

Natalia PIECHOTA
Piotr ZMYŚLONY

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

MIERZENIE WPŁYWU WYDARZEŃ KULTURALNYCH NA GOSPODARKĘ LOKALNĄ

Wstęp

Wydarzenia kulturalne stały się stałym składnikiem budowania oferty turystyki kulturowej oraz ogólnego wizerunku miast i regionów. Zainteresowane są nimi w coraz większym stopniu nie tylko władze samorządowe, ale także prywatni sponsorzy, agencje „eventowe”, profesjonalni organizatorzy spotkań i wydarzeń oraz różnorodne instytucje oraz stowarzyszenia. Ich organizacja, oprócz najłatwiejszych do oszacowania korzyści w formie liczby uczestników oraz przychodów ze sprzedaży biletów, dostarcza także skutków ubocznych, niejednokrotnie dotkliwie odczuwanych przez lokalną społeczność lub środowisko naturalne. Ten fakt, w połączeniu z szerokim zakresem tematycznym z jednej strony oraz ograniczonością środków finansowych z drugiej, powoduje konieczność poznania w miarę wielostronnych analiz wpływu organizacji danego wydarzenia kulturalnego na miasto lub region, które są jednak rzadko dokonywane. O wiele częściej kompleksowe metody badania wpływu wydarzeń wykorzystuje się na potrzeby oceny wielkich imprez sportowych, w przypadku których zakres debaty publicznej jest o wiele szerszy.

Biorąc to pod uwagę, wyznaczono dwa cele niniejszego opracowania. Po pierwsze jest nim wyodrębnienie grup (rodzajów) efektów wynika-

jących z organizacji wydarzeń kulturalnych oraz metod ich pomiaru. Drugim celem jest oszacowanie siły występowania określonych grup efektów w zależności od kategorii wydarzeń kulturalnych. Z uwagi na eksploracyjny charakter pracy osiągnięcie obu celów oparto na badaniach źródeł wtórnych. Zastosowano systematyczną analizę literatury dotyczącej turystyki kulturowej, a ściślej rzecz ujmując – tzw. turystyki „eventowej”.

Identyfikacja wpływu wydarzeń na rozwój miast i regionów

Wydarzenia – zwane w polskiej literaturze także imprezami lub, z języka angielskiego, „eventami” (BUCZKOWSKA 2008, 2009, MIKOS VON ROCHRSCHIEDT 2008) – generują szereg efektów nie tylko dla ich organizatora, ale także dla regionu, w którym się odbywają. J. ALLEN, W. O'TOOLE, I. MCDONNELL, R. HARRIS (2002) uważają, że różnego rodzaju imprezy niosą ze sobą skutki nie tylko w odniesieniu do rozwoju samej turystyki, ale także ekonomiczne, społeczno-kulturowe, środowiskowe i polityczne.

W przypadku rozwoju turystyki kluczową kwestię stanowi fakt, że wydarzenia należą do niematerialnych atrakcji zwiększających ruch turystyczny (ALLEN, O'TOOLE, MCDONNELL, HARRIS 2002), a dodatkowo oddziałują na wizerunek miasta lub regionu (PIOTROWSKI 2012). Ponadto, uczestnictwo w imprezie z reguły wydłuża przeciętny czas pobytu podróżnych, a tym samym wpływa na średnie wydatki osób odwiedzających określone miejsce. Organizacja wydarzenia poza sezonem przyczynia się również do zwalczania sezonowości, zapewniając wyższy stopień wykorzystania lokalnej bazy usługowej (ALLEN, O'TOOLE, MCDONNELL, HARRIS 2002).

Wydarzenia mają wpływ nie tylko na sferę turystyki, ale na całą gospodarkę, wywołując wiele skutków ekonomicznych. Wydatki uczestników imprezy stanowią impuls do rozwoju branż bezpośrednio lub pośrednio powiązanych z turystyką (LITVIN 2013). To z kolei, wraz z czasowym wzrostem zatrudnienia, wpływa na zwiększanie PKB regionu. Dodatkowo organizacja wydarzeń (w szczególności bardzo dużych) wymaga licznych inwestycji, nie tylko w bazę noclegową oraz infrastrukturę umożliwiającą odbycie się imprezy, ale także chociażby w zakresie transportu publicznego i innych usprawnień komunikacyjnych, z których korzystają również mieszkańcy oraz osoby podróżujące w innych celach niż udział w wyda-

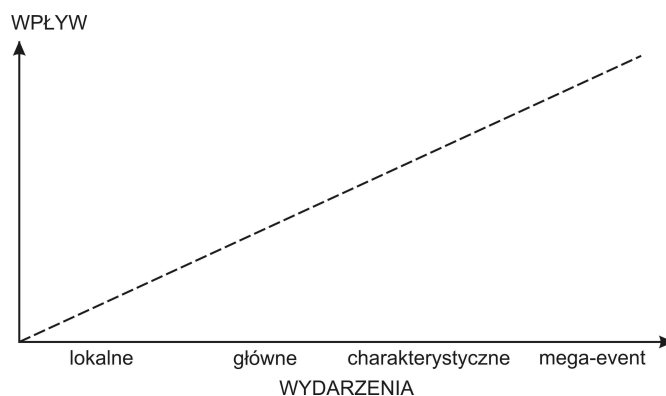
rzeniu (STERKEN 2006). W związku z tym całość prowadzonych działań przyczynia się do rozwoju lokalnego (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002).

Organizacja wydarzenia wiąże się również z kosztami, wynikającymi chociażby z wyjazdów rezydentów, z zakłóceniem codziennego funkcjonowania przedsiębiorców czy niepełnego wykorzystania powstałej infrastruktury (WOOD 2005). Pozytywne efekty ekonomiczne są też z reguły dalekie od ich potencjalnego poziomu, co następuje w wyniku oddziaływania różnorodnych ograniczeń (HERNÁNDEZ-MARTÍN 2007). Mianowicie, część turystów przyjechałaby do określonego miejsca bez względu na organizację wydarzenia, więc ich wydatki nie stanowią dodatkowego impulsu dla lokalnej gospodarki. Czasem uznaje się, że następuje wyłącznie przesunięcie w strukturze konsumpcji, co nie stwarza dodatkowych korzyści (LITVIN 2013). Podobna sytuacja występuje w przypadku innych podróży, którzy odkładają swoją wizytę w czasie, rezygnując z przyjazdu podczas odbywania się imprezy. Taki sam mechanizm zachodzi także w sytuacji, gdy mieszkańcy wolą zostać w domu, żeby uniknąć tłoku. Ponadto zarówno turystów, jak i miejscowych przejściowy wzrost cen może zniechęcić do dokonywania zakupów. Ograniczenie pozytywnych skutków ekonomicznych stanowi także import, ponieważ wiąże się z transferem środków pieniężnych poza region, a nabywanie dóbr i usług przez uczestników przed wyjazdem zatrzymuje część kapitału w miejscu zamieszkania określonej osoby (HERNÁNDEZ-MARTÍN 2007).

Wpływ wydarzeń na gospodarkę jest niezmiernie ważny, ale nie należy obniżać znaczenia pozostałych grup efektów. Dużą rolę odgrywają korzyści i straty, jakie może odnieść społeczność lokalna (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002, BORZYSZKOWSKI 2011). Z jednej strony wydarzenia dostarczają emocji, doświadczeń, a niejednokrotnie pomagają też budowaniu poczucia dumy i przynależności do regionu, przyczyniają się do aktywizacji osób wykluczonych społecznie, a także umożliwiają poszerzenie horyzontów oraz wymianę opinii. Dodatkowo, zachęcają do podejmowania aktywności sportowej i kulturalnej, a można też stwierdzić, że podnoszą jakość życia mieszkańców. Z drugiej strony, organizacja wydarzenia wiąże się często z wieloma negatywnymi skutkami dla lokalnej społeczności, począwszy od utrudnień komunikacyjnych, przez niewłaściwe zachowania uczestników imprezy, zakończywszy na zagrożeniach atakami terrorystycznymi. Powyższe czynniki z kolei budują niechęć mieszkańców do przyjezdnych (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002).

Organizując wydarzenie należy liczyć się z konsekwencjami dla środowiska naturalnego, najczęściej negatywnymi (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002, COLLINS, JONES, MUNDAY 2009). Wśród nich wymienia się głównie hałas, zatłoczenie, zanieczyszczenie oraz dewastację lokalnych ekosystemów. Można jednak przeciwdziałać tym skutkom i, coraz częściej przy okazji przygotowań do wydarzeń szczególnie bardzo dużych, wdraża się rozwiązania przyjazne środowisku. Z jednej strony służą one lokalnej społeczności, także na długo po zakończeniu imprezy, a z drugiej – dzięki efektowi demonstracji – następuje promocja postaw proekologicznych wśród uczestników i innych grup interesariuszy (COLLINS, JONES, MUNDAY 2009).

Każda z wymienionych grup efektów może zostać wykorzystana jako argument w dyskusjach politycznych dotyczących decyzji o organizacji wydarzeń (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002). Udana organizacja i związane z nią pozytywne skutki są zaliczane przez władze lokalne na poczet swoich sukcesów. Równocześnie należy być świadomym, jakie problemy mogą wystąpić podczas organizacji i odbywania się imprezy, oraz odpowiednio wcześniej spróbować im zaradzić. W przeciwnym razie niewłaściwe wykorzystanie środków czy inne negatywne konsekwencje wydarzenia spowodują spadek poparcia wśród miejscowych obywateli (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002).



Rysunek 1. Wielkość wpływu poszczególnych rodzajów wydarzeń
Źródło: J. ALLEN, W. O'TOOLE, I. McDONNELL, R. HARRIS (2002)

Siła oraz zakres występowania poszczególnych efektów będą różne w zależności od rodzaju określonego wydarzenia. D. GETZ (2008) uważa, że

w regionie powinno się tworzyć portfolio zróżnicowanych wydarzeń, podobnie jak asortyment produktów w przedsiębiorstwie. W związku z tym proponuje podział imprez według generowanego popytu oraz wartości przedsięwzięcia, której miarą może być potencjał wzrostu, udział rynkowy, jakość, wpływ na wizerunek czy efekty ekonomiczne, społeczne i ekologiczne. Wyróżnia zatem: „megaeventy” (*mega-events*), wydarzenia charakterystyczne (*hallmark events*), wydarzenia regionalne (*regional events*) oraz wydarzenia lokalne (*local events*) (GETZ 2008).

Podobną klasyfikację przedstawili J. ALLEN, W. O'TOOLE, I. McDONNELL, R. HARRIS (2002) zastępując imprezy regionalne głównymi (*major-events*) – rys. 1. „Megaeventy” cechują się wysokim popytem i wartością, a odbywają się w regionie okazjonalnie. Na stałe w lokalny kalendarz imprez wpisują się wydarzenia charakterystyczne, generujące duży ruch turystyczny oraz w dużym stopniu oddziałując na miejsce, w którym się odbywają. Najmniejsze efekty i frekwencję generują wydarzenia lokalne, a regionalne/główne pośrednio. Do tych dwóch rodzajów imprez można zaliczyć zarówno przedsięwzięcia jednorazowe, jak i cykliczne (GETZ 2008).

Metody pomiaru wpływu wydarzeń kulturalnych na gospodarkę lokalną

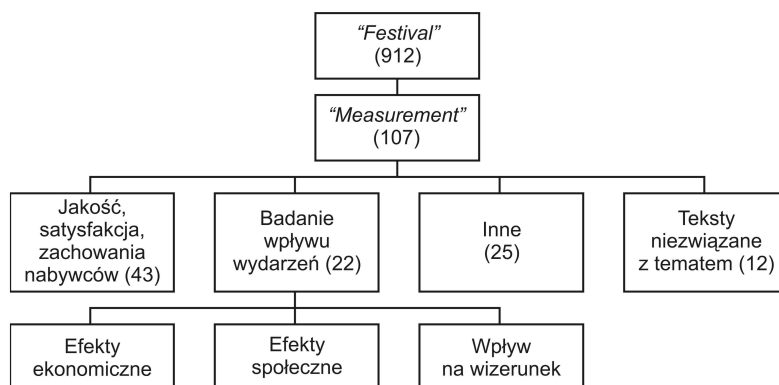
Ze względu na możliwość wystąpienia tak różnorodnych konsekwencji organizacji wydarzeń podjęto próbę oszacowania tego, jaki wpływ na miasto lub region miała (w znaczeniu *ex post*) lub może mieć określona impreza, a także jakich skutków należy spodziewać się podczas planowania kolejnych (COLLINS, JONES, MUNDAY 2009, DAVIES, COLEMAN, RAMCHANDANI 2013, HODUR, LEISTRITZ 2006, MORGAN, CONDLIFFE 2006, RAMCHANDANI, COLEMAN 2012, ROLLINS, DELAMERE 2007, WOOD 2005). W projektach badawczych zazwyczaj uwzględniany jest jeden aspekt oddziaływania wydarzeń: ekonomiczny, społeczny bądź ekologiczny. Wynika to prawdopodobnie z faktu, że kalkulacje finansowe pomijają pozostałe dwie kwestie oraz ewentualne inne konsekwencje, ponieważ skutki pozaekonomiczne są niewymierne lub trudne do zmierzenia bez podejmowania kosztownych i czasochłonnych badań. Analizy społeczne czy środowiskowe można zatem uznać za jakościowe uzupełnienie wspomnianych powyżej szacunków oraz jako wskazanie wagi skutków, które nie wpływają bezpośrednio na stan gospodarki.

Punktem wyjścia do określenia siły ekonomicznych skutków organizacji wydarzeń jest z reguły liczba uczestników oraz wysokość poniesionych przez nich wydatków. Jeżeli wartości te stanowią dodatkowe, nowe źródło środków pieniężnych napływających do miasta lub regionu (które nie pojawiłyby się, gdyby wydarzenie nie zostało zorganizowane), mówi się wtedy o bezpośrednim wpływie wydarzeń na gospodarkę. W takiej sytuacji zostają uruchomione mechanizmy mnożnikowe, co oznacza, że środki te krążą w obiegu gospodarczym (HODUR, LEISTRITZ 2006). Przedsiębiorcy dokonują inwestycji i zakupów dzięki dochodom uzyskanym z organizacji wydarzenia, zasilając w ten sposób inne branże, które nie były bezpośrednio powiązane z obsługą uczestników czy innymi kwestiami związanymi z imprezą. Ponadto pracownicy firm (turystycznych i pozaturystycznych), otrzymując wynagrodzenie, mogą zwiększać konsumpcję, dając kolejny impuls do rozwoju gospodarki. Skutki związane z wydatkami przedsiębiorców określa się jako pośredni wpływ wydarzeń, a dotyczące zakupów konsumentów – jako wpływ indukowany. Pełny obraz oddziaływania określonej imprezy otrzymuje się poprzez zsumowanie efektów bezpośrednich, pośrednich i indukowanych (MORGAN, CONDLIFFE 2006).

Jednakże samo oszacowanie bezpośredniego stopnia oddziaływania wydarzeń narażone jest na wiele trudności – należy m.in. oddzielić turystów od mieszkańców, wyodrębnić podróżnych, których głównym celem wizyty był udział w imprezie, a także trzeba uwzględnić problem wypierania dotychczasowych grup odwiedzających przez uczestników wydarzenia (HODUR, LEISTRITZ 2006). Szacując pośredni wpływ często korzysta się z analizy przepływów międzygałęziowych (*input-output analysis*), która obrazuje, w jaki sposób aktywność w ramach jednej branży wpływa na inne (MORGAN, CONDLIFFE 2006). Uzyskuje się w ten sposób prezentację stanu w określonym punkcie czasu. Czasem metody statyczne nie są wystarczające, więc zastępuje się je modelem równowagi ogólnej (*general equilibrium model*), który dodatkowo uwzględnia nie tylko procesy zachodzące wewnątrz regionu, lecz także poza nim (jak handel zagraniczny czy migracje) (MORGAN, CONDLIFFE 2006). Z kolei za bardziej kompleksową uznaje się metodę opartą na macierzy rachunków społecznych (*social accounting matrix*) (DAVIES, COLEMAN, RAMCHANDANI 2013). Powyższe modele rzadko obejmują analizę wszystkich generowanych kosztów, w tym kosztów utraconych korzyści, dlatego prowadzi się analizę kosztów i korzyści (*cost benefit analysis*), która jednak ze względu na dostępność oraz złożoność niezbędnych danych jest trudna do stosowania w praktyce (DAVIES, COLEMAN, RAMCHANDANI 2013).

Metoda badawcza i źródła danych

Badania przeprowadzone na potrzeby niniejszego opracowania opierały się na źródłach wtórnych – w formie tekstów o charakterze naukowym i akademickim dotyczących turystyki kulturowej. Z uwagi na dużą liczbę oraz różnorodność czasopism naukowych dotyczących problemów turystyki osiągnięcie celu sformułowanego we wstępie wymagało przyjęcia ściśle określonej metody badawczej oraz jednolitej podstawy źródłowej. Zdecydowano o wyborze systematycznej analizy literatury, która – w odróżnieniu od tradycyjnej, opisowej metody – charakteryzuje się bardziej rygorystycznym oraz ściśle sprecyzowanym (głównie w formie redukcyjnych kryteriów wyszukiwania) podejściem do przeglądu literatury (CRONIN, RYAN, COUGHLAN 2008). Ponadto przyjęto, że podstawą źródłową danych będzie baza Scopus, jako najpełniejsza z dostępnych baz tekstów społeczno-ekonomicznych. Badanie przeprowadzono w czerwcu 2014 r.



Rysunek 2. Proces systematycznej analizy literatury wykorzystanej w badaniu
Źródło: opracowanie własne w oparciu o bazę Scopus

Na pierwszym etapie przyjęto następujące pytania badawcze: jakiego rodzaju efekty podlegają pomiarowi w odniesieniu do wydarzeń kulturalnych oraz jakie metody są w tym celu wykorzystywane? Następnie, mając na uwadze podkreślany w literaturze szeroki zakres słów „wydarzenie” lub „event”, zdecydowano o wyborze słowa „festiwal”/”festival” jako kryterium wyszukiwania o charakterze redukcyjnym, uznano bowiem, za W. KOPALIŃSKIM (2007) oraz K. BUCZKOWSKĄ (2008) i P. RATKOWSKĄ (2010),

że ten rodzaj wydarzenia ma ścisłą i jednoznaczną genezę kulturową. Ponadto, wyszukiwanie ograniczono wyłącznie do tekstów w językach angielskim i polskim oraz należących do przynajmniej jednej z następujących grup tematycznych: biznes, zarządzanie i księgowość (*Business, Management and Accounting*), nauki społeczne (*Social Sciences*) oraz ekonomika, ekonometria i finanse (*Economics, Econometrics and Finance*). Wyszukiwanie ograniczono do tytułów, abstraktów i słów kluczowych artykułów.

W ten sposób uzyskano 912 wyników, które następnie ponownie zawężono, wyszukując w rezultatach słowo „pomiar/mierzenie” oraz „measurement”, dzięki czemu otrzymano 107 artykułów.

W dalszej kolejności wykluczono z wyników 12 tekstów, które nie były bezpośrednio powiązane z tematyką wydarzeń kulturalnych, a słowo „festival” bądź „festival” pojawiło się w kontekście święta religijnego lub zostało wspomniane jedynie jako przykład czy miejsce prowadzenia badań z innego obszaru nauki. Ponadto pięć artykułów odnosiło się do wydarzeń sportowych, więc ich również nie wzięto pod uwagę. Po przeprowadzeniu powyższej selekcji pozostało 90 artykułów. Zdecydowana większość spośród nich pochodziła z ostatnich 10 lat, a ponad połowa została opublikowana po 2010 r. i zaledwie jeden tekst ukazał się przed 2000 r. Należy więc uznać, że problematyka pomiaru efektów organizacji festiwalu (czy – szerzej – wydarzeń kulturalnych) stosunkowo niedawno stała się przedmiotem zainteresowania badaczy.

Siła efektów organizacji wydarzeń kulturalnych – wyniki i wnioski badawcze

Analizując tematykę 90 publikacji można stwierdzić, że niemal połowa opisanych projektów dotyczyła badania postaw i opinii uczestników festiwalu, przede wszystkim motywów, które skłoniły ich do wzięcia udziału w wydarzeniu, zachowań nabywczych, oceny jakości zakupionych produktów i usług, odczuwanej satysfakcji, a także skłonności do rekomendacji oraz uczestnictwa w kolejnych edycjach imprezy. Kwestie te są kluczowe dla organizatorów festiwalu, ale z perspektywy władz miasta lub regionu charakterystyka uczestników jest tylko jednym z elementów kształtujących wielkość efektów wywoływanych przez festiwal. Dużo istotniejsze są same korzyści lub straty wynikające z odbywania się wydarzenia.

Problematykę szeroko rozumianego wpływu festiwalu na zjawiska lokalne podjęto w około 20 artykułach. Najczęściej koncentrowano się na efektach ekonomicznych, co jest raczej typowym podejściem (zob. MAIR, WHITFORD 2013). Część autorów (JOSÉ, DEVESA, CÉSAR 2012, DELLA LUCIA 2013, SNOWBALL, ANTROBUS 2005) wskazało na możliwość zastosowania tych samych lub zbliżonych metod do szacowania gospodarczego wpływu festiwalu. Analizę kosztów i korzyści wykorzystali T.D. ANDERSSON, J. ARAMBRECHT i E. LUNDBERG (2012), prezentując przykład uzupełnienia pomiaru efektów ekonomicznych o wycenę skutków społecznych i środowiskowych, szacując wartość powyższych konsekwencji w ocenie osób, które uczestniczyły w wydarzeniu oraz tych, które nie brały w nim udziału. Najbardziej kompleksowe podejście przedstawili T.D. ANDERSSON i E. LUNDBERG (2013), którzy podczas przeprowadzonych badań uwzględnili zarówno aspekt ekonomiczny, jak i społeczno-kulturowy oraz ekologiczny. Ponadto J. JACKSON, M. HOUGHTON, R. RUSSEL i P. TRIANDOS (2005) opisali sposób, w jaki oprogramowanie komputerowe może wspierać prowadzenie szacunków.

Tabela 1. Przegląd publikacji dotyczących badania wpływu festiwalu

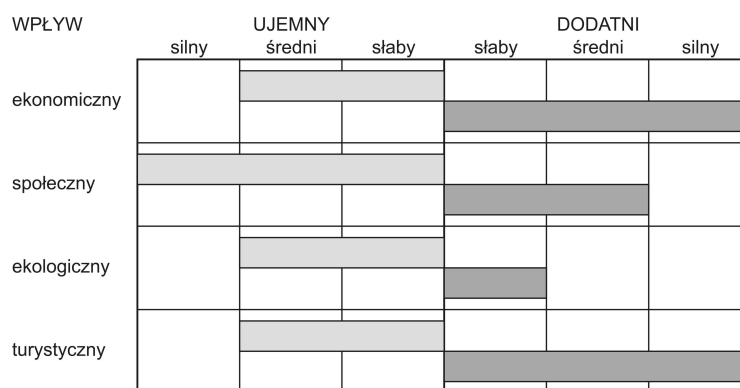
Tematyka	Autorzy publikacji
Efekty ekonomiczne	T.D. ANDERSSON, J. ARAMBRECHT, E. LUNDBERG (2012), T.D. ANDERSSON, E. LUNDBERG (2012), C. CHIRIELEISON, A. MONTRONE, L. SCRUGA (2013), D. GURSOY (2006), J. JACKSON, M. HOUGHTON, R. RUSSEL, P. TRIANDOS (2005), M. JOSÉ, M. DEVESA, L. CÉSAR (2012), S.S. KIM, B. PRIDEAUX, K. CHON (2010), J.M. KUO, COAKLEY, A. WOOD (2010), M. DELLA LUCIA (2013), J.D. SNOWBALL (2004), J.D. SNOWBALL, G.G. ANTROBUS (2005), WOOD (2009), YEUNG, YEE (2010)
Efekty społeczne	T.D. ANDERSSON, J. ARAMBRECHT, E. LUNDBERG (2012), T.D. ANDERSSON, E. LUNDBERG (2013), I. LEE, C. ARCODIA, T.J. LEE (2012), J.J. LIBURD, P. DERKZEN (2009), G. MOSARDO (2007), R. ROLLINS, T. DELAMERE (2007), P. ROGERS, C. ANASTASIADOU (2011), L. WILKS (2011), E.H. WOOD (2009)
Efekty wizerunkowe	W. FROST (2009), J. LEE, G. KYLE, D. SCOTT (2012), B. SOYOUNG, J.A. BUSSE (2006), J., ZHUOWEL, M. LI, L.A. CAI (2010)

Źródło: opracowanie własne w oparciu o bazę Scopus.

Dokonując uogólnienia wyników można wyprowadzić oczywisty i bezdyskusyjny wniosek, że im większa jest skala danego festiwalu lub każdego innego wydarzenia kulturalnego, w tym większym stopniu będzie ono od-

działać na miasto lub region (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002, GETZ 2008). Jest to jednak punkt wyjścia do bardziej pogłębionej analizy wyników badania. Włączając bowiem do analizy dwa czynniki – wielkość wydarzenia (będącą pochodną jego rodzaju i rangi) oraz rodzaj efektów – można przedstawić różną siłę występowania pozytywnych i negatywnych zjawisk wynikających z organizacji wydarzeń kulturalnych. W zależności od wielkości przedsięwzięcia kluczową rolę będą odgrywały różne grupy efektów.

Na rys. 3, 4 i 5 przedstawiono oszacowany przez autorów niniejszego opracowania spodziewany wpływ kulturalnych „megaeventów”, wydarzeń charakterystycznych oraz wydarzeń lokalnych w podziale na rodzaje efektów oraz z wyróżnieniem intensywności i wagi (a więc siły) ich występowania. W odróżnieniu od klasyfikacji D. GETZA (2008) przyjęto, że w zależności od specyfiki określonej imprezy wydarzenia regionalne będą bardziej zbliżone pod względem efektów do wydarzeń lokalnych lub charakterystycznych.



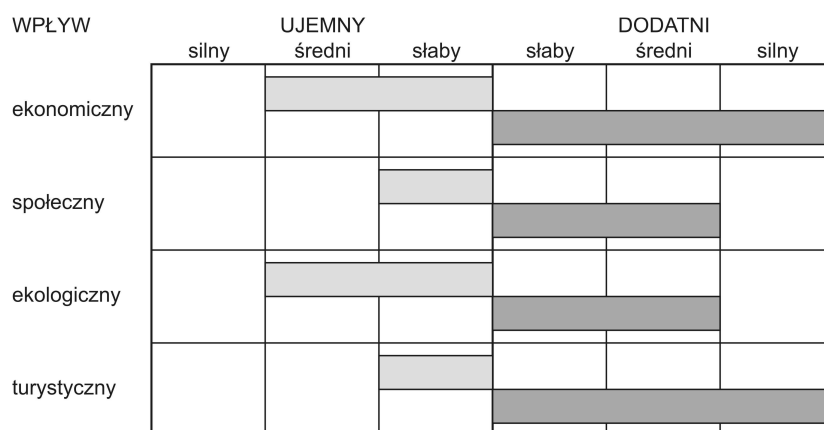
Rysunek 3. Siła oddziaływania efektów organizacji „megaeventów”

Źródło: opracowanie własne

O „megaeventach” (rys. 3) mówi się głównie w kontekście dużych wydarzeń sportowych, ale podobne (choć w mniejszej skali) efekty mogą generować kulturalne imprezy masowe, jak np. festiwale muzyki popularnej. Często tego typu imprezy trwają kilka dni i stanowią główny cel wizyty wielu turystów, którzy dokonując zakupów zasilają lokalną gospodarkę. Do organizacji festiwalu lub podobnego wydarzenia nie jest konieczne budowanie specjalnej infrastruktury, wykorzystuje się wielofunkcyjne obiekty

lub duże przestrzenie na świeżym powietrzu. Wydarzenia te wymagają natomiast odpowiedniego zabezpieczenia, promocji oraz kosztów związanych z przyciągnięciem światowej klasy artystów i zapewnieniem im wymaganych warunków. Z kolei najczęściej wyrzeczeń ponoszą mieszkańcy, którzy muszą się zmagać ze wzmożonym ruchem i utrudnieniami komunikacyjnymi, zatłoczeniem, hałasem i niewłaściwie zachowującymi się uczestnikami. Ponadto powyższe czynniki wpływają też negatywnie na środowisko. Dumą z organizacji wydarzenia, poprawa wizerunku określonego miejsca, możliwość wzięcia udziału w dużym przedsięwzięciu, a także poszerzanie horyzontów i zawieranie nowych znajomości raczej nie zrekompensują w pełni powstałych szkód i problemów.

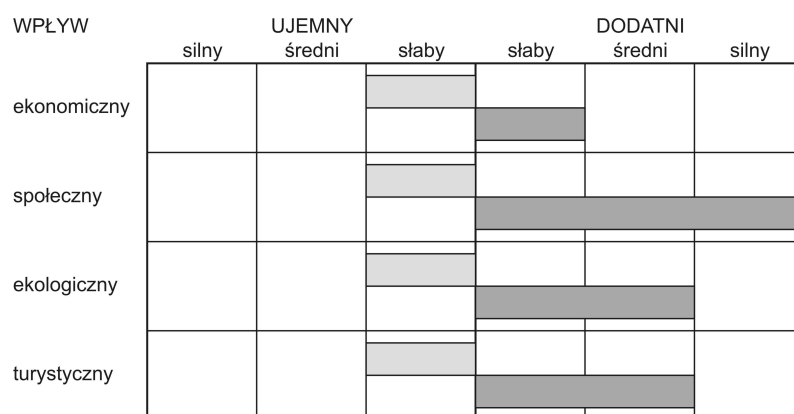
Prawdopodobnie wydarzenia charakterystyczne (rys. 4) niosą ze sobą najwięcej korzyści. Wynika to z faktu, że przyciągają wielu turystów, ale niekoniecznie masowych, a ponieważ są związane z miejscem ich organizacji, bezpośrednio wpływają na wizerunek określonego miasta lub regionu. Wiąże się z tym oczywiście ryzyko, że negatywne wrażenia po odbyciu się imprezy przełożą się na pogorszenie wizerunku. Kwestie ekonomiczne są zbliżone do „megaeventów”, ale w większym stopniu poprzez imprezy charakterystyczne można wspierać zaangażowanie mieszkańców, kładąc nacisk na podtrzymanie lokalnych tradycji i zwyczajów, zwiększanie wiedzy o miejscu, z którego pochodzą oraz na zachowanie walorów naturalnych i edukację ekologiczną.



Rysunek 4. Siła oddziaływania efektów wydarzeń charakterystycznych

Źródło: opracowanie własne

W przypadku wydarzeń lokalnych należy spodziewać się najmniej negatywnych konsekwencji, wynikających z organizacji imprezy (rys. 5). Małe wydarzenia nie wymagają dużych nakładów, ponieważ odbywają się w ramach istniejącej infrastruktury oraz nie trzeba ponosić wysokich kosztów na promocję czy zabezpieczenie imprezy. Równocześnie w dużo mniejszym stopniu aktywizują lokalną gospodarkę. Ze względu na fakt, że w takich wydarzeniach uczestniczą przede wszystkim mieszkańcy, nie wiążą się one z reguły z zagrożeniem dla środowiska naturalnego ani dla społeczności. Wręcz przeciwnie, mogą pomóc w większej integracji lokalnej ludności, w tworzeniu silnego poczucia przynależności, a przy okazji również wskazywać na konieczność dbania o wspólne dobro, czyli chociażby zachowania walorów naturalnych czy rewitalizacji zaniedbanych części miasta. Z kolei wartością dla turystów jest udział w imprezie zachowującej autentyczność, a nie będącej produktem przyciągającym podróżnych. To natomiast powinno pozytywnie wpłynąć na wizerunek określonego miejsca.



Rysunek 5. Siła oddziaływania efektów wydarzeń lokalnych

Źródło: opracowanie własne

Na koniec można dokonać uproszczonej analizy wpływu wydarzeń kulturalnych na całokształt procesów rozwojowych w mieście i regionie, przypisując im punkty w skali od -3 do +3 w zależności od siły i kierunku efektów poszczególnych rodzajów wydarzeń, niezależnie od grup efektów. Wynika z niej, że najbardziej korzystny wpływ mają wydarzenia lokalne (saldo efektów wynosi +4). Pozytywnych efektów należy się także spodziewać planując i organizując wydarzenia charakterystyczne dla miasta lub

regionu (w tym wypadku saldo wynosi +3). W przypadku „megaeventów” natomiast korzyści i koszty równoważą się (saldo równe zero), co wynika ze skali zjawiska.

Podsumowanie

Przeprowadzone na potrzeby niniejszego opracowania badanie literaturowe pozwoliło dokonać pogłębionej i syntetycznej analizy siły oddziaływania poszczególnych grup efektów wynikających z organizacji wydarzeń kulturalnych w zależności od rodzaju tych wydarzeń. Dotychczasowe znane wyniki badań w tym zakresie (ALLEN, O'TOOLE, McDONNELL, HARRIS 2002, GETZ 2008) odnosiły się tylko do wielkości i rodzaju wydarzenia, nie biorąc pod uwagę struktury efektów i siły ich oddziaływania. Pomimo ograniczonej obiektywności formułowania wniosków badawczych, można to potraktować jako wkład do rozważań na temat wpływu turystyki eventowej na gospodarkę i inne aspekty życia lokalnego.

Zaprezentowane wyniki pozwalają na sformułowanie ogólnych rekomendacji dla władz samorządowych stających przed decyzją rozdysponowania ograniczonych środków budżetowych na cele kulturalne, przy zwiększającej się z roku na rok liczbie wniosków o dofinansowanie organizacji wydarzeń kulturalnych, przy coraz wyższej jednostkowej wnioskowanej kwocie dofinansowania oraz rosnących apetytach na uatrakcyjnienie wizerunku miasta lub regionu. Po pierwsze, w oparciu o rozważania zawarte w tekście mogą one budować portfolio wydarzeń kulturalnych, decydując o przesunięciu środków pomiędzy grupy wydarzeń, w zależności od lokalnych uwarunkowań rozwojowych. Oczywiście warto brać pod uwagę, że siła oddziaływania poszczególnych rodzajów efektów może być różna w konkretnych przypadkach, ponieważ na jej ostateczny poziom wpływa wiele czynników wzajemnie się wzmacniających lub osłabiających. Po drugie, w bieżącej gonitwie o coraz większe „eventy” kulturalne, warto przed podjęciem decyzji przeprowadzić wszechstronną analizę skutków ich organizacji. Właśnie w ich przypadku w trakcie gry grup interesów na rzecz lub przeciw ich organizacji potencjalne korzyści są często wyolbrzymiane i poddane pomiarowi, natomiast efekty negatywne są pomijane lub oceniane jako niewymierne. Można nawet zaryzykować stwierdzenie, że w przypadku wydarzeń kulturalnych nie jeden duży „event”, a dużo mniejszych może oznaczać więcej (w sensie pozytywnych efektów).

Na koniec należy wskazać ograniczenia przeprowadzonych badań. Pierwszym z nich jest przyjęta metoda badawcza oparta na źródłach wtórnych, w ramach której ograniczono się do badania publikowanych tekstów o charakterze akademickim lub naukowym indeksowanych w bazie Scopus, pomijając książki i raporty badawcze. Ponadto zawężono zakres przedmiotowy analizy do tematyki festiwalu, uogólniając wnioski na wszystkie wydarzenia kulturalne. Trzecim ograniczeniem jest zastosowanie uproszczonego sposobu wnioskowania, wskazując potencjalną siłę pozytywnych i negatywnych efektów dla każdego rodzaju wydarzenia. Należy jednak pamiętać, że praca ma z założenia charakter przeglądowy, a zaprezentowane w niej badanie charakter eksploracyjny.

BIBLIOGRAFIA

- ALLEN J., O'TOOLE W., McDONNELL I., HARRIS R., 2002, *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd, Sydney.
- ANDERSSON T.D., ARAMBRECHT J., LUNDBERG E., 2012, *Estimating Use and Non-use Values of a Music Festival*, „Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism”, 12, 3, s. 215–231.
- ANDERSSON T.D., LUNDBERG E., 2013, *Commensurability and sustainability: Triple impact assessments of a tourism event*, „Tourism Management”, 37, s. 99–109.
- BORZYSZKOWSKI J., 2011, *Wpływ eventu na rynek turystyczny – przykład ślubu księcia Williama i Kate Middleton*, „Turystyka Kulturowa”, 6, s. 4–16.
- BUCZKOWSKA K., 2008, *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, Poznań.
- BUCZKOWSKA K., 2009, *Kulturowa turystyka eventowa*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrsheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, Poznań, s. 91–118.
- CHIRIELEISON C., MONTRONE A., SCRUCICA L., 2013, *Measuring the impact of a profit-oriented event on tourism: the Eurochocolate Festival in Perugia, Italy*, „Tourism Economics”, 19, 6, s. 1411–1428.
- COLLINS A., JONES C., MUNDAY M., 2009, *Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options?*, „Tourism Management”, 30, 6, s. 828–837.
- CRONIN P., RYAN F., COUGHLAN M., 2008, *Undertaking the literature review: A step-by-step approach*, „British Journal of Nursing”, 17, 1, s. 38–43.
- DAVIES L., COLEMAN R., RAMCHANDANI G., 2013, *Evaluating event economic impact: rigour versus reality?*, „International Journal of Event and Festival Management”, 4, 1, s. 31–42.
- DELLA LUCIA M., 2013, *Economic performance measurement systems for event planning and investment decision making*, „Tourism Management”, 34, s. 91–100.
- FROST W., 2009, *Projecting an Image: Film-Induced Festivals in the American West*, „Event Management”, 12, 2, s. 95–103.
- GETZ D., 2008, *Event tourism: Definition, evolution, and research*, „Tourism Management”, 29, 3, s. 403–428.
- GURSOY D., 2006, *The Hedonic and Utilitarian Dimensions of Attendees' Attitudes Toward Festivals*, „Journal of Hospitality & Tourism Research”, 30, 3, s. 279–294.

- HERNÁNDEZ-MARTÍN R., 2007, *Tourism Events: Impact on Imports*, „International Journal of Event Management Research”, 3, 1, s. 15–28.
- HODUR N.M., LEISTRITZ F.L., 2006, *Estimating the Economic Impact of Event Tourism*, „Journal of Convention & Event”, 8(4), s. 63–79.
- JACKSON J., HOUGHTON M., RUSSEL R., TRIANDOS P., 2005, *Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit*, „Journal of Travel Research”, 43, 4, s. 360–367.
- JOSÉ M., DEVESA M., CÉSAR L., 2012, *Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals, City*, „Culture and Society”, 3, s. 235–244.
- KIM S.S., PRIDEAUX B., CHON K., 2010, *A comparison of results of three statistical methods to understand the determinants of festival participants' expenditures*, „International Journal of Hospitality Management”, 29, 2, s. 297–307.
- KOPALIŃSKI W., 2007, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Oficyna Wydawnicza RYTM, Warszawa.
- KUO J.M., COAKLEY, WOOD A., 2010, *The lunar moon festival and the dark side of the moon*, „Applied Financial Economics”, 20, 20, s. 1565–1575.
- LEE I., ARCODIA C., LEE T.J., 2012, *Benefits of visiting a multicultural festival: The case of South Korea*, „Tourism Management”, 33, 2, s. 334–340.
- LEE J., KYLE G., SCOTT D., 2012, *The Mediating Effect of Place Attachment on the Relationship between Festival Satisfaction and Loyalty to the Festival Hosting Destination*, „Journal of Travel Research”, 51, 6, s. 754–767.
- LIBURD J.J., DERKZEN P., 2009, *Emic perspectives on quality of life: The case of the Danish Wadden Sea Festival*, „Tourism and Hospitality Research”, 9, 2, s. 132–146.
- LITVIN S. W., 2013, *Festivals and special events: making the investment*, „International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research”, 7, 2, s. 184–187.
- MAIR J., WHITFORD M., 2013, *An exploration of events research: event topics, themes and emerging trends*, „International Journal of Event and Festival Management”, 4, 1, s. 6–30.
- MIKOS VON ROCHRSCHIEDT A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, GWSHM Milenium, Gniezno.
- MORGAN A., CONDLIFFE S., 2006, *Measuring the Economic Impacts of Convention Centers and Event Tourism*, „Journal of Convention & Event Tourism”, 8, 4, s. 81–100.
- MOSARDO G., 2007, *Analyzing the Role of Festivals and Events in Regional Development*, „Event Management”, 11, 1–2, s. 23–32.
- PAWLICZ A., 2012, *Problemy szacowania wpływu niewielkich wydarzeń na lokalną gospodarkę na przykładzie festiwalu szachowego Konik Morski Rewala w latach 2009–2010*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, 3, 19, 124–137.
- PIOTROWSKI P., 2012, *Determinanty skuteczności wydarzeń marketingowych w tworzeniu turystycznego wizerunku miasta*, „Studia Ekonomiczne”, 119, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, s. 153–161.
- RAMCHANDANI G.M., COLEMAN R.J., 2012, *Testing the accuracy of event economic impact forecasts*, „International Journal of Event and Festival Management”, 3, 2, s. 188–200.
- RATKOWSKA P., 2010, *O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze*, „Turystyka Kulturowa”, 6, s. 26–46.
- ROGERS P., ANASTASIADOU C., 2011, *Community Involvement in Festivals: Exploring Ways of Increasing Local Participation*, „Event Management”, 15, 4, s. 387–399.
- ROLLINS R., DELAMERE T., 2007, *Measuring the Social Impact of Festivals*, „Annals of Tourism Research”, 34, 1, s. 805–808.

- SNOWBALL J.D., 2004, *Interpreting economic impact study results: Spending patterns, visitor numbers and festival aims*, „South African Journal of Economics”, 72, 5, s. 1075–1083.
- SNOWBALL J.D., ANTROBUS G.G., 2005, *Valuing the Arts*, „South African Journal of Economics”, 70, 8, s. 1297–1319.
- SOYOUNG B., BUSSE J.A., 2006, *Impact Analysis of a Tourism Festival on Tourists Destination Images*, „Event Management”, 9, 4, s. 223–237.
- STERKEN E., 2006, *Growth Impact of Major Sporting Events*, „European Sport Management Quarterly”, 6, 4, s. 375–389.
- WILKS L., 2011, *Bridging and bonding: social capital at music festivals*, „Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events”, 3, 3, s. 281–297.
- WOOD E.H., 2005, *Measuring the economic and social impacts of local authority events*, „International Journal of Public Sector Management”, 18, 1, s. 37–53.
- WOOD E.H., 2009, *An Impact Evaluation Framework: Local Government Community Festivals*, „Event Management”, 12, 3–4, s. 171–185.
- YEUNG R.M.W., YEE W.M.S., 2010, *Chinese New Year Festival: Exploring consumer purchase intention at the flower market in Macau*, „International Journal of Hospitality Management”, 29, 2, s. 291–296.
- ZHUOWEI J., LI M., CAI L.A., 2010, *A model of community-based festival image*, „International Journal of Hospitality Management”, 29, s. 254–260.