

# **Kulturní a kreativní klastry a regenerace měst ve Skotsku jako příkladu dobré praxe pro Českou republiku**

Bc. Ivona Cukrová

---

Diplomová práce  
2013

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
akademický rok: 2012/2013

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ivona Cukrová**  
Osobní číslo: **M11534**  
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**  
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Kulturní a kreativní klastry a regenerace měst ve Skotsku jako příkladu dobré praxe pro Českou republiku**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

#### I. Teoretická část

- Vymezte odvětví kulturních a kreativních průmyslů.
- Představte specifika kulturních a kreativních klastrů.
- Podejte typologii přístupů k urbánní regeneraci.

#### II. Praktická část

- Charakterizujte vývoj a současný stav kulturních a kreativních průmyslů ve Skotsku.
- Vyhodnoťte strategie a metody podpory rozvoje kulturních a kreativních klastrů a regenerace měst ve Skotsku, analyzujte situaci v České republice z hlediska možnosti implementace tohoto nástroje.
- Navrhněte opatření k podpoře rozvoje kulturních a kreativních klastrů a urbánní regenerace v ČR.

### Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

**CARLEY, Michael et al.** Urban regeneration through partnership: A study in nine urban regions in England, Scotland and Wales. 1. vyd. Bristol: The Policy Press, 2000, 77 s. ISBN 1-86134-250-0.


**COOKE, Philip a Luciana LAZZERETTI.** Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. 1. vyd. Glos: Edward Elgar Publishing Limited, 2008, 367 s. ISBN 978-1-84720-268-0.

**LANDRY, Charles.** The creative city: a toolkit for urban innovators. 2. vyd. London: Comedia, 2008, 299 s. ISBN 978-1-84407-598-0.

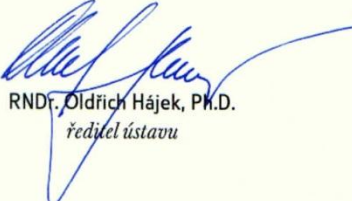
**TALLON, Andrew.** Urban regeneration in the UK. 1. vyd. Abingdon: Routledge, 2010, 320 s. ISBN 0-203-87259-2.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.**  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
Datum zadání diplomové práce: **3. února 2013**  
Termín odevzdání diplomové práce: **2. května 2013**

Ve Zlíně dne 3. února 2013

  
prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
děkanka



  
RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby<sup>1</sup>;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3<sup>2</sup>;
- podle § 60<sup>3</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

<sup>1</sup> zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

<sup>2</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

<sup>3</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60<sup>4</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 2.5.2013 .....

..... 

<sup>4</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce se zabývá kulturními a kreativními klastry a jejich rozvoji v České republice ve srovnání se Skotskem.

Teoretická část je zaměřena na kreativní ekonomiku, kulturní a kreativní průmysl. Následně je podrobněji popsán klaster, jeho definice a typologie a v menší míře je zmíněna urbánní regenerace. Dále je v práci rozepsán současný stav kulturních a kreativních průmyslů ve Skotsku a v ČR a příklady kreativních klastrů ve Skotsku. Práce se zabývá také urbánní regenerací a její podporou ve strategických dokumentech, stejně jako podporou kulturních a kreativních průmyslů. Na závěr je navrženo opatření k podpoře rozvoje kulturních a kreativních klastrů a urbánní regenerace v ČR.

Klíčová slova: kreativní průmysl, kulturní průmysl, kreativní ekonomika, kreativní město, urbánní regenerace, klaster, klustrová iniciativa

## **ABSTRACT**

This diploma thesis deals with a cultural and creative clusters and their development in the Czech Republic compared to Scotland.

The theoretical part is focused on the creative economy, cultural and creative industries. Subsequently the cluster is described in more details, its definition and typology, and to a lesser extent urban regeneration is mentioned. Further, there is breakdown current state of cultural and creative industries in Scotland and the Czech Republic and the examples of creative clusters in Scotland. The diploma thesis also deals with urban regeneration and its support in strategic documents, as well as supporting of cultural and creative industries. Finally, it is suggest a precaution to encourage the development of cultural and creative clusters and urban regeneration in the Czech Republic.

Keywords: creative industry, cultural industry, creative economy, creative city, urban regeneration, cluster, cluster initiative

Ráda bych poděkovala RNDr. Pavlu Bednářovi, Ph.D. za cenné rady a vedení mé diplomové práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné. Práce byla vypracována samostatně.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>12</b>
<b>1 KREATIVNÍ EKONOMIKA, KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL, KREATIVNÍ MĚSTO</b> .....	<b>13</b>
1.1 KREATIVNÍ MĚSTO.....	18
<b>2 KLASTRY, JEJICH DEFINICE A TYPOLOGIE</b> .....	<b>20</b>
2.1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA REGIONÁLNÍHO ROZVOJE .....	22
2.2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA REGIONÁLNÍCH KLASTRŮ.....	24
2.2.1 Teorie výrobních okrsků .....	24
2.2.2 Teorie učících se regionů .....	24
2.3 MAKROEKONOMICKÉ A MIKROEKONOMICKÉ TEORIE .....	25
2.4 KLASIFIKACE KLASTRŮ .....	26
2.4.1 Klastry založené na hodnotovém řetězci.....	26
2.4.2 Klastry založené na kompetencích.....	27
2.5 KLASTROVÁNÍ V EU .....	28
2.6 FINANCOVÁNÍ KLASTRŮ A KLASTROVÝCH INICIATIV.....	29
<b>3 URBÁNNÍ POLITIKA</b> .....	<b>31</b>
3.1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA URBÁNNÍ POLITIKY .....	32
3.2 REGENERACE MĚST .....	33
3.2.1 Konkurenceschopnost v oblasti regenerace měst.....	35
3.3 ZÁSADY REGENERACE MĚST.....	36
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>37</b>
<b>4 CHARAKTERISTIKA SKOTSKA</b> .....	<b>38</b>
4.1 VÝZNAMNÁ MĚSTA SKOTSKA .....	38
4.1.1 Edinburgh.....	38
4.1.2 Glasgow.....	39
4.1.3 Aberdeen .....	40
4.1.4 Dundee .....	40
<b>5 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY VE SKOTSKU, REGENERACE MĚST</b> .....	<b>42</b>
5.1 SOUČASNÝ STAV KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ VE SKOTSKU .....	44
5.1.1 Design .....	45
5.1.2 Hudba .....	46
5.1.3 Nakladatelská činnost.....	46
5.1.4 Film a televize .....	47
5.1.5 Videohry.....	48
5.2 PŘÍKLADY KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH KLASTRŮ VE SKOTSKU .....	49
5.2.1.1 Classical Music Cluster .....	49
5.2.1.2 Glasgow's Digital Media Quarter.....	50
5.2.1.3 Interactive Tayside.....	51
5.2.1.4 Dundee computer games cluster.....	54



5.3	REGENERACE MĚST VE SKOTSKU .....	55
5.3.1	Urban Regeneration Companies .....	59
5.3.2	Shrnutí regenerace měst .....	60
<b>6</b>	<b>KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY V ČESKÉ REPUBLICE, REGENERACE MĚST .....</b>	<b>63</b>
6.1	HUDBA .....	64
6.2	FILM .....	65
6.3	REKLAMA .....	66
6.4	ARCHITEKTURA .....	66
6.5	DESIGN .....	67
6.6	KNIHY A TISK .....	67
6.7	TV A ROZHLAS .....	68
6.8	VIDEOHRY .....	69
<b>7</b>	<b>PODPORA KULTURY, KREATIVNÍHO PRŮMYSLU A REGENERACE MĚST VE STRATEGICKÝCH DOKUMENTECH.....</b>	<b>70</b>
7.1	MAPOVÁNÍ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH KLASTRŮ V ČR .....	70
7.2	SPOLEČNÝ REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM.....	71
7.3	REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM.....	73
7.4	OP NADNÁRODNÍ SPOLUPRÁCE, OBLAST STŘEDNÍ EVROPA .....	73
7.5	PROGRAM CULTURE 2007-2013.....	74
7.6	PROGRAM MEDIA 2007-2013.....	74
7.7	REGENERACE MĚST V ČR.....	75
7.7.1	Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón České republiky .....	75
<b>8</b>	<b>NÁVRH OPATŘENÍ K PODPOŘE ROZVOJE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A URBÁNNÍ REGENERACE V ČR.....</b>	<b>77</b>
8.1	ZVYŠOVÁNÍ POVĚDOMÍ O KULTURNÍM PRŮMYSLU, OCHRANA A PÉČE O KULTURNÍ DĚDICTVÍ .....	79
8.2	PODPORA VZDĚLÁVÁNÍ V OBLASTI KREATIVNÍHO PRŮMYSLU .....	80
8.3	ZVYŠOVÁNÍ KONKURENCESCHOPNOSTI.....	80
8.4	ZLEPŠENÍ FINANCOVÁNÍ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ .....	81
8.5	RIZIKA SPOJENÁ S KULTURNÍMI A KREATIVNÍMI PRŮMYSLY .....	82
8.6	KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY VE ZLÍNSKÉM KRAJI A JEJICH PODPORA.....	83
8.7	PODPORA URBÁNNÍ REGENERACE.....	84
8.7.1	Program regenerace městské památkové zóny Uherské Hradiště.....	85
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>87</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>89</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>96</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>98</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>99</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>100</b>

## ÚVOD

Ve vyspělých zemích světa zaujímá kultura významnou funkci hlavně z ekonomického hlediska, což se projevuje v různých odvětvích kulturních průmyslů, jako je např. hudební a filmové odvětví. Kulturní průmysl je však závislý na veřejné podpoře, a tudíž podporuje růst kreativní ekonomiky, kreativních průmyslů.

Problematika kulturních a kreativních průmyslů není v České republice rozšířena v takové míře, jako např. v Londýně, New Yorku nebo Torontu. Žádný ze současných strategických dokumentů se nevěnuje kreativním průmyslům. V menší míře je zmíněna jen podpora a rozvoj kultury a regenerace měst. Proto v roce 2011 zahájil Institut umění projekt s názvem „Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR“, kdy se snaží získat veškeré informace o současném stavu kulturních a kreativních odvětví s cílem shrnout poznatky a navrhnout doporučení.

Práce se věnuje kulturním a kreativním průmyslům ve Skotsku a v České republice a regeneraci měst. V první části je představena celkově kreativní ekonomika, kulturní a kreativní průmysly a kreativní město. Velká část teoretické práce se věnuje klastrům, jejich definici, klasifikaci, právní formě, aj. Krátce jsou zmíněny i klastrové iniciativy v České republice, kdy do roku 2003 existovala pouze jediná klastrová iniciativa díky programu Phare a od roku 2004 byla zavedena rozsáhlejší podpora vzniku klastrů. Dále je zmíněna efektivnost fungování českých klastrů, klastrování v EU a na závěr financování klastrů a klastrových iniciativ, které probíhá soukromým sektorem, soukromým a veřejným sektorem nebo veřejným sektorem.

V praktické části je stručně představeno Skotsko a jeho nejvýznamnější města Glasgow, Edinburgh, Dundee a Aberdeen. Následně je uvedena problematika kulturních a kreativních průmyslů ve Skotsku, kterou následuje analýza současného stavu kulturních a kreativních průmyslů. Dále jsou představeny jednotlivé odvětví kulturních a kreativních průmyslů a nejvýznamnější klastry ve Skotsku, jako je Glasgow's Digital Media Quarter, Dundee Computer Games Cluster, Interactive Tayside a Classical Music Cluster. Na závěr této kapitoly je zmíněna problematika urbánní regenerace ve Skotsku. Další část se věnuje kulturním a kreativním průmyslům v České republice, jejich jednotlivým odvětvím a regeneraci měst.

Velmi důležitá je také předposlední kapitola, ve které jsou uvedeny strategické a jiné dokumenty, které podporují kulturní a kreativní průmysly v ČR. Zmíněny jsou strategické

dokumenty, které podporují kulturní průmysl a regeneraci měst, jako je SROP, ROP, Program CULTURE, Program MEDIA atd. Problematika kreativních průmyslů není ve strategických dokumentech upravena.

Závěrem práce je návrh opatření k podpoře rozvoje kulturních a kreativních klastrů a urbaní regenerace v České republice.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 KREATIVNÍ EKONOMIKA, KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL, KREATIVNÍ MĚSTO

Mezi první autory, kteří se zabývali kreativní ekonomikou, patří John Howkins<sup>1</sup> a Richard Florida<sup>2</sup>. John Howkins jako první použil pojem kreativní ekonomika ve své knize *The Creative Economy* v roce 2001, zato Richard Florida tuhle myšlenku dále propagoval a jako první pojmenoval problematiku kreativní třídy a sestavil index kreativity.

Kreativní sektor je zakládán na znalostech a lidské kreativitě, využívá nové technologie a technologický rozvoj. Samotná kreativní ekonomika je založená na kulturním a kreativním průmyslu, jako jsou média, film, hudba, výzkum, videohry, design, reklama, architektura atd.

Podle D. DeNataleho a G. H. Wassalla<sup>3</sup> je kreativní ekonomika vzájemně propojená množina tří základních navzájem se ovlivňujících oblastí. Jedná se o kreativní klastr, který je reprezentován především firmami a organizacemi; kreativní pracovní sílu, kterou tvoří kreativní jedinci a kreativní společenství, které vytváří podmínky pro kreativní ekonomiku. (Kloudová, 2010, s. 21-22)

Samotný termín kulturní průmysl se používal již ve 30. a 40. letech minulého století radikálními kritiky masové zábavy. Za autory jsou však považováni Theodor Adorno a Max Horkheimer, členové Frankfurtské školy, kteří tento název použili v názvu jedné z kapitol jejich knihy o dialektice a osvícenství v roce 1944. Stejně jako mnoho dalších autorů píšících o kultuře v 19. a 20. století chápali termín kultura jako tzv. vysoké umění neboli výjimečné výsledky kreativity lidského ducha. (Cikánek, 2009, s. 13)

V roce 1994 se v Austrálii také poprvé objevil termín kreativní průmysl. Více byl rozveden v roce 1997 ve Velké Británii, kdy byla ustanovena meziresortní pracovní skupina (Creative Industries Taskforce), která provádí mapování kreativních průmyslů. Posléze byl termín zakotven do politické agendy labouristické vlády.

---

<sup>1</sup> Howkins, J.: *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books, London 2001

<sup>2</sup> Florida, R.: *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Basic Books, New York 2002

<sup>3</sup> DeNatale, D., Wassal, G. H.: *The Creative Economy: A New Definition*. New England Foundation for the Arts (NEFA), 2007

Města a regiony s upadajícím těžkým průmyslem (např. Anglie, Skotsko), lokality bez silné základy tradičního průmyslového odvětví (Nový Zéland) a města vystavená negativnímu vlivu úpadku průmyslu (např. Tchaj-wan) se tak díky kreativnímu průmyslu přeměnily na vzkvétající oblasti. (Cikánek, 2009, s. 20)

V dnešní době stojí na vrcholu kulturních a kreativních průmyslů inovativní společnosti. V Evropě se řadí mezi nejdynamičtější sektory - přispívají ve výši 2,6 % k HDP Evropské unie. Taktéž mají vysoký potenciál růstu a přibližně pro 5 milionů lidí z 27 členských států EU poskytují kvalitní pracovní místa.

Kulturní a kreativní průmysly jsou v mnoha dalších odvětvích důležitým hnacím mechanismem sociální a hospodářské inovace. Aby mohly plně využít svých možností, které vyplývají z digitalizace, globalizace a kulturní rozmanitosti, je třeba:

- vytvořit pro využití potenciálu vhodné prostředky,
- podporovat kulturní a kreativní průmysly převážně na místní a regionální úrovni, což povede k výraznějšímu celosvětovému projevu,
- využití pozitivních vedlejších účinků kulturních a kreativních průmyslů v hospodářských a sociálních souvislostech. (Evropská komise, 2010, s. 2-3)

Kloudová (2010, s. 31) ve své knize rozděluje kreativní průmysl z pohledu duševního vlastnictví na čtyři základní formy:

- autorskoprávní průmysl (copyright industries) – mezi který se řadí převážně reklamní průmysl, design, film, video, fotografie, hudební průmysl, videohry, výtvarné umění, architektura atd.
- patentový průmysl – odvětví, které vytváří či pracují s patenty, jedná se převážně o výzkum a vývoj, např. farmaceutický průmysl, chemický průmysl, vesmírný průmysl.
- Průmysl ochranných známek (trademark industries) a designový průmysl – velmi obsáhlé odvětví

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) ve své zprávě z roku 2008<sup>4</sup> vytyčuje 4 rozdílné modely, které se snaží charakterizovat kreativní průmysl.

---

<sup>4</sup> UNCTAD, *Creative Economy. Report 2008*.

Jedná se o:

1. **UK DCMS model**, který vznikl ve Velké Británii v 90. letech. Definiuje hlavně kulturní průmysl a opírá se o tehdejší situaci ve Velké Británii, kdy se britská ekonomika pokoušela posunout blíže ekonomice kreativní a inovativní. DCMS (Department for Culture, Media and Sport) do kreativního průmyslu zahrnuje reklamu, architekturu, design, módu, hudbu, divadlo atd. Bohužel ministerstvo do své definice nezahrnuje ani vědu, ani vzdělávání.
2. **Symbolický textový model**, který se odvíjí z kulturních tradic typickými pro Evropu. Tento model definuje kulturu jako „vysoké, seriózní“ umění. Tento model se soustřeďuje hlavně na populární kulturu, která se ve společnosti šíří symbolickými texty pomocí médií, jako je televize, rozhlas či tisk. Z tohoto modelu vychází hlavně profesor mediálních průmyslů David Hesmondhalgh.
3. **Model soustředných kruhů**, který říká, že těmto odvětvím propůjčuje speciální vlastnosti hlavně umění a kultura. Míra kreativního průmyslu se určuje mírou zastoupení kreativity jednotlivých odvětví. Jádrem kruhu je „umění postavené na ryzi kreativě“ (Core creative arts), jako je literatura, hudba, výtvarné umění. Jádrem je obklopeno „dalšími ústředními kulturními průmysly“ (Other core cultural industries), jako je film, muzea a knihovny. Další oblast jsou „širší kulturní průmysly“ (Wider cultural industries), do kterých se řadí památková péče, nakladatelský průmysl, televize, rozhlas, videohry atd. nejširším kruhem jsou „příbuzná odvětví“ (Related industries), jako je reklamní průmysl, architektura, design, módní průmysl. Z této teorie vychází hlavně profesor ekonomických studií Ch. D. Thorsby.
4. **WIPO (World Intellectual Property Organization) autorský model**, kde jsou výrobky, výstupy či distribuce tvořeny na základě ochrany autorských práv. Tento model klade důraz na duševní vlastnictví, kdy kreativita přešla do podoby zboží nebo služby.

Tab. 1: Model UNCTAD

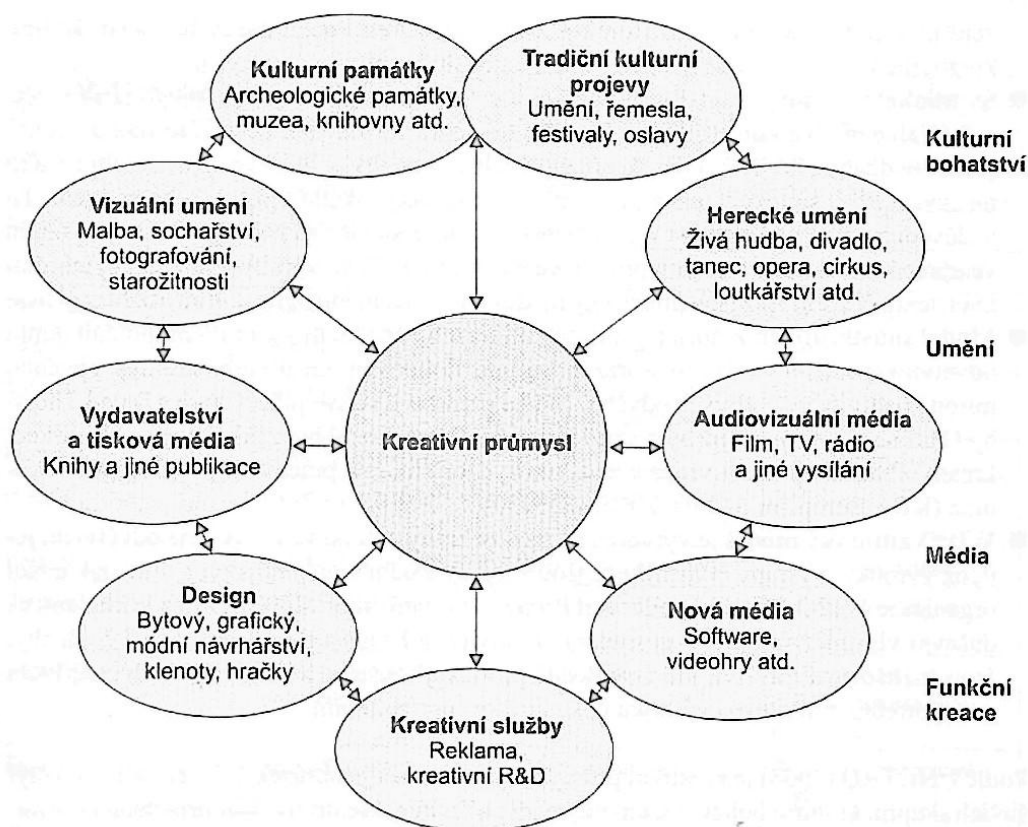
1. UK DCMS model	2. Symbolický textový model	3. Model soustředných kruhů	4. WIPO chráněný model
Reklama	Jádro kulturního průmyslu	Jádro kreativního umění	Jádro autorského průmyslu
Architektura	Reklama	Literatura	Reklama
Umění a starožitnosti	Film	Hudba	Sběratelská sdružení
Řemesla	Internet	Herectví	Film a video
Design	Hudba	Vizuální umění	Hudba
Móda	Vydavatelství	Ostatní hlavní části kulturního průmyslu	Herectví
Film a video	Televize a rozhlas	Film	Vydavatelství
Hudba	Videohry a počítačové hry	Muzea a knihovny	Software
Divadlo	Vnější kulturní průmysl	Širší kulturní průmysl	Televize a rozhlas
Vydavatelství	Kreativní umění	Tradiční služby	Vizuální a grafické umění
Software	Okraj kulturního průmyslu	Vydavatelství	Vzájemně závislé odvětví autorského průmyslu
Televize a rozhlas	Spotřební elektronika	Zvukový záznam	Prázdné záznamové materiály
Videohry a počítačové hry	Móda	Televize a rozhlas	Spotřební elektronika
	Software	Videohry a počítačové hry	Hudební nástroje
	Sport	Související odvětví	Publikace
		Reklama	Kopírovací a fotografická zařízení
		Architektura	Částečně autorsky (chráněné) odvětví
		Design	Architektura
		Móda	Oblečení, obuv
			Design
			Móda
			Domácí potřeby
			Hračky

Zdroj: Kloudová (2010, s. 22)

UNCTAD (2008) rozděluje kreativní průmysl do čtyř skupin: kulturní bohatství (do kterého se řadí řemesla, tradiční umění, festivaly, archeologicky významná místa, muzea, knihovny, výstavy), umění (které se dělí na vizuální umění, jako je malířství, sochařství, fotografie a divadelnictví, které zahrnuje živou hudbu, divadlo, tanec, operu), média (vydava-



telství, tisk, film, televize, rádio) a funkční kreativity (tedy design, kreativní výzkum, nová média – software, videohry). (Kloudová, 2010, s. 32-33)



Obr. 1: Model kreativního průmyslu, zdroj: Kloudová (2010, s. 34)

Důležitou součástí kreativní ekonomiky je kulturní průmysl, který je velmi často považován za kreativní průmysl. Kulturní průmysl je tedy podmnožinou kreativní ekonomiky a zásadně se podílí na jejím rozvoji. Kulturní průmysl zahrnuje především umění, kulturní dědictví, divadla, galerie, muzea, různé divadelní či hudební festivaly.

Kulturní průmysl může být komercializovaný nebo závislý na veřejné podpoře, což je pro kreativní ekonomiku velmi významné, neboť veřejnost podporuje růst nových talentů, zvyšuje kulturní vzdělanost občanů. (Kloudová, 2010, s. 34-35)

Cikánek (2009, s. 53) uvádí, že kreativním průmyslem se zabývá také Evropská komise ve své studii *The Economy of Culture* (2006), kde rozlišuje oblasti na kulturní a kreativní sektor. Do kulturního sektoru řadí oblast tradičního umění a oblast kulturních průmyslů. Do kreativního sektoru řadí oblasti kreativních průmyslů a oblasti příbuzných odvětví.

Tab. 2: Definice Evropské komise – kulturní a kreativní průmysly

Oblasti	Odvětví	Pododvětví
Oblast tradičního umění	Výtvarné umění	Řemesla, malířství, sochařství, fotografie
	Scénická umění	Divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	Kulturní dědictví	Muzea, knihovny, archeologická naleziště, archivy
Oblast kulturních průmyslů	Film a video	
	Televize a rozhlas	
	Videohry	
	Hudba	Hudební průmysly, živá hudební vystoupení
	Knihy a tisk	
Oblast kreativních průmyslů	Design	Módní průmysl, grafický design, design interiérů, průmyslový design
	Architektura	
	Reklamní průmysl	
Oblast příbuzných odvětví	Výrobci PC, MP3 přehrávačů atd.	

Zdroj: Cikánek (2009, s. 53)

Kloudová (2010, s. 37) uvádí, že ani jedna ze současných definic kreativního sektoru však stále neobsahuje ani vědu, výzkum, vývoj ani oblast vysokoškolského vzdělávání.

## 1.1 Kreativní město

Myšlenka Kreativního města vznikla koncem roku 1980 v reakci na neustále se rozvíjející trendy. Zavedení této myšlenky bylo považováno za aspirační koncept – naléhavá výzva podpořit otevřenost a představitost, což mělo dramatický dopad na organizační kulturu. Filozofie byla taková, že v každém městě je vždy větší potenciál, než se na první pohled zdá. Tedy předpokládá, že podmínky by měly být vytvořeny tak, aby lidé přemýšleli, plánovali a využívali představitost při příležitostech a řešení zdánlivě neřešitelných problémů měst. To by mohlo vést od vytvoření bohatství k posílení vizuálního prostředí nebo řešení sociálních problémů jako bezdomovectví. Jedná se o pozitivní koncept: jeho předpokladem

je, že obyčejní lidé mohou dělat mimořádné věci, když dostanou šanci. Kreativita se v této souvislosti užívá představivostí prostřednictvím vlastností, jako je inteligence, vynalézavost a učení cestou. V kreativním městě nejsou jen umělci a osoby účastnící se na kreativní ekonomice, kteří jsou kreativní, ačkoli hrají důležitou roli. Kreativita může pocházet z jakéhokoli zdroje, včetně každého, kdo se zabývá otázkami různým způsobem - ať už podnikatel, sociální pracovník, vědec, inženýr nebo veřejný správce. Zatím je kreativita legitimní umění, a umělecká tvořivost má zvláštní vlastnosti, které znějí dobře s potřebami nápady řízené znalostní ekonomiky.

Myšlenka kreativního města obhajuje potřebu pro kulturní kreativitu, která je vložena do působení městských zúčastněných stran. To znamená, že se přehodnotí předpisy a podněty režimu a posunou se směrem k „tvůrčí byrokracii“. Dobrá vláda je sama o sobě přínosem, který může vytvářet potenciál a bohatství. Podporou tvořivosti a oprávnění používat představivost v rámci veřejné, soukromé a komunitní sféry, budou myšlenky nespočet možností a potenciálních řešení pro jakýkoli urbanistický problém či příležitost rozvoje. Jedná se o obsáhlé myšlení, které vytváří více možností a potřebují být v souladu s konvergenčním myšlením, které zužuje možnosti, z nichž se objeví městské inovace, které prošly skutečnou kontrolou. Toto pojetí tvrdí, že města pružně reagují na změnu okolností a tím vytváří potřebnou odolnost vůči možným šokům v systému.

Původně byl pojem kreativní město z velké části zaměřen na potenciál kulturního průmyslu, jak to vypadalo, že se města potřebují soustředit na to, co je jedinečné a zvláštní. V této souvislosti byly obzvláště významné umělecké projekty a opětovné používání starých budov. (Landry, 2008, s. XXI – XXII)

Cooke a Lazzaretti (2008, s. 193) tvrdí, že rétorika kreativního města je úzce spojena s potvrzením úspěšných území a dynamikou zaměřenou na činnost kulturních klastrů. Obecně platí, že přímo souvisí s projednáním strategií ze strany veřejných orgánů nebo jiných pracovníků se snahou podpořit konkurenceschopnost a rozvoj měst z kulturního a kreativního hlediska.

Nicméně, se neomezuje pouze na tento druh iniciativy, není ani přímo spojena výhradně s těmito činnostmi. Na jedné straně, jsou jasné strategie kreativních měst, které nejsou zaměřené na kulturní aktivity. Na druhé straně, kulturní aktivity byly použity k podpoře (teritoriálního) rozvoje, bez přímého vztahu ke strategii kreativních měst.

## 2 KLASTRY, JEJICH DEFINICE A TYPOLOGIE

Většina moderních teorií regionálního rozvoje se shoduje na neustále rostoucím významu klastrů, tudíž lze očekávat celou řadu definic tohoto pojmu. Není nikterak překvapující, že jednotnou definici pro klastry nenajdeme.

Abrahám (2009, s. 6) uvádí jako průlomové dílo v problematice klastrů knihu „The Competitive Advantage of Nations“ autora M. E. Portera (1990), který vymezil klastr jako „*geograficky blízké seskupení vzájemně provázaných firem a souvisejících institucí v konkrétním oboru (např. i univerzity, vědecko-výzkumné instituce, hospodářské komory apod.) i firem v příbuzných oborech, které spolu soutěží, spolupracují, mají společné znaky a vzájemně se doplňují.*“<sup>5</sup>

Agentura CzechInvest definuje klastr jako „*soubor regionálně propojených společností (podnikatelů) a přidružených institucí a organizací – zejména institucí terciárního vzdělávání (vysokých škol, vyšších odborných škol) – jejichž vazby mají potenciál k upevnění a zvýšení jejich konkurenceschopnosti.*“<sup>6</sup> (Abrahám, 2009, s. 8)

Bílá kniha klastrových politik definuje 7 klíčových prvků pro definici klastru:

- Geografická poloha – firmy se shlukují ve své blízkosti kvůli faktorům, jako jsou úspory z rozsahu.
- Specializace – klastry se soustřeďují na jednu hlavní činnost.
- Více účastníků – klastry nezahrnují pouze firmy, ale i veřejné orgány, členy finančního sektoru atd.
- Konkurence a spolupráce – charakterizuje vztahy mezi subjekty.
- Kritické množství účastníků – nezbytné pro dosažení dynamiky.
- Životní cyklus klastru – klastry a klastrové iniciativy probíhají nikoliv v krátkodobém měřítku, ale v dlouhodobém.
- Inovace – firmy v klastrech jsou zapojeny do technologických, obchodních i organizačních změn.

V klastru nemusí být zastoupeno všech 7 prvků, nicméně inovace je považuje za důležité pro budoucí potenciální přínos klastrů. (Andersson, et al., 2004)

---

<sup>5</sup> Porter, M. The Competitive Advantage of Nations. Macmillan. London. 1990, s. 157.

<sup>6</sup> Klastry. Dostupné na: <http://www.czechinvest.org/klastry>.

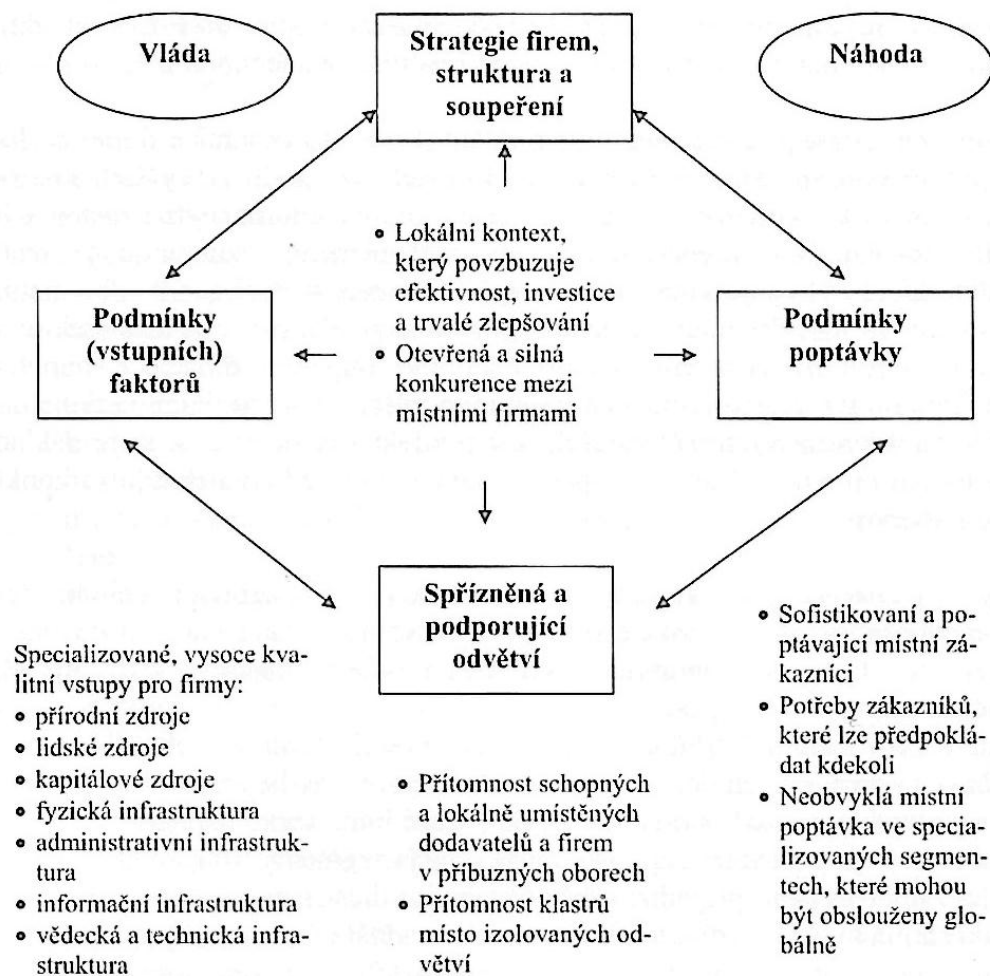
M. Porter sestavil model klastru, ve kterém firmy či daná odvětví dosahují konkurenceschopnosti prostřednictvím čtyř skupin provázaných vlivů:

1. **Strategie firem, struktura a konkurenti** – do této kategorie se řadí strategie a způsoby řízení inovací, individuální či firemní cíle, které mají za úkol podporovat trvalé investice a soupeření mezi konkurenčními skupinami. Konkurence může nabývat dvou forem:
  - a. **Tržní konkurence** – nejúspěšnější klastry mají neoficiální mechanismy, které podněcují soutěž prostřednictvím inovace místo cenové konkurence.
  - b. **Personalizovaná rivalita** – probíhá mezi podnikateli a firmami, nabývá mnoha forem.

Soutěž a rivalita jsou pro rozvoj klastrů rozhodující a musí být neustále podporována vhodnou politikou.

2. **Podmínky faktorů** – mohou být rozděleny na základní a pokročilé. Základní faktory zahrnují podnebí, dopravu, základní služby atd. Tyto faktory jsou lehce dostupné, snadno se dají napodobit, a tudíž neposkytují žádnou výhodu. Naopak pokročilé faktory jsou typické pro konkrétní klastr, nabízí konkurenční výhodu a nedají se snadno napodobit. Mezi pokročilé faktory řadíme převážně výzkum, znalosti, know-how, atd. Jsou vytvořeny člověkem a potřebují neustále zdokonalovat.
3. **Podmínky poptávky** – na úrovni místní/regionální poptávky mají změny značný dopad. Mezi podmínky poptávky se řadí přítomnost poptávajících místních zákazníků, kteří firmy nutí inovovat a jejichž potřeby lákají další firmy. V tomto modelu je možno uspokojovat potřeby i z globálních trhů. Klíčovou částí procesu inovace je porozumění potřebám zákazníků.
4. **Spřízněná a podporující odvětví** – kritické množství schopných místních dodavatelů, u kterých jsou důležitými faktory pro inovace v odvětví jejich specializované vstupy (zařízení, služby) představují významnou konkurenční výhodu. Musí být schopni konkurovat i na mezinárodních trzích. Dále sem patří konkurenceschopné místní firmy, které využívají podobné technologie, dovednosti, know-how. (Skokan, 2004, s. 111; CzechInvest, 2007)

Tyto vlivy lze graficky znázornit tzv. Porterovým diamantem:



Obr. 2: Porterův diamant, zdroj: Skokan (2004, s. 70)

## 2.1 Teoretická východiska regionálního rozvoje

Abrahám (2009, s. 10-11) uvádí, že v oblasti regionální politiky byla vyvinuta řada teoretických východisek, která vysvětlují podmínky a faktory ovlivňující ekonomický růst a konkurenceschopnost regionů.

Mezi nejdůležitější teoretické koncepce patří **neoklasická teorie**. Orientuje se převážně na faktory na straně nabídky na dokonalou konkurenci a na klesající výnosy z rozsahu. Základní model neoklasické teorie vychází z produkční funkce, která postihuje vstupy dlouhodobého ekonomického růstu. Z produkční funkce vychází tzv. metoda růstového účet-

nictví, která rozdělila tempo růstu produktu na tři oblasti, a to příspěvky práce, kapitálu a souhrnné produktivity faktorů.

Pokročilejší studie předpokládají dokonalou mobilitu výrobních faktorů, která podporuje přesun kapitálu mezi regiony, což vede ke stabilitě cen výrobních faktorů. Za rozhodující faktor růstu jsou považovány obchod a fungující tržní hospodářství. Neoklasický přístup je založen na tvrzení, že samotný mechanismus zajišťuje optimální alokaci zdrojů a přispívá ke konvergenci regionů.

Další teoretickou koncepcí je teorie skupiny **jádro-periferie**, která se značně liší od teorie neoklasické. Teorie se zakládá na tvrzení, že výkyvy v ekonomice nejsou krátkodobého charakteru, které budou vyrovnány působením tržních faktorů, nýbrž jsou považovány za trvalý jev. Regionální růst je velmi odlišný a předpokládá se neustálé navyšování rozdílů mezi ekonomicky vyspělými regiony a zaostalými regiony. Za příčinu tohoto růstu je považována strana poptávky. Zodpovědnost za toto tržní selhání je částečně připisováno státu, který se ho snaží vyrovnávat pomocí přímých zahraničních investic, relokací státních podniků do zaostalých regionů či regionálními rozvojovými fondy.

Třetí teoretickou koncepcí je tzv. **nová teorie růstu**, která má mnoho dalších modelů a odnoží. Zaměřuje se na endogenizaci a začleňování technického pokroku do modelů ekonomického růstu. Velký důraz klade na znalostní a lidský kapitál. Znalosti a pozitivní externality umožňují odklonění od zákona klesajících výnosů z výrobních faktorů, který je typický pro neoklasický model. Regionální odlišnosti jsou hlavně ve vybavenosti technologiemi a lidským kapitálem. Hlavními faktory ekonomického růstu jsou investice do vědy a výzkumu, do lidského kapitálu, inovací atd.

Čtvrtá teorie, **nová ekonomická geografie** vychází hlavně z neoklasické teorie, avšak upouští od zákona klesajících výnosů z rozsahu, komparativních výhod a dokonalé konkurence. Pro regiony jsou mnohem důležitější vnější úspory, nedokonalá konkurence a rostoucí výnosy z rozsahu. Tato teorie poukazuje na neustálé rozdíly mezi regiony z hlediska specializace, konkurenceschopnosti a průmyslové dynamiky. Jako výhodu považuje koncentraci kvalifikované pracovní síly, koncentraci firem různého odvětví, dostupnost infrastruktury a technologií a rozsáhlé dodavatelsko-odběratelské vztahy.

## 2.2 Teoretická východiska regionálních klastrů

Teoretických konceptů souvisejících s regionálními klastry je velmi mnoho. Nejdůležitější z nich však jsou teorie průmyslových okrsků a učících se regionů.

### 2.2.1 Teorie výrobních okrsků

Danou otázkou se již na konci 19. století zabýval anglický ekonom M. A. Marshall, který definoval tzv. vnější úspory (external economies). Hlavními autory jsou však italsí ekonomové Bagnasco, Becattini a Brusco. Teorie je založená na myšlence způsobu organizace výroby a fungování trhu práce v oblastech Itálie bez průmyslového zázemí (Toskánsko, Veneto). Tyto regiony zaznamenaly v poválečném období rychlý hospodářský růst na základě socioekonomických podmínek, jako je místní kultura, tradiční hodnoty a pocit sounáležitosti. V těchto oblastech začalo působit malé a střední podnikání, kdy velkou výhodou byla prostorová blízkost a způsob spolupráce. Firmy byly schopné rychle reagovat na měnící se poptávku zákazníků a současně byly schopné dosahovat velkých úspor z rozsahu. Firmy rozlišují pracovní sílu na dvě kategorie, a to na dobře placené jádro a málo oceňovanou pomocnou sílu, kdy se jedná převážně o ženy v domácnosti, důchodce a studenty, kdy vykonávají pouze částečný úvazek a mohou být velmi snadno propuštěni. Naopak vysoce kvalifikovaní pracovníci mají vlastní licence a prodávají své služby firmám za velmi vysokou mzdu. (Blažek a Uhlíř, 2002, s. 150-163)

### 2.2.2 Teorie učících se regionů

Teorie učících se regionů říká, že učení zpravidla neprobíhá v rámci jedné firmy, nýbrž je ovlivněno vztahy mezi firmou a okolím. Největším přínosem teorie je snaha vytvářet nové poznatky a vědomosti. Schopnost regionu učit se nezáleží pouze na blízkosti daných firem, ale hlavně na charakteru daného regionu, na jeho kulturním zázemí. Důležitým zdrojem teorie jsou tzv. nekodifikovatelné vědomosti, tedy takové, které lze získat pouze na základě vlastní zkušenosti. Stávají se pro region konkurenční výhodou, neboť jsou vázány na dané území. Mnoho autorů zabývajících se teorií učících se regionů zkoumá nejen vliv sociologie, ale hlavně vliv kulturní teorie, moci a převahou nad jinými regiony. Snahou není nalézt učebnicový model, nýbrž analýza příčin úspěšných a neúspěšných regionů pomocí analýzy kulturních procesů. (Blažek a Uhlíř, 2002, s. 150-163)



### 2.3 Makroekonomické a mikroekonomické teorie

Z makroekonomického hlediska se v posledních letech do popředí zájmu států dostala národní konkurenceschopnost. Existují dva základní typy národní konkurenceschopnosti, a to tzv. užší pojetí a tzv. širší pojetí. Širší pojetí považuje za konkurenceschopnou takovou ekonomiku, která má předpoklad dlouhodobého růstu a zvyšování ekonomické úrovně. Širší pojetí je pro současnou ekonomiku typičtější. Z tohoto pojetí vychází klastry, které dále rozvíjí konkurenční síly národní ekonomiky.

Světové ekonomické fórum (World Economic Forum), které se zabývá publikováním hodnocení konkurenceschopnosti, využívá tzv. Index globální konkurenceschopnosti (The Global Competitiveness index). Tento index je vyjádřen na stupnici od 1 do 7 a rozdělen do 3 indexů a 12ti pilířů. Tento index sleduje změnu popularity jednotlivých pilířů na základě ekonomického rozvoje dané země (měří se na základě HDP na hlavu). Nejvyspělejší země vychází hlavně z know-how a znalostní ekonomiky. WEF považuje klastry za zdroje konkurenceschopnosti nejvyšší kvality, jejichž význam se neustále navyšuje.

Lisabonská strategie říká, že klastry by měli přispívat k rozvoji podnikatelského potenciálu, k rozvoji inovací a získávání znalostí.

Z hlediska mikroekonomického vychází teorie z modelů M. E. Portera, kdy hlavním znakem konkurenceschopnosti státu je produktivita využití daných zdrojů. Za mikroekonomické aspekty se považují:

- výkonnost jednotlivých firem a hloubka zpracování strategií
- kvalitní podnikatelské prostředí na mikroekonomické úrovni
- míra rozvoje klastrů

Kvalita prostředí firmy je podrobně rozvedena na základě tzv. Porterova diamantu (viz výše), kdy kvalitu prostředí určují čtyři skupiny faktorů, a to podmínky vstupních faktorů; strategie firem, struktura a soupeření; podmínky poptávky a spřízněná a podporující odvětví.

Klastry z mikroekonomického hlediska jsou jedním z hlavních determinantů konkurenceschopnosti. Klastry podporují rozvoj všech klíčových faktorů Porterova diamantu.

Ve vyspělých ekonomikách mají klastry stále větší úlohu. Přispívají hlavně k růstu produktivity firem a zvyšují inovační možnosti.

Dobře fungující klastry mohou firmám nabídnout mnohé výhody, jako jsou například úspory z rozsahu, zvyšování specializace firem, zvýšení místní konkurenceschopnosti a inovačního potenciálu firem, posílení stability malých firem atd. (Abrahám, 2009, s. 16-21)

## 2.4 Klasifikace klastrů

Existuje hned několik klasifikací klastrů. Mezi nejužívanější se řadí definice na základě dosažené fáze rozvoje, na úrovni rozvoje, odvětvové struktury, atd.

Definice na základě dosažené fáze rozvoje:

- *fungující klastry*, které přispívají k větší produkci,
- *latentní klastry*, které představují nevyužité příležitosti,
- *potenciální klastry*, které sice splňují podmínky existence, nicméně nemají potřebné vstupy a nezbytné faktory.

Definice založená na úrovni rozvoje:

- *rozvíjející se klastr*
- *rostoucí klastr*
- *zralý klastr*
- *upadající klastr*.

Definice dle odvětvové struktury:

- *horizontální klastry* – velký počet odvětví a výrobců
- *vertikální klastry* – zahrnují velký dodavatelský řetězec
- *laterální klastry* – skupina podniků doplňujících a upravujících výrobky velkých firem

Agentura CzechInvest rozlišuje 2 základní typy klastrů:

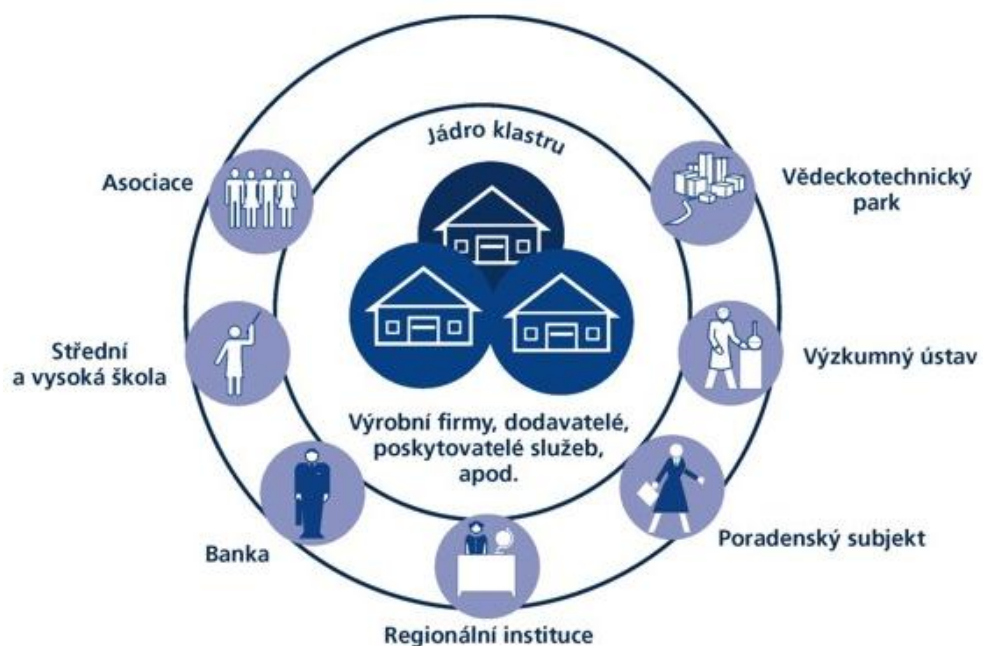
### 2.4.1 Klastry založené na hodnotovém řetězci

Jsou definovány sítí dodavatelských vazeb (např. automobilový klastr spojuje výrobce automobilů s dodavateli, kteří tak jsou v kontaktu s výrobcí specializovaných průmyslových zařízení, elektroniky, atd.). Podpora klastrů se zaměřuje hlavně na nižší úrovně v závislosti na konkrétních potřebách.

### 2.4.2 Klastry založené na kompetencích

Soustředují se hlavně na konkrétní oblasti technické expertízy nebo kompetence v regionu (např. na výzkumné nebo vzdělávací dovednosti). V těchto klastrech se nejedná o dodavatelské vazby v daném sektoru, ale často o aplikaci znalostí a expertíz mezi různými hospodářskými aktivitami. Názorným příkladem tohoto typu klastru jsou informační technologie a software, kde dokážeme rozpoznat jejich geografickou koncentraci, nicméně aplikace a klienti jsou velmi různorodé. (CzechInvest, 2007a)

Klastr lze znázornit takto:



Obr. 3: Znázornění klastru v českých podmínkách, zdroj: CzechInvest (2007a)

Skokan (2004, s. 114) rozeznává následující typy seskupení (DTI 2001):

- *Vertikální výrobní řetězec (Vertical production chain)* – který staví na tom, že základem klastru jsou etapy výrobního řetězce, který lze vymezit analýzou vstupů a výstupů od dodavatelů až po zákazníka.
- *Seskupení propojených odvětví (Agregation of connected sectors)* – využívají hlavně pro velké agregace propojených odvětví, které jsou i vývozcí. Základem klastru jsou 4 úrovně propojených odvětví, a to: výroba finálních výrobků, zařízení pro výrobu, speciální vstupy do výroby a navazující služby pro výrobu. Tato definice klastrů lze použít pro analýzu národních ekonomik.

- *Regionální klastr (Regional Cluster)* – jedná se o seskupení propojených odvětví v rámci daného regionu, které jsou schopné konkurovat na světových trzích.
- *Průmyslový okrsek (Industrial district)* – jsou považovány za místní koncentrace malých a středních firem specializovaných na jednotlivé etapy výrobního procesu. Jejich existence často závisí na velkých firmách.
- *Sítě (Networks)* – jsou velmi podobné průmyslovým okrskům. Jedná se o specifickou formu vztahů mezi ekonomickými partnery, která se zakládá na vzájemné kooperaci.
- *Inovační prostředí (Innovative milieu)* – vysoká koncentrace odvětví high-tech (Silicon Valley v USA)

## 2.5 Klastrování v EU

Klastrové iniciativy jsou ústředním prvkem tvorby průmyslových, regionální a inovačních politik ve světě. Klastrové iniciativy tak postupně převzali důležitou úlohu při oživování upadajících klastrů a regionů, podílí se na podpoře průmyslových odvětví založených na nových vědeckých poznatcích. Při procesu vytváření klastrových iniciativ jsou důležité mezinárodní body (benchmarks).

Některé země se zaměřují na technologické a inovační politiky (Finsko, Švédsko), jiné jsou založeny na regionálních základech (Vlámsko), malých a středních podnicích (Francie), na tvorbě sítí (Německo) nebo vychází z obchodních tradic (Dánsko). Nejdůležitějším klastrem ve světě je Silicon Valley (USA).

Mezi kulturní a kreativní klastry nebo klastrové iniciativy v EU patří např. audiovizuální a filmový průmysl v Nizozemsku (Rotterdam Audio Visual/Film Cluster), oblast multimédií v Belgii (Flanders Multimedia Valley), herní průmysl v Německu (Game Development Initiative Ruhr), kulturní průmysl v Maďarsku (Cultural Innovation Competence Centre), kreativní průmysl v Rakousku (Creative Industries Styria GmbH) a jiné. (Sölvell, Lidnqvist a Ketels, 2006)

**Evropská klastrová observatoř** (European Cluster Observatory) informuje o evropských klastrech a evropských klastrových politikách výzkumné pracovníky z celého světa. Informuje o mapování klastrů, klastrové organizaci, klastrové politice a klastrové knihovně.

Do Evropské klastrové observatoře se zahrnují země EU-27, Island, Norsko, Švýcarsko, Turecko a Izrael.

Řada zemí začala klastrovou politiku využívat až po roce 1999, kdy 30 % zemí ji považuje za velmi významnou, 40 % zemí za středně důležitou a 30 % zemí za zbytečnou. Za nejdůležitější oblasti klastrové politiky se považuje věda a vzdělání. (Pavelková, 2009, s. 69)

## 2.6 Financování klastrů a klastrových iniciativ

I přes aktuální informace, které tvrdí, že vláda a průmysl jsou hlavním zdrojem financování klastrových iniciativ, jejich vývoj zvýšil potřebu zapojení finančních operací. Účastníci finančních operací nepodněcují zahájení klastrových iniciativ, neboť nepatří do jejich agendy. Nicméně jejich kompetence jsou velmi užitečné v procesu klastrování, zejména ve fázi podpory vnitřní dynamiky klastru.

Klastrové iniciativy se staly měřítkem úspěchu nových a začínajících firem, což je důležité při zavádění nových technologií nebo při řešení mezer na trhu. V tomto bodě je zapojení finančních institucí nejkritičtější. Mezi činnosti, které mohou být zahájeny s pomocí finančních operací, jsou poskytování počátečního financování, pomoc při počátečních fázích firem, koordinace speciálních fondů zaměřených na potřeby klastru atd. Financování je tak dobrým předpokladem k zajištění vstupů a rozhodnutí, které nápady a inovace si zaslouží podporu a pozornost a mohou tak být uvedeny na trh.

Existují různé druhy finančních společností. Jedná se hlavně o banky, pojišťovny, veřejné penzijní fondy, investiční fondy, business angels, rizikový kapitál apod. Všechny tyto zdroje mají své cíle a omezení, časové horizonty a preferovaná portfolia. Institucionální investoři, jako jsou penzijní fondy, banky a pojišťovny mohou působit prostřednictvím svých zprostředkovatelů. Tito investoři nechtějí být vystaveni vysokému riziku, ale díky jejich dlouhodobému přístupu a velmi časté přítomnosti na trzích mají velmi rozvinuté sítě, což z nich činí významné aktéry klastrových iniciativ. Znalost klíčových aktérů pak snižuje vnímání rizika a vytváří důvěru.

Rizikový kapitál se specializuje na vystavení rizika a při řešení problémů je hlavním činitelem. Tento kapitál obecně předpokládá aktivní podíl ve vysoce rizikových podnicích. Fondy rizikových kapitálů často přispívají k financování, které je hrazeno z peněz soukromých i veřejných zdrojů. (Andersson, 2004)

Financování klastrů a klastrových iniciativ může probíhat také soukromým sektorem, soukromým a veřejným sektorem nebo veřejným sektorem.

- Soukromý sektor – financování firmami klastru, kdy existuje minimálně jeden nebo několik vůdčích podniků, které využívají klastrové iniciativy k optimalizaci dodavatelů. Mezi soukromé financování patří hlavně členské poplatky firem a spolufinancování dohodnutých projektů. Mohou sem ale také patřit finanční zdroji i od subjektů mimo klastr, a to sponzorství, jiné partnerství nebo bankovní produkty. Pro tento typ financování jsou typické klastry automobilového průmyslu.
- Soukromý a veřejný sektor – oba sektory se podílejí na financování. Provádí se převážně pomocí strukturálních fondů, regionálních či státních rozpočtů s nutností spolufinancování klastrovými firmami.
- Veřejný sektor – využívá se velmi málo, většinou se jedná o nové, strategicky významné odvětví. Iniciátorem bývá většinou regionální nebo centrální vláda. Veřejné finance pochází ze státních nebo regionálních rozpočtů, z univerzit nebo ze strukturálních fondů EU. Patří sem např. biotechnologie.

Studie OECD z roku 2007 dělí financování klastrů a klastrových iniciativ do 3 základních skupin:

1. Financování vzniku a rozvoje klastrů. Jedná se o podporu nižší než 100 000 EUR na klastr za rok, přičemž financování trvá zpravidla 3 roky. Do této skupiny patří např. český program „Klastry – mapování“, francouzský program „SPL programme“.
2. Druhá skupina se týká „lehkých“ investic do vědy a výzkumu. Podpora na klastr za rok se pohybuje mezi 100 000 – 1 000 000 EUR. Patří sem např. český program „Klastry – rozvoj klastru“, německý „InnoRegio“.
3. Třetí skupinu tvoří „těžké“ investice do vědy a výzkumu. Podpora je zpravidla vyšší než 1 mil. EUR. Patří sem např. „Finnish National Cluster Programme“, nebo „BioRegio“. (CzechInvest, 2007b; Pavelková, 2009, s. 110-112)

### 3 URBÁNNÍ POLITIKA

Urbánní politikou se rozumí koncepční a cílevědomá činnost veřejné autority (např. vlády), která je zaměřená hlavně na rozvoj měst. Její hlavní cíle vycházejí z identifikace největších problémů rozvoje měst, jejich funkci a postavení jak v sídelní tak i v regionální struktuře státu. Na jejím vytváření a realizaci se podílejí jednotlivé dílčí politiky, kdy regionální politika spolu s územním plánováním představují věcný a územní rámeček. (MMR, 2010, s. 7)

Města a městské aglomerace hrají rozhodující roli v ekonomickém, sociálním i environmentálním rozvoji. Mnohaleté zkušenosti evropských zemí umožnily vytvoření obecných principů, které jsou základem pro úspěšné politiky městského rozvoje. S ohledem na různorodost jednotlivých států jsou doporučení v příslušných dokumentech považována jako pouhý rámeček možností, který je třeba dále implementovat na konkrétní stát. Za společný základ formulace strategických a politických dokumentů v urbánní politice jsou považovány Lipská charta a Toledská deklarace.

**Lipská charta o udržitelných evropských městech** – jedná se o významný dokument, který se zabývá zásadami a rozvoje urbánní politiky. Mimo jiné se v rámci charty uplatňuje princip integrovaného rozvoje měst a na národní úrovni vytváří věcný a správní rámeček pro jeho implementaci. Pro posílení integrovaného rozvoje je důležité vytvořit a zajistit vysoce kvalitní veřejné prostory, modernizovat infrastrukturní sítě a energetickou úspornost a v neposlední řadě zajistit aktivní inovační a vzdělávací politiku.

Lipská charta se věnuje upadajícím městským čtvrtím, kde je třeba zvýšit kvality fyzických složek městského prostředí, je nutné posílit místní ekonomiku a politiku zaměstnanosti, aktivní vzdělávací politiku a programy zaměřené na děti a mládež.

Charta zdůrazňuje potřebu stanovit hlavní principy rozvoje měst a vytvořit pobídky pro inovační řešení na národní úrovni. Nedílnou součástí podpory z veřejných zdrojů budou i strukturální fondy, kdy jejich využití musí být zaměřeno na již existující problémy a musí brát zřetel na podmínky jednotlivých členských zemí.

**Toledská deklarace** – navazuje na Lipskou chartu o udržitelných evropských městech. Toledská deklarace do urbánní dimenze evropského rozvoje promítá jednotlivé cíle Strategie EU 2020. Aby se podařilo jejich naplnění, je potřeba do urbánní agendy na evropské i národní úrovni promítnout určitá opatření. Jedná se hlavně o posílení urbánní dimenze kohezní politiky, větší provázanost územní a urbánní dimenze při snaze o posílení územní

soudržnosti. Dále je třeba podporovat výzkum, statistiku rozvoje měst, srovnávací studie, je důležité, aby si města vyměňovala své zkušenosti a znalosti z různých oblastí. V neposlední řadě je důležitá podpora udržitelného rozvoje měst a integrované přístupy určené pro posílení nástrojů, které implementují Lipskou chartu. (Ústav územního rozvoje, 2011)

### 3.1 Teoretická východiska urbánní politiky

Urbánní politiky je součástí kohezní politiky Evropské unie i České republiky.

Důležitý je význam postavení evropských měst a význam jejich změn, které nastaly v uplynulých patnácti letech. R. Atkinson analyzuje rozdíly mezi městy a poukazuje na rozšiřování jejich území v důsledku snahy zmírnit negativní dopady. Přístup států k rozvoji města je odlišný a závisí na míře jeho autonomie a principu subsidiarity. Velká část urbánní agendy je rozdělena do dílčích politik členských států.

O urbánním rozvoji se zmiňuje i M. Fujita, podle něhož sice dochází k růstu míry koncentrace ekonomických a sociálních aktivit v aglomeracích, ale je možné identifikovat dekoncentrační procesy, které mohou postupně vést až k vymizení měst. Podle Fujita je jediným motorem ekonomického růstu koncentrovaná aglomerace.

Vývoj urbanizace v Evropě popisuje J. Musil, který demonstruje historický vývoj urbanizovaného obyvatelstva a v tomto smyslu charakterizuje rozdíly mezi jednotlivými zeměmi.

V dokumentu DG Regio *Fostering the Urban Dimensions* (2008) je zakotvena míra urbánní dimenze v jednotlivých operačních programech spolufinancovaných z Evropského fondu regionálního rozvoje. Dokument také popisuje dílčí kroky provedené v operačních programech za účelem dosažení soudržnosti deprivovaných městských částí, udržitelného rozvoje měst, věnuje se problematice rozvoje dopravní infrastruktury a jiným.

V dokumentu DG Regio *The Urban Dimension in Other Policies of the EU* (2010) jsou zakotveny prvky urbánní dimenze v jiných politikách EU. V tomto dokumentu jsou obsaženy také minulé a současné iniciativy programového období, které se týkají rozvoje městských oblastí.

E. Swyngedouw shrnuje teoretické poznatky z řad projektů urbánního rozvoje (UPDs), které byly realizovány ve dvanácti členských zemích EU. Zaměřuje se na vztah Nové hospodářské politiky, Nové urbánní politiky a projektů urbánního rozvoje. V realizaci principu



partnerství v rozhodování o urbánních otázkách poukazuje na velký nedostatek demokracie. Urbánní politiky by se měla realizovat vytvářením projektů „zdola“, tedy s vysokou účastí široké veřejnosti žijící v dané oblasti. (VŠE, 2010)

### 3.2 Regenerace měst

Regenerace je proces, na kterém se podílí soukromý a veřejný sektor, společně se zájmovými skupinami a dobrovolníky. Hlavním cílem regenerace je zlepšení kvality života.

Pro každé město jsou typické jiné problémy, stejně tak jako způsob jejich řešení, který závisí na mnoha okolnostech. (Roberts, 2000)

Roberts (2000, s. 17) uvádí, že pro sledování a identifikaci hlavních faktorů slouží 5 základních témat. Tato témata představují původní problémy a jejich řešení včetně politických reakcí, přičemž odráží trvalý charakter hospodářské, sociální a fyzické změny a nezajišťují komplexní definici regenerace měst.

Za účelem vybudování pracovní definice regenerace měst je nezbytné identifikovat nově vznikající oblasti zájmu a potenciálních výzev. Nejdůležitější je ovšem dobrá spolupráce v oblasti veřejného a soukromého sektoru v souladu se zásadami udržitelného rozvoje, což představuje šesté téma.

Těchto šest témat (pět z minulosti a jedno zastupující dominantní politické otázky současnosti a budoucnosti) poskytuje základ pro definici urbánní regenerace: jedná se o komplexní a integrovanou vizi a akci, vedoucí k řešení urbánních problémů, snaží se přinést trvalé zlepšení v ekonomické, sociální a environmentální oblasti, jež byla předmětem změny. Tato definice obsahuje základní prvky regenerace měst, jako je lepší pochopení procesu úpadku a dohoda o tom, čeho se člověk snaží dosáhnout a jakým způsobem.

Regenerace měst se pohybuje mimo cíle, aspirace a úspěchy městské obnovy, které lze v podstatě vyjádřit jako proces fyzické změny, rozvoj měst (nebo přestavba) s cílem a slabě definovaným účelem a nakonec městská revitalizace, která sice naznačuje potřebu akce, ale nespécifikuje přesné metody přístupu. Mimo to urbánní regenerace znamená, že jakýkoli přístup k řešení problému ve městech by měly být sestaveny dlouhodobější a více strategické plány.

Roberts (2000, s. 22) říká, že obnova městských zón má své kořeny spíše v praxi než v teorii, přičemž mezi praxí a teorií lze očekávat jistou podobnost. Shrňme-li tyto vlast-

nosti, může být obnova městských zón chápána jako činnost, která se rozprostírá nad soukromým, veřejným i komunitním sektorem. Je to činnost, kdy se mění hospodářské, sociální, environmentální a politické okolnosti v závislosti na změně institucionálních struktur. Stanoví se politiky a opatření, jejichž cílem je zlepšení stavu městských oblastí a rozvoje institucionálních struktur, které jsou nezbytné pro podporu přípravy konkrétních návrhů.

Hlavní součástí teorie městské regenerace je fungování městského systému jako celku a fungování ekonomických, sociálních, fyzických a environmentálních procesů, které určují postup regenerace měst. Robson (1988) určila 4 základní prvky procesu městských změn, a to: průmyslovou restrukturalizaci ve snaze maximalizovat zisk; omezení dostupnosti pozemků a staveb; skutečná nebo domnělá atraktivnost městských oblastí a sociální složení městských oblastí. Díky těmto prvkům můžeme snadněji definovat regeneraci měst.

Ve městech, jako je Glasgow či Manchester, kde žije 60% obyvatel ve vybraných oblastech regenerace, se regenerace nepovažuje jen za založení oblasti, ale jedná se o celoměstskou a regionální úlohu.

Mezi výzvy k partnerství v regeneraci patří:

- potřeba dosažení udržitelnosti, nebo dlouhodobý proud výhod v regeneraci, oproti historii regeneračních iniciativ, z nichž mnohé nedosáhly trvalých výhod, a ponechali lidem cynické vyhlídky
- potřeba odvodit hospodářskou a sociální obnovu a sociální začlenění, od nezbytné, ale jednodušší úlohy fyzické regenerace
- potřeba propojit národní politiku, regionální a subregionální vládu, strategii na městské úrovni a místní akce v soudržný celek tak, aby se iniciativy shora dolů a zdola nahoru vzájemně podporovaly.
- Je třeba využít tradiční politiku a služby regeneračním požadavkům, vzhledem k tomu, že více než 90% veřejných výdajů v oblasti regenerace měst je tvořeno běžnými rozpočty. Hlavní programy pak musí dosáhnout lepší integrace s dočasnými "katalyzátory" finančních toků, které jsou charakteristické pro regenerační programy
- je třeba podporovat potenciálně plodné sbližování zájmů mezi vládou (modernizací místní správy) agendou a regenerací. V rámci programu modernizace, je důležitým

úkolem rozvoj místní demokracie a sousedské iniciativy vyvažující hlavně přístup shora dolů v oblasti regenerace. (Carley, 2000, s. 4)

### 3.2.1 Konkurenceschopnost v oblasti regenerace měst

Tallon (2010, s. 112) ve své knize uvádí myšlenky Portera (1989), který usoudil, že jednodušší definice konkurenceschopnosti neexistuje. Týká se hlavně výkonu ekonomiky, kterou může srovnávat z hlediska různých proměnných, jako je přidaná hodnota, zaměstnání nebo příjmy obyvatelstva. Pokud jsou vstupy výrobního procesu nedostačující nebo nákladné, lokální konkurenceschopnost bude trpět. Tyto faktory udávají významnou část nákladů na podnikání v daném městě. Begg (2002) tvrdí, že nejkonkurenceschopnější oblast nemusí být ta s nejnižšími náklady, ale klidně i taková oblast, která má vyšší životní úroveň obyvatel a pracovních sil, což vede k sociální a ekonomické regeneraci dané oblasti.

Pro účely regenerace měst lze za definici konkurenceschopnosti považovat „do jaké míry“ může město, na základě svobodných a spravedlivých tržních podmínek produkovat zboží a služby, které splňují podmínky mezinárodních trhů, a zároveň zvyšuje reálné příjmy svých obyvatel v dlouhodobém horizontu.

Jedním z hlavních důvodů konkurenceschopnosti měst je dopad globalizace na konkurenceschopnost, kdy je důležité chápat urbánní změny a regenerační strategie. V době globálních kapitálových toků jsou města na globální úrovni více konkurenceschopná a mohou tak zajistit budoucí růst a regeneraci městských ekonomik. Aby toho města dosáhly, snaží se zajistit konkurenční výhodu. Důsledky pro regeneraci měst má také situace, kdy se snaží o přilákání podnikatelů, obyvatel a turistů. Města musí bojovat o zajištění konkurenční výhody prostřednictvím přilákání mezinárodního kapitálu.

Pokud chceme prozkoumat městskou konkurenceschopnost v kontextu ekonomické globalizace, existoval v letech 1997 a 2002 výzkumný projekt, prováděný na městech z hlediska konkurenceschopnosti a soudržnosti. Snažili se o lepší pochopení rozvoje měst a mobilizaci ekonomických výhod s cílem zajistit konkurenceschopnou výhodu. Projekt zkoumal konkurenceschopnost ve čtyřech případech, a to v Londýně; Manchesteru a Liverpoolu; Glasgow a Edinburghu a Bristolu.

### 3.3 Zásady regenerace měst

Roberts (2000, s. 18) definoval charakteristické znaky územní regenerace a na základě toho stanovil zásady regenerace měst:

- jsou založeny na podrobné analýze městských oblastí
- jsou zaměřeny na přizpůsobení sociálních struktur, ekonomické základny, fyzické stavby a environmentálního stavu městského prostředí
- snaha splnit cíle neustálým se přizpůsobováním, prostřednictvím vytváření komplexní a integrované strategie, která se zabývá řešením problémů vyrovnaně, postupně a pozitivně
- zajištění, aby strategie a výsledné programy implementace byly rozvíjeny v souladu s cíli udržitelného rozvoje
- stanovení jasných operativních cílů, které by měli být kvantifikovány
- snaha o nejlepší využití přírodních, hospodářských, lidských a jiných zdrojů, včetně půdy a zastavěných oblastí
- snaha o zajištění shody prostřednictvím účasti a spolupráce všech zúčastněných stran se zájmem o regeneraci měst, které bude dosahováno prostřednictvím partnerství
- rozpoznání důležitosti měření pokroku strategie k dosažení daných cílů a sledování změn a vlivu vnitřních a vnějších faktorů působících na městské oblasti
- pravděpodobnost, že prvotní programy realizace bude potřeba předělat v závislosti na změnách, které mohou nastat
- skutečnost, že jednotlivé prvky strategie jsou na různých úrovních, což vede k přesměrování zdrojů tak, aby byla zachována rovnováha mezi cíli obnovy měst a umožnili tak dosažení všech strategických cílů.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 CHARAKTERISTIKA SKOTSKA

Skotsko je součástí Spojeného království a zabírá oblast o rozloze 78 772 čtverečních kilometrů Velké Británie. Nachází se ve středu západní části Evropy a je obklopeno několika moři. Na východě Skotska je Severní moře, na jižní hranici sousedí s Anglií, na severozápadě se rozprostírá Atlantický oceán a na jihozápadě Irské moře a severní průliv. Mimo pevninu se Skotsko skládá z víc než 790 ostrovů (mezi nejznámější patří Skye a Haris – Lewis).

Na pevnině Skotsko sousedí pouze s Anglií, Irsko se nachází zhruba 30 km od jihozápadního ostrova Kintyre. Norsko se nachází asi 400 km severovýchodně a Faerské ostrovy s Islandem jsou na severu.

Skotsko má moderní, otevřenou ekonomiku, která je bohatá na ekonomický potenciál a přírodní zdroje. Má velmi širokou průmyslovou základnu, která zahrnuje všechna klíčová odvětví, jako je finančnictví a služby podnikům, obnovitelné zdroje energie, jídlo a pití, vědy zabývající se živou přírodou, cestovní ruch, vysoké školy a kreativní průmysl. Díky vysokému udržitelnému hospodářskému růstu skotská odvětví neustále vzkvétají.

V roce 2011 byla ve Skotsku míra nezaměstnanosti 24,3% (což představuje asi 102 000 lidí). Většina (asi 63 %) z nezaměstnaných jsou mladí lidé. Nejvyšší nezaměstnanost je v části Glasgow, na západě Skotska. Nejnižší nezaměstnanost je v oblasti Aberdeenshire, v části Edinburghu, v části Glasgow a na Shetlandských ostrovech.

(The Scottish Parliament, 2012; Scotland)

### 4.1 Významná města Skotska

Mezi nejvýznamnější města Skotska patří hlavní město Edinburgh, průmyslové město Glasgow, Dundee a Aberdeen.

#### 4.1.1 Edinburgh

Edinburgh je druhým největším městem a zároveň i hlavním městem Skotska. Leží ve východní části centrálních nížin, na jižním pobřeží mořské úžiny Firth of Forth v Severním moři. Edinburgh je díky své středověké a gregoriánské architektuře považován za jedno

z nejpozoruhodnějších měst v Evropě. Městské části Staré město a Nové město společně s několika tisíci budovami jsou součástí světového kulturního dědictví UNESCO.

Edinburgh je hlavním městem již od 15. století a sídlí zde skotský parlament. Nyní má přibližně půl milionu obyvatel a řadí se jako sedmé největší město ve Spojeném Království.

Každoročně se ve městě koná Edinburgh Festival, což je řada různých festivalů trvajících od konce července až do poloviny září. Nejstarší událostí je Edinburgh International Festival, který se koná již od roku 1947. Mezi další světové festivaly patří festival umění Edinburgh Fringe, festival vojenských kapel Edinburgh Military Tattoo. Na festivalech se prezentuje hlavně o komedie, umění, hudba, knihy, věda, stejně jako pouliční divadlo, což činí z Edinburghu zajímavé a lákavé město. V posledních letech se stala světově proslulá akce The Edinburgh Hogmany, kdy vystupují živé kapely, pořádají se průvody, koncerty a přesně o půlnoci se vypouští slavný ohňostroj nad Edinburgh Castle.

V Edinburghu žije asi 490 000 lidí. Je hlavním centrem skotského kreativního průmyslu. Zaměstnává asi 22 500 zaměstnanců. V roce 2007 se stal nejvíc kreativním městem ve Velké Británii a v roce 2009 šestým světově největším filmovým městem.

Z ekonomického hlediska byla v roce 2008 v Edinburghu míra nezaměstnanosti ve výši 10,8 %. Největším sektorem z pohledu zaměstnanosti jsou služby, které zaměstnávají necelých 300 000 zaměstnanců. Asi 12 000 lidí pracuje ve výrobním odvětví a 11 000 lidí ve stavebnictví.

(Edinburgh Inspiring Capital; About Edinburgh; Skotsko)

#### **4.1.2 Glasgow**

Glasgow se se svými 600 000 obyvateli řadí mezi největší město Skotska a třetí nejlidnatější město Velké Británie. Nachází se na toku řeky River Clyde na západě Středoskotské nížiny.

Největší rozkvět město zaznamenalo za vlády středověkého glasgowského biskupa v období osvícenství, a to díky vzniku University of Glasgow. V 18. století se Glasgow stal jedním z největších obchodních měst v Evropě. Později se proslavil rozvojem inženýrství a lodního průmyslu. V současné době patří Glasgow mezi největší finanční a obchodní centra.

Ekonomika Glasgow je založená na ovládnutí finančních a obchodních služeb, veřejné správě, zdravotnictví, maloobchodních podniků a investic do podnikání a infrastruktury.

V roce 2010 byla v Glasgow míra nezaměstnanosti 11,8 % a díky recesi má nadále vzrůstající trend. V Glasgow je asi 400 000 lidí zaměstnáno v soukromém a veřejném sektoru, z toho finanční sektor zaměstnává přes 32 000 lidí ve městě. Mezi největší sektory se mimo finanční sektor řadí informační technologie, veřejná správa, školství a zdravotnictví.

(Glasgow Economic Facts; Skotsko)

#### 4.1.3 Aberdeen

Aberdeen se řadí jako třetí největší skotské město s 250 000 obyvateli. Město se rozprostírá se v okolí řek River Dee a River Don. Díky rozvoji univerzit se z Aberdeenu stalo centrum vzdělanosti na severovýchodě Skotska.

Mezi tradiční odvětví patřil rybolov, výroba papíru, textilu a stavba lodí. Přístav se tak stal na severovýchodě Skotska největším. Později se díky nalezišti ropy začal Aberdeen orientovat na naftový průmysl a činnost v přístavu. Díky rostoucímu ropnému a plynárenskému průmyslu patří Aberdeen mezi nejvíce prosperující města ve Skotsku. V ropném průmyslu a v oblasti zemního plynu pracuje asi 20 000 lidí a dalších 20 000 lidí v souvisejících službách. Mimo tato odvětví je velmi významný potravinářský průmysl (whisky, pekárny, mořské plody) a cestovní ruch.

Nezaměstnanost byla v červnu 2012 ve výši 7,4%.

(Aberdeen City Council, Skotsko)

#### 4.1.4 Dundee

Dundee je čtvrtým největším městem ve Skotsku a nachází se na severním pobřeží, v ústí řeky Tay Estuary. Edinburgh leží asi 60 mil na jih a Aberdeen 67 mil na sever.

Město zaznamenalo velký rozvoj za průmyslové revoluce, kdy začalo podnikat v jutovém průmyslu, byl zaznamenán rozvoj žurnalistiky a výroba zavařenin. Díky tomuto rozkvětu se město též nazývá „městem juty, marmelády a žurnalistiky“. Dundee se proslavil diva-



dly, kdy nejnámější je Skotské divadlo tance a největší koncertní síň Caird Hall. Ve městě se každoročně pořádají jazzové, kytarové a bluesové festivaly.

V Dundee žije více než 143 000 obyvatel, což je dáno i vysokým počtem studentů díky univerzitám: University of Dundee, the University of Abertay Dundee a Dundee College.

Dundee leží na křižovatce silniční, železniční, letecké i námořní dopravy. Je centrem strojírenství a těžkého průmyslu, ale také centrem umění a kultury, vědy o životě a kreativních průmyslů.

V roce 2010 bylo v Dundee 71 900 ekonomicky aktivních obyvatel, což představuje 76,1 % obyvatel v produktivním věku (16-64 let). V srpnu 2011 byla míra nezaměstnanosti 6,2 %, kdy oproti roku 2010 vzrostla o 0,7 %.

V roce 2010 bylo v Dundee 78 110 pracovních míst, z toho největší zaměstnanost je v oblasti zdravotní a sociální péče (16,8%), dále velkoobchod a maloobchod (16,3%).

Nejvýznamnější růst pracovních míst v období 2000 – 2010 zaznamenala oblast zdravotní a sociální péče (+ 3 165), veřejná správa a obrana (+ 1 885) a vzdělávání (+ 1 368). Největší pokles naopak zaznamenal zpracovatelský průmysl (- 6 412) a stavebnictví (- 873).

(Dundee City Council, 2010; Discover Opportunities, 2011; Skotsko)

## 5 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY VE SKOTSKU, REGENERACE MĚST

Kreativní průmysl je široký pojem, který zahrnuje umění, hudbu, divadlo, televizi a rozhlas, software a digitální publikování, tisk, textil a módu. Nová ekonomická studie, publikovaná v červnu 2012 - Creative Scotland, uvádí celkový počet pracovních míst podporovaných kreativním průmyslem ve výši 86 500, což představuje nárůst o 35 procent oproti posledním údajům z roku 2007. Creative Scotland a Scottish Enterprise zpracovali studii, kde navrhují dalších 21 000 míst pro lidi pracující v umění a kreativním průmyslu. Spolu s pracovními místy v rámci dodavatelského řetězce se množství zaměstnaných v kreativním průmyslu pohybuje okolo 130 000 zaměstnanců.

Creative Scotland zatím zajistila financování asi pro 40 nadačních organizací jako je Mezinárodní festival v Edinburghu, Moderní umění v Dundee, Tramway and Citizens divadlo v Glasgow.

Firemní plán Creative Scotlands na období 2011-2014 uvádí, že zhruba 30 % rozpočtu tvoří skotské vládní investice do kultury. Skotská vláda též poskytuje přímou podporu kultury prostřednictvím EventScotland pěti národním společnostem: Skotské národní galerii, Národnímu muzeu, Národní knihovně, galerijnímu muzeu, architektuře a designu a agentuře Historic Scotland. Údaje v plánu naznačují, že 32 místních orgánů společně přispívá skotské kultuře.

Podle generálního ředitele Creative Scotland – Andrewa Dixona je dobré pochopit přínos každého kreativního odvětví, včetně TV, filmu, softwaru, rozvoje her atd., abychom lépe pochopily klíčové silné stránky Skotského průmyslu. Díky vysokému zájmu o kreativní odvětví a vysoké koncentraci firem je kreativní průmysl nejsilnější v Edinburghu, Aberdeen, Glasgow a Dundee.

Skotsko má flexibilní pracovní právo. Průmyslové subjekty, jako je Publishing Scotland, existují na podporu tvůrčího odvětví, zatímco Creative Scotland je vnitrostátní orgán, který poskytuje podporu uměleckým a kulturním médiím.

Jon Buglass, ředitel kreativního odvětví Jewel & Esk College v Edinburghu, souhlasí se zlepšením kvality vzdělávacího systému. Kreativní průmysl musí studentům nabídnout nové zkušenosti. Spolupráce mezi průmyslovými a vzdělávacími institucemi je nezbytná, neboť studentům poskytuje bezkonkurenční zkušenosti v daném oboru a obzvláště důležité

je, že se pohybují směrem k digitálně vyspělejšímu světu. V roce 2012 tedy Jewel a Esk část svého podniku a podnikatelského centra poskytla jako pracovní prostor pro začínající studenty a místní podniky v oblasti vývoje webových aplikací a designu oblečení. Pracují s průmyslem, aby přinesli podnikové know-how těm, kteří používají jádro kreativního průmyslu, mistrovské kurzy a specializovaná snídaňová setkání. Do budoucna je potřeba lepší propagace a příležitosti pro moderní učební obory v kreativním průmyslu. Klíčem je nejen vzdělávání budoucích talentů, ale také partnerská spolupráce v zemi a soutěže na místní a mezinárodní úrovni.

V roce 2007 určila skotská vláda řadu klíčových odvětví, které nabízejí vysoce růstový potenciál a schopnost vytvářet ekonomický dopad na Skotsko. Tvůrčí odvětví byla identifikována jako odvětví s obrovským růstovým potenciálem. Scottish Enterprise se zaměřuje na rozvoj skotského průmyslu, kdy klade důraz na digitální obsah a technologie. S podporou podnikání se jedná o vzkvétající odvětví, které je nachystané pro investice.

Po celém světě zábava a mediální průmysl předpokládá růst o 7 % ročně s mimořádně silným růstem v mobilních/bezdrátových sítích, reklamě, internetu a oblasti videoher. S kreativní kulturou, silnou podporou a trvale silným výstupem má Skotsko v této tvůrčí revoluci velkou roli.

Skotsko má velkou pověst na domácí scéně v oblasti digitálního a mediálního průmyslu. Mezi klíčové odvětvové oblasti patří hry, animace, film, televize, hudba, design, publikace, architektura, reklama, umění a kulturní podniky. O neustále se narůstající pověst se zasloužily např. MTV Music Awards, Edinburgh International Film a TV festival, a MOBO Awards. V oblasti výroby her se Skotsko řadí na třetí místo v evropské top 50. Digitální průmysl zaměstnává více než 60 000 pracovníků a přispívá 5 bilionů GBP místní ekonomice.

Digitální průmysl ve Skotsku je velmi konkurenceschopný, zvláště ve srovnání s jinými centry, jako je New York, Londýn nebo Los Angeles. Digitální média a kreativní průmysl přispívají více jak £ 2,4 miliard EUR ročně na Skotskou ekonomiku, kdy by tato částka měla ročně vzrůst o 10-20 procent.

V návaznosti na celosvětovou poptávku po nových produktech se inovují technologie a rozšiřují se metody doručování. V kreativním průmyslu je rychlý rozvoj médií, mobility a internetu nepřekvapující.

Britská vláda vyčlenila peníze k vytvoření širokopásmového připojení v Evropě, kdy bude mít 90 % britské populace přístup k připojení s rychlostí až 24 megabitů za sekundu (Mbps) a zbylých 10 % přístup k připojení s rychlostí alespoň 2 Mbps. Další peníze hodlá investovat na spojení měst ve Velké Británii, včetně Edinburghu, které budou spojeny rychlostí mezi 80 a 100 Mbps.

Umění a obrazový průmysl jsou z velké části hrazeny Creative Scotland a velkou část hradí partnerství skotského kreativního průmyslu (SCIP – Scotlands Creative Industries Partnership), který zahrnuje skotskou vládu, Scottish Enterprise, Highlands and Islands Enterprise, Skills Development Scotland, COSLA, skotskou radu pro financování a Scottish Development International. Jedná se o relativně novou národní uměleckou agenturu, která zaujala místo po Scottish Arts Council v roce 2010.

(SDI, ©2008 – 2013a; SDI, ©2008 – 2013b; Business insider, 2012)

## 5.1 Současný stav kulturních a kreativních průmyslů ve Skotsku

Organizace Creative Skillset (2009) krátce zmiňuje číselné hodnoty v zaměstnanosti v sektoru kreativních médií.

Tab. 3: Počet zaměstnaných osob v KKP ve Skotsku

Odvětví kulturních a kreativních průmyslů	Počet zaměstnaných v odvětví
<b>Televize</b>	2 000
<b>Rádio</b>	1 650
<b>Film</b>	950
<b>Post produkce</b>	1 000
<b>Móda a textil</b>	23 000
<b>Animace</b>	500
<b>Počítačové hry</b>	500
<b>Interaktivní média</b>	1 050

<b>Další obsahová tvorba</b>	150
<b>Fotografie</b>	2 200
<b>Publikování</b>	9 000

*Zdroj: Creative Skillset (2009) [vlastní zpracování]*

Digitální média a kreativní průmysl podporuje ve Skotsku více než 60 000 pracovních míst ve hrách, animacích, televizi, filmu, žurnalistice a marketingu.

Skotský herní průmysl má vybudovanou a neustále se narůstající mezinárodní reputaci ve světě, a to díky velkému počtu inovačních firem. Mezi nejprodávanější tituly v průběhu několika let patří Lemmings, Denki Blocks, the Grand Theft Auto franchises, Championship Manager (pro mobilní verze) a Crackdown.

Skotsko má výbornou pověst nejen v herním průmyslu, ale také ve filmovém a televizním průmyslu. S více než 100 společnostmi založenými ve Skotsku je filmová a televizní činnost nejvyšší v Británii (samozřejmě mimo Londýn). Ve Skotsku jsou 3 hlavní vysílací stanice a to BBC Skotsko, STV a Channel 4, a prosperující nezávislá produkční scéna.

Skotsko je také významné svou publikací, kdy vydává velké množství novin a časopisů na národní a regionální úrovni. Kromě žurnalistiky se poptávka zaměřuje na grafický design, marketing, reklamní prodej, podporu prodeje, distribuci, výzkum a služby na podporu podnikání. Ve Skotsku je velké množství reklamních a marketingových agentur. Většina z nich je soustředěna v Glasgow a Edinburghu. Velké množství organizací ve veřejném a soukromém sektoru má speciální marketingové a prodejní oddělení.

(Talent Scotland)

### 5.1.1 Design

Design hraje důležitou roli ve vývoji nových produktů a služeb, zejména ve větších podnicích. Design se hojně užívá v marketingové oblasti a jako firemní značka či tvorba webových stránek. Nejběžnější formy designu jsou však komunikace a multimediální design.

Skotské designérské podniky představují 7% z designérských podniků v celé Británii. Asi 60 % těchto podniků pracuje v komunikačním designu, a 55 % pracuje v digitálním a mul-

timediálním designu - jedná se o docela mladý sektor, který funguje asi cca 6 let. V posledních letech poptávka po digitálním a multimediálním designu roste.

Více než třetina velkých firem považuje design za nedílnou součást svého provozu a téměř polovina firem připisuje designu významnou roli. Role designu se však v jednotlivých firmách liší v závislosti na odvětví, ve kterém podnikají.

Skotské designové firmy se zaměřují spíše na klienty ve veřejném sektoru, ve finančním sektoru a sektoru služeb.

(Design Council, 2010)

### 5.1.2 Hudba

Hudební scéna ve Skotsku nabízí plno akcí, festivalů a koncertů po celé zemi. Hudební průmysl podporuje veřejný sektor - hlavně místní orgány, Scottish Arts Council a Scottish Enterprise Network, které do hudby investují okolo 19 milionů GBP ročně. V posledních letech vzrostly investice do živé hudební scény, jako jsou festivaly, venkovní koncerty atd. Živá hudba je tak jedním z nejúspěšnějších odvětví ve Skotsku. Největší hudební festival je T in the Park v Balado (Kinross), kde vystupují nejznámější kapely.

Ve Skotsku jsou 4 národní společnosti, které se věnují múzickému umění, a to Scottish Opera, the Royal Scottish National Orchestra, Scottish Chamber Orchestra a Scottish Ballet.

(Visit Scotland, © 2013; Live Music Exchange, 2003)

### 5.1.3 Nakladatelská činnost

Skotsko je rodištěm nakladatelského fenoménu – encyklopedie Britannica. Nakladatelská činnost má za sebou dlouhou tradici v tradičních médiích, která v kombinaci s dnešní světově známou technologií vytváří nové a významné možnosti v oblasti nově vznikajících médií.

Ve Skotsku je zhruba 120 vydavatelství, která zaměstnávají okolo 1 500 lidí mimo externí pracovníky. Podniky sahají od velkých konglomerátů, jako je Harper Collins až k živnostníkům. Vysoká koncentrace vydavatelství novin a časopisů je ve městě Dundee, kde má

tradici již více než 100 let. Sídlí zde společnost DC Thomson, která vydává noviny a časopisy, dále vydavatelství časopisu Beano a Dandy. Patří sem také online služby společnosti Bright Solid a Friends Reunited – fenomén sociální sítě

V běžném roce skotští vydavatelé zajistí:

- vytvoření 3 000 titulů – z čeho se 30 % týká beletrie
- obrat přibližně £195 milionů
- zaplacení licenčních poplatků za 14 000 spisovatelů

Tato nezisková organizace poskytuje Skotsku průmyslovou podporu. Mezi její hlavní cíle patří:

- zaměření se na nové technologie
- hledání nových způsobů podpoření obsahu
- posun průmyslu na nové trhy a území
- pomoc při získávání dovedností potřebných k přechodu na digitální publikování

(Scottish Development International, ©2008 – 2013c; Locate-Dundee)

#### **5.1.4 Film a televize**

Ve vysílání má Skotsko široké zkušenosti. Po Londýně se řadí mezi nejlepší v oblasti filmu, televize a animační produkce.

Oblast filmu a televize přesahuje filmovou a televizní produkci, a zahrnuje též před a post produkci, speciální efekty, firemní a komerční produkci, interaktivní média a další výrobní služby, které přispívají k celkovému produktu.

V současné době se ve Skotsku nachází více než 100 produkčních společností a 300 provozních zařízení, které zaměstnávají asi 15 000 lidí. Centrála se nachází v okolí the Digital Media Quarter v Glasgow. V této oblasti se nachází tři hlavní televizní stanice, a to BBC, Scottish Media Group (STV) and Channel 4.

Město Dundee hraje hlavní roli v novém projektu EU pro rozvoj filmového sektoru v oblasti Severního moře. Tento projekt vede Dundee City Council, North Sea Screen Partners. Tento € 6 milionový projekt má 12 partnerů, a to v Dánsku, Anglii, Německu, Nizozemí, Norsku a Švédsku. Vlajkovým projektem je Visual Effects Research lab pro špičkové a post produkční vizuální efekty, který je umístěn v University of Dundee.

Menší skotské produkční společnosti spolupracovali s celosvětovými filmovými a televizními společnostmi, jako jsou: Warner Brothers, Fox, The History Channel, Zentropa, Discovery a National Geographic.

Digitální technologie mají velký vliv na národ a jeho návyky, což má v konečném důsledku vliv na zdraví průmyslu. Zároveň, hlavní technologický pokrok ovlivňuje všechny úrovně produkce a vytváří tak příležitosti na všech úrovních průmyslu. Díky své proslulosti ve filmech, televizi a animační produkci je Skotsko velmi dobře situováno a využívá získaných výhod.

(Scottish Development International, ©2008 – 2013d; Locate-Dundee)

### 5.1.5 Videohry

V Evropské top 50 v oblasti rozvoje her je Skotsko na 3. místě. Skotsku náleží zásluhy za světově úspěšné tituly, jako je Lemmings, BAFTA-Award winning Championship Manager 5 a notoricky známý Grand Theft Auto a mnoho dalších. Skotsko má velmi silnou skupinu vývojářů, je zde založeno více než 80 herních studií, hlavně v okolí Dundee, kde se soustřeďuje většina talentů.

Skotské herní společnosti se drží v čele kreativního průmyslu. Například Dundee's Dynamo Games vytvořilo oceněnou hru Soccer Tycoon pro Facebook v roce 2010 následovanou Championship Manager v roce 2011 pro mobily, kdy byla tato hra nominována na nejlepší sportovní hru v soutěži The International Mobile Gaming Awards 2011.

Vynikající rozvoj herní infrastruktury je situován kolem University of Abertay, Dundee, která byla první univerzitou na světě nabízející obor rozvoj počítačových her.

Dundee se ukázal být centrem Skotského herního společenství, kdy v oblasti Tayside kreativní průmyslu a sektor digitálních médií zaměstnává 2 300 zaměstnanců a může se pochlubit ročním obratem přes £100 milionů.

Skotsko je konkurenceschopná oblast s nízkými náklady ve srovnání s městy, jako je Londýn, New York a Los Angeles. Díky tomu se stává lákavé pro potenciální investory.

(Scottish Development International, ©2008 – 2013e)



## 5.2 Příklady kulturních a kreativních klastrů ve Skotsku

### 5.2.1.1 *Classical Music Cluster*

Projekt na spolupráci klasického hudebního odvětví v Edinburghu, který zkoumá aktivitu publika od orchestrů, přes festivaly a podporu vzájemné spolupráce organizací vedoucí ke zvýšení loajality širšího odvětví. Výsledná analýza dat byla použita k poskytování informací a strategickým doporučením, které byly zakomponovány do společných projektů.

Mezi organizace zapojené do klastru patří:

- Royal Scottish National Orchestra
- Scottish Chamber Orchestra
- Edinburgh International Festival
- Hebridy Ensemble
- Queen's Hall
- Usher Hall

The Audience Business zahájila tento projekt, aby si udělala obrázek o Edinburském trhu s klasickou hudbou a aby prozkoumala společný přístup k rozvoji publika prostřednictvím předplatného na klasickou hudbu. The Royal Scottish National Orchestra, Scottish Chamber Orchestra, BBC Scottish Symphony Orchestra, Hebrides Ensemble, Edinburgh International Festival, Usher Hall and Queen's Hall byly zapojeni do projektu Classical Music jako programátoři na území města. Projekt byl financován vstupními poplatky zúčastněných organizací.

Projekt byl uskutečněn ve dvou fázích.

V první fázi se použili data z pokladen všech zúčastněných organizací k vytvoření celkového obrazu zájmu o klasický hudební trh v Edinburghu. Tento kompletní obraz byl později včleněn do vzájemně se vylučujících údajů k další analýze (festival, orchestr a místo konání). Tento průzkum vedl k lepšímu pochopení chování účastníka a k vytvoření podrobnějšího pochopení širšího klasického trhu. Křížová analýza byla také provedena mezi datovými oblastmi a mezi účastníky klasické hudby a účastníky v širším kulturním odvětví.

Druhá fáze se zaměřila na dvojí členění koncertů zúčastněných organizací a to členění na základě žánru klasické hudby pro každý koncert a na základě vnímání rizika s tím spojené-

ho. Tyto nové segmenty byly poté analyzovány k odhalení překážek účasti v klasickém odvětví.

Na základě předběžného výzkumu se zjistilo, že více než polovina návštěvníků klasické hudby jde na představení jen jednou. Asi čtvrtina navštíví představení 3x nebo vícekrát a cca 5 % účastníků tvoří zhruba polovinu všech prodaných vstupenek.

Analýza naznačuje, že jedna čtvrtina návštěvníků si koupila vstupenky na různé koncerty více než jednou.

Tento projekt byl prezentován zúčastněným organizacím v polovině února roku 2010 a shrnuté výsledky byly prezentovány před Association of British Orchestras Conference (konference sdružení britských orchestrů) v roce 2010. Tento projekt se přesunul dopředu a do svého programu začlenil řadu nových marketingových iniciativ.

(The Audience Business)

### 5.2.1.2 *Glasgow's Digital Media Quarter*

Digital Media Quarter (DMQ) byl založen s cílem dalšího rozvoje digitálního průmyslu ve Skotsku. DMQ působí jako magnet pro široké odvětví tvůrčích talentů. Hlavní je posílení vztahu mezi digitálním, rozhlasovým a televizním vysílání. Hlavní filmové a televizní projekty jsou spojené právě s Glasgow Film City skrz DMQ v téměř každé fázi výroby, počínaje od přípravných prací až po post produkci a střih.

Skotská vláda se zaměřuje na kreativní odvětví s významnou finanční podporou. Jedinečnou filozofií je podpora mediálního podnikatelského sektoru, který by se měl neustále spojovat a vzkvétat. Při pohledu na vývoj oblasti Pacific Quay area, jejíž součástí je i DMQ, výzkumná komise pověřená Scottish Enterprise zjistila řadu klíčových závěrů, včetně tvrzení, že existuje skutečná příležitost umístění Skotska jako centra excelence pro vývoj nových technologií a využití multimediálního obsahu. Cílem SE je vybudování seriózní kreativní komunity v srdci Digital Media Quarter.

Digital Design Studio zdůrazňuje zaměření DMQ na nově vznikající špičkové technologie. Díky Digital Design Studio budou moci praktikanti chirurgie digitálně simulovat lidské tělo, což je považováno za jeden z nejvýznamnějších lékařských objevů po operaci klíčovou dírkou. Na tomto projektu s DDS spolupracovala i Royal College of Physicians and

Surgeons Glasgow v naději, že se projekt bude moci používat ke školení nových lékařů ve složitých chirurgických zákrocích a pomáhat studentům při učení anatomie lidského těla.

V dnešní době DMQ vydělává asi £2,8 bilionů ročně z ekonomického hlediska a zaměstnává asi 100 000 lidí.

(Scottish Enterprise, 2009)

### 5.2.1.3 *Interactive Tayside*

Interactive Tayside byl založen v roce 2000 a stal se klíčovým prvkem Scottish Enterprise (SE) pro Tayside's *Creative Industries and Digital Media Strategy 2000-2004*. Cílem projektu je podpora a rozvoj digitálních médií, podpora spolupráce mezi podniky a mezi podniky a akademickou sférou v oblasti rozvoje nových obchodních příležitostí.

Tayside se nachází na severovýchodě Skotska a zahrnuje město Dundee, Kinross, Perthshire směrem na jihozápad a krajinu Angus směrem na sever.

Financování Interactive Tayside probíhá od sedmi partnerů, kteří poskytují strategické znalosti aktivit a služeb. Podporují spolupráci, rozvoj nových obchodních příležitostí a podporují oblasti Tayside v digitálních schopnostech na světové úrovni v národním i mezinárodním kontextu.

Tayside pracuje na připojení digitální komunity s ostatními vysoce hodnotnými sektory, jako je např. jídlo a pití a živá příroda. Zatím Tayside hostil úspěšné akce z obou sektorů - BioDundee a the Tayside Food & Drink Forum. Veškeré aktivity doplňují rozsáhlou sociální a mediální přítomnost.

(Scottish Enterprise, 2008; Interactive Tayside)

Dundee má za sebou úspěšnou historii v rozvíjení talentů v publikační činnosti, designu a hudebního průmyslu. Je známé jako město se skvělým zázemím pro inovace a dovednosti. Nikoho tedy nepřekvapilo, když region podpořil růst a rozvoj průmyslu digitálních médií tím, že vytvořil klastr Interactive Tayside – partnerství mezi veřejným, soukromým sektorem a akademickou půdou, jejichž cílem je podpora a rozvoj průmyslu digitálních médií.

V dnešní době je Dundee moderní město, které je proslulé díky činnosti v oblasti biologie, vysokého školství a samozřejmě průmyslu digitálních médií. Díky studiu digitálních her, softwaru a vývojovým aplikacím je digitální sektor v Tayside na světové úrovni.

Interactive Tayside nabízí širokou škálu služeb a podpory tohoto průmyslu. Každá z firem občas potřebuje poradenské služby – Interactive Tayside zajistil, aby každá firma zabývající se digitálními médii měla k dispozici poradce. Tito poradci pomáhají s identifikací podnikání, požadavky a pomáhají v oblasti klíčových otázek, jako je financování, vývoj produktů, vývoz a odborná příprava. Každá technologicky založená společnost čelí vysoké úrovni obtížnosti, pokud se sama financuje. Často je potřeba pořídit drahý hardware, vysoce proškolené zaměstnance, atd.

V současné době existuje v Tayside více než 350 podniků působících v oblasti digitálních médií a zaměstnává více než 3 300 lidí, přičemž roční obrat přesahuje 185 milionů GBP. Z podniků v regionu jsou nejpozoruhodnější hry studií Realtime Worlds a Dynamo Games, stejně jako animační studio Ink Digital a největší poskytovatel internetu ve Skotsku - ScotlandOnline.

Dlouhodobou budoucnost Taysidu zajišťují dvě místní univerzity a 3 vysoké školy, které v oblasti digitálních médií ročně opouští 900 absolventů mnoha národností.

Členové Interactive Tayside mají jedinečnou pozici pro podporu vyvíjejících se potřeb v oblasti digitálních médií. Společně propojili průmysl s akademickým a veřejným sektorem a pomohli tak položit základy úspěšné budoucnosti.

(Interactive Tayside; Game Industry International, 2008)

Interactive Tayside poskytuje poradenství, informace a prostředky k využití obchodních příležitostí na zahraničních trzích prostřednictvím Scottish Development International (SDI). Cílem SDI je pomoc při růstu skotského hospodářství, podpora zahraničních investic a pomoc skotským společnostem rozvíjet mezinárodní obchod.

Snaží se zvýšit publicitu prostřednictvím webových stránek, novinek a sociálních sítí.

Také poskytuje rady a pomoc při hledání obchodních prostor s podporou Rady města Dundee a Rady města Perth a Kinross, mimo akademické partnery - University of Abertay Dundee a University of Dundee, které mají prostory i finance pro inkubátory.

Dundee má mediální kreativní oblast – Seabraes Yard, kde se vyvinul díky Scottish Enterprise. Investice £50 milionů přinese 360 000 m<sup>2</sup> kvalitních kancelářských prostor pro začí-

nající firmy, stávající firmy i investory. Seabraes Yards sousedí s železniční stanicí Dundee a nachází se pouhých 5 minut chůze od centra města v blízkosti kulturní čtvrti Dundee a dvou univerzit. Seabraes Yard byl otevřen v roce 2007, kdy vzniklé kanceláře nabízí inspirativní panoramatický výhled na řeku Tay, a jsou k dispozici v různých velikostech a různých specifikacích v závislosti na specializaci firmy.

Softwarové centrum leží také v příjemné oblasti Technologického parku – čtyři míle na západ od městského centra Dundee a nabízí plný servis připravených zařízení. Benefity pro nájemníky zahrnují řadu dobře vybavených kancelářských jednotek s extrémně flexibilním leasingovým obdobím, správou managementu a pokročilým telekomunikačním systémem.

Interactive Tayside pomáhá zaplňovat volná pracovní místa prostřednictvím reklam a pravidelného zpravodajství. Pro místní digitálně mediální podniky je tato služba zdarma.

Dále nabízí vzrušující doprovodný program s pravidelně pořádanými akcemi v Dundee, Perthshire a Angus. Tyto akce pokrývají velkou oblast témat souvisejících s růstem sektoru digitálních médií v Tayside.

Mezi klíčové aktivity Interactive Tayside patří:

- internetové stránky představující obchodní adresář, zpravodajství a místní pracovní příležitosti v rámci sektoru digitálních médií;
- síť událostí - formální i neformální;
- marketingová podpora;
- informace, rady a značení a
- omezená finanční podpora pro činnosti, jako jsou sponzorské a obchodí akce.

Prostřednictvím těchto klíčových činností, a partnerských organizací, usiluje Interactive Tayside o splnění následujících cílů:

- propagace a podpora sektoru digitálních médií a
- zvýšení povědomí o regionu jako dokonalého centra digitálních médií

(Interactive Tayside, Scottish Enterprise, 2012)

#### 5.2.1.4 Dundee computer games cluster

Jedná se o partnerství mezi vysokoškolskými institucemi a průmyslem.

Vedoucí agentura: University of Abertay

Místní orgán: Dundee City Council

Partneři: Scottish Enterprise Tayside, Dundee City Council, průmysl

Během roku 1980 se zaměstnanost ve městě Dundee dramaticky změnila. Ve výrobě zaniklo téměř 10 000 míst. Tento stav nastal díky uzavření loděnic, zastavení výroby kobereců a vymizení obchodu s jutou.

Dundee je regionálním zaměstnavatelem a vzdělávacím centrem, kde více než 300 000 osob dojíždí z centra města 30 minut a 700 000 osob do jedné hodiny. Počet pracovních míst ve městě od roku 1996 vzrostl asi o 10 %. Současné investice ve městě jsou na vysoké úrovni.

Od roku 1997 se Dundee zaměřil na investice, které se odhadují na £1 bilion. Informační technologie a software pro počítačové hry patří v Dundee mezi nejvýznamnější odvětví průmyslu více než 20 let. Dundee zajišťuje 10 % digitálního zábavního průmyslu v Británii s ročním obratem £ 100 milionů.

The University of Abertay použila jako první na světě titul MSc v oblasti technologie počítačových her a jako první vysokoškolský titul v Evropě. V posledních letech díky rostoucí oblasti počítačového umění byl titul uznán na národní i mezinárodní úrovni. Univerzita vytvořila dvě iniciativy zaměřené na podporu vzniku nových podniků. Jedná se o: inkubátor pro absolventy, Embreonix – který poskytuje podporu, zázemí a poradenství pro ty, kteří dodělávají postgraduální studium, obor podnikání.

Dare to be Digital je 10ti týdenní soutěž ve vývoji nových digitálních produktů, ve spolupráci se Scottish Enterprise Tayside and Dundee City Council.

Mezinárodní centrum pro počítačové hry a virtuální zábavu (IC-CAVE) se nachází na The University of Abertay, Dundee. Tady se poprvé v Británii použil akademický výzkum a vývoj center zaměřených na počítačové hry a digitální zábavní průmysl.

V Dundee má sídlo 17 herních společností, které zaměstnávají více než 400 lidí. V průběhu následujících let se předpokládá růst o 10 až 20 %.

University of Abertay má silné vztahy s herními společnostmi ve Skotsku, Anglii, Eire, Evropě, Asii a Severní Americe. V roce 2009 univerzita otevřela obor: Institute of Arts, Media and Computer Games.

IC-CAVE poskytuje autoritativní analýzu trendů a směrů, které umožňují nové obchodní příležitosti prostřednictvím inovací, a poskytuje klientské projekty v čas a v rámci rozpočtu. IC-CAVE doporučuje rada, které předsedá zástupce skotských počítačových her a zábavných společností (Scottish computer games and electronic entertainment companies).

IC-CAVE je považován za klíčový prvek v klastrech digitálního průmyslu ve městě Dundee a jeho okolí. Mezinárodní centrum zahájilo svou činnost v březnu 2001 a od té doby získala 1 milion GBP z obchodních smluv, evropských fondů a Scottish Enterprise's innovative Proof of Concept Fund.

Výstava studentských počítačových her zahrnuje jak nové práce na velkých konzolích, jako je Sony PlayStation, tak i menší hry vytvořené pro mobilní telefony a iPad.

Dundee's computer games cluster má velký ekonomický potenciál pro budoucnost.

Prostřednictvím prototypního fondu pro investice do nových společností a místních iniciativ, jako jsou navrhované flexibilní kanceláře pro začínající podnikatele postavené z přepravních kontejnerů, se ve městě neustále rozvíjí podnikání a podnikatelská kultura.

(Local Government Improvement and Development, 2009; Digital Dundee, 2012)

### **5.3 Regenerace měst ve Skotsku**

Skotská vláda podporuje regeneraci Skotska a může nabídnout až 1,5 milionů GBP dvěma společnostem na podporu regenerace měst, a to Riverside Inverclyde a Irvine Bay Urban Regeneration Companies.

Skotská vláda vytvořila Regenerační strategii, která mapuje další podrobnosti o tom, jak bude skotská vláda spolupracovat na prosazování regeneračního programu, aby tak vyhověla potřebám Skotska.

(The Scottish Government, 2011a)

Skotská vláda uvádí, že městská centra musí reagovat na nové formy konkurence a neustále se měnící chování zákazníků. Strategie sice jsou důležité, ale zlepšování kvality obchodu

a poskytování služeb může být klíčem k úspěšné regeneraci měst. Proto se regenerační strategie městských center neustále vyvíjí. Většinou zahrnují více než jeden přístup, můžou být však rozděleny do následujících typů regeneračních strategií:

- local economic development,
- property-led,
- retail-led,
- event-based,
- entertainment-led.

Mezi výstupy a aktivity těchto pěti typů regeneračních strategií patří hlavně přilákání investic a podnikání, posilování a vytváření zaměstnanosti, budování image, zlepšení kvality života, investice do nemovitostí a rozvoj infrastruktury.

I přes rozsah retail-led regenerace, existuje významný nedostatek v oblasti dopadu na pracovní místa, nájemného a investic do nemovitostí. Mezi potenciální výsledky retail-led regenerace a rozvojových projektů patří rozvoj podnikání a zaměstnanosti, dosažení větší a lepší regenerace.

Regenerace městských center je komplexní, a jestli má být úspěšná je třeba více než jen fyzické investice do budov a veřejných prostranství. Investice jsou velmi často viděny jako klíčový způsob toho, jak dosáhnout regenerace městských center a většina literatury se na tento přístup zaměřuje.

Výzkumný tým z oblasti regenerace uznává, že městský přístup je relevantní a skutečné případové studie zahrnují kontextové hodnocení každého města, stejně tak i analýzu města. Výzkumný tým došel k závěru, že regenerace městských center by měla být zakotvena v celkové strategii města. Strategie města by měla vycházet z územního plánování, ekonomické a rozvojové politiky urbánních oblastí. Regenerace městských center by měla sladit své cíle a reakce na ně.

Pro úspěšnou regeneraci městských center je důležité si uvědomit, že přehled literatury, různé konzultace a případové studie výzkumu z oblasti regenerace ukázaly, že většina zásahů do regenerace městských center je často naplánována na základě dedukcí a obecných pozorovaných faktů než na zjišťování skutečného stavu.

Politiky a projekty zaměřené na řešení sociálních, ekonomických a fyzikálních problémů životního prostředí v oblasti městských center musely reagovat na velmi dramatické změn-



ny, které ovlivnili městská centra ve Skotsku v průměru posledních třiceti let. Městská centra okupují kryté nákupní centra, maloobchody a outletová centra, které zabírají velká prostranství. Ve 21. století se přešlo na nízkouhlíkové hospodářství, je vyšší kvalita urbanismu, ekonomika je založená spíše na znalostech, existují nové spotřebitelské trhy, dopravní obslužnost, internetové obchody a různé jiné hnací změny. Regionální a místní specializované trhy jsou stále více konkurenční pro cestovní ruch, řemesla a potravinářské odvětví, kulturní dědictví a pro kulturu samotou. Tyto skutečnosti představují výzvy a příležitosti k regeneraci městských center.

(The Scottish Government, 2011c)

Pro regeneraci měst ve Skotsku je charakteristické partnerství. Hospodářský úpadek, sociální vyloučení a zchátralé oblasti jsou natolik složité, že je nutné řešit je přes různé agentury, obchodní nebo obecní skupiny. Zřízení partnerství je zásadním krokem pro zajištění financování regenerace ústřední vládou. Jedná se hlavně o Single Regeneration Budget (SRB) Challenge Fund, který je nejběžnější. V tomto fondu může být 20 – 25 SRB projektů na místní úrovni souběžně s iniciativou partnerství, jako je City Pride, New Commitment to Regeneration, Education and Health Action Zones atd.

Navzdory dlouhodobé regeneraci mnoho měst ztratilo svou ekonomickou stabilitu, což má dopad na poskytování služeb ve městě, jako je školství a zdravotnictví.

Mezi výzvy k obnově partnerství v regeneraci patří:

- potřeba dosáhnout udržitelného rozvoje, dlouhodobé regenerace
- potřeba odvození sociální a ekonomické obnovy a sociálního začlenění od nutné fyzické regenerace
- potřeba propojit národní politiku, regionální a subregionální správu, městské strategie a místní akce v soudržný celek tak, aby se iniciativy shora dolů a zdola nahoru vzájemně podporovaly
- potřeba využít hlavní politické a regenerační požadavky, vzhledem k tomu, že 90 % veřejných výdajů na regeneraci území jde z rozpočtů
- potřeba podporovat potenciálně plodné konvergence zájmů mezi vládní modernizací místní vládní agendy a regenerací. V rámci programu modernizace je důležitý rozvoj místní demokracie a okolních iniciativ.

(Carley, 2000)

Městská centra jsou důležitým prvkem hospodářské a sociální struktury Skotska. Klíčovou součástí regenerace je podpora městských center. Ty mohou být ústředním prvkem úspěšných místních ekonomik a nabízejí základnu pro malé firmy.

Často se stávají jádrem společenského života, který nabízí prostor pro setkání a komunikaci a přístup k zařízením a službám, které lidé potřebují. Je důležité, aby městská centra byla funkční a dobře udržovaná, a vyvíjeli tak podporu potřeb pro jejich obyvatele, návštěvníky i podnikatele.

Skotská vláda provedla výzkum regenerace městských center a zdůraznila tak potřebu mít jasnou vizi a strategii. Výzkum také odhalil, že je třeba pomáhat znovu rozvinutí skotských center.

### **Fond regenerace městských center (TCRF – Town Centre Regeneration Fund)**

Cílem TCRF byla podpora komunity a obchodníků vedoucí k regeneraci a růstu městských center tak, aby vyhovovala potřebám místních komunit a podnikatelům. TCRF měl k dispozici 60 milionů GBP, které rozdělil mezi 66 projektů v každé místní oblasti. Asi 89 městských center díky fondu vytvořilo 960 pracovních míst. Financování jednotlivých projektů se pohybovalo od 100 000 GBP do 2 745 000 GBP a prostředky byly použity na:

- novostavby a rekonstrukci klíčových staveb pro různé firmy
- na vylepšení fasád a chodníků
- ostatní veřejná sféra

(The Scottish Government, 2013)

### **Investiční kapitál pro regeneraci**

Regenerační strategie zdůrazňuje důležitost realizace hospodářského potenciálu ve Skotsku prostřednictvím cíleného financování a jiných podpůrných mechanismů.

Investiční fond podporuje fyzický vývoj a zaměřuje se na klíčové intervence. Poskytují podporu v oblastech, které ji potřebují nejvíce a organizace, které mohou přinášet nejlepší výsledky.

Fond je tvořen 3 fondy:

- SPRUCE, Scotland's JESSICA Fund

- Capital Grant Fund
- Vacant and Derelict Land Fund (VDLF)

(The Scottish Government, 2012)

### 5.3.1 Urban Regeneration Companies

Urban Regeneration Companies (URCs) jsou formální partnerství klíčových zástupců veřejného a soukromého sektoru, které jsou provozovány partnerskými organizacemi. Zajišťují fyzickou, hospodářskou a sociální obnovu v určité oblasti. URSc zaujímají strategický přehled o jejich okolí a rozvíjejí společné cíle a výstupy ve spolupráci veřejného a soukromého sektoru a hlavně samotných komunit.

URSc byly zřízeny v 6 částech Skotska a poskytují cílené, integrované a regenerační strategie:

1. Raploch – společnost urbánní regenerace Raploch zajistila 10ti letý program, který vytvoří 900 nových domovů, 225 školení a pracovních příležitostí, infrastruktury a veřejné sféry ve Stirlingské oblasti Raploch. Jedná se o jednu z prvních iniciativ ve Skotsku. Na základě dohody dodá 900 domovů – mix soukromého a veřejného pronájmu, nově zařízené domy, zlepšení životního prostředí. Zajistí také proškolení dlouhodobě nezaměstnaných obyvatel v rámci programu na zlepšení podpory silniční infrastruktury.
2. PARC Craigmillar – PARC je v čele regenerace Craigmillaru a zahrnuje celkové investice ve výši 200 milionů GBP. PARC vytvořil zhruba 2 000 nových domovů, nových školních areálů, nových městských center, volnočasových a kancelářských zařízení, knihoven, veřejných parků, občanských prostor apod. Rozvojový program PARC zahrnuje vysoce kvalitní soukromou a sociální bytovou výstavbu, vytvoření kanceláří, obchodních a průmyslových celků, poskytování klíčových veřejných budov včetně škol, knihoven, veřejných prostor apod.
3. Clydebank Rebuilt – byla založena v roce 2002 pro řízení hospodářské, sociální a fyzické regenerace Clydebank. Jeho vytvoření bylo na popud trvalé ztráty pracovních míst v návaznosti na uzavření loděnic a z toho vyplývající potřebě vytvoření nových pracovních míst a vzdělávacích center. Tento projekt byl velmi úspěšný - na místě bývalé loděnice se nachází Queens Quay. Clydebank vystavil novou Cly-

debank College Campus and the Titan Enterprise business centre s cílem rozvoje mladé generace. URC vystavila také dílny pro malé a střední podniky a obnovila Titan Crane.

4. Riverside Inverclyde – zaměřuje se na oblast podél pobřeží Inverclyde. Většina investic je zaměřena na urychlení tempa fyzické regenerace míst podél pobřeží Inverclyde mezi Greenock and Port Glasgow. Strategie Riverside Inverclyde je zaměřena na přilákání nových lidí a podniků do oblasti, stejně tak jako maximalizace přínosů pro místní komunitu a podněcování sociální a ekonomické oblasti.
5. Irvine Bay – tato regenerační společnost je jednou z největších URC. Oblast zahrnuje asi 14 mil písečného pobřeží. Cílem je rozvoj vystavěného prostředí ve čtyřech přímořských městech, a to Ardrossan, Saltcoats, Stevenston a Irvine a v klášterním městě Kilwinning. Připravuje nové investice a udržitelnou zaměstnanost v dané oblasti.
6. Clyde Gateway – jeden z nejvýznamnějších skotských projektů regenerace. Zaměřuje se na bývalé průmyslové areály na východním konci města Glasgow a rozšiřuje se do jižního Lanarkshire. Iniciativa se snaží využít příležitosti vyplývající z nové dálnice M74 a East End Regeneration Route, které přináší značné množství půdy zpět k ekonomickému využití a přináší tak nové pracovní příležitosti, bydlení a rekreační možnosti pro stávající i širší společnost.

(The Scottish Government, 2011b)

### 5.3.2 Shrnutí regenerace měst

Městský přístup k regeneraci městských center je relevantní a skutečné případové studie zahrnují celkové hodnocení každého města a jeho analýzu. Regenerace měst by měla být jedním z hlavních bodů ve strategických dokumentech daného města. Měla by vycházet z územního plánování, ekonomické a rozvojové politiky urbánních oblastí.

Pro regeneraci měst ve Skotsku a stejně tak i v České republice je charakteristické partnerství, kde se na regeneraci podílí jak dané město, tak i soukromí investoři či obyvatelé města. Jedním z nejdůležitějších faktorů regenerace je jeho financování, neboť bez něho by regenerace nemohla proběhnout.

Pokud nebudou města regenerována, hrozí zde ztráta ekonomické stability města, což má dopad na poskytování služeb ve městě, jako je školství a zdravotnictví. Je tedy třeba dosáhnout ve městě udržitelného rozvoje a dlouhodobé regenerace. Nutné je propojit národní a regionální politiku a městské strategie v soudržný celek, aby se jednotlivé iniciativy podporovaly. Je třeba revitalizovat městské parky a veřejná prostranství, což má za následek zvýšení atraktivnosti daného města a cestovního ruchu. Městská centra se tak stávají jádrem společenského života a nabízí prostor pro různé kulturní a společenské akce. Je důležité, aby městská centra byla funkční a dobře udržovaná, a vyvíjeli tak podporu potřeb pro jejich obyvatele, návštěvníky i podnikatele.

Skotská vláda provedla výzkum regenerace městských center a zdůraznila tak potřebu mít jasnou vizi a strategii, což platí i pro česká města.

Dobrá vize a strategie je základem pro regeneraci městských oblastí. Důležitou oblastí strategických dokumentů je detailní analýza podmínek městských center a současný stav měst. Důležité je stanovit jasné cíle a strategie a možnosti využití ekonomických a lidských zdrojů při regeneraci.

Co se týče podpory, ve Skotsku funguje fond regenerace městských center (TCRF – Town Centre Regeneration Fund), který podporuje komunitu a obchodníky vedoucí k regeneraci a růstu městských center. Prostředky fondu byly použity na novostavby a rekonstrukci klíčových staveb pro různé firmy a na vylepšení fasád a chodníků.

Ve Skotsku také funguje Investiční fond, který podporuje fyzický vývoj města a zaměřuje se na klíčové intervence.

V České republice existují různé druhy podpory regenerace měst, např.:

Dotační programy Ministerstva kultury, které poskytují příspěvek na obnovu kulturních památek ze státního rozpočtu Ministerstva kultury. Tato pomoc se však poskytuje pouze na zachování kulturních památek s mimořádným společenským zájmem.

Program Podpora pro památky UNESCO zřídilo Ministerstvo kultury. Hlavním cílem je dostát závazkům vyplývajícím z přijetí Úmluvy o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví. Peníze mohou být čerpány na 3 oblasti, a to tvorba management plánů, vědecko-výzkumné aktivity a prezentace, propagace a edukace států UNESCO.

Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón, který financuje obnovu kulturních památek, které se nachází v nejceněnějších částech histo-

rických měst ČR, které jsou prohlášeny za památkové rezervace a památkové zóny. Finanční pomoc se poskytuje na základě vypracovaného programu regenerace za finanční spoluúčasti vlastníka památky.

(Ministerstvo kultury)

## 6 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY V ČESKÉ REPUBLICE, REGENERACE MĚST

Kulturní a kreativní průmysl zahrnuje velmi rozmanité odvětví. Jedná se o reklamu, architekturu a design v oblasti kreativních průmyslů. Do kulturních průmyslů se řadí knihy a tisk, TV a rozhlas, hudba, film a videohry.

Český trh je limitovaný nesvětovým jazykem. Činnosti, jejichž charakter to umožňuje, vykonávají pobočky nadnárodních firem. Jedná se hlavně o reklamní činnost, vydavatelství a distribuce periodického tisku a hudební vydavatelství. Činnosti, které vyžadují znalosti místní kultury, místního prostředí zůstávají v rukou českých podnikatelů. Jedná se např. o architekturu.

V žádném z odvětví se nevyskytují výrazné nedostatky či mezery v zajišťování provozního cyklu, který je charakterizován následujícími fázemi: tvorba => produkce => distribuce > prezentace/konzumace. Pro zajištění dobrého výkonu kulturních a kreativních průmyslů ve společnosti je však důležitý širší kontext, který zahrnuje oblast vzdělání, veřejných, neziskových a výzkumných organizací, médií, nakladatelství. Z tohoto pohledu však mezi kulturními a kreativními průmysly existují značné rozdíly a opatření na jejich podporu je velmi málo.

Oblast kultury je v České republice pojímána hlavně v tradičním duchu péče o kulturní a přírodní dědictví a dotování vysokého umění. Kulturní průmysly jsou charakteristické tím, že jsou určeny pro masovou reprodukci a hromadně se šíří (např. kniha, film). Na rozdíl od kreativních průmyslů jsou více provázány s uměním a vyskytuje se zde více reprezentantů.

Co se týče jednotlivých odvětví, tak reklama úzce spolupracuje s kreativními obory, jako je grafický design, interaktivní média a audiovizuální výroba. Vysoce se podílí na příjmech v oblasti médií, a to hlavně v televizním vysílání a oblasti tisku (inzerce v novinách a časopisech). Na ekonomickém růstu se významně podílí i architektura, která vytváří prostředí, v němž se odehrávají veškeré činnosti. Co se týká designu, díky jeho široké oblasti se jen těžko vyčísluje celkový ekonomický dopad. V současné době je design vnímán jako důležitý faktor konkurenceschopnosti a jako významná součást inovací.

Vydávání knih, novin a časopisů vykazuje i přes problematiku nesvětového jazyka dobrý výkon. Záliba ve čtení, budování knihoven a vydávání knih se v přepočtu na počet obyvatel řadí do první světové desítky. Vydávání a distribuce knih je převážně v rukou zahranič-

ního kapitálu, kdy 80 % tvoří německé firmy. Velmi vlivným odvětvím je také televize a rozhlas. Český televizní trh ovládají 3 hlavní subjekty, Česká televize, CET 21 a FTV Prima, které se vyznačují velmi nízkou konkurenceschopností. Televizní průmysl odpovídá trendu členských zemí EU. Hudební průmysl je založený hlavně na prodeji nahrávek, notovin a příjmech ze vstupného na hudební akce. Oblast kinematografie představuje jeden z mladších a velmi úspěšných průmyslů. Zahrnuje řadu různých aktivit, jako je psaní scénáře, příprava financování, produkce, postprodukce, distribuce a veřejná prezentace. Nejmladší odvětví kulturního průmyslu představuje tvorba videoher (interaktivní audiovizuální tvorba). Videohry využívají technologii a zároveň jsou hybnou silou jejich rozvoje, kdy se významně podílí na vývoji nových digitálních služeb.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 362-373)

## 6.1 Hudba

Hudební průmysl je velmi významný na národní i mezinárodní úrovni. Je založen hlavně na prodeji nahrávek, notovin, příjmech ze vstupného na živé hudební akce, obchodu s autorskými, licenčními a distribučními právy. Mimořádný význam si v hudebním, filmovém i reklamním průmyslu obsadila televizní stanice MTV, která byla založena v roce 1981. MTV přispěla hlavně k vizualizaci hudby, jejímu zdivadelnění a hlavně se podílela na ovlivnění životního stylu mladé generace. Díky novým technologiím se však hudební vydavatelský a nakladatelský průmysl dostal do krize.

Mezi současné působící nadnárodní vydavatelské společnosti v ČR patří Universal Music Group, Sony Music Entertainment, EMI a Popron Music. Jedinou významnou českou firmou zůstává Supraphon.

Příjmy z českého digitálního prodeje se pohybují v řádech desítek milionů korun, což není zrovna moc. Hudební trh se neustále otřásá konkurenčním bojem a je stále více vytlačován do pozadí.

Správu v oblasti práv v hudbě zajišťují především OSA (Ochranný svaz autorský) a Intergram. OSA zastupuje zhruba 7 tis. domácích a 1 mil. zahraničních nositelů autorských práv. Hlavní činností OSA je udělování souhlasu s užitím děl, výběr a výplata autorských odměn autorům, nakladatelům. Intergram je nezávislá společnost výkonných umělců a



výrobci zvukových nebo zvukově obrazových záznamů. Zastupuje práva asi 5 tisíců domácích a 0,5 milionů zahraničních umělců.

V oblasti živého vystupování mají největší tržní potenciál muzikálové produkce, koncertní show a letní megafestivaly. V oblasti koncertů zaznamenala nejvyšší návštěvnost v roce 2009 česká skupina Kabát. Mezi nejznámější a největší festivaly patří Rock for People, Colours of Ostrava, Hip Hop Kemp, Open Air Festival.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 11, 369-370)

## 6.2 Film

Kinematografie představuje jeden z nejmladších průmyslů. Nicméně není tak ekonomicky výkonný jako např. průmysl nakladatelský. Filmový průmysl zahrnuje mnoho aktivit, jako je vývoj (psaní scénáře), produkce, postprodukce, distribuce a veřejná prezentace. V ČR se produkční společnosti zabývají hlavně vývojem, produkcí a postprodukcí. Většinu těchto společností sdružuje Asociace producentů a audiovizi, kdy se jejich současný počet pohybuje okolo 70. V ČR je distribučních společností asi 25, z nichž většina je sdružena v Unii filmových distributorů. Mezi největší patří Bontonfilm, Falcon, Aerofilms, Intersonic a Cinemart. Ze zahraničních distributorů to jsou Warner Bros, Hollywood, Film Europe.

Významný ekonomický přínos pro ČR má zahraniční produkce. Ta však v roce 2008 rapidně klesla, díky zavedení pobídek pro filmaře v okolních státech. Díky vysoké konkurenci začala i ČR od roku 2010 nabízet pobídky, a zájem o filmování v Česku se opět zvýšil.

Česká produkce představuje výrobu asi 25 filmových premiér ročně. Zachování konkurenceschopnosti pak závisí na rychlosti využití nových možností a technologií a to v oblasti technické stránky, ale i obsahu filmů.

Oblast kinematografie zaujímá v kulturních a kreativních průmyslech ČR nejlepší pozici z hlediska přijetí a uznání českou společností a vládou, což dokládá existence Státního fondu pro podporu a rozvoj kinematografie, který podporuje nejen tvorbu a digitalizaci českých kin, ale i pobídky filmového průmyslu.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 370-372)

### 6.3 Reklama

Reklama se řadí mezi kreativní průmysl, neboť staví na kreativitě a spolupracuje s obory, jako je grafický design, interaktivní média atd. V oblasti médií se významně podílí na příjmech a to především v oblasti televizního vysílání a tisku.

Hlavními představiteli jsou reklamní a marketingové agentury, které zajišťují tvorbu, produkci a distribuci reklam. Samotnou prezentaci zajišťují média.

Reklamní agentury jsou zajištěny dvěma organizacemi: Asociace komunikačních agentur (AKA) a Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA).

Při hodnocení reklam hrají důležitou úlohu soutěže. V ČR se mezi nejvýznamnější soutěže řadí Louskáček - soutěž o nejlepší a nejkreativnější českou reklamu. Od roku 1993 ji pořádá Art Directors Club ČR ve spolupráci s AKA a Asociací producentů v audiovizí.

V posledních letech se oblast reklamy mění, bohužel v České republice nejsou změny tak dramatické. Nejvíce stoupá růst investic do internetové reklamy.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 363-364)

### 6.4 Architektura

Architektura se také řadí do kreativních průmyslů. Má významný podíl na ekonomickém růstu. Představitelem tohoto průmyslu jsou architekti, kteří působí v architektonických ateliérech. V ČR existuje od roku 1992 sdružení České komory architektů (ČKA), kam patří všichni absolventi vysokých škol daného směru. ČKA měla v roce 2011 necelých 3 400 členů.

Pod ČKA také spadají architektonické soutěže, které se pořádají hlavně pro získávání zakázek. Tyto soutěže jsou však zdlouhavé a nákladné, proto se u nás velmi nevyskytují. V roce 2010 bylo v ČR uskutečněno pouze 19 veřejných soutěží. Investoři tak začali soutěže obcházet a pořádají tzv. výběrová řízení na zpracovatele projektu, nebo na dodavatele stavby. U těchto řízení je rozhodujícím kritériem nikoli kvalita projektu, ale cena.

Současná architektura není v ČR zatím oblíbená, jedinou oblastí, která začíná být populární je oblast rodinného bydlení.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 364-365)

## 6.5 Design

Design je v současné době vnímán jako důležitý faktor konkurenceschopnosti a významná oblast inovací.

V tradičním pojetí designéři vymýšlí průmyslové objekty určené ke hromadné produkci (auta, oblečení, atd.). Design zahrnuje širokou oblast průmyslů, můžeme ho tedy rozdělit na design průmyslový či výrobní, grafický, obalový, módní, oděvní, interiérový a architektonický, atd. Činnost designérů většinou vykonávají designérské agentury nebo samostatní designéři.

V oblasti designu byla významná činnost Design centra, které od roku 1991 spravovalo Ministerstvo průmyslu a obchodu. Cílem byla podpora designu v českých firmách, v obchodě i službách. Centrum se však v roce 2007 zrušilo a v dnešní době v ČR neexistuje instituce, která by shromažďovala data o stavu českého designu.

V současné době existují profesní organizace zaměřené na podporu designu. Svou činnost financují z členských příspěvků, sponzorských darů či poplatků za služby. Patří sem např. Czechdesign nebo Design Cabinet, který každoročně pořádá soutěž Národní cena za studentský design. Nejvýznamnější soutěží je však Czech Grand Design, kterou od roku 2006 pořádá agentura Profil Media. Tato agentura pořádá i největší prezentaci českého designu v ČR, a to Designblok.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 365-366)

## 6.6 Knihy a tisk

Knižní průmysl má v ČR dlouhou historii. Podnikatelský sektor tak vykazuje dobrý výkon i přes konkurenční světové odvětví. Stavení knihoven a záliba ve čtení řadí Českou republiku do první světové desítky (v přepočtu vydávání knih na počet obyvatel). Vydávání a distribuce tisku je přibližně na stejné úrovni jako v zahraničí. Mezi hlavní představitele vydavatelského odvětví se řadí spisovatelé a redaktori, nakladatelé, distributoři, knihkupci.

V současné době je v ČR přes 2 000 aktivních vydavatelů knih, kdy ročně vychází přibližně 17,5 tis. knižních titulů. Polovinu produkce tvoří skripta a studijní materiály. Jako každý knižní trh i ten v ČR je závislý na bestsellerech. Mezi největší producenty patří Euromedia Group, MOBA, Grada Publishing. Naopak nejslabší je distribuce samotných knih.

V ČR existuje přes 600 prodejen, knihkupecká síť je tedy velmi rozsáhlá. V posledních letech vznikla také velká knihkupectví, jako je Neoluxor, Kanzelsberger a Levné knihy. S koncentrací knižních obchodů v Praze se dá na evropské úrovni srovnávat pouze Londýn. S fungováním knižního trhu mají spojitost knihovny, jejichž síť v ČR patří mezi nej hustší sítě na světě (asi 5,5 tis. veřejných knihoven a 8 tis. soukromých knihoven). V ČR se také koná řada knižních veletrhů, z nichž nejznámější je Svět knih.

Co se týče prodeje knih po internetu, v Česku se zatím moc neprosadil, stejně tak elektronické knihy nejsou zatím tak populární jak jinde ve světě. Díky nesvětovému jazyku se česká tvorba v zahraničí příliš nevyskytuje. Mezi výjimky patří Milan Kundera, Václav Havel, Michal Viewegh (Německo, Rakousko, Chorvatsko, Slovinsko). Ve Španělsku a Jižní Americe zabodoval se svými romány Miloš Urban. Největším zahraničním dovozcem českých knih je Slovensko.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 367-368)

## 6.7 TV a rozhlas

Ekonomicky vlivný segment v ČR představují provozovatelé televizního vysílání. Z pohledu sledovanosti se jedná o 3 základní subjekty, a to Česká televize, CET 21 a FTV Prima, které se vyznačují nízkou konkurenceschopností, kterou nedokázala ovlivnit ani dlouho očekávaná digitalizace.

Televizní průmysl v ČR odpovídá trendům v ostatních členských zemích EU, kde dominují soukromé televize nejen z ekonomického hlediska, ale i z pohledu sledovanosti. V ČR převažuje sledovanost komerčních stanic – cca 70 %.

Co se týče soukromých rozhlasových stanic, v roce 2010 jich bylo v ČR registrováno 63. Správním úřadem, který vykonává státní správu v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a v oblasti audiovizuálních mediálních služeb je Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

Zvláštního postavení se pak dostalo České televizi a Českému rozhlasu, které vysílají na základě zvláštních zákonů se specifickými úkoly veřejné služby. ČT je největším zaměstnavatelem nejen v oblasti televizního vysílání, ale vůbec v celé oblasti kulturních a kreativních průmyslů. (v roce 2012 zaměstnávala 2 870 zaměstnanců, v roce 2013 plánuje 2 962 zaměstnanců).

Zajímavá je i obliba ČR jako sídla provozovatelů televizního vysílání do okolních zemí. Byla udělena řada licencí zahraničním subjektům, např. kanálu HBO pro vysílání v Polsku, dále MTV a Minimaxu. Důvodem jsou hlavně příznivé podmínky pro podnikání v ČR, kdy kromě vstupního správního poplatku za udělení licence nemusí subjekty platit žádné další poplatky, jak je tomu v ostatních státech EU.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 368-369)

## 6.8 Videohry

Výroba videoher (interaktivní audiovizuální tvorba) se pokládá za nejmladší a nejrychleji rostoucí kulturní průmysl. Videohry jsou elektronicky či počítačově zpracované hry, které spočívají v ovládní obrazů na monitorech. V současnosti rozlišujeme 4 druhy, a to: hry na konzole, počítačové off-line hry, on-line hry, hry na přenosných zařízeních. Pro jejich konzumaci jsou pak určeny osobní počítače, herní konzole, mobilní přístroje a webové rozhraní. Videohry jsou v ČR od poloviny 90. let, kdy na světový trh pronikly až po roce 2000 s tituly Operation Flashpoint a Mafia.

Tvůrci hry jsou tzv. vývojáři (jedinci nebo studia). V České republice existují studia 4: studia, které jsou součástí zahraničních korporací (2K Czech, Disney Mobile); nezávislá studia, která spolupracují s nadnárodními vydavateli; nezávislá studia, která částečně fungují jako vydavatelé a nezávislá studia, která využívají metody digitální distribuce.

Z globálního hlediska je herní trh v ČR velmi malý. Většina společností vytváří nezávislé tituly a tvoří veškerá vlastnická práva. Nejvíce titulů je určeno pro PC Windows, mobilní zařízení, webové rozhraní.

V ČR existují 2 organizace, a to Asociace herního průmyslu, která založila distribuční společnosti jako Microsoft, Sony, Electronic Arts. Výhradně českými autory herní tvorby jsou členové občanského sdružení České hry.

(Institut umění – divadelní ústav, 2011, s. 372-373)

## **7 PODPORA KULTURY, KREATIVNÍHO PRŮMYSLU A REGENERACE MĚST VE STRATEGICKÝCH DOKUMENTECH**

Kreativní klastry se ve vyspělých zemích EU stávají součástí běžně užívaných konceptů regionálních či městských strategií. V České republice nejsou kreativní klastry zatím moc rozšířeny, jako např. v Londýně, New Yorku, Torontu. Příčinou může být i absence tohoto odvětví a jeho podpory v důležitých strategických dokumentech ČR. Žádný strategický dokument se nevěnuje kreativním průmyslům. V malé míře je zmíněna pouze podpora a rozvoj kultury a regenerace měst.

Klastrová iniciativa je podpora vzniku klastru. Jedná se o organizované úsilí, jehož cílem je zvýšení konkurenceschopnosti klastru, kterého se mohou účastnit klastrové firmy a veřejné instituce.

(Konstrukt, 2012)

### **7.1 Mapování kulturních a kreativních klastrů v ČR**

Institut umění zahájil v březnu roku 2011 výzkumný projekt s názvem Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR. Tento projekt je financován z Programu aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity (NAKI) formou dotace od Ministerstva kultury ČR a bude probíhat až do roku 2015.

Cílem projektu je snaha o získání kompletních informací o stavu jednotlivých odvětví kulturních a kreativních průmyslů v ČR a následná analýza těchto dat. V rámci projektu bude provedena komparace se situací v ostatních členských státech EU, které se snaží o podobný výzkum.

Hlavním výstupem projektu bude mapovací dokument kulturních a kreativních průmyslů v ČR. V tomto dokumentu budou shrnuty veškeré poznatky získané během trvání projektu, tj. v období 2011-2015. Na základě tohoto dokumentu bude možné formulovat doporučení strategického charakteru, které povede ke zlepšení organizace, a hlavně k efektivnějšímu financování umění a kultury z veřejných prostředků na všech úrovních, tj. celostátní, regionální i místní. Tyto doporučení povedou též k lepšímu využití společenského a ekonomického potenciálů kulturních a kreativních průmyslů v ČR.

Projekt je rozdělen do tří oblastí:

1. Mapování – cílem je zmapovat všech 11 odvětví kulturních a kreativních průmyslů u nás a jejich následná analýza. V rámci projektu bude provedena komparace s ostatními členskými státy EU v oblasti kulturních a kreativních průmyslů.
2. Identita – kreativní průmysly s sebou nesou řadu negativních aspektů z hlediska kulturní globalizace. Proto se projekt bude zabývat otázkami české národní identity a postavení české kultury ve světě
3. Výpočet ekonomických dopadů kulturních organizací – v rámci projektu se počítá také s nástroji pro sledování a vyhodnocování multiplikačních ekonomických efektů jak kulturní, tak i umělecké činnosti a využívání kulturních dědictví v České republice.

V současné době se připravuje metodika pro měření multiplikačních ekonomických efektů u velkých akcí, jako jsou festivaly, kde je významný počet zahraničních návštěvníků a tudíž jasná vazba na cestovní ruch a kulturní turistiku. Tato metodika je založena na input-output analýze a na oficiálních statistikách ČSÚ

(Institut umění – divadelní ústav)

## 7.2 Společný regionální operační program

Společný regionální operační program byl jako jeden z 5 dokumentů realizován na základě Rámce podpory Společenství pro Cíl 1 v období 2004-2006.

SROP zahrnuje rozvojové priority sedmi regionů soudržnosti ČR a mohou být napojeny na strukturální fondy EU v rámci Cíle 1:

- Střední Čechy
- Jihozápad
- Jihovýchod
- Severozápad
- Severovýchod
- Střední Čechy
- Moravskoslezsko

Za realizaci SROP je zodpovědné Ministerstvo pro místní rozvoj a je financován z Evropského fondu regionálního rozvoje.

V prioritní ose 2 - **Rozvoj dopravní infrastruktury** jsou podporována následující opatření:

- Rozvoj dopravy v regionech
- Rozvoj informačních a komunikačních technologií v regionech
- Regenerace a revitalizace vybraných měst

Na tuto prioritu jsou alokovány veřejné výdaje ve výši 262,6 mil. € a příspěvek z ERDF ve výši 197 mil. € pro plánovací období 2004-2006.

Charakteristika současné situace uvádí, že mnoho veřejných prostranství je zanedbaných a některá jádra měst trpí nedostatkem ekonomických činností. Na jejich zlepšení bohužel nejsou peníze. Tyto a další faktory vedou k závěru, že je třeba investice do komplexní regenerace historických jader měst a do regenerace území měst, které jsou postiženy hospodářským útlumem.

Z těchto a mnoha dalších důvodů bylo vytvořeno v rámci prioritní osy opatření - **Regenerace a revitalizace vybraných měst**.

V rámci tohoto opatření byl podpořen omezený počet investičních projektů měst, které měli zkvalitnit jejich životní prostředí a životní podmínky obyvatel se zaměřením na regeneraci a revitalizaci upadajících jader měst nebo postižených území měst.

Podpora se vztahuje hlavně na:

- stavební obnovu či dostavbu vybraných objektů
- komplexní úpravy veřejné infrastruktury
- obnova technické infrastruktury a místních komunikací
- demolice objektů
- sanace vybraných prostor

Aby mohla města využít pomoc ze SROPu, musí splňovat minimálně 3 kritéria přijatelnosti:

- vysoká úroveň nezaměstnanosti
- nízká ekonomická aktivita
- nízké příjmy
- vysoká úroveň kriminality a delikvence



- nepříznivé demografické trendy
- velmi zanedbané prostředí, atd.

Celkovým cílem tohoto opatření je snaha o zlepšení celkového stavu historických jader měst, hospodářské oživení měst novými aktivitami a vytvoření nových pracovních příležitostí.

(Strukturální fondy, 2006)

### **7.3 Regionální operační program**

V operačním programu na roky 2007-2013 v prvním cíli – Konvergence je zakotveno 7 Regionálních operačních programů, které jsou určeny pro regiony soudržnosti mimo Hlavní město Prahu.

Regionální operační programy jsou určeny pro několik tematických oblastí, jejichž cílem je zvýšení konkurenceschopnosti regionů, zrychlení jejich rozvoje a zvýšení atraktivity. Každý ROP je řízen Regionální radou daného regionu soudržnosti.

Mimo jiné se tyto programy zaměřují na rozvoj území. Tedy na přípravu rozvojových území pro budoucí podnikání, bydlení a služby, na revitalizaci center měst a památkových zón, na rekonstrukci a vybavení objektů občanské vybavenosti, dostavbu veřejných prostranství atd. V oblasti podnikání se soustřeďuje na rekonstrukce, modernizace a revitalizace stávajících objektů pro podnikání včetně brownfields.

(Strukturální fondy)

### **7.4 OP nadnárodní spolupráce, oblast střední Evropa**

Podpora inovací a znalostí ve střední Evropě. Prostředky lze získat na vznikající nadnárodní klastry, které působí v klíčových oblastech (hlavně inovace a výzkum, kultura, cestovní ruch).

Snaha o zlepšení dostupnosti střední Evropy. Zvýšení konkurenceschopnosti a atraktivity měst – podpora měst při budování trvalé spolupráce na nadnárodní úrovni v určitých oblastech (kulturní, výzkumná, atd.). Venkovská sídla získají prostředky na hospodářskou činnost.

(Ministerstvo pro místní rozvoj)

## 7.5 Program Culture 2007-2013

Jedná se o program EU pro financování mezinárodních projektů v oblasti kultury. Program se snaží o zlepšení společného kulturního prostoru založeného na společném kulturním dědictví formou rozvoje kulturní spolupráce. Program Culture finančně přispívá kvalitním a inovativním projektům, které podporují kreativitu a odrážejí současné směry a zájmy subjektů z oblasti kultury.

Granty jsou určeny na pokrytí výdajů spojených se stálou činností daného subjektu, který sleduje cíle evropského zájmu v oblasti kultury:

- vyslanci (zástupci evropské kultury) – orchestry, sbory, divadelní a taneční skupiny, a jiné
- zájmové sítě – významné subjekty podporující umělecké oblasti. Síť musí mít min. 15 členů
- festivaly – které musí být známé na evropské úrovni alespoň 5 let
- subjekty podporující kulturní politiku EU
  - o platformy strukturovaného dialogu – alespoň 15 států účastnících se programu
  - o volná uskupení – sdružující soukromé i veřejné subjekty

(Česká kancelář programu Kultura)

## 7.6 Program MEDIA 2007-2013

Program MEDIA patří k podpůrným programům EU. Zaměřuje se na zvyšování konkurenceschopnosti a oběhu evropských děl na mezinárodním audiovizuálním trhu. Především na podporu činností ve fázi přípravy audiovizuální výroby (vzdělávání a vývoj) a následným činnostem, jako je distribuce a propagace.

Hlavním cílem je posilovat evropskou kulturní a jazykovou rozmanitost, kinematografické a audiovizuální dědictví, zvýšení sledovanosti evropských audiovizuálních děl a posílení konkurenceschopnosti evropského audiovizuálního odvětví.

Pro získání finanční podpory je třeba splňovat tyto oblasti audiovize:

- podpora producentů – vývoj hlavně televizních, filmových projektů
- distribuce evropských filmů v kinech – podpora distributorů

- vzdělávání – pro filmové profesionály (vývoj scénářů, nové technologie, financování) a mezinárodní spolupráci filmových škol
- festivaly
- propagace – evropské filmové trhy, propagace mimo Evropu
- nové technologie – pilotní projekty, video-on-demand

(Program podpory Evropského audiovizuálního průmyslu, © 2008)

## 7.7 Regenerace měst v ČR

Po roce 1989 začala historická jádra měst upadat, byla zanedbána technická infrastruktura, špatný stav stavebních objektů, špatná kvalita bydlení apod. Že je potřeba tyto problémy řešit si uvědomilo Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska a tak od počátku svého vzniku apelovali na vládu, aby problematice komplexní regenerace historických jader měst věnovali pozornost. Na základě aktivity sdružení vláda schválila „Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón“

(Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, © 2011)

### 7.7.1 Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón České republiky

Program je určen na záchranu a rozvoj nejcennějších částí historických měst vytvořením organizačních, informačních a ekonomických podmínek určených k jejich komplexní regeneraci. Smyslem není jen rehabilitace kulturních hodnot, ale i ozdravení životního prostředí města a vytvoření atraktivního prostředí pro rozvoj podnikatelských aktivit.

Proces regenerace se týká téměř všech městských památkových rezervací a městských památkových zón ČR, přičemž lze konstatovat, že díky tomuto programu se zlepšil stav památkově chráněných území.

Hlavním cílem programu je aktivizovat města s městskou památkovou zónou nebo rezervací a napomáhat při jejich regeneraci a realizaci programu regenerace městských památkových rezervací a zón. Také dochází k obnově technické infrastruktury, domovního a bytového fondu, zlepšuje se stav životního prostředí.

Tyto regenerační procesy přináší nová pracovní místa a vytvářejí další prostor k podnikání. Díky opravám a regeneraci historických jader měst stoupá i zájem turistů o danou oblast, tudíž stoupá i poptávka po zařízeních a službách cestovního ruchu.

Velkým přínosem Programu regenerace je jeho časový horizont, který vytváří prostor pro plány v delším časovém období. Mezi prioritní osy místních politik program zařadil péči o kulturní památky a regeneraci památkově chráněných oblastí.

Prostředky jsou poskytovány ze 4 zdrojů:

- Státní rozpočet – na záchranu církevních a kulturních památek, pro rozvoj malých a středních podniků
- Nadace na záchranu kulturního dědictví
- Státní fond pro životní prostředí
- Jiné specializované české i zahraniční fondy, nadace, dary od právnických a fyzických osob, apod.

Příspěvky na obnovu kulturních památek jsou určeny jen městům a obcím, ve kterých se nachází městská památková rezervace nebo městská památková zóna, a která mají schválený městský program regenerace.

(Ministerstvo kultury, © 2007)

## 8 NÁVRH OPATŘENÍ K PODPOŘE ROZVOJE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A URBÁNNÍ REGENERACE V ČR

Ve vyspělých zemích světa zaujímá kultura významnou funkci hlavně z ekonomického hlediska, což se projevuje v různých odvětvích kulturních průmyslů, jako je např. hudební a filmové odvětví. Kulturní průmysl je však závislý na veřejné podpoře, čímž podporuje růst kreativní ekonomiky, kreativních průmyslů.

Problematika kulturních a kreativních průmyslů není v České republice rozšířena v takové míře, jako např. v Londýně, New Yorku nebo Torontu. Žádný ze současných strategických dokumentů se nevěnuje kreativním průmyslům. V menší míře je zmíněna jen podpora a rozvoj kultury a regenerace měst.

V posledních letech došlo k výraznému posílení kulturní politiky. Je však nutné vypracovat a realizovat různé strategie, které se budou věnovat klastrům, umělecké tvorbě, kreativnímu vzdělání a jiným činnostem v oblasti kulturního a kreativního průmyslu.

Kulturní a kreativní průmysly v České republice jsou na stejné nebo velmi podobné úrovni, jako většina členských států Evropské unie. Podle účtu kultury v roce 2009 se na HPH (Hrubá přidaná hodnota) nejvíce podílel design a kreativní služby a to 39,1 % a audiovizuální a interaktivní technika hodnotou 21,1 %.

Podpora kulturních a kreativních průmyslů v ČR se postupně zlepšuje, což dokazuje i studie Kulturní a kreativní průmysly v ČR, která byla zpracována v roce 2011 a podává podrobný popis a analýzu odvětví těchto sektorů. Tato studie zahrnuje mezi kulturní a kreativní průmysly hudbu, knihy a tisk, trh s uměním, film, videohry, rozhlasové a televizní vysílání, reklamu, design, scénická umění, cestovní ruch a architekturu. Bohužel je často poukazováno na omezení rozvoje průmyslů z hlediska nesevětového jazyka.

V oblasti, jako je reklama, videohry, vydavatelství ať už filmová či hudební, hrají hlavní roli převážně nadnárodní firmy. České firmy jsou pak nejvíce v oblastech, které vyžadují znalost místního prostředí, jako je architektura, cestovní ruch.

Pro podporu kulturních a kreativních průmyslů je důležité hlavně společenské prostředí, ve kterém se vyvíjí. Neméně důležitá je také oblast vzdělávání a výzkumu v daných oblastech. Z tohoto pohledu jsou mezi jednotlivými odvětvími značné rozdíly a opatření na podporu kulturního a kreativního průmyslu v ČR je opravdu málo. Strategické dokumenty se zmiňují pouze o podpoře a rozvoji kultury a regeneraci měst.

Úspěchy, kterých bylo v posledních letech dosaženo, jsou hlavně zásluhou jedinců a firem, kteří se dokázali prosadit na našem i zahraničním trhu i bez strategické podpory. Nicméně absence strategické podpory by měla v následujících letech vymizet.

Evropská komise věnuje velkou pozornost přínosu kulturních a kreativních průmyslů k udržitelnému rozvoji EU a naplňování Evropské strategie 2020.

Podpora kulturních a kreativních průmyslů je velmi důležitá. V dnešní době se jedná o atraktivní průmysly, kdy je možnost vzniku nových a udržitelných pracovních míst.

Hlavně kulturní průmysl má velký podíl na zkvalitňování života jak ve venkovských tak i v městských oblastech, čímž vytváří kreativní atmosféru. Města a vesnice se tak stávají atraktivnějšími oblastmi a přitahují stále více návštěvníků a investorů, čímž se zvyšuje konkurenceschopnost regionu a tím i celé České republiky. Snaží se o inovaci a přispívá k růstu hospodářství. Kreativní průmysl se stává stále více populární a lidé se o něj začínají zajímat.

Mnoho průmyslových a dlouho nevyužívaných oblastí se díky tvorbě inkubátorů a klastrů stává atraktivnějšími a více využívanými, čímž přispívají k růstu hospodářství a zlepšení ekonomiky. Kulturní a kreativní průmysly se musí vyrovnávat s neustále se měnícím prostředím, které charakterizuje hlavně digitalizace a globalizace. Ty představují pro kulturní a kreativní průmysly velké možnosti a výzvy, neboť moderní vybavení, rozvoj výroby, distribuce a vysoká konkurenceschopnost je pro přežití kulturních a kreativních průmyslů stěžejní.

Kulturní a kreativní klastry jsou velmi odlišné jak z pohledu národních hranic, tak i jazykových bariér, což velmi často komplikuje spolupráci těchto odvětví mezi jednotlivými státy a může tak vést k odmítnutí podnikatelských příležitostí.

Dalším problémem rozvoje kulturních a kreativních průmyslů jsou zdroje nezbytné pro jejich financování. I přes tento problém existují kulturní a kreativní průmysly, které přinášejí naší ekonomice přínosy a zvyšují konkurenceschopnost země.

## 8.1 Zvyšování povědomí o kulturním průmyslu, ochrana a péče o kulturní dědictví

V České republice je kultura založena hlavně na kulturním dědictví a tradicích, které v posledních letech ve většině měst vymizely, a udržují se jen v některých místních dědinách a oblastech, které jsou založeny na tradičním způsobu života. Kultura, ať už samotná, nebo jako potenciál pro využívání prvku kreativity není dostatečně oceněna. Je třeba vytvořit program zaměřený na zvyšování povědomí o kulturních a kreativních průmyslech, o kulturním dědictví České republiky. V rámci programu by se pořádaly semináře a konference, vytvořila by se webová stránka, vydávali by se různé publikace a hlavně by se podporovala aktivita a propagace v oblasti kulturních a kreativních průmyslů. Bylo by také třeba zajistit financování, a to jak z veřejných, tak ze soukromých zdrojů.

Kulturní dědictví České republiky je velmi rozsáhlé a převážně zachované a tak zastupuje mimořádné postavení i v Evropě. V druhé polovině 20. století však docházelo k dlouhodobému zanedbávání péče o toto dědictví. Na základě této situace by měla být poskytována hlavně finanční pomoc jednak z fondů EU a státního rozpočtu, ale i jiných. Tyto peníze by měly být použity na revitalizaci kulturního i přírodního dědictví, a zpřístupnění veřejnosti. Díky opravám historických památek a zpřístupnění i takových oblastí, které dosud zpřístupněny nebyly, se dají získat další peníze na revitalizaci a jejich udržování. V neposlední řadě by se měl zvýšit zájem o památky ve společnosti. Jejich dobrá propagace a prezentace tak přiláká mnoho nových i stálých návštěvníků jak z České republiky, tak i ze zahraničí.

Nabízí se možnost zapůjčení historických sbírek ze zahraničí a jejich expozice u nás. Významné expozice by neměly být vystavovány pouze v Praze, která je pro část republiky hůře dostupná a veřejnosti se nechce cestovat tak daleko za výstavou. V ČR jsou i jiná atraktivní místa, kde by se expozice mohly konat a přilákali by tak větší okruh nadšenců.

V oblasti písemného kulturního dědictví je velice důležité jeho archivace a postupná digitalizace. Díky převedení textů do elektronické podoby se předchází jejich následné nečitelnosti a rozkladu papíru, na kterém jsou zachovány. Byla by věčná škoda, kdyby dokumenty zachované stovky let měly být zničeny působením času a tak ztraceny navždy.

## 8.2 Podpora vzdělávání v oblasti kreativního průmyslu

V oblasti podpory vzdělávání v oblasti kreativního průmyslu by se mělo zaměřit hlavně na:

- zlepšení výukových metod. Lektoři by se měli věnovat rozvoji kreativity u jednotlivců a ne kolektivně. Každý student je jiný a má jinou představu kreativního umění a tu je potřeba rozvíjet. Studentům by měl být dán větší prostor pro svůj rozvoj.
- Studenti by se měli více zapojovat do uměleckých aktivit, měli by se účastnit různých soutěží neustále se kreativně rozvíjet jak ve škole, tak i ve svém volném čase.
- Zlepšení technologického zázemí pro jednotlivé odvětví. V oblasti digitálních médií by měli mít studenti k dispozici jak nejnovější a nejlepší technologie, tak i technologie starší a nejvíce rozšířené, aby po vystudování školy měly širší přehled a dovednosti v používání daných technologií a tím se stali atraktivnější pro potenciální zaměstnavatele.
- Do kreativního vzdělávání by měli být zapojeni již stávající umělci a znalci, kteří by mohli studentům předat zkušenosti z praxe a naučit je novým věcem.
- Měly by se pořádat různé semináře a přednášky, kde by vystupovali známí čeští i zahraniční hosté z oblasti kreativního průmyslu.
- Školy by mezi sebou měly spolupracovat a podílet se na společných projektech
- Podpora nadaných studentů v kreativní oblasti formou stipendia nebo možností účastnit se mezinárodních soutěží a seminářů.
- V neposlední řadě by měly probíhat různá školení a vzdělávání stávajících učitelů na školách, kteří by tak byli informovaní o novinkách a mohli je předat i studentům.
- V oblasti designu (hlavně oblečení) by se studenti, kteří by měli zájem, mohli účastnit módních přehlídek

Pro kreativní průmysl je také důležité mít vzdělané a zkušené zaměstnance z oblasti marketingu a managementu. V oblasti kultury je bohužel nedostatek dobrých manažerů, kteří by dokázali zajistit kvalitní financování, marketing a vysoký odbyt produktů a služeb.

## 8.3 Zvyšování konkurenceschopnosti

Pokud bude kulturní a kreativní průmysl posilovat, bude se také navyšovat jejich konkurenceschopnost jak na národních tak i na mezinárodních trzích. Důležitá je však jejich pro-



pagace a prezentace v České republice, ale i v zahraničí, nejlépe na světových festivalech a veletrzích. Samozřejmě některé oblasti jsou již podporovány, ale v dnešním konkurenčním světě to bohužel nestačí.

Kulturní a kreativní průmysly by měli fungovat nejen na domácí půdě, ale i v zahraničí, čehož je možné docílit pomocí exportu. Díky propagaci na zahraničních trzích se tak zvýší povědomí o českých kulturních a kreativních průmyslech, jejich kvalitě a hlavně se tím posílí konkurenceschopnost ČR na světové úrovni.

Posilování konkurenceschopnosti napomáhají převážně známé firmy a vyhlášené značky, jako je hudební vydavatelská společnost Supraphon, z filmového průmyslu to jsou Bontonfilm, Falcon, Aerofilms, Intersonic, v oblasti knižního vydavatelství se jedná o firmy Euromedia Group, MOBA, Grada Publishing. V neposlední řadě stojí za zmínku také hudební festivaly, jako je Rock for People ve Vizovicích, Colours of Ostrava, Hip Hop Kemp v Hradci Králové nebo Open Air Festival pořádaný na letišti v Panenském Týnci. Samozřejmě nemůžeme vynechat filmové festivaly, z nichž nejznámější a nejvíce navštěvovaný je Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary, Letní filmová škola v Uherském Hradišti a Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně. Vysoká koncentrace návštěvníků jak z České republiky, tak i ze zahraničí napomáhá růstu konkurenceschopnosti kulturních a kreativních průmyslů v daných oblastech.

#### **8.4 Zlepšení financování kulturních a kreativních průmyslů**

Kulturní a kreativní průmysly v České republice nemají k financím velký přístup. Z větší části je financován pouze kulturní průmysl. V posledních letech však díky úsporám veřejných rozpočtů jsou často prováděny škrty v oblasti financování kulturních a kreativních průmyslů. Kulturní a kreativní průmysl je z velké části závislý na poptávce zákazníků. Je tedy zapotřebí zajistit více privátních zdrojů, aby se tak předcházelo případným dluhům a neschopnosti financování daných odvětví. Ministerstvo průmyslu a obchodu realizuje od roku 2010 projekt „*Realizace pilotního Seed fondu pro začínající inovační podnikatele, s ním spojených finančních nástrojů a opatření pro podporu aktivit spojených s firmami v early stage (rané fázi)*“.

Zefektivnění financování je velmi důležité jak na regionální tak i mezinárodní úrovni. Je třeba využít strukturálních fondů, jako je Evropský fond regionálního rozvoje a jeho rám-

cový program Kreativní Evropa (2014-2020), který říká, že je potřeba investovat do kulturních a kreativních odvětví, neboť významně přispívají k hospodářskému růstu, snižují nezaměstnanost, zvyšují inovace a sociální soudržnost. Kreativní Evropa bude podporovat kulturní odlišnost a jazykovou rozmanitost a hlavně se bude snažit posílit konkurenceschopnost kulturních a kreativních průmyslů.

Důležité jsou finance do rozvoje venkova, hlavně do městské a venkovské regenerace, územní spolupráce, do turismu, kulturního dědictví a jejich propagace. Důležité jsou také investice do nových technologií, které jsou pro kreativní průmysl velmi důležité, do kulturní infrastruktury, která je důležitá pro rozvoj a regeneraci venkovských oblastí.

### **8.5 Rizika spojená s kulturními a kreativními průmysly**

Je důležité rozvíjet kulturní a kreativní průmysly v České republice, nicméně musíme počítat i s riziky s nimi spojenými. Při zakládání nebo rozšiřování podniků v kulturních a kreativních průmyslech jsou velmi důležité a nepostradatelné finanční prostředky. Bohužel přístup kulturních a kreativních průmyslů k financím je velmi omezený, neboť většina firem trpí nedostatkem kapitálu. Při získávání finančních zdrojů může být problém se zárukami, neboť v případě např. autorských práv hmotné záruky nejsou možné. Potenciální investoři a banky by měli mít vyšší povědomí o ekonomické hodnotě a budoucímu potenciálu kulturních a kreativních průmyslů. Měl by být zaveden systém záruk, finanční nástroje jako rizikový kapitál, možnost sdílení rizika, které poskytují účastníci trhu atd.

Díky současné krizi může nastat situace, že se sníží finance z veřejných zdrojů, nebudou přiznány dotace na podporu kulturních a kreativních průmyslů. Z důvodu neatraktivnosti nebo poklesu ziskovosti odvětví můžou být náhle ukončeny podpory jak z veřejných tak ze soukromých zdrojů a hrozí stagnace daného odvětví.

Rizikem také může být snížení zájmu o výstupy kulturních a kreativních průmyslů a pokles jejich prodeje. Je tedy důležité neustále inovovat a přicházet s novými nápady.

Mezi rizikové odvětví v dnešní době patří muzikálová produkce, koncertní show a letní festivaly. V těchto oblastech jsou velmi vysoké počáteční náklady a tak zůstává muzikálová produkce vysoce rizikové odvětví a nepříliš výnosné.

## 8.6 Kulturní a kreativní průmysly ve Zlínském kraji a jejich podpora

Ve Zlínském kraji, jako jediném v ČR díky projektu CreaClust proběhlo mapování kreativních průmyslů, které tak lépe analyzovalo kreativní odvětví, zejména filmový průmysl, folklór či lidová řemesla.

Od vzniku krajů v roce 2000 byly ve Zlínském kraji zpracovány různé koncepční a strategické dokumenty, směřující k rozvoji území a potřeb obyvatel.

Zlínský kraj proslul hlavně díky obuvnickému průmyslu, který zaměstnával přes 30 000 pracovníků po celém světě. V dnešní době již tento průmysl není tak rozvinutý, avšak dává prostor pro jiné odvětví, jako je výroba plastů, ale i tzv. kulturní a kreativní průmysly, hlavně audiovizí, resp. filmový průmysl. Ve Zlíně se pořádá nejstarší filmový festival v ČR - Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, velmi oblíbená je i Letní filmová škola v Uherském Hradišti.

Základem kulturních a kreativních průmyslů je kreativita, schopnosti a talent jednotlivců, které představují potenciál pro tvorbu bohatství.

Podpora kulturních a kreativních průmyslů byla zanalyzována ve 3 aktuálně platných strategických dokumentech pro Zlínský kraj, a to:

1. *Strategie rozvoje Zlínského kraje 2009-2020* – jedná se o nejmladší strategický dokument a první dokument, který se zabývá problémem kreativního průmyslu.

Strategický dokument se zmiňuje o kreativitě v cíli 1.2 „Posílit význam sektoru služeb v regionální ekonomice“, v úkolu 1.2.3 „Podporovat kinematografii a sektory zábavy a kreativity“. Kdy navrhuje příspěvek na rekvalifikaci zaměstnanců, nabídku vhodných prostor či pozemků pro investory z oblasti kinematografie, zábavných sektorů a kreativity. Může se jednat o provozovatele zábavných parků, filmové a reklamní produkce, průmyslového designu apod. Rozvoj kreativního průmyslu tak představuje jedinečnou příležitost představit Zlínský kraj jako kreativní region. Na cíl 1.2 bylo vymezeno 219,2 mil. Kč, s ročním průměrem asi 17 mil. Kč.

2. *Koncepce rozvoje kultury ve Zlínském kraji* – dokument poukazuje na nutnost zatraktivnit prostředí a posílit cestovní ruch ve Zlínském kraji. Důraz je také kladen na propojení kultury a vzdělávacího systému.

V oblasti budování a rozvoje inovačního prostředí se strategie zmiňuje také o klastru, jako o nástroji pro zvýšení konkurenceschopnosti. Z celkového kontextu vyplý-

vá, že Zlín byl vždy centrem obuvnického průmyslu, stejně tak kolébkou marketingu, filmu i designu.

3. *Program rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje* – poslední aktualizace programu proběhla v roce 2007 a jeho zpracování bylo financováno Evropskou unií.

Problematika kulturních a kreativních průmyslů se v dokumentu vyskytuje zřídka, avšak je zde uvedena charakteristika kultury - kulturního dědictví, stejně tak i folklóru a festivalů, jakožto silná stránka regionu a nevyužitý potenciál. Mezi slabé stránky pak patří špatný stav zámků, některých historických památek, kdy se doporučuje rekonstrukce nejvýznamnějších kulturních a historických památek pro zvýšení atraktivnosti regionu s možností větší podpory a propagace.

Celkovou strategií programu je tedy využití potenciálu Zlínského kraje pro zvýšení růstu ekonomiky, hlavně cestovního ruchu, zaměstnanosti a většího využití přírodního a kulturního potenciálu.

Koncepce rozvoje kultury ve Zlínském kraji a Program rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje ukázaly dva rozdílné názory na podporu kreativních průmyslů. Program rozvoje cestovního ruchu se věnuje destinačnímu managementu, marketingu a infrastruktuře, kdy klade důraz na využití přírodního a kulturního dědictví a folklóru ke zvýšení ekonomiky kraje. Kultura zde tedy slouží jako ekonomický zájem cestovního ruchu. Koncepce rozvoje kultury se naopak snaží uchovat a podporovat vznik nových kulturních hodnot od vzdělávání až po cestovní ruch. Strategie rozvoje Zlínského kraje, jako nadřazený strategický dokument vyzdvihuje pojem kreativních průmyslů jako možný vývoj regionu. Mezi cíle a opatření se tak již zahrnuje podpora kinematografie, kreativity, designu atd.

Kreativní průmysly by měly mít místo v každé rozvojové strategii státu, regionu nebo města, neboť se jedná o endogenní potenciál, který je nutno v dnešní nelehké ekonomické situaci začít využívat.

(Zlínský kraj, 2012; Konstrukt, 2012)

## 8.7 Podpora urbánní regenerace

Pro regeneraci měst je velmi důležité, mít jasnou vizi a strategii. Nejen Česká republika, ale i Evropská unie by měla podporovat projekty, které se snaží o regeneraci městských center a hospodářsky slabých či upadajících regionů.

Hlavním cílem by měla být:

- regenerace narušených území (brownfields) a regenerace oblastí, které jsou hospodářsky slabé
- lepší regenerace lze dosáhnout také zlepšováním a zkvalitňováním podmínek života pro místní obyvatele a případné návštěvníky dané oblasti
- snaha o zlepšení stavu životního prostředí, odstranění negativních dopadů rušných silnic, snaha o zachování zeleně hlavně ve větších městech, která jsou z větší části obklopena betonem a asfaltem. Péče o veřejné prostranství a rozšiřování veřejné zeleně je pro regeneraci měst velmi důležité
- snaha o snížení kriminality, ochrana obyvatel
- rozvoj volnočasových aktivit, snaha o vybudování multifunkčního centra, které by mělo využití jak pro děti, tak i pro dospělé. Dále modernizace budov určených pro volný čas, rozšiřování jejich služeb a zvýšení atraktivity
- snaha o zkrášlení takových částí města, které jsou zanedbány. Jedná se hlavně o okrajové části města
- regenerace starých průmyslových areálů, které by mohli být příležitostí pro podnikatelské inkubátory, začínající i stávající podnikatele, využití pro veřejné účely atd.
- v rámci regenerace měst by se měl snížit počet nabízených stavebních pozemků, které regeneraci škodí

### **8.7.1 Program regenerace městské památkové zóny Uherské Hradiště**

Program regenerace městské památkové zóny Uherské Hradiště se snaží o záchranu a zachování historicky nejcennějších částí města s cílem jejich revitalizace.

Mezi hlavní cíle programu patří:

- práce na záchraně ohrožených objektů,
- obnova technické infrastruktury,
- rekonstrukce a pravidelná údržba,
- zlepšení způsobů využití objektů,
- snaha o zachování historického charakteru města,
- rekonstrukce a úprava veřejných prostranství, náměstí a parků,
- snaha zapojit obyvatele do regenerace MPZ,

- snaha o zvýšení podílu města na záchraně památek.

Město nemá památky, které by byly v natolik špatném stavu, že by ohrožovali jejich samotnou existenci či ztrátu historických hodnot. Komplexní rekonstrukcí projde bývalý justiční palác s věznicí a bývalé Městské lázně v Dvořákově ulici, které budou přestavěny na polyfunkční dům.

Velmi kladný vztah k procesu regenerace má i podnikatelská sféra, kdy se podnikatelé aktivně podílí na financování obnovy památkových objektů a na regeneraci interiéru památkové zóny.

Co se týká veřejných prostranství a parků, v uspokojivém stavu jsou Smetanovy sady a jezuitská zahrada a park v Bastionu. Pro Smetanovy sady byl vypracován program revitalizace, který obnášel kácení stromů, ošetření, údržbu a vysazování nové zeleně. Také byla provedena úprava nádvoří Galerie Slováckého muzea, Staré radnice, nádvoří Reduty a jiné.

Průběžně jsou také budována parkovací místa pro obvodu historického jádra a ubylo parkovacích míst v historickém centru města. Větší parkoviště vznikly v nádraží, na Velehradské třídě a v ulici Dvořákově. Nově vznikly také pěší zóny, a to v ulici Protzkarově, v prostoru Mariánského náměstí, části ulice J. Pruchy a Františkánské.

Do obnovy památek a prostředí MPZ byla v letech 1992 – 2010 vložena částka přes 800 milionů Kč.

### **Strategické cíle programu regenerace MPZ do roku 2015**

- snaha o udržení a posílení aktivní účasti vlastníků památek na jejich údržbě a obnově,
- řešení problému nevyužitých a zanedbaných památek,
- zachování a doplnění historické urbanistické struktury MPZ, podpora a rozvoj bydlení,
- regenerace městských parků a veřejných prostranství,
- snaha o výšení provázanosti kulturního dědictví a cestovního ruchu,
- údržba a posílení městské image, revitalizace památkových zón, snaha o zvýšení jejich atraktivnosti,
- bezpečnost a čistota při pořádání kulturních akcí na území MPZ,
- dobrá přístupnost a prosperita památkové zóny.

(Uherské Hradiště, 2011)

## ZÁVĚR

Kulturní a kreativní průmysly by měly mít místo v každé rozvojové strategii státu, regionu nebo města, neboť se jedná o endogenní potenciál, který je nutno v dnešní nelehké ekonomické situaci začít využívat.

Kulturní a kreativní průmysl v ČR není příliš rozšířený. Postupně se však stává atraktivnější jak pro firmy, tak i pro investory. Pokud bude kulturní a kreativní průmysl v ČR nadále posilovat, bude se zvyšovat jeho konkurenceschopnost. Důležitá je propagace a prezentace v České republice i v zahraničí, nejlépe na světových festivalech a veletrzích. Díky ní se zvýší povědomí o českých kulturních a kreativních průmyslech, jejich kvalitě a posílí se konkurenceschopnost ČR na světové úrovni.

Aby byl kulturní a kreativní průmysl úspěšný, je třeba navrhnout jistá opatření a sjednat nápravy v klíčových oblastech. Na nízké úrovni je oblast vzdělávání. Školy zaměřené na kulturní a kreativní průmysly mají většinou špatný přístup ke studiu a vzdělávání studentů. Samotní studenti pak nemají dostatečný prostor pro praxi. Studenti by se měli o kreativní průmysl více zajímat, měli by se mu věnovat jak ve škole, tak i ve volném čase. Velmi důležitá je také účast na národních a mezinárodních soutěžích, kdy se Česká republika může pochlubit svou kreativitou.

Nedostatky bohužel nejsou jen ve školství. Jedna z nejdůležitějších oblastí, které by se měl dát prostor, je zvyšování povědomí o kulturních a kreativních průmyslech v ČR. Kultura jako potenciál pro využívání prvku kreativity není dostatečně oceněna. Je tedy nezbytné, aby byla vytvořena strategie pro rozvoj kulturního průmyslu, která by podporovala aktivity a propagace v oblasti kultury. Kultura je velmi široký pojem, hlavní opatření k její podpoře však spočívá v revitalizaci kulturního i přírodního dědictví. Mnoho významných historických památek je ve špatném stavu. Jejich revitalizací a větší propagací by se zvýšilo povědomí o kulturních průmyslech a zvýšila by se atraktivnost a konkurenceschopnost odvětví.

Kulturní a kreativní průmysly v ČR se neustále rozvíjí, o čemž svědčí i jejich zakomponování do nové strategie Evropa 2020, a Strategie regionálního rozvoje ČR pro období 2014-2020. V posledních letech se dostávají i do strategických dokumentů jednotlivých krajů ČR. Lze tedy předpokládat, že se kulturní a kreativní průmysly v ČR budou i nadále vyvíjet.

Kulturní a kreativní průmysly jsou spojeny s určitými riziky. Pro rozvoj kreativních průmyslů jsou nejdůležitější finanční prostředky. Bohužel přístup k těmto financím je v České republice velmi omezený, neboť většina firem trpí nedostatkem kapitálu. V oblasti financování by měl být zaveden systém záruk, finanční nástroje jako rizikový kapitál, možnost sdílení rizika, které poskytují účastníci trhu atd.

Díky ekonomické krizi se snižují dotace a finanční prostředky z veřejných zdrojů z důvodu neatraktivnosti odvětví a ušetření peněžních prostředků.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Monografie:

- ABRHÁM, Josef, 2009. *Klastry jako nástroj regionální ekonomické konkurenceschopnosti: (případové studie České republiky a zemí Evropské unie)*. 1. vyd. Praha: MAC, 83 s. ISBN 978-80-86783-38-3.
- ANDERSSON, Thomas et al., 2004. *The Cluster Policies Whitebook*. Sweden: IKED, ISBN 91-85281-03-4.
- BLAŽEK, Jiří a David UHLÍŘ, 2002. *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, klasifikace*. Praha: Karolinum, 211 s. ISBN: 80-246-0384-5.
- CARLEY, Michael et al., 2000. *Urban regeneration through partnership: A study in nine urban regions in England, Scotland and Wales*. 1. vyd. Bristol: The Policy Press, 77 s. ISBN 1-86134-250-0.
- CIKÁNEK, Martin, 2009. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*. 1. vyd. Praha: Institut umění, 79 s. ISBN 978-80-7008-231-7.
- COOKE, Philip a Luciana LAZZERETTI. 2008. *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. 1. vyd. Glos: Edward Elgar Publishing Limited, 367 s. ISBN 978-1-84720-268-0.
- KLOUDOVÁ, Jitka et al., 2010. *Kreativní ekonomika: Trendy, výzvy, příležitosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 224 s. ISBN 978-80-247-3608-2.
- LANDRY, Charles. 2008. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. 2. vyd. London: Comedia, 299 s. ISBN 978-1-84407-598-0.
- PAVELKOVÁ, Drahomíra, 2009. *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem*. Vyd. 1. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2689-2.
- ROBERTS, Peter a Hugh SYKES, 2000. *Urban regeneration: a handbook*. London: Sage Publications. ISBN 978-0761967163.
- SKOKAN, Karel, 2004. *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. 1. vyd. Ostrava: Repronis, 160 s. ISBN 80-7329-059-6.
- TALLON, Andrew, 2010. *Urban regeneration in the UK*. 1. vyd. Abingdon: Routledge, 320 s. ISBN 0-203-87259-2.

**Internetové zdroje:**

- ABERDEEN CITY COUNCIL. *Aberdeen City Local Economy - reports and forecasts*. [online]. [cit. 2013-04-23]. Dostupné z: [http://www.aberdeencity.gov.uk/planning\\_environment/planning/regeneration/reg\\_growth\\_fund.asp](http://www.aberdeencity.gov.uk/planning_environment/planning/regeneration/reg_growth_fund.asp)
- ABOUT EDINBURGH, *The History and Culture of Edinburgh, Scotland*. [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.aboutedinburgh.co.uk/edinburgh-history-culture-information>
- BUSINESS INSIDER, 2012. *SCOTLAND'S CREATIVE INDUSTRIES: Ingenuity makes an impact*. [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.business7.co.uk/insider-magazine/latest-news/2012/07/16/scotland-s-creative-industries-ingenuity-makes-an-impact-106408-19874181/>
- CREACLUST, 2011. *CreaClust: Přeshraniční klastrová iniciativa pro rozvoj kreativního průmyslu*. [online]. [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.creaclust-cz-sk.eu/>
- CREATIVE SKILLSET, 2009. *At a glance: the Creative Industries in Scotland*. [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: [http://www.creativeskillset.org/uk/scotland/industry/article\\_2537\\_1.asp](http://www.creativeskillset.org/uk/scotland/industry/article_2537_1.asp)
- ČESKÁ KANCELÁŘ PROGRAMU KULTURA. *Program Culture (2007-2013)*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.programculture.cz/res/data/007/000835.pdf>
- CZECHINVEST, 2007a. *Klastry*. [online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/klastry>
- CZECHINVEST, 2007b. *Průvodce klastrem*. [online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/pruvodce-klastrem-63.pdf>
- DESIGN COUNCIL, 2010. *Design Industry Research 2010*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.designcouncil.org.uk/our-work/Insight/Research/Design-Industry-Research-2010/>
- DIGITAL DUNDEE, 2012. *Scottish Labour leader supports Dundee computer games cluster*. [online]. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://www.digitaldundee.com/2012/03/scottish-labour-leader-supports-dundee-computer-games-cluster/>

- DISCOVER OPPORTUNITIES, 2011. *Dundee Economic Profile September 2011*. [online]. [cit. 2013-04-23]. Dostupné z: [http://www.discoveropportunities.org.uk/cms/files/publication\\_119.pdf](http://www.discoveropportunities.org.uk/cms/files/publication_119.pdf)
- DUNDEE CITY COUNCIL, 2010. *About Dundee 2010*. [online]. [cit. 2013-04-23]. Dostupné z: [http://www.dundee.gov.uk/sites/default/files/publications/publication\\_2005.pdf](http://www.dundee.gov.uk/sites/default/files/publications/publication_2005.pdf)
- GAME INDUSTRY INTERNATIONAL, 2008. *Interactive Tayside profile*. [online]. [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.gamesindustry.biz/articles/interactive-tayside-profile>
- GLASGOW ECONOMIC FACTS. *Economy*. [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: [http://www.glasgoweconomicfacts.com/Dept.aspx?dept\\_id=125](http://www.glasgoweconomicfacts.com/Dept.aspx?dept_id=125)
- EDINBURGH INSPIRING CAPITAL. *Economic Data & Publications*. [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: [http://www.edinburghinspiringcapital.com/invest/economic\\_data.aspx](http://www.edinburghinspiringcapital.com/invest/economic_data.aspx)
- EVROPSKÁ KOMISE, 2010. *Zelená kniha: Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*. [online]. [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:CS:PDF>
- INSTITUT UMĚNÍ – DIVADELNÍ ÚSTAV. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR*. [online]. [cit. 2013-03-28]. Dostupné z: <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr>
- INSTITUT UMĚNÍ – DIVADELNÍ ÚSTAV, 2011. *Kulturní a kreativní průmysly v ČR (e-book, 2011)*. [online]. [cit. 2013-03-28]. ISBN: 978-80-7008-009-2. Dostupné z: <http://www.idu.cz/cs/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-cr-e-book-2011>
- INTERACTIVE TAYSIDE. [online]. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://interactivetayside.com/>
- KONTSTUKT, 2011. *Od kreativních průmyslů ke kreativním klastrům*. [online časopis]. [cit. 2012-11-25]. Dostupné z: <http://www.konstruktmag.cz/od-kreativnich-prumyslu-ke-kreativnim-klastrum/>
- KONTSTUKT, 2012. *Regionální strategie a kreativní průmysly – příklad Zlínského kraje*. [online časopis]. [cit. 2013-03-25]. Dostupné z:

<http://www.konstruktmag.cz/regionalni-strategie-a-kreativni-prumysly-priklad-zlinskeho-kraje/>

- LAPERACHE, Blandine, Paul SOMMERS a Dimitri UZUNIDIS, ©2010. *Innovation networks and clusters: the knowledge backbone*. Vyd. 1. New York: Peter Lang. ISBN 978-905-2016-023. Dostupné také z: [http://www.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=Nd9-fmAs9AQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Innovation+networks+and+clusters:+the+knowledge+backbone&ots=5uBusjkNGM&sig=MaSKF70KLsWxeBHbKeS6-H-8No0&redir\\_esc=y](http://www.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=Nd9-fmAs9AQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Innovation+networks+and+clusters:+the+knowledge+backbone&ots=5uBusjkNGM&sig=MaSKF70KLsWxeBHbKeS6-H-8No0&redir_esc=y)
- LIVE MUSIC EXCHANGE, 2003. *Live Music Exchange Resources: Mapping the music industry in Scotland: a report – John Williamson, Martin Cloonan and Simon Frith (2003)*. [online]. [cit. 2013-04-23]. Dostupné z: <http://livemusicexchange.org/resources/mapping-the-music-industry-in-scotland-a-report/>
- LOCATE-DUNDEE. *Creative Industries in Dundee*. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.locate-dundee.co.uk/invest/key-sectors/creative-industries>
- LOCAL GOVERNMENT IMPROVEMENT AND DEVELOPMENT, 2009. *Dundee Computer Games Cluster*. [online]. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://sitetest.idea.gov.uk/idk/core/page.do?pageId=11239298>
- MINISTERSTVO KULTURY. *Dotační programy*. [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/kulturni-dedictvi/pamatkovy-fond/dotacni-programy/default.htm>
- MINISTERSTVO KULTURY, © 2007. *Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=429>
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ, 2010. *Zásady urbánní politiky*. [online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/63d00d20-3a85-48f5-b112-1d3b003398dd/ZUP\\_tisk.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/63d00d20-3a85-48f5-b112-1d3b003398dd/ZUP_tisk.pdf)
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *OP nadnárodní spolupráce, oblast Střední Evropa*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Evropska-unie/Strukturalni-fondy/Programovaci-obdobi-2007-2013/Programy-Dotace/Programy-pro-mistni-samospravu/OP-Nadnarodni-spoluprace>

PROGRAM PODPORY EVROPSKÉHO AUDIOVIZUÁLNÍHO PRŮMYSLU, © 2008.

*O programu MEDIA.* [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z:  
<http://www.mediadeskcz.eu/cz/co-je-media/33>

SCOTLAND. *Where is Scotland?* [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z:  
<http://www.scotland.org/about-scotland/where-is-scotland>

SCOTTISH DEVELOPMENT INTERNATIONAL, ©2008 – 2013a. *Digital media and the creative industries in Scotland.* [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z:  
<http://www.sdi.co.uk/sectors/creative-industries.aspx>

SCOTTISH DEVELOPMENT INTERNATIONAL, ©2008 – 2013b. *Strengths: Strengths and benefits of the digital media and creative industries sector in Scotland.* [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.sdi.co.uk/sectors/creative-industries/strengths.aspx>

SCOTTISH DEVELOPMENT INTERNATIONAL, ©2008 – 2013c. *Publishing: The publishing sector in Scotland.* [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z:  
<http://www.sdi.co.uk/sectors/creative-industries/sub-sectors/publishing.aspx>

SCOTTISH DEVELOPMENT INTERNATIONAL, ©2008 – 2013d. *Scotland's film and broadcast industry.* [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z:  
<http://www.sdi.co.uk/sectors/creative-industries/sub-sectors/film-and-broadcast.aspx>

SCOTTISH DEVELOPMENT INTERNATIONAL, ©2008 – 2013e. *Games and animation: The games and animation sector in Scotland.* [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.sdi.co.uk/sectors/creative-industries/sub-sectors/games-and-animation.aspx>

SCOTTISH ENTERPRISE, 2008. *Evaluation of Interactive Tayside.* [online]. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z:  
<http://www.evaluationsonline.org.uk/evaluations/Browse.do?ui=browse&action=show&id=467&taxonomy=ICO>

SCOTTISH ENTERPRISE, 2009. *Glasgow's Digital Media Quarter celebrates a booming first year for Scotland's creative industries.* [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupné z:  
<http://www.scottish-enterprise.presscentre.com/content/Detail.aspx?ReleaseID=419&NewsAreaID=2>

- SDRUŽENÍ HISTORICKÝCH SÍDEL ČECH, MORAVY A SLEZSKA, © 2011. *Program regenerace*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.shscms.cz/program-regenerace-1356.html>
- SKOTSKO [online]. [cit. 2013-02-23]. Dostupné z: <http://www.skotsko.cz/>
- SOLVELL, Örjan., Göran LIDNQVIST a Christian KETELS, Christian, český překlad 2006. *Zelená kniha klášterových iniciativ*. Stockholm: Ivory Tower AB. ISBN 91-974783-1-8. [online]. [cit. 2013-02-23]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org./data/files/zelena-kniha-klastrovych-iniciativ-64.pdf>
- STRUKTURÁLNÍ FONDY. *Regionální operační programy*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy>
- STRUKTURÁLNÍ FONDY, 2009. *Programové dokumenty programu SROP*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: [http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Programy-2004-2006/Operacni-programy/SPOLECNY-REGIONALNI-OPERACNI-PROGRAM-\(SROP\)/Dokumenty/Programove-dokumenty-programu-SROP](http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Programy-2004-2006/Operacni-programy/SPOLECNY-REGIONALNI-OPERACNI-PROGRAM-(SROP)/Dokumenty/Programove-dokumenty-programu-SROP)
- TALENT SCOTLAND, *Creative industries*. [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.talentscotland.com/workers/industries/other-industries/creative-industries.aspx>
- THE AUDIENCE BUSINESS, *Classical Music Cluster*. [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.theaudiencebusiness.org.uk/classical-music-cluster.php>
- THE NATIONAL ARCHIVES. *Music*. [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: [http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121204113822/http://www.culture.gov.uk/what\\_we\\_do/creative\\_industries/3270.aspx](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121204113822/http://www.culture.gov.uk/what_we_do/creative_industries/3270.aspx)
- THE SCOTTISH GOVERNMENT, 2011a. *Urban Regeneration*. [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://www.scotland.gov.uk/News/Releases/2011/12/08134052>
- THE SCOTTISH GOVERNMENT, 2011b. *Urban Regeneration Companies*. [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://www.scotland.gov.uk/Topics/Built-Environment/regeneration/17735>
- THE SCOTTISH GOVERNMENT, 2011c. *Town Centre Regeneration: How Does it Work & What can be Achieved?* [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/358309/0121114.pdf>

- THE SCOTTISH GOVERNMENT, 2012. *Capital Investment for Regeneration*. [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://www.scotland.gov.uk/Topics/Built-Environment/regeneration/investment>
- THE SCOTTISH GOVERNMENT, 2013. *Town Centre Regeneration*. [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://www.scotland.gov.uk/Topics/Built-Environment/regeneration/town-centres>
- THE SCOTTISH PARLIAMENT, 2012. *Financial Scrutiny Unit Briefing. Youth unemployment: key facts*. [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: [http://www.scottish.parliament.uk/ResearchBriefingsAndFactsheets/S4/SB\\_12-19rev.pdf](http://www.scottish.parliament.uk/ResearchBriefingsAndFactsheets/S4/SB_12-19rev.pdf)
- UHERSKÉ HRADIŠTĚ, 2011. *Program regenerace městské památkové zóny Uherské Hradiště*. [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: <http://www.mesto-uh.cz/Uploads/50977-7-ctvrta+aktualizacepdf.aspx>
- ÚSTAV ÚZEMNÍHO ROZVOJE, 2011. *Urbánní politika v České republice*. [online časopis]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: [http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2011/2011-06/01\\_urbanni.pdf](http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2011/2011-06/01_urbanni.pdf)
- VISIT SCOTLAND, © 2013. *Scotland's live music scene*. [online]. [cit. 2013-04-23]. Dostupné z: <http://www.visitscotland.com/about/arts-culture/music/>
- VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE, 2010. *Urbánní politika v EU: je její existence oprávněná?* [online]. [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: <http://www.vse.cz/polek/download.php?jnl=rst&pdf=30.pdf>
- ZLÍNSKÝ KRAJ, 2012. *Strategie rozvoje Zlínského kraje 2009 – 2020 (SRZK)*. [online]. [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.kr-zlinsky.cz/strategie-rozvoje-zlinskeho-kraje-2009-2020-srzk--cl-680.html>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DCMS	Department for Culture, Media and Sport
DDS	Digital Design Studio
DMQ	Digital Media Quarter
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
IC-CAVE	The International Centre for Computer Games and Virtual Entertainment
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MSP	Malý a střední podnik
MSP	Member of the Scottish Parliament
NAKI	Programu aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity
OPPP	Operační program průmysl a podnikání
OSA	Ochranný svaz autorský
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
SCIP	Scotlands Creative Industries Partnership
SDI	Scottish Development International
SE	Scottish Enterprise
SRB	Single Regeneration Budget
STV	Scottish Media Group
TCRF	Town Centre Regeneration Fund
UK	United Kingdom



UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
URCs	Urban Regeneration Companies
USA	United States of America
WEF	World Economic Forum
WIPO	World Intellectual Property Organization

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<i>Obr. 1: Model kreativního průmyslu, zdroj: Kloudová (2010, s. 34) .....</i>	<i>17</i>
<i>Obr. 2: Porterův diamant, zdroj: Skokan (2004, s. 70) .....</i>	<i>22</i>
<i>Obr. 3: Znázornění klastru v českých podmínkách, zdroj: CzechInvest (2007a) .....</i>	<i>27</i>

**SEZNAM TABULEK**

<i>Tab. 1: Model UNCTAD</i> .....	16
<i>Tab. 2: Definice Evropské komise – kulturní a kreativní průmysly</i> .....	18
<i>Tab. 3: Počet zaměstnaných osob v KKP ve Skotsku</i> .....	44

## **SEZNAM PŘÍLOH**

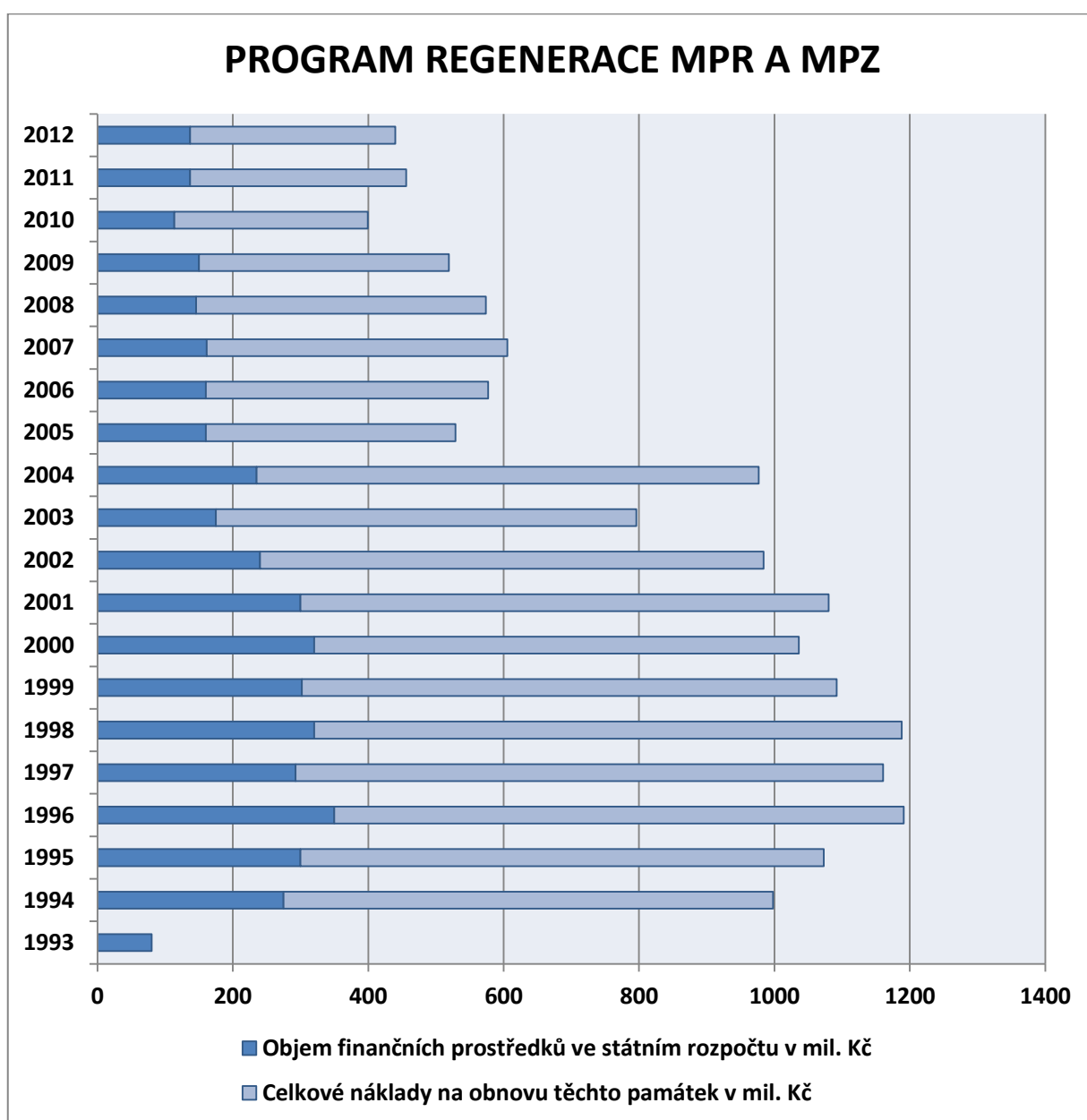
- PI Finanční prostředky programu regenerace městských památkových rezervací  
a městských památkových zón**

**PŘÍLOHA P I: FINANČNÍ PROSTŘEDKY PROGRAMU  
REGENERACE MĚSTSKÝCH PAMÁTKOVÝCH REZERVACÍ A  
MĚSTSKÝCH PAMÁTKOVÝCH ZÓN**

<b>PROGRAM REGENERACE MPR A MPZ</b>			
<b>PŘEHLED OBJEMU FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ PO JEDNOTLIVÝCH LETECH</b>			
<b>Rok</b>	<b>Objem finančních prostředků ve státním rozpočtu v mil. Kč</b>	<b>Počet památek, na něž byl Program použit</b>	<b>Celkové náklady na obnovu těchto památek v mil. Kč</b>
<b>1993</b>	80,0	136	Údaje nejsou k dispozici
<b>1994</b>	275,0	449	723
<b>1995</b>	300,0	570	773
<b>1996</b>	350,0	672	841
<b>1997</b>	292,5	686	868
<b>1998</b>	320,0	649	868
<b>1999</b>	302,4	747	790
<b>2000</b>	320,0	637	716
<b>2001</b>	300,0	748	780
<b>2002</b>	240,0	714	744
<b>2003</b>	175,0	627	621
<b>2004</b>	235,0	879	742
<b>2005</b>	160,0	735	369
<b>2006</b>	160,0	742	417
<b>2007</b>	161,5	712	444
<b>2008</b>	145,7	564	428

<b>2009</b>	150,0	621	369
<b>2010</b>	113,5	555	286
<b>2011</b>	137,0	621	319
<b>2012</b>	137,0	611	303
<b>Celkem</b>	4 227,9	13 007	11 312

Zdroj: <http://www.shscms.cz/financni-prostredky-programu-regenerace.html>



Zdroj: <http://www.shscms.cz/financni-prostredky-programu-regenerace.html>