

Hodnocení a návrh možností rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci

Bc. Michaela Drlíková

Diplomová práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Bc. Michaela Drliková
Osobní číslo:	M23100
Studijní program:	N0413A050031 Management a marketing
Specializace:	Design management
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Hodnocení a návrh možností rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Představte literární rešerši na téma kulturní a kreativní průmysly.

II. Praktická část

- Zhodnotte současný stav kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci a identifikujte hlavní rozvojové výzvy kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci.
- Navrhněte opatření rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve městě Olomouc.

Závěr

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

Seznam doporučené literatury:

FERNANDEZ-POL, Jorge Eduardo a HARVIE, Charles. *Understanding the creative economy and the future of employment*. Singapore: Springer, 2020. ISBN 9789811516528.
GILL, Rosalind; PRATT, Andy C.; VIRANI, Tarek E. et al. *Creative hubs in question: place, space and work in the creative economy*. Dynamics of virtual work. Cham: Palgrave Macmillan, 2019. ISBN 978-3-030-10652-2.
LOY, Alice; AAGESON, Tom. *Creative economy entrepreneurs: from startup to success, how entrepreneurs in the creative industries are transforming the global economy*. Santa Fe: Creative startups, 2018. ISBN 978-0-692-11879-5.
NÉTEK, Rostislav; BILÍK, Petr, a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: strategie a doporučení pro posílení segmentu*. 1. vydání. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5844-1.
PALAŠČÁK, Radek; BILÍK, Petr, a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. 1. vydání. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5253-1.

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

Datum zadání diplomové práce: 10. února 2025
Termín odevzdání diplomové práce: 25. dubna 2025

L.S.

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 10. února 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení diplomové práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem diplomové 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, že

- jsem na diplomové práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Diplomová práce se zaměřuje na analýzu kulturních a kreativních průmyslů (KKP) v Olomouci, které hrají čím dál významnější roli v rozvoji regionu, ekonomice i kvalitě života obyvatel. Hlavním cílem bylo zhodnocení aktuálního stavu tohoto sektoru a následný návrh opatření vedoucích k jeho efektivnímu rozvoji. Teoretická část práce čerpá z odborných zdrojů, strategických dokumentů a definic KKP. V praktické části je využita kombinace obsahové analýzy sekundárních dat, komparativní analýzy strategických dokumentů města a kraje, provedeny byly také expertní hloubkové rozhovory. Zjištění ukázala, že ačkoli je sektor kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci rozmanitý a aktivní, potýká se s bariérami v oblasti infrastruktury, financování a vzdělávání. Na základě výsledků je navržen projekt digitální komunikační platformy pro aktéry KKP, která má za cíl usnadnit sdílení informací, spolupráci a podporu kreativců v Olomouci.

Klíčová slova: kulturní a kreativní průmysly, kreativní ekonomika, coworking, expertní rozhovory

ABSTRACT

The master thesis focuses on the analysis of cultural and creative industries (CCI) in Olomouc, which play an increasingly important role in the development of the region, the economy, and the quality of life of the population. The main goal was to assess the current state of this sector and subsequently propose measures leading to its effective development. The theoretical part of the work draws on expert sources, strategic documents, and definitions of CCIs. The practical part uses a combination of content analysis of secondary data, comparative analysis of strategic documents of the city and region, and in-depth expert interviews were also conducted. The findings showed that although the cultural and creative industries sector in Olomouc is diverse and active, it faces barriers in the areas of infrastructure, financing, and education. Based on the results, a project for a digital communication platform for CCI actors is proposed, which aims to facilitate information sharing, cooperation, and support for creatives in Olomouc.

Keywords: cultural and creative industries, creative economy, coworking, expert interviews

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Ing. Lukášovi Dankovi, Ph.D. za odborné vedení mé diplomové práce, vstřícnou spolupráci, cenné rady a čas, který mi během celého procesu věnoval. Mé poděkování patří také všem mým blízkým za jejich trpělivost, podporu a povzbuzení po celou dobu mého studia.

OBSAH

ÚVOD.....	11
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....	12
I TEORETICKÁ ČÁST.....	13
1 KREATIVNÍ EKONOMIKA.....	14
1.1 KREATIVNÍ TŘÍDA A KREATIVNÍ PRODUKT.....	15
1.2 STAKEHOLDERI V KREATIVNÍ EKONOMICE	16
1.2.1 Vlastníci a manažeři	16
1.2.2 Zaměstnanci a dodavatelé	17
1.2.3 Neziskové organizace a státní orgány	17
1.3 VÝZNAM PRO EKONOMIKU A SPOLEČNOST	17
2 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY.....	19
2.1 DEFINICE A CHARAKTERISTIKA	19
2.2 DESIGN MANAGEMENT V KONTEXTU KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ.....	21
3 ROZVOJ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ	23
3.1 KULTURNÍ A KREATIVNÍ KLASTRY.....	23
3.2 MAPOVÁNÍ KKP	24
3.3 POLITIKY A NÁSTROJE PODPORY.....	24
3.3.1 Kreativní Evropa	25
3.3.2 Kreativní Česko.....	26
3.3.3 Národní plán obnovy ČR	26
4 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PROSTORY	28
4.1 KULTURNÍ CENTRA.....	28
4.2 MAKERSPACES	28
4.3 COWORKING.....	29
4.3.1 Typy coworkingu	29
4.3.2 Výhody coworkingu.....	30
4.3.3 Nevýhody coworkingu	30
4.4 KREATIVNÍ HUB.....	30
5 DIGITÁLNÍ TRANSFORMACE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ	32
5.1 VLIV DIGITALIZACE NA KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY	32
5.1.1 Výzvy Národního plánu obnovy Ministerstva kultury ČR 2022-2024.....	32
5.1.2 Výzvy Národního plánu obnovy Ministerstva kultury ČR pro rok 2025.....	33
5.2 NOVÉ OBCHODNÍ MODELY A DISTRIBUČNÍ KANÁLY.....	33
5.2.1 Nové obchodní modely	33
5.2.2 Nové distribuční kanály	34

6	SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....	37
II	PRAKTICKÁ ČÁST	38
7	KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY V OLOMOUCI.....	39
7.1	SOUČASNÝ STAV KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ.....	39
7.1.1	Mapování KKP na Olomoucku v letech 2015–2017.....	39
7.2	KULTURNÍ CENTRA V OLOMOUCI	43
7.3	COWORKINGOVÉ PROSTORY V OLOMOUCI	44
7.4	PODPORA A FINANCOVÁNÍ KKP V OLOMOUCI.....	53
7.4.1	Finanční podpora.....	54
7.4.2	Nefinanční podpora	60
8	HODNOCENÍ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V OLOMOUCI	65
8.1	SROVNÁNÍ STRATEGICKÝCH DOKUMENTŮ OLOMOUCKÉHO KRAJE A MĚSTA OLOMOUCE.....	65
8.2	ANALÝZA A VÝZKUM PROSTŘEDNICTVÍM EXPERTNÍCH HLOUBKOVÝCH ROZHOVORŮ	66
9	SHRNUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	74
10	NÁVRH MOŽNOSTÍ ROZVOJE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V OLOMOUCI.....	76
11	CHARAKTERISTIKA PROJEKTU	79
11.1	NÁVRH A CÍLE PROJEKTU.....	79
11.2	LOGICKÝ RÁMEC PROJEKTU.....	80
11.3	ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU	81
11.4	FINANCOVÁNÍ PROJEKTU	83
11.5	ANALÝZA RIZIK PROJEKTU	87
12	ZHODNOCENÍ PROJEKTU.....	91
	ZÁVĚR.....	92
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	94
	SEZNAM OBRÁZKŮ	101
	SEZNAM TABULEK.....	102
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	103
	SEZNAM PŘÍLOH.....	104

ÚVOD

Kulturní a kreativní průmysly jsou dnes v mnoha městech vnímány jako důležitý hnací prvek rozvoje nejen v oblasti kultury, ale i ekonomiky, vzdělávání a kvality života. Jde o skutečný rozvojový potenciál, který může přinést nové pracovní příležitosti, oživit veřejný prostor, přitáhnout mladé lidi a dát městu novou energii. Olomouc má v tomto směru velký předpoklad k úspěchu díky své bohaté historii, univerzitnímu prostředí a aktivní kulturní scéně. Právě proto se tato práce věnuje otázce, jak si kulturní a kreativní odvětví ve městě dnes vede a co by se dalo udělat pro jejich další rozvoj.

Téma je aktuální nejen z pohledu rozvojových strategií města a kraje, ale také s ohledem na širší trendy v Česku i Evropě. Kreativita, inovace a spolupráce mezi různými obory se stávají základem moderní společnosti. Přesto se ukazuje, že v Olomouci stále chybí jistá forma podpory, ať už ve formě vhodných prostor, stabilního financování nebo lepšího propojení aktérů. Proto je důležité tomuto tématu věnovat pozornost. Impulzem pro napsání této práce byl jak osobní zájem o problematiku kulturního a kreativního prostředí, tak i snaha přispět k jeho hlubšímu pochopení. Práce se zaměřuje na hledání konkrétních řešení, která by mohla přispět k tomu, aby bylo možné v Olomouci lépe tvořit, podnikat a žít kulturním životem. Silné kulturní a kreativní prostředí není jen výsadou velkých měst, ale právě Olomouc má velký potenciál být inspirativním příkladem centra kreativity.

Cílem této práce není pouze popsat současný stav kulturních a kreativních průmyslů, ale především nabídnout konkrétní návrhy pro zlepšení podmínek pro jejich rozvoj. Doporučení mohou být využita různými aktéry, od městské a krajské samosprávy přes univerzitu až po neziskové organizace a samotné kreativce. Výsledky výzkumu mohou také sloužit jako podklad pro tvorbu nových projektů nebo rozhodování v oblasti kulturní politiky a rozvoje kreativní ekonomiky.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem práce je zhodnocení současného stavu kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci a následný návrh možností zlepšení jejich rozvoje. Z navržených možností rozvoje bude vybrána jedna možnost k bližšímu rozpracování formou projektu.

Informace v teoretické části práce jsou zpracovány formou literární rešerše. Analyzovány byly informace z odborných publikací, strategických dokumentů, stránek Ministerstva kultury ČR a dalších klíčových zdrojů.

Analytická část práce vychází z kombinace analýzy sekundárních dat a primárních dat. Sekundární data byla zpracována formou desk research a obsahové analýzy, přičemž byly využity výstupy z mapování KKP v Olomouci z let 2015-2017. Součástí analytické části je také komparativní analýza Strategie rozvoje kultury a kreativního průmyslu města Olomouce s Koncepcí rozvoje kultury, kreativity a památkové péče olomouckého kraje. Cílem bylo zjistit provázanosti a rozdíly v přístupu obou úrovní veřejné správy k podpoře kulturních a kreativních průmyslů.

Primární data byla získána pomocí hloubkových rozhovorů s pěti vybranými aktéry KKP v Olomouci z oblasti veřejné správy, podnikatelského a neziskového sektoru. Rozhovory byly vedeny podle předem definovaných tematických okruhů, a to současného stavu KKP v Olomouci, bariéry a příležitosti rozvoje, dopad na ekonomiku a kvalitu života a motivace mladých lidí k setrvání v Olomouci. Tito aktéři byli vybráni záměrně, jelikož se dlouhodobě pohybují v oblasti KKP v Olomouci, aktivně se podíleli na mapování této oblasti, realizují projekty, organizují akce a jejich zkušenosti poskytují komplexní pohled na aktuální stav i potřeby tohoto odvětví v Olomouci. Výstupy z rozhovorů poskytly cenný vhled do praxe a doplnily poznatky získané ze sekundárních zdrojů.

Získané poznatky byly využity pro formulaci návrhů, které mohou vést k efektivnější podpoře KKP v Olomouci, posílení jejich ekonomického a společenského dopadu a zlepšení podmínek pro působení kreativních profesionálů ve městě. Součástí závěrečné části práce je také návrh konkrétního rozvojového projektu, který navazuje na identifikované potřeby a příležitosti z předchozích analýz.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 KREATIVNÍ EKONOMIKA

Pojem kreativní ekonomika má různé interpretace. V této kapitole je popsáno několik pohledů na tento koncept. S kreativní ekonomikou souvisejí také pojmy jako kreativní třída a kreativní produkt, které jsou v této kapitole blíže vysvětleny, spolu s klíčovými stakeholdery tohoto odvětví a významem kreativní ekonomiky pro ekonomiku a společnost.

Inovace jsou nezbytné pro zvyšování životní úrovně na úrovni státu a pochopení kreativní ekonomiky vyžaduje dva kroky. Prvním krokem je uznání inovace jako součásti ekonomických aktivit, založených na kreativitě, ochraně duševního vlastnictví a podpoře inovačního potenciálu. Druhým krokem je stanovení zásad pro fungování kreativní ekonomiky. Úspěšní inovátoři se vyznačují kreativním myšlením, které jim umožňuje nahlížet na problémy a situace z nové perspektivy, přičemž využívají různé přístupy, jako je logické, laterální, imaginativní a kritické myšlení (FERNANDEZ-POL a HARVIE, 2020). Globálně se podnikatelé a tvůrci inovací v kreativní ekonomice zaměřují na rozvoj iniciativ, které mladým lidem umožňují získávat dovednosti, pracovní zkušenosti a navazovat kontakty. Zároveň je motivují, aby převzali odpovědnost za svůj další rozvoj a aktivně se podíleli na utváření života ve svém okolí (Loy and Ageson, 2018).

Podle Kloudové (2010) je kreativní myšlení spojeno s evolucí a rozvojem. Kreativní ekonomika využívá lidskou kreativitu jako zdroj ekonomického růstu, podporuje svobodné a otevřené prostředí. Dříve dominovala znalostní a informační ekonomika, v dnešní době se však dostává do popředí ekonomika kreativní. Nové technologie a kreativita pracovní síly hrají klíčovou roli. Kreativní ekonomiku tvoří kulturní a kreativní průmysly, jako jsou film, mediální průmysl, hudební průmysl, počítačové hry a výzkum. Práce v oblasti kreativní ekonomiky tvoří důležitou součást místního hospodářství a zároveň mají oproti běžným ekonomickým sektorům širší dopad. Kromě ekonomického přínosu přispívají také k rozvoji nových kulturních hodnot a posilují komunitní soudržnost (Loy and Ageson, 2018).

Kreativní ekonomika je tvořena třemi propojenými oblastmi: kreativními klastry, kreativní pracovní silou a kreativním společenstvím. Kreativní klastr zahrnuje organizace a firmy. Kreativní pracovní sílu tvoří lidé, kteří se profesně věnují tvůrčím činnostem, zatímco kreativní společenství je prostředím, jež poskytuje zázemí a podmínky pro rozvoj kreativní ekonomiky (Kloudová, 2010).

Toto rozdělení je také znázorněno na následujícím obrázku:



Obrázek 1: Kreativní ekonomika

(Zdroj: Kloudová, 2010)

1.1 Kreativní třída a kreativní produkt

Kreativní třída je tvořena talentovanými lidmi, od kterých se odvíjí ekonomický růst. Nejčastěji se jedná o lidi, pracující v oblasti reklamy, architektury, umění, v řemeslné výrobě, designu, módě, filmu, hudbě, divadle, ve vydavatelství, výzkumu, softwaru a dalších oblastech. Předpokladem kreativní třídy je, že lidé pracují samostatně a nezávisle, což se odráží v jejich odměňování. Kreativní třída se primárně zaměřuje na vytváření nových nápadů, inovativních technologií či originálního tvůrčího obsahu (Kloudová, 2010). Gill uvádí, že kulturní a kreativní práce spojuje estetiku, hodnoty, umění a ekonomiku. Pracovníci v kulturním odvětví musí často jednat netradičně, a to buď z vlastní volby, nebo z nutnosti. Vysoké riziko neúspěchu a nevyhovující standardní ekonomické systémy přispívají k těmto podmínkám (Gill et al., 2019).

Florida (2012) ve své knize rozlišuje pracující třídu a kreativní třídu. Tvrdí, že zatímco pracující třída se spoléhá na fyzickou práci, kreativní třída využívá svou mysl. Kreativní třída se vyznačuje tím, že její členové se zaměřují na tvorbu smysluplných nových produktů. Tato skupina se dělí na dvě hlavní části – super kreativní jádro a myslitele. Super kreativní jádro zahrnuje vědce, inženýry, vysokoškolské pedagogy, spisovatele, umělce, baviče,

herce, designéry a architekty. Naopak mezi myslitele dnešní doby se řadí autoři literatury faktu, editoři, kulturní osobnosti, výzkumníci a tvůrci názorů.

Kreativní třída je vnímána jako jeden z významných vstupů kreativní ekonomiky, jejímž zdrojem je kreativní myšlení. Jako výstup kreativní ekonomiky uvádí Kloudová (2010) kreativní produkt. **Kreativní produkt** je výsledkem lidské činnosti s výrazným podílem originality a tvořivosti. Může nabývat materiální podoby, například jako patent, obraz, socha či film, ale i nehmotnou, jako jsou myšlenky, nápady, vizuální koncepty nebo pocity. Jeho hodnota závisí jak na tvůrčí originalitě, tak i na finančním výkonu a užití a vnímání spotřebiteli. Klíčovou roli často hraje symbolický význam a přitažlivost produktu. Hodnota produktu se dá měřit například sledovaností, poslechovostí nebo čteností. Kreativní produkty s sebou přináší užitek, ale také významné intelektuální bohatství.

1.2 Stakeholdeři v kreativní ekonomice

Problematika zainteresovaných skupin, známých jako stakeholdery, se rozšířila na všechny subjekty, které nějakým způsobem ovlivňují fungování podniku nebo z něj mají prospěch. Tyto subjekty mohou být uvnitř nebo vně podniku a zahrnují jednotlivce i skupiny. Stakeholdery lze definovat jako subjekty, které mají zájem na činnosti podniku, například v oblasti financí, sociálních vztahů nebo životního prostředí. Jejich vzájemné propojení s podnikem často zahrnuje sdílené přínosy i rizika (Kloudová, 2010).

Podle Kloudové (2010) je koncept stakeholderů dnes úzce spojen s udržitelným rozvojem, zahrnujícím ekonomický, sociální a environmentální dopad podniků. Významnou roli hraje společenská odpovědnost firem, která zdůrazňuje odpovědné chování a spolupráci se stakeholdery. V kreativní ekonomice mezi ně patří nejen manažeři a vlastníci, ale i zákazníci, místní obyvatelé, státní správa či lobbistické skupiny. Identifikace stakeholderů je důležitá, protože jejich role a vliv se liší podle oblasti podnikání.

1.2.1 Vlastníci a manažeři

Klíčovými stakeholdery jsou vlastníci, například akcionáři, investoři nebo podílníci, kteří investují své prostředky s cílem získat finanční zisky, zvýšit svůj podíl nebo zhodnotit kapitál. Jejich hlavní zájmy se soustředí na maximalizaci zisku, zajištění finanční stability a růst hodnoty podniku. Manažeři se soustředí na rozvoj a růst podniku (Kloudová, 2010).

1.2.2 Zaměstnanci a dodavatelé

Zaměstnanci se zaměřují na kvalitu pracovního prostředí, ekonomickou jistotu, bezpečnost, možnosti profesního růstu a uplatnění své kvalifikace. Dodavatele oceňují spolehlivost a stabilitu objednávek, zatímco zákazníci upřednostňují kvalitu, cenu a záruční podmínky poskytovaných služeb a produktů (Kloudová, 2010).

1.2.3 Neziskové organizace a státní orgány

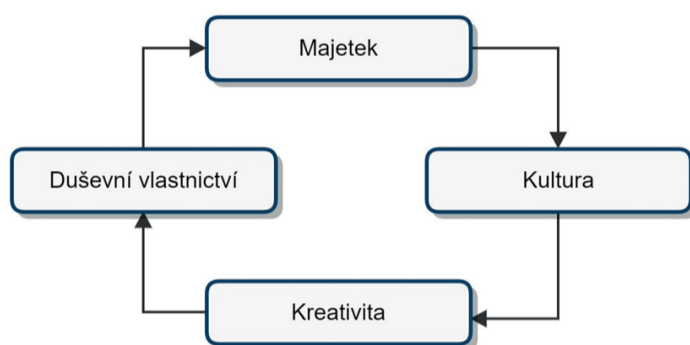
Podle Kloudové (2010) se neziskové organizace, jako jsou různé asociace nebo odborová sdružení, zabývají tématy, jako je ochrana životního prostředí a společenská odpovědnost. Státní orgány spolu s podnikatelskými svazy se podílejí na tvorbě regulací a legislativy. Každá z těchto skupin má specifické zájmy, které ovlivňují činnost podniku a přispívají k jeho rozvoji.

1.3 Význam pro ekonomiku a společnost

Kulturní a kreativní průmysly (KKP) spolu s kulturním turismem v dnešní době hrají významnou roli při generování příjmů pro státní i místní rozpočty, vytváření nových pracovních míst a podpoře zaměstnanosti. Přinášejí také pozitivní ekonomické externality a multiplikační efekty, včetně zvyšování kvality života, posilování image míst a rozvoje kulturního a společenského života. Investice do kultury stimulují spotřebu i v dalších odvětvích hospodářství, čímž podporují ekonomický růst, vytvářejí nová pracovní místa a zvyšují atraktivitu měst jak pro obyvatele, tak pro podnikatelské subjekty. Od 90. let jsou KKP vnímány národními organizacemi, jako je Evropská komise a Světová banka, i národními a regionálními vládami jako klíčový faktor v rychle měnící se globální ekonomice (Heřmanová et al., 2009). Kulturní a kreativní průmysly jsou považovány za jednu z nejslibnějších oblastí ekonomické činnosti ve vysoce rozvinutých ekonomikách, které mají velký potenciál přispívat k bohatství a vytváření pracovních příležitostí (Trüby et al., 2008).

Podle údajů UNESCO vygenerovala kulturní a kreativní odvětví v roce 2013 příjmy přesahující 2,2 bilionů dolarů, což je více než celý telekomunikační sektor. Ačkoli se často předpokládá opak, kreativita není doménou pouze ekonomicky silných zemí. Země s nižším HDP vykazují nadprůměrný růst kreativní ekonomiky. Například v regionu Střední Ameriky vzrostla hodnota vývozu kreativních produktů a služeb mezi lety 2005 a 2014 o 70 % na 269 milionů dolarů. V Evropě tvoří kreativní odvětví přibližně 10 % veškerého exportu (Loy and Ageson, 2018).

Nétek (2020) ve své knize uvádí, že kulturní a kreativní průmysly se staly důležitou součástí ekonomiky s rostoucí přidanou hodnotou. Jejich vliv se projevuje regenerací měst i regionů. Tento sektor má značný potenciál pro hospodářský rozvoj na místní i celostátní úrovni. Jeho význam a pozornost, které získává, se v posledních letech výrazně zvyšují. Tento růst je výsledkem ekonomických a společenských změn. KKP přispívají k HDP České republiky přibližně 4 %, což je dvojnásobek oproti automobilovému průmyslu.



Obrázek 2: Cyklus kreativní ekonomiky

(Zdroj: Nétek, 2020)

Na tomto obrázku je znázorněna vzájemná propojenost jednotlivých prvků kreativní ekonomiky. Tento vztah vytváří cyklus, kdy kultura inspiruje kreativitu, která generuje hodnoty chráněné duševním vlastnictvím. To vše je propojeno s ekonomickým přínosem prostřednictvím majetku (Nétek, 2020).

S rozvojem dostupných digitálních platforem mají tvůrci obsahu a zážitkových forem kultury stále širší možnosti oslovit nové trhy. Díky tomu se otevírá prostor pro růst počtu flexibilních pracovních pozic v kreativním sektoru. Očekává se, že s narůstající poptávkou po kreativních produktech poroste i nabídka pracovních příležitostí v tomto odvětví (Loy and Ageson, 2018).

2 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY

V následující kapitole jsou charakterizovány pojmy kulturní a kreativní průmysly (KKP) a jsou zde specifikovány jednotlivá odvětví. Důraz je také kladen na design management, který v kontextu KKP představuje strategický nástroj pro zajištění konkurenceschopnosti, inovací a udržitelného rozvoje.

2.1 Definice a charakteristika

Dnes se v různých zemích, organizacích nebo odborných studiích kulturní a kreativní průmysly (KKP) často označují jako kulturní a kreativní odvětví (KKO). Lze používat oba termíny. Dle definice Ministerstva kultury jsou kulturní a kreativní odvětví (KKO) definována jako ekonomické aktivity, které jsou založené na kreativitě a talentu. Mezi KKO se řadí například audiovizuální tvorba, hudba, literatura a tisk, reklama, design, architektura, móda, řemesla tradiční i umělecká, oblasti scénického umění, výtvarného umění a kulturního dědictví. Odvětví je však mnohem rozmanitější (Definice KKO, 2021).

Potenciál KKP v České republice je značný. tento potenciál vychází z historicky silné kulturní základny, která zahrnuje bohatou infrastrukturu, od fyzických prostor po kulturní tradice. Důležitou roli hrají také profesionální aktivity a vysoká angažovanost občanů v kulturním životě to dokládá i oblíbenost domácí tvorby, jako jsou české filmy, hudba, literatura či divadlo (Žáková a kol., 2015).

Podle UNCTAD jsou kreativní průmysly charakterizovány jako procesy zahrnující tvorbu, výrobu a distribuci zboží a služeb, jejichž klíčovým zdrojem jsou kreativita a intelektuální kapitál. Tento sektor zahrnuje znalostní aktivity, často spojené s uměním, které mohou generovat příjmy například prostřednictvím obchodu nebo ochrany duševního vlastnictví. Kreativní průmysly pokrývají jak hmotné produkty, tak nehmotné služby s tvůrčím obsahem. Současně tvoří novou dynamickou oblast světového obchodu s významným ekonomickým potenciálem (United Nations, 2010).

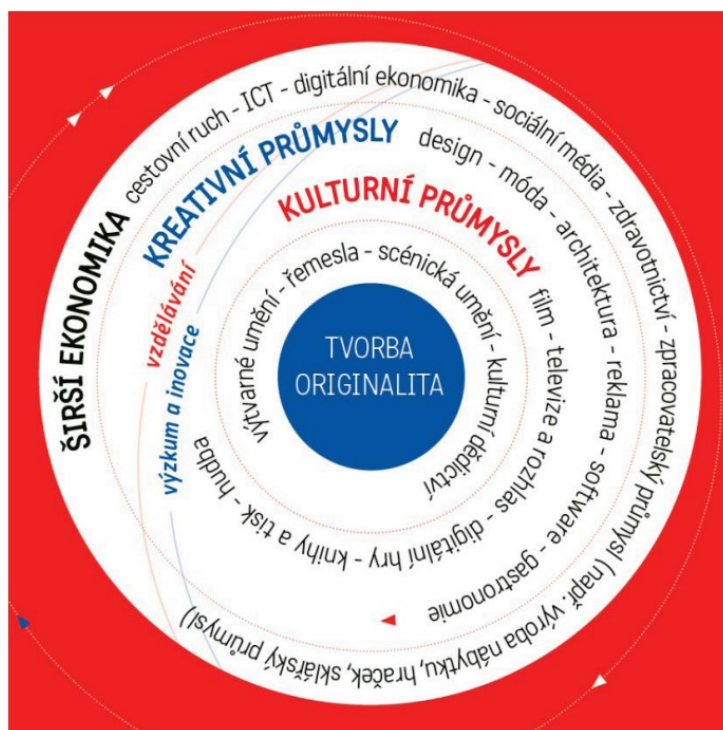
Kulturní a kreativní průmysly (KKP) vycházejí z umělecké činnosti a tvorby a díky inovacím a využívání duševního vlastnictví hrají důležitou roli v podpoře hospodářského růstu, zvyšování zaměstnanosti a celkovém rozvoji společnosti. Produkce KKP obohacuje ostatní hospodářská odvětví o přidanou hodnotu, posiluje také význam kreativní a digitální ekonomiky. V souvislosti s ekonomickými a společenskými změnami roste vliv KKP na hospodářství sídel, regionů a států. Umění, kultura a kreativita se tak již neřadí mezi

nadstavby ekonomiky, ale představují její klíčovou součást. S tím roste i důraz na podporu těchto odvětví v rámci strategií místního rozvoje (Palašćák et al., 2017).

Nétek (2020) ve své knize uvádí členění jednotlivých odvětví do čtyř oblastí:

- Oblast tradičního umění (kulturní sektor),
- Oblast kulturních průmyslů,
- Oblast kreativních průmyslů,
- Oblast příbuzných/souvisejících odvětví.

Kulturní průmysly zahrnují jednak odvětví mimo průmyslovou výrobu, která poskytují jedinečné, na místě spotřebovávané produkty a služby, a dále i průmyslové obory zaměřené na tvorbu kulturního obsahu určeného k hromadné distribuci, reprodukci a exportu, například knihy, filmy či hudební nahrávky. Naopak kreativní průmysly se zaměřují na tvorbu tzv. „nekulturních“ produktů, které sice nejsou kulturním obsahem v užším slova smyslu, ale využívají kreativitu jako klíčový prvek. Řadí se sem aktivity jako například design, architektura či reklama (KEA, 2006).



Obrázek 3: Grafické znázornění vymezení KKP

(Zdroj: Bednář, et al., 2016)

Význam kulturních a kreativních průmyslů v hospodářství rychle roste, a to zejména díky ekonomickým a společenským změnám. Tyto změny jsou spjaté s rostoucí rolí informačních a telekomunikačních služeb, mediální tvorby, zábavního průmyslu a cestovního ruchu. Přičemž KKP hrají klíčovou roli při tvorbě obsahu pro jmenovaná odvětví. Umění, kultura a kreativita tak již nejsou vnímány pouze jako doplněk ekonomických aktivit, ale jako jejich nedílná součást. Z tohoto důvodu se rozvoj KKP stále více zařazuje mezi priority strategií místního ekonomického rozvoje (Bednář et al., 2016). Jednou z dalších úloh kulturních a kreativních průmyslů je propojovat akademickou sféru a svět podnikání. KKP jsou na jedné straně významným zaměstnavatelem absolventů, kteří chtějí své znalosti a kreativitu nabyté během studia uplatnit pro komerční účely. Na druhou stranu zaměstnanci v KKP mají většinou úzké vazby na své bývalé profesory a kolegy absolventy, což usnadňuje navázání spolupráce (Trüby et al., 2008).

2.2 Design management v kontextu kulturních a kreativních průmyslů

Jednou z nedílných součástí kulturních a kreativních průmyslů je design. S pojmem design souvisí i design management, který popisuje, jak podniky začleňují aspekty designu, aby pomohly dosáhnout obchodních cílů, vytvářet produkty a služby, přitahovat zákazníky a podporovat marketingové úsilí. Řízení designu je pro podniky zásadní a funguje v závislosti na odvětví a disciplíně designu. Nabízí také různé kariérní příležitosti, povýšení a konkurenční plat. Design management nabízí způsob, jak aplikovat plánování a řešení problémů, konkrétně na produkty, služby, značky a marketing tak, aby byly splněny potřeby zákazníků a obchodní cíle (Coursera, 2024).

Design management zahrnuje všechny obory designu, včetně grafického designu, inženýrství, architektury, textilu a módy. Design management obvykle funguje na různých úrovních. Ve větších organizacích může zahrnovat celý tým. Design manažer má několik typických povinností, jako například tyto:

- Vytváření návrhu zadání na základě potřeb klienta nebo společnosti,
- Zajišťování toho, že návrhy splňují nezbytné normy, požadavky a specifikace,
- Pomoc při nastavení a správě návrhových rozpočtů,
- Školení a podpora týmu management designu,
- Práce napříč týmy při plnění obchodních cílů,

- Řízení návrhářů a přidělování odpovědností za plnění jejich povinností,
- Kontrola návrhů a žádost o změny (Coursera, 2024).

Design management zahrnuje soubor procesů, strategických rozhodnutí a obchodních kroků, které podporují inovace a vedou k vytváření promyšleně navržených produktů, služeb, komunikačních řešení a prostředí, jež přispívají ke zlepšení kvality života a napomáhají úspěchu organizací. Na hlubší úrovni se design management snaží propojit design, inovace, technologie, management a zákazníky tak, aby poskytoval konkurenční výhodu napříč třemi sektory: ekonomickým, sociálně-kulturním a environmentálním. Je to umění a věda o posílení designu v rámci zlepšení spolupráce a synergie mezi designem a obchodem (DMI, 2018).

3 ROZVOJ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

Kulturní a kreativní průmysly podporují inovace, zaměstnanost a konkurenceschopnost regionů. Ale jejich rozvoj je také ovlivňován řadou faktorů. Mezi tyto faktory patří koncepce kulturních a kreativních klastrů, které podporují sdílení znalostí a ekonomický růst, stejně jako politiky a nástroje využívané k financování a rozvoji kreativních odvětví.

3.1 Kulturní a kreativní klastry

Geografická koncentrace firem, známá jako klastř, je významným zdrojem konkurenční výhody. Klastry podporují inovace, snižují transakční náklady, usnadňují vznik nových podniků a pomáhají se zpřístupněním a sdílením znalostí a technologií mezi firmami. Výměna technických informací je díky blízkosti levná, rychlá a efektivní. Typické příklady klastrů se nachází v Silicon Valley (USA) v technologickém sektoru a v Hollywoodu ve filmovém průmyslu. Strukturu klastru popisuje Porterův diamant, což je model zahrnující čtyři klíčové determinanty konkurenční výhody a dvě doplňkové složky. Tyto prvky společně vysvětlují, jak klastry přispívají ke konkurenceschopnosti firem a regionů (Fernandez-Pol a Harvie, 2020).

Evropská komise definuje klastry jako seskupení nezávislých firem a přidružených institucí, které spolupracují i soutěží, jsou geograficky soustředěné, specializují se na konkrétní odvětví propojené společnými technologiemi a znalostmi. Mohou být tradiční nebo znalostně orientované. Klastry podporují inovace, zvyšují konkurenceschopnost, napomáhají šíření dovedností a informací a přispívají k dlouhodobému rozvoji podnikání. Mezi klíčové faktory úspěšných klastrů patří vedení podnikatelskými a veřejnými lidry, důraz kladou na spolupráci, ale i na soutěž, mají silné vazby mezi firmami a institucemi a uplatňují systémový přístup, kde všichni účastníci hrají důležitou roli (CzechInvest, 2020).

Obecně se rozlišují dva druhy klastrů:

- **Klastry založené na hodnotovém řetězci** – formují se kolem dodavatelských vazeb v rámci určitého odvětví, například v automobilovém průmyslu, sdružují výrobce a jejich dodavatele, podpora těchto klastrů se zaměřuje na jednotlivé úrovně hodnotového řetězce podle potřeb podniků,
- **Klastry založené na kompetencích** – soustředí se na sdílení odborných znalostí a technických dovedností v rámci regionu, nejde o dodavatelské vazby, ale o aplikaci odborných znalostí v různých odvětvích, například ve výzkumu

či vzdělávání, konkrétním příkladem může být IT sektor, kde se dovednosti uplatňují napříč mnoha oblastmi (CzechInvest, 2020).

3.2 Mapování KKP

V letech 2022-2025 probíhá v ČR mapování kulturních a kreativních průmyslů. Mapování je financováno v rámci Národního plánu obnovy. Cílem je revitalizace sektoru po pandemii a získání dat pro strategické plánování a optimalizaci dotačních programů. Ve dvou výzvách bylo mezi 14 krajů 12 oborných institucí rozděleno téměř 40 milionů Kč. První výzva se zaměřila na regionální mapování, druhá na analýzu vybraných odvětví. Výzkum kombinuje kvantitativní analýzy s kvalitativním hodnocením inovačního potenciálu firem a budoucích trendů KKP. Český statistický úřad zpracovává ekonomická data, která pomohou lépe definovat podporu kulturního sektoru. Ministerstvo kultury plánuje v mapování pokračovat i po skončení dotačních výzev a spolupracovat s výzkumnými institucemi a ČSÚ. Výstupy mohou sloužit jako podklad pro nové formy podpory na státní i evropské úrovni (Ministerstvo kultury, 2024).

Mapování KKP přispívá k jejich zviditelnění a uznání jejich významu. Tato odvětví jsou v ekonomické klasifikaci zařazena mezi tradiční průmysly a služby, avšak jejich struktura se neustále mění, zejména díky technologickému pokroku. Oproti odvětvím, jako jsou finanční služby nebo strojírenství, jim bývá věnována menší pozornost. Mapování na úrovni měst a regionů proto pomáhá zdůraznit jejich ekonomický přínos, který bývá větší, než se obecně předpokládá (Bednář et al., 2016).

3.3 Politiky a nástroje podpory

Podpora KKO může mít různé formy, včetně strategické a institucionální podpory, která zahrnuje strategické dokumenty, pracovní skupiny, inovační centra, mapování či vzdělávací aktivity. **Finanční podpora** se realizuje prostřednictvím operačních a komunitárních programů, příspěvků samospráv, crowdfundingu nebo kreativních voucherů. Kromě financování je důležitá i **nefinanční podpora**, například síťování, sdílení zkušeností a propagace. Významnou roli hrají také prostory pro kreativní odvětví, jako jsou umělecké rezidence, kreativní centra či kreativní čtvrti. V oblasti podnikání mohou pomoci exportní programy, kreativní inkubátory a akcelerátory, start-upová podpora, podnikatelské klastry nebo specializované fondy a kanceláře pro audiovizuální tvorbu (Strategie rozvoje a podpory KKO, 2021).

Ministerstvo kultury rozlišuje nástroje podpory jako Národní a regionální podporu, Podporu řízenou programy EU a Podporu z dalších platform, které prezentují příležitosti pro oblasti KKO. **Národní a regionální** podporou KKO se rozumí Dotace Ministerstva kultury, Národní plán obnovy: Komponenta Rozvoj kulturního a kreativního sektoru, Kreativní vouchery, Státní fond kinematografie, Programy Ministerstva průmyslu a obchodu, Programy Ministerstva pro místní rozvoj, Programy Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, Programy Institutu umění – Divadelního ústavu, Programy CzechInvest a Programy CzechTrade. Mezi nástroje podpory řízené **Evropskou unií** („unijní programy“) se řadí Dotace EU – Unijní programy 2021-2027, Programy Kreativní Evropy a Horizontu Evropa, Programy Erasmus+, Další granty Evropské unie a Fondy Evropské hospodářské pomoci a Norské fondy. **Dalšími platformami** pro prezentaci příležitostí pro KKO jsou Culturenet, Kreativní Česko nebo například European Creative Industries Network (ECIN) (Nástroje podpory, 2021).

3.3.1 Kreativní Evropa

Filmy a kulturní a tvůrčí odvětví jsou podporovány financováním z programu Kreativní Evropa Evropské unie. Podporuje řadu projektů v oblasti scénického a výtvarného umění, literatury, filmu, televize, hudby, videoher, kulturního dědictví a mnoha dalších oborů. Jeho hlavním cílem je zlepšit spolupráci mezi jednotlivými sektory, a tak podstatně zvýšit efektivitu poskytované pomoci. Program se skládá ze tří částí (Kreativní Evropa, 2021):

- MEDIA,
- KULTURA,
- MEZIOBOROVÁ ČÁST.

Část MEDIA podporuje evropský filmový a audiovizuální průmysl, část KULTURA financuje mezinárodní projekty v kulturním a kreativním sektoru a rozsáhlá MEZIOBOROVÁ ČÁST se věnuje pilotním projektům a úvěrům ze Záručního fondu. Program má v letech 2021-2027 k dispozici celkem 2,44 miliardy eur. Hlavním cílem je ochrana a rozvoj evropské kulturní a jazykové rozmanitosti. Zaměřuje se na posílení konkurenceschopnosti kreativního sektoru a podporu inovací. Podporované projekty se zaměřují na lepší spolupráci v oblasti umění, větší společenský a ekonomický dopad kulturních akcí, podporu mobility a udržitelnosti audiovizuálního sektoru a vytvoření rozmanitého mediálního prostředí (Kreativní Evropa, 2021).

Žádosti českých zájemců v programu Kreativní Evropa byly schváleny. Mezi lety 2014 a 2020 získali přes 24 milionů eur. Z této částky poskytla MEDIA téměř 16,2 milionů eur, které podpořily přes sedmdesát audiovizuálních produkčních a distribučních společností, festivalů a organizací. Program KULTURA poskytl českým subjektům téměř 8 milionů eur, díky čemuž se mohly zapojit do více než osmdesáti evropských projektů. Hodnocení grantových výzev se řídí mírou naplnění předem stanovených prioritních cílů (Kreativní Evropa, 2021).

3.3.2 Kreativní Česko

Platforma Kreativní Česko, spravovaná Institutem umění – Divadelním ústavem, slouží jako centrální informační a komunikační uzel pro kulturní a kreativní odvětví v České republice (Kreativní Česko, 2022). Prostřednictvím webového portálu poskytuje platforma Kreativní Česko aktuální články, rozhovory, studie a informace o významných akcích, čímž zvyšuje povědomí o významu těchto odvětví pro společnost a ekonomiku. Platforma také koordinuje síť subjektů a jednotlivců realizujících projekty na podporu kulturních a kreativních odvětví, pořádá setkání a akce pro sdílení zkušeností a hledání vhodných řešení podpory. Kromě toho nabízí inspiraci pro strategická opatření na místní i celostátní úrovni. V roce 2022 byla platforma transformována Ministerstvem kultury na centrální místo soustřeďující veškeré informace o kulturních a kreativních odvětvích, s cílem propojovat aktéry, podporovat komunikaci a propagaci těchto sektorů (IDU, 2024).

3.3.3 Národní plán obnovy ČR

Národní plán obnovy zahrnuje čtyři klíčové oblasti zaměřené na posílení kulturního a kreativního sektoru v České republice. Patří mezi ně:

- Status umělce,
- Rozvoj regionálních kulturních a kreativních center,
- Digitalizace kulturního a kreativního sektoru,
- Kreativní vouchery (Národní plán obnovy, 2022).

Iniciativa Status umělce zahrnuje sérii dotačních výzev podporujících rozvoj dovedností a konkurenceschopnost pracovníků v kulturním a kreativním sektoru, zejména v oblasti mezinárodní spolupráce a inovativních projektů, například v kreativním

vzdělávání. Administraci těchto výzev zajišťují odbor mezinárodních vztahů a odbor umění, knihoven a kreativních odvětví Ministerstva kultury ČR (Národní plán obnovy, 2022).

Program Rozvoj regionálních kulturních a kreativních center má za cíl zajistit rovnoměrný rozvoj kulturního a kreativního sektoru v celé České republice. Důraz je kladen na mezisektorovou spolupráci, rozvoj inovačního potenciálu, efektivnější a udržitelnější kulturní infrastrukturu a spolupráci mezi stakeholdery při financování a realizaci projektů. Cílem investice je vytvoření alespoň patnácti kulturních a kreativních center, která podpoří místní i národní kulturní rozvoj. Podporované aktivity v rámci této iniciativy zahrnují výstavbu nových kulturních a kreativních center, přestavbu existujících objektů na kulturní a kreativní centra a rozšíření stávající kulturní a kreativní infrastruktury (Národní plán obnovy, 2022).

Oblast Digitalizace kulturního a kreativního sektoru je blíže popsána v kapitole 5, která je zaměřena na vliv digitalizace na kulturní a kreativní průmysly.

Ministerstvo kultury již realizovalo dvě výzvy – Kreativní vouchery I. v roce 2023, Kreativní vouchery II. v roce 2024. na rok 2025 plánuje výzvu Kreativní vouchery III. (Národní plán obnovy, 2022). Oddělení kulturních a kreativních odvětví vyhlásilo výzvu k poskytnutí kreativních voucherů na rok 2025. výzva zohledňuje regionální specifika a usiluje o rovnoměrné zapojení různých oblastí KKO. Je zaměřena na malé a střední podniky, ale i na kreativní profesionály (Výzva 464 Kreativní vouchery III, 2024).

4 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PROSTORY

Tato kapitola se zaměřuje na různé typy kulturních a kreativních prostor, které reflektují aktuální potřeby současné společnosti. Mezi těmito prostory jsou blíže specifikovány kulturní centra, jako místa pro kulturní a komunitní aktivity, makerspaces, jako dílny pro kreativní tvorbu, coworkingová centra podporující flexibilní a spolupracující pracovní prostředí a kreativní huby, jako inkubátory inovací a podnikání. Každý z těchto prostorů má své specifické vlastnosti a přínosy, které tvoří nepostradatelnou součást moderní společnosti.

4.1 Kulturní centra

Kulturní centra představují nedílnou součást občanské infrastruktury měst a obcí, poskytující služby dostupné široké veřejnosti. Fungují jako centra komunitního života, nabízejí bezpečné a otevřené prostředí pro setkávání, kulturní a umělecké aktivity, kreativní tvorbu i vzdělávací programy (AKCE, 2025).

Kulturní centra slouží jako místa pro setkávání, vzdělávání a relaxaci, čímž propojují různé skupiny obyvatel a posilují kulturní a společenský život. Stále častěji vznikají multifunkční centra, která reagují na aktuální potřeby komunit a nabízejí širokou škálu aktivit – od divadelních a hudebních akcí po coworkingové prostory, galerie či kavárny. Na rozdíl od tradičních kulturních domů jsou tato centra flexibilní, přizpůsobují se měnícím se společenským požadavkům a zároveň pomáhají revitalizovat zanedbané lokality, zvyšovat jejich atraktivitu a podporovat komunitní život (Stašek, 2025).

4.2 Makerspaces

Makerspaces známé i jako FabLab, Techshop nebo Hackerspace, jsou spolupracující pracovní prostory určené k tvorbě, učení, objevování a sdílení. Nacházejí se ve školách, knihovnách či samostatných centrech a využívají různé nástroje od základních pomůcek až po pokročilé technologie jako jsou 3D tiskárny nebo CNC stroje. Jsou otevřené dětem, dospělým i podnikatelům a podporují kreativitu, kritické myšlení a praktické dovednosti v oblasti vědy, technologií a inženýrství. Hlavní myšlenkou makerspace je přístup zaměřený na tvoření z dostupných prostředků a zkoumání vlastních zájmů. Makerspaces rozvíjejí dovednosti v elektronice, 3D tisku, modelování, robotice, a řemeslech, zároveň podporují podnikavost a slouží jako inkubátory pro úspěšné podnikatelské projekty (Makerspaces.com, 2025).

Každý makerspace zahrnuje prostor pro socializaci, protože komunita tvoří jeho klíčový prvek. Sdílení zkušeností, nápadů a setkávání odborníků i začátečníků přináší přidanou hodnotu a podporuje kreativitu. V době digitalizace, kdy osobní interakce ubývá, nabízí makerspaces důležité místo pro společné tvoření a výměnu znalostí. Jejich fungování by nemělo být omezeno jen na „přijít, vytvořit a odejít“, protože hlavní přínos spočívá v podpoře vzdělávání a komunitního rozvoje. Aktivní zapojení členů rozšiřuje možnosti těchto prostor, a tím otevírá nové příležitosti pro realizaci projektů a inovací (Lab, 2025).

4.3 Coworking

Coworkingová centra jsou multifunkční prostory určené pro malé podniky a start-upy, které kombinují kancelářskou práci, výrobu a prototypování. Nabízejí sdílené pracovní stoly, zasedací místnosti, relaxační zóny, dílny či laboratoře, čímž snižují náklady na pronájem a poskytují flexibilní pracovní podmínky. Díky společné infrastruktuře, jako je přístup k počítačům, telefonům, internetu či elektřině představují dostupnou alternativu k tradičním kancelářím (Brook, Openshaw a Farrow, 2012).

Coworkingová centra slouží jak jednotlivcům, tak i týmům start-upů, jako jsou grafici, vývojáři nebo specialisté na marketing, kteří pracují online. Tato centra mají za cíl spojovat freelancery s podobnými zájmy a myšlením. Jejich koncept stojí na čtyřech hlavních principech: spolupráci, komunitě, dostupnosti a otevřenosti (Kadeřábková, 2020). V dnešní době roste popularita coworkingových center. Praha, Brno a další větší města zaznamenávají výrazný růst počtu coworkingových prostor. V Příloze č.1 je uveden seznam coworkingových center ve větších městech v České republice k datu 15.01.2025 (Vlach, 2025).

4.3.1 Typy coworkingu

Coworkingová centra nabízí rozmanité typy pracovních prostor, které se přizpůsobují potřebám různých uživatelů. Díky flexibilitě si každý může najít řešení, které mu vyhovuje. Mezi nejčastější formy coworkingu patří otevřené kanceláře (open space), uzavřené kanceláře nebo vyhrazené pracovní stoly (dedicated desks) (Generali, 2023).

- **Otevřené kanceláře (open space):** Nejpopulárnější typ coworkingových prostor, kde sdílené pracovní prostředí tvoří velké místnosti s více stoly a pracovními stanicemi. Tento formát vyhovuje jednotlivcům i malým týmům, kteří oceňují neformální a otevřenou atmosféru (Generali, 2023).

- **Uzavřené kanceláře:** Pro firmy nebo týmy, které potřebují větší soukromí, jsou k dispozici uzavřené kanceláře. Tyto prostory kombinují klidné prostředí pro soustředěnou práci s možností využívat sdílené služby coworkingového centra. Jsou ideální pro menší podniky nebo start-upy (Generali, 2023).
- **Vyhrazené pracovní stoly (dedicated desks):** Tato varianta umožňuje jednotlivcům mít vlastní stálé pracovní místo. Tento prostor si mohou personalizovat a využívat podle svých potřeb, aniž by museli investovat do klasické kanceláře (Generali, 2023).

4.3.2 Výhody coworkingu

Coworkingová centra nabízejí flexibilní pracovní prostředí blíže domovu a tím šetří čas i energii. Spojují profesionály z různých oborů, podporují navazování kontaktů, obchodní spolupráci a osobní rozvoj prostřednictvím workshopů a setkání. Kreativní atmosféra usnadňuje sdílení zkušeností a vznik nových projektů. Díky krátkodobým pronájmům a volné pracovní době poskytují vysokou flexibilitu přizpůsobenou individuálním potřebám (Fresh Start, 2023).

4.3.3 Nevýhody coworkingu

Coworkingová centra nejsou ideální pro každého – lidé vyžadující klid mohou mít problém s ruchem, zatímco ti, kteří pracují hlasitě, mohou narazit na nepochopení. Nevhodné mohou být i pro ty, kteří si chtějí přizpůsobit své pracovní místo, protože zde často chybí možnost personalizace a záruka stálého pracovního prostoru (Petříčková, 2023).

4.4 Kreativní HUB

Kreativní huby se od počátku 21. století staly populární součástí kulturní a kreativní politiky, regionálního rozvoje a inovací, přičemž jejich význam podporují i firmy jako Facebook nebo Ikea. Staví na myšlence, že sdílené prostory firem a kreativců přirozeně podporují inovace a ekonomický růst. Přestože digitalizace omezuje potřebu fyzické blízkosti, huby zdůrazňují význam osobní spolupráce a automatického přenosu znalostí. Jejich reálné přínosy jsou většinou zkoumány na základě makroekonomických studií a sekundárních dat (Gill et al., 2019).

Kreativní huby představují různorodé struktury s odlišnými modely řízení a organizace. Mohou fungovat jako kolektivy, družstva, laboratoře či inkubátory. Mohou mít pevnou,

mobilní nebo online formu. Slouží jako fyzická nebo virtuální místa, která propojují kreativní profesionály, podporují networking, rozvoj podnikání a zapojení komunity v oblasti kultury, kreativity a technologií. Ačkoliv se huby liší velikostí, strukturou a zaměřením, všechny přispívají k rozvoji lokálního i širšího kreativního ekosystému tím, že vytvářejí kulturní a kreativní hodnotu (ECHN, 2022).

Kulturní struktury se v posledních desetiletích výrazně proměnily, přecházejí od tradičních pevných institucí k flexibilnějším a hybridním formám. Kreativní huby představují nejnovější článek tohoto vývoje, který odráží proměny společnosti a bude se nadále rozvíjet. Vývoj kulturních institucí probíhal následovně (ECHN, 2022):

1. Muzea,
2. Kulturní centra,
3. Kreativní huby.

Kreativní huby poskytují bezpečné prostředí, které propojuje odborníky z kreativního, kulturního a technologického sektoru. Slouží jako ideální platforma pro experimentování, umělecké vyjádření, vzájemné učení a rozvoj nových myšlenek. S přechodem společnosti od průmyslové k intelektuální se kreativní přístup k řešení úkolů stává klíčovým faktorem konkurenceschopnosti (ECHN, 2022).

5 DIGITÁLNÍ TRANSFORMACE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

Digitální transformace zásadně mění fungování KKP, přičemž ovlivňuje nejen samotný proces tvorby, ale i způsob, jakým jsou kulturní produkty distribuovány, propagovány a spotřebovávány. Tato kapitola se zabývá klíčovými aspekty digitální transformace KKP. V první podkapitole je rozebírán vliv digitalizace na jednotlivé oblasti KKP v rámci Výzev Národního plánu obnovy Ministerstva kultury ČR. Druhá podkapitola je zaměřena na nové obchodní modely a distribuční kanály, které digitalizace přinesla, jako jsou streamovací služby, crowdfunding nebo virtuální trhy.

5.1 Vliv digitalizace na kulturní a kreativní průmysly

Ministerstvo kultury ČR výrazně přispívá k rozvoji digitalizace kulturního sektoru prostřednictvím několika Výzev Národního plánu obnovy. Tyto výzvy významně ovlivňují rozvoj kulturních a kreativních průmyslů a jejich schopnost adaptovat se na digitální dobu.

5.1.1 Výzvy Národního plánu obnovy Ministerstva kultury ČR 2022-2024

V roce 2022 spustilo Ministerstvo kultury ČR výzvy v rámci iniciativ Status umělce, Rozvoj regionálního kulturního sektoru a kreativního sektoru a Digitalizace kulturního a kreativního sektoru. Zájemci mohli podávat žádosti o dotace na projekty mezinárodní spolupráce v oblasti umění a o dotace na digitalizační projekty, informační a dokumentační činnost (Culturenet, 2023).

Jednou z výzev byla **Podpora digitalizace ve vizuálním umění a architektuře**, tato výzva byla zaměřena na menší projekty neziskových organizací, které nebyly zřizovány státem na rok 2024. Poskytovala příležitost k významným investicím do modernizace techniky a softwaru. Finanční prostředky bylo možné využít například na pořízení nebo vylepšení digitalizačního vybavení, reprodukční techniky či softwaru pro webové databáze. O tuto podporu mohly zažádat spolky a neziskové organizace, které se věnují dokumentaci, správě sbírek nebo poskytování informací v oblasti vizuálního umění a architektury (Culturenet, 2023).

Pro velké sbírkotvorné a paměťové instituce, jako jsou muzea, galerie, Národní památkový ústav a další instituce, byla určena výzva **Digitalizace kulturních statků a národních kulturních památek III**, která podporovala uchování a zpřístupnění kulturního dědictví široké veřejnosti. Cílem bylo využití inovativních a ekologicky šetrných

technologií. Dotace pokrývaly nákup hardwaru, softwaru, specializovaného vybavení nebo služeb pro digitalizaci (Culturenet, 2023).

5.1.2 Výzvy Národního plánu obnovy Ministerstva kultury ČR pro rok 2025

Jednou z plánovaných výzev na rok 2025 je výzva **Rozvoj digitalizační infrastruktury knihoven**. Cílem této iniciativy je podpora rozvoje a modernizace digitalizační infrastruktury knihoven, které spravují kulturní a znalostní bohatství, v souladu s Koncepcí rozvoje knihoven v České republice na období 2021-2027. výzva se zaměřuje na rozvoj digitalizačních kapacit Národní knihovny České republiky a Moravské zemské knihovny v Brně. Cílem této iniciativy je zajistit trvalou dostupnost digitálního obsahu, zvýšit účinnost při správě a sdružování dat a rozšířit kapacity pro digitalizaci různorodých dokumentů. Hlavním prvkem je modernizace technického vybavení a zavádění inovativních, ekologicky šetrných technologií pro dlouhodobé uchování a zpřístupnění digitálních kopií. Cílovou skupinou výzvy jsou knihovny zapojené do Národní digitální knihovny, které poskytují veřejnosti přístup k digitálním dokumentům a dalším službám (Další rozvoj digitalizace v oblasti knihoven III, 2024).

Na výzvu z roku 2024 navazuje výzva **Rozvoj digitalizace, dokumentační a informační činnosti v oblasti vizuálního umění a architektury, hudby, divadla, tance, literatury a knižní kultury**, která je oproti výzvě z rok 2024 rozšířena o další umělecké obory (Culturenet, 2023).

5.2 Nové obchodní modely a distribuční kanály

Digitalizace ovlivňuje vytváření, financování a zpřístupnění obsahu KKP. Nové obchodní modely jako jsou například crowdfunding, freemium nebo pay-per-view pomáhají tvůrcům oslovit publikum a zpeněžit svou tvorbu. Nové distribuční kanály, včetně digitálních platforem, sociálních sítí a mobilních aplikací rozšiřují možnosti prezentace obsahu. Tato kapitola zkoumá, jak tyto trendy formují současné KKP.

5.2.1 Nové obchodní modely

Jedním z nových obchodních modelů je **crowdfunding**. Jedná se o způsob získávání kapitálu od široké skupiny investorů prostřednictvím online platforem, jako jsou Kickstarter nebo HitHit. Investory mohou být fanoušci, přátelé, rodina, ale i jednotliví investoři a skupiny, kteří chtějí podpořit daný projekt. Tento model napomáhá ke shromažďování

potřebných financí pro realizaci podnikatelského záměru. Crowdfunding má různé formy, například:

- Dárcovský crowdfunding – prostředky se darují bez očekávání návratnosti,
- Investiční crowdfunding – investoři získávají podíl ve společnosti nebo jinou finanční odměnu (Cemi, 2022).

Crowdfunding nabízí řadu výhod, jako je nízké riziko, zvýšení povědomí o značce, marketingové možnosti, testování trhu a zachování kontroly nad vlastním kapitálem. Na druhou stranu vyžaduje značné úsilí čas, čelí konkurenci na přesyceném trhu, často nepřináší očekávaný zisk a je náchylný k podvodům (Cemi, 2022).

Dalším populárním obchodním modelem je v dnešní době takzvané **freemium**. Je to model, při kterém jsou základní funkce nebo obsah produktu či služby nabízeny zdarma, zatímco pokročilé funkce nebo rozšířený obsah jsou zpoplatněny. Název „freemium“ vznikl spojením slov „free“ (zdarma) a „premium“ (placený, prémiový). Existuje několik základních kategorií freemium modelů, jako například:

- Freemium omezené funkcemi,
- Časově omezené freemium,
- Freemium omezené kapacitou,
- Freemium omezené počtem uživatelů,
- Zákaznické freemium (Freemium, 2017).

Příkladem freemia může být například program Skype nebo další software z oblasti internetové bezpečnosti nebo antivirů (Freemium, 2017).

Pay-per-view, také označován jako PPV, je platební model, který nabízí uživatelům jednorázový přístup k digitálnímu obsahu za poplatek. Tento přístup je využíván ke zpoplatnění obsahu, jako jsou živé přenosy, exkluzivní videa nebo například webináře. Po úhradě poplatku má uživatel časově nebo podmínkami omezený přístup, například jen na určitém počtu zařízení. Díky absenci dlouhodobých závazků, jako jsou předplatné, je PPV atraktivní volbou pro jednorázové události a unikátní obsah (Four Crowns, 2024).

5.2.2 Nové distribuční kanály

Mezi nové nepoužívanější distribuční kanály patří:

- Digitální platformy
- Sociální sítě
- Mobilní aplikace

Digitální platformy hrají zásadní roli v ekonomice a jsou klíčovým motorem inovací. Patří mezi ně online tržiště, sociální sítě, vyhledávače nebo platformy pro sdílenou ekonomiku. Tyto služby rozšiřují nabídku pro spotřebitele, zvyšují efektivitu firem a umožňují lepší propojení lidí a podniků. Díky moderním technologiím propojují uživatele, sbírají data o jejich chování a využívají tzv. „síťové efekty“ – čím více uživatelů je využívá, tím jsou hodnotnější. V Evropské unii dnes přes milion firem prodává své produkty a služby přes online platformy a více než polovina malých a středních podniků díky nim obchoduje do zahraničí (Evropská komise, 2024).

Sociální sítě, někdy označované jako komunitní nebo společenské platformy, jsou online služby, které umožňují svým uživatelům vytvářet osobní i firemní profily, sdílet obsah a komunikovat s lidmi po celém světě. Slouží nejen k budování kontaktů a vztahů, ale také jako důležitý marketingový nástroj (Laba, 2023).

V dnešní době jsou sociální sítě nezbytné nejen pro jednotlivce, ale i pro firmy, které bez aktivní online přítomnosti jen těžko uspějí na trhu. Mezi nejvýznamnější sociální sítě v Česku patří Facebook, Instagram a stále oblíbenější LinkedIn a TikTok. TikTok je populární zejména mezi generací 15–25 let (generace Z) a je ideální pro oslovování mladého publika. Naopak LinkedIn je zaměřen na profesní networking a propojuje odborníky z různých odvětví. Facebook a Instagram, které spadají pod společnost Meta, patří mezi nejrozšířenější sociální sítě současnosti (Laba, 2023).

Mobilní aplikace, známé také jako „appky“, jsou softwary vyvinuté pro chytré telefony a tablety, které rozšiřují jejich funkce a usnadňují každodenní život. Fungují podobně jako počítačové programy a nabízejí širokou škálu nástrojů a služeb. Každá aplikace má specifické využití a je dostupná ke stažení v digitálních obchodech, jako jsou například Google Play nebo App Store. Sortiment zahrnuje vše od základních nástrojů, jako jsou třeba kalkulačky, přes rezervační systémy až po propracované hry. Díky inovativnímu dotykovému ovládání jsou mobilní aplikace snadno použitelné pro různé věkové skupiny, včetně dětí a seniorů. Podle svého zaměření se obvykle dělí na firemní a komerční (Kodůusková, 2024).

- Firemní aplikace – slouží k optimalizaci interních procesů a zvýšení efektivity práce, jsou učený pro interní použití a nejsou běžně dostupné v obchodech s aplikacemi,
- Komerční aplikace – zahrnují širokou škálu nástrojů a zábavních aplikací, přičemž jejich klíčovým aspektem je způsob zpeněžení a zaplacení vývoje či následné údržby, které může probíhat prostřednictvím předplatného, reklam, nákupů v aplikaci nebo jednorázové platby za stažení (Kodřousková, 2024).

6 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Kulturní a kreativní průmysly představují stále významnější oblast ekonomiky, která propojuje kulturní hodnoty, uměleckou tvorbu, inovace a podnikání. V úvodu teoretické části práce je vymezen pojem kreativní ekonomika a její různé interpretace. Kreativní ekonomika je chápána jako komplexní a dynamický systém, který využívá lidskou tvořivost a intelektuální kapitál jako hlavní zdroje růstu a konkurenceschopnosti. Na rozdíl od tradičních odvětví nepřináší jen ekonomický zisk, ale zároveň posiluje komunitní soudržnost, identitu místa a rozvíjí nové kulturní hodnoty.

V této části práce jsou také podrobněji rozebrány zásadní pojmy související s kulturní a kreativní ekonomikou, jako je kreativní třída, kreativní produkt, kreativní klastr a stakeholder. Následující kapitoly se zaměřují na členění KKP. Kulturní a kreativní odvětví dnes již zdaleka nepředstavují pouze volnočasové aktivity, ale tvoří nedílnou součást ekonomického rozvoje měst, regionů a celé společnosti. Mají rostoucí podíl na tvorbě HDP, podílejí se na exportu, vytvářejí pracovní místa a generují multiplikační efekty.

Dále jsou zde zahrnuty strategické přístupy a formy podpory KKP od národních programů jako je Národní plán obnovy či platforma Kreativní Česko, až po evropské a globální iniciativy, jako je například Kreativní Evropa. Významná pozornost je věnována také fyzickému zázemí kreativní činnosti, a to kulturním centrům, makerspacům, coworkingům a kreativním hubům, které poskytují prostor pro sdílení, tvorbu a podnikání.

Závěrečná část teoretické části se věnuje významu a důsledkům digitalizace v oblasti kulturních a kreativních odvětví. Digitální technologie dnes výrazně ovlivňují způsob, jakým se kulturní obsah vytváří, šíří a konzumuje. Objevují se nové modely financování – např. crowdfunding, freemium, pay-per-view i nové distribuční kanály – digitální platformy, sociální sítě či mobilní aplikace. Tyto změny přinášejí nejen nové příležitosti pro tvůrce a podnikatele, ale také kladou důraz na adaptaci a inovaci v celém sektoru. Digitalizace tak otevírá nové možnosti pro kreativní profesní dráhy, ekonomický růst a mezinárodní spolupráci.

II PRAKTICKÁ ČÁST

7 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY V OLOMOUCI

Stotisíkové centrum Hané a šesté největší město České republiky, nacházející se v samotném srdci Moravy. Olomouc v minulosti plnila roli hlavního města Moravy, a i dnes si zachovává významné postavení jako sídlo Univerzity Palackého, arcibiskupství, filharmonie, muzeí, divadel a kulturních klubů. Město je také dějištěm mnoha významných akcí a festivalů, které přispívají k jeho kulturnímu bohatství. Bohatá minulost zanechala městu impozantní soubor historických památek, což řadí Olomouc hned za Prahu jako druhou největší památkovou rezervaci v České republice (Statutární město Olomouc, 2023).

Olomouc představuje jedinečné spojení historického dědictví, vzdělávání a kultury, což vytváří ideální podmínky pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví. Historické centrum láká turisty i umělce, univerzitní prostředí podporuje nové talenty a výhodná poloha mezi střední a východní Evropou usnadňuje propojení s dalšími kulturními centry. Město se může opřít také o bohatou tradici lidových řemesel a dynamicky se rozvíjející kulturní scénu, která zahrnuje různé formy umění, hudby a designu. V současnosti Olomouc hledá novou identitu a propojení s tvůrčím potenciálem se jeví jako přirozený krok k jeho rozvoji. Systematická podpora a mapování KKP mohou posílit ekonomiku regionu, zvýšit atraktivitu města a upevnit jeho roli významného kulturního centra (Palaščík et al., 2017).

7.1 Současný stav kulturních a kreativních průmyslů

Komplexní pohled na aktuální stav KKP v Olomouci zahrnuje výsledky mapování z let 2015-2017, které podrobně analyzovalo strukturu a vývoj tohoto sektoru. Významnou roli v kulturním dění města hrají kulturní centra, jež přispívají k rozvoji umělecké scény, a coworkingové prostory, které poskytují zázemí pro kreativní profesionály a inovativní podnikání. Důležitým aspektem je také podpora a financování KKP, které ovlivňují jejich dlouhodobou udržitelnost a možnosti dalšího rozvoje.

Pomocí obsahové analýzy, byly v této kapitole zpracovány informace o aktuálně fungujících kulturních centrech a coworkingových centrech v Olomouci. K analýze výsledků předešlého mapování a k analýze možností financování KKP v Olomouci byla využita metoda sekundárního výzkumu neboli desk research.

7.1.1 Mapování KKP na Olomoucku v letech 2015–2017

Mapování KKP v Olomouci probíhalo v letech 2015-2016 s cílem analyzovat jejich stav, strukturu a dynamiku. Studie se zaměřila na klíčová odvětví, jako jsou scénická umění,

audiovizuální tvorba, architektura, umělecká řemesla a grafický design, a sledovala počet subjektů, jejich ekonomické postavení, zaměstnanost či geografické rozmístění v olomouckém okrese. Důležitou součástí bylo také zkoumání vztahů mezi jednotlivými subjekty, jejich propojení se školami a veřejnou správou a možnosti zlepšení podmínek pro rozvoj kreativního sektoru. Výstupy mapování byly využity jako podklad pro aktualizaci Strategického plánu rozvoje města Olomouce v roce 2017, přičemž důležitou roli sehrála také kartografická analýza provedená Katedrou geoinformatiky Univerzity Palackého (Kreativní Olomouc, 2017).

Projekt byl realizován ve spolupráci Univerzity Palackého, statutárního města Olomouc a odborníků z kreativních odvětví. Financování bylo zajištěno z rozpočtu univerzity, města a částečně i Olomouckého kraje. Spolupráce těchto subjektů ukazuje společný zájem akademické sféry, veřejné správy i podnikatelského sektoru na rozvoji této oblasti. Získaná data pomáhají lépe chápat význam KKP pro místní ekonomiku a společnost, identifikovat jejich silné a slabé stránky a vytvářet cílená opatření podporující jejich růst a udržitelnost (Kreativní Olomouc, 2017). V následujících dvou tabulkách jsou uvedena klíčová zjištění mapování KKP v Olomouci:

Tabulka 1: Klíčová zjištění mapování KKP I.

ODVĚTVÍ	POČET SUBJEKTŮ	ZAMĚSTNANOST	OBRAT (mil. Kč)
Literatura, knihy a tisk	302	1005	1312,5
Vývoj softwaru	130	1242	1672,2
Výtvarné umění	123	136	33,3
Hudba	120	185	112,9
Kulturní dědictví	75	562	331,7
Scénická umění	53	354	213,5
Reklama	66	368	284,2
Design	74	147	135,35
Umělecké vzdělávání	47	454	158,05
Oděvnictví a módní design	41	201	63,05

TV rozhlas / Film a video	67	193	179,3
Architektura	113	328	226,6
CELKEM	1211	5175	4722,65

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Palašček at al., 2017)

Z výsledků mapování KKP vyplývá, že největším odvětvím z hlediska počtu subjektů je Literatura, knihy a tisk s 302 subjekty, následovaná Vývojem softwaru se 130 subjekty a Výtvarným uměním se 123 subjekty. Nejvyšší zaměstnanost vykazuje Vývoj softwaru, který zaměstnává 1242 osob. Největší obrát generuje rovněž Vývoj softwaru, jehož celkový roční obrát dosahuje 1067 miliardy Kč, následovaný odvětvím Literatura, knihy a tisk s 1,31 miliardy Kč. Ostatní odvětví mají sice nižší absolutní hodnoty, ale stále představují důležitou součást místní kreativní ekonomiky. Celkově je patrné, že kulturní a kreativní odvětví v Olomouci hrají významnou roli jak z hlediska zaměstnanosti, tak z pohledu ekonomického výkonu, přičemž dominantním hráčem je oblast softwarového vývoje.

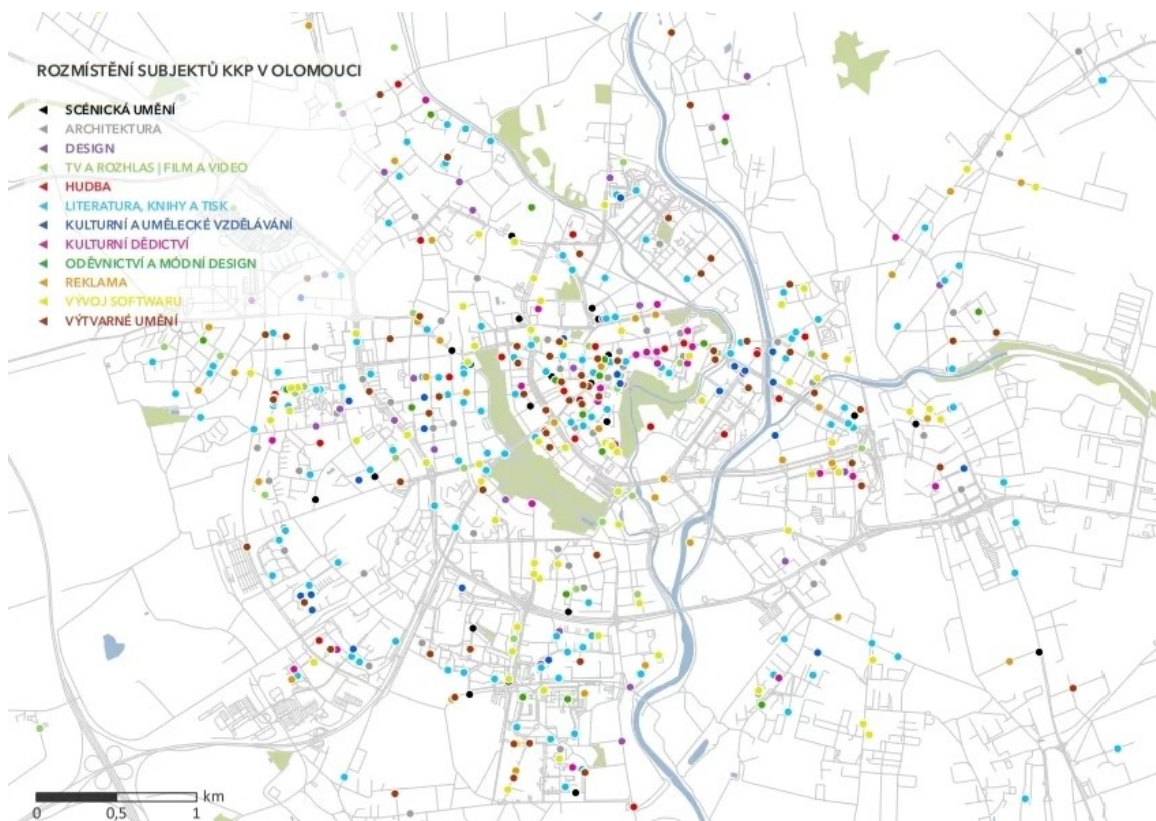
Tabulka 2: Klíčová zjištění mapování KKP II.

KATEGORIE	ZJIŠTĚNÍ
Síla KKP	Počty subjektů, jejich obrát i počet vytvořených pracovních příležitostí, které převyšují standard podobně velkých měst
Pracovní síla	Nedostatečná pracovní síla v odvětví vývoje softwaru, nedostatek kvalifikovaných pracovníků i v odvětví módního průmyslu, filmu a v médiích
Vzdělávání	Klíčový faktor, ale subjekty napříč odvětvími by ocenily lepší propojení teorie s praxí
Univerzita	Univerzita Palackého ovlivňuje většinu kreativních odvětví – vzdělávání, příprava absolventů, festivaly, historické objekty, studentské spolky, vydavatelské aktivity
Příspěvkové organizace	Základní pilíř kulturního sektoru, získávají největší podíl veřejného financování

Kreativní centrum	Absence kreativního centra – prostor pro tvorbu, setkávání, networking a spolupráci mezi kreativními subjekty
Veřejný prostor	Kreativní subjekty se chtějí podílet na problémech architektury a urbanismu, kulturní politiky města a propagace Olomouce jako centra kreativní ekonomiky

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Palaščák at al., 2017)

Na následujícím obrázku je znázorněno rozmístění subjektů KKP v Olomouci. Patrně největší koncentrace těchto subjektů se nahází v historickém centru města, zejména v okolí Horního a Dolního náměstí, kde se soustředí instituce spojené s literaturou, knihami, tiskem, hudbou a kulturním dědictvím. Významná je také přítomnost subjektů v univerzitní oblasti, což potvrzuje roli Univerzity Palackého jako zásadního aktéra KKP. Naopak v okrajových částech města jsou subjekty rozmístěny řidčeji. Zde převažují oblasti spojené s designem, vývojem softwaru a reklamou, což může souviset s umístěním firemních sídel a ateliérů mimo historické centrum. Toto rozmístění odpovídá trendům v jiných městech podobné velikosti.



Obrázek 4: Rozmístění subjektů KKP v Olomouci

(Zdroj: Palaščák at al., 2017)

7.2 Kulturní centra v Olomouci

Olomouc je městem s bohatým kulturním životem, který se opírá nejen o tradiční instituce, jako jsou divadla a galerie, ale také o moderní kulturní centra. Tyto centra vytváří prostor pro rozvoj umění, setkávání tvůrců a široké spektrum kulturních aktivit. Mimo jiné poskytují zázemí pro umělce, organizátory akcí i veřejnost a aktivně přispívají k utváření kulturní identity Olomouce. Tato kapitola se podrobně věnuje jednotlivým kulturním centrům v Olomouci, jejich činnost a významu pro kulturní a kreativní scénu města. Mezi významná moderní kulturní centra v Olomouci patří Červený kostel, Kino Central a Variace Olomouc.

Červený kostel v Olomouci je novogotická stavba z roku 1902, který slouží jako moderní kulturně-vzdělávací centrum Vědecké knihovny v Olomouci. Budova prošla rozsáhlou rekonstrukcí a od roku 2023 tento prostor nabízí širokou škálu akcí, včetně autorských čtení, koncertů, výstav, přednášek a dalších kulturních a společenských událostí. V roce 2024 navštívilo Červený kostel více než 54 tisíc lidí, uskutečnilo se zde 127 kulturních a vzdělávacích akcí. Mezi plánovanými akcemi pro rok 2025 jsou například setkání s autory jako Karin Lednická, Michal Sýkora či maraton věnovaný Albertu Camusovi. Dále se chystá výstava o vysídlení obyvatel jižního Tyrolska na Moravu během první světové války (Procházka, 2025). Kromě toho Červený kostel hostí komorní koncerty Moravské filharmonie Olomouc, které propojují barokní a klasicistní hudbu s díly různých stylových období (VKOL, 2023).



Obrázek 5: Červený kostel Olomouc

(Zdroj: VKOL, 2023)

Kino Central bylo založeno v roce 1926 a patřilo mezi nejstarší kina ve městě. V roce 1930 se stalo prvním zvukovým kinem na Moravě. Po ukončení provozu v roce 2005 prošla budova náročnou rekonstrukcí a v únoru 2024 byla znovu otevřena. Nyní slouží jako multifunkční kulturní prostor pod správou Muzea umění Olomouc (MUO, 2023). Nově zrekonstruovaný sál nabízí variabilní uspořádání pro různé typy akcí, včetně divadelních představení, filmových projekcí, koncertů a plesů. Díky modernímu technickému vybavení a posuvnému hledišti je možné prostor přizpůsobit specifickým potřebám jednotlivých událostí (Vránová, 2024). Kino Central také slouží jako prostor pro hostující divadla a kapely a poskytuje zázemí pro festivaly, jako jsou Divadelní Flora, Academia Film Olomouc a Ekologické dny Olomouc (Spurný, 2024).



Obrázek 6: Zrekonstruovaný sál kina Central v Olomouci

(Zdroj: MUO, 2023)

Variace Olomouc je kulturní centrum, jehož hlavním posláním je podpora místních hudebníků a umělců. Variace nabízí prostor pro prezentaci talentu široké veřejnosti, nabízí zkušebny pro hudební skupiny a příjemné prostředí kavárny s barem. Prostory centra jsou k dispozici k pronájmu pro různé kulturní a společenské akce. Návštěvníci se mohou těšit na pestrý program zahrnující koncerty, výstavy, autorská čtení, divadelní představení, přednášky a workshopy (Variace, 2023).

7.3 Coworkingové prostory v Olomouci

S rostoucí poptávkou po flexibilních pracovních místech a s rozvojem podnikání v kreativních a digitálních odvětvích se coworkingové prostory staly nedílnou součástí

pracovního ekosystému Olomouce. Nabízejí sdílené kanceláře, moderní zázemí, networkingové příležitosti a komunitní prostředí, které podporují spolupráci mezi freelancery, startupy i firmami.

V Olomouci aktuálně funguje několik coworkingových center, která se liší svou specializací i nabízenými službami. Coworking Olomouc patří mezi průkopníky sdílených kanceláří ve městě, Vault 42 je designový coworkingový prostor zaměřený na kreativce, IT specialisty a podnikatele. Telegraph Hub kombinuje coworking, galerii a kavárnu, Element Coworking sídlí v univerzitním centru inovací Envelopa Hub a klade důraz na moderní design a propojení studentů s profesionály. Ohub se zaměřuje na technologické startupy a inovátory, zatímco FreeWork Envelopa nabízí flexibilní sdílené pracovní prostředí s důrazem na komunitní spolupráci.

Coworking Olomouc je první coworkingové centrum v Olomouci, které od roku 2012 nabízí moderní a flexibilní pracovní prostředí pro freelancery, podnikatele a malé týmy. Jeho hlavním cílem je poskytnout inspirativní prostor pro efektivní práci a podporu komunity nezávislých profesionálů. Členové mají možnost využívat prostor 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Pro pohodlí členů je k dispozici bezplatné parkování v blízkosti centra. Pro zvýšení produktivity a pohody je nabízena kvalitní káva zdarma. Pravidelné společenské akce, jako jsou herní večery, podporují networking a budování komunity. K dispozici pro schůzky, školení nebo prezentace jsou dvě vybavené zasedací místnosti. Coworking Olomouc také nabízí možnost registrace oficiálního sídla společnosti na adrese coworkingu. Cílem tohoto coworkingu je vytváření dynamického a podporujícího prostředí, kde mohou profesionálové sdílet své zkušenosti, navazovat nové kontakty a společně růst. Mise centra spočívá v poskytování kvalitního pracovního prostoru, který usnadňuje spolupráci a inovace mezi členy komunity. Díky své strategické poloze a široké škále nabízených služeb se Coworking Olomouc stal oblíbeným místem pro ty, kteří hledají flexibilní a inspirativní pracovní prostředí v srdci města (Coworking Olomouc, 2025).



Obrázek 7: Prostory Coworkingu Olomouc

(Zdroj: Coworking Olomouc, 2025)

Aktuální obsazenost coworkingu je 85 %, což odpovídá 15 aktivním členům. Členové si mohou vybrat ze tří tarifů, které centrum nabízí. Zakoupením tarifu členové obdrží vlastní klíčky, pracovní místo s ergonomickou židlí, přístup k rychlému optickému internetu, freelance knihovnu, připojení k síťové tiskárně, možnost zdarma si připravit kávu i čaj a určitý počet hodin pro využití zasedací místnosti zdarma (Coworking Olomouc, 2025). Druhy tarifů a jejich ceny jsou znázorněny v následující tabulce:

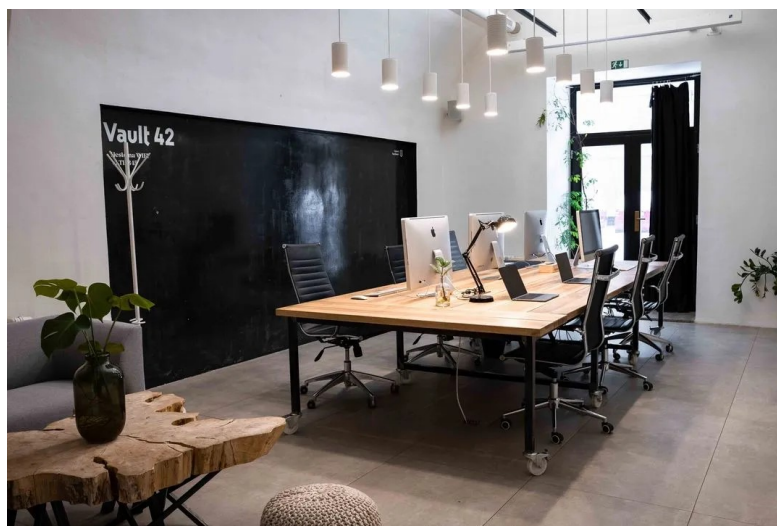
Tabulka 3: Druhy a ceny členství Coworking Olomouc

DÉLKA PRONÁJMU	CENA (měsíčně + 21 % DPH)
1 den v týdnu	1 100 Kč
3 dny v týdnu	1 900 Kč
neomezeně	2 500 Kč

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Coworking Olomouc, 2025)

Vault 42 je kreativně-technologický coworkingový prostor nacházející se v srdci historické Olomouce, působící od roku 2017. Sídlí ve 200 let staré budově bývalé vojenské pekárny, kterou architektonické studio Raketoplán proměnilo na moderní pracovní prostředí. Vault 42 si klade za cíl vytvořit inspirativní a funkční pracovní prostředí pro nezávislé profesionály v oblastech kreativního průmyslu, marketingu a PR. Jeho mise spočívá v podpoře spolupráce, sdílení znalostí a osobního rozvoje členů komunity, čímž přispívá k růstu a inovacím v regionu (Vault 42, 2025). Prostor pojme až 37 freelancerů z příbuzných oborů,

což podporuje vzájemnou spolupráci a networking. Interiér coworkingu je rozdělen do tří zón odpovídajícím různým pracovním potřebám – od klidných míst pro soustředěnou práci po dynamické prostory pro diskuse a konzultace. K dispozici jsou tři plně vybavené zasedací místnosti. Členové mohou dále využívat dvě kuchyňky, samoobslužnou kavárnu pro setkávání s klienty či k relaxaci (Sigmundová, 2018).



Obrázek 8: Prostory coworkingu Vault 42

(Zdroj: Vault 42, 2025)

Momentální kapacita centra je naplněna z 65–70 %. Členství Vault 42 nabízí formou fixních míst, což je vhodná varianta pro ty, kteří chtějí využívat coworkingový prostor jako plnohodnotnou kancelář. Naopak unikátním prostorem pro ty, kteří nepotřebují své vlastní místo je takzvaná „sámoška“, druhá forma členství tohoto centra. Poslední možností, kterou mohou členové coworkingu Vault 42 využívat jsou „zasedačky“ (Officelovin', 2017). Následující tabulka udává druhy členství a jejich ceny:

Tabulka 4: Druhy a ceny členství Vault 42

DRUH ČLENSTVÍ	CENA (měsíc)
„Fix desk“	4 942 Kč
„Sámoška“	1 942 Kč
„Zasedačky“	590 Kč (střední zasedací místnost) 690 Kč (velká zasedací místnost)

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Vault 42, 2025)

Telegraph Hub je designové coworkingové centrum v Olomouci, které nabízí sdílené kanceláře pro firmy i freelancery. Nachází se v budově z roku 1908, původně sloužící jako továrna na telefony a telegrafy, která prošla kompletní rekonstrukcí inspirovanou industriálním stylem první republiky. Prostor disponuje 35 pracovními místy, 4 samostatnými kancelářemi, 1 zasedací místností, 1 soukromou zónou, 2 telefonními budkami, kavárnou, relaxační zónou a kuchyňkou. Členové mají k dispozici přístup s osobním kódem 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Dále jsou jim k dispozici uzamykatelné skříňky, klimatizace, ergonomický nábytek a moderní technologie. Cílem Telegraph Hubu je propojit umění, práci a kreativitu v inspirativní prostředí, které podporuje spolupráci mezi členy komunity. Centrum nabízí plně vybavené prostory pro schůzky a prezentace s kapacitou až 50 osob (Telegraph coworking, 2024). Telegraph Hub nabízí několik typů členství, které vyhovují různým potřebám uživatelů:

Tabulka 5: Druhy a ceny členství Telegraph Hub

DRUH ČLENSTVÍ	CENA
Day In (jednodenní vstup)	490 Kč
Top Ten (10 vstupů během dvou měsíců)	3 550 Kč
Month Pass (měsíční členství ve sdíleném prostoru)	3 950 Kč
Fix Desk (stálé pracovní místo)	5 200 Kč/měsíc nebo 55 500 Kč
Aquarium (privátní kanceláře pro týmy)	Od 15 000 Kč/měsíc

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Telegraph coworking, 2024)

Všichni členové mají přístup k veškerému vybavení, mohou využívat zasedací místnosti, networkingové akce a kulturní program galerie Telegraph. Telegraph Hub není jen coworkingové centrum, ale dynamické místo, které propojuje umění a podnikání. V budově se nachází galerie současného umění, která pravidelně pořádá výstavy, diskuse, přednášky a workshopy. Kavárna v přízemí pak slouží jako prostor pro networking, setkávání a neformální pracovní schůzky. Díky svému jedinečnému konceptu a spojení s kulturním prostředím je Telegraph Hub ideálním místem pro ty, kteří chtějí být součástí kreativní komunity (Telegraph coworking, 2024).



Obrázek 9: Prostory coworkingu Telegraph Hub

(Zdroj: Telegraph coworking, 2024)

Dalším moderním coworkingovým prostorem v Olomouci je **Element Coworking**, který se nachází v Envelopa Hubu, univerzitním centru inovací Univerzity Palackého. Tento prostor je navržen tak, aby podporoval spolupráci mezi studenty, freelancery a firmami. Tím přispívá k rozvoji podnikání nejen na univerzitě, ale i v celém regionu. Element Coworking se vyznačuje jednoduchým designem, plně vybavenou kuchyňkou a prostornou terasou, která nabízí příjemné prostředí pro práci i odpočinek. K využití nabízí 30 pracovních míst s možností variabilního nebo fixního uspořádání. Každý uživatel má také k dispozici uzamykatelnou skříňku. Pro schůzky s klienty mohou členové využívat tři zasedací místnosti (Element Coworking, 2024). Tento coworking, stejně jako ostatní, nabízí různé možnosti členství:

Tabulka 6: Druhy a ceny členství Element Coworking

DRUH ČLENSTVÍ	CENA
Day Pass (jennodenní vstup s variabilním pracovním místem)	450 Kč
Month Pass (měsíční členství s variabilním pracovním místem)	3 500 Kč/měsíc
Fix Month (měsíční členství s fixním pracovním místem)	4 500 Kč/měsíc

Fix Year (roční členství s fixním pracovním místem)	4 125 Kč/měsíc
---	----------------

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Element Coworking, 2024)

Pro studenty, absolventy a zaměstnance Univerzity Palackého je navíc poskytována sleva 10 % na všechny tarify po předložení platného průkazu (Element Coworking, 2024).



Obrázek 10: Prostory Element Coworkingu

(Zdroj: Element Coworking, 2024)

Jedním z olomouckých coworkingů je také **Ohub**, který taktéž nabízí kanceláře, zasedací místnosti a sdílené pracovní prostory. Ohub disponuje 42 pracovními místy v otevřeném prostoru, třemi samostatnými kancelářemi a třemi zasedacími místnostmi. Členové mají k dispozici neomezený přístup. Prostory jsou vybaveny rychlým internetem, nabíjecími stanicemi, klimatizací a stojany na kola. Ohub je výjimečný v tom, že je takzvaně „dog friendly“, což znamená, že si členové mohou přivést svého čtyřnohého parťáka. Stejně jako Coworking Olomouc, i Ohub nabízí možnost registrace sídla společnosti na adrese coworkingu (OHUB, 2022). Stejně jako jiná coworkingová centra, i zde si lze vybrat z několika typů členství:

Tabulka 7: Druhy a ceny členství Ohub

DRUH ČLENSTVÍ	CENA
Hot Desk Day Pass (jednodenní vstup s variabilním pracovním místem)	470 Kč
Hot Desk Basic Pass (měsíční členství s omezeným počtem vstupů – 12)	3 070 Kč/měsíc
Hot Desk Month Pass (měsíční neomezené členství)	3 570 Kč/měsíc
Fix Desk Month Pass (měsíční členství s pevným pracovním místem)	4 570 Kč/měsíc
Office (pronájem soukromé kanceláře pro týmy)	Individuální cena
Team Zone (vyhrazený prostor pro větší skupiny)	Individuální cena

(Zdroj: Vlastní zpracování dle OHUB, 2022)



Obrázek 11: Prostory coworkingu Ohub

(Zdroj: OHUB, 2022)

Posledním aktivním coworkingem v Olomouci je **Freework Envelopa**. Jedná se o moderní koncept servisovaných kanceláří, nabízející plně vybavené prostory pro jednotlivce i týmy s možností krátkodobého i dlouhodobého pronájmu. Nachází se v prestižní administrativní budově Envelopa Office Center, která je známá svým reprezentativním designem a vynikající dopravní dostupností. Lokalita je dobře dostupná městskou hromadnou dopravou a nachází se v blízkosti hlavního nádraží. Freework Envelopa nabízí 7 vybavených soukromých kanceláří rozložených na dvou patrech, s celkovou kapacitou až 160 osob. Mimo to nabízí i jednu sdílenou kancelář s 12 místy. Pro schůzky a prezentace jsou připraveny malé i velké zasedací místnosti (Freework Envelopa, 2021).



Obrázek 12: Prostory coworkingu Freework Envelopa

(Zdroj: Freework Envelopa, 2021)

V porovnání s ostatními coworkingovými prostory v Olomouci, i tento nabízí svým nájemcům nepřetržitý přístup do svých kanceláří, úklid kanceláří, podporu a přijímání návštěv poskytuje profesionální recepce, každé patro je vybaveno moderní kuchyní a relaxačními prostory pro odpočinek či neformální setkání. Nájemci mohou využívat také multifunkční tiskárny, call boxy pro soukromé hovory a kvalitní internetové připojení. Unikátní výhodou je jednoznačně bistro nacházející se přímo v budově, které je vedeno michelinským šéfkuchařem Romanem Paulusem. Bistro nabízí kvalitní stravování a cateringové služby (Freework Envelopa, 2021). V následující tabulce jsou uvedeny druhy a ceny členství (pronájmů prostor) ve Freework Envelopa:

Tabulka 8: Druhy a ceny členství Freework Envelopa

DRUH ČLENSTVÍ	CENA (bez DPH)
Privátní kancelář (1-6 osob)	Od 31 500 Kč/měsíc
Sdílená kancelář (1-6 osob)	Od 18 000 Kč/měsíc
Sdílený stůl v coworkingu	500 Kč/den 3 990 Kč/měsíc 3 200 Kč/ 14 dní – 2 měsíce
Zasedací místnosti	300 Kč/hodina (6 osob) 500 Kč/hodina (8-10 osob)
Pronájem prostor pro školení/workshopy	Individuální cena

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Freework Envelopa, 2021)

7.4 Podpora a financování KKP v Olomouci

V Olomouci existuje několik možností financování a podpory KKP, které jsou realizovány prostřednictvím různých institucí a programů. Město Olomouc a Olomoucký kraj dlouhodobě podporují rozvoj kreativního sektoru prostřednictvím různých finančních i nefinančních nástrojů. Tuto podporu poskytují veřejné instituce, neziskové organizace i specializovaná centra, která propojují kreativce s podnikatelským prostředím. Finanční podpora zahrnuje zejména grantové programy, dotace a kreativní vouchery. Mezi klíčové poskytovatele finanční podpory patří Olomoucký kraj, statutární město Olomouc a Ministerstvo kultury ČR. Nefinanční podpora spočívá především v mentoringu, vzdělávacích programech, networkingových aktivitách a poskytování prostor pro kreativní činnost. V této oblasti hrají důležitou roli Inovační centrum Olomouckého kraje (ICOK), Kreativní Olomouc, Univerzita Palackého a některé coworkingové prostory.

Podporu v konečném důsledku získávají jednotliví umělci, designéři, architekti, hudebníci, vývojáři, firmy z oblasti audiovizu a marketingu, ale také kulturní instituce, start-upy a neziskové organizace. Díky těmto nástrojům mohou KKP v Olomouci růst, zdokonalovat se a zvyšovat svůj ekonomický i kulturní přínos pro region.

7.4.1 Finanční podpora

1. MINISTERSTVO KULTURY

Tato kapitola popisuje několik možností financování KKP prostřednictvím programů a výzev Ministerstva kultury ČR. Ministerstvo kultury poskytuje široké spektrum podpory zaměřené na různé oblasti KKP.

Mezi možnost finanční podpory KKP v Olomouci patří **Kreativní vouchery**. Jsou nástrojem podpory, který propojuje malé a střední podniky s poskytovateli kreativních služeb. V Olomouckém kraji jsou tyto vouchery dostupné prostřednictvím celostátní dotační výzvy Ministerstva kultury ČR. Cílem kreativních voucherů je spolupráce mezi malými a středními podniky a kreativci za účelem inovace produktů, procesů nebo služeb. Mezi oblasti podpory patří architektura, design, film, hudba, fotografie, grafický design, ICT, marketing, webdesign, texty, herní průmysl, kulturní dědictví a řemesla. Výše podpory může dosáhnout až 85 % z celkové hodnoty zakázky, maximálně však 200 000 Kč. Jedinou podmínkou podpory je registrace poskytovatele kreativní služby v Celostátní galerii kreativců (Ministerstvo kultury, 2024).

Součástí iniciativy Ministerstva kultury ČR je i výzva **Status umělce a umělkyně**. Cílem této výzvy je prosazení legislativy, která zlepší postavení a podmínky pro umělce a umělkyně. Tato výzva se zaměřuje na podporu výzkumných projektů, mezinárodní spolupráci umělců, vzdělávání a profesní rozvoj v kulturní sféře. Výzva slouží k posílení konkurenceschopnosti uměleckých profesních skupin na evropském trhu. Podporované projekty mohou být zaměřeny na analýzu právního postavení umělců, legislativní inovace a zajištění právních a ekonomických záruk pro umělecké profesní skupiny. Na tuto výzvu je vyčleněno až 100 % způsobilých nákladů, dle splnění jednotlivých podmínek (Ministerstvo kultury, 2025).

Další výzvou Ministerstva kultury je **Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru**. Tato výzva se soustředí na podporu projektů, které mají pozitivní dopad na zefektivnění kulturní infrastruktury. Podporuje také vytváření nových kulturních a kreativních center či rozšíření těch stávajících. Výzva vychází z potřeby posílit kulturní a kreativní ekosystémy v regionech. Snaží se propojovat kulturní a kreativní centra s dalšími sektory a regiony. Klade důraz na synergii mezi KKP a podnikatelským sektorem. Podporované projekty mohou zahrnovat spolupráci s firmami, školami, vědeckými institucemi a dalšími partnery, kteří mohou přispět k rozvoji kulturní infrastruktury. Tato

výzva je vhodná pro projekty, které usilují o dlouhodobý rozvoj regionálních kulturních a kreativních infrastruktur a usilují o podporu a propojení kulturních a kreativních aktérů v regionech. Dotace na projekty může dosáhnout až částky 10 milionů Kč, přičemž výše dotace závisí na konkrétní oblasti a rozsahu projektu (Ministerstvo kultury, 2025).

Výzva **Digitalizace kulturního a kreativního sektoru** podporuje projekty, které se zaměřují na zajištění dlouhodobé ochrany kulturního dědictví a zlepšení přístupu k němu prostřednictvím digitalizace. Cílem je usnadnit přístup k významným kulturním statkům a souvisejícím materiálům prostřednictvím digitálních nástrojů. Podpořeny mohou být projekty, které přispějí k digitalizaci sbírkových předmětů, dokumentů, obrazů, historických knih a dalších kulturních statků. Taková digitalizace zajišťuje trvalé uchování a umožňuje snadný přístup k těmto materiálům široké veřejnosti i odborníkům. Zároveň podporuje projekty zaměřené na vývoj a implementaci moderních digitálních nástrojů a platform, které mohou sloužit k archivování, prezentaci, distribuci a interakci s kulturním obsahem. Podpořeny mohou být i projekty, které využívají nové technologie, jako je virtuální realita, rozšířená realita nebo umělá inteligence, pro nové formy kulturního zážitku a interakce s publikem. Podmínky využití a získání dotace se liší podle konkrétních projektů, ale částky se mohou pohybovat od menších dotací na technologické vybavení v řádech stovek tisíc Kč, až po 10 milionů Kč pro rozsáhlejší projekty digitalizace (Ministerstvo kultury, 2025).

Poslední výzvou iniciativy Ministerstva kultury ČR je **Legislativní reforma**. Výzva se soustředí na zajištění právní stability a podmínek pro financování kulturních a kreativních projektů. Maximální částky dotace se pohybují v rámci 5-10 milionů Kč, opět v závislosti na konkrétním zaměření a rozsahu reformy. Tato iniciativa se zaměřuje na více fondové financování pro kulturní instituce a projekty. Cílem je reforma právních a finančních rámců, které umožní kulturním a kreativním institucím efektivněji využívat veřejné prostředky a zajistí trvalou udržitelnost jejich činnosti (Ministerstvo kultury, 2025).

2. GRANTY STATUTÁRNÍHO MĚSTA OLOMOUCE

Statutární město Olomouc vyhlásilo na rok 2025 **grant na Podporu hospodářského rozvoje a zvyšování konkurenceschopnosti města Olomouce**, který je určen k podpoře podnikatelského prostředí, inovací a rozvoje KKP v regionu. Tento program poskytuje neinvestiční dotace na aktivity zaměřené na vzdělávání, networking, rozvoj talentů, podporu podnikavosti i realizaci projektů v oblasti KKP. Cílem programu je posílit hospodářský rozvoj města Olomouce podporou klíčových aktivit. O dotaci mohou žádat odborné organizace, asociace, klastry, podnikatelské svazy, vědeckotechnické parky, inovační centra

a profesní a oborové komory. Forma právní subjektivity není omezena, důležité je prokázání odborného zázemí a kapacity pro realizaci projektu. Mezi hlavní oblasti podpory patří (Statutární město Olomouc, 2024):

- Podpora kulturních a kreativních průmyslů (KKP),
- Poradenské, informační a vzdělávací služby, networking a sdílení zkušeností,
- Rozvoj talentů a podnikavosti mladých lidí, spolupráce se školami,
- Společenská odpovědnost a udržitelné hospodaření, rozvoj start-upů.

Tyto aktivity mohou být realizovány například prostřednictvím seminářů, workshopů, školení, konferencí či soutěží, které podporují sdílení know-how a networking mezi odbornými partnery a podnikatelskou veřejností. U programu je vyžadována spoluúčast žadatele ve výši minimálně 20 % z celkových uznatelných nákladů projektu (Statutární město Olomouc, 2024). Celkovou alokaci programu, minimální a maximální výši dotace uvádí následující tabulka:

Tabulka 9: Finance – Podpora hospodářského rozvoje a zvyšování konkurenceschopnosti města Olomouce

CELKOVÁ ALOKACE PROGRAMU	MINIMÁLNÍ VÝŠE DOTACE	MAXIMÁLNÍ VÝŠE DOTACE
1 500 000 Kč	100 000 Kč	300 000 Kč

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Statutární město Olomouc, 2024)

Dalším dotačním programem odboru kultury a cestovního ruchu Magistrátu města Olomouce pro rok 2025 je program **Kulturní akce a akce na podporu cestovního ruchu**, který je určen k financování kulturních a kreativních projektů. Tento grant podporuje realizaci kulturních akcí a festivalů v oblasti hudby, divadla, filmu, výtvarného umění, KKP i projektů spojených s rozvojem cestovního ruchu ve městě. Cílem programu je (Statutární město Olomouc, 2024):

- Podpora kulturních aktivit a festivalů, které nemají charakter celoroční činnosti,
- Oživení veřejného prostoru prostřednictvím kulturních akcí pro obyvatele i návštěvníky města,
- Rozvoj a udržitelnost kulturní nabídky v Olomouci,
- Zvyšování dostupnosti kulturních akcí pro širokou veřejnost,

- Podpora kulturní diverzity a budování kulturní identity města,
- Zvyšování atraktivity Olomouce z hlediska cestovního ruchu,
- Podpora mezinárodní kulturní spolupráce a propagace města.

Podporované akce mohou probíhat v kulturních zařízeních, městské památkové rezervaci, parcích a dalších částech města v období od 1. ledna 2025 do 31. prosince 2025. celková finanční alokace programu je 3 900 000 Kč, maximální výše dotace na jeden projekt je však 1 000 000 Kč. Dotace může pokrýt maximálně 80 % nákladů, s tím, že je vyžadována spoluúčast žadatele, a to minimálně 20 % z celkových uznatelných nákladů projektu. O tento grant mohou žádat právnické osoby, jako jsou neziskové organizace, kulturní instituce, podniky nebo asociace, ale také fyzické osoby podnikající i nepodnikající (Statutární město Olomouc, 2024).

Třetím aktuálním grantovým programem vyhlášeným Statutárním městem Olomouc pro rok 2025 je program **Činnost kulturních organizací**. Tento dotační program je určen zejména na podporu provozních nákladů a aktivit kulturních organizací působících v Olomouci. Hlavním cílem programu je podpora kulturních organizací a jejich pravidelné činnosti. Stejně jako u předchozího grantového programu tak i u tohoto mohou být žadateli jak právnické osoby, tak fyzické osoby. Na podporu činnosti kulturních organizací je celkem k dispozici 4 000 000 Kč, maximální výše dotace poskytnuté na jeden projekt je však 2 000 000 Kč. I u tohoto programu je vyžadována finanční spoluúčast žadatele, a to opět minimálně 20 % z celkových uznatelných nákladů projektu. Program není určen na investiční projekty, ale výhradně na provozní a programovou podporu. Podpora je poskytován zejména v těchto oblastech (Statutární město Olomouc, 2024):

- Financování provozních nákladů – nájemné, energie, technické zajištění akcí,
- Honoráře a odměny účinkujícím – podpora vystupujících umělců a organizátorů,
- Oživení kulturního a společenského života v Olomouci – podpora akcí přispívajících k rozšíření kulturní nabídky města,
- Podpora umělecké tvorby – financování uměleckých aktivit a projektů,
- Propagační činnost – podpora marketingu a prezentace kulturních akcí,
- Organizace kulturních aktivit – pořádání kulturních akcí a programů.

3. DOTACE OLOMOUCKÉHO KRAJE

Olomoucký kraj každoročně podporuje KKP prostřednictvím několika dotačních **programů**. Tyto dotační programy mají za cíl financovat kulturní akce, dlouhodobou činnost profesionálních souborů a pořízení vybavení pro kulturní instituce. Administrátorem těchto programů je Odbor sportu, kultury a památkové péče Krajského úřadu Olomouckého kraje. Podpora je určena fyzickým i právnickým osobám, kulturním institucím, městům a obcím, přičemž jednotlivé dotační programy se liší v zaměření, výši podpory a podmínkách spolufinancování (Olomoucký kraj, 2025).

Prvním programem je Program podpory kultury v Olomouckém kraji v roce 2025. Tento program je určen na financování kulturních akcí a projektů, které se odehrávají na území Olomouckého kraje, případně reprezentují kraj mimo jeho hranice. Podporuje různorodé kulturní aktivity, které přispívají k rozvoji kulturního života v regionu. Žádat o podporu mohou fyzické i právnické osoby s výjimkou příspěvkových organizací zřizovaných Olomouckým krajem. Celková alokace dotačního programu je 30 000 000 Kč. Podmínkou spolufinancování je nutná 50 % finanční spoluúčast žadatele u dotací nad 35 000 Kč. Dotaci nelze žádat na akce, u kterých je kulturní program pouze doplňkovou záležitostí, na plesy, degustace, gastronomické akce, dětské dny, audiovizuální a filmové projekty, benefiční akce, chovatelské výstavy a přehlídky zvířat, digitalizaci kulturních památek ani na rekonstrukci budov. V následující tabulce jsou uvedeny druhy podporovaných aktivit a výše dotace (Olomoucký kraj, 2025):

Tabulka 10: Podporované aktivity a výše dotace 1. dotační program Olomouckého kraje

PODPOROVANÁ OBLAST	MINIMÁLNÍ DOTACE	MAXIMÁLNÍ DOTACE
Akce místního významu v obcích Olomouckého kraje (poutě, stavění a kácení máje, sousedské setkání, výročí měst, obcí a spolků, hody, srazy rodáků z obce, pietní akce, módní přehlídky)	10 000 Kč	150 000 Kč

Publikační a audio projekty (literatura a publicistika – periodická i neperiodická, hudební tvorba, ediční činnost, radiové a rozhlasové projekty, nahrávání a distribuce audiowalků)	10 000 Kč	150 000 Kč
Celoroční činnost v oblasti kultury (podpora celoroční činnosti profesionálních i neprofesionálních kulturních a uměleckých subjektů, umělecká činnost místních autorů, výstavní a galerijní činnost, série kulturních akcí pořádaných jedním žadatelem v průběhu roku)	10 000 Kč	500 000 Kč
Akce z různých oblastí kulturních žánrů: hudby, tance, divadla, výtvarného umění, folklóru a uměleckých řemesel (koncerty, divadelní a taneční představení, folklorní festivaly, výchovné koncerty, festivaly a přehlídky, soutěže, podpora řemesel, workshopy, přednášky, kulturní semináře a konference)	10 000 Kč	500 000 Kč

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Olomoucký kraj, 2025)

Druhým dotačním programem je Program podpory stálých profesionálních souborů v Olomouckém kraji v roce 2025. Prostředky tohoto programu jsou určeny pro divadla, symfonické orchestry, a pěvecké sbory, které sídlí na území Olomouckého kraje a jejichž

činnost je celoroční. Program také podporuje uměleckou tvorbu profesionálních souborů, jejich provoz a rozvoj kulturních aktivit. Celková alokace dotačního programu činí 16 500 000 Kč a podmínkou spolufinancování je alespoň 30 % vlastní podíl. Dotační program rozlišuje dvě podmínky financování a určení výše dotace:

Tabulka 11: Podmínky financování 2. dotačního programu Olomouckého kraje

ROČNÍ VÝDAJE ORGANIZACE (právnícká osoba)	MINIMÁLNÍ DOTACE	MAXIMÁLNÍ DOTACE
Do 50 000 000 Kč	500 000 Kč	5 000 000 Kč
Nad 50 000 000 Kč	1 000 000 Kč	10 000 000 Kč

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Olomoucký kraj, 2025)

Třetím dotačním programem Olomouckého kraje je Program na podporu pořízení drobného majetku v oblasti kultury v Olomouckém kraji v roce 2025. Cílem programu je podpora kulturních institucí a knihoven při nákupu drobného majetku nezbytného pro jejich provoz. O tuto dotaci mohou žádat obce, dobrovolné svazky obcí a právnické osoby definované dle odst. 3.1. Pravidel dotačního programu s výjimkou příspěvkových organizací, jejichž zřizovatelem je Olomoucký kraj. Celková alokace pro rok 2025 je 800 000 Kč. Výše podpory se pohybuje v rozmezí 10 000 Kč – 35 000 Kč. U této dotace není vyžadována finanční spoluúčast (Olomoucký kraj, 2025).

7.4.2 Nefinanční podpora

V Olomouci existuje široká škála nefinanční podpory pro KKP, kterou poskytují různé organizace a instituce. Tato podpora je zaměřena na rozvoj podnikání v kreativních odvětvích, vzdělávání, networking, mentoring, přístup k pracovním prostorům a posílení spolupráce mezi kreatívci a firmami. Nejvýznamnějšími podporovateli KKP z hlediska nefinanční podpory patří Inovační centrum Olomouckého kraje (ICOK), Univerzita Palackého a platforma Kreativní Olomouc. Nefinanční podporu KKP mimo jiné poskytuje i Statutární město Olomouc a Olomoucký kraj. Mezi nefinanční druhy podpory KKP v Olomouci patří:

- **Poradenství a mentoring**

- **Networking a komunitní platformy**
- **Prostory pro tvorbu a prezentaci**
- **Vzdělávací programy a workshopy**
- **Podpora spolupráce mezi kreativci a firmami**

Prostřednictvím nefinanční podpory významně přispívá k rozvoji KKP v Olomouci Inovační centrum Olomouckého kraje (ICOK). Jedná se o veřejnou inovační agenturu zaměřenou na podporu podnikání a technologického rozvoje regionu. Cílem inovačního centra je vytvářet prostředí podporující vznik a růst inovativních firem, včetně těch působících v KKP (ICOK, 2024). Mezi klíčové aktivity inovačního centra patří poradenství a mentoring. ICOK poskytuje individuální konzultace pro začínající i zavedené podnikatele v kreativních odvětvích, zaměřené na rozvoj podnikatelských dovedností a inovací. Dále také podporuje networking tým, že organizuje akce a setkání, která propojují kreativce s podnikatelskou komunitou, čímž podporuje sdílení zkušeností a navazování spolupráce. Mimo jiné pořádá i workshopy a semináře zaměřené na aktuální témata, jako jsou inovace, umělá inteligence a podnikání. Příkladem aktivit mohou být workshopy nebo přednášky, které ICOK pořádá, zaměřené na umělou inteligenci, podnikání nebo například vzdělávání. Na následujícím obrázku je uveden příklad pořádaných akcí inovačním centrem, konkrétně v měsíci březnu roku 2025 (ICOK, 2025):



Obrázek 13: Kalendář akcí ICOK březen 2025

(Zdroj: ICOK, 2025)

Inovační centrum provozuje speciální program ICOK KREATIV, který je zaměřený právě na podporu a rozvoj KKP v regionu. V rámci tohoto programu ICOK pomáhá kreativcům, inovátorům, firmám působícím v KKP a organizátorům akcí v oblasti KKP prostřednictvím poskytování odborného poradenství, pořádáním akcí za účelem navazování spolupráce a nových kontaktů. Pořádá také motivační přednášky, školení a workshopy zaměřené na rozvoj dovedností a znalostí v oblasti KKP. Pomáhá také firmám s tvorbou jejich vizuální identity s cílem zlepšit jejich postavení na trhu (ICOK, 2024).

Dalším významným podporovatelem KKP je **Univerzita Palackého v Olomouci**. Jedná se o druhou nejstarší univerzitu v České republice, která nabízí široké spektrum

studijních oborů a aktivně se podílí na vědeckém výzkumu. Univerzita se také angažuje v podpoře inovací a podnikání prostřednictvím svých specializovaných center. Jedním z těchto center je moderní Envelopa Hub, které poskytuje zázemí pro spolupráci mezi akademickou sférou a podnikatelským sektorem. Nabízí prostory pro výzkum, vývoj a inovace. V centru Envelopa Hub také sídlí Element coworking, který pořádá odborné přednášky a workshopy zaměřené na inovace, podporu podnikavosti a rozvoj talentů (Envelopa Hub, 2023). Univerzita Palackého ve spolupráci se Statutárním městem Olomouc realizovala projekt mapování KKP v Olomouci, jehož cílem bylo získat detailní data o subjektech působících v oblastech KKP. Tento projekt patří mezi unikátní iniciativy v České republice a poskytl cenné informace pro další strategické plánování a podporu KKP (Kreativní Olomouc, 2017). Univerzita také nabízí hned několik studijních programů zaměřených na kreativní odvětví. Mezi ně patří například Management v kreativních odvětvích, Televizní a rozhlasová studia nebo Filmová studia (Univerzita Palackého v Olomouci, 2025).

V souvislosti se vzděláváním se Univerzita Palackého podílí na organizaci různých akcí a vzdělávacích aktivit podporujících KKP. Jednou z těchto iniciativ je projekt Creative University, který je zaměřen na podporu kreativity a inovací a zahrnuje přípravu nových studijních programů. Dále univerzita pořádá akademické festivaly a konference, jako například Academia Film Olomouc (AFO), které propojují vědu, umění a veřejnost (Univerzita Palackého v Olomouci, 2025).

KKP v Olomouci významně podporuje také **Kreativní Olomouc**. Kreativní Olomouc je platforma zaměřená na podporu a rozvoj KKO v Olomouci a v Olomouckém kraji. Platforma vznikla v roce 2016 z iniciativy Univerzity Palackého a dalších místních aktérů, kteří si uvědomili potenciál KKO pro regionální rozvoj. Prvotním impulsem bylo mapování kulturních a kreativních odvětví na Olomoucku. Prostřednictvím projektů, jako je Databáze kreativců, platforma eviduje a prezentuje subjekty působící v kulturním a kreativním sektoru v Olomouci. Mezi další aktivity platformy patří vzdělávání a networking, prostřednictvím pořádaných workshopů, seminářů a setkání, které podporují sdílení zkušeností a spolupráci mezi kreatívci. K propagaci a dokumentaci místní kreativní scény slouží podcast Kreativní Olomouce či Fotomapování. Platforma aktivně spolupracuje s magistrátem města Olomouce a Krajským úřadem Olomouckého kraje na tvorbě strategií a koncepcí pro rozvoj KKO v regionu (Kreativní Olomouc, 2016). Platforma se podílela i na tvorbě strategie rozvoje

kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022-2027 (Kreativní Olomouc, 2020).

Kreativní Olomouc usiluje o to, aby se kulturní a kreativní odvětví dynamicky rozvíjela, vzájemně propojovala a stala se uznávanou a charakteristickou součástí podnikatelského prostředí, identity města i jeho společenského života. Platforma se snaží integrovat kreativní sektor do ekonomického a kulturního prostředí regionu. Funguje jako spojovací článek mezi umělci, veřejnou správou, univerzitami a dalšími institucemi nejen v Olomouci, ale v celé České republice (Kreativní Olomouc, 2016).

Kreativní Olomouc organizuje různá setkávání pro kreativce zaměřená na podnikání v kreativních odvětvích. Tato setkání poskytují prostor pro sdílení zkušeností a navazování případné spolupráce. Konkrétním příkladem takové akce je Mastermind setkání. Mezi další aktivity a akce pořádané platformou Kreativní Olomouc patří například Otevřená studia Olomouc nebo Open Space. Otevřená studia Olomouc je akce, která umožňuje veřejnosti nahlédnout do ateliérů a kreativních prostor místních umělců a tvůrců. Oproti tomu Open Space je formát akce zaměřený na otevřenou diskuzi a sdílení nápadů mezi účastníky (Kreativní Olomouc, 2024).



Obrázek 14: Plakát Otevřená studia Olomouc 2024

(Zdroj: Kreativní Olomouc, 2024)

8 HODNOCENÍ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V OLOMOUCI

Tato kapitola se zaměřuje na hodnocení kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci. Obsahuje komparativní analýzu strategických dokumentů města a kraje, která odhaluje jejich rozdíly i shody v souvislosti s KKP. Na ni navazuje sběr primárních dat založený na expertních hloubkových rozhovorech s aktéry z praxe a jejich následné vyhodnocení.

8.1 Srovnání strategických dokumentů Olomouckého kraje a města Olomouce

K výzkumu pomohla komparativní analýza dvou klíčových dokumentů, které se přímo týkají KKP v Olomouci – Strategie rozvoje kultury a kreativního průmyslu města Olomouce a Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje. Cílem komparativní analýzy bylo zhodnocení rozdílů a shod mezi dvěma strategickými dokumenty zaměřenými na rozvoj KKP, identifikace dopadů na plánování a podporu KKP a navrhnutí doporučení pro lepší koordinaci rozvoje kulturní politiky. Komparativní analýza pomohla srovnat oba strategické rámce, které mají rozdílnou působnost a cílovou skupinu, objektivně posoudit kvalitu a důraz kladený na KKP a také zviditelnit případné mezery nebo příležitosti ke spolupráci. V rámci této analýzy bylo vymezeno několik konkrétních kritérií, která byla následně srovnávána.

Tabulka 12: Srovnání strategických dokumentů

KRITÉRIUM SROVNÁNÍ	STRATEGIE ROZVOJE MĚSTA OLOMOUCE	KONCEPCE ROZVOJE OLOMOUCKÉHO KRAJE
Územní rozsah	Město Olomouc	Celý Olomoucký kraj
Cílová skupina	Kreativci, kulturní organizace, podnikatelé	Kulturní instituce, obce, veřejnost
Typy podpory	Podpora podnikání, infrastruktury, komunit	Podpora institucí, regionální rovnoměrnost
Zaměření	Konkrétní projekty a opatření, silné zaměření na inovace a podnikání	Více kulturní infrastruktura, méně podnikání, silně

		zaměřeno na kulturní dědictví
Časový horizont	Krátkodobý až střednědobý (do 2027)	Dlouhodobý (do 2029)
Analytická hloubka	Méně datově podloženo	SWOT, vize, strategické cíle
Institucionální partneři	Město, univerzita, kulturní aktéři	Kraj, kulturní organizace, odborná veřejnost
Formy výstupů	Projektová opatření, akční plány	Strategická opatření, tematické okruhy

(Zdroj: Vlastní zpracování dle Olomoucký kraj, 2022 a Statutární město Olomouc, 2022)

Oba dokumenty se shodují v uznávání významu KKP pro regionální rozvoj, kladou důraz na propojení veřejného, akademického a soukromého sektoru a podporují infrastrukturu a vzdělávání v oblasti kultury. Městská strategie je více praktická a projektová, zaměřená na podporu podnikání a infrastruktury ve městě. Oproti tomu Krajská koncepce je více strategická a analytická, s důrazem na kulturní dědictví a rovnoměrný rozvoj v celém kraji. Olomouc klade důraz na inovace a komunitní život, kraj naopak na dostupnost kultury i ve venkovských oblastech. Olomouc má velký potenciál stát se lídrem inovativních KKP projektů díky koncentraci mnoha aktérů a napojení na univerzitu. Krajská strategie nabízí širší rámec pro spolupráci a dlouhodobé financování, ale méně se věnuje podnikatelské složce kreativity (Olomoucký kraj, 2022 a Statutární město Olomouc, 2022).

8.2 Analýza a výzkum prostřednictvím expertních hloubkových rozhovorů

V rámci praktické části této diplomové práce byla provedena kvalitativní analýza zaměřená na analýzu současného stavu kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci. Zvolenou metodou sběru dat byly expertní hloubkové rozhovory s pěti klíčovými aktéry v kombinaci veřejné správy, soukromého a neziskového sektoru, kteří disponují odbornými znalostmi a přímou zkušeností s fungováním KKP v Olomouci. Cílem bylo získat hlubší vhled do současného stavu KKP, identifikovat hlavní bariéry a příležitosti jejich rozvoje, analyzovat jejich ekonomický a sociální dopad a prozkoumat možnosti motivace mladých lidí k setrvání v tomto odvětví. Délka jednotlivých rozhovorů se pohybovala v rozmezí 40–

50 minut, dle časových možností respondentů. Rozhovory probíhaly osobně, ale i telefonicky. Všichni respondenti chtěli být v rámci rozhovorů anonymizováni, proto nejsou v práci uvedeny jejich osobní údaje.

Pro zajištění strukturovaného souboru dat bylo respondentům položeno pět otevřených otázek:

1. Jaký je podle Vás současný stav KKP v Olomouci?
2. Jaké jsou bariéry rozvoje KKP v Olomouci?
3. Jaké jsou příležitosti pro rozvoj KKP v Olomouci?
4. Jaký mají KKP dopad na ekonomiku a kvalitu života v Olomouci?
5. Co by mohlo motivovat mladé lidi k setrvání v Olomouci a působení v kulturním a kreativním sektoru?

Odpovědi respondentů byly kódovány v pěti hlavních kategoriích formou zvýrazněného textu:

- Současný stav KKP
- Bariéry rozvoje
- Příležitosti rozvoje
- Dopad KKP na ekonomiku a kvalitu života
- Motivace mladých lidí

Tato analýza umožňuje identifikovat opakující se vzorce v odpovědích a lépe porozumět klíčovým aspektům fungování KKP v Olomouci. Výsledky rozhovorů jsou následně interpretovány s důrazem na hlavní zjištění a možné dopady pro budoucí rozvoj kulturních a kreativních odvětví v regionu.

Otázka č.1: Jaký je podle Vás současný stav KKP v Olomouci?

Na začátku rozhovoru byla položena otázka týkající se aktuálního stavu KKP v Olomouci. Z rozhovorů vyplynulo, že na základě právě dokončeného mapování Olomouckého kraje a ICOKu jsou k dispozici aktuální data a nejnovější závěry. Projekt bude zakončen závěrečnou pracovní skupinou na konci měsíce března 2025. jeden z respondentů také uvedl: „Na srovnání čísel s ostatními kraji zatím čekáme, ale budeme ho mít snad do konce května 2025. Víme, že v Olomouckém kraji funguje kolem 2 500 subjektů, které je možné zařadit do

KKO odvětví. Rozložení v Olomouci kopíruje republikovou strukturu – kolem 70 % subjektů v KKO tvoří živnostníci a mikro firmy.“

Všichni respondenti se shodli na tom, že kulturní a kreativní odvětví na Olomoucku jsou živé, různorodé, dynamické, mají obrovský potenciál dalšího rozvoje, jsou dobře zmapované. Konkrétně **zmapování** této oblasti je unikátní v celorepublikovém kontextu. Díky **databázi** kreativců je možné sledovat, jak se tento sektor neustále mění, ať už meziročně, tak i v průběhu roku. V Olomouci hraje také důležitou roli **Univerzita Palackého**, která sektor KKO ovlivňuje dost zásadně, všemi různými směry. Významnou součástí celého odvětví je i kulturní dědictví. Jednou z odpovědí na tuto otázku bylo: *„Zároveň je ale tento sektor málo koordinovaný a roztržitý, což je vzhledem ke koncepčnímu uchopení ne úplně běžné. Od roku 2022 platí nová městská strategie a krajská koncepce rozvoje, což se dle mého názoru zatím moc nepropsalo do tohoto sektoru. Spíše selhává implementace těchto strategií, které jsou kvalitně napsané, vznikaly participativně, ale pořád se odkládá jejich naplňování.“* Cíly těchto obou strategií je právě koordinace, synergie, hledání průníků pro spolupráci v sektoru KKO.

Současnému stavu KKP v Olomouci také přispívá **aktivní zájem institucí** jak Olomouckého kraje, tak ICOKu. Nicméně dle výsledků kvalitativního průzkumu kulturního a kreativního odvětví, který probíhal na úrovni celého Olomouckého kraje je patrné, že kreativci mají **potřeby**, které nejsou **naplněny**. Dle respondenta: *„Jedna z jejich základních potřeb je získání zakázek, když chtějí pracovat na volné noze nebo chtějí vytvořit nějakou formu businessu. A právě sehnat zakázky je pro ně mnohdy velmi těžké.“* Tento problém však souvisí s dalšími faktory.

Všichni respondenti se shodli na tom, že aktuální situace KKP v Olomouci je příznivá, ale mohla by být lepší, kdyby se vytvářely větší příležitosti pro propojení kreativců a businessu.

Otázka č.2: Jaké jsou bariéry rozvoje KKP v Olomouci?

Druhá otázka se soustředila na současné bariéry rozvoje KKP v Olomouci. Odpovědi respondentů často odkazovaly na předešlá mapování a další projekty Univerzity Palackého, Kreativní Olomouce a dalších organizací. S bariérami rozvoje jsou propojeny i pojmy **brain drain** a **brain gain**, které přímo souvisí jak s odchodem možných aktérů, tak i s jejich přistěhování do Olomouce. Motivací pro setrvání v Olomouci či motivem pro návrat do Olomouce je především samotná Olomouc, jako „dobré místo pro život“ nebo například

rodinné důvody. **Rodinné důvody** mohou být ale také velkou překážkou. Jeden z respondentů uvedl zajímavou myšlenku: *„Věc, o které se moc otevřeně nemluví a neexistují pro mé tvrzení žádné cílené datové průzkumy je, že UP do Olomouce každoročně přivede obrovský nepoměr dívek a chlapců a upřímně mám za to, že velký odliv talentů mezi ženami je způsoben tím, že v Olomouci prostě nenajdou životního partnera.“*

Další možnou bariérou rozvoje KKP v Olomouci je **nedostatek nabídky studijních oborů** zaměřených na kreativce na vysokých školách. Respondent uvedl: *„Olomouci především zcela zásadně chybí vysoké školy zaměřené na výchovu profesionálů v oblasti KKO. Na Univerzitě Palackého se dají studovat obory, které absenci zaměřených oborů částečně supluje, ale tyto obory generují pouze jednotky tvůrců ročně, a jejich profesní vzdělání je navíc spíš okrajové vedle jejich hlavního oboru.“* V rámci vzdělání by se daly rozvíjet i jiné schopnosti a dovednosti kreativců. Kreativci mají často nízké sebevědomí, neví, jak se mají „prodat“, jak mají o sobě mluvit, aby vysvětlili, co dělají. Se **školstvím** souvisí i **nedostatek zdrojů**, jak finančních, tak lidských. Dle respondenta: *„Školství nereaguje na potřeby současného trhu, nereaguje na potřeby kreativců a mladých lidí obecně.“*

Jednou z bariér rozvoje je také dle respondentů slabá infrastruktura, ve smyslu absence **fyzického komunitního místa**, kreativního centra, které by plnilo několik funkcí. V Olomouci se o tomto problému mezi aktéry mluví poměrně delší dobu. Fyzické kreativní centrum by mohlo sloužit jako takové útočiště pro kreativní odvětví a sehrálo by v oblasti KKO pro Olomouc velkou roli. V současné době se kreativní odvětví tříští do několika coworkingů a podobných prostor. Respondenti souhlasí s tím, že takové fyzické místo by se mohlo samo stát aktérem KKP, který by vstupoval do dalšího plánování. Respondent tvrdí: *„Takové centrum by mohlo být zázemím pro KKO, ať už pro síťování, nebo pro samotnou práci, tvorbu, pro vzdělávání a rozvoj, pro inkubaci projektů atd.“* Dle respondentů by město velikosti Olomouce takové centrum mít mělo, ale zároveň to není samo spásné řešení, ve smyslu *„najednou bude kreativní centrum, a všechny problémy budou vyřešeny“*. O tomto problému se údajně hodně mluví, ale reálně se toho moc neděje. Zároveň by toto centrum mohlo kreativcům pomoci s rozvojem jistých dovedností, například podnikatelských, komunikačních a podobně.

Nedostatek finanční podpory a dlouhodobých investic může být také jednou z bariér rozvoje KKP v Olomouci. ICOK zavedl kreativní vouchery na podporu podnikatelů a město vytvořilo nový dotační program na podporu konkurenceschopnosti a hospodářského rozvoje,

ale v kontextu KKP jsou dle respondentů nejrelevantnější nefinanční nástroje podpory. tyto nástroje podpory mohou mít nekonečně mnoho různých kreativních podob, které mohou být zásadní podporou pro kreativce. Respondent uvedl: „Zároveň nejde o přímou finanční podporu, což je samozřejmě problematické, protože nechceme narušovat podnikatelskou soutěž.“

Jedním z problémů rozvoje KKP je situace, kdy trh nezná hodnotu práce kreativců. Společnost často nechápe, proč je práce lidí v kreativním odvětví důležitá a proč by za ni měli platit určitou částku. Napomoci by mohla edukace veřejnosti, o přidané hodnotě a smyslu investování do práce kreativců. Respondent uvedl: „Často narážím na to, že se kreativci musí obhajovat a musí vysvětlovat, proč jejich produkt stojí tolik, kolik stojí.“

Koupěschopnost trhu v Olomouci, není moc silná, dle respondentů lidem nezbývá dost peněz na to, aby si mohli připlatit za kvalitu. Dle ČSÚ dosáhla průměrná mzda v Olomouckém kraji v roce 2024 částky 39 691 Kč a průměrná cena nájmu vzrostla na 240 Kč/m² (ČSÚ, 2024). Tato situace může mít za následek odchod kreativců do jiných měst nebo přijímání zakázek například z Prahy nebo Brna, kde mají lepší finanční podmínky a podmínky pro uplatnění se.

Otázka č.3: Jaké jsou příležitosti rozvoje KKP v Olomouci?

Třetí otázka rozhovoru se věnovala příležitostem rozvoje KKP v Olomouci. Velkým pozitivem v rozvoji KKP v Olomouci je skutečnost, že rozvoj KKO je ukotven ve **strategických materiálech** jak města, tak kraje, tak také ICOKu. Bez konkrétních lidí by to ale byly jen řádky v tabulkách, nicméně na všech institucích se podařilo zřídit alespoň na částečný úvazek pozice, věnující se rozvoji KKO, a obsadit tyto místa proaktivními motivovanými jedinci, kteří navíc mají chuť mezi sebou spolupracovat. Respondenti se shodli na tom, že velkým hybatelem jsou samotní **kreativci**, ze své podstaty mají kreativní lidé velký potenciál ke změně a také jsou nositeli a tvůrci inovativních nápadů. Kreativci také mají veřejně deklarovaný zájem podílet se na společenském dění, sdílet své zkušenosti, vytvářet příležitosti. Mimo jiné mají KKP také velký potenciál **oživovat periferie**, nevyužité prostory, čtvrtě atd.

Velkou příležitostí pro rozvoj KKP v Olomouci je podle respondentů vzájemná **spolupráce** veřejného, soukromého a neziskového sektoru. Všechny tyto složky se mohou zapojit na řešení problémů města společně.

Obrovský potenciál má v dnešní době i využití KKP k **marketingovým účelům**. Dle jednoho z respondentů: „*Lze pracovat s image Olomouce jako s městem kultury a kreativity. Postavení marketingu města na KKP se podle mě nabízí, a to že se stále pracuje pouze s kulturním dědictvím je takové zaspání doby.*“ Olomouc má určitě co nabídnout. Tomuto by mohla napomoci úzká spolupráce s aktéry KKP v Olomouci. Spolupráce bude úspěšná pouze pokud bude úspěšná i **komunikace**, když se podaří nastavit správné komunikační kanály, formáty pro komunikaci, ať už by se jednalo o pracovní skupiny, fóra nebo nějaké jednosměrné informování.

Další příležitostí pro rozvoj KKP v Olomouci je tzv. „**matchmaking**“. Respondent uvedl: „*Matchmaking pro nás znamená to, aby kreativci nezůstávali osamoceni ve svém poli, ale abychom jim vytvářeli příležitosti pro propojování s lidmi z businessu, ať už jsou to podnikatelé na volné noze nebo třeba velké firmy, akciové společnosti a další.*“ I z výzkumu vyplynulo, že kontakty, zakázky a podobné příležitosti jsou pro kreativce klíčové. Kontakty a příležitosti jsou samozřejmě důležité i pro jiné oblasti, ale dle respondentů je právě v oblasti KKP cítit největší nedostatek.

Dalším tématem je situace, kdy se kreativci připravují na profesi během **vzdělávání**. Vzdelávání by mělo odpovídat současným podmínkám trhu. Obrovská příležitost souvisí s vytvářením lepších podmínek a lepších zdrojů financování pro školy, které vzdělávají budoucí kreativce. Ať už se jedná o kvalifikovanější pedagogy, tak zároveň o účast lidí z praxe ve výuce, aby studentům ukázali, kde jsou současně největší příležitosti k rozvoji, k uplatnění apod. Aktuálně je velkým tématem umělá inteligence a vývoj moderních technologií, který je velmi rychlý a pro některé profese klíčový.

Otázka č.4: *Jaký mají KKP dopad na ekonomiku a kvalitu života v Olomouci?*

Čtvrtá otázka byla zaměřena na dopad KKP na ekonomiku a kvalitu života v Olomouci. Prokazatelně mají KKP **pozitivní dopad** na ekonomiku, ať už z hlediska vytváření pracovních míst, přitahují investice, podporují malé podnikání a zvyšují přidanou hodnotu města. Dopad na ekonomiku se dá měřit pomocí několika ukazatelů, jako je například HDP, zaměstnanost, obraty a počty subjektů v tomto odvětví. Kromě **přímých obrátů** mají KKP rozsáhle dodavatelské řetězce, nabalují na sebe další přidružená odvětví, mají velkou **přidanou hodnotu**, mají potenciál rozvíjet periferie a opuštěná místa. Velkou výhodou pro Olomouc i celý region je, že kreativcům k práci často stačí laptop, tudíž jsou schopni se velmi jednoduše přesouvat mezi částmi města, městy i regiony, čehož zle při dobré politice

využít. Kulturní festivaly, výstavy a kreativní aktivity zvyšují tržby v ubytování, gastronomii a dopravě, což dále zvyšuje HDP v návazných sektorech. Respondent uvedl: „*Je nezpochybnitelné, že světově podíl kreativního odvětví v produkci roste a získává na významu mnohem více než v České republice. Dá se tedy očekávat, že ČR bude tento vývoj následovat.*“ Kreativní odvětví může být významným hráčem na poli ekonomického růstu.

Pro olomoucký region představuje důležitý posun v oblasti KKP změna pohledu, která nově zahrnuje i oblast kreativní gastronomie. Ta postupně nabývá na důležitosti z hlediska propagace regionu a do budoucna představuje perspektivní oblast pro cílenou institucionální podporu. Z ekonomického hlediska však zatím nejvýznamnější roli v rámci této domény stále zaujímá vývoj softwaru (Olomoucký kraj, 2022).

KKP mají také zásadní význam pro kvalitu života, ať už co se týká obohacování veřejného prostoru, rozvoje komunit, nabízejí volnočasové vzdělávací aktivity, posilují kulturní identitu města. Respondent uvedl: „*Mají obrovský význam pro **odliv mladých talentovaných a kvalifikovaných lidí** z Olomouce, protože život města a to, do jaké míry je kulturní, je důležitý lokalizační faktor, na základě kterého se lidé rozhodují, kde budou žít a pracovat.*“ Lidé si vybírají nejen kde budou pracovat, ale zároveň kde budou žít, kde je vysoká kvalita života a kde mohou žít společensky.

Kreativní průmysl extrémně zvyšuje kvalitu života ve městě, z hlediska života v univerzitním městě, které je plné kreativců a umělců. Tito lidé nesou obrovské know-how a důležité hodnoty, které s sebou do města přinášejí. Často jim nejde jen o zisk, ale o uměleckou přidanou hodnotu. Respondent uvedl: „*Myslím, že díky kreativnímu odvětví se v Olomouci strašně dobře žije.*“

Otázka č.5: *Co by mohlo motivovat mladé lidi k setrvání v Olomouci a působení v kulturním a kreativním sektoru?*

Poslední otázka v rozhovoru se týkala motivace mladých lidí k setrvání v Olomouci a působení v kulturním a kreativním sektoru. Respondenti se shodli, že důležitým motivačním faktorem je mimo jiné dostupné bydlení, více pracovních příležitostí, ale také **zázemí** pro práci, jako jsou ateliéry, coworkingy nebo třeba různé komunitní prostory.

Motivací by také mohla být možnost se **profesně rozvíjet a podnikat**, což souvisí s podporou vzdělávání, například v oblasti podnikatelských kompetencí. Ze strany města by se mohlo jednat o podporu formou mentoringu, podporu start-upů a podobně. K profesnímu rozvoji by pomohla spolupráce univerzity s jejími absolventy. Začínajícím podnikatelům by

pomohla finanční podpora např. architekti by si mohli koupit drahý software, ve kterém by mohli pracovat a podobně. S tím souvisí téma kreativních voucherů.

Mladé lidi by mohla také motivovat **smysluplná spolupráce** s městem, zapojení mladých do plánování a rozhodování a důležité profesní kontakty. Dle respondenta: „*Je známá věc, že pokud lidi mají vliv na to, co se kolem nich děje, tak roste význam, který tomu přikládají.*“ Princip, proč mají lidé participovat na tvorbě strategií, stojí na tom, aby si lidé strategie vzali za své a aby pak byli ochotni sami participovat i na naplňování jednotlivých strategií. Protože když někdo dostane něco pouze předepsaného, tak je jasné, že se s tím těžko ztotožní.

Respondent uvedl: „*Ve spolupráci města Olomouce, Olomouckého kraje, Univerzity Palackého, ICOKu, občanských sdružení a zástupců samotných kreativců bude možné transformovat doporučení pracovní skupiny k realizaci patřičných opatření na základě zjištěných závěrů projektu mapování.*“ Tím by se dalo přispět k zásadnímu zkvalitnění podmínek. Klíčovým hybatelem by dle respondentů mohlo být i již zmiňované fyzické kreativní centrum a řada dalších opatření. Zásadní je podle nich také vznik a rozvoj vzdělávacích institucí na úrovni středních i vysokých škol a zkvalitňování životní úrovně v Olomouci obecně. Respondent také uvedl: „*Věříme, že výrazným „opatřením” jsou také Olomouc Design Days, které se letos budou konat již po třetí.*“

9 SHRNUÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

Analytická část diplomové práce se komplexně zaměřila na zhodnocení stavu kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci. Úvodní část této analýzy charakterizuje město Olomouc jako centrum s bohatou kulturní historií, silným univerzitním zázemím a výhodnou geografickou polohou, která vytváří příznivé podmínky pro rozvoj kreativní ekonomiky. Navazující podrobná sekundární analýza mapování KKP z let 2015-2017 ukázala, že na území Olomouce působí více než 1200 kreativních subjektů. Nejvyšší ekonomický výkon a zaměstnanost byly zaznamenány v odvětví vývoje softwaru, následují oblasti literatury, tisku a kulturního dědictví. Zjištění rovněž poukázala na potřebu lepšího propojení s veřejnou správou, vzděláváním a na nedostatek fyzické infrastruktury pro kreativce.

Další analytická část práce je věnována obsahové analýze kulturních a coworkingových center, která tvoří důležitý základ pro kreativní komunitu. Kulturní centra jako je Červený kostel, Kino Central a Variace Olomouc přispívají ke kulturní identitě města, nabízejí prostory pro akce, vzdělávání i setkávání veřejnosti s tvůrci. Coworkingové prostory – např. Coworking Olomouc, Vault 42, Telegraph Hub, Element Coworking, Ohub a Freework Envelopa, poskytují zázemí pro kreativní profesionály, start-upy a freelancery. Liší se svou nabídkou služeb, cílovou skupinou, kapacitou i cenovou politikou. Společně však přispívají k rozvoji podnikavosti a spolupráce v KKP.

Analýza se podrobně zabývala možnostmi podpory a financování KKP v Olomouci. Byly hodnoceny dostupné formy podpory, a to jak finanční (dotační programy Ministerstva kultury ČR, granty města Olomouce či Olomouckého kraje), tak i nástroje nefinanční povahy, mezi které se řadí například mentoring, networkingové aktivity, workshopy nebo podpora ze strany institucí. Mezi tyto instituce patří ICOK, Univerzita Palackého a platforma Kreativní Olomouc. Tyto nástroje společně přispívají k dlouhodobé stabilitě a rozvoji sektoru a posilují jeho roli v rámci regionální ekonomiky.

Součástí hodnocení je také komparativní analýza dvou strategických dokumentů, a to městské a krajské koncepce. Výsledky ukazují, že zatímco strategie města Olomouce klade důraz na konkrétní projekty a podporu podnikání, krajská koncepce je více zaměřena na kulturní infrastrukturu a ochranu kulturního dědictví. Oba dokumenty sice vyzdvihují důležitost KKP pro regionální rozvoj, avšak chybí mezi nimi systematické provázání a jednotný přístup k řízení podpory.

Důležitým výstupem analytické části byly také expertní hloubkové rozhovory s aktéry KKP v Olomouci, které poskytly hlubší vhled do aktuálního fungování sektoru. Oslovení odborníci se shodli, že kulturní a kreativní průmysly v Olomouci mají silný potenciál, ale zároveň čelí řadě překážek. Mezi tyto překážky se dají zařadit nedostatečné profesní vzdělávání, slabé povědomí veřejnosti o hodnotě kreativní práce, chybějící fyzické kreativní centrum a slabá koordinace podpory. Za příležitosti označili lepší mezioborovou spolupráci, intenzivnější využití KKP v rámci marketingu města Olomouce, zefektivnění vzdělávací nabídky a cílenější podporu mladých lidí v odvětví.

Rozhovory rovněž potvrdily přínos KKP nejen pro ekonomiku města, ale i pro zvyšování kvality života ve městě. Kulturní prostředí se podle respondentů podílí na atraktivitě města a je jedním z důležitých faktorů při rozhodování, kde chtějí lidé žít a pracovat. Klíčovými prvky pro udržení mladých kreativních profesionálů jsou podle zjištění dostupné bydlení, příležitosti pro seberealizaci a možnost ovlivňovat podobu veřejného prostoru a života města. Celkově tedy analytická část dokládá, že KKP mají pro Olomouc výrazný význam, ale jejich plný rozvoj vyžaduje aktivnější koordinaci, důsledné naplňování strategických plánů a efektivnější podporu ze strany města i kraje.

10 NÁVRH MOŽNOSTÍ ROZVOJE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V OLOMOUCI

Na základě detailního výzkumu a rozhovorů s aktéry KKP v Olomouci vyplynulo hned několik možných návrhů k rozvoji aktuální situace tohoto sektoru. Dle provedených analýz a zpětné vazby aktérů z veřejné správy, soukromého a neziskového sektoru byly identifikovány klíčové oblasti, ve kterých je možné podpořit růst a rozvoj KKP v regionu. Mezi hlavní návrhy patří zajištění fyzického kreativního centra, které by mohlo fungovat jako inkubátor pro nové projekty a místo pro networking. Dalším návrhem je vznik digitální komunikační platformy, která by zjednodušila propojení kreativců a podnikatelského sektoru. K rozvoji KKP v Olomouci by napomohla také větší podpora vzdělávacích institucí a jejich adaptace na aktuální potřeby KKP. Mezi další návrhy rozvoje se dá zařadit například efektivnější využití marketingu města Olomouce jako města kreativity a kultury. Kapitola se věnuje podrobnějšímu popisu jednotlivých návrhů.

1. Vznik fyzického kreativního centra

Fyzické kreativní centrum by sloužilo jako multifunkční prostor pro kreativce a jiné kulturní profesionály, bylo by zázemím pro jejich tvorbu, práci a vzájemnou spolupráci. Centrum by poskytovalo prostor pro individuální práci i týmové projekty, s možností využití kancelářských prostor, ateliérů, dílen, studií a kreativních laboratoří. Zároveň by centrum bylo takovým inkubátorem pro nově vznikající projekty a podniky KKP. Nabízelo by mentoring, právní poradenství, marketingové služby, účetní poradenství a další služby, které by pomohly kreativcům v jejich podnikání. Prostor centra by mohl být využíván i k pořádání workshopů, školení, seminářů, konferencí a jiných akcí, díky kterým by se podpořila spolupráce mezi kreativci, podnikateli a veřejným sektorem. Kromě pracovní zóny by centrum mohlo sloužit i pro pořádání veřejných kulturních akcí, jako jsou například výstavy, koncerty, přednášky a prezentace, které by zvýšili viditelnost kreativních projektů v regionu. Cílem tohoto kreativního centra je vznik fyzického místa, kde mohou kreativci v Olomouci setkávat, spolupracovat, sdílet své nápady a zdroje, což by přispělo k silnější spolupráci mezi sektory.

2. Vytvoření digitální komunikační platformy

Digitální komunikační platforma pro aktéry KKP by mohla sloužit jako centrální místo pro komunikaci, propojení a spolupráci mezi kreativními jednotlivci, organizacemi, podnikatelskými subjekty a veřejnými institucemi. Platforma by nabízela možnosti pro

propojení s ostatními aktéry z různých odvětví, organizování online setkání, diskuzí a komunitních akcí. Kreativci by zde mohli hledat a zveřejňovat zakázky, což by zjednodušilo proces hledání pracovních příležitostí v oblasti KKP. Součástí platformy by mohla být sekce zaměřená na rozvoj podnikatelských dovedností, jako je vytváření obchodních plánů, prezentace a marketing, které by pomohly kreativcům efektivně se „prodat“ a získat nové spolupráce či investice. Platforma by mohla také obsahovat sekci pro online kurzy, školení a workshopy zaměřené na profesní rozvoj kreativců a podnikatelů KKP. Platforma by umožňovala jednotlivým aktérům KKP vytvořit si profil, kde mohou prezentovat své služby, projekty, portfolia a nabídky spolupráce. Cílem vytvoření platformy by bylo poskytnutí nástroje pro jednodušší sdílení informací kreativcům, rozšiřování jejich kontaktů a zvýšení jejich přístupnosti k relevantním příležitostem. Platforma by byla dostupná jak jednotlivcům, tak i organizacím a firmám, čímž by se zjednodušil celý ekosystém KKP v regionu.

3. Podpora vzdělávacích institucí

Vzdělávání je důležitým faktorem pro zajištění dlouhodobého rozvoje KKP v Olomouci. Podpora stávajících i nových vzdělávacích programů zaměřených na KKP může mít zásadní vliv na profesní rozvoj talentů v regionu. Konkrétně například na Univerzitě Palackého a na dalších vzdělávacích institucích by měly být rozvíjeny specializované obory zaměřené přímo na KKP, jako je design, mediální produkce, filmová tvorba, digitální umění, kulturní management a podobně. Důležité je také propojení teoretického vzdělávání s praktickými dovednostmi. Spolupráce mezi školami a praxí by pomohla studentům získat reálné zkušenosti a přehled o aktuálních trendech. Kreativci potřebují také podnikatelské, marketingové a komunikační dovednosti, nejen umělecké a technické, proto by bylo dobré organizovat různé vzdělávací kurzy pro kreativce. Kurzy by měly reagovat na rychlý technologický a kulturní vývoj, například zahrnutím výuky o umělé inteligenci, moderních digitálních nástrojích, online marketingu a dalších inovacích. Tímto by Olomouc mohla vytvořit kvalitní zázemí pro kreativce, kteří by byli připraveni na aktuální i budoucí výzvy na trhu práce.

4. Marketing města Olomouce

Propagace města Olomouce jako města kultury a kreativity by mohla výrazně posílit image města a přitáhnout pozornost širší veřejnosti i turistů. Olomouc by mohla zlepšit svou viditelnost prostřednictvím tvorby marketingových kampaní. Tyto kampaně by zdůrazňovaly podporu kulturního dědictví a moderních kreativních odvětví ve městě.

Podpora městského marketingu zaměřeného na kreativní průmysl by mohla zahrnovat organizaci kulturních festivalů, výstav, koncertů a dalších akcí. Tímto by se Olomouc prezentovala jako živé a dynamické město. Podpořit by se dal také branding města, který by zvyšoval atraktivitu města pro mladé talenty a investory. Díky těmto aktivitám by Olomouc posílila svou pozici v oblasti KKP, přitáhla by pozornost širšího publika a investorů a tím by zároveň také podpořila ekonomický a kulturní rozvoj města.

11 CHARAKTERISTIKA PROJEKTU

Na základě několika návrhů možností rozvoje KKP byl vybrán projekt vytvoření digitální komunikační platformy k bližšímu rozpracování. Následující kapitola obsahuje popis a návrh projektu digitální platformy pro KKP v Olomouci. Součástí kapitoly je popis návrhu a cílů projektu, logický rámec projektu, časový harmonogram projektu, návrh možného financování projektu a přehled předpokládaných nákladů a analýza rizik projektu.

11.1 Návrh a cíle projektu

Smyslem projektu je vytvoření digitální platformy, jakožto jednotného online portálu, který propojí všechny aktéry KKP v Olomouci. Ať už se jedná o jednotlivé kreativce, firmy působící v oblasti designu, architektury, filmu, digitálních médií, hudby atd., městské kulturní instituce, neziskové organizace, coworkingová centra, galerie, start-upy a další. Platforma bude dostupná i široké veřejnosti či odborným komunitám. Tato informační a komunikační platforma bude fungovat jako místo pro sdílení know-how, zkušeností, kontaktů, dovedností, projektových příležitostí a zakázek. Bude také takovým nástrojem pro navazování spolupráce a k vytváření nových vztahových sítí. Zároveň bude soužit i jako prostor pro vzdělávání jak veřejnosti, tak i samotných kreativců a dalších subjektů. Součástí platformy bude i „kreativní tržiště“ a databáze projektů, kde si uživatelé mohou nabídnout služby nebo vyhledat partnery pro spolupráci.

Hlavním cílem projektu je **vytvoření jednotné digitální komunikační platformy, která bude sloužit k propojení a posílení komunity kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci**. Tohoto cíle se bude dát dosáhnout pouze dosažením dílčích cílů projektu, jako je například:

- Zmapování potřeb a očekávání aktérů KKP v Olomouci,
- Zajištění aktivního zapojení klíčových aktérů do testování a spuštění platformy,
- Zahájení komunikační kampaně a edukace veřejnosti o využívání platformy,
- Zajištění dlouhodobé udržitelnosti provozu platformy.

Tento projekt napomáhá řešit problém s nízkou infrastrukturou KKP v Olomouci. Platforma poskytne centralizovanou infrastrukturu pro komunikaci a spolupráci, jelikož aktéři jsou často roztrženi a často o sobě ani nevědí. V současné době neexistuje souhrnný přehled o tom, kdo co dělá, s čím může pomoci nebo co nabízí. Platforma také pomůže

novým subjektům najít přístup k síti kontaktů, zakázek, know-how a sdílených zdrojů. Jedním z důvodů vytvoření takové platformy je fakt, že veřejnost často nevnímá KKP jako relevantní ekonomický a sociální segment. Platforma bude edukovat veřejnost o významu a přínosech KKP v Olomouci.

Po následné realizaci tohoto projektu se dá očekávat zvýšení a zlepšení spolupráce mezi kreativci, firmami, institucemi a městem. Zvýší se efektivita využívání sdílených prostor, techniky, know-how. Díky dostupnému vzdělávacímu obsahu dojde k růstu profesních kompetencí aktérů. Platforma veřejnosti pomůže lépe porozumět KKP v Olomouci, pochopit jejich důležitost a může přinést nové příležitosti, zakázky i podporu. Vytvoření funkční digitální infrastruktury vznikne základ pro další rozvoj celého odvětví KKP v Olomouci.

11.2 Logický rámec projektu

V této kapitole je vypracován logický rámec projektu, který popisuje hlavní cíl projektu a jeho dílčí cíle, výstupy a klíčové aktivity, které povedou k úspěšnému realizování projektu.

Tabulka 13: Logický rámec projektu

		Objektivně měřitelné ukazatele	Prostředky ověření
Hlavní cíl	Vytvoření digitální komunikační platformy pro KKP v Olomouci.	Počet připojených aktérů KKP na platformu.	Statistiky připojení uživatelů na platformu.
Dílčí cíle projektu	Vybudování platformy a jejího designu.	Vytvoření prototypu platformy.	Výstupy z konzultací s odborníky, první verze prototypu.
	Poskytnutí vzdělávacích aktivit a networkingových příležitostí.	Počet organizovaných školení/workshopů pro KKP.	Záznamy o uskutečněných školeních/workshopech.
	Zajištění dlouhodobé udržitelnosti platformy.	Počet aktualizací a vylepšení na základě zpětné vazby uživatelů.	Záznamy z testování a sběr zpětné vazby uživatelů.

Výstupy	Vytvoření prototypu a finální verze platformy.	Funkční a dostupná verze platformy.	Provozní testy, zpětná vazba od uživatelů.
	Realizace workshopů a školení pro uživatele platformy.	Počet realizovaných školení a workshopů.	Záznamy o uskutečněných školeních a workshopech.
	Provozní plán a rozvoj platformy po jejím spuštění.	Počet aktualizací a nových funkcí platformy.	Dokumentace aktualizací a rozšíření funkcí.
Klíčové aktivity	Výzkum a mapování potřeb a požadavků aktérů KKP v Olomouci.	Počet provedených rozhovorů a dotazníků s aktéry KKP.	Záznamy z rozhovorů a dotazníků.
	Design a vývoj platformy.	Počet hotových návrhů a prototypů.	Revize designu a prototypu, testování.
	Organizování vzdělávacích aktivit, školení, propagace, workshopy.	Počet účastníků na školeních a workshopech.	Záznamy o účastnících, zpětná vazba o aktivitách.

(Zdroj: Vlastní zpracování)

11.3 Časový harmonogram projektu

Časový harmonogram projektu komunikační platformy je navržen v pěti fázích:

1. Přípravná a výzkumná fáze
2. Fáze návrhu platformy
3. Vývojová a testovací fáze
4. Propagační fáze
5. Fáze spuštění platformy a monitoringu

Jednotlivé fáze projektu jsou zaměřeny na specifické kroky, které jsou potřebné k úspěšnému dokončení projektu. Celý proces je navržen tak, aby každá fáze projektu měla

dostatek času na realizaci a tím zajistila hladký průběh celého projektu. Jednotlivé fáze časového harmonogramu jsou dále rozděleny na několik dílčích aktivit.

Přípravná fáze se zaměřuje na analýzu a mapování potřeb KKP v Olomouci. Tato analýza bude probíhat formou workshopů či dotazování aktérů KKP. Napomoci mohou i výsledky již zmiňovaného mapování. Výzkum poskytne důležité informace o požadavcích všech aktérů na tuto platformu a tím i identifikuje silné a slabé stránky současné situace v tomto odvětví. Dále se soustředí na získání partnerů jako je město, kraj, jiné organizace či samotní aktéři KKP, kteří se na projektu budou podílet i do budoucna. Důležitou součástí této fáze je koordinace s partnery, ti zajistí potřebné know-how, ale i finanční prostředky na začátek projektu. Z personálního hlediska je potřebný tým odborníků na výzkum a projektových manažerů, kteří budou zodpovědní za navázání partnerství a za uzavření dohod o financování. Tato fáze projektu by mohla být podpořena prostřednictvím dotací nebo krajských fondů. Na základě zjištěných potřeb budou výsledkem této fáze první návrhy platformy a jejích funkcí.

Následuje **fáze návrhu platformy**. Klíčovým krokem této fáze bude vytvoření detailního návrhu celkového designu platformy a uživatelského rozhraní. Podíl na tvorbě designu budou mít odborníci na tvorbu webů, grafici a IT specialisté. Výsledkem bude vytvoření prototypu, na základě kterého budou prováděny konzultace s odborníky, za účelem získání cenné zpětné vazby. Testování prototypu zahrnuje také ukázky platformy vybraným uživatelům, od kterých se sbírají názory a připomínky. Následně budou provedeny úpravy a vylepšení platformy před konečným vývojem.

Třetí fází projektu bude **vývojová a testovací fáze**. V této fázi se bude tým vývojářů a testerů soustředit na samotný vývoj platformy. Bude dokončen design platformy a testování jejího prototypu a začne realizace platformy. Komunikační platforma bude postavena na moderních technologiích, což zajistí její spolehlivost a rozšiřitelnost. Během vývojové fáze bude kladen velký důraz na bezpečnostní opatření, integraci databází a na zpětnou vazbu od uživatelů. Testovací fáze bude následovat po vývojové fázi prostřednictvím pilotního testování platformy s reálnými uživateli. Součástí bude opět sběr jejich zpětné vazby. V závěru této fáze budou implementovány všechny opravy a vylepšení, které z testování vyplynou.

Další fází projektu bude **propagační fáze**, která bude zahájena spuštěním propagační kampaně. Kampaň bude probíhat prostřednictvím online i offline marketingových aktivit, jako jsou například reklamy na sociálních sítích, webových stránkách, emailové kampaně

nebo PR články. Součástí propagace budou i školení pro uživatele platformy, na kterých se budou seznamovat se všemi funkcemi platformy a jejími možnostmi. Tato školení budou probíhat jak online, tak i formou osobních workshopů. Pro uživatele bude důležité zajistit technickou podporu a tzv. „helpdesk“.

Závěrečnou fází projektu bude **fáze spuštění platformy a monitoringu**. Tato fáze zahrnuje plné spuštění platformy. Zároveň se zaměří na dlouhodobou udržitelnost platformy, což bude zahrnovat pravidelnou aktualizaci systému, možné rozšiřování funkcí a zapojování nových uživatelů. Bude také monitorována výkonnost platformy a chování uživatelů. Aby bylo možné zajistit dlouhodobý přínos platformy pro aktéry KKP v Olomouci, je nutný monitoring a evaluace jejího celkového dopadu. Tím, že bude projekt udržen a rozvíjen v průběhu času, přinese trvalý přínos pro KKP v Olomouci.

11.4 Financování projektu

V této kapitole jsou uvedeny možné způsoby financování projektu komunikační platformy pro KKP v Olomouci. Některé druhy financování, které by se daly využít i při financování realizace projektu, jsou již blíže popsány v kapitole 7.4 Podpora a financování KKP v Olomouci. Financování platformy může být realizováno především prostřednictvím různých druhů dotací, včetně ministerských dotací, evropských fondů, podpory od Olomouckého kraje a města Olomouce a dalších dostupných finančních prostředků. Součástí této kapitoly jsou také předpokládané náklady na projekt, jako jsou například personální náklady, náklady na technický vývoj platformy, propagace a marketing nebo třeba provozní náklady. V rámci této kapitoly je také rozpracován konkrétní návrh financování, který obsahuje konkrétní částky nákladů a možný rozpočet na realizaci projektu. Odhadovaná výše rozpočtu jsou 2 miliony Kč. Cílem je zajištění optimálního rozdělení prostředků a pokrytí nákladů k realizaci projektu.

Možné způsoby financování projektu:

- **Ministerstvo kultury ČR** – vyhláší pravidelně dotační programy na podporu projektů zaměřených na kulturní infrastrukturu a kreativní průmysly, včetně digitalizace kulturních a kreativních odvětví. Specifické výzvy se věnují oblastem kulturní infrastruktury, inovace v kultuře nebo vzdělávání v kulturní sféře. V rámci Národního plánu obnovy vlastní MK komponentu Rozvoj kulturního a kreativního sektoru, která zahrnuje 5 iniciativ – Status umělce a umělkyně, Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru, Digitalizace

kulturního a kreativního sektoru, Kreativní vouchery a Legislativní reforma (Ministerstvo kultury, 2025).

Konkrétně pro projekt komunikační platformy pro KKP v Olomouci by se dalo využít prostředků iniciativy Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru, která si klade za cíl zefektivnit a zvýšit udržitelnost kulturní infrastruktury, podporuje mezisektorové spolupráce a vznik nových kulturních a kreativních center, včetně rozšíření těch stávajících. Jelikož iniciativa podporuje rozvoj nových kulturních center, tato podpora zahrnuje také vznik a rozvoj komunikačních platforem pro aktéry KKP. Další iniciativou, která by mohla hrát významnou roli ve financování projektu je Digitalizace kulturního a kreativního sektoru. Tento program může pomoci pokrýt náklady na digitalizaci a infrastrukturu platformy, která propojuje aktéry KKP s cílem zvýšit dostupnost kulturních služeb (Ministerstvo kultury, 2025).

- **Město Olomouc** – každoročně vyhlašuje dotační programy v oblasti kultury. Jedním z možných programů, který by se dal využít při realizaci projektu komunikační platformy je grant na Podporu hospodářského rozvoje a zvyšování konkurenceschopnosti města Olomouce. Program je relevantní pro realizaci platformy, jelikož podporuje vzdělávací aktivity, networking a sdílení zkušeností mezi odborníky. Program poskytuje neinvestiční dotace na aktivity zaměřené na vzdělávání, rozvoj talentů, podporu podnikavosti a realizaci projektů v oblasti KKP. Dalším dotačním programem města je program Činnost kulturních organizací. Prostřednictvím tohoto programu by mohlo Statutární město Olomouc poskytnout finanční prostředky na realizaci projektu. Podpora je poskytována kulturním organizacím, které pravidelně realizují kulturní aktivity a přispívají ke kulturnímu a společenskému životu ve městě. Finance mohou být čerpány na pokrytí provozních nákladů, na podporu vzdělávacích aktivit a podporu kulturní nabídky.
- **Olomoucký kraj** – podporuje KKP v Olomouci prostřednictvím několika dotačních programů. Pro tento projekt může sloužit Program podpory kultury v Olomouckém kraji v roce 2025. Z tohoto projektu by mohly být financovány vzdělávací a networkingové aktivity, k realizaci projektů k propojení odborníků a sdílení know-how. Dalo by se využít také Programu podpory stálých profesionálních souborů v Olomouckém kraji, který podporuje uměleckou

tvorbu, ale i provoz a rozvoj kulturních aktivit. Finanční prostředky by se daly využít k technickému zajištění platformy. Přínosným může být i Program na podporu pořízení drobného majetku v oblasti kultury v Olomouckém kraji v roce 2025. prostředky získané z tohoto projektu by mohly sloužit k pořízení technologického vybavení, serverů, licencí, softwarů nebo technického zajištění platformy.

V následující tabulce je znázorněn přehled dotačních programů a výzev, které by mohly být využity k čerpání finančních prostředků k realizaci projektu komunikační platformy:

Tabulka 14: Možné způsoby financování projektu

POSKYTOVATEL PROSTŘEDKŮ	VÝZVA/PROGRAM
Ministerstvo kultury ČR	Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru
	Digitalizace kulturního a kreativního sektoru
Město Olomouc	Grant na podporu hospodářského rozvoje a zvyšování konkurenceschopnosti města Olomouce
	Činnost kulturních organizací
Olomoucký kraj	Program podpory kultury v Olomouckém kraji v roce 2025
	Program podpory stálých profesionálních souborů v Olomouckém kraji v roce 2025
	Program na podporu pořízení drobného majetku v oblasti kultury v Olomouckém kraji v roce 2025

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Předpokládané náklady na projekt:

- **Personální náklady** – tvoří významnou část rozpočtu projektu, jelikož zahrnují mzdy pro klíčové pracovníky, kteří se podílí na realizaci a správě platformy. Mezi tyto důležité pracovníky patří projektový manažer, technický tým, webový designer, specialista na obsah a vzdělávání a pracovníci technické podpory pro uživatele platformy. Projektový manažer je zodpovědný za celkovou koordinaci projektu, řízení jednotlivých fází a za komunikaci s partnery. Technický tým může zahrnovat například dvě soby, které budou

zodpovědné za vývoj platformy, implementaci funkcí, správu databází a serverů. Webový designer (UX/UI designer) navrhne uživatelské rozhraní a celkový vzhled platformy. Specialista na obsah a vzdělávání vytvoří obsah a bude organizovat vzdělávací aktivity pro KKP komunitu. Technikou podporu by mohly zajišťovat dvě osoby, které by se soustředily na řešení technických problémů a aktualizaci platformy po jejím spuštění. V následující tabulce jsou znázorněny konkrétní částky pro jednotlivé pracovníky.

- **Technické náklady** – dalšími důležitými náklady jsou technické náklady, které zahrnují vše, co je potřebné k vývoji, provozu a zabezpečení platformy, včetně serverů a licencí. Náklady na vývoj platformy zahrnují také náklady na programování, testování a implementaci funkcí platformy. Tato část výdajů by měla pokrýt práci vývojářů na vytvoření plně funkční platformy. Roční náklady na servery a hosting jsou nezbytné pro zajištění provozu platformy a uložení dat. Další položkou jsou i náklady na pořízení softwarových licencí pro administraci platformy, databáze, analytické nástroje a na bezpečnostní software.
- **Propagace a marketing** – náklady na propagaci a marketing platformy budou zahrnovat investice do online reklamy na sociálních sítích, Google Ads, bannery a propagaci na kulturních portálech. Součástí těchto nákladů budou i náklady na vzdělávací a networkingové akce, jako jsou workshopy a webináře pro uživatele platformy nebo setkání pro aktéry KKP. Důležitá bude také tvorba PR článků, rozhovorů a spolupráce s médii pro propagaci platformy.
- **Provozní náklady** – mezi provozní náklady se jednoznačně dají zařadit dlouhodobé výdaje na administraci platformy, údržbu, podporu uživatelů, aktualizace, bezpečnostní audity, zajištění technické podpory a administrativní činnost.
- **Nepředvídatelné náklady** – v rozpočtu jsou zahrnuty i nepředvídatelné náklady, náklady na administrativu a další specifické výdaje, které mohou vzniknout během realizace projektu.

Tabulka 15: Předpokládané náklady na projekt

KATEGORIE NÁKLADŮ	KONKRÉTNÍ NÁKLADY	VÝŠE NÁKLADŮ(KČ)
PERSONÁLNÍ NÁKLADY	Projektový manažer (12 měsíců)	300 000
	Technický tým (2 osoby, 12 měsíců)	500 000
	UX/UI designér (3 měsíce)	120 000
	Specialista na obsah a vzdělávání (6 měsíců)	210 000
	Technická podpora (2 osoby, 6 měsíců)	360 000
TECHNICKÉ NÁKLADY	Vývoj platformy	450 000
	Servery a hosting (roční náklady)	50 000
	Nákup softwaru a licencí	50 000
PROPAGACE A MARKETING	Online reklama a marketing (6 měsíců)	180 000
	Vzdělávací a networkingové akce	100 000
	PR a komunikace	120 000
PROVOZNÍ NÁKLADY	Údržba platformy (roční náklady)	200 000
	Technická podpora (helpdesk, 2 osoby)	240 000
NEPŘEDVÍDATELNÉ NÁKLADY	Nepředvídatelné náklady	150 000
CELKEM		2 000 000

(Zdroj: Vlastní zpracování)

11.5 Analýza rizik projektu

Tato kapitola se věnuje identifikaci a analýze rizik, která mohou ovlivnit úspěšnou realizaci projektu digitální komunikační platformy pro aktéry KKP v Olomouci. V každé fázi projektu mohou nastat různé překážky, které je nutné včas rozpoznat a připravit se na ně. Rizika jsou rozdělena do několika kategorií: finanční, sociální, komunikační, projektová a personální. Každá z těchto kategorií rizik má specifický dopad na projekt a vyžaduje

odpovídající preventivní opatření. V následující tabulce jsou uvedeny jednotlivé druhy rizik, pravděpodobnost jejich vzniku, dopad a konkrétní opatření, která mohou minimalizovat negativní vlivy rizik. Cílem této analýzy je poskytnutí komplexního přehledu potenciálních problémů, které by mohly ohrozit realizaci projektu a návrh konkrétních kroků k jejich eliminaci nebo zmírnění.

Tabulka 16: Riziková analýza projektu

DRUH RIZIKA	RIZIKO	PRAVDĚPO- DOBNOST VZNIKU RIZIKA	DOPAD RIZIKA	OPATŘENÍ PROTI RIZIKU
Finanční	Nedostatek finančních prostředků	Vysoká	10	Zajištění vícezdrojového financování, pravidelná analýza rozpočtu.
	Překročení rozpočtu	Střední	9	Vytvoření finanční rezervy, podrobná kalkulace nákladů.
	Nepodpoření projektu	Vysoká	10	Zajištění náhradní možnosti financování, crowdfunding, privátní investice.
Sociální	Nezájem ze strany aktérů	Střední	8	Propagace projektu, zapojení aktérů

				do přípravy, komunikace a zpětná vazba.
	Nezájem ze strany partnerů	Nízká	8	Motivace partnerů, zapojení do klíčových aktivit, komunikace.
Komunikační	Nedostatečná komunikace	Střední	8	Pravidelné schůzky, transparentnost informací, pravidelné informování všech zúčastněných.
Projektové	Nedodržení harmonogramu	Střední	7	Sestavení detailního harmonogramu, přizpůsobení se podmínkám, aktualizace.
Personální	Nedostatečné rozdělení pracovních úkolů	Střední	7	Jasně rozdělení úkolů, pravidelná kontrola, komunikace mezi pracovními týmy.

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Největší hrozbou pro projekt je nedostatek finančních prostředků, případně nepodpoření projektu. U těchto rizik je vysoká pravděpodobnost vzniku a mají také vysoký odhadovaný dopad. Což znamená, že pokud nebude zajištěno financování, případně dostatečné financování, může být ohrožen celý projekt. Nedostatek finančních prostředků může mít za následek problémy s pokrytím nákladů na vývoj platformy, vzdělávací aktivity a jiné části projektu. Je potřeba zajistit vícezdrojové financování a pravidelně kontrolovat rozpočet. V případě nepodpoření projektu ze strany partnerů, jako je například město nebo kraj bude nutné zajištění náhradní možnosti financování. Jednou z možností je například crowdfunding nebo privátní investice.

Naopak nejmenší hrozbou by dle analýzy nezájem ze strany partnerů. Toto riziko má nízkou pravděpodobnost vzniku a střední dopad. Ačkoliv nezájem některých partnerů může ovlivnit spolupráci a výsledky projektu, tento problém se dá zmírnit pomocí lepší motivace partnerů, zapojením partnerů do klíčových aktivit projektu a pravidelnou komunikací. Riziko je tedy relativně snadno kontrolovatelné a může být zvládnuto efektivními komunikačními a motivačními strategiemi.

Projekt čelí několika rizikům, přičemž největší hrozbu představují finanční rizika, kvůli jejich vysoké pravděpodobnosti vzniku a těžkému dopadu na celý projekt. Většina rizik je střední povahy a pro jejich zmírnění lze přijmout jistá opatření, jako jsou například pravidelné schůzky, jasné rozdělení pracovních úkolů nebo detailní harmonogram. Pokud budou implementována správná opatření, mohou být rizika efektivně řízena.

12 ZHODNOCENÍ PROJEKTU

Projekt digitální komunikační platformy pro kulturní a kreativní průmysly v Olomouci představuje cílenou reakci na aktuální potřeby a slabá místa místního kreativního prostředí. Cílem projektu je vytvoření jednotného online prostředí, které usnadní propojení mezi jednotlivci, firmami, institucemi a veřejností působící v oblasti kultury, umění, designu, digitálních médií a dalších příbuzných oborů. Projekt propojuje teoretická východiska s praktickými potřebami a reaguje na aktuální problémy identifikované v analytické části práce, zejména na roztržitost aktérů a nízkou míru mezioborové spolupráce. Silnou stránkou projektu je jeho všestrannost, kromě samotného vytvoření digitální platformy se soustředí také na její udržitelnost, vzdělávání uživatelů a aktivní propagaci, což zvyšuje šance na úspěšnou implementaci a dlouhodobé fungování platformy. Platforma má šanci stát se nejen každodenním nástrojem pro samotné kreativce, ale i důležitou součástí kulturně-politického rámce města. Očekávané přínosy spočívají nejen v lepší výměně informací a sdílení dostupných kapacit, ale také v budování sítě mezi aktéry KKP v Olomouci, v rozvoji podnikavosti, zvýšení veřejného zájmu o KKP a efektivnějším využití již existující kulturní infrastruktury.

Jednou z hlavních výhod projektu je plánování a jasná struktura, od sestavení logického rámce, přes detailní rozdělení jednotlivých fází až po analýzu možných rizik. Finanční stránka je detailně navržena, s přehledným rozpočtem i návrhy různých zdrojů financování, včetně městských, krajských nebo ministerských dotačních programů. To zvyšuje šanci realizace projektu i v případě nejistého financování z jednoho zdroje.

Celkově je projekt přínosný, strategicky udržitelný a dobře zasazený do místního kontextu. Návrh projektu vychází ze znalosti lokálních podmínek a dosavadního vývoje v oblasti kulturní politiky. Díky tomu může navázat na již probíhající aktivity města, univerzity či kreativní komunity a podpořit jejich další rozvoj. Přidanou hodnotou projektu je skutečnost, že propojuje různé cílové skupiny, od jednotlivých kreativců až po různé instituce, a tím vytváří jednotný prostor pro komunikaci, spolupráci a sdílení znalostí a zkušeností. Po úspěšné realizaci se může stát základem pro širší rozvoj kulturních a kreativních průmyslů nejen v Olomouci, ale případně i v rámci celého Olomouckého kraje. Jelikož má projekt poměrně otevřenou strukturu a digitální povahu, má potenciál růst, přizpůsobovat se potřebám uživatelů a dlouhodobě přinášet užitek v ekonomické a společenské oblasti.

ZÁVĚR

Diplomová práce byla zaměřena na posouzení kulturních a kreativních průmyslů v Olomouci, a to jak z pohledu jejich aktuální situace, tak i z hlediska možností jejich budoucího rozvoje. Hlavním záměrem bylo poskytnout ucelený obraz o stavu tohoto sektoru ve městě a navrhnout konkrétní kroky k dalšímu rozvoji. Pro dosažení cíle byla zvolena kombinace kvalitativních a kvantitativních metod výzkumu, zejména analýza dostupných sekundárních dat, komparativní a obsahová analýza a realizace expertních hloubkových rozhovorů s aktéry z oblasti kultury a kreativity. Díky tomu bylo možné získat komplexní přehled o fungování KKP v místním prostředí.

Výsledky práce ukázaly, že kulturní a kreativní průmysly tvoří významnou součást městského ekosystému. Přinášejí nejen pracovní příležitosti a ekonomický přínos, ale také zvyšují kvalitu života, rozvíjí komunitní soudržnost a formují image města. Olomouc má pro rozvoj těchto odvětví vhodné předpoklady, zejména díky silnému akademickému zázemí, bohatému kulturnímu dědictví, aktivní občanské společnosti a pozitivnímu přístupu ze strany některých institucí, jako je například ICOK, Univerzita Palackého, Kreativní Olomouc a další. Na základě sekundární analýzy bylo zjištěno, že Olomouc má pestrou kreativní scénu, ve které se nachází více než 1200 ekonomicky aktivních subjektů působících v různých oblastech KKP. Největší zastoupení má oblast literatury, tisku, vývoje softwaru, výtvarného umění a hudby. Právě vývoj softwaru vyniká také nejvyšší zaměstnaností a obratem. Přesto se v praxi ukázaly některé zásadní překážky, a to chybějící koordinace aktérů, absence fyzického nebo digitálního centra pro kreativce, nedostatek cílené finanční podpory a slabá provázanost mezi vzdělávacím systémem a realitou kreativního trhu. Chybí přehled o tom, kdo v Olomouci v rámci KKP působí, jaké služby nabízí, a kde hledat partnery pro spolupráci. Aktéři jsou často roztrženi, což komplikuje společné projekty i využívání sdílených zdrojů. Respondenti také upozorňovali na problém s odlivem mladých lidí z města a slabé zapojení kreativců do rozhodování o veřejných otázkách.

V průběhu diplomové práce se podařilo naplnit hlavní cíl práce. Díky propojení teoretické části, založené na odborné literatuře, strategických dokumentech a mezinárodních přístupech ke KKP, s praktickou částí postavenou na analýze sekundárních dat, srovnání strategických plánů města a kraje a sérii expertních hloubkových rozhovorů, se podařilo získat komplexní a realistický obraz tohoto odvětví. Výzkum nejen pojmenoval aktuální výzvy, ale zároveň přinesl konkrétní návrh řešení. Tím je projekt digitální komunikační platformy, která může přispět ke zlepšení informovanosti, spolupráce a profesionalizace

kulturních a kreativních aktérů ve městě. Tento nástroj má také potenciál usnadnit orientaci v daném sektoru, podpořit propojení různých oblastí a přispět k efektivnějšímu využívání existujících kapacit i vytváření nových forem spolupráce.

Získaná zjištění mají širší využití nejen pro město Olomouc, ale mohou inspirovat i další města a regiony, které se snaží uchopit rozvoj kulturních a kreativních průmyslů systematicky a strategicky. Práce tak nabízí konkrétní návrhy, jak sektor lépe koordinovat, posilovat jeho ekonomický a společenský dopad a zároveň z něj učinit stabilní a viditelnou součást místního rozvoje.

Závěrem lze konstatovat, že Olomouc má velmi dobré předpoklady pro to, aby se stala nejen kulturním centrem s historickým zázemím, ale i místem, kde se daří inovacím, spolupráci a kreativnímu podnikání. K tomu je ale potřeba aktivní a dlouhodobá podpora ze strany samosprávy, institucí i samotných aktérů z praxe. Pokud se podaří nastavit udržitelný systém podpory a propojení mezi jednotlivými segmenty, může se kreativní sektor stát jedním z klíčových pilířů rozvoje města i celého regionu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BEDNÁŘ, Pavel; DUBOVÁ, Markéta; ŽÁKOVÁ, Eva; KRAUS, Marcel a NÁVRAT, Petr, 2016. *Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni*. ČR. Praha: IDU. ISBN 978-80-7008-372-7.

FERNANDEZ-POL, Jorge Eduardo a HARVIE, Charles, 2020. *Understanding the creative economy and the future of employment*. Singapore: Springer. ISBN 9789811516528.

FLORIDA, Richard L., 2012. *The rise of the creative class: revisited*. Rev. ed. New York: Basic Books. ISBN 9780465029938.

GILL, Rosalind; PRATT, Andy C. a VIRANI, Tarek E. et al., 2019. *Creative hubs in question: place, space and work in the creative economy. Dynamics of virtual work*. Cham: Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-10652-2.

HEŘMANOVÁ, Eva; CHROMÝ, Pavel a kol., 2009. *Kulturní regiony a geografie kultury: kulturní realie a kultura v regionech Česka*. Praha: ASPI. ISBN 978-80-7357-339-3.

KLOUDOVÁ, Jitka, 2010. *Kreativní ekonomika: [trendy, výzvy, příležitosti]*. Expert. Praha: Grada Publishing. ISBN 9788024736082.

LOY, Alice a AAGESON, Tom, 2018. *Creative economy entrepreneurs: from startup to success, how entrepreneurs in the creative industries are transforming the global economy*. Santa Fe: Creative startups. ISBN 978-0-692-11879-5.

NÉTEK, Rostislav; BILÍK, Petr, a kol, 2020. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: strategie a doporučení pro posílení segmentu*. 1. vydání. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-5844-1.

OLOMOUCKÝ KRAJ, 2022. *Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022–2029*. Olomouc: Olomoucký kraj. ISBN 978-80-7621-060-8.

PALAŠČÁK, Radek; BILÍK, Petr, a kol, 2017. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-5253-1.

ŽÁKOVÁ, Eva, a kol, 2015. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR: Stav, potřeby a trendy, II. svazek*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze. ISBN 978-80-7008-354-3.

Elektronické zdroje:

AKCE, 2025. *Sdružujeme kulturní centra*. Online. In: AKCE. Dostupné z: <https://www.akcecr.cz/>. [cit. 2025-01-23].

BROOK, R., OPENSHAW, G., FARROW, L., 2012. *Supporting Places of Work: Incubators, Accelerators and Co-working Spaces*. [on-line]. Dostupné z: https://www.london.gov.uk/sites/default/files/supporting_places_of_work_-_iacs.pdf. [cit. 2025-01-21].

CEMI, 2022. *Co je to crowdfunding a jak jeho prostřednictvím získat peníze pro podnikání?* Online. In: Cemi. Dostupné z: <https://www.cemi.cz/blog/co-je-to-crowdfunding>. [cit. 2025-01-27].

COURSERA, 2024. *What Is Design Management?* Online. In: Coursera. Dostupné z: <https://www.coursera.org/articles/design-management>. [cit. 2025-01-23].

COWORKING OLOMOUC, 2025. Online. In: Coworking Olomouc. Dostupné z: <https://www.coworkingolomouc.cz/coworking/>. [cit. 2025-02-24].

CULTURENET, 2023. *MK – výzvy Národního plánu obnovy podpoří digitalizaci i mezinárodní spolupráci v r. 2024: Granty a stipendia*. Online. In: INSTITUT UMĚNÍ – DIVADELNÍ ÚSTAV. Culturenet. Dostupné z: <https://www.culturenet.cz/granty-a-stipendia/mk-vyzvy-narodniho-planu-obnovy-podpori-digitalizaci-i-mezinarodni-spolupraci-v-r-2024/>. [cit. 2025-01-27].

CZECHINVEST, 2020. *Průvodce klastrem*. Online. In: CzechInvest. Dostupné z: <http://old.czechinvest.org/data/files/pruvodce-klastrem-63.pdf>. [cit. 2025-01-27].

ČSÚ, 2024. *Průměrné mzdy v Olomouckém kraji ve 2. čtvrtletí 2024*. Online. In: Český statistický úřad. Dostupné z: <https://csu.gov.cz/olk/prumerne-mzdy-v-olomouckem-kraji-ve-2-ctvrtletí-2024>. [cit. 2025-03-31].

Další rozvoj digitalizace v oblasti knihoven III: Výzva č. 0444/2024 – Další rozvoj digitalizace v oblasti knihoven III, 2024. Online. In: MINISTERSTVO KULTURY. Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://www.mk.gov.cz/dalsi-rozvoj-digitalizace-v-oblasti-knihoven-iii>. [cit. 2025-01-27].

Definice KKO, 2021. Online. In: MINISTERSTVO KULTURY. Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://www.mk.gov.cz/strategie-rozvoje-a-podpory-kko-cs-1301>. [cit. 2025-01-20].

DMI, 2018. *What is Design Management?* Online. In: DMI: Design Management Institute. Dostupné z: https://www.dmi.org/page/what_is_design_manag. [cit. 2025-01-23].

ECHN, 2022. *European Creative Hubs Network: Value Proposition*. Online. In: European Creative Hubs Network. Dostupné z: https://creativehubs.net/ECHN_value_proposition.pdf. [cit. 2025-01-29].

ENVELOPA HUB, 2023. *Centrum inovací a transferu technologií Univerzity Palackého v Olomouci*. Online. In: Envelopa Hub. Dostupné z: <https://envelopa.cz/>. [cit. 2025-03-05].

EVROPSKÁ KOMISE, 2024. *Online platformy*. Online. In: Evropská komise. Dostupné z: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/cs/policies/online-platforms>. [cit. 2025-01-29].

FOUR CROWNS, 2024. *PPV (Pay per View)*. Online. In: Four Crowns. Dostupné z: <https://www.fourcrowns.cz/slovník-pojmu/ppv/>. [cit. 2025-01-27].

Freemium, 2017. Online. In: Management Mania. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/freemium>. [cit. 2025-01-27].

FREEWORK ENVELOPA, 2021. *FREEWORK*. Online. In: Freework. Dostupné z: <https://www.freeworkenvelopa.cz/>. [cit. 2025-02-27].

FRESH START, 2023. *Pracovat se dá i bez kanceláře. Co je coworking?* Online. In: Fresh Start. Dostupné z: <https://freshstart.cz/pracovat-se-da-i-bez-kancelare-co-je-coworking/>. [cit. 2025-01-21].

GENERALI česká profi, 2023. *Coworkingové prostory: Jak fungují a pro koho jsou vhodné?* Online. In: Generali česká profi. Dostupné z: <https://www.generaliceskaprofi.cz/-/coworkingove-prostory-jak-funguji-a-pro-koho-jsou-vhodne->. [cit. 2025-01-21].

ICOK, 2025. *Akce*. Online. In: Inovační centrum Olomouckého kraje. Dostupné z: <https://www.inovaceok.cz/akce>. [cit. 2025-03-05].

ICOK, 2024. *Program ICOK KREATIV*. Online. In: Inovační centrum Olomouckého kraje. Dostupné z: <https://www.inovaceok.cz/sluzba/kreativ>. [cit. 2025-03-05].

IDU: *Kreativní Česko*, 2024. Online. In: IDU. Dostupné z: <https://www.idu.cz/cs/o-nas/projekty-a-infoportaly/674-kreativni-cesko>. [cit. 2025-02-04].

KADERÁBKOVÁ, Markéta, 2020. *Coworking: Co to je, kdy a kde ho využít?* Online. In: Orange Academy. Dostupné z: <https://orangeacademy.cz/clanky/coworking-co-to-je/>. [cit. 2025-01-21].

KEA, 2006. *The Economy of Culture in Europe*. Online. In: KEA. Dostupné z: <https://keanet.eu/publications/the-economy-of-culture-in-europe/>. [cit. 2025-01-20].

KOĐOUSKOVÁ, Barbora, 2024. *Typy mobilních aplikací, který vybrat pro vlastní vývoj?* Online. In: Rascasone. Dostupné z: <https://www.rascasone.com/cs/blog/typy-mobilnich-aplikaci>. [cit. 2025-01-31].

Kreativní Česko: O nás, 2022. Online. In: Kreativní Česko. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/o-nas>. [cit. 2025-02-04].

KREATIVNÍ EVROPA, 2021. *Co je Kreativní Evropa*. Online. In: Kreativní Evropa. Dostupné z: <https://www.kreativnievropa.cz/o-programu/co-je-kreativni-evropa>. [cit. 2025-02-04].

KREATIVNÍ OLOMOUC, 2016. *Informujeme. Propojujeme. Inspirujeme. Kreativní Olomouc*. Online. In: Kreativní Olomouc. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/>. [cit. 2025-02-19].

KREATIVNÍ OLOMOUC, 2017. *Mapování*. Online. In: Kreativní Olomouc. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/mapovani/>. [cit. 2025-02-12].

KREATIVNÍ OLOMOUC, 2020. *Výzkum*. Online. In: Kreativní Olomouc. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/projekty/vyzkum/>. [cit. 2025-03-05].

KREATIVNÍ OLOMOUC, 2024. *Co děláme*. Online. In: Kreativní Olomouc. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/co-delame/>. [cit. 2025-03-05].

LAB, 2025. *Čo ti môže ponúknuť makerspace?: in Knowledge base*. Online. In: Lab. Dostupné z: <https://lab.cafe/ake-su-benefity-makerspace/>. [cit. 2025-01-27].

LABA, 2023. *Definice sociální sítě*. Online. In: LABA. Dostupné z: <https://l-a-b-a.cz/blog/477-jaka-je-budoucnost-socialnich-siti>. [cit. 2025-01-31].

MAKERSPACES.COM, ©2025. *What is a makerspace?* Online. In: Makerspaces.com. Dostupné z: <https://www.makerspaces.com/what-is-a-makerspace/>. [cit. 2025-01-23].

MINISTERSTVO KULTURY, 2024. *Kreativní vouchery*. Online. In: Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/kreativni-vouchery-cs-2918>. [cit. 2025-03-04].

MINISTERSTVO KULTURY, 2024. *Novinky a média: Mapování kulturních a kreativních odvětví přinese důležité informace o jejich přínosu i potřebách*. Online. In: Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/5924cs-mapovani-kulturnich->

a-kreativnich-odvetvi-prinese-dulezite-informace-o-jejich-prinosu-i-potrebach. [cit. 2025-02-04].

MINISTERSTVO KULTURY, 2025. *Novinky a média: Národní plán obnovy*. Online. In: Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/4886cs-narodni-plan-obnovy>. [cit. 2025-04-05].

MUO, 2023. *Central – Historie*. Online. In: Muzeum umění Olomouc. Dostupné z: <https://muo.cz/central/central-historie/>. [cit. 2025-02-17].

Národní plán obnovy: 4.5 Rozvoj kulturního a kreativního sektoru, 2022. Online. In: MINISTERSTVO KULTURY. Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://www.mk.gov.cz/narodni-plan-obnovy-cs-2907#section3>. [cit. 2025-01-27].

Nástroje podpory, 2021. Online. In: Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/nastroje-podpory-cs-2315>. [cit. 2025-02-04].

OFFICELOVIN', 2017. *A Tour of Vault 42's Coworking Space*. Online. In: Officelovin'. Dostupné z: <https://www.officelovin.com/2017/06/tour-vault-42s-coworking-space/>. [cit. 2025-02-24].

OHUB, 2022. *My*. Online. In: OHUB. Dostupné z: <https://ohub.cz/my/>. [cit. 2025-02-25].

OLOMOUCKÝ KRAJ, 2022. *RIS3 strategie Olomouckého kraje: reg. číslo CZ.02.2.69/0.0/0.0/18_055/0016626*. Online. Zpracováno v rámci projektu Smart Akcelerátor Olomouckého kraje II.

OLOMOUCKÝ KRAJ, 2025. *Dotační programy v oblasti kultury*. Online. In: Olomoucký kraj. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/sport-kultura-a-pamatkova-pece-kultura-v-olomouckem-kraji/dotacni-programy-v-oblasti-kultury>. [cit. 2025-03-04].

OLOMOUCKÝ KRAJ, 2025. *Výzva pro kreativce: kreativní vouchery – dotační výzva MK ČR*. Online. In: Olomoucký kraj. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/sport-kultura-a-pamatkova-pece-kultura-v-olomouckem-kraji-kulturni-a-kreativni-odvetvi/vyzva-pro-kreativce-kreativni-vouchery-dotacni-vyzva-mk-cr>. [cit. 2025-03-04].

PETŘÍČKOVÁ, Magda, 2023. *Coworking: Jak funguje a pro koho je vhodný? Nevýhody coworkingu*. Online. In: Freelance.cz/blog. Dostupné z: <https://www.freelance.cz/blog/coworking-jak-funguje-a-pro-koho-je-vhodny/>. [cit. 2025-01-21].

PROCHÁZKA, Jan, 2025. *Červený kostel čeká letos bohatý program. Výstavy, koncerty i autorská čtení.* Online. In: Olomouc.cz. Dostupné z: <https://www.olomouc.cz/zpravy/clanek/Cerveny-kostel-ceka-letos-bohaty-program-Vystavy-koncerty-i-autorska-cteni-37617?>. [cit. 2025-02-17].

SIGMUNDOVÁ, Lucie, 2018. *Za krásami coworkingu: Vault 42.* Online. In: ArchSPACE. Dostupné z: <https://www.archspace.cz/krazy-coworkingu-vault-42>. [cit. 2025-02-24].

SPURNÝ, Aleš, 2024. *Central opět září! Bývalé kino nabízí nové možnosti. Jaká je jeho minulost a budoucnost?* Online. In: . Dostupné z: <https://olomouc.rozhlas.cz/central-opet-zari-byvale-kino-nabizi-nove-moznosti-jaka-je-jeho-minulost-a-9188188>. [cit. 2025-02-17].

STAŠEK, Václav, 2025. *Kulturní centra a jejich role ve společnosti.* Online. In: Tvarchitect.com. Dostupné z: <https://www.tvarchitect.com/clanek/kulturni-centra-a-jejich-role-ve-spolecnosti/>. [cit. 2025-01-23].

STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC, 2022. *Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027: návrhová část.* Online. ONplan lab.

STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC, 2023. *Olomouc v kostce.* Online. In: Turistický portál města Olomouce. Dostupné z: <https://tourism.olomouc.eu/wp-content/uploads/2022/05/olomouc-v-kostce-2013cs>. [cit. 2025-02-13].

STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC, 2024. *Poskytování dotací z rozpočtu statutárního města Olomouce: Dotační programy pro rok 2025.* Online. In: Statutární město Olomouc. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/urad-online/dotace?srsId=AfmBOooCXjJHF5W4rYJcwgOBwAPdPYp082aSiQ-wiDxCGqW6QJIY9beI>. [cit. 2025-03-04].

Strategie rozvoje a podpory KKO: Nástroje podpory KKO, 2021. Online. In: Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://www.mk.gov.cz/strategie-rozvoje-a-podpory-kko-cs-1301>. [cit. 2025-02-04].

TRÜBY, Johannes; RAMMER, Christian a MÜLLER, Kathrin, 2008. *The Role of Creative Industries in Industrial Innovation.* Online. In: Researchgate.net. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/46457620_The_Role_of_Creative_Industries_in_Industrial_Innovation. [cit. 2025-01-23].

UNITED NATIONS, 2010. *Creative Economy report*. Online. In: Unctad. Dostupné z: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf. [cit. 2025-01-27].

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI, 2025. *Studuj v Olomouci: Průvodce studiem na Univerzitě Palackého*. Online. In: Univerzita Palackého v Olomouci. Dostupné z: <https://www.univerzitnimesto.cz/pruvodce-studiem>. [cit. 2025-03-05].

VARIACE, 2023. *O nás*. Online. In: Variace. Dostupné z: <https://variace.eu/o-nas/>. [cit. 2025-02-17].

VAULT 42, 2025. *Vault 42*. Online. In: Vault 42. Dostupné z: <https://www.vault42.cz/o-vaultu>. [cit. 2025-02-24].

VKOL, 2023. *Červený kostel VKOL: Akce a události*. Online. In: Vědecká knihovna v Olomouci. Dostupné z: <https://www.vkol.cz/cervenykostel/akce-a-udalosti>. [cit. 2025-02-17].

VLACH, Robert, 2025. *Coworkingy v Česku*. Online. In: Na volné noze. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/novinky/coworkingy/>. [cit. 2025-01-23].

VRÁNOVÁ, Magda, 2024. *Olomoucký Central v novém. Podívejte se na velkou proměnu*. Online. In: Olomoucký deník. Dostupné z: https://olomoucky.denik.cz/zpravy_region/kino-central-olomouc-muzeum-umeni.html. [cit. 2025-02-17].

Výzva 464 Kreativní vouchery III: Výzva č. 0444/2024 – Další rozvoj digitalizace v oblasti knihoven III, 2024. Online. In: MINISTERSTVO KULTURY. Ministerstvo kultury. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/vyzva-464-kreativni-vouchery-iii>. [cit. 2025-01-27].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Kreativní ekonomika	15
Obrázek 2: Cyklus kreativní ekonomiky	18
Obrázek 3: Grafické znázornění vymezení KKP	20
Obrázek 4: Rozmístění subjektů KKP v Olomouci	42
Obrázek 5: Červený kostel Olomouc	43
Obrázek 6: Zrekonstruovaný sál kina Central v Olomouci	44
Obrázek 7: Prostory Coworkingu Olomouc	46
Obrázek 8: Prostory coworkingu Vault 42	47
Obrázek 9: Prostory coworkingu Telegraph Hub	49
Obrázek 10: Prostory Element Coworkingu	50
Obrázek 11: Prostory coworkingu Ohub	51
Obrázek 12: Prostory coworkingu Freework Envelopa	52
Obrázek 13: Kalendář akcí ICOK březen 2025	62
Obrázek 14: Plakát Otevřená studia Olomouc 2024	64

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Klíčová zjištění mapování KKP I.	40
Tabulka 2: Klíčová zjištění mapování KKP II.	41
Tabulka 3: Druhy a ceny členství Coworking Olomouc.....	46
Tabulka 4: Druhy a ceny členství Vault 42.....	47
Tabulka 5: Druhy a ceny členství Telegraph Hub	48
Tabulka 6: Druhy a ceny členství Element Coworking	49
Tabulka 7: Druhy a ceny členství Ohub.....	51
Tabulka 8: Druhy a ceny členství Freework Envelopa	53
Tabulka 9: Finance – Podpora hospodářského rozvoje a zvyšování konkurenceschopnosti města Olomouce.....	56
Tabulka 10: Podporované aktivity a výše dotace 1. dotační program Olomouckého kraje.....	58
Tabulka 11: Podmínky financování 2. dotační program Olomouckého kraje	60
Tabulka 12: Srovnání strategických dokumentů.....	65
Tabulka 13: Logický rámec projektu	80
Tabulka 14: Možné způsoby financování projektu.....	85
Tabulka 15: Předpokládané náklady na projekt.....	87
Tabulka 16: Riziková analýza projektu	88

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AFO	Academia Film Olomouc
AKCE	Asociace kulturních center
a kol.	a kolektiv
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DMI	Design Management Institute
ECHN	European Creative HubsNetwork
ECIN	European Creative Industries Network
et al.	a další
ICOK	Inovační centrum Olomouckého kraje
IDU	Institut umění – Divadelní ústav
IT	informační technologie
Kč	Koruna česká
KKO	kulturní a kreativní odvětví
KKP	kulturní a kreativní průmysly
MUO	Muzeum umění Olomouc
PPV	pay-per-view
PR	Public Relations
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
VKOL	Vědecká knihovna v Olomouci

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Seznam coworkingových center v ČR

PŘÍLOHA P I: SEZNAM COWORKINGOVÝCH CENTER V ČR

Seznam coworkingových center ve větších městech v České republice k 15.01.2025 (Vlach, 2025).

PRAHA	
• Impact Hub Praha D10 • Locus Workspace • Opero • Svět HUB • Mo-cha Vista • Second Culture • Node5 • WorkLounge Forum Karlín, Václavské náměstí, Smíchov, Příkopy, Pankrác • Pracovna Vlkova 36 a Zlatnická 12 • Co-Labs • Scott.Weber • Šalounova vila • Jednačky Hradčanská • Vyšehradská 49 • Yottabe • Wework DRN	• Mumraj • InVision LABS Coworking • Ponk Space • Microsoft Coworking Space • ArchiHUB • Přístav • Komunitní rodinné centrum Jahoda Albertov • Lampárna Lidická • Meandr Řevnice • Coworking33 • Clubco • Dům Radost • Coworking MANDAY • Zenwork Palác ARA • Spaces • Moovin Space
BRNO	
• Impact Hub Brno • Brain Farm • EDUnesto • Branta Workspace • Cowo Brno • Nový tvůrčí prostor v Brně	• KUMST • Clubco • Coworking na Palubě • JIC cowork Brno • Simpl Kancel
OSTRAVA	
• Impact Hub Ostrava • Clubco	• Mamahub Koutek světa • Hnízdo

• Fajna dílna	
OSTATNÍ KRAJSKÁ MĚSTA	
ČESKÉ BUDĚJOVICE	
• Cowo CB • Pracovna R51	• Coworking VŠTE • BedeHub
OLOMOUČ	
• Vault 42 • Telegraph Hub • Element Coworking	• Ohub • Freework Envelopa
HRADEC KRÁLOVÉ	
• Coworking TCHK	• Bio Central
JIHLAVA	
• COWORK:S CityHUB Jihlava	• Yottabe Space
LIBEREC	
• Lipo.ink	• TeamWork
KARLOVY VARY	
• Kanov	
PARDUBICE	
• P-PINK	• Družstvo: Coworking v Domě služeb
PLZEŇ	
• SIT Port • TechHeaven HUB • Kolektiv Hub	• Strom Offices • BIC
ZLÍN	
• Impact Hub Zlín	• hub HAX