

Rafał Kasprzak
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

POMIAR EKONOMICZNEGO ODDZIAŁYWANIA WYDARZENIA W RAMACH PORTALU WWW.EKONOMIAWKULTURZE.PL

Streszczenie

Celem opracowania jest przedstawienie metody szacowania ekonomicznego oddziaływania na gospodarkę wydarzenia, które jest udostępnione na portalu www.ekonomiawkulturze.pl. Wykorzystana dla oszacowania metodologia powstała w wyniku prac badawczych finansowanych przez Narodowe Centrum Kultury. Udostępnione na portalu www.ekonomiawkulturze.pl narzędzie pozwalające oszacować wysokość „Ekonomicznego oddziaływania wydarzenia” na gospodarkę pozwoli organizatorowi wydarzenia udowodnić jego przydatność, nie tylko ze względu na wysoką jakość działań realizowanych podczas jego trwania, ale także przez pryzmat strumieni finansowych generowanych przy jego realizacji. Jest to konkretny i wymierny efekt realizacji wydarzenia kulturalnego na terenie regionu.

Słowa kluczowe: oddziaływanie ekonomiczne wydarzenia, rozwój regionu, efekty bezpośrednie, efekty indukowane.

Wstęp

Mistrzostwa Europy w piłce nożnej, parada z okazji święta Trzech Króli, festiwal, noc muzeów – każde z tych wydarzeń pozostawia w naszej pamięci wiele miłych i radosnych wspomnień. Przez długi czas oglądamy zdjęcia, wspominamy i cieszymy się z zakupionych podczas wydarzenia drobiazgów. Przypominając sobie to wydarzenie często polecamy jego kolejną edycję znajomym, przekonując ich do odwiedzin miejsca, w którym było realizowane. Takie zachowania są częstym odruchem osób odwiedzających jakąś destynację turystyczną, którzy spędzili aktywnie czas urlopu preferując zamiast biernego wypoczynku w formule 3S (*sun, sea, sand*) aktywny wypoczynek w formie 3E (*entertainment, emotion, education*)¹. Aktywne uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych zmienia z jednej strony strategię marketingowe przedsiębiorstw funkcjonujących w branży turystycznej, a z drugiej strony wpływa na aktywizację społeczno-ekonomiczną regionu.

Przedsiębiorstwa turystyczne w związku z obserwowanymi zmianami w preferencjach wypoczynkowych turystów muszą dostosować swoją strategię marketingową do nowych oczekiwań klientów. Konieczne staje się nie tylko stworzenie nowych produktów, oferty

¹ Modele wypoczynku podaje za: Wilczyński (2012).

która będzie skierowana na tę grupę aktywnych turystów, ale także wypracowanie nowego modelu komunikacji marketingowej. Takiej, która pozwoli zidentyfikować kluczowe wydarzenia w regionie i następnie w efektywny sposób przekazać o nich informację i dostosować do nich ofertę aktywnego wypoczynku.

Z kolei aktywność turystów i ich rosnące oczekiwania przekładają się także na zmiany w sytuacji społeczno-ekonomicznej regionów. Dotychczasowe zasoby, które „gwarantowały” nasilenie ruchu turystycznego, jak atrakcyjne środowisko naturalne, korzystny klimat czy efektywna infrastruktura komunikacyjna mogą zostać wzmocnione lub często zastąpione nowymi zasobami, które przyczynią się do przyciągnięcia turystów do konkretnego miejsca. Tego typu zasobami mogą być między innymi różnorodne wydarzenia, których oferta zwiększa się w każdym z regionów. Bogata oferta wydarzeń o bardzo różnym charakterze staje się powoli wizytówką aktywnych regionów², które intensywnie walczą o przyciągnięcie turystów.

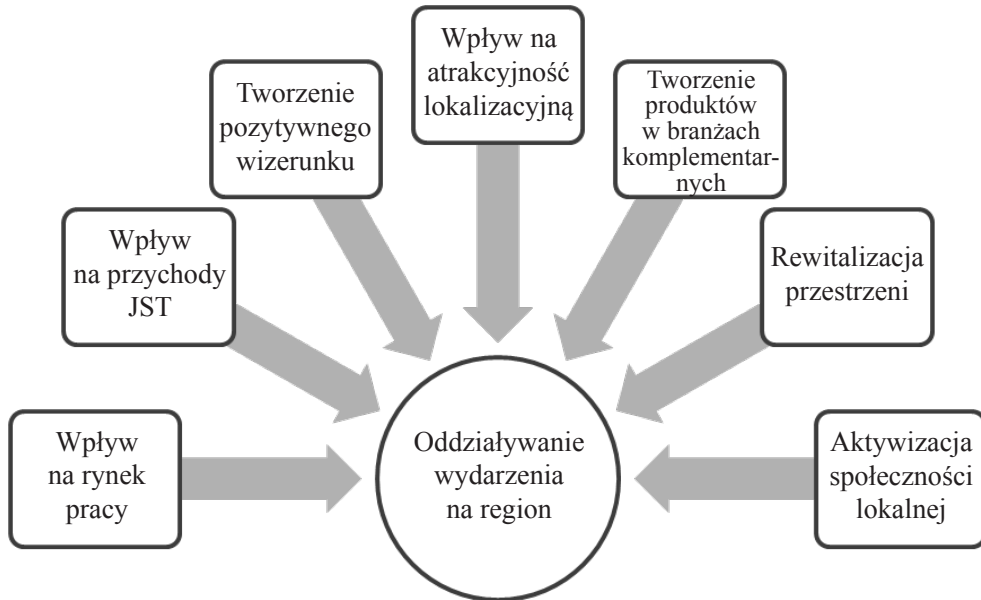
Oddziaływanie wydarzeń na gospodarkę regionu

Intensyfikacja aktywności regionów w tym obszarze skłania do zadania pytania o rolę, jaką odgrywają wydarzenia w systemie społeczno-ekonomicznym regionu (por. schemat 1).

Wydarzenie odbywające się w regionie wpływa niewątpliwie na:

1. Lokalny rynek pracy poprzez tworzenie miejsc pracy w jednostkach organizujących wydarzenia lub podmiotach współuczestniczących w wydarzeniu – do organizacji wydarzeń, nadzoru nad ich przebiegiem i ich realizacji potrzeba bardzo wiele personelu, co oznacza, że na terenie regionu pojawi się określony popyt na pracę.
2. Wzrost dochodów budżetu lokalnego – organizator wydarzenia, podmioty w nim uczestniczące oraz uczestnicy płacą podatki, których część trafia bezpośrednio do kasy samorządu terytorialnego. Należą do nich mogą np. podatki od nieruchomości, podatki dochodowe od osób fizycznych i osób prawnych, opłaty: targowe, miejscowe, uzdrowskowe i inne opłaty które stanowią dochód jednostki terytorialnej.
3. Tworzenie pozytywnego wizerunku miasta/regionu – wykorzystanie wydarzenia do przedstawienia regionu jako atrakcyjnego zakątka otwartego na ludzi, w którym dzieją się ciekawe i inspirujące rzeczy.
4. Poprawę atrakcyjności lokalizacyjnej regionu – aktywna i interesująca oferta zagospodarowania czasu wolnego może skłonić gospodarstwa domowe do podjęcia decyzji o przeprowadzce w nowe miejsce.

² Istnieje wiele portali oferujących zbiorcze informacje o wydarzeniach kulturalnych, które odbywają się w regionach Polski, jedynym z ciekawszych wydaje się być portal stworzony przez Narodowe Centrum Kultury – Mapa Kultury dostępny *on-line* pod adresem: <http://www.mapakultury.pl>

Schemat 1**Kierunki oddziaływania wydarzenia na region**

Źródło: opracowanie własne.

5. Tworzenie produktów dla innych działów/gałęzi gospodarki – bezpośrednimi beneficjentami są branże ukierunkowane na obsługę ruchu turystycznego, np. gastronomia, zakwaterowanie ale także innego rodzaju usługi.
6. Rewitalizację przestrzeni – aktywna oferta wydarzeń wykorzystuje miejsca i przyczynia się do ich rewitalizacji.
7. Aktywizację społeczności lokalnej – dzięki możliwości zatrudnienia bezpośrednio przy organizacji wydarzenia lub wśród podmiotów współuczestniczących w tym wydarzeniu.

Wydarzenie stanowi zatem ważny impuls dla społeczeństwa i gospodarki regionu, który można wykorzystać dla aktywizacji obszaru. Przedstawione powyżej obszary oddziaływania można określić jako jego efekty, które podlegać mogą kwantyfikacji. W następnym kroku można oszacować ich wielkości i kierunek w celu zidentyfikowania poziomu korzyści generowanych przez wydarzenie dla gospodarki regionu.

Pomiar tego typu strumienia środków finansowych może, poza walorami poznawczymi, odgrywać ważną rolę w budowaniu świadomości decydentów oraz animatorów wydarzeń o ekonomicznej roli, którą we współczesnej gospodarce odgrywa turystyka kulturowa. Z punktu widzenia ewentualnej analizy oddziaływania ekonomicznego wydarzenia można zatem wyodrębnić trzy rodzaje efektów:

- efekty bezpośrednie (EB) – uwzględniające bezpośrednie wydatki generowane przez wydarzenie, które odbyło się w określonej lokalizacji oraz wydatki osób odwiedzających to wydarzenie; są to konkretne strumienie pieniądza możliwe do oszacowania na podstawie deklaracji organizatora oraz uczestników wydarzenia;
- efekty pośrednie (EP) – obejmują szeroki zakres efektów odczuwanych w związku z realizacją wydarzenia, głównie o charakterze pozafinansowym lub bardzo trudnym (dyskusyjnym) do jednoznacznej interpretacji finansowej. Takimi efektami mogą być na przykład: promocja miejsca dzięki wydarzeniu, poprawa jakości życia mieszkańców związana z aktywnością kulturową na terenie gminy, ewentualne efekty społeczne, np. zmniejszenie przestępczości, walka z chorobami miejskimi itp.;
- efekty indukowane (EI) – uwzględniają dalszy wzrost wydatków wywołany wzrostem przychodów w gospodarce krajowej wynikających z realizacji wydarzenia, a ich kalkulacja opiera się na wskaźnikach mnożnikowych.

Pomiar ekonomicznego oddziaływania wydarzenia na gospodarkę lokalną powinien zatem opierać się na oszacowaniu strumieni finansowych wywołanych przez efekty bezpośrednie oraz ich ewentualnemu powiększeniu przez efekty indukowane, wraz z analizą jakościową możliwych do zidentyfikowania efektów pośrednich. Na potrzeby opracowania modelu oszacowania ekonomicznego oddziaływania wydarzenia przyjęto, że wydarzeniem jest każde przedsięwzięcie o charakterze kulturalnym, które było realizowane w określonym terminie oraz było skierowane do określonej grupy uczestników. W takim rozumieniu wydarzeniem może być: festiwal muzyczny, premiera teatralna, koncert muzyki, wieczór poezji, festyn i inne tego typu *eventy*.

Metoda kalkulacji dostępna na portalu www.ekonomiawkulturze.pl

Interesującym narzędziem dostępnym dla pomiaru tego typu efektów jest „Ekonomiczne oddziaływanie wydarzenia” dostępne bezpłatnie na portalu www.ekonomiawkulturze.pl, które oferuje organizatorom wydarzeń kulturalnych lub turystycznych możliwość wyliczenia oddziaływania ekonomicznego wydarzenia kulturalnego na podstawie danych wprowadzanych przez organizatora wydarzenia oraz osoby uczestniczące w tym wydarzeniu.

System opracowany w portalu www.ekonomiawkulturze.pl pozwala na obliczenie poziomu ekonomicznego oddziaływania wydarzenia na gospodarkę lokalną. Ekonomiczne oddziaływanie wydarzenia oblicza się biorąc pod uwagę dwa z przedstawionych trzech efektów generowanych przez wydarzenie, tj. efektów bezpośrednich (EB), których poziom uwzględnia bezpośrednie wydatki generowane przez wydarzenie (W_w), które odbyło się na terenie gminy oraz wydatki osób odwiedzających określone wydarzenie (W_u) oraz efektów indukowanych (EI). Wartość efektów bezpośrednich ujęto wzorem:

$$EB = W_w + W_u, \quad (1)$$

gdzie wartość W_w powstaje na podstawie poziomu wydatków zadeklarowanych przez organizatora wydarzenia, a wartość W_u oblicza się na podstawie ankiet wypełnionych przez uczestników wydarzenia. Obliczając wydatki uczestników wydarzenia bierze się pod uwagę następujące ich pozycje:

- wydatki na dojazd na miejsce wydarzenia (w_1),
- wydatki na zakup biletów (w_2),
- wydatki na nocleg w miejscu wydarzenia (w_3),
- wydatki na usługi gastronomiczne (w_4),
- wydatki na zakup artykułów spożywczych, napojów bezalkoholowych (w_5),
- wydatki na zakup papierosów i napojów alkoholowych (w_6),
- wydatki na zakup upominków związanych z wydarzeniem (w_7),
- wydatki na opłaty parkingowe - o ile uczestnik zadeklaruje, że przyjechał na wydarzenie samochodem (w_8),
- wydatki na powrót z miejsca wydarzenia (w_9),
- inne wydatki związane z wydarzeniem wskazane przez uczestników (w_{10}).

Na bazie kwot zadeklarowanych przez osoby wypełniające ankietę oblicza się:

- wartości średniej arytmetycznej dla każdej z tych pozycji wydatków, w której jest poprawnie wypełnionych co najmniej 20 ankiet,
- wartości mediany dla każdej z tych pozycji wydatków, w której jest poprawnie wypełnionych co najwyżej 20 ankiet.

Następnie wartości te mnoży się przez zadeklarowaną przez organizatora liczbę uczestników i w ten sposób oblicza się wartość W_u . Przyjmuje ona zatem wzór:

$$W_u = n \cdot \sum_{i=1}^{10} w_i \quad (2)$$

(jeżeli liczba poprawnie wypełnionych ankiet dla każdej z pozycji wydatków jest ≥ 20),

$$W_u = n \cdot \sum_{i=1}^{10} me(w_i) \quad (3)$$

(jeżeli liczba poprawnie wypełnionych ankiet dla każdej z pozycji wydatków jest < 20),

lub suma iloczynów:

- liczby uczestników i średniej wydatków (tych pozycji dla których liczba poprawnie wypełnionych ankiet jest ≥ 20) oraz
- liczby uczestników i mediany wydatków (tych pozycji dla których liczba poprawnie wypełnionych ankiet jest < 20).

Warto pamiętać, że powyższy model będzie tym lepiej odzwierciedlał faktyczny poziom wydatków, im więcej osób poprawnie wypełni ankietę uczestnictwa. Osoby, którym zależy na rzetelnym odzwierciedleniu oddziaływania swojego wydarzenia powinny zachęcać jego uczestników do wypełniania ankiety. Można to zrobić na trzy sposoby:

1. na stronie internetowej wydarzenia umieścić link kierujący uczestnika do strony internetowej, na której wypełni on ankietę,
2. ze strony dostępnej po zalogowaniu organizatora ściągnąć fotokod, który można umieścić np. na biletach wstępu lub materiałach promocyjnych,
3. ze strony dostępnej po zalogowaniu organizatora wydrukować ankietę, o której wypełnienie należy poprosić uczestników wydarzenia, a następnie wyniki ankiety wprowadzić do systemu.

System weryfikuje poprawność wypełnienia ankiety przez uczestnika festiwalu w dwóch obszarach:

- wypełnienie wszystkich pól w ankiecie,
- zweryfikowanie, czy podane kwoty w poszczególnych kategoriach wydatków nie zostały sztucznie zawyżone.

Respondent nie może wysłać ankiety do systemu, o ile nie wypełni wszystkich pól w ankiecie, a weryfikacja ewentualnego zawyżenia poszczególnych pozycji wydatków odbywa się na podstawie dwóch kryteriów:

1. przeciętnego dziennego poziomu wydatków poniżej 100 euro;
2. założenia, że wydatki poniesione przez uczestników wydarzenia będą miały rozkład normalny $N(\bar{x}; \sigma)$, co oznacza, że faktycznie ponoszone wydatki w poszczególnych kategoriach będą „w pobliżu” średniego poziomu wydatków dla danej kategorii³. Jedną z cech rozkładu normalnego jest fakt, iż 99,7% wartości cechy leży w odległości $\leq 3\sigma$ od wartości średniej. Zatem weryfikując, czy respondent nie zawyżył wpisywanych wartości system każdorazowo sprawdza wartość średniej i odchylenia standardowego dla każdej kategorii wydatków, a następnie te wydatki, które leżą w odległości ≤ 3 odchylenia standardowych będą oznaczane przez system jako „poprawne”, natomiast pozostałe zostaną oznaczone przez system jako „potencjalnie zawyżone lub zaniżone”.

W raporcie końcowym przedstawione zostaną informacje na temat liczby poprawnych oraz potencjalnie zaniżonych/zawyżonych wartości. Warto zauważyć, że stworzony system jest dynamiczny, czyli uczestnik wydarzenia może się zalogować dopiero po pewnym czasie. Każdorazowe podanie nowych danych zmieni wartości średniej, mediany oraz wynikający z nich poziom efektów bezpośrednich i efektów indukowanych. W związku z tym ważne jest regularne generowanie raportów przez organizatora wydarzenia.

³ Ten zapis bardzo trywializuje istotę rozkładu normalnego, zatem osoby zainteresowane tematyką rozkładu normalnego, jego funkcji oraz metod weryfikacji, czy rozkład empiryczny jest faktycznie rozkładem normalnym należy odesłać do bogatej literatury przedmiotu, m.in. Słaby, Luszczewicz (2008).

Poziom efektów indukowanych (EI) oblicza się jako iloczyn sumy efektów bezpośrednich i Mnożnika Keynesowskiego, który przyjmuje postać^{4,5}:

$$k = \frac{1}{1 - MPC(1 - t)} \quad (4)$$

gdzie:

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

Zastosowanie Mnożnika Keynesowskiego w powyższej formule wymaga przyjęcia kilku istotnych założeń, a w szczególności⁶:

- założenie o stałości cen i płac w sytuacji niepełnego wykorzystania czynników produkcji;
- założenie, że możliwe jest funkcjonowanie gospodarki, której produkcja faktyczna jest niższa od potencjalnej;
- założenie o istnieniu przy obecnym poziomie płac i cen niewykorzystanych mocy wytwórczych;
- założenie, że czynniki ograniczające produkcję leżą po stronie popytu;
- założenie o zamkniętej gospodarce, czyli, że wzrost popytu nie zostanie subsydiowany wzrostem importu.

Na potrzeby analiz oszacowany został poziom tego wskaźnika na podstawie następującego założenia. Mnożnik przyjmuje postać:

$$k = \frac{1}{1 - MPC(1 - t)} \quad (5)$$

gdzie:

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

Wartość MPC została obliczona na podstawie analizy publikacji GUS dotyczącej budżetów gospodarstw domowych w 2010 roku. Na potrzeby obliczenia krańcowej skłonno-

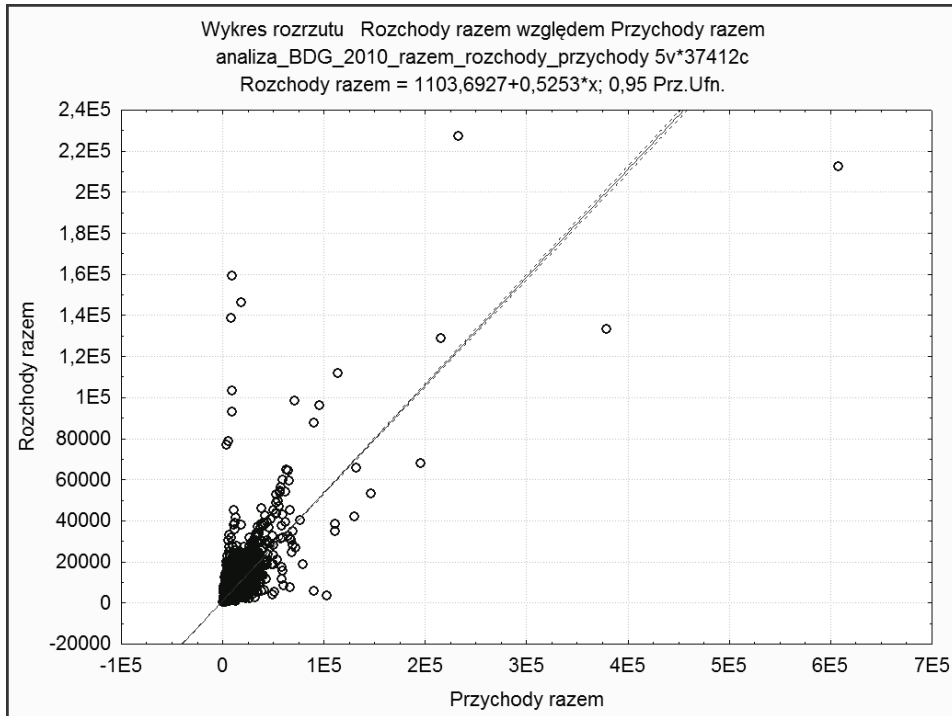
⁴ MPC – krańcowa skłonność do konsumpcji, t – efektywna stopa podatkowa.

⁵ C – przyrost konsumpcji (wydatków konsumpcyjnych), ΔY- przyrost dochodu.

⁶ Szerzej o założeniach Mnożnika Keynesowskiego i metodyce jego oszacowania patrz m.in. Samuelson, Nordhaus (2007).

Wykres 1

Analiza regresji liniowej rozchodów w stosunku do przychodów gospodarstw domowych w Polsce (n=37 412)



$$\text{Przychody razem:Rozchody razem: } y = 1103,6927 + 0,5253 * x;$$

$$r = 0,7773; p = 0,0000; r^2 = 0,6042$$

Źródło: obliczenia własne, program STATISTICA [StatSoft, Inc. (2010). STATISTICA (data analysis software system), version 9.1., www.statsoft.com].

ści do konsumpcji dla gospodarstwa domowego oszacowano regresję liniową rozchodów w stosunku do przychodów dla gospodarstw domowych objętych badaniem przez GUS (n=37 412).

Oszacowana przez program STATISTICA liniowa funkcja regresji pozwala na poznanie wysokości MPC = 0,5253. Oszacowanie t. Poziom efektywnej stopy podatkowej uzyskano na podstawie informacji dotyczących rozliczenia podatku dochodowego przedstawionych przez Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych. Wartość t = 0,1497.

Tabela 1

Efektywna stopa procentowa

Przedziały dochodów (w PLN)	Obciążenie dochodu w %			Różnica obciążenia (w p.p.).
	nominalne	efektywne		
		łącznie ze składką na ubezpieczenie zdrowotne	po odliczeniu składki na ubezpieczenie zdrowotne	
1	2	3	4	5
do 85 528	15,37	14,07	6,63	1,3
powyżej 85 528	23,05	22,03	15,31	1,02
Ogółem	16,24	14,97	7,61	1,27

Źródło: *Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2010 rok*, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, sierpień 2011 r. s. 20, http://www.mofnet.gov.pl/_files/_podatki/statystyki/za_2010/rozl-pit2010-internet_.pdf [dostęp: 21.06.2012].

Obliczone wartości pozwalają zatem na oszacowanie k :

Dla: $MPC = 0,5253$ i $t = 0,1497$, wartość $k = 1 / (1 - 0,5253 (1 - 0,1497))$, zatem:

mpc	0,5253
t	0,1497
1-t	0,8503
mpc*(1-t)	0,0786
1-mpc*(1-t)	0,9214
1/(1-mpc*(1-t))	1,0853

$k = 1,0853$

Międzypowiatowy Konkurs Kolęd i Pastorałek „Bóg się rodzi” – przykład analizy ekonomicznego oddziaływania

Wykorzystanie narzędzia „Ekonomiczne oddziaływanie wydarzenia” pozwoliło osobom związanym z przygotowaniem międzypowiatowego konkursu kolęd i pastorałek oszacować jego ekonomiczne oddziaływanie. Konkurs został zorganizowany przez Miejski Ośrodek Kultury w Ozorkowie⁷ (powiat zgierski, województwo świętokrzyskie) w styczniu 2013 roku.

⁷ <http://mok.ozorkow.info.pl/index.html>

Pomysł na wydarzenie powstał z chęci propagowania wśród dzieci i młodzieży bogatej tradycji kołędowania. Początkowo było to wydarzenie o zasięgu lokalnym, jednak obecnie uczestnicy konkursu pochodzą z terenu województwa łódzkiego. Analizowana edycja mogła się poszczycić również koncertem galowym z udziałem laureatów konkursu.

System poza obliczeniem oddziaływania ekonomicznego generuje kilka raportów, które są udostępniane użytkownikowi w postaci prezentacji Power Point lub wydruku PDF. Zawarta umowa licencyjna umożliwia szerokie wykorzystywanie tych danych, użytkownik nie ponosi żadnych dodatkowych opłat związanych z ich prezentowaniem.

Struktura generowanego raportu obejmuje informacje o organizatorze wydarzenia, miejscu jego realizacji oraz o jego genezie. Kolejną informacją jest analiza struktury wydatków i ich rozkład terytorialny. Pozwala to oszacować w jakim zakresie gospodarka regionu korzysta z realizacji tego wydarzenia.

Tabela 2

Rozkład terytorialny wydatków związanych z organizacją wydarzenia

Region	% wydatków netto
W gminie, w której było realizowane wydarzenie (Ozorków) wydano	25,13
W powiecie, w którym było realizowane wydarzenie (zgierski) wydano	25,13
W województwie, w którym było realizowane wydarzenie (łódzkie) wydano	91,27

Źródło: obliczono na podstawie kodu pocztowego podmiotu lub osoby fizycznej, która otrzymała jakąkolwiek płatność związaną z realizacją wydarzenia, obliczenia wygenerowane przez portal www.ekonomiawkulturze.pl, data wygenerowania 11:18 dnia 18/01/2013.

System szacując oddziaływanie ekonomiczne wydarzenia zbiera informacje podawane przez jego uczestników, dzięki temu możliwe jest uzyskanie dodatkowych informacji o charakterze marketingowym, takich jak miejsce zamieszkania tych osób bądź ich opinie o wydarzeniu.

Tabela 3

Informacje o osobach wypełniających ankiety

Wyszczególnienie	Liczba i % osób
Ankiety wypełniło:	29 osób
Co stanowi:	41% wszystkich uczestników wydarzenia.
Mieszkańcy gminy, w której odbyło się wydarzenie stanowią	52% osób, którzy wypełnili ankiety.
Mieszkańcy powiatu, w którym odbyło się wydarzenie stanowią	86% osób, którzy wypełnili ankiety.
Mieszkańcy województwa, w którym odbyło się wydarzenie stanowią	100% osób, którzy wypełnili ankiety.

Źródło: jak w tabeli 2.

Informacje o charakterze marketingowym zbierane wśród osób wypełniających ankietę pozwalają na wprowadzenie planowania marketingowego oraz sprawdzenia efektywności już przeprowadzonych działań promocyjnych. Kluczową informacją jest jednakże kalkulacja ekonomicznego oddziaływania wydarzenia.

Tabela 4
Kalkulacja ekonomicznego oddziaływania wydarzenia (w PLN)

Wyszczególnienie	Kwota
Efekty bezpośrednie	8 033,05
W tym wydatki zadeklarowane przez organizatora wydarzenia	1 787,79
W tym wydatki poniesione przez uczestników wydarzenia	6 245,26
Efekty indukowane	8 718,27

Źródło: jak w tabeli 2.

Raport daje również możliwość poznania struktury wydatków uczestników wydarzenia według kluczowych ich kategorii oraz umożliwia przekazanie informacji zwrotnej o jakości imprezy.

Przedstawione powyżej wybrane informacje związane z wydarzeniem kulturalnym pozwalają jego organizatorom na podjęcie rzeczowej dyskusji związanej z dalszą realizacją tego wydarzenia oraz pozyskaniem środków na finansowanie jego kolejnych edycji. Wyniki analiz pozwalają bowiem na porównanie nakładów ponoszonych na realizację wydarzenia z przychodami generowanymi przez to wydarzenie na obszarze regionu. Dzięki temu osoby oceniające zasadność tej imprezy mogą uzyskać informacje związane nie tylko z jej przebiegiem, ale także dane pozwalające na oszacowanie wkładu tego wydarzenia w rozwój gospodarki na terenie regionu.

Podsumowanie

Udostępnione na portalu www.ekonomiawkulturze.pl narzędzie pozwalające oszacować wysokość „Ekonomicznego oddziaływania wydarzenia” na gospodarkę rozszerza zatem możliwości analizy efektów wydarzeń. Organizator wydarzenia może rozszerzyć sprawozdanie o jego realizacji o informację o efektach ekonomicznych generowanych w regionie w związku z realizacją wydarzenia. Dotychczasowe analizy o charakterze jakościowym mogą zatem uzyskać dodatkowy aspekt czyli podanie informacji o ekonomicznym kontekście związanym z przebiegiem wydarzenia.

Warto zatem pamiętać, że wydarzenie to nie tylko wspaniałe i niewątpliwie miłe wspomnienia, które zostają w pamięci turystów. Bardzo ważnym jego aspektem są konkretne

strumienie finansowe generowane przez organizatora wydarzenia i osoby w nim uczestniczące, strumienie, które bezpośrednio zasilają gospodarkę regionu.

Bibliografia

- Baker Associates (2007), *Economic Impact of Glastonbury Festivals 2007*, Mendip District Council, Shepton Mallet.
- Brennan-Horley Ch., Connell J., Gibson C. (2007), *The Parkes Elvis Revital Festival: Economic Development and Contested Place Identities in Rural Australia*, "Geographical Research", No. 45(1).
- Creative economy. Report 2008* (2008), *The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*, UN-UNCTAD.
- Gelan A. (2003), *Local economic Impact. The British Open*, "Annals of Tourism Research", Vol. 30, No. 2.
- Getz D. (1997), *Event management and event tourism*. Cognizant Communication Corporation, New York.
- Hall C. M. (1992), *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*, Belhaven Press, London.
- Janeczko B., Mules T., Ritchie B. (2002), *Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd., Australia.
- Kasprzak R., Skalska T. (2012), *The Economic Impact of Cultural Institutions on the Local Economy*, "Journal of Management and Financial Sciences", Vol. 5, Issue 9.
- Kasprzak R. (2012), *Finansowanie kultury - inwestycja czy konieczność*, (w:) *Kultura – więcej niż myślisz*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Kasprzak R., Skalska T. (2011), *Identyfikacja kierunków i skali ekonomiczno-społecznego oddziaływania instytucji kultury na region na przykładzie Europejskiego Centrum Bajki im. Koziółka Matolka w Pacanowie*, raport z badania, badanie finansowane przez Narodowe Centrum Kultury w ramach Programu Obserwatorium Kultury.
- Kasprzak R., Skalska T. (2010), *Badanie oddziaływania społeczno-ekonomicznego przedsięwzięcia kulturalnego na region*, raport z badania, badanie finansowane przez Narodowe Centrum Kultury w ramach Programu Obserwatorium Kultury.
- Ritchie J.R.B. (1984), *Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues*, "Journal of Travel Research", No. 22(1).
- Saayman M., Rossouw R. (2011), *The significance of festivals to regional economies: measuring the economic value of the Grahamstown National Arts Festival in South Africa*, "Tourism Economics", No. 17 (3).
- Samuelson P.A., Nordhaus W.D. (2007), *Ekonomia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Słaby T., Luszniwicz A. (2008), *Statystyka. Teoria i zastosowania (z pakietem komputerowym STATISTICA.PL)*, C.H. Beck Warszawa.
- Travers T. (1998), *The Wyndham Report, The Economic Impact of London's West End Theatre*, The Greater London Group, London School of Economics & MORI.

Measurement of an Economic Impact of the Event within the Framework of Portal www.ekonomiawkulturze.pl

Summary

An aim of the study is to present the method of estimating of the economic impact on the economy by the event, which is made available on the portal named www.ekonomiawkulturze.pl. The used for the estimation purpose methodology has come into being in result of research financed by the National Culture Centre. The made available on the portal www.ekonomiawkulturze.pl tool allowing for estimation of volume of the Event's Economic Impact on the economy will enable an event organiser to prove its usefulness, not only in view of the high quality of measures implemented in the course of its duration but also through the prism of financial flows generated during the implementation thereof. This is a specific and measurable effect of cultural event accomplishment in the territory of region.

Key words: Economic impact of event, Regional development, Direct impact, Inducted impact.