

Návrh možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve městě Zlíně

Bc. Adéla Kattauerová

Diplomová práce
2020



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: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Adéla Kattauerová
Osobní číslo: M18168
Studijní program: N6202 Hospodářská politika a správa
Studijní obor: Veřejná správa a regionální rozvoj
Forma studia: Prezenční
Téma práce: Návrh možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů
ve městě Zlíně

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Charakterizujte základní teoretické přístupy v oblasti kulturních a kreativních průmyslů.
- Představte problematiku nových pracovních prostor.

II. Praktická část

- Zhodnoťte současný stav kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně.
- Na základě zhodnocení současného stavu identifikujte problémy rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně.
- Navrhněte opatření pro možnost rozvoje kulturních a kreativních průmyslů se zaměřením na nové pracovní prostory ve Zlíně.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Forma zpracování diplomové práce: Tištěná/elektronická

Seznam doporučené literatury:

- CIKÁNEK, Martin. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II*. 1. rozš. a rev. vyd. Praha: Institut umění, 2013, 165 s. ISBN 978-80-7008-274-4.
- FLEW, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. 1st ed. London: SAGE, 2012, 232 s. ISBN 978-1-84787-576-1.
- HARTLEY, John. *Key Concepts in Creative Industries*. 1st ed. Los Angeles: SAGE, 2013, 184 s. ISBN 978-1-4462-0289-0.
- HOWKINS, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. 2nd ed. London: Penguin Books, 2013, 280 s. ISBN 978-0-141-97703-4.
- MORRIS, Michael J. *Starting a Successful Business: Your Guide to Setting Up Your Dream Start-Up, Controlling its Finances and Managing its Operations*. 8th ed. London: Kogan Page, 2017, 261 s. ISBN 978-0-7494-8086-8.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lukáš Danko, Ph.D.**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání diplomové práce: **6. ledna 2020**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2020**

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. ledna 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/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 diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/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 diplomovou/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 užít své dílo – diplomovou/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 diplomové/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 diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/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 diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 15. 6. 2020

Jméno a příjmení: Adéla Kattauerová

.....

podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se v teoretické části zabývá východisky kulturních a kreativních průmyslů. Samostatná pozornost je věnována novým pracovním prostorům, které lze považovat za důležitý aspekt při rozvoji kulturních a kreativních průmyslů. V praktické části diplomové práce je analyzováno město Zlín z pohledu strategických dokumentů upravujících oblast kultury se zaměřením na KKP ve Zlíně a také jednotlivých aktérů. Na základě vlastní analýzy a dále provedení semistrukturovaných rozhovorů s aktéry jsou identifikovány bariéry a pozitiva současného stavu, a tím i zhodnocení současného stavu kulturních a kreativních průmyslů ve městě Zlíně. Na základě zjištění je vytvořen návrh opatření k možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve městě Zlíně se zaměřením na nové pracovní prostory.

Klíčová slova: kulturní a kreativní průmysly, nové pracovní prostory, coworking, kreativní klastr, start-up

ABSTRACT

The master thesis deals with cultural and creative industries development in the city of Zlín. Special attention is paid to the role of new working spaces, which can be considered as a new impuls for creative industries development. The aim of this thesis is to analyse barriers, positives and current situation of CCI in the city of Zlín and to propose measures for further development. In this paper, the method of controlled interview by direct actors of local culture and CCI was used, as well as collection of information from professional publications and internet sources. The work has contributed to the analysis of the current state of cultural and creative industries and to the identification of the direction of its further development, together with proposal of development for CCI focusing new working spaces.

Keywords: cultural and creative industries, new working spaces, coworking, creative cluster, start-up

Poděkování

Za odborné vedení diplomové práce, ochotu a vstřícnost bych velmi ráda poděkovala vedoucímu práce panu Ing. Lukášovi Dankovi, Ph.D. Poděkování patří také všem zapojeným respondentům za jejich čas a ochotu zúčastnit se rozhovorů a poskytnout nezbytné informace pro zpracování práce.

„Human creativity is the ultimate economic resource”

Richard Florida

OBSAH

ÚVOD.....	8
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 KONCEPT KREATIVNÍ EKONOMIKY	11
1.1 KREATIVITA JAKO NÁSTROJ EKONOMICKÉHO ROZVOJE	12
1.2 KREATIVNÍ TŘÍDA.....	13
1.3 KREATIVNÍ INDEX	13
1.4 KREATIVNÍ PROSTŘEDÍ	14
1.5 KREATIVNÍ MĚSTO.....	14
2 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL.....	16
2.1 VYMEZENÍ KKP	16
2.2 ZÁKLADNÍ STRATEGICKÉ DOKUMENTY V OBLASTI KKP	21
2.3 MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ KKP	23
2.4 MAPOVÁNÍ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ	24
3 KULTURNÍ A KREATIVNÍ KLASTRY	26
3.1 VZNIK KLASTRŮ A JEJICH ŽIVOTNÍ CYKLUS	27
4 NOVÝ PRACOVNÍ PROSTOR	29
4.1 COWORKING.....	30
4.1.1 Činnosti, organizace a lidé v coworkingu	31
4.2 HUB.....	32
4.3 KREATIVNÍ CENTRUM.....	34
4.4 FABLAB	34
4.5 MAKERSPACES	35
4.6 KREATIVNÍ INKUBÁTOR.....	35
4.7 AKCELERÁTOR	36
5 START-UP.....	37
5.1 LEAN START-UP.....	37
5.2 PODPORA START-UP	37
II PRAKTICKÁ ČÁST	39
6 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL VE ZLÍNĚ.....	40

6.1	AKTÉŘI KKP VE ZLÍNĚ	41
6.2	STRATEGICKÉ DOKUMENTY V OBLASTI KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ.....	47
6.3	NÁSTROJE FINANČNÍ A METODICKÉ PODPORY KKP.....	52
7	PŘÍKLAD DOBRÉ PRAXE PODPORY KKP A NOVÝCH PRACOVNÍCH PROSTOR V EVROPĚ.....	58
7.1	VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ FORMOU ŘÍZENÉHO ROZHOVORU.....	58
8	COWORKING NA ÚZEMÍ MĚSTA ZLÍNA	64
8.1	CENTRUM KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A PODNIKÁNÍ UPPER.....	67
8.2	TECHNOLOGICKÉ INOVAČNÍ CENTRUM S.R.O.	68
8.3	HUB HAX.....	70
9	ZHODNOCENÍ STAVU A IDENTIFIKACE PROBLÉMŮ	71
9.1	VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ FORMOU ŘÍZENÉHO ROZHOVORU.....	71
	KÓDOVÁNÍ ODPOVĚDÍ PO KONZULTACI S RESPONDENTY:.....	75
10	NÁVRH OPATŘENÍ K PODPOŘE ROZVOJE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ VE ZLÍNĚ	76
10.1	PANELOVÉ DISKUZE PRO AKTÉRY KKP	77
10.1.1	Možné dílčí kruhy pro otevřenou diskuzi	80
10.1.2	Klíčové aktivity	85
10.1.3	Harmonogram	86
10.1.4	Finanční náročnost	87
10.1.5	Analýza rizik projektu.....	89
	ZÁVĚR	91
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	93
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	109
	SEZNAM OBRÁZKŮ	111
	SEZNAM TABULEK.....	112
	SEZNAM PŘÍLOH.....	113

ÚVOD

Kulturní a kreativní průmysly hrají stále důležitější roli v národních ekonomikách. V současné době lze v ekonomicky vyspělých zemích pozorovat vznik programů pro podporu kulturních a kreativních průmyslů. V návaznosti na světovou krizi se rozpoutaly debaty na téma konkurenceschopnosti, dalšího rozvoje regionů a udržitelného rozvoje. Dle statistik jsou právě kulturní a kreativní průmysly oblastí, která v dobách ekonomické recese nezaznamenala výrazný pokles.

Kulturním a kreativním průmyslům se stále dostává vyšší pozornosti a postupně zastávají přední místo v zájmu autorit. Lidská kreativita a talent se staly hybnou silou v nové, tzv. kreativní ekonomice, která je založená na inovacích, duševním vlastnictví a znalostech. Zmíněné faktory přispívají k rozvoji konkurenceschopnosti, udržitelnému rozvoji a zvýšení exportního potenciálu české ekonomiky. Kombinace kreativity a inovací ovlivňuje nové nápady, produkty, služby a vede k získání konkurenčních výhod.

V závislosti na zvyšování povědomí o významu kulturních a kreativních průmyslů, jak z pohledu ekonomiky dané země, tak zaměstnanosti, se stále častěji setkáváme s fenoménem nových pracovních prostor v podobě kulturních a kreativních center, kreativních hubů či nových pracovních prostor pro nezávislé profesionály, které přispívají k rozvoji lidské kreativity, k navázání nových kontaktů a spolupráce. Zaměstnání v rámci kulturních a kreativních průmyslů mají jistá specifika oproti jiným oborům, a právě nové pracovní prostory směřují k naplňování odlišných potřeb nezávislých profesionálů. Stále zvyšující se význam nového pracovního prostoru hraje roli v konkurenceschopnosti městských regionů. Pokud společnosti a města nedokáží naplňovat nové požadavky pro výkon a podporu kreativní práce, mohou čelit odlivu kreativních jedinců a podniků z regionu.

V minulosti na Zlínsku proběhlo mapování KKP, což představuje zásadní krok v chápání důležitosti dané problematiky. Identifikování rozvojových příležitostí a bariér KKP ve Zlíně a jejich včasné uchopení může představovat další posílení v chápání města jako centra kreativních průmyslů.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je na základě provedených analýz a výzkumu zhodnotit současný stav kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně a navrhnout opatření k možnosti jejich rozvoje. V rámci výzkumu byly identifikovány bariéry i pozitiva rozvoje KKP a navrženo opatření ke zlepšení současného stavu. Dílčím cílem práce je identifikovat roli nových pracovních prostor ve vztahu k rozvoji KKP ve Zlíně.

Teoretická část práce se skládá z metod literární rešerše odborných publikací, strategických dokumentů a jejich analýz. V rámci práce byly zdroji sekundárních dat zejména stránky Ministerstva kultury, data a koncepce Zlínského kraje a Statutárního města Zlína a stránky jednotlivých institucí v oblasti kulturních a kreativních průmyslů a nových pracovních prostor.

Ke sběru primárních dat v oblasti kulturních a kreativních průmyslů byly navrženy semistrukturované rozhovory s vybranými aktéry oblastí KKP. Semistrukturované rozhovory popisují problematiku současného stavu, rozvojových bariér a možností jejich rozvoje na území města Zlína. Pro zjištění dobré praxe podpory kulturních a kreativních průmyslů na Middlesex University in London bylo k dosažení primárních dat použito semistrukturovaných rozhovorů. Rozhovory probíhaly dle předem stanové struktury. Vzhledem k použité metodě sběru dat bylo možné získat komplexnější a detailnější informace o dané problematice. V návaznosti na realizované rozhovory s aktéry následuje jejich vyhodnocení v podobě kódování jednotlivých odpovědí a jejich konzultace pro omezení subjektivity studované oblasti. Další metodou pro dosažení primárních dat byla použita metoda pozorování v podobě návštěv nových pracovních prostor. Na základě výsledků provedených analýz byla navržena opatření k možnostem rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KONCEPT KREATIVNÍ EKONOMIKY

Vymezení kreativní ekonomiky je v literatuře velmi obtížné a neexistuje jednotné, obecně akceptované vymezení tohoto pojmu. Objevují se zde pojmy jako kreativita, kreativní třída, kreativní průmysl, kreativní klastr a další. Pohledů na kreativní ekonomiku je mnoho, avšak neexistuje jednotná definice.

Důsledkem ekonomických, sociologických a demografických změn se post-industriální společnost přesunula do období tzv. znalostní ekonomiky, která je založena na znalostech, inovacích a technologiích. Dnes již hovoříme o ekonomice kreativní, kdy ekonomický růst je stimulován efektivním využitím nehmotných aktiv jako jsou zmiňované znalosti, dovednosti, inovace a lidská kreativita (Kloudová, 2010, s. 16–17).

Koncept kreativní ekonomiky se poprvé objevil spolu s kreativními průmysly na konci devadesátých let na základě post-industriálních změn v národních ekonomikách. Teprve když analytici začali uvažovat o přínosu kreativity pro ekonomiku jako celek, objevila se první myšlenka kreativní ekonomiky, která přišla s dalšími pokusy přetvořit celý ekonomický systém jako znalostní ekonomiku (Hartley, 2013, s. 55). Podle O'Connor je lidská kreativita hlavním zdrojem konkurenčních výhod v post-industriální ekonomice. Kreativní průmysly velkou měrou ovlivňují konkurenceschopnost a rozvoj metropolitních oblastí společně s kulturní atraktivitou území (Kong, O'Connor, 2009, s. 12–13).

Pojmem kreativní ekonomiky se poprvé zabýval J. Howkins při své analýze vztahů lidské kreativity a ekonomiky a následně jejich dopadů na ekonomiku jako celek. Pod pojmem kreativní ekonomiky představuje 15 kreativních průmyslů jako je umění, divadelní tvorba, reklama, architektura, řemesla, design a móda, filmový průmysl, hudba, publikování, výzkum a vývoj, software, ale také hračky a hry, televizi, rádio a v neposlední řadě videohry. Jeho práce byla východiskem pro dva přístupy vnímání lidské kreativity – kreativity přinášející uspokojení člověka a kreativity, která se zaměřuje na tvorbu výsledků (Howkins, 2002, s. 88–117).

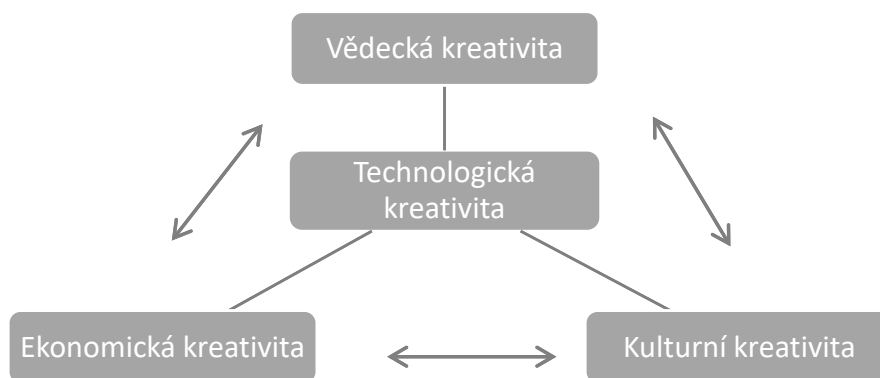
Podle Colette (2007) je kreativní ekonomika postavená na základech lidské kreativity. Chápe kreativní ekonomiku jako soubor kreativních průmyslů reprezentujících znalostně orientované sektory a jejich sdružení se zaměřením na tvorbu a využití duševního (intelektuálního) vlastnictví. Vyzdvihuje důležitost rozvoje nových médií v digitálním světě, což vede ke snižování celkových nákladů (Colette, 2007, s. 198–200).

1.1 Kreativita jako nástroj ekonomického rozvoje

Lidská kreativita je považována za hlavní zdroj a pilíř kreativní ekonomiky. Spočívá v hledání netradičních postupů, tvorbě nových nápadů a originálních řešení. Je velmi důležitá zejména při tvorbě nových kulturních hodnot, a také ve strategických úvahách. Je nezbytná při navržení nového výrobku a jeho následné reklamě a propagaci. Kreativita je součástí každodenního života, objevuje se v běžných činnostech, projevuje se jak v práci, tak i ve volném čase (Kloudová, 2010, s. 22–24).

Podle Mikuláščíka (2010, s. 18) lze kreativitu definovat jako schopnost, vlastnost nebo jako postoj ke světu. Howkins (2013, s. vii) chápe kreativitu jako schopnost tvorby něčeho nového, založeného na osobních nápadech, které jsou originální a smysluplné. Kreativní je každý, kdo pomocí vlastní představivosti a kladením otázek přichází s novými nápady.

Kreativita neboli tvořivost je považována za dynamický proces vedoucí k inovacím v technice, v obchodních postupech, marketingu a je úzce spjata se získáváním konkurenčních výhod v ekonomice. Kreativita je hospodářská činnost, kdy dochází k přeměně myšlenek do určité reálné podoby. Dochází zde ke kombinaci různých druhů kreativity (UNCTAD Report, 2010, s. 3).



Obrázek 1 Kreativita (UNCTAD, 2010, s. 3)

Bilton (2007, s. 2–3) uvádí, že kreativita může být chápána jako odchýlení se od obvyklých praktik a myšlení, kdy je kreativním jedincům dopřána svoboda k projevení jejich talentu nebo fantazie. Dle Marget A. Boden (2004, s. 1) lidská kreativita představuje tvoření nových, překvapivých a cenných nápadů. Nápady zahrnují nejen pojmy a teorie, ale také hudbu, literaturu a artefakty, jako je architektura, sochařství a malba. Lidská kreativita v sobě nese i tvoření nových, překvapivých forem.

1.2 Kreativní třída

Pojem kreativní třída je jednoznačně spojen se jménem Richard Florida, ten ve svém díle „*The Rise of Creative Class*“ definoval novou třídu pracovníků tzv. *Creative Class*. Hlavní úlohou nově definované třídy je tvorba originálních myšlenek, nových technologií, kreativních obsahů a nových forem. Kreativní lidé podle Floridy hledají otevřené prostředí akceptující odlišnosti v rasovém původu, pohlaví, sexuální orientaci a vzhledu (Florida, 2004, s. 8–12).

Florida tyto sdílené hodnoty napříč sociální skupinou nazývá pojmem kreativní étos, který dále dělí na *super kreativní jádro*, *bohémy* a *kreativní profesionály*. Super kreativní jádro (ústřední kreativní třída) tvoří například inženýři, vědci, univerzitní profesori, herci, designéři. Mezi bohémy se řadí umělci, a také zaměstnanci v oblasti zábavy, sportu a médií. Skupina kreativních profesionálů je zastoupena lidmi pracujícími v high-tech průmyslech, finančním sektoru, v oblasti legislativy nebo obchodního managementu. Kreativní profesionálové hledají řešení problémů pomocí nejlepšího možného řešení, kdy je vyžadován vysoký stupeň formálního vzdělání a lidského kapitálu (Florida, 2004, s. 68–69).

Vznik nové sociální třídy přináší potřebu nového pracovního prostoru a přístupu k práci. Podle Floridy „no collar“ pracovní prostředí je založeno na neformálnosti. Se vznikem nové sociální třídy došlo i ke změně hierarchických systémů kontroly, což vedlo ke vzniku tzv. „měkké kontroly“. Tento způsob nastavení práce vedl k větší samostatnosti, učení se a osobnímu růstu, vlastnímu managementu času a vyjádření se v podobách své práce. Proto i přístup ke kreativním pracovníkům směřuje k toleranci, svobodě, flexibilitě a rovnocennosti. Mezi znaky kreativní třídy se také řadí zmíněné pracoviště bez límečků s důrazem na neformálnost, životní styl postavený na zážitcích, vlastní časový rozvrh práce a sdružování se ve společenských komunitách. Hlavním posláním kreativní třídy je být nezávislá a samostatná (Florida, 2004, s. 12–13).

1.3 Kreativní index

Kreativní index prezentován Richardem Floridou vyjadřuje, jak se kreativní potenciál kreativní třídy (např. pomocí nových myšlenek, high-tech firem a inovací) transformuje v reálné výstupy kreativní ekonomiky prostřednictvím schopnosti měst či regionů koncentrovat na svém území kreativní třídu. Dle Floridy je kreativní index složen ze 3 komponentů se stejnou váhou – technologie, talent a tolerance. Vychází z korelace mezi

kulturní, sociální a sexuální diverzitou, koncentrací talentu a klastrováním high-tech průmyslů. Kreativní index reflektuje výkonnost regionu v kreativní ekonomice a předpovídá dlouhodobý ekonomický potenciál regionu. Regiony s nejvyššími hodnotami kreativního indexu jsou považovány za kreativní centra a tzv. regiony budoucnosti. Existence kreativní třídy v daném regionu vede k pozitivním ekonomickým a sociálním efektům (Florida, 2004, s. 244–248, Cikánek, 2009, s. 45).

Na základě publikace *A Study on Creativity Index* (Florida a Tinagli, 2004) byl Floridův kreativní index upraven pro použití v podmínkách evropských států. Tento modifikovaný „3T“ model nazván Euro-Creativity Index se skládá z oblastí Euro-Talent, Euro-Technologie, Euro-Tolerance. Index se liší především v oblasti tolerance, a to z důvodu obtížného zjištění údajů. K mapování tolerance dochází na základě průzkumu názorů a postojů občanů jednotlivých států Evropy (Kloudová a kol., 2010, s. 46).

1.4 Kreativní prostředí

Florida představuje kreativní prostředí jako spojení technologie, podnikatelské a umělecké kreativity. Faktorem podporující rozvoj tohoto specifického prostředí jsou právě vazby mezi jednotlivci (Florida, 2004, s. 46–48).

Kreativní prostředí neboli milieu je podle Landryho místo jako shluk budov, město jako celek nebo region, které obsahuje nezbytné předpoklady z hlediska tvrdé a měkké infrastruktury pro generování toku nápadů a vynálezů. Kreativní prostředí je takové fyzické prostředí, kde se soustřeďuje vysoký počet podnikatelů, intelektuálů, aktivistů, umělců, administrátorů, makléřů nebo studentů, kteří mohou působit v otevřeném, kosmopolitním prostředí, a kde vzájemná interakce vytváří nové nápady, artefakty, produkty, služby a instituce a v důsledku toho přispívá k hospodářskému růstu (Landry, 2008, s. 133–134).

1.5 Kreativní město

Vlivem nástupu kreativní a znalostně založené ekonomiky došlo k prohloubení pojmu kreativního města. Dle Richarda Floridy města s vysokou koncentrací kreativní třídy mají vyšší konkurenční výhody, protože jsou centrem inovací a high-tech průmyslů v porovnání s místy, kde převažují lidé zaměstnaní v jiných odvětvích jako například pracovníci ve výrobě nebo v sektoru služeb. Kreativní města směřují svou podporu do oblasti kultury a zábavního průmyslu (Florida, 2004, s. 243). Kreativní města podle Floridy jsou založena

na kulturní produkci a lidské tvořivosti, které jsou dány přítomností kreativní třídy – to tvoří prosperující kreativní města (Kong, O'Connors, 2009, s. 13).

Hartley uvádí následující klíčové aspekty pro vznik a udržitelnost kreativních měst. Mezi ně patří lokalizace měst v území, která si zachovávají svůj význam a postavení v ekonomickém a tvůrčím rozvoji, potřeba reflektování kulturní spotřeby a inovací ve strategiích pro sociální, ekonomickou a politickou revitalizaci měst a schopnost lidí čelit vzájemné interakci, spolupráci a tvorbě společného zázemí. Geografická lokalizace měst zůstává relevantní i ve znalostní ekonomice navzdory technologickému pokroku v oblasti komunikací a elektronického obchodování (Hartley, 2005, s. 220–222).

Kreativní město může být vnímáno jako místo se silným vzkvétajícím uměním a kulturou, tvořivými a rozmanitými výrazy, uměním a představitivostí. Kreativita je chápána jako vztah k identitě, právům, víře a všeobecnému sociálnímu blahu. Z ekonomického pohledu je chápáno jako místo, kde se soustřeďují ekonomické inovace, kreativní talent a kreativní průmysly (Smith, Warfield, 2007, str. 3).

Lia Ghiraldi (Ghiraldi, 2017, s. 15) představila pojem kreativní město jako proces, a nejen jako pouhé označení. Jedná se o proces nejen zvyšování povědomí o ekonomickém a společenském významu mobilizace místních kulturních zdrojů, ale také přijímání strategických kroků k růstu, péči, podpoře a propojení těchto kulturních statků tak, aby se i nejmenší města mohla vyvinout v pružný kreativní ekosystém. Kreativní město vyžaduje infrastrukturu jako jsou budovy, silnice nebo kanalizace. Kreativní infrastruktura je kombinací tvrdé a měkké, včetně mentální infrastruktury, tj. způsobu, jakým město přistupuje k příležitostem a problémům. Měkká infrastruktura musí zahrnovat vysoce kvalifikovanou a flexibilní pracovní sílu, myslitele, tvůrce, silné komunikační interní vazby a vazby s vnějším světem a v neposlední řadě vyvinutou kulturu podnikání (UNCTAD, 2010, s. 14).

Důležitost podpory rozvoje kultury a kreativního prostředí vyzdvihuje Evropská unie, která uděluje od roku 1999 titul Evropské hlavní město kultury jednomu či více evropským městům. Udělení titulu slouží jako podnět ke kulturnímu rozvoji města a dalším strukturálním změnám v dané lokalitě. Tento titul byl udělen v roce 2000 Praze, poté v roce 2015 se Evropským hlavním městem kultury stala Plzeň (Kreativní Evropa, ©2019).

2 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL

Vývoj kultury jako nezávislé, analytické kategorie lze spojit s kulturním obratem, který proběhl ve 20. letech 20. století, kdy se kultura oddělila od dalších věd a začalo se na ni nahlížet jako na samostatnou vědní disciplínu. Pojem kulturní průmysl se poprvé objevil v 40. letech 20. století ve spojení s Theodorem Adornem a Maxem Horkheimerem, kteří nahlíželi na kulturu jako na vysoké umění a projev výjimečné lidské kreativity. V období 60. a 70. let došlo ke transformaci kulturního průmyslu do množného čísla, kdy Armel Huet, Edgar Morin a především Bertrand Miége argumentovali, že při použití pojmu kulturní průmysl nedochází k vystižení složitosti a širokého spektra lidských činností, které spadají do oblasti kulturních průmyslů. Podle Miégeho industrializace a nové technologie přinesly nové směry a možnosti inovace. Pojem kulturní průmysly byl přijat organizací UNESCO, která se podílela na mezinárodním srovnávacím programu kulturních průmyslů. Výstupy byly poté prezentovány v roce 1980 na konferenci v Montrealu. Později s nástupem digitální éry a tzv. kreativní ekonomiky začal být pojem kulturních průmyslů nahrazován kreativními průmysly (Edwards, 2010, s. 13, Cikánek, 2013, s. 13–16).

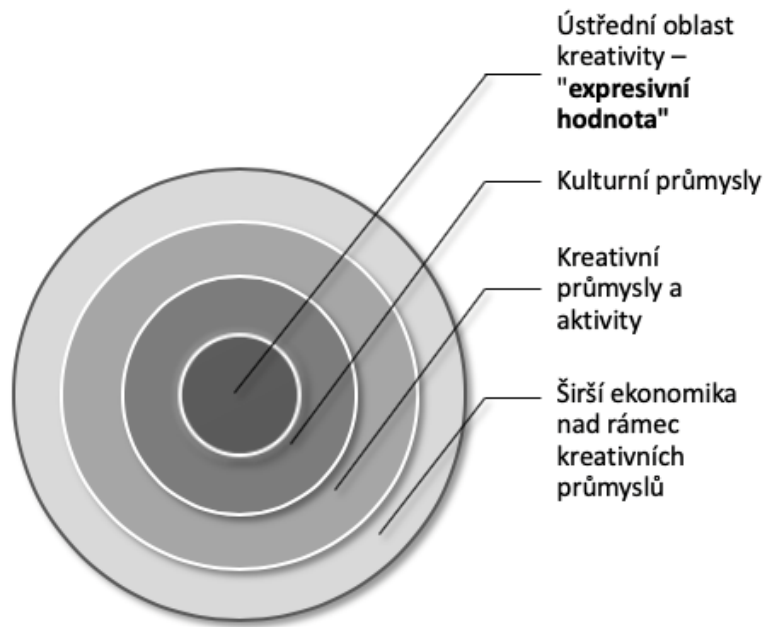
2.1 Vymezení KKP

Pojem kulturní a kreativní průmysl nelze jednoznačně definovat, panuje zde také rozpor v samotném označení této oblasti. Existuje celá řada rozdílných definic kreativních průmyslů používaných po celém světě. Avšak definice vytvořená Ministerstvem kultury, médií a sportu ve Velké Británii je poměrně široce akceptována veřejností. Koncept kreativních průmyslů, které se staly součástí vládní agendy se poprvé objevil na konci 90. let 20. století jako model post-industriálního vývoje společně s městskou regenerací v Austrálii v rámci vládní iniciativy „*Creative Nation*“. Ve Velké Británii se kreativním průmyslům dostalo větší pozornosti, kdy se pojem kreativní průmysly objevil v dokumentu *The Creative Industries Mapping Document* (1998) publikovaném Ministerstvem kultury, médií a sportu ve Velké Británii (DCMS), později aktualizovaném jako *Mapping Document* (2001). Kreativní průmysly jsou založeny na individuální lidské kreativitě, schopnostech, dovednostech a talentu. Mají potenciál k vytváření bohatství a pracovních míst napříč generacemi využitím duševního vlastnictví. Kreativní průmysly jsou podmnožinou kreativní ekonomiky (Colette, 2007, s. 178–180).

Hlavními koncepčními zájmy této první vlny myšlení o kreativních odvětvích bylo zmapovat tento nově definovaný sektor kreativních průmyslů s ohledem na jeho dopad na zaměstnanost a ekonomickou přidanou hodnotu a podle toho nastavit další politické směřování. Tyto prvotní úvahy nezohledňovaly vedlejší účinky a vlivy na další sektory, modely spotřeby a inovační procesy v širší ekonomice (Hartley, 2013, s. 55).

Podle Thosbyho (2010, s. 26–27) kreativní průmysly lze znázornit do soustředných kružnic, kdy samotným jádrem těchto kružnic jsou „ústřední kreativní umění“ neboli umění postavené na kreativitě, kam řadí literaturu, hudbu, divadelní umění a výtvarné umění. Dalším kruhem od středu jsou „další ústřední kulturní průmysly“ kam spadají oblasti filmu, muzeí a knihoven. Tento kruh obepíná další s názvem „širší kulturní průmysly“, do kterého se řadí památková péče, nakladatelství, audio tvorba, televize, rozhlas, videohry a počítačové hry. Jako posledním, vnějším kruhem jsou „příbuzné průmysly“, kam patří reklamní průmysl, architektura, design a móda.

Novější model, vycházející z Thosbyho modelu, soustředných kruhů navržený Work Foundation ve Velké Británii umísťuje pojem „expresivní hodnota“ do jádra. Expresivní hodnota obohacuje životy – prohlubuje vědění, přináší nové pohledy, potěšení a zážitky. To zahrnuje různé prvky včetně estetických, sociálních, duchovních, historických a symbolických hodnot. Ústřední kruh představuje čistě kreativní výstupy s maximální koncentrací expresivní hodnoty, patří zde oblast tvorby například spisovatelů, skladatelů, herců, filmařů a také programátorů a do této ústřední oblasti řadí také oblasti řemesel, trhy se starožitnostmi a scénická umění. Mezikruží navazující na ústřední kruh zastupují kulturní průmysly jako je například hudební průmysl, rozhlas, nakladatelství nebo počítačové hry. Další navazující mezikruží reprezentuje kreativní průmysly, kde je zastoupena například architektura, design, reklama a módní průmysl. Poslední mezikruží představuje oblast širší ekonomiky sahající nad rámec kreativních průmyslů. Model rozlišuje mezi kulturním a tvůrčím odvětvím v rámci ekonomiky jako celku. Kreativní průmysly v tomto modelu byly zařazeny pod kreativní ekonomiku. Výhodou je také zachycení úzkého spojení mezi tvůrčím vyjádřením a duševním vlastnictvím nebo autorským právem (UNESCO, 2013, s. 23–24, Cikánek, 2013, s. 37–38).

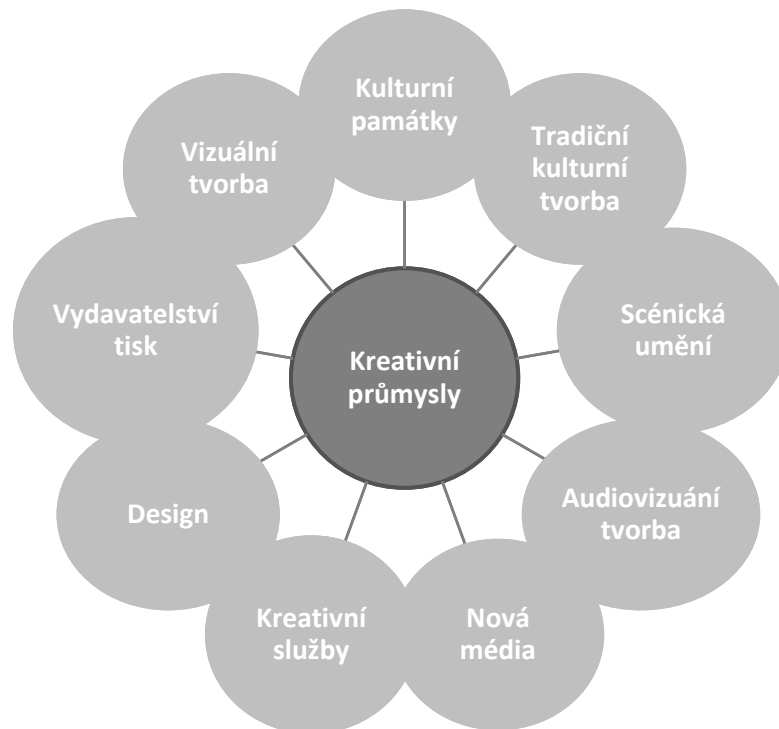


Obrázek 2 The Work Foundation's Concentric Circles Model
(UNESCO, 2013, s. 24)

Hesmondhalgh udává, že kreativní odvětví odkazuje na řadu ekonomických činností, které se zabývají vytvářením nebo využíváním znalostí a informací. Kulturní průmysly tvoří instituce a organizace, které se zaměřují na produkci tzv. společenských významů. Dále pak definuje „ústřední kulturní průmysl“, který zahrnuje kategorie v oblasti rozhlasového a televizního vysílání, reklamy a marketingu, filmového, internetového a hudebního průmyslu, nakladatelský průmysl a elektronické publikování, videohry a počítačové hry. Vedle ústředních kreativních průmyslů stojí „periferní kreativní průmysly“, které jsou reprodukovány neprůmyslovými metodami (divadlo, výtvarné umění). Jeho definice zahrnuje pouze ta průmyslová odvětví, která vytvářejí „texty“ v nichž převažuje významová složka. Tyto dvě skupiny KP se vzájemně ovlivňují a často se prolínají (Hesmondhalgh 2002, s. 12–15).

Howkins (2002, s. vi–vii) definuje základní východisko pro kreativní průmysly jako duševní vlastnictví, které je upraveno zákonnými formami ochrany práva vlastníka tohoto duševního vlastnictví. Jedná se o copyright průmysly, patentové průmysly, průmysly ochranných známek a designu. Dle Howkinse koncept kreativní ekonomiky zahrnující kreativní průmysly překonal koncept znalostní ekonomiky.

Dále lze rozdělit kreativní průmysly do následující odvětví (UNCTAD, 2008, s. 14), kdy z kreativních průmyslů vychází například design, vydavatelství a tisk nebo vizuální tvorba.



Obrázek 3 Rozdělení kreativních průmyslů (UNCTAD, 2008, s. 14)

Podle Davies (2013, s. 1) obsahují kreativní průmysly obrovskou škálu ekonomických aktivit vyplývajících z vytváření zážitků a potěšení. Tyto zážitky v podobě zboží a služeb, poskytují práci pro celou řadu lidí od počítačových programátorů a inženýrů po spisovatele, umělce a muzikanty. Flew (2013, s. 2–3) udává, že pojem kreativních průmyslů obsahuje mnoho pojmů jako je kulturní průmysl, autorská práva, průmysly kulturní produkce, ekonomiku kultury, kreativní ekonomiku a také zážitkovou ekonomii.

Podle United Nations (UNCTAD, 2010, s. 8–9) lze kreativní průmysly rozdělit do následujících odvětví:

- Kulturní dědictví – tradiční kultura a kulturní památky,
- Umění – vizuální a hrané umění,
- Média – vydavatelství a tisk, audio-vizuální tvorba,
- Funkční tvorba – design, digitální tvorba a kreativní služby.

Evropská komise ve studii *The Economy of Culture in Europe* (KEA, s. 3, 2006) rozdělila oblast kulturních a kreativních průmyslů do 4 hlavních oblastí (tradiční umění, kulturní průmysly, kreativní průmysly a příbuzná odvětví), dále definovala odvětví každé oblasti a příslušné pododvětví následovně:

Tabulka 1 Kulturní a kreativní průmysly podle EK (KEA, 2006, s. 3)

Oblasti	Odvětví	Pododvětví
Tradiční umění	Výtvarné umění	Řemesla, malířství, sochařství, fotografie
	Scénická umění	Divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	Kulturní dědictví	Muzea, knihovny, archeologická naleziště, archivy
Kulturní průmysly	Film a video	
	Televize a rádio	
	Videohry	
	Hudba	Hudební sektor, živá vystoupení
	Knihy a tisk	Vydavatelství a tisk knih a časopisů
Kreativní průmysly	Design	Móda, grafický design, design interiéru, průmyslový design
	Architektura	
	Reklama	
Příbuzná odvětví	Výroba PC	
	Výroba MP3 přehrávačů	
	Další příbuzná odvětví	

UNESCO (2013, s. 22) ve své studii uvádí UNESCO Institute for Statistics Model, který dělí kulturní a kreativní průmysly na dvě hlavní oblasti – průmysly v ústřední oblasti kultury a širší oblasti kultury. V níže uvedené tabulce je znázorněno rozdělení odvětví.

Tabulka 2 Kulturní a kreativní průmysly (UNESCO, 2013, s. 22)

Průmysly v ústřední oblasti kultury	Průmysly širší oblasti kultury
Muzea, galerie, knihovny	Hudební nástroje
Hrané umění	Zvukové příslušenství
Festivaly	Architektura
Vizuální tvorba, řemeslná tvorba	Reklama
Design	Vybavení pro tisk
Vydavatelství	Software
Televize, rádio	Audiovizuální hardware
Film, video	
Fotografie	
Interaktivní média	

2.2 Základní strategické dokumenty v oblasti KKP

V současné době probíhá tvorba zastřešující strategie pro oblast kulturních a kreativních průmyslů na úrovni ČR. Globální cíl *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů* je na úrovni interní pracovní verze MP ČR definován následovně: „Zvýšení konkurenceschopnosti ekonomiky České republiky pomocí kulturních a kreativních průmyslů“ (Projektová kancelář MK ČR, ©2019a).

Jeden z cílů, které si strategie klade, je budování a rozvoj infrastruktury pro KKP. Je vyjádřena podpora tvorby sdílené infrastruktury jako jsou kreativní centra, huby, kreativní inkubátory, kreativní dílny, ateliéry pro grafický design, taneční a nahrávací studia – označovány jako nové pracovní prostory, které reagují na specifické potřeby rozvoje KKP. K budování zázemí je možno využít stávajících objektů, jako jsou prostory muzeí, kulturních domů a nevyužívaných prostor nebo je zde možnost revitalizace brownfieldů, nikoli výstavba nových objektů. Mělo by dojít k zajištění zdrojů financování pro budování a následného vybavení těchto kreativních center pro obce, kraje i podnikatelské subjekty (Projektová kancelář MK ČR, ©2019b).

Státní kulturní politika na léta 2015–2020 (s výhledem do roku 2025) je zaměřena zejména na ekonomický potenciál kultury, ale obsahuje také další role jako je například podpora kulturní identity, kulturní rozmanitosti nebo rozvoj kreativity. Je zde obsažena mimo jiné i podpora kulturních činností a produkce kulturních statků, poskytování veřejných kulturních služeb a rozvoj participativní kultury, která usnadňuje sociální začlenění. Jeden z cílů *Plánu implementace Státní kulturní politiky* je podpora kulturního a kreativního odvětví. Zde je myšlenka budování kompetenčních center, která jsou například v podobě kreativních dílen nebo workshopů a vyžadující vysokou podporu na úrovni ICT – projekty v oblasti designu, 3D tisku, digitalizace (Plán implementace Státní kulturní politiky, s. 55, Štěpaníková, 2016, s. 6)

Integrovaná strategie podpory kultury do roku 2020

Oblast kulturního a kreativního odvětví definuje prioritní cíl využití socioekonomického potenciálu KKP pro zvýšení konkurenceschopnosti ČR. Na tuto prioritu navazují následující opatření:

- 1) *Budování funkčních vazeb KKO a průmyslu, vytváření kapacit, sítí, klastrů a inkubátorů KKO, podpora podnikání, profesionalizace, coaching a mentoring,*

- 2) *Kreativní kultura,*
- 3) *Propojení KKO a kulturního bohatství.*

V rámci prvního opatření byla identifikována celá řada klíčových aktivit, mezi které patří například:

- *Podpora vzniku platforem, sítí, znalostních center a klastrů vytvářejících partnerství se zástupci různých sektorů,*
- *Podpora podnikání v KKO – kreativní inkubace,*
- *Zlepšení mezinárodního marketingu a propagace KKO, podpora prezentace KKO na mezinárodních veletrzích a oborových fórech.*
- *Podpora vzdělávání a rozvoje podnikatelských a manažerských dovedností v oblasti KKO (Integrovaná strategie podpory kultury do roku 2020, s. 79–83).*

Mezi základní strategické a koncepční dokumenty zahrnující oblast KKP a kreativity lze zařadit následující:

- *Koncepce podpory umění,*
- *Národní RIS3 strategie a Národní politika výzkumu, vývoje a inovací na léta 2016–2020,*
- *Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na léta 2014–2020,*
- *Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti pro období 2012–2020,*
- *Strategie Digitální Česko,*
- *Inovační strategie České republiky 2019–2020.*

Mapování kulturních a kreativních průmyslů na úrovni EU probíhá především prostřednictvím Evropské komise, kdy v roce 2006 nechala vypracovat dokument pro mapování KKP *The Economy of Culture in Europe*. Dále pak kulturní a kreativní průmysly na úrovni Evropské unie byly definovány v *Zelené knize – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*, která se týká tvůrců kulturních politik, kulturních a tvůrčích odvětví a dalších zapojených na stran nejen na evropské úrovni, ale také na úrovni vnitrostátní, regionální a místní. V rámci otevřené debaty se dospělo ke zjištění, že kulturní a kreativní průmysly mají potenciál k rozvoji Evropy. Podpora KKP byla tedy zahrnuta i do *Strategie Evropa 2020*. Kulturní odvětví podle *Zelené knihy* zahrnuje tradiční kulturní odvětví jako scénická umění, vizuální umění a kulturní dědictví, dále je zde zařazen film, DVD a video, televize, rozhlas, videohry, nová média, hudba, knihy a tisk. Kreativní odvětví neboli tvůrčí odvětví jsou vymezeny jako odvětví, která mají vstupní hodnotu kulturu a výstupní hodnotou je funkčnost. Spadá zde

architektura, design, dále pododvětví jako grafický design, reklama a módní návrhářství (Zelená kniha, 2010, s. 5–6).

Mezi další dokumenty na úrovni Evropské unie v oblasti KKP lze zařadit následující:

- *The Economy of Culture: Studie Kea European Affairs pro Evropskou komisi,*
- *Evropský program pro kulturu, Evropská komise,*
- *RIS3 Guide, Evropská komise,*
- *Společný strategický rámec, Evropská komise,*
- *Rezoluce o podpoře kulturních a kreativních odvětví, Evropský parlament,*
- *Sdělení Výboru regionů k podpoře KKP, Evropská komise.*

2.3 Možnosti financování KKP

Kulturní a kreativní průmysly mohou být financovány z různých zdrojů (ERDF, ESF, Fond soudržnosti, Program podpora konkurenceschopnosti MSP, rámcový program pro výzkum a inovace Horizont 2020). Zdroje vychází z vazeb na další oblasti rozvoje, jako je například regenerace měst, rozvoj venkova, kulturní dědictví, rozvoj informačních a komunikačních technologií. Klíčovou roli v oblasti financování musí hrát stát prostřednictvím regionálních úřadů a garančních mechanismů (Integrovaná strategie podpory kultury do roku 2020, s. 81).

KKP mohou být financovány také ze zdrojů Evropské komise. Projektem EK pro období let 2014–2020 je komunitární program **Kreativní Evropa** s celkovou finanční alokací 1,462 miliard euro. Tento program se skládá z dvou dílčích částí – program Media a program Kultura. Mezioborovou část zahrnuje Záruční fond sloužící ke zprostředkování finančních půjček pro finanční studie, sběry dat a pilotní projekty. Hlavním cílem komunitárního programu je tvorba jednotného rámce financování pro kreativní projekty v oblastech jako jsou například scénická umění, nakladatelství a literatura, televize, hudba, videohry, výtvarné umění, filmy a dalších. Alternativou podpory ze stran měst a krajů mohou být tzv. **kreativní vouchery**, jedná se o jednorázovou finanční podporu nejčastěji pro subjekty z oblasti KKP spolu s MSP na daném území. Projekt kreativních voucherů byl realizován v Brně prostřednictvím finanční podpory z Jihomoravského kraje. Podání přihlášek bylo ukončeno v listopadu 2019. Malé a střední podniky mohly využít finanční podporu pro spolupráci s kreativními profesionály například v oblastech marketingových strategií, webdesignu, grafického designu, produktového a průmyslového designu a mnohých dalších. Pro registrované firmy vznikla tzv. „kreativní galerie“, ze které si subjekty mohly vybírat

dle odvětví své potencionální partnery z řad kreativců. Nejdůležitějším cílem projektu je zejména využití potenciálu kulturních a kreativních průmyslů na daném území spolu s novým propojením trhu. Brněnské vouchery byly poskytovány od výše 50 000 Kč do 100 000 Kč, přičemž pokrývají až 75 % z ceny celé zakázky. Dále tyto projekty byly realizovány ve Středočeském kraji a v Praze (Kreativní vouchery, ©2020). Další alternativou podpory kreativních děl je Hithit, projekt založený na principech **crowfundingu**, který podporuje umělce, vývojáře, designéry a další kreativní osoby, díky němuž byly finančně podpořeny projekty jako jsou například kreativní záměry, vydávání hudebních alb, natáčení filmů, výroba inovativních designových produktů a jiné. Do projektu se může zapojit každý kreativec, kdy má na shromáždění finančních prostředků formou veřejné sbírky maximálně 45 dní. Pokud k naplnění požadované částky do této lhůty nedojde, peníze budou vráceny zpět zúčastněným, kteří na daný projekt přispěli (Hithit, ©2012–2020).

Mezi další možnosti financování KKP mohou být brány v potaz následující:

- Technologická agentura ČR program ÉTA – Podpora inovačního potenciálu společenských věd, humanitních věd a umění,
- Státní fond kinematografie – filmové pobídky,
- CzechTrade – program Design pro konkurenceschopnost.

2.4 Mapování kulturních a kreativních průmyslů

Mapování kulturních a kreativních průmyslů hraje významnou roli v identifikaci kreativního potenciálu na daném území, rozpoznává také nehmotné prvky identity místní komunity. Znalost kulturního profilu místa může být užitečná pro prosazování změn: může informovat o vývoji politiky, přilákat finanční zdroje a být nápomocná při přijímání nových přístupů k místnímu rozvoji. Nástroje pro mapování kulturních a tvůrčích kapacit nesou podobnosti s technikami SWOT analýzy, jsou však širší a hlubší a zahrnují dvě dimenze – hmotnou, která zahrnuje geografii, topografii, klastry, kulturní prostory a zařízení přítomná na daném místě a nehmotnou dimenzi – například přírodní a kulturní dědictví, historické předpoklady, které formovaly lidi a fyzické uspořádání místa a sociální sítě, které oživují občanský život měst. Pro tvorbu strategií podpory KKP a zejména realizaci jejich cílů je nezbytné identifikovat stav a potřeby kulturních a kreativních průmyslů na daném území. Tyto strategie jsou obvykle zaměřeny na podporu podnikatelských aktivit, propojení tržních

a neziskových aktivit tradičních oblastí kultury i propojením s dalšími oblastmi, jako je například vzdělávání, výzkum a dalšími odvětvími. Mapování může přinést další výhody jako je zvýšení povědomí o kulturních a kreativních průmyslech, tvorba vazeb mezi zástupci profesí, rozvoj komunikace a spolupráce mezi aktéry, zmapování potřeb a bariér rozvoje a navržení opatření ke zlepšení stavu, vytvoření platformy pro diskuzi o rozvoji, prostřednictvím podpory KKP realizovat širší ekonomické a politické cíle jako je revitalizace měst, rozvoj venkova nebo cestovního ruchu. Propojením informací získaných z mapování kulturních a kreativních průmyslů prováděných v každém městě nebo regionu jsou zúčastněné strany zapojené do mapování lépe připraveny navrhnout akční plány zaměřené na kreativní rozvoj pro danou lokalitu. Dílčí opatření vycházející ze strategií mohou být například vznik kreativních center, inkubátorů, podpora klastrů nebo propojení kulturních a kreativních průmyslů s cestovním ruchem (Bednář a kol., 2016, s. 8–9, Ghiraldi, 2017, s. 7).

Kulturní a kreativní průmysly v České republice byly zmapovány za podpory Ministerstva kultury ČR, kdy mapování bylo zahájeno v roce 2011 Institutem umění – Divadelním ústavem za podpory Programu aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity (NAKI). Mapování KKP bylo rozděleno do tří sektorů: *mapování, identita, ekonomické dopady na kulturní instituce*. Hlavními výstupy tohoto projektu byly dva svazky mapovacího dokumentu včetně strategických opatření a tezí strategie podpory kulturních a kreativních průmyslů v ČR, certifikovaná metodika mapování KKP na lokální a regionální úrovni, vycházející z realizace pilotních projektů mapování ve Zlíně, Brně, Pardubicích a Plzni, dalším výstupem byla online aplikace KulKal, sloužící pro výpočet ekonomických dopadů kulturních organizací nebo akcí (Institut umění – Divadelní ústav, ©2017). V současné době probíhá projekt „*Zpracování systému rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů Ministerstvem kultury*“, který byl zahájen v květnu 2018 a bude probíhat po dobu 27 měsíců. Výstupem tohoto projektu bude komplexní již zmíněná *Strategie rozvoje a podpory KKP v České republice*. Projekt v rámci méně rozvinutých regionů je financován z Evropského sociálního fondu (85 %) a ze státního rozpočtu (15 %). V případě rozvinutých regionů se jedná o financování ESF (50 %) a SR (50 %). Mezi klíčové aktivity patří například mapování KKP v ČR a aktualizace výstupů studie Mapování KKP, zpracování analýzy strategických dokumentů a analýzy finančního zacílení, pořádání odborných seminářů a dále pak samotná tvorba strategického dokumentu a rozpracování akčního plánu se střednědobým horizontem (Ministerstvo kultury ČR, ©2020).

3 KULTURNÍ A KREATIVNÍ KLASTRY

Teoretické vymezení kulturních a kreativních klastrů je stejně problematické jako vymezení samotných KKP. V ekonomickém kontextu lze klaster vymežit podle Portera (2008, s. 216) jako seskupení vzájemně propojených firem, specializovaných dodavatelů, poskytovatelů služeb a dalších souvisejících institucí v konkrétním vymezeném oboru působnosti, ale i firem v příbuzných oborech. Tyto subjekty mají stejné znaky, kooperují a vzájemně se doplňují, ale na straně druhé spolu soutěží. V podmínkách České republiky je klaster definován agenturou CzechInvest jako *„Regionálně umístěný soubor navzájem propojených společností, specializovaných dodavatelů, poskytovatelů služeb, firem v příbuzných oborech a přidružených institucí a organizací, které si navzájem konkurují, ale také navzájem kooperují, a jejichž vazby mají potenciál k upevnění a zvýšení jejich konkurenceschopnosti“* (CzechInvest, ©1994–2020a).

Kloudová (2010, s. 39–42) považuje kreativní klaster za významný aspekt pro rozvoj kreativní ekonomiky, který pomáhá k rozvoji kreativních měst a regionů. Sdružuje aktéry a je schopen vytvořit infrastrukturu pro prosazení jejich myšlenek. Flew (2012, s. 148) představuje významné faktory stojící za tvůrčím rozvojem klastrů jako je propagace identity značky, atraktivita a postavení na trhu. Dále je důležitá stimulace podnikatelského přístupu k umění a kultuře, zejména pokud jde o oslovení mladšího publika prostřednictvím tržně orientovaného přístupu k zachování udržitelnosti kulturních organizací. Třetím faktorem je stimulace kreativity a inovací prostřednictvím strategií k podpoře vzniku mikro podniků v kreativních průmyslech. V neposlední řadě také nalezení nových uživatelů pro staré nepoužívané budovy a přeměna těchto objektů na kulturní centra, zóny bydlení a kreativní pracovní prostory a podpora kulturní demokracie a kulturní diverzity.

Myšlenka klastru je nástrojem průmyslové politiky, kdy společným umístěním podniků, které jsou součástí podobné hodnotové konstelace, se zvyšuje produktivita. Sesterská forma průmyslového klastru je kulturní nebo kreativní klaster. Síťové a prostorové prvky se spojují a překrývají s představou kreativního nebo kulturního ekosystému. Jedná se o vzájemnou závislost rozmanitosti kulturních aktivit a činností. V kulturních a kreativních klastrech je kritickým prvkem správa, která udržuje a poskytuje podporu po celý celou dobu životnosti projektů a činností (The Creative Hubs Report 2016, 2017, s. 10).

Podpoře kulturních a kreativních průmyslů se v současné době dostává také prostřednictvím spin-off firem nebo univerzitních center. Proces formování spin-off firmy je podnikatelským

procesem, který je zahájen v rámci univerzitního prostředí a je založený na duševním vlastnictví univerzity. Je považován za nejkompexnější formu zhodnocení duševního vlastnictví, ze kterého čerpá samotná univerzita, ale i soukromý subjekt a posléze široká veřejnost jako uživatelé nových produktů. Univerzita může mít ve firmě svůj podíl nebo jen poskytuje licenční smlouvu na dané duševní vlastnictví, které bylo na univerzitě vytvořeno. Pro univerzity spin-off firmy představují příjmy z licencí nebo podílů v dané společnosti a firmám tato forma spolupráce poskytuje konkurenční výhodu díky inovativním nápadům (JIC, ©2020, Rasmussen, 2006, s. 1).

3.1 Vznik klastrů a jejich životní cyklus

Klastry lze rozdělit do dvou skupiny podle způsobu jejich vzniku. První skupinou jsou klastry, které vznikly „zdola nahoru“, jedná se tedy o přirozené klastry, které vznikly spontánním rozvojem vazeb spolupráce. Podněty pro vznik přirozených klastrů mohou být například lokální koncentrace výrobních faktorů, koncentrace podniků ve stejném či příbuzném odvětví a působení výzkumných a vzdělávacích institucí. Postupně jednotlivé vazby sílí a nastává potřeba formalizace vazeb. Druhou skupinou jsou klastry vznikající „shoda dolů“, kdy nedochází k přirozenému rozvoji klastrů, ale vznik klastru je iniciován a organizován nejčastěji ze strany státní správy. V tomto případě je kladen důraz na budování důvěry mezi členy klastru, tvorbu jednotné vize a strategie a v poslední fázi realizaci konkrétních akcí. Třetí způsob vzniku klastru je kombinací dvou předchozích, kdy je tento způsob často velmi efektivní (Pavelková a kol., 2009, s. 23).

Kreativní průmysly mají jisté odlišnosti oproti jiným průmyslům, jako je flexibilní organizační struktura, vysoká míra osob pracujících z domova, lidé pracují spíše na zkrácený úvazek a mají více než jedno zaměstnání (Culture statistics – 2011 edition, s. 64–65, Higgs, Cunningham, Bakhsi, 2008, s. 21). Důvody vzniku průmyslových klastrů lze aplikovat i na klastry kreativní, mezi tyto důvody dále patří geografická blízkost firem, využití místní kvalifikované pracovní síly, využití fungujícího regionálního nebo místního dodavatelského řetězce pro společnost s nadnárodním významem a v neposlední řadě také využití znalostních regionálních sítí, jako jsou výzkumné instituce a podpora inovací a podnikání regionálními vládami. Vyznačují se prvky spolupráce a zároveň konkurence, což představuje charakteristický rys vztahů mezi aktéry (Asheim, Cook a Martin, 2006, s. 19, Andersson, 2004, s. 13).

I když lze aplikovat důvody vzniku průmyslových klastrů na klastry kreativní, kreativní klastry se dále rozvíjejí odlišně. Mohou nést podobu několika podniků, firem, kanceláří, které jsou spojeny ve společném prostoru a zabývají se kulturním podnikáním. V takovém seskupení vzniká specifické, otevřené a kreativní prostředí pro komunikaci a spolupráci, vytvářejí se zde nové formy interakce. Hlavním rysem kreativních klastrů je celková atmosféra tvořivosti a podnikání, která napomáhá produkci nových produktů, takové klastry často pomáhají k regeneraci měst. Činnost kreativních klastrů se stává podnětem pro zvyšování inovačního potenciálu ekonomiky obecně a zejména pak kreativní ekonomiky a přispívá k ekonomickému rozvoji daného území (Dronyuk, Moiseienko a Greguš, 2019, s. 482).

Specifický rozvoj mají kreativní klastry ve venkovských regionech. Venkovské regiony jsou vymezeny dle OECD na úrovni EU NUTS 3 s hustotou osídlení nepřekračující hranici 150 obyvatel na km², kde více než 15 % obyvatelstva žije ve venkovských obcích. K rozvoji těchto klastrů přispívá spolupráce mezi obcemi ve formě místních akčních skupin, časté zapojení obcí do mezinárodních sítí formou přeshraniční spolupráce, národních sítí prostřednictvím např. místní Agendy 21, a také zapojením veřejnosti. Klíčovou roli zde hraje kvalita a rozsah sociálních interakcí a nehmotné dědictví v podobě tradic a zvyků (Cikánek, 2013, s. 144).

Životní cyklus klastru je obdobným jako například životní cyklus produktu nebo technologie. Obecně lze říci, že klastry mají 3 základní fáze životního cyklu, a to vznik, růst a vyčerpání. Dále podle Bíle knihy lze životní cyklus popsat následovně:

- *Shlukování firem a členů* – spontánní spolupráce, vzájemný konsenzus o spolupráci a aktivitách,
- *Vznik jádra klastru* – zahájení realizace záměrů, budování a rozšiřování sítí,
- *Rozvoj klastru* – vstup nových firem, nové síťové vazby mezi aktéry,
- *Zralost* – dosažení kritického množství členů, rozšíření sítě aktivit a spoluprací,
- *Transformace či úpadek* (Pavelková, 2009, s. 24, Stejskal, 2011, s. 55–57).

4 NOVÝ PRACOVNÍ PROSTOR

Vymezení nových pracovních prostor je značně nesourodé, neexistuje jednotná typologie nebo obecně uznávaná definice. Mnoho autorů chápe coworking jako množinu pro další subjekty, například kreativní inkubátory nebo akcelerátory. Na druhé straně označení hub v sobě často nese i označení pro coworkingový prostor. Jednotlivé pojmy se ve svých vymezeních překrývají. Pro účely této práce byly pojmy rozebrány jednotlivě.

V souvislosti s globalizovanou ekonomikou a rostoucí konkurencí jsou kreativní jednotlivci a inovativní průmyslová odvětví označována za klíčové hnací síly udržitelného hospodářského růstu a prosperity. Školení, přitažlivost a udržení kreativních lidí se stalo klíčovým tématem pro tvůrce politik. Vzestup kreativní a znalostní ekonomiky a značná digitalizace s sebou přináší i nové nároky na zřizování a využívání prostorů určených pro tvořivou práci. Mobilní pracovní síla a překvapivé zvýšení významu nového pracovního prostoru, který hraje roli v konkurenceschopnosti městských regionů, by mohly představovat nebezpečí odlivu kreativců pro společnosti a města, které tyto nové požadavky nedokáží řešit (Moriset, 2014, s. 2–5, Petch, 2015, s. 9).

Vzhledem ke všem výše zmíněným transformacím od počátku 21. století, pracovní prostředí ve většině velkých měst po celém světě čelí podstatným změnám. Zejména v kreativních městech se nezměnily pouze způsoby práce, ale také pracovní prostory a organizační struktury. Aby bylo možné tyto nové trendy přijmout, měla by města rozšířit nabídku míst, které poskytují příležitosti pro schůzky, výměnu znalostí, vytváření nápadů a inovací mezi různými profesními oblastmi, včetně oblastí sociálních a kulturních (Gandini, 2015, Scott, 2006). Nové pracovní prostory jsou příkladem nových způsobů organizace práce v převážně nezávislých povoláních, které se vyskytují v kulturních a kreativních průmyslech. Tyto prostory nejsou však pouze flexibilními sdílenými kancelářskými prostory pro tvůrčí profesionály, ale podporují kolektivní komunitní přístup k organizaci kulturní a tvůrčí práce. Nezávislí profesionálové a mikro podniky, které by normálně pracovaly z domova, jsou schopni se spojit, spolupracovat a sdílet s ostatními podobně smýšlejícími lidmi. Být součástí komunity zvyšuje důvěru nezávislých pracovníků, podporuje experimentování, spolupráci a růst. Společně se mohou prezentovat v práci, získat přístup ke zdrojům a nástrojům, vzájemně se inspirovat a přilákat investice. Tyto prostory lze proto považovat za novou formu městské sociální infrastruktury umožňující kontakty a spolupráci mezi lidmi a sdílení nápadů (Merkel, 2012, s. 121, Smith, ©2018).

4.1 Coworking

Coworking space označuje sdílený pracovní prostor založený na jeho vlastních hodnotách a vlastnostech. Sdílené pracovní prostory jsou součástí nedávného městského dění. Coworking jako způsob práce nebo samotný prostor, kde jsou činnosti vykonávány – tzv. coworkingové centrum, lze vymezit jako aktivitu v tomto prostoru, při které nezávislí profesionálové a další pracovníci pracují efektivněji společně v rámci kolektivu. Pracovní prostory jsou postaveny na myšlence budování komunity a udržitelnosti. Tyto prostory podporují níže uvedené sdílené hodnoty, a to především spolupráci, komunitu, udržitelnost, otevřenost a přístupnost (Spinuzzi, 2012, s. 402, Prago, Pelegrini a Chaves, 2017, s. 2).

Tabulka 3 Hodnoty coworkingu (Prago, Pelegrini a Chaves, 2017, s. 2)

Hodnoty	Charakteristiky
Otevřenost	Transparentnost a otevřenost prostorů a nápadů
Spolupráce	Setkávání se a spolupráce se všemi typy lidí s různými znalostmi
Dostupnost	Fyzická a finanční přístupnost všem – novým nápadům i lidem
Komunita	Propojení a vzájemná podpora
Udržitelnost	Vědomé a optimalizované využití prostorů a objektů

Moriset (Moriset, 2014, s. 1–6) udává, že coworkingová centra slouží zejména pro sdružování kreativních jedinců a podnikatelů, kteří dávají přednost otevřenému prostředí umožňující setkávání a spolupráci před tvorbou v sociální izolaci. Společný pracovní prostor je místem hostování, práce a setkání pro podnikatele, kteří jsou nositeli projektů a nápadů a chtějí je sdílet s ostatními. Prostřednictvím coworkingu je podporována spolupráce mezi aktéry, a tímto způsobem je vytvářen inovativní ekosystém na místní úrovni. Jak udává Pohler (2011) – coworkingové centrum je pracovním místem s flexibilní organizační strukturou, které kombinuje prvky pracovního prostoru a například kavárny, kde zejména nezávislí profesionálové vyhledávají inspiraci, nové kontakty a sdílí stejné hodnoty.

Podle Vlacha (2019) je podstatou coworkingu zejména společenství, setkávání se s podobně zaměřenými lidmi a vzájemná spolupráce. Lze jej popsat jako sdílené kanceláře nebo open space prostor, ale ve skutečnosti komunita je to hlavní. V současné době se můžeme setkat i s veřejnými akcemi, které jsou pořádány jednorázově například v kavárnách, klubech, hotelových lobby nebo třeba venku v parku. Tyto akce jsou označovány jako pop-up

coworking nebo jelly. Nabízejí účastníkům potkat nové lidi, navázat kontakty nebo můžou sloužit k propagaci místa samotného.

Pro správné fungování coworkingu nebo při tvorbě nových prostor by měly být brány v úvahu faktory pro rozvoj a udržitelnost těchto míst. Mezi typologii potřeb mohou patřit následující:

- Dostupnost: geografická blízkost, dostupnost prostoru,
- Sdílení zdrojů: WiFi, stůl, vybavení, zasedací místnost, občerstvení,
- Sdílení energie: kolektivní projekty, komunitní akce, poradenství, možnosti dalšího vzdělávání, publikum pro projekty,
- Blízkost: společenské vztahy, kolektivní projekty, kreativní soutěživost, oceňování kompetencí, aktivní role v komunitě, komunitní akce,
- Shoda: uvolněná atmosféra, důvěryhodné prostředí, shoda mezi osobními a vnějšími hodnotami,
- Soukromí: tiché prostředí, skříňky pro osobní předměty, důvěryhodné prostředí, finanční zabezpečení (Broek, ©2012).

Mezi hlavní důvody pro využívání CC patří zejména časová flexibilita výkonu práce, snížení výdajů za pronájem kanceláře a nákladů na vybavení, účast na fungování v kreativním prostředí, přičemž klasická podniková prostředí mohou být dnes již zastaralá a rozmanité prostředí vede k podpoře inovací a zvyšuje produktivitu a v neposlední řadě zde hraje roli také přístup k inovacím a nápadům prostřednictvím nových komunit (U.S. Research Report, 2019, s. 11).

4.1.1 Činnosti, organizace a lidé v coworkingu

Coworking je spojován s freelancingem, podnikáním na volné noze nebo osobním či profesním podnikáním, neexistuje však univerzálně platná definice. Nejběžnějšími uživatelskými skupinami CC jsou freelanceři, digitální nomádi, podnikatelé a živnostníci, ale také malé a střední podniky, studenti, zaměstnanci velkých podniků, začínají podniky neboli start-upy. Častými uživateli jsou freelanceři neboli nezávislí profesionálové. Často mylně dochází k zaměnění pojmu freelancer a OSVČ či živnostník, protože ne každý nezávislý profesionál má status OSVČ, a naopak. Freelancer je osoba, která pracuje pro více zaměstnavatelů, nabízí své služby nejčastěji tomu, kdo nabídne nejzajímavější anebo nejvyšší nabídku. Pro nezávislé profesionály je charakteristická naprostá svoboda ve výkonu

své činnosti. Může se jednat o práci na plný nebo částečný úvazek. Právě uživatelé těchto CC v mnoha ohledech vybočují z průměru, nezávislí profesionálové vykonávají převážně odborné činnosti s vyšší kvalifikací a až 56 % má vysokoškolské vzdělání (Vlach, 2017, s. 25–26, Vlach, ©2018, Duermyer, ©2019, Morgan, 2014, s. 73).

Členství v CC může mít následující podobu tzv. hot desks, kdy členům je poskytnut přístup, ale není přiděleno konkrétní místo v daný den, mají stejné základní výhody, jako je přístup do zasedacích místností, společenské akce, slevy a jiné. Dalším typem členství je tzv. fix desks, tj. členství, které zaručuje každý den používat stejný stůl. To je výhodné pro ty, kteří chtějí více osobního a úložného prostoru. Dále se jedná o pronájem soukromých kanceláří, kdy mnoho CC nabízí právě soukromé kanceláře, buď pro jednotlivce, nebo pro více lidí s různými cenami podle velikosti kanceláře a počtu osob, kteří mohou členství využívat. To umožňuje členům mít většinu času soukromí ve své vlastní kanceláři a stále těžit z výhod, které jsou součástí komunity. Častým typem členství je také víkendový nebo hodinový tarifní plán. Mnoho prostor také nabízí hodinové sazby pro ty, kteří jsou právě ve městě na krátkou dobu nebo jen potřebují pracovní prostor v rámci hodin. Existují dokonce CC, které nabízejí zvýhodněné sazby pro členy, kteří potřebují přístup pouze v noci (Mehl, ©2018, Vlach, ©2015).

Služby poskytované CC se často odvíjí dle typu tarifu a členství. Základní služby zahrnují pronájem pracovního místa po dobu 1 měsíce s možností využívat společné zázemí (např. kuchyňka, odpočinková zóna), připojení k vysokorychlostnímu internetu, technické vybavení (tiskárna, kopírka, scanner) a někdy také pronájem zasedacích místností. Hlavním aspektem CC je zejména komunita, poznávání lidí a navazování kontaktů, které mohou probíhat také v rámci akcí, seminářů, workshopů a přednášek, které sdílené kanceláře často organizují (Seet, ©2019).

4.2 Hub

Kreativní huby se za posledních deset let staly rychle rostoucím ekosystémem po celém světě. Počínaje nevyužívaným prostorem postindustriální společnosti se huby rozrostly do všech velikostí. Mnoho středisek poskytuje širokou škálu služeb včetně zahájení podnikání a podpory rozvoje ve formě seminářů a mentoringu, výrobních prostor, vytvářejících události, podporujících výzkum a vývoj. Mají také dopad na jejich vnější prostředí, regenerují městské a venkovské oblasti. Hub nabízí kreativním mikro podnikům možnost

agregovat se s ostatními za účelem přístupu k důležitým zdrojům, jako jsou nástroje a specializované služby nebo inspirace, které pomáhají rozvíjet projekty a celé podniky (Smith, ©2018, Creative Hubs Report, 2017, s. 7–8).

Kreativní hub je místo, ať už fyzické nebo virtuální, které spojuje kreativní lidi. Široký dopad sahá od podpory začínajících podniků, pracovních míst, nových produktů a služeb až po pomoc při zajištění investic. Kreativní huby rozvíjí a udržují talent, vytváří vzdělávací příležitosti, podporují regeneraci, výzkum a vývoj a vyváří sítě na komunální, regionální a mezinárodní úrovni. Součástí mnoha hubů jsou i coworkingové prostory, které poskytují prostor a podporu pro vytváření sítí, rozvoj podnikání a zapojení komunity do tvůrčího, kulturního a technologického sektoru. Jejich inovativní organizační modely vedou k větší flexibilitě a lepší kvalitě života (European Creative Hubs Network, 2017, s. 5–7).

Bylo identifikováno šest komponentů, které se obvykle podílí na tvorbě kreativních hubů. Jedná se o inkubátory, specializované poskytovatele kulturních služeb pro společnosti a umělce, virtuální platformy, rozvojové agentury, coworkingové prostory a klastry. Případy schopné nabídnout všechny níže identifikované činnosti a služby byly klasifikovány jako kreativní huby:

- Fyzický prostor: coworkingové prostory s kanceláři, konferenčními a výstavními místnostmi,
- Virtuální prostor: web s potřebnými informacemi,
- Propagace: propagace prostřednictvím marketingových aktivit pro společnosti, které jsou součástí hubu,
- Vzdělávání a školení: systém celoživotního učení, lekce, workshopy,
- Síť: vytváření událostí, podpora sítě kontaktů i na mezinárodní úrovni,
- Technologie: dostupné technologie, 3D tisk, sdílené výrobní technologie,
- Informace: o výběrových řízeních, konferencích a iniciativách, které jsou zajímavé pro společnosti, jež jsou součástí hubu,
- Know-how: poradenské služby, obchodní poradenství, poskytování dat,
- Výzkum a vývoj: výzkumné činnosti a publikování výsledků projektů,
- Originalita: zvláštní charakteristické rysy daného projektu (Sedini, Vignati a Zurlo 2014, s. 109–110).

Většina hubů nejsou jen pouhé budovy, ale jejich podpůrné činnosti se týkají celé řady místních institucí a regionálních sítí. Nejsou to jen inkubátory pro malé podniky, ale mají

daleko širší působnost, jako je podpora růstu kreativních odvětví na místní a regionální úrovni, poskytnutí nových pracovních míst a příležitostí a také rozšiřuje systém vzdělávání (Creative London, 2003, s. 34).

4.3 Kreativní centrum

Kreativní centrum je instituce, která poskytuje kulturní služby pro společnost, organizuje semináře, přednášky a kulturní akce, jako jsou koncerty a výstavy. Kreativní centra a huby jsou založeny především na spolupráci, ale nabízí něco navíc. Mohou to být akce zaměřené na vytváření sítí, které jsou užitečné při budování nových kontaktů, organizování školení, nebo se zaměřují konkrétně na tvůrčí profese. U některých kreativních center se pracovní prostory dále rozšiřují o ateliéry nebo zkušebny, které si lze pronajmout. Často se jedná o neziskové instituce s cílem propagace umění, vzdělávání a podpory umělců a v neposlední řadě je zde snaha vyvolat zájem o oblast kreativních průmyslů. Vzniká zejména za účelem podpory kreativních odvětví v daném místě, kdy hlavním cílem je vytvořit prostor pro tvorbu, prezentaci tvůrců a současných trendů, architektů, designérů a dalších kreativních odborníků (Klimková, Žitek, 2018, s. 326, Zelezníková, 2016, s. 23).

Podle studie *Kreativní a aktivní Zlínsko* jsou nejúspěšnější kreativní centra ta, která využívají každou příležitost k využití kreativity a umisťují tvůrčí lidi, organizace a instituce do středu politických a místních událostí. Studie rovněž zdůrazňuje příklady měst jako jsou Antverpy, Dublin nebo Glasgow, kde proces vytváření většiny kreativních center byl realizován ze strany veřejného sektoru – tj. shora dolů, ale vyskytují se i případy, kdy kreativní centra vznikla přirozeným vývojem (Ghilardi, ©2014).

4.4 FabLab

Fabrication Laboratories (FabLabs) a digitální tvorba rozvíjí kreativitu, představivost a podporují motivaci k tvorbě. FabLabs lze charakterizovat jako prostory, kde se lidé schází, aby se dozvěděli o všestranných technologiích digitálního designu a výroby a tvořili jednotlivě nebo se podíleli na společných projektech. Některé laboratoře jsou provozovány dobrovolně, zatímco jiné dostávají institucionální podporu například knihoven či univerzit. Základ FabLabs spočívá v přesvědčení, že nejudržitelnějším způsobem, jak přinést nejvýznamnější výsledky digitální revoluce rozvojovým komunitám, je umožnit jim podílet se na tvorbě vlastních technologických nástrojů pro hledání řešení problémů. FabLabs také

slouží jako nové pracovní prostory, kde se odehrává tvůrčí produkce z pohledu umění, vědy a techniky, kdy uživatelé kombinují digitální a jiné technologie, aby prozkoumali myšlenky, naučili se dovednosti a tvořili nové formy (Milara a kol., 2017, s. 1080–1081, Hielscher, Smith a Fressoli, 2015, s. 4).

Mezi technologie, které podporují možnosti tvorby v laboratořích, patří hardwarové a softwarové nástroje, nejčastěji zahrnující laserové frézy, počítačové řídicí (CNC) frézky a CNC směrovače, trojrozměrné tiskárny. Pokud jde o elektronické hardwarové komponenty, často je k dispozici směs komponent od senzorů, tlačítek, ovladačů, motorů a vodičů. Software potřebný k navrhování, stavbě nebo řízení strojního zařízení se obvykle sestává z kolekce komerčních aplikací na běžném trhu (Fleischmann, Hielscher a Meritt, 2016, s. 3).

4.5 Makerspaces

Makerspace je sdílený kreativní pracovní prostor, který se může nacházet uvnitř školy, knihovny nebo samostatného veřejného nebo soukromého zařízení. Slouží pro tvorbu, učení, zkoumání a sdílení při využívání špičkové technologie nebo technických nástrojů. Tyto kreativní dílny jsou otevřeny dětem, dospělým a podnikatelům a mají celou řadu výrobních zařízení včetně 3D tiskáren, laserových řezaček, pájek a někdy dokonce i šicích strojů. Makerspace však nemusí zahrnovat všechny tyto komponenty, mnohá místa disponují například uměleckými potřebami. Nejčastěji fungují na bázi členství a pořádají také akce pro širokou veřejnost (Makerspace, ©2014–2020).

4.6 Kreativní inkubátor

Kreativní inkubátor může být chápán jako místo pro kreativní jedince hledající prostor pro rozvoj své tvorby bez komerčního tlaku, navázání možné spolupráce s podobně smýšlejícími lidmi a nalezení inspirace. Kreativní inkubátor v dalším pojetí může znamenat prostor nabízející služby, kontakty a další podpůrné služby, které vedou k rozvoji prodeje a podnikání v oborech kulturních a kreativních průmyslů. Služby nabízené kreativními inkubátory představují možnosti využití pracovního prostoru, jsou místem pro nová setkávání, napomáhají vzniku inovací, poskytují konzultace a školení, a také vybavení kanceláře za výhodnější – dotované ceny (McDonald, ©2009, Žáková, 2015, s. 545–546).

Podnikatelské inkubátory často poskytují služby odpovídající kreativním inkubátorům. Definice Účetního dvoru vymezuje podnikatelský inkubátor následovně „*Organizace vytvořená s cílem podporovat úspěšné zakládání a další rozvoj podniků. Často nabízí přístup k fyzické podnikatelské infrastruktuře a dále služby na podporu podnikání vytvořené na míru a příležitosti k vytváření sítí.*“ Proces samotné inkubace je efektivní pouze tehdy, pokud je individuálně přizpůsoben potřebám podnikatele a životním cyklu, ve kterém se podnik nachází. Může se jednat o nově založený podnik tzv. startup, spin-off či již fungující podnik a také záleží na odvětví působnosti (Evropská unie, 2014, s. 7).

Cílem kreativních inkubátorů je podpora podnikatelských záměrů s cílem aktivního podnikatelského růstu. Jedná se zejména o začínající podnikatele ve „startupové“ fázi nebo také již fungující firmy, které potřebují podpořit svůj růst. Inkubátory poskytují pomoc a odbornou asistenci v oblastech jako je management, účetnictví, řízení cash-flow, obchodní a marketingové služby, administrativa a školení nebo také hledání možností a zdrojů financování prostřednictvím grantů, půjček, kapitálových investic nebo sponzorství. Poplatky za poskytované služby jsou cenově přívětivé, avšak posléze jsou kompenzovány například provizí či podílem na budoucím zisku začínající firmy. Inkubátory mohou být součástí i vysokých škol a univerzit (Brook, Openshaw a Farrow, 2012, s. 7–8, Gerl, 2000, s. 23).

4.7 Akcelerátor

Akcelerátory nelze vždy snadno odlišit od kreativních inkubátorů. Klíčovou charakteristikou je to, že se akcelerátory zaměřují na začínající neboli startupové podniky a na malé a střední již fungující podniky, které mají potenciál k dosažení vysokého růstu, obvykle prostřednictvím produktů nebo služeb, které mají své místo na národním nebo mezinárodním trhu. V akcelerátorech je směřována vysoká úroveň podpory za strany manažerů akceleratoru. Poskytují však podporu jen po omezenou dobu, obvykle až do 12 měsíců (Brook, Openshaw a Farrow, 2012, s. 8). Ve Zlínském kraji probíhá v období let 2019–2022 projekt Smart akcelerátor Zlínského kraje II, financovaný z OP Výzkum, vývoj a vzdělávání (85 %) a za strany Zlínský kraje (15 %), který se zaměřuje nejen na podporu tradičních průmyslů, ale i na kreativní průmysly jako design, audiovizí, marketingové komunikace a architektura. Jeden z cílů tohoto projektu byl právě rozvoj inkubačních a akceleračních služeb ve Zlínském kraji (Krajský úřad Zlínského kraje, ©2020a,b).

5 START-UP

Start-up může být definován slovy „nový, aktivní nebo nezávislý“. Nese označení pro vznik malých začínajících podniků, které nejčastěji rozvíjí novou inovaci obsahující velký komerční potenciál a generující rychlý růst. Někdy označení start-up může nést i realizovaný projekt v rámci konkrétní firmy. Start-up jako princip podnikání je charakterizován následujícími principy jako je neustálá inovace a využívání nadání a kreativity na všech úrovních organizace, často také absence funkční oblasti představující zejména chybějící podnikatelský přístup, kdy se jedná o nově založené firmy s neustálou probíhající transformací. Velmi důležitý při počátcích podnikání je vytvořený podnikatelský záměr. Začínající podniky se mohou nacházet v různých životních fázích jako je *early stage*, *seed*, *growth* a *konečná fáze start-up*. (Morris, 2017, s. 214, Vokoun, Stehler, 2014, Reis, 2019, s. 14–15).

5.1 Lean start-up

Základem řízení tzv. lean startup tvoří vzdělávání, kreativita a eliminace plýtvání. Zahrnuje nový způsob vývoje inovativních produktů zahrnujících interakci se zákazníky, ale především vyžaduje definovanou vizi a velké ambice. Zahrnuje principy například vzdělávání a kreativity zaměstnanců, strategii just-in time, pravidelné kontroly inventáře a jiné. Vychází z postupů štíhlé výroby, kdy se při tvorbě produktu nebo služby dodržují pravidla: vytvořit, poté vyhodnotit a následně se poučit. Základní východiska této metody spočívají v identifikaci tzv. neověřených předpokladů, tj. vše, co se jeví jako nezbytné pro budoucí úspěch. V následujícím kroku je pak připravení experimentu pro zajištění minimálního životaschopného produktu a jednotky pokroku jako ověřeného zjištění, co funguje a co ne. Každé zjištění z experimentu by mělo být vráceno zpět na začátek smyčky. Tento cyklus je označován jako smyčka zpětné vazby: vytvoř, vyhodnoť a pouč se. V těchto pravidelných cyklech se rozhoduje, zda potřeba změnit strategii (pivot) nebo pokračovat v té stávající (Reis, 2019, s. 81–82, Reis, 2015, s. 24–25).

5.2 Podpora start-up

Na trhu působí celá řada komerčních společností zabývajících se podporou start-upových podniků. Do soukromé podpory podnikání a zejména podpory start-up podniků, mimo vědecko-technické parky a podnikatelské inkubátory, mohou být zařazeny následující:

- *Fondy rizikového kapitálu (ventura capital) – financování soukromých růstových firem formou navýšení základního jmění,*
- *Business Angels – individuální investoři, kteří svým vlastním kapitálem financují rozvoj perspektivních společností, nabízejí také např. know-how nebo kontakty,*
- *Využití crowdfundingu (Srpková, Řehoř, 2010, s. 103–105).*

Z hlediska státní podpory podnikání hraje nejvýznamnější roli Ministerstvo průmyslu a obchodu prostřednictvím *Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014–2020*, ve které definuje cíle pro efektivní fungování a rozvoj malých a středních podniků. Jsou zde rozebírány například přístupy k financování, zlepšení efektivnosti poradenských služeb pro podnikatele jako je mentoring, technologický scouting či foresighting, ochrana duševního vlastnictví, regenerace průmyslových zón a brownfieldů nebo například vytváření sítí spolupráce a inkubačních center v zahraničí (Ministerstvo průmyslu a obchodu, ©2012).

Významnou podporu věnuje podpoře start-up podnikům zejména Agentura pro podporu podnikání a inovací CzechInvest, zřízená právě MPO. Poskytuje akcelerační služby jako je mentoringový a poradenský program CzechStarter, který po dobu 7 měsíců poskytuje širokou škálu služeb až po gold fázi – dvoutýdenní camp v Silicon Valley. Dále pak program CzechDemo nabízející možnost prezentace na nejlepších mezinárodních akcích, CzechAccelerator poskytující akceleraci start-upů ve vybraných zahraničních destinacích a další. V roce 2018 Agentura podpořila 78 start-up podniků a zorganizovala více než 50 akcí zaměřených na podporu podnikání začínajících firem a aktivně působí také v podpoře oblasti kulturních a kreativních průmyslů. Jednou z aktivit je soutěž Creative Business Cup, která je určena pro start-upy z kreativních odvětví, jako je například design, elektronika, software, počítačové hry a další. Agentura realizovala v období leden–prosinec roku 2019 projekt *Creatinno*, financovaný z programu Horizont 2020 na podporu MSP na evropském trhu v oblasti kreativních průmyslů. Cílem bylo zvýšit konkurenceschopnost a dovednosti MSP pomocí užití dobré praxe a sdílení zkušeností se subjekty z Velké Británie a Španělska. Mezi další instituce zřízené či přidružené k MPO, které se podílí na podpoře podnikání, jsou například Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade, Agentura pro podnikání a inovace – API nebo Českomoravská záruční a rozvojová banka (CzechInvest, ©1994–2020b,c, Ministerstvo průmyslu a obchodu, ©2012).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL VE ZLÍNĚ

Mezi nejdůležitější zdroje rozvoje každého území patří lidé a jejich individuální kreativita, talent, schopnosti a dovednosti. Jsou zásadním komponentem inovačního systému země, kdy jejich přínos národní ekonomice spočívá v tom, že kreativní odvětví jsou dodavatelem inovačních myšlenek, vytváří nové produkty a služby, a tím přispívají k rozvoji ekonomického potenciálu. Podpora kulturních a kreativních průmyslů by měla být nedílnou součástí politického smýšlení a zastávat své místo v místním rozvoji (Trüby a kol., 2008, s. 3–4).

Kulturní sektor se jako ekonomické odvětví podílí na HDP země, kdy podíl kultury na celkovém HDP České republiky v posledních letech osciluje kolem 1,35 % a v roce 2017 dosáhl hodnoty 1,37 %. Dále má pozitivní ekonomický dopad na navazující odvětví, jako je například doprava, ubytovací a cateringové služby a další odvětví inspiruje a stimuluje. Rozvinutá kulturní infrastruktura je podle České centrály cestovního ruchu ČR hlavním důvodem pro vycestování do dané lokality a v neposlední řadě ovlivňuje i lokalizaci firem, kdy je důležitým faktorem kvalitního vyžití jejich zaměstnanců ve volném čase (ČSÚ, ©2019, Cikánek, 2007).

Zaměstnanost v kulturních a kreativních průmyslech nabývá pro ekonomiku stále vyššího významu. Vyznačuje se jistými specifiky oproti ostatním ekonomickým odvětvím. Na základě závěrů studie *Culture statistics* tato specifika spočívají ve vyšší vzdělanostní úrovni osob pracujících v rámci kulturních a kreativních průmyslů, přičemž až 60 % osob zaměstnaných v oblasti kultury v rámci EU dosahuje terciálního vzdělání oproti celkové zaměstnanosti, kde toto vzdělání má pouze 30 % osob. Je zde zvýšen podíl osob pracujících na částečný úvazek a vyšší počet osob pracujících z domova, často mají lidé více než jedno zaměstnání a také dochází ke koncentraci pracovníků v oblastech s vysokým stupněm urbanizace. Podle evropských statistik v roce 2018 pracovalo v EU 8,7 milionu lidí v odvětví kultury. Těchto 8,7 milionu zaměstnaných osob odpovídalo 3,8 % z celkového počtu zaměstnaných osob v celé ekonomice EU. V roce 2018 bylo v kultuře zaměstnáno 8,7 milionu lidí, což je o 639 000 více než v roce 2013. V České republice k roku 2018 bylo zaměstnáno 197 500 osob v kultuře, což odpovídalo 3,7 % z celkové zaměstnanosti (Culture statistics – 2019 edition, s. 63–66, Culture statistics – 2011 edition, s. 64–65).

6.1 Aktéři KKP ve Zlíně

Kulturní a kreativní průmysly jsou ve značné míře zastoupeny i ve Zlíně. Díky vybudovanému ekosystému a tradičním odvětvím KKP má město Zlín značný rozvojový potenciál. V níže uvedené tabulce jsou uvedena data vztahující se k počtu subjektů působících v různých oblastech KKP na území města Zlína k 5. 3. 2020. Z uvedených dat vyplývá, že se na území města Zlína nacházelo celkem 623 subjektů, přičemž nejvyšší zastoupení má oblast reklamy, architektury a fotografické činnosti. Naopak nejméně subjektů působí v oblasti uměleckého podnikání a filmu, televizi a rozhlasu. Nejvíce lidí pracuje v oblasti architektury, scénických umění, kulturního dědictví a reklamy.

Tabulka 4 Oblasti činnosti KKP ve Zlíně (Albertina, ©2019, upraveno)

Oblast činnosti	Počet subjektů	Počet zaměstnanců
Reklama	191	257
Architektura	138	390
Fotografické činnosti	88	92
Design	62	73
Vydavatelské činnosti	22	48
Umělecká tvorba	19	9
Hudba	17	17
Kulturní dědictví	12	285
Umělecké vzdělávání	8	241
Film, televize, rozhlas	8	45
Scénická umění	58	326
Celkem	623	1783

Dle dostupných dat je v odvětví kulturních a kreativních průmyslů na území města Zlína nejméně 1783 pracujících. Některé subjekty neuvádí počty svých zaměstnanců, proto výsledná hodnota může být vyšší.

Z níže uvedených dat vyplynulo, že převažují subjekty, které mají pouze jednoho nebo dva zaměstnance, těchto subjektů je 517 a jedná se zejména o mikro podniky. Dále pak následují subjekty se 3 zaměstnanci v celkovém počtu 37.

Tabulka 5 Subjekty dle počtu zaměstnanců (Albertina, ©2019, vlastní zpracování)

Počet zaměstnanců	Počet subjektů
1–2	517
3	37
4–8	7
9 až 15	6
Více jak 15	15

Z níže uvedené tabulky je zřejmé, že ve Zlíně převažují podnikající fyzické osoby tuzemské s celkovým počtem 519 subjektů. Z těchto 519 tuzemských podnikajících fyzických osob je 7 osob, které jsou zaměstnavatelé, zbylých 512 podniká jako osoby samostatně výdělečně činné. Poměrně vysoké zastoupení zde mají také společnosti s ručením omezeným.

Tabulka 6 KKP dle typu subjektu (Albertina, ©2019, vlastní zpracování)

Typ subjektu	Počet subjektů	
Podnikající fyzická osoba tuzemská	OSVČ	512
	Zaměstnavatelé	7
Společnost s ručením omezeným	72	
Spolek	12	
Příspěvková organizace zřízená územním samosprávným celkem	8	
Zahraniční fyzická osoba	4	
Akciová společnost	4	
Obecně prospěšná společnost	3	
Nadační fond	1	
Celkem	623	

Na území města Zlína také působí významné subjekty v oblastech KKP jako je *Zlínský kreativní klastr* zaměřující se právě na podporu kreativních průmyslů a *Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER*, které pomáhá uživatelům vstoupit do světa vlastního podnikání. Velkou roli zde v rámci kreativní třídy a její podpory hraje Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, konkrétně *Fakulta multimediálních komunikací*. V roce 2018 absolvovalo studium na této fakultě 381 studentů, z toho 220 studentů bakalářských studijních programů, 149 studentů magisterských studijních programů a 12 studentů v rámci doktorského studia. Celkem na Fakultě multimediálních komunikací absolvovalo studium v roce 2018 381 studentů. Jak je zřejmé z níže uvedené tabulky, tak počet absolventů

akreditovaných studijních programů během tří let stoupl o 63 absolventů. Studenti a absolventi této fakulty zastupují významnou měrou kreativní třídu v regionu. Mezi studijní obory FMK se řadí: *obor Multimédia a design (ateliéry: Design obuvi, Design oděvu, Design skla, Digitální design, Grafický design, Produktový design, Prostorová tvorba, Průmyslový design, Reklamní fotografie)*, *obor Animovaná tvorba*, *obor Audiovizuální tvorba (specializace: Kamera, Režie a scenáristika, Stříhová skladba, Vizuelní efekty, Zvuková skladba)*, *obor Produkce*, *obor Marketingové komunikace*, *obor Marketing Communications – pouze navazující magisterské studium.*

Tabulka 7 Počty absolvovaných studií UTB FMK (Výroční zprávy o činnosti UTB 2016, 2017, 2018)

Druh studia	Rok 2016	Rok 2017	Rok 2018
Bakalářské	172	143	220
Navazující magisterské	143	204	149
Doktorské	3	12	12
Celkem	318	359	381

Zlin Design Week je významným projektem Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Jedná se o akci zaměřenou na design, která vzešla z iniciativy studentů FMK UTB, kdy každoročně dojde k zapojení více než 70 studentů ústavu marketingových komunikací a uměleckých ateliérů FMK. ZDW v roce 2020 reflektoval téma spolupráce mladých designérů a firem, byznysu a neziskového sektoru. V letošním roce z důvodu opatření vlády související s pandemií Covid-19 byl ZDW přenášen online. Vyjma roku 2020 je během jednoho týdne uspořádána celá řada workshopů, přednášek, výstav a instalací a doprovodného programu. Součástí je také mezinárodní soutěž pro mladé designéry Best in Design s možným oceněním ve třech kategoriích *Product & Industrial Design, Fashion Design a Communication Design*. Hlavní cenou je pak ocenění Best in Design. Přihlášky do soutěže jsou bezplatné a mohou se zúčastnit jak jednotlivci, tak i týmy ve věkové kategorii do 30 let. Každoročně je hlavním aspektem akce Konference Zlin Design Week určená pro všechny, kdo se zajímají o design a marketing. Vystupují zde inspirativní řečníci a odborníci z oboru nejen z České republiky. Pro zakoupení vstupenek je uplatněno pozitivní cenové diskriminace pro studenty prezenční formy studia se sníženou cenou. V roce 2019 v rámci ZDW se uskutečnila konference Kreativní město Zlín, pořádaná Agenturou pro podporu podnikání a investic Czechinvest, Zlínského kreativního klastru

a Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Došlo k představení zahraničních trendů a dobré praxe KKP a představení KKP ve Zlíně (historie, současnost a budoucí směřování). Na prezentované poznatky navazovala diskuze a networking na téma Kreativní město (Zlin Design Week, ©2020a,b, TIC, ©2020e).

Dalším projektem vycházejícím z iniciativy studentů FMK je projekt ***Design na hranici***. Jedná se o každoroční akci, která je zahrnuta do programu výše zmíněného Zlin Design Week. Jedná se o neformální sérii přednášek o designu vedenou celou řadou řečníků. Zahrnut je produktový a digitální design a marketing (Design na hranici, ©2020).

Dalším projektem FMK UTB je ***Galerie G18***, která vznikla v roce 2018 jako výsledek projektu Art Gallery. Tato kulturní platforma je umístěna v U18 a od svého založení zde byla uspořádána celá řada vernisáží, výstav, přednášek, workshopů a jiných akcí. Galerie je orientována na současné umění a design, prezentující jak studentům UTB, tak široké veřejnosti. V příloze č. I této práce jsou zachyceny události v Galerii G18 za rok 2019 (Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, ©2020).

V současné době probíhá ve spolupráci Technologické agentury ČR, FMK a FAME UTB projekt ***Manažerský model hodnoty designu pro konkurenceschopnost MSP v ČR***, kdy hlavním cílem projektu je vytvořit metodiku pro měření přínosu designu pro management zejména malých a středních podniků na území České republiky. Metodika bude následně nabídnuta ve formě online nástroje v podobě softwarové aplikace managementu MSP v ČR. Výsledky výzkumu budou poté publikovány jako výzkumné články v časopisech v ČR i v zahraničí. Projekt probíhá po dobu 18 měsíců, byl zahájen 1. 2. 2019 a bude probíhat do 1. 7. 2020 (Úřad vlády ČR, ©2016–2020).

Další fakultou, která se podílí na zastoupení kreativní třídy v regionu je ***Fakulta aplikované informatiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně***. Součástí fakulty je také Regionální výzkumné centrum – Centrum bezpečnostních, informačních a pokročilých technologií CEBIA-Tech. Část Centra je umístěna v blízkosti FAI ve Vědeckotechnickém parku informačních a komunikačních technologií. Zde je činnost zaměřena na oblast informačních a komunikačních technologií. Mezi nabízené relevantní studijní programy ve vztahu k KKP se řadí *Softwarové inženýrství, Aplikovaná informatika v průmyslové automatizaci, Aplikované řízení a informatika v průmyslu 4.0, Informační technologie a další*. V níže uvedené tabulce jsou znázorněna data vývoje celkového počtu absolvovaných studií na FAI

UTB během let 2016–2018. V roce 2018 došlo k absolvování celkem 353 studií (UTB, ©2020).

Tabulka 8 Počty absolvovaných studií FAI UTB (Výroční zprávy o činnosti UTB 2016, 2017, 2018)

Druh studia	Rok 2016	Rok 2017	Rok 2018
Bakalářské	133	241	159
Navazující magisterské	162	126	191
Doktorské	5	4	3
Celkem	300	371	353

S kreativní třídou souvisí také její udržení v atraktivním regionu. Podle dat Krajské hospodářské komory Zlínského kraje za rok 2018 studovalo z celkového počtu 15 843 studentů ze Zlínského kraje ve Zlínském kraji v rámci vysokých škol 3 904 studentů. Nejvíce studentů s trvalým bydlištěm na území Zlínského kraje odešlo za studiem do Jihomoravského kraje, Olomouckého kraje a Prahy. Během let 2016–2018 došlo ke snížení studentů ze Zlínského kraje se studiem na vysokých školách ve Zlínském kraji o 555.

Tabulka 9 Počet studentů ze ZK studujících v krajích ČR (KHKZK, ©2020)

Kraj	2016	2017	2018
Jihomoravský	5 992	5 592	5 346
Zlínský	4 459	4 144	3 904
Olomoucký	2 846	2 743	2 692
Praha	2 216	2 150	2 079
Moravskoslezský	1 817	1 566	1 386
Královehradecký	167	141	136
Pardubický	133	116	106
Jihočeský	56	44	57
Plzeňský	42	43	47
Středočeský	40	36	32
Vysočina	26	25	27
Ústecký	25	19	16
Liberecký	19	19	15
Celkem	17 838	16 638	15 843

Vzhledem k výše zmíněné migraci za studiem je vhodné uvést také celkovou migraci přistěhováním ve Zlínském kraji. Zlínský kraj je region s relativně dlouhodobým trendem odlivu obyvatelstva. V níže uvedené tabulce jsou uvedena data od roku 2013 do roku 2017. Je zřejmé, že se Zlínský kraj v uplynulých letech potýkal s problémem selektivní migrace, což představuje problém odlivu mladých a kvalifikovaných obyvatel ze Zlínského kraje, nejčastěji do větších ekonomických center. S tímto faktem souvisí také odliv studentů ze Zlínského kraje do větších měst. Vystěhování věkové skupiny obyvatelstva v rozmezí 25–39 let představuje dlouhodobý trend. Tato skutečnost odlivu mladých osob z regionu představuje problém možného odlivu právě kreativní třídy. Ve vzdělávací rovině je kreativní přístup také zastoupen například v Univerzitní mateřské škole Qočna, Základní škole JINOTAJ, Střední škole Creative Hill College a Základní umělecké škole Zlín.

Tabulka 10 Přírůstek obyvatelstva stěhováním ve Zlínském kraji dle věkových skupin (ČSÚ, ©2020)

Věk	2013	2014	2015	2016	2017
0–14 let	42	62	112	19	-10
15–24 let	-20	-8	27	-69	131
25–39 let	-662	-569	-419	-653	-572
40–64 let	-79	-51	105	9	86
65 let a více	54	49	33	47	28
Celkový přírůstek stěhováním ve Zlínském kraji	-625	-517	-142	-647	-337

Kulturní infrastruktura města Zlína byla detailněji popsána v bakalářské práci „*Návrhy opatření k podpoře rozvoje kulturních aktivit neziskových organizací ve Zlíně*“ (Kattauerová, 2018, s. 49–54). Ve Zlíně je zastoupen poměrně velký počet kulturních organizací, které jsou zřízeny Statutárním městem Zlín, nebo jsou podporovány prostřednictvím čerpání financí z Kulturního fondu města Zlína. SMZ je významným aktérem, který je zřizovatelem kulturních organizací jako je Městské divadlo Zlín nebo společně se Zlínským kraje obecně prospěšná společnost Filharmonie Bohuslava Martinů. Další velké kulturní organizace jsou zřizovány ze strany Zlínského kraje, mezi které se řadí 14/15 Bařův institut, Krajská galerie výtvarného umění, Knihovna Františka Bartoše a Muzeum jihovýchodní Moravy.

Mezi další významné aktéry pro oblast kultury a kulturního dění ve Zlíně patří také **Živý Zlín**, který vznikl za spolupráce Městského divadla Zlín a SMZ. Tento projekt má

poskytnout možnost setkávání se široké veřejnosti na veřejných místech při celém spektru kulturních, sportovních či společenských událostí. Je zde zaveden participativní prvek v podobě zapojení obyvatelstva města Zlína prostřednictvím podávání podmětů na jednotlivé akce a samotné realizace. Za rok 2019 z iniciativy Živého Zlína se uskutečnilo celkem 57 akcí (Živý Zlín, ©2020).

Mezi klíčové aktéry pro oblast kultury lze označit nestátní neziskové organizace. Celkem bylo identifikováno 592 nestátních neziskových organizací na území města Zlína z celkového počtu 6 673 NNO ve Zlínském kraji. Z dlouhodobého hlediska má okres Zlín nejvyšší zastoupení NNO v rámci celého Zlínského kraje, a právě nejvyšší podíl ve Zlíně na NNO mají kulturní organizace. Uvedená data zachycují NNO na území města Zlína k 31. 1. 2017. Mapování je obtížné, ne vždy odpovídá realitě, protože některé organizace již nemusí být činné, ale neprovedli výmaz z rejstříku (Krajský úřad Zlínského kraje, ©2020c).

Mezi klíčové aktéry v oblasti KKP patří průmyslové společnosti, které mají své zastoupení ve Zlínském kraji. Mezi ně se řadí například firmy typu mmcitel a.s., KOMA MODULAR s.r.o., TON a.s. a další.

Z výzkumu v rámci bakalářské práce vyplynulo, že město Zlín nabízí bohaté portfolio kulturních akcí, ale často se tyto akce překrývají a je zde jasná nejednotnost sdělovacích prostředků v podobě internetových stránek, které zveřejňují jednotlivé kulturní akce v regionu. Hlavní bariérou rozvoje kulturních aktivit byla identifikovaná nedostatečná komunikace a propojenost jednotlivých aktérů a institucí v oblasti kultury. Byla zde rozpoznána rozvojová bariéra v podobě absence kulturního sálu pro konání kulturních akcí s odpovídající kapacitou, chybějící databáze aktérů a v neposlední řadě také absence adekvátní analýzy trhu z důvodu navržení optimální cenové hladiny kulturních statků (Kattauerová, 2018, s. 62).

6.2 Strategické dokumenty v oblasti kulturních a kreativních průmyslů

Kulturní a kreativní průmysly jsou v České republice stále poměrně nový pojem, který se dostává do povědomí jak obyvatel, tak samotného politického zastoupení. Z toho důvodu neexistují žádné strategické dokumenty zaměřující se čistě na oblast KKP, ale kultuře samotné jsou věnovány samostatné kapitoly či celé koncepce. Jednotlivé segmenty KKP jsou obsaženy v následujících dokumentech.

Strategie rozvoje Statutárního města Zlína do roku 2020

Tato strategie představuje klíčový rozvojový dokument Statutárního města Zlína s výhledem do roku 2020. Globální vize je definovaná následovně: „*Podnikavé, chytré, kreativní a udržitelné město*“. Oblasti kultury a kreativity se věnuje oblast kultury, sportu a volnočasových aktivit. Zde jsou specifikovány následující opatření:

- 1) *„Podporovat organizaci kulturních, sportovních a dalších volnočasových aktivit na území města Zlína,*
- 2) *Podporovat novou výstavbu a modernizaci infrastruktury volného času na území města Zlína,*
- 3) *V rámci integrovaného řešení regenerace chátrajících a podvyužitých částí Bařova areálu podporovat vznik zábavní a kreativní zóny města Zlína“ (Strategie rozvoje statutárního města Zlína do roku 2020, 2012, s. 17–18).*

V návaznosti na poslední opatření si strategie klade za cíl posílit image města Zlína jako města kreativity, designu a chytrých řešení, kdy cílovou skupinou jsou právě studenti a mladí lidé. Specifikuje zábavní a kreativní zónu, jako koncentraci klubů, barů, kreativních hubů a dalších zábavních a kreativních aktivit.

Dále je oblast podpory kreativních odvětví obsažena v tematické oblasti ekonomického rozvoje a trhu práce, v oblasti rozvoje cestovního ruchu a řízení a správy města. Město Zlín bude spolupracovat s Fakultou multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně s cílem podpory práce studentů při tvorbě podoby veřejných prvků ve městě a podporovat aktivity přispívající ke kreativním řešením na bázi jedinečného designu a umění (Strategie rozvoje statutárního města Zlína do roku 2020, 2012, s. 19–39).

Program podpory kultury Statutárního města Zlína v letech 2019–2023

Tento program představuje základní rámec podpory v oblasti uspokojování potřeb v oblasti kultury s účinností od 1. 1. 2019 do konce roku 2023. Hlavním cílem je zejména podpora kultury při zachování kulturního dědictví. Obsahuje také podmínky pro poskytování podpory SMZ. Mezi preferované oblasti podpory řadí SMZ podporu příspěvkových organizací, kulturních akcí, podporu rozvoje amatérské místní kultury včetně zájmové umělecké činnosti, podporu profesionálních kulturních aktivit, řemesel a tradic, výstav a prezentací, obnovu kulturních památek, a také právě podporu v oblasti rozvoje kreativních průmyslů s důrazem na audiovizí. Dotace na podporu audiovizuální tvorby lze čerpat z Filmového fondu Statutárního města Zlína pro oblast tvorby námětů a scénářů nebo pro

tvorbu audiovizuálního díla. Pro Filmový fond je v průběhu let 2019–2023 vyhrazeno 5 milionů Kč (Program podpory kultury statutárního města Zlína v letech 2019–2023, 2018, s. 1–13).

Strategie rozvoje Zlínského kraje 2009–2020

Hlavním strategickým dokumentem pro rozvoj Zlínského kraje je právě SRZK 2009–2020. Oblast kultury je zde zastoupena v pilíři Atraktivní region společně s cestovním ruchem, avšak kulturní a kreativní průmysly zde své zastoupení nemají. Tento pojem se objevuje pouze ze SWOT analýze, kde Zlínský kraj považuje za slabou stránku neúplné využívání potenciálu, jak v informačních a komunikacích technologiích, tak i v kreativním a filmovém průmyslu. V pilíři Úspěšná společnost je vytyčen cíl č. 1: „*Konkurenceschopnost pracovní síly v prostředí ekonomiky založené na znalostech*“ a cíl č. 2: „*Podpořit růst zaměstnanosti*“ a v návaznosti na tyto cíle jsou stanoveny další úkoly a opatření reagující právě na udržitelnost absolventů ve ZK a zaměstnanost. Mezi úkoly můžeme zařadit například:

- *Zajištění spolupráce firemního a vzdělávacího sektoru (podpora kreativity a vzdělávání pro podnikání a inovace, podpora spolupráce UTB s absolventy)*
- *Zvýšení zaměstnanosti absolventů vysokých škol (rozvoj sítě kariérního poradenství) (SRZK 2009–2020, 2009, s. 120–164).*

V současné době probíhá příprava **SRZK do roku 2030**, kdy kreativní průmysly jsou zde průřezovým tématem. V souhrnné SWOT analýze v analytické části strategie je nedostatečná podpora kulturních a kreativních průmyslů vyhodnocena jako slabá stránka regionu spolu s odlivem kreativní třídy mimo území Zlínského kraje. Podpora klastrů, inovačního podnikání a start-up podniků je vymezena ve specifickém cíli 1.2: „*Rozvíjet spolupráci v oblasti výzkumu, vývoje a inovací, a lidských zdrojů*“, které jsou dále rozebrány v Regionální inovační strategii Zlínského kraje. Konkrétní opatření pro tyto cíle jsou pak na TIC, jako na nositeli těchto zmíněných cílů. Progresivní design produktů, technologií a procesů bude zařazen také jako nová doména specializace Zlínského kraje. Jedná se zejména o užití přístupů založených na designu, například v oblastech designu produktů a služeb, technologií a procesů napříč odvětvími, designu v audiovizuální tvorbě, designu služeb ve veřejném sektoru s vazbou na tzv. smart koncepty a další. Tato aktualizace Krajské přílohy Národní RIS 3 strategie za Zlínský kraj je ve fázi připomínkování a jedná se o interní zdroj informací (SRZK 2030, 2019, s. 143–183, RIS ZK 2020 – interní zdroj TIC, s. 28).

Koncepce účinnější péče o tradiční rukodělnou výrobu ve Zlínském kraji na léta 2018–2025

Je strategickým dokumentem zaměřujícím se na oblast podpory rukodělné výroby ve Zlínském kraji. Mezi cíle, které si strategie klade, patří následující:

- 1) „Zamezit úbytku lidových tvůrců v regionu,
- 2) Zajistit předávání znalostí a dovedností,
- 3) Podpořit spolupráci designérů a tvůrců v oblasti tradiční rukodělné výroby,
- 4) Zvýšit zájem mladé generace o technologie tradiční rukodělné výroby,
- 5) Zvýšit informovanost o tradiční lidové kultuře a její součásti“.

Koncepce ve své implementační části, mimo jiné, zabývá aktivitami jako jsou organizace kurzů a workshopů k předávání vědomostí a zkušeností, zapojení odborných institucí, podpora výstavních a prezentačních akcí, podpora marketingových aktivit se zapojením široké veřejnosti, podpora vydávání ochranných známek a v neposlední řadě také podpora vybavenosti dílen. V rámci akčního plánu byly vymezeny výdaje na podporu rukodělné výroby a souvisejících aktivit na 27 610 000 Kč v rozmezí let 2018–2025 (Koncepce účinnější péče o tradiční rukodělnou výrobu ve ZK 2018–2025, 2018, s. 45–69).

Také v ***Koncepci rozvoje místní kultury Zlínského kraje na léta 2015–2024*** je obsažena podpora rukodělné výroby ve specifickém cíli č. 2 „Zlepšit propagaci a prezentaci místní kultury ve vztahu k cestovnímu ruchu“. Jedná se zejména o podporu spolupráce s vysokými a středními školami a aktéry kultury, včetně sdružení tradičních rukodělných výrobců. Zapojením studentů do tvorby dokumentů, audiovizuálních děl, tvorby webdesignu, grafického designu, tvorby marketingových kampaní prostřednictvím akademických a školních prací (diplomové, bakalářské a ročníkové práce) dojde k propagaci akcí a regionálních produktů (Koncepci rozvoje místní kultury ZK na léta 2015–2024, s. 64–65).

Zlínský kraj také zřizuje 8 kulturních organizací a 1 obecně prospěšnou společnost spolu se Statutárním městem Zlínem. Směřování těchto organizací je podrobně popsáno v ***Koncepci rozvoje organizací Zlínského kraje v oblasti kultury pro období let 2015–2024*** (Koncepce rozvoje organizací ZK v oblasti kultury pro období let 2015–2024, 2015, s. 1).

Financování kultury a zachování kulturního dědictví ve Zlínském kraji 2017–2020

Zlínský kraj přijal toto opatření pro uspokojování svých občanů v oblasti kultury. Opatření je určeno k podpoře a rozvoji kulturních institucí, které jsou zřízeny krajem, dále pak

podpoře kulturních aktivit a akcí, vydavatelské kulturní činnosti, podpoře projektů a obnovy kulturních památek. Kraj poskytuje svou podporu například pro následující oblasti (upraveno):

- 1) *Muzea, galerie, archivy, knihovny, umělecké a kulturní centra a prostory, divadla, kina, opery, filmové archivy a další,*
- 2) *Obnova hmotného dědictví,*
- 3) *Podpora nehmotného dědictví – tradice a řemesla,*
- 4) *Kulturní a umělecké akce, aktivity, festivaly a další,*
- 5) *Kulturní a umělecké vzdělávání včetně využívání nových technologií,*
- 6) *Vydavatelské činnosti, psaní, editace, produkce, digitalizace děl a překlady.*

Podpora může být ve formě dotace a návratné výpomoci, příspěvku na provoz nebo investičního příspěvku, kdy může mít jak investiční, tak provozní charakter. Je zacílena na individuální žádosti, žádosti příspěvkových organizací a zvláště pro Filharmonii Bohuslava Martinů o.p.s. Dále je podpora vymezená také v *Programu podpory kultury ve Zlínském kraji* (Financování kultury a zachování kulturního dědictví ve ZK 2017–2020, s. 1–7).

Kreativní a aktivní Zlínsko

Tento projekt Kvalitativního mapování města Zlína a Zlínského kraje se uskutečnil v rámci projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR ve spolupráci Statutárního města Zlína, Zlínského kraje, Krajské hospodářské komory Zlínského kraje a Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Výsledkem je mapovací dokument *Kreativní a aktivní Zlínsko*, který identifikuje rozvojový potenciál Zlínského kraje v oblasti podpory KKP, výzvy a rizika a kulturní infrastrukturu a zázemí Zlínska. Na základě výsledků projektu bylo identifikováno 2300 neziskových organizací působících v oblasti KKP. V zastoupení firem na Zlínsku převažují mikro podniky a z celkového počtu firem až 80 % má pouze jednoho zaměstnance. Vyskytuje se zde problém nízkého zapojení mladých lidí do činností organizací, zaměřujících se na vysokou kulturu a nízké propojení mezi místními tvůrci a průmyslem. Jedno z doporučení po mapování bylo právě zahrnout oblast kulturních a kreativních průmyslů, včetně nových údajů a aktivit, do strategického dokumentu *Strategie rozvoje Statutárního města Zlína do roku 2020*. Po dokončení mapování došlo v roce 2016 ke vzniku Zlínského kreativního klastru a UPPER Centrum kreativních průmyslů a podnikání pro začínající kreativce (Kreativní Česko, ©2020, *Kreativní a aktivní Zlínsko*, 2014, s. 14).

6.3 Nástroje finanční a metodické podpory KKP

Statutární město Zlín aktivně podporuje kulturu a kulturní dění ve Zlíně prostřednictvím svého rozpočtu. V níže uvedené tabulce jsou uvedeny skutečné výdaje na kulturu v jednotlivých oblastech pro období let 2015–2018. Z tabulky vyplývá, že se výdaje na kulturu v průběhu let navyšovaly z 112 172 tisíc Kč na 132 258 tisíc Kč v roce 2018. Nejvyšší výdaje představují oblasti divadelní a hudební činnosti, a to z důvodu, že Statutární město Zlín zřizuje Městské divadlo Zlín a spolu se Zlínským krajem také obecně prospěšnou společnost Filharmonii Bohuslava Martinů ve Zlíně. Pro rok 2020 jsou plánované výdaje na kulturu ve výši 146 004 tisíc Kč.

Tabulka 11 Skutečné výdaje na kulturu SMZ v tis. Kč (Monitor, ©2020)

Odvětví kultury	2015	2016	2017	2018
Divadelní činnost	48 640	46 855	57 087	58 627
Hudební činnost	24 156	24 582	26 481	28 522
Filmová tvorba, distribuce, kina a shromažďování audiovizuálních archiválií	9 043	8 249	11 425	8 702
Činnosti knihovnické	6 192	6 212	6 438	7 211
Výstavní činnost v kultuře	574	1 382	116	328
Činnost muzeí a galerií	625	327	501	424
Vydavatelská činnost	93	79	143	48
Ostatní záležitosti kultury	22 850	22 442	30 288	27 395
Celkem	112 172	110 128	132 479	132 258

Z *Kulturního fondu města Zlína* mohou čerpat finanční podporu fyzické i právnické osoby za účelem rozvoje kulturních aktivit, estetické výchovy dětí a mládeže a na ochranu kulturních památek. Jedná se o přísně účelové dotace, které jsou dle platných pravidel z fondu poskytovány: *na podporu kulturních akcí a projektů, úhradu nájemného prostor k pravidelné kulturní činnosti a obnovu a restaurování památek na území města Zlína*. V roce 2019 bylo do Kulturního fondu přiděleno celkem 4 668 000 Kč a tato alokace byla zcela vyčerpána. V současné době bylo vyhrazeno z Kulturního fondu města Zlína na druhé pololetí roku 2020 alokovaná podpora ve výši 2 300 000 Kč pro účely kulturních akcí

a projektů. Celkem pro rok 2020 je alokace finančních prostředků plánována ve výši 2 608 000 Kč (Pravidla Kulturního fondu, 2018, s. 2–4, SMZ, ©2020).

Filmový fond města Zlína na podporu místní produkce poskytuje podporu s cílem zachování a rozvoje kreativního průmyslu v oblasti audiovize a zvýšení atraktivity města Zlína a rozvoje jeho potenciálu. Dotace může být využita jak pořízení dlouhodobého majetku, tak úhradu provozních nákladů. Podpora se poskytuje fyzickým i právnickým osobám s výjimkou příspěvkových organizací zřízených Statutárním městem Zlínem na níže uvedené oblasti:

- 1) „*Vznik námětů a scénářů, které čerpají výhradně z historie či současnosti města Zlína,*
- 2) *Realizaci audiovizuálních děl, která zobrazují výhradně historii či současnost města Zlína, realizaci audiovizuálních děl na území města Zlína*“ (Pravidla Filmového fondu, 2018, s 2–5).

Filmový fond města Zlína v roce 2019 poskytl podporu ve výši 950 tisíc Kč pro oblast vzniku scénářů a díky příspěví Statutárního města Zlína dojde k tvorbě sedmi celovečerních snímků, dvou dokumentů a jednoho hraného a animovaného seriálu. Výše podpory byla udělena v rozmezí 40 až 150 tisíc Kč. Celková alokace pro rok 2020 je ve výši 1 milionu Kč (Státní fond české kinematografie, ©2020).

Další alternativou možné podpory kulturních a kreativních průmyslů se zaměřením na audiovizi je dotační **Program na podporu audiovizuální tvorby ve Zlínském kraji** s cílem zachování a zkvalitnění tohoto kreativního odvětví a využití potenciálu Zlínského kraje. Podání žádosti je možné pro fyzické a právnické osoby. Mezi podporované aktivity Programu patří – příprava produkce a samotná produkce audiovizuálních děl, která spočívá v aktivitách:

- 1) „*Příprava natáčení, vlastní natáčení filmu (exteriér, interiér, ateliér),*
- 2) *Výroba animovaného filmu,*
- 3) *Postprodukční práce (zvukové, obrazové, trikové a animační práce)*“.

Celková alokace programu byla pro rok 2019 nastavena na 10 miliónů Kč a došlo k čerpání v plném rozsahu. Zlínský kraj v roce 2019 rozdělil podporu mezi 6 projektů, z toho čtyř celovečerní snímků, jednoho dokumentárního dramatu a jednoho pilotního dílu animovaného seriálu (Program na podporu audiovizuální tvorby ve ZK, 2019, s. 2–4, Státní fond české kinematografie, ©2020).

System podpory audiovizuální tvorby ve Zlínském kraji doplňuje soukromý zdroj, a to **Nadační fond Filmtalent Zlín**, který v roce 2019 prostřednictvím filmových pobídek poskytl podporu 27 projektům v celkové výši 1,64 milionu Kč. Zaměřuje se na podporu studentů a začínajících filmařů z České a Slovenské republiky a každoročně se mohou prostřednictvím soutěže o podporu ucházet autorské snímky jak hrané, tak animované tvorby. Podání přihlášek probíhá každoročně v období od února do dubna. Druhý soukromý subjekt v podpoře kreativních průmyslů je IS Produkce, která v roce 2019 podpořila 3 studentské filmy v celkové výši 660 tisíc Kč (FILMFEST, ©2020, Státní fond české kinematografie, ©2020).

Zlínský kraj poskytuje podporu také prostřednictvím **Programu na podporu kulturních aktivit a akcí** pro účely realizace mimořádných kulturních akcí v regionu s celkovou alokací pro rok 2020 ve výši 5 000 000 Kč. Mezi podporované aktivity Programu se řadí následující:

- „*Estetická výchova dětí a mládeže,*
- *Rozvoj amatérské a místní kultury, zájmové umělecké činnosti,*
- *Podpora profesionálních kulturních aktivit,*
- *Podpora řemesel s podmínkou účasti minimálně 3 osob, které jsou držiteli některého z ocenění – Mistr tradiční rukodělné výroby Zlínského kraje, Nositel tradice lidového řemesla, Cena Vladimíra Boučka) či jiných registrovaných ochranných známek,*
- *Podpora výstav umění a uměleckých řemesel“.*

Jedná se o přísně neinvestiční dotaci s minimální výší podpory 10 000 Kč na projekt a maximální podporou 70 000 Kč na projekt. Maximální míra dotace dosahuje 70 % způsobilých výdajů projektu s výjimkou obcí s více než 5 000 obyvateli, zde je stanovena hranice 50 % celkových způsobilých výdajů. Oprávněnými žadateli jsou fyzické a právnické osoby (Program na podporu kulturních aktivit a akcí ZK, ©2020).

Inovační vouchery Zlínského kraje poskytují podporu při navazování nové spolupráce firem s výzkumně-vývojovými institucemi s cílem posílit konkurenceschopnost v oblasti inovačních aktivit. V průběhu roku 2017 byla vyhlášena podpora prostřednictvím inovačních voucherů, zaměřená na produktový design a marketing po vzoru dobré praxe kreativních voucherů Jihomoravského inovačního centra. Celková alokace podpory pro inovační podniky se sídlem či provozovnou ve Zlínském kraji dosáhla výše 2 milionů Kč s maximální mírou dotace 70 % z celkových způsobilých výdajů projektu. Mezi podporované aktivity výzvy patřily:

- „Rozpracování/navržení designu produktu či výrobního zařízení pro výrobu tohoto produktu na základě definovaných požadavků,
- *Marketingová strategie – zpracování strategie efektivního zacílení na stávající a potenciální zákazníky ve vazbě na navržený nový/inovovaný produkt firmy, včetně analýzy trhu“.*

Zlínský kraj podpořil 13 inovačních podniků v oblastech produktového designu a marketingu. Pro oblast produktového designu se mohla dotace pohybovat v rozmezí 50 tisíc až 195 tisíc Kč a v případě produktového marketingu byla výše dotace stanovena v rozmezí 50 tisíc až 120 tisíc Kč. Podpora směřovala na projekty jako jsou například pryskyřicové paravány, sportovní a zdravotní obuv pro správnou techniku chůze, speciální nástavce pro hendikepované osoby a další (Krajský úřad Zlínského kraje, ©2020d, TIC, ©2020d).

Nástroje metodické podpory

Zlínský kraj nabízí řadu nástrojů metodické podpory kulturních a kreativních průmyslů. Oblast podpory audiovizuální a filmového průmyslu reprezentuje regionální kancelář **Zlín Film Office**, která zahájila svou činnost v roce 2016 s podporou Regionálního filmového fondu z. s. a díky finanční podpoře Zlínského kraje a Státního fondu kinematografie své služby poskytuje bezplatně. Mezi nabízené služby kanceláře patří zejména konzultace o možnostech regionální finanční podpory, poradenství v lokaci a možných dodavatelů, možnost navázání kontaktu a spolupráce s úřady, firmami, filmovými školami a festivaly, podpora komunikace a regionální medializace a v neposlední řadě také poskytuje nezbytné ověřené informace z regionu. Zlín Film Office dopomáhá reprezentaci Zlínského kraje jako destinace s prosperujícím audiovizuálním průmyslem. Po dobu své činnosti poskytla kancelář podporu více než stovce drobných regionálních projektů až po velké mezinárodní projekty. Kancelář se aktivně podílí na propagaci celého regionu, spolupracuje s řadou regionálních i mimo regionálních produkcí a zejména asistuje u získání regionálních filmových pobídek (Zlín Film Office, ©2020, Projektová kancelář MK ČR, ©2019b).

Zlínský kreativní klastr, z. s. je aktivně působící klastrovou iniciativou ve Zlínském kraji pro podporu kreativních průmyslů a podílí se na rozvoji aktivit v oblasti audiovizuální tvorby, architektury, designu, marketingu a reklamy. Vznikl jako první český kreativní klastr v roce 2016 v důsledku projektu mapování kulturních a kreativních průmyslů na Zlínsku. V minulosti působila nezávislá pracovní skupina Kreativní Zlín, ze které kreativní klastr

vycházel. Zlínský kreativní klastr představuje zástupce z veřejného, soukromého i neziskového sektoru. V současné době má celkem 31 členů.

Klastr funguje za podpory Statutárního města Zlína a Zlínského kraje a definuje základní desatero hlavních cílů pro oblasti:

- „*Tvorby podmínek pro udržení kreativní třídy v regionu,*
- *Zajištění růstu významu regionu jako centra kreativních průmyslů,*
- *Rozvíjení poptávky po kreativních produktech,*
- *Uvolnění kreativity veřejnosti“ (Kreativní Zlín, ©2020).*

Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER je centrem podpory kreativních průmyslů, které je zaměřeno především na studenty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně při nastartování jejich podnikání. Poskytuje zázemí a poradenství v oblasti kreativních průmyslů. Mezi nabízené prostory patří možnost pronájmu ateliéru za zvýhodněné podmínky, sdílené prostory pro práci v rámci coworkingu, zasedací místnost, chillout zónu a zázemí jako je kuchyňka či sprchy. Poskytuje poradenství v oblasti podnikání, nabízí příležitosti k networkingu a pořádá celou řadu přednášek a workshopů pro podporu podnikání a kreativních průmyslů (UPPER, ©2020).

Technologické inovační centrum, s.r.o. je zastřešující institucí Zlínského kraje pro inovační podnikání. Tento podnik vznikl za spolupráce Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a Zlínského kraje a je akreditován Společností vědeckotechnických parků České republiky. Nachází se v baťovském areálu v budově číslo 23. Mezi nabízené prostory pro podporu podnikání nabízí podnikatelský inkubátor, coworkingové centrum a virtuální inkubátor. Portfolio činností TIC Zlín je široké, od poradenských služeb v oblasti podnikatelských záměrů, finanční oblasti, pracovněprávních vztahů, marketingu a ochrany duševního vlastnictví přes vyhledávání možností financování, po práci se studenty, vzdělávání a výchovu k podnikání (TIC, ©2020a,b).

Dalším subjektem metodické podpory je Agentura pro podporu podnikání a investic **CzechInvest** – regionální kancelář pro Zlínský kraj. Podpora je směřována zejména na malé a střední podnikatele v oblasti inovačního podnikání, významnou roli zde hraje také podpora startupů, podpora rozvoje podnikatelské infrastruktury a inovací v regionu. Regionální kancelář je také pořadatelem řady workshopů a seminářů zaměřených na podporu podnikání ve Zlínském kraji. Nově v roce 2020 vznikla na centrální úrovni nová pracovní pozice projektového manažera na podporu KKP v regionech. Součástí zlínské kanceláře je také

zastoupení České agentury na podporu obchodu *CzechTrade*, která poskytuje služby podnikatelům ve Zlínském kraji v rámci rozvoje exportu a možnosti účasti na veletrzích po celém světě. Zaměřuje se mimo jiné na podporu designu v rámci programu Design pro export, který CzechTrade nabízí již 10 let. Je zde obsažena celá řada nástrojů a aktivit pro české výrobce a průmyslové designéry. Hlavním pilířem je interní projekt Design pro konkurenceschopnost s cílem propojení designérů z adresáře CzechTrade s výrobními podniky. Zápis do adresáře je zdarma a zahrnuje subjekty z oblastí produktového, průmyslového a interiérového designu (©1994–2020d, CzechTrade, ©2016).

7 PŘÍKLAD DOBRÉ PRAXE PODPORY KKP A NOVÝCH PRACOVNÍCH PROSTOR V EVROPĚ

Middlesex University in London je univerzitou sídlící v centru Londýna a disponuje významným zázemím pro podporu kulturních a kreativních průmyslů. Univerzita byla vyhlášena dle *Times Higher Young University Ranking* nejlepší moderní univerzitou na území Spojeného království a druhou nejlepší univerzitou z hlediska kvality výuky. Jedná se o značně multikulturní prostředí, kde je zastoupeno až 160 národností napříč studenty a zaměstnanci. Centrem kreativních průmyslů a umění je Grove Atrium Uni Hub poskytující vybavení a zázemí pro studenty umění a kreativních průmyslů. Mezi nabízené zařízení pro obory KKP a umění univerzita disponuje s níže uvedenými prostory:

- 3D workshopy
- Komunikační a umělecká studia
- Módní a textilní workshopy
- Umělecká studia
- Interiérová studia
- Materiálová místnost
- Fotografická studia
- Prostory pro tisk
- Workshopy pro digitální média
- Newsroom
- Rozhlasové studio
- Nahrávací studio
- TV studio a galerijní komplex
- Mediální studio
- Taneční divadlo a ateliéry
- Hudební studio a zařízení
- Divadelní a umělecká zařízení

Mezi akreditované obory kreativních průmyslů nabízí univerzita studijní obory v oblasti animace, módy, ilustrace, interiérů, fotografie a produktového designu (Middlesex, ©2020a,b,c).

7.1 Výzkumné šetření formou řízeného rozhovoru

V rámci poznání praxe na Middlesex University in London byly uskutečněny semistrukturované rozhovory s 6 studenty a absolventy oborů kreativních průmyslů. Přínosem aplikované metody je bezesporu možnost získání většího množství informací o dané problematice. Mezi respondenty byli zahrnuti i mezinárodní studenti ze střední Evropy. Rozhovory probíhaly osobně, tak i prostřednictvím internetového prostředí. Respondentům byly položeny tři základní otevřené otázky. Časová náročnost provedených

semistrukturovaných rozhovorů se pohybovala v rozmezí 30–40 minut s ohledem na časovou vytiženost dotázaných. Sběr dat byl prováděn v období prosinec–březen roku 2020. Pro omezení subjektivity sledované oblasti proběhlo kódování jednotlivých odpovědí po konzultaci s respondenty.

Otázka č. 1: *Jakým způsobem Middlesex University in London podporuje kreativní studenty v oblastech vlastní tvorby, nastartování vlastního podnikání či pomoci s uplatněním na trhu práce?*

Jako první byla položena otázka vztahující se k personální podpoře studentů při vlastní tvorbě, nastartování podnikání a připravenosti na profesní život. Většina respondentů se shodla, že jim univerzita poskytuje nadstandardní služby v této problematice. Respondent uvedl: *„Ke studiu v zahraničí mě přivedly právě možnosti, které univerzita poskytuje svým studentům, kteří se po absolvování stávají odborníky v daném oboru“*. Univerzita umožňuje předávání dobré praxe od absolventů na nové studenty. Každý akademický rok je zahájen prezentací prací a následnou diskuzí absolventů pracujících v kreativních průmyslech. Respondent uvedl: *„Každý rok je zahájen prezentací a diskuzí absolventů pracujících v kreativních průmyslech, což považuji za obrovskou motivaci a skvělou příležitost se zeptat na otázky týkající se tvorby portfolia, hledání práce a samotný proces ucházení se o práci“*. Univerzita také poskytuje osobní služby ze stran akademiků a profesionálů z oborů kreativních průmyslů. Při studiu je každému studentovi přidělen osobní tutor, který vede studenta po celou dobu studia. Respondent uvedl: *„Každému studentovi je přiřazen **osobní tutor**, který pomáhá studentovi s výběrem vhodných prací pro zařazení do portfolia a pomáhá sestavením životopisu“*.

Respondenti se shodli, že nejlepší dobrou praxí z oblasti podpory studentů během studia je tzv. **mentoringový systém**. Jedná se o propojení podnikatelské sféry, firem a nezávislých profesionálů v daném oboru kreativních průmyslů a navázání možné spolupráce se studenty. Mentoringový program je čistě dobrovolný, studenti se mohou přihlásit a následně si vybrat z profilu mentora, který mentor by jim nejvíce vyhovoval. Seznam mentorů je tvořen dle oborového zaměření, dosaženého vzdělání, pracovní pozice, věku a také dle místa výkonu práce – práce v agentuře, freelancer či v kancelářském prostředí. Prvotní seznámení probíhá na daném externím pracovišti, kdy mentee je seznámen s mentorem a je vyhrazen prostor pro možné otázky a je proveden po daném pracovišti. Mentor může být přiřazen studentovi v posledním ročníku studia. Setkání probíhají jednou za 3 měsíce, avšak aktivní komunikace probíhá po celý rok studia. Student poté pravidelně navštěvuje společnost a často je zapojen

do projektů v rámci organizace. Respondent uvedl: „*Skvělou příležitostí je také možnost být součástí mentoringového systému, ve kterém se studenti mohou seznámit s odborníky, kteří pracují v odvětvích designu a umění, a kteří mohou studentům přiblížit profesní život po ukončení studia. Student může navštívit svého mentora v agentuře či studiu a může nahlédnout, jak týmy pracují, navázat nové kontakty, účastnit se networkingu a případně konzultovat svou práci či podnikatelské záměry s opravdovými odborníky v oboru.*“ Často mentoři zapojí talentované studenty do projektů v rámci organizace. V tomto případě se frekvence součinnosti s mentorem může lišit od klasického schéma. I když student nebude zapojen do práce na daném pracovišti, tak ve většině případů zůstává mentor se studentem ve styku i po ukončení programu. Mentor může poskytnout možnost navázání spolupráce po ukončení studia na univerzitě nebo napsat doporučení s referencemi pro snazší uplatnění na trhu práce.

Na konci studia dochází k **prezentaci prací studentů** všech oborů formou vernisáží, módních přehlídek a prezentací vlastní tvorby během studia. Na tyto události se zvou akademičtí pracovníci, odborníci z daných oborů, a i potenciální zaměstnavatelé, kteří si mohou prohlédnout práce studentů a případně s nimi navázat kontakt pro další spolupráci. Respondenti se shodli, že tímto krokem univerzita poskytuje další možnost vstupu absolventů na trh práce, protože zastoupení profesionálů je při prezentacích hojné. Respondent uvedl: „*Při výstavě mé práce jsem byl osloven designovým studiem, které mi poskytlo jako čerstvému absolventovi nové obzory, seznámení se se spoustou inspirativních lidí a zejména startovací pozici pro další rozvoj*“. Studentům jsou také neomezeně přístupné služby psychologa, kterého mohou využít také pro otázky vyvážení pracovního a studijního života. Při dotázání na budoucí uplatnění na trhu práce právě v lokalitě studia se respondenti shodli, že plánují i po ukončení studia zůstat v Londýně, uvedli: „*Při studiu dochází ke spolupráci s podnikatelským prostředím a každý student si odnese kontakty a možnosti pro budoucí uplatnění právě v dané lokalitě, což přiměje většinu nastartovat profesní život právě v Londýně a okolí*“. Další respondent uvedl: „*Poptávka po kreativních oborech je v Londýně vysoká, jedná se o metropolitní město, které nabízí celou škálu možností pro budoucí uplatnění. Neuvažuji v dohledné době po studiu vrátit se zpět do rodné země*“.

Otázka č. 2: Jakým způsobem mohou studenti využívat vybavení pro KKP?

Jak již bylo uvedeno výše, Middlesex University in London nabízí svým studentům nadstandardní zařízení pro tvorbu a realizaci svých prací. Respondent uvedl: „*Univerzita může být pyšná na mnoho zařízení a workshopů, které nabízí*“. Pro studenty je důležité

fotografické studio, kde si mohou vypůjčit zrcadlové fotoaparáty, kterých je k dispozici nesčetně, takže se nikdy nestane, že by student neměl fotoaparát k dispozici. Techniku lze vypůjčit až na 24 hodin s bezproblémovým prodloužením. Také lze zarezervovat část fotografického studia, kterou zrovna student potřebuje (makro, portrét, celá figura a tak dále). V tomto případě veškeré vybavení včetně světel a fotoaparátu je nachystané na místě, takže není potřeba toto rezervovat zvlášť. Při dotázání na personální zajištění a případnou pomoc při využívání zařízení studenti uvedli: *„Všichni začínající studenti mají instruktážní hodinu, ve které je zahrnuto, jak zarezervovat studio, jak pracovat s fotoaparátem a základy fotografování, takže v průběhu studia není dozor ve studiu nutný, ale vždy dostupný, jestliže student potřebuje s čímkoli pomoci či poradit“*.

Dalším velmi využívaným studiem je reprografické studio, které je skvěle vybavené tiskárnami vhodnými pro všechny typy tisku a velikosti a požadované tiskové úpravy. Toto studio je pod neustálým dohledem repro grafiků, kteří jsou vždy připraveni zodpovědět veškeré otázky týkající se tisku a vhodného výběru papíru pro požadovaný vzhled. Dalším velmi využívaným workshopem je takzvaný print room (prostory pro tisk). V tomto workshopu lze najít několik metod pro manuální tisk jako sítotisk, lino tisk, potisk textilu. Workshop je plně vybaven a studenti mohou studio využít bez nutnosti rezervace. Respondent uvedl: *„Skvělou výhodou také vidím v tom, že student může využít papír a veškeré barvy bez nutnosti zakoupení, pro využití tohoto studia je nutné projít pětítýdenním kurzem, který je v náplni prvního roku studia, kde jsou studenti seznámeni s různými metodami a technikami pro manuální tisk“*.

Respondenti se shodli, že mezi možnosti tvorby, které Middlesex Univerzity nabízí patří bezpochyby **3D workshop**: *„V tomto workshopu mohou studenti využít 3D tiskárny za odborného dozoru, zejména pak laserový řez, který je velmi důležitý pro projekty, kdy student pracuje na trojrozměrném projektu“*. Studio je vybaveno počítači se 3D a rendering programy, ze kterých je možno odeslat soubor pro tisk na 3D tiskárně. I s tímto workshopem je student seznámen v prvním roce studia a pro následné použití je nezbytná rezervace. Pro zodpovězení všech otázek a instruktáže je vždy přítomen odborník pro případnou pomoc.

Otázka č. 3: *Nabízí univerzita vyhrazený prostor pro práci kreativních studentů?*

Poslední otázka byla zaměřena na existenci pracovních prostor pro kreativní studenty. Pro studenty kreativních průmyslů je speciálně zaměřena budova pro Arts and Creative Industries, která se liší od ostatních budov hlavně tím, že výuka probíhá v **otevřených**

studiích, která jsou vybavena velkými stoly, kde mnoho studentů může spolupracovat. Rozložení studií lze lehce změnit tím, že s veškerým nábytkem lze snadno manipulovat, a tím pádem je mnohem jednodušší sestavit vhodný layout například pro přednášku, talks nebo skupinové výukové programy. Je místem pro každodenní setkávání studentů napříč obory kreativních průmyslů“. Respondent uvedl: *„Obrovským plusem je to, že studenti různých ročníků mají k dispozici několik studií a mimo výuku mohou využívat kterékoliv, což vede k tomu, že studenti různých ročníků pracují na rozdílných projektech ve stejném prostoru a mohou si poradit a inspirovat se prací ostatních“*. Studia jsou vybavena Apple stolními počítači s nainstalovanými programy Adobe Cloud, které jsou k dispozici studentům, kteří nemají k dispozici vlastní laptop či nutné programy. Tímto vybavením poskytuje univerzita prostředky a podmínky pro práci studentů, kteří by za jiných podmínek byli značně znevýhodněni. Respondent uvedl: *„Studia jsou velmi prostorná a světlá, takže jsou naprosto skvělé pro práci na nejrůznějších kreativních projektech. Stolních počítačů je dostatek, takže se nikdy nemůže stát, že by student neměl kde pracovat“*. Mimo tuto budovu, kde se odehrává většina výuky, mají studenti k dispozici knihovnu, kde má každá fakulta své vlastní patro. Patro pro studenty kreativních oborů je také vybaveno počítači se všemi grafickými programy potřebnými pro práci, rozměrnými stoly pro **coworking**, tiskárnami a obrovskou knihovnou s nadstandardními zdroji. Respondent uvedl: *„Další možností pro navázání spolupráce a práce na možných společných projektech je bezpochybně možnost využití coworkingu i v rámci knihovny, který je hojně využíván studenty s odlišným zaměřením“*. Prostory knihovny, včetně coworkingového centra, jsou zpřístupněny studentům nepřetržitě, tedy 7 dní v týdnu, 24 hodin denně. Vstup do prostor probíhá prostřednictvím recepce na přístupovou kartu. Otevírací doba je limitovaná pouze v období svátků a tzv. bank holidays.

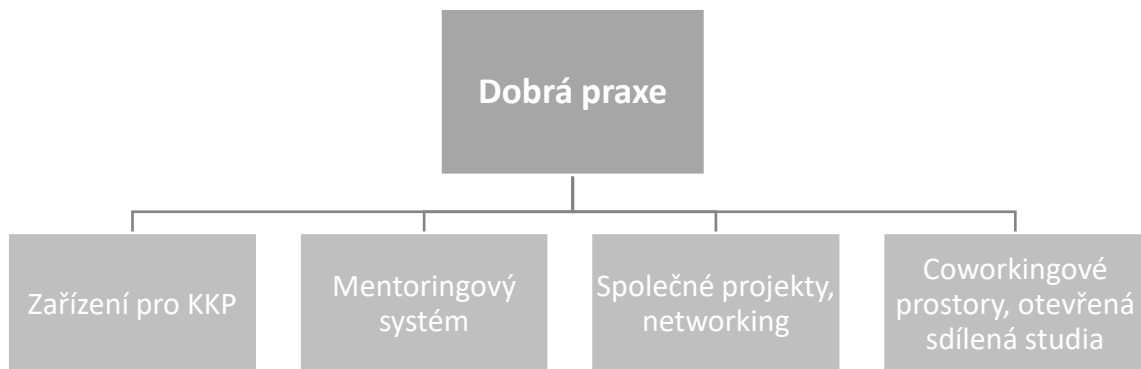
Vyhodnocení rozhovorů

Podpora studentů během studia a rozvíjení jejich potenciálu je velmi důležitou součástí výuky na Middlesex University in London. Všichni respondenti se shodli, že univerzita poskytuje profesionální zázemí pro všechny studenty kreativních oborů. Jako přidanou hodnotu studia na univerzitě považují zejména personální zajištění a pomoc během celého studia, jak ze strany odborné podpory vlastních prací, tak zejména pak propojení s podnikatelským sektorem a navázání možné spolupráce. Studenti jsou po absolvování studia připraveni na profesní život a často si vytvoří během studia značnou základnu kontaktů. Velkým pozitivem je fungující dobrovolný systém mentoringu. Jedná se

o jedinečnou příležitost setkat se s kreativními profesionály a nahlédnout, jak jednotlivé subjekty fungují. Často se frekvence návštěv liší od klasického schématu, pokud jsou mentee zapojeni do praxe v organizaci. Již po dobu studia se tedy seznamují s profesionály v daných oborech, a tím je pro ně snazší navázat spolupráci nejen jako studenti univerzity, ale i jako absolventi. Po ukončení mentoringu poskytne mentor doporučení s referencemi, které usnadní absolventům uplatnění na trhu práce.

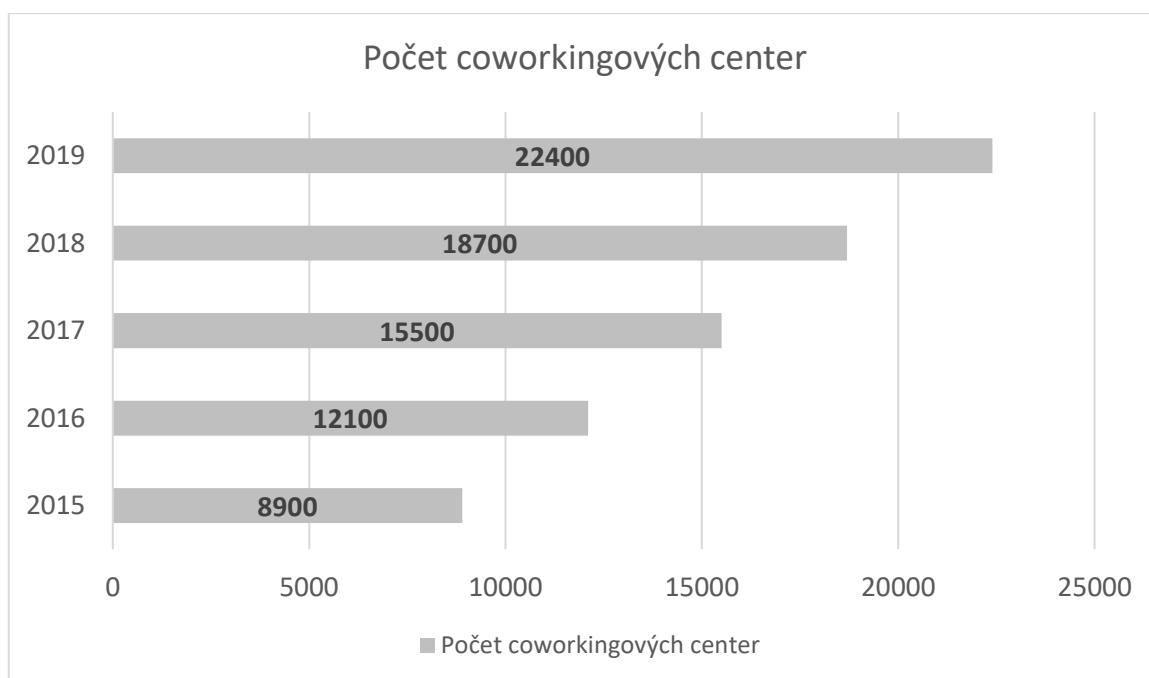
Na univerzitě je kladen důraz na spolupráci na jednotlivých projektech, networkingu a jsou zde vyhrazeny sdílené pracovní prostory. Uplatnitelnost absolventů na trhu práce se díky těmto faktorům značně zvyšuje. Respondenti se také shodli, že po absolvování university plánují zůstat v regionu. Díky vybavení a službám, které Middlesex Univesity in London poskytuje svým studentům, mohou absolventi nastartovat profesní život v dané lokalitě již s vybudovanými kontakty.

Kódování odpovědí po konzultaci s respondenty:



8 COWORKING NA ÚZEMÍ MĚSTA ZLÍNA

Fenomén coworkingu představuje v celosvětovém měřítku značně rostoucí trend. Tento trend se projevuje ve vývoji počtu center. Následující graf znázorňuje vývoj počtu coworkingových center na světě v období let 2015–2019. Z grafu je zřejmé, že od roku 2015 došlo k nárůstu až o 13 500 center ve srovnání k roku 2019.



Obrázek 4 Vývoj počtu coworkingových center ve světě (Deskmag, ©2020)

Dle výzkumu BNP Paribas Real Estate (BNP, ©2019) do roku 2010 se většina CC nacházela na území Spojených států amerických, ale s příchodem myšlenky coworkingu od roku 2008 Evropa zažila značný boom. Celkový počet sdílených kanceláří v Evropě stále roste, stejně jako počet členů a průměrná rozloha. Z evropských měst patří prvenství Londýnu s nejhustší sítí CC za rok 2018, kdy se výměra kanceláří zvýšila na 182 600 m², což představuje 13% nárůst oproti předešlému roku. Z celkových 18 analyzovaných měst představují růst a expanzi v rámci CC i města jako je Vídeň, Milán, Dublin nebo Brusel. Praha se disponuje vyšším počtem sdílných kanceláří než třeba Vídeň s celkovou rozlohou 30 957 m².

Podle výzkumu deskmag.com s názvem „Coworking in Europe 2018“ cílovou skupinou pro CC jsou právě jednotlivci využívající služeb sdílených kanceláří před společnostmi. Zajímavým trendem, který výzkum potvrdil je, že v průměru každý pátý člen nevyhledává CC pouze za každodenní práci, ale velkou roli zde hraje právě komunita, a to zejména v menších městech. Tito jedinci navštěvují CC z důvodu schůzek, networkingu, pořádaných

akcí a dalších aktivit, které centra nabízí. Největší iniciativa práce ve sdílených kancelářích pochází od jednotlivých členů (79 %) a dále pak od samotných zaměstnavatelů (18 %), přičemž z 61 % si hradí služby jednotliví uživatelé (Coworking in Europe 2018, 2019, s. 9–10).

Popularizace trendu sdílených kanceláří je také zřejmá ze statistik celosvětového vyhledávání. V roce 2012 po příchodu coworkingu do České republiky se v celosvětovém vyhledávání pojmu „coworking“ umístila Česká republika na 2. místě (GoogleTrends, ©2020a). Statistiky vyhledávání Google Trends zaznamenávají v posledních pěti letech rostoucí trend počtu vyhledávání na světové úrovni. Svislou osu představuje procentuální trendová křivka četnosti zadaných vyhledávání. Čísla představují relativní zájem ve vyhledávání vzhledem k nejvyššímu bodu grafu pro danou oblast a dobu. Hodnota 100 představuje nejvyšší popularitu výrazu.



Obrázek 5 Vývoj vyhledávání pojmu coworking (GoogleTrends, ©2020b)

Vzhledem k poměrně krátké historii coworkingu v České republice a absenci výzkumů v této oblasti je sběr dat o zabývajících se vývojem značně omezen, přičemž dostupné zdroje často uvádí odlišné informace. Počátky sdílených kanceláří v České republice lze spojovat se vznikem prvního oficiálního coworkingového centra Coffice v Praze, které bylo provozováno od listopadu 2009 do září roku 2013.

Podle globální statistiky (Moriset, 2013, s. 12) se v roce 2013 nacházelo na území České republiky 16 fungujících coworkingových center. V tomto roce k datu 10. 2. 2020 je evidováno 110 coworkingových center v rámci celé České republiky, a to představuje až

587,5% nárůst oproti roku 2013. Světový trend v nárůstu počtu CC byl zaznamenán i na území České republiky.

V níže uvedené tabulce jsou obsažena data počtu coworkingových center v České republice dle jednotlivých měst k 10. 2. 2020. Celý seznam coworkingových center v České republice je uveden v příloze č. II této práce. CC jsou lokalizována zejména ve větších městech, největší zastoupení mají v Praze, kde se nachází celkem 41 % všech center z České republiky, Brno má své zastoupení ve výši 12 %, Ostrava 4 % a města jako Olomouc, Pardubice, Liberec, Plzeň a Zlín se podílí na počtu CC ve výši 3 %. Zbylá CC se z 30 % nachází v dalších městech (zaokrouhleno).

Tabulka 12 Coworkingová centra v České republice (Robert Vlach, ©2005–2020, upraveno)

Název města	Počet coworkingových center
Praha	45
Brno	13
Ostrava	4
Olomouc	3
Pardubice	3
Liberec	3
Plzeň	3
Zlín	3
Další města	33
Celkem	110

Seznam coworkingových center v příloze č. II této práce je průběžně aktualizován, dle uvedeného zdroje je adekvátní zmínit také provozní změny center. V průběhu let 2015–2020 ukončilo svou činnost přes 20 center, ale převažují počty nově otevřených center v průběhu těchto let. Trendem nejen v prostředí České republiky je uplatňování tzv. pozitivní cenové diskriminace, kdy centra často nabízejí hlídání dětí anebo zvýhodněné ceny pro matky nebo studenty, a tím pomáhají v profesním rozvoji. Dle dat v příložené tabulce lze pozorovat trend tzv. coworkingových pasů v síti CC Impact Hub. Pas opravňuje uživatele centra k bezplatné návštěvě dalších center lokalizovaných v odlišných městech nejen v České republice v rámci sítě coworkingů Impact Hub.

Dle odlišného zdroje se v Praze k dubnu roku 2019 nacházelo 57 coworkingových kanceláří s celkovou rozlohou 47 tisíc metrů čtverečních. V roce 2019 se v celé České republice CC rozkládala na 61 000 metrech čtverečních. Podle odhadů realitních firem stojí (v závislosti na druhu členství) v průměru 4 800 Kč pracovní místo na jeden měsíc užívání (CzechTrade, ©1997–2020).

V současné době se na území města Zlína nachází tři fungující coworkingová centra. Jedná se o Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER, které se zaměřuje na cílovou skupinu studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, dále pak coworkingové centrum Technologického inovačního centra Zlín a nově vzniklé coworkingové centrum HUB HAX, které vzniklo iniciativou absolventů FMK UTB. Další nové pracovní prostory v podobě hubů, kreativních center či makerspaces a fablabs se na území města nenacházejí.

8.1 Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER

Jak již bylo zmíněno výše, UPPER je jedním z hlavních aktérů podpory KKP ve Zlíně. Součástí centra kreativních průmyslů a podnikání jsou také nové pracovní prostory, konkrétně ateliéry a coworking. Nabídka služeb tohoto centra v sobě zahrnuje sdílené kanceláře pro kreativní jedince, možnost pronájmu ateliérů, odpočinkovou zónu pro své uživatele, meeting room a open space jako prostor pro možné přednášky, workshopy a školení. V roce 2020 došlo k rozšíření coworkingu o další dvě nová místa. V níže uvedené tabulce jsou znázorněny ceny pronájmů jednotlivých prostor včetně DPH ke dni 13. 2. 2020. Ceny pronájmu ateliérů se liší dle počtu let pronájmu. V rámci coworkingu lze využít měsíčního tarifu či jednodenního.

Tabulka 13 Ceník služeb UPPER (UPPER, ©2020a)

Nabídka	Výše nájemného
Ateliér	3 200 Kč/měsíc v 1. roce
	3 700 Kč/měsíc v 2. roce
Coworking	1 400Kč/měsíc
	250 Kč/den
Meeting room	300 Kč/hodina
Open space	600 Kč/hodina

UPPER je aktuálně kompletně obsazen. Má celkem 5 ateliérů, kdy v každém ateliéru působí 2 až 4 lidé, dva ateliéry zaujímá marketingová laboratoř Redlab při ÚMK FMK (4 doktorandi), dále pak je zde obsazených 8 coworkingových stolů, přičemž došlo k rozšíření o další dva pracovní stoly. Celkem obsazenost čítá 26 uživatelů v prostorech UPPER.

Jak uvedl představil UPPER: „*Obecně máme radost z obsazenosti coworkingových míst, lidé nechtějí pracovat sami z domu, chtějí se potkávat s jinými lidmi, vzniká nám tak zajímavá kreativní komunita a můžeme sdílet zajímavé projekty a nápady, navzájem se inspirovat a informovat*“.

Centrum kreativních průmyslů a podnikání vzešlo na základě disertačních prací tehdejších studentů UTB. Cílovou skupinou tohoto centra jsou zejména studenti FMK UTB Zlín.

Otevírací doba dle provozního řádu pro objekt U11 UPPER (CKPP) je upravena pro uživatele ateliéru, který má k dispozici prostory po dobu celého měsíce v časovém období od 5:30 do 22:45. Nájemce v rámci coworkingu se řídí stejnou otevírací dobou, vyjma 3 dnů v měsíci, kdy jsou prostory CC vyhrazeny pro vzdělávací akce. Nájemce je vždy informován 7 dní před uskutečněním dané akce. Podmínky otevírací doby jsou limitovány z důvodu omezené služby na recepci a následného kódování budovy (UPPER, ©2020c).

UPPER je také pořadatelem celé řady přednášek, workshopů zaměřených na podporu podnikání a poradenství v této oblasti. V příloze č. III této práce jsou uvedeny události, které Centrum organizovalo, spoluorganizovalo či bylo partnerem akce v roce 2019.

8.2 Technologické inovační centrum s.r.o.

Coworkingové centrum TIC tvoří jeden otevřený sdílený prostor s otevírací dobou pouze v pracovní dny (pondělí–pátek) od 8:00 – 20:00. Jedná se o prostor pro firmy, freelancery, ale i začínají start-up podniky, které svůj podnikatelský záměr teprve připravují. Služby nabízené centrem jsou shodné se službami nabízenými uživatelům podnikatelského inkubátoru. Ty zahrnují přístup do sdílené kanceláře v provozní době, pracovní stůl s židlí, přístup k vysokorychlostnímu internetu, možnost účasti na všech akcích pořádaných Technologickým inovačním centrem, informační servis v podobě poskytnutí informací o možnostech a nástrojích podpory podnikání s možností zařazení do „Katalogu Start-up firem Zlínského kraje“ pro zlepšení povědomí o podnikání a možnosti exportu, pomoc v oblastech vyhledávání potenciálních investorů a poradenské služby v oblasti podnikání. Dále pak služby nabízené standardně coworkingovými centry jako je využívání tiskárny,

kopírky a skeneru a služeb recepce. Mezi nabízené služby TIC patří také inkubační program pro podniky, kdy se jedná o pravidelné hodnocení rozvoje firmy a účast na akčním plánu (TIC, ©2020b).

Pokud potenciální uživatel má zájem o využívání služeb, proběhne předem schůzka se zástupci CC, kde budou probrány otázky podnikatelského záměru, druhu zaměření činnosti a představ o fungování. Pokud po předešlé schůzce dojde ke schválení daného členství, bude s uživatelem podepsána smlouva o poskytování služeb na dobu neurčitou, kdy výpovědní lhůta od smlouvy je 1 měsíc. V níže uvedené tabulce jsou znázorněny možnosti využití různých tarifních plánů od nejnižšího – mini, až po stálého residenta, přičemž služby pro rezidenty jsou rozšířené o garantovaný stálý stůl, možnosti využívání uzamykatelné skřínky pro osobní předměty a službu pravidelného poradenství v časové garanci 2 hodiny za měsíc. Všechny uvedené ceny jsou bez DPH.

Tabulka 14 Ceník coworkingu TIC (TIC, ©2020b)

Tarif	Výše nájemného	Časové omezení
Mini	200 Kč/měsíc	15 hodin
Business	700 Kč/měsíc	50 hodin
Premium	1 000 Kč/měsíc	100 hodin
Resident	1 500 Kč/měsíc	Neomezeně

V současné době jsou vyhrazeny prostory coworkingového centra, ale obsazenost je nízká. Během roku se zde vystřídají jednotlivci, ale nyní zde není podepsána smlouva na žádný dlouhodobější pronájem. V budoucnu se bude hledat nový koncept pro CC k přilákání a zatraktivnění pronajímaných prostor. Klienti TIC Zlín projevují svůj zájem zejména v dlouhodobém pronájmu kanceláří a využití podnikatelského inkubátoru. V rámci podnikatelského inkubátoru nabízí pronájem kanceláří až po dobu 3 let za zvýhodněných cenových podmínek, včetně zajištění internetového připojení, úklidu, ostrahy, možnost využití jednací místnosti a služeb recepce. Zde je obsazenost prostor v současnosti celých 100 % (TIC, ©2020f).

Vznik coworkingového centra vycházel z důsledku absence obdobného pracovního prostoru sloužícího jako doplnění služeb podnikatelského inkubátoru. Přípravné práce byly započaty v roce 2013, ještě tentýž rok byl zahájen zkušební provoz centra. Oficiální otevření proběhlo v roce 2014. Projekt CC byl podpořen také v diplomové práci studenta.

Jak uvedl představitel TIC, klienti jeví největší zájem o networking, provázání na zákazníky, výzkum, investory s rizikovým kapitálem. Coworkingové centrum není přímo zaměřeno na kreativní komunitu v porovnání s dalšími centry ve Zlíně.

Technologické inovační centrum jako instituce zastřešující inovační podnikání v kraji pořádá či je partnerem celé řady akcí zaměřených na oblast podnikání. V příloze č. IV jsou uvedeny akce pořádané v roce 2019. TIC spolupracuje na řadě událostí také s UPPER, Hospodářskou komorou ZK nebo CzechInvest a dalšími institucemi. TIC je také zastřešující organizací pro podnikatelský akcelerátor Zlínského kraje tzv. Můj první milion.

8.3 HUB HAX

HUB HAX funguje od roku 2018 a vznikl z iniciativy absolventů FMK UTB. Jelikož UPPER disponuje omezeným prostorem, a tím i maximální délkou pronájmu, iniciativa absolventů FMK směřovala k udržení kreativní komunity i po absolvování studia na UTB a opuštění prostor UPPER. Funguje na bázi komunitního centra, přičemž nabízí k pronájmu coworkingové místo či pronájem kanceláře.

V současné době má HUB 10 členů, což odpovídá maximální obsazenosti. Celkem HUB nabízí jednu samostatnou kancelář pro maximální počet 4 osob a současně také 3 fix desks ve 2 kancelářích. Rok 2020 je pro tento kreativní hub rokem vyhrazeným pro optimalizaci procesů včetně cenové politiky. Z toho důvodu neuvádí žádné tarify pronájmu. Představitel uvedl: „*V roce 2020 se věnujeme vnitřním procesům, protože jejich objem a náročnost jsme rozhodně podcenili*“.

HUB HAX se zatím nepodílí na organizaci workshopů, seminářů či podobných vzdělávacích akcí. HUB je neziskovou aktivitou zakladatelů, kteří čas nad rámec běžného provozu zatím neinvestují. V rámci spolupráce s dalšími subjekty KKP či novými pracovními prostory, HUB aktivně komunikuje s Centrem kreativních průmyslů a podnikání UPPER. Členové HAXu navštěvují akce pořádané UPPER nebo i předkládají podněty k jejich uspořádání (Interní dokumenty HAB HAX, VITMACH, ©2018)

9 ZHODNOCENÍ STAVU A IDENTIFIKACE PROBLÉMŮ

Hlavním cílem výzkumu je na základě vlastních analýz a provedených rozhovorů s místními stakeholdery v oblasti kulturních a kreativních průmyslů identifikovat současný stav KKP ve Zlíně a na základě zjištění navrhnout opatření k možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně se zaměřením na nové pracovní prostory. Kvalitativní výzkum sběru dat byl proveden prostřednictvím semistrukturovaných rozhovorů.

9.1 Výzkumné šetření formou řízeného rozhovoru

Za výběrový soubor byli osloveni zástupci jednotlivých organizací a významní aktéři, kteří se podílejí na rozvoji KKP ve Zlíně. Mezi respondenty byli zástupci veřejného, neziskového i soukromého sektoru a rozhovory proběhly také se zástupci coworkingových center ve Zlíně. Respondentům byly položeny tři základní otázky, které byly koncipovány jako otevřené. Tím bylo dosaženo dostatečného prostoru pro vyjádření. Jednotlivé rozhovory probíhaly převážně v časovém rozmezí 30–40 minut s ohledem na časové možnosti respondentů. Celkem došlo k oslovení 12 aktérů a s 7 aktéry se podařilo rozhovory uskutečnit. Rozhovory probíhaly, jak osobně, tak telefonicky, a to kvůli přijatým vládním opatřením v souvislosti s nálezou Covid-19. V rámci zachování anonymity respondentů nejsou uvedeny jejich údaje. Rozhovory byly zaznamenány a následně vyhodnoceny. Při vyhodnocení rozhovorů bylo po konzultaci s jednotlivými respondenty provedeno kódování odpovědí pro omezení subjektivity sledované oblasti.

Otázka č. 1: Jaké vnímáte bariéry rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně?

První otázka byla zaměřena na definování bariér rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně. Respondenti se shodli, že nejsilnější bariéru představuje velmi **nízké povědomí o KKP** a jejich přidané hodnotě. V globálním měřítku v rámci České republiky zatím neexistuje jednotná definice KKP a ani strategický dokument s navazujícím akčním plánem, který by definoval kroky v podpoře rozvoje KKP. V červnu roku 2020 je plánováno zařadit KKP jako novou klíčovou doménu specializace RIS Zlínského kraje. KKP se průřezově řeší i v komplexnější Strategii rozvoje Zlínského kraje do roku 2030, nositelem jednotlivých opatření bude pak na TIC. Současně době je problém, že gesčně lze KKP vnímat jak na straně MPO ČR, tak na straně MK ČR, což dále prohlubuje problém se spádovými oblastmi/disciplínami i přes podepsané memorandum mezi těmito resorty. KKP obecně zatím nemá podporu na úrovni vlády, ale je velmi pozitivním faktem, že existuje akční

skupina, jak na úrovni Evropského parlamentu, tak na úrovni ministerstev, která se snaží tuto situaci změnit. Další rozvojovou bariérou je pak samotná definice KKP, která v České republice ještě není ustanovena a také potřeba vytvořit soubor metrik KKP pro jednotlivá odvětví. Respondent uvedl: *„Nejenom ve Zlíně, ale obecně si myslím, že bariérou rozvoje KKP je prozatím nejednotná definice KKP a s tím související nedostatek konkrétních dat“*. S tímto faktem souvisí také **absence aktuální databáze subjektů** na území města Zlína, kde by podpora mohla být zacílena. V minulosti na Zlínsku proběhlo mapování KKP, avšak databáze není aktualizovaná a ani přístupná veřejnosti.

Další významnou bariérou rozvoje KKP ve Zlíně je také **absence aktivní komunikace** s více subjekty a následná **aktivní spolupráce mezi subjekty KKP**. Komunikace probíhá na úrovni Zlínského kreativního klastru, ale jedná se o limitovanou skupinu subjektů. Respondent uvedl: *„Významnou bariérou rozvoje je hlavně komunikace. Ta ve Zlíně úplně chybí, nebo probíhá pouze mezi malou skupinou lidí“*. Jedná se zejména o spolupráci představitelů veřejného sektoru a zřízených organizací a podnikatelskými subjekty. Měly by být učiněny kroky v podpoře KKP vycházející zejména z potřeb jednotlivých aktérů. Nízká spolupráce je vykazována také v podobě průmyslové praxe. Firmy si stále neuvědomují přidanou hodnotu designu a dalších kreativních služeb. Tato spolupráce se obtížně navazuje a zlínské firmy nemají velké povědomí o působení dalších subjektů KKP.

Mezi další bariéry rozvoje KKP patří také **absence prostoru** zaměřeného na kulturní a kreativní průmysly, místa setkávání se a navázání možné spolupráce. Respondenti toto místo definovali jako kreativní centrum nebo hub. Ve Zlíně není žádné komunitní centrum, kde se mohou KKP rozvíjet, tj. lokalita s dílnami, kancelářemi, zasedacími prostory a dalším vybavením. Respondent uvedl: *„Ve Zlíně chybí místa, prostory, kde by se lidé potkávali a tato problematika by byla řešena. Nějaké kreativní centrum, například po vzoru Industria v Brně“*. S absencí prostoru souvisí také velikost stávajícího centra podnikání a kreativních průmyslů UPPER. Nevýhodou prostoru je zejména velikost, kdy působení kreativců nepokračuje dále i po ukončení studia. Již vytvořené vztahy, kontakty a vybudovaná komunita se rozpadá ve chvíli, kdy členové musí prostor opustit. Respondent uvedl: *„Jako silnou bariéru stávajícího místa vidím jeho velikost, vnímám, že centrum by mělo být větší, a to z toho důvodu, aby nemuseli původní rezidenti po čase odcházet do vlastních prostor, ale aby se mohla kreativní komunita rozrůstat v čase“*. V návaznosti na popsanou bariéru rozvoje vzniklo z iniciativy absolventů FMK UTB komunitní centrum HUB HAX, které do jisté míry může fungovat jako místo pro absolventy UPPER, kde kvůli maximální délce

pronájmu nemohou dále působit. Na této straně se vyskytuje také omezení ve velikosti prostor a s tím související limitovaná kapacita pro uživatele HUB HAX. Dále se na území města Zlína nachází coworkingové centrum provozované TIC Zlín, které v současné době nemá žádné stálé uživatele. Klienti TIC projevují největší zájem o podnikatelský inkubátor, který má maximální obsazenost.

Otázka č. 2: *Jaká jsou pozitiva současného stavu KKP?*

Druhá otevřená otázka, která byla aktérům položena, je zaměřena na pozitiva KKP ve Zlíně. Respondenti se shodli, že největším pozitivem je **zastoupení kreativní třídy** v regionu. Významným kladem je velká poptávka po kreativních oborech UTB, kdy jednotlivé ročníky se skládají ze studentů z celé České republiky. Zde se odráží vysoký zájem o kreativní obory a zejména kvalita výuky, která přiměje studenty z celé republiky zahájit studium právě ve Zlíně. Respondent uvedl: „*Zapojení univerzity je klíčovým faktorem a jsem ráda, že zde už jsou realizovány jednotlivé akční kroky, ať je to zřízení samotného UPPERu nebo třeba realizace projektu Zlin Design Week*“. Město Zlín však neposkytuje adekvátní zázemí a podmínky pro udržení kreativních jedinců v regionu vzhledem k podmínkám ve vyšších ekonomických centrech. Pozitivním faktem je také **působení subjektů v oblastech KKP**, jako je první Kreativní klastr v České republice. Respondent uvedl: „*Pozitivně vnímám např. vznik Zlínského kreativního klastru, a byť vnímám jistý „pomalý rozjezd“ této skupiny, věřím, že právě setkávání a dialog aktérů KKP je velmi důležitý*“. Dále se jedná o subjekty jako je Fakulta multimediálních komunikací UTB a Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER a další.

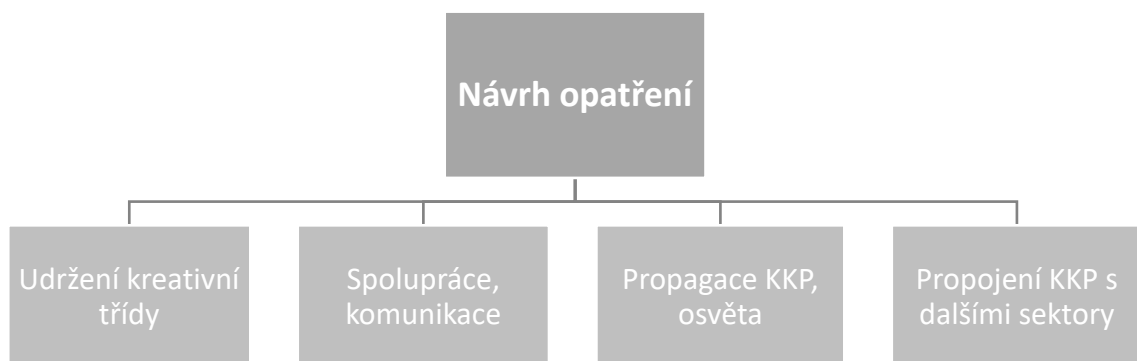
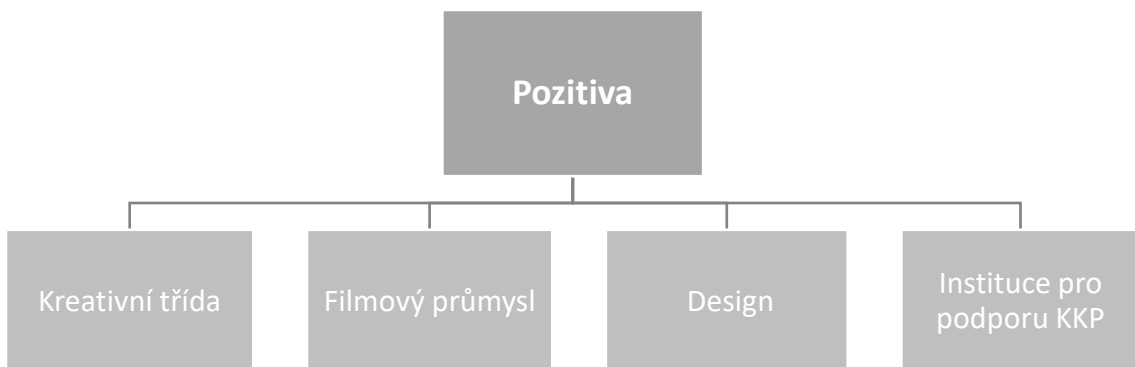
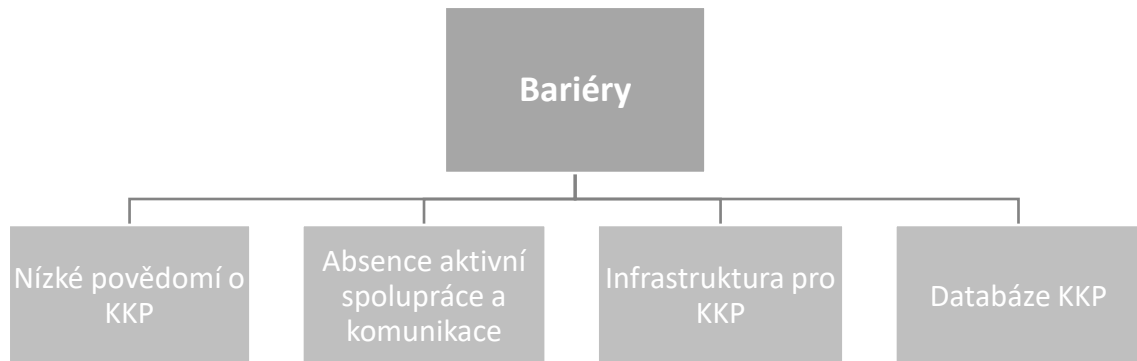
Dalším pozitivem současného stavu je kvalita vybudovaného ekosystému jak ve vzdělávací, tak v průmyslové praxi. Respondent uvedl: „*Kulturní a kreativní průmysly v regionu přinášejí potenciál pro růst ekonomiky, nabízejí pracovní místa a tím zvyšují zaměstnanost, zlepšují atraktivnost města, kraje*“. Významné je také **zastoupení tradičního filmového průmyslu** v regionu a navazujících organizací jako jsou Filmové ateliéry, Zlin Film Office a mezinárodní Zlín Film Festival. Je zde směřována podpora prostřednictvím krajského dotačního titulu na podporu audiovizu a Filmového fondu Statuárního města Zlína. Značné zastoupení v regionu má také **design**, zejména pak ze strany kreativních studentů z FMK a designových firem sídlících na území Zlínského kraje. Tradice průmyslového designu a produktového designu ve Zlíně už od baťovských dob. Zlínský kraj je také sídlem celosvětově známých designových firem.

Otázka č. 3: Jaké jsou Vaše návrhy na zlepšení současného stavu KKP ve Zlíně?

Poslední otevřená otázka zkoumala návrhy opatření na zlepšení současného stavu od respondentů zastupujících různé subjekty. V jednotlivých odpovědích panovala značná shoda, že vhodné opatření má vést k **udržení stávající kreativní třídy** v regionu a současně **přilákání nových jedinců**. Důležitým segmentem rozvoje KKP je zejména udržení studentů a absolventů FMK UTB i po ukončení studia. Respondent uvedl: „*V první řadě přilákat do kraje kreativce a nabídnout jim zde dobré podmínky pro jejich působení a současně napomáhat firmám ve směřování k vlastním produktům, vyšší přidané hodnotě díky kreativě*“.

Dalším stejně významným krokem pro zlepšení současného stavu je pravidelné **potkávání se, dialog a diskuse** nad možnostmi a bariérami rozvoje KKP. Důležitou roli by měla hrát podpora zejména města a kraje, snaha jednotlivé podmínky řešit společně, a nejen na úrovni jednotlivců. Měla by být **vytvořena platforma** pro společné diskuze, setkávání se a vyhrazen prostor pro související aktivity a realizaci dalších kroků v rozvoji a podpoře KKP. Dále se respondenti shodli, že ve Zlíně chybí prostor, kde by se tato problematika řešila. Může nést podobu **kreativního centra či hubu** nebo je možné vyčlenit místo již ve stávajících organizacích.

V návaznosti na další kroky v podpoře kulturních a kreativních průmyslů by měla být vytvořena aktualizace **databáze aktérů KKP** na území města Zlína pro budoucí zacílení podpory. Dalším opatřením ke zlepšení současného stavu je **osvěta** vztahující se k přidané hodnotě KKP. Respondent uvedl: „*Prostor ke zlepšení vidím ve větší propagaci KKP jak směrem k občanům Zlína a Zlínského kraje, tak k podnikatelské sféře působících ve Zlíně a jeho blízkosti*“. Ve Zlíně a celkově v celém Zlínském kraji je nízké povědomí o KKP, a tím i nízká podpora. Firmy si v současnosti stále neuvědomují hodnotu například designu a dalších kreativních služeb. K propagaci KKP by mělo dojít pořádáním seminářů, workshopů nebo kampaní směřujících k veřejnosti. Mělo by v návaznosti na zrealizované kroky v podpoře KKP dojít k chápání města Zlína jako přirozeného centra kulturních a kreativních průmyslů.

Kódování odpovědí po konzultaci s respondenty:

10 NÁVRH OPATŘENÍ K PODPOŘE ROZVOJE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ VE ZLÍNĚ

Kulturní a kreativní průmysly se podílí na ekonomickém rozvoji měst stále vyšším podílem, a proto by jejich role neměla být opomíjena. Z rozhovorů s jednotlivými aktéry vyplynulo, že je třeba docílit lepší propojenosti mezi aktéry. Navázání komunikace s širším zapojením aktérů v oblastech KKP je základním prvkem pro rozvoj tohoto odvětví. Jednotlivé kroky v rozvoji KKP by měly korespondovat se zjištěnými potřebami aktérů působících ve Zlíně. Povědomí o kulturních a kreativních průmyslech je ve Zlíně nízké, proto by mělo dojít k osvětě a propagaci, a tím k zvýšení významu KKP a jejich vysoké přidané hodnotě. Má dojít k chápání města Zlína jako přirozeného centra kulturních a kreativních průmyslů. Zastoupení kreativní třídy je ve Zlíně bohaté, působí zde v praxi dle dostupných dat více než 623 subjektů a je zde vybudovaný kvalitní kreativní ekosystém. Zlín má tedy velký rozvojový potenciál. Chybí zde však místo pro setkávání se, kde by se problematika KKP řešila a také místo, které by sloužilo jako zázemí nejen pro absolventy FMK UTB. Současné pracovní prostory UPPER jsou limitovány maximální délkou pronájmu a dochází po odchodu absolventů k přerušení vazeb v již vybudované komunitě. Tento fakt absence odpovídajícího zázemí pro kreativní profesionály může být kritický vzhledem k potřebám mladé kreativní generace, aby nedocházelo k odlivu kreativní třídy do vyšších ekonomických center, zejména pak po absolvování studia. Ve Zlíně se nacházejí 3 fungující coworkingová centra, která jsou však limitována svou maximální kapacitou, která neodpovídá poptávce po kreativním pracovním prostředí. Ve Zlíně se nenachází další nové pracovní prostory pro kreativní profesionály jako například makerspaces, kreativní huby či fablabs. Velkým pozitivem je fungující Zlínský kreativní klastr, který je tvořen zástupci veřejného, soukromého, vzdělávacího a neziskového sektoru a zástupci dalších kreativních odvětvích v kraji. Ten však zahrnuje jen omezené množství subjektů vzhledem k počtu KKP ve Zlíně. Neexistuje ucelená definice chápání oblastí KKP na celonárodní úrovni, tudíž je obtížné zmapovat všechny aktéry z oblastí KKP. Do budoucna je však jednotná aktuální databáze aktérů KKP na území města Zlína nutná pro další rozvoj a cílenou podporu KKP. Zlínský kraj v minulosti poskytl jednorázovou podporu v podobě inovačních voucherů, zaměřujících se na oblasti KKP, ale převažuje zde absence systematické finanční podpory pro možnou spolupráci napříč odvětvími. Pro eliminaci výše zmíněných rozvojových bariér navrhuji následující opatření.

10.1 Panelové diskuze pro aktéry KKP

Hlavním smyslem tohoto opatření je zlepšení komunikace a vzájemných vazeb mezi jednotlivými aktéry KKP. Projekt povede ke zlepšení networkingu v rámci kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně a k lepší informovanosti klientů o přidané hodnotě a potenciálu KKP. Dojde k zapojení širšího spektra aktérů do tvorby dalších kroků v chápání města Zlína jako přirozeného centra kulturních a kreativních průmyslů. Dojde k zavedení konstruktivní diskuze o dalším rozvoji KKP ve Zlíně, popularizaci tématu KKP vedoucího ke zlepšení povědomí. V neposlední řadě dojde také k definování kroků k zabránění tzv. brain drainu kreativních jedinců, zejména pak studentů vysokých a odborných škol, kteří představují v kontextu selektivní migrace na Zlínsku ohroženou skupinu. Nejedná se o jednorázovou akci, měla by se opakovat po dobu jednoho roku. Očekává se oslovení všech aktérů dle dostupných dat jednotlivých institucí a z veřejných databází dle oblasti podnikání.

Návrh opatření je určen pro Statutární město Zlín společně ve spolupráci se Zlínským krajem, Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně, Zlínským kreativním klastrem a dalšími institucemi pro podporu KKP. Díky soustavnému setkávání se v horizontu minimálně 1 roku by mohlo dojít k navázání nových partnerství, diskuzi nad chápáním KKP ve Zlíně a propagaci tohoto odvětví v návaznosti na další kroky v rozvoji KKP ve Zlíně. Budou identifikovány rozvojové potřeby aktérů KKP ve Zlíně a na základě vyhodnocení budou stanoveny další kroky pro rozvoj tohoto odvětví. Setkávání bude probíhat také na bázi kulatých stolů se zástupci klíčových institucí a dalšími aktéry KKP. Díky této platformě dojde k mapování aktivních subjektů v oblastech KKP na území města Zlína a v návaznosti na to dojde k tvorbě jednotné databáze pro efektivnější zacílení podpory.

Pro účely těchto schůzek by mělo dojít k vytvoření pracovní skupiny pro administraci jednotlivých jednání a organizační činnosti. Pracovní skupina již existuje v rámci Zlínského kreativního klastru, tudíž by se mohlo jednat o zapojení stejných osob do tvorby nové pracovní skupiny, skládající se mimo jiné ze zástupců klíčových institucí a pověřených osob z SMZ. Organizace bude vycházet zejména ze Statutárního města Zlína, jako garanta tohoto projektu. Důležitým prvkem v jednotlivých krocích v rozvoji KKP je participace aktérů, kteří mohou ovlivňovat činnost pracovní skupiny prostřednictvím podávání podnětů pro panelové diskuze a kulaté stoly, případně návrhy pro další kroky v rozvoji KKP, tento trend vycházející z vlastní iniciativy tzv. „bottom up“ je významnějším v rámci kreativní ekonomiky, která stojí na individuální lidské kreativitě, než v jiných oblastech lidské

činnosti. Pracovní skupina by měla mít organizační strukturu, která dokáže pružně reagovat na požadavky a návrhy dalších zapojených členů.

Dalším výstupem tohoto opatření by byl jednotný web – lokální platforma, která by marketingově propagovala dění a akce stakeholderů v rámci KKP v regionu. Obsahovala by tzv. kreativní galerii, do které by se mohli bezplatně přihlásit subjekty působící v oblastech kulturních a kreativních průmyslů. Tato galerie by byla přístupná široké veřejnosti a sloužila by zejména pro firmy jako možnost navázání spolupráce s kreativci.

Cílovou skupinou tohoto opatření jsou jednotliví aktéři KKP, chápáni jako celé instituce nebo jedinci, kteří aktivně působí v oblastech kulturních a kreativních průmyslů. Dotčeným subjektem je Statutární město Zlín, Zlínský kraj, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Zlínský kreativní klastr, organizace na podporu KKP a zástupci podnikatelského a neziskového sektoru, a také široká veřejnost.

Jednotlivé výstupy navrženého opatření mohou přinést pozitivní ekonomické zhodnocení ve smyslu nových obchodních vztahů založených na spolupráci lokálních subjektů a využití lokální pracovní síly, přílivu investic a zejména pak dobrou image města. Nabízí se také retence finančního kapitálu města ve smyslu zvýšení podpory lokálních kreativců a snížení míry outsourcingu služeb z dalších regionů.

Návaznost na specifické cíle *Strategie rozvoje statutárního města Zlína do roku 2020*

- 1) *„Podporovat organizaci kulturních, sportovních a dalších volnočasových aktivit na území města Zlína,*
- 2) *Podporovat novou výstavbu a modernizaci infrastruktury volného času na území města Zlína,*
- 3) *V rámci integrovaného řešení regenerace chátrajících a podvyužitých částí Baťova areálu podporovat vznik zábavní a kreativní zóny města Zlína“*

Návaznost na specifické cíle *Strategie rozvoje Zlínského kraje 2009–2020*

- 1) *„Zajištění spolupráce firemního a vzdělávacího sektoru (podpora kreativity a vzdělávání pro podnikání a inovace, podpora spolupráce UTB s absolventy)*
- 2) *Zvýšení zaměstnanosti absolventů vysokých škol (rozvoj sítě kariérního poradenství)“.*

Návaznost na specifické cíle *Koncepce účinnější péče o tradiční rukodělnou výrobu ve Zlínském kraji na léta 2018–2025*

- 1) „Zamezit úbytku lidových tvůrců v regionu,
- 2) Zajistit předávání znalostí a dovedností,
- 3) Podpořit spolupráci designérů a tvůrců v oblasti tradiční rukodělné výroby,
- 4) Zvýšit zájem mladé generace o technologie tradiční rukodělné výroby,
- 5) Zvýšit informovanost o tradiční lidové kultuře a její součásti“.

Návaznost na desatero hlavních cílů *Kreativního klastru*

- „Tvorby podmínek pro udržení kreativní třídy v regionu,
- Zajištění růstu významu regionu jako centra kreativních průmyslů,
- Rozvíjení poptávky po kreativních produktech,
- Uvolnění kreativity veřejnosti“.

Jaké problémy návrh řeší:

Komunikace probíhá mezi úzkou skupinou aktérů a neexistuje zde místo pro opakující se setkávání a řešení dané problematiky. Je zde nízké povědomí o KKP, a tudíž i nízká samotná podpora směřovaná do této oblasti. Město Zlín má díky FMK a FAI UTB Zlín a dalším odborným školám zastoupení kreativní třídy a v posledních letech se potýká s odlivem mladých lidí z regionu. Opatření povede k eliminaci těchto problémů. Dojde k širšímu zapojení aktérů pro řešení dalších kroků v rozvoji KKP. Vznikne také databáze aktivních aktérů a jednotný web s kreativní galerií vedoucí ke zlepšení spolupráce mezi kreativní třídou a dalšími podnikatelskými subjekty.

Jaké změny jsou očekávány:

Je očekávána participace aktérů nad dalšími kroky pro rozvoj, propagaci a podporu směřovanou do oblastí KKP. Vzhledem k nově vzniklé databázi a jednotné lokální webové platformě s kreativní galerií dojde k odstranění bariér rozvoje spolupráce mezi kreativci a podnikatelským sektorem. Zapojením jednotlivých stakeholderů dojde ke zlepšení komunikace a vazeb mezi jednotlivými aktéry. Nabízí se také vyšší atraktivita regionu jako přirozeného centra kulturních a kreativních průmyslů, a tím přilákání kreativní třídy do regionu.

Jaké jsou výstupy opatření:

Výstupem opatření bude tvorba jednotné lokální webové platformy, kde budou zveřejňovány informace Statutárního města Zlína, Zlínského kraje a dalších institucí pro podporu KKP sloužících jako výsledný balíček služeb KKP a nabídka aktérů. Bude se jednat o nástroj propagace KKP spolu s kreativní galerií, nabízející spolupráci s kreativními jedinci napříč oblastmi kulturních a kreativních průmyslů. Dalším výstupem bude tvorba jednotné databáze mapující oblast KKP ve Zlíně.

10.1.1 Možné dílčí kruhy pro otevřenou diskuzi

- *Pravidelné setkávání aktérů KKP*

Představení harmonogramu celého projektu včetně jednotlivých tematicky zaměřených panelových diskuzí. Prostor pro participaci aktérů v podávání podnětů pro možnou diskuzi, brainstorming dalších kroků pro rozvoj. Projednána vhodná forma panelových diskuzí. Prezentace předcházejících výstupů a závěrů z kulatých stolů a panelových diskuzí. Možná diskuze nad zavedením neformálního setkávání na týdenní bázi.

- *Tvorba jednotné lokální webové platformy pro KKP ve Zlíně včetně kreativní galerie*

Druhým dílčím okruhem pro diskuzi se nabízí tvorba jednotné lokální platformy pro KKP ve Zlíně včetně tzv. kreativní galerie. Prostřednictvím této platformy budou moci všechny zúčastněné strany snadno získat přístup ke všem relevantním informacím. Jedná se o jednotné centrální místo k přenosu informací mezi jednotlivými subjekty ze sledované oblasti. Bude sloužit jako výsledný balíček služeb KKP a možnostmi podpory, přehledu akcí v regionu a přehledu subjektů KKP v rámci kreativní galerie. Jedná se o nástroj propagace lokálních akcí a aktérů. Díky tzv. kreativní galerii, do které bude zápis zdarma, bude podpořena možná spolupráce s průmyslovými sektory. Zásadní je regionální informovanost pro uživatele a kreativní jedince o aktuální legislativě, dotačních titulech ze strany SMZ, Zlínského kraje a celonárodní podpory. Forma realizace a další aspekty budou diskutovány během panelové diskuze a u kulatých stolů s klíčovými stakeholdery KKP ve Zlíně.

- *Aktualizace databáze subjektů KKP ve Zlíně*

Mapování aktérů KKP na území Zlínska již proběhlo v minulosti, ale k zacílení podpory je nutná aktualizace této databáze alespoň na území města Zlína pro další kroky v rozvoji KKP. Vertikální informovanost bude zajištěna lokální webovou platformou, ale je žádoucí

zavedení horizontální informovanosti prostřednictvím ucelené databáze subjektů nebo například vznikem jednotného centrálního kontaktního místa KKP. Databáze by měla být veřejně přístupná na lokální webové platformě.

Pro potřeby aktualizace databáze KKP je nutná organizace odborných seminářů pro další identifikaci aktérů a zjištění jejich potřeb, dále pak tvorba dotazníkového šetření pro ověření získaných dat. Financování aktualizace databáze by mělo být založeno na vícezdrojovém financování v podobě podpory Statutárního města Zlína, Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a Zlínského kraje.

- *Zavedení odborných stáží v regionálních subjektech KKP pro UTB a další odborné školy s možností využití tzv. mentoringového systému*

Tento dílčí okruh pro otevřenou diskuzi vychází z kvalitativního sběru prostřednictvím semistrukturovaných rozhovorů se studenty a absolventy z Middlesex Univerzity in London. Jedná se o systém podpory studentů kreativních oborů při získání praxe, navázání kontaktů a propojení s podnikatelským sektorem. Studentovi bude v průběhu studia přidělen mentor, který bude zajišťovat jak odborné rady a konzultace, tak zejména propojení s praxí. Tento systém podpory odborných stáží reaguje na potřeby modernizace současných studijních programů vzhledem k potřebám praxe. Mentorem se rozumí odborník z průmyslové oblasti, který povede studenta během studia. Student bude mít možnost zaučit se v konkrétním subjektu. Tímto opatřením dojde k lepší připravenosti budoucích absolventů na trh práce a navázání kontaktů již po dobu studia na univerzitě.

Studentovi bude v posledním ročníku bakalářského či magisterského studia nabídnut seznam mentorů dle oboru studia, který ho bude provázet v praxi v následujícím roku studia. Spolupráce s mentorem bude probíhat na bázi setkávání se v časovém horizontu minimálně jednou za dobu 3 měsíců. Při zapojení studenta do projektu v rámci organizace se frekvence návštěv může lišit. Zapojení studentů do mentoringového systému bude zcela dobrovolné, záleží na jednotlivých studentech, zda možnosti zvláštní odborné praxe využijí. Mentoringový systém musí být právně ukotven mezi FMK UTB a jednotlivými mentory. Při zapojení studentů do projektů v soukromých subjektech v rámci mentoringu je hrozbou porušení duševního vlastnictví studenta. Naskytuje se zde rozpor mezi vlastnictvím UTB a samotného studenta. Téma mentoringového systému a propojení studentů s průmyslovou praxí by mělo být rozebíráno s potenciálními mentory v rámci panelových diskuzí a kulatých stolů s představiteli UTB ve Zlíně. Vzhledem k pravidelnému setkávání a vedení

konstruktivních diskuzí dojde k prvotnímu kontaktu s budoucími mentory. Forma realizace a právní úprava by měla být řešena v rámci diskuze u kulatých stolů – v rámci práva ČR a EU. Bude diskutována forma spolupráce, právní aspekty a celkové fungování v rámci průmyslové praxe.

- *Možná výstavba kreativního centra/hubu, včetně nových pracovních prostor pro kreativní profesionály*

Z kvantitativního sběru dat vyplynula potřeba zřízení kreativního centra, které by podporovalo rozvoj kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně a vedlo k udržení kreativní třídy v regionu. Kreativní prostor v rámci podpory kreativní třídy lze vymezit také jako kreativní inkubátor, který bude poskytovat ucelený inkubační program, bude podněcovat svými aktivitami motivaci k tvorbě a inspirovat v oblastech podnikání. Svým vybavením bude podporovat studenty a absolventy kreativních oborů. Mezi služby bude zahrnuto také poradenství, mentoring, prostor pro vzdělávací akce. Jedná se o kreativní ekosystém rozvíjející komunitu, síť kontaktů a spolupráci a v neposlední řadě bude zabezpečovat kulturní vyžití pro širokou veřejnost. Vize kreativního centra/hubu zní následovně: „*Kulturní a kreativní hub je centrem kreativity, podpory kreativních jedinců a místem setkávání se podobně smýšlejících lidí. Je prosperující institucí v podpoře rozvoje kulturních a kreativních průmyslů s prokazatelnými výsledky v oblastech kreativního podnikání a prezentuje dobrou image města Zlína jako přirozeného centra kreativních průmyslů*“. Cílovou skupinou jsou především studenti a absolventi Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a dalších středních a odborných škol v oblastech kulturních a kreativních průmyslů, a také obyvatelé města Zlína a okolních obcí. Dotčenými subjekty jsou Statutární město Zlín, Zlínský kraj, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně a zástupci podnikatelského a neziskového sektoru.

Kulturní a kreativní centrum může nést podobu po vzoru Kreativní DEPO 2015 v Plzni a být rozděleno na dvě dílčí části – *Centrum kreativního podnikání a Prostor pro kulturu, komunitu a živé umění*. Mezi nabízené služby *Centra kreativního podnikání* budou nové pracovní prostory pro kreativní profesionály tzv. coworking, kreativní inkubátor a ateliéry možné k pronájmu. Kreativní zóna se zaměřuje na cílovou skupinu studentů a absolventů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a dalších odborných škol v oblastech kulturních a kreativních průmyslů a neposlední řadě také nezávislých profesionálů. Pro tento prostor bude nepřetržitá otevírací doba z důvodu dostupnosti nových pracovních prostor.

Coworkingová centra ve Zlíně nabízí omezenou otevírací dobu, proto dojde k eliminaci této bariéry. Služby nabízené kreativním inkubátorem by byly omezeny pracovní dobou jednotlivých zaměstnanců. *Prostor pro kulturu, komunitu a živé umění* bude nabízet zázemí pro výstavy, sál pro koncerty, kavárnu. Cílovou skupinou pro tento prostor bude zejména široká veřejnost.

Se vznikem sdílených prostor pro společné podnikání, ve kterém se setkávají kreativní lidé z nejrůznějších oborů KKP, souvisí vysoká úroveň výměny zkušeností, informací a části svého know-how. Pro financování kreativního centra se nabízí například programy Kreativní Evropy, podpora ze strany SMZ a Zlínského kraje, využití vícezdrojového financování pomocí crowdfundingu či dobrovolnictví po vzoru Industria Brno. Alternativa financování z programu Digital Europe Programme (DEP) v rámci Digital Innovation Hubs. Potenciální realizace projektu například v prostorách Filmových ateliérů. Možnosti vybudování kreativního centra a jeho budoucí podoba bude předmětem panelových diskuzí a kulatých stolů.

- *Možnost zavedení kreativních voucherů*

Jak již bylo uvedeno, Zlínský kraj v minulosti poskytl podporu prostřednictvím inovačních voucherů na bázi dobré praxe z Jihomoravského kraje, se zaměřením na produktový design a marketing. V rámci zvýšení povědomí o KKP a udržení kreativní třídy by bylo vhodné tento projekt opakovat. Pomocí tvorby tzv. „kreativní galerie“ s nabídkou služeb lokálních kreativních profesionálů napříč oblastmi kreativních průmyslů dojde také k propagaci KKP a usnadní se možná spolupráce s dalšími sektory.

Kreativní galerie by obsahovala pro každý zapojený subjekt následující informace. Jméno organizace/kreativce, zařazení do kategorie – interaktivní vyhledávání dle klíčové oblasti činnosti (interiérový design, grafický design, produktový design, film/video, fotografie, hudba/zvuk, online marketing, web design, výtvarná umění, řemesla a další), krátké úvodní slovo (popis činnosti, nabízené služby, oslovení potenciálního partnera), telefonní kontakt, emailový kontakt, IČO subjektu, informace o plátcí DPH a reference kreativce. Možnost dalších odkazů na internetové stránky subjektu či sociální sítě. Jednou z podmínek zápisu do kreativní galerie je místo podnikání/sídlo na území regionu a minimálně dvouletá historie podnikání/praxe.

Firma se zájmem o spolupráci se na webové platformě zaregistruje pomocí formuláře, vybere si subjekt pro navázání spolupráce, dojde k oslovení kreativce a společně připraví

svůj návrh, který bude předložen k posouzení. V případě kladného posouzení žádosti o kreativní voucher bude podepsána smlouva o spolupráci. Proplacení uznatelných výdajů bude probíhat ex-post ve stanovené výši 70 % uznatelných nákladů do maximální výše 100 000 Kč na projekt. Zlínský kraj by ze svého rozpočtu vyčlenil prostředky pro uskutečnění projektu a celý projekt kreativních voucherů administroval spolu s Technologickým inovačním centrem Zlín. Celková finanční alokace by měla být navýšena z historických 2 milionů korun na vyšší objem finančních prostředků.

Možnost opětovného zavedení kreativních voucherů bude diskutována při společném setkávání se. Měla by být zjištěna reálná potřeba tohoto opatření a případný zájem ze strany jednotlivých aktérů. Jednou z podmínek využití dotačního titulu je také publicita. Žadatel se zavazuje při realizaci projektu prezentovat Zlínský kraj. Nabízí se možnost propagace Zlínského kraje formou jednotné regionální značky, která bude také předmětem diskuze. Forma realizace bude poté řešena při kulatých stolech.

- *Tvorba společné regionální/nadregionální kampaně na propagaci KKP ve Zlíně*

Diskuze nad společnými kroky v propagaci KKP na území města Zlína s jednotlivými aktéry. Propagační kampaň bude probíhat i na lokální webové platformě pro KKP ve Zlíně. Jako další vhodná alternativa propagace Zlína jako města KKP se nabízí navržení jednotné značky pro produkty a služby z regionu, která by byla využita i v rámci uplatnění kreativních voucherů. Bude probírána jednotná forma kampaně s regionálním či nadregionálním přesahem.

- *Možnosti rozvoje nových pracovních prostor ve Zlíně*

Sjednocení možností využívání coworkingových center ve Zlíně by mohlo přispět v udržení kreativní třídy v regionu – formou rozšíření služeb nových pracovních prostor. Takzvaný „coworking pass“ by po vzoru dobré praxe např. z Impact Hub Passport propojoval členství jednotlivých sdílených kanceláří ve Zlíně. Dojde k vyššímu přenosu znalostí mezi jednotlivými kreativními profesionály. Jelikož Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER se zaměřuje zejména na kreativní studenty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, tak by služby UPPER mohly být přínosné dalším osobám působícím v kreativních průmyslech, které nespádají do této cílové skupiny. Coworkingové centrum TIC se zaměřuje na oblast podpory podnikání, a to by mohlo právě kreativním jedincům v kombinaci s UPPER přinést optimální informovanost a podmínky pro nastartování podnikání. Coworking pass by mohl být buď bezplatný v rámci tarifů tzv. fix desks pro stálé klienty, nebo druhou variantou je

zpoplatněná verze dle nově stanoveného ceníku jako nadstandardní služba v rámci sdílených kanceláří ve Zlíně. V ideálním případě by mohlo dojít k navázání spolupráce s dalšími moravskými centry a zapojení do tohoto společného projektu a tím další zvýšení přenosu znalostí a možnosti navázání nových spoluprací a sítě kontaktů.

Sdílené kanceláře na území města Zlína mají omezenou otevírací dobu. Trendem ve světě a ve větších městech České republiky je rozšířená otevírací doba, CC jsou často přístupná k práci 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Tato otevírací doba je spojená s neomezeným přístupem do budovy, kde CC sídlí. Přístup by mohl být realizován pomocí vstupních čipů, které by opravňovaly své členy k neomezenému přístupu. V návaznosti na bezpečnostní opatření je nutné doplnit provozní řády center o podmínky neomezeného užívání a formy vstupu do objektu. Další alternativou přizpůsobení otevírací doby svým uživatelům je nový tarif tzv. „*Night Birds*“, který spočívá ve využívání CC zejména v nočních hodinách mimo nejvytíženější otevírací dobu. Lidé často pracují v noci a v pozdních hodinách, tímto zvýhodněným tarifem by došlo k využití sdílených prostor i během nočních hodin. V řadě CC jsou trendem právě hodinové tarify pro ty, kteří se ve městě nachází jen omezenou dobu nebo potřebují využít sdílené kanceláře jen na krátkou dobu. Proto zavedení hodinových tarifů by rozšířilo portfolio nabízených služeb. Možné rozšíření služeb CC na území Zlína vzhledem k bezpečnostním omezením jednotlivých objektů by mělo být diskutováno v rámci panelových diskuzí po vzoru dobré praxe z větších ekonomických center, ve kterých je portfolio služeb CC širší.

10.1.2 Klíčové aktivity

- 1) Fáze přípravy:** Počáteční fáze přípravy bude vycházet především z iniciativy Statutárního města Zlína. Dojde k tvorbě základního konceptu události, kdy pro tyto účely bude vytvořena projektová/pracovní skupina. Během této fáze dojde k zapojení dalších důležitých aktérů ze soukromého, neziskového a veřejného sektoru. Bude navázán kontakt s jednotlivými aktéry z adresáře města Zlína, důležitých institucí a identifikace aktérů pomocí veřejných databází. V rámci koordinačních schůzek partnerů budou stanoveny termíny konání panelových diskuzí a kulatých stolů (včetně místa realizace) a zajištěn způsob propagace jednotlivých akcí.
- 2) Fáze realizace:** V této fázi dojde k realizaci opatření. Místo realizace by mělo kapacitně odpovídat počtu aktérů, kteří se do setkání zapojí. Pro minimalizaci nákladů na pronájem prostor by se opatření mělo uskutečnit v prostorách

Statutárního města Zlína, či ve zřizovaných organizacích. Zde se nabízí prostory Kulturního institutu 14/15, Městského divadla Zlín či Studia Z. Případná organizace akce v prostorách partnerů. V průběhu celého setkání bude zvolena funkce moderátora, který bude vzájemnou diskuzi na jednotlivá témata koordinovat. V rámci panelové diskuze by měli vystupovat zástupci klíčových institucí pro KKP ve Zlíně a významní aktéři. Ze všech setkání by měl být pořízen záznam. Po skončení setkání bude k dispozici dotazník, který v případě zájmu mohou účastníci vyplnit a podat své podněty ke zlepšení současného stavu a zjištění zpětné vazby. Kulaté stoly budou probíhat v jednacích prostorách SMZ.

- 3) **Fáze evaluace:** Fáze evaluace bude spočívat ve vyhodnocení celého setkání, včetně jednotlivých bodů programu. Dojde také k vyhodnocení dotazníkového šetření a zjištění návrhů na zlepšení současného stavu KKP, které probíhalo po ukončení setkání. Vymezena další témata, která se budou probírat během dalšího setkání. Na vyhodnocení panelových diskuzí budou navazovat debaty o dané problematice v rámci setkávání se u kulatých stolů. Na základě vyhodnocení akce budou specifikovány další kroky a opatření pro rozvoj KKP ve Zlíně včetně subjektů, které je budou realizovat.

Indikátory

- **Počet zapojených subjektů**

10.1.3 Harmonogram

Projekt panelových diskuzí a kulatých stolů bude probíhat opakovaně po dobu jednoho roku. Plánovaná organizace 4 tematicky zaměřených panelových diskuzí s aktéry KKP, které budou vedeny moderátorem a bude z nich pořízen záznam. Výběr řečníků a diskutovaných okruhů bude stanoven při koordinačních schůzkách. Panelové diskuze budou probíhat vždy na začátku daného měsíce, konkrétně v měsících únor, květen, září a říjen. Volbou těchto termínů realizace dojde k eliminaci konání akce v měsících prázdnin či svátků. Řečníci budou osloveni v rámci partnerství. Další alternativou pro poznání dobré praxe je možnost pozvání řečníků z jiných krajů. Výstupy z panelových diskuzí budou analyzovány v rámci schůzek pracovní skupiny a také při setkání u kulatých stolů s klíčovými zástupci sledovaných oblastí ve Zlíně a stanoveny kroky pro další rozvoj KKP, včetně určení odpovědných osob nebo celých institucí, kteří budou nositeli navazujících opatření.

Délka panelové diskuze se odhaduje na celkem 3 hodiny. V každé panelové diskusi budou obsaženy dva bloky zajištěné řečníky a třetí blok bude představovat prostor pro následnou diskusi a možnosti uplatnění daných témat a dobré praxe ve Zlíně.

V návaznosti na panelové diskuze a závěry z nich budou probíhat debaty v rámci kulatých stolů. Tato akce bude pořádána vždy na konci daného měsíce, konkrétně v měsících březen, duben, červen, říjen a listopad. Celkem dojde k uspořádání 5 kulatých stolů. V níže uvedené tabulce je zaznamenán harmonogram celého projektu.

Tabulka 15 Harmonogram projektu (vlastní zpracování)

Aktivity	Termín realizace
Zahájení projektu	Leden
Oslovení partnerů, aktérů	Leden
Koordinační schůzky	Leden–prosinec
Propagace, marketing	Únor–prosinec
Realizace panelové diskuze	Únor, květen, září, říjen
Vyhodnocení dotazníkového šetření	Únor, květen, září, říjen
Vyhodnocení závěrů z panelové diskuze	Únor, květen, září, říjen
Realizace kulatého stolu	Březen, duben, červen, říjen, listopad
Vyhodnocení závěrů z kulatého stolu	Březen, duben, červen, říjen, listopad
Vyhodnocení projektu	Prosinec

10.1.4 Finanční náročnost

Možné financování prostřednictvím TAČR v rámci programu ÉTA po vzoru projektu „*Výzkum motivací aktérů KKP v olomoucké aglomeraci a návrh strategie pro posílení segmentu*“. V tomto konkrétním projektu byl rozpočet stanoven ve výši 4 258 tis. Kč, ze státního rozpočtu zde byla směřována podpora ve výši 3 406 tis. Kč a prostřednictvím veřejného financování bylo vyhrazeno 852 tis Kč. Jelikož se jedná o víceletý výzkumný projekt zahrnující hlubší analýzu, je alokace finančních prostředků vyšší vzhledem k odborným výstupům v rámci projektu, personálnímu řešení v podobě nových pracovních úvazků a širší sledované oblasti (motivace, celá olomoucká aglomerace, mapové portály a jiné).

Ke snížení nákladů povede užší portfolio sledovaných oblastí, personální zapojení ze strany SMZ a kratší délka projektu. Financování projektu by mělo vycházet z vícezdrojového

financování, jak z rozpočtu SMZ a finanční podpory jednotlivých partnerů, tak je možné využít veřejných prostředků v rámci TAČR ÉTA nebo Smart akceleratoru ZK II.

- **Personální zajištění** – zahrnuje náklady v rámci navýšení úvazků pro přípravu, administraci a evakuaci projektu. V ideálním případě by přípravné práce probíhaly v rámci stávajícího pracovního poměru. Jedná se o personální zapojení pracovníků z odboru kultury a strategického odboru SMZ. Personální zajištění bude vycházet ze SMZ a dále bude založené na dobrovolnictví v rámci zapojení stakeholderů (partnerů) v oblastech KKP.
- **Propagace** – možný způsob propagace události je na internetových stránkách SMZ, zřizovaných organizací a dalších internetových stránkách zapojených stakeholderů, facebookových skupinách a informačních portálech. Statutární město Zlín iniciuje odstranění „šumu“ prostřednictvím očištění města od plakátů, proto další možná propagace bude probíhat na úředních deskách místních částí SMZ. V rámci digitalizace je kladen důraz na inzerci online. Do nákladů na propagaci je zahrnut tisk 150 ks plakátů ve formátu A2. Do propagačních letáků či vizualizace pozvánky na akci budou zapojeni pouze lokální kreativci. Nabízí se spolupráce se studenty FMK UTB v rámci semestrálních prací. Pokud by pozvánky a plakáty nebyly navrženy v rámci spolupráce s FMK UTB, tak se cena za jednu vizualizaci pozvánky a plakátu (jedná se o jeden návrh) pohybuje v rozmezí 3 000 až 5 000 Kč.
- **Další náklady** – do dalších nákladů je zahrnuta finanční rezerva pro uspořádání akcí. Do finanční rezervy jsou započítány případné výdaje na odměnu pro externí řečníky, náklady na dopravu či finanční odměny kreativců v rámci propagace. Finanční rezerva na jednu akci je stanovena ve výši 5 000 Kč. Pronájem prostor bude zajištěn v rámci partnerství na projektu.

V níže uvedené tabulce jsou uvedeny náklady na uspořádání panelových diskuzí a kulatých stolů. Vzhledem k rozsáhlosti jednotlivých opatření, vycházejících z projektu, budou zohledněny pouze jednotlivé náklady na organizaci společných setkání. Celková finanční náročnost je dle obdobných akcí odhadována na 77 000 Kč. Při výběru dodavatelů je vhodné oslovit minimálně 3 dodavatele s cílem cenové komparace.

Tabulka 16 Rozpočet panelových diskuzí a kulatých stolů (vlastní zpracování)

Výdaje	Cena v Kč
Reprodukce plakátů/pozvánek (150 ks)	2 000
Občerstvení (celkem 9 akcí)	30 000
Další náklady	45 000

Náklady na občerstvení jsou vyčísleny na celkem 30 000 Kč v rámci upořádání 4 panelových diskuzí a 5 kulatých stolů. Možným dodavatelem může být Naděje Otrokovická o.p.s. V případě využití cateringových služeb tohoto sociálního podniku je zahrnuto dodání občerstvení včetně potřebného nádobí a následného úklidu po akci.

Výstupem projektu bude lokální webová platforma včetně tzv. kreativní galerie, přičemž cena dle rozsáhlosti webu se odhaduje na 100 000 Kč. Návrhy vizualizace webů se cenově liší v závislosti na odlišných nabídkách kreativců.

10.1.5 Analýza rizik projektu

Návrh opatření s sebou přináší určitá rizika, která jsou identifikovaná prostřednictvím rizikové analýzy. Identifikovaná rizika v rámci projektu korespondují s riziky obdobných projektů. Statutární město Zlín a partneři akce mají již zkušenosti s pořádáním panelových diskuzí či kulatých stolů, proto by mělo dojít k eliminování možných rizik před jejich samotným vznikem. Možná rizika budou analyzována již během koordinačních schůzek jednotlivých partnerů v přípravné fázi projektu.

V níže uvedené tabulce jsou znázorněna rizika projektu. K jednotlivým rizikům je přiřazena pravděpodobnost výskytu, odhadovaný dopad a možná prevence proti riziku. Pravděpodobnost výskytu rizika je vyjádřena slovy: nízká, střední, vysoká. Odhadovaný dopad rizika je vyjádřen prostřednictvím číselné škály v rozmezí od 1 do 10, přičemž číslo 1 reprezentuje velmi slabý dopad na návrh opatření a číslo 10 vyjadřuje velmi silný dopad.

Tabulka 17 Riziková analýza projektu (vlastní zpracování)

	Riziko	Pravděpodobnost rizika	Odhadovaný dopad rizika	Prevence proti riziku
Finanční	Chybějící finanční prostředky	Vysoká	10	Vícezdrojové financování, využití programu ÉTA
	Překročení rozpočtu	Střední	9	Finanční rezerva, kalkulace nákladů, analýza cenových nabídek
	Nedodržení vícezdrojového financování	Střední	8	Včasné oslovení partnerů s žádostí o spolufinancování
Sociální	Nezájem aktérů o akci	Střední	9	Propagace akce, zapojení v podávání podnětů pro diskuzi, vhodný termín realizace
Komunikační	Nedostatečná komunikace	Střední	8	Pravidelné organizační schůzky, informování o změnách
Projektové	Nezájem partnerů o spolupráci	Nízká	9	Motivace, zapojení do hlavních kroků, koordinační schůzky
	Nedodržení harmonogramu	Střední	7	Sestavení projektové skupiny, koordinační schůzky
	Nenaplnění indikátorů	Střední	7	Propagace setkání s programem, oslovení vysokého počtu aktérů
Personální	Nedostatečná motivace stakeholderů	Nízká	8	Koordinační schůzky, důraz na motivaci, zohlednění návrhů a potřeb aktérů, zajištění zpětné vazby

ZÁVĚR

Koncept kreativní ekonomiky či kulturní a kreativní průmysly představují pojmy, které budou v následujících letech stále častěji skloňovány. Snaha o institucionalizaci zmíněných pojmů a zařazení do sociálního konceptu, který by byl uplatnitelný a přenositelný do jiných prostředí, a přitom by produkoval srovnatelné výsledky, je velmi obtížný. Omezení jsou spojená s absencí datové základny a jednotného systému metod. Na jednotlivých úrovních strategického plánování dochází k vymezení kreativního ekosystému jinou skupinou možných determinantů. Přístup ke zkoumání potenciálu KKP v daném území zůstává metodologicky stále nejasný a každá studie představuje rozličné pohledy autorů.

Kvalitní zastoupení kreativní třídy v regionu je zásadním faktorem pro odpovídající kvalitu kulturního života ve městě, včetně pozitivních dopadů na navazující odvětví, jako je například cestovní ruch. Oblasti KKP mají komparativně nízkou environmentální zátěž, relativně nízkou investiční potřebu a zejména pak představují vysokou úroveň přidané hodnoty v podobě duševního a tvůrčího vkladu. Jsou podstatnou složkou nové znalostní ekonomiky a svými dopady mohou vést ke zlepšení konkurenceschopnosti regionu v hospodářské soutěži.

Z výše zmíněných důvodů bylo hlavním cílem práce identifikovat rozvojové bariéry, pozitivita a zhodnotit současný stav KKP ve Zlíně. Z praktické části práce vyplynulo, že z demografického pohledu se Zlínský kraj potýká s dlouhodobým trendem selektivní migrace mladé, ekonomicky aktivní skupiny obyvatelstva, což může představovat ohrožení tzv. brain drainu kreativní třídy z regionu. Na druhou stranu je zastoupení kreativní třídy ve Zlíně vysoké, vzhledem k oborovému zaměření FMK a FAI UTB, dalších odborných škol a průmyslové praxe. Dle dostupných dat ve Zlíně působí 623 subjektů. Převažují zde subjekty s 1–2 zaměstnanci, jedná se tedy o mikro podniky či osoby samostatně výdělečně činné. Ve Zlíně je kvalitní kreativní ekosystém s dlouholetou historií. Mezi přednosti Zlína patří zejména zastoupení oblasti audiovizu a designu. Ve Zlíně sídlí instituce na podporu jednotlivých oblastí KKP a jsou zde činní jednotliví etablovaní aktéři KKP. Velmi pozitivním faktem je činnost prvního kreativního klastru v České republice, který v současné době funguje na dobrovolné bázi zapojených subjektů, není tedy profesionalizován. Pozitivně je vnímáno také budoucí zařazení KKP do RIS ZK jako nové domény specializace a SRZK 2030. Zlínský kraj také v minulosti poskytl jednorázovou finanční podporu prostřednictvím inovačních voucherů se zaměřením na produktový design a marketing.

Důležitými aktéry v oblasti kultury jsou Statutární město Zlín a Zlínský kraj prostřednictvím zřizovaných organizací, Živý Zlín či nestátní neziskové organizace. Ve Zlíně se nachází také 3 coworkingová centra, která představují nové pracovní prostory pro kreativní profesionály. Existence center reflektuje specifické požadavky pro výkon práce kreativní třídy. Provoz CC je však limitován svou otevírací dobou nebo velikostí jednotlivých prostor. Dochází k přerušování vybudovaných vztahů a k dalšímu rozšíření kreativní komunity v čase.

Z kvantitativního sběru dat prostřednictvím semistrukturovaných rozhovorů s jednotlivými aktéry KKP ve Zlíně vyplynula potřeba systematického setkávání se pro potřeby hlubšího řešení problematiky rozvoje a podpory KKP ve Zlíně včetně širšího spektra zapojených aktérů. Ve Zlíně je všeobecně nízké povědomí o KKP, chybí zde jednotná propagace této oblasti. V důsledku nízkého povědomí si jednotlivé firmy stále neuvědomují hodnotu kreativních služeb. Pro správné zacílení podpory je nutná aktualizace databáze KKP ve Zlíně. Participace aktérů na dalších krocích v rozvoji KKP je velmi důležitým aspektem v konceptu kreativní ekonomiky, který stojí zejména na individuální lidské kreativitě a přinášení nových nápadů a řešení.

Na základě zjištěných rozvojových bariér v praktické části práce bylo navrženo opatření pro podporu rozvoje kulturních a kreativních průmyslů, se zohledněním významné role nových pracovních prostor. Opatření klade důraz na prohloubení spolupráce aktérů a využívá principu partnerství.

Diplomová práce bude podnětem pro uskutečnění daného projektu nebo alespoň inspirací pro tvorbu obdobné akce, reagující na potřeby současného stavu KKP ve Zlíně. Projekt povede ke zlepšení networkingu jednotlivých aktérů KKP ve Zlíně a k lepší informovanosti klientů o přidané hodnotě a potenciálu KKP. Výstupy tohoto projektu mohou přinést pozitivní ekonomický dopad pro město Zlín vzhledem ke zjištěným rozvojovým potřebám a eliminaci jejich bariér.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ANDERSSON, Thomas et al., 2004. *Cluster Policies Whitebook*. 1 st ed. Sweden: IKED, 250 s. ISBN 91-85281-03-4.

ASHEIM, Bjørn Terje, Philip COOKE a Ron MARTIN, 2006. *Clusters and regional development: critical reflections and explorations*. 1 st ed. London: Routledge, 300 s. ISBN 0-415-34914-1.

BEDNÁŘ, Pavel a kolektiv, 2016. *Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni* [online]. Institut umění – Divadelní ústav [cit. 2020-01-13]. ISBN 978-80-7008-372-7. Dostupné z: <https://prospero.divadlo.cz/download/epub.php?id=792>

BILTON, Chris, 2007. *Management and Creativity: from Creative Industries to Creative Management*. 1st ed. Malden: Blackwell, 190 s. ISBN 978-1-4051-1996-2.

BODEN, Margaret A., 2010. *Creativity and Art: Three Roads to Surprise*. 1st ed. Oxford: Oxford University Press, 260 s. ISBN 978-0-19-959073-5.

CIKÁNEK, Martin, 2009. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*. 1 vyd. Praha: Institut umění, 79 s. ISBN 978-80-7008-274-4.

CIKÁNEK, Martin, 2013. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II*. Nové, rozš. a rev. vyd. V Praze: Institut umění, 165 s. ISBN 978-80-7008-274-4.

COLETTE, Henry, 2017. *Entrepreneurship in the Creative Industries: an International Perspective*. 1 st ed. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 215 s. ISBN 978-1-84542-610-1.

DAVIES, Rosamund a Gauti SIGTHORSSON, 2013. *Introducing the Creative Industries: from Theory to Practice*. 1 st ed. London: Sage, 269 s. ISBN 978-1-84920-573-3.

EDWARDS, Tim, 2010. *Kulturální teorie: klasické a současné přístupy*. 1. vyd. Praha: Portál, 364 s. ISBN 978-80-7367-685-8.

FLEW, Terry, 2012. *The Creative Industries: Culture and Policy*. 1st ed. London: SAGE, 232 s. ISBN 978-1-84787-576-1.

FLEW, Terry, 2013. *Global Creative Industries*. 1st ed. Cambridge: Polity Press, 189 s. ISBN 978-0-745648-40-8.

FLORIDA, Richards, 2004. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. 1st ed. New York: Basic Books, 434 s. 978-0-465-02477-3.

GERL, Ellen, Joy MILLERUPTON and Meredith ERLEWINE, 2000. *Incubating the Arts: Establishing a Program to Help Artists and Arts Organizations Become Viable Businesses*. 1st ed. Athens, OH: National Business Incubation Association, 223 s. ISBN 978-1887183505.

HARTLEY, John, 2005. *Creative Industries*. 1st ed. Malden: Blackwell Publishing, 414 s. ISBN 978-1-4051-0148-6.

HARTLEY, John, 2013. *Key Concepts in Creative Industries*. 1st ed. Los Angeles: SAGE, 184 s. ISBN 978-1-4462-0289-0.

HESMONDHALGH, David, 2002. *The Cultural Industries*. 1. vyd. London: SAGE. ISBN 978-0-7619-5453-8.

HOWKINS, John, 2002. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. 1st ed. London: Penguins Books, 288 s. ISBN: 978-0-14-028794-3.

HOWKINS, John, 2013. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. 2nd ed. London: Penguin Books, 280 s. ISBN 978-0-141-97703-4.

KLOUDOVÁ, Jitka a kol., 2010. *Kreativní ekonomika: vybrané ekonomické, právní, mas-mediální a informatizační aspekty*. 1. vyd. Bratislava: EUROKÓDEX, 216 s. ISBN 978-80-89447-20-6.

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

KONG, Lily a Justin O'CONNOR, 2009. *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*. 1st ed. New York: Springer, 234 s. ISBN 978-1-4020-9948-9.

MIKULÁŠTÍK, Milan, 2010. *Tvořivost a inovace v práci manažera*. 1. vyd. Praha: Grada, 207 s. Management. ISBN 978-80-247-2016-6.

MORGAN, Jacob, 2014. *The Future of Work: Attract New Talent, Build Better Leaders, and Create a Competitive Organization*. 1st ed. Hoboken: Wiley, 234 s. ISBN 978-1-118-87724-1.

MORRIS, Michael J., 2017. *Starting a Successful Business: Your Guide to Setting Up Your Dream Start-Up, Controlling its Finances and Managing its Operations*. 8th ed. London: Kogan Page, 261 s. ISBN 978-0-7494-8086-8.

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

PORTER, Michael E., 2008. *On Competition*. 2. vyd. Boston: Harvard Business School. ISBN 978-1-4221-2696-7.

REIS, Eric, 2015. *Lean Startup: Jak budovat úspěšný byznys na základě neustálé inovace*. 1. vyd. Brno: Bizbooks, 279 s. ISBN 978-80-2650-389-7.

REIS, Eric, 2019. *Startup jako princip podnikání: jak dosáhnout dlouhodobého růstu v moderní firmě*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2019, 360 s. ISBN 978-80-7261-573-5.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 427 s. Expert. ISBN 978-80-247-3339-5.

STEJSKAL, Jan. *Průmyslové klastry a jejich vznik v regionech*. 1. vyd. Praha: Linde, 2011, 247 s. ISBN 978-80-7201-840-6.

THROSBY, David, 2010. *The Economics of Cultural Policy*. 1. vyd. Cambridge: University Press. ISBN 978-0-521-68784-3.

VLACH, Robert, 2017. *Na volné noze: podnikejte jako profesionálové*. 1. vyd. Brno: Jan Melvil Publishing, 760 s. ISBN 978-80-7555-015-6.

ZELEZNÍKOVÁ, Veronika, 2016. *Kreativne priemysly, kreativne centrá v Európe a organizácie tohto druhu*. 1. vyd. Zlín: Tribun EU, 135 s. ISBN 978-80-263-1131-7.

ŽÁKOVÁ, Eva, 2015. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, II. svazek* [online]. Institut umění – Divadelní ústav [cit. 2020-01-23]. ISBN 978-80-7008-354-3. Dostupné z: https://web2.mlp.cz/koweb/00/04/22/43/49/mapovani_kkp_2.pdf

Internetové zdroje

BISNODE ALBERTINA ČESKÁ REPUBLIKA, ©2019. [online]. [cit. 2019-12-22]. Dostupné z: <https://www.bisnode.cz>

BNP, ©2019. Coworking Trends in Europe 2018. [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: https://www.realestate.bnpparibas.com/sites/default/files/2019-06/PR_Coworking%20in%20Europe%202018_Eng.pdf

BROEK, William, ©2012. A Typology of Needs for Coworking Spaces. In: *Deskmag.com* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/a-typology-framework-of-needs-for-coworking-spaces-586>

BROOK, R., OPENSHAW, G., FARROW, L., 2012. *Supporting Places of Work: Incubators, Accelerators and Co-working Spaces*. [on-line]. [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: https://www.london.gov.uk/sites/default/files/supporting_places_of_work_-_iacs.pdf

CIKÁNEK, Martin, 2007. *Proč podporovat kulturu? Je to ekonomicky výhodné?* A2 – kulturní čtrnáctideník [online] [cit. 2020-01-13]. Dostupné z: <https://www.advojka.cz/archiv/2007/37/proc-podporovat-kulturu-je-to-ekonomicky-vyhodne>

COWORKING IN EUROPE 2018: Deskmag's Global Coworking Survey. In: *Deskmag* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://de.slideshare.net/carstenfoertsch/coworking-in-europe-2018-deskmags-global-coworking-survey>

CZECHINVEST, ©1994–2020a. Spolupráce [online]. [cit. 2020-01-15]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Spoluprace>

CZECHINVEST, ©1994–2020b. Jak CzechInvest podpořil start-upy v roce 2018? In: *podporastartupu.cz* [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: http://www.podporastartupu.cz/wp-content/uploads/sites/188/2019/07/SUPY_podpora_2018_04_FINAL.pdf

CZECHINVEST, ©1994–2020c. CzechInvest: Agentura pro podporu podnikání a investic: Creatinno. [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/O-nas/Interni-projekty/Creatinno>

CZECHINVEST, ©1994–2020d. CzechInvest: Agentura pro podporu podnikání a investic: O nás. In: *czechinvest.org* [online]. [cit. 2020-01-15]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/O-nas>

CZECHTRADE, ©1997–2020. Dva od jednoho stolu. V Česku roste obliba coworkingu. In: *Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export*[online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/clanky/dva-od-jednoho-stolu-v-cesku-roste-obliba-coworkingu/>

CZECHTRADE, ©2016. Design. In: *czechtrade.cz* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/programy-eu/projekty-czechtrade/design>

ČESKÝ FOND KINEMATOGRAFIE, ©2020. Regionální podpora filmových natáčení v Česku měla v roce 2019 rekordní výši. In: *Czech Film Commission* [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://filmcommission.cz/cs/regional-filmmaking-support-in-the-czech-republic-hits-record-amounts-in-2019/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, ©2019. Výsledek účtu kultury za rok 2017 [online], In: *czso.cz* [cit. 2020-01-13]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/90577095/09000519.pdf/922c0d0b-cb4b-477d-ac1b-3df03df0f615?version=1.4>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, ©2020. Ročenka Zlínského kraje. In: *czso.cz*. [online]. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/statisticka-rocenka-zlinskeho-kraje-2018>

DESIGN NA HRANICI, ©2020. Design na hranici [online]. [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <http://www.designnahranici.cz>

DESKMAG, ©2020. Global Coworking Survey 2019: Coworking Forecast 2019. In: *Deskmag* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://www.dropbox.com/s/jjor71mecwqbxdy/2019%20Complete%20Coworking%20Forecast.pdf?dl=0>

DRONYUK, Ivanna, Iryna MOISEIENKO a Jan GREGUŠ, 2019. *Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries* [online]. [cit. 2020-01-21]. Dostupné z: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877050919317612?to-ken=D28B44FB4C306F2B97D362767C5C3F2AFA11D27E5FD9C82D888BC2B8AC74E1E68D2553C3125C9F659355B7B7B4CBBE1E>

DUERMYER, Randy, ©2019. Want to be a freelancer or contractor? Here's what you need to know. [online]. [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: <https://www.thebalancesmb.com/what-is-freelancing-1794415>

EUROSTAT, ©2019a. Culture statistics: 2019 edition [online]. In: *ec.europa.eu* [cit. 2020-01-13]. ISBN 978-92-76-09702-0. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b>

EUROSTAT, ©2019b. Culture statistics: 2011 edition [online]. In: *ec.europa.eu* [cit. 2020-01-13]. ISBN 978-92-79-16396-8. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3930297/5967138/KS-32-10-374-EN.PDF/07591da7-d016-4065-9676-27386f900857>

EVROPSKÁ UNIE, 2014. Zvláštní zpráva: Podpořil EFRR úspěšně rozvoj podnikatelských inkubátorů? [online], In: *eca.europa.eu* [cit. 2020-02-10]. DOI: 10.2865/31610. ISBN 978-92-872-0116-4. Dostupné z: https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR14_07/SR14_07_CS.pdf

FILMFEST, ©2020. Nadační fond FILMTALENT Zlín podpořil mladé filmaře. In: *Zlinfest.cz* [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://www.zlinfest.cz/26661n-nadacni-fond-filmtalent-zlin-podporil-mlade-filmare>

FINANCOVÁNÍ KULTURY A ZACHOVÁNÍ KULTURNÍHO DĚDICTVÍ VE ZLÍNSKÉM KRAJI 2017–2020 [online], In: *kr.zlinsky.cz*. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/docs/clanky/dokumenty/5469/financovani-kultury-a-zachovani-kulturniho-dedictvi-ve-zlinskem-kraji-2017---2020.pdf>

FLEISCHMANN, Katja, Sabine HIELSCHER a Timothy MERRITT, 2016. *Making Things in Fab Labs: a Case Study on Sustainability and Co-creation* [online]. In: *researchgate.net* [cit. 2020-02-08]. DOI: 10.1080/14626268.2015.1135809. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Sabine_Hielscher/publication/296561826_Making_things_in_Fab_Labs_a_case_study_on_sustainability_and_co-creation/links/5a16aa2da6fdcc50ade4a527/Making-things-in-Fab-Labs-a-case-study-on-sustainability-and-co-creation.pdf

GALERIE G18: události [online]. In: *facebook.com* [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: https://www.facebook.com/pg/TICZlin/events/?ref=page_internal

GANDINI, Alessandro, 2015. The Rise of Coworking Spaces: A Literature Review. [online]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: <http://www.ephemerajournal.org/contribution/rise-coworking-spaces-literature-review>

GHILARDI, Lia, ©2014. *Kreativní a aktivní Zlínsko* [online]. In: *idu.cz*. Institut umění – Divadelní ústav [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: https://www.idu.cz/dokumenty/kreativni-a-aktivni-zlinsko_lia-ghilardi.pdf

GHIRALDI, Lia, 2017. *Making the most of cultural and creative resources: The Mapping and Strategy Building Handbook for Creative Towns and Regions*. 35 s. Dostupné z: <https://www.liaghilardi.com/content/uploads/2019/01/170809-Creative-Towns-and-Regions-Handbook-FINAL.pdf>

GHIRALDI, Lia., 2014. *Kreativní a aktivní Zlínsko* [online]. In: *idu.cz*. Institut umění – divadelní ústav [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: https://www.idu.cz/dokumenty/kreativni-a-aktivni-zlinsko_lia-ghilardi.pdf

GOOGLE TRENDS, ©2020a. Coworking. In: *trends.google.com* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2012-01-01%202012-12-31&q=coworking>

GOOGLE TRENDS, ©2020b. Coworking. In: *trends.google.com* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=Coworking>

HIELSCHER, Sabine, Adrian SMITH a Mariano FRESSOLI, 2015. *WP4 Case Study Report: FabLabs*. [online]. In: *Transitsocialinnovation.eu*. University of Sussex, Brighton [cit. 2020-02-08]. Dostupné z: <http://www.transitsocialinnovation.eu/content/original/Book%20covers/Local%20PDFs/251%20TRANSIT%20Case%20Report%20-%20Fab%20Labs%20-%20Final.pdf>

HIGGS, Peter, Stuart CUNNINGHAM a Hasan BAKHSHI. 2008. *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom* [online]. London: Nesta [cit. 2020-01-15]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Hasan_Bakhshi2/publication/27471984_Beyond_the_creative_industries_Mapping_the_creative_economy_in_the_United_Kingdom/links/54a5eae0cf267bdb9082b35/Beyond-the-creative-industries-Mapping-the-creative-economy-in-the-United-Kingdom.pdf

HITHIT, ©2012–2020. What is Hithit. In: *hithit.com* [online]. [cit. 2020-03-19]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>

INSTITUT UMĚNÍ – DIVADELNÍ ÚSTAV, ©2017. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR* [online]. [cit. 2020-01-21]. Dostupné z: <https://www.idu.cz/cs/o-nas/veda-a>

vyzkum/vedeckovyzkumne-projekty/704-mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr

INTEGROVANÁ STRATEGIE PODPORY KULTURY DO ROKU 2020 [online], In: *mkcr.cz* [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: https://www.mkcr.cz/assets/op-lzz/INTEGROVANA_STRATEGIE_PODPORY_KULTURY_DO_ROKU_2020.pdf

JIC, ©2020. Univerzitní spin-off firmy roztáčí kola inovací, JIC [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.jic.cz/magazin/univerzitni-spin-off-firmy-roztaci-kola-inovaci/>

KATTAUEROVÁ, Adéla, 2018. *Návrhy opatření k podpoře rozvoje kulturních aktivit neziskových organizací ve Zlíně* [online], 2018. Zlín [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: https://digi-lib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/41942/kattauerova_2018_dp.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

KEA, European Affairs: *The Economy of Culture in Europe, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. Brusel, 2006. [online], [cit. 2019-11-19]. Dostupné z: <https://cultureactioneurope.org/download/?filename=https://cultureactioneurope.org/files/2015/02/1.-the-economy-of-culture-in-Europe.pdf>

KHKZK, ©2020. Krajská hospodářská komora Zlínského kraje: Studenti vysokých škol ze Zlínského kraje. In: *monitorzk.cz* [online]. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://www.monitorzk.cz/zamestnatelnost-mladych/studenti-vysokych-skol-ze-zlinskeho-kraje>

KLÍMOVÁ, Viktorie a Vladimír ŽÍTEK, 2018. *21st International Colloquium on Regional Conference Proceedings.: Creative Centers And Incubators: Case Study Creative Center Brno* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-02-14]. ISBN 978-80-210-8970-9. Dostupné z: <https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/4884317/proceedings2018-articles/2018-042.pdf>

KONCEPCE ROZVOJE MÍSTNÍ KULTURY ZLÍNSKÉHO KRAJE NA LÉTA 2015-2024, In: *Kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/docs/clanky/dokumenty/5469/koncepce-rozvoje-mistni-kultury-zlinskeho-kraje-na-leta-2015---2024.pdf>

KONCEPCE ROZVOJE ORGANIZACÍ ZLÍNSKÉHO KRAJE V OBLASTI KULTURY PRO OBDOBÍ LET 2015–2024, 2015. In: *kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/docs/clanky/dokumenty/5469/koncepce-rozvoje-organizaci-zlinskeho-kraje-v-oblasti-kultury-pro-obdobi-let-2015-2024.pdf>

KONCEPCE ÚČINNĚJŠÍ PÉČE O TRADIČNÍ RUKODĚLNOU VÝROBU VE ZLÍNSKÉM KRAJI NA LÉTA 2018–2025, 2018 [online], In: *kr-zlinsky.cz* [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/docs/clanky/dokumenty/5469/koncepce-ucinnejsi-pece-o-tradicni-rukodelnou-vyrobu-ve-zlinskem-kraji-na-leta-2018---2025.pdf>

KRAJSKÝ ÚŘAD ZLÍNSKÉHO KRAJE, ©2020d. Kraj podpoří 13 inovačních podniků při navazování spolupráce v oblasti designu a marketingu. In: *kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/kraj-podpori-13-inovacnich-podniku-pri-navazovani-spoluprace-v-oblasti-designu-a-marketingu-aktuality-14583.html>

KRAJSKÝ ÚŘAD ZLÍNSKÉHO KRAJE, ©2020c. Krajský úřad Zlínského kraje: Databáze nestátních neziskových organizací Zlínského kraje. In: *kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/docs/clanky/dokumenty/1506/seznam-nno-2017-zk.xlsx>

KRAJSKÝ ÚŘAD ZLÍNSKÉHO KRAJE, ©2020a. Smart akcelérátor Zlínského kraje II. [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/smart-akcelerator-zlinskeho-kraje-ii-cl-4717.html>

KRAJSKÝ ÚŘAD ZLÍNSKÉHO KRAJE, ©2020b. Zahájení projektu Smart akcelérátor Zlínského kraje II. [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/zahajeni-projektu-smart-akcelerator-zlinskeho-kraje-ii-aktuality-15771.html>

KREATIVNÍ ČESKO, ©2020. Kreativní a aktivní Zlínsko, In: *kreativnicesko.cz* [online]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/zlin-a-zlinsko>

KREATIVNÍ EVROPA, ©2019. *Evropské hlavní město kultury* [online]. [cit. 2019-12-21]. Dostupné z: <https://www.kreativnievropa.cz/evropske-hlavni-mesto-kultury/>

KREATIVNÍ VOUCHERY, ©2020. Kreativní vouchery Brno [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://www.kreativnivouchery.cz>

KREATIVNÍ ZLÍN, ©2020. Vize a cíle. In: *kreativnizlin.cz* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <http://kreativnizlin.cz/vize-a-cile/>

LONDON DEVELOPMENT AGENCY, 2003. *Creative London: Vision and plan*. [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://creativeindustrieslondon.files.wordpress.com/2014/11/creative-london.pdf>

MAKERSPACE, ©2014–2020. What is a Makerspace? [online]. In: *makerspace.com* [cit. 2020-01-26]. Dostupné z: <https://www.makerspaces.com/what-is-a-makerspace/>

McDONALD, Quinn, ©2009. What's a Creativity Incubator? [on-line]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: <https://quinncreative.wordpress.com/2009/04/13/whats-a-creativity-incubator/>

MEHL, Bernhard, ©2018. Common Coworking Membership Options [online]. In: *coworkingresources.org*. [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: <https://www.coworkingresources.org/blog/common-coworking-membership-options>

MERKEL, Janet, ©2015. *Coworking in the City*. [online]. In: *coworkingresources.org*. [cit. 2020-01-25]. Ephemera: theory & politics in organization. s. 121–139. Dostupné z: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/14478/1/15-1merkel.pdf>

MIDDLESEX UNIVERSITY IN LONDON, ©2020a. About us. In: *Mdx.ac.uk* [online]. [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://www.mdx.ac.uk/about-us>

MIDDLESEX UNIVERSITY IN LONDON, ©2020b. Courses: Art and Design. In: *Mdx.ac.uk* [online]. [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://www.mdx.ac.uk/courses/art-and-design>

MIDDLESEX UNIVERSITY IN LONDON, ©2020c. Arts and Creative Industries Facilities. In: *Mdx.ac.uk* [online]. [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://www.mdx.ac.uk/student-life/facilities/arts-and-creative-industries-facilities>

MILARA, Iván Sánchez, GEORGIEV Georgi V., RIEKKI Jukka, PYYKKÖNEN, Jani Yli-oja & Mikko (2017). *Human and Technological Dimensions of Making in FabLab*. [online]. In: *The Design Journal*, DOI: 10.1080/14606925.2017.1353052. [cit. 2020-02-08]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14606925.2017.1353052?needAccess=true>

MINISTERSTVO KULTURY ČR, ©2020c. Zpracování systému rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů Ministerstvem kultury. In: *mrker.cz* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/zpracovani-systemu-rozvoje-a-podpory-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-ministerstvem-kultury-1883.html>

MINISTERSTVO KULTURY ČR, 2010. *Zelená kniha: Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*, In: *mkcr.cz* [online]. s. 21 [cit. 2020-01-13]. Dostupné z: https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/zelena-kniha-uvolneni-potencialu-kulturnich-a-tvurcich-odvetvi-2126.pdf

MINISTERSTVO KULTURY ČR, 2020a. Plán implementace Státní kulturní politiky na léta 2015–2020, In: *mkcr.cz* [online]. s. 108 [cit. 2020-01-13]. Dostupné z: https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/plan-implementace-3862.docx

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, ©2012. Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014–2020. In: *mpo.cz* [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/47605/54370/599916/priloha002.pdf>

MONITOR, ©2020. Informační portál Ministerstva financí [online]. Praha: Ministerstvo financí ČR, 2020 [cit. 2018-03-19]. Dostupné z: <https://monitor.statnipokladna.cz/2016/obce/de-tail/00283924#prehled>

MORISSET, Bruno, 2014. *Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces*. [on-line]. In: 2nd Geography of Innovation International Conference 2014. Utrecht University. [cit. 2020-01-24]. Dostupné z: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075/document>

PETCH, Zibby, 2015. The Urban Planner's Guide To Coworking: A Case Study Of Toronto, Ontario [online]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: https://digital.library.ryerson.ca/islandora/object/RULA%3A3662/datastream/OBJ/download/The_urban_planner_s_guide_to_coworking_a_case_study_of_Toronto__Ontario__.pdf

POHLER, Nina, 2011. *Coworking 101: A new definition*. [online]. In: *deskmag.com* [cit. 2020-01-24]. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-101-a-new-definition>

PRADO Gheysa, PELEGRINI Alexandre a CHAVES Liliane Iten, 2017. *Coworking and Design: a Social Innovation Case Study*. [on-line]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/320600521_Coworking_and_design_a_social_innovation_case_study

PRAVIDLA FILMOVÉHO FONDU STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍNA, 2018. In: *zlin.eu* [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://www.zlin.eu/clanky/dokumenty/6948/7vnnwdnxk9b6-x-pr-2018-pravidla-filmoveho-fondu-p1--priloha.pdf>

PRAVIDLA KULTURNÍHO FONDU, 2018. In: *zlin.eu* [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://www.zlin.eu/clanky/dokumenty/4025/mdmwsa91fyej-pravidla-kf-2018-p--priloha.pdf>

PROGRAM NA PODPORU AUDIOVIZUÁLNÍ TVORBY VE ZLÍNSKÉM KRAJI, 2019. In: *Kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/clanky/aktuality/15710/vyzva---program-kul-04-19.pdf>

PROGRAM NA PODPORU KULTURNÍCH AKTIVIT A AKCÍ ZK, ©2020. In: *kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/clanky/aktuality/15996/program-kul01-20.pdf>

PROGRAM PODPORY KULTURY STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍNA V LETECH 2019–2023, 2018. In: *zlin.eu* [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <http://www.zlin.eu/clanky/dokumenty/4204/kfxphftjm728-program-podpory-kultury-smz-v-letech-2019---2023-s-prilohou.pdf>

PROJEKTOVÁ KANCELÁŘ MINISTERSTVA KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY, ©2019a. Cíle Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů [online]. [cit. 2019-12-21]. Dostupné z: <http://projektovakancelar.mkcr.cz/wp-content/uploads/2019/10/C%C3%ADle-a-opatřen%C3%AD-10.10.2019.pdf>

PROJEKTOVÁ KANCELÁŘ MINISTERSTVA KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY, ©2019b. Cíle Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů: Aktualizace mapování KKP v ČR včetně strategických doporučení [online]. [cit. 2019-12-21]. Dostupné z: http://projektovakancelar.mkcr.cz/wp-content/uploads/2019/08/30_AKTUALIZACE-MAPOVANI.docx

RASMUSSEN, Einar, 2006. *Spin-off venture creation in a university context-An entrepreneurial process view* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://core.ac.uk/download/pdf/52060068.pdf>

SCOTT, A.J., 2006. *Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions*, *Journal of Urban Affairs* [on-line]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: <https://escholarship.org/content/qt77m9g2g6/qt77m9g2g6.pdf?t=lnq3ku>

SEDINI, Carla, Arianna VIGNATI a Francesco ZURLO, 2014. *Conceiving a (New) definition of hub for the development of a transnational network for creative companies*. In: *The Idea of Creative City: The urban policy debate | Cracow 17–18 October 2013* [online]. [cit. 2020-02-03]. ISBN 978-608-4642-18-3. Dostupné z: <http://eujournal.org/files/journals/1/books/Cracow2013.pdf>

SEET, Januel, ©2019. Extra Services Coworking Spaces Can Offer. In: *coworkingresources.org* [online]. [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: <https://www.coworkingresources.org/blog/extra-services-coworking-spaces-can-offer>

SMITH, Lynsey, ©2018. Creative Hubs. In: *Creative economy: British Council* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/hubs/>

SMITH, Richard a WARFIELD, 2007. *The Creative City: a matter of values* [online]. [cit. 2019-11-15]. Dostupné z: http://sites.utoronto.ca/isrn/publications/WorkingPapers/Working07/Smith07_CreativeCity.pdf

SMZ, ©2020. Oficiální stránky Statutárního města Zlína: úřední deska. In: *zlin.eu* [online], [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: https://www.zlin.eu/uredni_deska/13358/1_vř-dd-pnl--2020-ud.pdf

SPINUZZI, C, 2012. *Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity* [online]. *Journal of Business and Technical Communication*, roč. 26, č. 4, [cit. 2020-01-13]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Clay_Spinuzzi/publication/258143922_Working_Alone_Together_Coworking_as_Emergent_Collaborative_Activity/links/55ae627f08aee0799220db42/Working-Alone-Together-Coworking-as-Emergent-Collaborative-Activity.pdf

STRATEGIE ROZVOJE STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍN DO ROKU 2020. In: *zlin.eu* [online]. Zlín, 2012 [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <http://www.zlin.eu/clanky/dokumenty/2800/05e7fb05-0-strategie-zlin-2020-navrhova-cast-1-0.pdf>

STRATEGIE ROZVOJE ZLÍNSKÉHO KRAJE 2009–2020, In: *kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-03-22]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/docs/clanky/dokumenty/1228/srzk-2009-2020-aktualizace-final-2-0.pdf>

STRATEGIE ROZVOJE ZLÍNSKÉHO KRAJE 2030, In: *kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2020-03-22]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/docs/clanky/dokumenty/14192/srzk-2030-verze-cervenec-2019.pdf>

ŠTĚPANÍKOVÁ, Markéta, 2016. *Kulturní politika* [online]. Masarykova Univerzita [cit. 2020-01-13]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1422/podzim2016/MVV7919K/66914100/kulturni_politika.pdf

THE CREATIVE HUBS REPORT 2016, 2017. *Creative Hubs: Understanding the New Economy* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Janet_Merkel/publication/319245548_The_Creative_Hubs_Report_2016/links/599da98245851574f4b3482b/The-Creative-Hubs-Report-2016.pdf

TIC Zlín: události [online]. In: *facebook.com* [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: https://www.facebook.com/pg/TICZlin/events/?ref=page_internal

TIC, ©2020a. Technologické inovační centrum: O nás. [online]. In: *inkubatorzlin.cz* [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <http://www.inkubatorzlin.cz/o-nas/>

TIC, ©2020b. Technologické inovační centrum: Co-workingové centrum. In: *Technologické inovační centrum Zlín* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <http://www.inkubatorzlin.cz/co-working/>

TIC, ©2020c. *Akce*. [online]. In: *Inovační portál Zlínského kraje* [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://inovacnipodnikani.cz/akce/>

TIC, ©2020d. Inovační vouchery zlínského kraje jsou opět spuštěny. In: *Inovační portál Zlínského kraje* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://inovacnipodnikani.cz/zlinsky-kraj-chce-opet-podporit-firmy-pri-navazovani-spoluprace-oblasti-inovaci/>

TIC, ©2020e. Technologické inovační centrum Zlín: Konference Kreativní město Zlín [online], In: *inovacnipodnikani.cz*. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://inovacnipodnikani.cz/konference-kreativni-mesto-zlin/>

TIC, ©2020f. Technologické inovační centrum: Podnikatelský inkubátor. [online]. In: *inkubatorzlin.cz* [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <http://www.inkubatorzlin.cz/podnikatelsky-inkubator/>

TRÜBY, Johannes, Kathrin MÜLLER a Christian RAMMER, 2008. *The Role of Creative Industries in Industrial Innovation* [online]. [cit. 2020-01-14]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Christian_Rammer/publication/46457620_The_Role_of_Creative_Industries_in_Industrial_Innovation/links/59075cbc4585152d2e9ae65e/The-Role-of-Creative-Industries-in-Industrial-Innovation.pdf

U.S. RESEARCH REPORT, 2019. *Flexible Workspace and Coworking: Established, Expanding and Evolving* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/HubsReport.pdf>

UNESCO, 2013. *Creative Economy Report 2013* [online], 2013. [cit. 2019-11-28]. ISBN 978-92-3-001211-3. Dostupné z: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, 2010. *Creative Economy Report 2010* [online], [cit. 2019-11-08]. Dostupné z: https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *Creative Economy Report 2008* [online], [cit. 2019-11-28]. Dostupné z: https://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ, ©2020. Galerie G18. In: *utb.cz* [online]. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.utb.cz/home-projekty/rozvoj-univerzity/galerie-g18/>

UPPER, ©2020a. Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER: Prostory – UPPER. In: *upper.cz* [online]. [cit. 2020-02-13]. Dostupné z: https://upper.utb.cz/wp-content/uploads/2018/08/UPPER-cenn%C3%ADk_novy_DPH.pdf

UPPER, ©2020b. Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER: Události – UPPER. In: *upper.cz* [online]. [cit. 2020-02-13]. Dostupné z: <https://upper.utb.cz/akce/>

UPPER, ©2020c. Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER: Provozní řád pro objekt U11 UPPER (CKPP). In: *upper.cz* [online]. [cit. 2020-02-13]. Dostupné z: <https://upper.utb.cz/akce/>

UPPER: události [online]. In: *facebook.com* [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: https://www.facebook.com/pg/upperzlin/events/?ref=page_internal

ÚŘAD VLÁDY ČR, ©2016–2020. Informační systém výzkumu, experimentálního vývoje a inovací: Výzkum, vývoj a inovace podporované z veřejných prostředků. [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.rvvi.cz/cep?s=jednoduche-vyhledavani&ss=detail&n=0&h=TL02000255>

UTB, ©2020. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně: Regionální výzkumné centrum CEBIA-Tech [online], In: *fai.utb.cz* [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://fai.utb.cz/o-fakulte/zakladni-informace/struktura/ustavy/regionalni-vyzkumne-centrum-cebia-tech/o-nas/>

VÍTMACH, ©2018. *Vlastní hub pro kreativní průmysl? Představujeme HAX!* In: *Vít Mach* [online]. [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: <http://www.vitmach.cz/2018/06/21/vlastni-hub-pro-kreativni-prumysl-predstavujeme-hax/>

VLACH, Robert, ©2005–2020. Coworkingy. In: *navolnenoze.cz* [online]. [cit. 2020-02-13]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/coworkingy/>

VLACH, Robert, ©2015. Výsledky průzkumu: Jak se daří českým freelancerům? [online]. In: *navolnenoze.cz* [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/vysledky/>

VLACH, Robert, ©2018. *Vše, co jste kdy chtěli vědět o freelance ekonomice* [online]. In: *navolnenoze.cz* [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/freelancing/>

VLACH, Robert, ©2019. Na volné noze: K čemu je dobrý coworking [online]. In: *navolnenoze.cz*. [cit. 2020-03-24]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/k-cemu-je-dobry-coworking/>

VOKOUN, Marek, STEHLER, František, 2014. *Podnikatelský plán: studijní opora pro kombinovanou formu studia*. [online]. In: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích. [cit. 2020-01-26]. Dostupné z: http://www.enterprisingbehavior.eu/repository/medialib/user_273/Podnikatelsk_plan_opora.pdf

VÝROČNÍ ZPRÁVA O ČINNOSTI UTB 2016 [online], In: *utb.cz*. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: https://www.utb.cz/mdocs-posts/vz_cinnost_2016/

VÝROČNÍ ZPRÁVA O ČINNOSTI UTB 2017 [online], In: *utb.cz*. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://www.utb.cz/mdocs-posts/vyrocnizpravao-cinnosti-2017/>

VÝROČNÍ ZPRÁVA O ČINNOSTI UTB 2018 [online], In: *utb.cz*. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://www.utb.cz/mdocs-posts/vyrocnizpravao-cinnosti-2018/>

ZLIN DESIGN WEEK, ©2020a. Konference ZDW. In: *zlinedesignweek.com* [online]. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://zlinedesignweek.com/2020/konference/>

ZLIN DESIGN WEEK, ©2020b. Best in Design: o soutěži. In: *zlinedesignweek.com* [online]. [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://zlinedesignweek.com/2020/best-in-design/o-soutezi/>

ZLÍN FILM OFFICE, ©2020. O kanceláři. In: *zlinfilmoffice.cz* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.zlinfilmoffice.cz/zlin-film-office/o-kancelari>

ŽIVÝ ZLÍN, ©2020. Akce [online], [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://zivy-zlin.cz/akce/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CC	Coworkingové centrum
CCI	Cultural and creative industries
CI	CzechInvest
CKPP	Centrum kreativních průmyslů a podnikání
ČSÚ	Český statistický úřad
DEP	Digital Europe Programme
EK	Evropská komise
ERDF	Evropský fond pro regionální rozvoj
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
FAI	Fakulta aplikované informatiky
FMK	Fakulta multimediálních komunikací
Kč	Korun českých
KHKZK	Krajská hospodářská komora Zlínského kraje
KKO	Kulturní a kreativní odvětví
KKP	Kulturní a kreativní průmysly
Mld.	Miliarda
MSP	Malý a střední podnik
Např.	Například
NNO	Nestátní nezisková organizace
o.p.s.	Obecně prospěšná společnost
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
RIS	Regionální inovační strategie
RIS3	Národní výzkumná a inovační strategie pro inteligentní specializaci
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným

SMZ	Statutární město Zlín
SR	Státní rozpočet
SRZK	Strategie rozvoje Zlínského kraje
TA ČR	Technologická agentura České republiky
TIC	Technologické inovační centrum
Tis.	Tisíce
Tj.	To je
Tzv.	Tak zvané
ÚMK	Ústav marketingových komunikací
UNESCO	Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu
UP	Univerzita Palackého v Olomouci
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
ZK	Zlínský kraj

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Kreativita (UNCTAD, 2010, s. 3)	12
Obrázek 2 The Work Foundation's Concentric Circles Model (UNESCO, 2013, s. 24)	18
Obrázek 3 Rozdělení kreativních průmyslů (UNCTAD, 2008, s. 14).....	19
Obrázek 4 Vývoj počtu coworkingových center ve světě (Deskmag, ©2020).....	64
Obrázek 5 Vývoj vyhledávání pojmu coworking (GoogleTrends, ©2020b)	65

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Kulturní a kreativní průmysly podle EK (KEA, 2006, s. 3)	20
Tabulka 2 Kulturní a kreativní průmysly (UNESCO, 2013, s. 22)	20
Tabulka 3 Hodnoty coworkingu (Prago, Pelegrini a Chaves, 2017, s. 2).....	30
Tabulka 4 Oblasti činnosti KKP ve Zlíně (Albertina, ©2019, upraveno)	41
Tabulka 5 Subjekty dle počtu zaměstnanců (Albertina, ©2019, vlastní zpracování).	42
Tabulka 6 KKP dle typu subjektu (Albertina, ©2019, vlastní zpracování).....	42
Tabulka 7 Počty absolvovaných studií UTB FMK (Výroční zprávy o činnosti UTB 2016, 2017, 2018).....	43
Tabulka 8 Počty absolvovaných studií FAI UTB (Výroční zprávy o činnosti UTB 2016, 2017, 2018).....	45
Tabulka 9 Počet studentů ze ZK studujících v krajích ČR (KHKZK, ©2020)	45
Tabulka 10 Přírůstek obyvatelstva stěhováním ve Zlínském kraji dle věkových skupin (ČSÚ, ©2020).....	46
Tabulka 11 Skutečné výdaje na kulturu SMZ v tis. Kč (Monitor, ©2020)	52
Tabulka 12 Coworkingová centra v České republice (Robert Vlach, ©2005–2020, upraveno).....	66
Tabulka 13 Ceník služeb UPPER (UPPER, ©2020a)	67
Tabulka 14 Ceník coworkingu TIC (TIC, ©2020b)	69
Tabulka 15 Harmonogram projektu (vlastní zpracování).....	87
Tabulka 16 Rozpočet panelových diskuzí a kulatých stolů (vlastní zpracování).....	89
Tabulka 17 Riziková analýza projektu (vlastní zpracování)	90
Tabulka 18 Události Galerie G18 za rok 2019 (Facebook, ©2020).....	114
Tabulka 19 Coworkingová centra v ČR (Robert Vlach, ©2005–2020, upraveno) ..	115
Tabulka 20 Významné akce přádané UPPER za rok 2019 (UPPER, ©2020b, Facebook, ©2020)	119
Tabulka 21 Významné akce pořádané TIC Zlín za rok 2019 (TIC, ©2020c, Facebook, ©2020).....	120

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Události Galerie G18
- P II Seznam coworkingových center v České republice
- P III Akce pořádané Centrem kreativních průmyslů a podnikání UPPER
- P IV Akce pořádané Technologickým inovačním centrem Zlín s.r.o.

PŘÍLOHA P I UDÁLOSTI GALERIE G18

Tabulka 18 Události Galerie G18 za rok 2019 (Facebook, ©2020)

Termín	Název události
Prosinec–leden	Výstava Průzkumy tradice
Únor	Promítání Ovčáčka v G18
Únor	G18 Grand Prix
Únor	Výstava Divadelní plakát
Únor	Vernisáž výstavy (Ne)viditelné vzory
Duben	Jóga v galerii?
Duben	Komentovaná prohlídka (Ne)viditelné vzory
Květen	Gallery Tour 2019
Květen	Vernisáž výstavy Foodprint
Květen	Výstava Foodprint
Květen	Dostihy robotů 3
Květen	O poklad paní galerie
Říjen	Empty opening party: Arts Management FMK UTB
Říjen–listopad	Vernisáž výstavy Stopy krajiny
Listopad	Den otevřených dveří Arts Management FMK UTB
Listopad	Komentovaná prohlídka Stopy krajiny
Listopad	Cestovatelská přednáška G18
Listopad	Malířský workshop v plenéru ve Zlíně
Listopad	Workshop s Véronique Firkusny
Listopad	Magda Stanová: Listopad ve městě
Prosinec	Vernisáž výstavy Rozum versus cit

PŘÍLOHA P I: COWORKINGOVÁ CENTRA V ČESKÉ REPUBLICE

Tabulka 19 Coworkingová centra v ČR (Robert Vlach, ©2005–2020, upraveno)

Město	Název coworkingového centra	Poznámka
Praha	Impact Hub Praha D10	Impact Hub Passport
	Impact Hub Praha K10	Impact Hub Passport
	Sněmovní 7	Možnost ubytování
	Locus Workspace	CC fungující v angličtině, otevřeno 24/7
	In-Spiro	Otevřeno 24/7
	Opero	
	Svět HUB	
	Baby Office	S miniškolkou a kavárnou
	Mam prostor	S chůvou a dětským koutkem
	R14 hub	
	FutLab	S dílnou
	Urban Plan Hub	
	Locco	
	Paper Hub	
	Business Link	
	Node5	CC a start-up inkubátor
	WorkLounge Karlín a Václavské náměstí	
	HubHub Na Příkopě 14 a Palác Ara	
	Pracovna	S kavárnou
	Pracovna v parku	
	CoWorking Prague – free2work	
	Pracovna Ženy s.r.o.	Také v dalších městech
	Mumraj	S hlídáním dětí a kavárnou
	Studio ALTA	
	InVision LABS Coworking	
	Animika hub	Pouze pro skupiny
	Lemarket	
	Arcturia	
	Design Friendly cup&hub	

	Název coworkingového centra	Poznámka
Praha	Prague Startup Market	
	Disemo Shared Office	Určeno pro designéry
	Ponk Space	Komunitní dílna pro kutily, designéry a řemeslníky
	Vzletná	
	Microsoft Coworking Space	
	Jurispac	Pro advokáty
	ArchiHUB	
	Office // Kancl	
	Prostor39	
	Přístav	
	Co-Working Holešovice	
	Komunitní rodinné centrum Jahoda Albertov	S hlídáním dětí, kavárna
	Lampárna Lidická	
	Meandr Řevnice	
	Brno	Impact Hub Brno
Brain Farm		
EDUnesto		
The Distillery: Social Reactor		
Branta Workspace		Přístup 24/7
Melvil Space		Pouze po předchozí domluvě
Cowo Brno		
Mitrovski		
Nový tvůrčí prostor v Brně		
KoPlac		
Coworkin		Hodinový tarif
Mo-cha		
TechNest		Technologicky zaměřené
Ostrava	Impact Hub Ostrava	Impact Hub Passport
	Skillsfighters	
	Kovork	
	Coworking Ostrava	Malá sdílená kancelář
Hradec Králové	Coworking TCHK	

	Název coworkingového centra	Poznámka
Hradec Králové	Bio Central	
České Budějovice	Cowo CB	První den zdarma
Liberec	CML	
	KultiVAR	
	Lipo.ink	
Olomouc	Vault 42	Partnerem UP v Olomouci
	Coworking Olomouc	
	Telegraph Hub	
Pardubice	Coworking Pardubice	
	DeskRoom	
	P-PINK	
Plzeň	Coworking DEPO2015	
	Makerspace	Pro řemeslníky
	TechHeaven HUB	Pro vývojáře a IT
Prostějov	ProstěWork	Zahájen zkušební provoz – služby zdarma
Ústí nad Labem	Central Node	
	S-dílna	Inovační centrum Ústeckého kraje
Zlín	TIC	CC, podnikatelský a virtuální inkubátor
	Centrum kreativních průmyslů a podnikání UPPER	CC, ateliéry, meeting room, open space
	Hub HAX	Komunitní centrum z iniciativy absolventů FMK UTB
Beskydy	Retreat	Pro týmy, pouze na objednávku
Bílovec	BCowork	Zvýhodněný studentský tarif
Brandýs nad Labem–Stará Boleslav	CoWorking BoBr	
Buštěhrad	Buštěhradský pelíšek	S hlídáním dětí
Český Těšín	Co-working	
Havířov	Centrum pro podporu podnikání a zaměstnanosti	
	Merkur coworking	S hlídáním pro děti
Havlíčkův Brod	Hubbr	Otevřeno 24/7, možnost hodinového tarifu
Karviná	BusinessGate	

	Název coworkingového centra	Poznámka
Humpolec	COWORK:S	Prostory pro přednášky pro místní občany zdarma
Jeseník	Cowork Jes	Možnost jednorázového vstupu – denní tarif
Kadaň	Coworking Radka	Není nutná rezervace
Kolín	Coworking Kolín	
	Prostor plus	
Litoměřice	Litohub	
Litomyšl	Kočárovna	Možnost jednorázového vstupu
Luhačovice	Coworking Vincent	
Opava	LoveCoWork	
	Covarna	
Přerov	COWorking Přerov	Hodinový tarif
Příbor	Sdílená kancelář CC Příbor	
Příbram	Cowárna	Zvýhodnění všech tarifů pro studenty – přidělen dvojnásobek hodin
Svitavy	Cowork	
Tábor	CoWorking Tábor	
Teplice	Cowosedlice	V Novosedlicích
Uherské Hradiště	Hnízdo	Možnost hodinového coworkingu
Roudnice nad Labem	Cwrk JzD	Možnost mini členství

PŘÍLOHA P III AKCE POŘÁDANÉ CENTREM KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A PODNIKÁNÍ UPPER

Tabulka 20 Významné akce přádané UPPER za rok 2019 (UPPER, ©2020b, Facebook, ©2020)

Termín	Název události
07.01.2019	Poradenství a konzultace v oblasti podnikání ekonomiky podniku, účetnictví a daní
20.02.2019	Podnikatelský seminář: Podnikatelský rozvoj, start-up projekty, řízení firmy
22.02.2019	Interaktivní workshop: Cesta k úspěchu
27.03.2019	Posvátná kráva marketingu? Jak na značku od strategie po identitu
10.04.2019	Podnikatelský seminář: Podnikatelský rozvoj, start-up projekty, řízení firmy
24.04.2019	Pravá tvář startupu
14.05.2019	Příliš velké šatníky na tak malou planetu
31.05.2019	Den otevřených coworkingů
02.10.2019	Konference re(START)
15.10.2019	Tvorba osobní vize – objev svoji cestu ke spokojenému životu
16.10.2019	Ladybaker: od účetnictví k tomu, co mě baví a živí
22.11.2019	Startup Weekend Zlín

PŘÍLOHA P IV AKCE POŘÁDANÉ TECHNOLOGICKÝM INOVAČNÍM CENTREM ZLÍN S.R.O.

Tabulka 21 Významné akce pořádané TIC Zlín za rok 2019 (TIC, ©2020c, Facebook, ©2020)

Termín	Název události
24.01.2019	Fenomén 4.0 – jen technologie nestačí
11.02.2019	Jak být (ne)úspěšný aneb startup z hlediska práva a daní
13.02.2019	Jak přežít mezigenerační obměnu ve firmě
05.03.2019	Seminář na téma „dotace, granty aneb jak získat finance“
06.03.2019	II. Kulatý stůl problematice technologických trendů ve Zlínském kraji
12.03.2019	Seminář pro žadatele o dotaci z programu podpory Technologie Průmysl 4.0 OP PIK
19.03.2019	Workshop: Jak na financování start-upu?
08.04.2019	Cirkulární ekonomika jako příležitost pro byznys
11.04.2019	Rodinný holding a jeho význam v mezigenerační obměně
18.04.2019	Seminář o tuzemských i zahraničních možnostech financování VAVI
30.04.2019	Workshop: Ovládněte Facebook a Multichanel Marketing
22.05.2019	Workshop: Digitalice výrobních procesů
31.05.2019	Den otevřených coworkingů
25.06.2019	II. Setkání personalistů a HR manažerů Zlínského kraje
17.09.2019	Debata s ministrem zahraničních věcí Tomášem Petříčkem
24.09.2019	Technologie Apple pro váš byznys
25.09.2019	Dotační možnosti pro podnikatele
09.10.2019	TICtalks: Lidí z baru – Brněnský příběh
23.10.2019	Digitalizace firemních procesů s Filipem Pleváčem – druhý běh
05.11.2019	Popularizace a medializace výzkumu a vývoje a práce s medií
06.11.2019	Roadshow czech start-up stories – edition Zlín
13.11.2019	Kreativní Evropa
21.11.2019	TICtalks: Dan Tržil – Kouzlo podcastů
03.12.2019	TICtalks: Marek Švehlík – Sřet podnikatele s úpadcem