

ING. MAREK PROKÚPEK, PH.D.

KAM FPH VŠE

3AM297 EKONOMIKA KULTURY A
UMĚNÍ, KULTURNÍ KAPITÁL

METODY A NÁSTROJE MĚŘENÍ EKONOMICKÝCH BENEFITŮ UMĚNÍ A KULTURY



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

**MS
MT**
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

ÚVOD

- ▶ V posledních dekáдах se rozvinuly debaty o ekonomických benefitech kultury
- ▶ Byla vytvořena celá řada nástrojů, které umožňují alespoň některé hodnoty ze sektoru kultury být změřeny za použití ekonomických valuačních metod
- ▶ Výběr vhodné metody je ale vždy poměrně složitý vzhledem ke specifikám kulturních organizací a projektů
- ▶ Existují 4 přístupy, které lze rozdělit do dvou odlišných kategorií:
 - ▶ Měření míry nákladů
 - ▶ Ocenění širších benefitů

MĚŘENÍ NÁKLADŮ A OCENĚNÍ ŠIRŠÍCH BENEFITŮ

- ▶ Tyto techniky sledují skutečné výdaje organizací, návštěvníků a umělců a jejich efekt na ekonomiku.
- ▶ 2 metody měření nákladů
 - ▶ Economic Impact Assessment (EIA)
 - ▶ Economic Footprint Analysis
- ▶ 2 metody oceňovacích metod
 - ▶ Contingent valuation (CV)
 - ▶ Social return on investment (SROI)

ECONOMIC IMPACT STUDIES

STUDIE EKONOMICKÉHO DOPADU

- ▶ Jedná se o nejvíce rozšířenou metodu v sektoru umění a kultury
- ▶ Tato metoda vychází z předpokladu, že umělecké a kulturní organizace lákají návštěvníky, kteří ne jen, že utratí jejich prostředky za lístky nebo vstupné, ale také za jídlo v místních restauracích, jdou do místních obchodů, ubytují se v místních hotelech jako součást jejich cesty.
- ▶ Tito návštěvníci by možná nikdy toto místo nenavštívili bez toho, aby je lákala návštěva umělecké nebo kulturní instituce
- ▶ Jaká je ekonomická hodnota této síly pro místní ekonomiku?
- ▶ Organizace také může nakupovat své zásoby od místních firem a její zaměstnanci mohou utrácet své mzdy v této oblasti.

ECONOMIC IMPACT STUDIES

STUDIE EKONOMICKÉHO DOPADU

- ▶ Efekt těchto výdajů jde dále než za první kolo nákupů.
- ▶ Některé z peněz, které návštěvníci utratí v místních obchodech, například, se dostanou do mezd zaměstnanců těchto obchodů. Ti následně část svých mezd utratí v této oblasti. Proto je tento efekt původních výdajů multiplikován.... -> multiplikační efekt
- ▶ Existují 3 druhy dopadů proudících z výdajů umělecké organizace:
 - ▶ Přímý dopad (nákupy zboží od lokálních dodavatelů)
 - ▶ Nepřímý dopad (výdaje návštěvníků v místních restauracích, obchodech,)
 - ▶ Indukovaný dopad (multiplikační efekt těchto výdajů v rámci lokální ekonomiky)

ECONOMIC IMPACT STUDIES

STUDIE EKONOMICKÉHO DOPADU

- ▶ Měření čistého zisku těchto efektů není přímočarý proces
- ▶ Peníze utracené v divadle nebo muzeu jsou peníze, které nemohou být utraceny za něco jiného.
- ▶ Jsou návštěvníci lákáni z jiných oblastí, nebo jsou to místní obyvatelé, kteří by stejně navštívili jiné atrakce v této oblasti?
- ▶ V ekonomickém žargónu: jsou výdaje skutečně dodatečné do lokální ekonomiky?
- ▶ Existuje řada takových efektů, které se mohou objevit:
 - ▶ **Přemístění a substituční efekt** (znamenají výdaje na nové divadlo méně peněz utracených v místním kině nebo starším divadle?)
 - ▶ **Únik** (některé výdaje uniknout z oblasti – bydlí naši zaměstnanci v dané oblasti nebo utrácí jejich mzdy v jiném městě?)
 - ▶ **Mrtvá váha** (některé výdaje by se v oblasti odehrály tak jako tak bez ohledu na existenci umělecké instituce)

ECONOMIC IMPACT STUDIES

STUDIE EKONOMICKÉHO DOPADU

- ▶ Aby mohla být studie ekonomického dopadu komplexní, je nutné brát v potaz všechny tyto efekty
- ▶ Je také velmi důležité brát v potaz geografický rozměr projektu – jedná se o projekt lokální, regionální, nebo národní?
- ▶ Informace pro studie ekonomického dopadu jsou zpravidla zhromážděny z manažerského účetnictví a dalších finančních údajů organizace a kombinovány s informacemi z dotazníku mezi návštěvníky.
- ▶ Úpravy jsou provedeny pro dalších a multiplikační efekty, zpravidla pomocí standardizačních benchmarkingových procedur

ECONOMIC IMPACT STUDIES

STUDIE EKONOMICKÉHO DOPADU

▶ CO TATO METODA DĚLÁ?

- ▶ Počítá přímý, nepřímý a indukční dopad organizace nebo specifického eventů v lokální ekonomice

▶ CO POTŘEBUJETE?

- ▶ Výzkum návštěvníků (jejich profil a výdaje), výdaje organizace

▶ CO NÁM ŘÍKÁ?

- ▶ Dovoluje nám měřit ekonomický dopad organizace na lokální a regionální ekonomiku
- ▶ To je zpravidla prokázáno prostřednictvím výdajů návštěvníků, které specifická organizace přiláká do města nebo regionu
- ▶ Další ekonomické měřitele zahrnují nákup u lokálních dodavatelů a zaměstnatneckou úroveň

ECONOMIC FOOTPRINT ANALYSIS

- ▶ Zaměřuje se na měření velikosti aktivit organizace a komparaci s národní ekonomikou jako celkem
- ▶ Ačkoliv má tato metoda značné překryvy s metodou studie ekonomického dopadu, tato metoda je jen velmi výjimečně používána v sektoru kultury, především k posouzení příspěvku jedné organizace.
- ▶ Tato metoda se spíše používá k posouzení přínosu celkového průmyslu nebo sektoru
- ▶ The Department of Culture, Media and Sport ve Velké Británii využívá tento přístup k měření velikosti kreativních průmyslů

ECONOMIC FOOTPRINT ANALYSIS

- ▶ Standardně se sledují dva hlavní ukazatele:
 - ▶ Zaměstnanost
 - ▶ Hrubá přidaná hodnota (HPH)
- ▶ Zaměstnanost je poměrně jednoduché odhadnout a spočítat
- ▶ HPH je více složitější, jedná se o odhad hodnoty generované pro ekonomiku jako celek pomocí aktivit organizace/cí
- ▶ EIA se zaměřuje především na lokální ekonomiku, HPH se zaměřuje na ekonomiku daného státu

ECONOMIC FOOTPRINT ANALYSIS

- ▶ Některé studie identifikují tři typy HPH, ačkoliv mnoho studií analyzuje pouze první z nich
- ▶ Přímá přidaná hodnota je definována jako hodnota všech prodejů organizace mínus jejich náklady na zboží a služby nakoupené od jiných subjektů.
- ▶ Příklad: divadlo má vstupy jako náklady na přípravu jeviště, najímání umělců a režisérů, elektřina, plyn, voda a další náklady a využívá je k vytvoření výstupů jako je divadelní představení na které se prodávají lístky. Tyto vstupy a výstupy mohou být převedeny poměrně jednoduše do monetární hodnoty, takže to umožňuje odhad HPH
- ▶ V některých analýzách se berou v potaz další dvě měřítka:
 - ▶ Nepřímý dopad na HPH společností přímo zásobujících organizace
 - ▶ Indukovaný dopad na HPH firem mimo dodavatelský řetězec, a to v důsledku výdajů zaměstnanců organizace a dodavatelů v dodavatelských firmách

ECONOMIC FOOTPRINT ANALYSIS

▶ **CO TATO METODA DĚLÁ?**

- ▶ Hodnotí ekonomický output a produktivitu specifické umělecké a kulturní organizace

▶ **CO POTŘEBUJETE?**

- ▶ Výdaje a hrubý output organizace

▶ **CO NÁM ŘÍKÁ?**

- ▶ HPH indikuje přínos organizace nebo aktivit pro ekonomiku jako celku

CONTINGENT VALUATION (PODMÍNĚNÉ OCEŇOVÁNÍ)

- ▶ Patří do skupiny oceňovacích metod
- ▶ Spíše než analýza věcí, pro které již existuje monetární hodnota, ačkoliv to může být někde velmi těžké měřit, tyto přístupy se pokouší měřit širší benefity, které lidé mají z umění a kultury a přeložit je do monetární hodnoty
- ▶ Cílem této metody je odhadnout do jaké míry „spotřebitelé“ benefitují z produktu nebo služby nad cenu, kterou zaplatili
- ▶ Tato metoda tedy umožňuje umístit hodnotu na věci, nebo aktivity, které nemají tržní cenu, jako je například návštěva muzea zdarma

CONTINGENT VALUATION (PODMÍNĚNÉ OCEŇOVÁNÍ)

- ▶ Tento přístup se pokouší odhadnout tři druhy hodnot:
 - ▶ Hodnota využití
 - ▶ Jedná se o hodnotu, kterou lidé získávají z přímého použití produktu nebo služby
 - ▶ Hodnota volby
 - ▶ Jedná se o hodnotu, kterou lidé získávají z toho, že vědí, že nějaký produkt nebo služba jsou k dispozici a že je budou moci využít někdy v budoucnu
 - ▶ Hodnota existence
 - ▶ Hodnota, která lidem plyne z existence nějaké služby, i když ji vůbec nevyužívají. Například, mohou si vážit toho a mít hodnotu z přítomnosti knihovny v jejich čtvrti, ačkoliv sami služeb knihovny nevyužívají.

CONTINGENT VALUATION (PODMÍNĚNÉ OCEŇOVÁNÍ)

▶ CO TATO METODA DĚLÁ?

- ▶ Měří hodnotu, kterou jistá část populace umísťuje na uměleckou nebo kulturní organizaci

▶ CO POTŘEBUJETE?

- ▶ Extenzivní původní výzkum s těmi kteří navštěvují a nenavštěvují

▶ CO NÁM ŘÍKÁ?

- ▶ Odhaluje monetární hodnotu, kterou lidé přisuzují na určitou organizaci nebo službu

SOCIAL RETURN ON INVESTEMENT (SROI)

- ▶ Jedná se také o oceňovací přístup
- ▶ Kombinuje elementy různých metod
- ▶ Cílem této metody je být jistým druhem sociálního účetnictví, které zahrnuje ne-ekonomické náklady a benefity
- ▶ Existují dva druhy SROI:
 - ▶ Hodnotící
 - ▶ Prováděno retrospektivně a založena na výsledcích, které se již objevily
 - ▶ Předpovídací
 - ▶ Předpovídá kolik sociální hodnoty bude vytvořeno když plánované aktivity dosáhnout svého zamýšleného výsledku

SOCIAL RETURN ON INVESTEMENT (SROI)

- ▶ SROI je cesta jak pochopit hodnotu aktivit organizace založené na jejich efektu na stakeholdery organizace a návštěvníky.
- ▶ Je třeba začít s tím, kdo jsou stakeholderi organizace a jak může mít organizace na ně dopad, jak negativní, tak pozitivní
- ▶ Základ pro dopadovou mapu
- ▶ Následující fáze procesu zahrnuje hodnocení jaké jsou nejdůležitější dopady a zda mohou být měřeny buď kvantitativně nebo kvalitativně

SOCIAL RETURN ON INVESTEMENT (SROI)

▶ CO TATO METODA DĚLÁ?

- ▶ Měří a zpeněžuje sociální výsledky uměleckých a kulturních projektů

▶ CO POTŘEBUJETE?

- ▶ Primární i sekundární data, extenzivní výzkum zapojení expertů a stakeholderů

▶ CO NÁM ŘÍKÁ?

- ▶ Tato metoda umožňuje zpeněžit jaká je návratnost veřejných investic v podmínkách sociálních výsledků.

UMĚNÍ, EKONOMIKA A OCEŇOVÁNÍ

- ▶ Většina ekonomů by souhlasila, že kultura a umění nefungují jako zboží (i běžné veřejné statky) na trhu.
- ▶ Na kultuře je něco zvláštního, ale definování toho, co to je, může být obtížné. Klamer (2004) a Throsby (2001) rozlišují mezi širší myšlenkou kultury jako způsobu života nebo „kultury jako identity“ a vyjádřením kultury jako uměleckých forem.
- ▶ Zajímavý posun v kulturních ekonomických studiích umění je zřejmý v těchto nedávných definicích, včetně. Dřívější studie se zaměřovaly téměř výhradně na „vysoké“ (evropské) kulturní formy, neboť, jak poukázal Fullerton (1991), „populární“ kulturní produkty fungovaly na trhu dobře bez nutnosti zásahu.

ARGUMENTY PRO VEŘEJNOU PODPORU KULTURY A UMĚNÍ

- ▶ V případě ekonomie kultury je předmětné „zboží“ produktem společnosti a jako takové vždy souvisí s lidskou hodnotou. To znamená, že vždy musíme klást otázku „hodnota pro koho?“, Když hovoříme o hodnotě umění a kultury.
- ▶ Vzhledem k tomu, že chuť ke kulturním statkům je do značné míry závislá na socioekonomickém vývoji faktory, jako je rodinný původ a vzdělávání, diskuse o druhu umění stojí za to je neoddělitelně spjat s otázkou „hodnota pro koho?“.
- ▶ Existují dva odlišné proudy myšlení, proč by umění mělo být dotováno vládou.
- ▶ První z nich je z velké části založen na netržních výhodách nebo externalizacích, o nichž se má za to, že umění poskytují (argumenty na straně poptávky) a jejich jedinečná struktura nákladů, jak je nastíněno Baumol (argumenty na straně nabídky).

ARGUMENTY PRO VEŘEJNOU PODPORU KULTURY A UMĚNÍ

- ▶ Druhý proud argumentů je relativně nedávný a pokusy předefinovat rámec, ve kterém se hodnotí umění a kultura; zejména zavedením myšlenky „kulturního kapitálu“.
- ▶ Velká část případů pro veřejnou podporu umění vychází z argumentu, že umění, i když není čistě veřejným statkem, má určité veřejné dobré vlastnosti, stejně jako vzdělání a zdraví.
- ▶ Veřejné statky jsou definovány Samuelsonem jako „zboží, které může řada lidí používat současně, aniž by se snížila jejich hodnota (ne-soupeření)“ a jakmile je toto zboží poskytnuto, je nemožné vyloučit lidi z jejich použití (bez vyloučení) “
- ▶ Optimální alokace zboží ve volném tržním hospodářství vyžaduje, aby vše bylo možné koupit a prodat a aby ti, kteří neplatí, mohli být vyloučeni z užívání zboží.

ARGUMENTY PRO VEŘEJNOU PODPORU KULTURY A UMĚNÍ

- ▶ Tímto způsobem mohou výrobci alespoň pokrýt své náklady a snažit se dosáhnout zisku.
- ▶ Pokud však není dobro vyloučeno - kdokoli ho může konzumovat bez ohledu na to, zda zaplatil nebo ne - pak tržní mechanismus selže z důvodu problému „volného jezdce“.
- ▶ Dalším aspektem, který je důležitý pro obchodovatelnost zboží, je jeho rivalita či nekonkurenční povaha. Konkurenční dobro je takové, které je spotřebováno, když je spotřebováno, zatímco ne-soupeřící dobro může být použito bez jeho zmenšení.
- ▶ Je sice pravda, že například divadelní sídlo může být považováno za soupeře i vyloučitelné v tom, že jeho spotřeba - nákup jízdenky - brání komukoli jinému v tom, aby v něm byla zároveň, sociálních výhod vyplývajících z kultury. že umění může být považováno za soupeře ani vyloučitelné

ARGUMENTY PRO VEŘEJNOU PODPORU KULTURY A UMĚNÍ

- ▶ Toto rozlišení je také aplikováno na zboží jako vzdělání, které, ačkoli místo na univerzitě například, je konkurenční a vyloučitelný, je považován za mající veřejné vlastnosti protože obecných sociálních výhod, které vzdělaná populace poskytuje
- ▶ Externality se týkají hmotných nebo nehmotných efektů přelévání z určité činnosti. Tyto nezamýšlené náklady nebo přínosy se týkají těch, kteří nejsou přímými spotřebiteli výrobku, a proto nemohou být účinně uváděny na trh.
- ▶ Throsby a Withers (1986: 1) komentovali skutečnost, že dotace na umění přitahují extrémní pohledy: „Na jedné straně jsou kritici umění, kteří tvrdí, že divadlo, opera, balet a tak dále jsou menšinové zájmy, které si užívají pouze bohatý a vzdělaný; tvrdí, že je špatné, aby byly veřejné peníze vynaloženy na dotování těchto luxusních chutí. Na opačném konci spektra jsou ti, kteří berou význam umění pro společnost jako samozřejmou pravdu, jako by to ospravedlňovalo výdaje téměř neomezených finančních prostředků ... “.

ARGUMENTY NA STRANĚ NABÍDKY BAUMOLOVA NÁKLADOVÁ CHOROBA

- ▶ Teorie Baumolovy nákladové choroby (1965) jednoduše uvádí, že výrobní náklady umění budou mít tendenci růst rychleji než v jiných odvětvích. Zatímco technologický pokrok může významně a nepřetržitě snižovat výrobní náklady v jiných odvětvích ekonomiky, článek Baumol a Bowen (1965), následovaný jejich knihou, publikovanou před více než čtyřmi desítkami let, tvrdil, že produktivita v některých odvětvích je stabilní - umění být jedním z nich.
- ▶ Mnohem citovanějším příkladem je výkon určitého kusu hudby, který zabere stejné množství času a počtu lidí jako před sto lety, zatímco čas a práce potřebná k výrobě například auta nebo Hodinky se v posledním století významně snížily (Brooks 1997).
- ▶ Nákladová nemoc vyústila jak ve zdánlivý vzestup cen lístků pro umění hraní a relativní pokles mzdy umělců.

ARGUMENTY NA STRANĚ NABÍDKY BAUMOLOVA NÁKLADOVÁ CHOROBA

- ▶ Baumol (1996: 2) tvrdil, že to platí pro všechny „řemeslné“ služby, jako jsou návštěvy lékaře a policejních služeb, které jsou spíše pracovní, než kapitálové náklady. Náklady a ceny těchto věcí tak rostou daleko, daleko rychleji, než je průměrné zboží nebo služba v každé průmyslové zemi “.
- ▶ Baumol (1996) odhaduje, že růst nákladů na umění ve Spojeném království je přibližně o dvě procenta vyšší než míra inflace.
- ▶ Baumol (1986) sám však poukázal na to, že skutečnost, že umění má problémy s náklady, je neuznává automaticky pro veřejnou podporu. Pokud se však daňoví poplatníci rozhodnou, že umění stojí za to podpořit, jako zásluhy o dobré výsledky, díky pozitivním vlivům, budoucím generacím atd., Pak může být nákladová choroba použita jako silný podpůrný argument. V publikovaném rozhovoru (1995) Baumol znovu potvrdil svůj původní názor, že bez dostatečné veřejné podpory umění klesne jak kvantitou, tak kvalitou.

ARGUMENTY NA STRANĚ NABÍDKY BAUMOLOVA NÁKLADOVÁ CHOROBA

- ▶ Jiní autoři (jako Cwi 1980; Peacock 1996, Abbing 2008) vyjádřili nějaké pochybnosti o hypotéze nákladové nemoci, poukazovat na to, navzdory Baumolově logice a čisté teorii, nebyl zaznamenán významný pokles množství a kvality umění: „Zatímco základní logika nákladové nemoci je ve svých vlastních pojmech nesporná, kauzální řetězec spojující určité charakteristiky produkce živého umění s rozšiřujícím se příjmovým rozdílem pro výkonné společnosti není v žádném případě neúprosný, jak mnozí předpokládali“ (Throsby 1994: 15). Bylo předloženo několik důvodů.
- ▶ První a možná nejpřesvědčivější argument proti teorii nákladových nemocí souvisí s novými reprodukčními technologiemi. Již v roce 1996 Peacock upozornil, že přístup k umění je značně rozšířen rozvojem „nových médií“ své doby, jako je rozhlas, televize a gramofon. Tento přístup se dnes značně zvýšil s „novými médii“: satelitní televizí, internetem, web-castingem, videozáznamem, kompaktními disky a MP3 přehrávači.

ARGUMENTY NA STRANĚ NABÍDKY BAUMOLOVA NÁKLADOVÁ CHOROBA

- ▶ Podle Abbinga (2008) má nákladová nemoc tři známé příčiny:
 - ▶ 1) technické pokroky v umění jsou nižší než v jiných odvětvích
 - ▶ 2) umělecká produkce je namáhavá (spíše než kapitálová) intenzivní a
 - ▶ 3) mzdy těch, kteří jsou v uměleckém průmyslu rostou stejně jako v jiných odvětvích.
- ▶ Například Abbing (2004) naznačuje, že rostoucí náklady na uměleckou produkci v zemích kontinentální Evropy mohou být výsledkem nákladové nemoci, ale stejně tak mohou být způsobeny zvyšováním kvality (což by přirozeně znamenalo zvyšování nákladů) nebo zvyšováním neefektivnosti. částečně kompenzovány rostoucími dotacemi. Obecně tvrdí, že teorie nákladových nemocí nebere v úvahu poměrně velký nárůst netržních příjmů (dary a dotace) a otázky týkající se měnícího se vkusu a ceny a pružnosti poptávky, protože spotřebitelé umění se mění a (přinejmenším ve vyspělých zemích).

ARGUMENTY NA STRANĚ NABÍDKY BAUMOLOVA NÁKLADOVÁ CHOROBA

- ▶ Argumentem Cowena a Griera (1996) je, že umění není ve srovnání s ostatními odvětvími ekonomiky zvláště náročné na pracovní sílu a že umělecká produkce může zahrnovat značné částky kapitálu. Oni také navrhli, že umění a průmysl jsou daleko více blízko než Baumol teorie navrhne; například inovace francouzských impresionistů 19. století spoléhaly do značné míry na vynález trubky z cínové barvy, která umožnila práci venku na slunci, stejně jako jejich použití nových, jasnějších barev, založených na syntetických materiálech. Pokud se k tomu připočítají náklady na školení a cestování jakéhokoli umělce, může se ukázat, že výroba umění má podobný poměr kapitál-práce k jiným odvětvím.
- ▶ Nové technologie také ovlivňují argument, že vzhledem k tomu, že relativní mzdy pro umělce klesají (což se musí díť s ohledem na zvyšující se náklady), je pravděpodobné, že by budoucí umělci volili jiné, lépe placené kariéry, což by mohlo vést k vyčerpání kvality a kvantity. umění (Baumol a Bowen 1965). Cowen a Grier (1996: 4) tvrdili, že tento názor je příliš zjednodušující. Za prvé, jelikož hospodářský růst zvyšuje mzdy obecně, více lidí bude schopno pracovat v těchto oblastech, jako je umění, v němž mohou být peněžní dávky vyměňovány za osobní požitky. Za druhé, rostoucí bohatství je schopno podpořit rostoucí počet „ziskových uměleckých výklenků“, což dále zvyšuje nepeněžní výnosy, protože umělci se mohou specializovat na oblasti, které považují za obzvláště zajímavé.

ARGUMENTY NA STRANĚ NABÍDKY BAUMOLOVA NÁKLADOVÁ CHOROBA

- ▶ Throsby (1994) a Tiongson (1997) zmínili možnosti merchandisingových aktivit jako podstatný způsob, jak zvýšit příjmy uměleckých organizací, což je příkladem „obrovského příjmu z Broadway košile, plakátů a jiných suvenýrů“. Tiongson (1997) také tvrdě argumentoval, že Baumolova teorie velmi podceňuje význam vazby mezi performačním uměním a výrobními technologiemi a argumentuje, že většina nesoutěžných konzumních kvalit umění závisí na technologickém stavu: Je třeba přehodnotit kapacitu technologie pro rozšíření spotřeby o jeden výkon milionkrát. Tiongson (1997) citoval pokračující práci Brooks (1997: 2), navrhopvat, že zatímco non-živá umělecká představení jsou pravděpodobně vždy nižší než živá, vysílání a nahrávky, například, orchestrální výkon může podporovat orchestr a dělat. účastnit se jeho vystoupení prestižnější.

ARGUMENTY NA STRANĚ NABÍDKY

BAUMOLOVA NÁKLADOVÁ CHOROBA

- ▶ Tiongson (1997) také tvrdil, že Baumolovo srovnání performančního umění s výrobním odvětvím je zavádějící a nevhodné z důvodu nesouvisející povahy umění. Vyrobene zboží, stejně jako auto, může mít na výrobu stále menší množství času a práce, ale jen málo lidí může mít prospěch z jeho používání. Umělecká výkonnost může přinést prospěch mnoha dalším lidem - buď přímo, prostřednictvím vysílání (jejichž velikost závisí do značné míry na technologickém stavu), nebo prostřednictvím hmotných a nehmotných přelivů.
- ▶ Cowen a Grier (1996) došli k závěru, že statistické důkazy o nákladové nemoci jsou pochybné. Stejně jako Tiongson (1997) poukázali na to, že není přesné měřit výkon jako soukromý majetek (v tom smyslu, že nákup vstupenky opravňuje vstup jedné osoby), „když se ve skutečnosti výkon stal (vyloučitelným) veřejným statkem prostřednictvím elektronické reprodukce“. Oni navrhli, že studie nákladové nemoci inklinovaly zaměřit se na segment umění hraní, které je už v poklesu, jako operní, divadelní a klasické symfonické koncerty, zatímco rozhodne ne studovat ty oblasti, které rostly, jako filmy a džez.

OCENĚNÍ KULTURNÍHO STATKU A ROZSAH EKONOMIKY

- ▶ Ekonomové již dlouho uznávají, že umění na trhu nepůsobí dobře, protože mají dobré veřejné vlastnosti, protože jsou zásluhou dobra a díky svým nákladovým strukturám.
- ▶ Argumentem by pak bylo, že za účelem účinného argumentu pro vládní intervence na trhu s uměním by tyto externalities musely být prokázány a měřeny metodou podmíněného ocenění.
- ▶ Klamer tvrdí, že i když je umění soukromým statkem, jeho tržní hodnota není dobrým ukazatelem jeho reálné hodnoty a to je také případ podmíněného tržního ocenění.
- ▶ Namísto upřesnění současných tržních metod oceňování je tedy v případě kulturních statků zapotřebí zcela nového souboru metod a ukazatelů, které jak Klamer, tak Throsby argumentují, je blíže původnímu záměru toho, co by studie ekonomie měla zahrnovat ..

OCENĚNÍ KULTURNÍHO STATKU A ROZSAH EKONOMIKY

- ▶ Klamer (2003) tvrdí, že „dominantní ekonomické paradigma vážně brání diskusi o hodnotách mezi ekonomy“, protože je příliš zaměřena na myšlenku teorie užitečnosti a racionální volby. Goodwin (2006), který sleduje historický vývoj ekonomiky umění a kultury, souhlasí s tím, že „prázdnota“ byla vytvořena Benthamovým důrazem na soukromý užitek, který po mnoho let řídil ekonomické myšlení od kulturní ekonomiky.
- ▶ Všichni ekonomové uznávají, že užitek jednotlivce je nepoznatelný - to znamená, že uspokojení, které člověk získá ze zboží, je vysoce individuální a bude utvářeno preferencemi. Teorie racionální volby však říká, že i když člověk nemůže znát důvody pro volbu jiné osoby, pozorování samotných rozhodnutí poskytuje dostatek informací.

OCENĚNÍ KULTURNÍHO STATKU A ROZSAH EKONOMIKY

- ▶ Vzhledem k tomu, že se předpokládá, že spotřebitelé se v průměru rozhodnou, že maximalizují svůj užitek (ať už to bude cokoliv), lze s ohledem na jejich rozpočtová omezení odvodit hodnotu, kterou dávají na různá zboží, pozorováním jejich spotřeby.
- ▶ Jak Klamer (2002, 2004a), tak Throsby (2001) zjistili, že teorie racionální volby je příliš restriktivní způsob, jak „oceňovat“ zboží - dokonce i soukromé zboží, které dobře funguje na trhu - a že původní rozsah ekonomie takové diktování nenabídl úzké pole. Například, Keynes odkazoval na ekonomiku jako “morální věda”, Marshallova definice ekonomiky byla “studium lidstva v obyčejném obchodním životě” Throsby (2001: 20-23) souhlasí s tím, že rané teorie nákladů na výrobu a jednotlivých veřejných služeb, které spojují k úhledné rovnovážné tržní ceně, vedly k přesvědčení mnoha ekonomů, že „teorie ceny je teorie hodnoty“.

VYUŽITÍ STUDIÍ EKONOMICKÝCH DOPADŮ K HODNOCENÍ UMĚNÍ

- ▶ Studie ekonomického dopadu mohou být využity pro ocenění všech druhů kulturních statků, ale zejména těch, které přitahují velké množství turistů (a tedy i výdajů na turistiku) mimo oblast dopadu. To znamená, že i když existují určité výjimky, jako jsou například „superstar“ muzea, o nichž pojednává Frey (1998) a „umělecké exponáty“ (Skinner 2006), metoda ekonomického dopadu se nejčastěji uplatňuje na kulturní akce, ale může zahrnovat i ne-ziskových kulturních sektorů v rámci konkrétního regionu.
- ▶ Například studie ekonomického dopadu kulturních statků zahrnovaly operu, subvencované divadlo, orchestry, dopady místních kin, umění a dalších muzeí, hudebních institucí, neziskových uměleckých a kulturních organizací, památek a tak dále. Velmi užitečným zdrojem pro tyto druhy studií je databáze dopadů, kterou pořádá Centrum pro výzkum kulturní politiky na University of Glasgow. Tato metoda sice může být snadno rozšířena na jakýkoliv kulturní statek nebo službu, ale tato kapitola dává zvláštní důraz na umělecké festivaly, protože jejich velkolepý nedávný růst.

VYUŽITÍ STUDIÍ EKONOMICKÝCH DOPADŮ K HODNOCENÍ UMĚNÍ

- ▶ Od 80. let došlo k rozmachu mnoha festivalů všech typů, nejen uměleckých festivalů, ale lidových festivalů, sklizňových festivalů, potravinových festivalů, rodinných festivalů, karnevalů, literárních festivalů - seznam je nekonečný. Odhaduje se, že existuje více než 300 festivalů ve Velké Británii (British Federation of Festivals 2004), 1300 v Austrálii (Johnson et al 2005) a více než 5000 v USA (Blumenthal 2002). Quinn (2005) a Liu (2005) naznačují, že k této změně došlo v důsledku změny způsobu, jakým byl sektor služeb ekonomiky vnímán - nikoli pouze jako podpora pro výrobu nebo parazit na výrobu již déle, ale jako důležitá, odvětví vytvářejícího bohatství.
- ▶ Důsledkem takové změny pro festivaly, zejména umělecké festivaly, je to, že mnoho měst je vidí jako způsob, jak dát „i všední místa trvale na lukrativní turistickou mapu“ (Liu 2005: 3).

VYUŽITÍ STUDIÍ EKONOMICKÝCH DOPADŮ K HODNOCENÍ UMĚNÍ

- ▶ Vzhledem k tomu, že počet uměleckých festivalů vzrostl na celém světě, má i zájem o jejich oceňování prostřednictvím studií ekonomického dopadu. Jak Frey (2005) upozorňuje, toto představuje zajímavé dilema kulturních ekonomů: na jedné straně různí komentátoři (Seaman 1987; Madden 2001) vyjádřili své znepokojení nad používáním čistě tržního opatření k „ocenění“ umění. Na druhé straně umělecké organizace a odborníci projevili jen malý zájem o metody netrhového oceňování (jako jsou studie ochoty k placení) a rostoucí závislost na údajích o hospodářském dopadu jako prostředek argumentace pro veřejné a soukromé sponzorství.
- ▶ Není to tak, že metoda ekonomického dopadu je zvláště složitá, jak upozorňují Tyrrell a Johnson (2006). Počet a rozsah předpokladů a rozhodnutí o těchto klíčových vstupech, jako je počet návštěvníků, velikost multiplikátoru a doba sběru dat a metody, však ponechávají výsledky hospodářského dopadu náchylné k manipulaci a zaujatosti (Crompton 2006). Nešpecializovaní čtenáři zpráv o ekonomickém dopadu jsou zřídka vybaveni k vyhodnocení takových metodických postupů a mají tendenci akceptovat konečné číslo jako „vědecký“ výsledek.

VYUŽITÍ STUDIÍ EKONOMICKÝCH DOPADŮ K HODNOCENÍ UMĚNÍ

- ▶ Studie ekonomického dopadu se snaží odpovědět na otázku: „Kdyby se událost neuskutečnila, jaká by byla ztráta příjmů v oblasti dopadu?“
- ▶ Jinými slovy, pokoušejí se vypočítat veškerou další ekonomickou aktivitu, která se odehrává ve oblasti dopadu v důsledku zkoumané události nebo zařízení. Tyto druhy studií se soustřeďují na soukromý dobrý aspekt umění, zachycený spíše tržními transakcemi než zásluhou nebo veřejnými dobrými aspekty.
- ▶ Jako takové jsou komentátoři hluboce rozděleni na užitečnost studií ekonomického dopadu při oceňování kulturních statků.

VYUŽITÍ STUDIÍ EKONOMICKÝCH DOPADŮ K HODNOCENÍ UMĚNÍ

- ▶ Na jedné straně jsou to většinou akademické argumenty, které horlivě zpochybňují použití studií ekonomického dopadu, argumentující tím, že v případě obhajoby umění jsou horší než zbytečné a mohou být dokonce škodlivé pro příčinu tím, že podněcují k nevhodným srovnáním s jinými sektory a zlehčováním. celý účel kultury (Seaman 1987; Madden 1998, 2001 mezi ostatními).
- ▶ Na druhé straně jsou většinou praktici a umělecké organizace, které argumentují, že studie ekonomického dopadu mohou poskytnout užitečné informace o kulturních a kulturních akcích a navíc jsou velmi účinné při lobbování za podporu veřejnosti a komunity (Vogelsong et al 2001, Heaney a Heaney 2003, Crompton 1995, 1999, 2001 mezi ostatními).

Zdroje

- ▶ Abbing, H. (2008). 7. The Cost Disease: Do Rising Costs in the Arts Make Subsidization Necessary?. In *Why Are Artists Poor?* (pp. 152-180). Amsterdam University Press.
- ▶ Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1965). On the performing arts: The anatomy of their economic problems. *The American economic review*, 55(1/2), 495-502.
- ▶ Baumol, W. J. (1986). Productivity growth, convergence, and welfare: what the long-run data show. *The American economic review*, 1072-1085.
- ▶ Brooks, A. C. (1997). Toward a demand-side cure for cost disease in the performing arts. *Journal of Economic Issues*, 31(1), 197-208
- ▶ Cwi, D. (1980). Public support of the arts: three arguments examined. *Journal of Cultural Economics*, 4(2), 39-62.
- ▶ Cowen, T. (1996). Why I do not believe in the cost-disease. *Journal of cultural Economics*, 20(3), 207-214.
- ▶ Klamer, A. (2002). Accounting for social and cultural values. *De Economist*, 150(4), 453-473.
- ▶ Klamer, A. (2004). Cultural goods are good for more than their economic value. *Culture and public action*, 138-162.
- ▶ Throsby, C. D., & Withers, G. A. (1986). Strategic bias and demand for public goods: Theory and an application to the arts. *Journal of Public Economics*, 31(3), 307-327
- ▶ Throsby, D. (1994). The production and consumption of the arts: A view of cultural economics. *Journal of economic literature*, 32(1), 1-29.
- ▶ Tiongson, E. R. (1997). Baumol's cost disease reconsidered. *Challenge*, 40(6), 117-122.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

