

Kulturní a kreativní klastry a jejich příklady dobré praxe s využitím pro Ostravu

Veronika Kohoutková

Bakalářská práce
2015

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika Kohoutková**
Osobní číslo: **M11298**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Kulturní a kreativní klastry a jejich příklady dobré praxe s využitím pro Ostravu**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Představte koncept kulturních a kreativních průmyslů.
- Vymezte specifika kulturních a kreativních klastrů.

II. Praktická část

- Charakterizujete vývoj a současný stav kulturních a kreativních průmyslů.
- Vyhodnoťte možnosti podpory rozvoje kulturních a kreativních klastrů a regenerace měst a analyzujte situaci v Ostravě.
- Navrhněte opatření k podpoře rozvoje kulturních a kreativních klastrů a urbánní regenerace v Ostravě.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

ABRHÁM, Josef. *Klastry jako nástroj regionální ekonomické konkurenceschopnosti: (případové studie České republiky a zemí Evropské unie)*. 1. vyd. Praha: MAC, 2009, 83 s. ISBN 978-80-86783-38-3.

FLORIDA, Richard L. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books, 2004, 434 p. ISBN 0-465-02477-7.

KLOUDOVÁ, Jitka. *Kreativní ekonomika: [trendy, výzvy, příležitosti]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 218 s. ISBN 978-80-247-3608-2.

PAVELKOVÁ, Drahomíra. *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 268 s. ISBN 978-80-247-2689-2.

SKOKAN, Karel. *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. 1. vyd. Ostrava: Repronis, 2004, 159 s. ISBN 80-732-9059-6.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Lukáš Danko
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání bakalářské práce: 16. února 2015
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. května 2015

Ve Zlíně dne 16. února 2015



prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské 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;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji bakalářskou 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;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užit své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 13.5.2015


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Práce se zabývá kulturními a kreativními klastry a jejich příklady dobré praxe s využitím pro Ostravu. Cílem je navrhnout projekt doprovodné akce k budoucímu kulturnímu „Klastru Černá louka“ v Ostravě na základě zjištěných možností z příkladů dobré praxe. Práce je rozdělena do dvou částí, teoretickou a praktickou. V teoretické části je vysvětlena teorie problematiky kulturních a kreativních klastrů, jejich definice, typologie a způsoby měření. Praktická část je zaměřena představení konkrétních příkladů dobré praxe v Německu, Rakousku a České republice. Následuje návrhová část, kde je navržen projekt doprovodné akce, konkrétně divadelního festivalu v Ostravě.

Klíčová slova: kulturní a kreativní klastry, kulturní a kreativní průmysl, konkurence schopnost, kreativní ekonomika, národohospodářský význam, příklady dobré praxe

ABSTRACT

The thesis deals with the cultural and creative clusters and examples of best practices with the use of Ostrava. The aim is to propose a project supporting cultural events for future Klastř Černá louka in Ostrava based on identified options in examples of best practices. The work is divided into two parts, theoretical and practical. In the theoretical part is explaining the theory of cultural and creative clusters, their definitions, typology and measurement methods. The practical part is showing concrete examples of best practices in Germany, Austria and the Czech Republic. Followed by the project part, which is a project of the supporting event - theater festival in Ostrava.

Keywords: Cultural and Creative Clusters, Cultural and Creative Industries, Competitiveness, Creative Economy, Economic Importance, Examples of Best Practices

Tímto bych ráda poděkovala Ing. Lukáši Dankovi, za odborné vedení při tvorbě bakalářské práce, jeho čas, ochotu, trpělivost a cenné rady.

„Já myslím, že civilizace není dobrá, když je bez kultury. Člověk potřebuje ke štěstí a spokojenosti nejenom pohodlí tělesné, ale i duševní. Kultura a civilizace musí jít ruku v ruce.“
(Jan Werich)

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 KLASTRY	12
1.1 DEFINICE KLASTRŮ	12
1.2 TYPY KLASTRŮ.....	12
1.3 KLASTRY A EKONOMICKÁ KONKURENCESCHOPNOST	14
1.3.1 Makroekonomické aspekty	14
1.3.1.1 Světové ekonomické fórum	15
1.3.1.2 Evropská unie	15
1.3.2 Mikroekonomické aspekty	16
1.3.2.1 Model konkurenční výhody	16
2 KONCEPT KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ	19
2.1 KULTURNÍ PRŮMYSL	19
2.2 KREATIVNÍ PRŮMYSL	20
2.2.1 Modely kreativních průmyslů podle UNCTAD.....	20
2.3 EKONOMICKÝ VÝZNAM KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V EU A ČR.....	21
2.4 EKONOMIKA KULTURY V EVROPĚ	21
2.4.1 SWOT ANALÝZA	23
2.4.1.1 Silné stránky	23
2.4.1.2 Slabé stránky.....	23
2.4.1.3 Hrozby	24
2.4.1.4 Příležitosti	24
3 KREATIVNÍ EKONOMIKA	26
3.1 MĚŘENÍ KREATIVNÍ EKONOMIKY.....	26
3.1.1 Index kreativity 3T	27
3.1.2 Euro-Creativity Index.....	28
3.1.3 Model 5C.....	29
3.2 KREATIVNÍ MĚSTO.....	30
II PRAKTICKÁ ČÁST	31
4 PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE	32
4.1 NĚMECKO.....	32
4.1.1 Národohospodářský význam	33
4.1.2 Iniciativa vlády pro podporu KKP	34
4.1.3 Příklady aktivit a podpor KKP	34
4.2 RAKOUSKO.....	35
4.2.1 Národohospodářský význam	36
4.2.2 Strategická podpora.....	37
4.2.3 Příklady Rakouských KKP	38
5 ČESKÁ REPUBLIKA	39

5.1	EKONOMICKÝ PŘÍNOS.....	40
5.2	STRATEGICKÁ PODPORA.....	41
5.2.1	Strukturální fondy.....	42
5.2.2	Integrovaný operační program.....	42
5.3	MAPOVÁNÍ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V ČR.....	43
6	KLASTER ČERNÁ LOUKA.....	44
6.1	DOPADY Z HLEDISKA MARKETINGU.....	45
6.2	PRINCIPY KLASTRU ČERNÁ LOUKA.....	45
6.3	STAVEBNÍ PROGRAM.....	46
7	NÁVRH NA PODPORU KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V OSTRAVĚ.....	48
7.1	ZÁKLADNÍ INFORMACE O PROJEKTU.....	48
7.2	OSTRAVSKÝ DIVADELNÍ FESTIVAL.....	49
7.3	PŘEDBĚŽNÝ FINANČNÍ ROZPOČET.....	49
7.4	HARMONOGRAM AKCE.....	51
7.5	SWOT ANALÝZA.....	52
7.5.1	Silné stránky.....	52
7.5.2	Slabé stránky.....	52
7.5.3	Příležitosti.....	52
7.5.4	Hrozby.....	52
	ZÁVĚR.....	53
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	54
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	56
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	57
	SEZNAM TABULEK.....	58
	SEZNAM GRAFŮ.....	59

ÚVOD

Téma pro svou bakalářskou práci jsem si vybrala Kulturní a kreativní klastry, jejich příklady dobré praxe a využitím pro Ostravu hned z několika důvodů. Za prvé jako člověk, který má kulturu opravdu rád, jsem se chtěla dovědět o této problematice více. A když jsem se dověděla, jaké změny se v Ostravě plánují v oblasti kultury, věděla jsem, že je to téma které chci ve své bakalářské práci řešit.

V teoretické části jsou vysvětleny klastry jako takové, jejich typologie a jejich vliv na konkurenceschopnost z pohledu mikroekonomických a makroekonomických aspektů. Dále je zde vysvětlen koncept kulturních a kreativních průmyslů, jejich ekonomický význam v České republice a v Evropské unii. Je zde představena zpráva Evropské komise a analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb, neboli SWOT analýza. V další kapitole se práce věnuje kreativní ekonomice jako takové a jejímu měření, představeny jsou tři základní modely měření a definice kreativního města.

V praktické části jsou uvedeny příklady dobré praxe ze zemí kde kulturní a kreativní průmysly fungují, Německa a Rakouska. U obou zemí je uveden jejich národohospodářský význam, podpora a iniciativa vlády a konkrétní příklady projektů kulturních a kreativních průmyslů. Dále se práce zabývá Českou republikou, ekonomickému přínosu kulturních a kreativních průmyslů, strategické podpoře, strukturálními fondy a jejich mapování. V neposlední řadě je představen budoucí „Klastr Černá louka“, vznikající projekt Statutárního města Ostrava. Uvedené jsou zde principy klastru a dopady z hlediska marketingu, dále jeho stavební plán a popis jednotlivých staveb.

V závěru práce je představen vlastní návrh na podporu rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Ostravě. Protože se mi velice zalíbil návrh budoucího kulturního a kreativního klastru v Ostravě a mám pocit, že o něm není dostatečně informována široká veřejnost, rozhodla jsem tento projekt představit na kulturní akci pořádané na území tohoto budoucího klastru. Jedná se o návrh dvoudenního ostravského divadelního festivalu. Je zde popsán návrh projektu a harmonogram akce. Vytvořila jsem pro tuto akci předběžný rozpočet a v návrhu jsem všechny zjištěné informace doplnila do SWOT analýzy.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem této práce je vysvětlení problematiky kreativních a kulturních klastrů a kulturních a kreativních průmyslů obecně a navrhnout projekt jak podpořit kulturní a kreativní průmysl v Ostravě.

V rámci naplnění tohoto cíle je v teoretické části práce provedena literární rešerše dané problematiky, která se zaměřuje na definování základních pojmů a jejího vysvětlení. V praktické části jsou představeny příklady dobré praxe kulturních a kreativních průmyslů a představen vlastní návrh pro podporu kulturních a kreativních průmyslů v Ostravě, konkrétně návrh divadelního festivalu.

Ke zpracování této práce byla použita metoda sběru dat a informací. A to z toho důvodu, že se žádná literatura uceleně nezabývá touto problematikou. Tudíž bylo nezbytné jít touto cestou a pomocí knižních a webových zdrojů, různých studií a článků zabývajících se každý nějakou oblastí dané problematiky a tyto poznatky použít a vytvořit ucelený přehled o dané problematice. Také je v práci dvakrát vytvořena SWOT analýza, což je přehled silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

Pro zjištění některých konkrétních dat v návrhové části bylo nutné kontaktovat odpovídající osobu a získat potřebná data např. emailovou komunikací.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KLASTRY

1.1 Definice klastrů

První definice klastrů se objevila v knize z roku 1990 „Konkurenční výhoda národů“ Michaela Portera, profesora Harvardské univerzity a odborníka na konkurenceschopnost: „Klastry jsou místní koncentrace vzájemně propojených firem a institucí v konkrétním oboru. Klastry zahrnují skupinu provázaných průmyslových odvětví a dalších subjektů důležitých pro hospodářskou soutěž. Obsahují např. dodavatele specializovaných vstupů, jako jsou součásti, stroje a služby, a poskytovatele specializované infrastruktury. Klastry se často rozšiřují směrem dolů k odbytovým kanálům a zákazníkům, a o straně k výrobcům komplementárních produktů a společností v průmyslových odvětvích příbuzných z hlediska dovedností, technologií nebo společných vstupů. Mnoho klastrů také zahrnuje vládní či jiné instituce – jako např. univerzity, normotvorné agentury, výzkumné týmy či obchodní asociace – které poskytují specializovaná školení, vzdělávání, informace, výzkum a technickou podporu.“

Podle OECD jsou klastry „sítě vzájemně závislých firem, institucí produkujících znalosti, přemostujících institucí a zákazníků propojených do výrobního řetězce, který vytváří přidanou hodnotu. Koncept klastrů jde dále než síťová spolupráce firem (networking), jelikož postihuje veškeré formy sdílení a výměny znalostí...a také jde dále než tradiční sektorová analýza“

(Czechinvest, 2007a)

1.2 Typy klastrů

Klastry se odlišují v mnoha směrech, např. velikostí, druh výrobků či služeb, skladbou firem, geografickým rozměrem nebo stavem rozvoje. Jak je vidět, klastry mají mnoho podob a forem a proto na ně nelze aplikovat jednotnou typologii. Zde je příklad několika užívaných klasifikací:

- **Geografický rozsah** – se vztahuje ke vzdálenosti dodavatelů, zákazníků, institucí a všech dalších článků v klastru. Z geografického hlediska lze vymezit klastry lokální, regionální, subregionální, multiregionální, národní a přeshraniční.
- **Hustota** – představuje zejména podíl na trhu v určitém odvětví

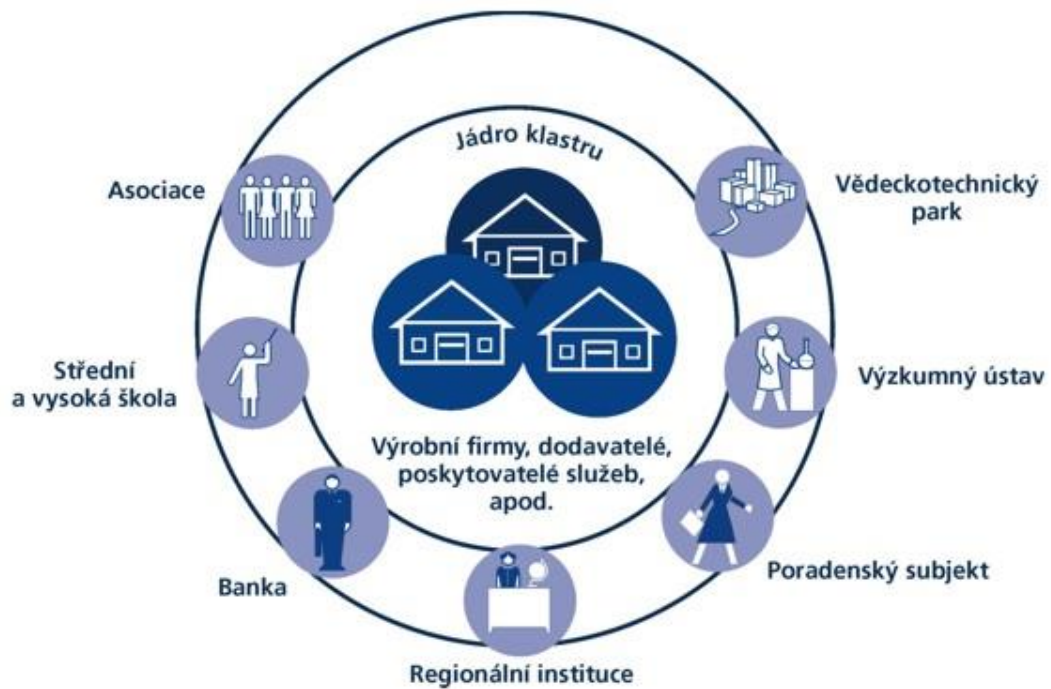
- **Hloubka klastru** – představuje, která odvětví klastr v rámci dodavatelského řetězce obsahuje.
- **Základna aktivit** – zahrnuje počet a podstatu aktivit v řetězci.
- **Geografické rozpětí prodeje** – poskytuje informaci o tom, jak daleko pronikl svými aktivitami daný klastr.
- **Síla konkurenční pozice** – ukazuje sílu klastru v rámci konkurence. Zda je klastr v začátcích nebo má svou stálou pozici na trhu či začíná stagnovat.
- **Technologické aktivity v klastru** – jsou v klastru buď pouze využívány, nebo je sám klastr vynalézá či upravuje.
- **Inovační kapacita** – je faktor představující, zda klastr v rámci konkurence inovativní a umí se svou výhodou pracovat.
- **Vlastnická struktura** – ukazuje, zda je klastr vlastněn místními firmami nebo zahraničními, nebo kombinace obojího.

(Pavelková, 2009, s. 21)

Podle agentury CzechInvest existují dvě základní klasifikace klastrů:

- **Klastry založené na hodnotovém řetězci** – jsou definovány sítí dodavatelských vazeb. Jako příklad si uveině automobilový klastr, ten je vybudován kolem řetězce spojujícího výrobce automobilů s jeho dodavateli. Ti jsou dále spojeni s výrobcí specializovaných zařízení, gum, plastů, elektroniky a náhradních dílů. Podpora klastrů se zaměřuje hlavně na nižší úrovně v závislosti na konkrétních potřebách
- **Klastry založené na kompetencích** – se zaměřuje na konkrétní oblast technické expertízy. To jsou například výzkumné nebo vzdělávací dovednosti. Například informační technologie a software, kde jsou aplikace a klienti velice různorodé a i přes možnou geografickou koncentraci, jsou v tomto klastru klíčové samotné znalosti a expertízy napříč velice odlišnými hospodářskými aktivitami.

(Czechinvest, 2007a)



Obrázek 1: Klastry v českých podmínkách (CzechInvest, 2007b)

1.3 Klastry a ekonomická konkurenceschopnost

1.3.1 Makroekonomické aspekty

Jedním ze znaků současné ekonomiky je slábnoucí role národního státu a posilování mezinárodních organizací. Státy musí soutěžit o přízeň nejen s domácími, ale i se zahraničními investory pomocí rozvíjení infrastruktury, inovací, vzdělávání, ale také nových daňových systémů. Díky těmto tendencím se do oblasti zájmů dostal pojem národní konkurenceschopnost. Tento pojem je zkoumán v řadě studií, analýz a zabývají se jím mnohé instituce. Byla vydána spousta publikací, ale neexistuje univerzální pojetí. Lze však najít dva základní přístupy k vymezení národní konkurenceschopnosti, užší a širší pojetí.

Užší pojetí – znamená, že je země hodnocena z pohledu exportu a schopnosti proniknout na zahraniční trh a schopnosti získávat komparativní výhody.

Širší pojetí – zkoumá konkurenceschopnost více do hloubky a za konkurenceschopné považuje takové ekonomiky, které jsou schopné dlouhodobě udržovat růstovou výkonnost a zvyšovat ekonomickou úroveň státu.

Pro hodnocení konkurenceschopnosti státu v současných ekonomických požadavcích lépe odpovídá širší pojetí, neboli multikriteriární. Toto pojetí používá mnoho institucí a organi-

zací hodnotící konkurenceschopnost např. Světové ekonomické fórum (WEP), Mezinárodní institut pro rozvoj managementu v Lausanne (IMD), Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) a také Evropská unie v rámci Lisabonského procesu. Vliv klastrů na národní konkurenceschopnost rozebírají dva strategické dokumenty vybraných institucí – Světového ekonomického fóra a Evropské unie.

(Abrahám, 2009, s. 16-17)

1.3.1.1 Světové ekonomické fórum

Ekonomický odborník Xavier Sala-i-Martin je autorem tzv. indexu globální konkurenceschopnosti. Tento index je v posledních letech používán k hodnocení konkurenceschopnosti. „*Index globální konkurenceschopnosti je zjišťován na základě zhruba stovky indikátorů, které jsou klasifikovány na stupnici od 1 do 7 (7 = nejlepší hodnocení) a rozděleny do tří dílčích indexů a dvanácti pilířů. Dílčí index A: Základní předpoklady (pilíře: 1. instituce, 2. infrastruktura, 3. makroekonomika, 4. zdraví a primární vzdělání); Dílčí index B: Zvyšovatelé efektivity (pilíře: 5. vyšší vzdělání a odborná příprava, 6. tržní efektivity, 7. efektivity trhu práce, 8. vyspělost finančních trhů, 9. technologická připravenost, 10. velikost trhu); Dílčí index C: inovace a sofistikované faktory (pilíře: 11. sofistikovanost podnikání, 12. inovace)*“ (Abrahám, 2009, s. 17)

Index se mění v závislosti na změně vah jednotlivých pilířů a na stupni ekonomického rozvoje země (HDP/ 1 člověka). To znamená, že konkurenceschopnost skupiny A je ovlivněna základními předpoklady, pro skupinu B je konkurenceschopnost založena na vyšším vzdělání a přípravě zvyšování konkurenceschopnosti a ty nejvyspělejší země ve skupině C vychází z jedinečného know-how a znalostní ekonomiky a je tažena sofistikovanějšími faktory. (Abrahám, 2009, s. 17-18)

1.3.1.2 Evropská unie

Klíčovým dokumentem EU je Lisabonská strategie schválená summitem Evropské rady v Lisabonu na jaře roku 2000. Jejím cílem je do deseti let z Unie vytvořit nejkonkurenceschopnější a nejdynamičtější ekonomiku na světě založenou na znalostech, schopnou udržitelného rozvoje, hospodářským růstem s více pracovními místy a větší sociální soudržností. Konkurenceschopnost podle EU tedy zahrnuje – integrační prvky (dokončení vnitř-

ního trhu), ekonomický pilíř, sociální pilíř a environmentální pilíř. Jedná se tedy o sledování změn v posilování produktivity, znalostní ekonomiky, efektivity, flexibility trhu práce. Evropská unie přikládá velikou důležitost klastrům, jednak aby zvyšovaly rozvoj malých a středních podniků a také by měly pomoci k rozvoji transferů a inovací.

(Abrahám, 2009, s. 18-19)

1.3.2 Mikroekonomické aspekty

Tyto aspekty vycházejí z publikací M. E. Portera, podle kterého je hlavním aspektem konkurenceschopnosti produktivita s jakou dokáže země nebo region využívat zdroje. Podle Portera jsou mikroekonomickými předpoklady růstu:

- „výkonnost firem a propracovanost jejich strategií
- kvalita mikroekonomického podnikatelského prostředí
- úroveň rozvoje klastrů“

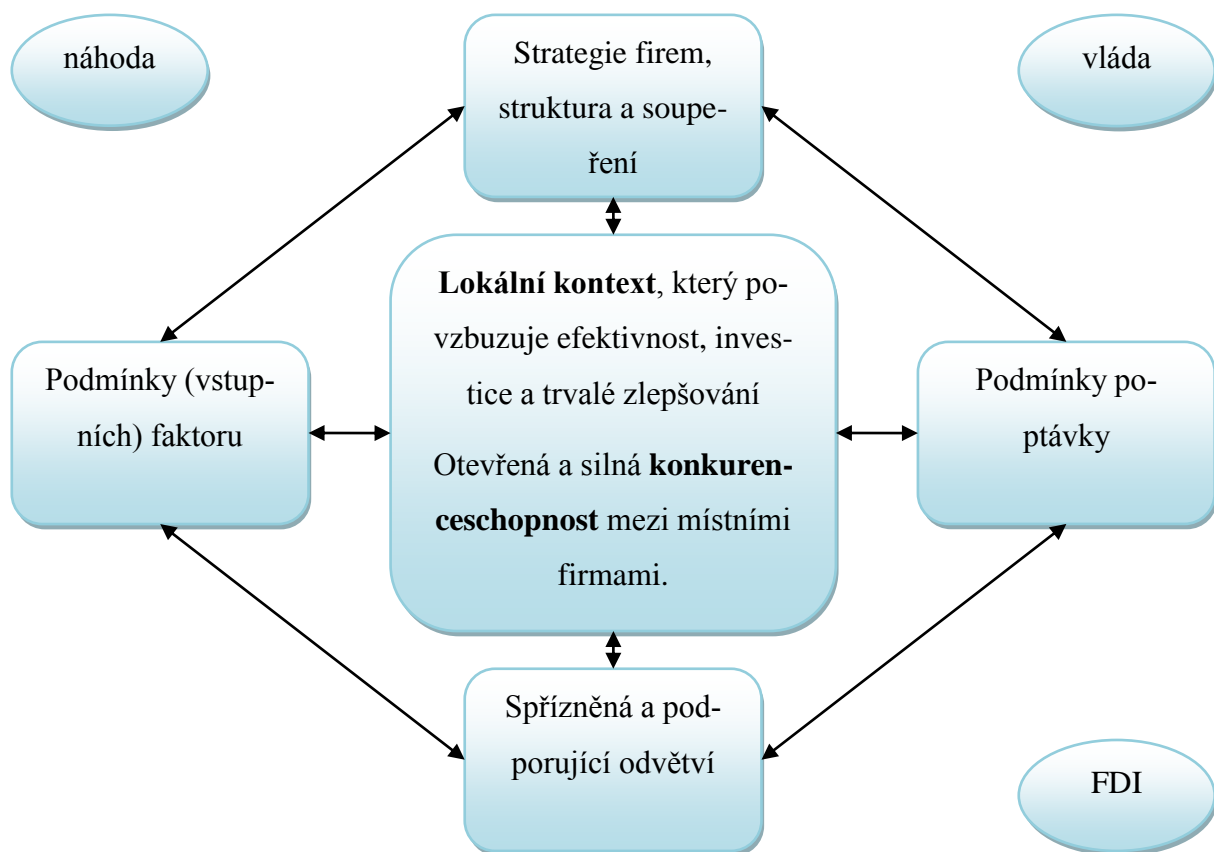
(Abrahám, 2009, s. 19)

1.3.2.1 Model konkurenční výhody

V tomto modelu Michaela Portera, známý jako **Porterův diamant**, můžeme sledovat síly ovlivňující konkurenceschopnost.

Klastrové strategie by měly brát v úvahu celý klaster včetně všech prvků diamantu.

„Model se dá aplikovat jak na celou ekonomiku územního celku, tak i na konkrétní odvětví či firmy, které jsou seskupeny v určitém území a tento postup vede k definování odvětvových (regionálních) klastrů. Všechny přístupy ke konkurenceschopnosti se shodují v tom, že při jejím dosahování právě klastry sehrávají významnou roli.“ (Stejskal, 2011, s. 50)



Obrázek 2: Porterův diamant (Stejskal, 2011, s. 50)

- **Kontext firemních strategií a rivalita firem** – je základem pro rozvoj klastru. I když v klastru existuje na základě spolupráce, funguje zde i rivalita mezi jednotlivými firmami a podniky, která ale musí být udržována a podporována vhodnou politikou. Jak se stává, v průběhu podnikání mohou jednotlivé podniky a firmy z klastru odejít nebo se spojit s jinou. V důsledku toho se může stát, že klastr ovládne určité odvětví uvnitř klastru a ztratí tak svou konkurenční výhodu, jelikož se mu narušila schopnost tvorby určitých inovací. Proto je důležitý příchod nových účastníků na trh, jak z hlediska přilákání nových investic do klastru, tak i vytváření nové konkurence. Klastr je poháněn efektivností a inovacemi účastníků, ne pouze hospodaření s majetkem, který klastr má, to ovšem ovlivňuje také znalost marketingu, manažerské schopnosti vlastnických struktur, ale také finanční systém podporující investice.
- **Podmínky faktorů (vstupů)** – můžeme rozdělit na dvě kategorie, základná a pokročilá. Základní faktory jsou například suroviny, podnebí, pracovní síla, energie a infrastruktura. Jsou sice nezbytné pro konkurenční výhodu, ale nejsou jedinečné.

S těmito faktory pracují také ostatní podniky a také ostatní podniky se snaží tyto vstupy maximalizovat a inovovat. Avšak pokročilé faktory jsou již typické pro daný klaster a ten je těmito vstupy jedinečný. Jedná se tedy o podnikatelský přístup, know-how, znalosti a výzkum. Samozřejmě jedná se o vstupy vytvořené člověkem a je potřeba je zdokonalovat, což vyžaduje průběžné investice. Z tohoto důvodu spolupracují klastery například s univerzitami a výzkumnými ústavami.

- **Podmínky poptávky** – máji na konkurenční výhodu veliký vliv. Změna regionální poptávky má na klaster v krátkém horizontu značný vliv, ale z dlouhodobého hlediska je důležitá spíše podstata poptávky než její velikost. Klaster by měl mít za cíl uspokojovat poptávku v mezinárodním měřítku a ne pouze tu místní. Ta je ovšem také velice důležitá, jelikož podporuje a stimuluje nové inovace. Ideální stav je ten, kdy místní zákazníci předvídají světovou poptávku, v tomto případě se schopnost vyhovět místním zákazníkům, stává vstupenkou na mezinárodní trhy.
- **Podpůrná a související odvětví** – mají v klastru prospěch z dalších podpůrných a souvisejících odvětví. Konkurenční výhoda se zvyšuje tím, jak kvalitní je místní dodavatel, který ale musí být schopen obsluhovat mezinárodní trhy a nejenom ty místní. Avšak nejúspěšnější klastery by naopak neměly všechny zdroje získávat od místních dodavatelů.
- **Vláda, náhoda, FDI** – V klastrech existuje někdo, kdo poskytuje vedení a hraje klíčovou rozvojovou roli. Obecně se jedná o průmysl a soukromý sektor. Místní podnikatelské prostředí velice ovlivňuje tvorbu konkrétních klastrů (farmaceutický, automobilový, apod.) To znamená, že role vlády je podněcovat a vytvářet výzvy pro nové klastery. Úlohou veřejné správy však není ochrana a usnadňování firmám jejich činnost, ale udržovat vztahy mezi klíčovými firmami a klastery.

(Stejskal, 2011, S. 47-50)

2 KONCEPT KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

Jednotlivá kulturní odvětví již nevystupují samostatně, ale jako součást velikého ekonomického celku, kde hraje svou roli financování, komercializace a prosperita. Kulturní sektor jako jsou památky, muzea, galerie nebo divadla, nabízející určitou estetičnost nebo symboliku, začal vystupovat samostatně jako tržní komodita a proto musely moderní ekonomické teorie přijmout nové spotřební vzorce. A jelikož zájem lidí o kulturu se zvyšuje, vznikají nové ekonomické možnosti a příležitosti. Podnikatelé, univerzity a další organizace se proto slučují za účelem rozvoje kultury ve městech a vznikají tzv. kulturní a kreativní průmysly. Tento koncept se rozšiřuje také mezi jednotlivé kraje nebo města, a tím dávají prostor pro vznik a rozvoj nového kreativního města. (Tittelbachová, 2011, s. 125; Patočka, 2008, s. 133)

2.1 Kulturní průmysl

Termín kulturní průmysl byl použit poprvé oficiálně v roce 1944 dvěma německými filozofy – **Theodorem W. Adornem** a **Maxem Horkheimerem**, představitelů Frankfurtské školy. V jejich díle *Dialektika osvícenství* měl však tento termín negativní podtext. Podle představitelů Frankfurtské školy měla být kultura protipólem průmyslu, avšak v první polovině moderního 20. století už se dalo s uměním obchodovat. Spojením těchto dvou věcí vedlo ke zcela novému termínu – kulturní průmysl.

Pojem kulturní průmysly se v množném čísle objevily později, použili je v 60. letech 20. století francouzští sociologové Miege, Morin a Huet. Ti vytýkali svým kolegům, že nemohou kulturu celkově vnímat jako sjednocenou strukturu, je to široký pojem, který zahrnuje spousty činnosti a forem umění.

V Zelené knize, dokumentu Evropské komise, který se zabývá využitím potenciálu kulturních a kreativních průmyslů. Je definován kulturní průmysl jako odvětví, které vyrábí a distribuuje zboží nebo služby nezávisle na obchodní hodnotě, kterou mohou mít. Patří sem například divadelní umění, výtvarné umění, kulturní dědictví (včetně veřejného sektoru), film, DVD, video, televize, knihy nebo tisk.

(Němec, 2013, s. 6)

2.2 Kreativní průmysl

Nejznámější autoři, kteří se touto tematikou zabývají, jsou Richard Florida nebo John Howkins. Tuto problematiku popisují jako průmysly, které finančně zhodnocují duševní vlastnictví. Podle Johna Howkinse se kreativní průmysly zabývají transakcí jednotlivých kreativních produktů. Dílčí transakce mají dvě vzájemně se doplňující hodnoty. Hmotnou hodnotu tvoří fyzický nosič (např. DVD, potištěný papír, svitek filmu), nehmotnou hodnotu tvoří duševní vlastnictví. Tím může být příběh, hra, film, fotografie nebo hudba, jedná se především o architekturu a design, ale i grafický design nebo reklamu. Tento vztah se dá vyjádřit jako kreativní ekonomika, která se rovná hodnotě kreativních produktů a je násobená počtem transakcí.

$$CE = CP * T$$

(Römerová, 2010, s. 1)

2.2.1 Modely kreativních průmyslů podle UNCTAD

Zpráva United Nations Conference on Trade and Development z roku 2008 uvádí 4 modely vysvětlující kreativní průmysl. Tyto čtyři modely byly využívány pro porozumění a systematizaci strukturálních charakteristik kreativního průmyslu.

- **UK DCMS model** – vzniklý v pozdních 90. letech ve Velké Británii. Snažil se přiblížit ekonomiku Velké Británie k ekonomice kreativní a inovativní. Kreativní průmysl je definován jako průmysl vyžadující kreativitu, dovednosti a talent, s potenciálem vytváření nových pracovních míst.
- **Symbolický textový model** (Symbolic texts model) – je odvíjen s kulturních tradic typické pro Evropu a především Velkou Británii. Tento model se dívá na kulturu jako na „vysoké“ a „seriózní“ umění vzniklé ze společenského a politického podnětu, což je důvod proč se tento model soustředí hlavně na populární kulturu.
- **Model soustředěných kruhů** (Concentric circles model) – je model, který byl základem pro klasifikaci kreativního průmyslu v Evropě. Je založen na tvrzení, že umění a kultura vypůjčili těmto odvětvím speciální vlastnosti. Tento model významně přispěl k vymezení kreativního průmyslu.

- **Autorský model WIPO** (WIPO copyright model) – je založen na průmyslových odvětvích, které se přímo nebo nepřímo podílejí na výrobě, distribuci či přenos autorsky chráněny práce.

(Brewka, 2008, p. 12)

2.3 Ekonomický význam kulturních a kreativních průmyslů v EU a ČR

„Role kulturních a kreativních průmyslů je stále do značné míry neprávem opomíjena. Vyhodnocování hospodářské výkonnosti těchto odvětví je relativně mladým trendem, protože stále má značné zastání názor, že ekonomický přínos umění a kultury je omezený. Jedním z důsledků tohoto skeptického postoje je nedostatek statistických nástrojů, schopných měřit přínos kulturních a kreativních průmyslů v ekonomice.

Význam odvětví kulturních a kreativních průmyslů v rámci EU vymezených výše v tabulce, můžeme ilustrovat na základě následujících (bohužel již nepříliš aktuálních) ekonomických ukazatelů:

- *Odvětví dosáhlo obratu více než 654 miliard € (v zemích EU-15 v roce 2003)*
- *Přidaná hodnota odvětví k HDP EU činila 2,6 % (v zemích EU-15 v roce 2003)*
- *Růst odvětví v EU-15 byl v letech 1999–2003 o 12,3 % vyšší než celkový růst hospodářství „*

(Ekonomika kultury v Evropě, 2006)

2.4 Ekonomika kultury v Evropě

V říjnu 2006 si nechala Evropská komise na toto téma vypracovat studii s názvem „Ekonomika kultury v Evropě“. Šlo o to poukázat na důležitost kultury ve zvyšování konkurenceschopnosti Evropské unie, která byla založena od roku 2000 podle Lisabonské strategie na rozvoji znalostních ekonomik, investování do rozvoje komunikačních a informačních technologií a další podpoře inovací a výzkumu. (Ekonomika kultury v Evropě, 2006; Studie pro potřeby vytvoření Programu zmapování a analýzy potřeb umění, kulturních a kreativních průmyslů v ČR a transferu mezinárodních zkušeností, 2008)

Prvním krokem při vyhodnocování ekonomiky kultury v Evropě je nutnost definovat příslušná odvětví a činnosti. S ohledem na dosavadní rozdílné národní a mezinárodní přístupy to není jednoduchý úkol.

Tabulka 1: Vymezení kulturních a kreativních průmyslu podle Evropské komise
(The Economy of Culture in Europe, 2006)

<u>SEKTOR</u>	<u>OBLASTI</u>	<u>ODVĚTVÍ</u>	<u>PODODVĚTVÍ</u>	
Kulturní průmysly	Oblast tradičního umění	Výtvarné umění	Řemesla, malířství, sochařství, fotografie	
		Scénická umění	Divadlo, tanec, cirkus, festivaly	
		Kulturní dědictví	Muzea, knihovny, archeologická naleziště, archívy	
	Oblast kulturních průmyslů	Film a video		
		Televize a rozhlas		
		Videohry		
		Hudba	Hudební průmysly, živá hudební vystoupení	
		Knihy a tisk		
	Kreativní průmysly	Oblast kreativních průmyslů	Design	Módní průmysl, grafický průmysl, design interiérů, průmyslový design
			Architektura	
Reklamní průmysl				
Oblast příbuzných odvětví		Výrobci PC, přehrávačů apod.		

2.4.1 SWOT ANALÝZA

2.4.1.1 *Silné stránky*

- **existující způsoby financování a ekonomické podpory** prostřednictvím dotací z prostředků Ministerstva kultury, krajů a Evropské unie sloužících na podporu činností organizací působících v oblasti kultury, profesionálních i amatérských aktivit
- **stávající kulturní aktivity a zlepšující se infrastruktura kulturních organizací** různého charakteru, včetně nestátních neziskových a privátních (knihovny, divadla, orchestry, muzea, filmové přehlídky a festivaly, ...), jejich hustá síť, pluralita nabídky a široké spektrum činností a kvalitních služeb, které zvyšují dostupnost kultury.
- Kulturní rozvoj spojený s **využíváním informačních a komunikačních technologií** je subjekty působícími v oblasti českého kulturního prostředí považován za silnou stránku s ohledem na nově nabízené možnosti v této oblasti.
- Dále byla mezi silné stránky české kultury zařazena existující **spolupráce** s dalšími kulturními a společenskými organizacemi, obcemi, sdruženími obcí, nestátními neziskovými organizacemi i podnikatelskými subjekty na krajské, národní i mezinárodní úrovni. Prostřednictvím této spolupráce probíhá výměna zkušeností, půjčování exponátů a nabízí rovněž možnost konfrontace zejména mladých umělců s okolním světem.
- **existující vzdělávací instituce** a jejich školní, mimoškolní i volnočasové aktivity v různých oblastech (umění, knihovnictví, informační technologie, apod.), rovněž využívání nových osvětových a vzdělávacích programů a stále vzrůstající zájem o proces celoživotního vzdělávání vedoucí ke zvyšující se vzdělanosti české populace.

(Ekonomika kultury v Evropě, 2006)

2.4.1.2 *Slabé stránky*

- **nedostatek finančních prostředků** ve všech směrech a oborech a na všech úrovních

- nedostatečná podpora občanských sdružení, vývozu české kultury a umění do zahraničí a lokálních kulturních
- **zastaralý stav technického vybavení**, pomalu postupující **proces digitalizace** a celkově **nízká úroveň modernizace**, která neumožňuje aktivně reagovat na nové potřeby uživatelů.
- Nedostatečné **spektrum kulturních aktivit** pro určité segmenty populace a **nevyhovující infrastruktura** (například bariérovost), prostorové zázemí nebo jeho absence jsou mezi respondenty vnímány jako slabiny
- Obecně **malý zájem o kulturu** a povědomí o ní

(Ekonomika kultury v Evropě, 2006)

2.4.1.3 Hrozby

- chybí koncepce, legislativa i technické zajištění pro trvalé uchování a zpřístupnění kulturního a vědeckého dědictví, které vzniká a je prezentováno pouze v digitální podobě.
- **nedostatek finančních prostředků**
- Pro české kulturní prostředí představuje hrozbu **špatně nastavený systém státní památkové péče a obnovy památkového fondu**
- kulturní dědictví a kultura jazyka není prioritní oblastí zájmu. Konkrétně je v tomto ohledu zmiňován nedostatečný vztah ke kultuře u politické reprezentace napříč celým spektrem, manažerů, médií a také mladé generace
- proces **globalizace** a postupné ztráty nejen národní identity spojován především s komercializací českého kulturního prostředí a konzumerismem

(Ekonomika kultury v Evropě, 2006)

2.4.1.4 Příležitosti

- přítomnost vysokých škol, uznávané umělecké osobnosti, pěstování živé kultury a tradice např. v oblastech filmu, literatury i veřejnoprávních médií
- existence a vysoká koncentrace **historických památek**, které jsou formovány do přirozených kulturních center

- **geografická poloha**, zejména s ohledem na sousedství s dalšími evropskými regiony umožňující spolupráci.
- **infrastruktura a kulturní aktivity** dalších subjektů (měst a obcí, nejrůznějších sdružení, neziskových organizací) na krajské, národní i evropské úrovni, které rozšiřují stávající nabídku kulturního vyžití a možností trávení volného času
- Z hlediska příležitostí je kulturním potencionálem označováno především **bohatství kulturního dědictví** hmotného, movitého i nemovitého v různých oblastech lidské činnosti
- Jako příležitost pro českou kulturu byl zájem a **povědomí o ní** označován zejména v souvislosti s jistou mírou vyspělosti české populace, patriotismem a úctou
- Ačkoliv jsou na jedné straně **financování a ekonomické nástroje** podpory kultury označovány pro české kulturní prostředí hrozbou, na druhé straně se jeví rovněž také jako **příležitost**. V tomto ohledu jsou zmiňovány existující dotační tituly Ministerstva kultury ČR, dotační politika některých měst a obcí a také příchod nových investorů a prostředky ze zahraničí (např. forma stipendií pro literární překladatele).

(Ekonomika kultury v Evropě, 2006)

3 KREATIVNÍ EKONOMIKA

Vše nové co bylo vytvořeno, vymyšleno či uděláno je bezpochyby zásluhou lidské kreativity. Samozřejmě bez kapitálu, technologií a práce bychom nemohli mluvit o kreativitě člověka jako hlavním zdrojem ekonomického růstu, ovšem díky této kreativitě lidé technologii a pracovní činnosti rozvíjí na další úroveň a z ní plyne vyšší kapitál. Díky tomu se na ekonomiku nepohlíží jen z pohledu politické stability a demokracie, specializace a otevřenosti mezinárodnímu obchodu, ale v širší míře už také zdroj lidské kreativity. Jak již plyne z textu, dostali jsme se tedy postupem času z ekonomiky založené na zemědělství, průmyslu, ekonomice znalostní a informační, k ekonomice kreativní.

Touto problematikou se zabývá mnoho autorů, nejnámější můžeme uvést například John Howkins nebo Richard Florida. V roce 2001 byl pojem kreativní ekonomika použit poprvé v knize *The Creative Economy* a to již zmiňovaným Johnem Howkinsem. Richard Florida jako hlavní propagátor myšlenky kreativní ekonomiky sestavil index kreativity a pojmenoval problematiku kreativní třídy.

3.1 Měření kreativní ekonomiky

Z výše uvedeného textu je patrné, že jakkoliv se zvyšuje význam kreativní ekonomiky, neexistují jednotné definice pojmů co zahrnout do kreativní ekonomiky, co je kreativní průmysl, kulturní průmysl, kdo spadá do kreativní třídy atd. To ale nic nemění v tom, že z rostoucího významu kreativní ekonomiky, stoupá i potřeba kvantifikace a měření související se vstupy a výstupy.

Richard Florida se snaží vidět kreativitu jako výtvar člověka a jeho individuality a proto jsou jeho teorie a definice snahou definovat kreativní třídu. Ta se podle Floridy dělí na tři projevy:

- **technologickou kreativitu** - vynález
- **ekonomickou kreativitu** - podnikatelství
- **uměleckou kreativitu** – kulturní kreativita

Samotnou kreativní třídu rozlišuje do dvou skupin:

- *„super kreativní jádro – zahrnuje vědce, inženýry, univerzitní profesory, básníky, spisovatele, umělce, návrháře, architektky a další profese, jejichž cílem je vytvořit nové formy nebo návrhy, které jsou snadno přenosné a široce uplatnitelné*
- *kreativní profesionálové – kteří pracují v průmyslu, jež vyžaduje intenzivní znalosti, například high-tech sektor, finanční služby, zdravotnictví nebo management; tito lidé uplatňují své znalosti pro kreativní řešení problémů“*

(Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008, s. 3-4)

3.1.1 Index kreativity 3T

Tento index využívá Richard Florida a vysvětluje regionální ekonomický růst. Tato tři T znamenají: **talent, technologie a tolerance**.

„Při měření talentu Florida zkoumá procento populace s vysokoškolským vzděláním, tzv. index lidského kapitálu, což umožňuje identifikovat množství lidského kapitálu. Kromě toho se to tohoto indexu zahrnuje koncentrace kreativní třídy, tzv. index kreativní třídy, vycházející ze základních klasifikací zaměstnání a složená se super kreativního jádra a kreativních profesionálů. Úroveň technologie se měřena pomocí dvou subindexů: indexu inovace a high-tech indexu. Index inovací je dán počtem patentů na osobu, což zobrazuje inovační sílu populace. High-tech index měří velikost a koncentraci odvětví high-tech průmyslu v regionu. Jeho výpočet je založen na podílu výstupu high-tech průmyslu v oblasti na národním výstupu této oblasti. Posledním T je index tolerance. Je významný tím, že ovlivňuje schopnost regionu zaujmout kreativní třídu. Bylo poukázáno na silnou závislost mezi otevřeností společnosti vůči gayům, bohémům, a imigrantům a schopností regionu inovovat, produkovat v oblasti high-tech průmyslu a zabezpečit vysokou přidanou hodnotu ekonomického růstu. Míra tolerance je dána kombinací tří indexů, Gay indexu, Bohemian indexu a indexu migrace. Gay index udává míru vnější a vnitřní reprezentace gay populace s uměleckým zaměřením v regionu. Byl vytvořen k určení přesné míry populace produkující kulturní a kreativní aktiva v regionu. Index migrace měří procento imigrantů v regionu. Byl vytvořen pro zjištění otevřenosti společnosti vůči imigrantům a lidem z jiného regionu, jejichž přítomnost může být považována za stimul ekonomického růstu.“

(Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008, s. 8)

Tabulka 2: Kreativní index 3T (Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008)

Index talentu	
Index lidského kapitálu	Procento populace s vysokoškolským titulem
Index kreativní třídy	Koncentrace kreativní třídy
Index technologie	
Index inovace	Počet patentů na osobu
High-tech index	Procento výstupu odvětví high-tech oblasti na celkovém výstupu
Index tolerance	
Gay index	Počet gayů v regionu na celkový počet obyvatel regionu
Bohemian index	Populace s uměleckým zaměřením v regionu
Index migrace	Měří procento imigrantů v regionu

3.1.2 Euro-Creativity Index

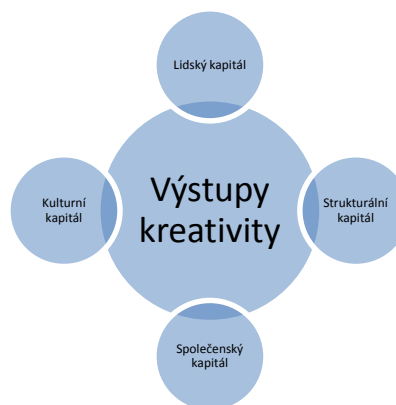
Tento model vychází ze zprávy Richarda Floridy a Irene Tinagli. Jedná se o rozšíření modelu 3T.

Tabulka 3: Euro-creativity index (Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008, s. 9)

Euro-Talent index	
Index kreativní třídy	Míra kreativních zaměstnání
Index lidského kapitálu	Podíl obyvatel ve věku 25-64 let s VŠ vzděláním (v %)
Index vědeckého talentu	Počet výzkumníků a inženýrů na tisíc dělníků
Euro-Technology index	
Index inovací	Počet patentů na jeden milion obyvatel
High-tech index inovací	Počet patentů v oblasti high-tech na milion obyvatel

R&D index	Procentuální podíl nákladů na výzkum a vývoj HDP
Euro-Tolerance index	
Index postojů	Procento tolerantních lidí vůči menšinám
Index hodnot	Odraz tradic v hodnotách obyvatel
Index sebevyjádření	Postoj k individuálním právům a vyjadřování

3.1.3 Model 5C



Obrázek 3: Výstupy kreativity a čtyři kapitály (Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008, s. 10)

„Pro zjištění míry společenského kapitálu byl vytvořen index společenského kapitálu. Mezi faktory zahrnuté do tohoto indexu patří rozvoj společenského kapitálu, hodnoty a postoje, sociální účast. Pro měření kulturního kapitálu je využit index kulturního kapitálu, který je složen z dílčích subindexů měřících různé aspekty kulturního kapitálu od závazků veřejného sektoru k rozvoji umění a kultury, výdajů domácností na kulturu či hodnotám přisuzovaným kreativě. Strukturální, neboli institucionální kapitál je zahrnut do indexu strukturálního a institucionálního kapitálu, jež identifikuje osm typů sociálních podmínek, právní systém, korupci, svobodu projevu, infrastrukturu informačních a komunikačních technologií, společenskou a kulturní infrastrukturu, možnosti komunity, finanční infrastrukturu a podnikání. Měření lidského kapitálu zajišťuje index lidského kapitálu, jež zahrnuje náklady na výzkum a vývoj, počet R&D zaměstnanců, skupinu obyvatel s vyšším vzděláním. Index

výstupu kreativity je ovlivňován 17 faktory, jež odpovídají třem oblastem – ekonomickému přínosu kreativity, tvůrčí aktivitě ekonomického sektoru a ostatním výstupům tvůrčích aktivit. Ekonomický přínos kreativity je dán relativním podílem kreativního průmyslu, kultury a ekonomické návratnosti vedené elektronickým obchodem místní ekonomiky. Faktory zahrnuté v tomto ukazateli reflektují vitalitu a vyrovnanost kreativní ekonomiky. Tvůrčí aktivity ekonomického sektoru poukazují na schopnost podniků vybudovat svou značku, rozšiřovat technologie ve firmách, splnit podmínky žádosti o patent. Jedná se i o neekonomické faktory kreativity. Ostatní výstupy tvůrčích aktivit měří množství tvůrčích počinů včetně produkce médií, knihy a literatury, filmu, divadla a architektury“ (Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008, s. 10-11)

3.2 Kreativní město

Kreativní město je takové, které staví na vědeckém, kulturním nebo kreativním principu. Místní úřady zde přispívají k vyžití v oblasti sportu, kultury či jiného vyžití. Vyznačují se otevřeným přístupem, tolerantností, kulturním zázemím, vyšší koncentrací kreativními jedinci a minimální korupcí (Kloudová, J. 2010, s. 37). Příkladem takového kreativního města je například skotské město Glasgow. Je jedním z mnoha měst, ve kterém se proti úpadku tradiční ekonomické základny založené na průmyslu a vysokou nezaměstnaností, rozhodli změnit pohled na město a investovat do kulturního a kreativního potenciálu. Díky marketingu a rozvoje cestovního ruchu Glasgow dostal novou tvář a nový reorganizovaný kulturní sektor je perspektivní také do budoucna (Kesner, L. 2005, s. 50). Důkazem, že se podařilo Glasgow přeměnit na kreativní město a využít jeho nový potenciál, je ocenění z roku 1990, kdy byl Glasgow jmenován jako evropské město kultury a stále patří mezi jednu z nejoblíbenějších destinací ve Skotsku. Je samozřejmostí, že kultura je klíčovou rolí v turismu a prvotní důvod město navštívit. Druhotný důvod je zde investovat. Oblíbená destinace, vyšší koncentrace kreativních lidí, více turistů, to vše nabízí dobré podnikatelské vyhlídky. Existují studie které potvrzují, že lidé si pro zaměstnání vybírají větší město, kde existuje nějaké kulturní vyžití a teprve podle toho, kde se město nachází, si vybírá člověk zaměstnání a organizaci. Evropská unie si je dobře vědoma, že je zapotřebí vytvoření takovýchto měst a rozvoj infrastruktury, které by přilákaly investory a kde by vznikly nové pracovní příležitosti. (Kloudová, J. 2010, s. 38).

PRAKTICKÁ ČÁST

4 PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE

V dalších kapitolách uvedu příklady zemí, kde KKP fungují. Jejich vymezení, konkrétní projekty a také hospodářský význam v národním měřítku.

4.1 Německo

Definice Německých kulturních a kreativních průmyslů navazuje na studie OECD, kde je ekonomika kultury dělena do jednotlivých tržních odvětví (hudební trh, knižní trh, atd.) z důvodu jasné hospodářské definice a umožnění nasazení přesně cílených politických opatření. Pro tento model je sběr empirických dat nejjednodušší a je nejkompatibilnější s modely KKP v Evropě, což umožňuje mezinárodní srovnání a snadnější spolupráci. V Německu se dělí KKP na dva subsektory (kulturní a kreativní) a ty na své dílčí trhy. Tento způsob představuje nejrozšířenější formu rozdělení kulturního sektoru podle Evropské komise a je kompatibilní také s britským modelem Creative Industries. V tabulce níže jsou uvedeny dílčí trhy Německých KKP.

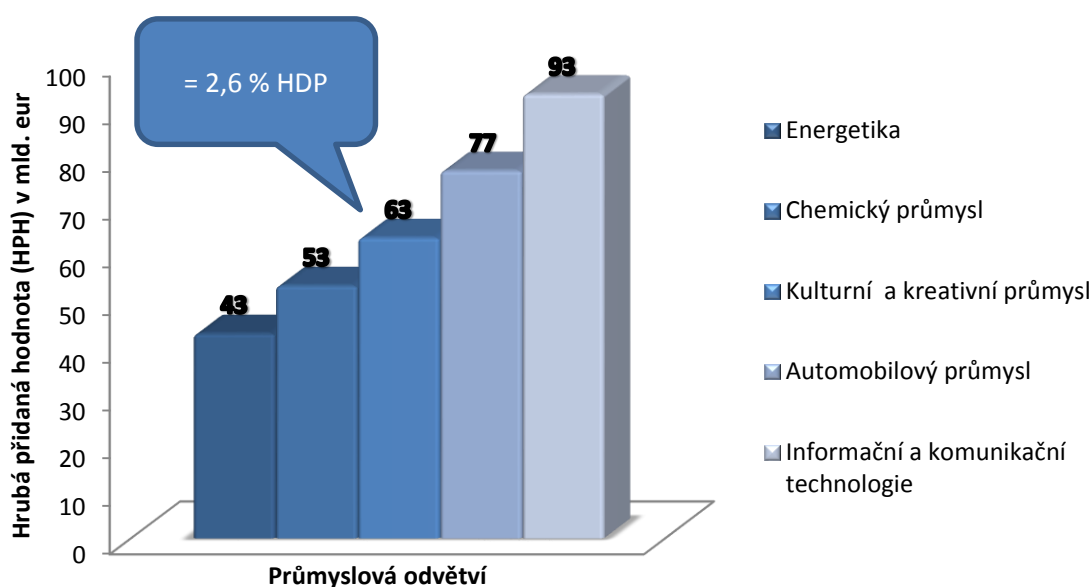
(Kraus, 2012b, s. 6-8)

Tabulka 4: Struktura KKP v Německu (Kraus, 2012b, s. 8)

Subsektory	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly
Dílčí trhy	Hudební průmysl	Reklamní trh
	Knižní trh	Trh softwaru a PC her
	Trh výtvarného umění	
	Filmový průmysl	
	Televizní a rozhlasový trh	
	Trh scénického umění	
	Trh designu	
	Trh architektury	
	Trh s tiskem	
	Ostatní	

4.1.1 Národohospodářský význam

Podle Deutsche Bank je kvalita makroekonomických dat pro KKP nedostačující. Stanovení hrubé přidané hodnoty (HPH) je proto pořizováno formou odhadu. Na základě makroekonomických dat za rok 2007 bylo prostřednictvím Spolkového ministerstva průmyslu a technologie (BMW) zjištěno, že KKP dosahují velikosti klasických průmyslových odvětví, přičemž některá i předčí, jak je vidět v grafu níže. (Kraus, 2012b, s. 69-70)



Graf 1: Srovnání průmyslových odvětví v Německu (Kraus, 2012b, s. 70)

Statistiky KKP v roce 2009:

- Registrováno bylo 238 300 podnikatelských subjektů
- Obrat činil 132 miliard eur
- Dohromady zaměstnávaly 787 000 zaměstnanců
- V kulturním a kreativním průmyslu v daném roce pracovalo přes jeden milion výdělečně činných.
- Za léta 2008 a 2009 se počet OSVČ a podnikatelů zvýšil o 1,8 %,
- K hrubé přidané hodnotě (HPH) přispěly trhy KKP 62,6 miliardy eur
- Relativní podíl zaměstnanců tohoto sektoru představuje 3,3 % na německém trhu zaměstnanosti

(Kraus, 2012b, s. 70-71, 74)

4.1.2 Iniciativa vlády pro podporu KKP

Pro podporu konkurenceschopnosti KKP byla spolkovou vládou v roce 2007 založena Iniciativa pro podporu kulturních a kreativních průmyslů. Je koordinována Spolkovým ministerstvem průmyslu a technologie a Spolkovým úřadem pro kulturu a média. Od svého vzniku má Iniciativa k dispozici v průměru 3,7 milionu eur ročně. Na její činnosti se podílejí i další spolková ministerstva – spravedlnosti, zahraničí, financí, práce a sociálních věcí nebo školství a vědy. Spolupráce ministerstev usnadňuje dosažení společných cílů např. v oblasti autorského práva, daňové a sociální politiky aj. Iniciativa tvoří spolu se zúčastněnými ministerstvy zastřešující organizaci spolkové vlády pro politiku podpory KKP. Prostřednictvím Racionalizačního a inovačního centra (RKW) v Eschbornu má Iniciativa od roku 2010 k dispozici osm regionálních Kompetenčních center pro kulturní a kreativní průmysl s více než osmdesáti kontaktními místy po celém Německu. RKW bylo jako partner přizváno pro své bohaté zkušenosti v oblasti podpory malých a středních podniků, které nyní mohou být využity i pro potřeby KKP. (Kraus, 2012b, s. 77-79)

4.1.3 Příklady aktivit a podpor KKP

Následující aktivity jsou nejvýznamnějšími podpůrnými projekty zaměřenými na lokální sektor kulturních a kreativních průmyslů, které jsou v působnosti jednotlivých spolkových zemí:

Berlín: Projekt Budoucnost

Berlínský „Projekt Budoucnost“ vedený Senátním výborem pro hospodářství, technologie a ženy podporuje informační a komunikační technologie a kreativní hospodářství již od roku 1997. Tato zemská iniciativa optimalizuje podmínky pro růst dílčích trhů KKP, vyvíjí strategie a podporuje nejrůznější projekty. Pořádáním akcí a vydáváním publikací iniciuje dialog s veřejností a propojuje kontakty mezi aktéry z průmyslové, vědecké a politické oblasti.

Severní Porýní-Vestfálsko: CREATIVE.NRW – Klastř kulturních a kreativních průmyslů

Organizace podporuje kreativní podnikatele a živnostníky v Severním Porýní-Vestfálsku. S příjmy až 36 mld. euro zaměstnává 315 000 lidí v 50 000 podnicích a řadí kreativní prů-

mysl na třetí místo v ekonomice státu. Hlavním důvodem rozšiřování a posilování organizace je vysoká úroveň a široká škála profesionálních služeb, včetně vzdělávání, poradenství a předávání obchodních znalostí. Těmito aktivitami organizace podporuje hospodářskou soutěž mezi místními tvůrčími podniky a tím podporují růst inovací.

Porýní-Falc: Umělecké, kulturní a kreativní hospodářství

V rámci rýnsko-falckého rozvojového plánu „Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz“ (ZIRP) je kladen důraz na kreativitu jako lokální faktor. ZIRP má za cíl vytvořit z Porýní-Falce mezinárodní obchodní místo a dostat se do podvědomí jako středoevropské město kultury pomocí zvyšování atraktivity životního a pracovního prostoru. V řadě workshopů v letech 2009 a 2010 byly analyzovány možnosti úspěchů a potřeby v prosazování kreativních jednání. Výsledky byly představeny veřejnosti a nadále jsou diskutovány možnosti jejich prosazení.

Bádensko-Württembersko: Kreativní země Bádensko-Württembersko

Příspěvkem do oblasti kulturního a kreativního trhu a trhu informačních technologií byla výstavba sítí podnikatelských kontaktů za podpory Evropského fondu regionálního rozvoje (EFRE). Uskutečněna byla Mediální a filmovou společností B-W, s. r. o., jakožto nositelem projektu s názvem „Kreativní země Bádensko-Württembersko“.

(Kraus, 2012b, 85-86)

4.2 Rakousko

V aktuální zprávě o rakouském kreativním průmyslu z roku 2010, se objevuje závazná definice rakouského kreativního průmyslu, která zní: „Kreativní průmysl zahrnuje na zisk orientované podnikatelské subjekty, které se zabývají tvorbou, produkcí a (mediální) distribucí kreativních a kulturních produktů nebo služeb.“. KKP se v Rakousku dělí do devíti oblastí, které jsou dále rozdělené na své vlastní trhy. Tyto oblasti a trhy můžeme vidět v tabulce níže. (Kraus, 2012a, s. 1-3)

Tabulka 5: Oblasti a trhy Rakouského kulturního a kreativního průmyslu (Kraus, 2012a, s. 5)

	Oblasti	Trhy
1	Architektura	Architektonické kanceláře
2	Design	Textilní designéři, šperkaři, grafici, atd.
3	Hudba, knihy a umělecké činnosti	Maloobchod s knihami, hudebními nástroji a uměleckými díly Nahrávací studia Umělecké a výtvarné vyučování Umělecké a spisovatelské činnosti
4	Rozhlas a televize	Rozhlasová a televizní podnikatelé
5	Software a PC hry	Programování IT služby Vydávání PC her a dalšího softwaru
6	Vydavatelství	Vydávání knih, časopisů, novin aj.
7	Video a film	Výroba a zpracování filmů a televizních programů Kina
8	Reklama	Tvorba a rozšiřování reklamy
9	Knihovny, muzea, botanické a zoologické zahrady	Knihovny, muzea, botnické a zoologické zahrady

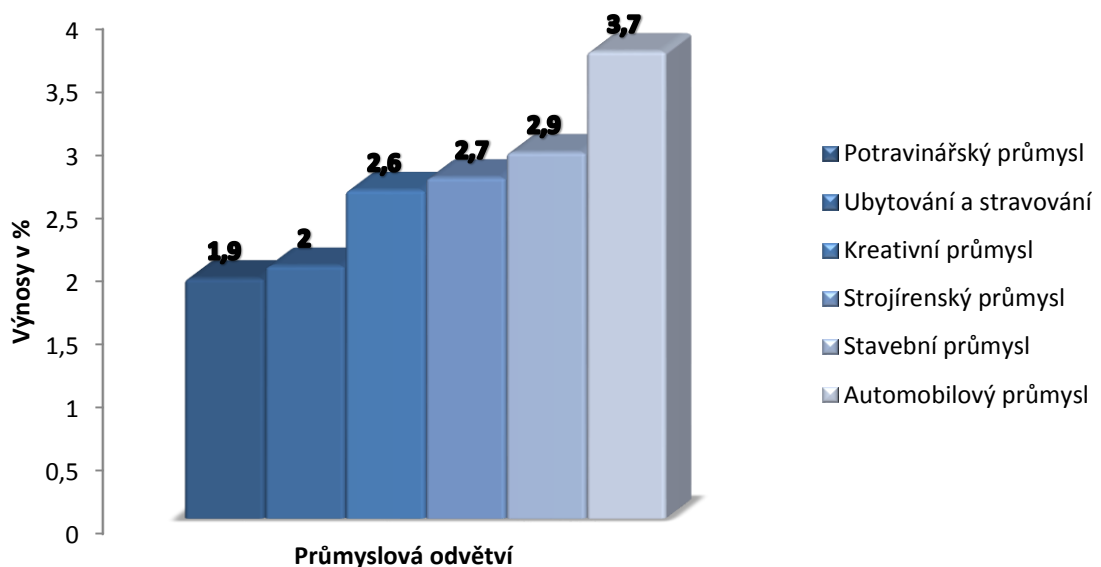
4.2.1 Národohospodářský význam

Aktéři KKP dosáhli v roce 2008 obratu cca 18,5 mld. eur. Hrubá přidaná hodnota činila 7,2 mld. eur, což odpovídá 3,5% přidané hodnoty rakouského hospodářství. (Kraus, 2012a, s. 14)

Statistické údaje KKP v roce 2008:

- Obrat kolem 18,5 mld. eur
- 36 100 podnikatelských jednotek (10% všech podniků)
- 127 000 nabízených pracovních míst
- 92 000 zaměstnanců činných v závislých povoláních

(Kraus, 2012a, s. 14-17)



Graf 2: Podíl výnosů v rámci Rakouského hospodářství (Kraus, 2012a, s. 14)

4.2.2 Strategická podpora

V posledních letech vzniklo několik podpůrných programů na federální úrovni na podporu KKP v Rakousku. Jsou spravovány několika agenturami. V textu níže jsou uvedeny dvě nejznámější agentury:

Evolve – Tato iniciativa vznikla pro podporu inovací v oblasti KKP federálního ministerstva hospodářství, rodiny a mládeže v roce 2008. Ve spolupráci s dalšími dvěma agenturami měla v roce 2013 k dispozici rozpočet ve výši 25 mil. euro. Agentura nabízí služby v oblasti vzdělávání a odborné přípravy, poradenství a síťování. Spravuje program *Impulse* podporující experimentální vývoj produktů z oblasti kreativních průmyslů a jejich uvedení na trh.

Departure – je kreativní agentura města Vídně. Byla založena roku 2003 samotnou Vídní jako první nezávislé a servisní centrum pro podporu podnikání v kreativních odvětvích. Jejím cílem je podporovat podniky kreativních průmyslů ve Vídni. Finanční dotace jsou vybírány na základě výběrových řízení. Od svého založení podpořila více než 400 projektů částkou 25,4 mil. euro. Zabývá se především módou, hudbou, designem, nakladatelskými službami, trhem s uměním a architekturou.

(Kraus a Žáková, 2014, s. 45)

4.2.3 Příklady Rakouských KKP

V následujícím textu je uvedeno, jaké projekty pomohly tyto agentury zrealizovat:

Vinci – Voucher pro kreativní průmysl

Projekt realizovaný v Salcburku v roce 2012. Jeden z pilotních projektů Evropské aliance kreativních průmyslů. V projektu obdrželo 20 malých a středních podniků z oblasti kreativních průmyslů dotaci ve výši 5 000 euro na realizaci inovativních projektů na základě velké poptávky byl v roce 2013 zdvojnásoben rozpočet na přidělení 600 voucherů v hodnotě 3 000 000 euro.

CreativeDepot – iniciativa Rakouské hospodářské komory

Zahájeno v roce 2009. Jedná se o online databázi všech uměleckých děl ve všech žánrech: fotografie, poezie, blogy, software, atd.

(Kraus a Žáková, 2014, s. 45-46)

AustriaDesignNet – otevřená platforma pro design

V roce 2012 založeno největšími Rakouskými designovými iniciativami. Jedná se o projekt, který má za cíl prezentovat rakouský design na mezinárodních akcích ve společné platformě. Je podporována také ministerstvem ekonomiky, rodiny a mládeže.

(Kraus a Žáková, 2014, s. 45-46)

5 ČESKÁ REPUBLIKA

Česká republika zatím nemá oficiální definici a vymezení KKP. Nicméně publikace, které jsou vydávány za účelem problematiky tohoto tématu, přistupují k britské definici kreativních průmyslů a vymezení kreativních průmyslů podle studie Evropské komise. To, že by Česká republika nevymezila žádný KKP není úplně pravda. Je vymezen na tzv. účtu kultury, který zpracovává Český statistický úřad ve spolupráci s Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu. Od roku 2008 je oblast kultury ve statistice naplňována na základě vládního úkolu vyplývajícího z přijetí usnesení o „Státní kulturní politice na léta 2009-2014“. Ekonomické činnosti zahrnuté co účtu kultury ČR jsou:

- Činnosti knihoven a archivů
- Činnosti muzeí
- Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
- Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specializovaných prodejnách
- Maloobchod s použitým zbožím v prodejnách
- Scénická umění
- Podpůrné činnosti pro scénická umění
- Provozování kulturních zařízení
- Fotografické činnosti
- Umělecká tvorba
- Umělecké vzdělávání
- Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
- Postprodukce film., videozáznamů a televizních programů
- Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
- Promítání filmů
- Pronájem videokazet a disků
- Maloobchod audio- a videozáznamy
- Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
- Tvorba televizních programů a televizní vysílání
- Rozhlasové vysílání
- Vydávání knih
- Vydávání novin

- Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
- Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
- Překladatelské a tlumočnické činnosti
- Maloobchod s knihami
- Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím
- Vydávání počítačových her
- Architektonické činnosti
- Činnosti reklamních agentur
- Specializované návrhářské činnosti
- Všeobecné činnosti veřejné správy
- Regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení
- Činnosti organizací na podporu kulturní činnosti

Kromě vymezení KKP na národní úrovni v rámci Účtu kultury ČR lze doložit snahu o vymezení KKP na regionální a městské úrovni. První mapování bylo realizováno Moravskoslezských krajem v souvislosti s kandidováním Ostravy jako Evropské hlavní město kultury 2010. Dále byla tato metodika rozvinuta ve Zlíně a Zlínském kraji v roce 2012, dále v Praze, Brně, Pardubicích a Plzni v roce 2013.

(Kraus a Žáková, 2014, s. 57-59)

5.1 Ekonomický přínos

V tabulce níže vidíme data z výsledů Účtu kultury ČR za rok 2009 a 2010, konkrétně se jedná o podíl kultury na produkci země, podíl na HPH a HDP, dále pak počty zaměstnanců v oblasti kultury. Tyto roky jsem vybrala z toho důvodu, aby tyto data mohl čtenář porovnat s údaji jiných zemí EU (Německo a Rakousko), které jsou uvedeny výše v této práci. Dále pod tabulkou jsou uvedeny nejnovější data k roku 2013. Vstupní data vychází ze zdrojů národního účetnictví. (Kraus a Žáková, 2014, s. 59-60)

Tabulka 6: Ekonomické srovnání českých KKP v roce 2009 a 2010 (Kraus a Žáková, 2014, s. 60)

	2009	2010
Podíl kultury na produkci země	2,54% (224,8 mld. Kč)	2,48% (231,3 mld. Kč)
Podíl na HPH	2,55% (85,9 mld. Kč)	2,52% (86,1 mld. Kč)
Podíl na HDP	1,79% (67,6 mld. Kč)	1,56% (59,5 mld. Kč)
Počet zaměstnanců	83 000	87 000

Výsledky Účtu kultury 2013:

- Podíl kulturního sektoru na celkové produkci 2,11% (203,3 mld. Kč)
- Podíl na HPH 2,26% (82,8 mld. Kč)
- Podíl na HDP 1,37% (55,9 mld. Kč)
- Počet zaměstnanců cca 81 000

Poměrně nižší úroveň HDP v porovnání s HPH je dána nízkou úrovní daní vztahujících se ke kulturnímu sektoru, a naopak vysokou úrovní přijatých provozních dotací. Ukazuje se také, že se výkon sektoru kultury v roce 2010 v porovnání s výkonem celé ekonomiky vyvíjel pomaleji.

(Výsledku účtu kultura za rok 2013, 2015)

5.2 Strategická podpora

V České republice není v současné době přijata koncepce pro systematickou podporu KKP, nicméně zde je výčet podpory dílčích kulturních a kreativních průmyslu:

Filmový průmysl

Díky přijetí zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie v roce 2012 byl transformován fond kinematografie. Ten je od té doby velice komplexní, dobře strukturovaný a transparentní podpůrný systém s jasnými kritérii a je závislý pouze na státním roz-

počtu. Ten by měl do fondu vkládat další finance na podporu české kinematografie, na správu fondu a dotace účelově určené na filmové pobídky. Pobídky fungující v ČR od roku 2010, umožňují vracet producentům desetinu nákladů na zahraniční herce a členy štábu a 1/5 za zboží a služby. To je jeden z důvodů proč jsou velké zahraniční produkce lákány do České republiky.

CzechTrade – Design pro export

Jedná se o podporu v oblasti designu od roku 2008. Projekt *Design pro export* je cílená na individuální poradenský servis. Rozpočet programu činí ročně cca 4 000 000 korun a jeho služby od založení využilo už přes jeden tisíc českých výrobců. V roce 2013 byl tento projekt rozšířen na *Design pro konkurenceschopnost*. Ten usiluje o zvýšení sebevědomí podnikatelských subjektů v konkurenčním boji. Tento program poskytuje pomoc při implementaci designu do podnikových strategií.

5.2.1 Strukturální fondy

Jako v každé zemi EU je čerpání strukturálních fondů odvozeno od základního programového dokumentu. V České republice je to na období roku 2007 – 2013 Vyjádřeno v Národním strategickém referenčním rámci. Jedná se o velice složitý a komplexní dokument, kde jsou zohledněny všechny ekonomické a společenské oblasti. Priority jsou stanoveny tak, aby pokryly potřeby výkonných orgánů. Kultura je zde vnímána a zúžena zejména jako oblast kulturního dědictví. Ministerstvo kultury bylo zapojeno do přípravy čerpání strukturálních fondů a jeho prioritou byla obnova a rekonstrukce kulturního dědictví, jako jsou památky, ale také digitalizace kulturního obsahu.

5.2.2 Integrovaný operační program

Program, *Vracíme památky do života* je zprostředkovaný Ministerstvem kultury v rámci prioritní osy 5.1 Národní podpora využití potenciálu kulturního dědictví. Částkou cca sedm miliard bylo plánováno realizovat zhruba 20 projektů pro sedmileté období (2 projekty na každý region). Cílem programu není jen obnova památek, ale také jejich oživení a navrácení do života společnosti, poskytování nových služeb v oblasti vzdělávání, kulturního rozvoje, rozšiřování duševních obzorů a lepší chápání hodnot kulturního dědictví. V roce 2013 byly dokončeny tři projekty: rekonstrukce vily Tugendhat a modernizace Studijního a

dokumentačního centra, Národní muzeum fotografie a dílna tapiserií, Zpřístupnění národní kulturní památky Vítkovice – reaktivace klíčových budov a technologických celků Národní kulturní památky s ojedinělým vzdělávacím a technickým potenciálem v Ostravě-Vítkovicích. V roce 2013 byl tento projekt převeden pod Ministerstvo pro místní rozvoj.

(Kraus a Žáková, 2014, s. 60-62)

5.3 Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR

V rámci mapování KKP v České republice byla vytvořena trojsektorová tabulka, která je od roku 2012 jednou ze standardních tabulek satelitního účtu kultura. Tabulka je na základě doporučení Evropské komise rozdělena do tří oblastí: kulturní sektor, kulturní průmysly a kreativní průmysly a je naplněna daty z roku 2009. Jedná se o první zveřejnění údajů o HPH, zaměstnanosti, počtu firem atd. za jednotlivá odvětví kulturních a kreativních průmyslů. (Martinec, 2012)

Tabulka 7: Trojsektorová tabulka KKP v ČR (Martinec, 2012)

SEKTOR	OBLAST	NACE	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA	POČET ZAMĚSTN. (PREPOC.) v tis.os.	EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB (2010)	IMPORT (2010)	POČET PRÁVNICKÝCH OSOB	PRŮJMY (VÝNOSY) CELKEM	VÝDAJE (VÝKLADY) CELKEM	ROZDIL s.l. - s.l.z.	SPOTŘEBA materiálu, energií, zboží a služeb	VÝDAJE NA INVESTICE	
a	b		5	6	8	9	10	1	2	3	4	7	
KULTURNÍ SEKTOR	Historická památka	91.03	1,244,115	1,955	31,479	36,041	291	2,235,308	2,226,083	9,225	991,193	471,173	
	Muzeum a galerie	91.02	2,808,767	7,448	108,771	203,940	482	4,514,978	4,506,209	8,769	1,706,211	1,177,261	
	Knihovny a archivy	91.01	2,187,960	6,618	-	-	5,485	3,481,536	3,604,180	-122,644	1,293,576	327,279	
	Scénická umění	90.01,02,04	5,838,605	17,050	61,172	187,889	1,762	10,471,273	13,471,148	-2,999,875	4,632,668	250,251	
	Výtvarná umění	74.20, 90.03	1,988,392	4,177	28,381	31,053	6,013	4,627,195	4,396,643	230,552	2,638,803	1,738	
	Řemesla	???			5,551,545	2,108,429	-			0			
	Kulturní a umělecké vzdělávání	85.52		8,592			3,992			0			
Sektor celkem			14,067,839	45,840	5,781,348	2,567,352	18,025	25,330,290	28,204,263	-2,873,973	11,262,451	2,227,702	
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film a video	59.11 - 14	534,911	1,756	6,356,763	4,762,862	1,182	6,026,182	4,839,374	1,186,808	5,491,271	733,750	
	Videaohry	58.21	3,510,896	233	-	-	19	6,122,044	5,808,420	313,624	2,611,148	347,318	
	Televize	60.20	9,176,371	3,777	109,900	707,769	78	17,703,086	13,376,144	4,326,942	8,526,715	1,593,398	
	Rozhlas	60.10	1,598,083	1,724	1,751	4,649	160	3,210,452	3,152,731	57,721	1,612,369	344,907	
	Knihy a tisk	58.11,13,14, 63.91	11,800,678	12,070	6,410,257	4,509,631	927	34,129,235	34,029,245	99,990	22,328,557	861,301	
	Hudba	59.20	3,510,896	970	9,770	101,620	2,615	2,262,183	2,033,124	229,059	1,591,507	154,525	
	Sektor celkem			30,131,835	20,530	12,888,441	10,086,531	4,981	69,453,182	63,239,038	6,214,144	42,161,567	4,035,199
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	71.11	10,145,312	8,915	318,200	59,444	792	25,116,251	23,113,353	2,002,898	14,970,939	1,783,120	
	Reklama	73.11	20,762,905	13,593	12,122,622	8,450,020	1,334	68,504,483	65,859,453	2,645,030	47,741,548	1,535,077	
	Design	74.10	1,103,677	726	363,958	1,857,434	500	2,734,756	2,477,945	256,811	1,631,079	189,486	
	Sektor celkem			32,011,894	23,234	12,804,780	10,366,898	2,626	96,355,490	91,450,751	4,904,739	64,343,566	3,507,683
	Neznámá oblast		8,503,899				61,493	11,637,485	9,280,299	2,357,186	3,133,586	739,008	
KULTURA CELKEM			84,715,467	89,604	31,474,569	23,020,781	87,125	202,776,447	192,174,351	10,602,096	120,901,170	10,509,592	

6 KLASTR ČERNÁ LOUKA



Obrázek 4: Budoucí vzhled Klastru Černá louka (Ostrava 2015, 2015)

Klaster Černá louka je v současné době vznikající projekt, který je stěžejním pro město Ostrava, s nímž se uchází o titul Evropské hlavní město kultury 2015. Podle plánů by na Černé louce měla v budoucnu vyrůst nová část města a počítá se vznikem kulturně-sociálního klastru. Na rozloze 27 hektarů. Nacházející se 150 metrů od městského náměstí na území bývalého brownfieldu, nyní v kvalitním prostředí v atraktivní lokalitě u řeky Ostravice. Byla tu vysázena zeleň a vybudováno několik pavilonů Výstaviště. Na tomto území je dále vybudováno Divadlo loutek. V těsné blízkosti je budova Národního divadla moravskoslezského a Slezskoostravský hrad. Území navazuje na historické centrum města s pěší zónou, řeka jej propojuje s blízkým centrálním parkem města. Dále je Černá louka součástí rozvojového industriálního komplexu Dolních Vítkovic a obchodní a rezidenční zóny centra Nová Karolina. Konceptem projektu je zvýšení kvality života obyvatel a rozšíření kulturního vyžití. V rámci klastru budou vedle sebe stát nové budovy koncertního domu a městské galerie - tzv. Kunsthalle, pavilon G přestavěný na „Music Pavilion“, nová mateřská, základní a střední škola, nové budovy rezidenčního bydlení, budova kreativního inkubátoru spojeného se školou kulturního managementu, Divadlo loutek doplněné o novou přístavbu a další kulturní instituce, které se nacházejí v bezprostřední blízkosti (výstavní pavilon,

hrad, divadlo). To vše ve stávající vzrostlé zeleni a v kulisách revitalizovaných břehů řeky Ostravice s plochami určenými pro slunění, s novou cyklostezkou a promenádami. (Ostrava 2015, 2015)

6.1 Dopady z hlediska marketingu

- Další stupeň rozvoje kultury v rámci regenerace města
- Klastř Černá louka bude jedním z nositelů symbolické hodnoty města.
- Stane se zásadním identifikačním elementem pro místní obyvatele
- Posílí regionální identitu.
- Vytvoří inspirativní prostředí urychlující výměnu znalostí a informací
- Prostředí, které přitahuje kreativní pracovníky, sníží odliv cenných osobností z regionu.
- Optimální rozmístění firem kreativního průmyslu v okolí.
- Klastř bude prvním krokem a ideálním vzorem v dalším budování města Ostravy.

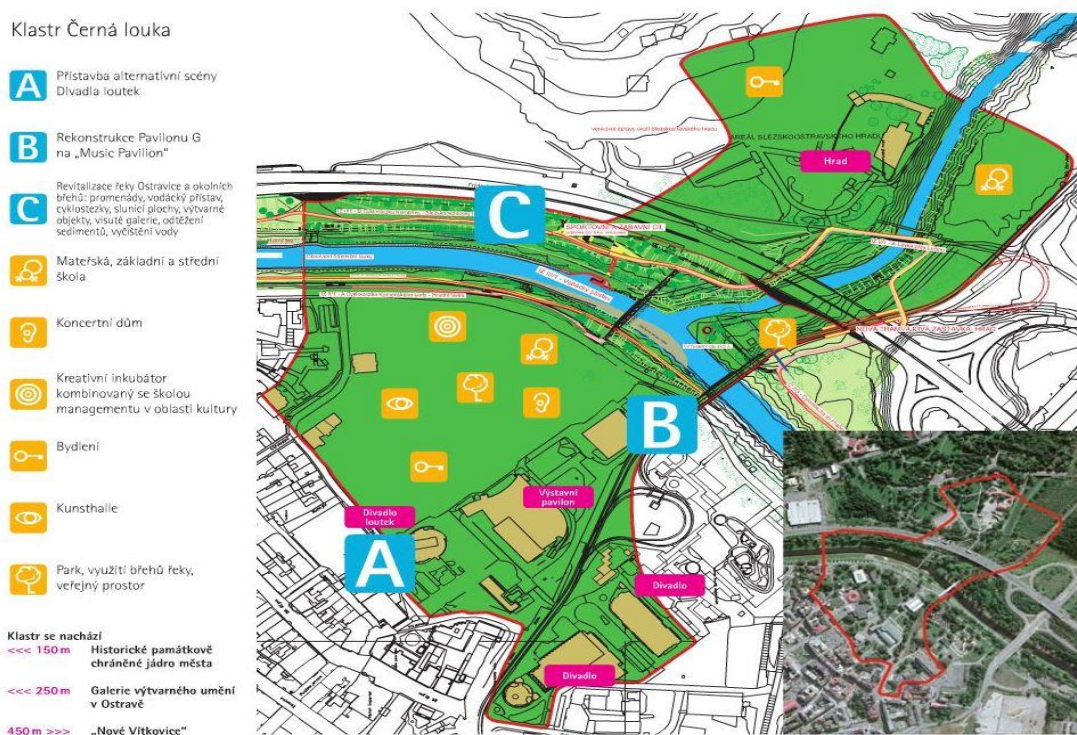
(Ostrava 2015, 2015)

6.2 Principy Klastř Černá louka

Multifunkční urbanistický celek navazující na centrum a rozvojové zóny města, rozvíjející paralelní urbanisticko-architektonické projekty v bezprostřední blízkosti. V projektu jsou zakomponované i stávající budovy na území klastř, doplněné budou nové potřebné stavby pro kulturní vzdělávání, ale také se rekonstruují budovy staré. Funkční využití bude zaujímat široké spektrum, aby oslovilo co nejvíce obyvatel a návštěvníků. Jde o to, aby zde nevznikaly kulturní „ghetta“. Stavby se měly vyhovovat moderním požadavkům, totiž energeticky nenáročným, udržitelným a konstruovaným s moderních kvalitních materiálů. To vše však za předpokladu nezmenšení zelené plochy. Přestože bude mít klastř své jádrové stavby – koncertní budovu a kunsthalle, území nebude charakteristické jedinou stavbou, naopak – dominantu bude tvořit klastř jako celek. Nové budovy klastř budou realizovány na základě mezinárodních architektonických soutěží. Na vzniku a realizaci klastř se budou podílet

odborníci Ostravy, regionu, České republiky a Evropy. V případě nepříznivých okolností, jako je např. ekonomická krize, bude možno realizaci jednotlivých staveb rozložit do několika let. (Ostrava 2015, 2015)

6.3 Stavební program



Obrázek 5: Rozmístění budov Klastru Černá louka (Ostrava 2015, 2015)

Na obrázku výše vidíme, jaké budovy má město v plánu vystavět a kde se bude tato stavba nacházet. Hlavním smyslem komplexu je propojení umění, vzdělávání a kapouního života. V následujícím textu tyto budovy blíže specifikuji:

Přístavba a alternativní scény Divadla loutek: Divadlo loutek Ostrava je jedinou profesionální scénou pro děti a mládež v Moravskoslezském kraji. V plánu je vytvoření nové alternativní studiové scény pro cca 50-60 diváků, vybudování vnějšího amfiteátru, rozšíření foyer a rozšíření kapacity divadla. Snahou je realizace častějších loutkových, pohybových a výtvarných workshopů.

Rekonstrukce Pavilonu G na „Music Pavilon“: V současnosti je pavilon G používán jako tréninková hala pro golf. Cílem je vytvořit kulturní areál, kde se budou konat nové i stávající festivaly Ostravy, součástí bude koncertní prostor pro cca 1 500 lidí a malá klubová scéna pro cca 150 diváků.

Revitalizace řeky Ostravice: Jedná se o projekty architektonické, ekologické a urbanistické v bezprostředním okolí řeky. Ve finále by rozšíření relaxačních a rekreačních zón mělo zlepšit kvalitu vody a přírody v okolí břehů.

Mateřská, základní a střední škola: V plánu je vytvoření komplexního integrálního vzdělávacího systému, který umožní efektivní propojení lidí i činností.

Koncertní dům: V České republice chybí sál, který by vyhovoval akustickým požadavkům velkého moderního orchestru. Koncertní dům v areálu Klastru Černá louka bude mít vedle symfonického sálu s kapacitou až 1000 míst k dispozici také komorní sál s kapacitou až 200 míst a menší společenský sál.

Kreativní inkubátor kombinovaný se školou managementu v oblasti kultury: Tento inkubátor by měl generovat agilní, schopné producenty a manažery projektů KKP. Plánuje se spolupráce s vysokými školami a s projekty kreativních průmyslů. Inkubátor by měl obsahovat minimálně 5 multimediálních přednáškových sálů s kapacitou do 30 osob, 1 veliký multimediální projekční a divadelní sál s kapacitou až 200 osob.

Bydlení: Bydlení by nemělo působit jako násilně přidaná hodnota, ale jako integrální součást klastru. Jeho sociální rozměr je stejně tak důležitý jako rozměr kulturní. Smysl tkví v myšlence, že propojení bydlení, vzdělávání a kulturních možností skloubených s kvalitním veřejným prostorem, to vše dohromady vytvoří podmínky pro šťastný život.

Kunsthalle: Kunsthalle je projekt první výstavní síně v Ostravě. Pořádá zásadní světové a evropské výstavy, ale nemá vlastní sbírku. Na ploše cca 2000m² umožní pořádat výstavy velkých objektů a prostorových artefaktů pro cca 5000 návštěvníků.

(Ostrava 2015, 2015)

7 NÁVRH NA PODPORU KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V OSTRAVĚ

Pro podporu rozvoje kulturního a kreativního průmyslu v Ostravě jsem zvolila vytvoření dvoudenního divadelního festivalu v areálu dolní oblasti Vítkovic, který patří na území budoucího Klastru Černá louka. Na festivalu se budou podílet různá divadla států Visegrádské čtyřky: České republiky, Maďarska, Polska a Slovenska.

7.1 Základní informace o projektu

- Název projektu: Ostravský divadelní festival
- Kraj: Moravskoslezský kraj
- Garant projektu: Divadelní společnost Petra Bezruče s.r.o.
- Cíl projektu: Přitáhnout do areálu co nejvíce návštěvníků a představit vizi projektu Klastru Černá louka doprovodnými akcemi. Představit současnou divadelní tvorbu a udělat ji zajímavější pro veřejnost.
- Cílová skupina: Kreativní veřejnost širokého okolí
- Popis projektu: Hlavní atrakcí budou různé divadelní soubory pořadatelských zemí rozdělených do dvou dnů – jeden den program pro děti, druhý den program pro dospělé.
- Předpokládané náklady: 1 500 000 Kč
- Zdroje financování projektu:

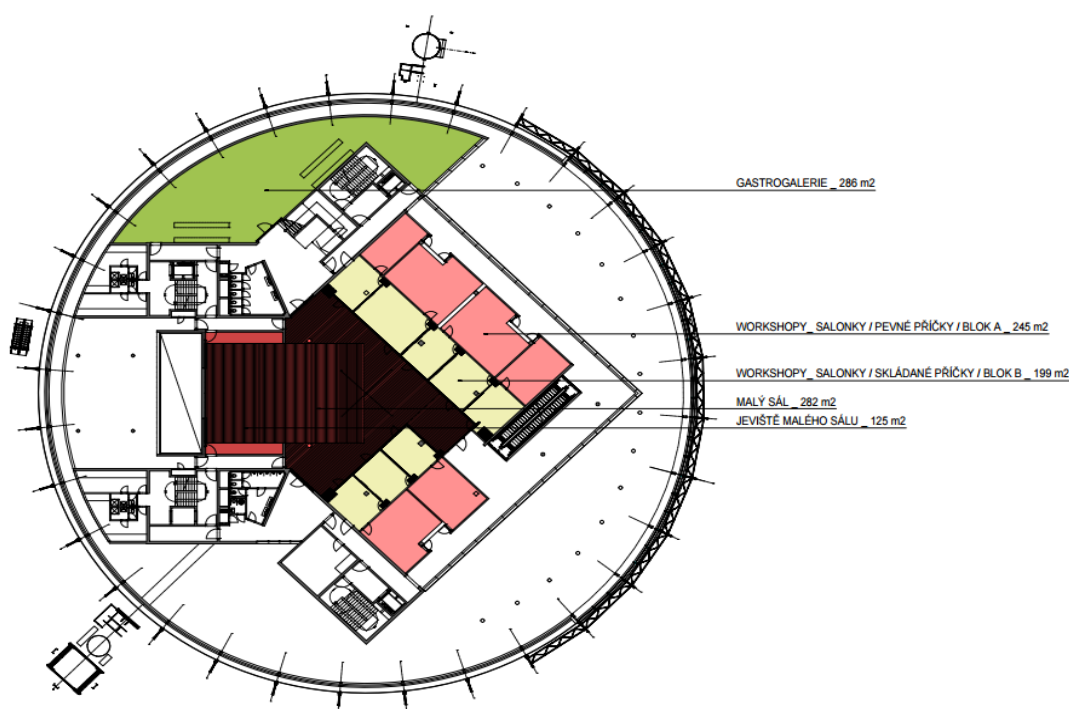
Neveřejné zdroje	38%
Moravskoslezský kraj	9%
Statutární město Ostrava	15%
Mezinárodní Visegrádský fond	38%
- Období realizace projektu: Rok 2015

(Vlastní zpracování, 2015)

7.2 Ostravský divadelní festival

Na festivalu budou vystupovat divadelní soubory zúčastněných států, jak bylo uvedeno výše. Dále bude program obohacen o výstavy místních a zahraničních umělců, v prostorách auly a okolním areálu konání akce. Budou zde náhledy na budoucí Klastr a jeho vize. Návštěvníci budou informováni o budoucích stavbách v areálu pomocí letáčků a doprovodných výstav a workshopů. Lidé budou moci do připravených nádob vkládat své návrhy na to, co by chtěli, aby bylo v budoucím areálu za aktivity a možnosti a své další připomínky. K pronájmu budou také stánky, kde drobní podnikatelé mohou prodávat svůj sortiment. Hosté a účinkující se vzdávají nároku na odměnu, a jelikož tato skutečnost ušetřila festivalu náklady, bude vstup na samotný festival zdarma, aby přilákala co nejvíce lidí.

Při pronájmu multifunkční auly Gong, pronajímatel zajišťuje občerstvení v restauraci a bufetu, který náleží k budově, služby ostrahy a předem domluvenou výzdobu. (Vlastní zpracování, 2015)



Obrázek 6: Náhled patra Multifunkční auly Gong (Dolní Vítkovice, 2010)

7.3 Předběžný finanční rozpočet

Projekt bude financován z části mezinárodním visegrádkým malým grantem (6 000 euro), na který mají nárok nevládní organizace ve spolupráci se zeměmi Visegrádké čtyřky, ale

grant nesmí pokrýt více než 80% celkových nákladů. Neveřejnými zdroji se rozumí sponzorské dary, soukromé finanční prostředky a vklady soukromých organizací. Dále je zde možnost čerpat zdroje z dotačního Programu podpory aktivit v oblasti kultury Moravskoslezského kraje na rok 2015, který je poskytován nevládním organizacím za účely podpory kulturních akcí, ale na území Moravskoslezského kraje. Statutární město Ostrava dotuje také kulturní akce pořádané nevládní organizací na území města z Programu podpory a rozvoje veřejných kulturních služeb na území statutárního města Ostrava v letech 2012 – 2016. Tyto položky jsou uvedeny v první části tabulky níže. (Vlastní zpracování, 2015)

Tabulka 8: Předběžný finanční rozpočet (Vlastní zpracování, 2015)

Finance k dispozici		Náklady	
Neveřejné zdroje	600 000 Kč	Osobní náklady zaměstnanců	139 200 Kč
Moravskoslezský kraj	150 000 Kč	Ostatní osobní náklady	0 Kč
Statutární město Ostrava	230 000 Kč	Cestovné	213 800 Kč
Mezinárodní Visegrádský fond	600 000 Kč	Materiálové náklady	255 500 Kč
		Služby a ostatní provozní náklady	500 000 Kč
		Nájemné	471 500 Kč
CELKEM	1 580 000 Kč	CELKEM	1 580 000 Kč

V druhé části tabulky jsou uvedeny předpokládané náklady akce. Osobní náklady zaměstnanců jsou náklady na odměny pro ty, kteří se podíleli na organizaci projektu a jeho zpracování. V rámci šetření nákladů, jak je uvedeno výše, se účinkující vzdávají nároků na honorář, tudíž jsou v tabulce pod ostatními osobními náklady uvedeny nulové položky. Cestovným se rozumí dopravní náklady a ubytování účinkujících a ostatních zaměstnanců. Materiálové náklady jsou kancelářské potřeby, spotřeba PHM, spotřeba energie a vody,

propagační materiály, apod. Ostatními náklady se rozumí náklady na telefony, internet, školení, právní služby, PR, pojištění apod. (Vlastní zpracování, 2015)

7.4 Harmonogram akce

Festival bude rozdělen do dvou dnů, kde jeden den bude věnován dětem a druhý den věnován dospělým. V tabulce níže jsou uvedeny rozpisy jednotlivých sálů a salónek. Uvedeny jsou časy a rozpisy místnostní obecně a platí pro oba dva dny konání akce.

Tabulka 9: Harmonogram akce (Vlastní zpracování, 2015)

Patro	Místnost	Kapacita	Čas představení
1.	Vstupní hala, Expoziční prostor	-	Celodenní expozice Klastru Černá louka
2.	Malý sál	200 míst	10:00 - 11:30 12:00 – 13:30 14:00 – 15:00 15:30 – 17:00 17:30 – 18:00 19:00 – 21:00
	9 variabilních salónek	-	Workshopy jednotlivých souborů
	6 salónek	-	Výstavy místních a zahraničních umělců
3.	Foyer	-	Dekorace s tematikou klastru
4.	Multifunkční aula	600 – 700 míst	10:30 – 12:00 12:30 – 14:00 15:00 – 16:00

17:00 – 19:00

20:00 – 22:30

7.5 SWOT Analýza

Po definování cílů akce a předběžného rozpočtu je důležité sestavit SWOT analýzu. Ta ve finále ukáže na jaké činnosti se zaměřit, čemu se vyvarovat a na čem může projekt stavět.

7.5.1 Silné stránky

- Místo uspořádání akce
- Vstupenky na festival jsou zdarma
- Vystoupení zahraničních souborů
- Spolupráce i s jinými zeměmi
- Festival, který oslovuje jak děti, tak dospělé

7.5.2 Slabé stránky

- Omezená reklama
- Malý zájem o kulturu obyvatel
- Omezený rozpočet
- Účinkující vystupují bez honoráře, mohou dát přednost jiné nabídce

7.5.3 Příležitosti

- Přilákání nových nadšenců pro divadlo
- Zvýšit zájem o klastr
- Propagace místních a zahraničních divadelních souborů
- Tradice

7.5.4 Hrozby

- Kriminalita
- Malá účast
- Nepřízeň počasí
- Navýšení nákladů

(Vlastní zpracování, 2015)

ZÁVĚR

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo navrhnout projekt pro rozvoj kulturních a kreativních klastrů v Ostravě na základě získaných poznatků z příkladů dobré praxe jiných zemí.

V teoretické části bylo cílem vysvětlit základní pojmy z oblasti kreativních a kulturních průmyslů a kulturních a kreativních klastrů. Jejich typologie, rozdělení a také jejich vlivy na konkurenceschopnost podniků a jejich měření. Také je zde popsán koncept kreativní ekonomiky a kreativního města.

V praktické části již byly představeny konkrétní příklady kulturních a kreativních klastrů, jejich financování a národohospodářský význam. Tyto aspekty byly popsány u Spolkové republiky Německo, České republiky a Rakouska. V další kapitole jsem představila koncept budoucího ostravského klastru a jeho budoucí plány. Dále jsem představila jeho budoucí stavby a výčet jejich činností a možnosti aktivit v připravovaných budovách.

Na základě všech informací a vlastních úvah jsem vytvořila návrh divadelního festivalu v Ostravě. Abych vůbec mohla tento návrh vytvořit, musela jsem se seznámit s problematikou financování kulturních akcí a získat informace o možnosti čerpání dotací a různých grantů. Na základě těchto informací jsem vytvořila tabulku s možností financování tohoto konkrétního případu. Všechny své poznatky o tomto projektu jsem na závěr doplnila do SWOT analýzy.

Z práce jde jasně vidět, že se kulturní a kreativní průmysly rozrůstají a je potřeba s těmito fakty pracovat. Jak jsme se dověděli, v Ostravě nabízí obyvatelům a lidem žijícím v blízkém okolí až „nadstandardní“ kulturní vyžití a stále se tyto možnosti rozšiřují. Můžeme konstatovat, že v tomhle směru je určitě veliký potenciál a je potřeba tento směr dále rozšiřovat.

V samotném závěru své práce bych chtěla popřát obyvatelům statutárního města Ostrava co nejlepší a nejzajímavější kulturní vyžití, aby sami sebe zdokonalovali a využívali možnosti, které jim „nová“ Ostrava nabízí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BREWKA, Barbara. *Creative economy report 2008*. New York: United Nations, 2008. ISBN 9780981661902.

Dolní Vítkovice [online]. 2010. [cit. 2015-05-08]. Dostupné z: <http://www.dolnivitkovice.cz/>

KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek: od přípravy expozice k prožitku návštěvníka, budování publika, strategický management, komunikace a propagace, rozvoj finančních zdrojů, kultura a cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005, 304 s. ISBN 8024711044.

KLOUDOVÁ, Jitka. *Kreativní ekonomika: [trendy, výzvy, příležitosti]*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, 218 s. ISBN 978-80-247-3608-2.

KRAUS, Marcel a Eva ŽÁKOVÁ. *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora*. 1. vyd. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2014, 1 soubor PDF. ISBN 978-80-7008-324-6.

KRAUS, Marcel. *Kreativní průmysl v Rakousku*. 1. vyd. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2012a, ii, 33 s. ISBN 978-80-7008-282-9.

KRAUS, Marcel. *Kulturní a kreativní průmysly v Německu: národohospodářský význam, struktura a způsob podpory kulturních a kreativních odvětví*. 1. vyd. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2012b, 102 s. ISBN 978-80-7008-025-2.

MARTINEC, Roman. Jak vymezit kreativní průmysly v ČR. In: *Institut umění: Divadelní ústav* [online]. 2012. vyd. 2015 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.divadelni-ustav.cz/cs/jak-vymezit-kreativni-prumysly-v-cr>

NĚMEC, Michal. Význam kulturních a kreativních průmyslů v Evropské unii, České republice a hl. m. Praze. In: *Útvar rozvoje hl. m. Prahy* [online]. 2013 [cit. 2015-03-29]. Dostupné z: <http://www.urm.cz/cs/strateg-plan-analyzy-konkurenceschopnost>

Ostrava 2015: Klastř Černá louka [online]. 2015 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.ostrava2015.cz/web/structure/klastr-cerna-louka-341.html>

PATOČKA, Jiří a Eva HEŘMANOVÁ. *Lokální a regionální kultura v České republice: kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2008, 199 s. ISBN 978-80-7357-347-8.

PAVELKOVÁ, Drahomíra. *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 268 s. ISBN 978-80-247-2689-2.

Průvodce klastrem. *Czechinvest* [online]. 2007 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/pruvodce-klastrem-63.pdf>

RÖMEROVÁ, Eva. *Fenomén kreativních průmyslů: nová příležitost růstu globální ekonomiky*. In: *Vysoká škola ekonomická v Praze* [online]. 2010 [cit. 2015-03-29]. Dostupné z: <http://www.vse.cz/eam/96>

TITTELBACHOVÁ, Šárka. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance : státní politika turismu České republiky : systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

Výsledky účtu kultura za rok 2013. In: *NIPOS: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu* [online]. Praha, 2015 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2010/01/V%C3%BDsledky-%C3%BA%C4%8Dtu-kultury-%C4%8CR-za-rok-2013.pdf>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

BMWi	Spolkové ministerstvo průmyslu a technologie (Německo)
ČR	Česká republika
EU	Evropská Unie
HDP	Hrubý domácí produkt
HPH	Hrubá přidaná hodnota
IMD	Mezinárodní institut pro rozvoj a management
KKP	Kulturní a kreativní průmysl
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
UNCTAD	Konference OSN o obchodu a rozvoji
WEP	Světové ekonomické fórum

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Klastry v českých podmínkách (CzechInvest, 2007b).....	14
Obrázek 2: Porterův diamant (Stejskal, 2011, s. 50)	17
Obrázek 3: Výstupy kreativity a čtyři kapitály (Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008, s. 10)	29
Obrázek 4: Budoucí vzhled Klastru Černá louka (Ostrava 2015, 2015)	44
Obrázek 5: Rozmístění budov Klastru Černá louka (Ostrava 2015, 2015)	46
Obrázek 6: Náhled patra Multifunkční auly Gong (Dolní Vítkovice, 2010).....	49

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Vymezení kulturních a kreativních průmyslu podle Evropské komise (The Economy od Culture in Europe, 2006)	22
Tabulka 2: Kreativní index 3T (Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008)	28
Tabulka 3: Euro-creativity index (Kloudová, Ambrožová a Doubková, 2008, s. 9).....	28
Tabulka 4: Struktura KKP v Německu (Kraus, 2012b, s. 8)	32
Tabulka 5: Oblasti a trhy Rakouského kulturního a kreativního průmyslu (Kraus, 2012a, s. 5)	36
Tabulka 6: Ekonomické srovnání českých KKP v roce 2009 a 2010 (Kraus a Žáková, 2014, s. 60)	41
Tabulka 7: Trojsektorová tabulka KKP v ČR (Martinec, 2012).....	43
Tabulka 8: Předběžný finanční rozpočet (Vlastní zpracování, 2015).....	50
Tabulka 9: Harmonogram akce (Vlastní zpracování, 2015).....	51

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Srovnání průmyslových odvětví v Německu (Kraus, 2012b, s. 70).....	33
Graf 2: Podíl výnosů v rámci Rakouského hospodářství (Kraus, 2012a, s. 14).....	37