

Analýza významu kreatívnej ekonomiky pre ekonomický rast.

Martin Macko

Bakalárska práca
2008



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav ekonomie
akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martin MACKO**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**

Téma práce: **Analýza významu kreativní ekonomiky pro ekonomický růst**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- **Charakterizujte kreativní ekonomiku.**

II. Praktická část

- **Analyzujte současný stav kreativního průmyslu ve Slovenské republice.**
- **Analyzujte vývoj kreativního průmyslu Slovenské republiky v porovnání s průměrem Eurozóny.**
- **Vytvořte predikci budoucího vývoje podílu kreativního průmyslu ve Slovenské republice a průměru Eurozóny k HDP republiky a Eurozóny v letech 2008, 2009 a 2010.**

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

Seznam odborné literatury:

1. RAY, H. Paul, ANDERSON, Sherry Ruth. The Cultural Creatives : How 50 Million People Are Changing the World. USA : Three Rivers Press, 2001. 384 s. ISBN 978-0609808450.
2. DEMNOND, Hui. A study on creativity index. Hong Kong, 2005. 102 s. štúdia.
3. HKSAR, Vláda. Study on the Relationship between Hong Kong's Cultural & Creative Industries and the Pearl River Delta ., 2006. 337 s. Vedoucí štúdie Desmond Hui. štúdia.
4. KEA, European Affairs. The economy of culture in Europe. Study prepared for the European Com-mission . 2006, no. první, s. 355. štúdia.
5. HOWKINS, John. The Creative Economy : How People Make Money from Ideas. Penguin Global, 2002. 288 s. ISBN 978-0140287943.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Jitka Kloudová, Ph.D.
Ústav ekonomie
Datum zadání bakalářské práce: 21. března 2008
Termín odevzdání bakalářské práce: 23. května 2008

Ve Zlíně dne 21. března 2008



doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkan



Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Cieľom tejto bakalárskej práce je primárne analyzovať stav a vývoj sektora kreativity a kultúry v spoločnej ekonomike krajín Európskej ekonomickej zóny ako aj konkrétne Slovenskej republiky. Práca v teoretickej časti podáva ohraničenie termínu kreatívnej ekonomiky využitého pre vyhodnotenia v Európe, podáva informácie o rozdielnych portfóliách hodnotení v USA, Číne a Európe a vysvetľuje dôvody týchto rozdielov. Následne práca informuje o dvoch kritických databázach, zdrojoch dát z ktorých práca základne vychádza pre jej praktickú časť. V praktickej časti sa práca venuje samotným analýzám a vyhodnoteniam stavu a vývoja kreatívnej ekonomiky v krajinách Európskej ekonomickej zóny a v Slovenskej republike.

Kľúčové slová: kreativita, kultúra, ekonomika, pridaná hodnota, HDP, nezamestnanosť, inflácia, portfólio, sektory;

ABSTRACT

The objective of this thesis is primarily to analyse a state and development of cultural and creative sector of European Economic Area countries as well as to concentrate further on Slovak republic. Thesis in its theoretical section provides delimitation of a term creative economy used for studies in Europe and provides information about different portfolios used for studies in USA, China and Europe. In addition, the thesis explains reasons behind these differences. Finally, it provides information about two critical databases used as sources of data which are a foundation of practical section. Practical section is then devoted to analysis of the state and development of creative economy in European Economic Area countries and Slovak republic.

Keywords: creativity, culture, economy, value added, GDP, unemployment, inflation, portfolio, sectors;

Pod'akovanie:

Touto cestou ďakujem váženej pani doc. Ing. Jitke Kloudovej, Ph.D. za uvedenie do témy kreatívnej ekonomiky a podnet na vypracovanie bakalárskej práce na túto tému.

Vyhlásenie:

Vyhlasujem, že som túto prácu vypracoval samostatne s uvedením všetkých použitých zdrojov.

OBSAH

ÚVOD.....	7
I TEORETICKÁ ČASŤ	9
1 CHARAKTERISTIKA KREATÍVNEJ EKONOMIKY	10
1.1 VÝZNAM KREATÍVNEJ EKONOMIKY NA DOSIAHNUTIE LISABONSKÝCH CIEĽOV.....	11
2 VÝSTUPY KREATÍVNEHO PRIEMYSLU	12
2.1 ROZDIELNE VÝSTUPY PRE USA, ČÍNU A EURÓPU	13
2.1.1 USA.....	13
2.1.2 Čína	13
2.1.3 Európa	14
2.2 PORTFÓLIO SEKTOROV POUŽITÉ PRE MERANIA V EURÓPSKEJ EKONOMICKEJ OBLASTI.....	15
3 KRITICKÉ ZDROJE DÁT	17
3.1 AMADEUS	17
3.2 EUROSTAT	19
II PRAKTICKÁ ČASŤ	20
4 KRAJINY EURÓPSKEJ EKONOMICKEJ ZÓNY A ICH PRÍSPEVKY KU RASTU HDP EURÓPY	21
4.1 ZLOŽENIE SEKTOROV EKONOMIKY PODĽA ICH PRÍSPEVKOV KU RASTU CELKOVÉHO HDP EURÓPSKEJ EKONOMICKEJ ZÓNY	21
4.2 VÝVOJ RASTU PRÍSPEVKU KREATÍVNEHO A KULTÚRNEHO SEKTORA KU EKONOMICKÉMU RASTU KRAJÍN EURÓPSKEJ EKONOMICKEJ ZÓNY	24
4.3 ANALÝZA A PRÍSPEVKOV KREATÍVNEHO SEKTORA ČLENSKÝCH ŠTÁTOV KU HDP EURÓPSKEJ ÚNIE.....	26
4.3.1 5 najväčších členských štátov.....	26
4.3.2 Slovenská republika	26
5 ANALÝZA POSTAVENIA KREATÍVNEHO A KULTÚRNEHO SEKTORA SLOVENSKEJ REPUBLIKY V EU	28
5.1 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU A PREDIKCIA BUDÚCEHO VÝVOJA	28
ZÁVER	33
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	34
ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK	36
ZOZNAM GRAFOV	37
ZOZNAM OBRÁZKOV	38
ZOZNAM TABULIEK	39
ZOZNAM PRÍLOH	40

ÚVOD

„Musíme súťažiť v každej oblasti. My v Európe nemáme lacnú pracovnú silu, nemáme veľké zásoby nerastných surovín. Jedinú vec, ktorú máme, sú naše vedomosti a našu kreativitu. Toto sú naše silné stránky, preto im musíme venovať pozornosť a vieme ako to spraviť. Musíme inovovať, byť najinovatívnejšou, technologicky najvyvinutejšou a najvyvinutejšou ekonomikou v oblasti kvality, trvalej udržateľnosti a sociálnej zodpovednosti na svete,“ povedal viceprezident európskej komisie a komisár pre podnikanie a priemysel Günther Verheugen na stretnutí Europe INNOVA¹.

Vo Valencii v novembri 2006 sa stretli na významnej konferencii Europe INNOVA 2006 po iniciatíve regionálnej správy a európskej komisie zástupcovia priemyselných oblastí, výskumníci a politici. Cieľom stretnutia bolo prediskutovať pozíciu Európy na dnešnom globálnom trhu a jej budúce pokračovanie a smerovanie s cieľom trvalej udržateľnej konkurencieschopnosti. Predstavitelia Európskej únie upriamujú čoraz väčšiu pozornosť na budúce ekonomické postavenie Európy, pretože si uvedomujú pritvrdzujúce sa konkurenčné prostredie na globálnom trhu. Štáty Latinskej Ameriky sú krajinami s veľkými zásobami nerastných surovín a ľudského potenciálu, pričom ekonomický rast za posledné roky je omnoho väčší ako tomu bolo doteraz.² Ekonomický rast Číny je najrýchlejší za posledných 13 rokov a za rok 2007 dosiahol rast HDP hodnotu 11,4%.³ Pričom Európa nie je schopná konkurovať Číne nižšími nákladmi na pracovnú silu i v prípade, že by do Európskej únie bolo prijaté Turecko.⁴

Z tohto dôvodu je kriticky potrebné aby si Európa zvolila smer ktorým pôjde ak má snahu zachovať si svoje ekonomické postavenie. Ako spomenul pán Günther Verheugen, Európa

¹ GÜNTHER, Verheugen. *Europe INNOVA 2006* [on-line]. 2006 [cit. 2008-05-10]. Dostupný z WWW: <mms://webstream.ec.europa.eu/scic/entr/The_Key_to_Innovation_doc.wmv>.

² O'GRADY, Mary Anastasia. *Peru's Born : Again Free Marketeer*. The Wall Street Journal [on-line]. 2008 [cit. 2008-05-09]. Dostupný z WWW: <<http://online.wsj.com/article/SB120977171596164055.html>>.

³ *Rast čínskej ekonomiky vlani dosiahol 11,4 %*. O peniazoch [on-line]. 2008 [cit. 2008-01-26]. Dostupný z WWW: <<http://openiazoch.zoznam.sk/info/zpravy/zprava.asp?NewsID=58896>>.

⁴ Prof. Butt, Alan Philips, *Britain and the EU.*, 26. 3. 2008, Fakulta sociálnych vied, Inštitút medzinárodných štúdií, Univerzita Karlova v Prahe, Jinonice, Praha, Česká republika, kurz.

musí inovovať a to v každej oblasti a jeho myšlienky dobre nadväzujú na vytýčenú Lisabonskú stratégiu z marca 2000, ktorej ambíciou je spraviť do roku 2010 Európsku úniu najkonkurencieschopnejšou a dynamicky znalostnou ekonomikou na svete.⁵

Rola kreatívneho a kultúrneho sektora v tejto ambícii bola značnú dobu ignorovaná. Jedným z dôvodov bol nedostatok štatistických nástrojov potrebných pre vyhodnotenie údajov a dôležitosť tohto sektora ako aj abstraktnosť hodnôt istých oblastí kreativity a kultúry, ktorá robí merateľnosť ekonomického významu o to zložitejšou.

Cieľom tejto práce je preto v teoretickej časti charakterizovať pojem kreatívna ekonomika, charakterizovať zloženie sektorov kreatívneho priemyslu, podať informácie o kreatívnom indexe a jeho merateľnosti, zaoberať sa rozdielnosťami v meraniach v USA, Číne a Európe a charakterizovanie meraní a zdrojov dát meraní použitých v tejto práci.

Práca využíva ako podkladový materiál štúdiu vypracovanú spoločnosťou Media Group v spolupráci s výskumnou a konzultačnou spoločnosťou MKW Wirtschaftsforschung GmbH, údaje z databázy AMADEUS do ktorej mi bol umožnený prístup po konzultácií s Rudolfom Cevalom, údaje z internetových stránok Medzinárodného menového fondu, údaje z databázy Eurostat, Slovenského štatistického úradu a ďalších materiálov menovaných v kapitole Použitá literatúra.

⁵BROCKOVÁ, Ingrid. *Stratégia znalostnej ekonomiky na Slovensku*. World Bank Group [on-line]. 2006 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <http://www.edi.fmph.uniba.sk/kalas/rozne_dokumenty/znalostna_ekonomika.ppt>.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 CHARAKTERISTIKA KREATÍVNEJ EKONOMIKY

Kreatívna ekonomika štátu je časť ekonomiky tvorená sektormi, zloženými z odvetví, ktoré sú v tom štáte považované za odvetvia produkujúce výrobky alebo služby primárne kultúrneho charakteru, alebo ich pridaná hodnota je založená na odvetví kreativity alebo kultúry alebo sú to výrobky a služby, ktoré do tohto sektora nepatria primárne, no sú s ním silne späté.⁶ Táto definícia, respektíve ohraňovanie pojmu kreatívnej ekonomiky je návrhom pojmu a chápania pre využitie v štátoch Európskej ekonomickej zóny (ďalej ako krajiny EEA alebo EEA). Do dnešnej doby nebol ustanovený žiaden celosvetovo uznaný štandard v otázke pojmu kreatívnej ekonomiky a jej charakteristického indexu. Z tohto dôvodu nachádzame markantné rozdiely vo výpočtoch výkonnosti kreatívnych a kultúrnych sektorov ekonomík, ktoré tieto krajiny previedli. Závbery všetkých štúdií sa ale zhodujú v 4 bodoch:

- kreatívny a kultúrny sektor ekonomiky rastie rýchlejším tempom ako väčšina ostatných sektorov
- kreatívny a kultúrny sektor začína zastávať popredné miesto medzi ostatnými sektormi v oblasti pridanej hodnoty ku HDP krajiny a ekonomického spoločenstva v ktorom krajina pôsobí
- je nevyhnutné stanoviť spôsob merania výkonnosti kreatívneho a kultúrneho sektora tak, aby bolo možné čo najobjektívnejšie merať a porovnávať jeho výkonnosť
- existuje prekážateľná závislosť medzi rastom životnej úrovne a rastom pridanej hodnoty kreatívneho a kultúrneho sektora

Štúdie sa taktiež v pozadí zhodujú na prekážkach, ktoré sú kladené hlavne v treťom bode objektivity merateľnosti a komparativity výkonnosti sektora, pretože samotní autori diel spadajúcich do odvetví kreativity a kultúry argumentujú mnohokrát proti finančnému hodnoteniu umenia, ktoré si má ponechať abstraktnú hodnotu. Nasledujúcou otázkou je kategorizácia oblastí, ktoré do odvetvia kultúry a kreativity patriť majú a ktoré nie a akou váhou a hodnotou do nich majú patriť. Táto otázka predstavuje v detailnej kategorizácii selekciu abstraktných položiek.

⁶MKW WIRTSCHAFTSFORSCHUNG, GmbH, MEDIA, Group. *The economy of culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. 2006, no. 1, s. 355. Dostupný z WWW: <<http://www.keanet.eu/>>.

1.1 Význam kreatívnej ekonomiky na dosiahnutie lisabonských cieľov

V marci roku 2000 na stretnutí hláv štátov Európskej únie a Európskeho parlamentu v Lisabone bol stanovený jasný cieľ: „spraviť Európsku úniu najsúťaživejšou a dynamicky vedomostne založenou ekonomikou sveta, schopnou udržateľného ekonomického rastu ponúkajúcou väčšie množstvo a kvalitnejšie zamestnanie a súčasne väčšiu sociálnu kohéziu“⁷ Keďže kreatívny sektor prispieva ku rastu HDP Európskej únie kriticky dôležitou časťou, ako bude podložené faktami v praktickej časti práce, je nevyhnutné preto definovať a charakterizovať kreatívnu ekonomiku ako aj z dôvodu neexistujúceho konsenzu jednotnej svetovej terminológie a jej nevyhnutnosti pre túto prácu. Po preštudovaní mnohých zdrojov je až prekvapujúce aké množstvo rozdielnych termínov je používaných pre charakterizovanie ekonomiky kultúry. Kultúrny priemysel, priemysel autorských práv, priemysel obsahu, zážitková ekonomika, kreatívny biznis sektor, kultúrny a komunikačný priemysel, priemysel médií, znalostná ekonomika a ďalšie termíny ktoré prispievajú ku nejednotnosti výstupov a zložitosti hodnotenia. Nejednotnosť pojmov a ich výstupov kladie ďalší dôraz na jasné definovanie zloženia kreatívne ekonomiky ako aj zdrojov dát na základe ktorých sú vytvorené závery.

⁷SAETERSDAL , Katarina. *EFTA FOLLOW-UP TO THE LISBON STRATEGY*. Report. 2002, no. 1, s. 6.

2 VÝSTUPY KREATÍVNEHO PRIEMYSLU

Merania výstupov kreatívneho priemyslu v Číne sú v súčasnej dobe založené na indexe kreativity, ktorý je výsledkom snahy definovania kreatívneho priemyslu a portfólia sektorov ho tvoriacich v štúdií Study on creativity index pod vedením Desmond Huiho. Práca je položená na základoch modelu 3T od Richarda Florida, Tinaliho indexe kreativity a indexe kreatívnej komunity vytvorenom v Silicon Valley pričom sa snaží vyrovnat' skreslenia a výchylky v hodnotení. Hodnotením kreatívneho priemyslu v USA je poverená nezisková organizácia Americans for the arts a využíva samostatne zvolené portfólio ktorého zloženie je uvedené v prílohe (Príloha P I) a v Európe sa používal donedávna „Euro-Creativity Index“ ktorý bol založený taktiež na práci Richarda Florida ktorá je v dnešnej dobe považovaná za hodnotiacu s príliš veľkými odchylkami.⁸ Z tohto dôvodu bola pre prácu použitá štúdia, ktorá nie je založená ani na základoch čínskeho indexu kreativity ani na základoch iných predchádzajúcich modelov, no bol zvolený samostatný prístup na meraní jednotlivých konkrétnych ekonomických údajov pre všetky zvolené sektory v portfóliu. Toto zdanlivo nerealizovateľné meranie bolo umožnené využitím databázy AMADEUS, ktorá obsahuje finančné informácie z vyše 9 miliónov spoločností pôsobiacich v Európe a štatistickej databázy Eurostat, ktorá kombinuje štatistické údaje z krajín Európskej únie, krajín EFTA a kandidujúcich krajín. Takto rozsiahly štatistický súbor umožňuje vytvoriť doteraz najkonkrétnejší obraz o stave kreatívneho priemyslu.

⁸DESMOND, Hui, *Open Forum – Session 3.*, 2006, Asia Cultural Co-operation Forum 2006, transkript príhovoru. 5 s. Dostupný z WWW:

<<http://www.accfhk.org/ACCF2006%20Transcript/Session%203/Desmond%20HUI.pdf>>.

2.1 Rozdielne výstupy pre USA, Čínu a Európu

Portfólio kategórií tvoria sektory ekonomiky ktorých spoločnosti, organizácie, agentúry, jednotlivci tvoria základňu pre štatistický súbor použitý na meranie výkonnosti kreatívneho priemyslu. Keďže do dnešnej doby neexistuje konsenzus nielen v terminológií ale taktiež aj v samotnom portfóliu, výstupy meraní jednotlivých krajín nemôžu byť objektívne porovnávané. Len v samotnej Európe existujú 4 rozdielne prístupy:

- kreatívny priemysel – prístup Spojeného kráľovstva
- kultúrny priemysel – francúzsky prístup
- zážitková ekonomika – nórsky prístup
- špecificky študované sektory – používané v Írsku, Poľsku, Portugalsku, Slovensku a Španielsku

2.1.1 USA

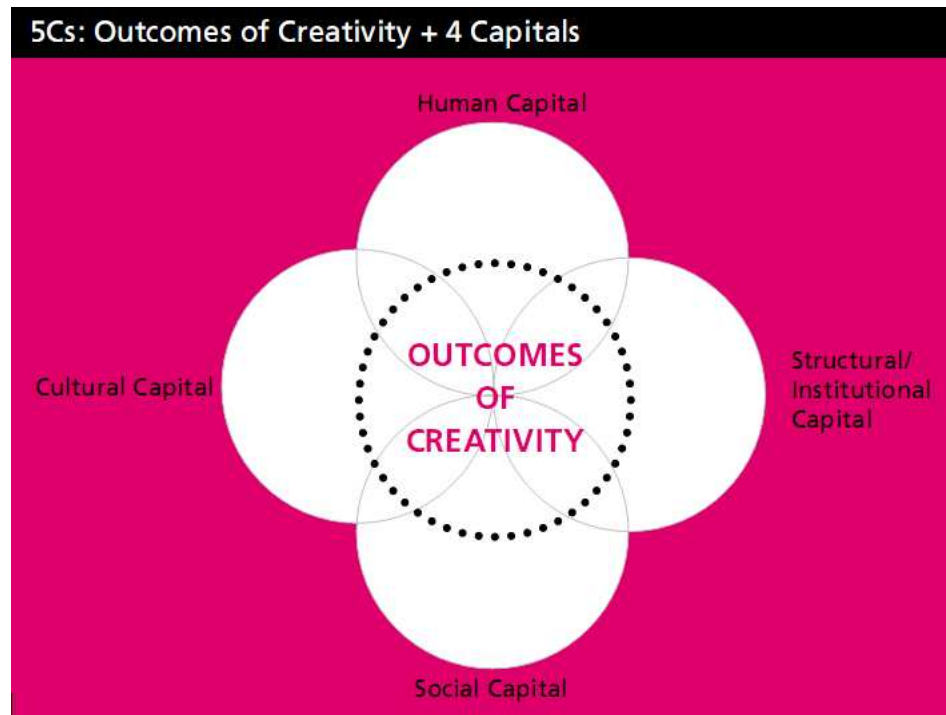
Spojené štáty Americké využívajú pre hodnotenie stavu a progresu kreatívneho priemyslu portfólio sektorov spoločne nazývaných „arts-centric“⁹ ako je znázornené v prílohe (Príloha P D) a spoločnosti obsiahnuté v meraniach sú nazývané „arts-centric businesses“. V hodnotení kreatívneho priemyslu v USA je využité podobné portfólio spoločností ako v európskej štúdií no jednou z hlavných nekompatibilití údajov je fakt, že americká štúdiá nevyužíva pre hodnotenie hodnoty obratu a pridanej hodnoty ku národnému HDP.

2.1.2 Čína

Výstupy a hodnotenia kreatívnej ekonomiky sú v súčasnej dobe v Číne založené primárne na modeli 3T (talent, technológia a tolerancia)¹⁰ od Richarda Florida, ktorý na základe svojho modelu vytvoril hodnotenie kreatívnej ekonomiky aj pre Európu a na hodnotení 5C: ľudský kapitál (human capital), kultúrny kapitál (cultural capital), sociálny kapitál (social capital), štrukturálny a inštitucionálny kapitál (structural and institutional capital) a na výstupoch kreativity (outcomes of creativity)¹¹ ako znázorňuje obrázok (Obr. 1)

⁹AMERICAN FOR THE ARTS. *Creative Industries 2005* : The Congressional Report. Report. 2005, no. 1, s. 20. Dostupný z WWW:

<http://ww3.artsusa.org/pdf/information_resources/creative_industries/the_congressional_report.pdf>.



Obr. 1 – princíp 5C využitý pre hodnotenie indexu kreativity v Číne

2.1.3 Európa

Z vyššie uvedených dôvodov rozptylov vo výpočtoch jednotlivých použitých metód bola pri štúdií na ktorej je založená moja práca použitá metóda kombinujúca údaje z databázy AMADEUS a Eurostat primárne. Navrhovaná definícia kreatívnej ekonomiky je založená na princípe ohraničenia pojmu ekonómia kultúry nasledovne:

- **kultúrny sektor** - pozostávajúci z tradičných oblastí umenia a kultúrneho priemyslu, ktorého výstupy sú prioritne kultúrneho charakteru
- **kreatívny sektor** - zahŕňa zvyšné oblasti priemyslu a aktivít, ktoré používajú kultúru ako pridanú hodnotu pre produkty nie kultúrneho charakteru primárne.⁶

¹⁰FLORIDA, Richard. *The Rise of the Creative Class*. New York : Basic Books, 2003. 434 s. ISBN 978-0465024773

¹¹ DESMOND, Hui. *A study on creativity index*. Hong Kong, 2005. 102 s. štúdia. Dostupný z WWW: <http://ccpr.hku.hk/HKCI-InterimReport.pdf>

2.2 Portfólio sektorov použité pre merania v Európskej ekonomickej oblasti

Za účelom šetrenia štatistického súboru bol navrhnutý takzvaný radiačný proces, ktorý je založený na centre, mieste ktoré predstavuje primárny zdroj kreatívnych myšlienok a vyžaruje smerom von z centra tie myšlienky, ktoré sú kombinované následne s ďalšími vstupmi za účelom produkcie širšieho a širšieho spektra produktov.⁶

Tento takzvaný radiačný proces umožňuje identifikáciu rôznych sektorov a aktivít pokrytých v ekonomii kultúry. Rozdelenie je nasledovné:

- **centrum** – oblasť primárneho umenia – neindustriálne kultúrne produkty
- **prvý okruh** – kultúrny priemysel – výstupy primárne kultúrneho charakteru
- **druhý okruh** – kreatívny priemysel a aktivity – zahŕňa funkčné výstupy obsahujúce elementy centra a prvého okruhu
- **tretí okruh** – pridružený priemysel – priemysel, ktorý nie je priamo súčasťou kultúrneho a kreatívneho sektoru, no je s ním silne spätý

Nasledujúca tabuľka (Tab. 1) obsahuje rozdelenie oblastí, sektorov a subsektorov tvoriacich portfólio pre štatistické merania výstupov kultúrneho a kreatívneho priemyslu.

Tab. 1 – navrhnuté ohraničenie kultúrneho a kreatívneho sektora

Oblasť	Sektory	Subsektory
Oblasť primárneho umenia	vizuálne umenie	remeselníctvo, maľba, sochárstvo, fotografia
	hrané umenie	divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	dedičstvo	múzeá, knižnice, archeologické náleziská, archívy
	film a video	
	televízia a rádio	
Prvý okruh - kultúrny priemysel	video hry	
	hudba	trh nahrávanej hudby, živé hudobné predstavenia, príjem z licenčných poplatkov za reprodukované diela
	knihy a tlač	publikácia hudby a tlač kníh a časopisov
Druhý okruh - kreatívny priemysel a aktivity	dizajn	módny dizajn, grafický dizajn, dizajn interiérov a produktov
	architektúra	
	reklamná a inzertná činnosť	
Tretí okruh - pridružený priemysel	výrobcovia počítačov, prenosných prehrávačov audio a video záznamov, priemysel s prenosnými komunikačnými zariadeniami	

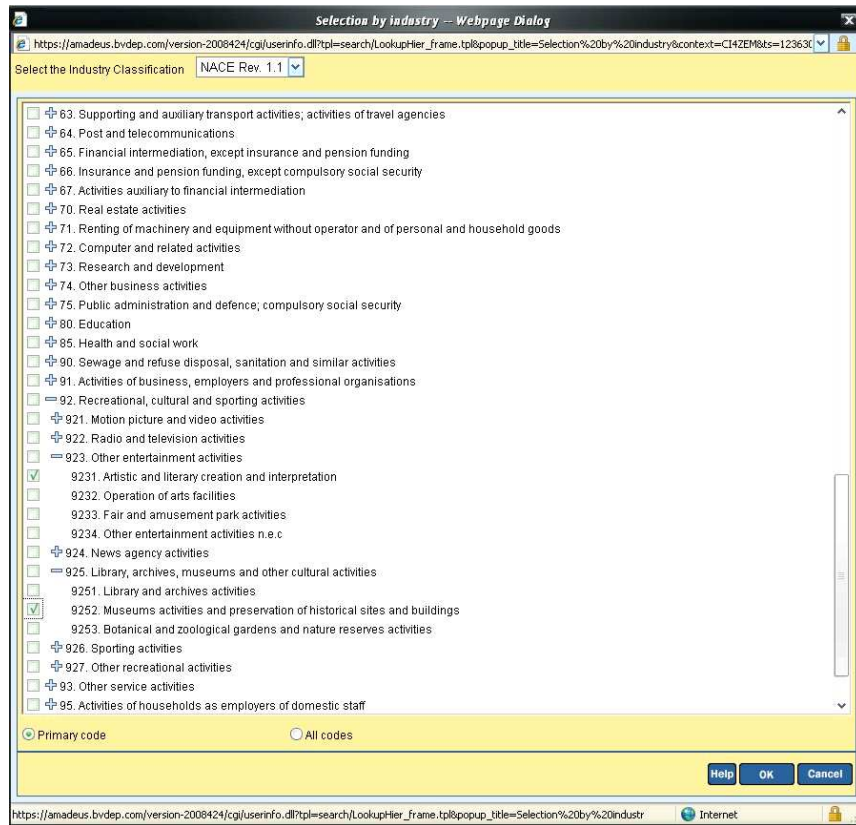
3 KRITICKÉ ZDROJE DÁT

V záujme relevantného objektívneho šetrenia poskytujúceho čo najpresnejší obraz o výkonnosti kreatívneho a kultúrneho priemyslu je nutné využiť zdroje informácií ponúkajúce dáta tak ako z privátneho tak z verejného sektora. Práve z tohto dôvodu boli pre tento účel využité dva najrozsiahlejšie zdroje dát dostupné v Európskej ekonomickej zóny a to databáza AMADEUS a databáza Eurostat.

3.1 AMADEUS

Databáza je rozsiahlou, paneurópskou databázou obsahujúcou finančné informácie o vyše 9 miliónoch verejných a súkromných spoločností. Kombinuje dáta z 30 špecializovaných zdrojov pomocou vyhľadávacieho a analytického softwaru umožňujúc medzinárodné vyhľadávanie a porovnávanie údajov v jednotnom formáte. Databáza využíva taktiež inkluzívne kritériá aby bolo možné predchádzať odchýlkam vo výstupoch. Je exkluzívnym vlastníctvom spoločnosti Bureau van Dijk Electronic Publishing a jej informačných zdrojov.¹²

Príklad vyhľadávania v databáze podľa normy NACE revízie 1.1 je uvedený na obrázku (Obr. 2) a výsledok vyhľadávania kategórie Výroba textilu v oblasti druhého okruhu kreatívneho priemyslu, konkrétne dizajnu aplikovaného na územie Slovenskej republiky je uvedené na obrázku (Obr. 3)



Obr. 2 – stanovenie kritérií hľadania v databáze AMADEUS

	Company name	Company category	Country	NACE Rev. 1.1 primary code	Conc. Code	Active/Inactive
1.	HR REAVIS MANAGEMENT, S.R.O.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
2.	ADATO, S.R.O.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
3.	IBITROENERGO GROUP, A.S.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
4.	INTROUCE RP SLOVAKIA, S.R.O.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
5.	IMPA LIPTOVSKY MIKULAS, S.R.O.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
6.	TRANSELEKTRO SLOVENSKO, A.S.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
7.	SIEMENS ENTERPRISE COMMUNICATIONS, A.S.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
8.	DOPRAVOPROJEKT, A.S.	Very Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
9.	COUSPOL, A.S.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
10.	INTECH, S.R.O.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
11.	SHK GROUP IZOPAN, S.R.O.	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
12.	KERAMING, A.S.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
13.	VODOTIKA - MG, S.R.O.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
14.	AGRO VUS, S.R.O.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
15.	AUTO - PRIEMYSELNY PARK, S.R.O. LOZORNO	Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
16.	ENSECO, A.S. (ENGINEERING SERVICES & CONSULTIN	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
17.	GEDCONSULT, S.R.O.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
18.	DOPROJEKT, A.S.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
19.	REMINS CONSULT, A.S.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
20.	INSECO, A.S. ZILINA	Very Large	SLOVAKIA	7420	U1	Active
21.	AT - ENGINEERING, S.R.O.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
22.	BEKONA, S.R.O.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
23.	MDTA ENGIN SLOVAKIA, A.S.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
24.	MSTURDO, S.R.O.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active
25.	PROJEKTINK HUMENNE, A.S.	Medium sized	SLOVAKIA	7420	U1	Active

Obr. 3 – výsledok vyhľadávania kategórie 1700 podľa kategorizácie NACE revízie 1.1 aplikovaného na územie SR (zobrazených prvých 25 položiek)

¹²BUREAU van Dijk Electronic Publishing. *AMADEUS brochure*. AMADEUS [online]. 2006, no. 1 [cit. 2008-04-08], s. 6. Dostupný z WWW:

<<http://www.bvdep.com/pdf/brochure/AMADEUS%20BROCHURE%20FINAL.pdf>>.

3.2 Eurostat

Eurostat je štatistickou kanceláriou Európskej únie, ktorá zbiera údaje z národných štatistických inštitútov a ostatných kompetentných zdrojov a zladuje ich do jednotnej metodológie. Publikuje oficiálne harmonizované reporty Európskej únie, krajín EFTA a krajín Európskej ekonomickej zóny. Ciele Eurostatu sú nasledovné:¹³

- dodávať európskym inštitúciám dáta, ktoré potrebujú ku ich politickým rozhodnutiam
- dodávať občanom Európy a spoločnostiam rozsiahle štatistické údaje, ktoré potrebujú pre ich rozhodnutia
- kooperovať s národnými štatistickými inštitúciami a vytvoriť jednotný Európsky štatistický systém (ESS)
- vytvoriť spoluprácu s ostatnými krajinami ako: ECB, OECD, UN, a iné.
- spolupracovať s krajinami tretieho sveta na štatistickej úrovni

¹³Eurostat [online]. 2007 [cit. 2007-12-08]. Dostupný z WWW:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1194,47773485,1194_47782287:1194_66724556&_dad=portal&_schema=PORTAL>.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

4 KRAJINY EURÓPSKEJ EKONOMICKEJ ZÓNY A ICH PRÍSPEVKY KU RASTU HDP EURÓPY

4.1 Zloženie sektorov ekonomiky podľa ich príspevkov ku rastu celkového HDP európskej ekonomickej zóny

Sektor kultúry a kreativity v roku 2003 zaznamenal obrat 654 288 miliónov eur. V termíne pridanej hodnoty ku európskej ekonomike ako celku, toto číslo reprezentuje 2,6 % HDP Európy.

Sektor kultúry a kreativity začína nadobúdať relevantnú váhu, v pomere ku ostatným odvetviam. Pre ilustráciu uvediem príklad sektoru výroby strojov a vybavenia ktorý svojim príspevkom Slovenska ku HDP Európy predstavoval 1,5 % v pojme pridanej hodnoty, čo je o 0,5 % menej ako sektor kultúry a kreativity. Tento sektor vo väčšine krajín EU prevyšuje ostatné sektory ako výroba textilu a textilných výrobkov alebo činnosti súvisiace s nehnuteľnosťami. Nasledujúca tabuľka (Tab. 2) a tabuľka (Tab. 3) obsahujú informácie o príspevkoch jednotlivých sektorov do európskej ekonomiky v hodnotách vyjadrených percentuálne z HDP pre jednotlivé krajiny EU.

Tab. 2 – príspevky ekonomický sektorov krajín EEA ku rastu pridanej hodnoty HDP

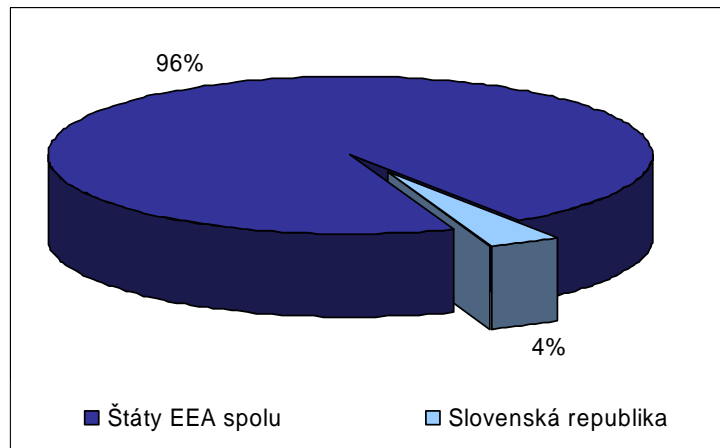
Európy v percentách

Krajina	Výroba potravin, nápojov a tabakových výrobkov (%)	Výroba textilu a textilných výrobkov (%)	Výroba chemikálií, chemických výrobkov a ručne vyrobených materiálov (%)	Výroba gumy a výrobkov z plastu (%)
Rakúsko	1,70	0,50	1,10	0,70
Belgickom	2,10	0,80	3,50	0,70
Cyprus	2,70	0,40	0,50	0,30
Česká republika	2,80	1,00	1,30	1,50
Dánsko	2,60	0,30	1,70	0,70
Estónsko	2,20	1,90	0,60	0,60
Fínsko	1,50	0,30	1,10	0,70
Francúzsko	1,90	0,40	1,60	0,70
Nemecko	1,60	0,30	1,90	0,90
Grécko	x	x	x	x
Maďarsko	2,90	x	1,90	0,90
Írsko	5,30	0,20	11,50	0,30
Taliansko	1,50	1,30	1,20	0,70
Lotyšsko	3,20	1,20	0,50	0,30
Litva	2,50	1,60	0,40	0,50
Luxembursko	1,00	0,90	0,40	2,00
Malta	x	x	x	x
Holandsko	2,20	0,20	1,70	0,40
Poľsko	4,70	0,80	1,40	0,90
Portugalsko	1,90	1,90	0,80	0,50
Slovensko	1,50	0,70	0,60	0,90
Slovinsko	2,00	1,30	3,40	1,40
Španielsko	2,20	0,70	1,30	0,70
Švédsko	x	x	x	x
Spojené kráľovstvo	1,90	0,40	1,40	0,70
Bulharsko	2,20	2,00	1,10	0,40
Rumunsko	1,90	2,10	0,80	0,50
Nórsko	1,70	0,10	0,80	0,20
Island	x	x	x	x

Tab. 3 – príspevky ekonomický sektorov krajín EEA ku rastu pridanej hodnoty HDP

Európy v percentách

Krajina	Výroba strojov a vybavenia (%)	Aktivity súvisiace s nehnuteľnosťami (%)	Aktivity súvisiace s výpočtovou technikou (%)	Kultúrny a kreatívny sektor (%)
Rakúsko	2,20	2,20	1,10	1,80
Belgicko	0,90	1,00	1,20	2,60
Cyprus	0,20	x	0,60	0,80
Česká republika	2,30	1,40	1,20	2,30
Dánsko	1,90	5,10	1,50	3,10
Estónsko	0,60	2,80	0,70	2,40
Fínsko	2,10	1,80	1,50	3,10
Francúzsko	1,00	1,80	1,30	3,40
Nemecko	2,80	2,60	1,40	2,50
Grécko	x	x	x	1,00
Maďarsko	1,20	1,80	0,80	1,20
Írsko	0,50	1,20	1,70	1,70
Taliansko	2,10	1,00	1,20	2,30
Lotyšsko	0,50	2,10	0,70	1,80
Litva	0,40	1,10	0,30	1,70
Luxembursko	0,60	x	1,20	0,60
Malta	x	x	x	0,20
Holandsko	1,00	2,30	1,40	2,70
Poľsko	1,20	1,30	0,60	1,20
Portugalsko	0,70	0,60	0,50	1,40
Slovensko	1,50	0,50	0,60	2,00
Slovinsko	2,20	0,40	0,80	2,20
Španielsko	1,00	3,00	1,00	2,30
Švédsko	x	4,00	2,20	2,40
Spojené kráľovstvo	1,00	2,10	2,70	3,00
Bulharsko	1,30	0,40	0,30	1,20
Rumunsko	1,00	0,50	0,50	1,40
Nórsko	0,80	2,70	1,30	3,20
Island	x	x	x	0,70



Obr. 4 – príspevok kreatívneho a kultúrneho sektora

SR v pomere ku ostatným krajinami EEA

4.2 Vývoj rastu príspevku kreatívneho a kultúrneho sektora ku ekonomickému rastu krajín Európskej ekonomickej zóny

Nominálny rast pridanej hodnoty kreatívneho a kultúrneho sektora ku hodnote HDP kombinovanej hodnoty krajín Európskej ekonomickej zóny tvorí spolu 19,7 %, pokiaľ rast HDP EEA spolu za roky 1999 až 2003 predstavuje podľa zdroja Eurostat nominálnu hodnotu rastu 17,5 % ako je znázornené v prílohe (Príloha P II), čo znamená, že rast kultúrneho a kreatívneho sektora bol o 12,3 % vyšší oproti rastu HDP ako je znázornené v tabuľke (Tab. 4)

Nové členské štáty sú charakteristické vyšším rastom obratu oproti štátom predchádzajúceho zloženia európskej desiatky. Tento fakt je podložený rýchlym rastom ekonomík nových členských štátov a ich snahou dosiahnuť ekonomické pozície pôvodnej desiatky. Jedinou krajinou spomedzi krajín EEA, ktorá zaznamenala negatívny rast pridanej hodnoty bolo Dánsko, čo bolo spôsobené činnosťou dánskych vydavateľov, hudobných a reklamných producentov.

Tab. 4 - rastu príspevku kreatívneho a kultúrneho sektora

Krajina	Priemerný rast obratu za roky 1999 - 2003	Rast vo vyjadrení pridanej hodnoty ku HDP EU za roky 1999 - 2003
Rakúsko	5.4%	2.8%
Belgickom	5.2%	7.7%
Cyprus	N/A	N/A
Česká republika	15.5%	56.0%
Dánsko	2.7%	-1.9%
Estónsko	11.5%	9.1%
Fínsko	7.1%	11.1%
Francúzsko	6.7%	7.1%
Nemecko	4.9%	6.6%
Grécko	5.4%	4.4%
Maďarsko	17.1%	7.6%
Írsko	7.7%	8.8%
Taliansko	5.3%	7.3%
Lotyšsko	7.7%	17.0%
Litva	5.1%	67.8%
Luxembursko	2.9%	N/A
Malta	0.1%	N/A
Holandsko	5.0%	N/A
Poľsko	6.1%	13.0%
Portugalsko	10.6%	6.3%
Slovensko	3.9%	15.5%
Slovinsko	17.9%	5.4%
Španielsko	10.5%	9.0%
Švédsko	7.8%	2.6%
Spojené kráľovstvo	6.6%	1.7%
Bulharsko	13.8%	N/A
Rumunsko	20.2%	29.0%
Nórsko	4.8%	3.8%
Island	8.3%	4.1%
EU 25	5.4%	6.6%
EEA	8.1%	12.3%

4.3 Analýza a príspevkov kreatívneho sektora členských štátov ku HDP Európskej únie

Zloženie sektorov štátnych výdavkov na kultúru

- hrané umenie zahŕňajúc divadlo, tanec, hudobné predstavenia, festivaly
- kultúrne dedičstvá zahŕňajúc múzeá a knižnice
- archeologické náleziská, archívy, audiovizuálne záznamy zahŕňajúc filmy a video, knihy, tlač, hudbu, vizuálne diela zahŕňajúc architektúru, dizajn, remeselnícke umenie, maľby, sochy a fotografie

4.3.1 5 najväčších členských štátov

Spojené kráľovstvo, Nemecko, Francúzsko, Taliansko a Španielsko sa spoločne podieľajú na takmer troch štvrtinách celkového ekonomického výstupu HDP v oblasti kreatívneho sektora Európskej únie podľa údajov z databázy AMADEUS a Eurostat. Tento fakt je v súlade s celkovým zložením HDP európske dvadsať päťky, kde kombinované HDP týchto krajín predstavuje 74 % celkového HDP EU.

4.3.2 Slovenská republika

Slovenská republika so svojím príspevkom 2,00 % kreatívneho a kultúrneho sektora predstavuje 15 priečku v príspevkoch 29 krajín EEA (Európskeho ekonomického priestoru). Táto hodnota predstavuje sama o sebe medián hodnôt a je tomu tak napriek tomu, že štátne výdaje na kultúru predstavujú iba 121 miliónov eur, čo je takmer najnižšia hodnota štátnych príspevkov na kultúru podľa údajov spracovaných spoločnosťou Media Group

(Tab. 5).

Tab. 5 - Priame štátne výdaje na kultúru⁶

	Priame štátne výdaje na kultúru (mil. €)	Rok
Rakúsko	1 890	2002
Belgickom	3 000	2002 ** a ***
Česká republika	654	2004
Dánsko	1 480	2002
Estónsko	86	2005 * a 1
Fínsko	745	2001
Francúzsko	8 444	2002
Nemecko	8 000	2004
Grécko	300	2005 *
Maďarsko	445	2003
Island	199	2001
Írsko	124	2006 *
Taliansko	1 860	2006 *
Lotyšsko	135	2004 **
Lichtenštajnsko	13	1999 *
Litva	96	2003
Malta	9	2004 *
Nórsko	2 000	2004 ** a 3
Poľsko	1 000	2004
Portugalsko	632	2003
Slovensko	121	2006 *
Slovinsko	194	2003
Španielsko	5 100	1999 ***
Švédsko	1 880	2002 ** ***
Holandsko	3 000	2003
Spojené kráľovstvo	5 100	2004, 2005 a 3
Bulharsko	66	2004
Rumunsko	302	2003
Štátne výdavky spolu	46.6 miliárd €	

* Vynímajúc výdavky obcí na kultúru

** Vrátane licenčných poplatkov za verejné vysielanie médií

*** Vrátane športových aktivít.

1. - Vynímajúc dotácie na kultúru

2. - Vrátane štátnych loterijných činností: lotto, lotéria a stávky na športové podujatia. Spolu 204.5 miliónov eur za rok 2001

3. - Vynímajúc národné lotérie

5 ANALÝZA POSTAVENIA KREATÍVNEHO A KULTÚRNEHO SEKTORA SLOVENSKEJ REPUBLIKY V EU

Po stretnutí hláv štátov európskych krajín v Lisabone a vypracovaní Lisabonskej stratégie, bolo úlohou každého štátu vypracovať takzvané národné lisabonské stratégie¹⁴, ktoré budú smerovať krajinu na základe individuálnych cieľov ku dosiahnutiu cieľov stratégie primárnej. Na základe tohto rozhodnutia bola pre Slovensku republiku vypracovaná Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010 Ministerstvom financií Slovenskej republiky pod vedením Martina Bruncka.¹⁵

Za účelom naplnenia cieľov Lisabonskej stratégie si muselo Slovensko zvoliť vlastnú cestu ktorou pôjde a ktorá ho dovedie k čo najlepším výsledkom. Keďže Slovenská republika v roku 2000 ešte hlboko zaostávala za ekonomicky vyspelými krajinami západnej Európy, Národná lisabonská stratégia sa zamerala na najkritickejšie sektory slovenskej ekonomiky, ktoré sa primárne týkali:

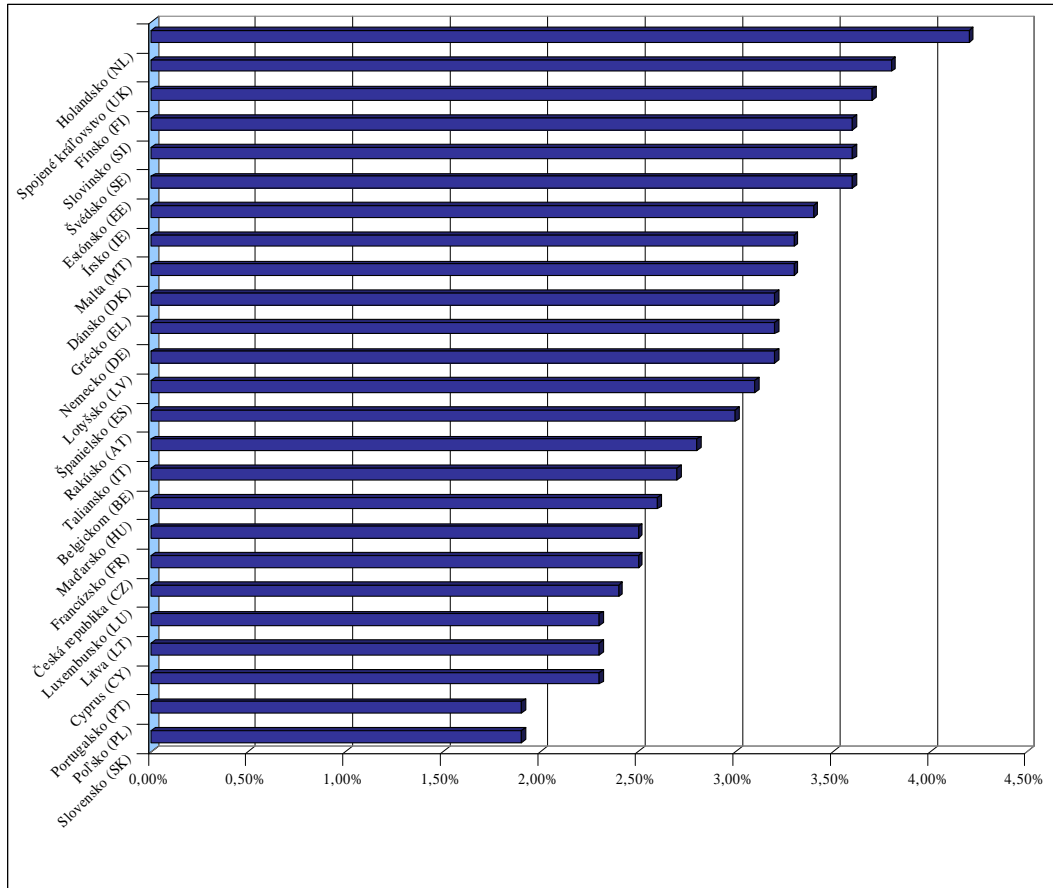
- úspešné dokončenie štrukturálnych reforiem a udržanie ich výsledkov
- systematické zameranie sa na naplnenie rozvojovej časti Lisabonskej stratégie

5.1 Analýza súčasného stavu a predikcia budúceho vývoja

V dnešnej dobe sa ukazujú výsledky reformnej činnosti nie len v poklese nezamestnanosti a inflácie, no taktiež aj v raste životnej úrovne a množstve zahraničných investícií plynúcich na Slovensko. Nevyhnutnosť zásadných ekonomických reforiem bola ale prioritou pred rozvojom kultúrnej a kreatívnej oblasti ekonomiky, napriek tomu, že patrila tak ako do pôvodnej, tak do slovenskej Národnej Lisabonskej stratégie. Čoho výsledok je možné vidieť znázornený v tabuľke (Tab. 5) priamych štátnych výdajov na kultúru, v ktorej sme na 23. mieste ako aj v grafe (Graf 1) zamestnanosti v oblasti kultúry z celkovej zamestnanosti krajín európskej dvadsať päťky v ktorom je Slovensko na úplnom dne.

¹⁴Lisabonská stratégia a Slovensko. *Veda a technika v Slovenskej republike* [on-line]. 2007 [cit. 2008-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.veda-technika.sk/lisabon/lisabon.htm>>.

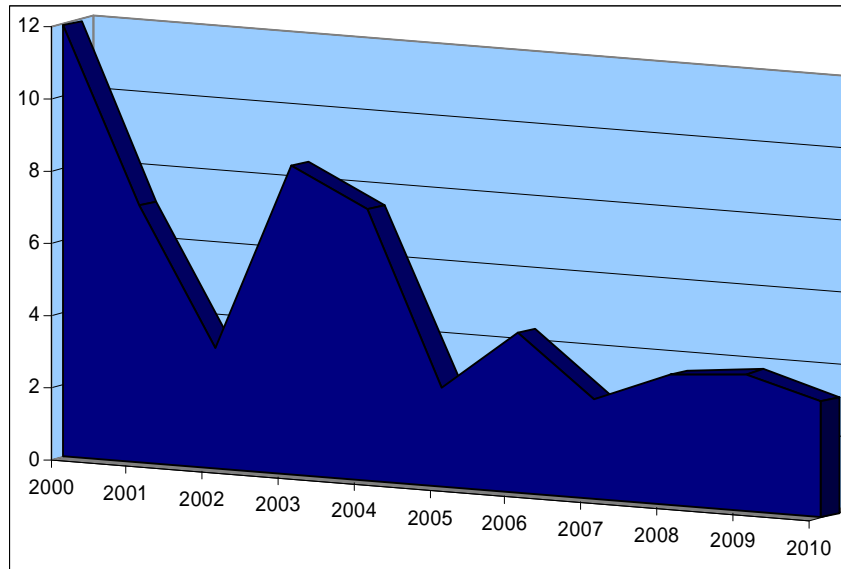
¹⁵BRUNCKO, Martin, et al. *Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010* : Národná lisabonská stratégia. Slovensko : Ministerstvo financií Slovenskej republiky, 2005. 19 s. Dostupný z WWW: <<http://www.rokovania.sk/appl/material.nsf/0/BEB7D15266C4758EC1256FA50031AD36?OpenDocument>>.



Graf 1 – zamestnanosť v oblasti kultúry percentuálne vyjadrená z celkovej zamestnanosti za rok 2004⁶

Situácia v oblasti kultúry a kreativity na Slovensku je z dôvodu nutných štrukturálnych reforiem, ktoré sa týkali aj daňových reforiem pochopiteľná, pretože krajina ktorej inflácia bola za rok 2001 7,1% (Graf 2) a nezamestnanosť 19,2% (Graf 3) musí v prvom rade vyriešiť najkritickejšie oblasti ekonomiky a až následne sa môže venovať investovaniu do oblasti kultúry a kreativity, ako je to spomínané taktiež v správe Ivana Mikloša podpredsedu vlády Slovenskej republiky pre ekonomiku v reporte Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010¹⁵. Keďže situácia dnešnej nezamestnanosti, rast HDP (Graf 4) a inflácia sa dostáva do hodnôt priemeru Európskej economickej zóny otvárajú sa pre Slovensko možnosti aby začalo investovať do sektora kreativity a kultúry.

Hrubý domáci produkt Slovenska rastie ešte rýchlejším tempom ako HDP EEA čo znamená, že Slovensko je na dobrej ceste. Inflácia sa dostala v roku 2007 na hodnotu 2,76 % čo je oproti 3,39 % priemeru EEA¹⁶ ešte pozitívnejšia hodnota ako je znázornené na grafe (Graf 2).



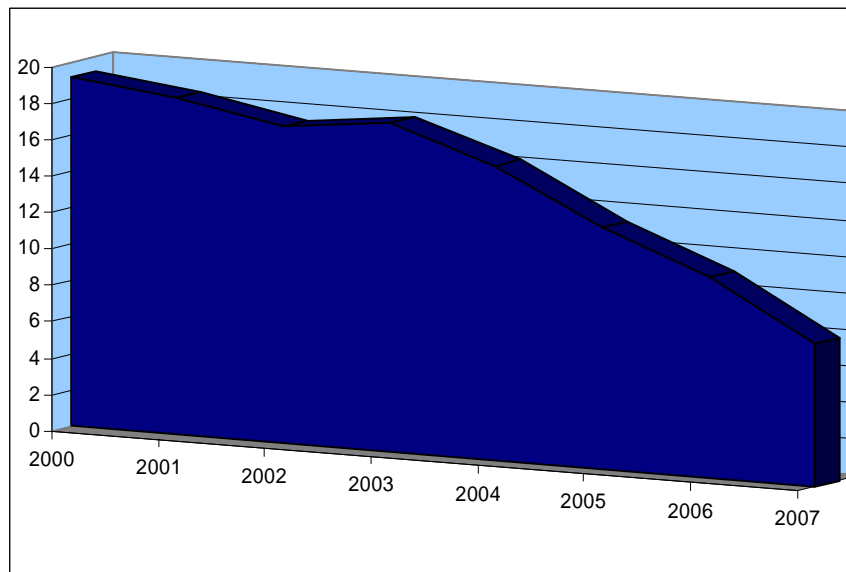
Graf 2 - Vývoj inflácie SR za roky 2000 – 2010 v percentách
(odhad počnúc rokom 2007)

Očakávaná ročná nezamestnanosť na Slovensku za rok 2008 predstavuje 7,8 %¹⁷ čo značí významný pokrok aj v tejto oblasti. Porovnanie vývoja hlavných ekonomických ukazovateľov je možné vidieť v prílohe (Príloha P III). Rast HDP, pokles inflácie, nezamestnanosti a rast kúpyschopnosti obyvateľstva¹⁵ sú všetko pozitívne informácie o raste celkovej životnej úrovne na Slovensku. Na základe údajov z databázy AMADEUS a štúdie *The economy of culture in Europe* Slovenská republika investovala takmer najmenej finančných prostriedkov do oblasti kultúry z verejných financií a nachádzala sa na úplnom dne spomedzi všetkých krajín EEA v otázke percentuálneho množstva ľudí zamestnaného v sektore

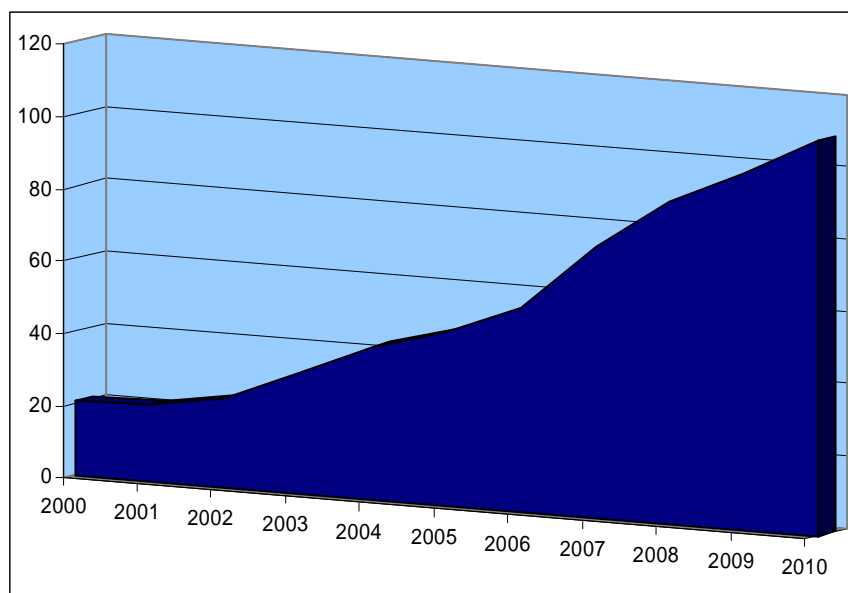
¹⁶*International Monetary Fund* [online]. 2008 [cit. 2008-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/01/weodata/index.aspx>>.

¹⁷*Štatistický úrad Slovenskej republiky* [online]. 2008 [cit. 2008-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=19>>.

kultúry a kreativity z celkovej zamestnanosti. Napriek tomu, jej príspevok kreatívneho a kultúrneho sektora v podobe pridanej hodnoty ku HDP Európskej únie predstavovalo medián krajín EEA pričom tieto hodnoty Slovensko nadobúdalo ešte v roku 2003, keď hlavné ekonomické ukazovatele boli v pomere s krajinami EEA hlboko pod priemerom. Tento fakt je možné odôvodniť charakterom kultúry na Slovensku, ktorá má dlhú históriu a ľudia majú snahu navštevovať divadlá a múzeá už oddávna. Ďalším faktom je, že v posledných rokoch sa ľudia snažia byť viac individuálni, či to už v oblasti obliekania, interiérového dizajnu alebo bývania celkovo, čo spôsobuje ďalšie financie plynúce do sektorov kreativity. Na základe porovnania ekonomických ukazovateľov a minulého stavu príspevkov, zamestnanosti a dotácií je možné vyvodiť záver, že v nasledujúcich obdobiach bude patriť Slovensko medzi krajiny ktoré budú ešte väčšou mierou prispievať do rastu HDP Európskej únie sektorom kreativity a kultúry. Na základe rastúcej životnej úrovne majú obyvatelia Slovenskej republiky väčšie množstvo financií, ktoré im umožňuje byť viac individuálni v celkovom životnom štýle a tieto snahy sú čoraz markantnejšie aj z dôvodu bývalého komunistického režimu, ktorého snahou bol presný opak. Tento celkový trend vývoja Slovenska podporuje argument, že Slovensko bude v nasledujúcich obdobiach ešte významnejším hráčom pre Európsku úniu a jej ekonomický rast. Posledným podporným argumentom je stretnutie v Lisabone v roku 2000 a slovenská Národná lisabonská stratégia, ktorá hovorí o zameraní sa Slovenska na vzdelanostnú a kreatívnu oblasť ekonomiky po vyriešení najkritickejších otázok.



Graf 3 - Vývoj nezamestnanosti SR za roky 2000 – 2007 v
Percentách



Graf 4 - HDP SR v miliónoch USD za roky 2000 – 2010, (odhad
počnúc rokom 2007)

ZÁVER

Bakalárska práca poskytuje informácie o pojme kreatívna ekonomika, ktorý bol dlhú dobu v minulosti známy, no kvôli abstraktnosti portfólia položiek meraní nebol značnú dobu predstavovaný v presných číslach. Poskytuje informácie o spôsobe meraní výkonnosti kreatívnej ekonomiky v Spojených štátoch amerických, Číne a Európe a vysvetľuje rozdiely medzi meraním výkonnosti americkou organizáciou Americans for Arts, čínskym tímom pod vedením Desmonda Huiho a poslednou štúdiou z Európskej únie vypracovanou MKW Wirtschaftsforschung GmbH a Media Group, ktorá slúži v dnešnej dobe ako referenčná pre krajiny EEA. Práca vysvetľuje a odôvodňuje nevhodnosť použitia metódy 3T od Richarda Floridy, ktorý vypracoval hodnotenie výkonu kreatívneho priemyslu a zamestnanosti v oblasti kultúry a kreativity v minulosti ako pre Spojené štáty americké tak aj pre Európsku úniu. Ako zdroj dát primárne slúžila databáza AMADEUS a databáza Eurostat a ich voľba bola spravená z dôvodu potreby čo najrozsiahlšej základne údajov, ktoré by mohli byť spracované a analyzované. Databáza AMADEUS poskytuje informácie o približne 9 miliónoch spoločností pôsobiacich v Európe, čo predstavuje 95 % všetkých spoločností v Európe, pričom ich zjednocuje do jednotnej formy, v ktorej je možné ich štatisticky analyzovať. Eurostat ponúka druhú potrebnú základňu údajov, ktorá slúži ako doplnková ku údajom z databázy AMADEUS ale aj ako základňa údajov potrebných na komparácie. V praktickej časti je práca zameraná na analyzovanie výkonnosti kreatívnej ekonomiky v krajinách EEA a v Slovenskej republike. Na základe porovnaní príspevkov pridanej hodnoty ku HDP Európy, vyvodzuje významnosť sektora kreativity a kultúry pre ekonomiku. Pri analýze minulého stavu a výkonnosti kreatívneho a kultúrneho sektora Slovenskej republiky práca poukazuje na fakt, že napriek mimoriadne nízkym štátnym výdavkom na kultúru a oblasť kreativity a najnižšej zamestnanosti obyvateľstva v oblasti kultúry a kreativity s pomedzi krajín EEA, Slovenska republika prispievala pomerne významnou mierou ku rastu HDP Európy. Práca vyvodzuje záver a podáva predikciu budúceho vývoja príspevku ku HDP Európy na základe analýzy minulého stavu a hlavných ekonomických ukazovateľom s kladením dôrazu na Národnú lisabonskú stratégiu a charakter slovenského obyvateľstva.

Práca tak ponúka skompletizovaný obraz od vysvetlenia pojmu kreatívna ekonomika, cez vysvetlenie jej dôležitosti a zloženia, cez informácie o minulom vývoji v krajinách EEA, až po analýzu súčasného stavu a podanie predikcie vývoja na budúce obdobia.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] AMERICAN FOR THE ARTS. *Creative Industries 2005* : The Congressional Report. Report. 2005, no. 1, s. 20. Dostupný z WWW: <http://ww3.artsusa.org/pdf/information_resources/creative_industries/the_congressional_report.pdf>.
- [2] BROCKOVÁ, Ingrid. *Stratégia znalostnej ekonomiky na Slovensku*. World Bank Group [on-line]. 2006 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <http://www.edi.fmph.uniba.sk/kalas/rozne_dokumenty/znalostna_ekonomika.ppt> .
- [3] BRUNCKO, Martin, et al. *Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010* : Národná lisabonská stratégia. Slovensko : Ministerstvo financií Slovenskej republiky, 2005. 19 s. Dostupný z WWW: <<http://www.rokovania.sk/appl/material.nsf/0/BEB7D15266C4758EC1256FA50031AD36?OpenDocument>>.
- [4] BUREAU van Dijk Electronic Publishing. *AMADEUS brochure*. AMADEUS [on-line]. 2006, no. 1 [cit. 2008-04-08], s. 6. Dostupný z WWW: <<http://www.bvdep.com/pdf/brochure/AMADEUS%20BROCHURE%20FINAL.pdf>>.
- [5] Prof. BUTT, Alan Philips, *Britain and the EU.*, 26. 3. 2008, Fakulta sociálnych vied, Inštitút medzinárodných štúdií, Univerzita Karlova v Prahe, Jinonice, Praha, Česká republika, kurz.
- [6] DESMNOND, Hui. *A study on creativity index*. Hong Kong, 2005. 102 s. štúdia. Dostupný z WWW: <http://ccpr.hku.hk/HKCI-InterimReport.pdf>
- [7] DESMOND, Hui, *Open Forum – Session 3.*, 2006, Asia Cultural Co-operation Forum 2006, transkript príhovoru. 5 s. Dostupný z WWW: <<http://www.accfhk.org/ACCF2006%20Transcript/Session%203/Desmond%20HUI.pdf>>.
- [8] Eurostat [online]. 2007 [cit. 2007-12-08]. Dostupný z WWW: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1194,47773485,1194_47782287:1194_66724556&_dad=portal&_schema=PORTAL>.
- [9] FLORIDA, Richard. *The Rise of the Creative Class*. New York : Basic Books, 2003. 434 s. ISBN 978-0465024773

- [10] GÜNTHER, Verheugen. *Europe INNOVA 2006* [on-line]. 2006 [cit. 2008-05-10]. Dostupný z WWW: <mms://webstream.ec.europa.eu/scic/entr/The_Key_to_Innovation_doc.wmv>.
- [11] *International Monetary Fund* [online]. 2008 [cit. 2008-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/01/weodata/index.aspx>>.
- [12] Lisabonská stratégia a Slovensko. *Veda a technika v Slovenskej republike* [on-line]. 2007 [cit. 2008-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.veda-technika.sk/lisabon/lisabon.htm>>.
- [13] MKW WIRTSCHAFTSFORSCHUNG, GmbH, MEDIA, Group. *The economy of culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. 2006, no. 1, s. 355. Dostupný z WWW: <<http://www.keanet.eu/>>.
- [14] O'GRADY, Mary Anastasia . *Peru's Born : Again Free Marketeer*. The Wall Street Journal [on-line]. 2008 [cit. 2008-05-09]. Dostupný z WWW: <<http://online.wsj.com/article/SB120977171596164055.html>>.
- [15] *Rast čínskej ekonomiky vlani dosiahol 11,4 %*. O peniazoch [on-line]. 2008 [cit. 2008-01-26]. Dostupný z WWW: <<http://openiazoch.zoznam.sk/info/zpravy/zprava.asp?NewsID=58896>>.
- [16] SÆTERSDAL , Katarina. *EFTA FOLLOW-UP TO THE LISBON STRATEGY*. Report. 2002, no. 1, s. 6. Dostupný z WWW: <<http://www.accfhk.org/ACCF2006%20Transcript/Session%203/Desmond%20HUI.pdf>>.
- [17] *Štatistický úrad Slovenskej republiky* [online]. 2008 [cit. 2008-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=19>>.

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

- ECB European Central Bank (Európska centrálna banka)
- EEA European economic area (Európska ekonomická zóna)
- EFTA European free trade association (Európske združenie voľného obchodu)
- NACE Nomenclature générale des activités économiques dans les Communautés européennes (Všeobecná nomenklatúra ekonomických aktivít v Európskom spoločenstve)

ZOZNAM GRAFOV

Graf 1 – zamestnanosť v oblasti kultúry percentuálne vyjadrená z celkovej zamestnanosti za rok 2004.....	29
Graf 2 - Vývoj inflácie SR za roky 2000 – 2010 v percentách.....	30
Graf 3 - Vývoj nezamestnanosti SR za roky 2000 – 2007 v.....	32
Graf 4 - HDP SR v miliónoch USD za roky 2000 – 2010, (odhad.....	32

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obr. 1 – princíp 5C využitý pre hodnotenie indexu kreativity v Číne	14
Obr. 2 – stanovenie kritérií hľadania v databáze AMADEUS.....	18
Obr. 3 – výsledok vyhľadávania kategórie 1700 podľa kategorizácie NACE.....	18
Obr. 4 – príspevok kreatívneho a kultúrneho sektora	24

ZOZNAM TABULIEK

Tab. 1 – navrhnuté ohraničenie kultúrneho a kreatívneho sektora	16
Tab. 2 – príspevky ekonomický sektorov krajín EEA ku rastu pridanej hodnoty HDP	22
Tab. 3 – príspevky ekonomický sektorov krajín EEA ku rastu pridanej hodnoty HDP	23
Tab. 4 – rastu príspevku kreatívneho a kultúrneho	25
Tab. 5 – Priame štátne výdaje na kultúru ⁶	27

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha 1	41
Príloha 2	42
Príloha 3	44

PRÍLOHA P I: ZLOŽENIE SEKTOROV „ARTS-CENTRIC BUSINESSES“⁹

I. Museums & Collections

- Museums
- Zoos and Botanical Gardens
- Historical Societies
- Planetarium

II. Performing Arts

- Music
 - Music groups
 - Orchestras
 - Composing & arranging
 - Recording & playback equipment
 - Recorded music sales
 - Studios
 - Concert management
 - Instruments (manufacture & distribution)
- Theater
 - Professional companies
 - Amateur companies
- Dance
 - Dance companies
- Opera
 - Opera companies
- Services & Facilities
 - Costume/scenery rental
 - Theatrical producers
 - Casting & booking agents
 - Ticket agencies
 - Performing arts centers
 - Dance halls & studios
 - Theatrical equipment
- Performers (not elsewhere classified)
 - Entertainers
 - Actors

III. Visual Arts & Photography

- Crafts
 - Stone, clay, & glass
 - Jewelry
 - Stained glass
 - Textiles
 - Home furnishing crafts
- Visual Arts
 - Artist studios
 - Art galleries
- Photography
 - Studios
 - Commercial photography
 - Photo finishing labs
 - Equipment

III. Visual Arts & Photography (cont.)

- Supplies & Services
 - Retail stores
 - Art dealers
 - Antique art stores
 - Services & supplies

IV. Film, Radio, & TV

- Motion Pictures
 - Production
 - Distribution
 - Services
 - Equipment
 - Theaters
 - Video tape rentals
- Television
 - Stations
 - Producers
- Radio
 - Stations
 - Producers
 - Disc jockeys

V. Design & Publishing

- Architecture
 - Architects
 - Architecture supplies
- Design
 - Commercial & industrial
 - Interior
 - House
- Publishing
 - Art periodicals
 - Arts publishing
 - Books
 - Book clubs
- Advertising
 - Ad agencies
 - Display products

VI. Arts Schools & Services

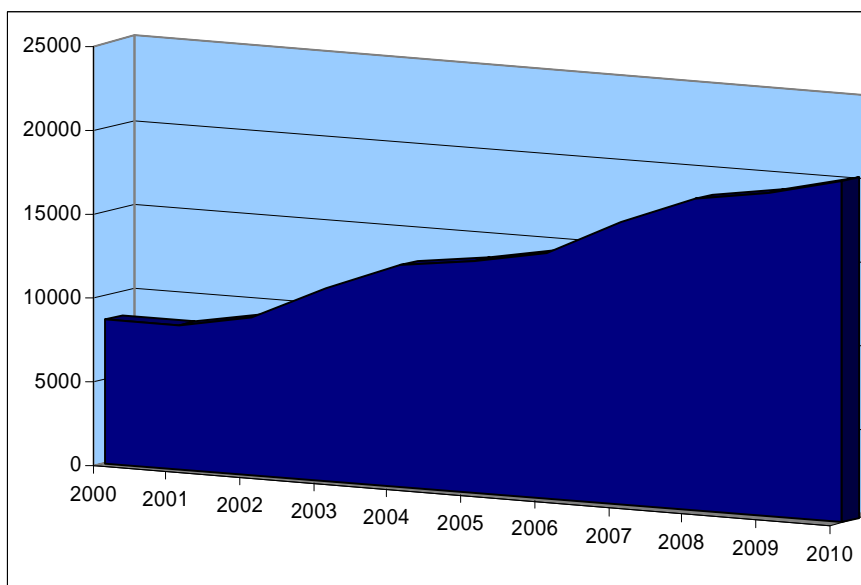
- Arts Councils
- School & Instruction
 - Art schools
 - Arts & crafts instruction
 - Dance schools & instruction
 - Music & drama schools
- Agents
 - Agents & brokers
 - Patents & licensing

**PRÍLOHA P II: VÝVOJ RASTU HDP KRAJÍN EURÓPSKEJ
EKONOMICKEJ ZÓNY ZA ROKY 1999 – 2003⁶**

Krajina / Rok	1999	2000	2001
Rakúsko	200025	210392	215878
Belgickom	238233	251741	258884
Cyprus	9008	9895	10599
Česká republika	55345	60397	67960
Dánsko	163200	173598	179226
Estónsko	5226	5940	6676
Fínsko	120965	130859	136472
Francúzsko	1366466	1441372	1497184
Nemecko	2012000	2062500	2113160
Grécko	117850	123173	131769
Maďarsko	45075	51039	58419
Írsko	90612	104379	117114
Taliansko	1127091	1191057	1218535
Lotyšsko	6752	8379	9227
Litva	10169	12408	13556
Luxembursko	18739	21279	22020
Malta	3633	4095	4218
Holandsko	374070	402291	447731
Poľsko	157617	185775	212196
Portugalsko	114192	122270	129143
Slovensko	19131	21926	23322
Slovinsko	20152	20814	22018
Španielsko	579983	630263	679842
Švédsko	238020	262550	247253
Spojené kráľovstvo	1374500	1564573	1602840
Bulharsko	12164	13704	15250
Rumunsko	33388	40346	44904
Island	7969	9220	8579
Nórsko	148373	181079	189632
EU 25	8468054	9072963	9425241
EEA	8669948	9317313	9683605

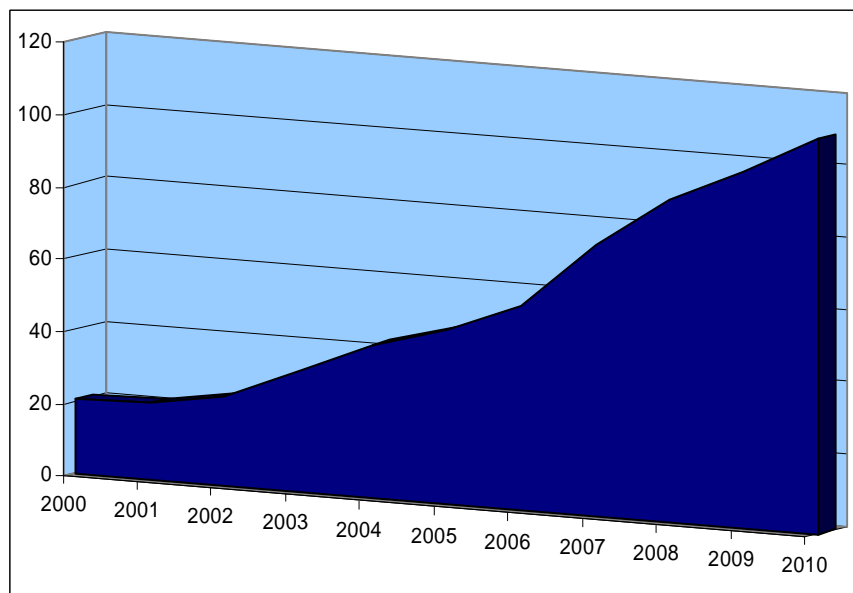
Krajina / Rok	2002	2003	Nominálny rast za roky 1999 - 2003 spolu
Rakúsko	220688	226968	13,50%
Belgickom	267578	274582	15,30%
Cyprus	11073	11704	29,90%
Česká republika	78388	80254	45,00%
Dánsko	184744	188662	15,60%
Estónsko	7472	8138	55,70%
Fínsko	140853	143807	18,90%
Francúzsko	1548555	1585172	16,00%
Nemecko	2145020	2163400	7,50%
Grécko	142369	154153	30,80%
Maďarsko	69622	73538	63,10%
Írsko	130515	139097	53,50%
Taliano	1260598	1300929	15,40%
Lotyšsko	9792	9861	46,00%
Litva	15017	16443	61,70%
Luxembursko	22806	23956	27,80%
Malta	4281	4217	16,10%
Holandsko	465214	476349	27,30%
Poľsko	209431	191408	21,40%
Portugalsko	135001	136967	19,90%
Slovensko	25733	28952	51,30%
Slovinsko	23699	24860	23,40%
Španielsko	729021	780550	34,60%
Švédsko	258878	269548	13,20%
Spojené kráľovstvo	1667312	1598172	16,30%
Bulharsko	16589	17785	45,70%
Rumunsko	48442	50688	51,80%
Island	9078	9362	17,50%
Nórsko	202319	197012	32,80%
EU 25	9773659	9911689	17,00%
EEA	10050086	10186475	17,50%

PRÍLOHA P III: POROVANIE HLAVNÝCH EKONOMICKÝCH UKAZOVATEĽOV SLOVENSKEJ REPUBLIKY A KRJIN EEA ^{16,17}



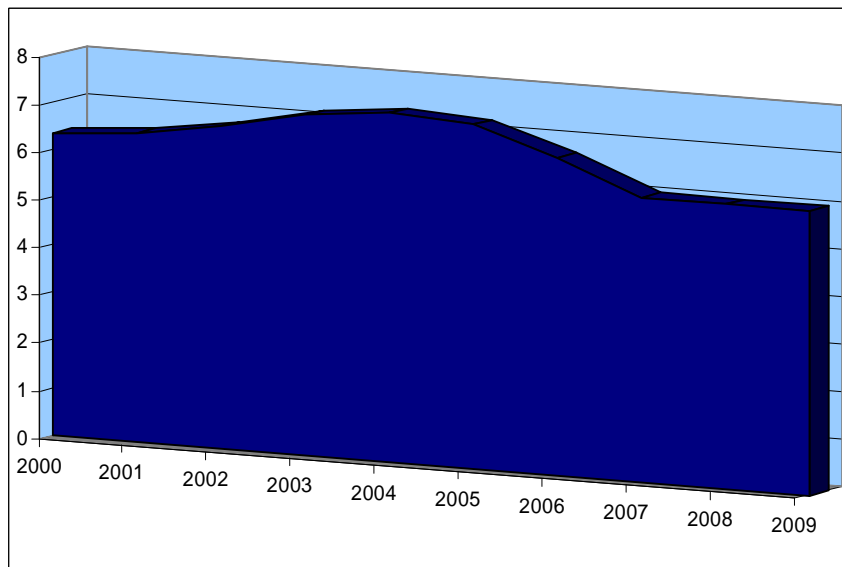
2000	8491,7
2001	8566,8
2002	9371,9
2003	11410,6
2004	13163,0
2005	13743,8
2006	14612,3
2007	16850,1
2008	18512,7
2009	19254,1
2010	20284,8

Akumulované HDP krajín EEA v miliónoch USD za roky 2000 –
– 2010, (odhad počnúc rokom 2007)

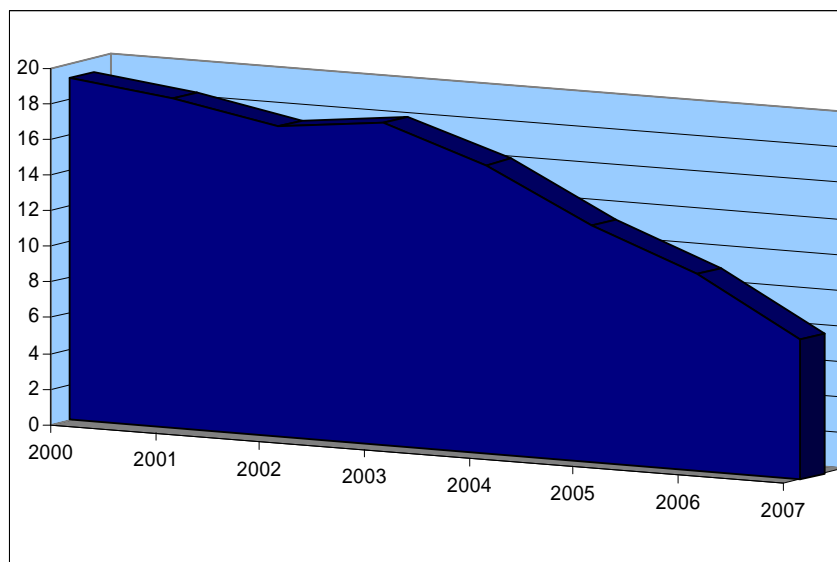


2000	20,3
2001	21,1
2002	24,4
2003	33,3
2004	42,2
2005	47,9
2006	56,0
2007	75,0
2008	88,9
2009	98,6
2010	109,2

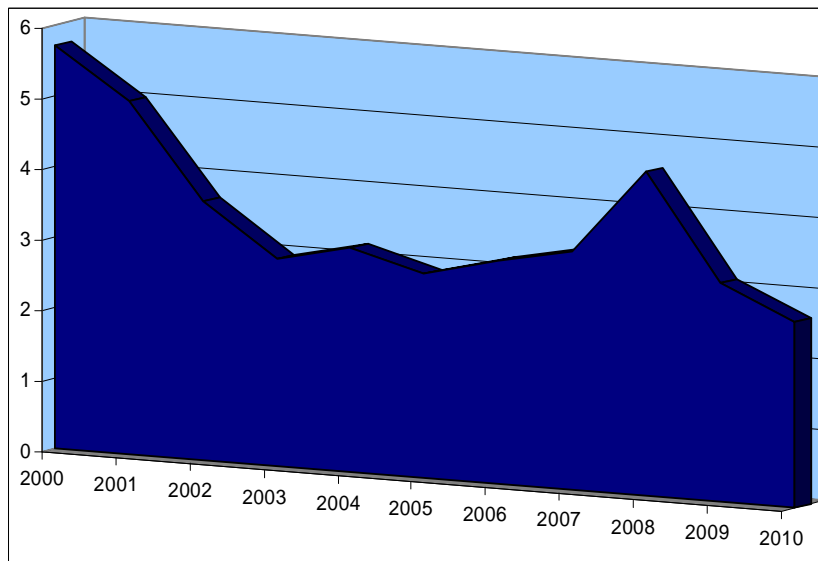
HDP SR v miliónoch USD za roky 2000 – 2010, (odhad počnúc
rokom 2007)



Vývoj priemernej nezamestnanosti krajín EEA za roky 2000 –
– 2010 v percentách, (odhad počnúc rokom 2007)

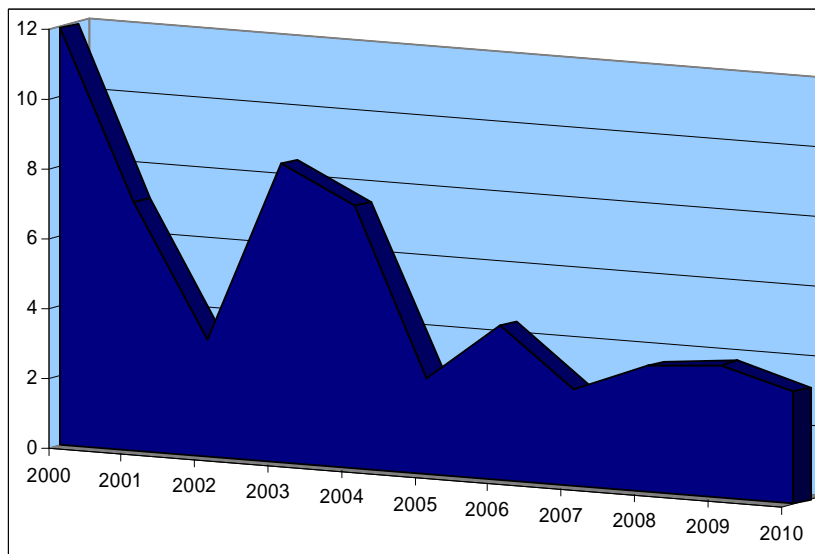


Vývoj nezamestnanosti SR za roky 2000 – 2007 v percentách



2000	5,700
2001	4,998
2002	3,673
2003	2,944
2004	3,174
2005	2,899
2006	3,162
2007	3,386
2008	4,595
2009	3,106
2010	2,627

Vývoj priemernej inflácie krajín EEA za roky 2000 – 2010
v percentách, (odhad počnúc rokom 2007)



2000	11,959
2001	7,121
2002	3,324
2003	8,548
2004	7,536
2005	2,756
2006	4,444
2007	2,762
2008	3,619
2009	3,805
2010	3,200

Vývoj inflácie SR za roky 2000 – 2010 v percentách,
(odhad počnúc rokom 2007)