nakupovaných tovarov a služieb. Vstupné dáta by v každom prípade mali byť bez DPH, pretože DPH nevytvára v lokalite/regióne dodatočné ekonomické efekty a je odvodená do štátneho rozpočtu. Očistenie od obchodnej marže a podielu importovaných produktov závisí od konkrétnej voľby metódy pre odhad celkových vplyvov. V prípade, že sú celkové vplyvy odvodené s využitím z regionálnej I-O matice, nie je potrebné vstupné ceny ďalej očisťovať, pretože vplyv obchodných marží ako aj regionálny import je obsiahnutý v tejto metóde a je možné s ním ďalej pracovať prostredníctvom správnych postupov pri generovaní multiplikátorov zo symetrickej I-O matice. Mzdové výdavky je potrebné kvantifikovať v ich čistej forme, teda vo výške v akej sú čistým príjmom pre zamestnancov. Pre výpočet priamych a indukovaných vplyvov je vhodné ešte mzdové výdavky znížiť o úspory domácností, a to prostredníctvom sklonu domácností k úsporám, pretože úspory domácností v skúmanom čase nespôsobujú dodatočný ekonomický efekt, ktorého dopad chceme analýzou odhadnúť.

Priame vplyvy

Zdroje údajov pre priame vplyvy je nutné získať priamo z interných záznamov inštitúcií zodpovedných za kultúrne aktivity resp. kultúrnu infraštruktúru v analyzovanom regióne. Vo všeobecnosti potrebujeme získať údaje o všetkých výdavkoch súvisiacich s analyzovanou kultúrnou aktivitou, resp. inštitúciou. Je potrebné zabezpečiť vhodnú štruktúru týchto priamych výdavkov tak, aby s nimi bolo možné v ďalších krokoch pracovať. Minimálna štruktúra by mala byť nasledovná:

- Investičné výdavky – stavby, rekonštrukcie kultúrnej infraštruktúry,
- Vybavenie kultúrnej infraštruktúry,
- Mzdové výdavky súvisiace s kultúrnou aktivitou, alebo kultúrnou infraštruktúrou,
- Výdavky na program,
- Výdavky na marketing,
- Ďalšie výdavky.

Dôležité je zozbierať všetky údaje o všetkých priamych vplyvoch kultúrnej aktivity, a to nie len z verejných zdrojov (čo je väčšinou jednoduchšie), ale aj zo súkromných zdrojov.

Výdavky návštevníkov

Vplyv návštevníkov súvisí s ich priamymi výdavkami na kultúrnu aktivitu, ale aj s dopravou, ubytovaním, stravovaním a ďalšími výdavkami v regióne. Údaje o týchto výdavkoch sa zvyčajne získavajú primárnym dotazníkovým prieskumom. Na odhad výdavkov návštevníkov je potrebné poznať/určiť:

- Celkový počet návštevníkov a ich pôvod,
- Štruktúru ich výdavkov,
- Koeficient redukcie – mieru, do akej súvisia výdavky návštevníkov priamo s analyzovanou kultúrnou aktivitou, a teda znamenajú čistý prínos analyzovanej kultúrnej aktivity,
- Koeficient opätovnej návštevy – započítavať iba unikátnych návštevníkov.

Odhad celkového počtu a štruktúry návštevníkov.

V prípade podujatí, na ktoré sú predávané vstupenky, je určenie alebo odhadnutie celkového počtu návštevníkov jednoduché a presné. Počet návštevníkov je rovný počtu predaných a voľných vstupeniek. Komplikácia môže nastať v prípade, ak ide o sériu podujatí. Jeden návštevník môže navštíviť viacero podujatí, pričom okrem vstupeniek nesmú byť nepriame výdavky na stravu, ubytovanie atď. pre lokálnu ekonomiku započítané viacnásobne.

Ak sa na podujatiach nevyberá vstupné, počet návštevníkov musí byť manuálne spočítaný resp. odhadnutý. V prípade uzavretých priestorov táto úloha spočíva v manuálnom napočítaní návštevníkov (napr. pri vstupe). V prípade podujatí na voľnom priestranstve – v rôznych uliciach mesta, v parkoch s voľným pohybom ľudí a pod., je počet návštevníkov potrebné kvalifikovane odhadnúť. Na kvalifikovaný odhad počtu a štruktúry návštevníkov je možné odporúčať napr. metodiku vypracovanú Ministerstvom kultúry a turizmu v Kanade pod názvom „Assessment of Ungated or Open Access Events and Festivals“¹.

Čo sa týka štruktúry návštevníkov je potrebné zabezpečiť, aby bolo možné približne určiť počty minimálne v nasledovných skupinách:

- Lokálny návštevníci.
- Domáci turisti – návštevníci z iných miest, alebo regiónov analyzovaného štátu.
- Zahraniční turisti.

Koeficient opätovnej návštevy

V prípade, že je predmetom výskumu akcia, ktorá sa skladá z viacerých menších podujatí, je potrebné pri výskume zabezpečiť, aby tí istí respondenti neboli započítaní v analýze viackrát. Cieľom je teda odlíšiť hrubý počet návštevníkov a počet unikátnych návštevníkov. Jednou z možností je využiť tzv. koeficient opätovnej návštevy. V tomto prípade je potrebné dotazníkový prieskum konštruovať tak, aby bolo možné kvantifikovať počet unikátnych návštevníkov (Herrero, 2006). Na odhad vplyvu projektu EHMK Salamanca 2002 napríklad použili v dotazníkovom prieskume otázku, či sa návštevník zúčastnil na viacerých podujatiach organizovaných v rámci EHMK. Následne predpokladali, že v prípade kladnej odpovede sa respondent zúčastnil na dvoch akciách. Z týchto predpokladov potom vypočítali koeficient opätovnej návštevy, ktorým násobili celkový počet návštevníkov a získali tak presnejší pohľad na návštevníkov pre ďalšie analýzy. Z uvedeného je možné odvodiť vzorec pre výpočet koeficientu redukcie. Pre spresnenie počtu navštívených podujatí sa môžeme respondentov dopĺňujúcou otázkou opýtať, na koľkých podujatiach sa zúčastnili a vypočítať návštevnosť ešte presnejšie. Ak máme k dispozícii tieto informácie, môžeme koeficient opätovnej návštevy, počítať nasledovne:

$$K_{on} = \left(N_{pe} + \frac{A_{pe}}{PP_{pr}} \right),$$

kde K_{on} je koeficient opätovnej návštevy, N_{pe} je podiel návštevníkov, ktorí uviedli, že boli iba na jednom podujatí, A_{pe} je podiel návštevníkov, ktorí uviedli že boli na viacerých podujatiach a PP_{pr} je priemerný počet podujatí na jedného návštevníka.

¹ http://www.mtc.gov.on.ca/en/research/resources/Guidelines_Econ_Impact_Ungated_Events_2007.pdf

Následne môžeme odhadnúť redukovaný počet návštevníkov (počet unikátnych návštevníkov) súčinom

$$R_{pn} = K_{on} * C_{pn},$$

kde R_{pn} je redukovaný počet návštevníkov a C_{pn} je celkový počet návštevníkov získaný ako súčet návštevností všetkých podujatí.

Odhad priemerných výdavkov návštevníkov

Dotazník musí obsahovať základné kategórie výdavkov, ktoré môžu návštevníci mať v súvislosti s analyzovanou kultúrnou aktivitou. Zvyčajne sa výdavky členia do týchto základných kategórií:

- Ubytovanie,
- Strava,
- Zábava,
- Nakupovanie,
- Doprava.

Pre ďalšiu analýzu sú dôležité iba výdavky realizované na skúmanom území/lokalite.

Koeficient redukcie

Existujú dve základné možnosti hodnotenia ekonomických vplyvov, medzi ktorými je významný rozdiel pri odhadovaní aj interpretácii. Prvú skupinu tvoria **ekonomické dopady**, ktoré sledujú ekonomickú aktivitu vyplávajúcu z každého eura spotrebovaného v určitej lokalite bez ohľadu na to odkiaľ peniaze pochádzajú. Užší prístup **ekonomických prínosov** zohľadňuje aj pôvod peňazí. Ekonomické prínosy vznikajú iba vtedy, ak použité zdroje prinášajú nové ekonomické aktivity, ku ktorým by bez realizácie analyzovanej kultúrnej akcie nedošlo. Navýšená ekonomická aktivita je výsledkom externých finančných zdrojov, ktoré sú priamo pripisované analyzovanej kultúrnej akcii alebo inštitúcii.

Aj tak, nie všetky ekonomické dopady znamenajú čistý prínos pre analyzovanú lokalitu. Finančné prostriedky, ktoré pochádzajú od návštevníkov z analyzovanej oblasti, môžu byť spotrebované na kultúrnu akciu. Ak by sa táto kultúrna akcia neuskutočnila, existuje vysoká pravdepodobnosť, že by aj tak boli spotrebované v analyzovanej lokalite, ale na iný účel. Do nepriamych výdavkov je preto možné započítať iba také výdavky lokálnych návštevníkov, ktoré by inak neboli v regióne použité. Tento prístup sa realizuje v štúdií (Crompton, 2010), s cieľom presne odhadnúť ekonomické prínosy výdavkov návštevníkov. Aj v štúdií (Džupka, a iní, 2013) sa zdôrazňuje, že v tejto súvislosti je kritické správne vymedzenie kategórie „návštevník“, ktoré obsahuje viacero problémov. Návštevníci podujatí sa najjednoduchšie delia na dve hlavné kategórie: lokálni rezidenti a nerezidenti. Ďalšie delenie vychádza z rôznych pohnútok návštevy daného podujatia, ktoré je potrebné sledovať, aby sa dal vyhodnotiť skutočný prínos podujatia. Tu môžeme sledovať nasledujúce štyri kategórie:

- a) Rezidenti, ktorí by v prípade neuskutočnenia akcie ostali v lokalite a svoje výdavky by realizovali iným spôsobom, ale stále v lokálnej ekonomike (napr. by nešli na športový zápas, ale do kina). Výdavky týchto rezidentov sú pre výskum irelevantné, pretože nesúvisia s realizáciou daného podujatia. Výdavky týchto rezidentov je preto potrebné

z výskumu vylúčiť, keďže predstavujú len substitúciu iných výdavkov v lokálnej ekonomike (substitučný efekt).

- b) Rezidenti, ktorí by v prípade, že by sa akcia neuskutočnila neostali v lokalite a svoje výdavky by realizovali iným spôsobom v externej ekonomike (napr. by išli na výlet alebo podujatie do iného regiónu). Výdavky týchto rezidentov sa môžu započítavať do výskumu, ale väčšinou ide o malý objem výdavkov bez výrazného ekonomického vplyvu.
- c) Nerezidenti, ktorí by v prípade, že by sa akcia neuskutočnila, neprišli do danej ekonomiky. Výdavky týchto návštevníkov sú hlavným bodom záujmu štúdií ekonomických vplyvov, pretože pri týchto výdavkoch ide jednoznačne o nové príspevky do lokálnej ekonomiky.
- d) Nerezidenti, ktorí by aj v prípade, že by sa akcia neuskutočnila, prišli do danej ekonomiky, ale v inom časovom období (napr. aj tak chceli navštíviť dané miesto, ale v závislosti od času konania podujatia by návštevu odložili alebo uskutočnili skôr). Výdavky týchto návštevníkov je tiež potrebné z výskumu vylúčiť, pretože predstavujú pre lokálnu ekonomiku len presun výdavkov v čase (angl. time switching).

Podľa (Herrero, 2006) je otázne, či aj po aplikovaní koeficientu opätovnej návštevy je možné započítať všetky výdavky návštevníkov ako výdavky súvisiace priamo s analyzovanou kultúrnou aktivitou. Podľa tejto metodiky iba výdavky, ktoré priamo súvisia s analyzovanou kultúrnou akciou je možné započítať do nepriamych vplyvov. Preto je dôležité odhadnúť, do akej miery súvisia realizované výdavky konkrétneho návštevníka s kultúrnou aktivitou. Navrhuje sa, zisťovať aj dôvody návštevy analyzovanej lokality a na základe toho vytvoriť koeficient redukcie, ktorý by upravoval hodnotu celkových výdavkov na úroveň zodpovedajúcu výdavkom, ktoré priamo súvisia s analyzovanou kultúrnou akciou alebo infraštruktúrou. Prístup (Herrero, 2006) pri stanovení koeficientu redukcie využíva zistenia z dotazníkového prieskumu, ktoré vymedzilo návštevníkov s hlavným motívom návštevy akcií EHMK. Ďalšiu skupinu tvorili návštevníci, ktorí prišli aj kvôli iným aktivitám a poslednú skupinu tvorili návštevníci s iným motívom pre návštevu mesta. V odhade boli výdavky prvej skupiny návštevníkov započítané v plnej výške, výdavky z druhej skupiny boli započítané v polovičnej výške a výdavky poslednej skupiny boli úplne vylúčené z ďalšieho skúmania.

Zo skúsenosti rôznych prístupov môžeme odvodiť koeficient redukcie, ktorého úlohou je zrealizovať výdavky na úroveň použiteľnú pre výpočet ekonomických prínosov kultúrnych aktivít, alebo kultúrnej infraštruktúry.

$$K_{re} = (t_1 \times 1) + (t_2 \times 0,5) + (t_3 \times 0),$$

pričom

K_{re} – koeficient redukcie,

t_1 - % návštevníkov, ktorí uviedli za hlavný dôvod návštevy lokality skúmanú kultúrnu akciu,

t_2 - % návštevníkov, ktorí uviedli aj iné dôvody návštevy lokality ako skúmanú kultúrnu akciu,

t_3 - % návštevníkov, navštívili lokalitu z iných dôvodov ako skúmaná kultúrna aktivita.

Indukované vplyvy

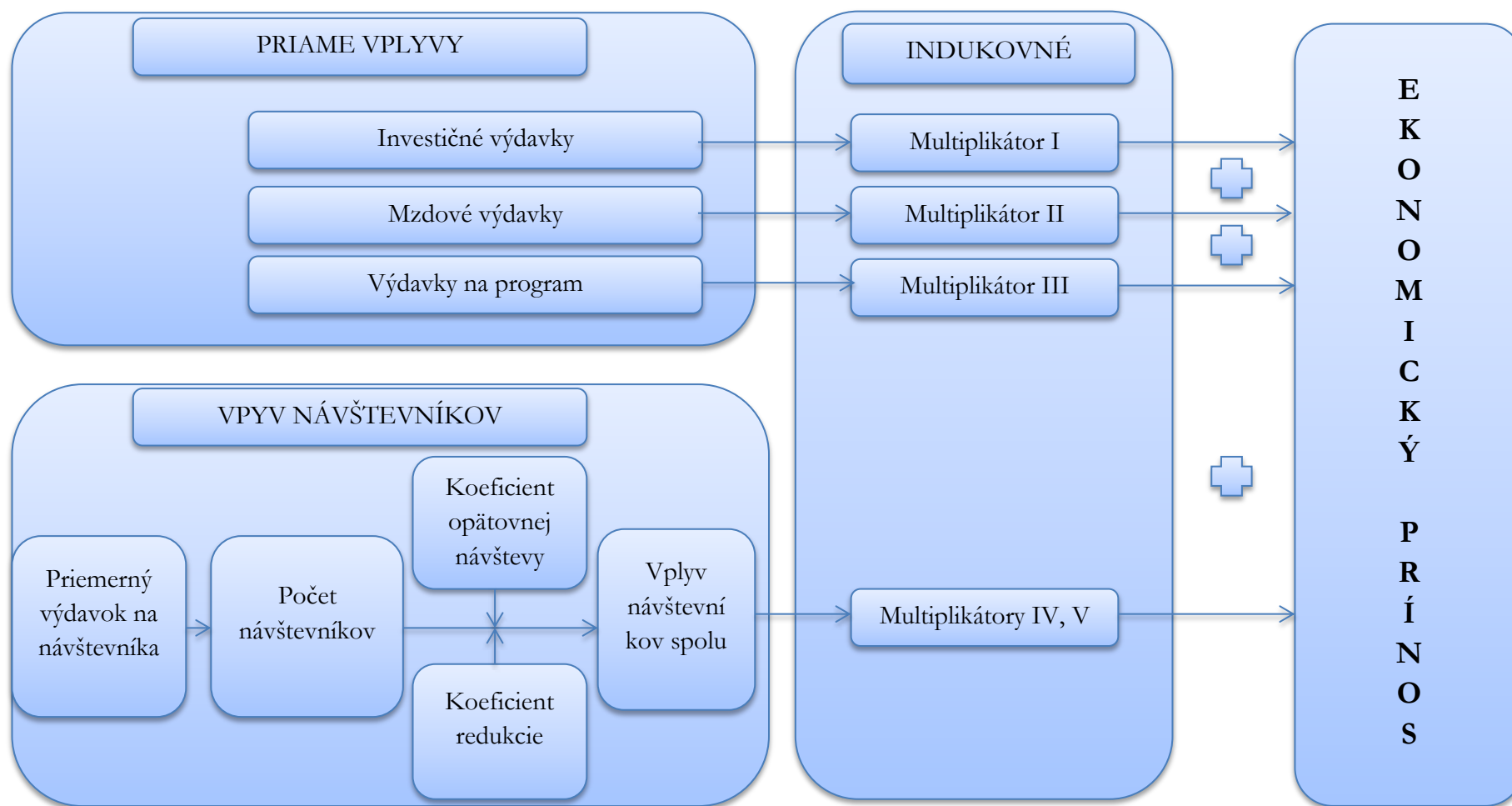
Indukované vplyvy sa počítajú prostredníctvom multiplikátorov. Na odhad celkových ekonomických vplyvov sa v praxi využívajú rôzne prístupy. Najrozšírenejším prístupom je využitie Input-Output (I-O) modelu. Na tomto prístupe je postavených aj niekoľko ucelených hotových modelov na meranie ekonomických vplyvov napríklad IMPLAN, RIMS II atď. Tieto modely však nie sú v podmienkach Slovenskej republiky využiteľné na regionálnej úrovni, pretože Slovensko nedisponuje regionálnymi I-O tabuľkami. Ďalšou možnosťou je použitie ekonometrických modelov REMI, HERMIN. Ich použitie na regionálnej úrovni na Slovensku je však veľmi komplikované kvôli nedostatočne podrobnej štruktúre regionálnej štatistiky. Podľa (Džupka, a iní, 2008) úplná aplikácia modelu HERMIN v podmienkach slovenskej regionálnej štatistiky nie je kvôli nedostupnosti mnohých potrebných vstupných údajov možná. Ďalšou možnosťou je využitie napr. Keynesovho regionálneho multiplikátora. Výpočet regionálneho Keynesovho multiplikátora však predpokladá vysokú náročnosť na kvalitné regionálne štatistické dáta, ale hlavne relatívne detailný primárny prieskum. Z uvedeného vyplýva, že lepšou z možností pre posudzovanie ekonomického dopadu na regionálnej úrovni na Slovensku je využitie I-O modelu. Hlavným problémom ostáva nedostupnosť regionálnych I-O tabuliek. Na prekonanie toho problému je potrebné nájsť a aplikovať vhodné modely pre regionalizáciu národných I-O tabuliek.

2.3.2 Syntéza získaných výsledkov a výpočet celkového ekonomického vplyvu

Nasledujúci obrázok popisuje postup syntézy dát s cieľom kvantifikovať celkový ekonomický prínos kultúrnej akcie, resp. kultúrnej infraštruktúry. Základom celého procesu syntézy je násobenie jednotlivých kategórií výdavkov vhodnými multiplikátormi. Následným spočítaním získaných výsledkov sa odhaduje celkový ekonomický prínos analyzovanej kultúrnej akcie, resp. kultúrnej infraštruktúry. Spôsob výberu vhodných multiplikátorov je popísaný v samostatnej kapitole.

Po výpočte celkového ekonomického prínosu je dôležité správnym spôsobom interpretovať získané výsledky.

Obrázok 1 Schéma syntézy vstupov pre výpočet celkového ekonomického prínosu



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa (Herrero, 2006)

2.4 Regionalizácia národného I-O modelu

Vytvorenie samostatného regionálneho modelu Košického kraja je možné iba na základe jeho odvodenia z národnej I-O matice s využitím lokálneho multiplikátora Fleggovho lokalizačného kvocientu (FLQ).

Pre kvantifikáciu multiplikátorov typu I a II je potrebné regionalizovať maticu A (otvorený model) aj maticu B (uzavretý model). Postup regionalizácie je v oboch prípadoch podobný - jediný rozdiel je v tom, že v prípade otvoreného modelu nepočítame s príjmami zamestnancov ani s konečnou spotrebou domácností. V nasledujúcej časti opíšeme postup regionalizácie uzavretého modelu, t.j. matice B.

Regionálny model I-O matice s využitím LQ

V súčasnosti najrozpracovanejším a zároveň najviac empiricky otestovaným prístupom pre regionalizáciu národného I-O modelu je využitie lokalizačných kvocientov (LQ). Pre potreby regionalizácie sa zvyčajne využíva LQ zamestnanosti, ktorý vyjadruje pomer medzi podielom zamestnanosti v určitom sektore v regióne a zodpovedajúcim podielom zamestnanosti v sektore v národnej ekonomike.

Takýto LQ je možné použiť na úpravu národnej input-output matice tak, aby lepšie zohľadňovala odvetvovú štruktúru regiónu. Ak je pre niektorý sektor $LQ < 1$, znamená to, že je relatívne menej zastúpený v regionálnej ekonomike a je preto možné predpokladať, že nebude schopný pokryť celý regionálny dopyt po jeho tovaroch a službách. Ak v takom prípade prenásobíme národný koeficient vstupu vypočítaným LQ, dostaneme regionálny koeficient vstupu a zároveň odhadneme potrebu „importu“ pre dané odvetvie z iných regiónov. Tento prístup často viedol k nadhodnoteniu výsledných regionálnych multiplikátorov. Využitie klasických LQ nezohľadňovalo dostatočne medziregionálny obchod, a preto podceňovali regionálny sklon k importu a zároveň nezohľadňovali veľkosť regiónu.

Reakciou na tieto nedostatky bolo zostrojenie LQ zamestnanosti (Flegg et. Al 1995) tzv. FLQ, ktorý explicitne zohľadňuje veľkosť regiónu a sklon k importu z ostatných regiónov. Tento prístup bol na základe overovania (napr. Brand S. 1997,) následne niekoľkokrát revidovaný do jeho výslednej podoby (Flegg and Webber, 2000;), ktorá už zachytáva aj efekt regionálnej špecializácie na regionálne koeficienty vstupu.

Podľa (Flegg, a iní, 2008) na národnej úrovni môžeme definovať I-O model nasledovne:

$$x = Ax + y = (I-A)^{-1}y$$

kde:

A – je matica $n \times n$ sektorových technických koeficientov vypočítaná z národnej symetrickej I-O matice,

y – je vektor konečného dopytu $n \times 1$,

x – je vektor hrubej produkcie $n \times 1$,

I – je jednotková matica.

Vzťahom $(I-A)^{-1}$ je definovaná tzv. Leontieffova inverzná matica, v ktorej suma stĺpcov dáva multiplikátor sektora, ktorý je reprezentovaný daným stĺpcom.

Základným problémom pri regionalizácii I-O matice je transformácia národnej matice technických koeficientov $A = [a_{ij}]$ na regionálnu maticu technických koeficientov $R = [r_{ij}]$ tak, aby čo najlepšie reprezentovala regionálnu sektorovú štruktúru, medzisektorové toky a zároveň medziregionálny pohyb tovarov a služieb. Práve v tom spočíva úloha LQ.

Predpokladajme teda:

$$r_{ij} = t_{ij} \times a_{ij}$$

kde:

r_{ij} - je regionálny koeficient vstupu,

t_{ij} - je koeficient obchodu (trading koeficient),

a_{ij} - je národný koeficient vstupu.

Koeficient obchodu t_{ij} meria podiel regionálnych požiadaviek, ktoré môžu byť uspokojené regionálnymi firmami, teda musí platiť $0 \leq t_{ij} \leq 1$. Čím bude koeficient obchodu väčší, tým bude nižšia potreba uspokojovať regionálne sektorové vstupy z dovozu. Ak by nastala situácia rovnosti $t_{ij} = 1$, znamenalo by to, že v danom sektore môžu byť všetky požiadavky uspokojené regionálnymi firmami a do regiónu nie je potrebný žiadny dovoz z iných regiónov, resp. zo zahraničia. Tu začína úloha lokálnych kvocientov a môžeme písať:

$$R_{ij} = LQ_{ij} \times a_{ij} \text{ (za predpokladu že } LQ_{ij} < 1 \text{)}$$

V prípade, že je vybraný $LQ < 1$ znamená to, že podiel sektora je v regionálnej ekonomike nižší ako v národnej ekonomike a existuje teda predpoklad, že zvyšok potreby bude do regiónu dovezený. V prípade, že $LQ > 1$ sa predpokladá, že región je špecializovaný v danom odvetví, čo naznačuje, že regionálny dopyt môže byť pokrytý ponukou regionálnych firiem v odvetví. V tomto prípade budeme $R_{ij} = a_{ij}$.

Výber vhodného LQ

Z predchádzajúcich úvah je zrejmé, že vhodná voľba LQ je rozhodujúca pre správny odhad regionálnych koeficientov vstupu a následný korektný odhad regionálnych multiplikátorov regionalizovanej I-O matice.

Jednoduchý lokálny kvocient - simple location quotient (SLQ)

Empirické štúdie využívajú rôzne typy LQ. Medzi najjednoduchšie patrí tzv. Simple location quotient (SLQ). Podľa (Kowalewski, 2012) je SLQ odvetvia i definovaný podľa nasledovného vzorca:

$$SLQ_i = \frac{E_{ir}/E_r}{E_i/E_{..}}$$

Pričom E_{ir} (E_i) je regionálna (národná) zamestnanosť v sektore i ($i = 1, \dots, n$) sektorov a E_r ($E_{..}$) je celková regionálna (národná) zamestnanosť. Tento jednoduchý lokálny kvocient preto popisuje relatívnu dôležitosť sektora i v regióne v porovnaní s dôležitosťou sektora v národnej ekonomike meranú zamestnanosťou.

Medzisektorový lokalizačný kvocient – cross – industry location quotient (CILQ)

CILQ bol jedným z prvých vylepšení SLQ, ktorý porovnáva podiel zamestnanosti predávajúceho sektora v regióne s národným a zamestnanosť nakupujúceho regionálneho sektora s národným. Teda:

$$CILQ_{ij} = \frac{E_{ir}/E_{jr}}{E_i/E_j} = \frac{SLQ_i}{SLQ_j},$$

E_{ir} (E_i) je regionálna (národná) zamestnanosť v nakupujúcom sektore $CILQ_{ij}$. Ak je sektor v regióne málo zastúpený, predpokladá sa, že medziregionálny obchod bude väčší ako je národný priemer. V tomto prípade zároveň existuje možnosť, že každý sektor v regionálnej ekonomike môže importovať a zároveň exportovať svoje tovary a služby. Hlavná kritika CILQ spočíva v tom, že ignoruje veľkosť regiónu.

Fleggov lokalizačný kvocient – Flegg's location quotient (FLQ)

FLQ rieši problém relatívnej veľkosti regiónu prostredníctvom λ^* pričom ($0 \leq \lambda^* < 1$)

$$\lambda^* = \left[\log_2(1 + E_r/E_{..}) \right]^\delta$$

E_r ($E_{..}$) je celková zamestnanosť v regióne resp. (na národnej úrovni). Podľa (Kowalewski, 2012) sa hodnota λ^* postupne zvyšuje s relatívnou veľkosťou regiónu, čo znamená výraznejšiu úpravu importu pre menšie regióny. Zvýšenie regionálneho importu predpokladá zároveň zníženie vnútroregionálneho obchodu. Teda základný predpoklad je, že akákoľvek metóda, ktorá dokáže korektne odhadnúť celkový import, bude zároveň schopná lepšie odhadovať koeficienty vstupu a multiplikátory výstupu. Exponent δ ($0 \leq \delta \leq 1$) predstavuje prvok flexibility zmenou konvexnosti funkcie λ^* . Čím vyššia je hodnota δ , tým nižšia bude hodnota λ^* , čo opäť znamená väčšiu úpravu regionálneho importu. Samotný FLQ je možné podľa (Flegg, a iní, 1997) zapísať nasledovne:

$$FLQ_{ij} \equiv CILQ_{ij} \times \lambda^*$$

Využitie FLQ pre úpravu technických koeficientov národnej I-O matice je veľmi podobné ako v prípade SFQ a môžeme ho matematicky zapísať nasledovne:

$$R_{ij} = \begin{cases} a_{ij}^N & \text{if } FLQ_{ij} \geq 1 \\ FLQ_{ij} \cdot a_{ij}^N & \text{if } FLQ_{ij} < 1 \end{cases}$$

V nasledovnej podkapitole odvodíme regionálny I-O model Košického kraja práve s využitím Fleggovho lokalizačného kvocientu (FLQ).

Regionálne multiplikátory

Základným cieľom I-O analýzy na základe regionálnych I-O tabuliek je odhadnúť celkovú ekonomickú zmenu, ktorú spôsobí zmena v jednotlivých komponentoch konečného dopytu po tovaroch a službách v rámci analyzovaného regiónu. Pôvodcom tejto zmeny pri dopadových štúdiách v oblasti kultúry sú zvyčajne jednorazové, alebo krátkodobé kultúrne aktivity väčšieho rozsahu.

Takáto zmena konečného dopytu zvýši dynamiku ekonomiky v regióne, pretože prvotne ovplyvnené sektory budú nakupovať svoje vstupy potrebné na uspokojenie zvýšeného dopytu od ďalších sektorov v regionálnej ekonomike. Zvýšenie intenzity týchto obchodných vzťahov medzi produktívnymi sektormi v ekonomike spôsobí, že konečný ekonomický vplyv na región bude vyšší ako bol pôvodný ekonomický impulz (pôvodné zvýšenie konečného dopytu). Podľa (Consumer's Guide to Regional Economic Multipliers, 1991) pomer celkového ekonomického efektu v regióne ku pôvodnej zmene sa nazýva regionálny multiplikátor. Celkový efekt môžeme v matici I-O merať prostredníctvom výstupu (Output), príjmu (Income), pridanej hodnoty (value added), alebo zamestnanosti (employment), z čoho môžeme vytvoriť základnú charakteristiku regionálnych multiplikátorov?

- Multiplikátor výstupu (output multiplier),
- Multiplikátor príjmu (income multiplier),
- Multiplikátor pridanej hodnoty (value added multiplier),
- Multiplikátor zamestnanosti (employment multiplier).

Hodnotiť dopady pôvodných ekonomických impulzov je možné aj prostredníctvom menej komplexných ukazovateľov (multiplikátorov), ktoré je tiež možné odvodiť z regionálnej I-O matice. Tieto ukazovatele sú odvodené od koeficientov dostupných v I-O matici. Podľa (McLennan) je možné ich zovšeobecniť nasledovne:

- Efekt prvého kola (ang. First round effects),
- Efekt podpory priemyslu (ang. Industrial support effects),
- Efekt indukovaný produkciou (ang. Production induced effects),
- Efekt indukovaný spotrebou (ang. Consumption induced effects).

Doplnením regionálnych multiplikátorov o tieto čiastkové ukazovatele (multiplikátory), rozšírime možnosti interpretácie získaných výsledkov. Zároveň nám umožnia lepšie pochopenie dopadov kultúrnych aktivít na regionálnu ekonomiku.

Multiplikátory z otvoreného, alebo zatvoreného modelu

V literatúre sa často stretávame s rozlíšením dvoch skupín multiplikátorov, ktoré sú nazývané rôzne, buď multiplikátory z otvoreného a uzatvoreného modelu napr. (Consumer's Guide to Regional Economic Multipliers, 1991), alebo multiplikátory typu I a typu II napr. (Input-Output Models for Impact Analysis: Suggestions for Practitioners Using RIMS II Multipliers, 2011), alebo jednoduché multiplikátory (ang. Simple multipliers) a celkové multiplikátory (ang. Total multipliers) napr. (McLennan). Bez ohľadu na ich názov ich výsledná hodnota bude závisieť od toho, či pri ich kvantifikácii sú domácnosti považované za sektor v rámci regiónu, alebo ako komponent konečného dopytu mimo regiónu. Ak sú v input-output modeli domácnosti klasifikované ako súčasť konečného dopytu, potom príjem dosiahnutý domácnosťami je považovaný za únik zdrojov z regiónu. Domácnosti v tomto prípade neprispievajú k multiplikačnému efektu. Tento typ multiplikátorov nazývame multiplikátory typu I, jednoduché multiplikátory (simple multiplier) alebo multiplikátory odvodené z otvoreného modelu. Naopak, ak sú domácnosti považované za sektor v rámci regiónu, výdavky domácností sú započítané do celkového efektu. Tieto multiplikátory voláme multiplikátory typu II, celkové multiplikátory (total multipliers), alebo multiplikátory odvodené z uzatvoreného modelu.

Multiplikátory typu I sú teda odvodené z I-O matice obsahujúcej výhradne produkčné sektory, zvyčajne sa tento typ matice označuje ako A . V prípade multiplikátorov typu II je matica A rozšírená o mzdy zamestnancov v riadku matice a o konečnú spotrebu domácností v stĺpci matice. Tento typ matice sa zvykne označovať ako B matice. Multiplikátory typu I majú nižšiu hodnotu ako multiplikátory typu II. Multiplikátory typu II odvodené z uzatvoreného modelu sú často kritizované predovšetkým kvôli ich sklonu preferovať prínos príjmov zamestnancov voči zisku firiem. Podľa (NWT Bureau of Statistics, 2006), ak by sme napríklad uvažovali dva rovnaké projekty, z ktorých jeden by vyplácal vyšší podiel príjmov vo forme príjmov zamestnancom a druhý vo forme zisku firmy, uzatvorený model bude odhadovať väčší ekonomický prínos prvého projektu (model je zatvorený voči výdavkom domácností, ale nie voči zisku firiem). Ekonomicky je to možné vysvetliť tak, že model predpokladá, že zisk firiem nebude reinvestovaný v skúmanom regióne a naopak, že príjmy zamestnancov vytvárajú ďalšie indukované prínosy v regióne.

Multiplikátory výstupu – Output multipliers

Regionálne multiplikátory merajú pomer medzi celkovým efektom a pôvodnou zmenou. V prípade multiplikátora výstupu je celkový efekt meraný prostredníctvom koeficientov výstupu jednotlivých odvetví, pričom výsledky obsahujú celkovú produkciu vrátane medzispotreby. Multiplikátor výstupu môže počítať v nasledovných formách:

Efekt prvého kola.

V prípade výstupu sú efekty prvého kola totožné so stĺpcovou hodnotou technických koeficientov z matice A (a_{ij}). Efekt prvého kola vyjadruje hodnotu dodatočného výstupu potrebného z každého odvetvia ekonomiky na uspokojenie jednej jednotky extra výstupu zo skúmaného odvetvia.

Jednoduchý multiplikátor výstupu (Simple output multiplier) Typ I – otvorený model

Jednoduchý multiplikátor výstupu pre každé odvetvie dostaneme stĺpcovým súčtom každého odvetvia z Leontiefovej inverznej Matice $(I-A)^{-1}$. Jednoduchý multiplikátor určitého odvetvia vyjadruje celkové množstvo výstupu všetkých odvetví, ktoré je potrebné na uspokojenie dodatočnej jednotky finálneho dopytu po výstupoch tohto odvetvia.

Efekt podpory priemyslu (ang. Industrial-support effect)

Tento efekt vyjadruje indukovaný výstup z efektu prvého kola (bez efektu prvého kola).

Efekt podpory priemyslu

$$= \text{jednoduchý multiplikátor} - \text{počiatočný efekt} \\ - \text{efekty prvého kola}$$

Počiatočný efekt je rovný 1.

Efekt indukovaný produkciou (ang. Production induced effects)

Efekt indukovaný produkciou vyjadruje množstvo výstupu potrebného zo všetkých odvetví ekonomiky, ktoré sú potrebné na produkciu dodatočnej jednotky výstupu a všetkých ďalších indukovaných výstupov. Tento efekt môžeme vypočítať nasledovne:

$$\text{Efekt indukovaný produkciou} = \text{efekty prvého kola} + \text{efekt podpory priemyslu}$$

Celkový multiplikátor výstupu (Total multiplier); Typ II – uzatvorený model

Celkový multiplikátor dostaneme stĺpcovým súčtom každého odvetvia z inverznej matice $(I-B)^{-1}$ (inverzná uzavretá matica). Maticu B pritom dostaneme tak, že k matici A pridáme jeden stĺpec a riadok teda do modelu pridáme spotrebu a príjmy domácností. Tým dostane uzatvorený model, v ktorom sú súčasťou multiplikačných efektov aj domácnosti.

Efekty indukovaný spotrebou (ang. Consumption induced effects)

Produkciou počiatočného a dodatočne indukovaného výstupu zamestnanci zarobia dodatočný príjem, ktorý minú na tovary a služby ostatných odvetví v ekonomike. Tieto dodatočné zdroje budú ďalej indukovať produkciu vo všetkých odvetviach. Výstup, ktorý vznikne z tejto dodatočnej produkcie je efekt indukovaný spotrebou. Tento efekt môžeme vypočítať nasledovne:

$$\begin{aligned} \text{Efekt indukovaný spotrebou} \\ = \text{celkový multiplikátor} - \text{jednoduchý multiplikátor} \end{aligned}$$

Podľa (McLennan) je možné aj pre multiplikátory výstupu vypočítať multiplikátory typu A a typu B, ale na rozdiel od multiplikátorov príjmu a zamestnanosti neposkytujú tieto typy multiplikátorov dodatočnú vypovedaciu schopnosť.

Jednoduchý multiplikátor Typ A

$$\text{Typ A} = \frac{\text{počiatočný efekt} + \text{efekt prvého kola}}{\text{počiatočný efekt}}$$

Jednoduchý multiplikátor Typ B

$$\text{Typ B} = \frac{\text{počiatočný efekt} + \text{efekt indukovaný produkciou}}{\text{počiatočný efekt}}$$

Celkový multiplikátor Typ A

$$\text{Typ A} = \frac{\text{Celkový multiplikátor}}{\text{počiatočný efekt}}$$

Celkový multiplikátor Typ B

$$\text{Typ B} = \frac{\text{celkový multiplikátor} - \text{počiatočný efekt}}{\text{počiatočný efekt}}$$

Multiplikátory príjmu – Income multipliers

Multiplikátor príjmu určitého sektora, je definovaný ako celková hodnota príjmu zamestnancov potrebná na uspokojenie dodatočnej jednotky konečného dopytu po výstupoch tohto sektora. Inak povedané sú to dodatočné príjmy zamestnancov z práce na produkcii indukovaných výstupov.

Pre výpočet multiplikátorov príjmu je potrebné určiť vektor koeficientu domácností b , ktorý dostaneme ak príjmy domácností v každom odvetví predelíme zodpovedajúcim celkovým výstupom odvetvia. Multiplikátory príjmu môžeme opätovne počítať v nasledovných formách:

Počiatkový efekt

Počiatkový efekt je na rozdiel od multiplikátora výstupu rovný vektoru h .

Efekt prvého kola.

Efekt prvého kola dostaneme ak vektorom h vynásobíme maticu technických koeficientov A . Teda:

$$h * A$$

Jednoduchý multiplikátor príjmu (Simple income multiplier) Typ I – otvorený model

$$h * (I - A)^{-1}$$

Efekt podpory priemyslu (ang. Industrial-support effect)

Tento efekt vyjadruje dodatočné príjmy zamestnancov z práce na produkcii indukovanej z výstupov prvého kola (bez efektu prvého kola).

Efekt podpory priemyslu

$$\begin{aligned} &= \text{jednoduchý multiplikátor} - \text{počiatkový efekt} \\ &- \text{efekty prvého kola} \end{aligned}$$

Efekt indukovaný produkciou (ang. Production induced effects)

Tento efekt vyjadruje dodatočné príjmy zamestnancov z práce na produkcii jednotky výstupu prvého kola všetkých ďalších indukovaných výstupov. Tento efekt môžeme vypočítať nasledovne:

$$\text{Efekt indukovaný produkciou} = \text{efekty prvého kola} + \text{efekt podpory priemyslu}$$

Celkový multiplikátor príjmu (Total multiplier); Typ II – zatvorený model

Celkový multiplikátor príjmu dostaneme vynásobením vektora h a inverznej matice $(I-B)^{-1}$ (inverzná uzavretá matica). Maticu B pritom dostaneme tak, že k matici A pridáme jeden stĺpec a riadok teda do modelu pridáme spotrebu a príjmy domácnosti. Tým dostane uzatvorený model, v ktorom sú súčasťou multiplikačných efektov aj domácnosti.

$$h * (I - B)^{-1}$$

Efekt indukovaný spotrebou (ang. Consumption induced effects)

Tento multiplikátor popisuje, koľko dodatočných príjmov si domácnosti vedia vygenerovať vlastnou spotrebou.

Efekt indukovaný spotrebou

$$= \text{celkový multiplikátor príjmu} - \text{jednoduchý multiplikátor príjmu}$$

Podľa (McLennan) dávajú multiplikátory typu A a typu B dodatočné možnosti interpretácie výsledkov, a to nasledovne:

Jednoduchý multiplikátor Typ A

Množstvo dodatočných príjmov zamestnancov vo všetkých odvetviach ekonomiky po počiatkovom a prvom kole indukovaných výstupov, ktoré títo zamestnanci získajú za jednu dodatočnú jednotu príjmu zamestnancov v analyzovanom odvetví.

$$\text{Typ A} = \frac{\text{počiatkový efekt} + \text{efekt prvého kola}}{\text{počiatkový efekt}}$$

Jednoduchý multiplikátor Typ B

Množstvo dodatočných príjmov zamestnancov vo všetkých odvetviach ekonomiky po počiatočnom, prvom kole a efekte indukovanom produkciou, ktoré títo zamestnanci získajú za jednu dodatočnú jednotku príjmu zamestnancov v analyzovanom odvetví.

$$\text{Typ B} = \frac{\text{počiatočný efekt} + \text{efekt indukovaný produkciou}}{\text{počiatočný efekt}}$$

Celkový multiplikátor Typ A

Množstvo celkových dodatočných príjmov zamestnancov všetkých odvetví ekonomiky vzhľadom k zvýšeniu príjmu zamestnancov v analyzovanom odvetví o jednu dodatočnú jednotku. Hodnota zahŕňa aj pôvodnú dodatočnú jednotku príjmu.

$$\text{Typ A} = \frac{\text{celkový multiplikátor}}{\text{počiatočný efekt}}$$

Celkový multiplikátor Typ B

Typ B je rovnú typu A bez pôvodnej dodatočnej jednotky príjmu.

$$\text{Typ B} = \frac{\text{celkový multiplikátor} - \text{počiatočný efekt}}{\text{počiatočný efekt}}$$

Multiplikátory zamestnanosti – Employment multipliers

Multiplikátor zamestnanosti ukazuje prírastok celkového výstupu nie vo forme peňažnej (ako tomu bolo v prípade multiplikátora výstupu), ale vo forme zamestnancov. Prostredníctvom tohto multiplikátora je teda možné odhadnúť aký vplyv na celkovú zamestnanosť v analyzovanej regióne bude mať nárast výstupu analyzovaného odvetvia (otvorenie novej kultúrnej inštitúcie a pod.). Podľa (Raabová, 2010) multiplikátor počíta stále pracovné miesta na plný úväzok. Tento počet sa však nemusí zhodovať s reálnym stavom fyzických zamestnancov v ekonomike, pretože podnikatelia, môžu reagovať na zvýšený dopyt rôzne napr. platením nadčasov existujúcim zamestnancom, alebo zamestnávaním na čiastočný úväzok.

Pre kvantifikáciu tohto multiplikátora potrebujeme informácie o koeficientoch zamestnanosti v jednotlivých odvetviach (vektor e). tieto informácie však nie sú dostupné v I-O matici, a preto ich musíme dopočítať z externých štatistík. Koeficient zamestnanosti dostaneme ak počet zamestnancov v danom odvetví vydáme objemom produkcie daného odvetvia.

Výpočty všetkých typov multiplikátorov zamestnanosti sú totožné s výpočtami multiplikátora výstupu. Ich interpretácia spočíva vo vyhodnotení dodatočnej zamestnanosti (nárast počtu zamestnancov) v súvislosti s produkciou dodatočného výstupu v rôznych stupňoch indukcie výstupu (prvé kolo, efekt indukovaný spotrebou, celkový multiplikátor atď.).

Mierne odlišne je možné interpretovať multiplikátory typu A a B:

Jednoduchý multiplikátor Typ A

Dodatočný počet osôb zamestnaných vo všetkých odvetviach ekonomiky po počiatočnom a prvom kole efektov, za jednu dodatočne zamestnanú osobu v analyzovanom odvetví

Jednoduchý multiplikátor Typ B

Dodatočný počet osôb zamestnaných vo všetkých odvetviach ekonomiky po počiatocnom, prvom kole a efekte indukovanom produkciou, za jednu dodatočne zamestnanú osobu v analyzovanom odvetví

Celkový multiplikátor Typ A

Celkový počet osôb zamestnaných vo všetkých odvetviach ekonomiky po počiatocnom a prvom kole efektov, za jednu dodatočne zamestnanú osobu v analyzovanom odvetví. Číslo zahŕňa pôvodné zvýšenie o jedného zamestnanca v analyzovanom odvetví.

Celkový multiplikátor Typ B

Typ B sa rovná Typu A bez pôvodného zvýšenia o jedného zamestnanca v analyzovanom odvetví.

Multiplikátory pridanej hodnoty – Value added multipliers

Počíta sa rovnako ako multiplikátor príjmu. Pre výpočet multiplikátorov pridanej hodnoty je potrebné určiť vektor koeficientu pridanej hodnoty p , ktorý dostaneme ak pridanú hodnotu v každom odvetví predelíme zodpovedajúcim celkovým výstupom odvetvia.

Podľa (Raabová, 2011) hrubá pridaná hodnota úzko súvisí s hrubým domácim produktom (HDP). Pri zjednodušenej interpretácii teda môžeme predpokladať, že zvýšenie hrubej pridanej hodnoty je v regióne približne rovné zvýšeniu HDP. Dopad zvýšenia hrubej pridanej hodnoty nezahŕňa medzis potrebu, ale iba pridanú hodnotu dopytovaných produktov.

2.5 Vytvorenie regionálneho modelu I-O Košického kraja

V prvom kroku je potrebné odvodiť z národnej symetrickej I-O tabuľky SIOT uzavretý model, označme ho SIOT B. Výsledkom je matica SIOT B o rozmeroch 66x66, pričom je zložená z 65 ekonomických odvetví podľa platnej klasifikácie NACE 2 rev. Posledný riadok číslo 66 tvoria príjmy zamestnancov z národnej matice SIOT a posledný stĺpec číslo 66 tvorí konečná spotreba domácností opäť z národnej SIOT tabuľky. Chýbajúci prvok matice na pozícii 66;66 je doplnený hodnotou 0.

Zo SIOT B matice je následne potrebné vytvoriť maticu technických koeficientov B , ktoré vyjadrujú peňažný objem produkcie i -teho odvetvia dodaný na jednotku celkovej produkcie j -teho odvetvia. Ak je teda matica SIOT B ($x_{i,j}$), potom maticu technických koeficientov B ($b_{i,j}$) vytvoríme nasledovne:

$$b_{ij} = \frac{x_{i,j}}{x_j},$$

Pričom $x_{i,j}$ je hodnota produkcie z národnej SIOT B matice a x_j je hodnota celkovej produkcie z národnej SIOT matice.

Podľa hore uvedenej teórie využijeme pre regionalizáciu národnej matice technických koeficientov FLQ. V našom prípade získame technické koeficienty Košického kraja podľa vzťahu:

$$R_{ij} = \begin{cases} b_{i,j} & \text{if } FLQ_{ij} \geq 1 \\ FLQ_{ij} \cdot b_{i,j} & \text{if } FLQ_{ij} < 1 \end{cases}$$

Regionálnu maticu technických koeficientov Košického kraja $B^R(R_{i,j})$ získame vynásobením národných technických koeficientov hodnotou FLQ_{ij} v prípade, že $FLQ_{ij} < 1$, v ostatných prípadoch bude $R_{ij} = b_{i,j}$. FLQ_{ij} môžeme v našom prípade vypočítať nasledovne:

$$FLQ_{ij} \equiv CILQ_{ij} \times \lambda^*$$

Kde $CILQ_{ij}$ je medzisektorový lokalizačný kvocient a vypočíta sa ako:

$$CILQ_{ij} = \frac{SLQ_i}{SLQ_j}$$

SLQ_i je lokalizačný kvocient zamestnanosti Košického kraja pre nakupujúce sektory a SLQ_j je lokalizačný kvocient zamestnanosti Košického kraja pre predávajúce sektory. Koeficient λ^* vypočítame podľa nasledovného vzťahu:

$$\lambda^* = \left[\log_2(1 + E_r/E_{..}) \right]^\delta$$

Pričom $E_r/(E_{..})$ je podiel celkovej zamestnanosti v Košickom kraji na celkovej zamestnanosti Slovenska. Exponent δ sa zvyčajne odhaduje empirickým spôsobom. Pre potreby regionalizácie modelu v podmienkach SR budeme používať hodnotu $\delta = 0,25$.

Realizáciou týchto výpočtov dostávame maticu technických koeficientov pre Košický kraj $B^R(R_{i,j})$. Pre kvantifikáciu regionálnych multiplikátorov je ešte potrebné vypočítať maticu regionálnych multiplikátorov. Na to použijeme základný statický Leontiefov I-O model. V našom prípade teda môžeme zjednodušene zapísať nasledovne:

$$x = B^R x + y$$

Vektor x vyjadruje objem celkovej výroby odvetví a y je vektor konečnej spotreby.

Predchádzajúci vzorec môžeme následne zapísať takto:

$$y = (I - B^R)x$$

V ďalšom kroku je preto potrebné urobiť rozdiel jednotkovej matice I a matice technických koeficientov Košického kraja B^R .

Ak chceme vyjadriť x s cieľom vypočítať aký objem celkovej produkcie je potrebný na uspokojenie určitej úrovne konečnej spotreby y , je potrebné v poslednom kroku vytvoriť inverziu matice $(I - B^R)$ a dostávame nasledovný vzťah:

$$x = (I - B^R)^{-1}y$$

Matica $(I - B^R)^{-1}$ je potom maticovým multiplikátorom Košického kraja a budeme ju ďalej používať na výpočet multiplikátorov Košického kraja.

Pre výpočet regionálnych multiplikátorov budeme potrebovať nasledovné regionalizované matice a vektory:

Tabuľka 1 Označenie matic regionálneho modelu

Označenie matice	Popis matice
A^R	regionálna matica technických koeficientov otvoreného modelu
B^R	regionálna matica technických koeficientov zatvoreného modelu
$(I - A^R)^{-1}$	regionálna Leontiefová matica otvoreného modelu
$(I - B^R)^{-1}$	regionálna Leontiefová matica uzavretého modelu

Všetky boli realizované v matematickom softvéri R.

2.5.1 Výpočet regionálnych multiplikátorov

Po výpočte matic otvoreného a uzavretého modelu pre Košický kraj, je možné kvantifikovať celú sadu multiplikátorov tak, ako sú popísané vyššie

Kvantifikácia vektorov pre výpočet multiplikátorov

Prvým krokom pri kvantifikácii regionálnych multiplikátorov je stanovenie vektorov. Pre výpočet budeme potrebovať nasledovné vektory Košického kraja:

Tabuľka 2 Vektory otvoreného a uzavretého modelu

Vektory pre otvorený model		Vektory pre uzavretý model	
Označenie vektora	Popis vektora	Označenie vektora	Popis vektora
h_a	Vektor koeficient domácností Košického kraja otvoreného modelu	h_b	Vektor koeficient domácností uzavretého modelu Košického kraja (posledný riadok vektora dopĺňame nulou)
e_a	Vektor zamestnanosti Košického kraja otvoreného modelu	e_b	Vektor zamestnanosti Košického kraja uzavretého modelu (posledný riadok vektora dopĺňame nulou)
ph_a	Vektor pridanej hodnoty Košického kraja otvoreného modelu	ph_b	Vektor pridanej hodnoty Košického kraja uzavretého modelu (posledný riadok vektora dopĺňame nulou)

Využitím lokalizačných kvocientov FLQ sme regionalizovali matice technických koeficientov. Symetrická input-output matica (SIOT), z ktorej sa kvantifikujú hore uvedené vektory, však ostala pôvodná. Preto musíme pre zjednodušenie predpokladať, že jednotlivé vektory sa na národnej a regionálnej úrovni významne nelíšia. Ich veľkosť závisí v mnohom od rozdielu produktivity práce na národnej a regionálnej úrovni. Teda predpokladáme, že produktivita práce Košického kraja je veľmi podobná produktivite práce v národnom hospodárstve. Tento predpoklad bol zároveň jedným z hlavných predpokladov pri konštrukcii regionálnych matic s využitím FLQ. Pri konštrukcii vektorov pre uzavretý model je potrebné pridať riadok ku každému vektoru tak, aby počet riadkov vektora uzavretého modelu bol totožný s počtom riadkov regionalizovaných matic. Pre zjednodušenie predpokladáme hodnotu nula. Ekonomická interpretácia tohto zjednodušenia je, že dopočítaný sektor domácností neprodukuje sám o sebe žiadnu pridanú hodnotu ani nevytvára zamestnanosť tak, ako ostatné produktívne sektory v regióne.

Kvantifikácia multiplikátorov a ich interpretácia pre Košický kraj.

Po výpočte regionalizovaných matic a vektorov, je možné pristúpiť k samotnej kvantifikácii regionálnych multiplikátorov Košického kraja. Nasledujúca tabuľka dáva prehľad o rôznych typoch multiplikátorov, ktoré je možné vypočítať a zároveň popisuje spôsob ich kvantifikácie.

Tabuľka 3 Prehľad regionálnych multiplikátorov.

Multiplikátor		Multiplikátor výstupu	Multiplikátor príjmu	Multiplikátor zamestnanosti	Multiplikátor pridanej hodnoty
Počiatočný efekt (1)		1	h_a	e_a	ph_a
Efekt prvého kola (2)		A^R	$h_a * A^R$	$e_a * A^R$	$ph_a * A^R$
Efekt podpory priemyslu (3)		$(6)-(1)-(2)$	$(6)-(1)-(2)$	$(6)-(1)-(2)$	$(6)-(1)-(2)$
Efekt indukovaný produkciou (4)		$(2)+(3)$	$(2)+(3)$	$(2)+(3)$	$(2)+(3)$
Efekt indukovaný spotrebou (5)		$(7)-(6)$	$(7)-(6)$	$(7)-(6)$	$(7)-(6)$
Jednoduchý multiplikátor (6)		$(I - A^R)^{-1}$	$h_a * (I - A^R)^{-1}$	$e_a * (I - A^R)^{-1}$	$ph_a * (I - A^R)^{-1}$
Celkový multiplikátor (7)		$(I - B^R)^{-1}$	$h_a * (I - B^R)^{-1}$	$e_a * (I - B^R)^{-1}$	$ph_a * (I - B^R)^{-1}$
Jednoduchý multiplikátor (8)	Typ A	$\frac{(1) + (2)}{(1)}$	$\frac{(1) + (2)}{(1)}$	$\frac{(1) + (2)}{(1)}$	$\frac{(1) + (2)}{(1)}$
	Typ B	$\frac{(1) + (4)}{(1)}$	$\frac{(1) + (4)}{(1)}$	$\frac{(1) + (4)}{(1)}$	$\frac{(1) + (4)}{(1)}$
Celkový multiplikátor (9)	Typ A	$\frac{(7)}{(1)}$	$\frac{(7)}{(1)}$	$\frac{(7)}{(1)}$	$\frac{(7)}{(1)}$
	Typ B	$\frac{(7) - (1)}{(1)}$	$\frac{(7) - (1)}{(1)}$	$\frac{(7) - (1)}{(1)}$	$\frac{(7) - (1)}{(1)}$

Podľa uvedeného postupu sme vypočítali všetky typy regionálnych multiplikátorov pre Košický kraj pre 62 ekonomických sektorov. Tri zvyšné sektory sú v regióne málo zastúpené, alebo za nich Štatistický úrad SR kvôli anonymite nezverejňuje informácie. Takýmto spôsobom sme teda vypočítali skupinu hodnoty 2728 regionálnych multiplikátorov. Je samozrejmé, že niektoré majú iba veľmi špecifické praktické využitie. Z priestorových dôvodov budeme ďalej pracovať iba s multiplikátormi, ktoré majú priame využitie pri výpočte ekonomických dopadov projektu Košice EHMK 2013. Predpokladáme teda využitie nasledovných sektorových multiplikátorov:

- Multiplikátory stavebného priemyslu,
- Multiplikátory maloobchodu,
- Multiplikátory pozemnej dopravy,
- Multiplikátory ubytovacích a stravovacích služieb,
- Multiplikátory sektora reklama a prieskum trhu,
- Multiplikátory tvorivých a umeleckých činností, knižníc a herní.

Pre výpočet ekonomického dopadu, bude ešte potrebné kvantifikovať vplyv miezd zamestnancov EHMK n.o. Tento proces je však komplikovanejší, preto sa mu budeme venovať v samostatnej časti.

Tabuľka 4 Multiplikátory stavebného priemyslu v Košickom kraji

Multiplikátory		Multiplikátory výstupu	Multiplikátory príjmu	Multiplikátory zamestnanosti	Multiplikátory pridanej hodnoty
Počiatočný efekt		1	0,101325	8,080808	0,410439
Efekt prvého kola		0,338278	0,043823	2,870213	0,13913
Efekt podpory priemyslu		0,148955	0,020889	1,233617	0,060634
Efekt indukovaný produkciou		0,487234	0,064712	4,103829	0,199764
Efekt indukovaný spotrebou		0,206249	0,014753	0,807042	0,039747
Jednoduchý multiplikátor		1,487234	0,166038	12,18464	0,610203
Celkový multiplikátor		1,693483	0,180791	12,99168	0,64995
Jednoduchý multiplikátor	Typ A	1,338278	1,432503	1,355189	1,338979
	Typ B	1,487234	1,63866	1,507849	1,48671
Celkový multiplikátor	Typ A	1,693483	1,784262	1,60772	1,583551
	Typ B	0,693483	0,784262	0,60772	0,583551

Zdroj: vlastné výpočty

Možnosti interpretácie rôznych typov multiplikátorov výstupu ukážeme na príklade sektoru stavebníctva Košického kraja.

Počiatočný efekt multiplikátora výstupu je rovný 1. To znamená, že na dodatočný výstup stavebného priemyslu v hodnote jedného eura je potrebný počiatočný výstup stavebného priemyslu v Košickom kraji v hodnote tiež jedného eura.

Efekt prvého kola pri multiplikátore výstupu stavebného priemyslu v Košickom kraji je rovný 0,338 - pre vyprodukovaní jedného eura dodatočného výstupu stavebného priemyslu v Košickom kraji je potrebných 0,338 eura dodatočného výstupu zo všetkých ďalších sektorov ekonomiky v kraji (vrátane stavebného priemyslu).

Efekt podpory priemyslu vyjadruje indukovaný výstup z efektu prvého kola (bez efektu prvého kola). To znamená, že na to, aby všetky sektory ekonomiky v kraji mohli v prvom kole vyprodukovať 0,338 je potrebných 0,148 eura v ďalších kolách (indukovaný efekt) zo všetkých sektorov v kraji.

Efekt indukovaný produkciou vyjadruje množstvo výstupu potrebného zo všetkých odvetví ekonomiky, ktoré sú potrebné na produkciu dodatočnej jednotky výstupu stavebného priemyslu a všetkých ďalších indukovaných výstupov. To znamená, že na to, aby všetky sektory ekonomiky v kraji mohli v prvom kole vyprodukovať 0,338, je potrebných 0,148 eura v ďalších kolách (indukovaný efekt) zo všetkých sektorov v kraji, čo je spolu efekt indukovaný produkciou (po zaokrúhlení) 0,48 eura.

Efekt indukovaný spotrebou znamená, že produkciou počiatočného a dodatočne indukovaného výstupu, zamestnanci zarobia dodatočný príjem, ktorý minú na tovary a služby ostatných odvetví v ekonomike. Tieto dodatočné zdroje budú ďalej indukovať produkciu vo všetkých odvetviach. Výstup, ktorý vznikne z tejto dodatočnej produkcie je efekt indukovaný spotrebou. V našom prípade teda dodatočné euro počiatočného výstupu požadované zo stavebného priemyslu Košického kraja povedie k 0,2 eurám celkového výstupu, ktorý je indukovaný dodatočnými nákupmi zamestnancov stavebného priemyslu v Košickom kraji na všetky tovary a služby.

Jednoduchý multiplikátor stavebného priemyslu vyjadruje celkové množstvo výstupu všetkých odvetví, ktoré je potrebné na uspokojenie dodatočnej jednotky finálneho dopytu po výstupoch

stavebného priemyslu v Košickom kraji. To znamená, že na uspokojenie jedného eura dodatočného dopytu stavebného priemyslu v Košickom kraji je potrebných 1,48 eura celkového výstupu zo všetkých odvetví v kraji.

Celkový multiplikátor vyjadruje akú celkovú dodatočnú produkciu vo všetkých odvetviach v kraji v rátane dodatočnej spotreby domácností, ktorú vyvolá dodatočné euro dopytu po výstupoch stavebného priemyslu v kraji. V Košickom kraji teda dodatočná jednotky produkcie stavebného priemyslu indukuje zvýšenie produkcie vo všetkých sektoroch v kraji v celkovej hodnote 1,69 eura.

Na sektore maloobchodu vysvetlíme vypovedaciu schopnosť multiplikátorov príjmu na príklade Košického kraja.

Tabuľka 5 Multiplikátory maloobchodu v Košickom kraji

Multiplikátor		Multiplikátory výstupu	Multiplikátory príjmu	Multiplikátory zamestnanosti	Multiplikátory pridanej hodnoty
Počiatočný efekt		1	0,272441	15,33801	0,567459
Efekt prvého kola		0,228966	0,038597	1,891816	0,106836
Efekt podpory priemyslu		0,087373	0,013078	0,672719	0,03564
Efekt indukovaný produkciou		0,316339	0,051675	2,564535	0,142476
Efekt indukovaný spotrebou		0,399782	0,028597	1,564324	0,077044
Jednoduchý multiplikátor		1,316339	0,324117	17,90254	0,709934
Celkový multiplikátor		1,716121	0,352713	19,46686	0,786978
Jednoduchý multiplikátor	Typ A	1,228966	1,141673	1,123342	1,18827
	Typ B	1,316339	1,189675	1,167201	1,251077
Celkový multiplikátor	Typ A	1,716121	1,29464	1,269191	1,386847
	Typ B	0,716121	0,29464	0,269191	0,386847

Zdroj: vlastné výpočty

Multiplikátor príjmu určitého sektora, je definovaný ako celková hodnota príjmu zamestnancov potrebná na uspokojenie dodatočnej jednotky konečného dopytu po výstupoch tohto sektora. Inak povedané, sú to dodatočné príjmy zamestnancov z práce na produkcii indukovaných výstupov.

Počiatočný efekt je na rozdiel od multiplikátora výstupu rovný vektoru zamestnanosti *h*. V prípade Košického kraja pre sektor maloobchodu je jeho hodnota 0,27. To znamená, že z počiatočného efektu nárastu produkcie maloobchodu o jedno euro sa zvýšia príjmy zamestnancov pracujúcich na tomto počiatočnom efekte o 0,27 eura.

Efekt prvého kola v prípade maloobchodu v Košickom kraji nadobúda hodnotu 0,038. To znamená, že dodatočné príjmy zamestnancov v Košickom kraji z práce na produkcii dodatočnej jednotky výstupu v maloobchode v prvom kole sú rovne 0,038 eura.

Efekt podpory priemyslu vyjadruje dodatočné príjmy zamestnancov z práce na produkcii indukovanej z výstupov prvého kola (bez efektu prvého kola), ktoré v prípade maloobchodu v Košickom kraji dosahujú hodnotu 0,013 eura.

Efekt indukovaný produkciou predstavuje zase dodatočné príjmy zamestnancov z práce na produkcii jednotky výstupu prvého kola všetkých ďalších indukovaných výstupov v maloobchode t.j. v prípade Košického kraja 0,051 eura.

Efekt indukovaný spotrebou prípadu Košického kraja znamená, že dodatočné príjmy zamestnancov v Košickom kraji indukované spotrebou domácností v kraji sú 0,028 eura.

Jednoduchý multiplikátor ukazuje nárast príjmov zamestnancov všetkých sektorov v Košickom kraji t.j. 0,32 eura indukovaných nárastom produkciou maloobchodu o jedno euro.

Celkový multiplikátor ukazuje celkový nárast príjmov zamestnancov v ekonomike Košického kraja z práce na produkciu dodatočnej jednotky výstupu indukovanej všetkými kolami v rátane konečnej spotreby domácností. V prípade maloobchodu Košického kraja tento multiplikátor nadobúda hodnotu približne 0,35 eura.

Jednoduchý multiplikátor Typ A - zamestnanci všetkých odvetví ekonomiky v Košickom kraji po počiatočnom a prvom kole indukovaných výstupov získajú dodatočne 1,14 eur, za jednu dodatočnú jednotku príjmu zamestnancov v maloobchode v Košickom kraji.

Jednoduchý multiplikátor Typ B - zamestnanci všetkých odvetví ekonomiky v Košickom kraji po počiatočnom, prvom kole a efekte indukovanom produkciou získajú dodatočne 1,18 eur, za jednu dodatočnú jednotku príjmu zamestnancov v maloobchode v Košickom kraji.

Celkový multiplikátor Typ A - 1,29 je množstvo celkových dodatočných príjmov zamestnancov všetkých odvetví ekonomiky v Košickom kraji vzhľadom k zvýšeniu príjmu zamestnancov v maloobchode o jednu dodatočnú jednotku. Hodnota zahŕňa aj pôvodnú dodatočnú jednotku príjmu.

Celkový multiplikátor Typ B – je podstate totožný s interpretáciou typu A bez pôvodnej dodatočnej jednotky príjmu teda v prípade maloobchodu v Košickom kraji 0,29 eura.

Tabuľka 6 Multiplikátory pozemnej dopravy v Košickom kraji

Multiplikátor		Multiplikátory výstupu	Multiplikátory príjmu	Multiplikátory zamestnanosti	Multiplikátory pridanej hodnoty
Počiatočný efekt		1	0,176625	7,781158	0,406551
Efekt prvého kola		0,227262	0,032678	1,821556	0,082285
Efekt podpory priemyslu		0,112946	0,01683	0,950258	0,040801
Efekt indukovaný produkciou		0,340208	0,049508	2,771813	0,123086
Efekt indukovaný spotrebou		0,189858	0,013581	0,742902	0,036588
Jednoduchý multiplikátor		1,340208	0,226133	10,55297	0,529636
Celkový multiplikátor		1,530065	0,239714	11,29587	0,566225
Jednoduchý multiplikátor	Typ A	1,227262	1,185011	1,234098	1,202398
	Typ B	1,340208	1,280299	1,356221	1,302757
Celkový multiplikátor	Typ A	1,530065	1,357189	1,451696	1,392754
	Typ B	0,530065	0,357189	0,451696	0,392754

Zdroj: vlastné výpočty

Na príklade multiplikátorov pozemnej dopravy vysvetlíme význam jednotlivých druhov multiplikátorov zamestnanosti.

Multiplikátor zamestnanosti ukazuje prírastok celkového výstupu vo forme počtu zamestnancov. Odhadujeme teda aký vplyv na celkovú zamestnanosť v analyzovanom regióne bude mať nárast výstupu analyzovaného odvetvia – v tomto prípade sektor pozemnej dopravy.

Výpočty všetkých typov multiplikátorov zamestnanosti sú totožné s výpočtami multiplikátora výstupu. Ich interpretácia spočíva vo vyhodnotení dodatočnej zamestnanosti (nárast počtu zamestnancov) v súvislosti s produkciou dodatočného výstupu v rôznych stupňoch indukcie výstupu (prvé kolo, efekt indukovaný spotrebou, celkový multiplikátor atď.). Celkový multiplikátor napríklad hovorí, že v prípade nárastu výstupu sektora pozemnej dopravy v Košickom kraji o 1 milión EUR vznikne v Košickom kraji 11 nových pracovných miest.

Mierne odlišne oproti multiplikátoru výstupu je možné interpretovať multiplikátory typu A a B. Jednoduchý multiplikátor Typ A ukazuje, že v Košickom kraji sa za jednu dodatočne zamestnanú osobu v sektore dopravy po prvom kole zamestná vo všetkých odvetviach Košického kraja 1,23 zamestnanca.

Jednoduchý multiplikátor Typ B ukazuje, že v Košickom kraji sa za jednu dodatočne zamestnanú osobu v sektore dopravy po prvom kole a efekte indukovanom produkciou zamestná vo všetkých odvetviach Košického kraja 1,35 zamestnanca.

Celkový multiplikátor Typ A - Vo všetkých odvetviach ekonomiky po počiatočnom a prvom kole efektov sa zamestná v Košickom kraji 1,45 zamestnanca, za jednu dodatočne zamestnanú osobu v sektore pozemnej dopravy. Číslo zahŕňa pôvodné zvýšenie o jedného zamestnanca v sektore pozemnej dopravy.

Celkový multiplikátor Typ B je totožný s typom A bez pôvodného zvýšenia o jedného zamestnanca v sektore pozemnej dopravy teda 0,45.

Tabuľka 7 Multiplikátory ubytovacích a stravovacích služieb v Košickom kraji

Multiplikátor	Multiplikátory výstupu	Multiplikátory príjmu	Multiplikátory zamestnanosti	Multiplikátory pridanej hodnoty
Počiatočný efekt	1	0,307128	14,0189	0,532893
Efekt prvého kola	0,214631	0,031294	1,55018	0,091454
Efekt podpory priemyslu	0,086733	0,012155	0,63074	0,034566
Efekt indukovaný produkciou	0,301364	0,043449	2,18092	0,126019
Efekt indukovaný spotrebou	0,378926	0,027105	1,482714	0,073024
Jednoduchý multiplikátor	1,301364	0,350577	16,19982	0,658912
Celkový multiplikátor	1,68029	0,377682	17,68253	0,731936
Jednoduchý multiplikátor	Typ A	1,214631	1,101893	1,110578
	Typ B	1,301364	1,141469	1,15557
Celkový multiplikátor	Typ A	1,68029	1,229722	1,261335
	Typ B	0,68029	0,229722	0,261335

Zdroj: vlastné výpočty

Význam multiplikátorov pridanej hodnoty ukážeme na príklade ubytovacích a stravovacích službách v Košickom kraji.

Multiplikátor pridanej hodnoty určitého sektora je definovaný ako celková hodnota pridanej hodnoty potrebná na uspokojenie dodatočnej jednotky konečného dopytu po výstupoch tohto sektora. Inak povedané, je to dodatočná pridaná hodnota z produkcie indukovaných výstupov.

Počiatočný efekt je rovný vektoru zamestnanosti pridanej hodnoty *ph*. V prípade Košického kraja pre sektor ubytovacích a stravovacích služieb je jeho hodnota 0,53. To znamená, že

z počiatočného efektu nárastu produkcie ubytovacích a stravovacích služieb o jedno euro sa zvýši pridaná hodnota vyplývajúca z tohto počiatočného efektu o 0,53 eura.

Efekt prvého kola v prípade ubytovacích a stravovacích služieb v Košickom kraji nadobúda hodnotu 0,091. To znamená, že dodatočná pridaná hodnota v Košickom kraji z produkcie dodatočnej jednotky výstupu v ubytovacích a stravovacích službách v prvom kole sa rovná 0,091 eura.

Efekt podpory priemyslu vyjadruje dodatočnú pridanú hodnotu z produkcie indukovanej z výstupov prvého kola (bez efektu prvého kola), ktoré v prípade ubytovacích a stravovacích služieb v Košickom kraji dosahujú hodnotu 0,013 eura.

Efekt indukovaný produkciou predstavuje zase dodatočnú pridanú hodnotu z produkcie jednotky výstupu prvého kola, všetkých ďalších indukovaných výstupov v ubytovacích a stravovacích službách t.j. v prípade Košického kraja 0,12 eura.

Efekt indukovaný spotrebou v prípade Košického kraja znamená, dodatočnú pridanú hodnotu v Košickom kraji indukovanú spotrebou domácností v kraji, teda 0,07 eura.

Jednoduchý multiplikátor ukazuje nárast pridanej hodnoty v Košickom kraji t.j. 0,65 eura indukovaných nárastom produkcie v ubytovacích a stravovacích službách o jedno euro.

Celkový multiplikátor ukazuje celkový nárast pridanej hodnoty v ekonomike Košického kraja z produkcie dodatočnej jednotky výstupu indukovanej všetkými kolami vrátane konečnej spotreby domácností. V prípade ubytovacích a stravovacích služieb Košického kraja tento multiplikátor nadobúda hodnotu približne 0,73 eura.

Jednoduchý multiplikátor Typ A - pridaná hodnota všetkých odvetví ekonomiky v Košickom kraji po počiatočnom a prvom kole indukovaných výstupov vzrastie dodatočne o 1,17 eur, za jednu dodatočnú jednotku pridanej hodnoty v ubytovacích a stravovacích službách v Košickom kraji.

Jednoduchý multiplikátor Typ B - pridaná hodnota všetkých odvetví ekonomiky v Košickom kraji po počiatočnom, prvom kole a efekte indukovanom produkciou vzrastie dodatočne o 1,23 eur, za jednu dodatočnú jednotu pridanej hodnoty v ubytovacích a stravovacích službách v Košickom kraji.

Celkový multiplikátor Typ A - 1,37 je hodnota dodatočnej pridanej hodnoty všetkých odvetví ekonomiky v Košickom kraji, vzhľadom k zvýšeniu pridanej hodnoty v ubytovacích a stravovacích službách o jednu dodatočnú jednotku. Hodnota zahŕňa aj pôvodnú dodatočnú jednotku príjmu.

Celkový multiplikátor Typ B – je podstate totožný s interpretáciou typu A bez pôvodnej dodatočnej jednotky pridanej hodnoty, teda v prípade ubytovacích a stravovacích služieb v Košickom kraji 0,37 eura

Posledné dve tabuľky zobrazujú všetky typy multiplikátorov v Košickom kraji pre sektor reklama a prieskum trhu a pre sektor tvorivých a umeleckých činností, knižníc a herní.

Tabuľka 8 Multiplikátory sektora reklama a prieskum trhu v Košickom kraji

Multiplikátor		Multiplikátory výstupu	Multiplikátory príjmu	Multiplikátory zamestnanosti	Multiplikátory pridanej hodnoty
Počiatočný efekt		1	0,203677	3,458392	0,347221
Efekt prvého kola		0,433408	0,083198	2,70283	0,182543
Efekt podpory priemyslu		0,223347	0,039131	1,571035	0,094093
Efekt indukovaný produkciou		0,656755	0,122329	4,273865	0,276636
Efekt indukovaný spotrebou		0,55965	0,040032	2,189876	0,107852
Jednoduchý multiplikátor		1,656755	0,326006	7,732256	0,623857
Celkový multiplikátor		2,216404	0,366038	9,922132	0,73171
Jednoduchý multiplikátor	Typ A	1,433408	1,40848	1,781528	1,525724
	Typ B	1,656755	1,600605	2,235796	1,796714
Celkový multiplikátor	Typ A	2,216404	1,797152	2,869002	2,107329
	Typ B	1,216404	0,797152	1,869002	1,107329

Zdroj: vlastné výpočty

Tabuľka 9 Multiplikátory tvorivých a umeleckých činností, knižníc a herní v Košickom kraji

Multiplikátor		Multiplikátory výstupu	Multiplikátory príjmu	Multiplikátory zamestnanosti	Multiplikátory pridanej hodnoty
Počiatočný efekt		1	0,131928	11,35685	0,774687
Efekt prvého kola		0,106643	0,016488	1,053309	0,066076
Efekt podpory priemyslu		0,029085	0,004328	0,223306	0,013265
Efekt indukovaný produkciou		0,135729	0,020816	1,276615	0,079341
Efekt indukovaný spotrebou		0,152427	0,010903	0,596438	0,029375
Jednoduchý multiplikátor		1,135729	0,152744	12,63346	0,854028
Celkový multiplikátor		1,288156	0,163648	13,2299	0,883403
Jednoduchý multiplikátor	Typ A	1,106643	1,124978	1,092747	1,085294
	Typ B	1,135729	1,157783	1,112409	1,102417
Celkový multiplikátor	Typ A	1,288156	1,240428	1,164927	1,140335
	Typ B	0,288156	0,240428	0,164927	0,140335

Zdroj: vlastné výpočty

2.6 Ekonomické prínosy projektu Košice Európske Hlavné mesto kultúry

Cieľom tejto časti je uskutočniť analýzu ekonomického dopadu projektu Košice EHMK 2013 na Košický kraj s využitím kvantifikovaných regionálnych multiplikátorov.

2.6.1 Projekt Košice EHMK 2013

Európske mestá s titulom EHMK nevyužívajú zvyčajne tento titul len na oslavu kultúry, zvýšenie počtu turistov v danom roku alebo na podporu aktivít kultúrnych inštitúcií. Podľa vzoru mesta Glasgow, ktoré bolo EHMK v roku 1990, sa mestá snažia využiť túto príležitosť na celkovú zmenu mesta stimulovanú kultúrou. Práve Glasgow je považovaný za prvý príklad mesta, v ktorom sa projekt EHMK použil primárne ako katalyzátor zmeny mesta. (Garcia, 2004). Program regenerácie mesta prostredníctvom kultúry bol založený na významných verejných investíciách do kultúrnej infraštruktúry a jeho úspech priniesol zrod pojmu „glasgowský model“ regenerácie mesta prostredníctvom kultúry. Hlavnou ideou je síce prilákať turistov do mesta, ale hlavne snažiť sa premeniť ho na atraktívne mesto pre prácu a život (Mooney, 2004). Úspech glasgowského modelu napomohol výrazné zvýšenie

verejných zdrojov venovaných na projekty EHMK. V mnohých prípadoch sa vybudovali kultúrne i architektonicky významné stavby, ktoré sa stali novými ikonickými atrakciami mesta. Napríklad otvorenie Guggenheimovho múzea v meste Bilbao v Španielsku ako súčasť stratégie regenerácie mesta a regiónu prostredníctvom kultúry znamenalo zásadnú úlohu pri odklonení evolučnej trajektórie mesta Bilbao z ekonomického úpadku a sociálnej deprivácie (hoci v prípade Bilbaa sa premena nerealizovala ako projekt EHMK, idea bola rovnaká) (Džupka, a iní, 2014). Navyšovaním verejných, ale aj súkromných zdrojov sa preto začal zvyšovať aj ekonomický význam projektov EHMK pre mestá a regióny, v ktorých boli realizované.

Mestu Košice bol udelený titul EHMK v roku 2008. Po vzore ostatných európskych miest sa Košice snažili využiť projekt aj na celkovú transformáciu mesta prostredníctvom kultúry. Hlavnými cieľmi Košického projektu EHMK 2013 bolo vytvoriť predovšetkým (Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013, n.o., 2013):

- Mesto, ktoré bude modernou, dynamickou a kreatívnou európskou metropolou. Projekt usiluje o transformáciu silného priemyselného mesta na post-industriálne mesto s kreatívnym potenciálom, univerzitným zázemím a novou kultúrnou infraštruktúrou.
- Nový model kultúrnych inštitúcií – Kasární/Kulturpark ako multižánrového kultúrneho centra a Kunsthalle v Košiciach ako novej výstavnej siene s medzinárodným programom.
- Umelecké rezidencie s mobilitou domácich a zahraničných umelcov.
- Podmienky pre kreatívnu ekonomiku a základňu pre ďalších kultúrnych operátorov, občianske združenia a umelecké skupiny.
- Posilniť komunitný rozvoj aktivizovaním obyvateľov predmestí a sídlisk v rámci programu SPOTs, podporiť dimenziu kultúr rozličných sociálnych, náboženských skupín a menšinovej kultúry.
- Novú kultúrnu metropolu 21. storočia v stredoeurópskom priestore s trvalo udržateľným rozvojom, zlepšením životného prostredia a rozvojom turizmu a cestovného ruchu.

Z verejných zdrojov bolo na rekonštrukciu existujúcej, ale hlavne na vytvorenie novej kultúrnej infraštruktúry vynaložených viac ako 70 mil. eur. Finančné zdroje boli vyčlenené v rámci samostatnej prioritnej osi Regionálneho operačného programu SR. Čerpať tieto zdroje mohli vopred určení vlastníci z kultúrnej infraštruktúry Košického kraja. Nasledujúca tabuľka dáva prehľad o kultúrnej infraštruktúre podporenej v rámci projektu Košice EHMK 2013.

Tabuľka 10 Investičné projekty EHMK 2013.

Projekty mesta Košice	Projekty Košického samosprávneho kraja	Projekty Ministerstva Kultúry SR	Projekty vybraných neziskových organizácií
Mestský park	Rekonštrukcia budovy Východoslovenského múzea	Vedecko-technické centrum pre deti a mládež	Dóm sv. Alžbety
SPOTS	Východoslovenská galéria	Rekonštrukcia budovy ŠVK	Kaštieľ v Krásnej
Parky Komenského a Moyzesova	Bábkové divadlo v Košiciach	Rekonštrukcia Malej scény ŠDKE	
Ulička remesiel	Nádvorie Barkóczyho paláca		
Kunsthalle	Verejná knižnica J. Bocatia		
Amfiteáter	Divadlo Thália		
Hrad	Lapidárium a ulička remesiel		
Kasárne Kulturpark			

Zdroj: vlastné spracovanie

Program projektu EHMK bol koncipovaný tak, aby zaujal čo najširšie spektrum divákov. Nebol prioritne zameraný na organizáciu masových komerčných podujatí, jeho cieľom bolo skôr predstaviť obyvateľom mesta nové, moderné a netradičné formy umenia a turistom ukázať mesto Košice vo svetle moderného umenia a kreativity. Program bol podľa (Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013, n.o., 2013) koncipovaný v piatich líniách:

- *Laboratórium živej kultúry* – prezentácia a propagácia všetkých druhov súčasnej kultúry vrátane inovatívnych, alternatívnych a experimentálnych polôh. Dôležitá v tejto línii bola aj stimulácia domácej kultúrnej scény sprostredkovaním nových foriem kultúry verejnosti.
- *Otvorený verejný priestor* – modelovanie nového mediálneho priestoru, priestoru ulíc a námestí pomocou podujatí mimo kamenných inštitúcií.
- *Košické živly – svetlo, voda a zvuk* – realizácia špecifických a netradičných podujatí, ktoré pracujú s fenoménom svetla, zvuku a vody a využívajú ich ako hlavný umelecký prostriedok.
- *Vpred ku tradícii – vpred ku koreňom* - prezentácia tradičnej, autentickej kultúry, podpora tradičných festivalov a klasických foriem umenia a preferovanie vlastných silných obdobností kultúry 20. storočia.
- *Putujúce mesto* – zviditeľnenie Košíc a regiónu východného Slovenska a propagácia súčasného umenia na lokálnej, národnej a medzinárodnej úrovni.

Z finančného pohľadu bola realizácia programu financovaná opätovne z verejných zdrojov, hlavne z rozpočtu mesta Košice, Košického samosprávneho kraja a dotačného programu Ministerstva Kultúry SR (MK SR). Rok po udelení titulu EHMK bol v dotačnom programe MK SR vytvorený samostatný program pre projekt EHMK. Dotačný program Európske hlavné mesto kultúry 2013 – Košice má dve opatrenia:

- Opatrenie 3.1 - Podpora kľúčových podujatí a dlhodobých rozvojových projektov Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013
- Opatrenie 3.2 - Podpora sprievodných podujatí a projektov súvisiacich s projektom Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013

Nasledujúca tabuľka ukazuje počet podporených kultúrnych podujatí a celkovú alokovanú sumu finančných prostriedkov na jednotlivé projekty podporené z dotačného programu MK SR.

Tabuľka 11 Počet podporených kultúrnych podujatí z dotačného programu MK SR.

Opatrenie/Rok	2012		2013	
	Počet podporených kultúrnych programov	Celková suma finančných prostriedkov v EUR	Počet podporených kultúrnych programov	Celková suma finančných prostriedkov v EUR
Opatrenie 3.1	17	1 235 202	20	1 684 170
Opatrenie 3.2	166	2 046 798	129	1 623 910

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov MK SR

2.6.2 Metodológia zberu dát

Dáta potrebné pre účely kvantifikácie ekonomických prínosov projektu Košice EHMK pochádzajú z dvoch zdrojov. Prvým zdrojom je primárny výskum, ktorého cieľom pre potreby stanovenia ekonomických prínosov je predovšetkým popísať štruktúru návštevníkov, identifikovať ich výdavky a zistiť ďalšie potrebné informácie o správaní sa respondentov tak, aby bolo možné určiť ekonomické prínosy. Ďalšie zdroje poskytujú rámcové informácie o celkovom počte návštevníkov, priamych výdavkoch na realizáciu projektu, resp. informácie potrebné pre kvantifikáciu regionálnych multiplikátorov.

Na podnet mesta Košice bol v rokoch 2012 a 2013 realizovaný dotazníkový výskum s názvom „Prieskum vplyvu EHMK na mesto Košice“. V roku 2012 bol výskum realizovaný od októbra do decembra a v roku 2013 počas celého roka. Zber údajov bol realizovaný prostredníctvom siete vyškolených anketárov. Cieľovými skupinami boli obyvatelia mesta Košice a návštevníci zo Slovenska a zo zahraničia. Údaje boli zozbierané metódou štandardizovaných osobných rozhovorov zaznamenávaných do dotazníka.

Dotazník bol v troch farebne odlišených variantoch pre lepšiu orientáciu anketárov a spracovanie dát. Biely dotazník bol určený pre obyvateľov Košíc, zelený dotazník pre návštevníkov zo Slovenska a oranžový variant (v anglickom jazyku) vyplňali zahraniční návštevníci. Prieskum bol realizovaný priamo na podujatiach EHMK 2013. Jeho cieľom bolo získať údaje o počte a štruktúre návštevníkov, o ich názore na podujatie a o výdavkoch návštevníkov súvisiacich s daným podujatím. Nasledujúca tabuľka popisuje podujatia, na ktorých sa realizoval dotazníkový prieskum.

Tabuľka 12 Podujatia na ktorých bol realizovaný výskum

2012	2013
Biela noc	Otvárací ceremoniál Košice - EHMK 2013
Festival rozmanitosť	Biela noc
Moonride	Festival Use the city
Dni nove hudby – ISCM	Konvergenzie
	Virvar
	Imaginácie
	Košice Gurmán fest
	Návrat vody do mesta
	Leto v parku
	Košická šarkaniáda
	ISCM World New Music Days 2013
	Záverečný ceremoniál

Zdroj: Vlastné spracovanie

Jednotlivé podujatia boli vybrané tak, aby pokryli čo najširšie spektrum podujatí, reprezentatívne podľa cieľových skupín podujatí, druhu prezentovaného umenia, času a miesta organizácie.

Tabuľka 13 Počet respondentov podľa typu

Typ návštevníka/Rok	2012	2013
Košičania	781	1 522
Domáci turisti	168	581
Zahraniční turisti	28	94
Spolu	977	2 197

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

2.6.3 Identifikácia merateľných ekonomických vplyvov projektu Košice EHMK 2013

Najdôležitejšou úlohou pri identifikácii merateľných ekonomických vplyvov projektu je stanovenie všeobecných východísk. V prvom rade je potrebné dobre zadefinovať objekt ohodnotenia. V tomto prípade je objektom hodnotenia projekt Košice EHMK 2013. Cieľom hodnotenia je kvantifikácia ekonomických prínosov tohto projektu. Ako bolo uvedené, ekonomické prínosy vznikajú iba vtedy, ak použité zdroje znamenajú také ekonomické aktivity v lokalite/území, ku ktorým by bez realizácie analyzovanej kultúrnej akcie nedošlo. To znamená, že cieľom je identifikovať len navýšenú ekonomickú aktivitu v Košickom kraji, ktorú je možné jednoznačne pripísať projektu Košice EHMK 2013 a ktorá by bez realizácie tohto projektu nevznikla.

Posledným všeobecným východiskom je stanovenie obdobia hodnotenia. V prípade jednorazových kultúrnych akcií je stanovenie obdobia totožné s konkrétnym obdobím realizácie tejto akcie. Pre projekt typu EHMK však stanovenie obdobia nie je jednoznačné. V prípade Košíc bol titul udelený v roku 2008. Hneď v ďalších rokoch sa pomaly začali rozbiehať aktivity súvisiace s týmto projektom, ktoré by už mohli byť zaradené do kategórie

ekonomických prínosov. Na druhej strane početnosť týchto aktivít, ako aj ich ekonomický význam bol v prvých rokoch relatívne malý.

Jednou z najdôležitejších častí kvantifikácie ekonomických prínosov je prínos výdavkov návštevníkov mimo Košíc. Pre odhad týchto výdavkov je však potrebný masívny primárny výskum. V prípade Košíc tento výskum začal až v roku 2012. S rokom 2012 sa spája aj začiatok realizácie investičných projektov v meste. Samozrejme, najvýznamnejšia časť kultúrnych aktivít, výdavkov turistov aj ukončenie stavebných prác na kultúrnej infraštruktúre (investičných projektov) sa spája s rokom 2013. Z uvedených dôvodov budeme hodnotiť obdobie rokov 2012-2013. Tieto všeobecné východiská môžeme zrekapitulovať nasledovne:

Objekt hodnotenia: Projekt Košice EHMK

Cieľ hodnotenia: Ekonomické prínosy projektu

Hodnotené obdobie: Roky 2012-2013

Územie: Košický kraj

Po stanovení všeobecných predpokladov môžeme pristúpiť k identifikácii merateľných ekonomických vplyvov. Za hlavné ekonomické aktivity 2013 jednoznačne priradiťné projektu Košice EHMK 2013 môžeme považovať:

- výstavbu novej kultúrnej infraštruktúry súvisiacej s projektom Košice EHMK 2013,
- aktivity realizátorov projektu (Mesto Košice, Košický samosprávny kraj) spojené s programom projektu,
- ekonomickú aktivitu návštevníkov podujatí projektu Košice EHMK 2013

Výdavky na výstavbu kultúrnej infraštruktúry

Na realizáciu projektu boli vyčlenené zdroje zo samostatnej prioritnej osi Regionálneho Operačného programu SR. Vopred určenými žiadateľmi boli:

- Mesto Košice,
- Košický samosprávny kraj,
- Ministerstvo kultúry SR,
- Perly gotickej cesty n.o.,
- Zachráňme kaštieľ v Krásnej, n.o.

Nasledujúca tabuľka popisuje investičné projekty realizované v súvislosti s projektom Košice EHMK 2013 všetkými žiadateľmi, ako aj celkovú výšku investície.

Tabuľka 14 Investičné projekty Košice EHMK 2013

<i>Investičné projekty mesta Košice</i>	Celkové náklady s DPH
Mestský park	7 174 409,93 €
SPOTS	1 611 277,33 €
Parky Komenského a Moyzesova	2 645 740,85 €
Ulička remesiel	1 020 663,52 €
Kunsthalle	8 418 855,69 €
Amfiteáter	990 541,61 €
Hrad	887 483,41 €
Kasárne Kulturpark	26 921 748,72 €
SPOLU mesto Košice	49 670 721,06 €

Investičné projekty Košického samosprávneho kraja	Celkové náklady s DPH
Rekonštrukcia budovy Východoslovenského múzea	3 328 528,52 €
Východoslovenská galéria	3 603 835,51 €
Bábkové divadlo v Košiciach	618 084,00 €
Nádvorie Barkóczyho paláca	638 913,21 €
Verejná knižnica J. Bocatia	1 608 912,68 €
Divadlo Thália	545 883,88 €
Lapidárium a ulička remesiel	1 635 773,89 €
SPOLU Košický samosprávny kraj	11 979 931,69 €
Investičné projekty Ministerstva kultúry SR	Celkové náklady s DPH
Vedecko-technické centrum pre deti a mládež	1 028 880,00 €
Rekonštrukcia budovy ŠVK	604 563,72 €
Rekonštrukcia Malej scény ŠDKE	3 545 003,55 €
SPOLU Ministerstvo kultúry SR	5 178 447,27 €
Investičné projekty neziskových organizácií	Celkové náklady s DPH
Dóm sv. Alžbety	3 145 375,62 €
Kaštieľ v Krásnej	1 277 395,27 €
Spolu neziskové organizácie	4 422 770,89 €
Projekt Košice EHMK 2013 SPOLU	71 251 870,91 €

Zdroj: vlastné spracovanie na základe informácií od žiadateľov.

Výdavky na realizáciu programu projektu Košice EHMK 2013

Hlavnými nositeľmi aktivít súvisiacich s projektom boli Mesto Košice (prostredníctvom svojej organizácie Košice EHMK 2013, n.o.) a Košický samosprávny kraj (KSK) (prostredníctvom vlastného projektu Terra Incognita). Ich výdavky v rokoch 2012 a 2013, ktoré priamo súvisia s projektom Košice EHMK 2013 znázorňuje nasledujúca tabuľka:

Tabuľka 15 Výdavky hlavných nositeľov projektu Košice EHMK 2013 na program

Výdavky na projekt Košice EHMK 2013	EUR s DPH	
Mesto Košice	2012	2013
Mzdové výdavky EHMK 2013	782 722,00 €	993 496,00 €
Výdavky na program	1 511 205,00 €	2 744 774,10 €
Marketing	309 564,33 €	392 387,00 €
Zariadenie - vybavenie	37 533,25 €	56 661,18 €
Ďalšie výdavky	421 828,42 €	459 785,72 €
Mesto Košice SPOLU	3 062 853,00 €	4 647 104,00 €
Košický samosprávny kraj	2012	2013
Mzdové výdavky EHMK 2013	19 376,99 €	70 978,56 €
Výdavky na program	730 329,00 €	354 773,00 €
Marketing	18 756,00 €	178 037,00 €
Zariadenie - vybavenie	0,00 €	0,00 €
Ďalšie výdavky	314 919,00 €	310 316,00 €
Košický samosprávny kraj SPOLU	1 083 380,99 €	914 104,56 €

Zdroj: vlastné spracovanie na základe informácií od mesta Košice a KSK.

Mzdové výdavky mesta Košice súvisia priamo s novoprijatými zamestnancami do organizácie Košice EHMK 2013, n.o. a mzdové výdavky KSK súvisia s dodatočnými mzdovými výdavkami súvisiacimi s implementáciou programu Terra Incognita. Mzdové výdavky predstavujú celkové náklady na zamestnancov (tzv. superhrubú mzdu). Výdavky na program v prípade mesta Košice obsahujú aj dotáciu obdržanú z dotačného programu Ministerstva Kultúry SR – Opatrenie 3.1. V prípade KSK ide o výdavky financované z rozpočtu Úradu Košického samosprávneho kraja.

Pre vytvorenie celkového obrazu o dodatočných výdavkoch na zabezpečenie programu projektu Košice EHMK 2013, ktoré boli realizované v Košickom kraji, je potrebné ešte dopočítať výdavky na projekty realizované ostatnými subjektmi a financovanými z opatrenia 3.2 dotačného programu Ministerstva Kultúry SR pre projekt EHMK.

Tabuľka 16 Objem finančných prostriedkov z opatrenia 3.3 dotačného programu Ministerstva Kultúry SR pre projekt EHMK.

Opatrenie/Rok	2012		2013	
	Počet podporených kultúrnych programov	Celková suma finančných prostriedkov v EUR	Počet podporených kultúrnych programov	Celková suma finančných prostriedkov v EUR
Opatrenie 3.2	166	2 046 798	129	1 623 910

Zdroj: Ministerstvo kultúry SR.

Výdavky návštevníkov podujatí projektu Košice EHMK 2013

Pre stanovenie vplyvu výdavkov návštevníkov je potrebné odhadnúť absolútnu hodnotu výdavkov všetkých návštevníkov podujatí EHMK, ktoré znamenajú dodatočný ekonomický prínos pre región. Prakticky jedinou možnosťou ako kvantifikovať výdavky návštevníkov projektu Košice EHMK 2013 je primárny dotazníkový prieskum, na základe ktorého je možné určiť priemerné výdavky jednotlivých typov návštevníkov. Podľa metodológie popísanej vyššie je potrebné triediť návštevníkov minimálne do troch kategórií:

- Lokálni návštevníci – Košičania,
- Domáci turisti – návštevníci z ostatných častí Slovenska (mimo Košíc),
- Zahraniční turisti – návštevníci mimo Slovenska.

Z pohľadu výdavkov môžeme domácich turistov z analýzy vylúčiť, pretože výdavky ktoré lokálni návštevníci mali na podujatiach Košice EHMK 2013, by v prípade, že by sa tieto podujatia neuskutočnili, s vysokou pravdepodobnosťou aj tak realizovali v regióne. Preto absolútna väčšina výdavkov lokálnych návštevníkov nespĺňa podmienku pre kvantifikáciu ekonomických prínosov projektu Košice EHMK 2013.

Nasledujúce tabuľky popisujú základnú štruktúru výdavkov priemerného turistu (domáceho a zahraničného) na podujatiach EHMK v rokoch 2012 a 2013. Tieto údaje boli získané z dotazníkového prieskumu realizovaného na vybraných podujatiach EHMK v analyzovaných rokoch.

Tabuľka 17 Priemerné výdavky domácich turistov .

Domáci turisti	2012	2013
Priemerné výdavky na ubytovanie a stravovanie	19 €	20 €
Priemerné výdavky v obchodoch	11 €	15 €
Priemerné výdavky na dopravu	14 €	10 €
Spolu	45 €	45 €

Zdroj: Výskum v rámci evaluácie projektu Košice EHMK 2013

Tabuľka 18 Priemerné výdavky zahraničných turistov.

Zahraniční turisti	2012	2013
Priemerné výdavky na ubytovanie a stravovanie	92 €	127 €
Priemerné výdavky v obchodoch	45 €	140 €
Priemerné výdavky na dopravu	24 €	20 €
Spolu	160 €	287 €

Zdroj: Výskum v rámci evaluácie projektu Košice EHMK 2013

Ďalším krokom nevyhnutným pre stanovenie absolútnej hodnoty výdavkov je odhad počtu návštevníkov a ich štruktúru. Odhadnúť počet návštevníkov na projekte ako EHMK je relatívne komplikované, pretože sa skladá z veľkého množstva podujatí, ktoré sa realizujú na rôznych miestach a v rôznych časoch. Jednou z možností, ktorá bola použitá aj v našom prípade, je určiť počet návštevníkov na základe správ organizátorov jednotlivých podujatí. V projekte EHMK 2013 boli celkové počty návštevníkov odhadnuté nasledovne:

- Hlavné podujatia EHMK – organizované Košice EHMK 2013,n.o.
- Sprievodné podujatia EHMK – rôzni organizátori
- Podujatia Terra Incognita – organizované Košickým samosprávnym krajom.

Organizácia Košice EHMK, n.o. poskytla oficiálne počty návštevníkov, ktoré odhadujú, že sa zúčastnili na hlavných podujatiach EHMK. Tak isto Úrad Košického samosprávneho kraja poskytol oficiálne kvalifikované odhady návštevníkov na nimi organizovaných podujatiach. Problémom bolo kvantifikovať počet návštevníkov na sprievodných podujatiach, keďže ich počet dosiahol takmer 300 a boli organizované mnohými subjektmi. Oficiálne boli tieto sprievodné podujatia finančne podporené z dotačného programu Ministerstva kultúry SR – opatrenie 3.2. Všetci organizátori pri vyúčtovaní grantu mali povinnosť uviesť odhad návštevníkov, ktorý sa na nimi organizovanom podujatí zúčastnili. Na základe Zákona o slobodnom prístupe k informáciám bolo Ministerstvo kultúry SR požiadané o sprístupnenie týchto informácií. Je potrebné poznamenať, že údaje o návštevnosti zo všetkých zdrojov sú naozaj iba odhadmi, pretože na väčšinu podujatí sa nevyberalo vstupné a zároveň tie najväčšie z nich sa konali na otvorených priestranstvách. Nasledujúca tabuľka popisuje oficiálne odhady návštevníkov na podujatiach EHMK.

Tabuľka 19 Odhad počtu návštevníkov na podujatiach Košice EHMK 2013

Odhadovaný počet návštevníkov na podujatiach EHMK	rok		Spolu
	2012	2013	
Hlavné podujatia EHMK (mesto Košice)	174 564	247 481	422 045
Sprievodné podujatia EHMK	2 056 200	2 900 000	4 956 200
Podujatia KSK	0	45 100	45 100
Spolu	2 230 764	3 192 581	5 423 345

Zdroj: Mesto Košice, Košický samosprávny kraj, Ministerstvo Kultúry SR.

Posledným krokom pred samotnou kvantifikáciou hodnoty výdavkov návštevníkov je odhad rozdelenia celkového počtu návštevníkov podľa jednotlivých typov (lokálni, domáci a zahraniční turisti). Oficiálne údaje o počte domácich a zahraničných turistov, ktorí navštívili podujatia EHMK neexistujú. Preto jednou možnosťou ako určiť ich podiel je na základe dotazníkového prieskumu. Nasledujúca tabuľka zobrazuje odhad štruktúry návštevníkov podujatí Košice EHMK 2013 na základe dotazníkového výskumu.

Tabuľka 20 Odhadované zloženie návštevníkov na podujatiach EHMK podľa typu návštevníka

Typ návštevníka	2012		2013	
	%	počet	%	počet
Lokálni návštevníci - Košičania	80%	1 784 611	67%	2 212 459
Domáci turisti	17%	379 230	25%	842 841
Zahraniční turisti	3%	66 923	4%	137 281
SPOLU	100%	2 230 764	100%	3 192 581

Zdroj: vlastné výpočty

Ako je možné vidieť, medzi rokmi 2012 a 2013 došlo iba k miernemu navýšeniu podielu zahraničných návštevníkov na celkovom počte návštevníkov. Na druhej strane sa významnejším spôsobom zvýšil podiel domácich turistov, ktorí sa prišli pozrieť na podujatia v roku, v ktorom bolo mesto Košice oficiálne Európskym hlavným mestom kultúry.

Samotnú kvantifikáciu hodnoty výdavkov návštevníkov môžeme uskutočniť až po úprave takto získaných dát tak, aby sme mohli získané výsledky považovať za realistické.

2.6.4 Spracovanie a úprava dát pre analýzu ekonomických dopadov

Úprava priamych výdavkov

Všetky priame výdavky je prvom rade potrebné očistiť o daň z pridanej hodnoty (DPH). Mzdové výdavky je potrebné podľa platnej legislatívy očistiť o všetky dane a poplatky a vypočítať tak čistý príjem zamestnancov. Z čistého príjmu zamestnancov je potrebné odpočítať časť ich príjmu, ktorú si zamestnanci odkladajú vo forme úspor. To je možné urobiť prostredníctvom odhadu sklonu k úsporám (predpokladáme, že sklon k úsporám v národnej ekonomike je podobný so sklonom k úsporám v regionálnej ekonomike). Nasledujúce tabuľky potom popisujú priame výdavky súvisiace s projektom Košice EHMK 2013 v ich očistenej forme.

Tabuľka 21 Priame investičné výdavky bez DPH

<i>Investičné projekty mesta Košice</i>	<i>Celkovo bez DPH</i>
Mestský park	5 978 674,94 €
SPOTS	1 342 731,11 €
Parky Komenského a Moyzesova	2 204 784,04 €
Ulička remesiel	850 552,93 €
Kunsthalle	7 015 713,08 €
Amfiteáter	825 451,34 €
Hrad	739 569,51 €
Kasárne Kulturpark	22 434 790,60 €
SPOLU mesto Košice	41 392 267,55 €
<i>Investičné projekty Košického samosprávneho kraja</i>	<i>Celkovo bez DPH</i>
Rekonštrukcia budovy Východoslovenského múzea	2 773 773,77 €
Východoslovenská galéria	3 003 196,26 €
Bábkové divadlo v Košiciach	515 070,00 €
Nádvorie Barkóczyho paláca	532 427,68 €
Verejná knižnica J. Bocatia	1 340 760,57 €
Divadlo Thália	454 903,23 €
Lapidárium a ulička remesiel	1 363 144,90 €
SPOLU Košický samosprávny kraj	9 983 276,40 €
<i>Investičné projekty Ministerstva kultúry SR</i>	<i>Celkovo bez DPH</i>
Vedecko-technické centrum pre deti a mládež	857 400,00 €
Rekonštrukcia budovy ŠVK	503 803,10 €
Rekonštrukcia Malej scény ŠDKE	2 954 169,63 €
SPOLU Ministerstvo kultúry SR	4 315 372,73 €
<i>Investičné projekty neziskových organizácií</i>	<i>Celkovo bez DPH</i>
Dóm sv. Alžbety	2 621 146,35 €
Kaštieľ v Krásnej	1 064 496,06 €
Spolu neziskové organizácie	3 685 642,41 €
Projekt Košice EHMK 2013 SPOLU	59 376 559,09 €

Zdroj: vlastné výpočty

Po úprave investičných výdavkov, je ešte potrebné upraviť ostatné priame výdavky. Nasledujúca tabuľka popisuje úpravy ostatných výdavkov spolu za mesto Košice, Košický samosprávny kraj a organizácie financovaných dotačným programom Ministerstva kultúry SR v rámci opatrenia 3.2. Všetky výdavky sú očistené o DPH, mzdy zamestnancov pôvodne uvádzané ako superhrubé (t.j. vrátane všetkých odvodov a daní) sú prepočítané na čistý disponibilný príjem. Následne je potrebné odpočítať úspory domácností prostredníctvom sklonu k úsporám (8 percent).

Tabuľka 22 Úprava ostatných priamych výdavkov

Typ úpravy	Úprava výdavkov	2012	2013	Spolu
Úprava na čistú mzdu	Mzdové výdavky EHMK 2013	451 902,57 €	599 724,97 €	1 051 627,54 €
bez úspor (8% -sklon k úsporám)	Mzdové výdavky EHMK 2013	415 750,37 €	551 746,97 €	967 497,34 €
bez DPH	Výdavky na program	3 573 610,00 €	3 936 214,25 €	7 509 824,25 €
bez DPH	Marketing	273 600,28 €	475 353,33 €	748 953,61 €
bez DPH	Zariadenie - vybavenie	31 277,71 €	47 217,65 €	78 495,36 €
bez DPH	Ďalšie výdavky	613 956,18 €	641 751,43 €	1 255 707,62 €
Spolu		5 360 097,10 €	6 252 008,60 €	11 612 105,71 €

Zdroj: vlastné výpočty

Úprava počtu návštevníkov a ich výdavkov

V prvom kroku je potrebné zrealizovať počet návštevníkov, a to pomocou koeficientu opätovnej návštevy. Cieľom je zamedziť dvojitému započítaniu návštevníkov, ktorých výdavky sa zaznamenali na viacerých podujatiach.

Tabuľka 23 Zdroje informácií z dotazníkového prieskumu pre výpočet koeficientu redukcie

Koeficient opätovnej návštevy	Rok					
	2012			2013		
Navštívili ste v tomto roku podujatie EHMK	% kladných odpovedí	Priemerný počet navštívených podujatí	% záporných odpovedí	% kladných odpovedí	Priemerný počet navštívených podujatí	% záporných odpovedí
Domáci turisti	71%	2	29%	70%	3,22	30%
Zahraniční turisti	61%	2	39%	58%	2	42%

Zdroj: vlastné výpočty

Dosadením informácií získaných z dotazníkového prieskumu do vzorca uvedeného v metodologickej časti:

$$K_{on} = \left(N_{pe} + \frac{A_{pe}}{PP_{pr}} \right),$$

pričom K_{on} je koeficient opätovnej návštevy, N_{pe} je percento návštevníkov, ktorí uviedli že boli iba na jednom podujatí, A_{pe} je percento návštevníkov, ktorí uviedli že boli na viacerých podujatiach, PP_{pr} je priemerný počet podujatí, ktoré títo respondenti navštívili. Následne môžeme odhadnúť tzv. redukovaný počet návštevníkov (počet unikátnych návštevníkov), a to nasledovne:

$$R_{pn} = K_{on} * C_{pn},$$

Kde R_{pn} je redukovaný počet návštevníkov a C_{pn} je celkový počet návštevníkov.

Prepočtom získavame redukovaný počet návštevníkov:

Tabuľka 24 Zredukovaný počet návštevníkov Košice EHMK 2013

Redukovaný počet návštevníkov	2012	2013	SPOLU
Redukovaný počet domácich turistov	219 888	436 079	655 967
Redukovaný počet zahraničných turistov	46 612	97 675	144 287
SPOLU	266 500	533 754	800 254

Zdroj: vlastné výpočty

V druhom kroku kvantifikujeme koeficient redukcie, ktorého cieľom je vylúčiť z analýzy tie výdavky návštevníkov, ktoré nesúvisia priamo s podujatiami Košice EHMK 2013. Podľa metodológie dosadíme do vzorca pre koeficient redukcie

$$K_{re} = (t_1 \times 1) + (t_2 \times 0,5) + (t_3 \times 0),$$

V našom prípade bola otázka v dotazníkovom prieskume postavená podrobnejšie: „Aký význam má toto podujatie pre Vašu návštevu Košíc od 1 do 10?“, pričom 10 znamenalo maximálny význam a 1 minimálny význam. Keďže dotazníky sa zbierali priamo na podujatiach pri odpovediach 1 môžeme predpokladať, že návštevník sa na podujatí zúčastnil náhodou popri iných aktivitách v regióne. Na základe tejto úvahy boli výdavky návštevníkov, ktorí uviedli číslo 1 násobené koeficientom 0,1. Podobne pri ostatných odpovediach boli priemerné výdavky znižované podľa toho, aký význam malo podujatie EHMK na ich návštevu Košíc. Výsledky uvádzajú nasledovné tabuľky:

Tabuľka 25 Významnosť návštevy EHMK domáci turisti 2012

Odpoveď	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	KOEf. REDUK- CIE
% odpovedí	5%	4%	3%	4%	13%	4%	8%	16%	6%	38%	
% započítaných výdavkov	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	
Koeficient výdavkov	0,0047	0,0083	0,0089	0,0166	0,0625	0,0214	0,0583	0,1285	0,0535	0,375	0,74

Zdroj: vlastné výpočty

Tabuľka 26 Významnosť návštevy EHMK zahraniční turisti 2012

Odpoveď	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	KOEf. REDUK- CIE
% odpovedí	14%	18%	7%	7%	21%	7%	4%	7%	0%	14%	
% započítaných výdavkov	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	
Koeficient výdavkov	0,0143	0,0357	0,0214	0,0286	0,1071	0,0429	0,0250	0,0571	0,0000	0,1429	0,47

Zdroj: vlastné výpočty

Tabuľka 27 Významnosť návštevy EHMK domáci turisti 2013

Odpoveď	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	KOEf. REDUK- CIE
% odpovedí	6%	10%	11%	10%	13%	9%	11%	11%	3%	14%	
% započítaných výdavkov	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	
Koeficient výdavkov	0,0064	0,0207	0,0325	0,0394	0,0665	0,0532	0,0793	0,0906	0,0310	0,1429	0,56

Zdroj: vlastné výpočty

Tabuľka 28 Významnosť návštevy EHMK zahraniční turisti 2013

Odpoveď	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	KOEf. REDUKCI E
% odpovedí	0%	10%	0%	20%	30%	15%	10%	10%	0%	5%	
% započítaných výdavkov	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	
Koeficient výdavkov	0,0000	0,0200	0,0000	0,0800	0,1500	0,0900	0,0700	0,0800	0,0000	0,0500	0,54

Zdroj: vlastné výpočty

Odhad celkových výdavkov návštevníkov EHMK 2013

Výpočet koeficientu opätovnej návštevy a koeficientu redukcie umožňuje konečný výpočet výdavkov návštevníkov, ktoré priamo súvisia s projektom Košice EHMK 2013.

Priemerné výdavky domácich a zahraničných turistov sú uvedené v tabuľkách 34 a 35. Vynásobením týchto priemerných výdavkov s príslušným redukovaným počtom turistov z tabuľky 29 dostaneme celkové výdavky turistov. Aplikáciou koeficientu redukcie na tieto výdavky následne dostávame redukované výdavky turistov. Postup výpočtu ukazujú nasledujúce tabuľky:

Tabuľka 29 Výpočet redukovaných výdavkov domácich turistov

Celkové výdavky			Spolu
Domáci turisti	2012	2013	
Redukovaný počet domácich turistov	219 888	436 079	655 967
Výdavky na ubytovanie a stravovanie	4 265 823 €	8 721 576 €	12 987 399 €
Výdavky v obchodoch	2 500 124 €	6 541 182 €	9 041 306 €
Výdavky na dopravu	3 078 429 €	4 360 788 €	7 439 217 €
Koeficient redukcie	0,74	0,56	Spolu
Redukované výdavky na ubytovanie a stravovanie	3 148 584 €	4 906 424 €	8 055 007 €
Redukované výdavky v obchodoch	1 845 330 €	3 679 818 €	5 525 147 €
Redukované výdavky na dopravu	2 272 174 €	2 453 212 €	4 725 386 €
Spolu redukované výdavky	7 266 087 €	11 039 453 €	18 305 540 €

Zdroj: vlastné výpočty

Tabuľka 30 Výpočet redukovaných výdavkov zahraničných turistov

Celkové výdavky			Spolu
Zahraniční turisti	2012	2013	
Redukovaný počet zahraničných turistov	46 612	97 675	144 287
Výdavky na ubytovanie a stravovanie	4 275 702 €	12 404 778 €	16 680 480 €
Výdavky v obchodoch	2 097 532 €	13 674 559 €	15 772 090 €
Výdavky na dopravu	1 095 378 €	1 953 508 €	3 048 886 €
Koeficient redukcie	0,48	0,54	Spolu
Redukované výdavky na ubytovanie a stravovanie	2 030 958 €	6 698 580 €	8 729 539 €
Redukované výdavky v obchodoch	996 328 €	7 384 262 €	8 380 589 €
Redukované výdavky na dopravu	520 304 €	1 054 895 €	1 575 199 €
Spolu redukované výdavky	3 547 590 €	15 137 736 €	18 685 327 €

Zdroj: vlastné výpočty

Tabuľka 31 Výpočet redukovaných výdavkov spolu

Celkové výdavky s DPH			Spolu
SPOLU	2012	2013	
Redukovaný počet turistov	266 500	533 754	800 254
Redukované výdavky na ubytovanie a stravovanie	5 179 542 €	11 605 004 €	16 784 546 €
Redukované výdavky v obchodoch	2 841 657 €	11 064 079 €	13 905 737 €
Redukované výdavky na dopravu	2 792 478 €	3 508 106 €	6 300 584 €
Spolu redukované výdavky	10 813 677 €	26 177 190 €	36 990 867 €

Zdroj: vlastné výpočty

V poslednom kroku je ešte potrebné očistiť od DPH aj výdavky turistov. Nasledujúca tabuľka popisuje výdavky turistov bez DPH.

Tabuľka 32 Výpočet redukovaných výdavkov spolu bez DPH

Celkové výdavky bez DPH			Spolu
SPOLU	2012	2013	
Redukovaný počet turistov	266 500	533 754	800 254
Redukované výdavky na ubytovanie a stravovanie	4 316 285 €	9 670 837 €	13 987 121 €
Redukované výdavky v obchodoch	2 368 048 €	9 220 066 €	11 588 114 €
Redukované výdavky na dopravu	2 327 065 €	2 923 422 €	5 250 487 €
Spolu redukované výdavky	9 011 398 €	21 814 325 €	30 825 722 €

Zdroj: vlastné výpočty

2.6.5 Výber vhodných regionálnych multiplikátorov

Prvotné napočítanie dodatočných ekonomických vplyvov nemožno považovať za celkový ekonomický vplyv projektu Košice EHMK 2013 na Košický kraj. Ide o počiatočný dodatočný impulz, ktorý v niektorých ekonomických odvetviach v regióne vyvolal zvýšený dopyt po tovaroch a službách z ostatných odvetví v regióne, ale aj z iných regiónov. Zvýšená intenzita obchodu v regióne spôsobená týmito prvotnými výdavkami spôsobuje, že celkový ekonomický dopad projektu je vyšší ako jeho prvotné výdaje. Kvantifikovať tento celkový ekonomický dopad môžeme prostredníctvom regionálnych multiplikátorov, ktorých odvodenie sme si popísali vyššie.

Pre správnosť výpočtu je potrebné zvoliť regionálne multiplikátory tých odvetví, ktoré boli priamo ovplyvnené prvotnými výdavkami projektu Košice EHMK 2013. Nasledujúce výdavky možno charakterizovať ako tie, ktoré sú vyvolané projektom Košice EHMK 2013:

- Investície do výstavby a rekonštrukcie kultúrnej infraštruktúry,
- Výdavky na program,
- Výdavky na marketing a propagáciu,
- Zariadenia a iné nákupy,
- Mzdy zamestnancov nových kultúrnych organizácií zodpovedných za realizáciu projektu Košice EHMK 2013,
- Výdavky návštevníkov kultúrnych podujatí Košice EHMK 2013
 - na ubytovanie a stravovanie
 - na dopravu v regióne
 - na nákupy tovarov a služieb v regióne (suveníry, oblečenie, potraviny a pod.)

Symetrická input-otput matica, z ktorej sú odvodené regionálne multiplikátory Košického kraja, je štruktúrovaná podľa ekonomických odvetví NACE rev. 2. Na základe analýzy obsahu jednotlivých NACE rev. 2 odvetví podľa (Eurostat, 2008) boli zvolené odvetvia najviac zodpovedajúce prvotným výdavkom.

Stavebníctvo:

Sekcia NACE rev. 2 zahŕňa všeobecnú stavebnú činnosť a špecializované stavebné činnosti na budovách a inžinierskych stavbách. Zahŕňa práce ako novú výstavbu, tak aj rekonštrukčné a podobné práce.

Tvorivé umelecké činnosti:

Sekcia zahŕňa širokú škálu kultúrnych, zábavných a rekreačných aktivít verejnosti, ktorých súčasťou sú aj živé predstavenia, prevádzka múzeí, ale aj športové a rekreačné aktivity.

Reklama a prieskum trhu:

Sekcia zahŕňa tvorbu reklamných kampaní a ich umiestnenie v periodikách, novinách, rádiách a televízií, alebo iných reklamných médiách.

Maloobchod okrem motorových vozidiel:

Sekcia zahŕňa priamy predaj v nových a použitých tovarov verejnosti na súkromnú, alebo domácu spotrebu alebo použitie.

Ubytovacie a stravovacie služby:

Sekcia zahŕňa krátkodobé ubytovanie návštevníkov ako aj predaj jedla a nápojov na priamu konzumáciu.

Pozemná doprava:

Pozemná doprava cestujúcich a tovaru po železnici.

Na základe týchto informácií je možné určiť sektorové multiplikátory pre každú výdavkovú skupinu.

Tabuľka 33 Výber sektorových multiplikátorov

Skupina výdavkov	Sektorový multiplikátor
Investície	Stavebníctvo
Výdavky na program	Tvorivé, umelecké činnosti, činnosti knižníc, archívov, činnosti herní
Marketing	Reklama a prieskum trhu
Zariadenie a iné výdavky	Maloobchod okrem motorových vozidiel .
Mzdy	*
Výdavky návštevníkov na ubytovanie a stravovanie	Ubytovacie a stravovacie služby
Výdavky návštevníkov na dopravu v regióne	Pozemná doprava
Výdavky návštevníkov na nákupy v regióne	Maloobchod okrem motorových vozidiel

Zdroj: vlastné spracovanie

Výpočet multiplikačného efektu miezd zamestnancov je komplikovanejší ako v prípade realizácie výdavkov v konkrétnom sektore ekonomiky. Hlavným problémom je, že mzdy zamestnancov sa realizujú v rôznych sektoroch. Vplyv miezd teda môžeme odhadnúť tak, že

z pôvodnej I-O matice rozdelíme konečnú spotrebu domácností podľa jednotlivých sektorov. Následne vypočítame podiel každého sektora na celkovej konečnej spotrebe domácností. Absolútne mzdové výdavky rozdelíme najskôr podľa štruktúry konečnej spotreby domácností v jednotlivých sektoroch a prenasobíme príslušnými sektorovými regionálnymi multiplikátormi. Získame tak celkový vplyv miezd v každom sektore regionálnej ekonomiky podľa štruktúry I-O matice. Jednoduchým sčítaním týchto vplyvov potom získame celkový vplyv miezd v regionálnej ekonomike.

Konkrétne hodnoty multiplikátorov Košického kraja pre vybrané sektory ekonomiky sú uvedené v kapitole Výpočet regionálnych multiplikátorov.

2.6.6 Analýza ekonomických dopadov projektu Košice EHMK 2013

Posledným krokom pri stanovení celkového ekonomického vplyvu projektu Košice EHMK 2013 je vynásobenie jednotlivých skupín výdavkov príslušnými regionálnymi multiplikátormi. Nasledujúca tabuľka zobrazuje konečné sumy upravených výdavkov a príslúchajúce hodnoty všetkých typov regionálnych sektorových multiplikátorov tak, ako majú byť násobené.

Tabuľka 34 Hodnoty výdavkov a regionálnych multiplikátorov

Priame výdavky	Hodnota priamych výdavkov v €	Sektorový typ multiplikátora	Multiplikátor výstupu	Multiplikátor príjmu	Multiplikátor zamestnanosti	Multiplikátor pridanej hodnoty
Investície	59 376 559 €	Stavebníctvo	1,693	0,181	12,992	0,650
Výdavky na program	7 509 824 €	Tvorivé, umelecké čin. Čin. knižníc, archívov, Čin. Herní	1,288	0,164	13,230	0,883
Marketing	748 954 €	Reklama a prieskum trhu	2,216	0,366	9,922	0,732
Zariadenie a iné výdavky	1 334 203 €	Maloobchod okrem motorových vozidiel	1,716	0,353	19,467	0,787
Mzdy	967 497 €	*	-	-	-	-
Výdavky návštevníkov	Hodnota priamych výdavkov v €	Sektorový typ multiplikátora	Multiplikátor výstupu	Multiplikátor príjmu	Multiplikátor zamestnanosti	Multiplikátor pridanej hodnoty
Výdavky na ubytovanie a stravovanie	13 987 121 €	Ubytovacie a stravovacie služby	1,680	0,378	17,683	0,732
Výdavky na dopravu v regióne	5 250 487 €	Pozemná doprava	1,530	0,240	11,296	0,566
Výdavky na nákupy v regióne	11 588 114 €	Maloobchod okrem motorových vozidiel	1,716	0,353	19,467	0,787
SPOLU výdavky návštevníkov	30 825 722 €	-	-	-	-	-

Zdroj: Vlastné výpočty

Vynásobením upravených výdavkov s príslušnými regionálnymi multiplikátormi z predchádzajúcej tabuľky dostávame celkový ekonomický vplyv projektu Košice EHMK 2013. Výpočty zobrazuje nasledujúca tabuľka.

Tabuľka 35 Celkový ekonomický vplyv projektu Košice EHMK 2013

Priame výdavky	Hodnota priamych výdavkov v €	Celkové multiplikátory			
		Výsledky multiplikátora výstupu	Výsledky multiplikátora príjmu	Výsledky multiplikátora zamestnanosti	Výsledky multiplikátora pridanej hodnoty
Investície	59 376 559 €	100 553 200 €	10 734 726 €	771	38 591 805 €
Výdavky na program	7 509 824 €	9 673 824 €	1 228 965 €	99	6 634 198 €
Marketing	748 954 €	1 659 984 €	274 146 €	7	548 017 €
Zariadenie a iné výdavky	1 334 203 €	2 289 654 €	470 591 €	26	1 049 988 €
Mzdy	967 497 €	1 571 590 €	229 851 €	12	628 015 €
SPOLU Priame výdavky	69 937 037 €	115 748 251 €	12 938 279 €	917	47 452 023 €
Výdavky návštevníkov	Hodnota výdavkov návštevníkov v €	Výsledky multiplikátora výstupu	Výsledky multiplikátora príjmu a príjmu	Výsledky multiplikátora zamestnanosti	Výsledky multiplikátora pridanej hodnoty
Výdavky na ubytovanie a stravovanie	13 987 121 €	23 502 418 €	5 282 682 €	247	10 237 681 €
Výdavky na dopravu v regióne	5 250 487 €	8 033 588 €	1 258 615 €	59	2 972 955 €
Výdavky na nákupy v regióne	11 588 114 €	19 886 604 €	4 087 283 €	226	9 119 591 €
SPOLU výdavky návštevníkov	30 825 722 €	51 422 610 €	10 628 580 €	532	22 330 227 €
Celkový vplyv projektu	100 762 760 €	167 170 861 €	23 566 859 €	1 449	69 782 250 €

Zdroj: Vlastné výpočty

Tabuľka 40 zobrazuje hodnotu upravených priamych výdavkov a výdavkov návštevníkov. Výdavky v tejto upravenej hodnote predstavujú takú hodnotu výdavkov, ktoré boli realizované v Košickom kraji a je ich možno priamo pripísať aktivitám EHMK 2013.

Výsledky multiplikátora výstupu pre každý typ výdavku predstavujú celkovú dodatočnú produkciu vo všetkých odvetviach ekonomiky v Košickom kraji vrátane dodatočnej spotreby domácností, ktorú vyvolala celková hodnota priamych výdavkov. Pri interpretácii výsledku je potrebné uvedomiť si, že výsledky obsahujú celkovú produkciu vrátane medzispotreby, a preto môžu byť nadhodnotené.

Výsledky multiplikátora príjmu ukazujú celkový nárast príjmov zamestnancov v ekonomike Košického kraja z práce na dodatočnej produkcii vyvolanej celkovou hodnotou priamych výdavkov, indukovanej všetkými kolami vrátane konečnej spotreby domácností.

Výsledky multiplikátora zamestnanosti ukazujú, koľko nových pracovných miest vzniklo v ekonomike Košického kraja realizáciou priamych výdavkov a výdavkov návštevníkov. Nárast zamestnanosti nemusí byť totožný s fyzickým nárastom počtu zamestnancov, pretože multiplikátor počíta nárast zamestnancov na plný úväzok. Podnikatelia však často, ak predpokladajú iba krátkodobý nárast dopytu, riešia dodatočne potrebnú pracovnú silu prostredníctvom nadčasov existujúcich zamestnancov, alebo prijatím viacerých zamestnancov na čiastočný pracovný úväzok.

Posledný stĺpec prezentuje výsledky multiplikátora pridanej hodnoty. V tomto prípade celkový multiplikátor ukazuje celkový nárast pridanej hodnoty v ekonomike Košického kraja z produkcie dodatočného výstupu indukovanej všetkými kolami vrátane konečnej spotreby domácností. Hrubá pridaná hodnota úzko súvisí s hrubým regionálnym produktom. Pri zjednodušenej interpretácii teda môžeme predpokladať, že zvýšenie hrubej pridanej hodnoty je v regióne približne rovné zvýšeniu hrubého regionálneho produktu. Dopad zvýšenia hrubej pridanej hodnoty nezahŕňa medzispotrebu, ale iba pridanú hodnotu dopytovaných produktov.

Na základe uvedeného môžeme konštatovať, že upravené výdavky projektu Košice EHMK v rokoch 2012 a 2013 v hodnotene 100 762 760 € vyvolali v Košickom kraji priamo, nepriamo a indukovane dodatočnú produkciu vo všetkých odvetviach ekonomiky vrátane dodatočnej spotreby domácností vo výške 167 170 861 €. Zároveň zvýšili príjmy zamestnancov v Košickom kraji, ktorí pracovali na tejto zvýšenej produkcii o 23 566 859 € a vyvolali celkový nárast počtu pracovných miest v Košickom kraji o 1449 zamestnancov na plný pracovný úväzok. Počiatočnými výdavkami sa zvýšila pridaná hodnota v regióne o 47 452 023 EUR, čo je približne rovné celkovému zvýšeniu hrubého regionálneho produktu vyvolaného projektom Košice EHMK 2013.

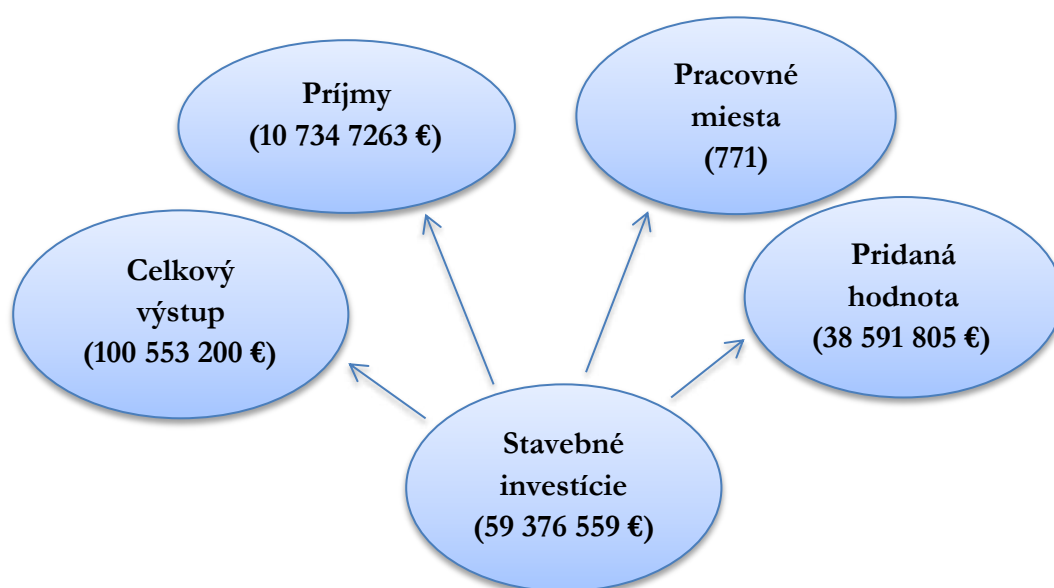
2.7 Interpretácia získaných výsledkov

Získané výsledky je možné interpretovať aj podrobnejšie, z údajov môžeme vygenerovať tri ucelené skupiny výdavkov a zároveň ich celkových ekonomických dopadov na región. Za prvú ucelenú skupinu môžeme považovať celkové stavebné investície projektu Košice EHMK 2013 zamerané na vytvorenie novej, alebo rekonštrukciu existujúcej kultúrnej infraštruktúry v regióne. Druhú skupinu tvoria výdavky súvisiace s realizáciou programu projektu Košice EHMK 2013, teda výdavkov na usporiadanie kultúrnych podujatí, propagáciu a marketing a mzdové výdavky zamestnancov zodpovedných za implementáciu projektu a ostatné výdavky súvisiace s realizáciou programu. Poslednú skupinu výdavkov, ktorú je možné samostatne analyzovať a interpretovať sú výdavky návštevníkov podujatí projektu Košice EHMK 2013. V tomto prípade ide o výdavky domácich a zahraničných turistov na ubytovanie a stravovanie, nákupy a dopravu v Košickom kraji.

Celkový ekonomický vplyv stavebných investícií

Nasledujúci obrázok ukazuje celkový vplyv všetkých investičných projektov – stavebných aktivít súvisiacich s projektom Košice EHMK 2013. Podľa oficiálnych štatistík sa na všetky investičné projekty preinvestovalo približne 60 mil. € bez DPH. Tieto výdavky zvýšili celkovú produkciu všetkých odvetví v regióne o 100 mil. EUR, príjmy zamestnancov, ktorí pracovali na tejto navýšenej produkcii vzrástli v absolútnej hodnote o 10,7 mil. EUR a priamo nepriamo a indukovane vytvorili stavebné investície v regióne 771 nových pracovných miest. Nárast pridanej hodnoty bol vo výške 38,6 mil. €, čo je približne rovné vplyvu stavebných investícií na nárast regionálneho hrubého produktu Košického kraja.

Obrázok 2 Celkový ekonomický vplyv stavebných investícií EHK

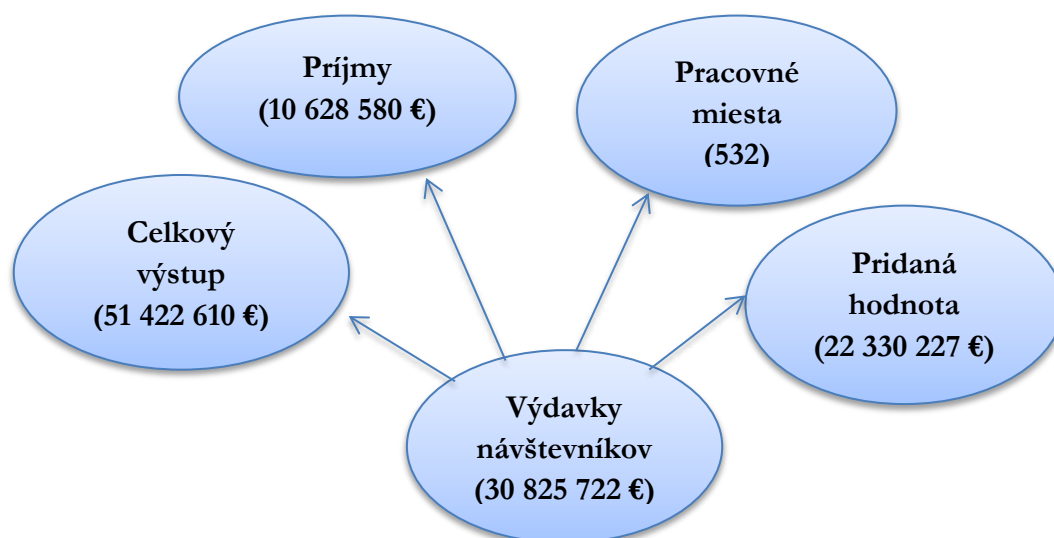


Zdroj: Vlastné spracovanie

Celkový ekonomický vplyv výdavkov návštevníkov podujatí EHK

Domáci a zahraniční návštevníci podujatí EHK 2013 v rokoch 2012 a 2013 minuli v regióne približne 30,8 mil. EUR, ktoré priamo súviseli s projektom Košice EHK 2013. Tieto dodatočné výdavky návštevníkov vyvolali zvýšenie celkovej produkcie v regióne v hodnote 51,4 mil. €, zvýšili príjmy zamestnancov podieľajúcich sa na tejto produkcii o 10,6 mil. € a vytvorili 532 nových pracovných miest. Celkový nárast pridanej hodnoty súvisiaci s výdavkami návštevníkov sa odhaduje na 22,3 mil. EUR, čo približne zodpovedá nárastu regionálneho hrubého produktu vyvolaného výdavkami návštevníkov.

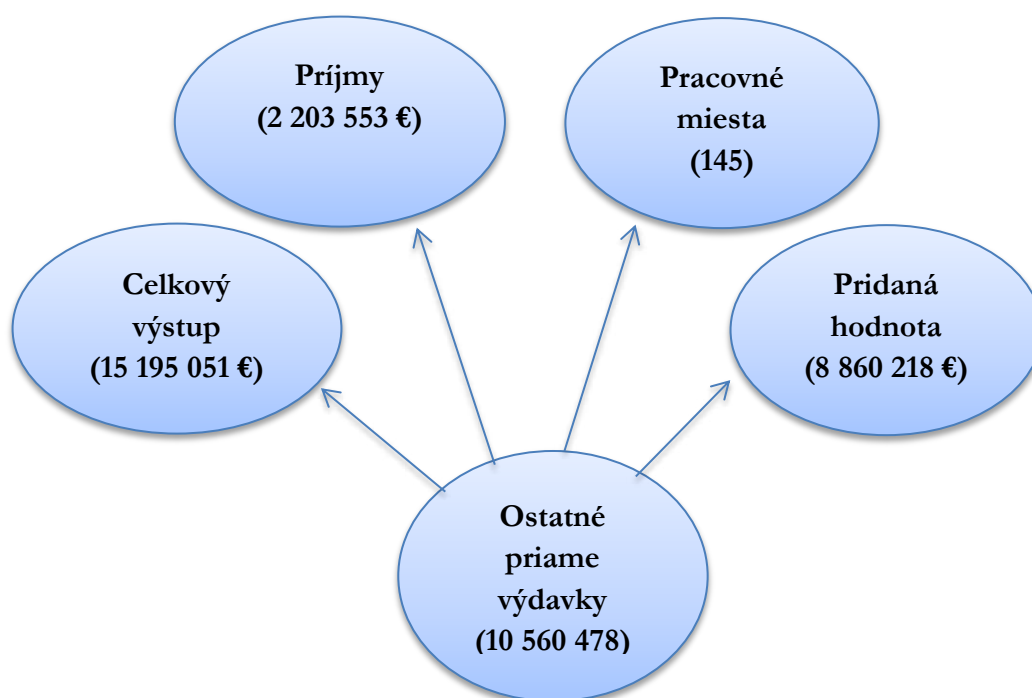
Obrázok 3 Celkový ekonomický vplyv výdavkov návštevníkov podujatí EHK



Zdroj: Vlastné spracovanie

Ostatné priame výdavky na program projektu Košice EHMK 2013 v rokoch 2012 a 2013 v hodnotene 10,5 mil. € vyvolali v Košickom kraji priamo, nepriamo a indukované dodatočnú produkciu vo všetkých odvetviach ekonomiky vrátane dodatočnej spotreby domácností vo výške 15 mil. €. Zároveň zvýšili príjmy zamestnancov v Košickom kraji, ktorí pracovali na tejto zvýšenej produkcii o 2,2 mil. € a vyvolali celkový nárast počtu pracovných miest v Košickom kraji o 145 zamestnancov na plný pracovný úväzok. Počiatočnými výdavkami sa zvýšila pridaná hodnota v regióne o 8,8 mil. €, čo je približne rovné celkovému zvýšeniu hrubého regionálneho produktu vyvolaného projektom Košice EHMK 2013.

Obrázok 4 Celkový ekonomický vplyv výdavkov návštevníkov podujatí EHMK



Zdroj: Vlastné spracovanie

2.8 Záver

Štúdia prezentuje odhad ekonomického dopadu projektu Košice EHMK 2013. Metodológia použitá v tejto štúdii vychádza zo štandardných postupov, ktoré sa vo svete používajú pre meranie ekonomických dopadov kultúrnych podujatí. Zvolený postup, ako aj výpočty boli uskutočnené tak, aby sa maximálne vyrovnali so slabými stránkami metódy hodnotenia ekonomických dopadov.

V prvom kroku bolo potrebné regionalizovať národné input-output tabuľky a vypočítať multiplikátory pre Košický kraj. Po výpočte multiplikátorov sme sa zamerali na zrealnenie ekonomických vstupov – reálny odhad počtu návštevníkov, ich priemerných výdavkov, úpravy cien investičných výdavkov a podobne. Nosným rozhodovacím pravidlom bolo podhodnocovať výsledok.

Získané výsledky vychádzajú z platných ekonomických vzťahov. Aj napriek tomu je potrebné konštatovať, že ide o odhady, ktoré sa nedajú žiadnym spôsobom v praxi overiť. Jedinou možnosťou overenia správnosti je porovnanie výsledkov z podobnými štúdiami. V roku 2012 bolo EHMK slovinské mesto Maribor. Ľubľanská Univerzita uskutočnila odhad ekonomických dopadov tohto projektu a vo forme predbežných výsledkov ho zverejnila (Srakar, 2013). V tejto štúdii bol použitý analogický postup ako v našom prípade. Multiplikátory boli kvantifikované z Input-Output matice a následne priame výdavky návštevníkov boli násobené týmito multiplikátormi (v predbežnej štúdii nie sú zverejnené ekonomické dopady investícií a pod.). Zaujímavosťou je, že výsledky pre Košický kraj sú veľmi podobné slovinským výsledkom. Predbežné výsledky odhadujú, že celkové výdavky návštevníkov v súvislosti s EHMK Maribor 2012 boli v intervale od 29 873 625 € do 35 281 507 €. V Košiciach sme odhadli výdavky návštevníkov na úrovni 30 825 722 €. Nasledovná tabuľka porovnáva výsledky získané v Košiciach a v Maribore.

Tabuľka 36 Porovnanie Ekonomických dopadov projektov EHMK Košice 2013 a Maribor 2012.

Typ dopadu	Maribor	Košice
Celkový výstup	47 141 463 €	51 422 610 €
Pridaná hodnota	22,953,916.95	22 330 227 €)
Zamestnanosť	505	532

Zdroj: (Srakar, 2013) a vlastné výpočty.

Zoznam literatúry

Crompton, J. 2010. *Measuring the Economic Impact of Park and Recreation Services.* s.l. : Texas University, 2010.

Džupka, Peter a Hudec, Oto. 2014. Culture-led regeneration trough the young generation: Košice as the European Capital of Culture. *European Urban and Regional Studies.* 2014.

Džupka. 2008. Hodnotenie dopadov štrukturálnych fondov na regionálnej úrovni s využitím modelu HERMIN. 2008, Zv. 01.

Eurostat. 2008. *NACE Rev. 2 Statistical classification of economic activities in the European Community.* s.l. : Office for Official Publications of the European Communities, 2008. ISBN 978-92-79-04741-1.

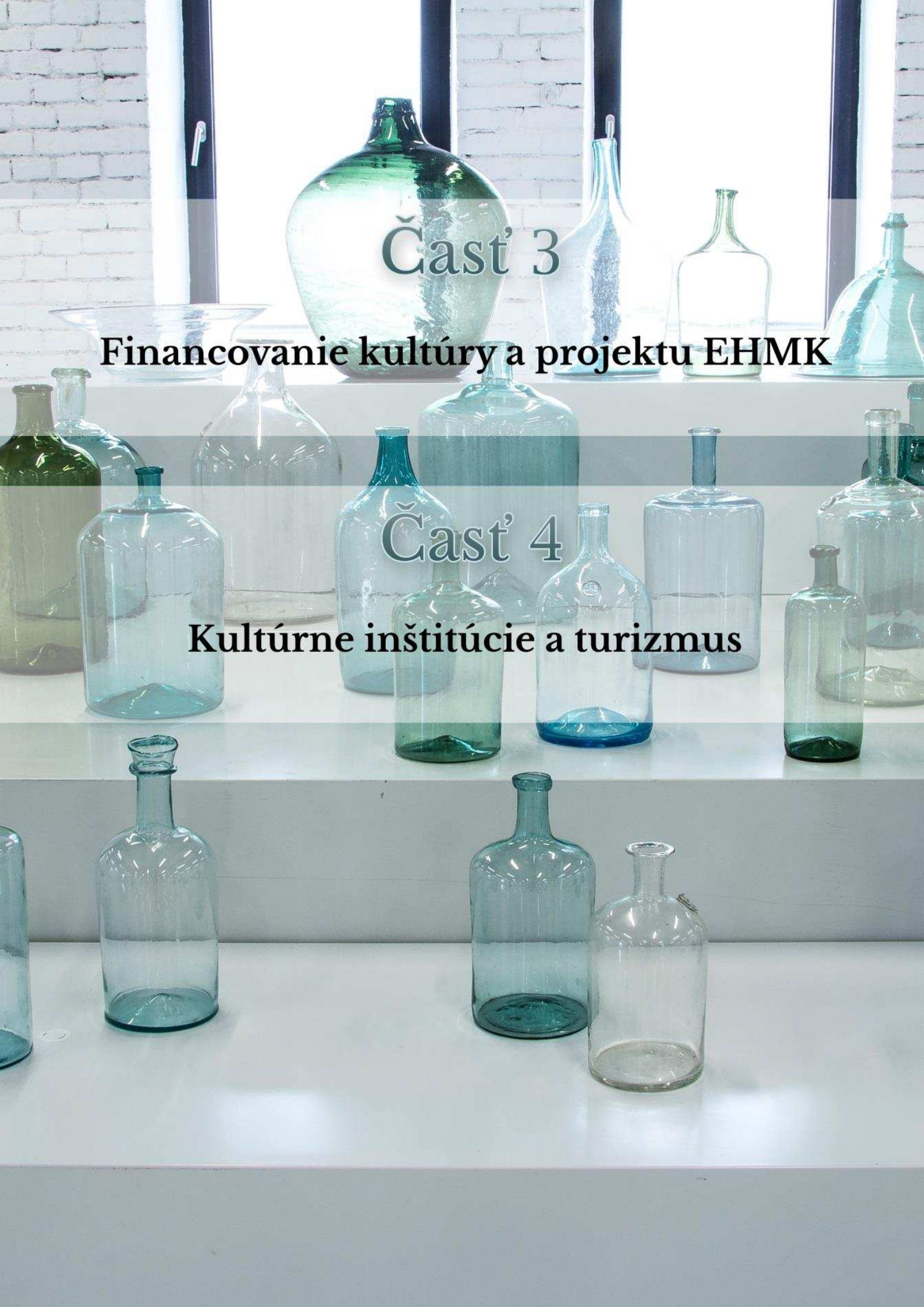
Flegg, A. T. a Tohmo, T. 2008. *Regional Input–Output Models and the FLQ Formula: A Case Study of Finland.* Bristol : Department of Accounting, Economics and Finance, Bristol Business School, University of the West of England, 2008.

Garcia, B. 2004. Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities. *Local Economy.* 4, 2004, Zv. 19.

Husár, J., Mokrášová, V. a Goga, M. 2001. *Input-output analýza a systém národných účtov.* Bratislava : Ekonóm, 2001. s. 225. ISBN: 80-225-1349-0.

Kesenne, Stefan, Chalip, Laurence a Green, Christine B. 2011. Economic Impact Analysis Versus Cost Benefit Analysis: The Case of a Medium-Sized Sport Event. *International Journal of Sport Finance.* 2011, Zv. 6.

- Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013, n.o. 2013.** *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. Košice : Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013, n.o., 2013.
- Kowalewski, Julia. 2012.** *Regionalization of national input-output tables: empirical evidence on the use of the FLQ formula*. Hamburg : Hamburg Institute of International Economics (HWWI), 2012. HWWI Research Paper 126. ISSN 1861-504X.
- Kronenberg , Tobias. 2011.** *Regional input-output models and the treatment of imports in the European System of Accounts*. s.l. : Research Centre Jülich, 2011.
- Madden, Christopher. 2001.** Using Economic Impact Studies in Arts and Cultural Advocacy: A Cautionary Note. *Media International Australia incorporating Culture and Policy*. 2001.
- Džupka, Peter a Šebová, Miriam. 2013.** *Meranie ekonomického a finančného vplyvu majstrovstiev sveta v hokeji 2011 na mesto Košice* . 2013, E+M Ekonomie a Management, s. 41-53.
- Miller, Ronald E. a Blair, Peter D. 2009.** *Input-Output Analysis*. Second edition. Cambridge : Cambridge University Press, 2009. ISBN-13 978-0-511-65102-8.
- Mooney , G. 2004.** Cultural Policy as Urban Transformation? Critical Reflection on Glasgow, European City of Culture 1990. *Local Economy*. 19, 2004, Zv. 1.
- Nijcamp, P., Rietveld, P. a Snickars, F. 1986.** *Regional and multiregional economic models: A survey. Handbook of Regional and Urban Economics. Volume I* . London : Elsevier Science Publishers , 1986.
- On the appropriate use of location quotients in generating regional input-output tables: Reply.* **Flegg, A.T. a Webber, C.D. 1997.** 1997, Regional Studies.
- Pavlovičová, Slávka. 2010.** *Regionálne modely ekonomiky SR pre potreby projekcií a simulácií*. Bratislava : Ekonomická Univerzita v Bratislave - Fakulta hospodárskej informatiky, 2010. Dizertačná práca.
- Plaza, Beatriz a Banos, Gustavo.** *Economic Impact Evaluation of European Capitals of Culture: Upgrading the Toolbox*. Working paper.
- Raabová , Tereza. 2011.** *Návrh certifikované metodiky pro výpočet ekonomických dopadů kulturní organizace*. Praha : Institut umění – Divadelní ústav, 2011.
- Raabová, Tereza. 2010.** *Multiplikační efekty kulturních odvětví v České republice*. Praha : s.n., 2010.
- Regional Size, Industrial Location and Input-Output Expenditure Coefficients.* **Mccann, Philip a Dewhurst, John H.LL. 1998.** 1998, Regional Studies .
- Regional Size, Regional Specialization and the FLQ.* **Flegg, A.T. a Webber, C.D. 2000.** 2000, Regional Studies.
- The Economic Impact of Cultural Events - A Case Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture.* **Herrero, L.C. et al. 2006.** 2006, European Urban and Regional Studies.
- Vavrla, Lukáš a Rojíček, Marek. 2005.** *Sestavování symetrických input-output tabulek a jejich aplikace*. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, Katedra ekonometrie, 2005.



Časť 3

Financovanie kultúry a projektu EHMK

Časť 4

Kultúrne inštitúcie a turizmus

Obsah

3	FINANCOVANIE KULTÚRY A PROJEKTU EHKM	3
3.1	Kultúra v rozpočte mesta Košice	3
3.1.1	Investície do kultúry súvisiace s EHKM 2013	6
4	KULTÚRNE INŠTITÚCIE A TURIZMUS V KOŠICIACH	8
4.1	Návštevnosť hlavných kultúrnych inštitúcií mesta	8
4.1.1	Zamestnanosť vo vybraných kultúrnych organizáciách	11
4.2	Analýza cestovného ruchu v Košiciach	11
4.2.1	Tržby a priemerná cena za ubytovanie	15
4.2.2	Porovnanie návštevnosti v krajských mestách SR	17

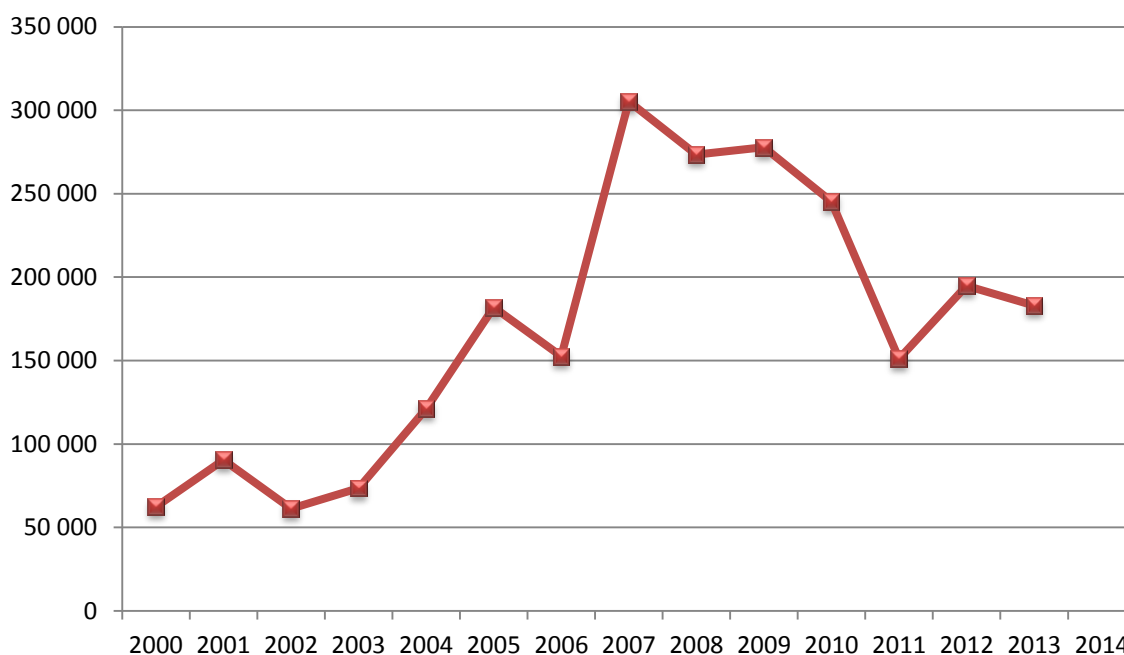
3 FINANCOVANIE KULTÚRY A PROJEKTU EHMK

3.1 Kultúra v rozpočte mesta Košice

Rastúci význam kultúry v meste Košice je možné pozorovať aj prostredníctvom výdavkov na kultúru v rozpočte mesta Košice.

Pre lepšiu porovnateľnosť údajov v období 2000-2012 sledujeme vývoj výdavkov na kultúru v rámci funkčnej klasifikácie 08.2.0.9., do ktorej patrí Systém podpory rozvoja kultúry v meste, Kultúrno-spoločenské podujatia, Podujatia zamerané na duchovný rozvoj a Podporné aktivity v oblasti historického dedičstva. Ide teda o kultúrne aktivity financované mestom mimo aktivít EHMK. Situáciu popisuje nasledujúci graf.

Graf 1 Vývoj výdavkov na kultúru - funkčná klasifikácia 08.2.0.9. (v EUR)



Pozn.: V týchto výdavkoch nie sú výdavky na ZOO, Knižnica pre mládež, Projekt EHMK 2013 a Košice - EHMK 2013, n.o. uvedené v Programe 2 Mesta Košice (od roku 2009)

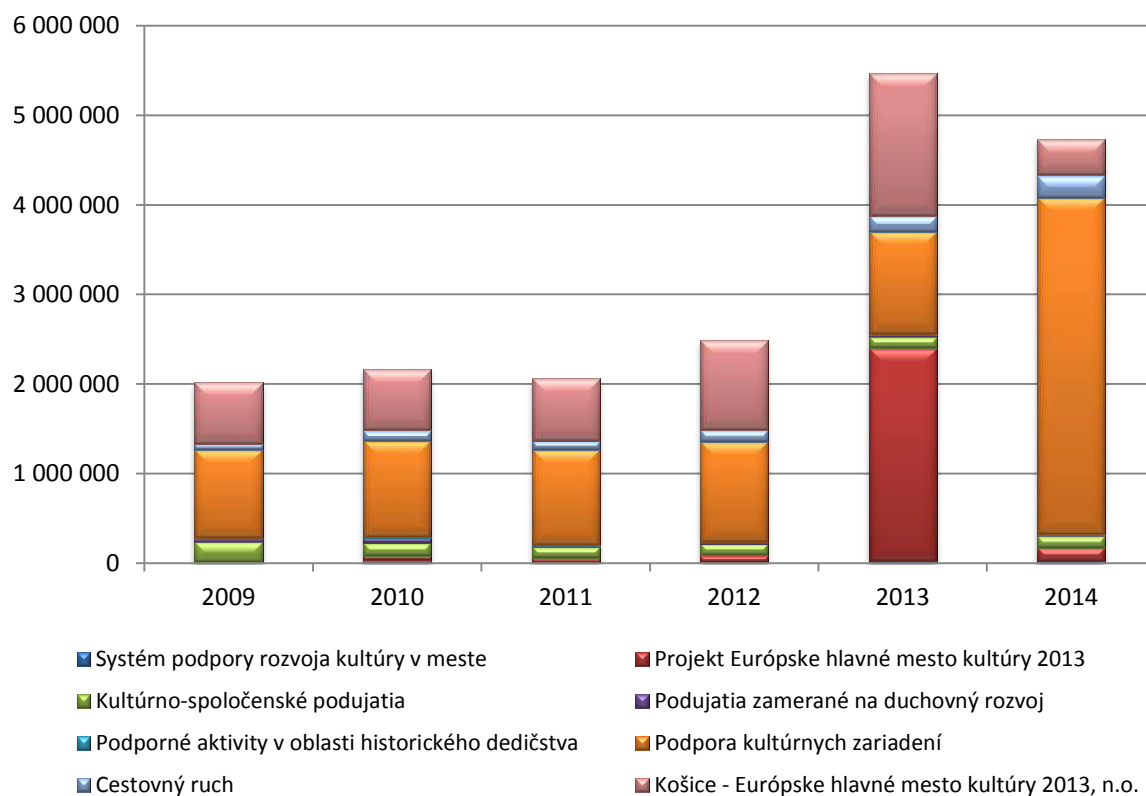
Zdroj: Záverečný účet mesta Košice 2000-2013; Rozpočet mesta 2014

Od roku 2002 mali výdavky rastúcu tendenciu, ktorú si zachovali až do roku 2007. V tomto roku dosiahli výdavky na kultúru svoju najvyššiu hodnotu 305 251 €. Je to možné pripísať kandidatúre mesta na titul Európske hlavné mesto kultúry. V nasledujúcich rokoch došlo k poklesu výdavkov. Od roku 2009 sú súčasťou rozpočtu mesta aj výdavky spojené s EHMK. Tieto výdavky nezachytáva Graf 86 (nie sú zachytené v kategórii 08.2.0.9.). Na základe vývoja finančných prostriedkov je možné konštatovať, že pôvodné kultúrne aktivity v meste neboli finančne obmedzené projektom EHMK. Realizáciou projektu Košice EHMK sa rozpočet mesta na kultúru výrazným spôsobom zvýšil. Kým v roku 2000 boli výdavky na kultúru financované z rozpočtu mesta iba na úrovni 50 tis. EUR, v roku 2013 sa blížili k 6 mil. EUR. (viď. Nasledujúci graf.), a to bez kapitálových výdavkov.

Výdavky v rámci Programu 2: Mesto kultúry

Od roku 2009 mesto premieta svoje výdavky do programového rozpočtu, ktorý umožňuje lepšiu orientáciu v rámci jednotlivých výdavkových položiek. Výdavky mesta Košice do kultúrnej oblasti zachytáva v Programe 2: Mesto kultúry. Bližšie sa pozrieme na vývoj bežných a kapitálových výdavkov v jednotlivých podprogramoch.

Graf 2 Bežné výdavky v rámci Programu 2: Mesto kultúry (v Eur)

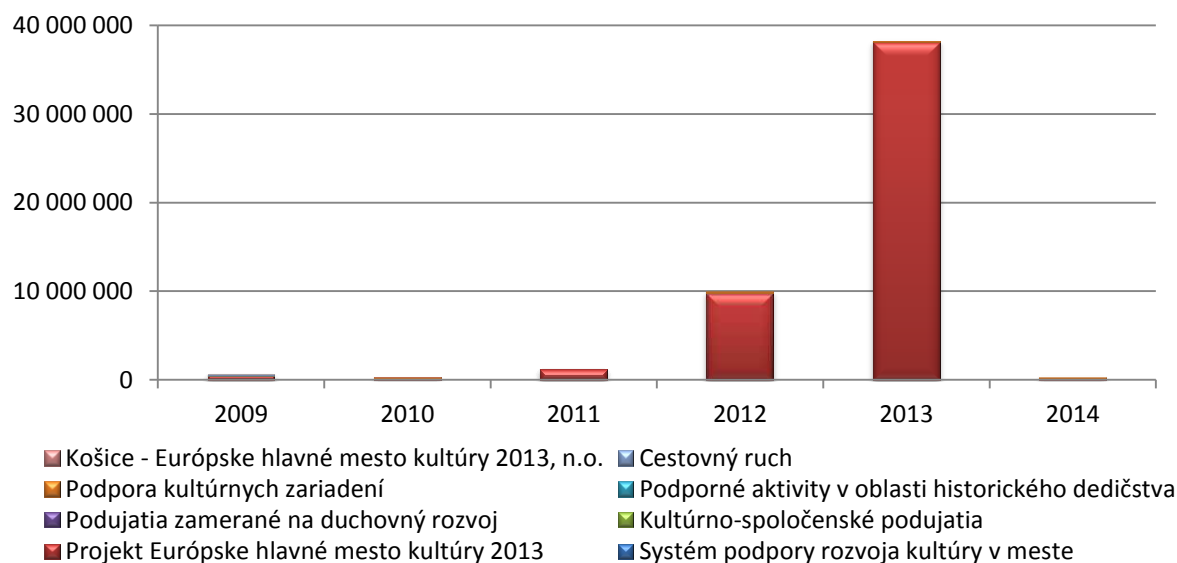


Zdroj: Záverečný účet mesta Košice 2009-2013; Rozpočet mesta Košice 2014

V sledovanom období najväčšie bežné výdavkové položky predstavujú podprogramy Podpora kultúrnych zariadení a Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013, n.o. V roku 2013 sa titul Košíc EHMK 2013 najvýraznejšie prejavil v náraste bežných výdavkov v rámci podprogramu Projekt Európske hlavné mesto kultúry 2013, ktoré predstavujú 38,81% celkových bežných výdavkov. Medzi rokmi 2013 a plánom na rok 2014 je možné vidieť zmenu súvisiacu s reorganizáciou prevádzky projektu EHMK. Nezisková organizácia Košice EHMK 2013, n.o. začína byť financovaná prevažne z iných ako mestských zdrojov. Podstatným spôsobom sa zvýšili prevádzkové náklady (podpora kultúrnych zariadení) na chod novej kultúrnej infraštruktúry vybudovanej v rámci projektu Košice EHMK 2013. Tieto náklady možno predpokladať aj v nasledujúcich rokoch a ako je možné vidieť budú pravdepodobne predstavovať najvýznamnejšiu časť rozpočtu venovanú kultúre.

Nasledujúci graf ukazuje kapitálové výdavky súvisiace s projektom Košice EHMK 2013.

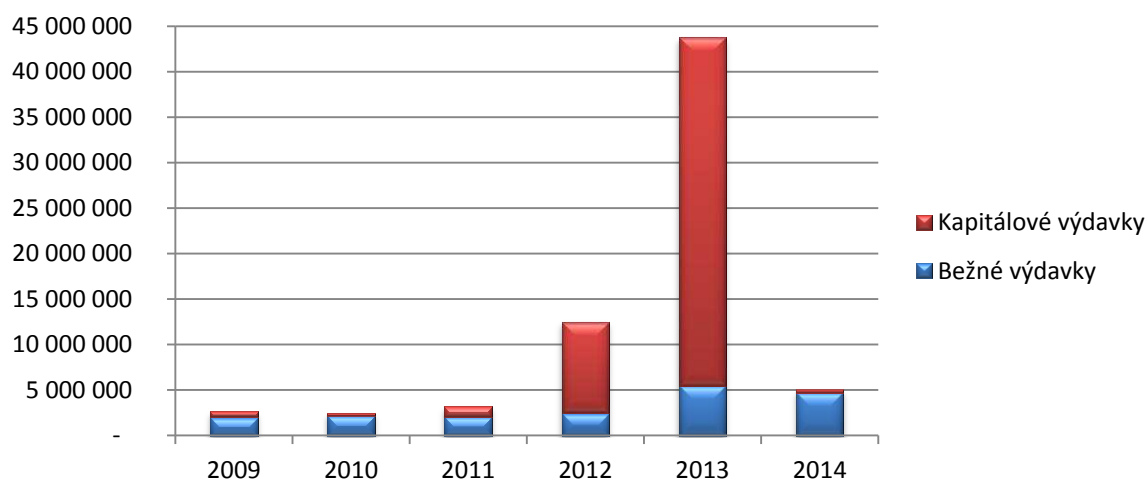
Graf 3 Kapitálové výdavky v rámci Programu 2: Mesto kultúry (v Eur)



Zdroj: Závěrečný účet mesta Košice 2009-2013; Rozpočet mesta Košice 2014

Kapitálové výdavky mesta v sledovanom období boli prioritne orientované na podprogram rozpočtu Projekt Európske hlavné mesto kultúry 2013. Rovnako ako pri bežných výdavkoch v roku 2013 sledujeme výrazný nárast v absolútnej hodnote kapitálových výdavkoch, ktoré predstavujú 38 110 000 €, pričom 99,71% predstavujú výdavky na Projekt Európske hlavné mesto kultúry 2013. Väčšina z týchto výdavkov sa vráti do rozpočtu mesta po preplatení oprávnených nákladov z projektov, prostredníctvom ktorých bola nová kultúrna infraštruktúra financovaná.

Graf 4 Celkové výdavky v rámci Programu 2: Mesto kultúry (v Eur)



Zdroj: Závěrečný účet mesta Košice 2009-2013; Rozpočet mesta Košice 2014

Podiel bežných a kapitálových výdavkov na celkových výdavkoch mesta Košice v rámci Programu 2: Mesto kultúry sa v období rokov 2009-2013 mení. Kým v roku 2009 bežné výdavky na úrovni 2 016 584 € predstavovali 76,43% celkových výdavkov, v roku 2013 jednoznačne dominujú kapitálové výdavky vo výške 38 110 000 € a predstavujú až 88,39% celkových výdavkov.

3.1.1 Investície do kultúry súvisiace s EHK 2013

V nasledujúcej podkapitole bližšie uvádzame realizované investície do kultúry súvisiace s Projektom EHK 2013¹. Konkrétne ide o tieto projekty:

Tabuľka 1 Investičné projekty mesta Košice

Investičné projekty mesta Košice	Celkové náklady s DPH
Mestský park	7 174 409,93 €
SPOTS	1 611 277,33 €
Parky Komenského a Moyzesova	2 645 740,85 €
Ulička remesiel	1 020 663,52 €
Kunsthalle	8 418 855,69 €
Amfiteáter	990 541,61 €
Hrad	887 483,41 €
Kasárne Kulturpark	26 921 748,72 €
SPOLU mesto Košice	49 670 721,06 €

Zdroj: vlastné spracovanie na základe informácií od žiadateľov

Všetky tieto projekty boli financované zo štrukturálnych fondov, konkrétne Regionálneho operačného programu. Výška nenávratného finančného príspevku tvorila 95% z celkových oprávnených nákladov. Mesto Košice financovalo zo svojich a cudzích zdrojov 5% oprávnených nákladov a neoprávnené náklady projektov.

Kultúrne centrum **Kasárne/Kulturpark** sú najväčšou investičnou aktivitou projektu Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013. Predmetom tejto investície bola komplexná transformácia areálu bývalých kasární kpt. Jaroša na multifunkčné centrum kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Kasárne/Kulturpark sú novodobým typom kultúrnej inštitúcie, ktorá poskytuje priestor na tvorbu a prezentáciu súčasnej kultúry a umenia v oblasti hudby, vizuálneho umenia, literatúry, filmu, divadla a tanca. Nová kreatívna, vzdelávacia a oddychová štvrť je funkčne zložená z troch hlavných budov, doplnených o niekoľko menších tvorivo-prezentačných a funkčných objektov vsadených do areálu parku. Kultúrne centrum tohto typu reflektuje potreby mesta a regiónu a zviditeľňuje ich na medzinárodnej úrovni

Cieľom projektu **SPOTS** je decentralizácia kultúry zo stredu mesta do jeho okrajových a obytných častí. Rekonštrukciou objektov výmenníkových staníc na kultúrne a spoločenské centrá vzniká priestor umožňujúci rozvoj kultúry a posilnenie komunitného života na sídliskách. Finančné prostriedky boli určené na prípravnú a projektovú dokumentáciu, technický dozor a stavebné práce.

¹ Investičné projekty sú financované zo štrukturálnych fondov EÚ (Európska komisia potvrdila možnosť realizácie investičných projektov v rámci Prioritnej osi 7 Regionálneho operačného programu) a štátneho rozpočtu vo výške max. 95% celkového rozpočtu, mesto musí zabezpečiť min.5% kofinancovanie. Vláda SR svojím uznesením č. 546/2010 schválila financovanie pre projekty mesta Košice vrátane projektov, kde investormi sú neziskové organizácie. Zmluvy o poskytnutí nenávratných finančných príspevkov za jednotlivé projekty boli podpísané Ministerstvom pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR (v zastúpení Ministerstvo kultúry SR) a Mestom Košice v marci 2012.

Investičný projekt **Ulička remesiel** je zameraný na dobudovanie turisticky atraktívneho, dobovo zameraného komplexu na Hrnčiarskej ulici. Konkrétne ide o úpravu a revitalizáciu verejných priestranstiev, prvkov drobnej architektúry, verejnej zelene, rekonštrukciu a dobudovanie miestnej dopravnej infraštruktúry.

Hala umenia Košice/Kunsthalle vznikla rekonštrukciou a prestavbou starej budovy krytej plavárne. Multifunkčné výstavné centrum je určené predovšetkým na organizovanie medzinárodných výstav, workshopov a výstav komorného charakteru.

Investície do **Mestského parku** priniesli jeho celkovú obnovu, rekonštrukciu komunikácií a objektov parkovej architektúry, revitalizáciu, obnovu a výsadbu zelene.

Obdobne **Park Moyzesova/Komenského** prešiel rekonštrukciou chodníkov, revitalizáciou verejnej zelene, vytvorila sa oddychová zóna a cyklistický chodník.

Finančné prostriedky investované do **Košického hradu** boli určené na náznakovú rekonštrukciu architektúry hradu, konzervačné a rekonštrukčné práce odkrytých objektov, stavbu rekonštrukcií stredovekých objektov a informačný systém.

K investičným projektom patrí aj rekonštrukcia mestského **Amfiteátra**, aby mohol byť plnohodnotným centrom kultúry pre filmové festivaly, koncerty, folklórne festivaly ap.

V rámci dotazníkového prieskumu sme sa respondentov pýtali na ich názor na všetky investičné projekty EHMK, výsledky prieskumu sú uvedené v časti 4 tejto správy.

Pre úplnosť je potrebné dodať, že mimo mesta realizovali investičné aktivity súvisiace s projektom EHMK aj Ministerstvo kultúry SR, Košický samosprávny kraj a neziskové organizácie. Nasledujúca tabuľka dáva základný prehľad o ostatných investičných aktivitách a ich celkových nákladoch

Tabuľka 2 Ostatné investičné projekty EHMK.

Investičné projekty Košického samosprávneho kraja	Celkové náklady s DPH
Rekonštrukcia budovy Východoslovenského múzea	3 328 528,52 €
Východoslovenská galéria	3 603 835,51 €
Bábkové divadlo v Košiciach	618 084,00 €
Nádvorie Barkóczyho paláca	638 913,21 €
Verejná knižnica J. Bocatia	1 608 912,68 €
Divadlo Thália	545 883,88 €
Lapidárium a ulička remesiel	1 635 773,89 €
SPOLU Košický samosprávny kraj	11 979 931,69 €
Investičné projekty Ministerstva kultúry SR	Celkové náklady s DPH
Vedecko-technické centrum pre deti a mládež	1 028 880,00 €
Rekonštrukcia budovy ŠVK	604 563,72 €
Rekonštrukcia Malej scény ŠDKE	3 545 003,55 €
SPOLU Ministerstvo kultúry SR	5 178 447,27 €
Investičné projekty neziskových organizácií	Celkové náklady s DPH
Dóm sv. Alžbety	3 145 375,62 €
Kaštieľ v Krásnej	1 277 395,27 €
Spolu neziskové organizácie	4 422 770,89 €

Zdroj: vlastné spracovanie na základe informácií od žiadateľov

4 KULTÚRNE INŠTITÚCIE A TURIZMUS V KOŠICIACH

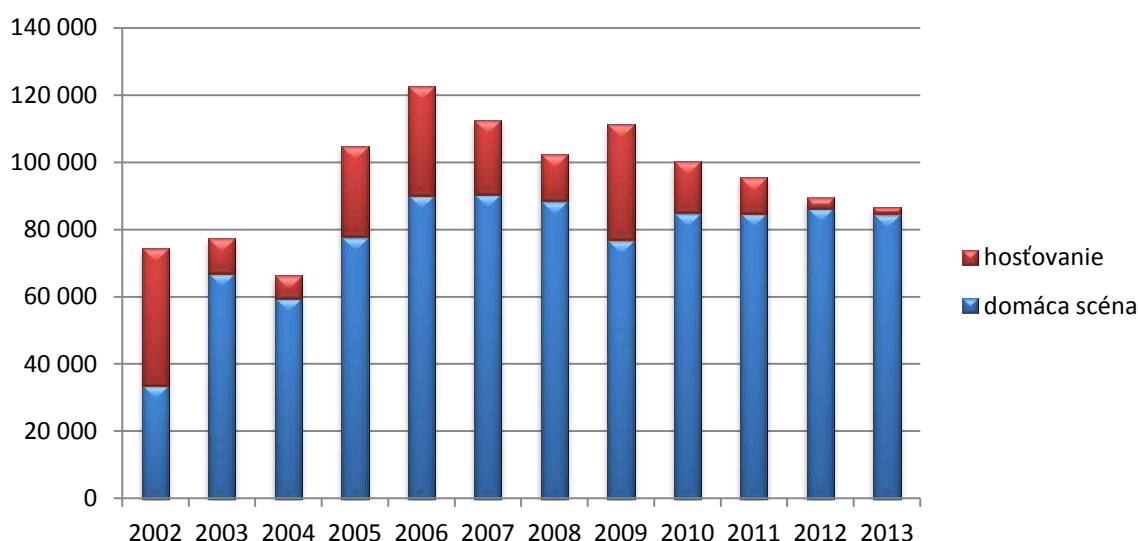
Táto kapitola obsahuje analýzu vybraných údajov, ktoré sú základnými o výkonových ukazovateľmi o kultúrnych inštitúciách a v cestovnom ruchu. Konkrétne analyzujeme tieto ukazovatele: návštevnosť hlavných atrakcií mesta, vývoj počtu pracovných miest vo vybraných kultúrnych organizáciách, počty ubytovacích zariadení, prenocovaní návštevníkov, tržieb za ubytovanie a priemernej ceny za ubytovanie. Všetky vyhodnocované údaje a ukazovatele sú znázornené graficky a je k nim uvedený konkrétny popis aj s vykazovanými hodnotami. Pri vývojových grafoch sú uvádzané absolútne hodnoty a pri komparatívnej analýze je použitý medziročný index zmeny. Tabuľky a grafy boli spracované na základe údajov z výročných správ vybraných kultúrnych inštitúcií a údajov poskytnutých Štatistickým úradom v Košiciach.

4.1 Návštevnosť hlavných kultúrnych inštitúcií mesta

Štátne divadlo Košice

Štátne divadlo Košice (ŠDKE) je kultúrna a umelecká inštitúcia, ktorej hlavným predmetom činnosti je vytváranie podmienok na vznik a šírenie dramatických, hudobno-dramatických, koncertných a tanečných diel, s pôsobnosťou na území Slovenskej republiky. Pôsobí na dvoch divadelných scénach: Historická budova – predstavenia baletu, činohry a opery, Malá scéna – predstavenia činohry. ŠD Košice sa aktívne zapojilo aj do projektu EHK 2013. Oficiálne otvorenie Košice – EHK 2013 sa 20. januára 2013 uskutočnilo v Historickej budove ŠD. V priestoroch divadla, či za priamej aktívnej účasti zamestnancov divadla sa uskutočnili aj ďalšie významné podujatia EHK 2013.

Graf 5 Návštevnosť predstavení Štátneho divadla Košice v období 2002-2013

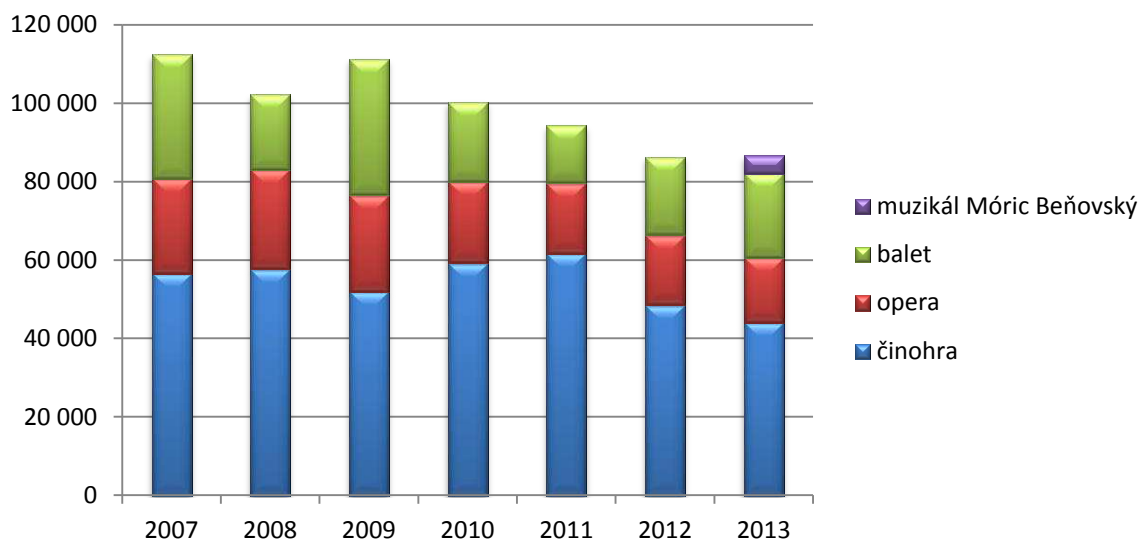


Zdroj: Výročné správy ŠD Košice za roky 2002-2013

Celkový počet návštevníkov predstavení ŠD Košice na domácej scéne a host'ovaniach v roku 2013 klesol na úroveň 86 696. V posledných štyroch rokoch sa počet návštevníkov na domácej scéne ustálil približne na počte 85 000. V roku 2013 došlo k miernemu poklesu

o 1,9 %. Dôvodom bola rekonštrukcia Malej scény ŠD, ktorá bola znova uvedená do prevádzky v septembri 2013. Pokles počtu návštevníkov priamo súvisí aj s poklesom počtu odohraných predstavení, nakoľko na domácej scéne bolo odohraných 289 predstavení v porovnaní s 319 predstaveniami v 2012. V rokoch 2012 a 2013 ŠD výrazne obmedzilo zahraničné zázajdy.

Graf 6 Návštevnosť predstavení Štátneho divadla Košice podľa predstavení v období 2007-2013



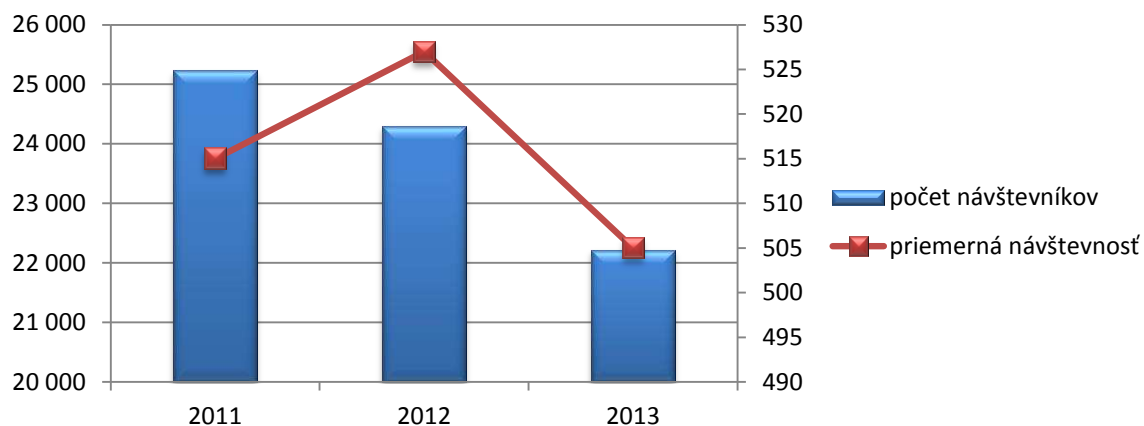
Zdroj: Výročné správy ŠD Košice za roky 2007-2013

Činohra vykazuje za celé sledované obdobie najvyšší počet návštevníkov. Napriek poklesu v roku 2013, stále predstavuje viac ako 50 % z celkovej návštevnosti. Štvrtina návštevníkov bola na predstaveniach baletu a 19 % sa zúčastnilo predstavení opery. Významnou zložkou repertoáru predstavení ŠD sa stal muzikál Móric Beňovský, ktorý si pozrelo 4 552 návštevníkov.

Štátna filharmónia Košice

Štátna filharmónia Košice (ŠfK) bola založená v roku 1968 ako druhý profesionálny symfonický orchester koncertného typu na Slovensku. Jej poslaním je organizovanie koncertov vážnej hudby, prevažne symfonickej. Touto cieľovou činnosťou ŠfK formuje a esteticky vplýva na široký okruh poslucháčov s dôrazom na priblíženie klasickej „vážnej“ hudby mladým ľuďom. Svojou koncertnou činnosťou na Slovensku a v zahraničí reprezentuje nielen seba, ale aj špičkovú slovenskú hudobnú kultúru. Štátna filharmónia Košice je ako jediný orchester na Slovensku hlavným organizátorom dvoch medzinárodných festivalov - Košickej hudobnej jari a Medzinárodného organového festivalu Ivana Sokola a od roku 2003 aj Festivalu súčasného umenia ARS NOVA Cassoviae. ŠfK bola intenzívne v rámci svojich kapacitných možností umelecky zapojená do projektov Košice Európske hlavné mesto kultúry 2013.

Graf 7 Návštevnosť na koncertoch orchestra Štátnej filharmónie Košice na domácej scéne v rokoch 2011-2013



Zdroj: Výročná správa ŠfK za rok 2013

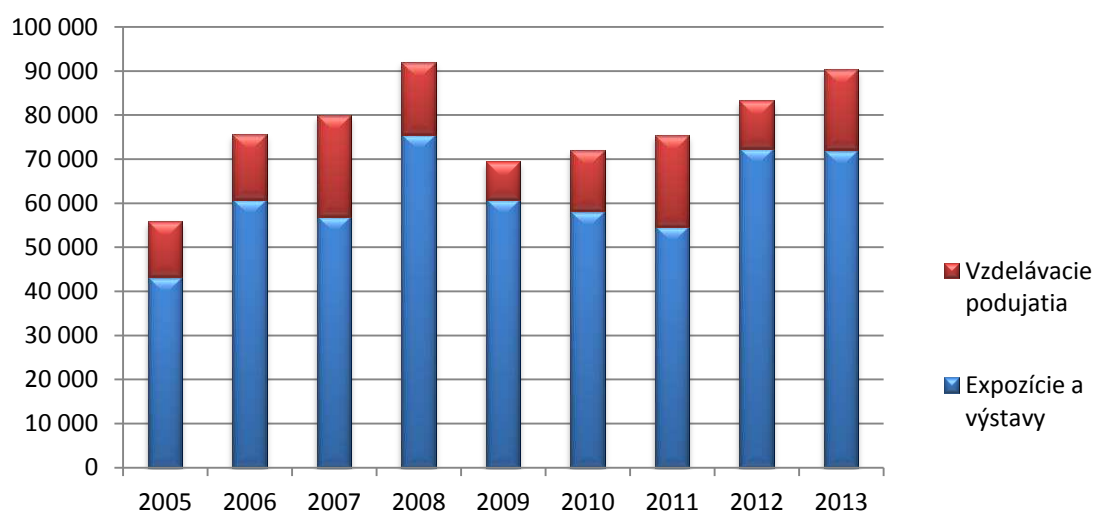
Z grafu vidíme, že ŠfK zaznamenala v roku 2013 značný pokles návštevnosti. Môže to byť spôsobené práve tým, že rok 2013 sa niesol v znamení projektu EHMK Košice 2013, ktorý do Košíc priniesol veľké množstvo rôznych kultúrnych akcií, z ktorých niektoré boli dostupné buď zdarma, alebo za symbolické vstupné. Zatiaľ čo koncerty orchestra ŠfK prezentujú zväčša klasickú hudbu potenciálni poslucháči dali zrejme prednosť iným netradičným formám umenia a netradičnej prezentácii umenia.

Slovenské technické múzeum

Slovenské technické múzeum ako múzeum technického zamerania s celoslovenskou pôsobnosťou so sídlom v Košiciach je najväčšie múzeum na Východnom Slovensku, ktoré vlastní viac ako 14 000 zbierok z oblasti baníctva, hutníctva, kováctva, fyziky, chémie atď.

Celková návštevnosť Slovenského technického múzea v roku 2013 bola na úrovni 90 411, oproti predchádzajúcemu stúpla o 7 %. Avšak v porovnaní s rokom 2005 došlo k celkovému nárastu návštevnosti múzea až o 62 %.

Graf 8 Návštevnosť Slovenského technického múzea v období 2005-2013



Zdroj: Výročné správy Slovenského technického múzea za roky 2005-2013

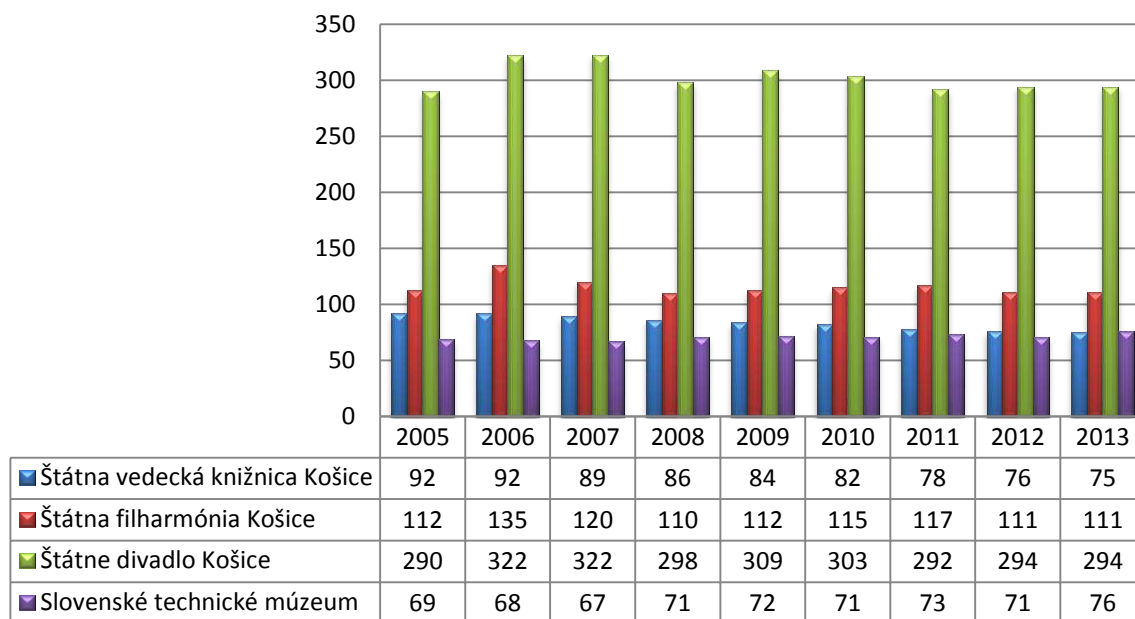
V rámci výstavnej činnosti došlo v sledovanom období k výraznému nárastu návštevníkov. V roku 2013 STM sprístupnilo 40 výstav, ktoré navštívilo 72 082 ľudí. Okrem výstavnej

činnosti sa STM prezentovalo aj rôznorodými podujatiami. Konkrétne, sa múzeum zapojilo do Noci múzeí, Noci výskumníkov a Festivalu vedy a techniky. V septembri 2013 bola sprístupnená špecializovaná interaktívna expozícia Vedecko-technické centrum pre deti a mládež, ktorá bola vybudovaná v objekte Košice, Hlavná 90 v rámci EHMK Košice 2013.

4.1.1 Zamestnanosť vo vybraných kultúrnych organizáciách

Analýzu návštevnosti doplníme ešte o vývoj počtu pracovných miest vo vybraných kultúrnych organizáciách na území mesta Košice.

Graf 9 Vývoj počtu pracovných miest v kultúrnych organizáciách v období 2005-2013



Zdroj: Výročné správy kultúrnych organizácií

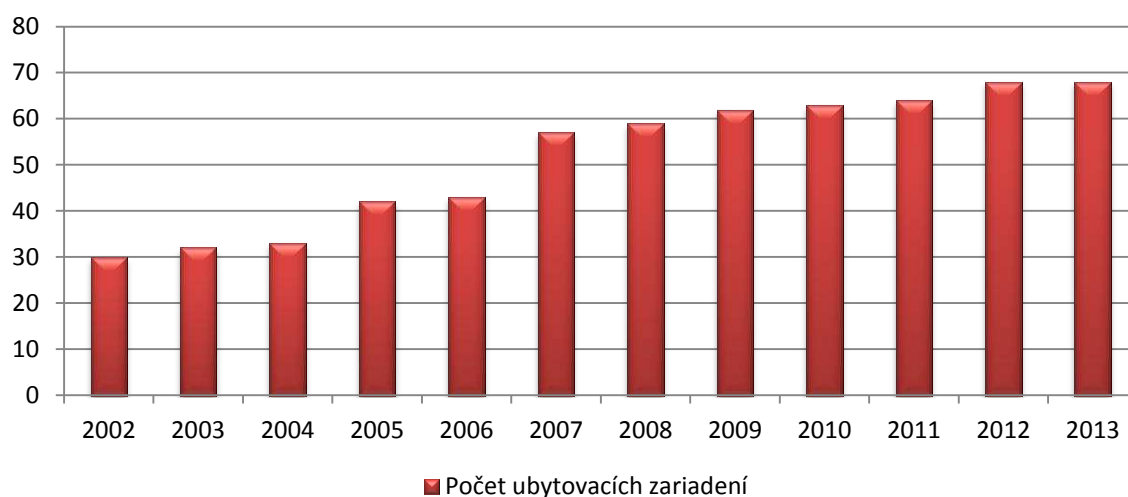
Počet zamestnancov Štátnej vedeckej knižnice v Košiciach od roku 2007 klesá, rovnako tomu bolo aj v roku 2013. Naopak počet zamestnancov v Slovenskom technickom múzeu v roku 2013 vzrástol. Súčasne sme nezaznamenali zmeny zamestnanosti v Štátnej filharmónii a v Štátnom divadle Košice.

4.2 Analýza cestovného ruchu v Košiciach

Medzi ubytovacie zariadenia, ktoré sa nachádzajú v Košiciach zaraďujeme: hotely, motely, penzióny, turistické ubytovne, chatové osady a ostatné hromadné ubytovne.

Počet ubytovacích zariadení mal od roku 2002 stúpajúci charakter. Najväčší nárast (o 33%) pozorujeme pre porovnaní rokov 2006 a 2007, kedy počet ubytovacích zariadení stúpol zo 43 na 57. V rokoch 2012 a 2013 bol počet ubytovacích zariadení rovnaký, konkrétne 68 ubytovacích zariadení. Dobudovanie ubytovacej infraštruktúry pravdepodobne súviselo aj s očakávanou organizáciou medzinárodne významných podujatí MS v ľadovom hokeji v roku 2011 a EHMK 2013.

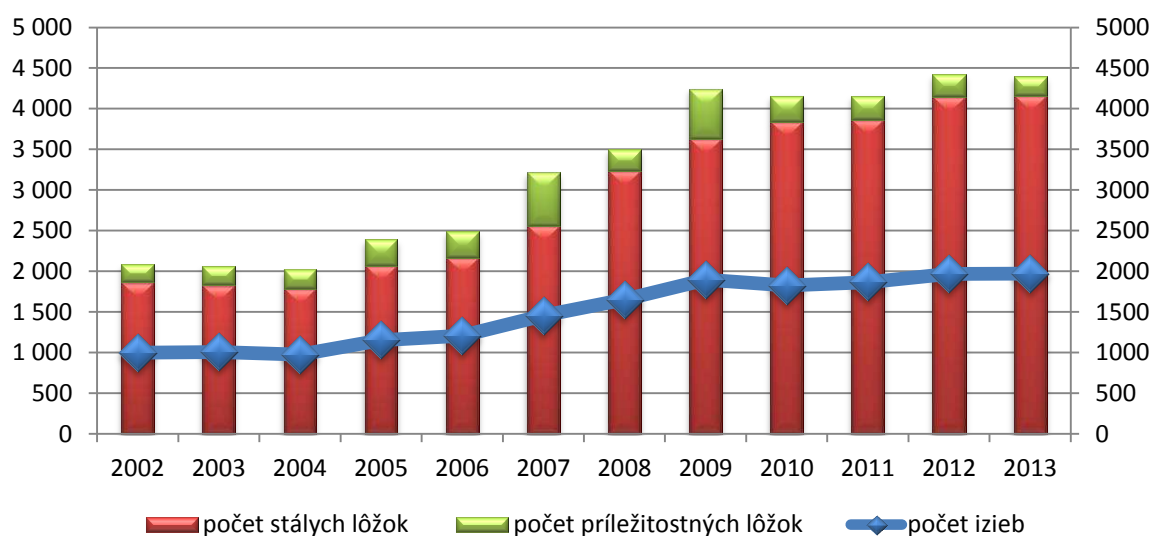
Graf 10 Vývoj počtu ubytovacích zariadení v Košiciach v období rokov 2002-2013



Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Vzhľadom k rastu ubytovacích zariadení mal stúpajúci charakter aj vývoj počtu izieb a lôžok, ktoré sa v týchto zariadeniach nachádzajú.

Graf 11 Vývoj počtu izieb a lôžok v období rokov 2002-2013



Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Na začiatku sledovaného obdobia (v roku 2002) bol počet izieb na úrovni 997 a počet lôžok 2 087. V roku 2013 počty dosahovali 1 969 izieb a 4 399 lôžok, čo predstavuje viac ako dvojnásobný nárast za posledných 12 rokov. Vývoj stálych lôžok má od roku 2004 rastúci charakter a v roku 2013 dosiahol maximálnu úroveň v rámci sledovaného obdobia – 4167 lôžok. Naopak, vývoj počtu príležitostných lôžok mal kolísavý charakter a najviac týchto lôžok sa nachádzalo v ubytovacích zariadeniach v rámci Košíc v roku 2007, kedy to bolo 655 lôžok. V roku 2013 dosiahol počet príležitostných lôžok úroveň 232.

Na základe údajov zo Štatistického úradu sledujeme aj zmenu počtu návštevníkov v Košiciach v období rokov 2002 – 2013.

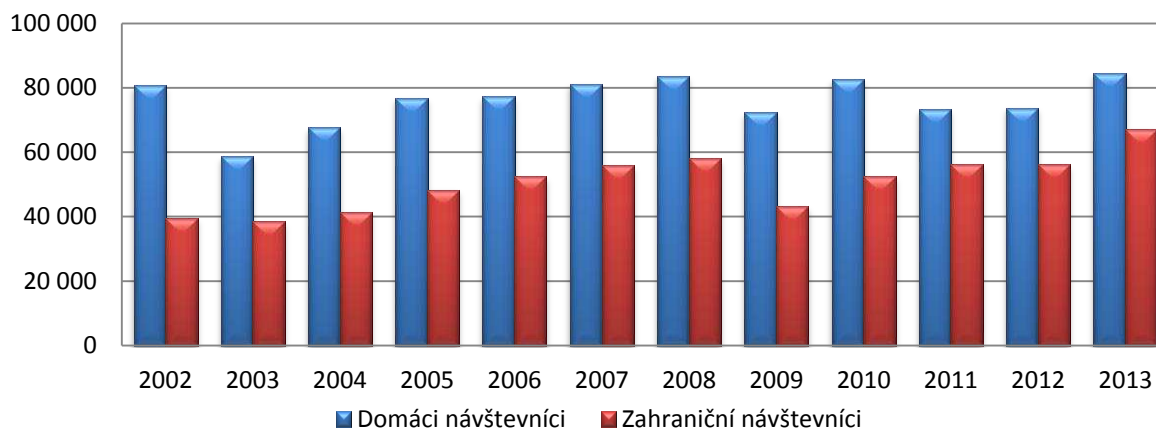
Graf 12 Vývoj počtu návštevníkov na základe ubytovacích zariadení v rokoch 2002-2013



Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Kým v roku 2004 navštívilo mesto Košice 109 105 osôb, v roku 2008 počet turistov stúpol na 141 758 osôb, čiže o 30 %. Avšak po roku 2008 došlo k poklesu návštevníkov. Tento pokles súvisel so všeobecne nižšou turistickou aktivitou, ktorá bola dôsledkom globálnej krízy. Počas obdobia posledných dvanástich rokov, t.j. 2002-2013 sme zaznamenali najvyšší počet návštevníkov v roku 2013. Tento jav možno priamo spájať s titulom Košíc EHMK. Mesto v tomto roku navštívilo 151 657 návštevníkov, čo predstavuje nárast oproti roku 2012 o 21 698 návštevníkov čiže o 17 %.

Graf 13 Vývoj počtu domácich a zahraničných návštevníkov na základe ubytovacích zariadení v rokoch 2002-2013

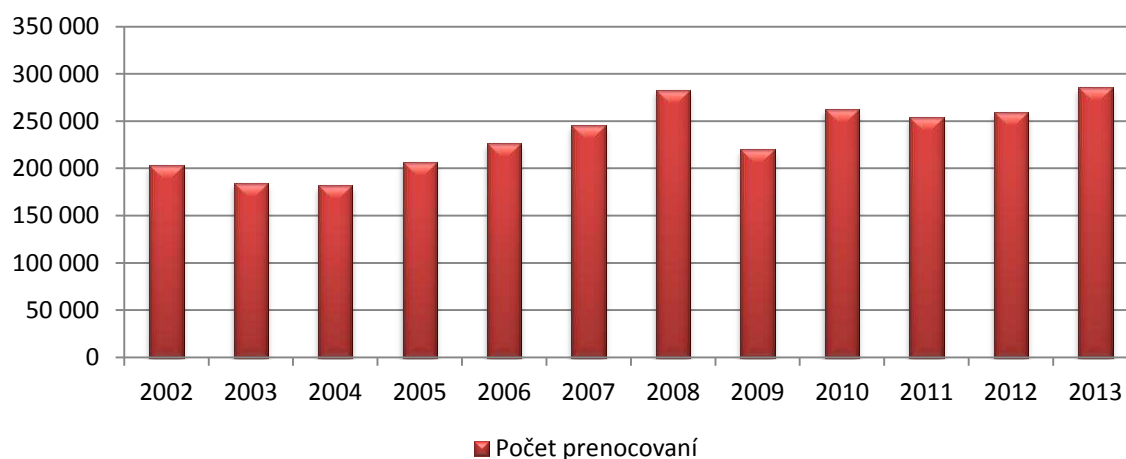


Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Počas celého sledovaného obdobia privítali Košice viac domácich návštevníkov v porovnaní so zahraničnými. Pomerovo sa však ich zastúpenie menilo. Kým v roku 2002 predstavovali zahraniční turisti 33 % zo všetkých návštevníkov, v roku 2013 to bolo 44 %. V súvislosti s titulom EHMK bol v roku 2013 zaznamenaný nárast domácich turistov o 15 %, počet zahraničných návštevníkov stúpol dokonca o 19 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom.

Následne sme analyzovali aj počet prenocovaní. Pod počtom prenocovaní rozumieme počet prenocovaní (domácich alebo zahraničných) návštevníkov v ubytovacích zariadeniach nachádzajúcich sa v meste Košice.

Graf 14 Vývoj počtu prenocovaní v rokoch 2002-2013

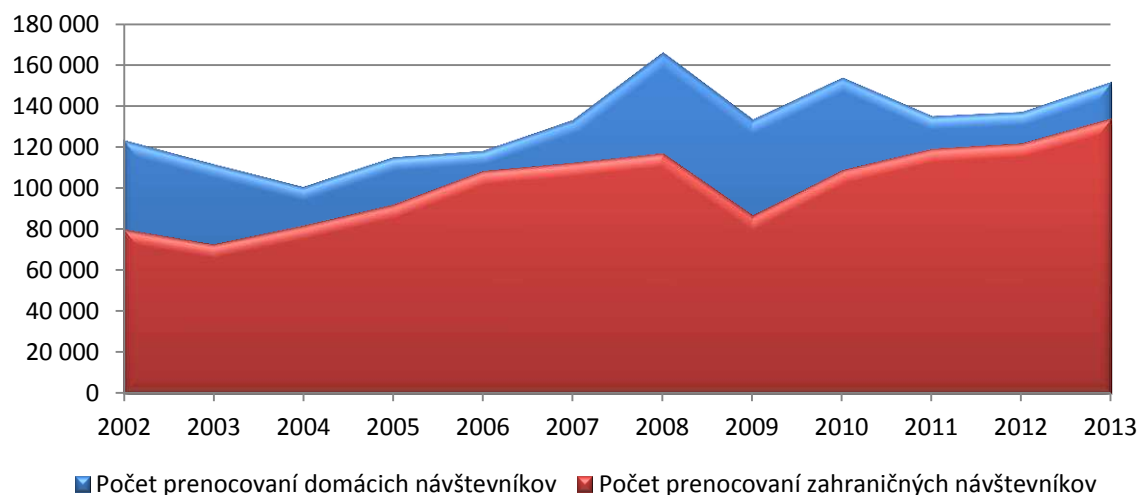


Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Vývoj počtu prenocovaní v rokoch 2002 - 2013 mal kolísavý charakter. Najnižší počet prenocovaní bol zaznamenaný v roku 2004 - 182 420. Následne ukazovateľ rástol a v roku 2008 dosiahol úroveň 283 225 prenocovaní. V roku 2009 nastal viditeľný pokles v dôsledku krízy. Najviac prenocovaní návštevníkov v meste Košice v jednotlivých ubytovacích zariadeniach bol zaznamenaný práve v kľúčovom roku 2013, konkrétne 285 736.

Ukazovateľ počtu prenocovaní vieme bližšie analyzovať vzhľadom na pôvod turistov.

Graf 15 Vývoj počtu prenocovaní domácich a zahraničných turistov v rokoch 2002-2013



Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

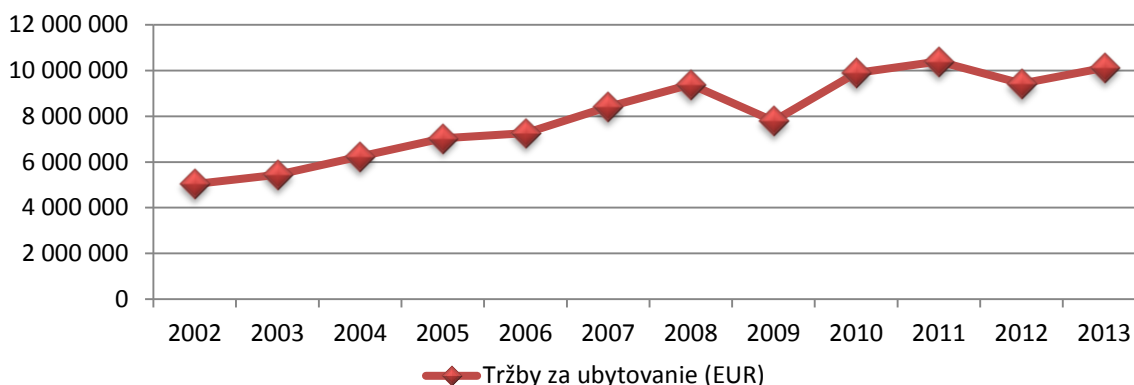
V roku 2002 predstavoval počet prenocovaní domácich turistov 61 % z celkového počtu. Tento pomer sa v priebehu sledovaného obdobia menil, ale stále počet prenocovaní domácich turistov prevyšoval počet prenocovaní zahraničných návštevníkov. Obdobne ako u predchádzajúcich ukazovateľov pozorujeme rastové tendencie vývoja, ktoré spomalil rok 2009. V roku 2008 bol počet prenocovaní domácich turistov (166 236), dokonca najvyšší za sledované obdobie. Ako už bolo spomenuté, rok 2013 v súvislosti s titulom EHMK prilákal do Košíc najvyšší počet turistov a ako vidíme z obrázku aj najviac prenocovaní zahraničných

turistov (133 917) za sledované obdobie. Pomer prenocovaní domácich návštevníkov voči zahraničným predstavoval 53 % voči 47 %.

4.2.1 Tržby a priemerná cena za ubytovanie

Dôsledky globálnej krízy sa obdobne ako pri predchádzajúcich ukazovateľoch prejavili aj na tržbách za ubytovanie. Kým v období rokov 2002-2008 mali stúpajúci charakter, v roku 2009 však nastal pokles a tržby za ubytovanie v Košiciach predstavovali 7 798 425 Eur.

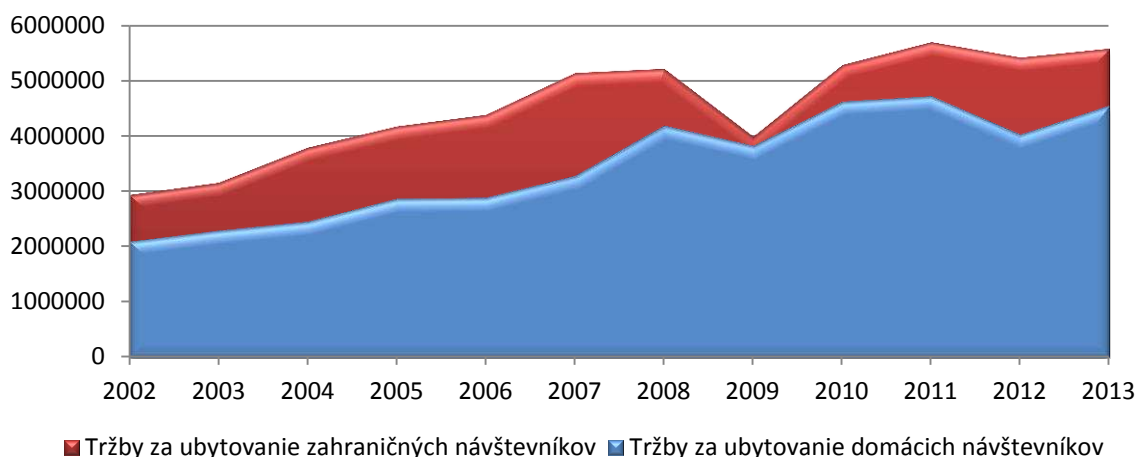
Graf 16 Vývoj tržieb za ubytovanie v rokoch 2002-2013 (v Eur)



Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Zaujímavý je fakt, že maximum za sledované obdobie dosiahli tržby za ubytovanie v roku 2011, a to 10 402 894 Eur. Veľkosť tržieb za rok 2013 bola 10 116 246 Eur. Fakt, že tržby neboli najvyššie v kľúčovom roku 2013 možno vysvetliť pomerne veľkým využívaním bezplatného ubytovania (rodina, známy) návštevníkov Košíc.

Graf 17 Vývoj tržieb za ubytovanie domácich a zahraničných návštevníkov v rokoch 2002-2013 (v Eur)

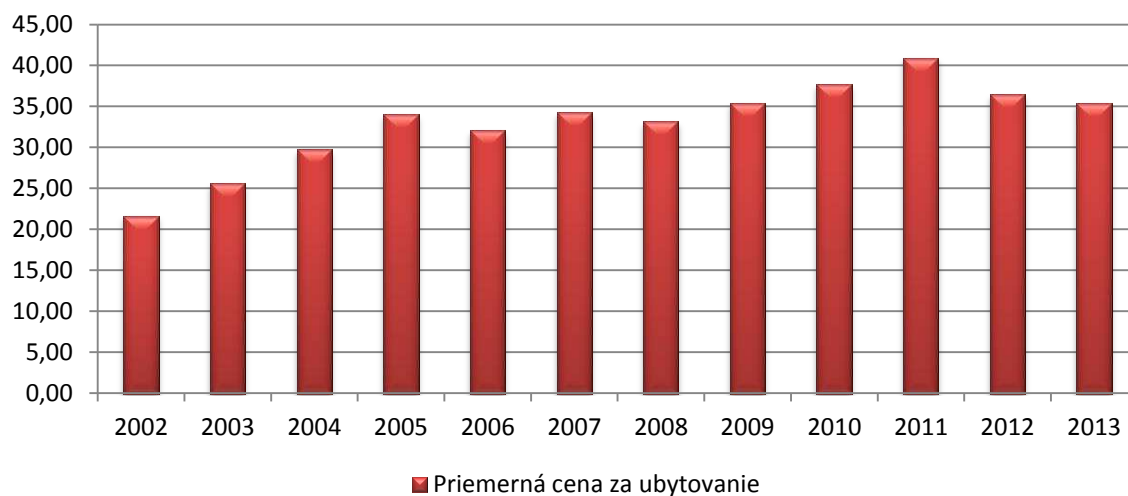


Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Tržby za ubytovanie zahraničných návštevníkov dosahujú v celom sledovanom období vyššie hodnoty ako pri domácich turistoch. Najmenší rozdiel v tržbách nastal v roku 2009, kedy tržby za ubytovanie domácich a zahraničných návštevníkov boli v pomere 49 % a 51 %. V roku 2013 predstavovali tržby za domácich návštevníkov sumu 4 537 369 Eur a za zahraničných návštevníkov 5 578 877 Eur.

Ďalším ukazovateľom zo Štatistického úradu sledujeme aj vývoj priemernej ceny v období rokov 2002 – 2013 za ubytovanie návštevníkov celkovo, aj s ohľadom na pôvod turistov.

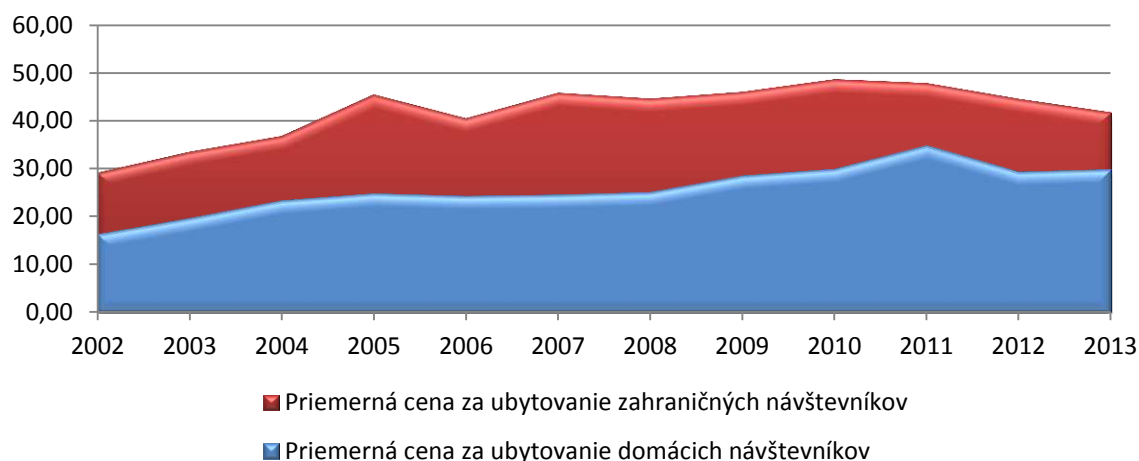
Graf 18 Vývoj priemernej ceny za ubytovanie v rokoch 2002-2013 (v Eur)



Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Priemerná cena za ubytovanie v meste Košice rástla od roku 2002 po rok 2005, a to z 21,63 Eur na 34,01 Eur. V roku 2006 nastal mierny pokles priemernej ceny, a to na 32,04 Eur. Nasledujúce roky mal vývoj priemernej ceny relatívne rastúci charakter, pričom v roku 2011 dosiahla priemerná cena za ubytovanie najvyššiu hodnotu 40,92 Eur. V roku 2013 došlo k poklesu priemernej ceny na 35,40 Eur.

Graf 19 Vývoj priemernej ceny za ubytovanie domácich a zahraničných návštevníkov v rokoch 2002-2013 (v Eur)



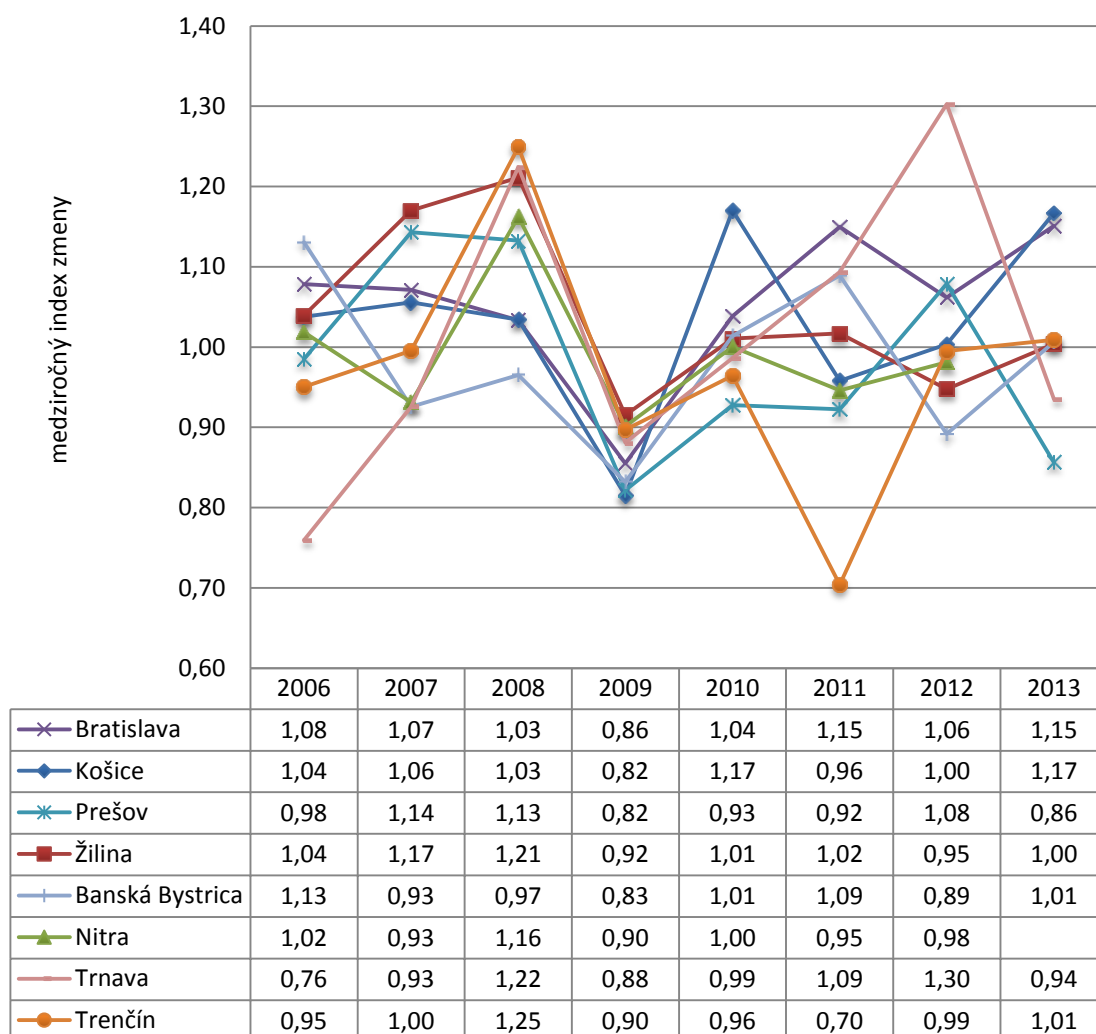
Zdroj: Pracovisko Štatistického úradu SR v Košiciach

Pri porovnaní priemernej ceny za ubytovanie pri domácich a zahraničných návštevníkoch bola priemerná cena pri zahraničných návštevníkoch počas celého sledovaného obdobia vyššia. Najmenší rozdiel pozorujeme v roku 2013, kedy sledovaný ukazovateľ u domácich turistov bol 29,89 Eur a pri zahraničných návštevníkoch 41,66 Eur.

4.2.2 Porovnanie návštevnosti v krajských mestách SR

Z dôvodu zlepšenia vypovedacej schopnosti údajov, ktoré boli doteraz analyzované a pre zvýšenie objektívnosti bola vykonaná aj analýza návštevnosti a počtu prenocovaní za jednotlivé krajské mestá Slovenskej republiky. Analyzujeme obdobie ôsmich rokov 2006-2013². Z dát o počte návštevníkov a počte prenocovaní boli následne vypočítané medziročné indexy zmien v jednotlivých krajských mestách SR.

Graf 20 Medziročná zmena počtu návštevníkov v krajských mestách SR v rokoch 2006-2013



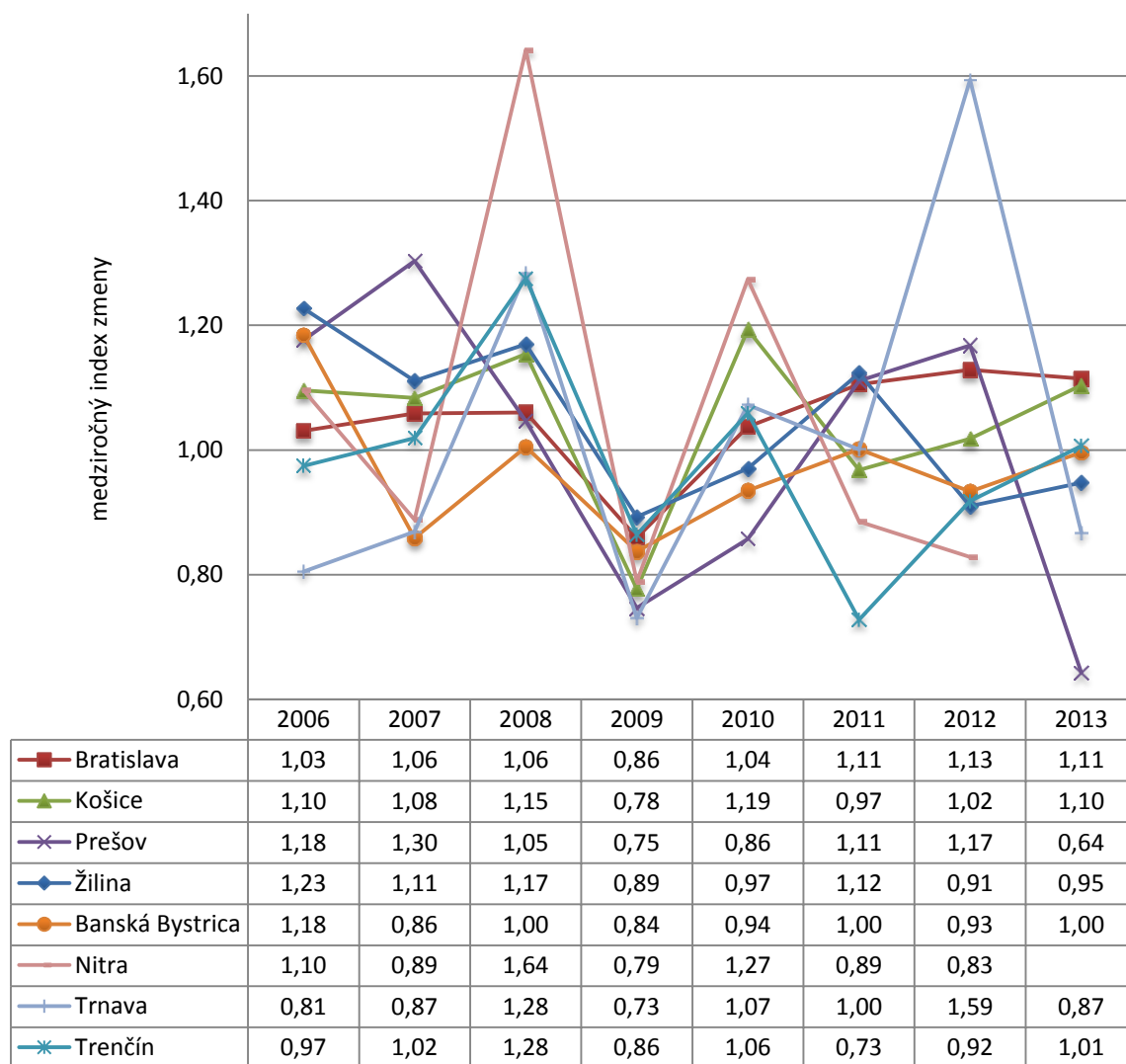
Zdroj: Pracoviská Štatistického úradu SR

Pri porovnaní návštevnosti v jednotlivých krajských mestách pre obdobie 2006-2008 môžeme vidieť že jednotlivé mestá si držali svoju úroveň návštevnosti, príp. ju mierne zvyšovali. V roku 2009 nastal očividný pokles návštevnosti vo všetkých krajských mestách. V Košiciach sa návštevnosť v nasledujúcom roku zvýšila a zároveň tento medziročný nárast návštevníkov je najvyšším v sledovanom období. Prekvapením je medziročný pokles turistov v roku 2011, kedy boli v Košiciach zorganizované MS v ľadovom hokeji. V roku 2012 bol zaznamenaný mierny nárast počtu turistov. V roku 2013 sa mesto Košice dostalo na rovnakú hodnotu indexu zmeny 1,17, akú vykazovalo v roku 2010. V roku 2013 malo mesto Košice najvyšší

² Za predošlé roky boli údaje vykazované za kraje nie za krajské mestá.

index zmeny spomedzi všetkých krajských miest. Tento nárast návštevnosti môžeme spájať práve s titulom Európskeho hlavného mesta kultúry. Súčasne dve mestá dokonca zaznamenali dosť zjavný prepád v návštevnosti, konkrétne Prešov a Trnava.

Graf 21 Medziročná zmena počtu prenocovaní návštevníkov v krajských mestách SR v rokoch 2006-2013



Zdroj: Pracoviská Štatistického úradu SR

Medziročné zmeny prenocovaní návštevníkov v krajských mestách sú obdobné ako pri zmenách počtov návštevníkov. Všetky mestá zaznamenali pokles v počte prenocovaní v roku 2009. V roku 2010 mali najvyšší index zmeny mestá Košice a Nitra. Od roku 2011 index zmeny Košíc rástol a v roku 2013 dosiahol hodnotu 1,10. Bratislava v roku 2013 vykazuje síce najvyššiu hodnotu, avšak oproti predchádzajúcemu roku sa index zmeny znížil. Najväčší pokles indexu zmeny zaznamenali Prešov a Trnava.

Časť 5

Podujatia EHMK



Obsah

5	VYHODNOTENIE HLAVNÝCH PODUJATÍ EHK	3
5.1	Vyhodnotenie vybraných podujatí EHK v roku 2012	4
5.1.1	Biela noc	4
5.1.2	Festival rozmanitosť	9
5.1.3	Moonride	11
5.1.4	ISCM - Dni novej hudby 2012	13
5.2	Vyhodnotenie vybraných podujatí EHK v roku 2013	15
5.2.1	Otvárací ceremoniál Košice – EHK 2013	16
5.2.2	Use the City 2013	18
5.2.3	Konverencie 2013	20
5.2.4	Virvar – Dni bábkového divadla a hier pre rodiny 2013	22
5.2.5	Imaginácie	24
5.2.6	Košice Gurmán Fest	26
5.2.7	Návrat vody do mesta	28
5.2.8	Leto v parku	30
5.2.9	Biela noc 2013	32
5.2.10	Košická šarkaniáda	34
5.2.11	Dni novej hudby - ISCM 2013	36
5.2.12	Záverečný ceremoniál	37
5.3	Vyhodnotenie vybraných podujatí EHK v roku 2014	40
5.3.1	Imaginácie	40
5.3.2	Virvar – Dni bábkového divadla a hier pre rodiny 2014	42
5.3.3	Use the City 2014	44
5.3.4	Leto v parku	46
5.4	Porovnanie výsledkov	48
5.4.1	Biela noc 2012 vs. Biela noc 2013	48
5.4.2	ISCM Dni novej hudby 2012 vs. ISCM Dni novej hudby 2013	50
5.4.3	Use the City 2013 vs. Use the City 2014	52
5.4.4	Virvar 2013 vs. Virvar 2014	54
5.4.5	Imaginácie 2013 vs. Imaginácie 2014	56
5.4.6	Leto v parku 2013 vs. Leto v parku 2014	58

5 VYHODNOTENIE HLAVNÝCH PODUJATÍ EHMK

Cieľom tejto kapitoly je identifikovať socio-ekonomickú štruktúru návštevníkov sledovaných podujatí (vek, vzdelanie, pohlavie, ekonomická aktivita, zamestnanosť v kreatívnych odvetviach) a zhodnotiť kvalitu vybraných podujatí. Pri popise štruktúry návštevníkov bol hlavným rozlišovacím kritériom pôvod návštevníkov. Návštevníkov sme rozdelili pre účely výskumu do troch skupín: Košičania, domáci turisti (Slováci mimo Košíc) a zahraniční turisti.

V nasledujúcej tabuľke sú uvedené vybrané podujatia v rámci projektu EHMK, na ktorých bol realizovaný dotazníkový prieskum:

Tabuľka 1 Vybrané podujatia EHMK – dotazníkový prieskum

2012	2013	2014
Biela noc Festival rozmanitosť Moonride ISCM Dni novej hudby	Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013 Use the City Konvergencie Virvar Imaginácie Košice Gurmán Fest Návrat vody do mesta Leto v parku Biela noc Šarkaniáda ISCM Dni novej hudby Záverečný ceremoniál	Imaginácie Virvar Use the City Leto v parku

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Dotazníkový prieskum sa realizoval v čase vybraných podujatí EHMK počas troch rokov 2012-2014 prostredníctvom vyškolených anketárov.

Dotazníky sú uvedené v prílohách. Na základe odpovedí na otázky je možné vytvoriť socio-ekonomický profil návštevníka jednotlivých podujatí. Tento analyzujeme samostatne pre každé podujatie, s cieľom identifikovať spoločné, resp. rozdielne znaky návštevníkov na jednotlivých podujatiach.

Pri každom podujatí boli respondenti požiadaní, aby ohodnotili kvalitu navštíveného podujatia od 1 do 5, pričom 1 bolo najlepšie hodnotenie a 5 najhoršie hodnotenia. Na základe získaných údajov uvádzame priemernú známku pre každé z vybraných podujatí projektu EHMK – Košice 2013.

V nasledujúcej časti správy uvádzame vybrané údaje zistené o sledovaných podujatiach. A následne porovnávame výsledky podujatí, na ktorých prebehol dotazníkový prieskum v dvoch rokoch – Biela noc (2012, 2013), ISCM Dni novej hudby (2012, 2013), Use the City (2013, 2014), Virvar (2013, 2014), Imaginácie (2013, 2014), Leto v parku (2013, 2014).

5.1 Vyhodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2012

Pre pilotný prieskum v roku 2012 – ako aj pre popis východiskovej situácie, bol v roku 2012 uskutočnený podrobný dotazníkový prieskum na nasledovných akciách:

- Biela Noc
- Festival rozmanitosť
- Moonride
- Dni novej hudby – ISCM

Tieto podujatia boli vybrané v spolupráci so zástupcami EHMK n.o.. Nasledujúca tabuľka zobrazuje počet dotazníkov zozbieraných anketármi na jednotlivých akciách.

Tabuľka 2 Počet zozbieraných dotazníkov na vybraných podujatiach EHMK

Názov podujatia	Košičania	Domáci návštevníci	Zahraniční návštevníci	Spolu
Biela noc	273	68	19	360
Festival rozmanitosť	138	10	3	151
Moonride	263	34	4	301
Dni novej hudby	108	56	2	166
Spolu	782	168	28	978

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Najlepšie hodnotením podujatím v roku 2012 boli Dni novej hudby. Ostatné tri podujatia boli hodnotené podobne. Celkovo môžeme povedať, že návštevníci „známkovali“ sledované akcie pozitívne.

Tabuľka 3 Priemerné hodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2012

Názov podujatia	Priemerná hodnotiacia známka
Biela noc	2,30
Festival rozmanitosť	2,23
Moonride	2,39
Dni novej hudby	1,42

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.1.1 Biela noc

Všeobecné informácie o podujatí

Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013 ako jediné mesto na Slovensku a v susedných krajinách V4 získalo prestížnu licenciu z Paríža a zapojilo sa do medzinárodnej siete Nuit Blanche Europe. Projekt Európskeho hlavného mesta kultúry prikladá veľký význam práve umeniu vo verejnom priestore, jeho oživeniu a pochopeniu. Priemyselný charakter mesta ponúka umelcom atypické priestory, ktoré vďaka umeniu nadobúdajú novú tvár a vytvárajú zaujímavý kontrast s historickým centrom Košíc. Košická Biela noc sa od roku 2010 svojou kvalitou a výnimočnosťou radí medzi najvýznamnejšie, najrozsiahlejšie a najnavštevovanejšie umelecké podujatia nielen v Košiciach, ale i na Slovensku. Podľa dohody s Parížom, Biela noc nastáva vždy v prvú októbrovú sobotu, čo pre Košice znamená predvečer Medzinárodného

maratónu mieru. Tým mesto získava pre európskych a slovenských návštevníkov jedinečný atraktívny kultúrny víkend. Biela noc svojou unikátnosťou, zaujímavosťou, umeleckou kvalitou a rôznorodosťou dokazuje, že aj súčasné umenie vie pritažnúť masu divákov všetkých vekových kategórií. Podporuje kultúrny turizmus v meste a vďaka umeniu návštevníci prežívajú raz v roku netradičnú noc plnú nových zážitkov a stretnutí.

Obrázok 1 Biela noc 2012



Zdroj: Fotografie anketárov

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkového prieskumu na podujatí Biela noc sa zúčastnilo 15 vyškolených anketárov. Dotazovanie prebiehalo v čase od 20:00 do 23:00. Celkovo sme na podujatí zozbierali 360 dotazníkov.

Tabuľka 4 Štruktúra návštevníkov podujatia Biela noc 2012

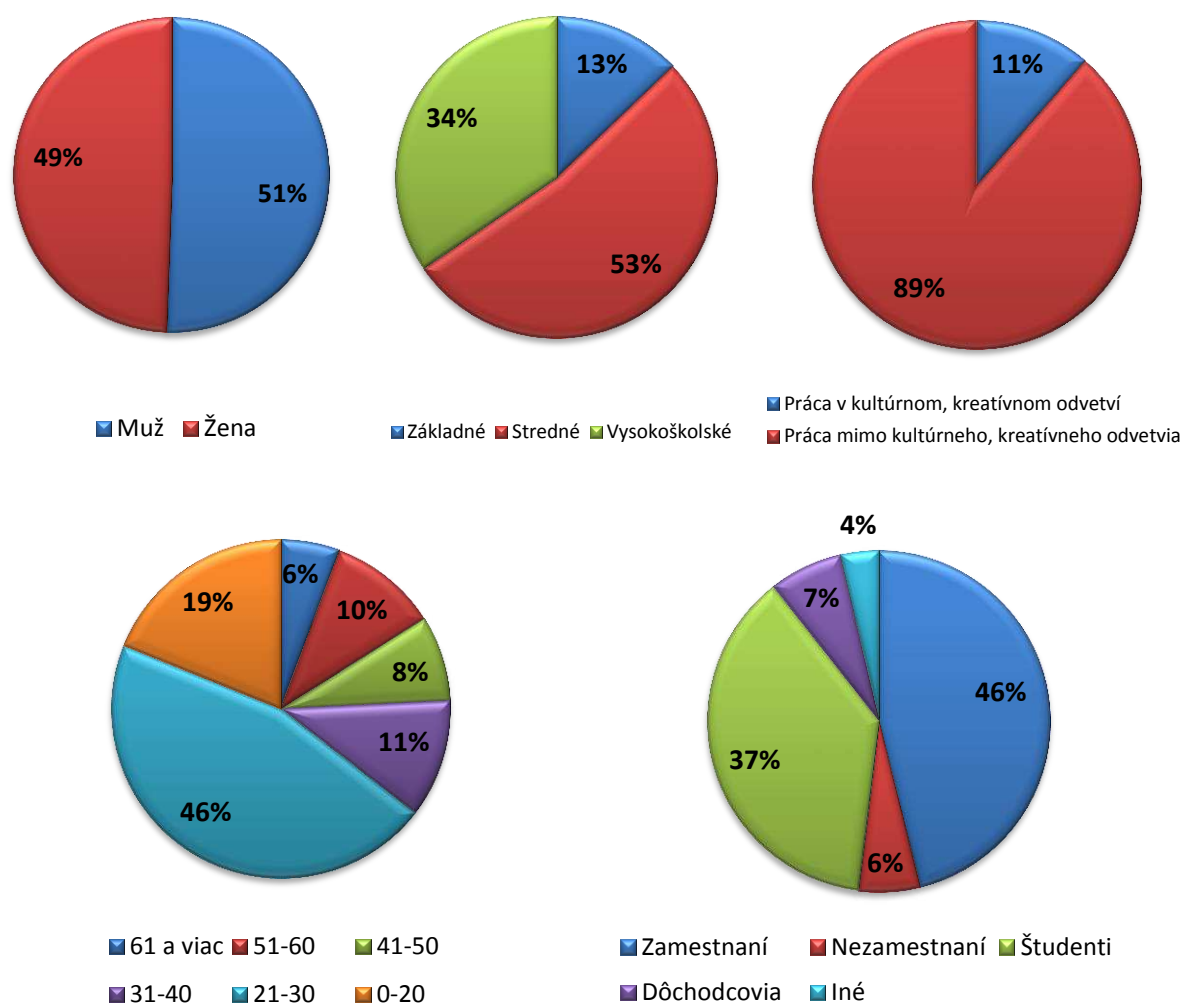
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
75,83 %	18,89 %	5,28 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Biela noc 2012?

Z hľadiska pohlavia mierne prevládali muži (51 %) nad ženami (49 %). Z hľadiska veku najväčšie zastúpenie mali mladí ľudia do 20 rokov (19 %) a vo veku 21-30 rokov (46 %). Potvrďuje to aj 37 %-né zastúpenie študentov medzi návštevníkmi. Najpočetnejšou skupinou však boli zamestnaní (46 %), pričom 11 % z nich uviedlo, že pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Čo sa týka vzdelanie nadpolovičná väčšina návštevníkov (53 %) uviedla, že má stredoškolské vzdelanie.

Graf 1 Návštevník podujatia Biela noc 2012



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Odhad návštevnosti

Odhadnúť počet návštevníkov podujatia je nevyhnutný pre ďalšie výpočty resp. hodnotenia – napr. ekonomické dopady podujatia na lokálnu ekonomiku. V prípade, že je podujatie platené, návštevnosť je možné zistiť jednoduchým sčítaním predaných lístkov. V prípade, že je podujatie ohraňované je možné spočítať počet prichádzajúc pri vstupe na podujatie. V prípade Bielej noci však nie je možné využiť žiadny z týchto prístupov. Pre odhad počtu návštevníkov Bielej noci sme preto využili metodiku - „Assesment of Ungated or Open Access Events and Festivals“ – vypracovanú a využívanú Ministerstvom kultúry a turizmu v Kanade.

Kvôli rozsiahlosti priestoru bolo nutné využiť kombináciu pozorovaní. Nasledujúci obrázok popisuje pokrytie priestoru fotografickým pozorovaním a pozorovaním anketárov. Týmto spôsobom sa nám podarilo pokryť približne 90% priestoru konaného podujatia.

Fotografické pozorovania boli robené zo severnej veže Dómu svätej Alžbety každých 15 min. so začiatkom od 20:00 a koncom o 24:00. Zároveň anketári zaznamenávali na vopred určených stanovištiach (tínených alebo nedostupných pre fotografické pozorovanie) počet ľudí každú celú hodinu. Týmto spôsobom sme získali obraz o tom, koľko ľudí sa nachádzalo

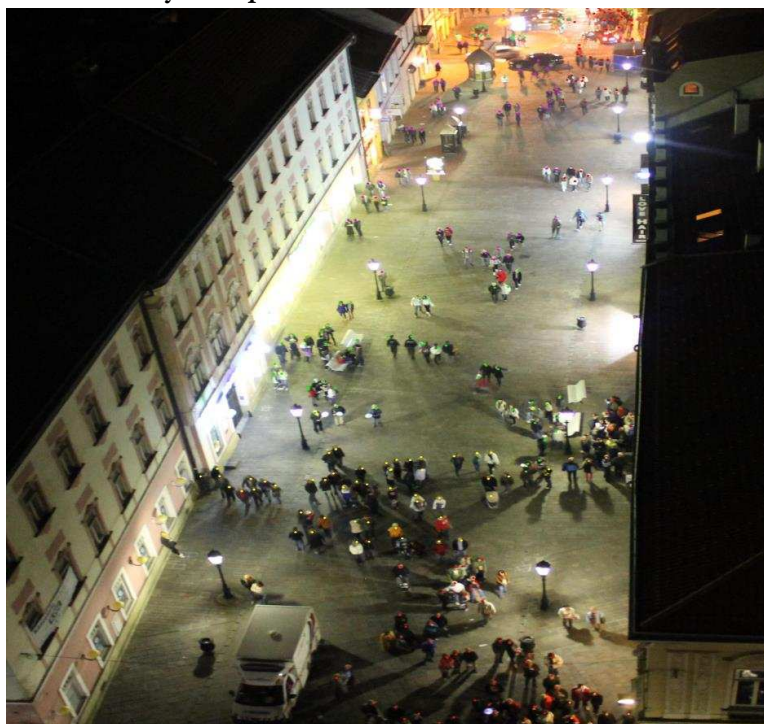
v priestore s jasnou časovou známkou pozorovania. Súčasťou terénneho dotazníka bola aj otázka ako dlho sa účastníci zdržali na Hlavnej ulici (priemerný čas strávený na Hlavnej ulici počas Bielej noci bol 2 hodiny). Z týchto základných údajov sme potom výpočtom odhadli počet návštevníkov.

Pre overenie výpočtu sme si stanovili dva základné princípy odhadu návštevnosti. Prvý princíp bol založený na predpoklade, že každý návštevník videl predstavenie pred Urbanovou vežou (považované za hlavnú a najúspešnejšiu atrakciu podľa dotazníkového prieskumu). K dispozícii sme mali fotografie na priestor pred Urbanovou vežou každých 15 min. Predstavenie trvalo 5 min. a prestávka medzi predstavením bola 5 min. Takže sme predpokladali, že sa ľudia pred Urbanovou vežou počas 15 min. vystriedali dvakrát. Výsledok výpočtu na základe tohto prístupu je 16 200 ľudí.

Druhá metóda bola založená na odhade celku. Spočítali sme, stav ľudí z fotografického pozorovania a pozorovaní anketárov každé dve hodiny. Pozorovanie anketárov je možné považovať za subjektívne, preto sme vyžadovali pre každé miesto a čas nezávislé pozorovanie dvoch anketárov, pričom sme výsledky takýchto pozorovaní spriemerovali. Touto metódou sme odhadli návštevnosť Bielej noci na 17 700 ľudí.

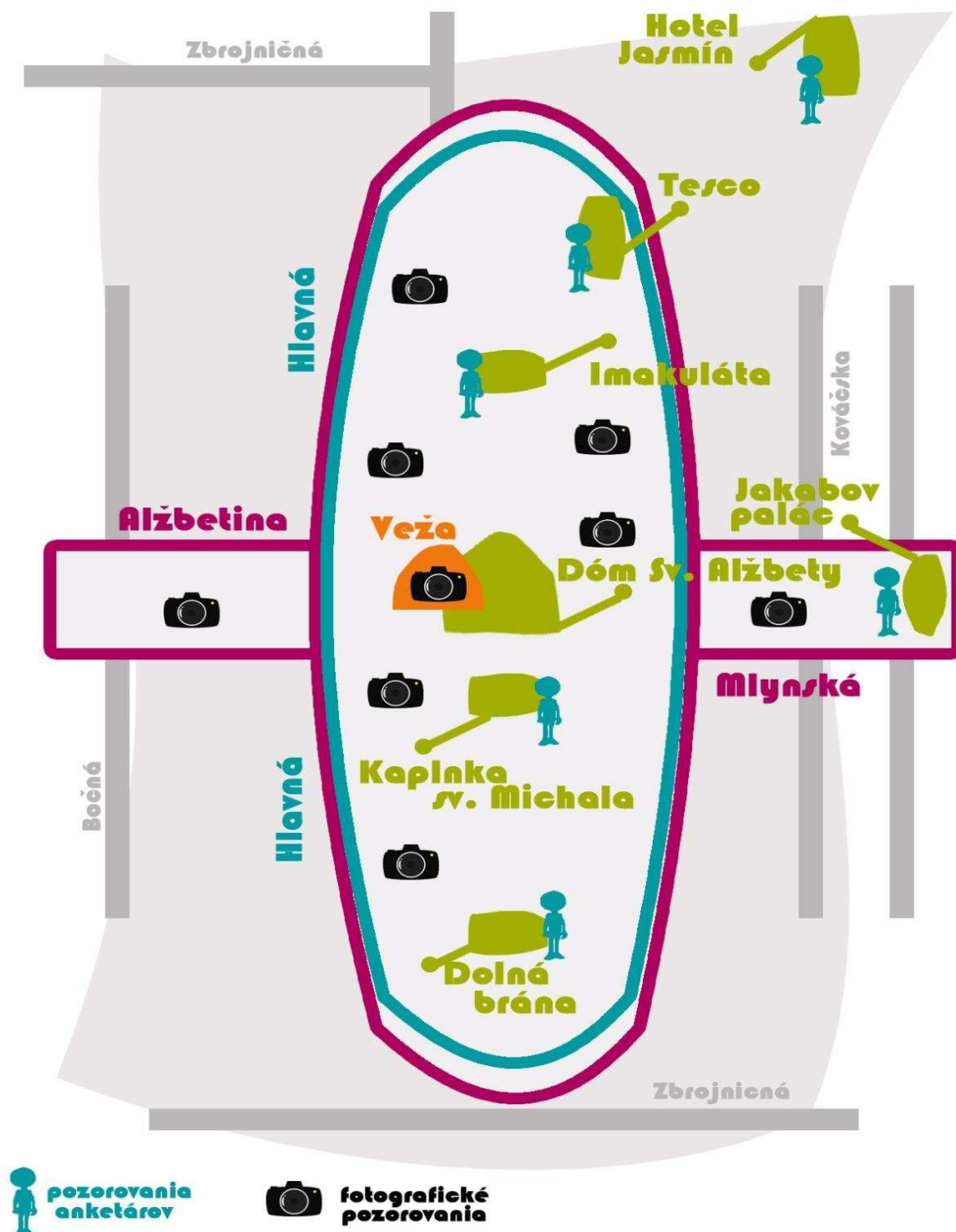
Pre ďalšie výpočty preto budeme počítat' s návštevnosťou na úrovni 17 000 ľudí.

Obrázok 2 Výsek z počítania ľudí – Alžbetina ulica 21:00 hod.



Zdroj: Vlastné spracovanie

Obrázok 3 Pokrytie priestoru fotografickým pozorovaním a pozorovaním anketárov počas Bielej noci



Zdroj: vlastné spracovania

5.1.2 Festival rozmanitosť

Všeobecné informácie o podujatí

Festival Rozmanitosť kreatívnym spôsobom predstavil mnoho tradičných i nových menšín žijúcich v Košiciach. Jeho cieľom bolo vytvoriť priestor na dialóg o tolerancii a vzájomnom spolužití medzi majoritou mesta Košice a nielen národnostnými menšinami. Počas svojho prvého ročníka v roku 2012, predstavili špeciálnu obnovenú premiéru opery Kráľ duchov v mantáckom jazyku od Mareka Piačeka. Vyvrcholením festivalu Rozmanitosť bol Polievkový festival, ktorého hlavnou myšlienkou bolo spojiť Košičanov a menšiny žijúce v Košiciach a dať im všetkým možnosť prezentovať sa pred množstvom ľudí špecifickou polievkou a rôznorodým sprievodným programom. Takmer tri desiatky teplých polievok a zaujímavý program prilákali do areálu Ryby Aničky takmer tisícku návštevníkov. Vstup bol voľný a každý, kto chcel ochutnať z množstva chutných polievok, si mohol zakúpiť 3-eurové konzumné. Túto možnosť využilo prvých tristo návštevníkov, ktorí sa v areáli nazbierali za hodinu a pol. Organizačný tím neodhadol úplne presne ako magicky zaúčinkuje chladné počasie a teplé jedlo na Košičanov, a preto boli takmer všetky polievky zjedené za dve hodiny.

Obrázok 4 Festival Rozmanitosť



Zdroj: Fotografie anketárov

Všeobecné informácie o výskume

Zber údajov v rámci Festivalu Rozmanitosť bol realizovaný na Polievkovom festivale a následnom Hudobnom festivale (13.10.2012) prostredníctvom 8 vyškolených anketárov v areáli Ryba Anička. Anketovanie na Hudobnom festivale malo pôvodne prebiehať 3 hodiny, ale vzhľadom na nedostatočnú účasť sme ho po hodine ukončili. Celkovo bolo zozbieraných 151 dotazníkov.

Tabuľka 5 Štruktúra návštevníkov podujatia Festival Rozmanitosť

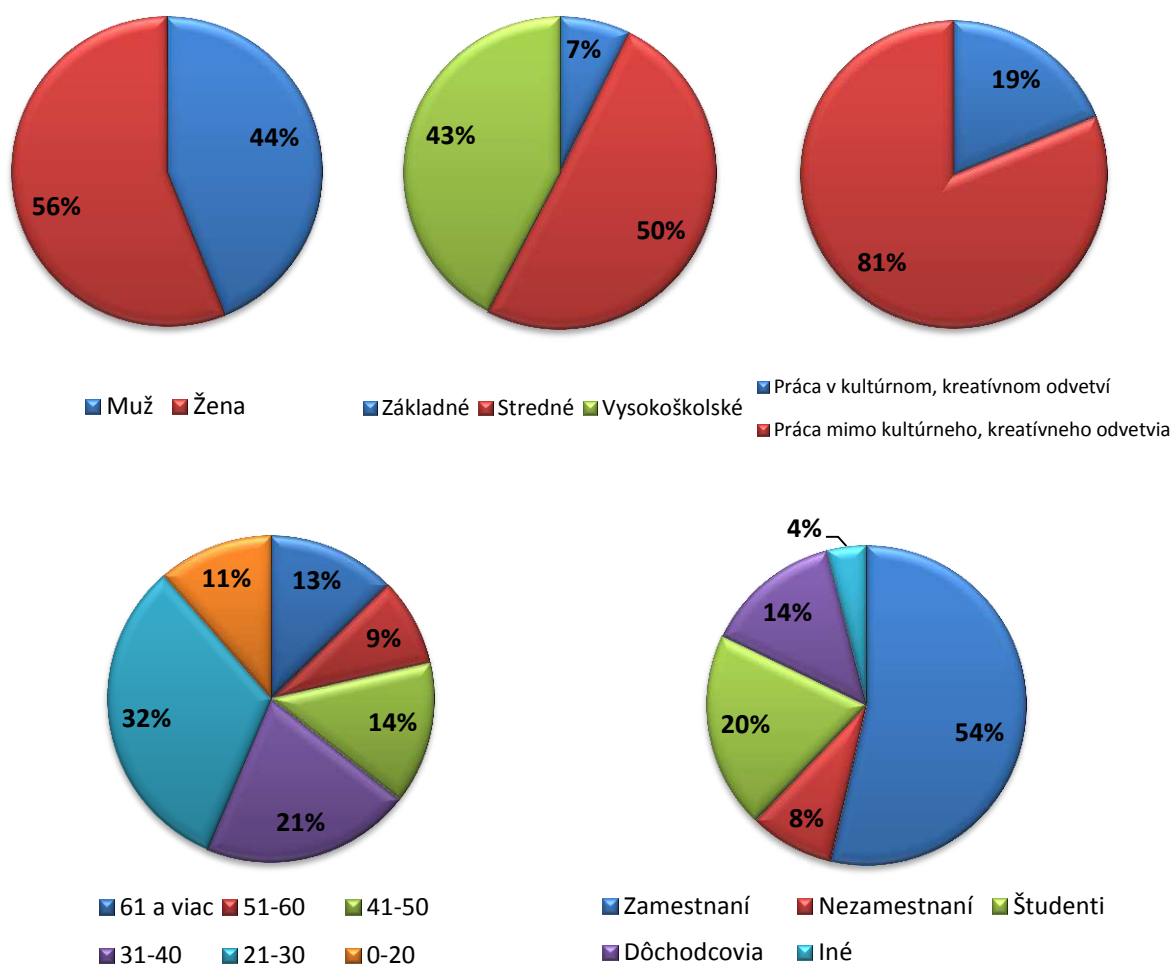
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
92,00 %	7,33 %	0,67 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Festival Rozmanitosť 2012?

Na základe analýzy primárnych údajov o socio-ekonomickom profile respondentov môžeme vyvodiť nasledovné závery. Z hľadiska pohlavia prevažovali ženy (56 %) nad mužmi (44 %). Najväčšie zastúpenie mali mladí ľudia vo veku 21-30 rokov (32 %), celkovo 64 % respondentov malo do 40 rokov. Čo sa týka dosiahnutého vzdelania, 50 % respondentov malo stredoškolské vzdelanie, 43 % vysokoškolské a 7 % základné vzdelanie. 54 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho 19 % pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Druhou najpočetnejšou skupinou podľa ekonomickej aktivity boli študenti (20 %).

Graf 2 Návštevník podujatia Festival Rozmanitosť 2012



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.1.3 Moonride

Všeobecné informácie o podujatí

7. ročník medzinárodného festivalu súčasného umenia Moonride bol prehliadkou súčasnej tvorby v oblasti výtvarného umenia, divadla, tanca, hudby a literatúry. Prebiehal v dňoch 15.-20.10.2012. Priestor dostala aj mladá slovenská scéna, inštalácie a performancie medzinárodných umelcov. V rámci siedmeho ročníka festivalu Moonride sa uskutočnila aj prednáška vo Vedeckej kaviarni a konferencia zameraná na nezávislé hudobné infraštruktúry zo strednej a východnej Európy. Rôzne zaujímavé formy prezentácie produkcií zúčastnených partnerských krajín tak zasiahli všetkých účastníkov festivalu, obyvateľov aj návštevníkov Košíc. Zámerom realizácie tohto projektu bolo pripraviť jedinečný medzinárodný festival nekomerčnej kultúry s dôrazom na aktuálne súčasné umenie z krajín V4. Účastníci mali možnosť nechať sa unášať jeho rozmanitosťou a stretnúť sa s rôznymi formami umeleckého vyjadrenia.

Obrázok 5 Moonride



Zdroj: mesto Košice

Všeobecné informácie o výskume

Zber údajov počas festivalu Moonride prebiehal 4 dni – 17.-20.10.2012, konkrétne počas týchto predstavení: populárno-vedecká prednáška s názvom Košice - meteorit s rodokmeňom (Tabačka), inštaláciu holandského výtvarníka Mathijisa Lieshouta (Strojárska 3), výstava Galéria Hit: O nude (Tabačka), svetelná inštalácia Cassovar Light Experience (Cassovar), hudobné predstavenie For You Katrina, Yourai, MyrraRós, Danimal (Tabačka) a

hudobné predstavenie Biosphere (Premonštrátsky kostol, Hlavná 65). 13 vyškolených anketárov zozbieralo celkovo 301 dotazníkov.

Tabuľka 6 Štruktúra návštevníkov podujatia Moonride

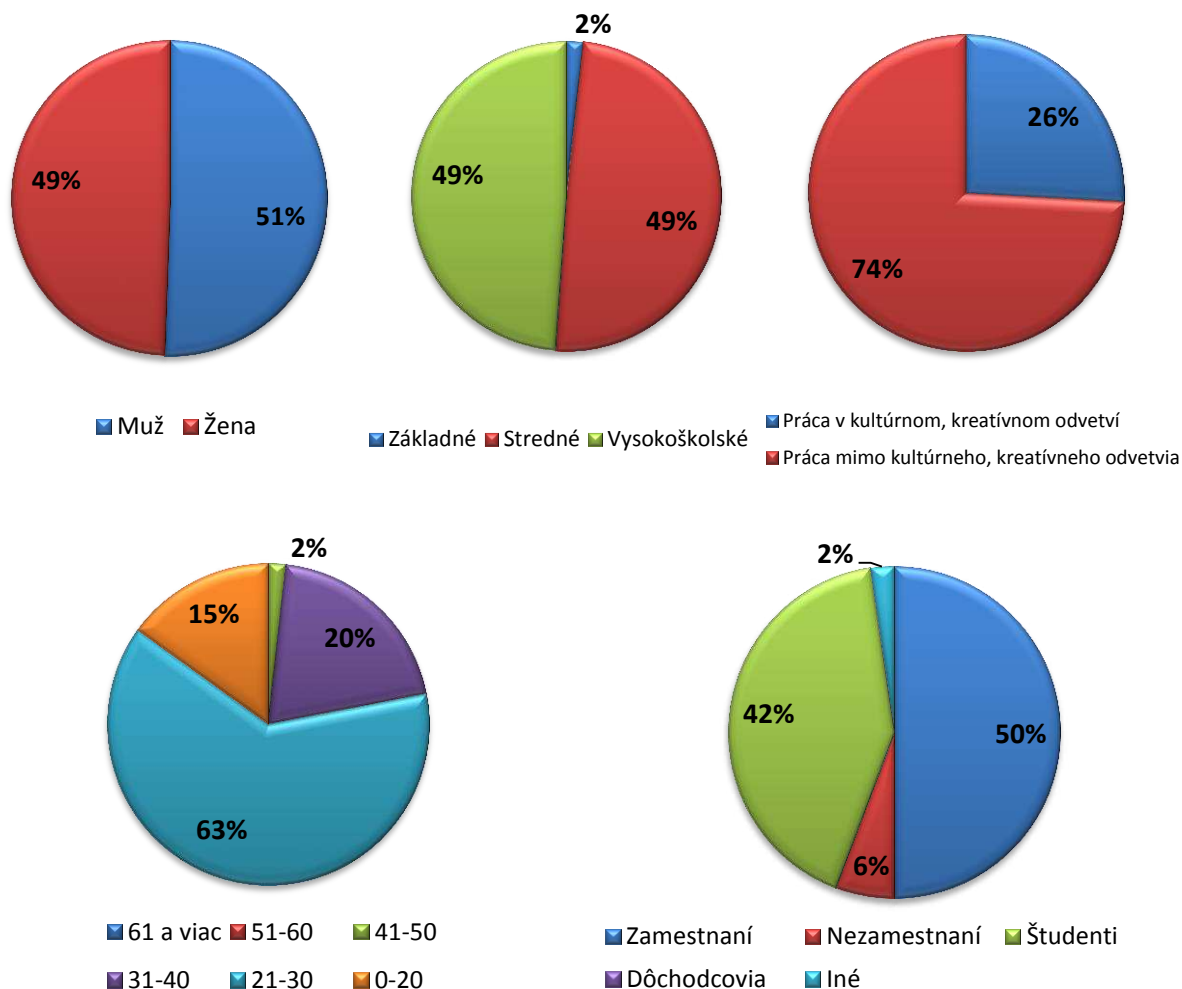
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
76,30 %	23,70 %	0,00 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Moonride 2012?

Z hľadiska pohlavia medzi návštevníkmi Moonridu len mierne prevažovali muži (51 %) nad ženami (49 %). Pozorujeme rovnaké zastúpenie návštevníkov (49 %) so stredoškolským a vysokoškolským vzdelaním. Podujatia sa zúčastnili hlavne mladí ľudia vo veku 21-30 (63 %). Polovica respondentov bolo zamestnaných a z toho viac ako štvrtina pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Druhou najpočetnejšou skupinou návštevníkov boli študenti (42 %).

Graf 3 Návštevník podujatia Moonride 2012



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.1.4 ISCM - Dni novej hudby 2012

Všeobecné informácie o podujatí

ISCM New MusicDays 2012 (3. ročník) bolo podujatie s pestrým kultúrnym programom zameraným na súčasné hudobné umenie. Tvorili ho projekty pre deti, stredoškolských i vysokoškolských študentov a festival súčasného umenia, na ktorom spolupracovala Štátna filharmónia Košice. V rámci aktivít pre deti boli realizované semináre o súčasnej hudbe, cyklus koncertov detí pod názvom Portréty ako aj tvorba databázy nových skladieb, vhodných pre mladých interpretov. Študenti mali možnosť zapojiť sa do koncertných aktivít celoslovenského súboru VENI ACADEMY, ktorý sa pod vedením profesionálnych hudobníkov venuje súčasnej hudbe. ISCM New MusicDays inšpirujú k tvorivosti, podporujú sebarealizáciu a poskytujú radosť z procesu objavovania nového jazyka umenia. Festival ISCM New MusicDays 2012 sa v Košiciach konal v spolupráci s festivalom súčasného umenia ARS NOVA Cassoviae, ktorý v tomto roku oslavuje 10. výročie svojho vzniku.



Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum v rámci Dní novej hudby ISCM prebiehal na podujatí Portréty (11.11.2012) a Te Deum (14.11.2012). Dotazovanie prebiehalo hodinu pred začiatkom a hodinu po skončení predstavenia. Celkovo respondentov oslovovalo 10 vyškolených anketárov. Podarilo sa nám zozbierať 164 dotazníkov.

Tabuľka 7 Štruktúra návštevníkov podujatia Dni novej hudby ISCM

Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
65,85 %	43,15 %	0,00 %

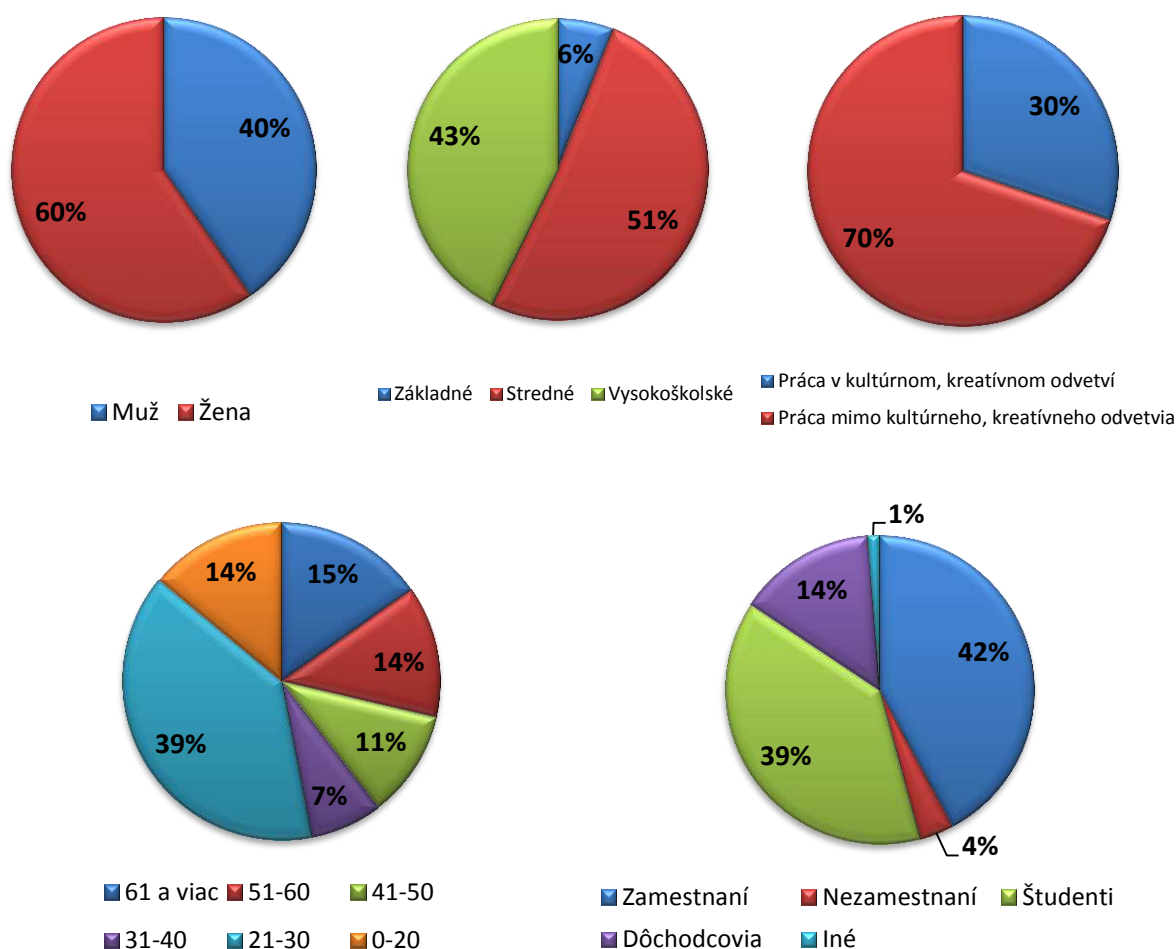
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Dni novej hudby 2012?

Na základe analýzy primárnych údajov o socio-ekonomickom profile respondentov môžeme vyvodit' nasledovné závery. Z hľadiska pohlavia značne, o 20 % prevažovali ženy (60 %) nad mužmi (40 %). V porovnaní s predchádzajúcimi hodnotenými podujatiami sledujeme zastúpenie všetkých vekových kategórií návštevníkov. 39 % boli mladí ľudia vo veku 21-30 rokov, druhou najpočetnejšou skupinou boli dôchodcovia (15 %). Rovnaké zastúpenie - 14 % mali ľudia do 20 rokov a vo veku 51-60 rokov. Zaujímavé je, že len 7 % bolo návštevníkov vo

veku 31-40 rokov. Viac ako polovica návštevníkov mala stredoškolské vzdelanie, 43 % vysokoškolské a 6 % malo ukončené základné vzdelanie. To je možné vysvetliť pomerne vysokým zastúpením študentov a mladých ľudí do 20 rokov medzi návštevníkmi. 42 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho v porovnaní s ostatnými podujatiami až 30 % pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Druhou najpočetnejšou skupinou podľa ekonomickej aktivity boli študenti (39 %).

Graf 4 Návštevník podujatia ISCM – Dni novej hudby 2012



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2 Vyhodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2013

Počas roka 2013 bol uskutočnený podrobný dotazníkový prieskum na 12 podujatiach organizovaných v rámci EHMK 2013, ktoré sme vybrali v spolupráci so zástupcami EHMK n.o.

- Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013
- Use the City
- Konvergenzie
- Virvar
- Imaginácie
- Košice Gurmán Fest
- Návrat vody do mesta
- Leto v parku
- Biela noc
- Šarkaniáda
- ISCM Dni novej hudby
- Záverečný ceremoniál

Tabuľka 8 Počet zozbieraných dotazníkov na vybraných podujatiach EHMK 2013

Názov podujatia	Počet získaných dotazníkov
Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013	570
Use the City	231
Konvergenzie	82
Virvar	63
Imaginácie	105
Košice Gurmán Fest	54
Návrat vody do mesta	109
Leto v parku	267
Biela noc	556
Šarkaniáda	32
ISCM Dni novej hudby	15
Záverečný ceremoniál	159
Spolu	2243

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Pri každom podujatí boli respondenti požiadaní, aby ohodnotili kvalitu navštíveného podujatia od 1 do 5, pričom 1 bolo najlepšie hodnotenie a 5 najhoršie hodnotenia. Nasledujúca tabuľka prezentuje priemerné hodnotenie.

Tabuľka 9 Priemerné hodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2013

Názov podujatia	Priemerná hodnotiacia známka
Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013	1,90
Use the City	1,69
Konvergenzie	1,37
Virvar	1,68
Imaginácie	2,19
Košice Gurmán Fest	1,45
Návrat vody do mesta	2,43
Leto v parku	1,77
Biela noc	2,24
Šarkaniáda	1,65
ISCM Dni novej hudby	1,33
Záverečný ceremoniál	1,59

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Najlepšie hodnotením podujatím v roku 2013 boli rovnako ako v roku 2012 Dni novej hudby. Za nimi nasledovali Konvergenzie a Gurmán Fest so známkami do 1,5. „Najhoršie“ návštevníci hodnotili akciu Návrat vody do mesta – 2,43, čo však tiež nemožno pokladať za negatívne hodnotenie. Celkovo môžeme povedať, že návštevníci hodnotili akcie pozitívne.

5.2.1 Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013

Všeobecné informácie o podujatí

Otvárací ceremoniál EHMK 2013 obsahoval 200 multižánrových podujatí, počas ktorých sa predstavilo približne 1000 účinkujúcich na 70 miestach v meste a blízkom okolí. Hlavný program prebiehal na pódiu pri Dolnej bráne, kde sa predstavili mnohí domáci a zahraniční interpreti. Program vyvrcholil unikátnym pyromuzikálnym ohňostrojom.

Obrázok 6 Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013



Zdroj: tasr, sita, kosice2013

Všeobecné informácie o výskume

Dvojdnňového dotazníkového prieskumu na podujatí Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013 sa zúčastnili 3 vyškolení anketári. Celkovo sme na podujatí zozbierali 570 dotazníkov.

Tabuľka 10 Štruktúra návštevníkov podujatia Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013:

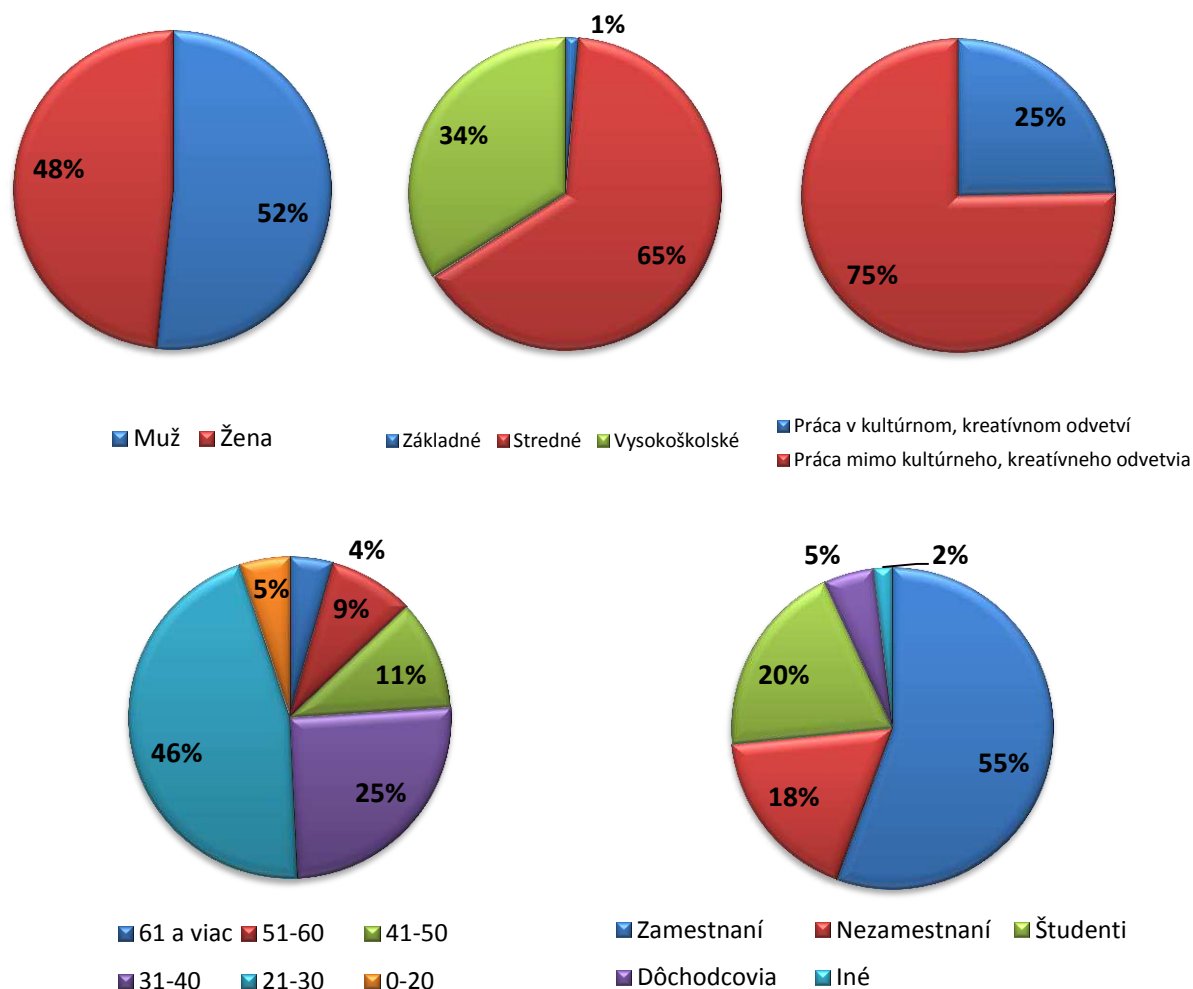
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
66,85 %	32,02 %	1,12 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013?

Na základe analýzy primárnych údajov o socio-ekonomickom profile respondentov môžeme vyvodiť nasledovné závery. Z hľadiska pohlavia prevažovali ženy (52 %) nad mužmi (48 %). Najväčšie zastúpenie mali mladí ľudia vo veku 21-30 rokov (46 %), celkovo až 76 % respondentov malo do 40 rokov. Čo sa týka dosiahnutého vzdelania, 65 % respondentov malo stredoškolské vzdelanie, 34 % vysokoškolské a 1 % základné vzdelanie. 55 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho štvrtina pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Druhou najpočetnejšou skupinou podľa ekonomickej aktivity boli študenti (20 %).

Graf 5 Návštevník podujatia Otvárací ceremoniál Košice – EHMK 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.2 Use the City 2013

Všeobecné informácie o podujatí

Festival Use the City predstavuje rôzne formy, žánre a podoby umenia vo verejnom priestore. Jeho úlohou je ukázať obyvateľom, že umenie sa dá robiť všade, aj na miestach, ktoré na to pôvodne nie sú určené. Preto by mali vyjsť do ulíc a užiť si svoje mesto. Priamo v centre mesta sa predviedli umelci z celej Európy.

Obrázok 7 Use the City 2013



Zdroj: <http://www.usethecity.sk/>

Všeobecné informácie o výskume

Zber údajov počas festivalu Use the City prebiehal 2 dni – 24. a 26.05.2013. Dotazníkový prieskum prebiehal počas týchto predstavení: Monumenty z kartónu, Hudba v meste, Cape Crew a Tokyo Metropolitan Symphony. 4 vyškolení anketári zozbierali celkovo 231 dotazníkov.

Tabuľka 11 Štruktúra návštevníkov podujatia Use the City 2013:

Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
59,17 %	33,03 %	7,80 %

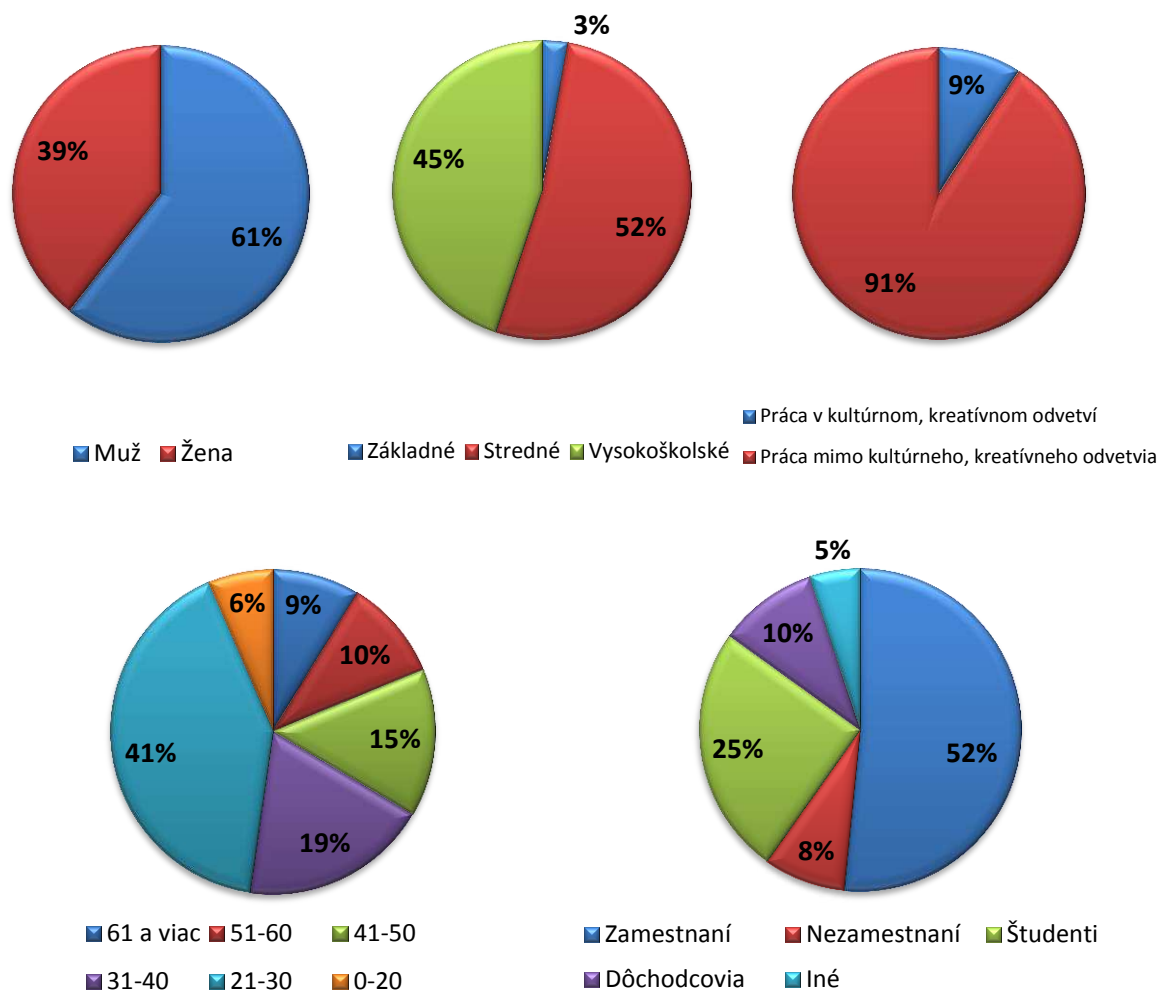
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia festivalu Use the City?

Z hľadiska pohlavia medzi návštevníkmi festivalu prevažovali muži (61 %) nad ženami (39 %). Väčšina respondentov mala stredoškolské vzdelanie (52 %), 45 % respondentov uviedlo, že má vysokoškolské vzdelanie, 3 % mali základné vzdelanie. 41 % tvorili mladí ľudia vo veku 21-30 rokov. Druhá najpočetnejšia skupina bola vo veku 31-40 rokov (19 %). 52 %

respondentov bolo zamestnaných a z toho 91 % pracuje mimo kultúrneho alebo kreatívneho odvetvia. Študenti predstavovali štvrtinu zo všetkých návštevníkov.

Graf 6 Návštevník podujatia Use the City 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.3 Konvergenzie 2013

Všeobecné informácie o podujatí

Medzinárodný festival komornej hudby Konvergenzie vznikol v roku 2000 v Bratislave. Od roku 2008 festival cestuje po Slovensku a posledné roky si našiel miesto aj v Košiciach. Konvergenzie každoročne vytvárajú priestor pre umelcov a milovníkov hudby, kde sa môžu priblížiť k rôznym žánrom, projektom a osobnostiam komornej hudby z celého sveta. Na domácej hudobnej scéne sa košické Konvergenzie etablovali ako podujatie spájajúce dramaturgiu bez žánrových obmedzení s výnimočnými interpretačnými výkonmi. Neformálnu atmosféru Konvergenzií už tradične dopĺňali workshopy a stretnutia umelcov s publikom. Na 5. ročníku festivalu bez žánrových obmedzení vystúpili viacerí zahraniční hostia a domáci umelci, ako britské vokálne kvarteto The Hilliard Ensemble, slovenskí interpreti Igor Karško, Peter Vrbinčík a Jozef Lupták a iní.

Obrázok 8 Konvergenzie 2013



Zdroj: <https://www.facebook.com/konvergenzie>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkového prieskumu na podujatí Konvergenzie sa zúčastnili 3 vyškolení anketári. Anketovalo sa po skončení dvoch podujatí – The Hilliard Ensemble (1.6. v Dóme sv. Alžbety) a Fine Arts Quartet (2.6. v Evanjelickom kostole). Celkovo sme na podujatí zozbierali 82 dotazníkov.

Tabuľka 12 Štruktúra návštevníkov podujatia Konvergenzie 2013

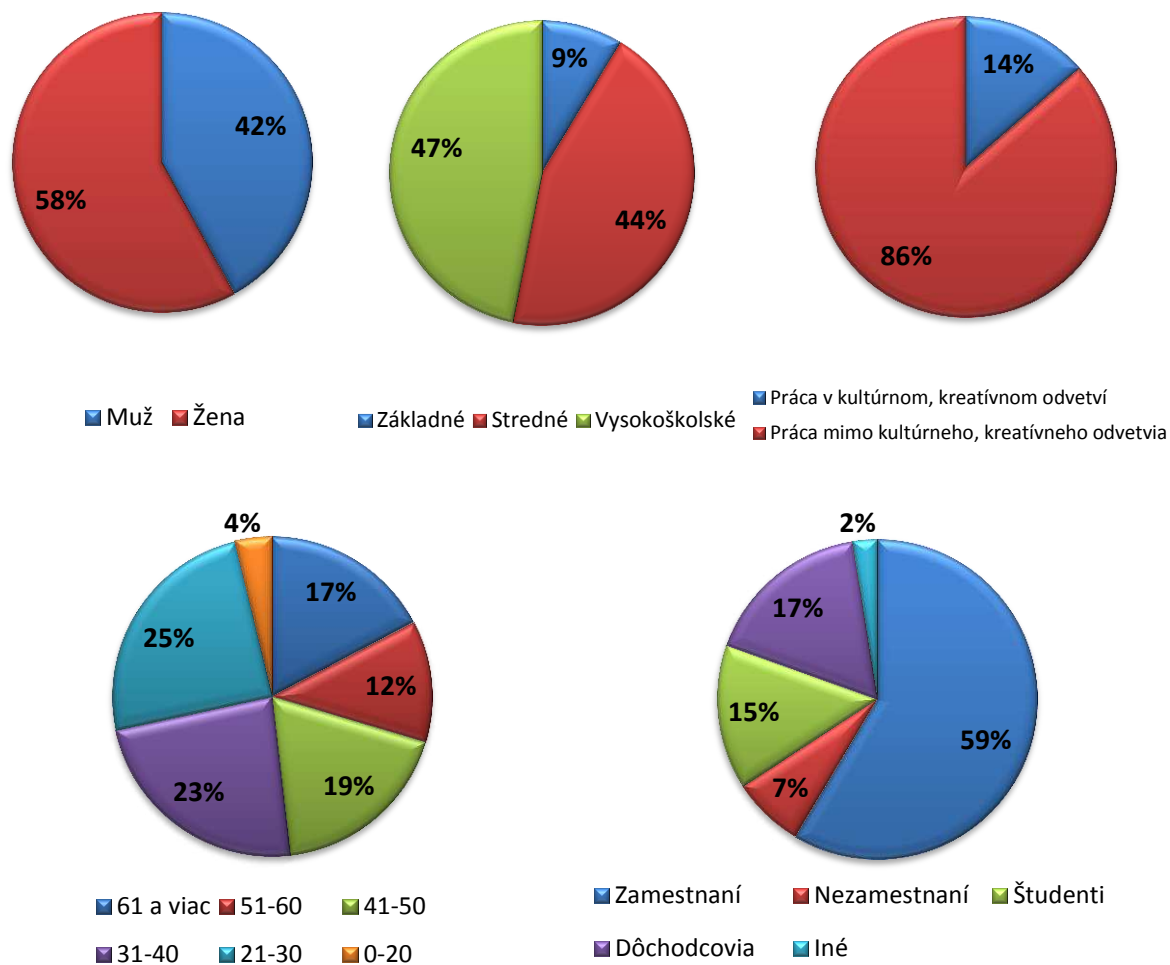
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
77,78 %	21,00 %	1,22 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Konvergencie?

Medzi návštevníkmi Konvergencií prevládali ženy (58 %) nad mužmi (42 %). 47 % návštevníkov uviedlo, že má vysokoškolské vzdelanie, 44 % stredoškolské a 9 % respondentov malo základné vzdelanie. Vekové zloženie návštevníkov bolo pestré, aj keď stále najväčší podiel mali mladí ľudia vo veku 21-30 rokov, približne 20 % dosiahli aj veková skupiny 31-40, 41-50 a 61 a viac rokov. Väčšina respondentov (59 %) bola zamestnaná a z toho 14 % pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví.

Graf 7 Návštevník podujatia Konvergencie 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.4 Virvar – Dni bábkového divadla a hier pre rodiny 2013

Všeobecné informácie o podujatí

Cieľom podujatia je sprístupnenie a priblíženie najnovších trendov v špecifickej bábkovej divadelnej tvorbe rodinám, širokej laickej i odbornej verejnosti prostredníctvom bábkových predstavení, workshopov, medzinárodnej konferencie a edukačných hier s presným vekovým vymedzením.

Obrázok 9 Virvar 2013



Zdroj: <http://www.bdke.sk/virvar-2013>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum v rámci podujatia Virvar prebiehal 2 dni (7.-8.6.2013). 3 vyškolení anketári realizovali prieskum na predstaveniach Barmalyi, Skrotenie zlej ženy, Virvarový flašinet a Veselá abeceda. Celkovo sa na tomto podujatí zozbieralo 63 dotazníkov.

Tabuľka 13 Štruktúra návštevníkov podujatia Virvar 2013

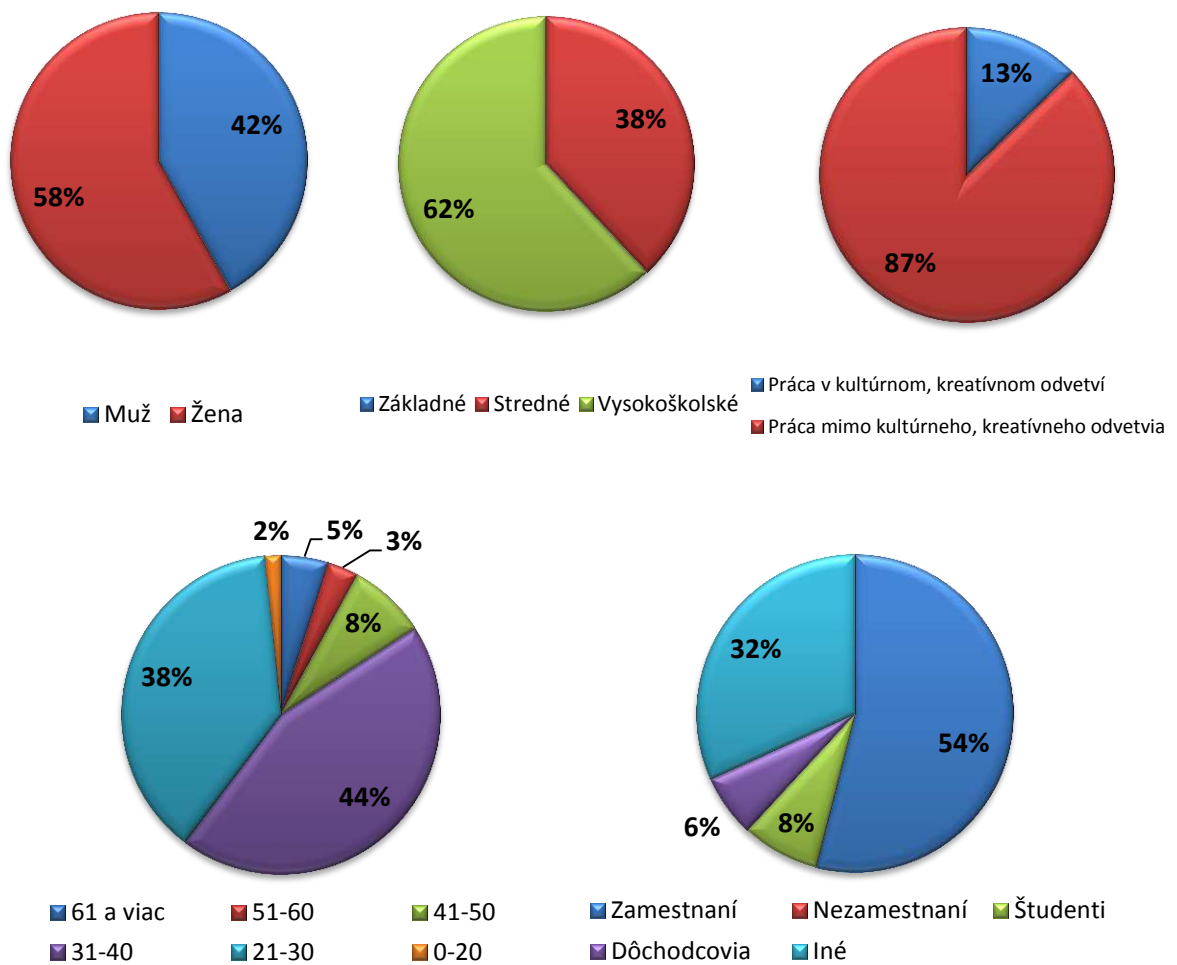
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
79,37 %	14,29 %	6,34 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia festivalu Virvar 2013?

Na základe analýzy primárnych údajov o socio-ekonomickom profile respondentov môžeme vyvodit' nasledovné závery. Z hľadiska pohlavia prevažovali ženy (58 %) nad mužmi (42 %). Medzi návštevníkmi prevládali vekové skupiny 31-40 rokov (44 %) a 21-30 rokov (38 %). Celkovo až 84 % respondentov bolo do 40 rokov. Čo sa týka dosiahnutého vzdelania, 62 % respondentov malo vysokoškolské vzdelanie a 38 % stredoškolské vzdelanie. 54 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho 13 % pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. 32 % respondentov uviedlo iné ekonomické aktivity, išlo najmä o mamičky na materskej, resp. rodičovskej dovolenke.

Graf 8 Návštevník podujatia Virvar 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.5 Imaginácie

Všeobecné informácie o podujatí

Imaginácie, to je multižánrové predstavenie, ktoré využíva jedinečnú atmosféru prírodnej či mestskej nočnej scenérie. Sú spoločným dielom domácich a európskych umelcov, nezávislých divadiel i ďalších organizácií. Na Slovensku je to unikátny projekt, ktorý začalo robiť Staromestské divadlo pred tromi rokmi. Každý ročník má nosnú tému – príbeh, ktorý spoluvytvárajú všetci zúčastnení aktéri v mnohých vizuálne atraktívnych obrazoch. Počas predstavenia sa diváci presúvajú spolu s účinkujúcimi na ploche cca štvorcový kilometer, pretože obrazy sa odohrávajú postupne na viacerých scénach. Témou Imaginácii 2013 bolo „Stvorenia svet(l)a“.

Obrázok 10 Imaginácie 2013



Zdroj: <https://www.facebook.com/Imaginacie>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum na podujatí Imaginácie bol realizovaný prostredníctvom 3 vyškolených anketárov, ktorí celkovo zozbierali 105 dotazníkov.

Tabuľka 14 Štruktúra návštevníkov podujatia Imaginácie

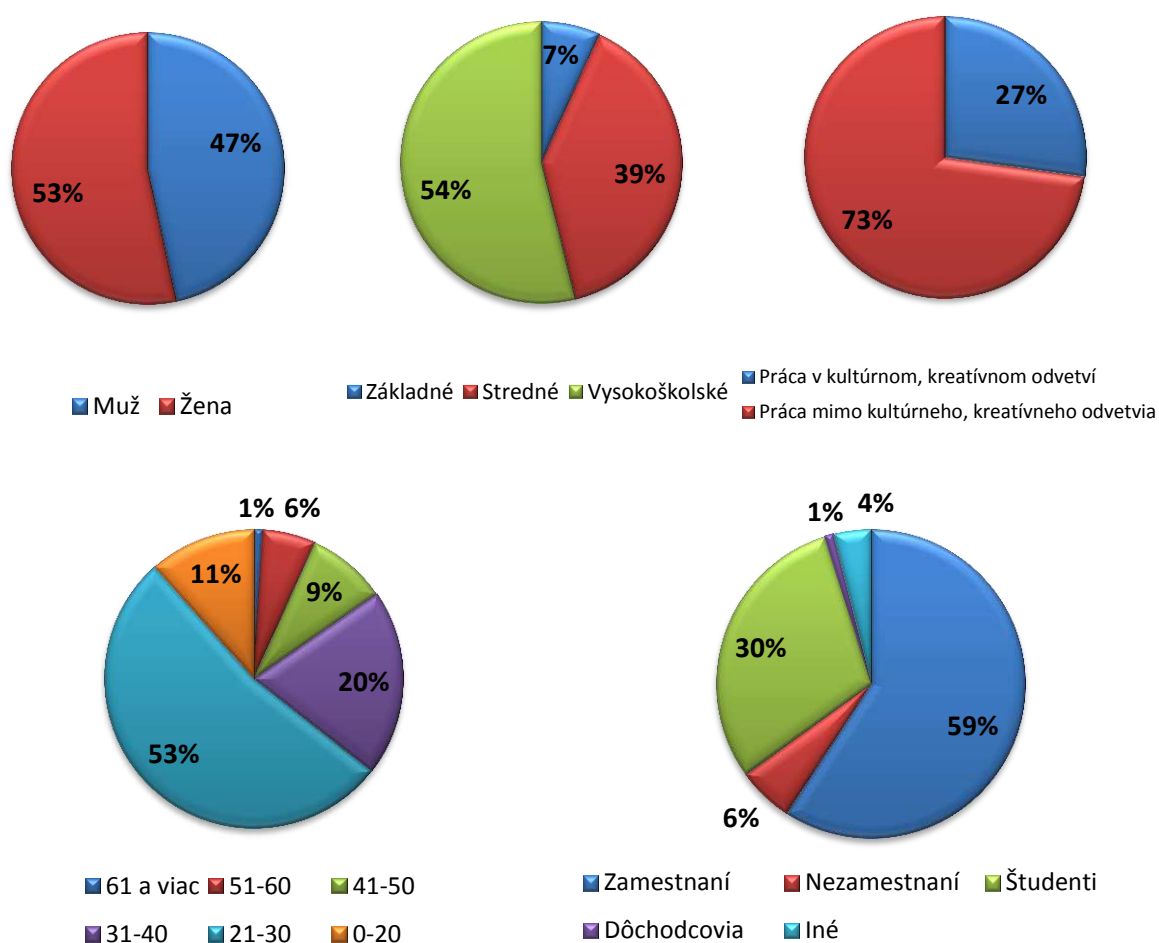
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
90,48 %	9,52 %	0,00 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Imaginácie 2013?

Z hľadiska pohlavia o niečo viac prevažovali ženy (53 %) nad mužmi (47 %). Až 84 % návštevníkov malo do 40 rokov. Tento formát alternatívneho umenia teda zaujal hlavne mladšiu vekovú kategóriu. Viac ako polovica respondentov mala vysokoškolské vzdelanie, 39 % stredoškolské a 7 % základné vzdelanie. 59 % respondentov bolo zamestnaných, z nich 27 % uviedlo, že pracuje v kultúrnych resp. kreatívnych odvetviach. Vzhľadom na mladé publikum tohto podujatia druhou najpočetnejšou skupinou boli študenti (30 %) a 6 % návštevníkov uviedlo, že sú nezamestnaní.

Graf 9 Návštevník podujatia Imaginácie 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.6 Košice Gurmán Fest

Všeobecné informácie o podujatí

Výnimočný gastronomický festival Košice Gurmán Fest 2013 počas štvrtého ročníka bol prepojený s témou „európska kuchyňa“ a umeleckým smerom „foodart“. Na festivale sa prezentovali košické reštaurácie a hotely, najlepší šéfkuchári, barmani a someliéri z celého Slovenska, ktorí predviedli v jedinečných kuchárskych show svoje umenie. Súčasťou vstupu na Gurmán Fest bol aj vstup na výstavu exotických motýľov.

Obrázok 11 Gurmán fest 2013



Zdroj: <https://www.facebook.com/KosiceGurmanFest>

Všeobecné informácie o výskume

Anketovanie prebiehalo v sobotu 22.06.2013 v čase akcií "Harley's denko", "Variácie francúzskeho dezertu", "Umenie vychutnávať jedlo s Pilsner Urquell". Dvaja vyškolení anketári na podujatí Gurmán fest zozbierali 54 dotazníkov.

Tabuľka 15 Štruktúra návštevníkov podujatia Gurmán Fest 2013

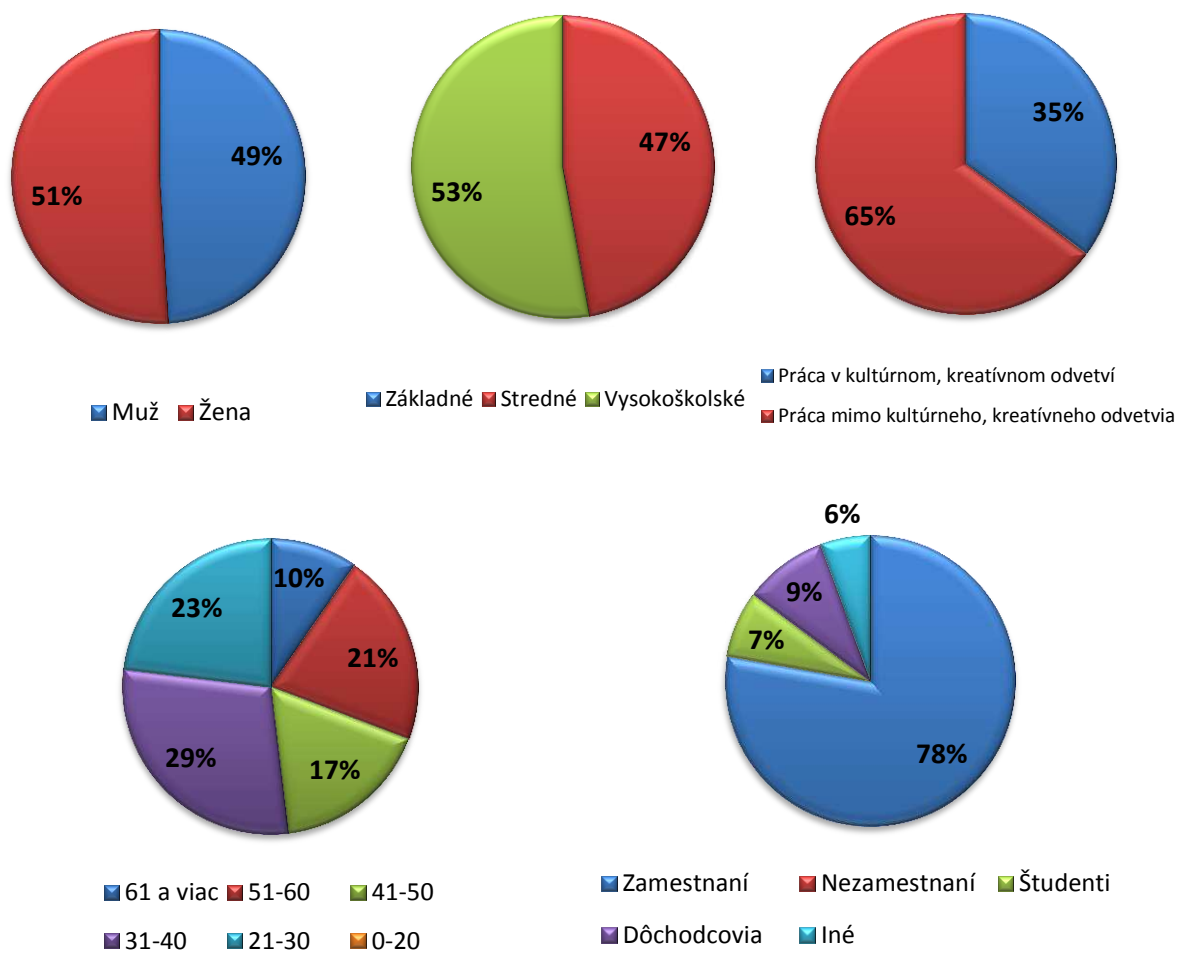
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
70,37 %	25,93 %	3,70 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Gurmán Fest?

Zastúpenie oboch pohlaví bolo na Gurmán Feste pomerne vyrovnané. 53 % návštevníkov uviedlo, že má vysokoškolské a 47 % stredoškolské vzdelanie. Vekové zloženie návštevníkov bolo pestré a okrem najmladších a najstarších vekových kategórií tiež pomerne vyrovnané. Až 78 % respondentov uviedlo, že sú zamestnaní, pričom až 35 % pôsobí v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví.

Graf 10 Návštevník podujatia Gurmán Fest 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.7 Návrat vody do mesta

Všeobecné informácie o podujatí

Projekt návrat vody do mesta sa zaoberá významom návratu vody do bývalého koryta rieky Hornád, ktorá ešte v 70-tych rokoch tiekla centrom Košíc. Niekoľko tisíc ľudí zabávajúcich sa vodnými športmi a pohybujúcich sa medzi umeleckými inštaláciami, hudobníkmi, výtvarníkmi a divadelníkmi vo vybetónovanom, niekdajšom koryte ramena Hornádu, vytvorilo v sobotu 22. júna 2013 v centre Košíc na niekoľko hodín ilúziu novej oddychovej zóny. Organizátori ponúkli obyvateľom Košíc aj návštevníkom mestskú pláž, pokojnú atmosféru stretnutí, oddychu a zábavy, ale aj vážne diskusie o budúcnosti mesta.

Obrázok 12 Voda v meste 2013



Zdroj: <http://www.kosice2013.sk/fotogaleria/>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum na podujatí Návrat vody do mesta realizovali 4 vyškolení anketári. Celkovo zozbierali 109 dotazníkov.

Tabuľka 16 Štruktúra návštevníkov podujatia Voda v meste 2013

Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
88,99 %	9,17 %	1,84 %

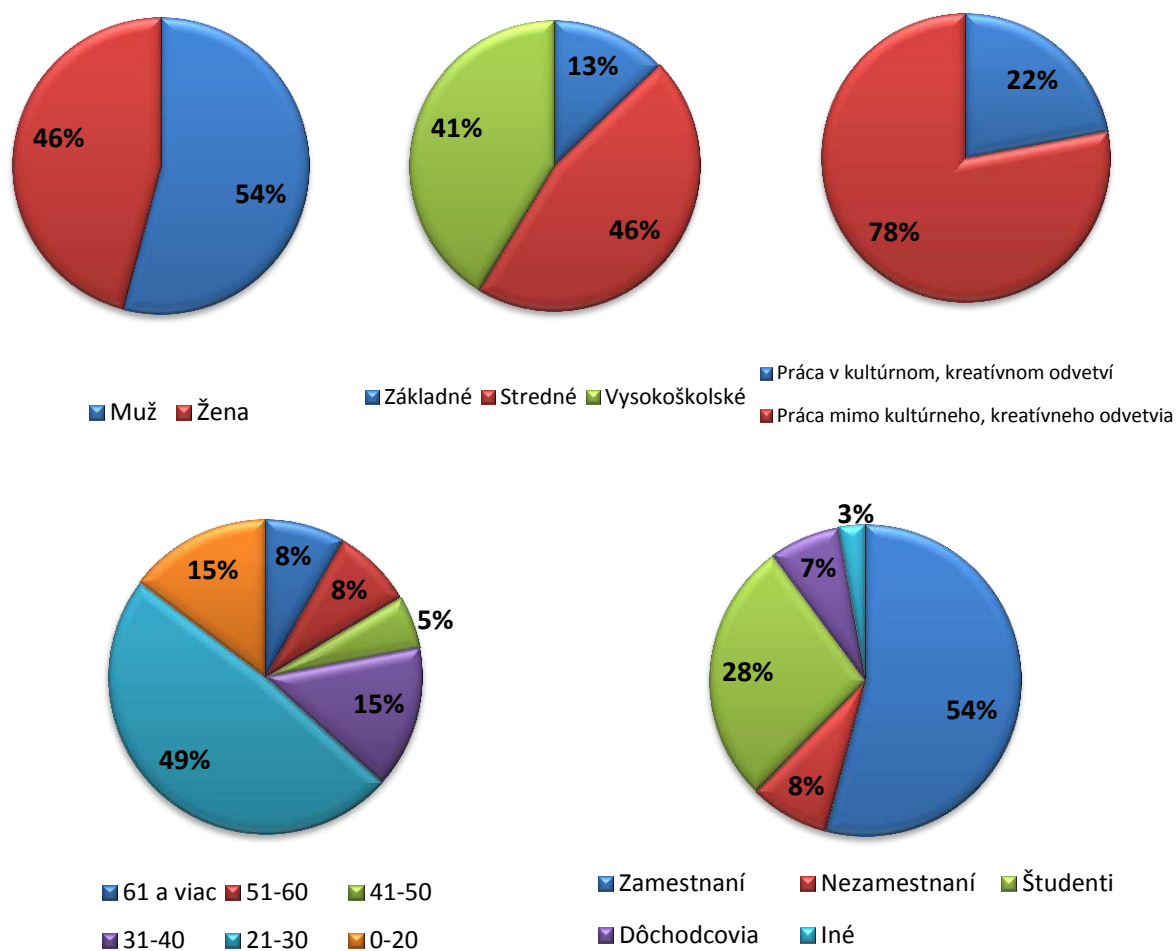
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Voda v meste?

Voda v meste viac zaujala mužské publikum (54 %). 15 % návštevníkov malo do 20 rokov a od toho sa odvíja aj fakt, že 13 % respondentov uviedlo, že má absolvované najvyššie základné vzdelanie a 28 % všetkých návštevníkov boli študenti. Celkovo však najväčšie

zastúpenie mala veková kategória 21-30 rokov (49 %). Zamestnaní predstavovali 54 %, pričom 22 z nich pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví.

Graf 11 Návštevník podujatia Návrat vody do mesta 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.8 Leto v parku

Všeobecné informácie o podujatí

Leto v parku je nosné letné podujatie kultúrneho centra Kasárne/Kulturpark, ktoré vzniklo ako reakcia na potrebu oživenia opustených kasárenských skladov na Kukučínovej ulici v Košiciach. Piaty ročník festivalu Leto v parku sa konal vo vynovenom areáli Kasární/Kulturpark. Pestrý mesačný umelecký program v sebe zahŕňal film, hudbu, divadlo, tvorivé dielne a program pre mladé rodiny s deťmi. Návštevníci festivalu mali možnosť vybrať si, či sa zúčastnia filmových štvrtkov, hudobných piatkov a sobôt, či divadelno-tanečných nedeľí, ktoré boli navyše spojené s umeleckými workshopmi.

Obrázok 13 Leto v parku 2013



Zdroj: <http://www.letovparku.sk/>

Všeobecné informácie o výskume

Anketovanie počas festivalu Leto v parku prebiehalo v nasledovných dňoch: 15.-18.08. a 23.-25.08.2013. Návštevníkov Kasární/Kulturpark dotazovalo 5 vyškolených anketárov. Celkovo zozbierali 267 dotazníkov.

Tabuľka 17 Štruktúra návštevníkov podujatia Leto v parku 2013

Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
81,54 %	17,69 %	0,77 %

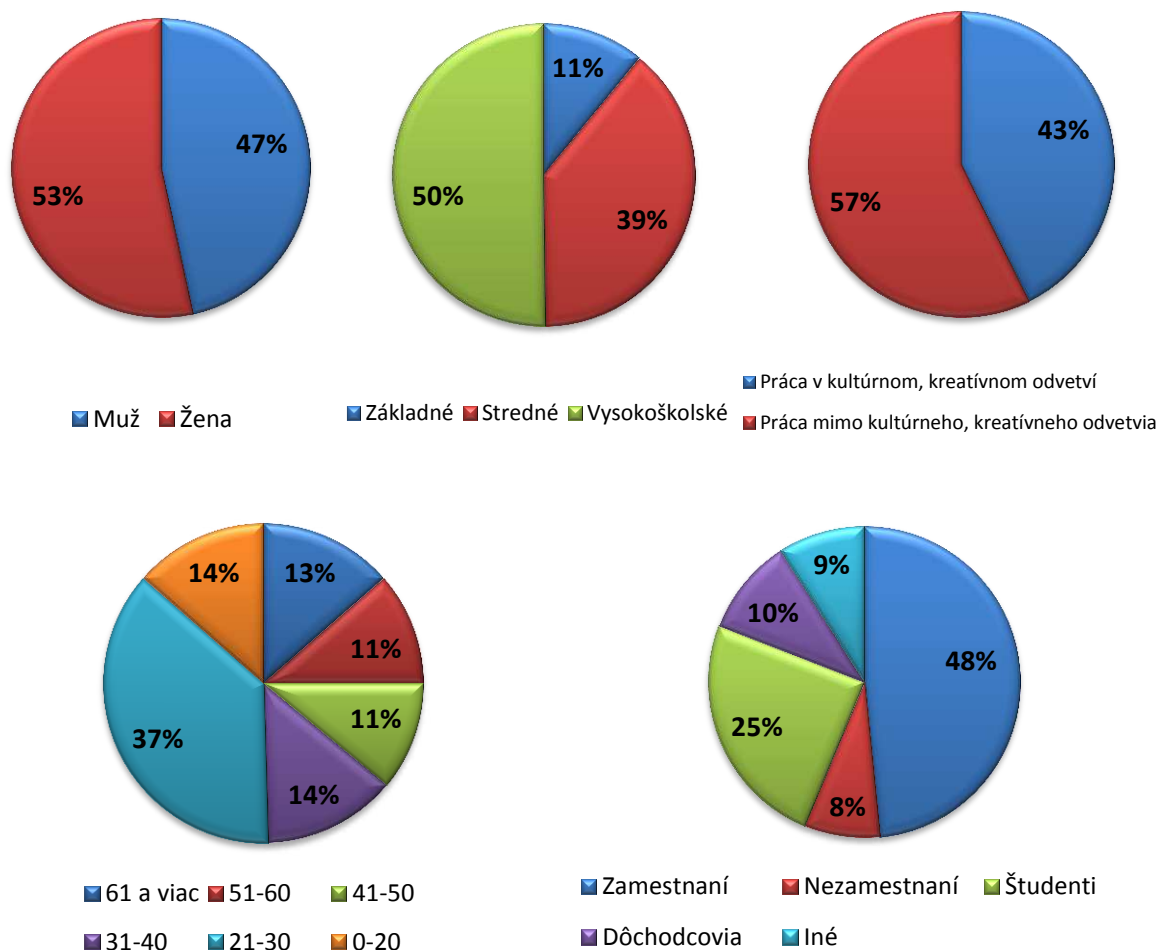
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia festivalu Leto v parku 2013?

Na základe analýzy primárnych údajov o socio-ekonomickom profile respondentov môžeme vyvodit' nasledovné závery. Z hľadiska pohlavia prevažovali ženy (53 %) nad mužmi (47 %). V porovnaní s predchádzajúcimi hodnotenými podujatiami sledujeme rovnomernejšie zastúpenie vekových kategórií návštevníkov. Mladí ľudia vo veku 21-30 rokov síce predstavujú 37 % zo všetkých respondentov, avšak zastúpenie ostatných vekových kategórií sa pohybuje

v rozmedzí 11-14 %. 48 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho až 43 % pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Ide o najvyššie zastúpenie ľudí pôsobiacich v kultúrnych alebo kreatívnych odvetviach, aké sme zaznamenali. Štvrtinu návštevníkov tvorili študenti.

Graf 12 Návštevník podujatia Leto v parku 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.9 Biela noc 2013

Všeobecné informácie o podujatí

Biela noc/Nuit Blanche sprístupnila širokej verejnosti súčasné umenie v netradičných priestoroch a v nezvyčajnom čase. 5. októbra 2013 Biela noc/Nuit Blanche 2013 už štvrtý rok naplnila centrum Košíc. Na vytýčenej trase ulíc, budov, kostolov a parkov v centre mesta sa návštevníci v čase od 19:00 do 02:00 stretli s jedinečnými interaktívnymi inštaláciami mladých a kreatívnych umelcov. Stovka umelcov z desiatich krajín a troch kontinentov pripravila v centre mesta unikátne inštalácie na 40 stanovištiach. K tohoročným novinkám patrila aj sprievodný program v podobe hudobných vystúpení.

Obrázok 14 Biela noc 2013



Zdroj: <https://www.facebook.com/biela.noc.9>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkového prieskumu na podujatí Biela noc/Nuit Blanche sa zúčastnilo 17 anketárov, ktorí boli rozdelení do 5 monitorovacích zón. Počas 4 hodín anketovania (20:00-24:00) sa im podarilo zozbierať 524 vyplnených dotazníkov.

Tabuľka 18 Štruktúra návštevníkov podujatia Biela noc 2013

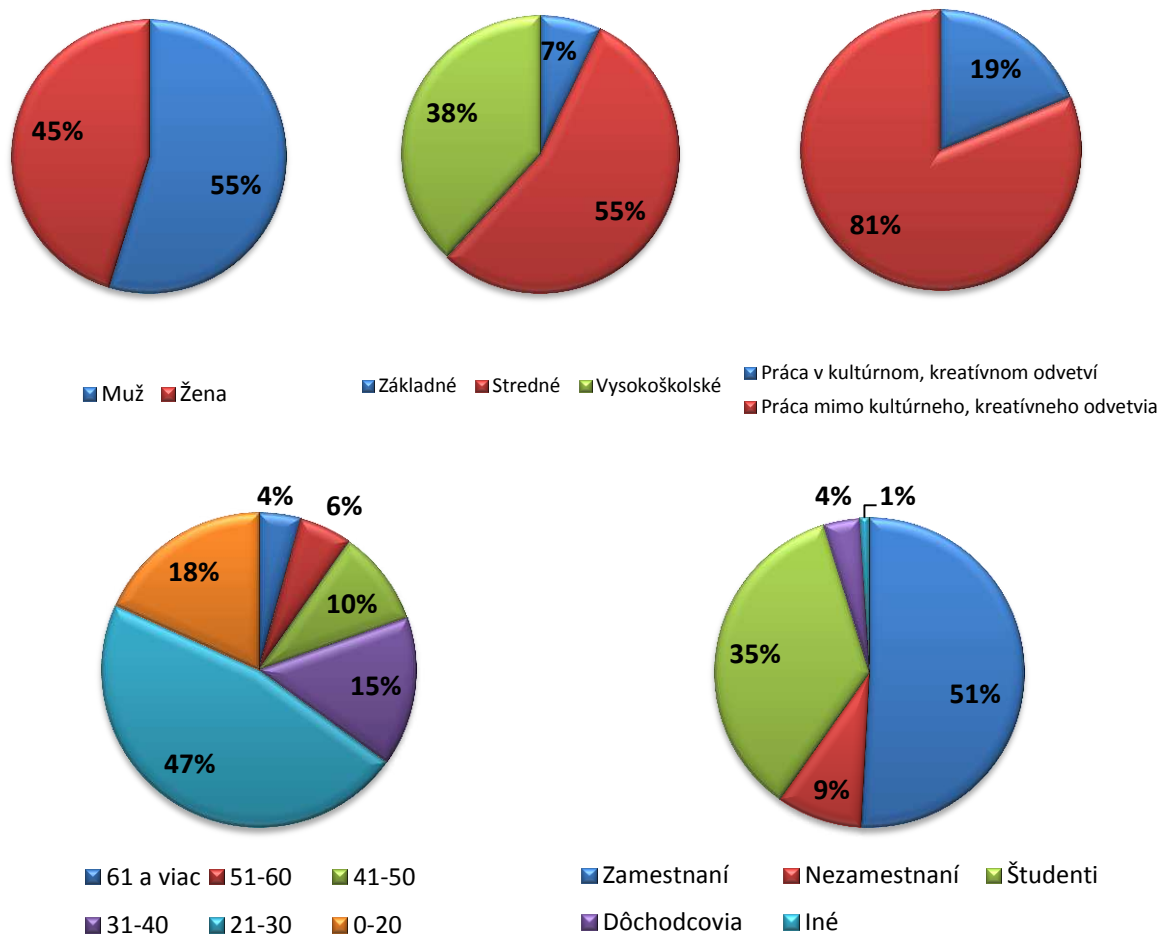
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
76,91 %	21,95 %	1,14 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Biela noc 2013?

Biela noc viac zaujala mužské publikum (55 %). 18 % návštevníkov malo do 20 rokov. Ako pri predchádzajúcich podujatiach aj na Bielej noci 2013 mala najvyššie zastúpenie veková kategória 21-30 (47 %). 31 % návštevníkov malo 31-60 rokov a viac ako 61 mali 4 % respondentov. Viac ako polovica návštevníkov bola zamestnaná, 35 % tvorili študenti, 9 % bolo nezamestnaných a 4 % predstavovali dôchodcovia. Zo zamestnaných respondentov 19 % uviedlo, že pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví.

Graf 13 Návštevník podujatia Biela noc 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Odhad návštevnosti

V roku 2013 sme podobne ako v roku 2012 uskutočnili odhad návštevnosti podujatia Biela noc. Odhadnúť počet a základnú socioekonomickú štruktúru otvoreného podujatia veľkosti Bielej noci je náročné. Na druhej strane bez relatívne presnej vedomosti o počte návštevníkov a ich základnej socioeconomickej štruktúre, nie je možné odhadovať ekonomické dopady takýchto podujatí, ani aplikovať ďalšie dôležité analytické nástroje potrebné pre komplexné zhodnotenie otvoreného podujatia, či celého programu EHMK. V roku 2012 sme využili metodiku vypracovanú Ministerstvom kultúry a turizmu v Kanade. Pod názvom „Assesment

of Ungated or Open Access Events and Festivals“¹. Dôvodom tohto náročného prístupu bolo, že v roku 2012 neexistoval v programe uzavretý priestor, pri ktorom by bol predpoklad, že ho navštívi významná väčšina návštevníkov a pri ktorom bude fyzicky možné monitorovať vstup návštevníkov. V roku 2013 po otvorení a ohradení Mestského parku už takýto priestor existoval. Preto sme pre odhad návštevnosti Bielej noci využili túto možnosť. Pred každý zo šiestich vstupných brán do Mestského parku sme postavili anketárov, ktorých úlohou bolo zaznamenať vstupujúcich návštevníkov od 19:00 do 24:00.

Ďalej sme sa každého respondenta prieskumu v dotazníku pýtali či bol, alebo plánuje počas Bielej noci navštíviť mestský park. Kontrolné zisťovanie sme uskutočnili v Kasárňach/Kulturpark, kde prebiehalo taktiež sčítavanie návštevníkov pri vstupe. V dotazníkovom prieskume sme sa tiež pýtali, či respondenti boli, alebo plánujú počas Bielej noci navštíviť Kulturpark.

Priamym výsledkom sčítania bolo zistenie, že v hlavnom čase medzi 19:00 a 24:00 vstúpilo do mestského parku 18 000 návštevníkov. Počet opätovne vstupujúcich návštevníkov pokladáme za nízky a z pohľadu odhadu návštevnosti za irelevantný. Na základe údajov z dotazníkového prieskumu ohľadom návštevnosti Mestského parku zo strany respondentov sme mohli kvalifikovane odhadnúť počet celkových návštevníkov Bielej noci. Zo získaných dát predstavuje náš kvalifikovaný odhad celkovej návštevnosti Bielej noci približne 21 000 ľudí v roku 2013.

5.2.10 Košická šarkaniáda

Všeobecné informácie o podujatí

19. októbra 2013 sa konala v lokalite Lúky nad jazdiarňou - areál Čičky Košická šarkaniáda 2013. Jej cieľom bolo prebudíť kreativitu dieťaťa a v tvorivej atmosfére, skvalitniť a obohatiť voľnočasový priestor detí a rodičov pohybom prostredníctvom výroby, maľovania či púšťania šarkanov.

Obrázok 15 Košická šarkaniáda 2013



Zdroj: kosickeSpravy.sk

¹ http://www.mtc.gov.on.ca/en/research/resources/Guidelines_Econ_Impact_Ungated_Events_2007.pdf

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum na podujatí Košická šarkaniáda bol realizovaný prostredníctvom 2 vyškolených anketárov, ktorí celkovo zozbierali 32 dotazníkov.

Tabuľka 19 Štruktúra návštevníkov podujatia Košická šarkaniáda 2013

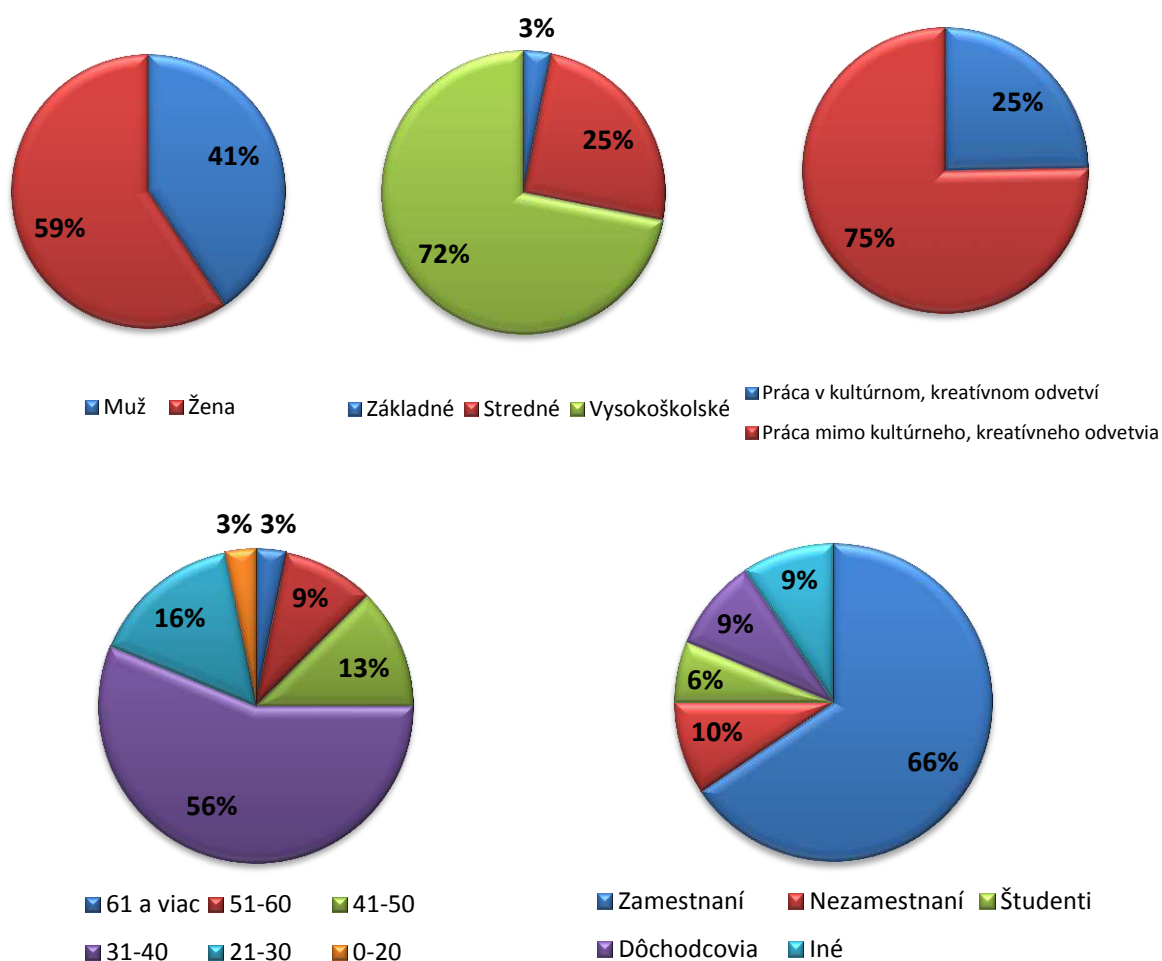
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
90,63 %	9,37 %	0,00 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Košická šarkaniáda 2013?

Košickú šarkaniádu navštívilo viac žien (59 %) ako mužov (41 %). Až 72 % uviedlo, že má vysokoškolské vzdelanie, štvrtina mala stredoškolské a 3 % základné vzdelanie. 66 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho štvrtine pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Z hľadiska veku prevažovala veková kategória 31-40 rokov. Druhou najpočetnejšou skupinou boli mladí ľudia vo veku 21-30 rokov (16 %), 13 % malo 41-50 rokov.

Graf 14 Návštevník podujatia Košická šarkaniáda 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.11 Dni novej hudby - ISCM 2013

Všeobecné informácie o podujatí

Festival ISCM Dni novej hudby/World New Music Days je najvýznamnejšou celosvetovou prehliadkou modernej vážnej hudby. Každý rok sa uskutočňuje v inej krajine a na Slovensku sa v roku 2013 uskutočnil po prvýkrát – ako jubilejný 90. ročník. Návštevníci podujatia mali možnosť vypočúť si to najnovšie z hudby celého sveta. Zaujímavý program uviedli študenti z celého Slovenska a košického konzervatória. Košice sa tak v dňoch 04.-07.11.2013 premenili na centrum súčasnej vážnej hudby.

Obrázok 16 Dni novej hudby 2013



Obrázok 17 Dni novej hudby 2013

Zdroj: <http://www.iscmwnewmd2013.org/>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkového prieskumu na podujatí ISCM World New Music Days 2013 sa zúčastnili 2 vyškolení anketári, ktorí anketovali hodinu po skončení dvoch predstavení – klavírny koncert Miki Skuta, Nora Skuta (Dom umenia) a Veni Academy (Kunsthalle). Celkovo bolo zozbieraných 15 dotazníkov.

Tabuľka 20 Štruktúra návštevníkov podujatia Dni novej hudby 2013

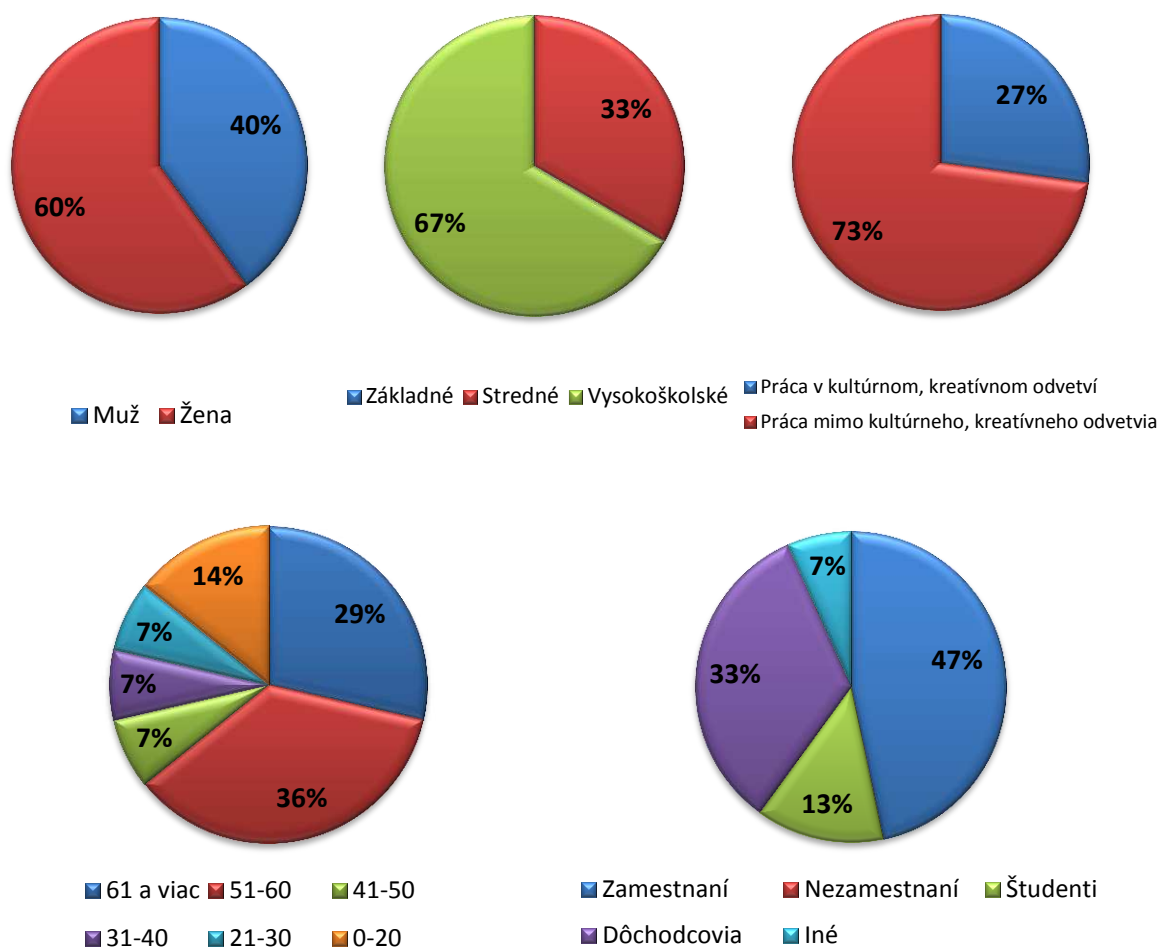
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
42,86 %	42,86 %	14,28 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Dni novej hudby 2013?

Medzi návštevníkmi prevládali ženy (60 %) nad mužmi (40 %). 67 % respondentov uviedlo, že má vysokoškolské vzdelanie a 33 % stredoškolské vzdelanie. Veľké zastúpenie (65 %) mali návštevníci nad 50 rokov. Tretina respondentov boli dôchodcovia a 47 % tvorili zamestnaní, z ktorých až 27 % pracuje mimo kultúrneho alebo kreatívneho odvetvia.

Graf 15 Návštevník podujatia ISCM – Dni novej hudby 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.2.12 Záverečný ceremoniál

Všeobecné informácie o podujatí

Záverečný ceremoniál sa uskutočnil v dňoch 11.–14. decembra 2013 a bol dôstojným uzavretím celého roka kultúrno-umeleckých podujatí, ktoré v uliciach Košíc sprítomňovali nadšenie zo získania titulu Európskeho hlavného mesta kultúry. Pre obyvateľov a návštevníkov mesta organizátori pripravili celodenné podujatie, ktoré bolo symbolom posolstva, že kultúra a umenie sú neoddeliteľnou súčasťou Košíc súčasných i budúcich. Vyvrcholením záverečného ceremoniálu bol Koncert 2v1, ktorý ponúkol nečakané a

atraktívne spojenia známych umelcov zo Slovenska a francúzskeho „kultúrneho dvojčat’a“-mesta Marseille.

Obrázok 18 Záverečný ceremoniál



Zdroj: <http://www.kosice2013.sk/fotogaleria/>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum na Záverečnom ceremoniáli sa realizoval 11. a 13. decembra 2013 počas nasledovných podujatí: otvorenie výstav Matúš Lányi – S. C. Elementum, Známy a neznámy Löffler, vernisáž výstavy: City Report, koncert Dve v jednom. Traja vyškolení anketári zozbierali 159 dotazníkov.

Tabuľka 21 Štruktúra návštevníkov podujatia Záverečný ceremoniál Košice – EHMK 2013

Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
64,15 %	33,96 %	1,89 %

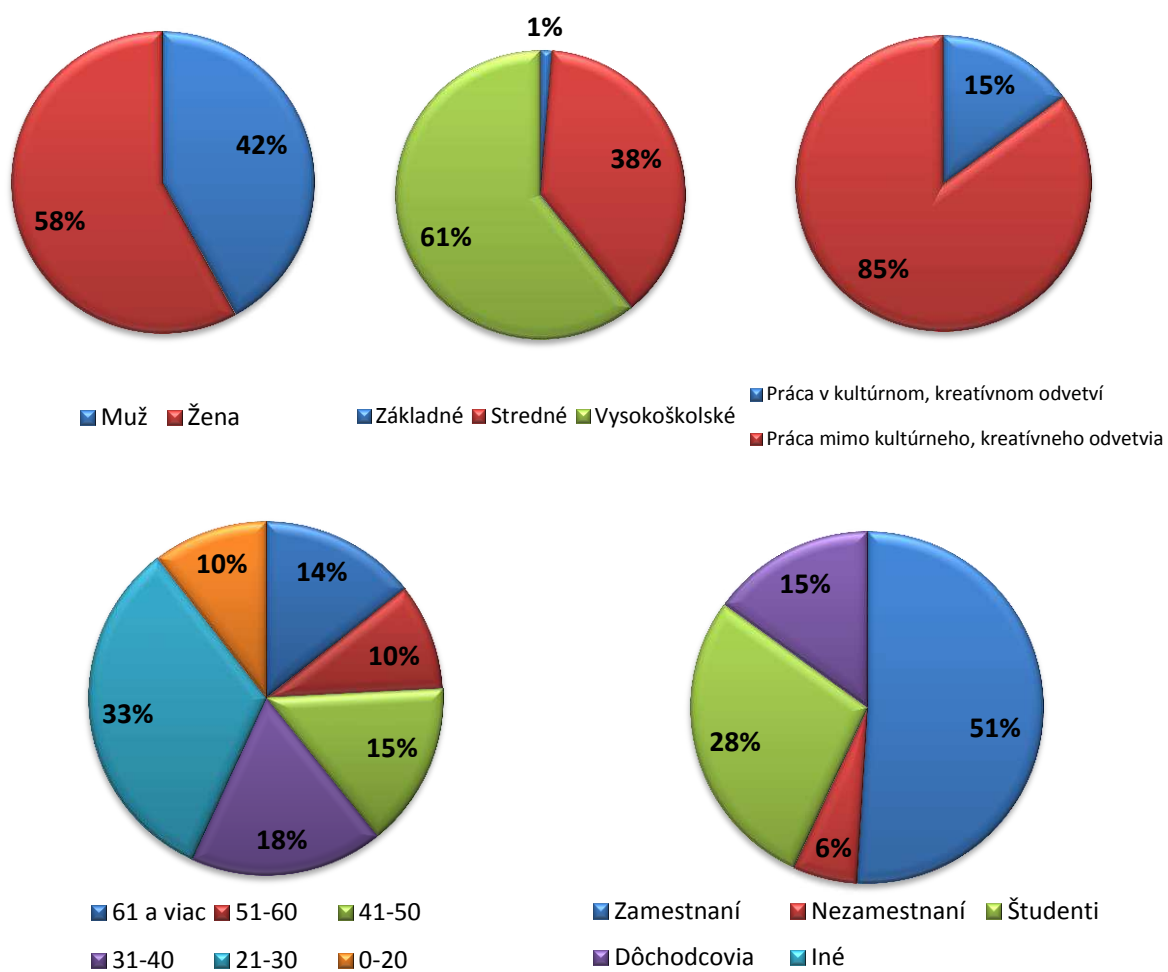
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia festivalu Záverečný ceremoniál?

Záverečného ceremoniálu sa vo väčšej miere zúčastnili ženy (58 %) ako muži (42 %). Podujatie zaujalo vo väčšine vysokoškolsky vzdelaných ľudí (61 %), 38 % návštevníkov malo stredoškolské a 1 % základné vzdelanie. Obdobne ako pri väčšine predchádzajúcich podujatí prevládali zamestnaní respondenti (51 %) a druhou najpočetnejšou skupinou boli študenti

(28 %). Respondentmi boli zástupcovia všetkých vekových kategórií. Zaujímavé je napr. 14 %-né zastúpenie dôchodcov.

Graf 16 Návštevník podujatia Záverečný ceremoniál 2013



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.3 Vyhodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2014

Počas roka 2014 bol uskutočnený podrobný dotazníkový prieskum na štyroch podujatiach organizovaných ako dedičstvo EHMK 2013:

1. Imaginácie
2. Virvar
3. Use the City
4. Leto v parku

Tabuľka 22 Počet zozbieraných dotazníkov na vybraných podujatiach EHMK 2014

Názov podujatia	Počet získaných dotazníkov
Imaginácie	174
Virvar	50
Use the City	70
Leto v parku	73
Spolu	367

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Tabuľka 23 Hodnotenie vybraných podujatí EHMK v roku 2014

Názov podujatia	Priemerná hodnotiaci známka
Imaginácie	1,59
Virvar	1,36
Use the City	1,57
Leto v parku	1,37

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Najlepšie hodnotením podujatím v roku 2014 bol Virvar – Dni bábkového divadla a hier pre rodiny. Celkovo respondenti hodnotili anketované akcie pozitívne, o čom svedčí fakt, že „najhoršie“ hodnotenou akciou sú imaginácie s priemernou známkou 1,59.

5.3.1 Imaginácie

Všeobecné informácie o podujatí

Piaty ročník unikátneho projektu Imaginácie prinieslo do mestského parku v Košiciach Staromestské divadlo Petra Raševa. Na Slovensku je to stále jediný projekt svojho druhu, ktorý je spoločným dielom domácich a európskych umelcov, nezávislých divadiel i ďalších organizácií. Multižánrové, plenérové predstavenie, ktoré využíva rôzne priestory a ponúka viacero druhov umenia. Jednotlivé obrazy sa spájajú do jedného tematického celku a odohrávajú sa na viacerých miestach. Diváci sa posúvajú spolu s účinkujúcimi po dejovej línii. Profesionálni akrobati, herci a tanečníci odohrali svoje predstavenie každý večer po zotmení počas troch dní 29.–31.mája 2014. Novinkou tohto ročníka bolo využitie interiéru - zrekonštruovaná Kunsthalle. Ústrednou postavou bol malý chlapec, ktorý sa omylom dostal do sirotinca, keď sa stratil svojím rodičom a tisíce divákov sa spolu s ním vydalo

na rozprávkovú cestu domov. Pre čo najlepšiu viditeľnosť boli jednotlivé obrazy naozaj veľké a odohrávali sa na vyvýšenom alebo otvorenom priestranstve.

Obrázok 19 Imaginácie 2014



Zdroj: <http://kosice.korzar.sme.sk/c/7220304/v-obrazoch-kosicke-imaginacie-opat-priniesli-umenie-do-ulic.html>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum na podujatí Imaginácie bol realizovaný počas všetkých troch vystúpení. Každý večer anketovali traja anketári a celkovo zber údajov zabezpečovalo šesť vyškolených anketárov, ktorí celkovo zozbierali 174 dotazníkov.

Tabuľka 24 Štruktúra návštevníkov podujatia Imaginácie 2014

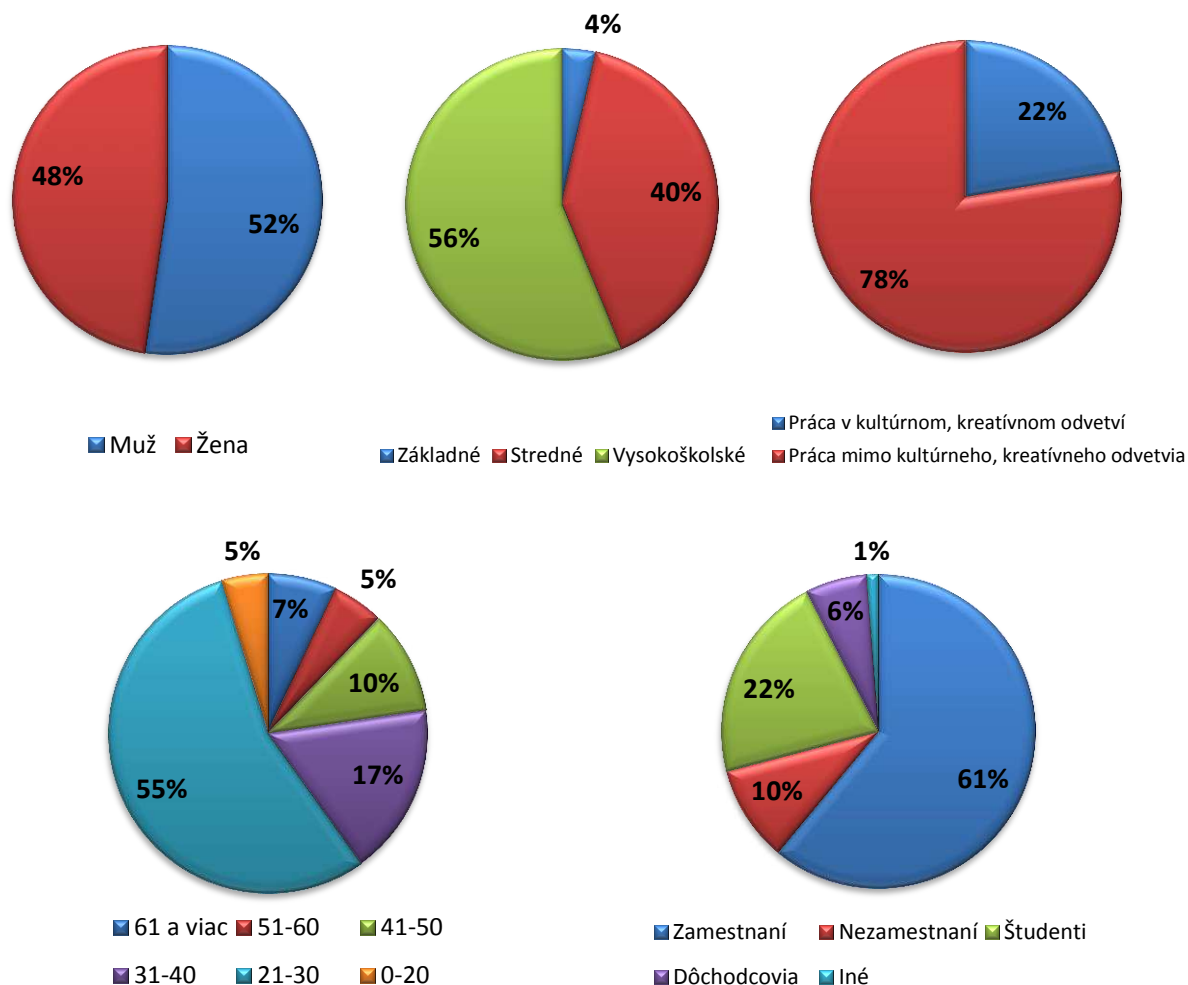
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
77,59 %	20,69 %	1,72 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Imaginácie?

Z hľadiska pohlavia o niečo viac prevažovali muži (52 %) nad ženami (48 %). Z hľadiska veku najväčšie zastúpenie mali mladí ľudia vo veku 21-30 rokov (55 %). Druhou najpočetnejšou skupinou bola veková kategória 31-40 (17 %). Najmenšie zastúpenie (5 %) mali návštevníci do 20 rokov a vo veku 51-60 rokov. Tento formát alternatívneho umenia na verejnom priestranstve zaujal najmä vysokoškolsky vzdelaných ľudí (56 % respondentov). 61 % respondentov bolo zamestnaných, z nich 22 % uviedlo, že pracuje v kultúrnych resp. kreatívnych odvetviach.

Graf 17 Návštevník podujatia Imaginácie 2014



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.3.2 Virvar – Dni bábkového divadla a hier pre rodiny 2014

Všeobecné informácie o podujatí

Virvar - Dni bábkového divadla a hier pre rodiny organizuje Občianske združenie pri Bábkovom divadle v Košiciach a Bábkové divadlo v Košiciach. Celé podujatie odštartoval veselý sprievod mestom v kostýmoch a maskách. Počas štyroch dní (5.- 8. jún 2014) mali možnosť malí aj veľkí návštevníci vidieť predstavenia jedenástich divadiel zo 4 krajín, napr. Divadlo PIKI z Pezinka, Divadlo Maškrtá z Košíc, Divadlo Bavka z Užhorodu, Divadlo ESZME z Budapešti či Bábkového divadla Žilina. Okrem predstavení v Átriu, vo Veľkej sále a na Dolnej bráne čakal na rodiny kopec prekvapení a atrakcií vrátane workshopov, Virvarový flašinet a Električka Virvarička.

Obrázok 20 Virvar 2014



Zdroj: <http://www.bdke.sk/virvar-2014>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum na podujatí Virvar bol realizovaný v piatok 6. júna 2014 dvoma vyškolenými anketármi, ktorí celkovo zozbierali 50 dotazníkov. Počas anketovania prebiehali tieto akcie: Nemý Virvar, Burza kníh, workshop „Ako sa vyrábajú bábk“, predstavenia O Haluštičke zbojníckej dievčičke a Kata dcéra kata.

Tabuľka 25 Štruktúra návštevníkov podujatia Virvar 2014

Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
78,00 %	22,00 %	0,00 %

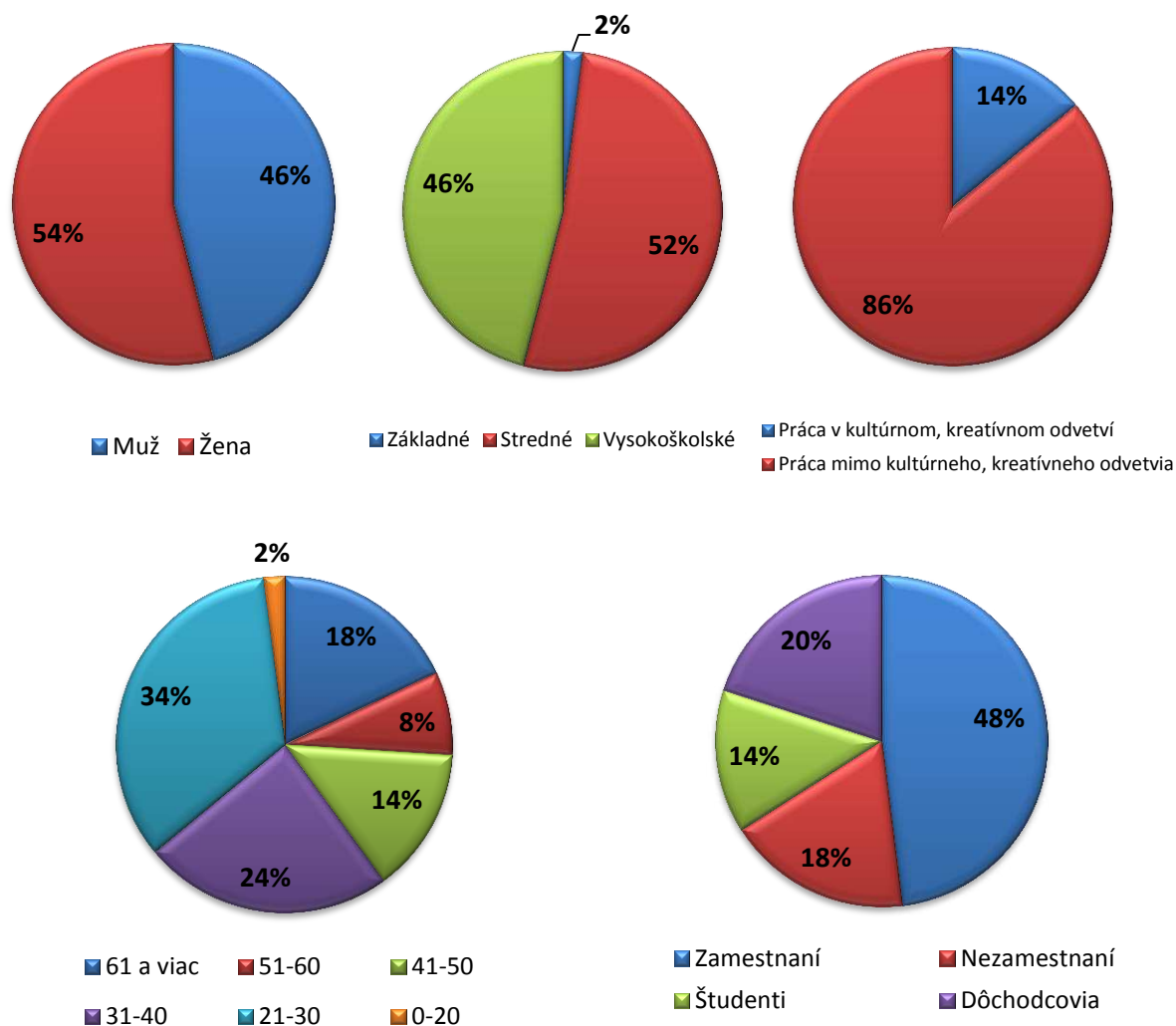
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Virvar?

Na základe analýzy primárnych údajov o socio-ekonomickom profile respondentov môžeme vyvodit' nasledovné závery. Z hľadiska pohlavia prevažovali ženy (54 %) nad mužmi (46 %). Medzi návštevníkmi výrazne prevládali mladí ľudia (samozrejme okrem detí, ktoré však nemohli byť respondentmi), 60 % respondentov bolo do 40 rokov. Čo sa týka dosiahnutého vzdelania, 52 % respondentov malo stredoškolské vzdelanie, 46 % vysokoškolské a 2 % základné vzdelanie. 48 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho 14 % pracuje

v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Druhou najpočetnejšou skupinou podľa ekonomickej aktivity boli dôchodcovia (20 %).

Graf 18 Návštevník podujatia Virvar 2014



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.3.3 Use the City 2014

Všeobecné informácie o podujatí

Šiesty ročník unikátneho festivalu Use the City, ktorý prezentuje netradičné formy umenia priamo v uliciach Košíc sa konal 20.-22. júna 2014. Jeho cieľom bolo predstaviť rôzne formy, žánre a podoby umenia vo verejnom priestore a ukázať obyvateľom, že umenie sa dá robiť všade, aj na miestach, ktoré na to pôvodne nie sú určené, preto by mali vyjsť do ulíc a užiť si svoje mesto. Program tvorilo široké spektrum žánrov pouličného umenia, prejavov subkultúry, inovatívne formy intervencií do verejného priestoru, premeny urbánneho priestoru a rôzne aktivity spojené s aktivizovaním verejnosti. Priamo v centre Košíc sa na festivale predviedli umelci z celej Európy. V sobotu 21. júna 2014 sa uskutočnila akcia Hudba v meste, kde sa priamo medzi ľuďmi na ulici v srdci Košíc predstavili rôzni interpreti. Zapojiť sa

mohol každý bez ohľadu na žáner, skúsenosti a počet vystupujúcich. Stačilo zobrať hudobný nástroj, kamarátov a pomôcť naplniť mesto hudbou.

Obrázok 21 Use the City 2014



Zdroj: <http://www.usethecity.sk/>

Všeobecné informácie o výskume

Zber údajov počas festivalu Use the City prebiehal 1 deň – 21. júna 2014. Dotazníkový prieskum prebiehal počas týchto podujatí: Guerilla Gardening, 8 ulíc, Cor - Divadlo Neon a Hudba v meste. Dvaja vyškolení anketári zozbierali celkovo 70 dotazníkov.

Tabuľka 26 Štruktúra návštevníkov podujatia Use the City:

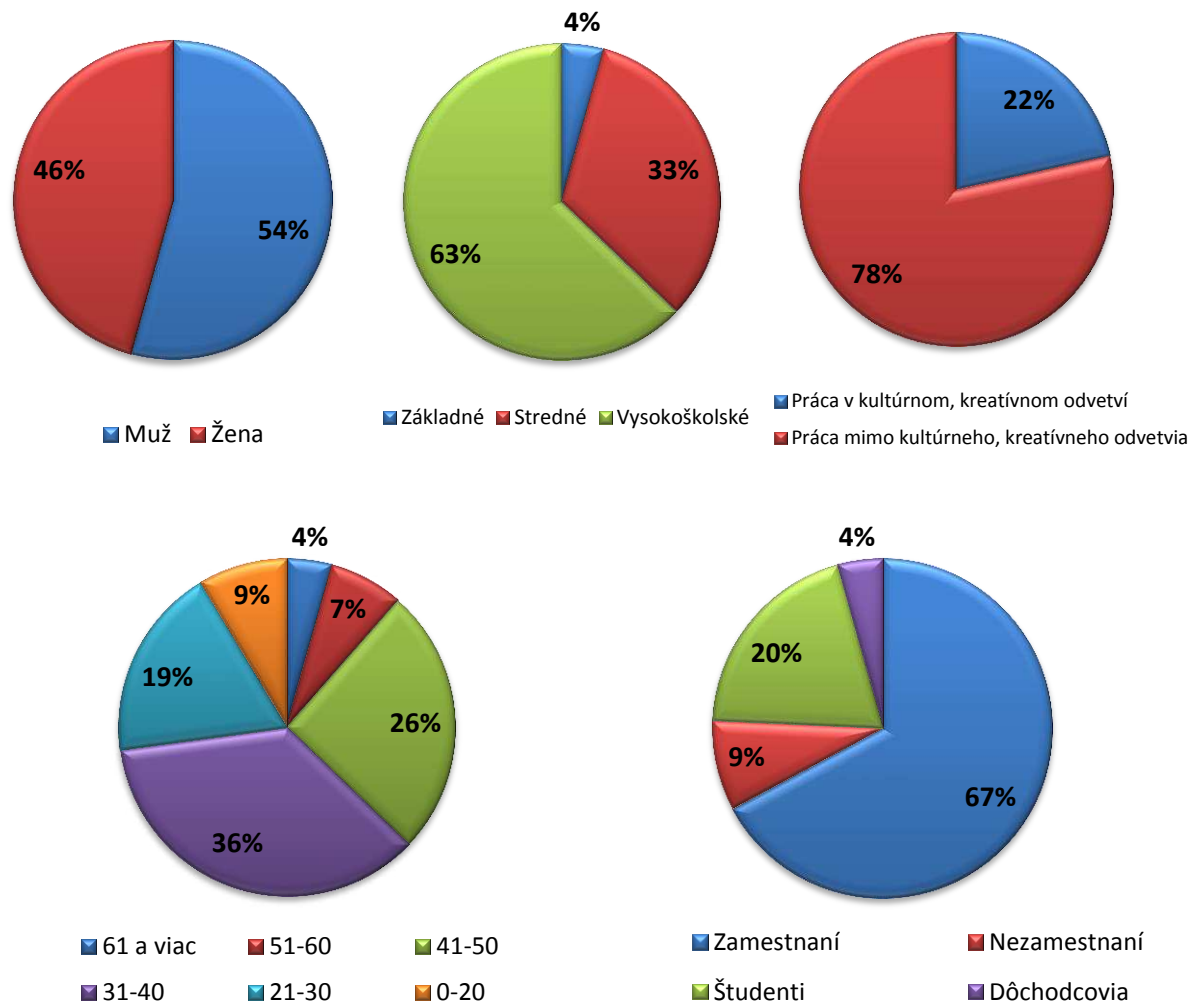
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
78,57 %	20,00 %	1,43 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Use the City 2014?

Z hľadiska pohlavia medzi návštevníkmi festivalu prevažovali muži (54 %) nad ženami (46 %). Väčšina respondentov mala vysokoškolské vzdelanie (63 %) a bola vo veku 31-50 rokov (62 %). 67 % respondentov bolo zamestnaných a z toho 78 % pracuje mimo kultúrneho alebo kreatívneho odvetvia. Druhou najpočetnejšou skupinou návštevníkov boli študenti (20 %).

Graf 19 Návštevník podujatia Use the City 2014



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

5.3.4 Leto v parku

Všeobecné informácie o podujatí

Multižánrový medzinárodný festival Leto v parku počas šiesteho ročníka od 9. do 31. augusta 2014 ponúkol Košičanom i návštevníkom metropoly východu príjemné, pohodové a kultúrne spostenie letných dní. Po niekoľkých priestorových i organizačných zmenách však už pevne zakotvil v zelenej parkovej zóne zrekonštruovaného areálu Kasární/Kulturparku na Kukučínovej ulici. Pre návštevníkov organizátori pripravili naozaj pestrý program: literárne stredy, hudobné piatky a soboty, nedele vyplnené aktivitami pre rodiny s deťmi a divadelnými predstaveniami, filmové predstavenia, sprievodné akcie ako výstavy, workshopy, literárne soirée, aj možnosť navštíviť expozíciu zábavno-technického centra Steel Park a pobočku Knižnice pre mládež mesta Košice LitPark.

Obrázok 22 Leto v parku



Zdroj: <http://www.letovparku.sk/>

Všeobecné informácie o výskume

Dotazníkový prieskum na podujatí Leto v parku bol realizovaný v sobotu a nedeľu 9.-10.augusta 2014 dvoma vyškolenými anketármi, ktorí celkovo zozbierali 73 dotazníkov. Počas anketovania prebiehali tieto akcie: koncerty Lavagance a Para & Sendreiovci & Kokavakere Lavutara a divadlo Tri tvorivé tvory.

Tabuľka 27 Štruktúra návštevníkov podujatia Leto v parku 2014

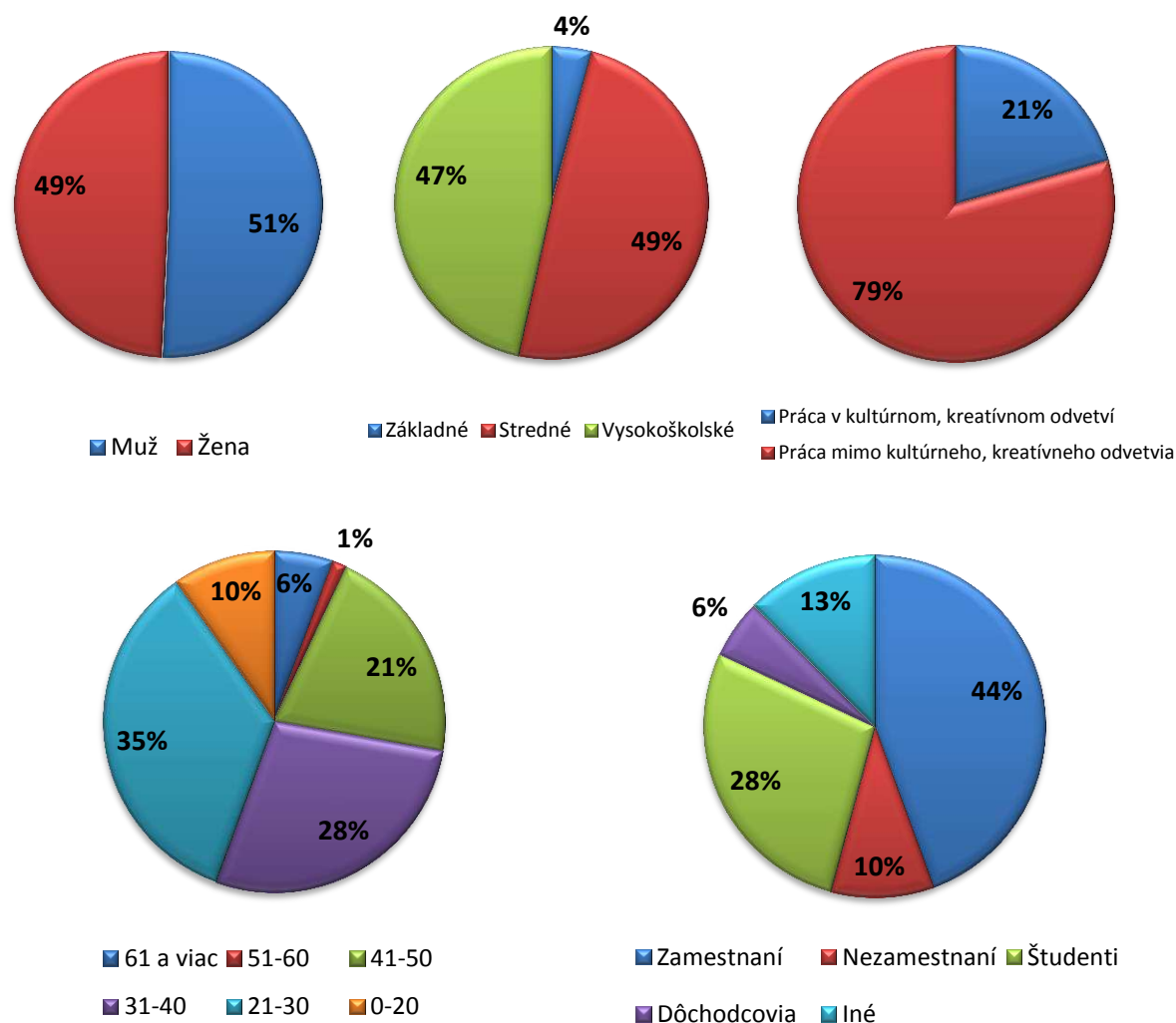
Košičania	Domáci turisti zo SR	Zahraniční turisti
68,49%	30,14%	1,37%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Aký bol návštevník podujatia Leto v parku?

Na základe analýzy primárnych údajov o socio-ekonomickom profile respondentov môžeme vyvodit' nasledovné závery. Z hľadiska pohlavia len mierne o 2 % prevažovali muži (51 %) nad ženami (49 %). V porovnaní s predchádzajúcimi hodnotenými podujatiami sledujeme rovnomernejšie zastúpenie vekových kategórií návštevníkov. 35 % boli mladí ľudia vo veku 21-30 rokov, 28 % malo 31-40 rokov a 21 % 41-50 rokov. Približne rovnaký počet návštevníkov mal stredoškolské (49 %) alebo vysokoškolské vzdelanie (47 %). 44 % oslovených uviedlo, že sú zamestnaní a z toho 21 % pracuje v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví. Druhou najpočetnejšou skupinou podľa ekonomickej aktivity boli študenti (28 %).

Graf 20 Návštevník podujatia Leto v parku 2014



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Typickým návštevníkom Leta v parku bol muž stredoškolského vzdelania zamestnaný mimo kultúrneho alebo kreatívneho odvetvia vo veku 21-30 rokov.

5.4 Porovnanie výsledkov

Okrem analýzy socio-ekonomického profilu návštevníkov na anketovaných podujatiach, máme možnosť porovnávať podujatia, na ktorých prebehol dotazníkový prieskum v dvoch rokoch. Týchto podujatí je šesť.

5.4.1 Biela noc 2012 vs. Biela noc 2013

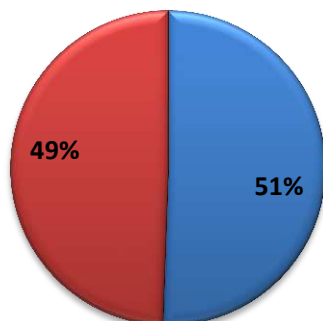
Tabuľka 28 Porovnanie podujatí: Biela noc 2012 vs. 2013

	Biela noc 2012	Biela noc 2013
Hodnotenie	2,30	2,24
Košičania	75,83 %	76,91 %
Domáci návštevníci	18,89 %	21,95 %
Zahraniční návštevníci	5,28 %	1,14 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

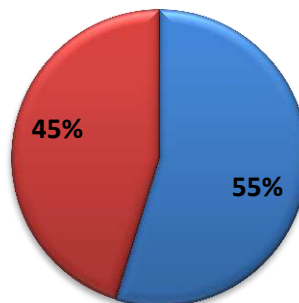
Graf 21 Návštevník podujatia Biela noc 2012 vs. Biela noc 2013

Biela noc 2012

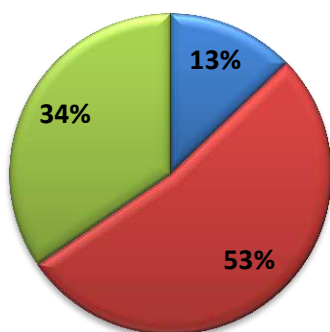


■ Muž ■ Žena

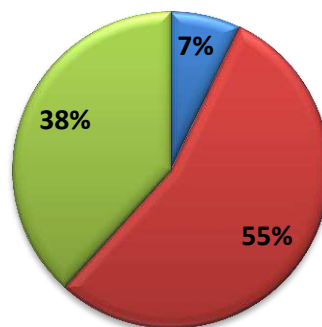
Biela noc 2013



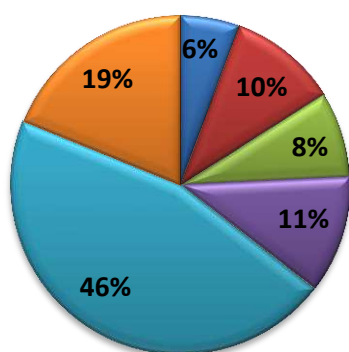
■ Muž ■ Žena



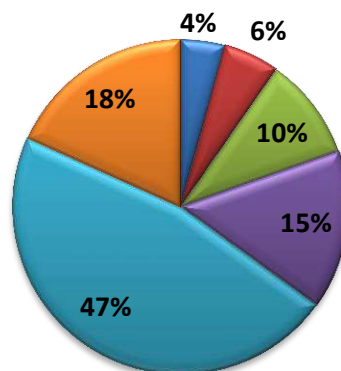
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



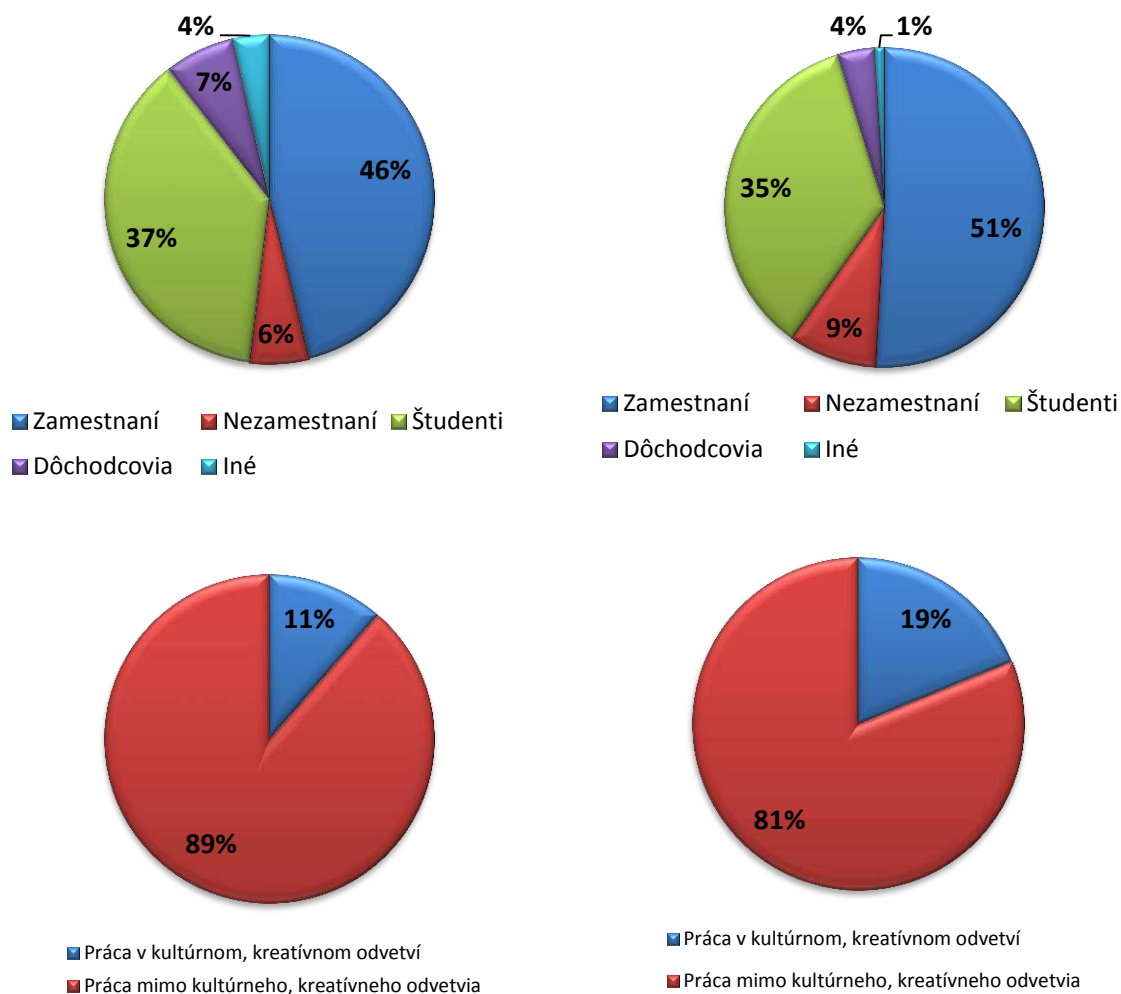
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Na základe uvedených údajov a grafov možno identifikovať nasledovné zmeny. V porovnaní s predchádzajúcim rokom sa na podujatí Biela noc 2013 mierne zvýšil podiel mužov medzi návštevníkmi, klesol počet návštevníkov so základným vzdelaním, čo sa prejavilo v náraste podielu návštevníkov so stredoškolským a vysokoškolským vzdelaním. Z pohľadu veku mierne klesol počet návštevníkov vo veku 51-60 rokov a zvýšil podiel vekovej kategórie 31-40 rokov. O 5 % sa zvýšil podiel zamestnaných návštevníkov. Kým v roku 2012 predstavovali ľudia pracujúci v kultúrnom alebo kreatívnom odvetví 5,1 % zo všetkých návštevníkov (11 % zo zamestnaných), v roku 2013 to bolo 9,7 %.

5.4.2 ISCM Dni novej hudby 2012 vs. ISCM Dni novej hudby 2013

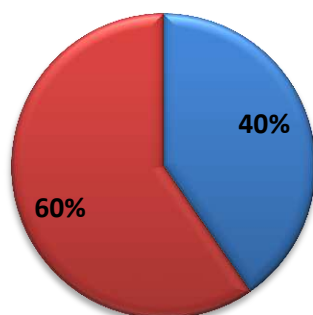
Tabuľka 29 Porovnanie podujatí ISCM Dni novej hudby 2012 vs. ISCM Dni novej hudby 2013

	ISCM Dni novej hudby 2012	ISCM Dni novej hudby 2013
Hodnotenie	1,42	1,33
Košičania	65,85 %	42,86 %
Domáci návštevníci	43,15 %	42,86 %
Zahraniční návštevníci	0,00 %	14,28 %

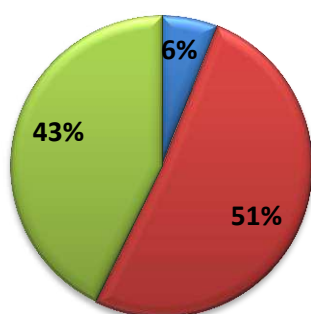
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Graf 22 Návštevník podujatia ISCM – Dni novej hudby 2012 vs. ISCM – Dni novej hudby 2013

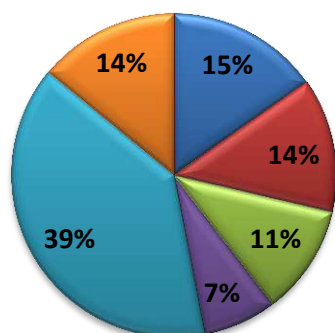
ISCM Dni novej hudby 2012



■ Muž ■ Žena

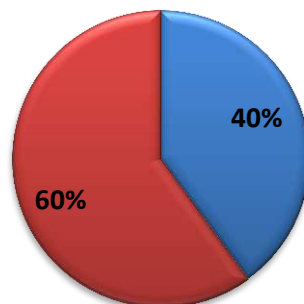


■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské

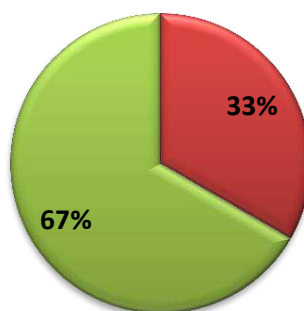


■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20

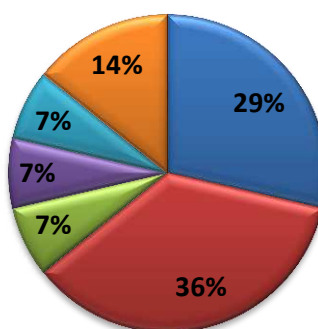
ISCM Dni novej hudby 2013



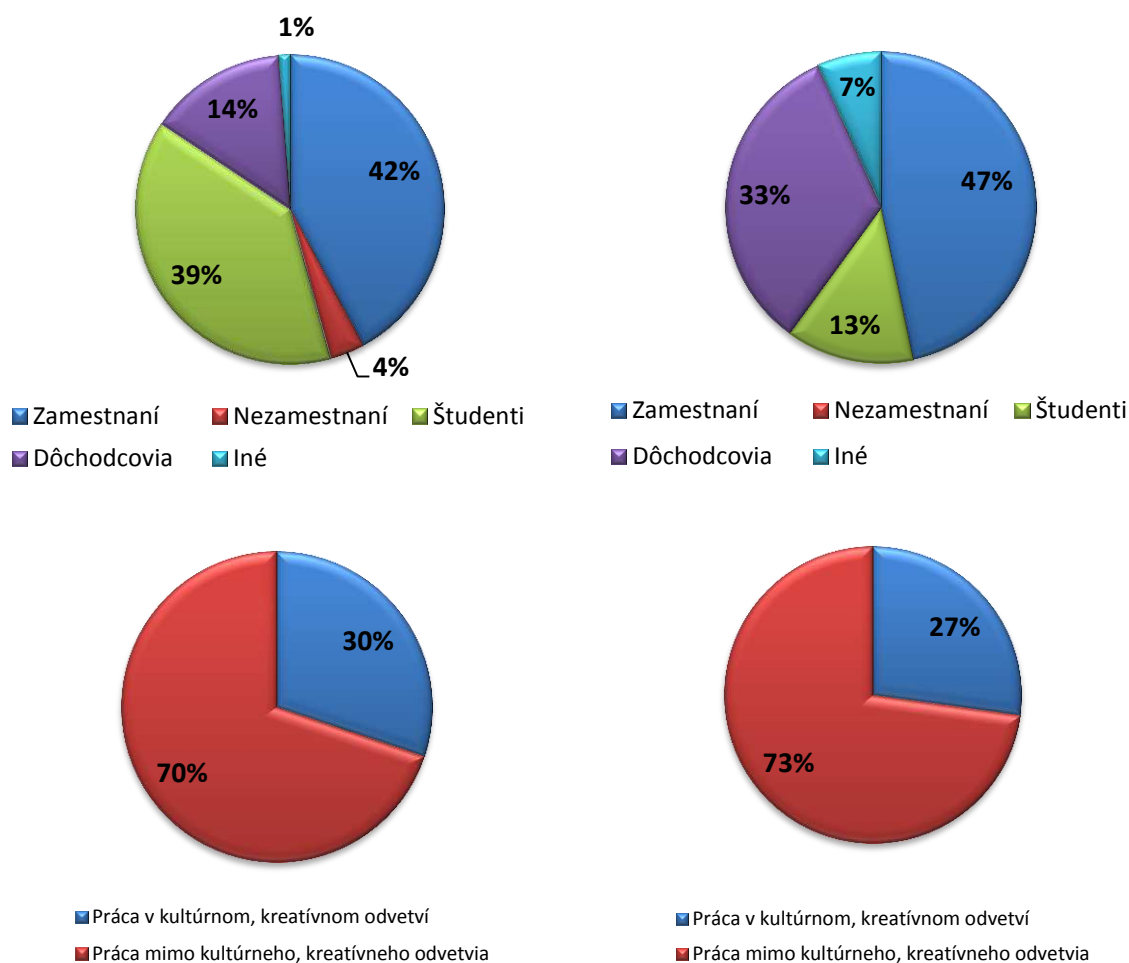
■ Muž ■ Žena



■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Analýza údajov z podujatí ISCM Dni novej hudby 2012 vs. 2013 priniesla nasledovné závery. Štruktúra návštevníkov podľa pohlavia sa nezmenila. V roku 2013 výrazne (o 24 %) stúplo zastúpenie návštevníkov s vysokoškolským vzdelaním. Z hľadiska veku sa zvýšil počet návštevníkov vyššej vekovej kategórií 51 a viac rokov (o 36 %), čo sa prejavilo v poklese návštevníkov vo veku 21-30 rokov o 32 %. Suvedenou zmenou je spojený aj nárast dôchodcov a pokles študentov medzi návštevníkmi podujatia. Mierne kleslo zastúpenie návštevníkov pracujúcich v kultúrnych alebo kreatívnych odvetviach

5.4.3 Use the City 2013 vs. Use the City 2014

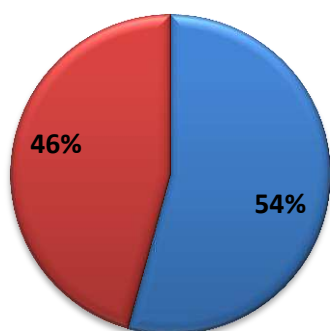
Tabuľka 30 Porovnanie podujatí Use the City 2013 vs. Use the City 2014

	Use the City 2013	Use the City 2014
Hodnotenie	1,57	1,69
Košičania	78,57 %	59,17 %
Domáci návštevníci	20,00 %	33,03 %
Zahraniční návštevníci	1,43 %	7,80 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

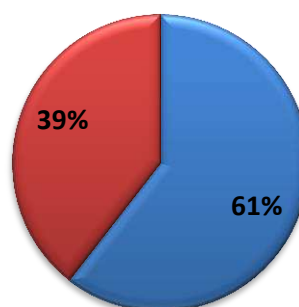
Graf 23 Návštevník podujatia Use the City 2013 vs. Use the City 2014

Use the City 2013

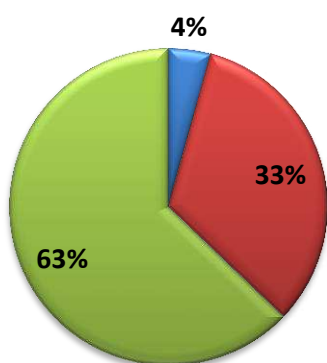


■ Muž ■ Žena

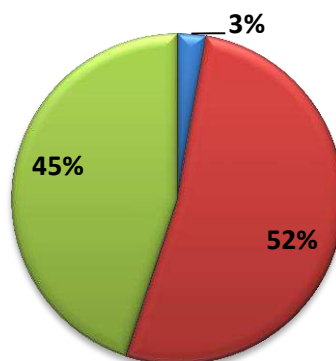
Use the City 2014



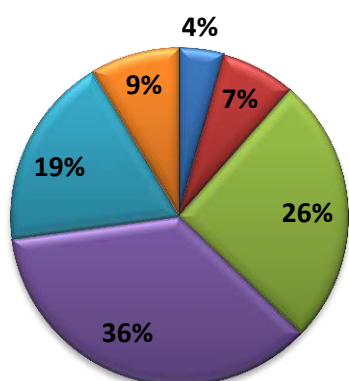
■ Muž ■ Žena



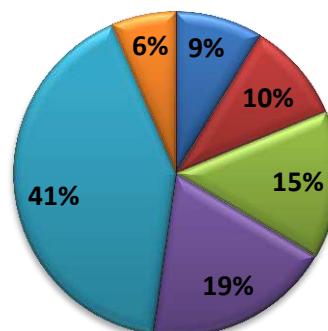
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



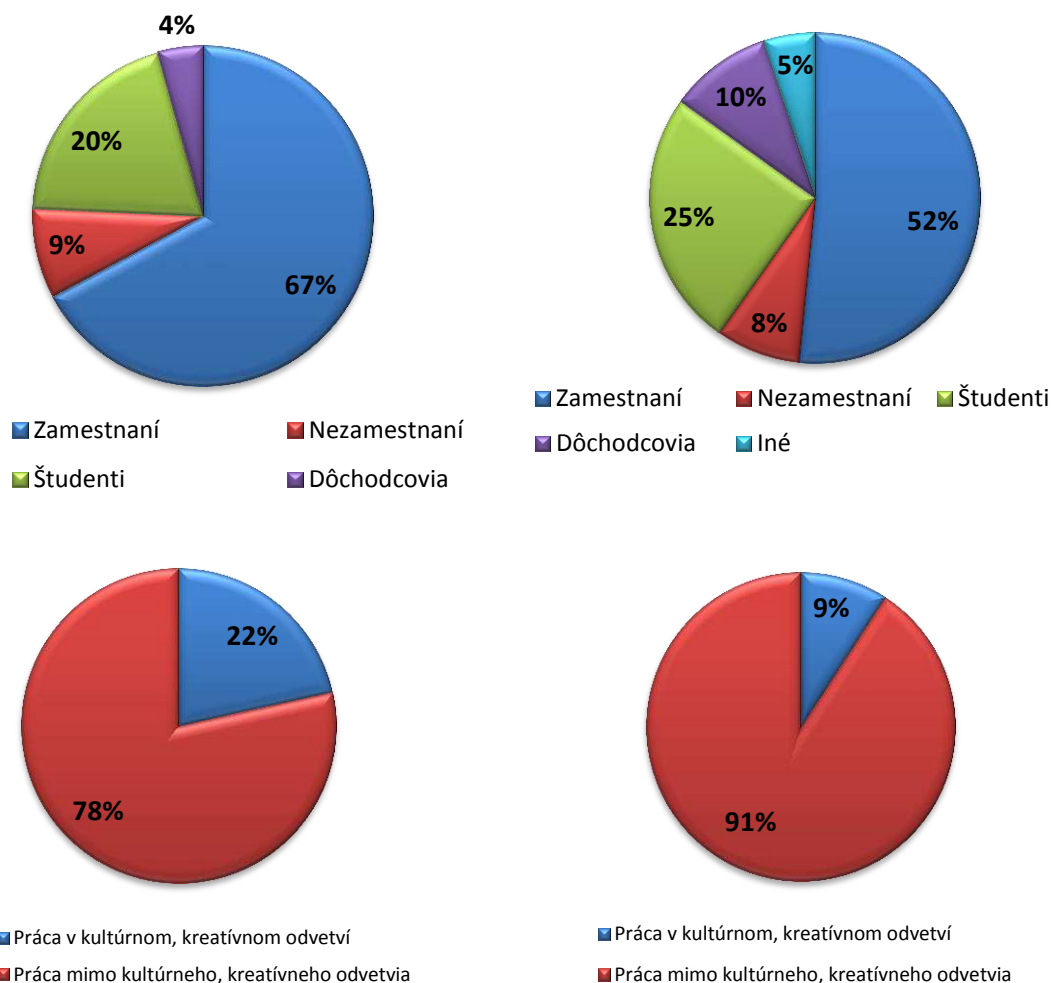
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Pri porovnávaní výsledkov dotazníkového prieskumu na podujatí Use the City v rokoch 2013 a 2014 boli zaznamenané nasledovné zmeny. O 7 % sa zvýšil podiel mužov medzi návštevníkmi, klesol počet návštevníkov s vysokoškolským vzdelaním, čo sa prejavilo v náraste podielu návštevníkov so stredoškolským vzdelaním. Z pohľadu veku značne stúpol podiel návštevníkov vo veku 21-30 rokov (o 22 %), ale kleslo zastúpenie vekových kategórií 31-40 rokov (o 17 %) a 41-50 rokov (o 11 %). V spojitosti so zmenami z hľadiska veku na podujatí Use the City 2013 klesol podiel zamestnaných návštevníkov a vzrástol podiel študentov a dôchodcov. Zaznamenali sme aj pokles návštevníkov pôsobiacich v kultúrnych alebo kreatívnych odvetviach.

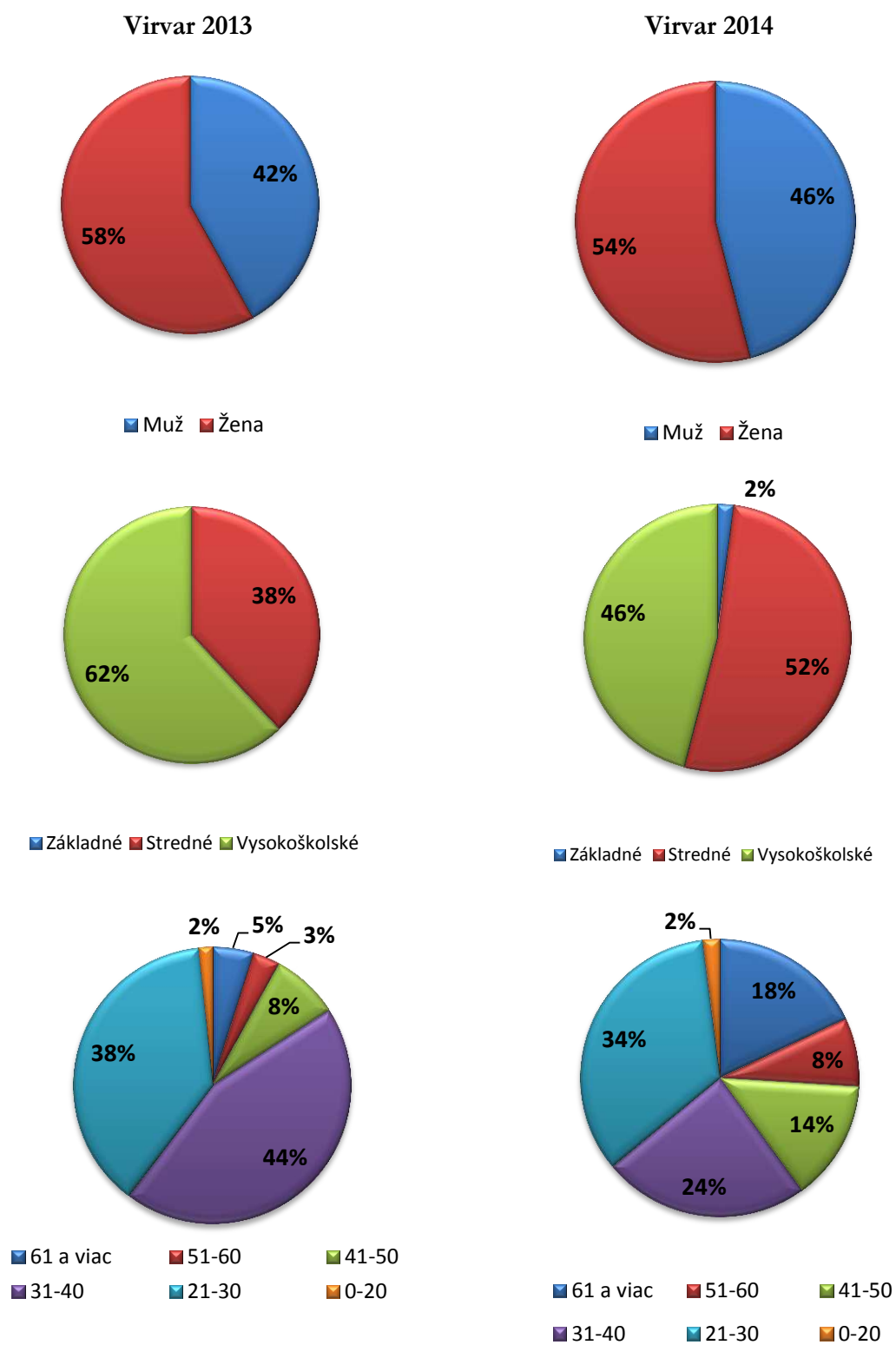
5.4.4 Virvar 2013 vs. Virvar 2014

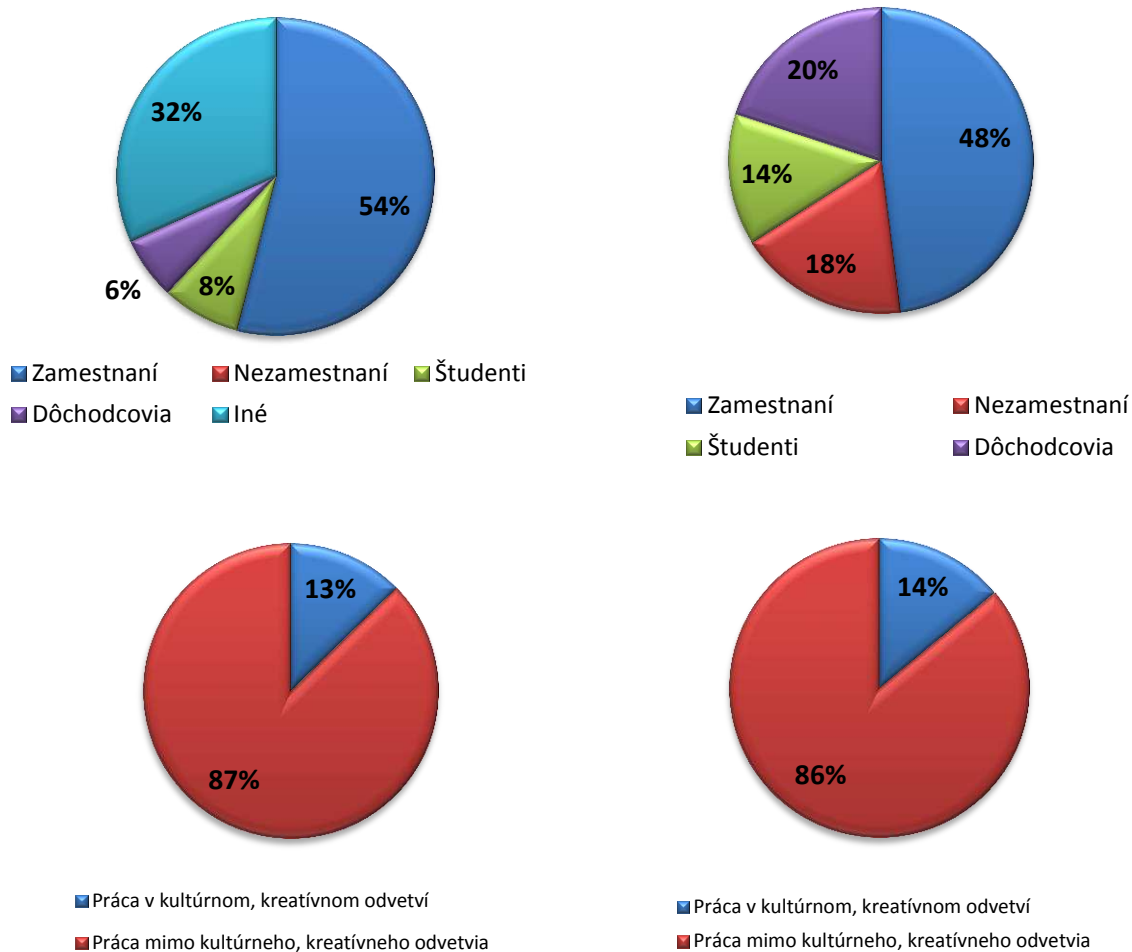
Tabuľka 31 Porovnanie podujatí: Virvar 2013 vs. Virvar 2014

	Virvar 2013	Virvar 2014
Hodnotenie	1,68	1,36
Košičania	79,37 %	78,00 %
Domáci návštevníci	14,29 %	22,00 %
Zahraniční návštevníci	6,34 %	0,00 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Graf 24 Návštevník podujatia Virvar 2013 vs. Virvar 2014





Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Analýza údajov z podujatí Virvar 2013 vs. 2014 priniesla nasledovné závery. Mierne stúplo zastúpenie mužov medzi návštevníkmi, no naďalej prevládajú ženy. Došlo k poklesu podielu návštevníkov s vysokoškolským vzdelaním a nárastu účasti návštevníkov so stredoškolským vzdelaním. Podujatie Virvar 2014 zaujala viac návštevníkom vo veku 41 rokov a viac, zaznamenali sme nárast vo všetkých sledovaných podskupinách – 41-50, 51-60 a 61 a viac rokov. Z hľadiska ekonomickej aktivity došlo k poklesu návštevníkov, ktorí uviedli inú ekonomickú aktivitu (napr. materská dovolenka) a nárastu nezamestnaných, dôchodcov a študentov medzi návštevníkmi. Zastúpenie zamestnaných pracujúcich v kultúrnych alebo kreatívnych odvetviach na výrazne nezmenilo.

5.4.5 Imaginácie 2013 vs. Imaginácie 2014

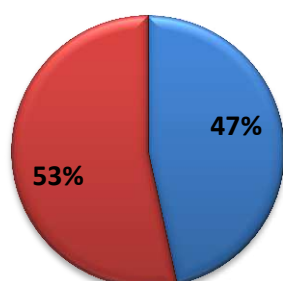
Tabuľka 32 Porovnanie podujatí: Imaginácie 2013 vs. Imaginácie 2014

	Imaginácie 2013	Imaginácie 2014
Hodnotenie	2,19	1,59
Košičania	90,48 %	77,59 %
Domáci návštevníci	9,52 %	20,69 %
Zahraniční návštevníci	0,00 %	1,72 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

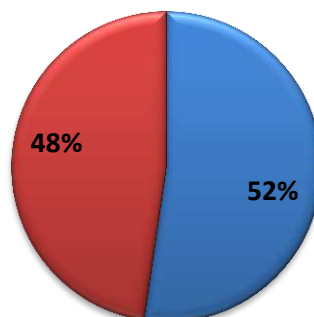
Graf 25 Návštevník podujatia Imaginácie 2013 vs. Imaginácie 2014

Imaginácie 2013

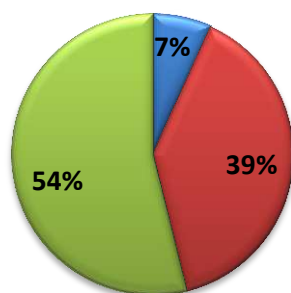


■ Muž ■ Žena

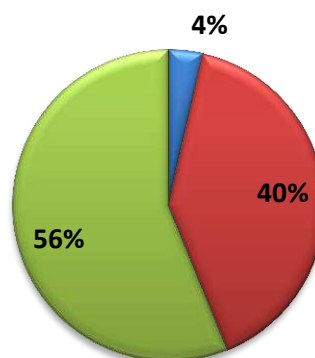
Imaginácie 2014



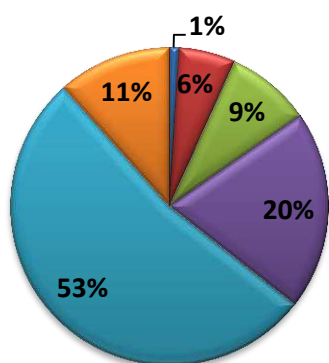
■ Muž ■ Žena



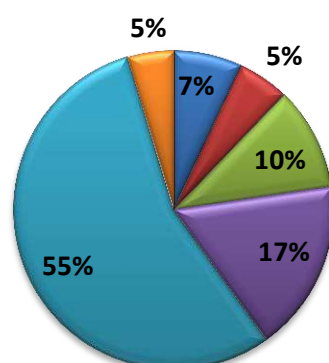
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



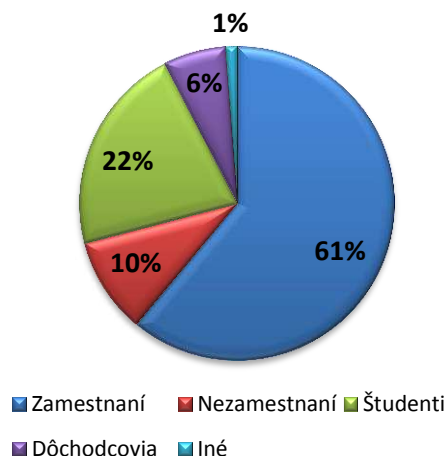
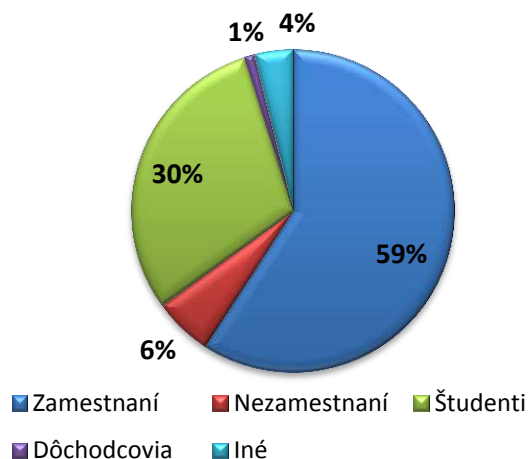
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Pri porovnávaní výsledkov dotazníkového prieskumu na podujatí Imaginácie v rokoch 2013 a 2014 boli zaznamenané nasledovné zmeny. O 5 % sa zvýšil podiel mužov medzi návštevníkmi. Z hľadiska vzdelania a veku návštevníkov nedošlo k zásadným zmenám. Iba mierne klesol zastúpenie návštevníkov vo veku do 20 rokov a stúplo vo vekovej kategórii 61 a viac rokov. Okrem toho klesol podiel študentov a zároveň mierne sa zvýšil podiel dôchodcov a nezamestnaných medzi účastníkmi. Zaznamenali sme 5 %-ný pokles zamestnaných návštevníkov pôsobiacich v kultúrnych alebo kreatívnych odvetviach.

5.4.6 Leto v parku 2013 vs. Leto v parku 2014

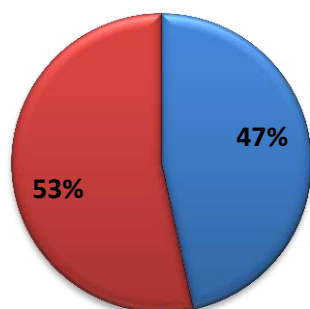
Tabuľka 33 Porovnanie podujatí: Leto v parku 2013 vs. Leto v parku 2014

	Leto v parku 2013	Leto v parku 2014
Hodnotenie	1,77	1,37
Košičania	81,54 %	68,49%
Domáci návštevníci	17,69 %	30,14%
Zahraniční návštevníci	0,77 %	1,37%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

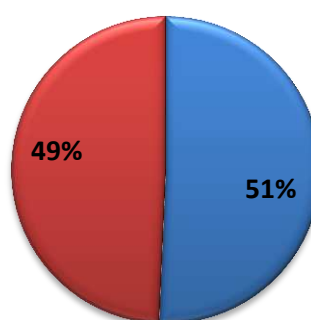
Graf 26 Návštevník podujatia Leto v parku 2013 vs. Leto v parku 2014

Leto v parku 2013

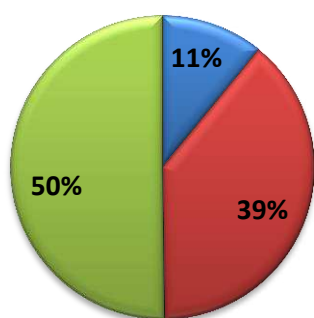


■ Muž ■ Žena

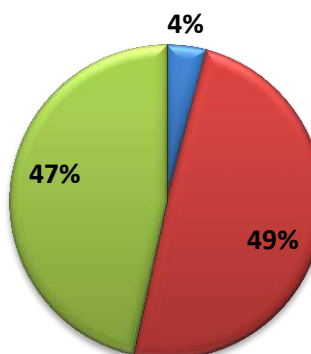
Leto v parku 2014



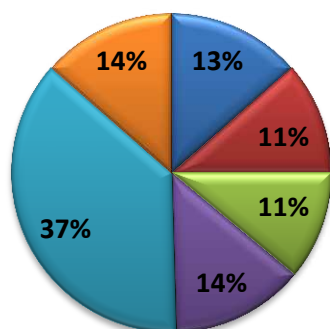
■ Muž ■ Žena



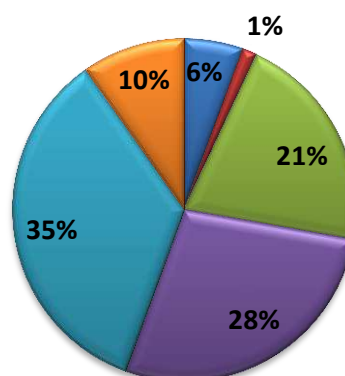
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



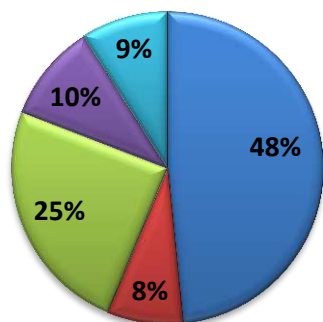
■ Základné ■ Stredné ■ Vysokoškolské



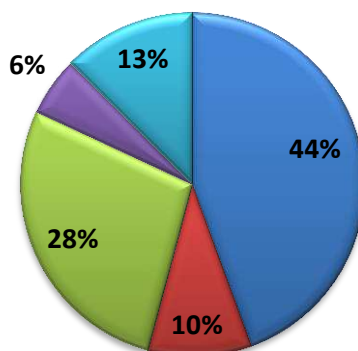
■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



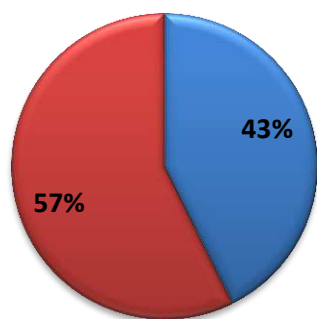
■ 61 a viac ■ 51-60 ■ 41-50
■ 31-40 ■ 21-30 ■ 0-20



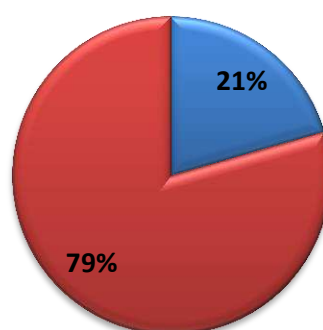
■ Zamestnaní ■ Nezamestnaní ■ Študenti
■ Dôchodcovia ■ Iné



■ Zamestnaní ■ Nezamestnaní ■ Študenti
■ Dôchodcovia ■ Iné



■ Práca v kultúrnom, kreatívnom odvetví
■ Práca mimo kultúrneho, kreatívneho odvetvia



■ Práca v kultúrnom, kreatívnom odvetví
■ Práca mimo kultúrneho, kreatívneho odvetvia

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Analýza údajov z podujatí Leto v parku 2013 vs. 2014 priniesla nasledovné závery. Mierne stúplo zastúpenie mužov medzi návštevníkmi. Došlo k poklesu podielu návštevníkov so základným a stredoškolským vzdelaním a nárastu účasti návštevníkov s vysokoškolským vzdelaním. Podujatie Leto v parku 2014 zaujala viac návštevníkom vo veku 31-50 rokov v porovnaní s predchádzajúcim rokom.

Z hľadiska ekonomickej aktivity nedošlo k výrazným zmenám, avšak značne kleslo zastúpenie návštevníkov pracujúcich v kultúrnych alebo kreatívnych odvetviach. Kým v roku 2013 až 20,6 % návštevníkov uviedlo, že pracuje v kultúrnych alebo kreatívnych odvetviach, v roku 2014 to bolo 9,2 %.

Časť 6

Premeny mesta a závery štúdie



Obsah

6	Premeny mesta a závery štúdie	3
6.1	Zmeny vyvolané projektom EHMK 2013	3
6.2	Vnímanie zmien v meste v súvislosti s EHMK	7
6.3	Závery	9

6 Premeny mesta a závery štúdie

6.1 Zmeny vyvolané projektom EHMK 2013

Ktoré investičné projekty EHMK sú najlepšie hodnotené obyvateľmi?

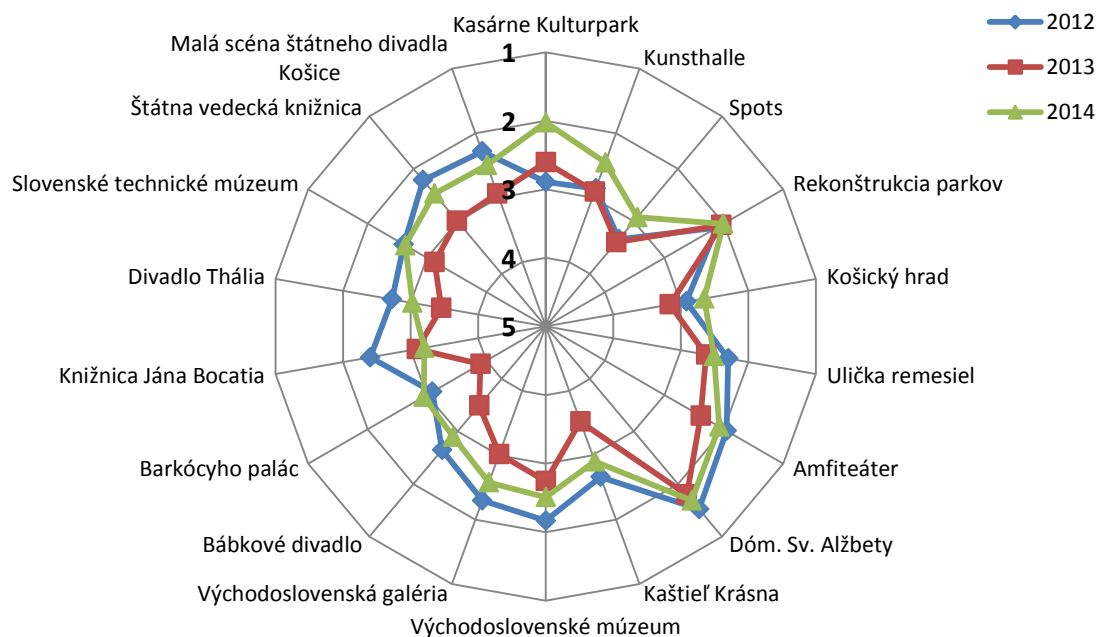
+ Dóm sv. Alžbety, rekonštrukcia parkov, Kasárne Kulturpark, Amfiteáter

Ako sa zmenila dostupnosť kultúry na sídliskách v meste v súvislosti s EHMK?

+ Viac ako 50 % respondentov vníma zvýšenie ponuky kultúry na 5 z 8 košických sídlisk.

Dotazníkový prieskum mal za cieľ získať názory obyvateľov na prípadné zmeny, ktoré boli vyvolané projektom EHMK 2013. Aj vzhľadom na diskusiu o užitočnosti jednotlivých investičných projektov bolo cieľom otázok analyzovať ako hodnotia Košičania jednotlivé investičné projekty realizované v rámci projektu Košice Európske hlavné mesto kultúry 2013. Pýtali sme sa respondentov, ktorý z investičných projektov považujú za najlepší z pohľadu jeho prínosu pre rozvoj kultúry a voľno časových aktivít v meste Košice. Respondenti mohli každú investíciu ohodnotiť známkou 1-5, pričom 1 znamenala najväčší prínos a 5 žiadny prínos.

Graf 135 Hodnotenie investičných projektov EHMK 2012 – 2014.

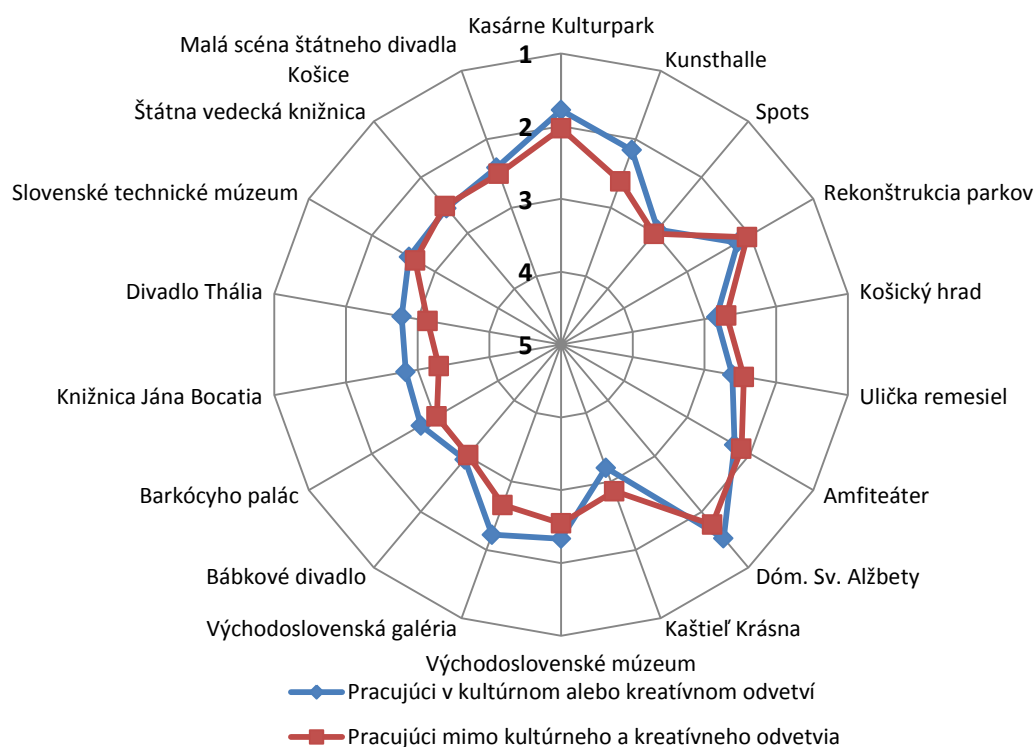


Ako najlepšie investičné projekty boli hodnotené rekonštrukcia Dómu sv. Alžbety a rekonštrukcia parkov v meste. Rok 2014 priniesol zvýraznenie pozitívneho hodnotenia Kulturparku, Kunsthalle a Spots.

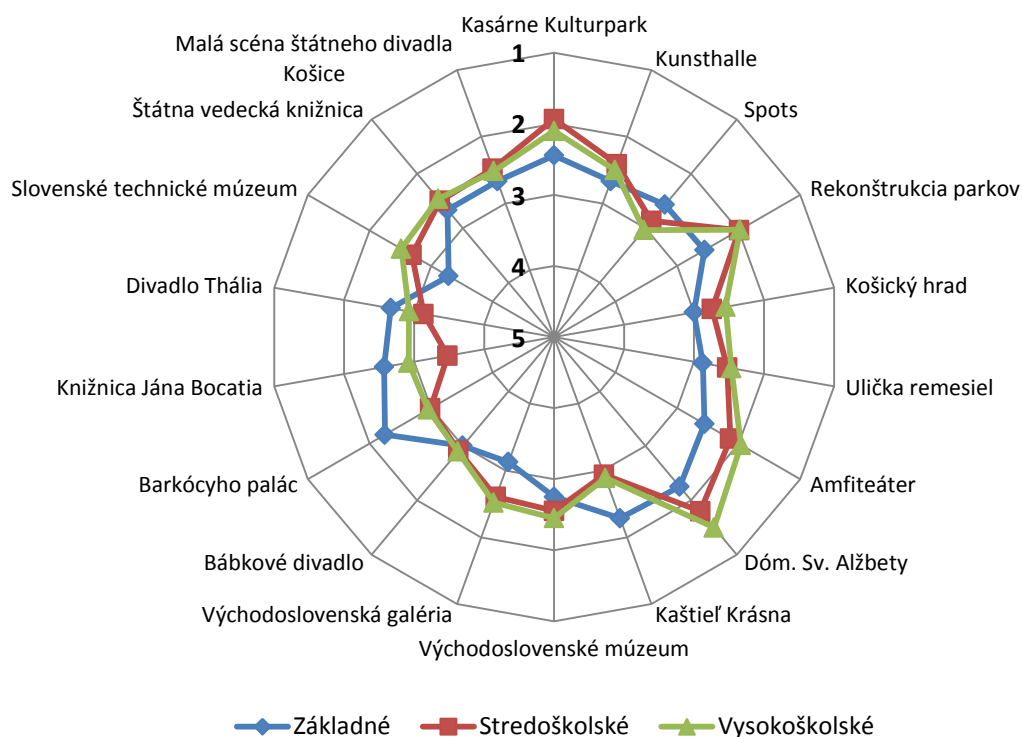
Respondenti pôsobiaci v kultúrnych a kreatívnych odvetviach vnímajú prínosy investičných projektov vo všeobecnosti mierne pozitívnejšie ako ostatná časť populácie. Zároveň hodnotia lepšie projekty súvisiace s umením, napríklad Kunsthalle alebo Východoslovenskú galériu. Odlišnosti v hodnotení investičných projektov existujú na báze dosiahnutého vzdelania. Respondenti so stredným a vysokoškolským vzdelaním vnímali prínos väčšiny investičných projektov pozitívnejšie ale rozdiely medzi stredoškolsky a vysokoškolsky vzdelanými

respondentmi už neboli tak markantné. Skupina stredoškolsky a vysokoškolsky vzdelaných respondentov vnímala ako najlepší projekt rekonštrukciu Dómu sv. Alžbety

Graf 1 Hodnotenie investičných projektov EHKM podľa pôsobenia v kreatívnom odvetví

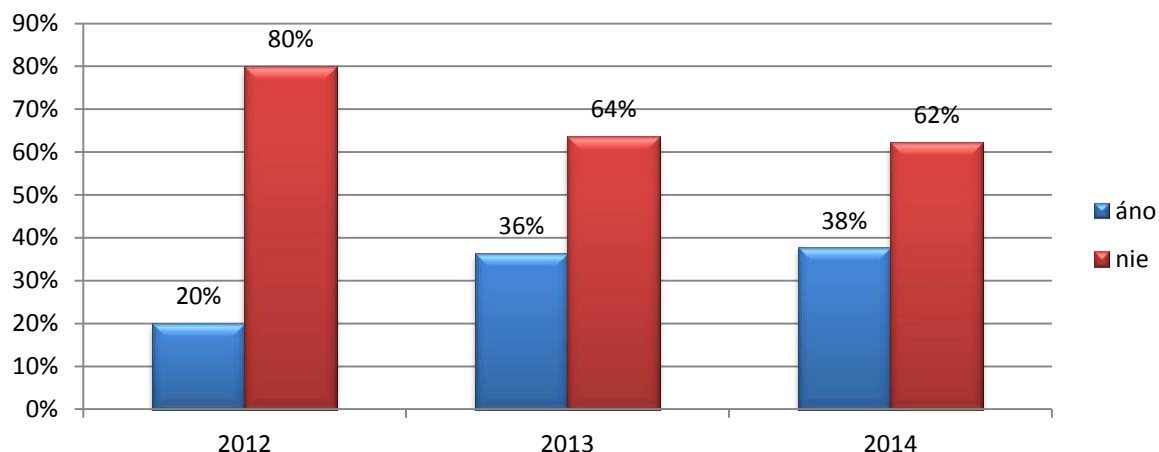


Graf 2 Hodnotenie investičných projektov EHKM jednotlivými cieľovými skupinami – podľa vzdelania



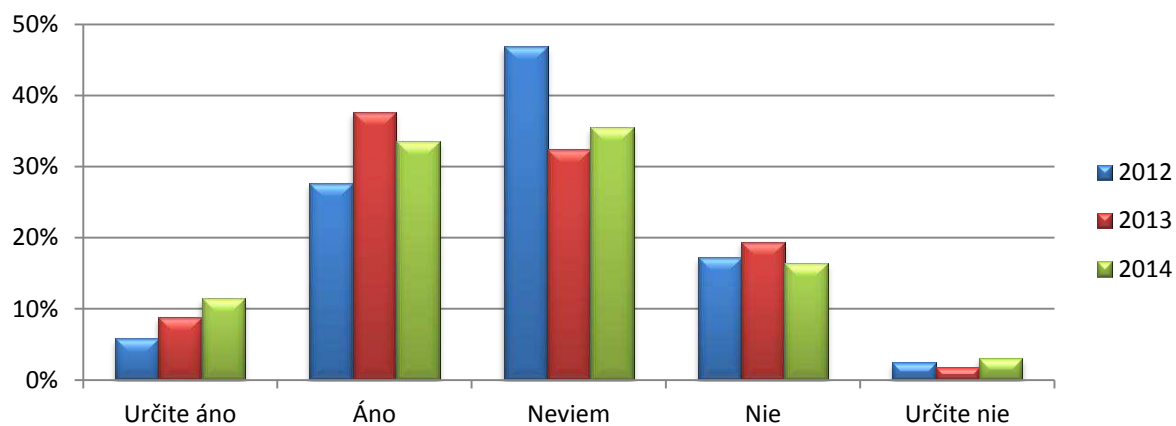
Jednou z nosných myšlienok projektu EHMK bola decentralizácia kultúry z centra mesta do jeho okrajových častí – na košické sídliská. Respondentov sme sa pýtali, či majú možnosť sa zapojiť do aktivít projektu EHMK na svojom sídlisku a zároveň, či sa podľa nich na ich sídlisku zvýšila ponuka kultúry.

Graf 3 Zapojenie sa respondentov do aktivít projektu EHMK na sídliskách



Podľa odpovedí sa výrazne zvýšil počet respondentov, ktorí majú možnosť zapojiť sa do aktivít súvisiacich s EHMK na svojom sídlisku. Kým v roku 2012 túto možnosť označilo len necelých 20 % respondentov, v roku 2013 ich podiel stúpol na 36 % a v roku 2014 sa ešte mierne zvýšil a dosiahol úroveň 38 %. Výsledok možno považovať jednoznačne za úspech. Následne sme sa respondentov pýtali, či sa podľa nich zvýšila ponuka kultúry na ich sídliskách.

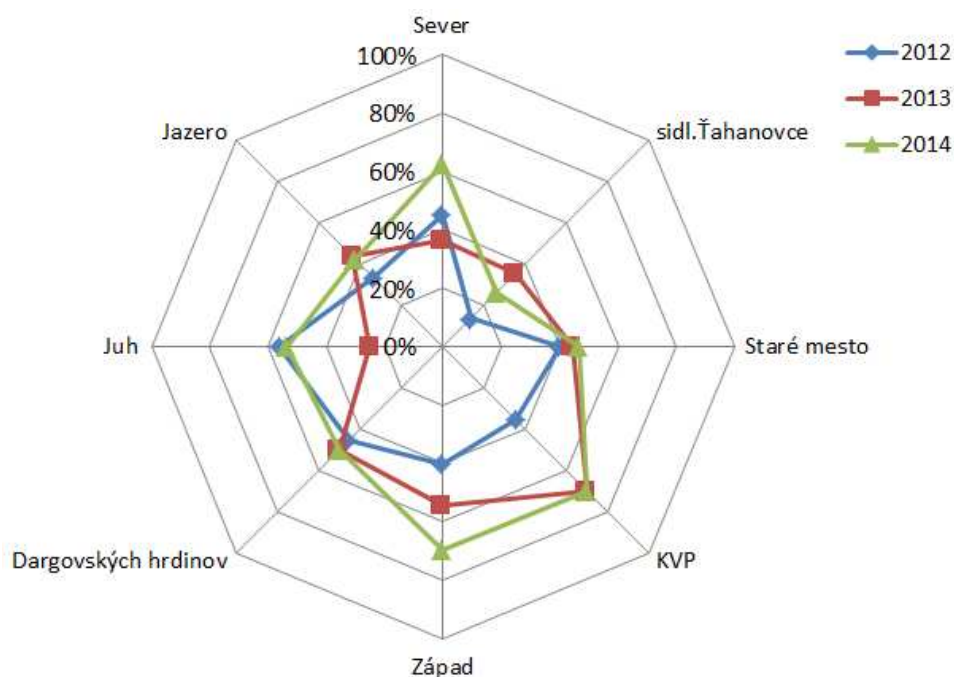
Graf 4 Zvýšenie ponuky kultúry na sídliskách



Podobný pozitívny nárast bol zaznamenaný aj pri tejto otázke. Kým v roku 2012 vnímalo zvýšenie ponuky kultúry na sídliskách 33 % respondentov (odpovede „určite áno“ a „áno“), v roku 2013 to bolo už 46 % respondentov. A tento podiel sa podarilo udržať aj v roku 2014. Zaujímavé zistenia priniesla analýza údajov z pohľadu miesta bydliska respondentov. V sledovanom období rokov 2012-2014 sa percento respondentov vnímajúcich nárast ponuky kultúry na ich sídliskách mierne zvyšovalo, ale jednoznačnejšie obyvatelia sídlisk Juh, Dargovských hrdinov a Sever, KVP a Západ. Najmenej kladných odpovedí sme zaznamenali pri obyvateľoch sídliska Ťahanovce, len 26 % a toto sídlisko zostalo skutočne mimo záujmu

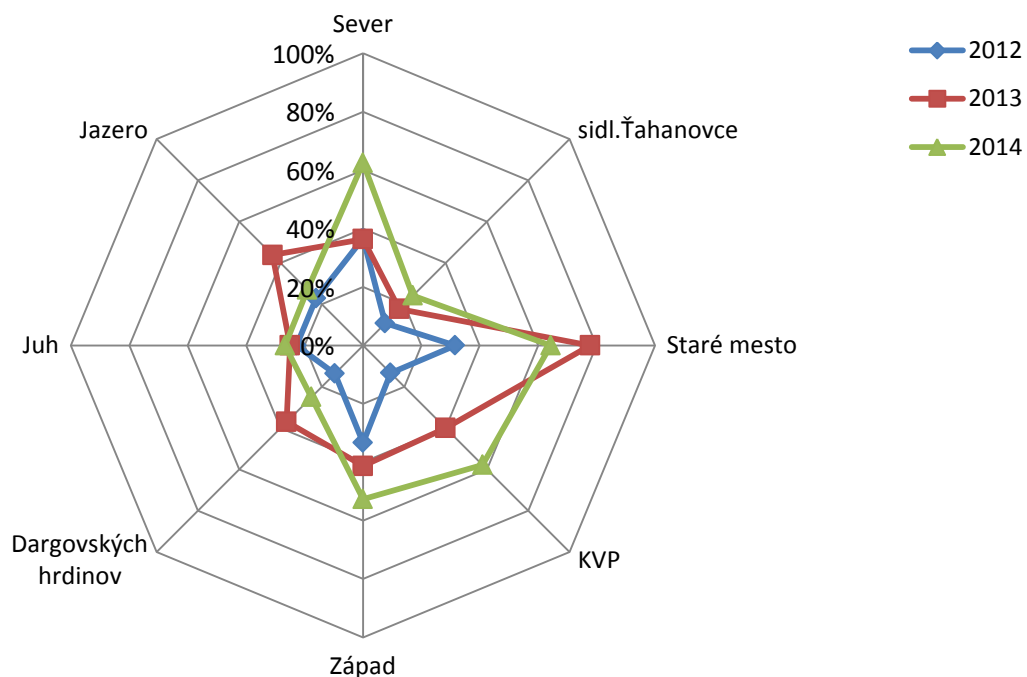
programov EHMK. Celkovo však dosiahnuté výsledky môžeme hodnotiť pozitívne, pretože pri 5 z 8 košických sídlisk viac ako 50 % respondentov vníma zvýšenie ponuky kultúry.

Graf 5 Zvýšenie ponuky kultúry – podľa sídlisk



Nakoniec sme zistovali, či majú obyvatelia jednotlivých sídlisk možnosť sa na svojom sídlisku zapojiť do aktivít súvisiacich s EHMK. Nasledujúci graf zobrazuje percento kladných odpovedí na uvedenú otázku.

Graf 6 Zapojenie sa respondentov do aktivít projektu EHMK – podľa sídlisk



Výsledky možno hodnotiť pozitívne. Prakticky vo všetkých analyzovaných zónach mesta, sa v roku 2013 zvýšil počet respondentov, ktorí uviedli, že sa majú možnosť zapojiť do aktivít týkajúcich sa EHKM v mieste svojho bydliska, pričom v mestskej časti Staré mesto to bolo skoro 80% respondentov, čo je prirodzené vzhľadom na sústredenie hlavných akcií do Starého mesta. V roku 2014 najviac vnímajú možnosť zapojiť sa do aktivít týkajúcich sa EHKM obyvatelia sídlisk Staré mesto (64 %), Sever (63 %) a KVP (58 %). Obyvatelia MČ Juh za sledované obdobie zaznamenali len minimálne zmeny. Na analýzy môžeme vyvodit' záver, že titul EHKM 2013 priniesol obyvateľom košických sídlisk viac kultúry a možností zapojenia sa do kultúrnych akcií v mieste svojho bydliska.

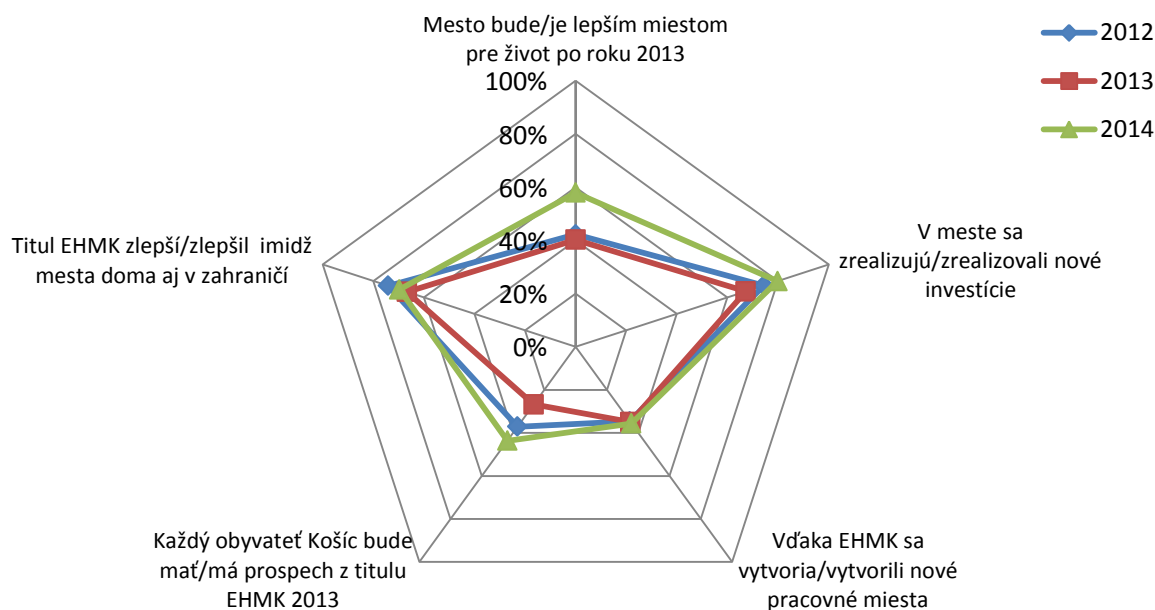
6.2 Vnímanie zmien v meste v súvislosti s EHKM

+ Akú zmenu pociťujú obyvatelia v súvislosti s EHKM v Košiciach?

+ Pozitívne dopady v imidži, investíciách a lepšie miesto pre život.

Ako je možné vidieť, v roku 2014 došlo k zlepšeniu subjektívneho vnímania respondentov vplyvu EHKM na mesto Košice. Obyvatelia hodnotili pozitívne aj negatívne dopady na mesto.

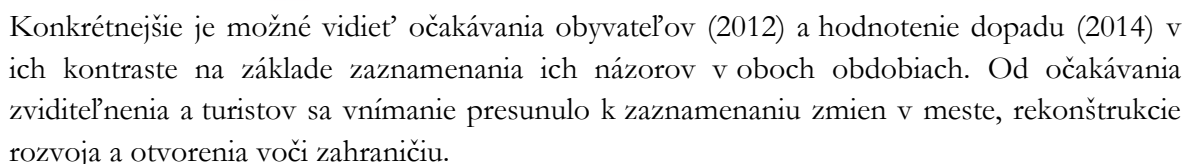
Graf 7 Dopady projektu EHKM na mesto Košice - pozitívne



Už rok 2012 priniesol Košičanom veľké očakávania, hlavne vzhľadom na realizáciu nových investícií a zlepšenie imidžu mesta doma aj v zahraničí. V roku 2014 došlo k zlepšeniu vnímania všetkých pozitívnych dopadov titulu EHKM na mesto Košice. Najviac, až 80 % respondentov oceňuje, že sa v meste zrealizovali nové investície. Podľa 70 % obyvateľov titul EHKM zlepšil imidž Košíc doma aj v zahraničí a 58 % Košičanov si myslí, že mesto je lepším miestom pre život po roku 2013.

Analýza negatívnych postojov vychádza zo skeptického názoru v roku 2012. Až 70 % uviedlo, že EHKM bude mať len krátkodobý charakter, 56 % si myslelo, že peniaze sa nepoužijú rozumne a 41 % uviedlo, že bežný občan nebude mať z titulu EHKM nič. V roku 2014 významne kleslo presvedčenie o negatívnych, resp. žiadnych dopadoch projektu EHKM pri

Graf 8 Dopady projektu EHMK na mesto Košice - negatívne

[illegible]

8

správa zachytila náladu a postoje obyvateľov a návštevníkov tak, ako ich akcentovali a až s odstupom času sa uvidí, ako dopadla zrážka klasického konzervatívneho náhľadu na kultúru s mladým európskym vetrom, ktorý zavial do Košíc.

Nesmierne pozitívne je zistenie, že sa prebudil záujem o kultúru u mladých ľudí, pretože študenti v rokoch 2012 – 2013 tvorili tretinu všetkých návštevníkov. Zároveň umožnil participovať na kultúrnych akciách aj nižším príjmovým skupinám – nezamestnaným a dôchodcom. Napriek silným tlakom na kvalitu podujatí, ktoré si vyžadovali náročnejšieho diváka, sa projekt nestal elitárskym, ale ani splývajúcou všehochuťou s cieľom uspokojiť každého a nikoho.

CIELE A DILEMY PROJEKTU:

Všetky projekty EHMK riešia tri hlavné dilemy:

1. Kultúrna dilema: ako rozdeliť zdroje medzi jednorazové veľké udalosti (efemérne) a investície do kultúrnej infraštruktúry (ako základu pre dlhodobý kultúrny rozvoj).
2. Ekonomická dilema: snažiť sa viac investovať do podpory spotreby kultúry alebo do miestnej kultúrnej produkcie?
3. Priestorová dilema: lokalizovať kultúrne aktivity do centra, alebo ho rozšíriť do viacerých aj odľahlejších oblastí mesta?

Organizátori projektu boli tlačení verejnosťou do väčších jednorazových udalostí, kultúrnej spotreby a krátkodobého prilákania turistov. To bol asi základ rozporu v komunikácii projektu a očakávaní obyvateľov. Hlavné ciele projektu EHMK 2013 boli stanovené dosť rozdielne oproti zjednodušenému ponímaniu projektu ako byť európskou metropolou kultúry na jeden rok.

Stanovené ambiciózne ciele (Košice - Európske hlavné mesto kultúry 2013, n.o., 2013) totiž spomínané dilemy uchopilo odlišne a dá sa pomerne jednoznačne konštatovať, že ich aj naplnilo, vrátane od začiatku jasného prístupu šíriť priestorovo kultúru do celého mesta, na sídliská aj mimo mesta. Väčšina nosných podujatí sa prirodzene realizovala v centre mesta, ale s participáciou obyvateľov zo všetkých mestských častí. Prieskumy potvrdili, že sa zvýšila dostupnosť kultúrnych aktivít mimo centra a na sídliskách, čím sa podarilo decentralizovať kultúru aj geograficky do okrajových častí mesta.

Dilemy a ich riešenia majú vždy svoje riziká. Orientácia na dlhodobé ciele pomocou kultúrnej infraštruktúry, inklúzia znevýhodnených skupín obyvateľov a otvorenie kultúrneho priestoru, podpora miestneho kreatívneho podhubia patrí pod endogénne dlhodobé strategické prístupy miestneho rozvoja, ale v prípade ich kvalitnej realizácie prinášajú trvalejšie efekty až neskôr po rokoch. Preto je kľúčom k dosiahnutiu cieľov dlhodobá podpora a vytrvalosť aktérov.

Ciele boli stanovené ešte pred samotnou realizáciou projektu a dajú sa považovať za naplnené vo veľkej miere. Dlhodobejšie ciele 1, 4, 6 počkajú na svoje vyhodnotenie povedzme v horizonte roku 2020.

- 1) Mesto, ktoré bude modernou, dynamickou a kreatívnou európskou metropolou. Projekt usiluje o transformáciu silného priemyselného mesta na post-industriálne mesto s kreatívnym potenciálom, univerzitným zázemím a novou kultúrnou infraštruktúrou.

- 2) Nový model kultúrnych inštitúcií – Kasární/Kulturpark ako multižánrového kultúrneho centra a Kunsthalle v Košiciach ako novej výstavnej siene s medzinárodným programom.
- 3) Umelecké rezidencie s mobilitou domácich a zahraničných umelcov.
- 4) Podmienky pre kreatívnu ekonomiku a základňu pre ďalších kultúrnych operátorov, občianske združenia a umelecké skupiny.
- 5) Posilniť komunitný rozvoj aktivizovaním obyvateľov predmestí a sídlisk v rámci programu SPOTs, podporiť dimenziu kultúr rozličných sociálnych, náboženských skupín a menšinovej kultúry.
- 6) Novú kultúrnu metropolu 21. storočia v stredoeurópskom priestore s trvalo udržateľným rozvojom, zlepšením životného prostredia a rozvojom turizmu a cestovného ruchu.

NOVÝ POTENCIÁL:

Vytvorilo sa zázemie – infraštruktúra, technika, ľudské zdroje, znalosti a skúsenosti pre prezentáciu širokého spektra kultúrnych aktivít, ale zároveň pre podporu lokálnej umeleckej a širšie kreatívnej tvorby a kreatívne orientovaných podnikateľských aktivít. Prostredníctvom rezidencií, návštev expertov na kreatívnu ekonomiku a rozvoj mesta, mobilit kultúrnych organizátorov sa v meste zakorenili znalosti pre generovanie nových nápadov. Prostredníctvom projektu SPOTS vzniklo na najväčších košických sídliskách päť nových kultúrnych centier, ktoré prinášajú nové spôsoby komunikácie a práce s komunitou. Projekt svojou masívnosťou významným spôsobom prispieje aj k ekonomike mesta a regiónu. V roku 2013 navštívilo mesto rekordné množstvo turistov, v priebehu jedného roka sa zmodernizovala a vybudovala nová kultúrna infraštruktúra v hodnote 70 mil. € a realizovalo sa obrovské množstvo kultúrnych podujatí. Na základe projektu vznikla Koalícia 2013+ združujúca súkromné a verejnoprávne subjekty. Košický samosprávny kraj realizoval ďalšie súvisiace projekty v regióne v rámci špeciálneho programu Terra Incognita, nová kultúrna infraštruktúra takmer ihneď generovala súkromné investície v jej atraktívnom okolí. Vzniknutý sociálny kapitál zakomponovaný vo vzťahoch a spoločných aktivitách inštitúcií a jednotlivcov by mal zaručovať nové progresívne nápady a realizáciu nových a nových aktivít v prospech rozvoja mesta a jeho obyvateľov.

IMIDŽ, ATMOSFÉRA A GENERAČNÁ OBNOVA:

EHEMK prinieslo nové životaschopné festivaly Biela noc, Leto v parku, Use the city. Stojí pred nimi výzva, aby sa udržali dlhodobo a pridali sa k nim ďalšie. Všetky tieto akcie si získali stálych návštevníkov, ktorí ich hodnotili pozitívne a jednoznačne ich spájali s projektom EHEMK. Počas rokov 2012-2013 im respondenti udeľovali stále lepšie známky a takmer 90% respondentov by odporučilo priateľom zúčastniť sa na nich. Pri vyhodnotení transformácie mesta sú zrejme dva rozmery: Či nejakú zmenu a v akej kvalite zaznamenali obyvatelia mesta a čo zistili jeho návštevníci. Podľa nášho prieskumu citeľne evidujú pozitívne zmeny v meste Košiciach aj turisti. **Projekt pohol atmosférou mesta**, zvýšil sebavedomie jeho obyvateľov a **priniesol aj ekonomické impulzy** (reštauračné a hotelové služby, vyvolané súkromné investície v okolí kultúrneho diania) v širšom centre mesta a čiastočne aj v okrajových častiach. Pritom pozitívne vnímanie nebolo prítomné na začiatku projektu v roku 2012, kedy

respondenti skôr predpokladali malý alebo žiadny vplyv projektu EHMK na imidž mesta. Aktivitami projektu sa situácia postupne menila.

Dotazníkové prieskumy priniesli zaujímavé posolstvo o priaznivcoch projektu EHMK v Košiciach aj medzi návštevníkmi. Pred rokom EHMK si zmeny vyvolané kultúrou a umením osvojili najmä mladí ľudia, ktorí stáli pri zrode kultúrnej premeny mesta a až následne sa projekt stal predmetom záujmu strednej a staršej generácie, s istým úbytkom podpory na strane mladých. Dá sa povedať, že Košice zažili rýchlu generačnú erupciu, ktorá zmenila atmosféru mesta a pozitívne zasiahla do jeho interného aj externého imidžu. Možno projekt EHMK nemá všeobecne rozsiahlu pozitívnu odozvu v domácich médiách, ale prostredníctvom uskutočnených aktivít v kultúre stúpol kladný obraz mesta v očiach svojich obyvateľov. Informácie v tejto správe by mali poslúžiť ako analytický podklad pre vytvorenie konkrétnej stratégie pre pokračovanie budovania atraktívneho „brandu“ mesta tak pre jeho obyvateľov aj návštevníkov. Hodnota imidžu sa projektom EHMK výrazne zvýšila a práca na jeho brande by mala pokračovať ďalej.

Podnetom sú však aj negatívne ohlasy obyvateľov, ktoré sme zistili v prieskume. Obyvatelia Košíc sa najviac báli plytvania finančných prostriedkov a korupcie a po skončení projektu najmä toho, že EHMK bude mať len krátkodobý efekt a nová kultúrna infraštruktúra sa neuživí a bude chátrať. Preto, pre mesto a kultúrnych organizátorov sa práca v roku 2013 neskončila, ale zostala ako každodenná ťažká úloha, ako udržať a viac rozvinúť prínosy EHMK a zabezpečiť ich trvalú udržateľnosť.

Mesto Košice má dobrú šancu rebrandovať sa z bývalého imidžu východoeurópskeho postkomunistického mesta ťažkého priemyslu na mesto progresívne, aktívne, kultúrne a kreatívne. Ambiciózne ciele europeizácie dopytu po kultúre so zachovaním špecifickej košickej kultúry definujú mesto ako globálne – napojené na globálne a európske kultúrne vplyvy, ale so svojou vlastnou individualitou.

Prieskum ukázal dôležitý výsledok – hodnotenie projektu EHMK sa naplno prejavilo až s časovým odstupom, po ukončení aktívneho roku 2013. Tento odstup bol dôležitý pre osvojenie a uvedomenie si jeho dôležitosti a potenciálu. Pritom projekt v Košiciach bol napríklad v porovnaní s Marseille investične podvyživený. Hlavne existuje silný predpoklad a argumenty, že pohl Košicami v správnom kurze a vytvorený kultúrny, ľudský a sociálny kapitál dokazuje, že aj menšia investícia môže vytvoriť rozsiahle efekty do budúcnosti.